

ツールで仕掛ける共創の場

Co-Creation

TOOL

編著：三宅由莉
いちた花奈



共創の「場」が活性化する
ツールのアイデア一挙公開！

Competition

Co-Creation

競争より共創。

共創しないなんて もったいない！

私はコ・クリエーション（共創）が大好きです。

この本を手にとられた方の中には、コ・クリエーションについて勉強し、頑張ってみようと思われている方がいるかもしれません。ページをペラペラとめくっていただければ、そんなに難しい本でないことは分かると思いますが、コ・クリエーションは我慢して作り上げるものではなく、やみつきになるほどおもしろいものなのです。

そういう私も少し前までは、グループワークの類が大嫌いでした。小学校でやられる壁新聞づくりは本当にいやでいやで。

その時の私は、「みんなでつくるより、自分ひとりでやった方が良いものができる」「自分だけでやって自分の手柄にしたい」「嫌だなと思っても言えないから妥協する」「不

完全な途中のものは恥ずかしいから見られたくない」…など、なんだかんだと余計な考えが頭の中を渦巻いておりました。（この本をその時の私にみせてやりたい）

「いいものを創るためにどうすればいいか＝タスク」ではなく、「自分がどう思われたいか＝セルフ」の方に大切なクリエイティブメモリをつかっていたわけです。

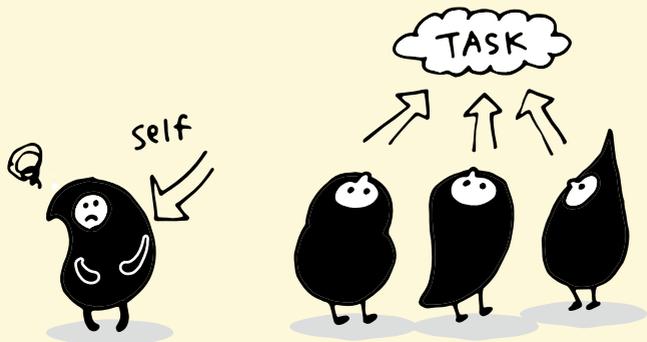
クリエイションのベクトルを「セルフ」から「タスク」へ向けることができれば、コ・クリエーションは必ずうまくいきます。

クリエイティブ力は、個人の能力ではなくコ・クリエーションの場にひょっこりと現れてくるものです。みんなのベクトルが「タスク」へ向かえば、まるで戦隊モノのように合体してパワーアップする、そんな感覚を体験できるはず。そのおもしろさに気づいてしまったら、

もう引き返すことはできません。

しかしながら人はやっぱり自分のことが気になる生き物。クリエイティブのベクトルを「セルフ」から「タスク」へ向けましようと言っても、なかなかベクトルを180度反対方向へ向けるのは難しいものです。

そんな時に頼るべきは「ツール」です。



ツールに頼ろう！

この本では、知らず知らずのうちにみんなのクリエイティブのベクトルを「タスク」へと向かわせるマジックツールの数々を紹介します。これがツール???と怪訝に感じるものもあるかもしれませんが、いろんなものがツールになり得るのです。

私たちはこれまで開発系のワークショップや参加型ラーニングイベント、サロンなど、人と人がつながって未来を模索する「共創の場」を数多くデザインしてきました。それらを通して思うのは、

