

一対一の対話の場における視覚化の手法

～コーチング的メソッドを取り入れた一対一の視覚的対話「可視カフェ」の実践～

関 美穂子*
Mihoko SEKI

富田 誠**
Makoto TOMIYA

*アラワス
Arawasu

**東海大学
TOKAI University

あらまし：筆者は、鹿児島市を中心に市民を対象に、一対一の対話の場において、対象者の発話や思考イメージをその場で視覚化する取り組みを「可視カフェ」と名付け実践を行ってきた。本研究では、話者の発言をその場で視覚化するグラフィックレコーディングや、対話を視覚的に支援するビジュアルファシリテーションを、質問を通じて相手の考えを引き出すコーチング的メソッドを取り入れた「可視カフェ」の可能性を検討した。

キーワード：グラフィックレコーディング ビジュアルコーチング 可視カフェ

■1 はじめに

地域における住民の対話や共創の場の増加、イノベーションの促進のための異分野の人々が共創の機会の増加などを背景に、言語的な対話だけでなく視覚的に対話する機会が増えている。このような場では発話者の言動をその場で視覚化するグラフィックレコーディング(GR)や、発話の視覚化を通して対話を促すビジュアルファシリテーション(VF)が用いられており、筆者もそのような視覚化を行っている実践者の一人として活動している。

しかしながら、GRやVFが主に場の目的を達成する手段として用いられ発話内容も場に沿ったものである一方、一体一で対話を通して個人を視覚的にあらわすことはそれぞれが抱える明確化したい曖昧な思考を客観的な整理と俯瞰で支援する手段となる。そこで本稿では筆者が実践しているGRやVFとコーチングの要素を組み合わせた「可視カフェ」の実践をまとめ、その効果や可能性を考察したい。

■2 視覚化と一対一の対話

2.1 対話の場で用いられる視覚化

GRでは、人々の対話や議論の内容を聞き分け整理しながら、リアルタイムでグラフィックに変換し、可視化する[1]ことである。多様な人々が参加する課題解決を図る共創の場において、GRを用いることは瞬間に消えていく

思考のプロセスを可視化して合意を形成し、理解を促進する効果をもつ[2]。

安武[2]によると、現在日本では主に2つの手段で使われている。一つ目はセミナーやパネルディスカッションなど講師が一方的に情報発信を行う場では翻訳者として第三者に向けて情報をわかりやすく構造化する手段。二つ目はワークショップやアンカンファレンスなど、参加者同士が双方向的な情報の受発信を行う場では記録者とファシリテーターとして、課題解決のコミュニケーションの手段である。また、後者はファシリテーショングラフィック、ビジュアルファシリテーション(VF)とも呼ばれている。

2.2 一対一の対話

一対一でコミュニケーションをすることで相手を支援する手法は様々である。出野[3]によると、コーチング、メンタリング、カウンセリング、コンサルティングについてそれぞれ下記の整理ができる。

表1 目的の比較

	目的
コーチング	個人の目標達成・明確化、向上
メンタリング	職業への適応、成長
カウンセリング	個人の問題解決、心理的治療
コンサルティング	企業の課題解決、業績向上

表 2 対話のなかで支援者が行う質問の目的の比較

	質問目的
コーチング	気づきの引き出し
メンタリング	アドバイスのための状況確認
カウンセリング	診断のための情報収集
コンサルティング	診断のための情報収集

表 3 支援者と依頼者の関係性の比較

	支援者と依頼者の関係性
コーチング	走者と伴走者
メンタリング	師匠と弟子
カウンセリング	医者と患者
コンサルティング	登山家とシェルパ

出野 (2016) より筆者制作

また、コーチングとは、相手から答えを引き出すことを目的としたコミュニケーション手法であり、答えを教えるタイプのティーチングとは異なる[4]。この5つの支援手法のなかでは、筆者が実践している「可視カフェ」は、個人の目標達成、明確化、向上を目的とした、走者と伴走者に似た関係性を持つ。対話のなかでの質問は気づきの引き出しのために行われていて、極めてコーチングに近い。しかし1996年に設立された International Coach Federation でのコーチングの定義には「傾聴と質問の相互作用による明確化、気づきによるクライアントの進歩の促進・クライアントとの現在と望む将来に焦点を当てる支援[3]」とあるが、「可視カフェ」では依頼内容により過去の俯瞰と整理を目的とする場合もあるため、本稿ではコーチングそのものでなく、そのメソッドを取り入れたコーチング的手法と位置づける。

2.3 一対一の対話と視覚化

そして、視覚的なコーチングに関しては、元々GRやFGを制作していた Christina Merkley 氏によるビジュアルコーチングの実践があげられる。Merkley 氏が設立した SHIFT-IT COACH では、60名のビジュアルコーチらが所属しており模造紙のような大きな紙を用いた対面での制作、ドローイングタブレットを用いた遠隔での制作を行っており、30種類のワークシートを用いている[5]。

その他にも visual coaching という名称で活動している個人や団体が存在する。なお、ビジュアル=服装などの外見に対する指導や、視覚表現を用いた指導にもビジ

