

2021年度  
地域課題の発見及び解決のための  
人材育成手法の研究に向けた実践的講座  
報告書（第3期）

公益財団法人都市活力研究所

N P O 法人 Co. to. hana

2022. 4. 30

## 目次

### 1. 事業概要

- 1-1. 目的と概要
- 1-2. 全体スケジュール
- 1-3. プログラム
- 1-4. 体制
- 1-5. 広報手段
- 1-6. 受講生

### 2. プログラム

- 2-1. 目的と概要
- 2-2. キックオフワークショップ
- 2-3. コミュニティ×研究者、まちづくり、企業
- 2-4. 問いづくりワークショップ
- 2-5. コミュニティ×ティール組織
- 2-6. コミュニティ×地域医療
- 2-7. コミュニティ×ファンづくり
- 2-8. クロージングワークショップ

### 3. 結果

### 4. 総評

## 1. 事業概要

### 1-1. 目的と概要

SDGsやSociety5.0といった社会やまちづくり変革のキーワードが浮上している。大阪・関西エリアにおける地域・社会環境の変化（少子高齢化、コミュニティなどの地域力の低下、労働力不足、外国人受け入れ増加、空き家増加 等）に対応しうる人材を育成する手法について、実践的な研究を行う。

Social Mirai Design 2021 は、各分野の最前線で活躍する6名の講師による「特別講座」や「対話セッション」を通して「これからの時代のコミュニティのあり方」について、共に学び、実践し、継続していく実践型プログラムです。概要は以下の通り。

