

人を動かすのではなく、人が動き出す環境をつくる。

## 地域を元気にする「場」づくり

### ー第二回寺子屋ローカルSDGs開催レポートー

地域循環共生圏づくりプラットフォーム構築事業では、地域循環共生圏づくりを通して地域を元気にしたいと考える地域や企業が、ともに学び、繋がり合う場として「寺子屋ローカルSDGs」というコミュニティをつくっています。

第2回は、自身も茅ヶ崎でコワーキングスペースを運営しながら、コーディネートやファシリテーションを活動領域にしている清水さんをお招きし、『地域で仲間を集める！場づくり&ファシリテーション』をテーマに勉強会を開催しました。

その内容をレポートします。

#### 清水 謙（しみず けん）さんプロフィール

ヒトコトデザイン株式会社 代表取締役 / コワーキングスペース「チガラボ」代表

コンサルタントを経て、現在はローカル&ソーシャルプロジェクトが生まれるコミュニティ「コワーキングスペースチガラボ」を運営。

地域・テーマ・組織・属性を越えた、越境的な協働を、コーディネート/ファシリテーションすることを主たる活動領域にしている。

※チガラボ：<https://chiga-lab.com/>

**清水：**「ビジネス」と「ローカル&ソーシャル」の領域で、プロジェクトベースで色々な人と仕事をしています。

そこで気づいたことは、様々なセクター／立場／組織／属性の人たちには「間」（あいだ）があるということです。お互いの習慣が分からなかったり、スピード感にズレがあったりすることで、協働がうまくいかないということが起こりがちです。

私は、そうした「間」に立って関係性のコーディネートやファシリテーションすることを通して、組織や個人を「つなぐ」役割をすることが多くあります。今日はそうした経験をベースにお話します。

## 地域の「たくらみごと」が生まれる、ラボ型サードプレイス「チガラボ」

私は、茅ヶ崎で「チガラボ」というコワーキングスペースの運営をしています。この「チガラボ」は、一言でいうと「ラボ型のサードプレイス」です。

「サードプレイス」という言葉は、家庭でも職場でもない第三の場所という意味で、Starbucks Coffeeによって有名になった言葉です。Starbucksは、自分の時間を楽しむためのマイプレイス型のサードプレイスですが、「チガラボ」は色々な人とつながり合って何かを生み出すための「目的型のサードプレイス」です。

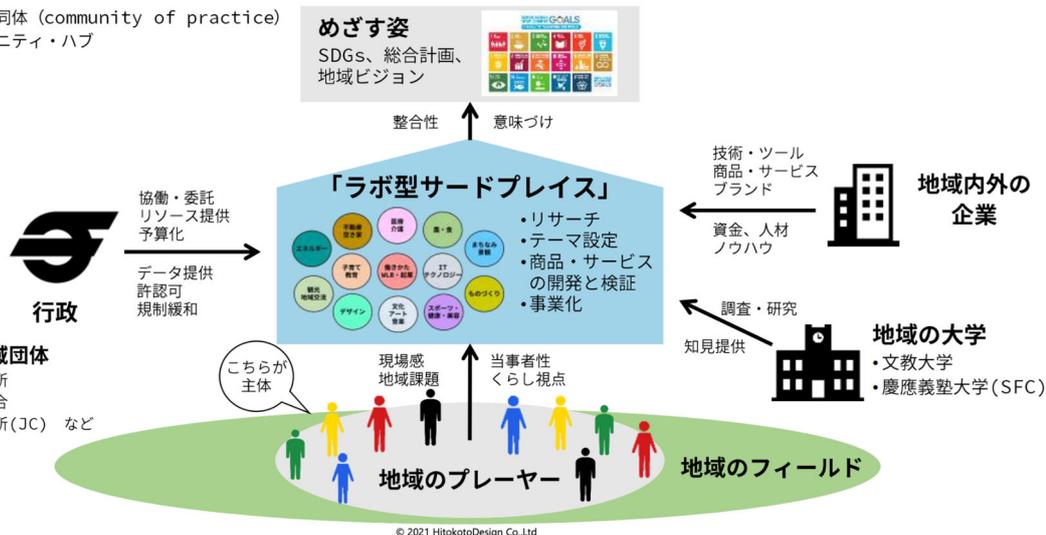
地域内外の人たちが、カフェのような空間の中で仕事をしたり、打ち合わせをしたり、コミュニケーションをしたりするうちにつながる。そうして生まれたゆたかな「つながり」から、新しい「たくらみごと」が生まれ続ける地域になっていけると良いと思っています。

