

## 参加・協働・創発を促す オンライン・ワークショップの試行

丸山泰<sup>1</sup>

1. はじめに
2. ワークショップの意義とポイント
3. コロナ下でのオンライン・ワークショップの取り組み事例紹介
  - (1) 大学の授業のケース
  - (2) 社会人向けセミナーのケース
4. 考察 (オンライン・ワークショップ実践のポイント)
5. 今後の課題と展望

### 1. はじめに

新型コロナウイルス感染は、大学教育にも大きな影響を及ぼしている。コロナ流行が始まった2020年度前期では、文科省の調べで、89%が授業開始を遅らせ、60%が遠隔授業を実施（39%が検討中）と、ほとんどの大学が遠隔化を行った。2020年度の学年度末の段階で、学生の履修した科目から見ると、ほとんどオンラインだった学生は6割にのぼっている<sup>i</sup>。2021年に入って、対策強化もされ、徐々にではあるが対面授業が戻ってきているが、アフターコロナとなっても、元に戻るには考えにくく、新しい時代の教育の在り方を模索することが求められてくるだろう。

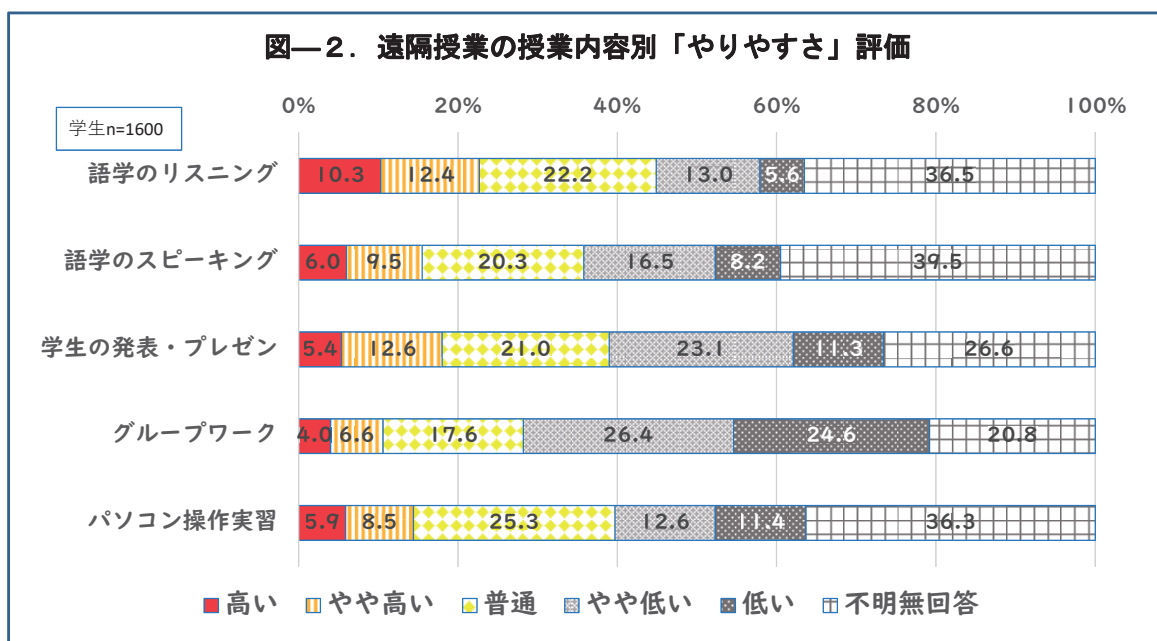
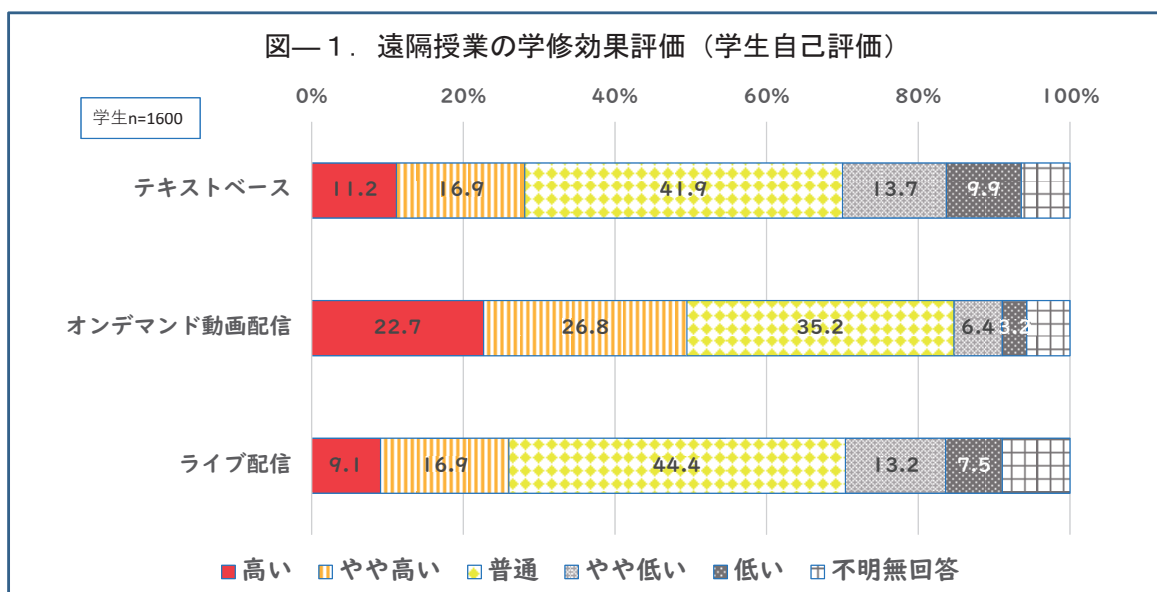
特に、「教師中心から生徒中心へ」「教えから学びへ」「伝達から対話へ」といった教育の在り方に関する議論の中で最近のトレンドにもなっている「学習」から「学び」へというパラダイム変換<sup>ii</sup>が叫ばれている中で、コロナによって接触機会が制限されることは、新しい「学び」にとっては大きな危機と見直しを迫られたと言える。新しい「学び」とは、参加者同士の対話、フィールドワークやグループによる取組等を使って、課題解決型のあらかじめ用意された答えのない問題への取り組む、いわゆるアクティブラーニングを指し、PBL型授業<sup>iv</sup>とも言われており、人と人の接触が制限されるコロナ下において、最も影響を受けた教育方法の一つと思われる。山内<sup>v</sup>によると、九州大学の調査結果から、オンライン授業環境下で88%の学生が一人で課題に取り組んでいると回答、他の受講者と意見交換した学生は55%に、グループで課題に取り組んだ経験は34%に留まっていた。大学教育の現場で様々な制約からアクティブラーニングの場が少なくなっていると言っている。また、対面授業がある程度再開されている現状で、両方を組み合わせた

