

アートを活用した新たな創造性プロセスについて ～Art/Arts提案書報告③～

A New Creativity Process Utilizing Art Thinking: Art/Arts Proposal Report 3

島青志*・中村美由紀*・尾澤知典*

慶應義塾大学大学院附属システムデザイン・マネジメント研究所

本研究は、社会の複雑性や不透明さが増す今後の社会の中で、一人ひとりが身につける必要がある創造性プロセスについて、理論に基づいた方法論を探求するものである。創造性に関する様々な研究では、社会システムの中で相互コミュニケーションが行われる「場」が形成されることが必要であることが示されている。そして本研究ではそのための方法論について、マインドセットとしてのアート（アート思考）及び手法としてのアジャイル（スクラム）の方法論に着目し、これらの方法論と創造性プロセスについて考察を行った。

キーワード：創造システム，コミュニケーション，アート思考，アジャイル

1. はじめに

企業や教育などを含む社会のあらゆるところで「創造性」の必要性が叫ばれてから久しい。

現在でも世界的に猛威を振るうコロナ禍をきっかけとした社会や経済構造の変化により、様々な分野でビジネスの需要が消失し、多くの企業でビジネスモデルの再構築が求められている。教育現場においても、学校という場に教師や生徒が集まって指導を行うという形態がとれず、新たにオンライン教育など今までにない新しい教育形態が求められた。

しかしながら諸外国では、小中学校でオンライン授業が進められたが、日本の公立学校ではこの変化に対応できず休校という形を取らざるを得ない状況となり、企業のいわゆるDXの普及の遅れの問題と併せ、日本の「変わらない」社会構造が浮き彫りとなった。

これからますます不確実性が高まるVUCAの時代では、大人子供を問わず、「創造性」を高めていかないと生き残ることができない。

アートはそれ自体創造的なプロセスであるが、そのプロセスを他の分野にも活用しようとするのがいわゆる「アート思考」で、企業やビジネス界から創造性やイノベーションに役立つ方法論として注目を集

めている。

一方で2010年頃より「デザイン思考」が企業の創造性やイノベーションへの期待から注目され、デザイン思考ワークショップが各地で開催されてきた。

しかし太刀川（2019）によれば、このような「デザイン思考ワークショップ」から画期的な新製品が生まれた事例は皆無であるという。太刀川は、ワークショップ等で生まれたアイデアやインサイトが、製品やサービス等に進化する過程がないことが問題の一つであるとしている。

アート思考やアート教育に関しても同様のことが考えられ、アートやアーティストの思考法を学んでもそれを創造というアウトプットにつなげるには「進化」あるいは「プロセス」が欠かせない。

本研究ではこの「創造性プロセス」に着目し、「創造性プロセス」とはなにか、それを高め、世に役立つ製品やサービスあるいは仕組みを創り上げるためにはどのような方法論を考えるべきかについて考察する。

2. 創造性プロセスとはなにか

2.1. 創造性の意味

創造性について辞書（実用日本語表現辞典）では「創造的であること。何かの真似ではない、独自の有

用な案を生み出すこと。また、その度合い。オリジナリティ。」としている。創造（クリエーション）と並んで、特に経営分野ではイノベーションという言葉がよく使われる。玉田（2015）は創造性に加え、それを普及させるプロセスを含んだもの、「新しいモノを創り出し、それを社会に普及させる」のがイノベーションであるとし、これに「創新普及」という訳語を当てている。

ドラッガー（1974）もイノベーションとは「価値である」と述べており、「イノベーションとは組織の外にもたらす変化であり、その尺度は外の世界の影響である。したがって、イノベーションは常に市場に焦点を合わせなければならない」としている。

一般には創造（クリエーション）は、何か新しいアイデアを思いつくといった、自分ひとりのできるものを指し、イノベーションはそれを社会に普及にさせるプロセスを含むものと区別することが多い。本論文では敢えて両者を区別せず、新しいアイデアを創出し、それを社会に普及させるプロセスを含めて「創造性プロセス」と呼ぶ。

2.2. アート・ワールド

アートの世界においても、絵を描く、造形物を制作するという自分一人（あるいはチーム）で完結するプロセスと、それが社会に提供され何らかの価値を生むプロセスに分けることができる。

ダントー（1964）はこの両者はアートの価値を生むためには一体不可分であるとし、アート・ワールドという概念を提唱した。アート・ワールドとは、アート作品の「価値が生まれる場」のことであり、例えばそれは、他の著名なアーティスト、批評家、学芸員（キュレーター）、ギャラリストやエージェント等によって成り立っている。それぞれのアートを取り巻くアート・ワールドがどのようなものかは、その分野によって異なるが、ひとつのアート作品の周りには社会的圏域（文化的コンテクスト）が形成され、それがアートに「価値」を生む場となると述べている。

2.3. 創造システム理論

このようなダントーのアート・ワールドのプロセスは、新しい製品やサービスが生まれ普及する（価値を生む）イノベーションのプロセス、即ち「創造性プロセス」とほぼ同じであることが見て取れる。