### ラボ型のサードプレイスが地域のハブに



ゆるやかな関心と目的のもと、多様な人が集まり試行錯誤できる場が必要となる。

- ・実践共同体 (community of practice)
- ・コミュニティ・ハブ



高校生からシニアまで幅広いメンバーが会員登録しており、約80人が出入りしています。これから何かやりたいことを見つけない人もいれば、やりたいことは決まっていますが知恵やリソースや協力仲間が欲しい人もいます。事業化前のやりたいことがあるという人が、茅ヶ崎の行政施設に相談に行き「チガラボさんに行ったらどうですか？」と言われて来ることもあります。

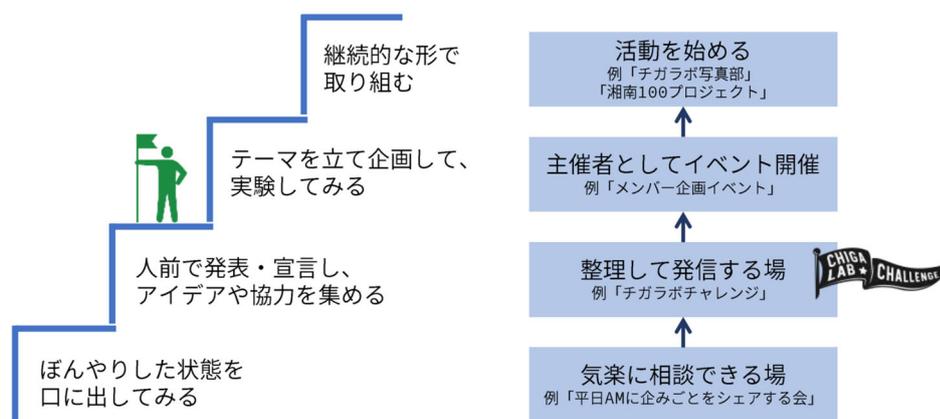
「チガラボ」では、年間を通して様々なイベントを開催しています。新型コロナウイルス流行前は年に260件イベントを開催していたこともありますが、最近はオンラインなどに形を変えて年に100件超のイベントを開催しています。

イベントの半分は「チガラボ」メンバーとのコラボ企画です。地域間交流のきっかけになるような食のイベントを開催したこともあれば、音楽をテーマにイベントを開催したこともあります。今週末は、オンラインの寄席を開催する予定です。

## 「たくらみ」は放っておいても生まれません。誰でも登れるサイズの階段が育てる、一人ひとりの「やりたいこと」

地域での「たくらみごと」を生み出すことを目指す「チガラボ」ですが、「たくらみ」は放っておいても生まれません。誰でも最初から大きいことに取り組むのは難しい。なので「チガラボ」では登れるサイズの階段をつくっています。

