

リアルイベント開催のためのパターンランゲージ

江渡 浩一郎*

柴村 しのぶ†

1 はじめに

近年、ウェブ上での活動を背景としたイベントの開催がさかんに行われている。ブログでプログラミングなどの知見を公開していた人々が、日時と場所を決め、共に会って情報交換をする。そのようなイベントは、勉強会、読書会、研究会、ワークショップ、カンファレンス、シンポジウム、学会、ハッカソン、キャンプなどといった名称で呼ばれている。本稿ではそれらのイベントを、オンラインでのつながりと対比する形でリアルイベントと総称することにする。

このようなリアルイベントは近年増大傾向にある。リアルイベントについての情報を集積した「IT 勉強会カレンダー」[1]によれば、最近ではほぼ毎日どこかでリアルイベントが開かれている状況である。これは、インターネットとウェブの普及によって共通のテーマを持つ人々同士を見つけやすくなったことが背景にあると思われる。

学術分野では従来から研究会・学会などといった形で関係者が定期的に会合を持つことは一般的だったが、近年のリアルイベントの流行は、そのような学術分野の習慣が一般にまで広がったことと見ることもできるだろう。学術分野の組織に属する人たちだけが行ってきたリアルイベントを普通の人も行うようになってきたため、そのようなイベント開催のための知見の重要性も増していると言える。

筆者は、主催者や発起人、運営委員という形で、カンファレンスや勉強会といったリアルイベントに関わってきた。その経緯から、リアルイベントの開催に向けての知見をパターンランゲージの形でまとめることにした。パターンの記述形式は「シェファードイングのランゲージ」[2]、「絵本を読むときのパターン・ランゲージ」[3]を参考にした。

リアルイベントの開催準備の観点からは、参加人数の規模は重要な要素であり、規模の大小によって各々のパターンの適用可能性も変わってくると思われるため、その点はパターン毎に付記する。

1.1 舞台設定

あなたが、ある特定のテーマに関心があるとする。あなたはすでにそのテーマについて、ブログなどで情報発信を続けてきている。また、ブログや Wiki, SNS, メーリングリストなどといった場で、同じテーマに興味を持つ知り合いと情報交換を行い、オンラインコミュニティを形成してきたとする。そのような情報交換をもっと促進させ、自身の知見を深めるために、オンラインの枠を超えたリアルイベントを開催したいと考えたでしょう。

* 産業技術総合研究所 k-eto[at]aist.go.jp

† Wiki ばな shino[at]freedomcat.com

2 The Patterns

2.1 仲間を探す

あなたがリアルイベントを開催したいと思ったとき、いったいどこから取り組めばいいのだろう。オンラインでの取り組みならなんとなくわかるが、リアルイベントは考える要素が多すぎてどこから考えればいいのかわからなくなってしまう。

* * *

リアルイベントの開催という大きな仕事を一人で取り組もうとすると、すぐに煮詰まってしまう。一人では決められないような問題が発生したときに、やる気をくじかれ、プロジェクト進行が停止してしまうのだ。

同じテーマに関心をもっている人同士とはいえ、リアルイベントは異なる意見を持つさまざまな人が集まってくる場だ。考えなくてはいけないことがたくさんできて、頭がごちゃごちゃになってしまうかもしれない。一度にたくさんの人に意見を聞けば、そのなかには互いに相容れない意見もあるだろう。それらをひとりで一手に引き受けてしまうと、一人の人間の処理能力を超えてしまう。

しかし、よく考えてみれば、あなたはすでにオンラインコミュニティの中で経験を積んできていて、さまざまな知り合いと出会っているのだった。その中には、信用してもよいと思える人もいる。

それゆえ：

共にリアルイベントを開催しようという意欲を持つ仲間を探そう。これまでオンラインコミュニティで知り合った人の中から信頼できそうな人を探し、声をかけてみよう。

一人では決められないことでも、複数の人で話しながらであれば不思議と決められる。決断が迫られる場面でも、一人じゃなくて複数人で決めれば心強い。

イベントのテーマや運営について共に考え、プロジェクトを進めていく仲間を、ここで共同開催者と呼ぶことにしよう。イベントの方針に悩むことがあったら、共同開催者の意見に優先して耳を傾けよう。リアルイベントではさまざまな関係者の利害関係が衝突することがある。その場合、全員の意見を同時に聞くことはできない。さまざまな条件を考慮しつつ共同開催者と議論し、自分と共同開催者が共に納得できる解を見つけることを重視しよう。