野中は知的創造理論（1996）の中で、自他の暗黙

知の共有の場を創造場と名付け、これが表出化して形式知化した後に、更に再び暗黙知化（内面化）するサイクルをSECIモデルでモデル化した。

また、社会システムについて、コミュニケーション（対話）を構成要素とする場であると定義したのはルーマン（1984）であるが、このルーマンの理論を基に井庭（2010）は創造システム理論を提唱している。

井庭によれば、創造性は心的システムと社会システム（即ちコミュニケーション）と相互作用することによる「発見の連鎖」である。

井庭はここでいう「発見」について、「アイデア」「関連づけ」「帰結」という三つの選択の総合によって生じる創発的な統一体と定義しているが、この発見が連鎖する、即ちポジティブ・フィードバックが回り続けることで「創造性プロセス」が生成されると述べている。

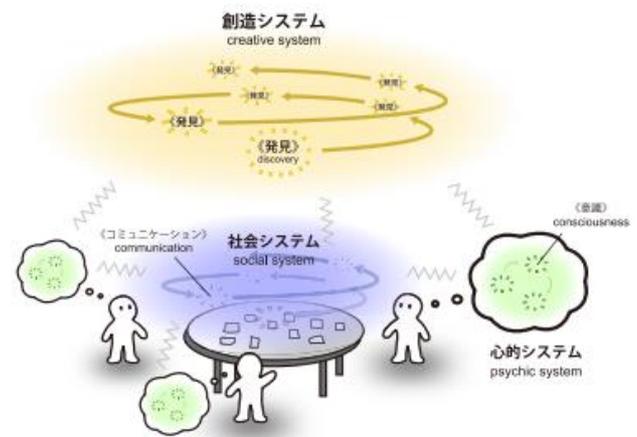


図1 創造システム（井庭 2010）

井庭の創造システム理論は、野中のSECIモデルや玉田やドラッガーのイノベーション（創新普及）の概念、さらにはダントーのアート・ワールドとも根底では共通するものであるのが見て取れる。

一人ひとりの心と社会の相互作用によりアイデアが「創発」され、更にその連鎖がアート作品や新しい製品・サービスが創造され続けていく。そのような「場」をつくるのが創造性を高めるためには欠かせないことを、これらの理論は示している。

3. 創造性プロセスの方法論

本章では、具体的にこのような創造性を高めるた

めには、どのような仕組みやシステムが必要なのか考察したい。

前章で創造性を高める創造性プロセスに置いて、その「場」が必要であり、その「場」の上で「発見の連鎖」即ちポジティブ・フィードバックが形成されることが創造システムの要点であると述べた。ここで言う「場」とは、ルーマンの言う「社会システム」、つまりコミュニケーションのことである。

3.1. コミュニケーション

コミュニケーションという言葉は、様々なシチュエーションで使われる用語である。例えば、上司が命令・指示を行い、部下がそれに応える。あるいは教師が質問をして学生が返答するというのもコミュニケーションであるが、これは一度きりの言葉の往復であって、そこにポジティブ・フィードバックは形成されない。

この場合の部下や学生の返答に対し、「その答えは間違っている」と上司や教師が述べ、さらにそれに対して部下や学生が異議を唱える、というように延々やり取りが続くケースもあるが、これは自己強化ループが回るポジティブ・フィードバックではなく、お互いのターゲットの違いを原因とするバランスループの振動現象に過ぎないので、そこでは創発の場は生まれにくい。

創造性を求めるのではなく、決められたルーティンワークをきっちり行う、学生に文科省が定めた指導要領の知識を覚えてもらうといった目的のためには、このようなバランスループを形成するようなやり方は有効である。

要はこの両者の使い分けが大事であるが、職場や教育現場では、バランスループを形成するコミュニケーション手法のみが注目され、自己強化ループ(ポジティブ・フィードバック)を形成するためのコミュニケーションのやり方は行われてこなかった。

そのような中で最近注目されているのが、マインドセットとしてのアートの考え方(アート思考)と手法としてのアジャイルである。

3.2. アート思考

ここ数年になってアート思考が注目されているのは、それまでにイノベーションや創造性のため役立つと注目されてきたデザイン思考との対比の意味がある。

ジェイコブス (2018) はアート思考の構成要素の

一つに「目標基準を設けない」ことを置いている。一般にデザインには「顧客の要求基準」というものがあり、その基準を満たすことに向けて作業を行うものであるが、アートは「予め定めた目標基準」とはならず、自分自身が納得できるまで作業を続けるものである。ロビンス (2018) も「デザイン思考は顧客中心 (Human Centric) であり、アート思考はブレークスルー (breakthrough-oriented.) 思考である」と述べている。

アート・ワールドや創造システムの場を形成するためには、コミュニケーションを通じポジティブ・フィードバックが形成されるようにする。そのためには、基準やターゲットを定めるのではなく、リミットを外す、ブレークスルー思考を心に留めておく必要があると考える。