### 登れるサイズの階段をつくる



**お客さんではなく、いかにやる側の人を増やすかがカギ**

© 2021 HitokotoDesign Co.,Ltd

36

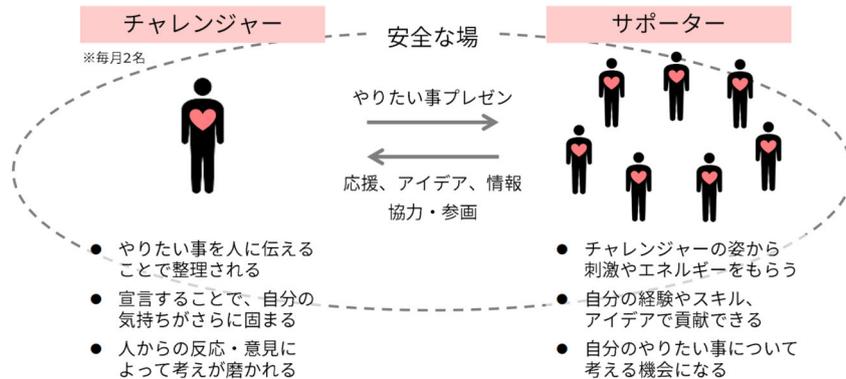
やりたいことをスタートする最初のステップとして、「チガラボチャレンジ」という場があります。毎月2人のチャレンジャーが自分の「たくらみ」を10分程度でプレゼンテーションして、サポーターである参加者から意見をもらう場です。

この場には、チャレンジャーだけではなく、サポーターも2000円の参加費を払って参加しています。「人にアドバイスをするためにお金を払って参加する、奇抜な人がいるのだろうか」と思われるかもしれませんが、これまで57回開催しており、人が集まり続けています。

# TAKURAMI発信の場「チガラボチャレンジ」



- やりたい事を持っている人が、コミュニティに向けて宣言することで、周囲の力を借りて実現に向けて一歩前に進むための場。毎月開催。



## チャレンジを発信し、アイデアや仲間を得るための場

© 2021 HitokotoDesign Co.,Ltd

37

チャレンジのテーマは、キャリア／福祉／医療／まちづくりなど、多岐にわたっています。

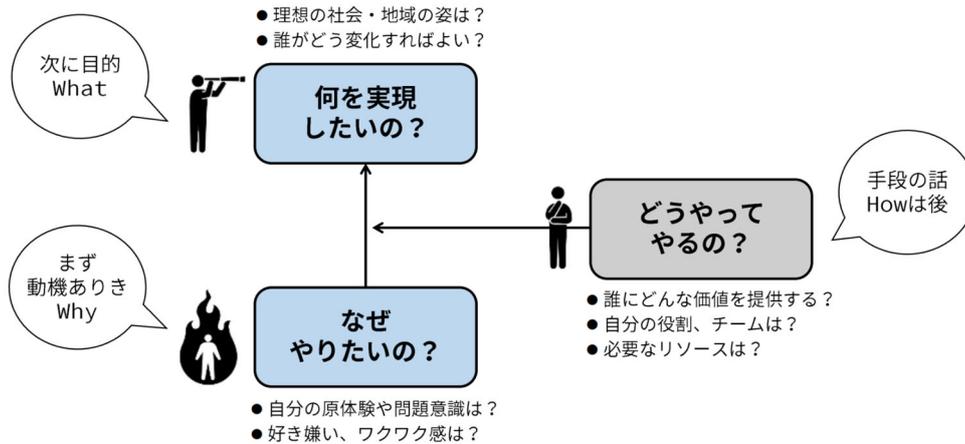
ちょうど昨日が「チガラボチャレンジ」開催日だったのですが、一人目の大学職員の方は「ソーシャルキャピタルマップを作る」がテーマで、地域の人的資源、関係性資本をどう可視化してマップ化していくかを考えたいという話でした。

もう一人は、町から本屋さんが消えつつあることを踏まえ、オンラインでピンポイントに本を買うのではなく、偶然性のある本との出会いをどう生み出していくかを考えたいという話しをしていました。

テーマは多岐にわたっていますが、共通しているのは、チャレンジャーの個人的な想いからスタートしているということです。誰かに「やらなきゃいけない」「やるべきだ」と言われたことではなく、個人の思いからスタートしています。

このような場づくりの中で大事にしているのは、やりたい人の「なぜやりたいのか（Why）」という原体験や動機の出発点と、それが「どうなったらうれしいのか（What）」という目的の部分にフォーカスすることです。