期 間：2021年7月18日（日）-2021年9月26日（日）

場 所：オンライン開催

定 員：20名程度（選考があります）

参加費：25,000円（全7回/税抜）

対 象：18歳以上

オンラインでの参加が可能な方（端末やネット環境は各自で用意）

本プログラムに主体的に参加する意志のある方

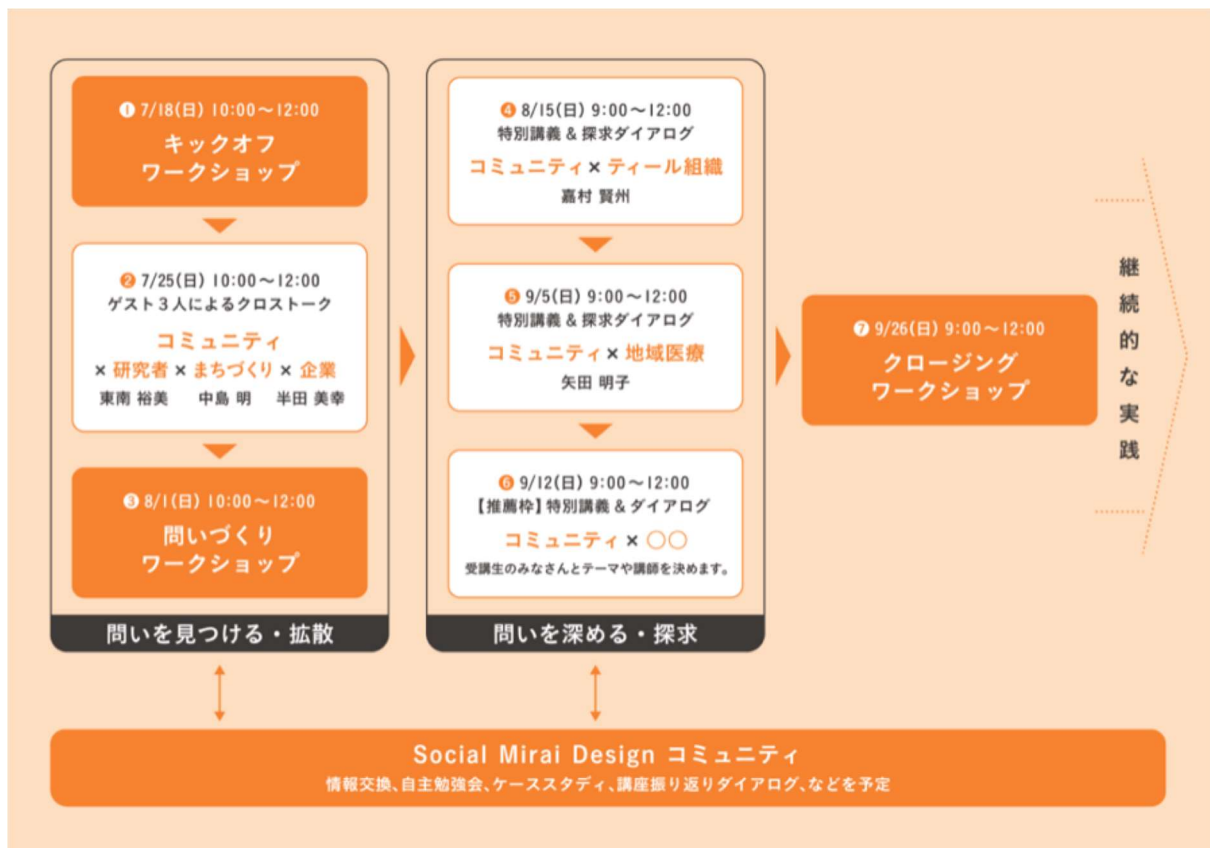
### 1-2. 全体スケジュール

実施概要に基づき、以下のスケジュールでプログラムを実施した。

6月25日	事前説明会
6月27日	事前説明会
7月4日	事前説明会
7月5日	申込締切
7月7日	参加者確定
7月18日	初日
9月26日	最終日（最終発表）

### 1-3. プログラム

全体スケジュールに基づき、以下の図の通りプログラムを実施した。



### 1-4. 体制

実施体制は以下の通り。

主催：公益財団法人都市活力研究所、NPO法人Co. to. hana

企画運営：公益財団法人都市活力研究所、NPO法人Co. to. hana

サポートメンバー：SMD2020有志

協力：石原敏孝さん（阪急阪神ホールディングス グループ開発室部長）

辻寛さん（大阪大学大学院工学研究科 地球総合工学専攻 建築・都市計画領域 特任助教）

弘本由香里さん（大阪ガス(株) エネルギー・文化研究所 特任研究員）

## 1-5. 広報手段

受講生の募集と、活動の周知のために、以下の広報活動を実施した。

### 1. WEBサイト

目的：受講生の募集、活動の周知

対象：本講座の対象に該当する方、特にSNS等から情報収集をしている方

制作物：<https://smd2020.net>

### 2. facebookページ

目的：受講生の募集、活動の周知

対象：本講座の対象に該当する方、特にSNS等から情報収集をしている方

制作物：バナー、及びfacebookページ

### 3. SNS広告

目的：事前説明会の広告を実施

対象：本講座の対象に該当する方、特にSNS等から情報収集をしている方

### 4. 事前説明会

日程：2021年6月25日

会場：zoom オンライン

参加人数：27人

日程：2021年6月27日

会場：zoom オンライン

参加人数：27人

日程：2021年7月4日

会場：zoom オンライン

参加人数：17人（申込）

### 5. メールマガジン

対象：都市活力研究所メールマガジン登録者、NPO法人Co. to. hna登録者

### 6. ウェブサイト

掲載：都市活力研究所、NPO法人Co. to. hana

## 1-6. 受講生

募集・選考の結果、16名が受講した。属性、参加動機は以下の通り。

### <属性>

教員（中学高校）

研修講師（研修会社の講師）

研修講師（ファシリテーター／ビジュアルプラクティショナー）

大学生

デザイナー

エンジニア

ディレクター／ライター

社会的インパクトマネージャー（SDGs専門家）

### <志望動機>

- ・自分がコミュニティを作る側にならないといけなそうなのでちゃんと学びたい
- ・銀行員として働きつつ、若者と大人がつながる対話の場づくりを「だっぴ」という活動
- ・主に大学生が中心のコミュニティの運営をしている
- ・9月より地域密着型デイサービス併設で訪問看護ステーションを立ち上げ、地域へオープンな場として運営していく予定
- ・自分探しをしに参加
- ・今やりかけていることをカタチにするヒントがいただける
- ・今年社会教育士の認定を受ける予定。今後のキャリアでは社会教育分野でアカデミックに研究したい
- ・並行して社会教育や世代間の学び、社会の中での学び、大人の学び直しなどについて学んでいる
- ・法人向けに研修や組織開発サービスを提供している会社に勤めており、人事を中心としたコミュニティ創りに会社として取り組むことになった。
- ・自身の業務の課題解決に役立てたい。
- ・介護事業と地域福祉事業を現在経営。重層型支援推進事業を推し進めていくために、自治体から負担金をいただきながら、共同して進めていっている
- ・中学、高校で地域復興に関するプログラムに関わっており、あらゆるシーンでのコミュニティの在り方に関心がある
- ・これまで伴走してきた地域創生の未来会議や、行政の市民対話型ワークショップ等、対話型組織開発等、対話を止めることのないように、オンラインワークショップを試行錯誤の中続けてきた。
- ・自分なりに出来るコミュニティって何だろうと思いつつながら、アウトプットも苦手なため、いろいろモヤモヤしている
- ・自身のコミュニティソーシャルワーク展開に活かしたい
- ・福島県で、一部未だに住むことが困難な地域で、次世代に教訓を残すことができる町づくりをするため模索している
- ・大人同士で楽しく学ぶ場を作る活動をしたい

## 2. 講座

### 2-1. 目的と概要

各分野の最前線で活躍する6名の講師による「特別講座」や「対話セッション」を通して「これからの時代のコミュニティのあり方」について、共に学び、実践し、継続していく実践型プログラム。全7回のプログラムを実施した。

### 2-2. キックオフワークショップ

#### <概要>

参加者の関係づくりとSMD講座の考え方や進め方を参加者と共有し、参加者各自の目標指針をもてるよう設定することを目的としたワークショップをオンライン上で実施した。

ファシリテーター：NPO法人Co. to. hanaスタッフ

#### <主な内容>

##### 趣旨と流れの説明

SMD講座の概要、日程や情報の共有の方法を参加者と共有しました。

##### 自己紹介

オンライン上で各自ミニワークを行い参加者同士の関係をつくるための自己紹介を行いました。

##### ミニワーク／グループワーク

問いを与えこの場に参加している目的を言語化することを目的に対話セッションをおこないました。

##### まとめシート&全体共有

最初のワークショップを通してSMD講座で参加者の指針を確認できるようワークを行いました。

#### <参加者の主な感想>

- ・自分だけで考えていたのでは出てこなかった言葉が出てきてうれしい。
- ・ブレイクアウトルームで生まれた問いだったので、まさにこの場がなければ生まれなかったなあと思います。
- ・私の中でのコミュニティ観が、メッタメタになった初講でした。

## 2-3. コミュニティ×研究者、まちづくり、企業

<講師>

『コミュニティ × 研究者』 東南 裕美 さん

- 株式会社MIMIGURI Manager / Researcher
- CULTIBASE副編集長
- 立教大学大学院経営学研究科博士後期課程

『コミュニティ × まちづくり』 中島 明 さん

- としま会議 代表
- RYOZAN PARK インキュベーションマネージャー
- リノベリング チーフディレクター

『コミュニティ × 企業』 半田 美幸 さん

- note株式会社 事業開発
- 一般社団法人21世紀学び研究所トレーナー
- 一般社団法人Work Design Labパートナー

<主な内容>

東南裕美様の講演

○プロフィール

株式会社MIMIGURI Manager / Researcher

CULTIBASE副編集長

立教大学大学院経営学研究科博士後期課程

○自己紹介

現在立教大学大学院の博士後期課程に在籍して組織をテーマに研究している。修士課程でコミュニティの研究をしていたこともあってコミュニティの研究者としてお声がけいただいたのだと思う。株式会社MIMIGURIでリサーチと会社全体の広報と、CULTIBASEというメディア（オンライン学習プログラム・コミュニティ）の運営を担当している。

○私とコミュニティとの関わり

私は山口県出身で比較的田舎の環境で育ったのでいわゆる地域のコミュニティは身近にあった。修士課程で津田塾大学の国際関係学科にいたが、国際問題に関心を持っている学生は多いのに、なぜ身近な問題は気にならないのだろうという疑問を持ち始め、まちづくりを促すにはどうしたらいいのだろうという思いから研究テーマはコミュニティを通じたまちづくりの促進としていた。現在はコミュニティに限らず、個と集団の相互作用に興味移って、組織ファシリテーションを学ぶオンラインの学習プログラムの運営をしている。有料のオンラインコミュニティCULTIBASE Labでは探求のテーマ「問いを立てる」ということを起点にインプットとアウトプットを繰り返していこうということをやっている。

○コミュニティ概念の変化

コミュニティという言葉が最初に使われたのがロバート・M. マッキーヴァーが「コミュニティ」(1917)という本の中でコミュニティとアソシエーションの区別のなかででてきている。コミュニティは「一定の地域において営まれている自主的な共同生活」で、アソシエーションは「コミュニティを土台として特定の目的を実現するために形成された集団、共通の関心



事や目的意識を持った人たちが集まり自主的に作った組織」と定義されている。今ネットでは「人々が共同体意識を持って共同生活を営む一定の地域、およびその人々の集団。地域社会。共同体。」「転じて、インターネット上で、共通の関心をもちメッセージのやりとりを行う人々の集まり」などといわれている。コミュニティの定義は他にもあり、コミュニティ研究者のヒラリー氏によると共通の見解がみられないとのことであった。