共同開催者という立場でなくても、イベントの開催経験を持つ人をアドバイザーにつけるのも良いだろう。イベントの開催には失敗がつきものだ。アドバイザーによる他のイベントの過去の経験を知ることができれば、そこから得られるものは大きいだろう。

直接イベントの経験が無くても、自分を精神的に支えてくれるメンターを得るのも有益だ。一步距離をおいて見守ってくれるような人を味方につけると、精神的な負荷をおおいに軽減してくれる。

* * *

このようにして仲間を見つけることができたなら、次はイベントを具体的にしていこう。最初の一步は、イベントの性格決めだ。それには 名は体を表す について考えるとよい。

2.2 名は体を表す

無事仲間を探ることができたら、次にイベントの性格について考えてみよう。

* * *

イベントの性格はどのようにして決めればいいのか。イベントの対象範囲を明解にしないと、先に進めない。

リアルイベントは、オンラインではできなかった人とのつながりを作ったり、情報交換をするために開催するのだから、できるだけたくさんの人に来てほしいし、興味を持ってほしい。

しかし、自分たちで開催するからには、自分たちで手におえる範囲に収める必要がある。あまりに幅を広げすぎれば自分たちが興味のない対象まで扱わなければいけなくなるかもしれない。人が多すぎればそれだけ準備も面倒になる。かといってあまりに対象をせばめすぎると、参加者が集まらないかもしれない。一方で、限られた参加者でより深く密度の濃い話をするために、あえて対象を狭めると良い場合もある。イベントの性格決めによって、イベントの参加者だけでなく、イベントの協力者の性質も変わってきてしまうだろう。

イベントの性格を一言で説明できるようにしたい。「を対象としてのようにやるイベントです」ということを、部外者にも簡単にわかるようにしておきたい。

それゆえ：

イベント名を決めるというプロセスを通して、イベントの性格決めをしよう。

イベントの名前はとても大事だ。その名前自体がイベントの本質を表してしまう。イベント名が曖昧だと、そのイベントが何のためのものなのか部外者には伝わらない。自分たちが来てほしいと思っているような人にアピールしつつ、かつ可能性が開かれている名前を選ぶ必要がある。

実はこの課題にはすでに取り組み始めているはずだ。共同開催者にアプローチする際に、自分が開催したいと思っているイベントを「について話しあう(or 集まる)イベントを開催したい。一言で言えばという感じ」といった形で説明していることだろう。それが出発点となる。共同開催者と共に議論し、共に納得するようなイベント名を決めよう。

例えば、「Wiki について話し合う集まり」を開催したいと思ったとしよう。「Wiki 勉強会」という名前はありがちだが、これを聞いた人は Wiki について勉強する場だと思うだろう。「Wiki 研究会」であれば Wiki について研究する場だと思うだろう。筆者は、Wiki という曖昧な対象について議論するためには、研究成果というよりもむしろ実践した経験がある人を集めたいと考えた。そのイベントの名前として「Wiki ばな」[4] を選択した。「ばな」は「恋バナ」と同じ語法で、「話」の省略形である。このようなフランクなイベント名にすることで、固く難しくなく話し合う場を産み出すことができた。同様の言葉として海外では「Meetup」という名称が使われている。こちらも、会って話をするイベントという意味だ。

イベントを続けて何回も行うつもりであれば、イベント全体を通した名前と、個々のイベント毎のタイトルの両方を考えよう。初回は、単に「オープニング」などといった無限定の名前でいい。次回以降、サブタイトルを詳細化していく。

イベント全体の名前が適切な名前ではなかった場合は、変更することを考える。例えば、Ruby に関するイベント「日本 Ruby 会議 (RubyKaigi)」[5] は、2006 年の初回開催時には「日本 Ruby カンファレンス (Japan Ruby Conference)」[6] という名前だった。しかし、アメリカでは以前より「Ruby Conference」が毎年開催

されていて、英語圏の人にとっては紛らわしい名前だった。そのため、翌 2007 年より正式名称を「日本 Ruby 会議 (RubyKaigi)」 [7] に変更した。これによって、海外の人にも日本独自の Ruby に関するイベントというイベントの性格がわかりやすくなった。それだけではなく、「カンファレンス」という固い印象を与える言葉から「Kaigi」という柔らかい印象を与える言葉に変更したことで、「Kaigi らしさ」とは何かを自らが考えるきっかけとなり、イベントに独自性を出すことにつながった。

