

■住民グループリーダー研修事業/事業報告

日時：2007年2月2日（金）9:30 から 15:30

場所：三間コスモス館

参加者：参加者 33 名



【研修内容】

1. ファシリテーショングラフィック

グラフィックファシリテーションとは、板書を使って会（話し合い・議論）をよりスムーズに進行させるための手法の一つ。コミュニケーションをより円滑にすすめるために、言葉だけでなく視覚情報を一緒に提供する。

（1）ファシリテーショングラフィックの効果

- ① 話し合いの流れをわかりやすくする
- ② 話し合いの成果について共有の記憶を持てる
- ③ 自分の意見が全員に伝わったという確認ができる
- ④ 話し合いや発想を刺激し活性化する
- ⑤ 感情的な論争を避けることができる

（2）話し合い（会議）の形態/会場作り

ファシリテーショングラフィックを用いて会議を進める時、その参加人数や会のテーマによって会場設営やイスの配置を考慮する必要がある。

参加人数 3～5 人の場合・・・一つのテーブルを囲んで近距離で

参加人数 10～15 人の場合・・・ファシリテーターを中心に机をコの字にして

参加人数 20～30 人の場合・・・イスだけを持ち寄って扇形に

参加人数 40～50 人の場合・・・島（グループ）を作って

（3）ファシリテーショングラフィックの基礎テクニック

① 道具を使い分ける

1 本で線の太さが変わるマーカーを使って色や太さで表現する

② 文字の書き方

大きくメリハリをつけて

③ 強調ポイント

ドット・番号・記号・ローマ字・アンダーライン・囲い・サイズアップ等

④ 発言者のニュアンスを表現する

・・・しよう！（呼び掛け）・・・したら!?(提案)・・・して欲しい（要望）
吹き出しで表現（つぶやき・意見・アイデア）

⑤ 関係性を表現する

一つに囲む・矢印で相対させる・ラインで結ぶ

******今回の研修会の参加者、デザイナー寺内浩司さんからアドバイス******

「今回の研修では、グラフィックファシリテーションの技術について学んだが、一方でなんのために板書したり、企画書を書いたりするのか？」ということを考えて欲しい。それは、コミュニケーションのため。思いを他者に伝えるため。伝えたいことをすべて言い出したらきりがいいから、そぎ落としていく必要がある。本当に言いたいところだけを伝える。その為にファシリテーショングラフィックは役立つのではないかな。

■ 質疑応答 ■

◆ 質問「会では合意を得るためには誘導したほうがいいのですか？」

まとめる（合意形成）ためには、誘導するのではなく、話し合いの方向を明らかにした上で議論を深めていくことが大切。反対意見も出してもらってメリットデメリットを整理し選択するため（自己決定/自己責任）の判断材料を提供する必要がある。その経過をたどってこそ、本当の意味でみんなが納得する合意形成ができるのではないかな。

◆ 質問「ファシリテーターはグループのリーダーが担当するのがいいですか？」

状況やテーマによって異なりますが、引率型のリーダーだとファシリテーターはしない方がいい。それは、例え合意形成が出来たとしても、参加者が本当の意味で納得していない場合があるため。調整型のリーダーは、みんなの意見を聞こうという姿勢がある分、ファシリテーターに向いている可能性が大きい。

◆ 質問「必ずしも合意をとる必要のない会もあると思いますが・・・」

テーマによって合意をとらなければならない範囲が異なってくる。例えば、その会が親睦会であった場合、わざわざ合意をとらなくても決定していいこともあれば、役員には合意をとった方がいいテーマもある。また、親睦会であってもテーマによっては、会の内部だけでなく協働する相手や市民に向けて合意をとらなければならない場合もある。その時々状況を的確に判断していく必要がある。

