

自己と他者の理解のためのワークショップに 関する一考察 —大学生と社会人を対象に—

小沢 佳奈, 細野真友子

キーワード：自己理解 (Self-understanding), 他者理解 (Understanding of others)

1. はじめに

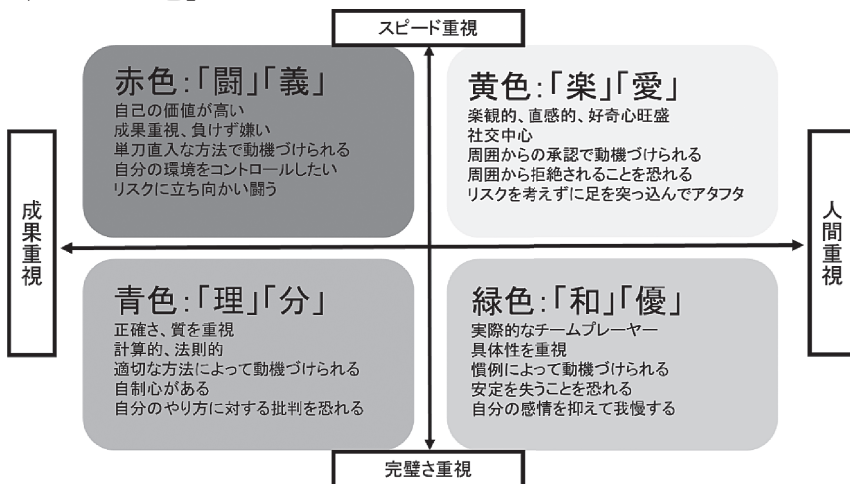
大学生をはじめとする若者のコミュニケーション力の低下が指摘されて久しい。たとえば、日本経済団体連合会が2010年に企業310社に行った調査結果によると、企業が最近の大学生に不足していると思われる知識・能力の第3位に「コミュニケーション能力」を挙げている。その一方、大学生の採用時や現場では、そのコミュニケーション力が非常に求められている。同じく日本経済団体連合会が2016年に709社の企業に調査した結果によると、新入社員の採用選考にあたって特に重視した点の第1位は「コミュニケーション能力」となり、13年連続で第1位を維持し続けている。コミュニケーションやコミュニケーション力については、様々な研究者や組織によって定義されているが、コミュニケーションとは、基本的に自分と、そして自分とは異なる他者との間でやり取りされるものである。より円滑にコミュニケーションを行い、コミュニケーション力を高めていくためには、コミュニケーションの主体である自分自身への理解と、コミュニケーション相手である他者についての理解を深めることが重要である。そこで、本稿では大学生と社会人を対象にそれぞれワークショップを行い、自己理解と他者理解にどれくらい効果があったかについて検討する。

2. ワークショップの構成

2. 1 「4つの心の色」

今回のワークショップ¹⁾は、DISC理論と演劇を組み合わせせた構成となっている。DISC理論は、もともと1928年にウィリアム・M・マーストンによって提唱されたものであり、人間の行動特性を4つのタイプに分類している。その後、他の研究者たちによって自己分析ツールとして発展していった。今回のワークショップではより理解が簡単になるようDISC理論を、人間が持つ「4つの心の色」(図1)として学生や社会人にレクチャーしている。「4つの心の色」とは、赤、黄、緑、青の4色である。赤色が強い人は、自己の価値が高い、成果重視、単刀直入な方法で動機づけられる、などの傾向がある。漢字で表すと「闘」や「義」であり、自分を信じ、一番先に行動を起こす傾向がある。黄色が強い人は、楽観的で社交中心、周囲からの承認で動機づけられる、などの傾向がある。漢字で表すと「楽」や「愛」であり、楽しいことや面白いと思うことにどんどんチャレンジしていく傾向がある。緑色が強い人は、実際的なチームプレーヤーで具体性を重視し、慣例によって動機づけられる。漢字で表すと「和」や「優」であり、協調性を重んじ、組織の和を乱さないよう自分の意見を抑える傾向にある。青色が強い人は、正確さや質を重視し、緻密にまた批判的に物事をとらえることができ、適切な方法によって動機づけられる。漢字で表すと「分」や「理」であり、冷静にデータなどの裏付けをとりながら物事を判断する傾向がある。人間はみな「4つの心の色」をすべて多少なりとも持っており、場面やコミュニケーションの相手によって、どの心の色が強く表れるかが変わる。