* * *

そうしてイベント名をつけたら、次は 最初に外枠を決める に従って、イベントの概要を決めよう。

2.3 最初に外枠を決める

仲間を得られ、イベント名をつけたなら、徐々にイベントの詳細を決めていこう。

* * *

イベントの詳細を決めるといっても、どこから決めていけばいいのだろうか。さまざまな制約条件が相互に絡みあっていて、どこから決めればいいのかわからない。

例えばスケジュールを決めようと思っても、もしその決めたい日が話者にとって都合が悪かったらどうしよう。もちろん誰に話してもらおうのかも決めていないため、スケジュール調整のしようもない。

とはいえ、何か決めないと始まらない。決めるとしたら、最初に決めると後からでは変えられなくなるようなところからだろう。

それゆえ：

イベントの外枠から決めていこう。一番明解な外枠は、日時と場所だ。

まず自分たちが参加できなければしょうがない。自分と共同開催者の都合のいい日時を決めよう。その日時で使える場所を候補の中から探す。場所はそれぞれ性質が異なる。大きな会場、小さな会場、高い、安い、いろいろある。自分が開催したいと思っているイベントは、そのうちのどの場所に対応するべきものなのかを考えよう。

安くて広くて使いやすい場所は、誰もが使いたいと思っている。そのような人気のある場所は、だいたい 1 年くらい前から予約が入る。だから、日時を決めたら、場所を決めて予約をとることを優先するのがいい。

逆に、参加人数の規模が小さい勉強会のようなものを開催したいと思っているのであれば、広い会場は必要ない。小規模な会議室であれば、比較的直前まで余裕があるはずだ。その場合は後述の《人選は誠実かつ大胆に》を優先するのがいいだろう。

日時と場所が決まると、後はその外枠に従って中身を決めていけばいいということになるので、決めることに対する悩みがぐっと減る。

時間と場所が決まったら、タイムテーブルについて考えておくといいだろう。会場を開ける時間と閉める時間が決まっていれば、おのずとイベントに使える時間も決まる。一人あたり何分で話すかを決めれば、全部で何人話せるかも決まる。そうしたら、その人数分の人選を行えばいいのだ。

このとき、タイムテーブルにはあらかじめ適度に休憩をいれておくようにしよう。人の集中力は 30~40 分程度が限界なので、その程度の時間毎に区切って、5~10 分の休憩を挟んでおくようにしよう。

話者の候補者に依頼をする際には、「この日にイベントをやろうと思っています」と具体的に日付を指定した上で依頼する方がやりやすい。日付、時間、場所、話す時間、他の候補者などといった情報が無いと、候補者も判断に迷う。できるだけ外枠をしっかりと決めていればこそ、話者も安心して引き受けられるというものだ。

* * *

もちろん、この方法は常に正しいわけではない。《人選は誠実かつ大胆に》にあるように、非常に重要と考える話者がいる場合には、その人のスケジュールを最初に確認して、その人の都合を優先する形でイベントの日程を決めよう。

2.4 人選は誠実かつ大胆に

イベントの日時と場所が決定したら、今度はいよいよ中身に移っていく。いったいどういうイベントにするのか。イベントを考えていて、一番楽しい瞬間だ。参加者数の規模が大きいリアルイベントの場合には、登壇者がイベントの中心となる。また、少人数のリアルイベントの場合には、参加者全員がイベントの重要な構成員となる。このように、イベントの規模の大小に関わらず、イベントにどのような人を招き、話してもらうかはリアルイベントの最も重要な要素だと言える。

* * *

イベントで話してもらう人は、どのように選べばいいのだろうか。突然依頼したりしても、大丈夫なもののだろうか。

いままではイベントに参加する側だった。プログラムの話者のリストを見て、面白い人がいるなと思ったことはある。でもいざそのイベントを自分で作る側に回ってみると、いったいどうやってそのような話者のリストを作ればいいんだろうと悩んでしまう。

でも、自分にはイベントをやりたいと思ったきっかけがあるんだ。すでにオンラインでの人とのつながりがあって、そこで知り合ったたくさんの方がいる。そういった人たちの話を直接会って聞きたいと思ったからこそ、リアルイベントを企画しようと考えたのだった。

