

2020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

公益財団法人都市活力研究所

N P O 法人 Co. to. hana

2021. 5. 14

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. ワークショップ
- 2-3. 特別講座&対話セッション1
- 2-4. 特別講座&対話セッション2
- 2-5. 特別講座&対話セッション3
- 2-6. 特別講座&対話セッション4
- 2-7. ワークショップ
- 2-8. 特別講座&対話セッション5
- 2-9. 特別講座&対話セッション6
- 2-10. 特別講座&対話セッション7
- 2-11. 特別講座&対話セッション8
- 2-12. ワークショップ
- 2-13. 最終発表会

3. 結果

- 3-1. アンケート結果

4. まとめ

- 4-1. 成果と課題
- 4-2. 今後に向けて

5. 資料

- 5-1. SMD説明資料
- 5-2. 受講者名簿
- 5-3. 各講座の感想

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。

ソーシャルデザインの各分野の最前線で活躍する8名の講師による「特別講座」と「対話セッション」を通して、これからの時代のソーシャルデザインについて学び、実践し、継続していく人を育てるとともにそれを実現する実践コミュニティを醸成する。概要は以下の通り。

期 間：2020年9月12日（土）-2021年1月23日（土）

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12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

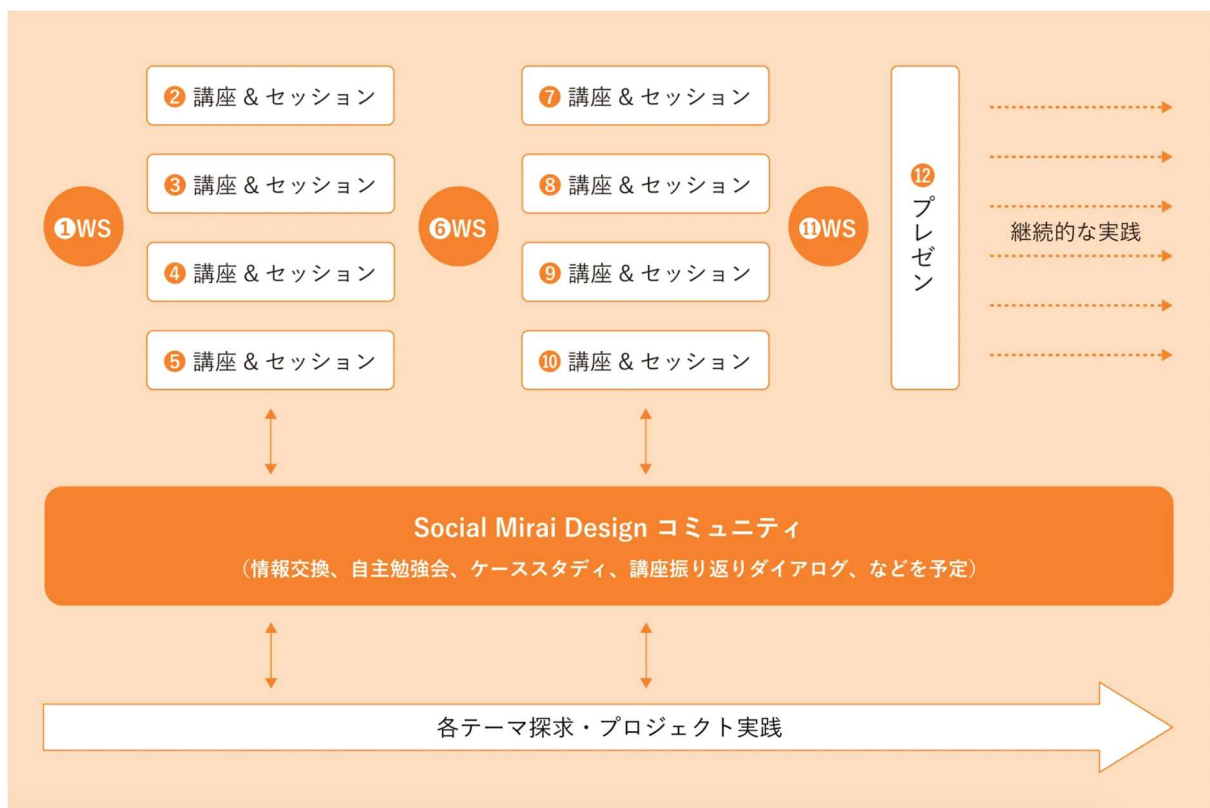
実施概要に基づき、以下のスケジュールでプログラムを実施した。

8月12日	事前説明会
8月15日	事前説明会
8月24日	事前説明会
8月26日	申込締切
8月28日	参加者確定
9月12日	初日
1月23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、以下の通りプログラムを実施した。

- ・特別講座（これからの時代のソーシャルデザインをテーマにした特別講座）【90分×8回】
- ・対話セッション（講座を受けて、講師と受講生による対話型セッション）【90分×4回、30分×4回】
- ・WS/ワークショップ（受講生のテーマや実践プロジェクトを深めるワークショップ）【180分×3回】
- ・発表（本プログラムの成果を受講生が発表）【180分×1回】
- ・コミュニティ活動（情報交換、勉強会、ケーススタディ、などの自主活動）



Program 1 : ワークショップ

【日程】 9/12(土) 13:00-16:00

【ファシリテーター】 NPO法人Co. to. hanaスタッフ

Program 2 : 特別講座&セッション

【日程】 9/21(土) 13:00-16:00

【講師】 山崎亮さん

Program 3 : 特別講座&セッション

【日程】 10/1(木) 19:00-21:00

【講師】 矢口真紀さん

Program 4 : 特別講座&セッション

【日程】10/10(土)13:00-16:00

【講師】安斎勇樹さん

Program 5 : 特別講座&セッション

【日程】10/22(木)19:00-21:00

【講師】寺井元一さん

Program 6 : ワークショップ

【日程】10/31(土)13:00-16:00

【ファシリテーター】NPO法人Co. to. hanaスタッフ

Program 7 : 特別講座&セッション

【日程】11/12(木)19:00-21:00

【ゲスト】小野裕之さん

Program 8 : 特別講座&セッション

【日程】11/21(土)13:00-16:00

【ゲスト】太刀川英輔さん

Program 9 : 特別講座&セッション

【日程】12/3(木)19:00-21:00

【ゲスト】新山直広さん

Program 10 : 特別講座&セッション

【日程】12/12(土)13:00-16:00

【ゲスト】木下齊さん

Program 11 : ワークショップ

【日程】1/9(土)13:00-16:00

【ファシリテーター】NPO法人Co. to. hanaスタッフ

Program 12 : 最終発表

【日程】1/23(土)13:00-16:00

【ゲスト】石原 敏孝さん、辻 寛さん、弘本 由香里さん

【ファシリテーター】NPO法人Co. to. hanaスタッフ

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：SMD2019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㈱ 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

期間：2020年8月

4. 事前説明会

日程：2020年8月12日

会場：zoom オンライン

参加人数：申込51人

日程：2020年8月15日

会場：zoom オンライン

参加人数：申込51人

日程：2020年8月24日

会場：zoom オンライン

参加人数：申込39人

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、OBPアカデミア（事前説明会のみ）

1-6. 受講生

募集・選考の結果、31名が受講した。属性は以下の通り。

<性別>

男性15名

女性16名

<職種>

企画営業、デザイン系プランナー、アートディレクター、WEBディレクター、会社員、NPO職員、経営者、教員、メディア、研究開発、生活介護、CSR、デザイナー、エンジニア、大学生、専門学校生

企業9名

NPO2名

民間8名（有限、社福、一社、医療法人）

学校6名（中学1、高校1、専門学校1、大学3）

行政1名（地域おこし協力隊）

財団1名（投資ファンド）

個人4名（うちデザイナー1名）

<志望動機>

・未来をつくるデザインという抽象的なテーマを、多様なジャンルの専門家の皆さんとの対話によって、コミュニティのあり方、相互扶助のあり方という自社ビジネスの本質を考えてみたい。

・高校教育や、衰退する地域の活性化を北海道で落とし込む契機になればと思い、参加を熱望します。

・日頃一緒に働く統合失調症の方がもっとお金を稼ぐことができる環境をつくりたいと思い、案をブラッシュアップする機会が欲しかった。

・新型コロナ蔓延により、更なるソーシャルデザインの企画運営が必要と考えている。

・地元の子どもと大人を繋げ学び合い一歩踏み出すプラットフォームづくりを半年ほど前から仕込み始めたが本講座を通して知見を増やしより良いブラッシュアップを行う機会に繋がればと思って参加希望します。