図1 「4つの心の色」



(Ena Communication Inc. (2016) 一部筆者改変)

2. 2 ワークショップの進め方

ワークショップに必要なものは、ホワイトボードや黒板、模造紙、赤、黄、緑、青のポストイット、色ペンである。ワークショップの進め方は以下のようになる。

Step1 「4つの心の色」の説明

最初にホワイトボードに図1を描きながら「4つの心の色」について説明をしていく。ここでは、より「4つの心の色」を理解してもらうために、言葉の説明だけでなく、講師自ら「4つの心の色」を演じてみると学生や参加者の理解が進む。たとえば、「大人二人がぎりぎりすれ違うことができるような細い道を歩いていたら、向こうから強面のおじさんが肩を揺らしながら歩いてきた。」というシーンで、この「4つの心の色」のうちそれぞれの色を特に強く持つ4タイプを演じて分けてみる。この「強面のおじさん」は、実は「リスク」の象徴である。それぞれ4つのタイプがリスクに対してどう対処するかを演じてみる。赤色が強いタイプは、リスクに立ち向かうので、たとえ向こうから強面のおじさんが歩いてきても、堂々と歩いてすれ違って見せるだろう。黄色のタイプは、リスクを考えず足を突っ込んでアタフタするので、楽しく歩いていたら強面のおじさんとぶつかってしまいアタフタするが、持ち前の愛嬌を發揮し、申し訳なさそうに笑いながら逃げ去るだろう。緑色のタイプは和を重視し、もめ事を避けるため「すみません」と言いながらさっと道をゆずるだろう。青色のタイプは計算的、法則的に動き、自制心があるため、冷静に相手との距離を測りながら、また万一ぶつかった時の対処法を考えながらポーカフェイスですれ違うであろう。そのような説明を行った上で、参加者に自分が最も強く持っている色を自己分析してもらう。また、「4つの心の色」は場面や相手によっても変化するため、どの色が一番強く持っているかについて迷っている参加者がいたら、「学校ではどの色が強いか」「職場ではどの色が強いか」など場面を講師側から指定してもいいだろう。

Step2 グループワーク

参加者の自分が一番強く持っている色が決まったら、同じ色をもつ人々でグループを作ってもらおう。人数はこれまでの経験から4～5人くらいが適当と考えられる。同じ色を持つ人が多い場合は、複数のグループを作成する。

各グループに模造紙1枚と色ペン一式を配布し、グループ同士で以下の項目について話し合い模造紙に書き出してもらおう。作成した模造紙は後ほど他のグループに対してプレゼンテーションをしてもらうことをあらかじめ指示しておく。

- ①チーム名
- ②このグループのメンバーの共通点
- ③このチームのマスコットキャラクター

④このチームのテーマソング

⑤このチームの取扱説明書（このように接してほしい）

項目③のマスコットキャラクターは自分たちのグループを象徴するようなアニメキャラクターや歴史上の人物，自分たちで考えた新たなキャラクターなどを考えてもらう。項目④も既存の楽曲でもオリジナルの楽曲でもよい。項目②では，自分と共通した色を持つ者同士で共通点を話し合うことで，項目③では選んだマスコットキャラクターや人物が自分とどこが似ているかを考えることで，項目④ではその楽曲がどのように自分たちを象徴しているかを考えることで，項目⑤では他者からどのように接してもらえることを自分は望んでいるかを明らかにすることで，より自己理解が深まると考えられる。