ュアルコーチングという言葉が用いられるがそれらは本研究で用いるビジュアルコーチングの対象とはしない。

コーチング的手法にGRやVFで用いられるリアルタイムな発話内容の視覚化を取り入れることで、メタファー化できる、支援者からのフィードバックの精度とスピードが上がる、対話の過程を視覚的に記録に残せて後ほど振り返ることができる、というメリットが生まれる。

■3 市民を対象とした「可視カフェ」の実践

3.1 概要

筆者はこれまでGRやVFに用いられるリアルタイムの視覚化と一対一のコーチング的な対話を組み合わせた実践「可視カフェ」をしてきた。以下が、活動概要である。

実施風景



「可視カフェ」について (2018/1/31 現在)

- (1)人数 : 103 人
- (2)期間 : 2016/10/1~2018/1/30
- (3)実施場所 : 主に鹿児島市内のオープンスペース、カフェやコワーキングスペース等 (一部県外有り)
- (4)今までの依頼者の属性
会社員 42%、自営業(雇用主) 20%、個人事業主 24%、パート 2%、公務員 8%、大学生 2%、その他 3%
- (5)費用 : 10,000 円 (税込、交通費別)
- (6)所要時間 : 事前案内 15 分、対話 2 時間
- (7)制作内容 : 基本的に話の内容を最初から紙にペンで描くことで全て視覚化し、思考の過程の記録を残す。最後に、必要な内容を一枚にまとめて再度整理することもある。

3.2 「可視カフェ」の流れ

- (1)申し込み・事前アンケート

インターネット上のフォームから、問い合わせを送る。併せて「可視カフェ」で何をしてほしいかのアンケートを行う。その後、時間と場所を設定する

事前アンケートの項目 (一部抜粋)

- ご希望の日程、場所を教えてください
- お仕事や趣味など、あなたが普段していることを教えてください。
- 今回可視カフェを申し込んだ理由は何でしょうか？ (お困りごと、課題など)
- それが、可視カフェを受けてどう変わることを期待されていますか？

(2)実施日程と場所の決定

アンケートをもとに実施の日時と場所を決定。主に「可視カフェ」の実施に向けた機が大きく2時間~3時間程度の滞在が可能な、会話の声が周りに聞こえても問題ないやや喧騒のあるカフェやコワーキングスペース等のオープンスペースを用いる。依頼者によっては相手のオフィス等で実施する場合もある。

(3)「可視カフェ」実施当日

事前に設定した日時と場所に集合して実施する。

「可視カフェ」の流れ

Iはじめに

支援者の自己紹介、実施内容の案内と確認を行う。

II課題と目標の設定

事前アンケートをもとに解決したい課題を設定し、「今日描いたものをどう使いたいか」の状況を視覚的にあらわす。

III対話

発話者の話したい内容を聞きながら対話し、リアルタイムでA4の白紙に話題ごとに用紙を替えながら内容を言葉や図、イラストを使い視覚的にあらわす。

IVふりかえり

最後に一枚ずつ紙芝居形式で順番にふりかえり、依頼者から感想などフィードバック

なお、IIとIIIの過程では、途中で発話者が自らペンを持ち、表現することを促すこともある。

(4)事後アンケート

インターネット上のフォームから実施内容に対するフィードバックのためのアンケートを行う。

事後アンケートの項目 (一部抜粋)

- 今回可視カフェをご希望された目的は達成されましたか？
- お話ししながらグラフィックを一緒に作る過程でお客様自身で何か新しい気付きや得られたものはありましたか？

か？

- 出来あがったグラフィックは、いかがでしたか？

(5)その他

依頼者が内容を印刷やウェブページに掲載するためにデジタルデータで必要な場合は、別料金で同じ内容をドローイングタブレット等を用いてデジタルで再制作する場合もある。

3.3 依頼のニーズ

先述の事前アンケートによると、「可視カフェ」へのニーズとしては以下の回答が挙げられている。

●今後自分がどんな働き方、暮らし方をしたいか可視化してみたい。思いが可視化されていつも見ることで、ありたい姿に近づけるようになりたい。

●じぶんで新しくビジネスの立ち上げを検討中。頭のなかでイメージはあるが、人に説明して自分で整理するための土台を作ることが苦手。自分の中の頭の中が整理されて、目に見えるようになってほしい。

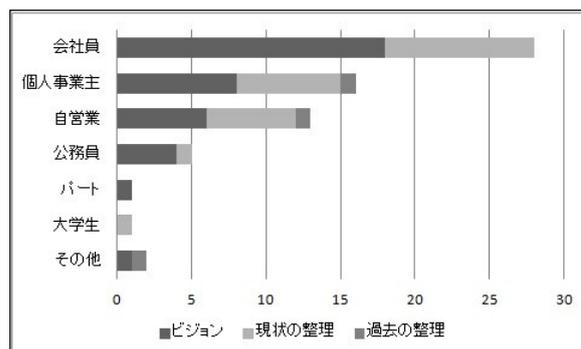
●人前で話をする機会が増えてきて、お客さんや新しく出会った人に自分の今までの話をすっきり話ができるようになると良いなと思っています。