3.3. アジャイルの手法と創造性

ものづくりの場では、今まで、顧客の要求基準を明確に定め、それを各パーツに分解して設計書通りに正確に造って組み立てるという「ウォーターフォール手法」が行われてきたが、そのやり方では変化する環境に対応するのが難しく、結局顧客の望むものを造ることができないというジレンマが続いてきた。

2001年、新たなやり方を模索する17人のシステム開発者たちが集まり「アジャイルソフトウェア開発宣言」を行った。そこで採用された宣言(マニフェスト)は、「プロセスやツールよりも個人と対話を、包括的なドキュメントよりも動くソフトウェアを、契約交渉よりも顧客との協調を、計画に従うことより変化への対応を価値とする。」というものである。

前項の考え方に照らせば、それまでのウォーターフォールをデザイン思考のプロセスに近いものと考えたと(実際両者のプロセスはよく似ている)、アジャイルは基準や限界を求めていないという点や、対話(コミュニケーション)や変化への対応を重視している点、ではアート思考の考え方に近いと考える。

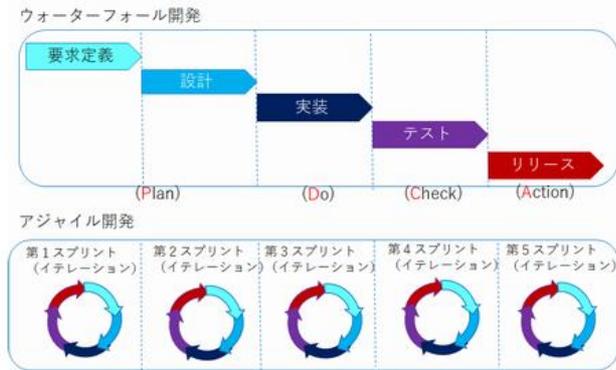


図 2 ウォーターフォール開発とアジャイル開発

アジャイル開発の代表的な手法である「スクラム」は、野中の知的創造理論を理論背景としている。(スクラムという名前も野中論文からとったものである。)

スクラムは数週間を一つの単位(スプリント)として、その前後に顧客と対話とフィードバックを重ね、顧客や市場に対応しながら漸進的、進化的に創造していくプロセス手法である。またその開発プロセスは少人数(5~9名)のチーム単位で行われ、そのチーム運営は自律的、自己組織化的であることが特徴である。

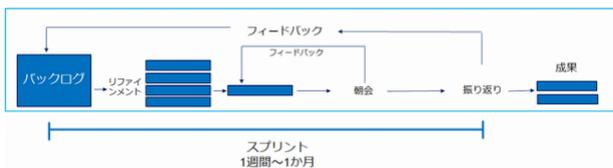


図 3 スクラムのプロセス

スクラムの手法は、現在では、システム開発だけでなく、マーケティングや組織マネジメント、さらには政府や学校にも普及し始めている。

教育現場では、eduScrumというチーム単位での自律的な教育手法がオランダや米国など中心に取り入れられはじめ、最近のコロナ禍でのオンライン教育の普及とともに注目されている。

4. 結論と今後の課題

本研究ではアートを活用した新たな創造プロセス

について考察し、ルーマンの社会システムの要素であるコミュニケーションと心的システムの相互作用によるポジティブ・フィードバックの形成が、創造システムの形成つまり創造性プロセスに必要なことを示した。さらにその実現のため、メンタルモデルとしてのアート思考、手法としてのアジャイル開発(スクラム)の手法に注目した。

今後はこの理論構築にさらに磨きをかけるとともに、教育やものづくりの現場のリサーチを行い、アート思考やアジャイルの手法を「創造プロセス」としての方法論化、フレームワーク化を行い、一人ひとりが創造性を発揮できる社会づくりに貢献していきたいと考える。

参考文献

- 太刀川英輔(2019). 生物の進化のように発想する「進化思考」DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー論文, ダイヤモンド社
- 玉田俊平太(2015). 日本のイノベーションのジレンマ. 翔泳社.
- Drucker.P.F.(1974).Management:Tasks,Responsibilities, Practices.” New York:Harper & Row.
- Danto,A.C.(1964). The Artworld. Journal of Philosophy LXI, 571-584.
- 野中郁次郎, 竹内弘高(1996). 知的創造企業. 東洋経済新報社.
- Luhmann.N. (1984). Theory of Society. Stanford University Press.
- 井庭崇(2010). 創造システム理論の構想. 慶應義塾大学 湘南藤沢キャンパス (SFC) 井庭研究室.
- Jacobs, J. (2018). Intersections in Design Thinking and Art Thinking: Towards Interdisciplinary Innovation. Creativity:Theories-Research-Applications, Volume 5:Issue 1, 4-25, 2018.
- Robbins, P. (2018). From Design Thinking to Art Thinking with an Open Innovation Perspective -A Case Study of How Art Thinking Rescued a Cultural Institution in Dublin. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 4 (4). pp. 57-73. ISSN ISSN 2199-8531.