---

<sup>1</sup> 熊本県立大学 総合管理学部

ハイブリッド学習が取り入れられており、グループワークでのスムーズなインタラクションを考えると対面学習を導入するメリットが大きいと、オンライン型授業の課題を指摘している。

熊本県立大学においても IR 室が行った遠隔授業に関するアンケート調査によると<sup>vi</sup>、コロナ対応 2 年目の 2021 年度前期の授業において、遠隔授業の修学効果として「オンデマンド動画配信」は一定の効果を実感している様子であったが、ライブ配信の評価は「普通」を下回っている。特にインタラクションを必要とする形態で「やりづらい」とする声が多く挙がっている。その中でも「グループワーク」「プレゼンテーション」については、かなりの学生が不便を感じている事が分かった。(図-1、図-2)



特に参加メンバーを少人数グループに分けて実施するワークショップの取り組みは、教育の場のみならず企業や組織の中でも、社員教育や研修、コンセプト開発等で幅広く活用されていることから、リモート化した状況で、これまでと同様の、あるいはそれ以上の効果を上げるオンライン・ワークショップの方法の検討は喫緊の課題と言える。また、アフターコロナを見据えた視点からも、リモートワークやグローバルでのミーティングの場におけるクリエイティブな取り組みを促進するオンライン・ワークショップはその必要性が高まってくると考える。

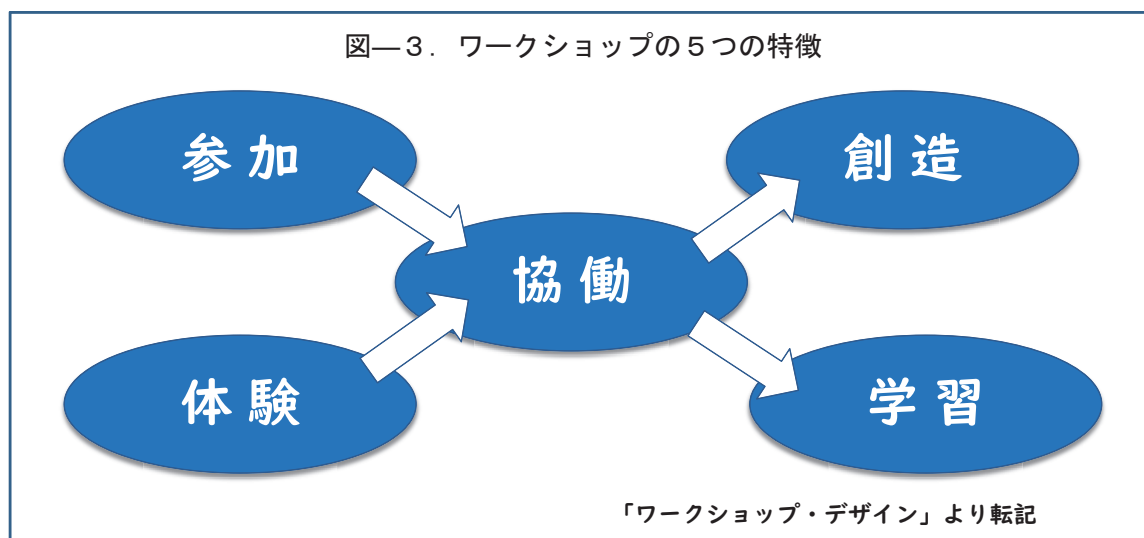
ここでは、筆者がコロナ禍下、オンラインで取り組んできた大学の授業や企業や団体のセミナーや実習のオンライン・ワークショップ事例を紹介しつつ、オンラインでのワークショップ成功に必要な仕掛けや仕組み、その考え方について考察していきたい。

## 2. ワークショップの意義とポイント

オンラインでのワークショップの在り方について議論する前に、ここで、改めてワークショップという手法の意義・意味や成功のためのポイントについて整理したいと思う。これは、リモート、オンライン下でのワークショップのゴールとして、一旦、対面でのワークショップが持っていた効果・成果と同等レベルのものを提供することと置くため、そのゴールの位置を確認する作業になる。

### 2-1. ワークショップとは何か

ワークショップは、「参加者が自ら参加・体験して協働で何かを学び、創り出す」活動であり、「社会とのかかわりを意識した答えが一つにならない課題、誰も答えをあらかじめ知らない課題に取り組む挑戦的な学び」の場と定義<sup>vii</sup>できる。つまり、ワークショップは参加者の主体性と相互作用によって創発性を生み出すものとして期待される。ワークショップの特徴は、堀・加藤により<sup>viii</sup>、次の5つに整理されている。(1)「参加」多様なメンバーの主体的な参加が必要。(2)「体験」メンバーがそれぞれの体験を持ち寄り、活動を組み立てる、または、ワークショップを通じて共通の体験をし、創造や学習につなげる。(3)「協働」対話を通じて相互作用(相乗効果)を起こす。(4)「創造」一人では思いつかない、予想もしていない新しい何かを生み出す。(5)「学習」参加者全員で大きな学びを培っていく。5つの関係を図-3に示す。



## 2-2. ワークショップの3つの構成要素

さらに、堀・加藤は、ワークショップの成否を左右するものとして3つの構成要素を挙げている。それは、①チーム（グループ）、②プログラム、③ファシリテーターである。

①②を事前に設計する行為をワークショップ・デザインと呼んでいる。チーム設計は、ワークショップでどの程度の主体性と相互作用が生まれるかを左右する。参加者の顔ぶれ、参加人数、参加者の取り合わせ（小グループ編成）などを考える必要がある。

とはいえ、メンバーにもバラつきがあり、場や時間にも制約がある中で、一定の成果を出すために欠かせないのが、ワークショップのプログラムである。ワークショップの目的目標に向かって、作業の手順やシナリオを作っておくことが求められる。特に、通常の会議やミーティングと異なり、対話をベースにしたアプローチになるため参加者が発言しやすくなる雰囲気作りも重要となる。大きなプロジェクトの中で実施するワークショップの場合、その位置づけも考慮することになる。

3つ目のファシリテーターは、ワークショップの現場をガイド、誘導する役割を担う。ワークショップは、「創造」や「学習」に導く基本的には非定型で偶発的な場とする必要があり、デザインしたものに「味付け」し、「対応できない事態を收拾」し、「臨機応変に組み替え」するのがファシリテーターの役目となる。

以上のように、ワークショップを評価・検討するポイントとして、「参加」「体験」「協働」「学習」「創造」という特徴と、「チーム」「プログラム」「ファシリテーター」という3つの構成要素に整理され、オンライン・ワークショップの評価・検討の際も、この5つの特徴と3つの構成要素で確認していく事とする。

## 3. コロナ下でのオンライン・ワークショップの取り組み事例紹介

ここから、筆者がコロナ禍下で試行した、3つのオンライン・ワークショップの事例を紹介し、その評価・検討を通して考察を行っていく。

ここで、オンライン・ワークショップで活用したツールについて、まず紹介しておきたい。学生や参加者をつなぐweb会議システムはzoom<sup>2</sup>を用いた。また、オンライン型ホワイトボードツールとして、Google Jamboard アプリ<sup>3</sup>を用いた。