共創の場は「共創」でしかつukれないということです。

私たちの経験から生まれた共創のためのツールが、少しでもお役に立てたら幸いです。

INDEX

はじめに	02
目次	06
答えなき時代だからこそ共創の場を！	10
ツールでしかける共創の場づくり	16



01 かまえるためのツール

活性化状態をどうつくる！？

■期待のデザイン

- ・ミッションカード 22
- ・フライヤー 24
- ・ドレスコード 26
- ・しつらえ 28

■居場所をつくる

- ・プレイスマット 30
- ・ウェルカムドリンク 32
- ・Talk シャツ 34

■いろんな側面を出す

- ・のりしろペーパー 36
- ・境界ツール 38
- ・モノ・ガタリ 40



●コラム：Salon 42 文化創造の「場」としてのサロンデザイン

さがす・えがくためのツール 45

共創の第一歩は思考のカケラ出し。 46

■表現のハードルを下げる 48

- ・おいしいペーパー 48
- ・一行一会 50
- ・つづきノート 52
- ・思考のデッサン 54

■発想を促す 56

- ・それから、それから 56
- ・イメージウィンドウ 58
- ・カットアップス 60
- ・ねんど 62
- ・リアクションボード 64

■なって・みて・わかる 66

- ・スゴロク 66
- ・カブリモノ 68

●コラム：Actingout 70 身体でやってみることが「場」に共感を生む。

03

ほぐすためのツール..... 73

凝り固まったらゆるめる。..... 74

■煮詰まってきたら..... 76

- ・メディアランチ..... 76
- ・メディアスナック..... 78
- ・場を動かす..... 80

■既成概念をこわす..... 82

- ・ミカタをカエル..... 82

04

つくる・つたえるためのツール..... 85

さあ、伝えよう！..... 86

■俯瞰する..... 88

- ・カードフォーマット..... 88
- ・モデル図..... 90
- ・トンボマップ..... 92
- ・グラフィックウォール..... 94

■編集視点を持つ..... 96

- ・マガジンフレーム..... 96
- ・プレゼン用フライヤー..... 98

05

つづくためのツール..... 101

共創は終わらない。..... 102

■余韻のデザイン

- ・おみやげ..... 104
- ・哲学つづり..... 106

■いつもある場所..... 108

- ・もやもやの本棚..... 108
- ・イップクバー..... 110

●コラム：unmeets..... 112

オンラインこそツールで共感をつくる。

06

Co-Creation Card..... 117

07

学びとデザインの道具論..... 131

上田信行 × 三宅由莉 × いわた花奈

エピローグ..... 147

共創＝デザイン × 学び いわた花奈

共創にはじまり、共創はつづく。三宅由莉

ツールでしかける 共創の場づくり

本書では、共創の場を以下の
5つのシーンに分けてツール
を紹介します。

01 かまえる

02 さがす・えがく

03 ほぐす

04 つくる・つたえる

05 つづく



Premise

期待・共有

期待のデザイン
居場所をつくる
いろんな側面を出す



Out of pieces

分解・探求

表現のハードルを下げる
発想を促す
なって・みて・わかる



Break

転換

煮詰まってきたら
既成概念をこわす



Fascinate

構築・提案

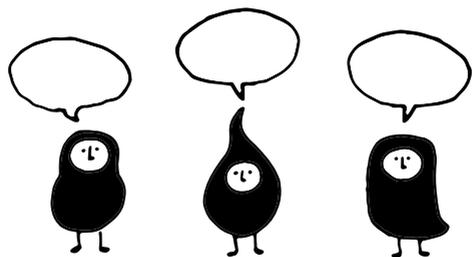
俯瞰する
編集視点を持つ



To the future

省察・余韻・発展

余韻のデザイン
いつもある場所



学びとデザインの 道具論



三宅由莉



上田信行



いわた花奈

学習環境デザインの KDKH

 いやぁ良い本だなって、いろんなこと思い出しながら読ませてもらいました。おふたりとは3年ほど一緒に学習環境デザイン（同志社女子大学）の授業をさせてもらって、その時にも相談しながらいろんなツールをつくりましたね。

 ここで紹介したツールに対する考え方は、3人で授業を共創させてもらったことがベースにあります。今日は久しぶりにこのメンバーで「ツール」に焦点をあてて話すのがすごく楽しみです。

 学習環境デザインという分野では、**K（空間）D（道具）K（活動）H（人**

=共同体）の4つの組み合わせで考えるわけですけど、僕たちがその中でも特に興味を持っているのは、「**空間や道具が人の考え方やコミュニケーションに影響を及ぼす**」というところです。これまでの教育というのは、一人の人が道具もなく、文脈を切り離して、その人がどれだけの能力を発揮するかということに着目してきましたけど、僕は最初から**能力というのは一人の個人の中にあるのではなく「関係性の中にある」と**考えているんです。誰とだったらアイデアが湧いてくるとか、どんな空間だったら話しやすいとか、何かを持つと安心できるとか。例えば僕は、ハンドマイクを持つとすごく集中して話せるんです。