それゆえ：

まずは自分に誠実に、自分が本当に話を聞きたいのは誰なのかを考えてみよう。肩書きや見栄ではなく、その人の話の中身に興味があるかどうか集中しよう。そうして選んだ人が、すごく偉い人だったり、逆に一度も人前で話したことが無いような人だったとしても、臆することなく大胆に依頼してみよう。

自分がイベントをやりたいと思ったきっかけからスタートするといいだろう。「この人の話を聞きたい、だからイベントを開催したい」そのように思ったきっかけがきっとあるはずだ。そのような自分の心の動きを大切にしよう。

この人の話を聞きたいと思った人が、すごく有名な人だったりすることもあるだろう。そのときは、まず自分がどれだけその人の話を聞きたいのか自問自答してみよう。そして、共同開催者と相談してみよう。絶対にその人の話を聞きたいという確信が持てるのだったら、ぜひトライしてみよう。

逆に、その人が一度も人前で話したことが無いような人だったとしても、そこであきらめるのは早すぎる。誰だって最初は初心者だ。話がうまい下手は関係ない。本当にその人の話を聞きたいかどうか集中しよう。その気持ちを誠実に伝えることができれば、きっと道は開ける。

もし適任者が思い浮かばなかったとしてもあきらめることはない。テーマ設定について適任者がいないかどうか、ウェブで探してみよう。共同開催者と一緒に探すといいだろう。

その分野には不慣れな場合、中心人物を一人選んだら、その人にその分野に他にどんな人がいるかを紹介してもらおうという手がある。その分野の専門の人であれば、横のつながりでいろいろな人を知っているはずだ。しかし、これはある意味その人を共同開催者として仲間に引き込んでいるのと同じことなので、信頼できる人かどうか注意しよう。

金銭的な報酬がないイベントだとしても、イベントのテーマや目的がはっきりしていて、意識の高い参加者が多そうだと認められれば、出演者にとってはそこに無形の報酬としての価値を認められることもあるだろう。また、講演料は支払えないけど、懇親会は無料にするという条件でお願いするのも一案だ。

当然だが断られることもある。落ち込むこともあるだろう。その場合は共同開催者に状況を聞いてもらったり、メンターに話を聞いてもらったりすると、気持ちが楽になる。

* * *

出演を依頼した人、参加してくれる人、イベントに興味を持ってくれた人、全てに誠実に対応することを心掛けよう。たとえ一人一人に挨拶をすることはできなかったとしても、みんな興味を持ってきているんだという意識を持って対応しよう。そうすることで、あなたが無報酬で動いていたのだとしても、報酬は思わぬ形でやってくるはずだ。

2.5 自分たちで作るイベント

リアルイベントを開催する際には、細々とした作業がたくさん発生する。リアルイベントでは日時と場所が決まっているため、当日のその会場でのみ発生する作業がたくさんある。具体的には、来場者の受付、会場内での誘導、資料の配布、会場設営・撤収、プロジェクトやネットワーク環境の整備などである。このような、リアルイベント開催にあたって発生する作業のことを、ここではスタッフワークと呼ぶことにする。また、このスタッフワークを担当する人をスタッフと呼ぶ。自分と共同開催者だけで全てのスタッフワークをまかなうのは無理があるため、多くの場合には自分たち以外のスタッフが必要となる。

* * *

さまざまなスタッフワークを手伝ってくれるスタッフはどうやって見つければいいのか。

スタッフワークを頼めそうな知り合いもすぐには思いつかない。お金が無いので、さすがにイベントの専門業者に頼むわけにもいかない。

とはいえ、イベントの外枠は決定したし、人選には興味を持ってもらえる自信がある。ここまで来たら、きっと面白いイベントになるんじゃないかと思っている。

それゆえ：

参加者にイベント運営の役割の一部を担ってもらい、参加者が自主的に働けるフィールドを作ることで、参加者が自分達自身で作るイベントにしよう。

イベントの概要を決定して公開しているのであれば、そのイベントに興味を持ち、イベントを運営する側として参加したいと言う人もきっといるはずだ。イベントの規模や運営方針によって、必要とされるスタッフワークの量や質は異なる。動員数が多い大規模なイベントと社内勉強会のような小規模なイベントでは、必要