それでも要素として取り上げられやすいのは、「地縁や血縁」「共通の関心」「共同体感情」「自主性」「コミュニケーション」「秩序」があると思っている。変遷をみると、最初は「地縁・血縁の共同体」、それから「まちづくり／自治体／NPOなど」に発展し、「コミュニティと組織の境界線があいまいに」なっていると思う。背景の1つとして東日本大震災でボランティアによって自発的にコミュニティが出来上がるが体系だったシステムがあるわけではないのに同じようなコミュニティができて「野火的活動」が生まれるなかでコミュニティ論の発展がみられる。また2000年ぐらいから企業内コミュニティへの注目がみられる（コミュニティ・オブ・プラクティス、越境的学習のメカニズム）。例えばある企業の人事部をみたときにこれはコミュニティか、組織かを考えたときに、組織側面はもちろんあるが、コミュニティ側面もある。コミュニティ側面は例えば、「自主的な人事の勉強会」「各々が自分なりの関心を持っている」「必ずしも階層が高い＝熟達者ではない」などが挙げられる。それで、実態としての構造や形態の境界はあいまいなのではないか、またその集団を「組織」と捉えるか「コミュニティ」と捉えるかの違いにすぎないのではと思うようになった。だからこれが「組織だ」、「コミュニティだ」と分ける必要はなく、コミュニティの活かしたいところがあればコミュニティ要素を持ち込めばよい。ちなみに(株)ミグリでは各チームを「コミュニティ」と呼んでいて私はENGAWAコミュニティに属している。そんなことで私が考えるコミュニティは「コミュニティ」という存在があるのではなく集団の中に「コミュニティ」的側面があるのではないかというのが、暫定的な捉え方である。

#### ○これからのコミュニティ

コミュニティに対する主要な3つの変化が想定される。

変化①様々な場の溶け合いが加速

- ・オンライン会議で聞こえる生活音
- ・1st/2nd/3rdプレイスが混じっていく
- ・複数の目的が入り混じることへの許容が求められそう

変化②コミュニティの選択肢が増加

- ・オンラインで様々なコミュニティにアクセス可能に
- ・選択肢が増えた結果、その時々での優先順位によって出たり入ったりが発生しうる
- ・業界全体を盛り上げる目線が求められるのでは？

変化③スペースの概念に近づいていく

- ・コミュニティへの出入りが発生する→メンバーシップのゆるさ
- ・「コミュニティ」というほどの縛りが無い「スペース」に近づいていくのではないか
- ・ゲーマーズコミュニティを題材に発展した「アフィニティスペース」に注目できそう

＞参考：アフィニティスペース（関心共有空間）

「共通の目的や関心を共有する人々のオンラインでの交流学习空間」（ジー、2004）  
初心プレイヤー、熟達プレイヤー、ゲーム開発者によるインフォーマルな学習コミュニティ

半田美幸様の講演

○プロフィール

note株式会社 事業開発

一般社団法人21世紀学び研究所トレーナー

一般社団法人Work Design Labパートナー

○自己紹介（私のキャリア）

ビジネスマンの私にコミュニティについて話してほしいという依頼がきて戸惑っていたが、改めて自分の活動を振り返って、これはコミュニティのひとつかもしれないという捉え直しのできたので、活動の履歴をたどりながら皆さんにコミュニティの要素を抽出してほしい。

noteに入る前は株式会社LIFULLで不動産ポータルサイト「HOME 'S」のWEBプランナー、プロモーター、マネジメントを担当していた。LIFULLはビジョン経営をしていて売り上げを伸ばしたいということだけでなく、心からこれを達成したいという人たちが集まっていた。創業当時はまだ一般の方々がインターネットで物件を探すことはできず、情報に非対称性があった。それで「HOME' S」を立ち上げたが、ビジョンを達成するために新しい団体「一般財団法人NEXT WISDOM FOUNDATION」を立ち上げることになり、私が社内公募に応募して立ち上げを担当した。これは社会の方々に学びの場を与えるという活動をするものであるが、法人登記、予算策定、仲間集めなどひとつひとつ取り組んだことが自分にとっては成長の機会になったと思っている。続いて、「一般社団法人21世紀学び研究所」も法人の立ち上げから関わり、4年ほど事務局長として勤務した。ミッションは日本の教育の在り方を変えていきたいというものであり、企業人に研修プログラムを提供する取り組みをしていた。これをきっかけにLIFULLの中にも多様な働き方が広まってきた。

ちょうど1年半前にnote社に転職した。私はこれから個の時代だということを感じていたので個人の自己表現や発信をベースにしている会社でチャレンジしてみたいというのが動機である。note社もビジョン・ミッションを達成するにはnoteだけでは足りないと考えて、最近「クリエイターエコノミー協会」という団体を立ち上げた。生産者と消費者の分断の時代から、インターネットの発達により一般のクリエイターでも社会に出ることができるようになってきた。しかし既存の法律がネックになってクリエイティブ表現がうまくできないという弊害がある。クリエイターが活躍し個人の自己表現がしやすく経済活動も豊かになるような社会を目指して、政府への提言によりムーブメントを起こすことを目的としている。私はnoteでも事業開発しているが、この協会の立ち上げにも参画した。

なお、noteはいろんな方々がBlogのようなかたちで自分の考えやノウハウを発信しているプラットフォームを作っている会社であるが、現在インターネットの中に多様性のあるまちをつくる構想がある。

○個人学習としてのコミュニティ

個人としてもコミュニティに参加するのが好きで、様々な団体やスクールに所属してきた。下記はその一部である。

- ・コミュニティオーガナイズングジャパン
- ・未来教育会議
- ・自由大学
- ・リノベーションスクール

○プライベートのコミュニティ

以前青豆ハウスという賃貸住宅に住んでいた。東京都練馬区にある青豆ハウスは「賃貸だからこそ住まいをもっと楽しんでほしい」という想いから生まれた住む人と集まる人が一緒に育てる共同住宅」であり、オンとオフをうまく使い分けられるような共同住宅で、非常にコミュニティ感があつた。

#### ○コミュニティに参加する理由、私の価値観・個性・ビジョン

私がコミュニティに参加する理由は何だろうか。やはり自分のハートとつながっているかというところだと気づいた。私の価値観・個性・ビジョンのアンテナが何かしら立つようなコミュニティに足が向いていたと振り返って思う。例えば私のビジョン「人々が人生を自由に選択し、自分らしくあり続ける豊かな社会をつくること」というのがベースにあるので、教育事業やnoteのような自己表現のプラットフォームに携わりたいと思った。

#### ○自律型組織

組織のビジョン・戦略や組織の目標からくる「私の目標」と、私の考え方（何を大切にしているのか、どのような存在でありたいか、何を実現したいのか）からくる「私の目標」とはだいたい分断されている。それで社員と個人は別物ということになるが、自律型組織はそこがつながっているというものである。そのためには自分の考え方が語れるというのが非常に強い推進力になる。これはコミュニティについても言えると思っている。

#### ○コミュニティオーガナイズイング5つのステップ

①「パブリックナラティブ」とは先ほどの組織のビジョンと自分のビジョンを語っていくことで仲間を増やすという手法である。それが引力があるものであれば語ることで人は集まるし自分事になっていく。②「関係構築」と③「チーム構築」ではその人となりをよく知ることは重要だったと思う。ビジネスライクではなく、その人の得意・不得意を知ることによって役割分担が上手にできるようになるしチームビルディングがしやすくなる。ステップは④「戦略作り」、⑤「アクション」と続く。