・今現在ぼんやりしている、自分が取り組みたい社会課題をクリアにして、進む方向を考えるヒントにしたい。

・デザイン、ファシリテーションという観点、およびその背景にある各々の哲学について大変興味があり、その構築、具体化、実践方法、について学び生かしたい。

・自分のこれまでの経験や学びも存分に生かしながら、地域を越えてオンラインで協議出来る環境を経て、自分の子どもの将来に何が残せるのかを本気で追及していきたい。

・社会課題の切り取りからプロジェクトの目的（問い）への落とし込みや、各プロセスで困難を抱える人への声掛けなど、具体的にヒントを得られればと思います。

・日本の先進事例を学び、現場の活動に直接取り組んでいる、社会の新しい形を考えているメンバーと意見を交換することで、社内の検討だけでは得られない様々な視点を学ぶ機会が得られるすばらしい機会だと考えました。

・学生期間に新型コロナウイルスなどの影響で新しい生活様式を求められた特別な世代として、私にしか出来ないソーシャルデザインの提案をプロの方と行っていきたい。

2. 講座

2-1. 目的と概要

ソーシャルデザインの最前線で活躍するゲスト陣による「特別講座」と「対話セッション」を通して、これからの時代のソーシャルデザインについて学び、実践し、継続していく人を育てるとともにそれを実現する実践コミュニティを醸成する。初回キックオフを含めて、全12回のプログラムを実施した。

期 間：2020年9月12日（土）-2021年1月23日（土）

場 所：オンライン開催



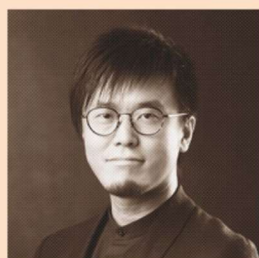
山崎亮

- studio-L代表
- コミュニティデザイナー
- 社会福祉士



安齋 勇樹

- 株式会社ミミクリデザイン CEO
- 株式会社DONGURI CCO
- 東京大学大学院情報学環特任助教



太刀川 英輔

- NOSIGNER 代表
- デザインストラテジスト
- 慶應義塾大学特別招聘准教授



木下 斉

- エリア・イノベーション・アライアンス 代表理事
- まちビジネス事業家



矢口 真紀

- choinaca 代表
- わたしごとJAPAN 共同代表



寺井 元一

- 株式会社まちづくりクリエイティブ代表取締役
- アソシエーションデザイナー イレクター



小野 裕之

- ビジネスプロデューサー



新山 直広

- TSUGI 代表
- ディレクター・デザイナー

2-2. 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。

日程：9/12(土)13:00-16:00

ファシリテーター：NPO法人Co. to. hanaスタッフ

<主な内容>

イントロダクション

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。

オリエンテーションとしてSMD講座のテーマに加え、最終的なミッションを与えることで参加者が講座を通して考える事の指針を提示しました。そのうえで大切なことや考え方を共有し、より深く参加者が考えられるようサポート的に説明をしました。

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。

ミニワークでは改めて参加者がSMD講座に参加している目的を言語化して再確認できるような内容のものを行いました。

対話セッション

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。

オンライン上で3~4人のチームに分かれそれぞれ対話しながら問いから仮説がみつけどせるように説明を事前に行いました。

ワーク

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。

ワークは参加者がみることができるよう共有サイトにて共有をし同時に参加者がなにをしたいかを確認しました。

<参加者の主な感想>

- ・様々なジャンルの、熱意のある皆さんと、結構内容のある話まで出来た。ファシの丸毛さんにも、丁寧に指導していただいた。
- ・いろいろな背景を持つメンバーと出会い、お話を聞いてよかったです。これから話をもっと深まっていけることを期待します！
- ・言語化することで、自分の問いや仮説を見つけられたこと。参加者の領域が多種多様であり、交流が新鮮であったこと。

2-3. 第1回 特別講座&対話型セッション

- ・日時 9月19日（土）13時～16時
- ・講師 studio-L代表、コミュニティデザイナー、社会福祉士 山崎亮 氏

<主な内容>

(1) 山崎氏のプロフィール

1973年愛知県生まれ。大阪府立大学大学院および東京大学大学院修了。博士（工学）。建築・ランドスケープ設計事務所を経て、2005年にstudio-Lを設立。地域の課題を地域に住む人たちが解決するためのコミュニティデザインに携わる。まちづくりのワークショップ、住民参加型の総合計画づくり、市民参加型のパークマネジメントなどに関するプロジェクトが多い。著書に『コミュニティデザインの源流（太田出版）』、『縮充する日本（PHP新書）』、『地域ごはん日記（パイインターナショナル）』、『ケアするまちのデザイン（医学書院）』などがある。

(2) これからのワークショップの手法

マギーズセンター日本代表の秋山正子さんとの会談をきっかけに、ソーシャルデザインアトラスという2012年に出版した本を紹介する動画をYouTubeでアップしたので、受講生に事前に見てほしいと事務局を通じて連絡した。これからのコミュニティデザインにとって動画のようなものがものすごく大事になってくると思う。だからコミュニティデザインに興味があれば同時にYouTubeにも興味を持って欲しい。

コロナ以前では障害特性を持った人に向けたワークショップにzoomを使用したことがあった。コロナで参加者側の体制が整い、オンラインでワークショップができるようになった。これについては、同期型のワークショップから非同期型のワークショップへの可能性を探ることができるようになってきた。非同期型とは、好きな時間に動画を見て、事務局の呼びかけに応じて参加者が宿題に取り組み、それをファシリテーターが組み合わせて動画を作成し次回につなげるという方法で、メリットは事前に学習ができること、じっくり考えたり調べたりできること、参加意欲を高められる可能性があること、参加できていない層に参加してもらえる可能性があることなどがあげられる。もちろん大事なタイミングでは同期型にすればよい。私も新しいやり方を模索しているところである。

(3) 参加者からの質問「つながりを必要としている人へのアプローチをどうするか？」

明確な答えはない。以前は楽しいと思える社会的な活動をまちじゅうで展開すればいいといていたが、それでは距離がある。一方オンラインは支援が必要な方につながる可能性を高めてくれる。これからは外出しなくていいから人と繋がりたいということがいい。その手法をどれぐらい広げられるかが大事だ。ちなみにハミスク（介護職の人が一歩はみ出すスクール）をオンライン上で行っている。

(4) 参加者からの質問「住民団体と企業の距離感の指標は？」

まずデザインにはそもそもソーシャルの要素とコマースの要素の両方を含んでいる。バブル期から商業的なデザインの要素が強くなりすぎたので、その反省も込めてソーシャルデザインを標榜している。企業ではコマース的な行為を高めないと株主を満足させることができないという使命感を持った人たちが活動しているので、そこにどれぐらいソーシャルなものをいれられるかというバランスで決まると思う。だから組もうとするなら重なるところはどこなのかを理解しておかなければならない。

(5) 参加者からの質問「デザインはコミュニティ間の連携を促すことができると思うか？」

正しいか正しくないかの判断は人それぞれであり、コミュニティデザインの現場で議論に勝つことに意味はない。しかし楽しい、美味しい、可愛いというように感性で語ると一致しやすい。それについてデザインは得意だ。これが地域の課題を解決するところに結び付いたソーシャルなデザインになれば、人々の行動と共感を生み出すことはできる。

(6) 参加者からの質問「全体設計、アイデア、巻き込みの注意点は？」

全体設計はするが細部は緩やかにする。その理由はあえて思い入れをいれないためである。小さな10個ぐらいのアイデアを用意していく。関与をどこで止めるかということを意識している。当事者が愛着を持てるようなプロジェクトにするための塩梅が重要だ。

(7) 参加者からの質問「時間泥棒からどうやっていいデザインを引き出すのか？」

特にソーシャルデザインやコミュニティデザインでは地域の方々に本気になってもらうことが大事なのでいかに時間を用意できるかが大事だ。市民は本業を持っているのでまちづくりに割くことのできる時間は少しずつだから。

(8) 参加者からの質問「地域課題やニーズを聞き出すプロセスで工夫したことは？」

3つのプロセス①本やネットで課題を事前に調べる、②事前のインタビュー、③当日ワークショップがあるが③で自分たちの地域の課題をちゃんと発言して整理できたかどうか大事だ。だから①②であまり調べすぎないようにしている。

(9) 参加者からの質問「まちづくりは儲からない？」

ワークショップ当日だけでなく、事前の下調べや準備（ツール作り）、終わってからの伴奏やニュースレター、まとめ（印刷物・WEB）などやることはたくさんある。だから仕事に見合う対価はいただくようにしている。

(10) 参加者からの質問「地方創生はどういう方向をたどるのか？」

集中して住むということはある意味正しいが、持続可能のために今は我慢してくださいということでは手段と目的が逆になっている。正解の奴隷ではないという哲学がコミュニティデザイナーになければならない。都市効率について答えるなら、効率としては正しいがそうしない自由はSDGs的に認めなければならないと思うと答える。