2. 問題提起/午後のテーマを参加者のアイデアから決定しよう

参加者から一つずつテーマを出してもらい、それらを分類しながら、午後の時間に話し合いたいテーマを参加者と一緒に探す。

皆さんから出た話し合いたいテーマ	第1分類	第2分類（テーマ設定）
任意団体から営利団体へ組織を変える	組織	組織
活動資金の調達をどうすればいいか	資金調達	
仲間を組織を作りたい	仲間づくり	
メンバー（仲間）が増えにくい		
住民グループが継続するための方法		
地域の人を活動に参加させるための方法		
メンバーを多く集めたい		
会議への参加の呼びかけ	会議への参加	
地域や地元との一体化（協力の求め方）	地縁・志縁	
若者と地域活動		
住民の関わり方・あり方		集客の仕方
地域の活性化	集客の仕方	
より多くの観光客に来てもらうにはどうしたらいいか		
交流人口を増やすための方法		
観光客を増やすということについて		
イベントになる南予地域の統一テーマ	情報発信	
移住希望者に南予の魅力を知ってもらうには		
考えを人に伝えるということ	他者へ伝える	
観光ルートのネットワークをつくれないうか	ネットワーク	ネットワーク
観光地間の移動（交通）手段		
交通の便の悪さ		
お客様に満足してもらう店づくり	おもてなし	おもてなし
観光客の対応		
観光案内に方言を生かす		
地域の皆さんに多く集まってもらいたい		
来街者にリピーターになってもらう	さいさい来る人	
晩婚化	その他	
南予地域における少子化対策		
家庭・学校・地域の教育問題		

A. ネットワーク B. おもてなし C. 集客の仕方 D. 組織 4つのテーマが決定する

3. 実践ケースワーク

問題提起で決定した4つのテーマに分かれて、ケースワークを実際に体験する。それと同時に、それぞれが普段の活動を通じて感じていることや抱えている課題を出し合って解決のための糸口を探し出す。