とされる準備作業には大きな違いがあるだろう。しかしいずれにしても、参加者にスタッフとしての役割を持ってもらい、自主的に動いてほしいのであれば、あらかじめ必要なスタッフワークを割り出しておくことが必要となる。小規模なイベントであったとしても、役割が明示されていないと動きづらい。

もし来場者が多く参加しているメーリングリストがあるならば、イベント概要とともに、必要とされるスタッフワークの一覧を掲載し、そのような役割を担当してもらうスタッフを公募してみよう。または、ウェブに公式ページを作る で公式ページがある場合には、そこで公募してもいい。

当日スタッフが担当する仕事としては、会場準備、会場撤収、受付、タイムキーパー、議事録係などがある。会場撤収時の片付けなどといった作業は、人がいればそれだけ楽になるし、参加者の連帯感を築くことができるので効果的だ。

この時、やりたくない仕事を押しつけるという意識であってはいけない。イベントを作るメンバーの一員になってもらうという意識で対応することが重要だ。参加意識の強いスタッフの集うイベントは、メーリングリストだけでも、スタッフワークに関する事柄については、ひとつずつトピックと問題点が整理され、事前準備の議論が進む。それはあくまでも「自分たちでイベントを作る」という前提がある場合であり、そのようなメンバーを募集するのだ。

スタッフが当日会場でのどのように動くのかといった段取りに関する議論を、参加者からも見えるようなオープンな場で進めるといい。来場者も含まれているようなオープンなメーリングリストで、当日スタッフの配置などといった運営に関わる情報を流すと、スタッフはボランティアなんだということがみんなにも伝わる。そのような情報を得て参加する来場者は、スタッフの働きに対して配慮してくれるようになるかもしれない。

もちろん、個人情報など、スタッフだけが知るべき情報もある。そういった情報を共有するためのスタッフ間メーリングリストも別に作っておく。

当日スタッフは、事前にメーリングリストで役割分担を決めておき、当日の受付前の所定の時刻に手順の確認を行って、段取りを固める。

そして、現場でスタッフ自身が、イベントをすばらしいものにするに違いないと判断したならば、誰かに判断を仰がないで、自分で動いていいのだと伝えよう。その後、どのような判断をしたのか伝えてもらうようにしよう。当日、スタッフではない一般の参加者にも、スタッフたちがすばらしい働きをしたことを伝え、一般の参加者がスタッフとして参加することによって作られたイベントであることを伝えよう。

イベント当日、準備が整い、受付が開始されたら、主催者は、スタッフや参加者が動くのを暖かく見守り、イベントを「見届ける」ことを注力しよう。最初から主催者が仕事をかかえた状態にしてしまうと、その仕事に気がとられて、問題が発生しても気づかなくなってしまうことがある。主催者は見守ることが大事な仕事だ。基本的に全ての当日に発生する仕事は担当するスタッフを決めて、主催者の手は常に空いた状態にしておこう。

当日のスタッフワークをうまく割り当てることができず、主催者自身がスタッフワークを担当してしまうと、本来必要な仕事を行えなくなる恐れがある。主催者は 人選は誠実かつ大胆に で話者を選んだのに、せっかくのその講演を聞けなくなってしまうかもしれない。それは、設定したテーマや内容を次の展開に繋げる機会を失うことであり、非常に大きな損失である。そのため、主催者は講演者の話を聞くことが重要な仕事であることを認識しよう。当日はスタッフワークをしないという選択をし、全体を「見届ける」ことを優先するようにしよう。

もし当日のスタッフが自発的に動き、イベントを作り上げたのは自分たちであるという意識を持つようになれば、そのイベントは主催者にとって、最高の成功かもしれない。

* * *

人選は誠実かつ大胆にし、オープンな募集（後述）を行い、自分たちで作るイベントの準備ができたなら、当日は主催者であるあなたは、イベントで何が起こるのかを見届ける役目をするのがよい。