(11) 参加者からの質問「ワークショップで楽しいと思ってもらうためには？」

様々なセクターの人たちは生真面目な話をみんなが聞きたいわけではない。だから話を面白くすること（笑）。演説するより演劇せよ。インスタ映えなどの心配り。

【事例1】 デザインでおもしろいことしか言いたくなくなるような環境を作る

【事例2】 プラスチック名札が可愛くない！

<参加者の主な感想>

- ・広いソーシャルデザインの観点からコミュニティデザインのお話に移っていき、未来の話まで質問に答えながら全体が進んでいき圧巻でした。
- ・オール質問に答えていただくというスタイルは初めてでしたが、ためになる話がとにかく多く（その分情報過多で消化が大変ですが）満足度が高い。
- ・沢山の視座をいただきました。他の講演では、事例が多めで本質にたどり着く前に終わっていたので、今回だけで参加費の元が取れた感があります。



2-4. 第2回 特別講座&対話型セッション

- ・日時 10月1日（木）19時～21時
- ・講師 choinaca合同会社代表、わたしごとJAPAN共同代表 矢口真紀 氏

<主な内容>

(1) 矢口氏のプロフィール

広告代理店で国内外のイベントプロデュースに携わり、独立。『月3万円ビジネス』提唱者の藤村靖之氏に師事し、地元杉戸町にUターン。ちょっと田舎で小さく楽しい自立のかたちを提案するchoinacaを結成。『わたしたちの月3万円ビジネス』講座を通し、これまで175名の女子のしごとづくりをサポート。自分と地域を幸せにする働き方を全国に広げる『わたしごとJAPAN』、シャッター商店街の仕事づくり拠点『ひとつ屋根の下』など、仕事づくりを起点にまちを元気にするアクションを展開中。

(2) 組織概要

choinaca合同会社は、埼玉県杉戸町で活動する女子4人のチームを結成して創立した。私は火付け役で、他のメンバーは装飾ができる人や営業ができる人など異なる職能のある人である。

(3) コンセプト・テーマ

会社の名称は「ちょっと田舎を強みに変えよう！」という思いから、「ちょいなか」とかわいく呼んであげようと思って名付けた。テーマは「女子力を中心に楽しく自立力を高め人と仕事が集まるまちへ」としている。なぜ女子かというと、昼間の時間を支えているのは子育て中の女性達なのに、まちに彼女らの顔が見えていないからである。ちいさくてもいいからやりたいことを一斉にやり始めたらきっとまちはおもしろくなるという発想で、月3万円ビジネスという、仕事のメガネを掛け替える実験の場づくりをしている。コンセプトは、私たちの幸せの基準は金額ではなくて、どれだけやりたことがやれたかというふうを設定している。

(4) 事業概要

choinaca合同会社では、自立力をつける活動をしている。自立力は、自給力、自活力、仲間力で育まれる。具体的には、下記のような人と仕事が集まるしかけをつくっている。

① 「しあわせすぎマルシェ」

5年で23回、70店舗、3000人が集まる。未利用の空間を利活用してコストを抑えている。

② 「わたしたちの月3万円ビジネス講座」

非電化工房の藤村靖之先生の著書の哲学をベースに、同じ地域では年1回開催している（3～4か月1クールで全6回）。5年間で175名の参加者を数える。受講生はリスクのない小さなビジネスを企画して自信を付ける。お約束としては、“自分のワクワクをテーマに”、“いいことしか仕事にしない”、“実現性より商品性”、“みんなで生み出す”、“地域のリソースを活用する”、“「とりあえず」やってみる”としている。

③ 「しごとづくりコミュニティ」

つながって支えあう卒業生のゆるやかなコミュニティで、ビジネスが発展するきっかけになっている。

④「育ったビジネスを商店街につなげる」

空き店舗の活用の実績が認められ、再開発の構想委員会メンバーになった。

(5) 地域の特徴

埼玉といえば特徴がなく、ちょっと卑屈になっている県民性があり、地域肯定感が低い。また私の地元は郊外のベッドタウンであり、その駅前商店街がシャッター街になっていた。その駅前通りで再開発が始まることになったがビジョンがないことを知り、地元に戻る決心をした。何もないまちだと思っていたが、リソースがいっぱいあることに気づいた。

(6) 体制づくり

私が地元に戻る際にSNSで投稿したところ、中学時代の同級生がリアクションしてくれた。NHKに出演したり、他の街での取り組みが評判となり、杉戸町（役場）からも声をかけてくるようになった。

(7) 効果

狙い通り参加した女性たちが自分の存在を取り戻した。そして「わたしたちの月3万円ビジネス講座」は県内各地に増殖中である。また一人ではできない企画が実現するようになった（草加市でシェアアトリエ、託児所）。そして顔の見える経済を大事にするようになり、仲間同士で商品やサービスを買ひ合うようなことが起こっている。さらに地域の個人店舗に通うようになることで、まちに愛着が沸くようになるということが大きな発見だ。

(8) 広がりや展開

そういったコミュニティが埼玉だけでなく全国に広がっていき、昨年わたしごとJAPANというプラットフォームを立ち上げて連携を始めた（埼玉、岐阜、長野、新潟、福島、山形、岩手）。

(9) コロナから始まったこと

地元で新しい取り組みを始めようとしている。

①「のらのぼ」

農や食に関わるメンバーを集めて畑を開墾して農作物を作る。

②「気候変動トークライブ」

気候変動について、本当に何が起っているか知りたい。

③「コミュニティ通貨の実験」

できることとしてほしいことを地域通貨でマッチング。

④「マイたんぼシステム」

自給自足プログラム

<参加者の主な感想>

- ・地域内経済の回し方やその価値転換。消費者から生産者へという考え方は地元でも同じ課題のため非常に参考になりました！
- ・矢口さんの世の中や地球の現状に対する見方にすごく共感しました。矢口さんの活動が、「世の中に対する見方が180度変わる！」という言葉につながっているというのが、めちゃくちゃワクワクしました！！
- ・皆さんの質問を受けて、それに回答したその回答に影響されて質問が生まれる循環が素敵でした。



2-5. 第3回 特別講座&対話型セッション

<概要>

- ・日時 10月10日（土）13時～16時
- ・講師 株式会社ミミクリデザインCEO、株式会社DONGURI CCO、
東京大学大学院情報学環特任助教 安齋勇樹 氏

<主な内容>

(1) 講義のテーマ「“ソーシャルデザイン”を問い直す」

ソーシャルデザインについて話すのは初めてなので、自分なりの考えをお話したい。

(2) 活動紹介

ミミクリデザインという会社の代表と、DONGURIというデザインファームの経営に携わっている。また東京大学では人と組織のクリエイティビティや創造性はどうしたら発揮されるのかを研究している。ワークショップについて10年以上研究して「ワークショップデザイン論」「問いのデザイン」を出版した。「問いのデザイン」は産経新聞でビジネスパーソンの必読書と評されている。最近CULT IBASEというWEBメディアをリリース。人と組織の創造性を高める最新の知見を紹介している。

(3) ファシリテーターとしての3つの信念

① 衝動とポテンシャルを活かす

「本当はここまでできる、本当はこんなことがしたい」と「現在の環境で発揮されるパフォーマンスや意欲」のギャップを「ポテンシャル」と呼んでいる。これが開放されるとうれしくてたまらない。これをいかに引き出すかというのが人生の重要なテーマである。湧き上がる「衝動」が人間の創造性の源泉となるが、学校や企業では蓋がされがちなので現状を変えて活かしていきたい。

② まず問いのデザインから始める

ポテンシャルを引き出すのが私にとってのファシリテーション。ファシリテーションという仕事は“良い問い”を立てることに尽きる。参加者の創造性を活かすも殺すも問い次第で、問いは直球ではなくひねりが大事だ。

③ 遊びのエネルギーを活用する

ワークショップは芸術から発展し、そこに100年の歴史で培われた非日常の力がある。

事例1) 資生堂/ビジョン実現のための8つの行動理念“TRUST 8”

事例2) 佐賀の地方創生プロジェクト、事例3) 東京都北区のブランディング支援

(4) これからの時代のソーシャルデザインとは？

丸毛氏の「ソーシャルデザイン」という言葉を聞いて、まずどのようなイメージや言葉が浮かびますか？という問いの答えがわからない。

(安齋の思考方略1) わからなくなったら語源をたどる

Socialの語源はSocialis（仲間・交際・分かち合う・結びつく・つながる）。手触り感が出てきた。ソーシャルデザインとは人と人のつながり・結びつきをつくることか？

(安齋の思考方略2) 問いに問いを重ねてひたすら脱線しながら考える！

オフィスの空間の研究事例では距離が50m離れるとコミュニケーションは消滅する。お互いを意識していれば”つながっている”のか？“つながり”に信頼関係は本当に必要か？

(安齋の思考方略3) 脱線しすぎたら元に戻る

どうすれば“つながり”を生み出せるのか。1人では解けない問い（課題構造）に「この人がいなければ解けない」という互惠的相互依存構造が加わることでコラボレーションが起きる。

事例) 問いの比較実験「居心地の良いカフェ？」と「危険だけど居心地のいいカフェ？」

Socialisの最小単位が人と人とのつながりをつくることだとすると、人がつながりたくなる課題構造をつくるのがソーシャルデザインにつながるとしたら、問いをつくることはソーシャルデザインにつながるということに気が付いた。