#### ○企業×コミュニティのポイント

「推進者の信頼と実績があるか」「めげずにトライ&エラーを繰り返せるか」

「共有ビジョンが描けるか」「伝道師となり仲間を増やせるか」

「自分ごとにできるか」「次のリーダーをつくれるか」「自分の個性を活かせるか」

#### 中島明様の講演

##### ○プロフィール

としま会議 代表

RYOZAN PARK インキュベーションマネージャー

リノベリング チーフディレクター

##### ○自己紹介

コミュニティをつくる仕事を20年やっている。2社ベンチャーを経験していて、1社目は生活者のコミュニティをつくる、2社目は若手社会人のコミュニティをつくるということをやって、独立して10年になる。このように最初はマーケティングの会社でテーマ型のコミュニティをつくってきたが、ここ7年間はローカルコミュニティをつくる仕事を豊島区でやり、一方でリノベーションスクールで全国でもローカルコミュニティをつくっている。最近は企業がどうローカルに土着化するかという相談が多くなってきた。イベントは打ち上げ花火で終わるのでそれをどうコミュニティにしていけるかが大事だ。起業と生活者の間、行政と市

民の間、コミュニティとコミュニティの間に何かプロジェクトをつくるという共創みたいなこともやっている。

コミュニティづくりのために自分のキャラを知るのは大事だ。ふりかえってみればどものころから誰かと誰かの間が気になって仕方なかった。

場づくりの仕事をしているが形式的ではなくフラットな感じを志向している。オンラインでもあえて集まるようにしてここから何か生まれるように配慮している。

池袋については7年前までは「このまち終わっている」と思っていた。昔は仕事のほとんどが渋谷・青山、六本木で遊ぶ場所も働く場所も全部他のまちに探していた。町内会に参加していなかったし、商店会や団体にも所属していなかったのでまちにかかわるきっかけがなかった。7年前の地元の知り合いは3人しかいなかった。

2014年5月にある出会いが私を変えた。半田さんがおっしゃった青豆ハウスをつくった青木純さんと、池袋エリア初のコワーキングスペースをオープンした。拠点を地元にもったので地元で過ごす時間が急増した。青木さんがまちにひらいたイベントをつくろうということのでつくれたのがとしま会議だ。

#### ○事例1：としま会議

としま会議では企業向けのコミュニティデザインで培った経験とノウハウをローカルで実験してみた。月1回、平日夜に開催するトークライブ&パーティーで、特徴は地元しぼりで参加者の9割が区内在住・在勤者で30代が中心である。ここにくると地元の知り合いができるように意識してデザインしている。トークライブでは豊島区内のあらゆる場所からジャンルを超えてゲストスピーカーを5名セレクトして、1人持ち時間7分で自分の活動を紹介していただく。ゲストスピーカーは①生まれ育った人、②移り住んできた人・働いている人、③住んでいるが他所で活動している人ということで、特に③の人が地元で頑張っている人とつながると地元で何かやり始めたくなる。ゲストスピーカーはとにかく面白い人、この人の話を聞かせたいと思う人を独自の視点で発掘している。まちを楽しむ入り口をつくるイベントである。これまでに49回実施しており、いろんな人（ゲストスピーカー226名）を紹介してきた、スター選手だけがまちのプレイヤーではなく、人前で話したことの無い人にも出てもらっている。

御多分に漏れず、コロナになってオンラインでやるようになった。オンラインの良さを活かしてヨガの先生を呼んでヨガレッスンをしたりアパレルの人を呼んで服を紹介してもらったりしている。現在は休止中である。

#### ○事例2：池袋ローカルゲート

JR東日本という企業とまちを繋ぐ取り組み。池袋は周辺に住宅地が近接しているのが個性的だ。だから駅にまちのコンテンツをインストールすることで、駅とまちの新しい関係性をつくるという実験であった。駅の一等地にある池袋駅にあるびゅうプラザが空き店舗になっていたのも、いろんな人に関わってもらって手触り感のある設え（ラッピング）をした。あるときは店舗（お菓子、たまごかけごはん、野菜、アパレル）、あるときはギャラリー・アトリエ、マスクの制作（2020年3月）をしてきた。緊急事態宣言になって屋内での活動が制限されたときは、外に向けてショウケースのように使ったり、演奏やコミュニティラジオのスタジオにしたりした。JRとの取り組みの発展版として今年まちの案内人育成講座を始め、私がガイド役をして参加者が自分のコースをつくって発表し、例えば「面白い人に出会う秘境ツアー」という発表があった。ポイントは、毎日駅を使っているが駅員さん知らないということがあったので、JRの駅員にも出てきてもらった。

## ○コミュニティ畑、20年「いま思う、1つの問い」

コミュニティを学ぼうという人には刺激的かもしれないが、もうコミュニティの時代ではないのではないだろうか？というのコミュニティ畑20年の私を感じ始めた自己矛盾というのがあって、コミュニティは分断を生むかもしれないということである。それを最初に感じたのはフランスでテロがあったときにFacebookをトリコロールカラーにする人が10人に1人というニュースがあった。これを見て、コミュニティは敵をつくることになりかねないということに気づいた。コミュニティは小さな火からはじまって、集い、熱量を帯びてくる。私はこれを仕事にしてきて、強い共同体にしようとしてきたが、これに危機感を持った。最近①コミュニティ同士をつなぐ、②グラデーションをつくる、③豊かな生態系をつくるということテーマにして、コミュニティから新しい連帯をつくりたい、またコミュニティデザインを生態系デザインにするというのが問題意識だ。だからコミュニティをつくる人はもっとコミュニティの外に出たほうが良い。さよなら、コミュニティ。

## ○参考

トーキョーライフワークトーク（城北信用金庫提供）で詳しく説明している。

<https://open.spotify.com/show/3DpVtHl06hr2e9pZ1t1S0M>

## クロストーク

### ○東南氏

半田さんが、相手のことが分かればチームは描けるという話をされていた。コミュニティというまだ実体のないものを創ろうとするよりも、まずは個人に焦点を当てるのが大事なのだろう。当社でも個人の衝動を大事にするといっていて、ジョン・デューイが衝動は誰でも持っているが教育で蓋をされている。その個人が持っている衝動に焦点を当ててそこから何ができるかというところからコミュニティを考えるとというのがしっくりくる。

コミュニティの分断の話もあると思う。部署同士で分断が起こっているのもつたいないと思う。当社でも個人の多様性を大切にしたいので、自分を主語に発信しようということをやっている。「みんなが」を主語にすると分断が生まれる。中島さんの豊かな生態系を創っていくというところに共感した。

### ○半田氏

中島さんの分断の話と東南さんのコミュニティ概念の変化は共感するところ大であった。私も何かと定義しがちで、こういうことをやるとうまくいくとか、こういう表現をすると伝わると定義して使ってみるが、だんだんそれが古びてきたり、うまくいかなることが起こる。そのときにすぐに手放せるかどうか非常に重要だ。コミュニティという言葉の捉え方であったり、それを壊すみたいなことが今必要なのか。あるいはあいまいなことも受け入れるとか、グレーなことも受け入れたり、もがいて自分自身を鍛えるということをやらないといけないと思った。