### 3-1. 大学PBL授業におけるオンライン・ワークショップの活用

熊本県立大学総合管理学部では、2年次に産学連携PBL型授業として、地元企業の課題解決に学生が挑戦する「基礎総合管理実践」「基礎総合管理実践演習」（通称：ガチカリ）という科目を開講している<sup>ix</sup>。毎年4社の地元企業様に参画いただき、人材課題（新卒採用）解決に向け、学生による学生向け採用パンフレットやホームページの開発を行い、提案するという内容である。企

<sup>2</sup> zoom : zoom ビデオコミュニケーションズが提供するクラウドコンピューティングを使用したweb会議サービス

<sup>3</sup> google Jamboard : google 社が提供するリアルタイムの共同編集が可能なオンラインホワイトボードアプリ

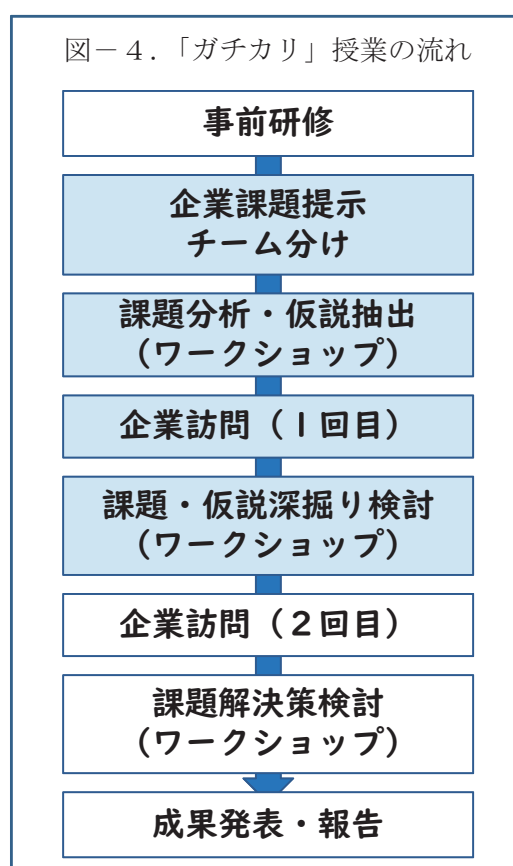
業毎に各3チーム、1チーム3～5名のグループ編成で、グループ活動を通して、課題解決に取り組むというカリキュラムとなっている。地元企業の経営トップの方々から直接課題を受け、企業とやりとりを行いながら、最後は、経営トップに対して、成果のプレゼンテーションを行うという、4カ月間に渡る長期の実践型の演習が売りの授業である。しかし、2020年、2021年は、コロナの影響を受け、その授業の一部を遠隔（リモート）対応することを余儀なくされた。2020年度は授業を後期に移行し、授業そのものはコロナ対策を強化し対面で実施したが、企業とのやりとりのほとんどをリモートでやるという対応となった。そして、2021年度の前期授業では、4月のスタート時こそ、対面でスタートしたものの、5、6月とコロナ第4波の影響で、大学全体が遠隔対応となり、この期間、学生も遠隔（リモート）でグループ活動、すなわち、リモートでのワークショップを実施することとなった。このケースを詳しく紹介していく。

本授業（ガチカリ）のカリキュラムの流れを図-4に示す。図の中で塗りつぶした時期が、遠隔対応を余儀なくされた部分に当たる。実際の対応について簡単に述べる。

通常は、集合型教育で大学に4企業をお招きして、企業紹介と課題提示をお願いする形で行うが、今回は学生も企業も、そして教員スタッフも全てzoomによるリモート形式の授業となった。これは、通常の講義型で学生も昨年度からのリモート授業形態に慣れてきている事もあり、支障なく実施できた。しかし、その後のチーム分けについては、例年は、企業のプレゼン終了後、集合会場内で学生たちの自主的な話し合いで、チーム分け（4企業×3チーム＝12チーム）を行っていたが、40名を超えるメンバーがWeb会議の場で、意見を交換し、均等にチーム分けすることは難しいと判断し、各自に希望レポートを提出させ、それを教員スタッフで読み込んでチーム分けを行った。幸いに全員を第2希望までに入れることができた。

対面で行う場合には、チームが出来、その場で集まり自己紹介をしてチーム作りをと10分程度で十分な活動が可能ではあるが、全てリモート環境の中でのチーム作りは難しいと考え、各チーム毎にオンライン型ホワイトボードJamboardをそれぞれ割り振り、その1ページ目に各自付箋で自己紹介（意気込み）を書き込ませることとした。Jamboardはリアルタイムの共同編集が可能なオンラインホワイトボードであるが、各自が自由な時間に書き込むことも可能なため、宿題としてやってもらって、次の授業の際に、zoomのブレイクアウトルームでチーム毎に分かれて自己紹介、チーム作りを行う際に、Jamboard ホワイトボー

図-4. 「ガチカリ」授業の流れ

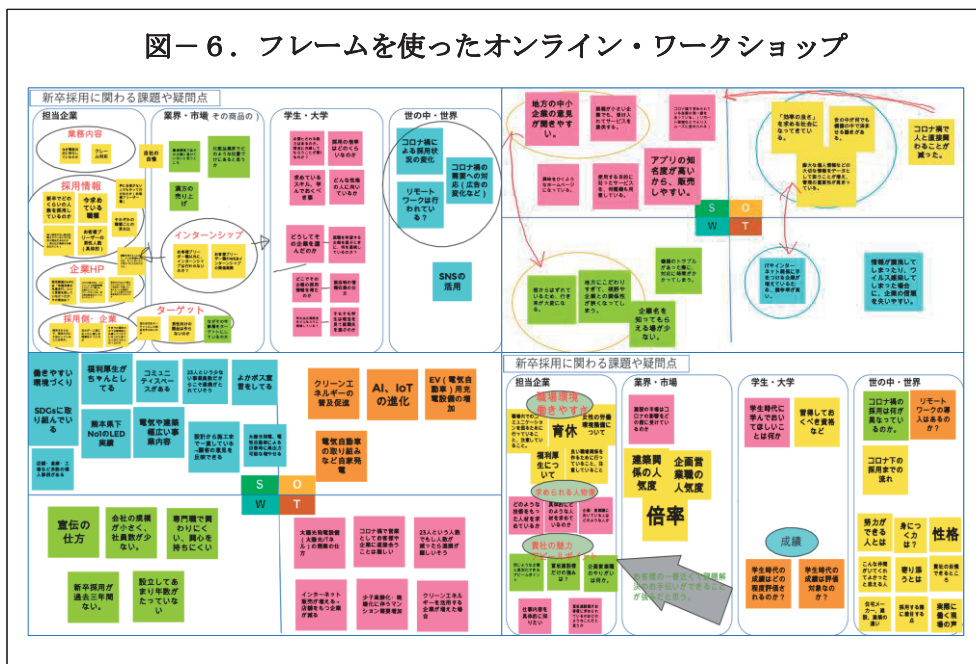




ドを共有しながら対話を進めるといった形で、行った。パソコンの前で、音声はzoom、作業はオンラインホワイトボードで共有という方法となる。その自己紹介、チーム作りで学生が作成したホワイトボードページをいくつか紹介する(図-5)が、対面で会えない中、工夫を凝らしてチーム作りしている様子が見られた。