(まとめ) 問いと人の結びつきも重要。問いが自分ごとにならないと深まらない。

事例) カーアクセサリメーカーの苦悩

(5) ソーシャルデザインのモジュール

ソーシャルデザインの最小単位は？

①問いをつくる、②問いと人をつなげる、③人と人をつなげる

これを「大きなうねり」に変えていくには？④問いと問いをつなげる

事例) 新しいオフィス家具のイノベーション

問いを数珠つなぎに編むことでイノベーションを起こす問いの群れができる+探求のコミュニティがつながりあうムーブメントがつけれるから大きいアイデアが生まれる。これがソーシャルデザインの感覚に近い。人々が自分ごとと感じられる問いの連なりをつくることはファシリテーションの腕の見せ所だ。

(6) “良いムーブメント”をつくるには？問いと問いをつなげるための視座

(安齋の思考方略4) 川を上から見ない

表層の変化(早い、型式レベル、必ずしも接続しない)と深層の変化(少しずつ、文化や価値観レベル、接続する)を切り分けて考える。事例) コロナの変化

(安齋の思考方略5) 探求の問いから始める

ファシリテーションの意味がどのように変わるか？

①主語の個人化: 会社に所属意識が薄れ、目線が「私」レベルに下がる可能性

→社内の繋がりを取り戻すオンラインファシリテーションをインストールする商材

②オンライン学習が民主化し、学習の“You Tube化”による骨太な学習機会が喪失する

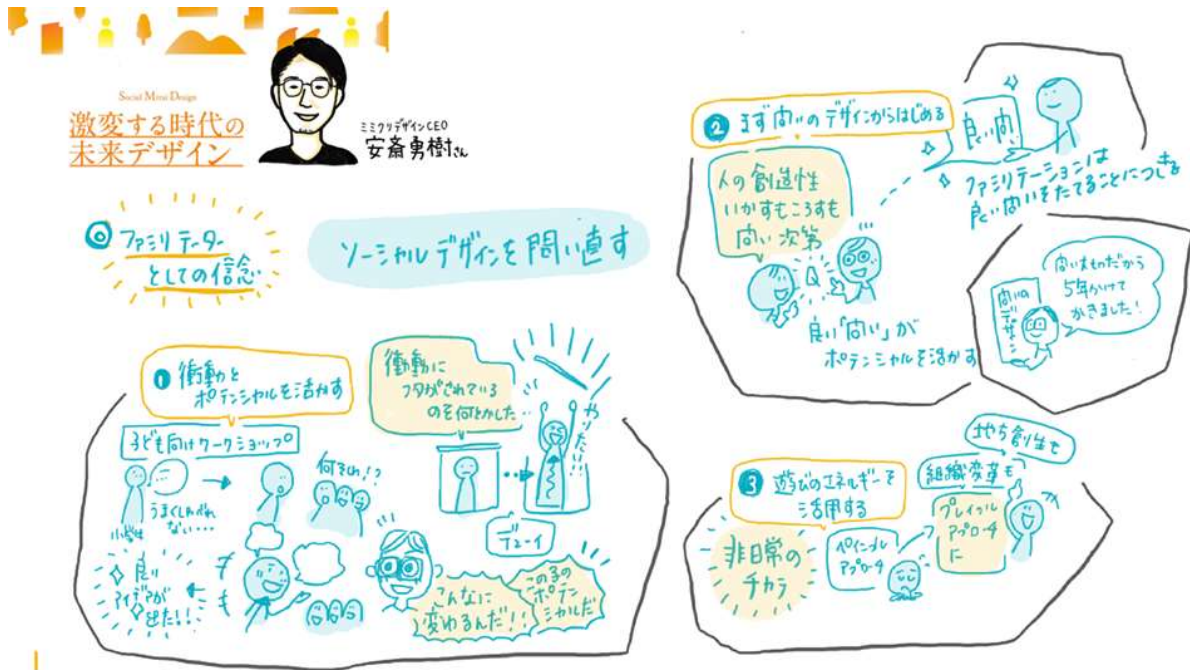
→今こそHOWでなく「理論」を学ぼう

(7) “ソーシャルデザイン” まとめ

激流の時代の中で「深層の変化」を読み取り、探求の「問い」を立て、それを周囲の人と分かち合う。「人々と問いの関係性」を編み続けることで、社会の本質をとらえる「探求のムーブメント」をつくること。

<参加者の主な感想>

- ・ 問いをつくる⇒問いと人をつなげる⇒人と人をつなげる⇒これを繰り返しながら自分事になる という図式は納得！スッキリしました。
- ・ 最近八方塞がりになりがちだったんですが、問いのデザインが一つの抜け道になりそうです。
- ・ 自分の価値観や仕事感などコアな部分を顧みて考える機会となっていて、参加して良かったと感じています！！



2-6. 第4回 特別講座&対話型セッション

<概要>

- ・日時 10月22日（木）19時～21時
- ・講師 まちづくりクリエイティブ代表取締役 寺井元一 氏

<主な内容>

(1) 寺井氏のプロフィール

1977年兵庫県生まれでさいたま市在住。松戸には住んだことはない。早稲田大学で学部生の終わりに学生団体をつくり、映画撮影やクラブイベントなどを主催した。この団体が母体になってNPO法人KOMPOSITIONを設立した。

(2) 組織概要

まちづくりクリエイティブは松戸に本社を置いて活動の核となるエリアとしつつ、全国各地でも事業を展開している。松戸では御酒所をオフィスにした。活動エリアをMAD Cityとネーミングした。設定エリアは市の面積の1%で、ここがこれから変わっていく。社員の採用の基準は町衆（町の人）、行政の人、企業の人、アーティストという“言語が違う人々”と話せる人材かどうか。

(3) コンセプト・テーマ

まちづくりの本質をざっくりいえば、アイデア（クリエイティブ・創造的な取り組み）である。まちづくりに足りないものはチャレンジ／構造改革である。チャレンジ／構造改革には事業化や空気感が重要であり、このために低リスクで長続きするビジネスを興す。そうすれば可視化することもできる（これまでの事例集はこういった視点がなく、成功したアイデアをコピーするためのものとして推奨されてしまっていて、うまく機能しなくなっている）。

こういうことを学ぶために、ストリートカルチャー（の流儀）が有用だと思っている。僕の中でまちづくりとは自治区をつくることに等しい（例：デンマークのクリスチャニアなど）。自治区の原点がどうやらスクワット（不法占拠）にあることに気づいたことや、“クリエイティブシティ”という人材が集積するサイクルの研究成果などに触発された。

エリアブランディングとは、このまちがどういうまちなのかという意識を変えていくことだ。その際に「まちのために」と「自分のために」をどうバランスするかが要諦である。つまりまちのアイデンティティを学ぶことで、自分のやりたいことが推進されるのだ。目に見えないものを掘り起こし、価値を感じられるストーリーをつくることが重要だ。

(4) 事業概要

まちづくりクリエイティブは過去にアートプロジェクトやAIR（アーティストインレジデンス）を立ち上げ、現在は不動産活用とクリエイティブ系事業者の誘致と起業支援を行っている。ポイントは古い物件が価値になるということである（廃墟を扱うような不動産）。初めから簡単には借りられないので、松戸でのアートプロジェクトなどのイベントから始めた。現在取り扱っている物件は平均築約60年、契約数にすると80件ぐらいである。入居者にとっては初期費用・家賃が安い。

当社流のサブリースモデルの展開（原状回復義務を無くす、入居者選ぶ、条件も変える）することで、売上が安定し、長期目線で経営できる。デメリットとしては、退去のリスクや、物件とクリエイターを評価することが必須ということが挙げられるが、リスクがあるからこそ、クリエイターとの人脈やネットワークが重要だと考えている。

(5) 地域の特徴

事業を始めるための最初のリサーチでの結果はどこも同じようなまちであった。松戸はもともと知らないまちであったが、対象エリアのリサーチの結果、まちの人達が地域活性化へのモチベーションが高い一方で、強い危機感も持っていたので、ちょうどよいと思った。松戸というまちを深く理解するようになって手応えを探ったところ、脱東京ゼミというイベントを開いて手ごたえを感じた。

松戸は観光地ではないので住宅に特化した方向性を検討し、アーティストとの長期プロジェクトや定着を評価基準にするプロジェクトに方針を転換した。そして公園や道路をはじめとする中古ストックを活用したソーシャルビジネスを展開するとともに、アーティスト滞在を目指したアーティストインレジデンスを設立した。

(6) 体制づくり

まず先進事例や専門家にアクセスできたことがよかった。また地元の名物キャラクター町会長と出会い、かなり後押しをしていただいた。アートプロジェクトで信頼を勝ち取ることで最初の不動産を借りられるようになった。