完成した模造紙は，参加者全員の前で各グループに発表をしてもらう。他のグループの発表を聞くことで，自分とは異なる他の3つ色を強く持つ他者がどのような特徴を持ち，どのように接してほしいと思っているのかを理解すること（他者理解）が可能となる。

Step3 「4つの心の色」を用いた寸劇

「4つの心の色」を理解したところで，Step2とは異なる4人グループにわけらる。この4人で「4つの心の色」のいずれかを持つ役を演じてもらう。これにより，自分の色とは異なる色を持つ人々がどのような心理や行動になるかを考えるきっかけとなり，他者理解が促進されると考えられる。配役と台詞は以下の通りである。

■シーン：朝の喫茶店

■配役：店員，顧客1，顧客2（残りの一人は観察者）

■台詞

店員：いらっしゃいませ

顧客1：コーヒー

顧客2：メニューください

顧客1：朝食べてないの？

顧客2：寝坊しちゃって

店員：当店はモーニングが人気ですよ

顧客2：じゃそれで

店員：かしこまりました

朝の喫茶店で待ち合わせした2人の顧客とそれに対応する店員の3人が織りなす寸劇である。台詞自体は多くないため，ホワイトボードや黒板に提示し，それを見ながら何度か行えば参加者も演じることに慣れてくるだろう。実際に演じるときは，顧客1と2

は椅子を向かいあわせて座り、店員は立って演じると喫茶店の雰囲気がでてくる。観察者は一步引いて座ってその寸劇の様子を観察する。何度もこの寸劇は行うため、観察者も含めて時計回りで役割を変えていく。

手順1：最初に演じる配役と観察者が決まったら、まずはそのまま台詞を言って演じる（演じることに慣れる）

手順2：時計回りで役割を変えたら、「店員、顧客1、顧客2はすべて『黄色の心』をもっている」という制約を課し、演じてもらう。この時、黄色の心を持っていることを視覚的に自他ともに認識してもらうため、黄色のポストイットを胸に張っておく。

手順3：グループ内シェアタイム。観察者からフィードバックをもらう。また演者にどのような点を意識して『黄色の心』をもつ人物を演じたかグループ内でシェアする。

手順4：時計回りで役割を変えたら、「店員は『赤色の心』、顧客1は『緑色の心』、顧客2は『青色の心』をもっている」という制約を課し、演じてもらう。この時、それぞれの心を持っていることを視覚的に自他ともに認識してもらうため、それぞれの色のポストイットを胸に張っておく。

手順5：グループ内シェアタイム。観察者からフィードバックをもらう。また演者にどのような点を意識してそれぞれの色をもつ人物を演じたかグループ内でシェアする。

このあたりになると演じることにだいぶ慣れてくるため、決められたセリフだけでなくアドリブOKにして演じてもらう。アドリブが入りだすと時間もかかるため、各グループの様子を見ながら時間調整する。また、時間に余裕がある場合は、手順4と手順5を違う心の色の組み合わせで何度か行っても良い。

手順6：時計回りで役割を変えたら、「店員、顧客1、顧客2の心の色は演者が各自で決めて、グループ内の他のメンバーには内緒しておく。演じた後にグループ内で答え合わせをする」という制約を課し、演じてもらう。胸のポストイットは外しておく。

手順7：グループ内シェアタイム。メンバー内で答え合わせをする。また演者にどのような点を意識してそれぞれの色をもつ人物を演じたかグループ内でシェアする。

写真1～3は学生にこのワークショップを演じてもらった時の写真である。何度か演じているうちに、この心の色を持つ人物ならきっとこんな台詞も言うだろうと考え、アドリブも増えていく。その台本に載っていない台詞に対して、また別の演者が台本外の