## たくらみを考えるための"問い"の視点



### 地域の距離感、他者との関わりから、WhatとWhyが見えてくる

© 2021 HitokotoDesign Co.,Ltd

45

それをどうやって実現するかというHowも大事ではあるのですが、自分ができないことは人に手伝ってもらえば良い。「なぜやりたいのか（Why）」と「どうなったらうれしいのか（What）」は本人しか考えられないことなので、それらを中心に置いてその場をファシリテーションしていくことを大事にしています。

チャレンジの次のステップとして、自分でイベントを主催することもできます。企画／詳細設計／運営／ファシリテーションなどはスタッフがサポートします。その後の継続的な活動や、事業化についても、必要に応じて伴走できるようにしています。

## ファシリテーターがリードしない？ 自走する「場」づくりとは

ここまで「チガラボ」の紹介をしてきましたが、ここからは場づくりとファシリテーションに焦点を当ててお話していきます。

私が「チガラボ」で「場づくりアプローチ」を採用している理由は、目的を共有したり、目的に向けて仲間づくりをすることに対して、場づくりが効果的だからです。

また、場づくりの最大の効果は参加者が「自走化」するようになるということです。その「場」を共有した人たちが自発的に動き始めたり、人を巻き込んだりするようになります。

## 場づくりアプローチ（コミュニティ・ベースド・アプローチ）

場づくりを取り入れることによってできること

- 目的に向けた、効果的な認知拡大・巻き込み・仲間づくりの手法。
- ビジネスや地域活動やボランティア、趣味などジャンルは問わない。
- 対象は、顧客、従業員、協力者、など立場に関わらず有効。
- 目的を共有し、活動や場に愛着や思い入れを持ってくれることで、広報宣伝、企画運営、コミュニティ維持にも主体的に力を貸してもらえる。

- **よい場(コミュニティ)を活動のエンジンとして持つことで、新たな活動を生み出し、推進し続けることができる。**
- **場づくりはそのための手段と捉える。**

「場」は最終的には自走をすることが理想的です。

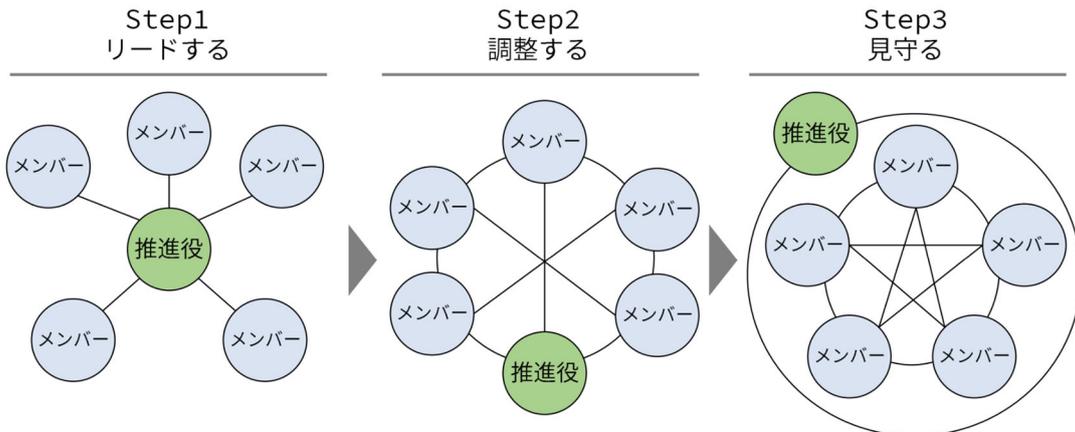
当然ながら、最初は誰かがリードしないと始まらないので推進役が頑張る必要があるのですが、推進役が仕切り続けてしまうと終始Step1（下図）の状態が終わってしまいます。

メンバー同士で相互作用が起こるようになると、推進役は調整役として機能するSTEP2（下図）に移行していきます。STEP2に移行するためには、ファシリテーターからメンバーへのパスだけではなく、メンバーからメンバーへのパスが生まれることが大切です。場に出た質問に対して、場にいるメンバーにもう一度問い直すことなどをしていくと、徐々にそうした場になりやすいです。