継続的な活動を支えるために住民と協働をしなければならないため地域団体を創設した。複数の町内会をベースとしたコミュニティ組織を設立して運営したが、既存コミュニティとの衝突が起り、アーティストと住民との関係構築の難しさを実感し、正当な役割分担が必要であると感じた。

(7) 効果

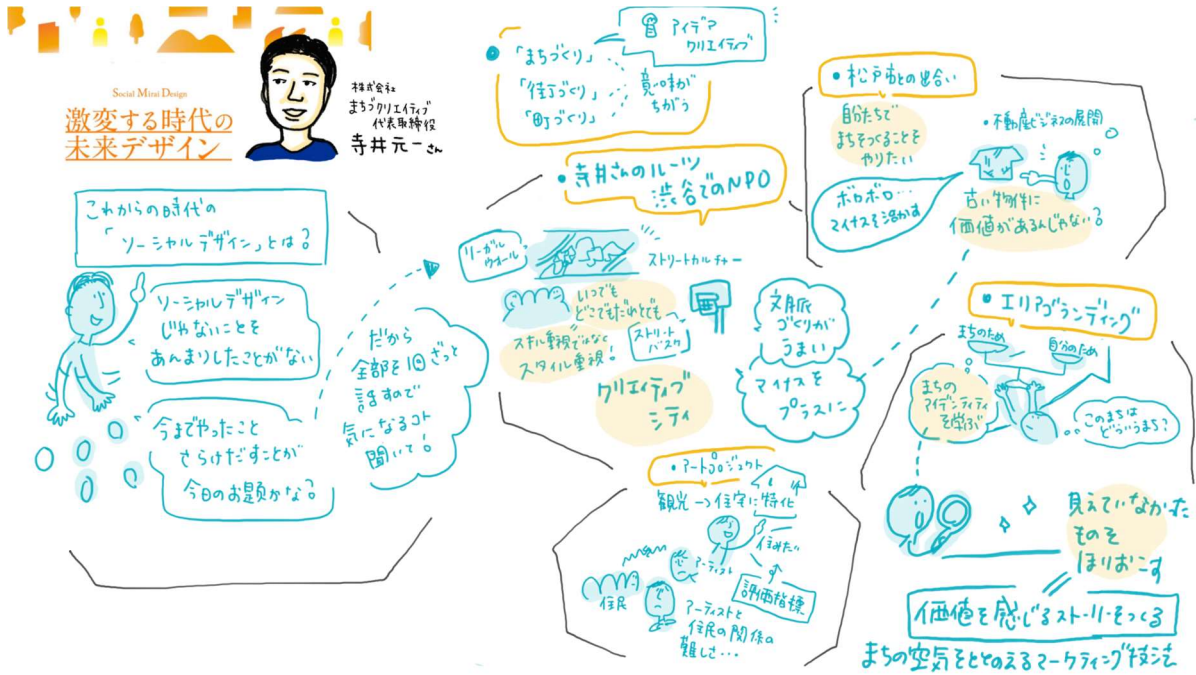
- ① 主要な運営物件では、共有のスペースがシェアリングの場になっている。
- ② 暮らしの共有やエモーショナルなものから、まちづくりの立場ならではの仕事や利害の共有も生まれている…キテミテ広場（商業施設でのマルシェ）、春雨橋親水公園、煩惱#BornNow（お寺フェス）、イニシア松戸（新築マンション）×太郎公園（公園活用）
- ③ もっと踏み込んで事業への参画、レベニューシェア（売り上げのシェア）による仕事の創造…松戸ビール、ネクストダイク（工務店）
- ④ ラボの展開 企業／行政／クリエイター／消費者 などで構成
- ⑤ 松戸市とクリエイティブ事業者での実証実験の取組み
- ⑥ ブランディングで人を集めることができた（最初はロコミ）
- ⑦ 論文「小規模不動産事業を通じた既成市街地再生を目指す社会的企業の可能性と課題—松戸駅周辺を舞台とする“MAD City”プロジェクトの事例分析」で行政も認めてくれるようになったのではないかな。

(8) 広がり展開

MAD_Cityの人材誘致手法は同心円のようにターゲット層を広げていくというもの（アーティスト→デザイナー・クリエイター→店舗）。エリアブランディングの手法を整理してほかのまちにも提供できるように準備している。

<参加者の主な感想>

- ・コミュニティについての考え方が変わりました。
- ・視点の違いが目からうろこでした。
- ・不動産に住う方の顔が見えてきてはじめて面白く聞く耳が立ちました。
- ・実際行っている事から、言葉の大切さなどの形のない事まで広くお話を聞けて面白かったです。



2-7. ワークショップ

<概要>

特別講座&セッションの振り返りを行い、それぞれの気づきや学びを共有した。各自のマイプロジェクトについて、現状を共有し、今後のアクションへとつなげるためのボードミーティングを実施した。

日程：10/31(土)13:00-16:00

ファシリテーター：NPO法人Co. to. hanaスタッフ

<主な内容>

特別講座&セッションのふりかえりダイアログ

4回の講座を通してどのような気づきや学びがあったのか、を対話を通して振り返りました。

ボードミーティング

4～5人のグループに分かれ1人15分ずつ発表を行いました。各自のテーマを共有し、問いや悩みについてフィードバックを行いました。

アウトプット

ボードミーティングでは「中間共有シート」を使いながら1つずつ言葉にしていきました。

中間共有シート（項目一覧）

- ①SMDで私は？
- ②そのために？
- ③あなたが現在「関心のあるテーマ」or「やってみたい活動」or「取り組んでいるプロジェクト」を紹介してください。（キーワードだけでもOK、文章だけでもOK、図・絵・写真だけでもOK）
- ④各講座を通しての気づきや学びは？
- ⑤ ③に関して、今ある「問い」や「悩み」、SMDメンバーに「聞いてみたいこと」は？
- ⑥次の2ヶ月の目標は？
- ⑦具体的なアクションは？（何を、いつまでに）

<参加者の主な感想>

・対話する中での気づきがあったから。アウトプット（自分で話す時間がたくさんあって）できてよかった。

・参加者のみなさんの様々な現場を垣間見れて視野が広がり、多様な立場からの問いを一緒に考えて面白かったです！

・初回ぶりにメンバー同士で話す事が出来てとても楽しかったです。

自分と異なる感じ方、意見を聞いたときに圧倒させる、そういう意見があるのかと受け止めて終わってしまい、自分ではどう思っているかの整理が遅れるという発見がありました。自分の学びにつながり、自分の意見が誰かの学びに繋がるという構図が実感できて実りのある1日でした。

・自分で考えても出てこない部分にアドバイスいただけて良かったです。初めてグループで話した方もいて、まだまだメンバー同士の学びも深められそうです。

2-8. 第5回 特別講座&対話型セッション

- ・日時 11月12日（木）19時～21時
- ・講師 ビジネスプロデューサー 小野裕之 氏

<主な内容>

(1) 小野氏のプロフィール

1984年岡山県生まれ。中央大学総合政策学部卒。ソーシャルデザインをテーマにしたウェブマガジン「greenz.jp」を運営するNPO法人グリーンズの経営を6年務めた後、同法人のソーシャルデザインやまちづくりに関わる事業開発・再生のプロデュース機能をO&G合同会社として分社化、代表に就任。greenz.jpビジネスアドバイザー。ジュエリーブランドSIRI SIRI共同代表。おむすびスタンド ANDON共同オーナー。下北沢のまちづくり会社 散歩社 代表取締役。西栗倉のベンチャーsonraku社外取締役。発酵デザインラボ株式会社 取締役CFO。リノベーションスクールで講師をしながら学んでいる。

(2) 関わられているビジネスについて

2年間会社努めの後、25歳からgreenz.jpというウェブマガジンの事業化フェーズに参画し、15年ほど運営や経営に関わっている。ビジネスプロデューサーとして会社の立ち上げをNPO法人含めて6社経験して、1社は社外取締役に務めている。コンサルだけでなく実践者でもある。

(3) コンセプト・テーマ

greenz.jp立ち上げ当初はソーシャルデザインの認知度は低かったが、東日本大震災が大きな転機となった。働き方、暮らし方、右肩上がりの経済成長に疑問を抱く人が増えて、新しい価値や課題を解決することが仕事になるようになった。ソーシャルデザインという言葉在前面に出すのではなく、「ほしい未来は、つくろう」という当時のタグライン（メディアのコンセプトを短い文章で現すもの）を積極的に使ったのも、社会に納得をもって受け入れられた理由のひとつだ（その後、「欲しい◎」や「◎◎な未来をつくろう」という言葉が圧倒的に社会に広く使われるようになった）。

しかし、メディアだけをやることの限界を感じて実践者にもなった。メディア活動を通じて、社会的な事業は始めることよりも続けることのほうが難しいということは、さまざまな事例を見て分かったので、社会的な事業の成立を考えると、その事業単体ではなく、最初から、他の事業との連携や関係性を考えなくてはならないと思っていた。たとえば、いま僕が運営する商業施設「BONUS TRACK」に入居して下さっているテナント「恋する豚研究所」は、福祉事業と、養豚業、飲食業を障害者雇用というテーマで横串にして、一環して展開されている。