その後の取組企業に対する事前リサーチ、第一回企業訪問も、オンライン・ライブ授業で実施した。授業の時間(ライブ)は、チームでのディスカッションに使えるように、事前に、Jamboardに各自が付箋で課題やアイデアを起こしておくという宿題を課すこととし、その際、例えばSWOT



分析のフレームを Jamboard に貼っておくなどして、取り組みやすくする工夫を行った。対面でのワークショップであれば模造紙を渡して勝手にマジックペンでフレームを引いて書き込む等の作業をさせるところであるが、オンラインで各自バラバラに取り組む

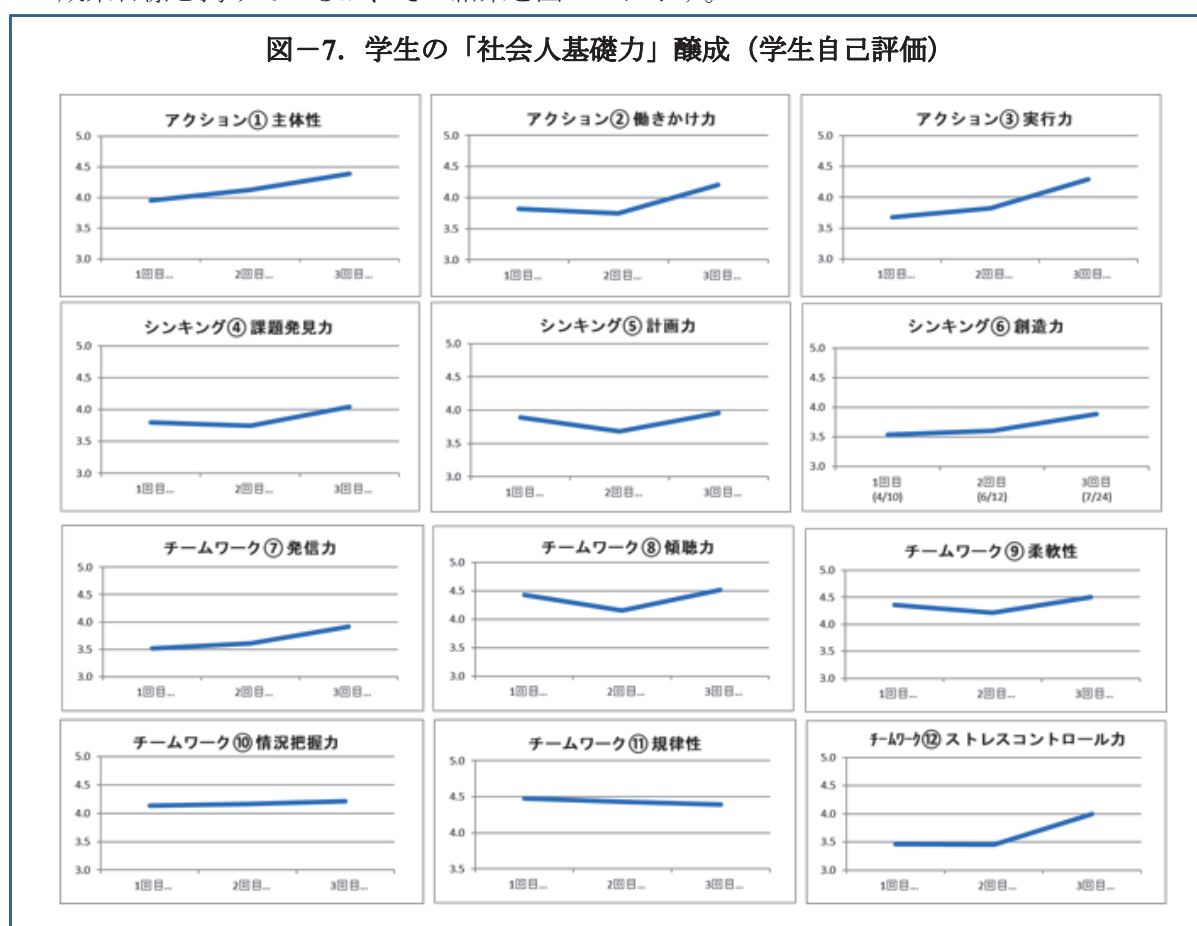
こともあり、事前にフレームを貼っておくことで宿題としても取り組むやすくなった様子が散見された。

第一回の企業訪問も、遠隔対応となり4社毎に学生3チーム10名~12名がzoomに参加し、用意した質問を投げたり、カメラを使っての社内案内を受けたり、といった活動を行った。企業や学生も zoom 会議に慣れてきており、学生の司会進行で2時間ほどの質疑応答をスムーズに行

えていた。ただ、教員スタッフ側では、各社毎4つの zoom を起動し、それぞれに見守り要員を配するなどの対応が必要であった。

7月に入り、コロナ感染状況が多少改善し対面授業を再開することができた。その最初の授業では、チーム編成後初めての対面ということもあり、多くの学生が「対面の方が話し合いがしやすい」「リモートより対面の方が、議論が活発化する」と反応していた。ただ、2カ月の間のオンラインでのやりとりがスムーズなチーム形成に繋がっている様子であったし、リモートで活用していたオンライン・ホワイトボード Jamboard についても、対面授業移行後も授業以外のチームの打ち合わせやミーティングで活用するなど、リモート体験を生かした新しい学びのスタイルが発生していた。

7月末の最終報告会まで対面実施が可能となった事は幸いであったが、最後に本授業での学生の学びの評価を振り返りたい。産学連携の実践型授業として、学生の「社会人基礎力<sup>4</sup>」醸成を一つの成果目標と掲げているが、その結果を図-7に示す。



ほとんどの項目で右肩上がり、ないしはV字型のカーブで上昇が見られ、特に「主体性」「実行力」「課題発見力」「創造力」「発信力」「ストレスコントロール力」で大きくアップしているこ

<sup>4</sup> 社会人基礎力：「前に踏み出す力」、「考え抜く力」、「チームで働く力」の3つの能力（12の能力要素）から構成されており、「職場や地域社会で多様な人々と仕事をしていくために必要な基礎的な力」 <https://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/index.html>

とが確認できた。この点は、授業全てを対面で実施していた過去のケースと比較<sup>5</sup>しても、ほぼ同様の傾向を示しており、カリキュラム全体の修学効果は一定の成果を挙げたと判断している。