さらにSTEP3（下図）に移行すると、場の方向付けをしたり、フィードバックをするような、見守り役になることができます。

ワークショップや会議の場でも、STEP3を目指しながら、自分の関わり方や問いの立て方を考えていきます。テーマと矛盾するようですが、ファシリテーターのファシリテーション力に依存しない場を作っていくことを目指しましょう。

## 自走する場をめざす



自走をうながすことで、場やチームは自己組織化していく

ファシリテーションで扱うものは、「ひと」、そこで扱われる「コンテンツ」、そして「場そのもの」の3つにざっくり分け  
ることができます。

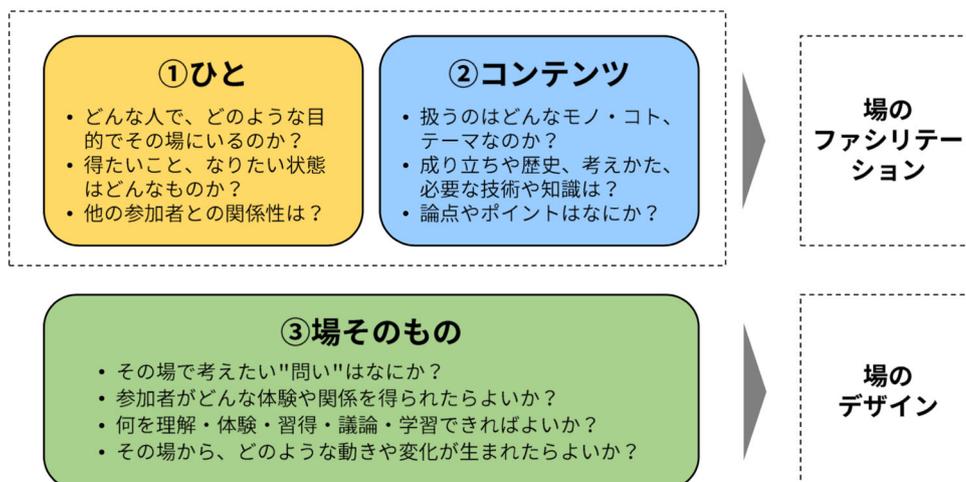
一般に、狭義のファシリテーションスキルと呼ばれるものは、「ひと」と「コンテンツ」について取り扱う領域です。

これらのスキルももちろん大事ですが、そもそも前提として、「ひと」や「コンテンツ」が機能しやすい環境をあら  
かじめ作る「場のデザイン」が大切です。

「場のデザイン」の前提として、以下の4つの質問を事前に考えた上で企画を考えると効果的です。

- 場に来てほしい人は「誰」ですか？
- その人に、どんな「変化」が起きたら良いですか？
- どうしたら「関心」を持ってくれそうですか？
- 場の中でどんな「体験」をしたら、変化が生まれそうですか？

## ファシリテーションで扱うことは？



では、その「場」をどのようにプロセスとして見ていくかについて示したのがこちら（下図）です。

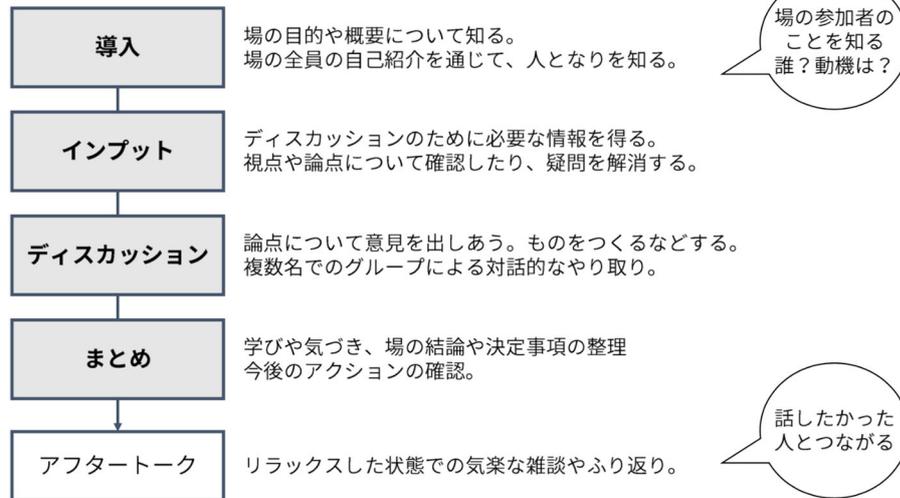
「導入」は、場について共通認識を持つためのプロセスです。今日の寺子屋の開始時に、皆さんに自己紹介をしていただきましたが、これも「導入」の一つです。