 あ～それすごくわかります。確か

にハンドマイクって話しやすい。授業をしていたT556の教室のマイクがすごく話しやすかったんですよ。それってなんでしょね。

 マイクで声を通るから発声を気にしなくて大丈夫だからかなって思っていましたけど、「持つ」ということも話しやすさに影響しているんですね。おもしろい。

 そう、照明なんかも少し暗くしたり、少しワインを飲みながら話すとか。つまりその人が話す能力が高いというのではなくて、道具とか空間というものがすごく影響しているわけです。**状況込みの力**ということですね。だから教育のあり方も、話すトレーニングを一生懸命やりましようっていうだけでなく、どういう道具を使って、

どういう場で話すかということもセットで考える力をつけなきゃいけないわけです。

 上田先生はなぜ、教育という分野の中で道具や空間というものの力に興味をもったのですか？

 僕は、**学びというのは本来ソーシャルなもの**だと考えているんですね。一緒に何か経験することによって学ぶと考えると「**環境**」というものが重要だと気づいたんです。僕はもともと一人で学ぶのが苦手で。笑 今みたいに誰かと話しているうちにいろんな考えが浮かんできて、知らないうちに学んでいる。まさにコ・クリエーション（共創）を通して学びが起きているわけです。本の中にも**リアクションのツール**が紹介されて





いましたけど、僕はいつも相手の話を聞きながらどうレスポンスしようかとばかり考えているんですよ。受け身で情報を吸収しようと思って聞いてないから、いつもどう打ち返そうかって構えているんですね。僕は対話（コミュニケーション）を通してこそアイデアは立ち上がってくると確信しているの、誰とどういう状況で話さのうかっているのにはすごく気を払っています。

タンジブルな オブジェクトの力



デンマークのレゴ社の会議に出席した時のことなのですが、10人

ぐらいの会議の机にかっこいいレゴキットが1人に1セットずつ置かれているんです。それは会議に参加した人へのプレゼントなんです。そのレゴブロックを使ってあなたの研究プロジェクトを表現してくださいってまず言われるんです。この時点でもうさすがレゴだなんて。

レゴブロックで見立てて表現するんですが、オブジェクトで表現したものをみんなで共同注視 (joint attention) して話すと、参加者の視線もオブジェクトに集まって、誰でもすごくリラックスして話せるんです。特にいるんな国の人が集まっている会議なんかでは、英語で流暢に話せないからこそこういう道具の威力を感じますね。



確かに、道具があると上手に話せなくてもいい、たどたどしくてもいい。そんな空気をつくるのも良いところですね。



聞いている方が補ってくれる、身体を乗り出してオブジェクトを覗き込みながら。一方通行ではなくて、その場で一緒にアイデアを編むということを道具が触発してくれている感じがしますね。



みんなスライドをつくってプレゼンするんですが、あれってどうしても予定調和的に順番に進んでいくんですよ。ストーリーを前もって完結しておきたいから最後までつくっておくんですけど、聞き手からするとちょっと退屈なんです。今ここでリアルタイムに考えたことではないからです。だけど、このようなキューブ（机に置かれていた黄色いキューブの箱をとりあげて）に今日話したいキーワードだけ書いておいて、どうなるかわからないけど話しはじめる。その場で聞き手のリアクションを見ながら進める方が絶対におもしろいわけです。プレゼン

テーションも聞き手との共創で、キューブやレゴのようなタンジブルなツールが互いを媒介し、刺激し合うのですね。



本の中にも出てくるグラフィックウォールのおもしろいところは、順番に見なくていいところなんです。この話がこっちとつながるかもっていうのを空間的にその場にいる人と話せるんですね。全体を俯瞰しながら、**スポットライトは見る側が自由にあてられる。**