さらには、いいお店があるまちはいい街だ、という関連性はかなり高いと考えているので、いい店づくりといい街づくりをつなげていきたいと考えている。いい店が続かないのにいい街はつくれない（のでは？）。にも関わらず、お店を運営する負担は大きい。なので、「お店を科学する」、「お店を知的労働化する」というのを研究テーマとして捉えている。

(4) 事業概要（過去実績含む）

①greenz.jpではソーシャルデザインや社会起業家を取材し続けてきた。ウェブマガジンの他、ネットワーキング、有料の講座もしており、マネタイズの10～15%は寄付、半分以上は企業・行政案件（取材先/読者と企業/行政をマッチング）で残りはtoCのスクール。（企業案件の例）福岡移住計画＋西日本鉄道＝移住者のためのコワーキングスペース

②リトルトーキョー（日本仕事百貨（求人サイト）と共同、森ビル協力）

虎ノ門の再開発エリアで、古い寿司屋を2年程安く貸してくれることになったので、気軽に仕事を始めたり、応援してもらおう場所をつくった。昼はカフェ、夜はバー、イベントスペースと書店を備え、自分で仕事を作りたい人たちが集まった。

③ANDON

リトルトーキョーを見てくれていた三井不動産の担当者から小伝馬町のビルでも、面白い人が集まったり、何か新しいチャレンジが始まるような場所をつくれないういこと、greenz.jpの取材先でもあった秋田のオンライン米屋「トラ男」と、秋田のお米を使ったおむすび屋さんも含め、建物丸ごとを運営するANDONという会社を設立して出店した。

④SIRI SIRI デザイナーの女性と日本の伝統文化×ジュエリーのブランドを立ち上げた。

⑤sonraku 岡山県の西栗倉村という林業のまちでの組織作り。バイオマスを利用した温泉宿。

⑥下北線路街（小田急電鉄3駅分地下化した線路敷地。2km×幅40mの空き地の活用）

小田急から声をかけていただいたが、（言葉だけが先行してしまうようなコンセプトはなく）支援型開発というスタイル。同社は土地と建物の所有者であり、投資家的な立場としても応援しており、事業は私と本屋B&Bを運営している内沼晋太郎氏が共同経営者としてBONUS TRACKを運営している。現代版商店街をテーマに劇場のような書店のある商店街であり、社会課題解決や文化芸術振興を目的としたお店が関係性の中で成立する商店街であり、商業施設内の消費だけでなく周辺の空き家対策や創造的企業を誘発する商店街を目指している。住居を内包した商店街（14区画/13店舗）で、内部に不動産屋、コワーキングスペースも備えている。

(5) 下北線路街における地域の特徴

地価が高いため既存住宅の流通が難しいため、空き家が多く高齢化率も高いが、歩行者中心の歩いて楽しい街なので出会いがある。第一種低層住居専用地域という縛りを前向きに捉えて、住みながらお店を出せるという、職住遊一体型の現代版商店街をつくらうということになった。

(6) 体制づくり

①人材はgreenz.jpでつながった人たち。

②だれのお金でやるのか？

- ・ソーシャルデザイン×企業や行政の予算（すり合わせが大変）
- ・ソーシャルデザイン×自分でやるお店（自分たちがやりたいことを試せる場）
- ・ソーシャルデザイン×自社事業×企業や行政の予算（社会的目線で自主事業をしながら社会的なインパクトもだせる）

③すべて共同事業者がいる。0から1を生み出すのではなく、始めた人をサポートする。事業が成立、継続するチームとビジネスモデルを用意して伴走し続ける。

(7) 効果

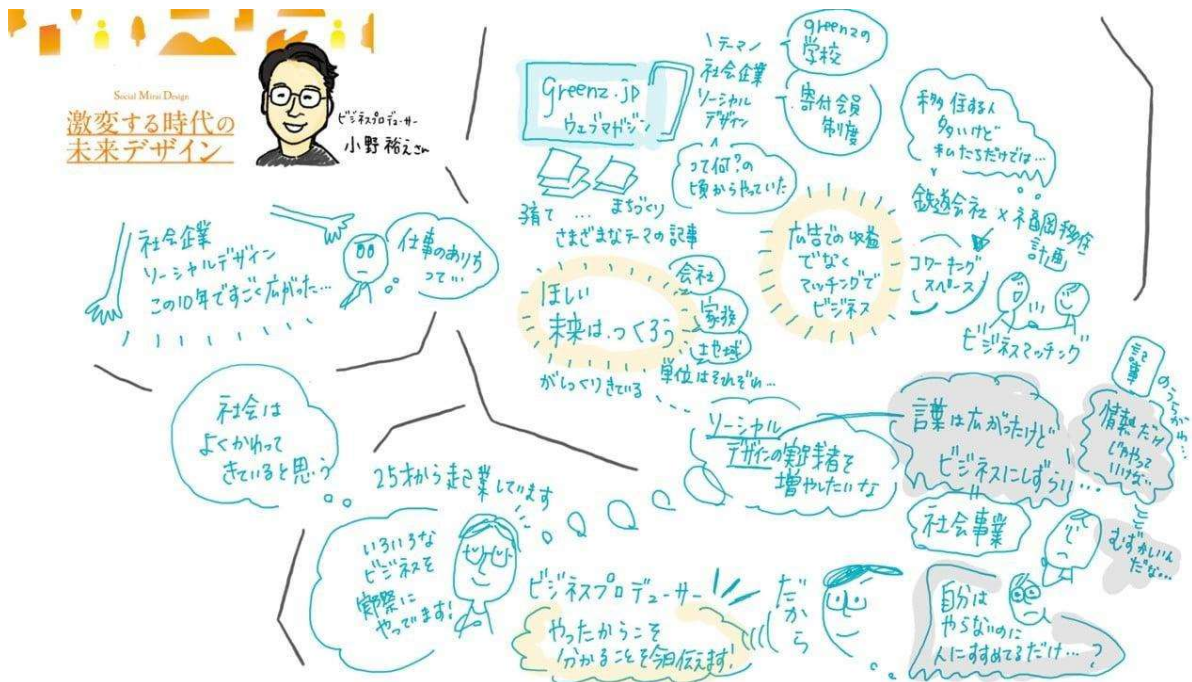
BonusTruckはすべて入居済み。

(8) 広がり展開

「お店の学校」というオンラインスクールに30名の受講者が参加している。

<参加者の主な感想>

- ・地域を元気にするには空き店舗の再利用を…と仲間や行政と話す機会が出来てきた状況だったので参考になりました。
- ・小野さんの取り組みがどれも本当に面白くて、知れてよかったです！下北、いきます！
- ・「いい店がいいまちになっていく」お話が印象に残りました。自分の中でまちを盛り上げるようなソーシャルデザインにピンと来ていなかったのですが、店から始まるまち作りもソーシャルデザインだな、自分はこういう方面に興味があるんだなと知る事ができました。



2-9. 第6回 特別講座&対話型セッション

- ・日時 11月21日（土）13時～16時
- ・講師 NOSIGNER 代表、デザインストラテジスト、慶應義塾大学特別招聘准教授
太刀川 英輔 氏

<主な内容>

(1) 太刀川氏のプロフィール

デザインで美しい未来をつくる（デザインの社会実装）発想の仕組みを解明し変革者を増やす（デザインの知の構造化）この2つの目標を達成するため、次世代エネルギー・地域活性・伝統産業・科学コミュニケーションなど、SDGsに代表される分野で多くのデザインプロジェクトをマルチセクターの共創によって実現。プロダクト・グラフィック・建築・空間・発明の領域を越境するデザイナーとして活動する。

(2) デザインに対する考え方

デザインはいろんなことができるが、何をデザインするのかではなくなぜそのデザインが必要なのかというところをクライアントと考えながら進めていくプロジェクトが増えている。未来を創造的な社会にしたいという考え方のもとにデザインしている。デザインやクリエイティブの仕事のいいところは代案が出せることだ。例えば防災の広報について、今の社会の常識を変える。すると、「それいいね」と共感する仲間ができて、だんだん常識になっていく。デザインとは美しい関係をつくることだと思っている。美しい形は美しい関係を誘発する。最近は創造的な人を増やすため、生物の進化から創造性を学ぶ「進化思考」という考え方を創造性教育に取り組んでいる。

(3) 活動事例1「OLIVE」

3.11の時が私の取り組みの一つの契機となっている。何かしたいと思ったがデザインでは何もできないと無力感を感じた。しかし世の中には何かしたいと思っている人がたくさんいることを知り、OLIVEという生活を支援するアイデアを集めたデータベースwikiをつくった。その作成にボランティアが200人集まり、閲覧者は3週間で100万人に登った。さらにフリーペーパーをつくって被災地に配布した。その後、被災した東北から新しく防災産業を興すため、防災キットを制作した。