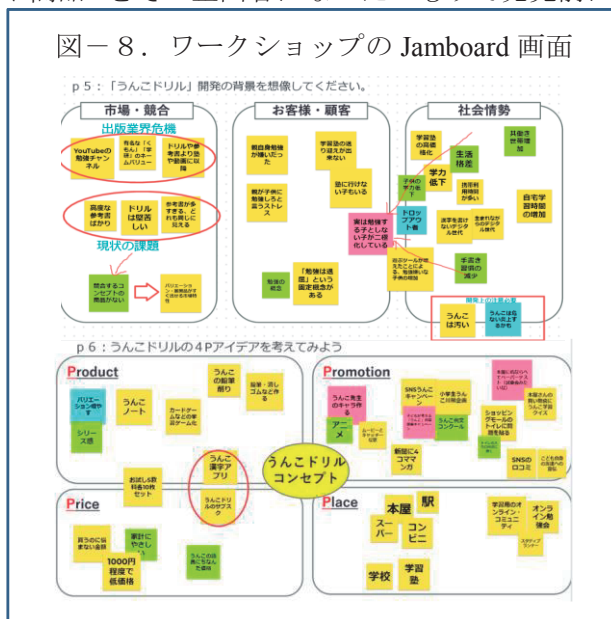
### 3-2. 社会人向けセミナーにおけるオンライン・ワークショップの活用

次に、ビジネスパーソン向けセミナーにおける事例を2つ、ある業界の管理者研修会での事例1つを紹介したい。このようなセミナーでは課題は2つあると考える。一つは、時間の制約である。この様なセミナーは通常半日～1日といった単位で開催される事が多く、長くても2日間程度であり、その中で所定の成果を達成する必要がある。二つ目の課題は、セミナー参加者はほぼ全員が初対面に近い状態であるということである。オンラインでワークショップを実施する場合、初対面のメンバーのラポールの<sup>5</sup>形成は非常に難しい。

#### 3-2-1. ビジネスパーソン向け「仮説力・企画力トレーニング講座」のケース

まず、2021年3月に実施した日本マーケティング協会<sup>6</sup>九州支部主催のオンラインワークショップ講座<sup>xi</sup>の事例を紹介する。マーケティングプランニングの基本フレーム（定石）を活用し、仮説力と企画力を身に付けることを目的に、“ヒット商品”をその企画者になったつもりで発売前に遡り、仮説や企画を想像して考える“逆算マーケティング”をワークショップ形式で進める形式となっている。九州を中心に10社14名の参加で実施された。

メンバーはzoomを使って参加し、Jamboardを併用して14名全員でワークショップを実践した。セミナーで行ったワークショップのJamboard画面を図-8に示す。詳細は割愛するが、フレームを使って、全員で仮説を付箋で出し合うといったワークショップを実施したが、同時多発的に付箋を出し合う事で、お互いに刺激され、多くの仮説が抽出された。図-8はセミナー終了後に筆者の方で少し整理加工を行ったものであるが、本セミナーの目的である仮



説力、企画力を醸成する十分なトレーニング効果があったと推察している。参加者からのコメントとして、「グループワークでも様々な視点からのアイデアが出されて、楽しい時間を過ごせました」「オンラインでの参加でしたが、とても有意義な時間を過ごせました。特に逆算マーケティング・トレーニングは週に1回以上はやるように心がけています。」「オンラインによる半日の講座でしたが、Jamboardを利用しリアルタイムでも意見を出し合ったり、フレームワークもパワーポイントを使用することで、対面と同じくらい効果的な講座でした。」「終わってみればあつという

<sup>5</sup> ラポール：心理学で、人と人との間がなごやかな心の通った状態であること。親密な信頼関係にあること。心理療法や調査・検査などで、面接者と被面接者との関係についていう。

<sup>6</sup> 日本マーケティング協会：https://www.jma2-jp.org/



間で、むしろ短く感じるほど。」といった高い評価を獲得している。

### 3-2-2. 「マーケティングエントリコース 2021」セミナー<sup>xii</sup>のケース

本事例は先述の日本マーケティング協会九州支部の事業の一つで、マーケティング関連会社の新入社員～2, 3年生の方、新しくマーケティング部門に配属された方を対象にしたマーケティングを体系的に学ぶ5日間15セッションのオンライン講座で、筆者はそのうちの1日分3セッション(「商品/ブランド開発」「マーケティング・リサーチ」「商品企画ワークショップ」)を担当した。その中の、商品企画ワークショップ(100分)の事例をここでは紹介する。3-2-1で紹介したセミナーと同様にzoomによるオンラインセミナーであったが、参加者が25名と大人数となったため、Jamboard(オンラインホワイトボード)とzoomブレイクアウトルームを活用した5グループに分けた少人数型ワークショップを行った。事前に事務局にはチーム分けを行ってもらい、既存のヒット商品のコンセプト作りをグループで実施するという内容で実施した。

100分程度の短い時間の中で、個人の参画とグループダイナミズムを作り出すことを目指し、最初に簡単なアイスブレイクゲームを実施した。



図-10. コンセプト作り (オンライン)

ファブリーズのコンセプト				
ターゲット	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人
共感情報	匂い	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人
RTB	匂い	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人
ベネフィット	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人
カテゴリー	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人

ファブリーズのコンセプト				
ターゲット	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人
共感情報	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人
RTB	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人
ベネフィット	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人
カテゴリー	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人	掃除機が苦手な人

「口に二画」というゲームで、口と言う漢字に2つ画をを足して多くの漢字を発想するゲームである。まず、1分個人で漢字を考え、次にブレイクアウトルームとJamboardを使って5つのチームで5分間、付箋で漢字を披露しながら、たくさん漢字を発想してもらった。同時多発的にホワイトボードに書き込める機能もあり、チーム内で他人の発想から別の漢字を思いつくといった、発想や連想のポイントを掴み、オンラインでのグループワークのやり方に慣れる機会となったと感じている(図-9)。

実際のワークでは、直前の講義「商品/ブランド開発」でレクチャーしたコンセプトワークをグループに分かれて実践した。図-10に実際に行ったグループワーク結果の一部を示す。

ブレイクアウトルームに分かれ、各グループで工夫して、人ごとに付箋の色分けをしたり、ホワイトボード上で並べ替えをするなどディスカ

セッションを行った上で、グループの提案部分を絞り込んで、全体で集まった所で、発表会という形でチーム間の共有を行った。短い時間ではあったが、座学で学んだ事を実習する場としてのワークショップの機能は果たせたと感じている。