A. ネットワーク

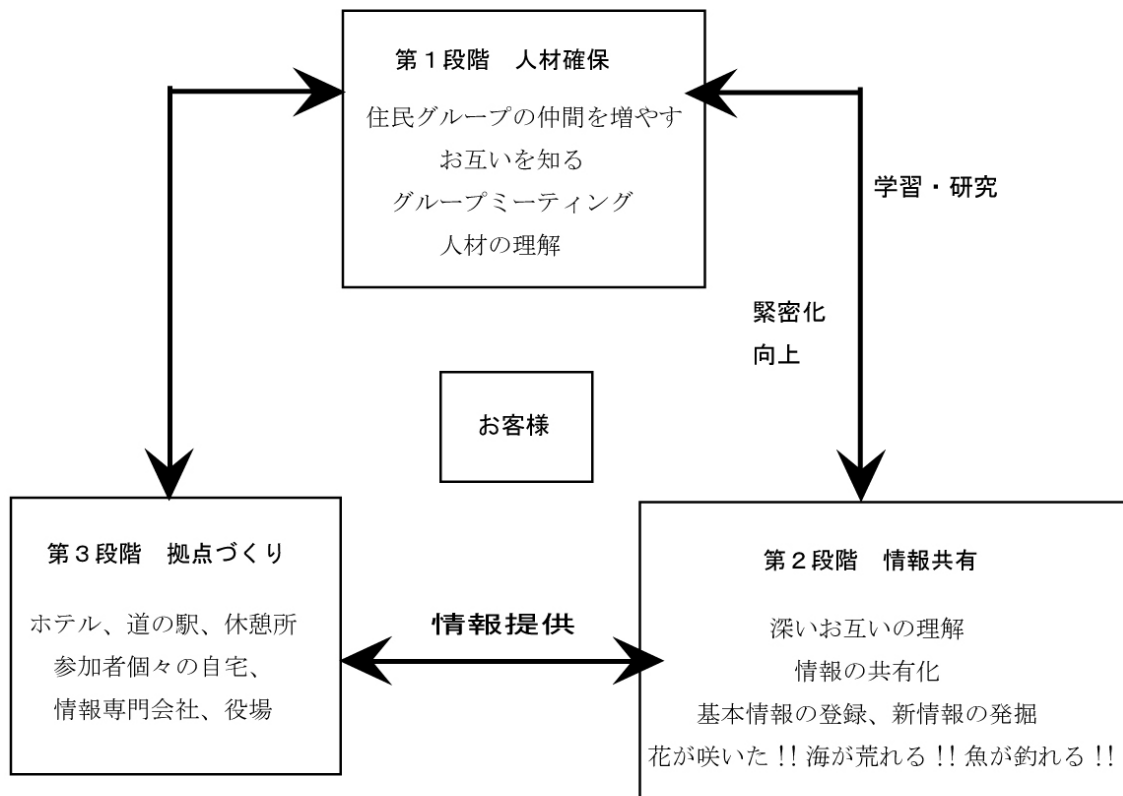
まず最初に「役に立つネットワークづくり」に必要な要素をあげていった。

行政が一度人集めをする

- ↓ ネットワークするための簡単なシステムが必要
- ↓ 集まる→相互理解→相互体験→相互に情報の受発信→県情報集約
- ↓ ミーティング→定期的なコミュニケーションづくり

民間が主体とならなければダメ

次に「継続する観光ネットワークづくり」について必要な要素をあげていった。



その他、以下の要素も必要

- ・ モデルコースの開発、提供
- ・ より高度なネットワークの追及
- ・ 視覚での宣伝
- ・ 交通機関
- ・ お客様の反応を利用

B. おもてなし

日本一の西予富士（おもてなし）を目指して、おもてなしに必要な要素をあげ、以下のように分類した。

◆千年のお接待

優しい言葉＝心
観光案内に方言を生かす
ていねいな対応
お客様との会話をお土産にしてもらう
観光客と土地の人との暖かいふれあい
自分（地域）の対応に自信を持つ
買い物したら風呂券などのプレゼント

◆観光客への対応

押し売りはダメ
物を売ることの難しさ
自分の思いを押し付けない

◆情報発信

小さな情報を発信し続ける
説明不足・アピール不足

◆地元のおいしいもの

周辺環境を整えること
施設全体のおもてなし
へんろ道でのみかんの接待
地元の婦人会・小学生による環境活動
自然の生き物“ホタル”を地域で守る
花を植えて環境美化
自然保護と地域開発のバランスを考える

◆千年の遺産

商品説明が出来る
商品知識を身に付ける
お客様に満足される店づくり

◆外からの眼

全国版になっているものに特化
（かまぼこ板、開明学校、ZI レース等）
余所者では気づかないことに気づいてもらう
昔の民具や生活様式を紹介

C. 集客の仕方

集客に必要な要素をあげ、以下のような分類で整理した。

基盤（商品）・品揃えが悪く満足できない

- ・商品の力（安い・新鮮・新しい商品）
- ・客の満足を満たすこと
- ・魅力ある商品、施設が少ない
- ・土産物が少ない

（交通）・交通の便が悪い（愛南町は特に）

- ・交通費が高い
- ・交通の整備
- ・雨の日に案内できる場所が少ない
- ・道順の標識がない

（受入体制）・地域の受入体制が整っていない（体験・宿泊）

- ・外国人は宿泊を断られる

（資金）・お金を落としてくれる客を多くつかむこと

- ・予算の減少が大
- ・建物の老朽化

（連携）・連携グループをつくり力を集結する

- ・ネットワークをつくりイベントで協力する
- ・共同でPRし、負担を軽くする
- ・市役所からの具体的な指導がない
- ・近所の協力が少ない
- ・外部との連携（行政の支援・起業の支援）

（ターゲット）・ターゲットの設定

（サービス内容）・お客様への感じの悪い対応

- ・ボランティアガイドの確保
- ・きめ細かいサービスを行うスタッフの確保
- ・安定したサービスの提供
- ・地域住民の対応が観光客の多い地域と比べると悪い
- ・値段の高さ
- ・難関を通して観光できる場所がない

評価

（リピーター）・何度でも訪れたいと思いたくなるまちづくりについて

（知名度）・知名度の低さ

- ・PR 不足
- ・口コミで好評価を得ること
- ・誰にどのように伝えれば効果的にPRできるのかわからない
- ・地縁の活用（地元出身者への呼び掛け・有名人を呼ぶ）
- ・外からの入れ込み客が増えないと困る
- ・行政の協力も必要