(4) 活動事例2「東京防災」

3.11を経て、もし東京で東日本大震災並みの地震が起こったらどうなるか、様々な人が調査し始めた。世界銀行や保険会社が東京の災害時の危険性を指摘し出した。都知事が「全市民に防災の本を配る」ことを決め、電通のチームがOLIVEの本に注目し、声がかかった。『東京防災』は800万部ほど発行された（東京都670万世帯）。

この時に意識していたことは、防災について関心を持ってもらわないといけないので、どうやって防災をエンターテインメントにするかということだ。おじさま世代→かわぐちかいじの漫画、若者→おしゃれなイラスト、こども→かわいいキャラ。色を黄色と黒の警告色で統一、誰もが読みやすいようにユニバーサルフォントを採用した。これが大きなムーブメントになった結果、防災のイメージをアップデートすることができた。

(5) 事例を通じて感じたこと

防災を身近にするためには、2011年以降も時折振り返り、同じ問いかけをし続けることが大事だ。いかなる活動も規模が小さいから価値がないということではない。雪だるまのように転がし続け、い

ろんな人を通じて時間をかけて大きくなる。またソーシャルデザインは目的ではなく手段だ。同じ目的を共有できる人と仲間になれる。目的とデザインが結びつくことで成立する。

(6) ウィズコロナでの取り組み

現在、PANDAIDというコロナ対策のウェブサイトを300人ほどのボランティアと制作している。「social distancing」で検索。A4クリアファイルを3か所切ってつくるフェイスシールドが有名になった。常に何かできることはないかと思い行動している。

(7) デザイナーの仕事

デザイナーはクライアントのために武器をつくるのが仕事だと思っている。そのために各分野でプロ並みに話さなくてはならない。だからプロジェクトに対する興味の持ち方と知識の付け方が重要だ。1つ目は「関係」で、何が要点なのかを早くとらえる。2つ目は「変異」で、ぶっ飛んだことを考える。この「関係」と「変異」を教えるのが進化思考だ。

(8) 進化思考について

ざっくり言うと、秀才のなりかたと馬鹿のなりかたを両方とも学ぶと天才になれる。デザインは形の話だけではない。WHY⇔HOW、「形態」が「関係」を生むが「関係」が「形態」を生むこともある。「形態」で美しい「関係」をつくるのが仕事だと思っている。自然は創造が上手だがそこにデザイナーはいない。だから創造だと思っているのは進化の真似事なのではないか。そこで創造性にはパターンが存在するのではないかという研究を始めて、進化思考を教えており、出版を予定している。

自然の進化は「変異」(How)による試みと「関係」(Why)による淘汰が交互に発生することで行われる。その進化のループで引き継いだ傾向が顕在化する。それは私たちの頭の中でもできる。つまり、「バカ」(HOW)⇔「秀才」(WHY)の二つを往復することだ。

(9) 「関係」について

科学者が関係性を理解する方法を提唱している。動物行動学者のニコ・ティンバーゲンは、科学の研究は解剖(内部)、系統(過去)、生態(外部)、予測(未来)の4つしかないといっている。自分が興味のあることにこの4つの軸で深掘りをしてみてください。

(10) 「変異」について

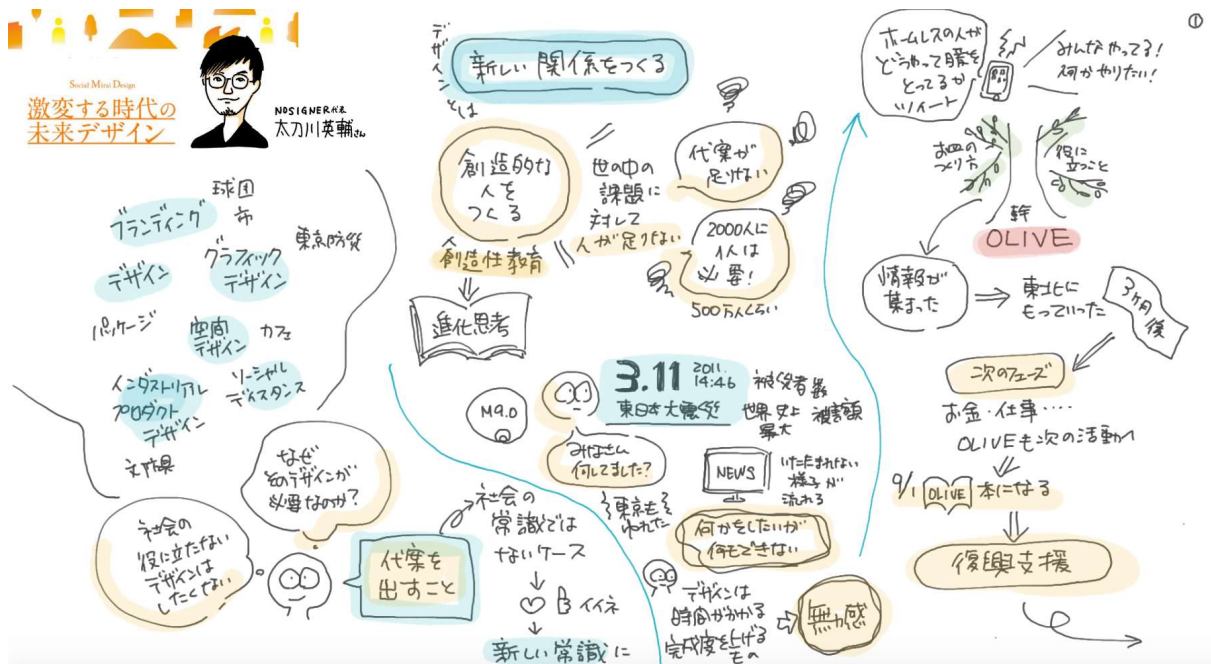
生物の進化における変異のパターン、つまりバカになる方法は欠失、融合、代入、擬態、転移、変量、反転、増殖の8種類である。

(11) まとめ

プロジェクトをいい方向に更新していくと必然的にソーシャルになっていく。そうするとどういった関係をつくりたいのかがそのプロジェクトのなかで自ずと顕在化してくるはずだし、その目的が一緒にやる人を結び合わせてくれるので、そのようなことを考えて取り組んでみるといいと思う。

<参加者の主な感想>

- ・私がこれからやっていきたい事に大きなヒントを頂きました。
- ・「進化思考」、構造的な考え方のフレームワークのようで、でも、それが「自然」に学んでいるから作り物な感もせず、今まで聞いた思考プロセスの中で一番しっくり来た気がします。自分のやっていることで使って落とし込んで考えるぞ!!!と強く思いました!
- ・教育、地域、企業など違う現場であっても共通して活用できる進化思考と実例でとても分かりやすく、自分の骨になる講義を聞くことができた。



2-10. 第7回 特別講座&対話型セッション

・日時 12月3日（木）19時～21時

・講師 TSUGI代表 ディレクター・デザイナー 新山直広 氏

<主な内容>

(1) 新山氏のプロフィール

1985年大阪生まれ。京都精華大学デザイン学科建築分野卒業。2009年に福井県鯖江市に移住。まちづくり会社の仕事を3年間してから鯖江市役所で3年間働いた後、2015年にTSUGIというデザイン事務所を立ち上げた。

鯖江に移住した理由は、大学卒業の前年にリーマンショックがあり、社会が激変しているのを感じたことと、鯖江の河和田アートキャンプに参加して衝撃を受けたことがきっかけ。コミュニティデザイナーの山崎亮さんや、リノベーションの動きが盛んになりその方向に世の中が進むのではないかと思った。建物を建てなくても人のアクティビティが生まれるのではないかと思い、大学を卒業してすぐ移住した。

地域活性のために移住したが、ものづくりが元気になるいと地域の元気になるのではないかと思い、デザイナーを目指して独学でデザインを勉強した。

(2) 組織概要

移住した若者はこの産地が将来残っているか不安に駆られている。だから今は修行の身だけれども何かやろうということでサークル活動的にスタートしたのがTSUGIというチームで、2年ぐらい活動して2015年からデザイン事務所として法人化した。

現在7人のスタッフと仕事をしている。うち6人が県外から移住してきたメンバー。移住理由はローカルで仕事がしたい、ものづくりに興味がある、お客さんの顔がちゃんと見えるデザインがしたいということ。

(3) コンセプト・テーマ

会社を作った時にまず「創造的な産地をつくる」というVISIONをつくった。鯖江周辺のものづくりはOEMと呼ばれる下請け産業だ。そこでつくるだけの産地から、つくって売る産地に転換することがこれから生き抜くために大事だ。我々は、企業活動にデザインが入り込むことで持続可能になると考えて支援する。大事にしていることは下記の2点。