### 3-2-3. 業界の管理職育成向けセミナーの事例

3つ目の事例は、公益社団法人熊本県看護協会が主催する「訪問看護管理者研究」の一コマとして実施している「マーケティング」セミナーである。訪問看護ステーションの管理運営に、昨今の競争激化を踏まえ顧客満足度向上を図る視点としてマーケティングの重要性が高まっている事を背景に、カリキュラム化されたものである。4年程継続して実施しており、丸一日間のスケジュールで午前中座学形式、午後はワークショップ形式という形で実施してきたが、昨年度はコロナの影響で、オンラインの座学のみで開催となった。本年度は、オンラインながら午後のワークショップについてもチャレンジすることとなった。ただし、参加希望者が50名を超えたため、2日間に分けて、4, 5名を一単位にして、初日が6グループ、2日目が4グループと2回に分けて実施する対応とした。

図-11. ワークショップの成果物



2日間に分けて実施する対応とした。

ワークショップでは、“新しい訪問看護ステーションの開設とその告知チラシ作成”をテーマとし、①現状の課題や機会をSWOT分析を使って整理、②ブランドの提供価値を設定、③ブランドステートメント策定、④告知チラシの作成という内容で実施した。例として2つのチームの成果物を図-11に示す。

当日、出会ったメンバー同士であるが、zoomのブレイクアウトルームとJamboardを使って、積極的に議論できている様子がホワイトボードの結果から見てとれる。また、最終の告知チラシ

作りも、遠隔ながら、各チームで工夫を凝らした演出を施して作り上げる事ができていると評価している。対面の模造紙×手書きによるアウトプットとはテイストは異なるが、グループダイナミクスを作り出せると感じたワークショップとなった。参加者の反応としても、「とっても楽しく研修ができました。チラシ作成まで体験できてよかった。」「演習まであり分かりやすかった。」「ジャムボードを使用し、共同でマーケティングが学べた。」「昨年も参加しましたが、今回はグループワークもありよりわかりやすく楽しく学べました。」「参加型で他のステーションの方の話も聞けて良かったです。」といった感想・評価が届いている。

#### 4. 考察（オンライン・ワークショップ実践のポイント）

以上、コロナ禍の中、試行錯誤しながらオンライン・ワークショップの実践に取り組んできたが、その方法と進め方については、対面型のワークショップと同様の部分もあり、対面型とは異なり特別な対応や準備が必要な事、あるいは対面とは違う効果が期待できる事など、いくつかのポイントが抽出できたので、整理・考察していきたい。考察にあたり、先述した“ワークショップの5つの特徴”と“3つの要素”に沿って議論を進めていく。

##### 4-1. 5つの特徴別のポイント抽出

###### (1) 参加

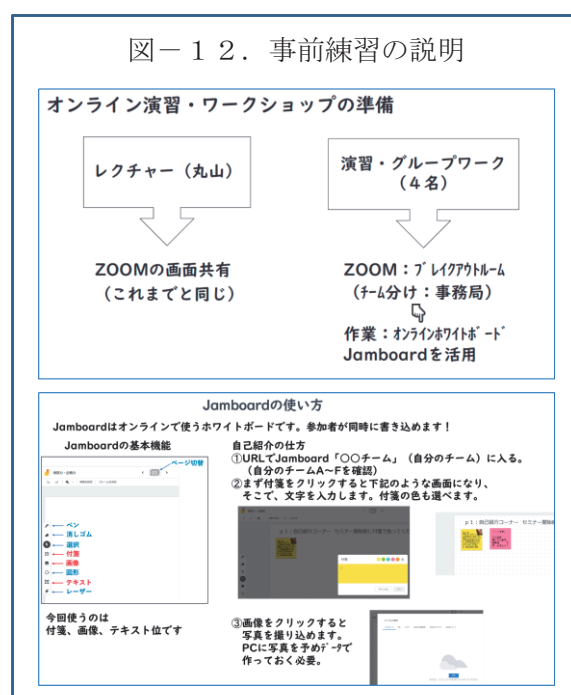
今回試行したオンライン・ワークショップでは、Web 会議システム（今回は zoom）とオンラインホワイトボードシステム（今回は Google Jamboard）を併用する方法を採用することで、遠隔でありながら、多くの意見を出し交換することを実現できたと感じている。付箋を使った情報出しという対面で経験のある手法がオンライン化されることで、取り組み易さが向上したと推察する。この方法をスムーズに進めるために、工夫したポイントをいくつか挙げる。

[ポイント1] 事前のオンラインホワイトボードシステムの練習設定

オンラインで集まった時にツールの紹介をした場合、全員がすぐ使えるとは限らない。足並みが揃わないとワークへの“参加”がうまく機能しなくなる恐れがある。そこで、今回のオンライン・ワークショップでは、事前にメンバーに Web 会議システムとオンラインホワイトボードシステムの使い方説明を発信した（図-12）。事前の練習として付箋で自己紹介を貼るという作業を設定する。メンバーが使い方等を事前に理解する機会ともなり、また、ラポールの形成にも役立つ。

[ポイント2] 付箋に書き出す前の個人時間の設定

通常の対面型ワークショップの場合は、模造紙と付箋を使って一斉に作業を行うが、オンラインで行うに当たり、数分間、自分でアイデアを考える時間を作り、その後に、オンラインホワイ



トボードで付箋への書き出しを行った。コンピューターの操作に不慣れな参加者もいるため、考える作業と書き込む作業を同時にスタートさせると熟練度の違いから“参加”にタイムラグが生まれることを避ける事が出来る。このことで、参加者の出す付箋の数のバラつきが減り、グループの積極的な“参加”が促進されたと感じている。考えて書き込む作業までが個人のペースでできるためか、対面の場合以上に、メンバーの均等な参加が実現できているように感じた。オンラインの場合、「声の大きさ」の要素が小さくなり、多くのメンバーが発言（声を出さない文字での発信）しやすい環境ができるということかもしれない。この点は、対面型ワークショップへも還元できるユニークなポイントと感じている。

## (2) 体験

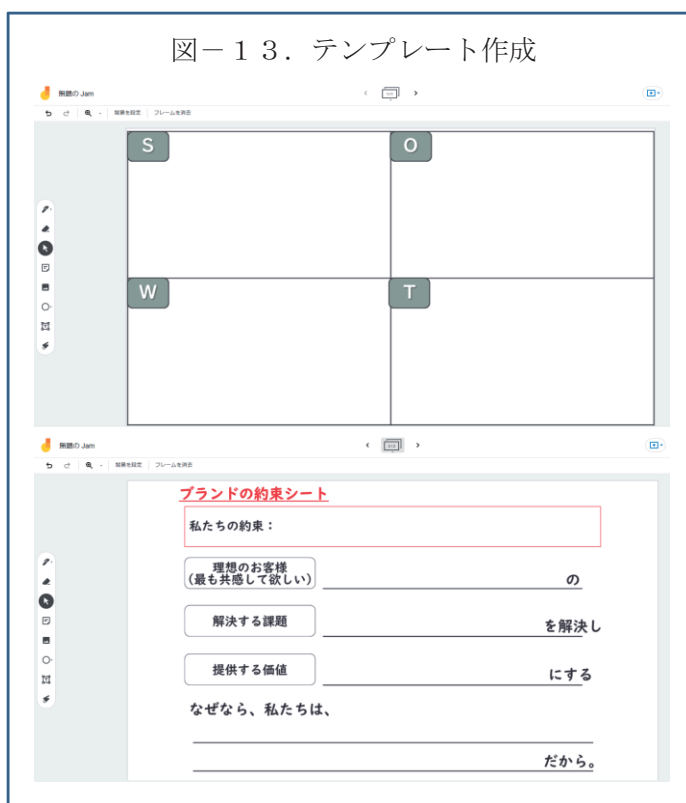
対面型のワークショップの場合は、会場や教室などの“場”が体験価値を高める効果を有し、そのため、会場のレイアウトや道具、案内など、さまざまな場づくりが必要と指摘されている<sup>xiii</sup>。