### ○中島氏

家族が核家族化して離れた。職場が風通しが悪くなったりワークスタイルが変化してきた。地域コミュニティでは町内会とか商店会は加盟者が減っている。そういうときに、SNSを含めたサード・コミュニティがもてはやされた。今度家族が地域と家族の間みたいなことが模

索されてきたり、企業がネットワーク型（ティール組織）になってきたので、もう一度サード・コミュニティのかたちが変わっていくのかなという感じがしていると、お二人の話を聞きながら思った。

<参加者の主な感想>

- ・中島さんのお話を聞いていて人はいい意味で「悪（ワル）」なんだろうと考えました。
- ・もやもやに留まることで、答えのない大事なことが見えてくることもあると思うので、何か出すことに焦らずのんびり行きたいと思いました
- ・コミュニティを“つくる”という言い方になにかひっかかりがあって、そのひっかかりの要素の一つは、つくりすぎたんじゃない？っていう違和感だったんだなあと2回目聞いて思いました。

## 2-4. 問いづくりワークショップ

ファシリテーター：NPO法人Co. to. hanaスタッフ、SMD2020有志

<ねらい>

これまで考えたりインプットした経験から、問いの視野を一度広げ、SMDの後半で探求する問いを決める。

<方法>

「ハテナソン」と言う手法を使って、これまでの2回を振り返って問いをたくさん出して改めて自分の問いを決めていきます。

※参考：ハテナソン共創ラボ (<https://www.hatenathon.com/>)

<主な内容>

### ウォーミングアップ

- ①名前+第1回で立てた問い（+今の気持ち）を、シートに書き込む
- ②1人が自己紹介
- ③その人の「第1回で立てた問い」に、他の人は1つずつ「問い」で聞く

### 本番

【Step1】「問いのきっかけ」への「問い」をたくさん出す！  
前回の講義振り返りも、自分の問いに見直しをかけるヒントになります。

#### 【Step2】 分類

ステップ1で出した質問をオープンクエスションとクローズドクエスションに仕分けします。

オープンクエスション ○（答えは色々）

クローズドクエスション△（Yes/Noで答えられる）

例えば、

今緊張してる？ △（Yes/Noで答えられる）

今どんな気持ち？○（答えは色々）

【Step3】 オープンクエスチョン⇔クローズドクエスチョンに変換！

○は△に変換、△は○に変換

例えば、△今日は楽しい？ → ○今日の講座はどう？

グループで考えてみると、普段の自分の思考性、変換のしやすさ（しにくさ）にも気付くことができます。

### 個人ワーク

コミュニティについて、いろんな問いをたてたところで、次のステップ。

【Step4】 改めて問い・アクションを決める

ステップ1から3で、問いの視野が広がってきました。改めて、最初に立てた「SMDで学びたい、探求したい問い」を振り返ってみます。そして「SMDで学びたい、探求したい問い」を言語化します。

Q1：あなたがSMDを通して、探求したい問いは何ですか？

Q2：その問いを探る上で、「残り2ヶ月のアクション」は何ですか？

問いを認識しなおし、それを探索する最初の一步を考えてグループで共有しました。

<参加者から生まれた問い>

- ・コミュニティに属してることとそうでないことをあいまいにするには？分断というか棲み分けは避けられない？
- ・人が「関わり続けたい」って思えるコミュニティってなんだろう（世代や価値観を超えたコミュニティづくり）
- ・参加者も運営者も負担感を感じず、自然と溶け込み、自然と変化を感じられるコミュニティをどう育てるか？
- ・コミュニティの集まる軸を作ることと、人の循環とは？主催者視点と運営支援者視点の両方からの視点で考える
- ・生もの相手に何ができるのか！？コミュニティのコントロールと整えるの塩梅
- ・「一人一人がウェルビーイングだ（幸せだ）」と感じられる未来のために、今、必要なコミュニティはどのようなものなのか？
- ・自分の地域が求める「穏やか」「安心」はどのような状態か
- ・コミュニティの性質（動機や背景など）にはどのようなものがあるのか
- ・誰もが「助かる」社会、「できる者」を前提に作られた常識や環境が「できない・やれない者」を加害者、差別や排除の対象としていないか？について考えてみたい。
- ・コミュニティは誰が作るのか

## 2-5. コミュニティ×ティール組織

### <講師>

嘉村 賢州 さん

- 「ティール組織（英治出版）」解説者
- 東京工業大学リーダーシップ教育院 特任准教授
- 場づくりの専門集団NPO法人「場とつながりラボhome's vi」代表理事

### <主な内容>

嘉村賢州様の講演

#### ○プロフィール

3年半前にティール組織という書籍を発売した。思った以上に売れてAmazonの全体ランキングで3位までいった。それで最近ではティール組織についての講演依頼ばかりになったが、もともとやっていたコミュニティやファシリテーション、場づくりについても今日は久しぶりにお話できてうれしい。

現在、東京工業大学リーダーシップ教育院で教員をしていて、大学院生向けにコミュニケーションやリーダーシップをトレーニングしている。もう1つがNPO法人場とつながりラボhome's viという場づくりの専門集団で代表理事をしており、コミュニティづくりや組織開発、まちづくりを15年間やってきたが、5年ほど前にティール組織に出会って徐々に組織論中心に変わってきている。

私が大事にしている哲学は、次の3点である。

- ①生まれてきてよかったと思える人生を。
- ②出会えてよかったと思える素敵な出会いを。
- ③（次の世代が）生まれてきてよかったと思える次の世界を。

特に②は難しいので「対立やしがらみを化学反応に」というのが15年ほど追いかけているテーマである。私自身コミュニティづくりやプロジェクトに自信がついてきて、特にムーブメントづくりについては得意分野になっている（ティール組織の出版、アクティブブックダイアログなど）。なぜ私がコミュニティやムーブメントに魅せられたのか、試行錯誤して自信が付いたのかという話をすることで何かしら皆さんのヒントになればうれしい。

#### ○私のコミュニティの原体験、プロジェクトとの出会い・コミュニティという発想

私はもともと人見知りで、コミュニケーションが苦手だった。大学に入って国際交流のボランティアのイベントづくりを通じて、役割があると人と話せることに気づいた。そこから様々なプロジェクトに関わるようになった。プロジェクトでの経験を通じて損得抜きにコミュニティを深めるためには十分な時間が必要だと感じたので、京都で自分の住んでいたマンションの1室を友人に開放してみた。そうするといろいろな友人がやってきて私を介さなくてもそれぞれがつながるようになり、少しずつ場になっていった。しかし下宿では気まずいという雰囲気を感じたので、複数の学生で1軒家を借りて2階を住居にして、1階を信頼できる人に開放した。そうすると口コミで全国から集まるようになり、5年間で1,000人が訪れるコミュニティになった。それが私のコミュニティの原体験となっている。そこでは人と人が心を開いて語り合い、またお互いの夢を応援しあう関係になっていった。この場所は5年で閉じることになったが、そこで影響を受けた人によって全国に派生していった。