スライドのように順序だって進んでいくものには、聞き手側の自由度がない。口を出させない雰囲気があります。例えば、このキューブを共同注視しながら聞いたり話したりすると、その場にいる人の気配や反応をライブに感じるの、その「場」そのものをインタラクティブに変えていくことができる。オンライン会議でのやりにくさは、全体性がなく、情報が一つ一つ切り取られているからなのかもしれません。

素材を出して 一緒に料理をつくる

プレゼンテーションは一方的に話すためのものではなくて、その後のインタラクションを起こすための**素材提供**だと思えば、話す方も気が楽だし聞く方も順番を関係なく聞くことができるわけです。

その「**素材にする**」っていうのが難しいところなんですよ。

完璧なプレゼンテーションをされると、拍手喝采で終わるかもしれませんが、聞き手はそこに入る隙がないですよね。でも素材の状態を出してくれていると、こちらも手を出しやすいんです。

キーワードのように素材化されていると、それはもう話し手だけのものではなくなるから、一緒に考えることができる。それってコ・クリエーションにとってはすごく大事なポイントなんですね。

素材だからこそ、みんなで料理できる。料理されたものを出されたら手を出せないでもんね。

プレゼンテーションってすごく大事だって教育でもとりあげられていますけど、最近「プレゼンテーション」ってどうなの？って思うんですよ。一方的に話して、それが素晴らしかったとしても、そこからその場で何か生まれるのかな？って。だったらただとどしくても、今まだ考えている途中なんですってという**考えのカケラ**をバラバラと出してくれる方が一緒に考える余地があるなって。

僕の本（プレイフルシンキング、宣伝会議、2020）の中でも紹介してる**パスタプレゼン**は、ある会議に向かう新幹線の中で思いついたのですが、会議でみんなと話したいキーワードを手でちぎった和紙に書いて、それを見ながら話そうと。先程言っていた素材ですね。新幹線を降りてから、東京駅でカラフルなパスタとアレシーのパスタケースを買って、その中にキーワードを混ぜ合わせて持っ

ていきました。会議の場でそれをテーブルにざざっと出した瞬間、勝ったと思いましたね。笑 パスタの中に埋もれているキーワードを取り出しながらみんなで話したのですが、プロジェクトへのワクワクした期待感みたいなものが生まれたのを覚えています。もしもその時スライドでプレゼンしていたら全く違ったはずですよ。

パスタプレゼンは見た目も華やかで、宝探しのようにごそごとキーワードを探し出すという行為もいい。

このプレイスマットにも、キーワードがアラカルトで散りばめられていますね。ここに**プレゼントフル**

マインドって書いていますけど、これって僕が考えた和製英語なんですけど、プレゼンテーションも本当はプレゼントなんですよ。何かを伝えたいというだけじゃなくて、その心は**シェア**です。「こんなおもしろいアイデアあるけど、どう思う？」って素材を出すこと。つまり、**プレゼンテーションは「説得」ではなくて、プレゼント心に溢れた「提案」**かな。自分の提案を素材化して、その素材をつかってみんなが料理できるようにするってことですね。

そうですね。この魚釣ってきたけど、どうする？って出してほしい。

そうそう、イキのいい魚があっ



て、これ焼きますか？煮付けますか？ってその場で決めるっていうライブ感がおもしろいんですよ。



料理されていると食べるしかない。それって後は美味しかったか美味しくなかったか、評価するしかないってことです。



かなさんが言った**素材（マテリアル）**っていうのはすごく大事なキーワードですね。多分この本はたくさんのマテリアルを出してくれていて、だから僕はこれを見て、自分なりにいろいろ応用したくなるんです。これをそのまま使うというようなハウツー本じゃないんですよ。ツールを使うことの本質が分かるから自分のものとしてアレンジできるわけですね。自分のものにする**オーナーシップ**感覚ってこともすごくコ・クリエーションにとって大事なことです。