このような「可視カフェ」の目的は、おもに自分の曖昧な思考をはっきりさせたい自己に対する明確化のニーズと、自分の想いや状況を可視化することで他者からの理解を得たい他者に対する明確化のニーズがあった。

アンケートをみると、明確化したいことはおもに3つの話題に分類される。なお、主とする話題が決まっていそれを話すために対話のなかで別の話題にまたがることも多い。

- (1)過去の整理 (今までの実績や歴史、今への繋がり)
- (2)現状の整理 (自分の強み、状況、想い)
- (3)ビジョンの整理 (構想、なりたい将来像)

表 6 依頼者の所属とニーズの関係



3.4 依頼者の評価

- 「可視カフェ」後、依頼者から以下の感想がみられた。
- 過去の事業のあゆみを中心にお話を聞いてもらったのですが、それらの情報が目の前でテキパキと整理され可視化していくのを見ながら、自分が自身を客観的に見られていなかったことがよく分かりました。
 - 書いていただいた絵を見た時のこんなイメージじゃないな～という違和感や問いかけから、ひっかかっているポイントや理想と思っている姿が明らかになりました。
 - いろいろ絞り出す過程で、自分の中にあったものがより明確に鮮明になった。ある程度のところで止まっていた思考が言語化された。

3.5 「可視カフェ」が依頼者にもたらすものとは

「可視カフェ」とは、言語コミュニケーションとグラフィックを介してお互いの認識を視覚的に共有した状態での言語コミュニケーションを組み合わせた、依頼者の思考の整理を場の目的とした一対一の対話である。

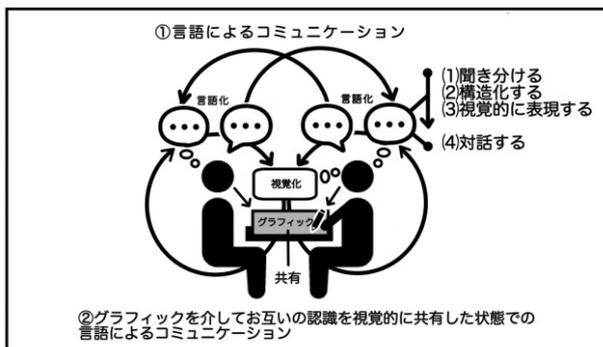


図1 「可視カフェ」でのコミュニケーション

このような「可視カフェ」は、依頼者に3つの機会をもたらしている。一つ目は先述の依頼者の感想の中にあつた「絞り出す」という表現にみられるように、自身が確かに持っている言語化されていない曖昧な思考を言葉にして表現する機会である。依頼者が自分の発話が視覚化される場に身を置き、思考を伝える支援者が目の前に存在することで、日常生活の中で曖昧にしていた思いを少しずつ「絞り出す」ように言語化していく。二つ目は、目の前で発話内容が視覚化される機会である。これにより依頼者が言語化した思考を支援者がどう受け取ったかというフィードバックがその場で直接視覚化される。そして依頼者が自身の発話内容やグラフィックへの違和感に気づき言語化の精度が上がり、発話内容の部分同士が繋がり輪郭が見え、自身の思考の全体像を明確に捉える

ことができる。三つ目は支援者からの問いかけを受ける機会である。支援者が発話内容を視覚化する際に、必要な箇所で色彩や表情など細かい線一本をどう描けば、グラフィックを支援者の明確化した思考に近づくか、依頼者に問いかける。また対話の流れをどう進めたいか問いかける。そうすることで依頼者の曖昧な思考に他者からの新しい問いの視点が入り、自身の認識の精度が上がる。このように、思考を明確化したい依頼者その機会を作り出すことこそが、可視カフェの効果であろう。

■4 おわりに

「可視カフェ」の活動を約1年実践してきて、依頼者の自身の無自覚な未来や強みが可視化されることで、存在意義、自己肯定感、社会的役割、アイデンティティを再認識されていることを感じた。こうして個人が力づけられることで、その集合体である地域社会の活性化にも通じるだろう。そういった意味では、共創や対話の場での集団の対話の可視化に加えて、一般市民に一対一で寄り添った可視化の実践も求められるのではないだろうか。今後は、高齢者に対する自分史の制作、地域史の制作、結婚や出産などライフイベントの記録など、地域における個人のものごとを明確化して残す視覚化の実践にも可能性を感じている。

■5 謝辞

「可視カフェ」の実践にあたり依頼者の皆様、活動を支援してくださる皆様に厚く御礼申し上げます。

参考文献

- [1] 清水淳子、「議論を可視化するグラフィックレコーディングの教科書」、ビー・エヌ・エー新社、2017
- [2] 安武伸朗、「グラフィックレコーディングの表現手法からアクティブラーニングの成果を考察する」、日本デザイン学会デザイン学研究、2015
- [3] 出野和子、「ビジネスにおけるコーチングの役割」、経営戦略研究 Vol. 10、2016
- [4] 浜田百合、庄司裕子、「コーチングの心理的効果に関する研究」、日本感性工学会論文誌 Vol. 12 No2、pp. 311-317 (2013)
- [5] <http://www.visualcoaches.co> (2018年1月31日アクセス)