写真1 ワークショップの様子①



写真2 ワークショップの様子②



台詞で応じる。さらに周囲にあった小物も追加しながら演じているグループもあった。このように、慣れてくるとインプロビゼーションの要素を含んだワークショップと変化してくる。インプロビゼーション（以下、インプロ）とは即興の意味で、演劇や音楽、ダンスの分野で用いられている手法である。現在では、ビジネス研修や教育の現場でも用いられている。別役（2012）によると、インプロとは「その場の発想力と判断力と反応力で、瞬間瞬間に言動を生み出すこと」と述べられている。本来、コミュニケーションは台詞が決まっていることはなく、常に即興である。特にビジネスの現場や就職活動の場ではまさに「その場の発想力と判断力と反応力」が求められる。インプロはコミュニケーション力を上げるうえで重要な手法となっている。

写真3 ワークショップの様子③



Step4 振り返り

最後に全体で振り返りを行う。Step1～3を行って、どのような点に気付いたか、どのような点が難しかったか、全体的な感想などを全員でシェアする。

2. 3 参加者からの評価・感想

本稿では、2016年11月に流通経済大学1年生19名に対し、またフィットネス事業を行っているある企業に協力をいただき、2016年9月にその企業に所属しているトレーナー5名、店舗のオーナー1名に対して上記のワークショップを行い、その後アンケートに回答してもらった。

2. 3. 1 大学生の評価・感想

図2はワークショップの満足度を聞いたものである。「満足」「まあ満足」をあわせると約8割の人が満足したと答えており、学生の満足度がある程度得られたワークショップになっている。自由回答でワークショップ全体への感想を聞いたところ、多くの学生から「普段の自分とは違う自分を演じるのが楽しかった」「メンバーの演技を見ているのが面白い」「どのように人と接したら良いかわかるのでよいと思った」といった感想が挙がった。また、『世の中には色々な人がいる』という一般的によく言われるアドバイスについて、深く知ることができた」といったものもあり、実際に演じて体感することがこのような理解につながったのだろう。

続いて図3は『4つの心の色』の理解度を聞いたものである。「よく理解できた」「だいたい理解できた」を合わせると全員が理解できたと回答している。講師からの説明だ

図2 ワークショップの満足度

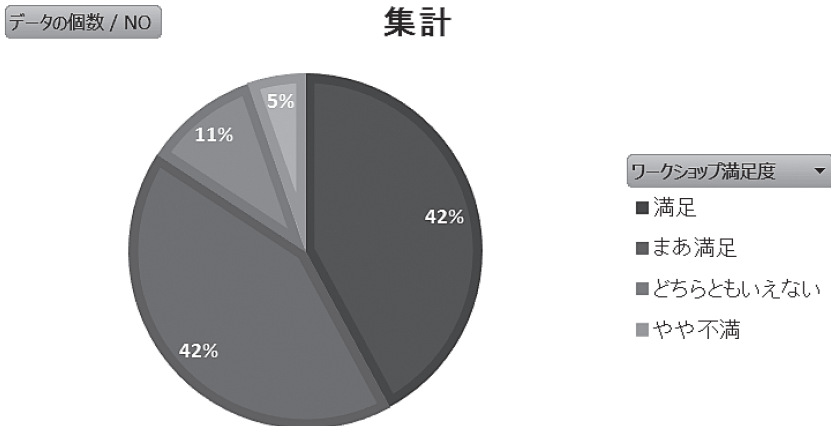
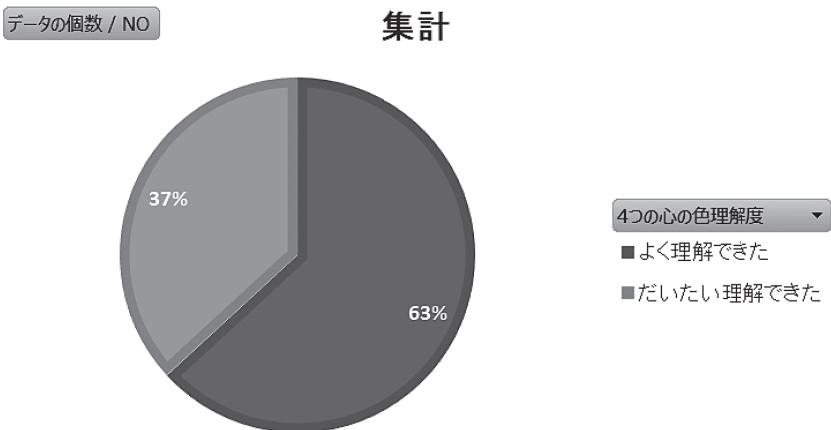