#### ○大規模ダイアログによるまちづくり・組織開発



私の次のテーマは、学生だけではなくあらゆる世代でこういう感覚が分かち合えると世の中が良くなるだろうと思うのでそんな場づくりをしたいということだった。その後東京で就職したが、京都が好きだったので戻ってきた。そこでそのような場づくりを何とか仕事にできないかと考えた。それで立ち上げたのがNPO法人場とつながりラボhome's viである。ビジネスモデルとしてはこの場づくりを企業や地域向けに提供（ファシリテーション）することを考えた。もともとファシリテーションについてあえて勉強していなかったが千人規模の国際会議を計画するという担当になって困っていたときに「オープンスペーステクノロジー」という本に出合った。サブタイトルに「5人から1000人が輪になって話し合うファシリテーション」と書いてあったので読んでみた。著者のハリソン・オーウェンさんが国際会議で参加者から「会議はつまらなかったが、休憩時間が良かった」という感想を聞いた。コーヒーを飲みながら白熱した議論をして決断することができたという。そこでオーウェン氏は、「休憩時間だらけの世界会議にすればいい」ということに気づいて、対話の手法を生み出した。そこでは参加者が心から話し合いたいことをお互い場に提案してその提案に心惹かれる人たちだけが集まって、オープンな雰囲気です3日間かけて話し合うというものである。その手法を実際に使ったのが、京都きずなサミットであった。そこで京都の未来のために今解決したい課題は何かとか、どんなものを京都で生み出していききたいかについて100人が対話した。会場のオーナーが門川市長とつながっていたので、市長も参加されて講評を得た。それで京都市未来まちづくり100人委員会という委員会の運営を任せていただいた。その後ファシリテーションの対象はまちづくりから企業組織へと移っていった。企業組織においても大規模ダイアログはパワフルに機能したが、限界も感じた。一方ファシリテーションだけを専門に営むことで収益を立てるのは当時まだ難しかった。

#### ○ティール組織と組織生態系

このように少し行き詰まりを感じたので、1年間休んでサバティカル・ジャーニーということで世界放浪の旅に出た。そこでティール組織という概念に出会った。その本の原題は「Reinventing Organizations（組織を再発明しよう）」というタイトルだった。これは日本の未来を照らす本だということを確認して、ティール組織の普及にシフトしようと思った。著者のフレデリック・ラルーは多くのビジネス組織の経営者や従業員が疲弊しているのを見て、根本的に違うやり方はないだろうかということを探求して、今までの組織運営と根本的に違う運営をしている事例を分析した。そこでは人々が生き生きと働いているし、顧客からも圧倒的な支持も得ている。その異なるところの類似点をまとめたのがティール組織である。ここでは2つの切り口が述べられており、1つ目は組織形態の歴史で、「RED：オオカミの群れ」「AMBER：軍隊」「ORANGE：機械」「GREEN：家族」「TEAL：生命体」というふうに進化している。それ以前の組織形態には属さない「TEAL：生命体」は、自由に意思決定できて信頼で結び付いている、まるで生命体のような組織である。2つ目は新しい組織には3つの特徴があるということである。①自主経営とは、組織構造が上下関係ではないということである。②全体性とは、その人が持っているすばらしさを全て活用しようということである。③存在目的は呼ばれていると思われる方向に向かって縦横無尽に変化しながらチャレンジすることである。

<参加者の主な感想>

- ・個人との対話の先にコミュニティ、組織があることをさらに強く感じました。ティールの生き方実践していきたいです。
- ・組織の新しい考え方の気づきが自分にとって強烈な印象を受けました。感覚で動くところがあるので、きちんとした学びが大切なんだと改めて気づきました。物事には失敗はない。経験だけ。の言葉がとても響きました。
- ・ティール組織に初めて触れて、まずそんなものがあるんだ！という純粹な感想と共に私が組織を作るとしたら（目的にもよりますが）まずは”機械”の秩序作りから段階的にティールにしていくかなと思いました。また変化に対応できる力と芯のある力は相反するようで似ているのかなと少し疑問が生まれて、自身の成長の予感を感じてワクワクしました！
- ・賢州さんのストーリーをじっくり聞かせていただく贅沢な時間でした。仲間と共に居続けるために「コミュニティとビジネスを切り分けた」は、私も近い価値観を持って、数年前に起業したので、印象的でした。一方で、「組織があり続ける（人をそのに止める）ためにコミュニティを活用する」という方法をとることもあると思うので、「どのようなコミュニティをつくるか」は価値観が大きく出る部分だと感じました。

## 2-6. コミュニティ×地域医療

### <講師>

矢田 明子 さん

- Community Nurse Company株式会社代表取締役
- 株式会社Community Care 取締役
- 一般社団法人 Community Nurse Laboratory 代表理事

### <主な内容>

矢田明子様講演

#### ○コミュニティナースへのきっかけ

私の出身は出雲市で、父は商店街にある和菓子屋を営んでいた。私が高校卒業後社会福祉協議会での事務、行政での税務を経て、民間企業での企画業務をしているときに父が病気で亡くなった。父は自営業者だったので忙しいため健康診断に行かなかった。日本では7割の自営業者は多忙を理由に健康診断に行かないといわれている。私は自営業者に囲まれて大きくなってきたので、健康に異変が生じたときに健康診断の受診を勧めるなどまちなかで親しみを持ちながら気にかけてあげる必要があると痛感した。それで大学で看護を勉強しようと思ったが、そのための学費を稼ぐためにヤクルトの訪問販売員をした。この経験が後に生きていて、ヤクルトを押し付けるのではなく、一人一人といい関係をつくることに集中して時間をかけて付き合うことで話を聞いてもらえるようになるとともに、ヤクルトも売れるようになっていった。要するに明確に求めている人に働きかけようとするときは、ベースにいい関係をつくる必要があるということが分かった。その後大学の看護学科に入り、学んだことをまちなかで練習することを試みた。商店街ではうけは良かったが大学から止められた。その時に閃いて、看護師ではなく類似の活動がないかを調べたところ、海外でコミュニティナーシングという抽象概念があることを発見した。日本ではまだなかったのでコミュニティナースという実験だということで大学と折り合いを付けた。一方コミュニティナースでどのように生計を立てることができるかを並行して考えていた。働き盛り世代の人が立ち寄る喫茶店というのがくらしの中での動線であることを発見し、喫茶店でアルバイトをすることで働き盛りの人に働きかけながら収入が得られるということに気づいた。しかしいっしょに活動していた仲間たちは卒業して病院に就職していった。私はこのコミュニティナースの活動に手ごたえを感じていたので非常に残念だった。