オンラインの場合は、なかなかそのような演出は難しいが、先述したように事前のJamboard練習で自己紹介コーナーを作るなどして、チーム作りを先行体験させたり、チーム名を作って紹介し合うことや、簡単なアイスブレイクゲームを行うこと、オンラインホワイトボードのテンプレート機能を活用して、SWOT分析やコンセプト策定などの本格的な取組を体験できる工夫を施した。

[ポイント3] オンラインホワイトボードのテンプレート活用

対面型の場合は、無地の模造紙を配布し、そこにメンバーでフレームを手書きする事で、グループでワークを進めていくことが多いが、オンラインの場合は、初めてのチームで誰かが阿吽の呼吸でチームファシリテーションをすることはなかなか難しい。また、個々のPC環境からの参加であり、非日常感の演出も出来ないことから、

テンプレートを使う事で参加体験価値を高める工夫を行った(図-13)。zoomのブレイクアウトルームを活用したグループワークを実施する場合、ファシリテーターが各部屋を訪問することは可能であるが同時に全部を見ることはできないため、どうしても、それぞれの部屋でメンバーだけで進行する事が多くなる。その際に、課題がテンプレートで示されていることで、自分たちのそこでの“やること”が明確になって、スムーズに議論が進められる様子が散見された。





### (3) 協働

ワークショップのダイナミズムの最も重要な要素と言える“協働”であるが、10名程度のワークショップでの全体ワーク、大人数の場合の小グループでのワークに関しては、オンラインホワイトボードシステムを活用することで、グループ内の協働作業はかなりのレベルで対面に引けを取らない形で実施できたと感じている。加えて、対面の場合よりも、付箋カードでのメンバー全員からの多くの参加（発信）が見られ、むしろ“小さい声”を拾える可能性も示唆されたと言える。

ただ、大人数での小グループに分かれてのワークセッションの場合、web 会議サービス（今回は zoom）のブレイクアウトルームでは、各グループが隔離された環境になるため、グループ間の相互作用が作れないという事は、“協働”を創出する上で、大きな壁になる事が分かった。大人数型の対面で実施するワークショップは、例えば図-14<sup>xiv</sup>のように、いくつかの島に分かれてグループディスカッションを展開する。自然と隣のチームの対話が聞こえてきたり、模造紙が見えたりといった無意識の情報の交換がなされる。盛り上がっている他チームに影響されて自チームに熱が入ってくる、さらには積極的に他チームに話をしにいく、といった光景も対面ではよく見られるが、リモートのグループワークの場合、そのような環境が形成しにくいのである。



自然と隣のチームの対話が聞こえてきたり、模造紙が見えたりといった無意識の情報の交換がなされる。盛り上がっている他チームに影響されて自チームに熱が入ってくる、さらには積極的に他チームに話をしにいく、といった光景も対面ではよく見られるが、リモートのグループワークの場合、そのような環境が形成しにくいのである。

#### [ポイント4] グループ間交流を促進する全体発表会の活用

20名を超える大人数でのセッションの場合、小グループに分かれてのワークショップを多用することになる。その場合に、グループ活動が終了する度に、「発表会」と称してグループ毎に発表する“場”を設定する。それによって、他のチームの対話の内容やアイデアを共有するという“協働”の機会を作る事ができる。多くの発表会を設定することで、多くの参加者がプレゼンすることになり、“体験“の場の提供にもつながる。ただし、発表会の頻度が多くなるため、対面型のセッションよりもその分時間を使うことになるため、ワークショップの設計では時間に余裕をもったプログラム作りが求められる。

### (4) 創造

今回実施したセッションの中で、“創造”につながるワークとしては、「コンセプト作りワーク」「告知ポスター作りワーク」が該当すると考えるが、特に、「告知ポスター作りワーク」では、まさにまっさらのホワイトボードを使って自由にポスターを作っていくという流れであったが、Jamboard の図形描画機能や画像貼り付け機能をうまく活用して、メンバーで工夫して行っており、通常の対面型セッションと出来栄えに大差はないと感じた。ある程度の創造的ワークはオンラインでも十分に可能であると判断している。



## (5) 学習

事例として挙げたワークショップでは、参加者の多くが一定の満足度を示しており、ワークショップとしての基本的な“学習”効果を挙げていると評価できると考えるが、オンラインホワイトボードシステムを活用した事で、そのURLを参加者が共有したり、主催者がホワイトボードをダウンロードして共有することで、記録が残りいつでもアクセス可能になり、事後学習に使えるという新しい利点が発見できた。また、授業での活用の際には、学生は授業と授業の間にグループでオンラインホワイトボードに書き込みあうという作業を行い、学びを深める予習・復習に効果的に使う事ができた。

### [ポイント5] ホワイトボードの記録を学習に活用

オンラインホワイトボードは、同時に複数で使える事で、今回ワークショップに活用しているが、それ以外にも、いつでもアクセスして作業ができ、記録として残せたり、PDFでアウトプットできるため、ワークショップの事前のデモや練習、自己紹介や、事後の学習や振り返り、期間のあるプロジェクトの場合、中間での個人作業やグループ間の意見交換の場として活用できる。当日その場以外での“学習”の可能性が広がると期待できる。

## 4-2. 3つの構成要素別ポイント抽出

### (1) チーム（グループ）

ワークショップへ参加するメンバーへのケアとしては、通常の対面式の場合のウェルカム雰囲気作り、対話促進の仕掛け、発言機会作りなどに加えて、オンライン参加の不安に対するケアが必要になる。web 会議システムやツール・アプリへの対応のケアが必要となる。具体的には、ワークショップの事前に、システムへのアクセスの確認や、ツール・アプリの試用などの準備機会を提供することで安心して参加できる環境づくりが可能となる。