先ほど、参加者同士の相互作用を起こしたいという話をしましたが、それが起きるためには、そもそも「場」に誰がいるの見えるようにならないといけません。お互いがどんな人で、どんな雰囲気、どんな顔・声をしているのかが見えないと、つながろうという気持ちにならないですね。オンラインだと難しい部分もありますが、例えば基本100%ビデオONな状態をお願いするなど、工夫はできます。

その後は、ディスカッションのために必要な情報の「インプット」、「ディスカッション」、「まとめ」というプロセスに進みます。

最後に、「アフタートーク」として放課後のような時間の余白を残すことも、意図的にやると良いです。特に、オンラインだと「ハイ、終了」でバツッと切れることが多いのですが「何時までつないでおくので、時間ある人は話しましょう」とすると、「追加で話したい」「聞きたい」人が意外とたくさん出てきます。

## 場の基本的なプロセス



© 2021 HitokotoDesign Co.,Ltd

61

一方的なインプットを聞いて、メモを取って「ためになりました」と言って帰る——これにも価値はあります。ですが、場の一番の価値は「それぞれの視点で、内容を捉えて、向き合って、行動すること」です。

中央集権的なインプットの場というのは、今オンラインによってあらゆるところで発生しています。そうではない、ローカルな多様性の価値を生み出すという観点では、共創型で、人との関係性を重視するあり方が効果的だと思います。

## 関係資本がゆたかな地域をうみだす、関係性のファシリテーション

まとめますが、参加者をどう動かすのかではなく、人が動きだす環境をどう設計していくのが大切です。

会議などの場では、どうしても形式的／役割的に振る舞いがちですが、参加者の内面的部分も扱いながら、人とのつながりをつくることを意識すると、地域の関係資本を蓄積していくことにつながります。

社会関係資本がゆたかになるということは、地域でさまざまな取組を進めやすい素地ができるということです。

地域で何かをやるということは、基本的には逃げ場がありません。人の関係性を軽んじると、うまくいくはずのものがうまくいなくなるということも起こります。だからこそ、関係性のファシリテーションは非常に重要です。

関係づくりから始まる地域づくりに、ぜひ広い意味でのファシリテーションの力を活用してみてください。

=====

「寺子屋ローカルSDGs」学び編では、こうした講義に加え、後半は質疑応答やカジュアルな意見交換の場を設け、より生々しいノウハウの共有を行っています。

「寺子屋ローカルSDGs」は、原則として、地域循環共生圏づくりプラットフォームの登録団体（地域・企業等）またはメールマガジン配信者向けのプログラムとなります。参加されたい場合、まずは地域・企業・個人いずれかでの各種登録をご検討ください。個人配信ならばすぐにご参加いただけます。

◆実践地域等登録制度：

[http://chiikijunkan.env.go.jp/tsunagaru/chiiki\\_touroku/](http://chiikijunkan.env.go.jp/tsunagaru/chiiki_touroku/)

◆企業等登録制度：

[http://chiikijunkan.env.go.jp/deau/kigyo\\_touroku/](http://chiikijunkan.env.go.jp/deau/kigyo_touroku/)

◆個別メールマガジン配信：

<http://chiikijunkan.env.go.jp/> ※トップページ下部の「メールマガジン」をご覧ください