図3 『4つの心の色』の理解度



けでなく、自分と同じ色をもつ者同士で特徴を抽出したり、実際に4つの色を演じたりすることで理解が進んだと考えられる。自由回答として「緑色の人だけが集まると、互いに譲り合ってなかなか案が出ないからグループ活動がやりにくい」などワークショップをしていく中でそれぞれの色の特性を実感した感想が挙げられた。

続いて、自己理解や他者理解について考察していく。図4はワークショップによって自己理解が進んだかについて聞いた結果である。「そう思う」「まあそう思う」を合わせると9割の人がワークショップによって自己理解が進んだと回答している。自由回答として「赤色と青色を演じるのはとても難しかったけど、黄色と緑色は自分にあっていたので演じやすかった」「色々な色の役を演じてみて、普段バイトで働いている自分は赤色なのだと改めて感じた」「最初に自分の色を決めるとき、何色か迷ったけどワークショップを受けていくうちに自分の色がちゃんとわかった」など、実際に演じてみて、

図4 ワークショップによる自己理解促進の有無

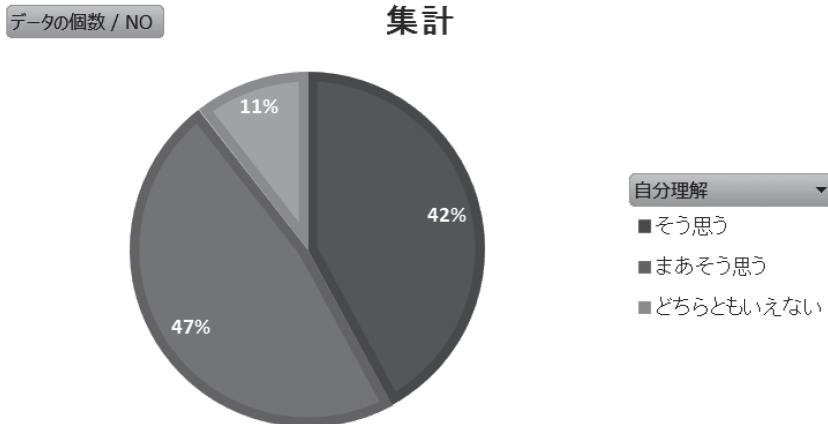
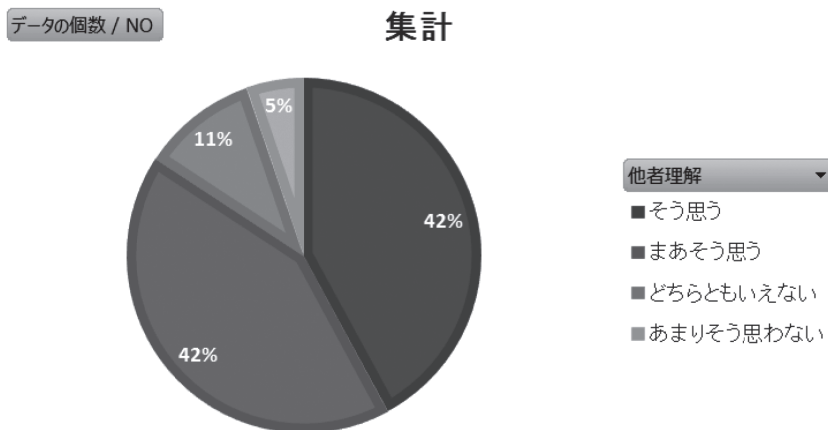