#### ○創業支援「おっちラボ」と訪問看護ステーションの立ち上げ

私が大学を卒業して次のキャリアは創業支援の仕事だった。やってみたいことがあるけれどもどうやって形にしたらいいかわからない人にプロジェクトや起業のアクションを促し、成果と収益をもたらすビジネス化を130件ぐらい手掛けた。そこでくらしの動線における稼ぎ方のバリエーションをたくさん学ぶことができた。そこでまたコミュニティナースをやりたいという仲間と出会って、訪問看護ステーションを立ち上げて道すがらコミュニティナースをするとか、事務所を公民館のように開いてコミュニティナースをすることができると考えて、6年前にオープンした。しかし、収支を考えると時間的な余裕がないので訪問看護しながらコミュニティナースをするのは難しかった。一方このような活動が目新しかったので全国から視察にたくさん来られるようになった。質問は「どうやってコミュニティナースをしているのか」「収益源は何か」ということであった。視察の対応をしているうちに全国にコミュニティナースのような活動をしたいと思っている人がたくさんいることを知ることができた。それで、わざわざ島根に来られなくてもいいように、コミュニティナースについてまとめた講座のパッケージを提供し、コミュニティナースの活動を促すための会社「Community Nurse Company」を4年前に設立した。

### ○「Community Nurse Company」の活動紹介

先ほどの視察の時の質問にもあった仮設「育成のシステム」と「働きのシステム」の両方が突破できたら日本中にコミュニティナースができると思っているので、これが探求のテーマである。まず、コミュニティナースをやってみたい人が途方に迷わないように、講座をきっかけにして育てていくための「育成のシステム」としてつくったのが「コミュニティナースプロジェクト」という実験的な講座である。現在400人以上の人が講座を修了して全国で活動している。講座では自分のまちでどのようなコミュニティナース的な活動をするのかというプランを企画・実践するほか、それを改善することを同期や講師のほかOB・OGも協力してくれている。

「働きのシステム」のほうでは、講座の修了生を観察した結果、コミュニティナースで生計を立てたい人はうまくいっていなかったが、自治体や企業との出会いがあって「この活動をまちなかでやってもらえないか、ついては活動予算を確保する」という申し入れがあったので、2年前から当社と契約を交わして雇用の枠組みを含めてつくっていった。この場合にコミュニティナースの活動を応援する理由をしっかりと聞くようにしている。例えば新規事業の可能性の追求や競合との差別化といったニーズをくみ取っている。またしっかりとした体制で実施できるように、組織のトップ層にも理解してもらえるように努力している。

### ○事例～雲南市×日本郵便×コミュニティナース

島根県雲南市と日本郵便と当社で3者協定を結んですべての郵便局を健康ステーションにするという計画である。出雲市では喫茶店であったが、中山間地域では年金の記帳のために郵便局がくらしの動線になっている。そこで郵便局をコミュニティナースの拠点にするとたくさんの人と会うことができる。それで郵便局を健康ステーションにするプロジェクトを現在3つの郵便局でやり始めている。ここに来ればところが元気になるし相談もできるというところにするには何があればいいかのアイデアを出してもらってそれを構想に起こし、少しずつかたちにしていこうとしている。郵便局の壁に子どもと壁画を描くプロジェクトや手芸のアートギャラリー、駐車場を使ったビアガーデンをしながら、年金記帳の日にコミュニティナースとお茶を飲みながら健康相談を受けてもらっている。

### ○これからの取り組み

これまで企業や自治体とタイアップしてコミュニティナースの働き口をつくってきたが、事業モデルがすべて異なっているので、コミュニティナースがもっと活躍できるしくみをつくらなければならないと思っている。例えばコミュニティナースを登録制にして一定のベーシックインカムを確保できる程度の責務を負いつつ自由に動ける時間が捻出できるような仕事としての市場としくみをカンパニーでつくろうとしている。ここでテクノロジー部門の力を借りて家事代行サービスのような登録のしくみをつくりたい。看護師は10年経験しないと一人前でないという概念とは違う道筋をつくりたい。

### <参加者の主な感想>

- 感想のアーカイブがないため削除する

## 2-7. コミュニティ×ファンづくり

<講師>

池内 計司さん

●IKEUCHI ORGANIC 株式会社 代表

<主な内容>

池内計司様の講演

○プロフィール

1949年に愛媛県今治市に生まれた。1964年にビートルズがアメリカに上陸したときにケネディ空港が大騒ぎになったニュースを日本で見てビートルズが好きになり、そしてオーディオマニアになり、松下電器産業（現パナソニック）に入社して、Technicsブランドを開発しているステレオ事業部に志願し、デジタルが発売されるまでの12年間企画に携わった。1983年に家業を引き継ぐために池内タオルに入社した。

○タオル業界の動向

当時はデザイナーズブランドのタオルをつくっていたので、いかにいいブランドをキャッチできるかがタオル会社の実力のようところがあつた。私はタオル組合で販売や広報の責任者もしていた。1999年のしまなみ海道の開通に合わせて今治がタオルの街であることをPRする旗振り役であつた。しかし自社ブランドの商品が売れる時代ではなかつたので、奮起して今日お話しする「オーガニック120」を開発した。

○「オーガニック120」について

海外メーカーが追い付けないところでコンセプトをたてようということで、最大限の安全と最小限の環境負荷を追求することとした。1999年の第1回今治タオルフェアで「オーガニック120」を発表した。これは現在も販売を続けている商品である。この自社ブランドについては自信があつたので現金で中間の流通を介さず直接販売することと、よほどのことがない限りモデルチェンジをせず永久定番としている。

○今治タオルブランド

2008年に産地ブランド「今治タオル」が誕生し、103社のタオル会社が生産する産地の名称である。産地を有名にするブランディングについては以前から試行錯誤しており、このころにメーカーブランドを打ち立ててもいけるのではないかという認識を組合で共有したうえで、佐藤可士和さんをお願いした。吸水性などのテストに合格したものはこのマークを使ってもよいということであるが、強調したいのは今治を世界最大のタオル産地として有名にしてタオル会社が自立していくためのブランディングなので、認知された現在には各社がもっと前に出ていくべきであると考えている。

○「IKEUCHI ORGANIC」への社名変更

アメリカに自社ブランドを売り込んだ際に、ブランド名をIKTとしていた。一方当社は先ほど申し上げた最大限の安全と最小限の環境負荷の追求をし続けており、2002年から100%風力発電の電力を使用しており、「風で織るタオル」という愛称が有名になった。2013年の創業60周年を機にブランドを統合できないかと考え、ナガオカケンメイさんをお願いした。その結果、ブランドを変更するとともに2014年に「IKEUCHI ORGANIC」に社名変更した。社名を変更してよかったことは、オーガニックの割合を100%にする決意ができたことである。

その結果、今治タオルの産地ブランドは使わないことになった。

#### ○オーガニックへのこだわり

さらに2073年までに「赤ちゃんが食べられるタオルをつくる」という目標を設定した。そしてISO22000を取得したので、全製品にトレーサビリティQRを添付している。環境負荷を最小限にする努力としては、当社ほか1社の共同で使用している染色工場の排水設備を、瀬戸内海の厳しい環境基準を高いレベルでクリアできるように整備している。ちなみに愛媛県の瀬戸内海は現在非常にきれいになっている。綿花の仕入れはbioReというスイスのチームが運営しているタンザニアとインドの農家のピュアなオーガニックコットンである。当社のフェアトレードの考え方は、単に高く買うということではなく、持続して購入するというものである。