- ・実績がない
- (マンネリ化)・イベントのマンネリ化
 - ・町並博以降の観光客の減少をどういとめるか
 - ・口コミで好評価を得ること
 - ・とにかく人が集まらない
 - ・イベントも毎年するとマンネリ化する
 - ・毎年、同じイベントをすることで定着化する

【仮説】どんぶり館で集客するためには？

◆**現 状** 地元2割、市外8割のお客様が来店
売上好調

◆**問題点** どんぶり館ならではのものが少ない
→独創性に乏しい
→マンネリ化している

◆**みんなの解決策**

着目点「曜日によって売上に差がある」

- ・イベントを開催（タイムサービス）
- ・新商品の開発
- ・生産者との交流
- ・平日の目玉づくり →→→→→ これが成功するとぼろもうけ

D. 組織

組織について話し合ったグループは組織・仲間づくりが具体的な成果をつかむまでの経過をステップを一段ずつ上りながら追っていった。

◆**問題点**

事前の話し合い不足・地元の関心の低さ・ボランティアの自覚・資金
計画不足・少子高齢化・後継者不足

◆**必要なモノ**

協力支援・イベント開催・自治会・行政からの支援・ボランティア・オーナー
老人会の協力・企業からの助成金・行政からの補助金・会費収入・イベント収入

◆**住民グループの継続のためのモチベーション**

楽しみ・他のグループとの交流・イベントの継続・利益をあげる・地元の活性化

↓

↓ これらを経過することによって

↓

具体的な事業として「特産品市場の設置」や「公衆トイレの設置」などが見えてくると達成感が得られる

↓

組織・仲間広がる

4. 研修会の感想

- ・先生の話がよかった（京極さん）
- ・自分に足りない点が明確になった
- ・みんなとネットワークできた
- ・いろんな人と交流できた
- ・今後の仕事（まちづくり）に役立てたい
- ・楽しい2日間だった
- ・皆さんの意見が聞けて良かった
- ・いろいろな人の視点が聞けて良かった
- ・目で見ていろんなものをまとめることの大切さがわかった
- ・具体的な行動を学べたのが良かった
- ・自己啓発につながった
- ・楽しく研修できた
- ・いろいろな人の考えをどのように引き出していくかが学べて良かった
- ・実りの多い交流ができた
- ・参加者のプロフィールをもっと知りたかった
- ・やる気がおきました
- ・参加者を巻き込む、意見を引き込む講師の力に感心した
- ・次の研修もよろしくお願いします。
- ・いかに人を集め、自分の思いを伝えていくかということを考えさせられた
- ・皆さんの努力を見て自分の活動をする励みになった
- ・実践を仕事や青年団の活動に活かしていきたい
- ・アイスブレイクの手法に感心しました
- ・参加者全員と話がしたかった
- ・次回が楽しみ
- ・地元、施設のおもてなし
- ・今回のような会を活かして地元の宣伝を行いたい
- ・若い人が今回のような会にもっと参加できるよう努力したい

5. 本日の振り返り

今日は普段の活動の中での困りごとや関心事を出してもらい、その中からテーマを決めそのテーマに沿った話を各グループに分かれて実施した。話し合いの中でも具体的な解決方法や新しい考え方が見出されているかと思う。

しかし、これは構想に過ぎない。次の段階は、ではこの構想をどうやって事業計画にするのか、誰がするのかといったより実務的な作業に入る。

番外編「雪の三間・毛利家を堪能しました」

今回の研修会の参加者である旧庄屋毛利家を守る会の佐々木さんのご案内で三間にある毛利家住宅を訪ねました。当日は大雪、私たちの到着に合わせて会のメンバーの方が囲炉裏に火を入れて歓迎してくださいました。

雪の日で帰り道が心配な中、それでもどうしても毛利家を見たくて寄った参加者たちは、囲炉裏と民話のお接待を堪能。最後には、ケースワークでも話題にのぼった落書きを確認して帰路に着きました。毛利家を守る会の皆さん、ありがとうございました。