2.6 明朗会計

さて、無事にイベントを開催することができた。イベント終了後にやるべきことはなんだろうか。

* * *

また次もイベントをやりたい。そのためにはイベント開催者として信用してもらえるようになりたい。どうすればいいだろうか。

イベント終了後はだいぶ疲れている。関係者の方々にお礼を言うのが精一杯だろう。できるだけ労力はかけたくない。

でも、イベントに参加してくれた人には、最低限の説明責任は果すべきだろう。何が最低限の説明責任にあたるのか。

それゆえ：

イベントの収支報告をウェブ上で公開しよう。

不明瞭なお金の動きが無いかどうかは、イベントを外部から見たときに気になることのひとつだ。大きな会場を借りれば、ある一定以上の大きな金額のお金が動く。その場合には、もちろん参加者から参加費を徴収する必要があるが、参加者からすればそのお金が何に使われているのか気になるだろう。収支報告を公開すれば、お金の流れを明示できる。収支報告を明示していることは、イベント開催者への信頼につながる。

もし誰かの助けを借りることで会場代がかからなかったのだとしたら、そのことを明記すべきだろう。情報を公開することで初めて重要な協力者の存在がわかり、その貢献を次につなげることができるようになる。

主催者とは別に、金銭管理者を置くのもいいだろう。自分の名前ではなく、第三者の名前で収支報告が公開されていれば、より信頼感がある収支報告になる。

収支がプラスで利益が出ていた場合だとしても、金額を明らかにした上で、関係団体に寄付するなり、次のイベント準備に使うなりといった用途を明示すればいい。

* * *

イベント終了後はゆっくりと休もう。自分が何をしたいと思ってイベントを開催したのかを思い出し、イベント開催でその目標を達成できたかどうか、ゆっくりと考えてみよう。そして、次のイベント開催に向けて、英気を養おう。

3 パトレット

パターンにまで昇華できなかったが、小規模なパターンに近いものが見つかった。ここにパトレットとして記録を残す。

3.1 ウェブに公式ページを作る

状況：イベントを開催することが決まった。

問題：まだイベントの周知が徹底していない。

フォース：

イベント立ち上げ初期は誰もイベントの価値がわからない。

しかし、イベントのテーマや関わる人々がわかると、それに興味を持つ人がさまざまなアクションを起こしてくれる。

解決：ウェブに公式ページを作る。

結果：イベントに興味を持つ人が実際にイベントに来てくれることにつながる。

3.2 事前に顔合わせをする

状況：ウェブや仲介者を通じて話者と知り合った。

問題：主催者と話者に面識がない。

フォース：

事前に顔を合わせなくても、信頼できる話者であればいい話をしてもらえらるだろう。

しかし、話者によっては主催者の性格を事前に知っておきたいと思うだろう。

解決：事前に主催者と話者が直接会って打ち合わせをする。

結果：主催者のテーマに対する熱意を話者に伝えられるだろう。話者に安心してイベントで語ってもらえるようになる。

3.3 ポジションペーパーを用意する

状況：集まった人同士は、知らない人同士なので、話がはずまない。

問題：知らない人同士がお互いの考えてることを手っ取り早く知りたい。

フォース：

相手の名前やポジションがわからないと会話を始めづらい。

参加者は少人数なので、お互いに全員に紙を配布するといったことが可能。

解決：自分が今考えていることをポジションペーパー [8] という形式にまとめ、人数分用意し、互いに配布する。

結果：お互いが何を考えているのかわかるようになる。A4 一枚に語りたい内容がまとまっていれば、そのテーマについて初対面同士でも語り合えるようになる。これは勉強会などの比較的小規模な人数のリアルイベントを対象としているが、事前の顔合わせでも、ワークショップ形式のイベントでも、懇親会でも有効なパターンである。

3.4 大きな文字の名札

状況：リアルイベントには、さまざまな人が集まるため、お互いの顔を知らないという状況が発生しがち。

問題：会場で、名前を知らない人には声をかけづらい。

フォース：

会場には初めて会う人がたくさんいる。

しかし、集まっている人はオンラインで活躍している人が多いため、名前（ハンドル名）がわかれば知っているといる人がたくさんいる。

名前（ハンドル名）さえわかれば話しかけらる。

一般的な名札は文字が小さすぎて、近寄らないと文字が読めない。

解決：名札に大きな文字で名前を書いて、首からぶらさげる。例えば葉書 1 枚ぶんくらいの大きさの紙に大きく名前を書けば、遠くから見ても名前がすぐにわかるようになる。