エモーショナルなアフォーダンス



今日はここに僕が話したくなるよ

うなキーワードが書かれたプレイスマットが敷かれていて、その上にチョコと苺とスパークリングワインが用意されている。こういう場に入った時には、自分はウェルカムされているんだ、自分の居場所があるんだ、という気持ちになります。

こういう状況だとすごくリラックスして話したくなる。ちょっとしたツールがあるだけで会話が活性化するのは間違いないし、誰もがそのことに気づいているんですが不思議と「会議」と名前がつくとそんなことをやるうとは考えない。近代建築の巨匠ルイス・カーンの言葉に **place of availability** というのがあるんですが、**ここに居ても大丈夫ですよと感じられる場**ってこういうことだと思うんです。



人って自分が必要とされていないっていうのは本能で察知しますし、そういう場ではできるだけ口をつぐんでしまいます。



ジェームズ・ギブソンの人は動きの中で環境からの働きかけによっ

て情報を獲得しているというアフォーダンスの概念がありますが、「ここに居ていいんだ」とか、「あなたはここに必要な人で、すごく楽しみにしてる」とか、そういうことを感じさせてくれる環境からの**エモーショナルなアフォーダンス**に着目してみるとおもしろいなって思います。



椅子のようなものを見て、「ここに座っていいんだ」と行動がアフォードされると、「ここに居ていいんだ」というような感覚がアフォードされるのは違いますね。駅のホームで一列に並んでもらうために、線を引いておくのは人の行動を促すためのデザインですが、もっとエモーションに働きかけて、人の行動を変えていくようなデザインがあるって話ですね。先程の先生がバスタプレゼンのために、カッコいいアレシーのパスタケースを使った話もそうですけど、別に機能性だけでみればビニール袋でもなんでもいいわけですよ。



そうです。百均のパスタケースだっ

であるわけですが、そこはアレシーでなければいけないんですよ。プレゼントなんですから。それで良い空気感がつくれて、良いアイデアが出るのであれば安いものですよ。それをパスタケースごと担当者さんにプレゼントしたんですが、データをUSBなんかで渡すのとは全然ちがいます。本の中で**余韻のデザイン**ということも書かれていましたけど、まさにそれです。それを開けた瞬間にその時の空気がケースから飛び出てくるわけです。



ビニール袋に入っていたら、まちがいがなく捨てられますね。笑



価値が全然変わりますよね。



今から考えると、すごく戦略的にやっているように思えますけど、その時はどうしたら喜んでもらえるかなとか、どうしたら場が盛り上がるかなとかしか考えてないですよ。



それがデザインの本質ですよ。

 これからは機能やハウツーではなく、もっとエモーショナルな部分に着目して場をつくっていく必要があるし、そのためのツールをもっと活用するべきですね。

 この本に出てくるものも、機能面からみれば、どれもいらぬものばっかりですもんね。笑

 エモーショナルなアフォーダンスって人の「知る」とか「考える」という認知的なことの中に「感じる」がセットで入っている道具ですね。

 「考具」って本がありましたけど、考えるための道具っていうだけじゃなく、そこにもっと感情的な

ものが入ってくるんですね。「良いアイデアを出すための道具」というよりは、「もっとおもしろい話ができ楽しくなりそうだな」、そういうための道具なんじゃないかな。もっと感情をアンプリファイするというような。そういう道具の考え方はあまり今までされてきていないですね。こういうエモーショナルツールはもしかするとすごくタンジブルなものの中にヒントがあるのかなって気がしますね。

場をあたためる ウォームメディア

 3人で授業をやっていた「メディア表現ワークショップ」という授業の中で板チョコにメッセージをラッピングするっていうのをやりましたね。チョコレートをもらって怒る人はあまりいないし、チョコレートがもっているビタースイートなちょっとほろ苦い感じもあって、そういうものにメッセージをのせるわけですね。メディアは乗り物なので、どういう乗り物にメッセージをのせるかによってコミュニケーションが変わってくるわけです。