#### ○顧客とのコミュニケーション

先ほど申し上げた1999年の自社ブランドをアメリカに持ち込んだ時に、なぜデザイナーズブランドよりも高いのかという疑問に答えなければならなかったために、頻繁に説明会を行った。それを繰り返しているうちに、お店ができたことによってお店を中心に説明会をやるようになった。京都ストアではコロナの前の2019年には13回説明会を行った。お店が終わった後、1時間半かけてお客さんに説明するというかたちを続けている。パンデミック後はオンラインで行っている。最初は私がブログ、Facebook、Twitterで発信していたが、もう少し多角的に社員がそれぞれ発信するとともに、「イケウチな人」をやり、自社メディアを使ってもものづくりに対する考え方を発信している。常に人が介在してファンになっていただき、ファンがファンを紹介してくれるという感じで広がってきているブランドになっている。ファンが今社員になってきており、社員の半数程度は愛媛県外から転職してきたファンである。今では当社の顧客は「イケウチな人」を見て職人にコンタクトをとるようになってきており、会社のモラルも向上しているので人を通じていい循環ができていないかと考えている。

#### ○SDGsについて

当社は以前から社会環境のことを考えてものづくりをしてきている。SDGs的にいえば12番のつくる責任・つかう責任に特化して、私たちはつくっている情報とことん公表して説明するので、問題があれば直していくというスタンスでやっている。綿をつくっている農家から買っていただくお客様までみんなが気持ちよい関係になればいいと思ってモノづくりをしている会社である。

#### ○京都ストアから（ストアマネージャー益田様）

三条富小路を上ったところにお店を構えて丸7年になる。私は商社で貿易の業務をしていたときに池内タオルに出会って、この会社がやっていることとこのタオルを世界中に広げていくことが私の使命と思った。それで社長にアプローチして、京都ストアを立ち上げるときに声をかけてもらった。IKEUCHI ORGANICの好きなところはタオル。タオルは非常に気持ち良い。タオルを使っている時間が気持ちいいと思うと、毎日の幸せが増えるので、心の豊かさになるのではないかと。もう一つは正直な会社であるところが好きである。

#### <参加者の主な感想>

・池内さんの話を聞いているとタオルはあくまでの手段で池内さんの哲学がタオルを通してまわりの巻き込み、結果、今の池内オーガニックのブランドや愛してやまないファンがいるんだろうなと感じました。

## 2-8. クロージングワークショップ

ファシリテーター：NPO法人Co. to. hanaスタッフ、SMD2020有志

<主な内容>

オープニング

最終回の趣旨と進め方について共有しました。

最終発表

SMD全体をお通しての学びや今後のアクションについて各自が発表しました。

発表項目

- 今回、SMDに参加した理由
- 立てた問い
- 今時点の答え
- これからの問い

ダイアログ

最終発表を終えての感想や、他のメンバーの発表を聞いて感じたことを全体で共有しました。

チェックアウト

SMDを終えての感想や今後のアクションについて各自が共有しました。

<参加者の主な感想>

「3. 結果」を参照。

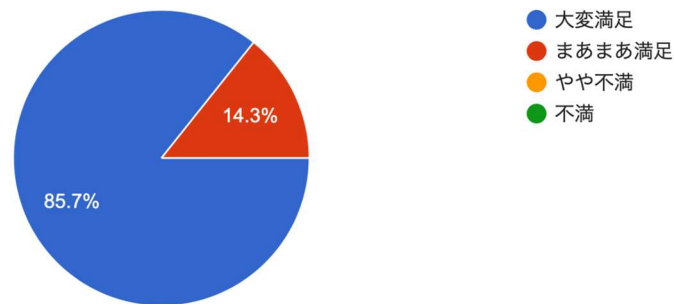
### 3. 結果

全講座終了後に、受講生に対してアンケート調査を実施した。16名中7名から回答があった。内容は以下の通りである。

講座を受講しての満足度を教えてください

#### Q1 講座を受講しての満足度を教えてください

7件の回答



満足度の理由を教えてください

- 色々な人の多様性、価値観を揺さぶられ、いい経験ができました。
- オンラインは苦手ですが、緩やかな雰囲気がとても居心地が良かったです
- ゲスト講師さんからのお話などが実際仕事にすぐ生きた。
- 多くの講師陣の意見が聞けただけでなく、色々な立場の社会人の方と意見交換ができていい経験になったため。
- コミュニティ創りのヒントをいただけたため。多様な価値観をお持ちの方々との交流があったため。
- 今後地域に展開していくための材料が頭の中でぐちゃぐちゃしていましたが、いろんなあり方があっていいんだなと言うことが感じることができました。
- 自己課題に少しでも向き合うことができたこと

第3回で立てた問いへのアクションはできましたか？

- 多くの人に会いに行くことやTwitter等でアウトプット出来た。
- できました
- 最終回近くに起こった出来事で、ようやく一歩踏み出せたかなと思います。
- 時間がかかりそう。まだ思考中

受講した経験を、どのように活かせそうですか？

- 新しい軸をもちたいと思います。
- 自分を楽しませます
- 仕事でも生活でも、自分の血となり肉となる感じ
- これから入るコミュニティでの自身の考え方の参考になりそうです
- また、自身のキャリアデザインの参考になりました。



- 自社サービスの価値向上に繋がるよう活かしていきたいです。また、ここでの出会いも大切にしていければと思います。
- 仕事の中で生かせると思います。

その他ご意見、感想、メッセージなどあればなんでも。

- 4期も参加したいです。ありがとうございました。
- とても刺激的な時間でした。機会提供と運営、ありがとうございました。
- 事務局の皆さま、ありがとうございました！
- 貴重な経験をさせていただきありがとうございました。このように多種多様な人たちと価値観に触れ合うことができ私自身がとても勉強になりました。

## 4. 総評

参加者視点と事務局視点の2つの視点から全体を総評する。

### 参加者視点

「探求」という目的と結果が合致していた。満足度も高かった。また離脱者が少なかったことは一定の成果だと言える。(13名/16名)。さらに、メンバー同士で関係を作る1対1のインタビューが生まれた。雑談が少ないオンラインだからこそその活動だと評価できる。きっかけは事務局側が投げかけたが、話すのは当事者同士で進行することができた。一方で、講義に対して一部の人から「物足りない」という声もあった。前提の話をしないと理論だけ話しても伝わらない部分もあるが、期待値調整の必要性を感じた。

### 事務局視点

事務局として動いた元受講生の関わりが目を瞠るものが合った。たとえば、メイン進行が急遽参加できない時に代わりに進行をしてもらう場面でも問題なく交代ができた。役割分担ができていた事務局だった。このように、講座やワークショップの進行を事務局メンバーに渡せたことは、それだけ目的や内容の理解度があり、かつ分担ができていた関係性だったと評価できる。また、主催者の意見に同調するのではなく、各自の意見を交わせるだけの関係性をつくれた。一方で、このような関係性を築くために準備期間に3ヶ月を費やしていた。