図5 ワークショップによる他者理解促進の有無

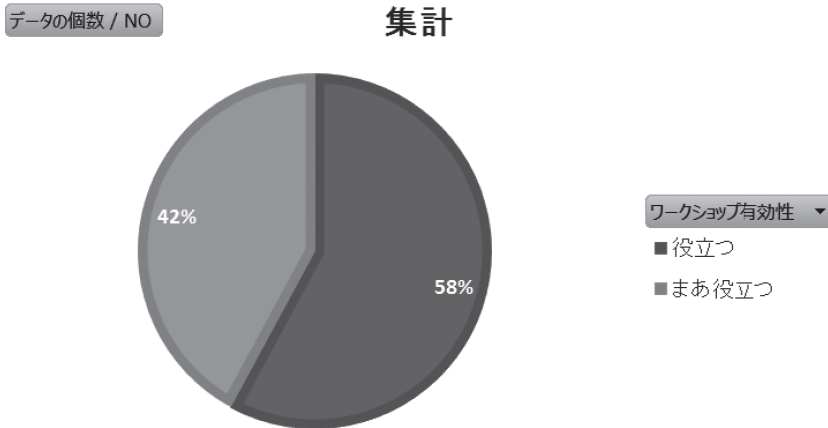


この色は自分の中に強くある色、この色は自分の中では弱い色など、自己理解につながる記述がいくつか挙がった。

図5はワークショップによって他者理解が進んだかについて聞いた結果である。「そう思う」「まあそう思う」を合わせると8割の人がワークショップによって他者理解が進んだと回答している。自由回答として「色々なタイプの人がいることがわかった」「他者の考え方や行動が理解できた」「『自分の考え方が正しい』という考えが弱くなった」「自分の性格が基準ではないということがよく分かった」など、自分とは異なる考えや行動をする他者への理解と、自分が基準ではないのだと認識する記述がいくつか挙がった。

図6はワークショップが今後の生活や人間関係に役立つかどうかについて聞いた結果である。「役立つ」「まあ役立つ」を含めると全員が役立つと回答している。

図6 ワークショップの有効性



また、今回のワークショップを受けて自分の中でどのような変化があったかを自由回答で聞いたところ、「もっと人に合わせられるようになろうと思った」「色々なタイプの人があるので気にしてみようと思った」「周囲のことを考えることが大切だとわかった」「相手のことを考えて行動したい」「客観的に周囲の人がどの色に属しているかを判断し、その人に応じて接していきたい」など、他者のことを考えながら行動していこうという意見が多く挙げられた。

以上の結果より、ワークショップの満足度も高く、自己理解も他者理解もこのワークショップによって進んだと多くの学生は実感していると言える。しかし、そう実感できない学生も一定数存在する。おそらく演じること自体に不慣れであることが原因と考えられる。自分には無い色を演じてみた感想を自由回答形式で答えてもらったところ、「自分には無い色を演じるのは難しい」という意見が挙げられた。演じること自体が初めての学生がほとんどで、さらに自分に無い色を演じるとなると難易度は高まる。この難しさを感じることで自己と他者との違いを認識することは重要であるが、中には難易度が高すぎると感じている学生もいるようで、その場合、ワークショップ自体が有効に機能しない可能性がある。これを克服するには、定期的にこのような演劇を取り入れたワークショップやインプロを行い、まずは演じることに慣れていく必要があるだろう。また、自分には無い色を演じるためには、その色のより具体的な理解が重要になる。そのためには、たとえば『ドラえもん』など有名なアニメを題材にして、そこにでてくるキャラクターの色を分析するワークショップを行うなどの方法が考えられる。具体的にキャラクターたちのどのような態度や言動がその色の特徴として表現されているかをグループ内で話し合うと、自分には無い色の理解もより深まる。このように、ワークショップはさらなる改善をして全員が無理なく自己理解、他者理解を促進していく必要がある。