 それはほんと上田先生の得意なところっていうか、うまいなーって思うところですね。モノもっている性質とかブランドをうまく使って、そこに乗っけるんですね。そのセンスにはいつも感心します。

 モノの価値がどこにあるかってい

う見極める目がいますよね。目利きですね。ここはチョコレートだっていう。

 お煎餅じゃなくてね。笑 お煎餅じゃなきゃだめな時もあるしね。

 そう、煎餅には煎餅のね。笑

 そうですね、モノの中にある本質を見極める力が必要ですね。非常に言葉にはしにくい概念のようなものをこういうタンジブルな道具で表しているんだという気がしますね。すばらしい道具論がここにはあるなって感じました。イヴァンイリイチの1973年に出された「コンヴィヴィアリティ(自立共生)のための道具」では、これまでのトップダウン型の産業構造を批判し、各々が自立的にいきいきと共生する社会をつくるための道具を示唆していました。ふたりが書かれたこの本には、共創の場をつくりだす「道具」によって、まさにコンヴィヴィアルな社会を実現しようという試みを感じます。



撮影場所：株式会社ビットデザインスタジオ

自分のことは 棚に上げる



本の冒頭にセルフからタスクへ意識を向けるためにツールを使おうって話がありましたけど、本当にそうだなと思います。

僕の研究の成果からみると、人は何か課題が目の前にあった時に、自分ができるか、できないか、という風に自分の能力へ意識を向けてしまうんです。だけど今大事なのは、あなたが「できる」or「できない」ではなくて、今ここにあるタスクに対して、どういう風に貢献しようかと考えることなんですよね。場を和ませて貢献することかでもいいんですよ。だから僕は最近、「自分のことはまず棚に上げてください」って言ってます。



そうそう。「自分事」にはしてほしいんだけど、自分のことは棚に上げてほしい。笑



自分ができる、できない“Can I do it?”は置いておいて、これを

みんなでどうすれば良いかっていう“**How can we do it?**”でタスクに向かってほしい。少し冷たく聞こえるかもしれないですが、あなた自身のことはどうでもいいんですって。笑

教育機関の中ではどうしても自分にベクトルを向けることが多くて、共創の場でもつい、自分は能力があるとかないとか、あいつに負けたくないとか、バカにされたくないとかね。そういうことを張り合ってしまうんですね。

一緒に何かをつくってこういう時にそんなことはどうでもよくて、今みんなで共同注視しているこのタスクに対して、どうしたらおもしろくなるかってことだけに集中して、自分事として取り組んでほしいってことですよね。



教育の世界では個々の成長を一番大切にしているのですが、教育を目的としたグループワークやワークショップは、結局個人の評価どとか成績に反映されていく仕組みになっていたりします。だからなのか、評価なんて関係ないという場でもその評価を気にする人がとて

も多い。本気で共創してほしい時にこれが一番困るんですけど、なかなか根深い問題だと思います。



人の成長や学びという面でも、本当は自分のことは棚にあげて、自分事にして、全力 HOW でタスクに向かえば、結果的に一人一人も成長するんです。けれども、こういう話をしてなかなか人は変わりませんから、そういう時に道具(ツール)が人のマインドセットを変えていくことができるってことです。

共創は遊び 道具から遊具へ



ここまで話してきて、コ・クリエーションのためのツールの可能性を改めて感じたのですが、極端に言うところには「**道具**」ではなく「**遊具**」と言っても良いかもしれないと思ってきました。

なぜかと言うと、コ・クリエーションだから意味あるものをつくりあげなきゃいけないって思うとどうしても機能に目が向けられて

しまうからです。そうではなくて結果よりも**プロセスを楽しむための「遊具」**なんだって言いきっても良いかもしれませんが。これって何の意味があるの?って聞かれた時に、これは「遊具」ですから使っていて楽しいんですよ!って言いきたいですね。



私たちもコ・クリエーションのプロセスは子どもの頃の**ごっこ遊び**にととても近いと思っているんです。少々おかしな設定でも気にせずやってみて、あーしよう、こーしようと思いつきを話しながら、遊びが次の遊びを生んでいく感じですよ。