結果：顔と名前が一致することにより、オンライン上での知り合いだった人同士がお互いの顔をわかるようになり、話がはずむようになる。

3.5 オープンな募集

状況：イベントの参加者を募集する。

問題：従来の募集方式では、どんな人が来るのかは主催者しかわからない。

フォース：

来場者は、単に話者の話だけでなく、他の来場者としてどんな人が来るのかにも興味があるはずだ。

イベントの性格から、誰がくるのかは公開してもいい情報である。

解決：オープンな場所（Wiki ページやこくちーず、atnd など）で参加者を募集する。

結果：そのイベントに誰がくるのかを、お互いにわかるようになる。参加者同士があらかじめ他にどんな人が来るのかを理解すると、ふだん会わないような人に会える期待感が増す。話者は聞き手を具体的に想像しやすくなり、想定聴者をつかめるため、話のレベルを合わせやすくなる。誰が参加するのかという情報そのものがコンテンツになって、人が人を呼ぶという現象につながり、熱意のある人が集まりやすくなる。もちろん参加を公開したくない人もいるだろうが、その場合は任意のハンドル名を認めるようにすればよい。

3.6 オンラインの感想

状況：イベント終了後、参加者がどんな感想を持ったのか、主催者は簡単には知ることができない。

問題：参加者の感想を聞く簡単な方法がない。

フォース：

従来のアンケート用紙を配って感想を書いてもらうという方式では、アンケート用紙を配って回収するという手間がかかる。

しかし、オンラインコミュニティを背景としたリアルイベントであれば、ほとんどの来場者はブログなどといった情報発信のための媒体を持っていることを期待できる。

解決：イベントの最中に、イベントの感想をブログに書いてもらうように呼びかける。「帰って日記を書くまでが Wiki ばなです」などという形でわかりやすく告知する。

結果：オンラインに感想が書かれることで、主催者は参加者のリアルな感想を知ることができ、モチベーション向上につながる。参加者にもよるが、アンケート用紙に鉛筆で書くよりも、ブログに書く方が書きやすいという人も多だろう。また、アンケート用紙は主催者しか読めないが、ブログであれば誰でも読めるため、参加者が感想を書くモチベーションにもつながる。そのようにして公開された感想がイベントの価値を高め、次回以降のイベントへの布石となる。しかし、ブログのような公開の場だけだと、イベントに対する厳しい意見

を言わずらいかもしれない。そのため、感想通知用のメールアドレスなども告知しておいた方がよい。

4 おわりに

本稿では、リアルイベント開催に向けてのパターンランゲージを提案した。これまでリアルイベントを開催してきた経験のうち、特にうまくいったと思う部分をパターンとして抽出することができた。

筆者は、近年のリアルイベントの流行には大きな可能性があると考えている。実際に本稿を執筆した筆者らは、リアルイベントを通して知り合い、同じ問題について考えていることがわかり、本パターンランゲージを共に執筆するに至った。つまり、リアルイベントを通じて共著というコラボレーションに至ったことであり、その可能性を示すことができたのではないかと考えている。

これまで以上にリアルイベントの開催に力を注ぐ人が増え、異分野間の交流が進み、既存の枠を超えた接点が生み出されることを期待する。このパターンランゲージがそのような人たちの手助けになれば幸いである。

謝辞

これまで開催してきたイベントの関係者や参加者に、深く感謝の意を表します。

参考文献

- [1] id:hanazukin: IT 勉強会カレンダー (2008).
<https://www.google.com/calendar/embed?src=fvijvohm91uifvd9hratehf65k@group.calendar.google.com>
- [2] Harrison, N.: The Language of the Shepherds: A Pattern Language for Shepherding, *Proceedings of the 6th Annual Conference on the Pattern Languages of Programs* (1999).
- [3] 結城浩: 絵本を読むときのパターン・ランゲージ (2001). <http://www.hyuki.com/writing/ehonpat.html>
- [4] Wiki ばな: Wiki ばな (2004). <http://wikibana.socoda.net/>
- [5] 日本 Ruby の会: RubyKaigi (2006). <http://rubykaigi.org/>
- [6] 日本 Ruby の会: 日本 Ruby カンファレンス 2006 (2006). <http://jp.rubyist.net/RubyKaigi2006/>
- [7] 日本 Ruby の会: 日本 Ruby 会議 2007 (2007). <http://jp.rubyist.net/RubyKaigi2007/>
- [8] 江渡浩一郎: ポジションペーパー方式 (2004). <http://eto.com/d/PositionPaper.html>