2. 3. 2 トレーナーの評価・感想

フィットネス事業を行っているある企業に協力をいただき、その企業に所属しているトレーナー5名、店舗のオーナー1名に対して上記のワークショップを行った。トレーナーたちは日々顧客に対し1対1でストレッチやマッサージなどの施術を行っており、施術中は様々な顧客とのコミュニケーションが発生する。学生よりコミュニケーション能力は現場で鍛えられているため、今回のワークショップは社会人から見てどのように評価されるかが興味深い。

アンケートの結果、満足度は「満足」4名「まあ満足」2名を合わせると全員から満足という回答を得られた。また「4つの心の色」については、「よく理解できた」3名「だいたい理解できた」3名を合わせると全員から理解できたという回答を得られた。自己理解と他者理解に関しては自由回答形式で回答してもらった。その結果、「ワークショップによって曖昧だった自分のタイプが明確にできた」「他者に共感できる点もあった。自分の中に4つの色がどれも入っているのだと気づいた」「仕事とプライベートでタイプが違うので、自分がどの場面ではどのタイプなのか、どの要素が強いのかもわかってよかった」といった自己理解が促進された感想が挙がった。また、他者理解に関しては「自分にはない一面を演じたので、その人の気持ちが今までわかってなかったのだなと思った」「なんとなく接客で感じていた色々な人のキャラクターを具体的に知ることができてすっきりした」「違う立場を演じることで、相手との接し方、話し方を理解できました」といった他者理解が促進された感想が挙がった。ワークショップが今後の仕事や人間関係に役立つかどうかについては、「役立つ」5名「まあ役立つ」1名を合わせると全員から役立つという回答を得られた。今回のワークショップの感想を自由回答で聞いたところ、「相手を見ることも大切だと感じたので実践しようと思う」「今後はアルバイトスタッフにも今回のワークショップを共有してよい店づくりに役立てたい」「相手の立場に立って考えられるようになった」といった感想が挙がった。

以上の結果から、6名と非常に少ない人数ではあるが、現場ですでに顧客と日々接客している社会人にとっても、このワークショップは有効なものであり、自己理解や他者理解が促進されていると考えられる結果となった。

3. まとめ

本稿では、コミュニケーションにとって重要な自己理解と他者理解を促進することを目的に、DISC理論と演劇を組み合わせたワークショップを大学生と社会人に行い、その結果を考察した。結果として、いずれのグループでもワークショップの満足度も高く、自己理解と他者理解は促進されていると言える結果となった。ただし、今回ワークショップでは、大学生は19名、社会人は6名とわずかな人数を対象としたものとど

まっている。今後はさらに人数を増やし、どのグループでも同様な結果ができるのか検証する必要がある。また、1度のワークショップで自己理解と他者理解が完璧にできるわけではなく、「4つの心の色」というフレームワークから見た自己理解と他者理解が進んだにすぎない。そのため、定期的に同様の、または異なるフレームワークを用いたワークショップを開催し、さらに自己理解、他者理解を促進していく必要がある。また、今回はアンケート結果によりワークショップの参加者自身に、自己理解や他者理解が促進されたかを調査した。しかし実際に、自己理解や他者理解が進み、コミュニケーション力が向上しているかについては、講師や上司や周囲の人間が引き続き観察し客観的に判断していく必要がある。

注

- 1) Ena Communication Inc.取締役社長兼アプライドインプロヴィゼーションファシリテーター協会代表理事の樋栄ひかる氏によって考案されたものである。樋栄氏に深く御礼申し上げます。

参考文献

- 一般社団法人日本経済団体連合会（2016）『2016年度新卒採用に関するアンケート調査結果』（2016年11月15日）<http://www.keidanren.or.jp/policy/2016/108.html>
- 別役慎司（2012）『殻破りのインプロトレーニング Kindle版』株式会社ASCEND FEATHER。
- Ena Communication Inc.（2016）『行列ができる講師力講座Vol.5』資料。
- William Moulton Marston（1999），“*Emotions of normal people*; International library of psychology”, Routledge.