おもしろいプロセスからしかおもしろいものは生まれないってことです。上田先生的に言えばやっぱり、共創ってというのは「**プレイフルの中に溢れてくるもの**」ということでしょうか。



まさにそうですね。笑
確実に結果を出すことを求められる社会ではなかなかこういうことを伝えるのは難しいのですが、こ

の本はまずは自分でもやってみようって簡単なところから入っていくこともできるのが良いですね。それでいて単なるハウツー本ではなく、本質的な道具の価値や共創の場の価値について考えたいくなる本でもあります。今日も本に誘発されてたくさんの道具論を話すことができました。だから僕はこの本を読んだ人が**自分なりの道具論を生み出すためのメタ道具**になればおもしろいなって思います。



「道具論」いくらでも話していたいですね。今日もたくさんのキーワードがこの場に生まれました。しばらくこれに浸りたいと思います。



これまでつくってきたツールを一冊に綴じてみることで、それがまた誰かのツールになっていくというのは感慨深いです。今日は3人で話すことで改めて「ツール」の中に込められてきたメッセージに気づくことができました。これからもまた上田先生と一緒に共創ツールを生み出していきたいですね。本日はありがとうございました。



上田 信行

Nobuyuki Ueda

同志社女子大学 / 名誉教授
ネオミュージアム / 館長

1950年、奈良県生まれ。同志社大学卒業後、『セサミストリート』に触発され渡米し、セントラルミシガン大学大学院にてM. A.、ハーバード大学教育大学院にてEd. M.、Ed. D. (教育学博士) 取得。専門は教育工学。プレイフルラーニングをキーワードに、学習環境デザインとラーニングアートの先進的かつ独創的な学びの場づくりを数多く実施。1996～1997ハーバード大学教育大学院客員研究員、2010～2011 MIT メディアラボ客員教授

Profile



みやけ ゆり

トロワ・メゾン代表
Actingout Design Lab 主任
Designer / Planner

学習環境デザイン、教育メディア、情報デザインの研究畑を出た後、企業の広報誌の編集、広報物制作の仕事に携わる。出産を機に独立。幼児期からのデザイン教育ツールの試作にはじまり、ワークショップツール、書籍、レポート冊子などエディトリアルデザインを中心に活動。現在は、株式会社ビットデザインスタジオ内に Actingout Design Lab を立ち上げ、商品開発やサービスデザイン等の UX 開発に広く携わる。



trois maison
<http://troismaison.net/>



いわた かな

アトリエ・カプリス
Designer / Illustrator

一般企業をはじめ教育、福祉など幅広い業種でビジュアルコミュニケーションの視点から価値創造を支援。ごきげんのデザインをモットーにもやもやをワクワクに変えるお手伝いをします。
・各種グラフィックデザイン
・教科書、書籍等のイラストレーション
・科学コミュニケーションにおける対話ツールのデザイン
・商品開発の現場での会議の可視化など



atelier caprice
<https://at-caprice.com/>



※紹介しているツールについて

本書で紹介するツールは、自分でもやってみることができそうなものを中心に掲載しております。是非チャレンジしてみてください。

左のQR マークのあるものについては
Co-creation TOOL Shop でお買い物していただけます。

Co-Creation Tool

～ツールでしかける共創の場～

2022年2月10日 初版第1刷発行

編著者：三宅由莉、いわた花奈

発行者：三浦義行

発行所：株式会社トール出版

〒540-0073

大阪府吹田市山手町4丁目1-32-501

TEL:06-6170-5001 FAX：06-6170-6001

©2022 Yuri Miyake , Kana Iwata

Printed in Japan

ISBN

レイアウトデザイン：三宅由莉

イラスト：いわた花奈

印刷・製本：株式会社グラフィック



9784908297076

ISBN978-4-908297-07-6

C0063 ¥2000E

定価(本体2,000円+税)



1920063020007



株式会社ト一ル出版