### [ポイント6] 事前準備機会の提供

オンライン・ワークショップの場合は、参加者に向けて、事前のシステム／ツール／アプリに対する十分な説明と試用機会提供が成功のために重要なポイントとなる。

### (2) プログラム

ワークショップの設計に関する注意点としては、参加者のデジタル機器への慣れや習熟に差がある事を考慮し、導入時に使い方に慣れるための練習（例えばアイズブレイクゲーム）を入れるなど出来るだけゆっくりとしたスタートにする事が望ましい。また、オンラインでの作業をスムーズに行うために、ホワイトボードにテンプレートを入れるなど、遠隔で個人で作業する環境を想定した設計や、小グループワークの後にグループ間の情報交換の場（例えば発表会）を設定するなどの工夫も重要である。対面型と比較して、全体的に時間に余裕を持ったプログラム作りが求められる。

### (3) ファシリテーター

ファシリテーターがオンライン・ワークショップで最も苦心する所は、小グループでのワークのマネジメントである。現状の web 会議システムのブレイクアウトルームの仕組みでは、ファシ

リテータが個々のグループに入っていって観察や助言は可能であるが、全体を見渡す仕組みはないため、全体マネジメントが難しい欠点がある。ただ、今回採用したオンラインホワイトボード Jamboard では、ブラウザで複数のグループのホワイトボードを見る事ができ、一度に多くのグループの進捗状況を確認することが可能となった。対話は聞けないが、ワークの活発度や進行具合については、マネジメントがしやすくなったと感じている。

#### [ポイント7] ファシリテーターのマネジメント環境作り

小グループに分けてのワークショップは、参加者の参加促進や協働体験には非常に有効である

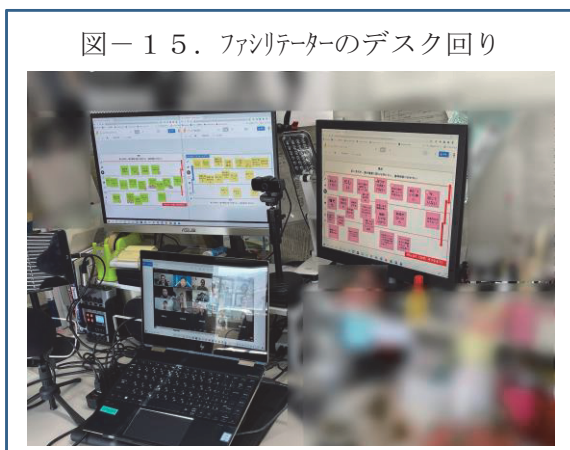


図-15. ファシリテーターのデスク回り

が、オンラインで実施する場合には、その全体マネジメントがファシリテーターにとって大きな負担となる。今回の web 会議システムとオンラインホワイトボードアプリを併用する方法では、小グループのワークショップをホワイトボードの書き込み状況をモニターしてマネジメントすることで、参加メンバーの参加度合い、協働度合いや進捗状況の確認がスムーズになる。図-15に、ファシリテーターとして今回運用した際の筆者のデスク回りの写真を添付する。このような形で各グループのモニターを行うことで、

グループ別活動の進行を把握する事が出来た。その際に、ファシリテーター一人で全体をマネジメントする場合、(筆者の場合ではあるが) 6グループ位が限度と思われた。そのため、3つ目の事例のケースではグループ数が10となったため、2日間に分けてセッションを実施する対応を取った。

#### [ポイント8] ワークショップキーパーの設置 (提案)

オンラインならではのワークショップマネジメントの難しさは、多くの参加者のデジタルデバイスでの参加のコントロールの問題が大きいと考える。①事前の試行のガイドの案内、②小グループでのワークショップを実施する場合は、事前にグループ分けを行いブレイクアウトルームに登録 (メールアドレス) することでスムーズにグループ活動に移行できる対応、③通信の不具合に対する当日の個別の対応、④急な変更に対する臨機応変な対応など、ファシリテーター一人で全てを回す事は、負担が大きい。ファシリテーターと共にセッションを裏で支える「ワークショップキーパー (仮称)」を置く事で、オンライン型のワークショップはその運営が大幅に改善されると提案したい。

## 5. 今後の課題と展望

新型コロナの影響で、多くの学校の授業やセミナーが遠隔対応を余儀なくされた中、様々な試行錯誤が行われている。その中でもグループワークやワークショップなど、より“参加”“協働”といったリモートで実現するのが難しいと考えられていた部分について、いくつか試行を行い、検討を行ってきた。いくつかの点で、対面の場合と同等レベルで実現できる仕組みや方法について考察でき、また、いくつかの点で、対面とは異なる新しい効果の実現につながる発見もあった

と感じている。

今後、システムやツール／アプリは、どんどんと改善強化が進んでいくだろう。そして、遠隔、オンラインであっても、参加、体験、協働、創造、学習といったワークショップの持つべき特徴を備えることが可能になると考える。また、距離を超える対話や創造の場として多様な人々の参加が可能なオンライン・ワークショップが実現できると期待したい。今回のレポートが多くの試行の一つとして、その実現への後押しになることを祈念する。

## 参考文献

- 
- i 『新型コロナウイルス感染症の影響による学生等の学生生活に関する調査（結果）』文科省、2021年 ([https://www.mext.go.jp/content/20210525-mxt\\_kouhou01-000004520\\_1.pdf](https://www.mext.go.jp/content/20210525-mxt_kouhou01-000004520_1.pdf))
  - ii 『学習者中心の教育』メルリン・ワイナー、勁草書房（2017年）
  - iii 『アクティブラーニングと教授学習パラダイムの転換』溝上慎一、東信堂（2014年）
  - iv 『PBL型授業において主体性が経験学習に与える影響』足立 晋平、中尾 憲司、山村 彩、伊吹 勇亮著 高等教育フォーラム Vol. 5 （2015年）
  - v 『コロナ禍下における大学教育のオンライン化と質保証』山内祐平、名古屋高等教育研究、第21号(2021年)
  - vi 熊本県立大学 2021年度第4回教務委員会資料より
  - vii 『ワークショップの学び論』広石英記著、日本教育方法学会紀要『教育方法学研究』第31巻（2005年）
  - viii 『ワークショップ・デザイン』堀公俊・加藤彰著 日本経済新聞出版社（2008年）
  - ix 『学生の「総合管理力」醸成を目指すPBL授業プログラムの構築』丸山泰、アドミニストレーション第23巻第2号（2017年）  
『高等教育における産学連携型ディープ・アクティブラーニングの開発とその評価に関する一考察』丸山泰、林麻貴、アドミニストレーション第25巻第2号（2019年）
  - x 『大学における産学連携型ディープ・アクティブラーニングの開発』丸山泰、第68回九州地区大学教育研究協議会発表論文集（2019年）
  - xi 『JMA九州オンライン ワorkshop「仮説力・企画力トレーニング講座」』九州マーケティング・アイズ Vol.97 日本マーケティング協会九州支部発行（2021年）
  - xii 『JMA九州マーケティングエントリーコース』九州マーケティング・アイズ Vol.98 日本マーケティング協会九州支部発行（2021年）
  - xiii 『イノベーション・ファシリテーター』野村恭彦著、プレジデント社（2015年）
  - xiv 『ワークショップ・デザイン』堀公俊・加藤彰著 日本経済新聞出版社（2008年）