①地域の原石・資源を見つけ、磨き、価値化することで地域内外に気づきを生み出すこと

②時代の変化に向き合い、考え、行動できる人を増やすこと

地域の課題から解決の方向性を導いていくのが自分のやりたいことだ。まさにその土地の資源を活かした最適な事業をやることで地域の未来を創ろうということを考えている。そうしてローカルでデザインするモデルを作り上げて若い世代たちがデザインを生業にできる状態をつくっていききたい。

デザインとは見た目の良さをつくるだけではなく、物事を整理、構造を計画し、正しい方向に最適化すること。「強み」「差別化ポイント」「似合う」「共感」「ブランド」

企画を作る時に大事にしていること「リサーチ」「プラン」「コンセプト」「デザイン」

(4) 事業概要

我々はインタウンデザイナーという肩書を標榜している。それは「広義のデザイン視点を持ち、その土地の資源を活かした最適な事業を行うことで、地域のあるべき姿を導くこと」である。つまりTSUGI

Iは産地特化型デザイン事務所である。ローカルだからこそデザインが大事だと思っており、ものづくりメーカーたちのデザイン支援を行っている。

「支える」、「つくる」、「売る」、「醸す」という4つの項目で仕事をしている。

- ①「支える」デザインを通じた産地企業の下支え。企業のブランド価値を上げる伴奏支援
- ②「つくる」自社ブランドを通じた、流通網づくり。経験を通じメーカーにフィードバック
- ③「売る」行商ショップ&産地直営店・様々な形態での催事企画。昔の行商の現代版
- ④「醸す」産業観光を通じた、産地の熱量づくり。RENEWという産業観光を推進
創造的な産地をつくるために必要な機能をつくってきた。こういう機能をぐるぐる回しておもしろいまちをつくっていく。

事例紹介①：五十嵐製紙 新しい和紙の開発

事例紹介②：RENEW 産業工芸観光プロジェクト

(5) 地域の特徴

鯖江市は人口69千人、めがねフレームの国内シェア96%で眼鏡関連企業530社、眼鏡関連従事者は6人に1人。その他に越前漆器、越前和紙、打ち刃物、たんす、越前焼、繊維産業があり、半径10kmに7つの産業が集積している国内では珍しいエリア。

会社がある鯖江市の河和田地区というエリアは三方が山で囲まれている漆器で栄えた街。駅から歩いて2時間の不便な場所。福井は観光が弱い、ものづくりのポテンシャルを活かして訪れるまちにしたいということで、工場を改装して店舗にする動きが盛ん。

時代に合わせたモノづくりというのがポイントだと思っている。この地域は新しいことを受け入れるのに抵抗がない。

(6) 体制づくり

地域のリーダーである谷口康彦さんとの出会いでRENEWが実現した。RENEWでは行政は一切口出しせず、民間がやりたいことをサポートする。補助金は使っていない。

(7) 効果

工場を店舗にする動きに比例して移住者も増えている（100人以上）。職人、デザイナー、ライター、ニート。

内発的動機をデザインするということでは、成功体験をみんなでも共有することでポジティブな連鎖が生まれた。

(8) 広がり展開

アフターコロナでは自社ブランドを重視し、自分たちで仕掛けて産地の企業につくってもらおう。ECにも力を入れている。2024年の北陸新幹線福井開業をにらみ、産業観光を加速させようとしている。TSUGIみたいなことを地元でやりたいといって巣立った若者もいる。

<参加者の主な感想>

- ・地域に根ざした具体的な取り組みで、イメージがしやすく面白かったです！
- ・ものづくりとデザインだけでなく人と人のつながりや行政との連携、職人のモチベーションなど、いろんなことが学べました。
- ・行政と町おこしの関わり方のお話や、流通のかかわり方のお話が新鮮でした。



2-1 1. 第8回 特別講座&対話型セッション

- ・日時 12月12日（土）13時～16時
- ・講師 エリア・イノベーション・アライアンス代表理事
まちビジネス事業家 木下 斉 氏

<主な内容>

(1) 木下氏のプロフィール

1982年東京生まれ。早稲田大学高等学院在学中に全国商店街合同出資会社の社長就任。早稲田大学政治経済学部政治学科卒業、一橋大学大学院商学研究科修士課程修了。熊本、札幌、愛知などで補助金に頼らぬ稼ぐ地域再生事業会社への設立支援や投資を行うと共に、政策立案、事業連携を目的にした一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンスを設立、代表理事。2015年から都市経営プロフェッショナルスクールを東北芸術工科大学等と開校、300名以上の修了生を輩出、100以上の事業に繋がっている。著書に「地元がヤバい…と思ったら読む地域再生入門」「地方創生大全」「稼ぐまちが地方を変える」など。内閣府地域活性化伝道師なども務める。

(2) 本日のテーマ「地方創生、コロナ禍を超えて 普遍的な地域事業開発の基本」

コロナや地方創生があってもなくても地域はある。一過性の出来事やイベントに囚われると本質を見失う。だから普遍的にどういう流れが起きているのかをみたくて地域の中で自律的な取り組みができる「発展のシナリオ」を考えなければいけない。

(3) まちづくりの前提

まちづくりは公益事業ではないというのが私の考え方だ。だからどこでも行政がやるという手はない。一番の当事者は土地を持っているオーナーだ。その人たちがお金を出してやれることをやるというのが大前提だ。つまり「まちづくり＝アセットマネジメント（不動産経営）」である。

(4) 事業展開について

資産を持っている人と共同出資の会社を設立し、地元でプロジェクトをやるということを各地で展開している。そこで役員をしたり投資をしたりしている。

より強気に連携しているところを集めてエリア・イノベーション・アライアンスという団体をつくっている。事業に関わるポイントは何か、政策的にどういうことをやるべきかをみんなで考える。同時に情報発信や研修事業を立ち上げて組織自体も稼いでいく。

(5) 都市経営プロフェッショナルスクール

コンサルティングでは物事の解決には至らないと思っている。アドバイスをくれといわれても保有している情報を把握していないとわからない。またタフな意思決定を求められたときに意思決定が難しい。まず自分で考えて動いていくんだという前提で必要な最低限の知識を学ぶことと、人的ネットワークの接続をするスクールだ。

(6) 三位一体でまち再生

まちを1つの会社と見立てて経営しようというのが私のテーマだ。入ってくるお金があって地域の中で取引をしてお金が外に出ていく。これにどういうかたちでアプローチするかが地域の持続的な経営の重要なポイントだ。地方の地域は赤字になっていく。それをどう解決するか。例えば大規模な酪農は単価が安いが大規模でも付加価値が高い酪農をすれば単価が高くなる。土地のものを食べるというブランディングをすることで外から入る経済循環ができるし、地域内で取引が始まる。そして魅力的なライフスタイルが人を呼ぶ。フランスで1人当たりの所得が一番高いのはシャンパンをつくって

いるエペルネーだ。また資本所得になっているか（自分のお金でやっているか）も重要で、スペインのバスク地方では労働者協働組合がショッピングモールを経営している。

(7) 需要と供給の逆転

1955年以降で土地の価値は100倍上昇し、バブル崩壊でガクッと下がった。それで貸し手（供給）優位から借り手（需要側）優位に変化した。資産を持っている人がどれだけこの変化に気づいているか。オーナーが自分から動いて、借り手に合わせた貸し方を提示できるかどうかポイントだ。時代変化を理解しなかった失敗事例を墓標と呼んでいる。

(8) やり方を時代に合わせればカタチになる（事例）

①TANEYA（愛知県春日井市勝川）

勝川商店街で10年前にアンケートをとったときに「10年後に店をやっていますか」という問いに9割が10年後は閉めていると回答した。だから新しく店をやろうという人が出てきて物件に入ってくれる環境にしたいと思い、空き店舗を借りて異業種シェア店舗にリノベーションした。女性たちに成功例を作ってもらって、周りが「何かできそう」と思ってもらえるようにサポートした。

②ままま勝川（愛知県春日井市勝川）

TANEYAから2年後、地元の人が更地になった土地で何かやりたいということになったので、土地を購入して建物を新築した。銀行も融資してくれた。

③第三の事業（愛知県春日井市勝川）

再開発ビルのテナントで入居していた大きなスーパーが撤退したのでリニューアル計画に参画した。1店に頼らず複数の店舗が入るように工夫した。

④公民合築施設オガールプラザ（岩手県紫波町）

建築費を割り出し鉄筋コンクリート3階建てから木造2階に変更し、地元の工務店で施工できるようにした。産直施設は直営とテナントで収入の安定化を図った。

(9) 方法論のまとめ

①逆算計算…全ては「営業」から逆算する。投資する前に営業を終える。

②損益計算基礎…売上と利益を決めてから、経費を算定する。

③逆算開発で補助金なしで連鎖させる…入ってほしい人の条件に合うようにする

④経費を合わせるのが「技術」…限られた経費で良いものを作る（段階、廃品調達、DIY）

⑤収入属性と支出属性…固定と変動のバランス

<参加者の主な感想>

- ・街が持続していくための具体的な話が聞け、とても参考になりました。
- ・学生時代からアクティブに活動してきた木下氏の言葉には説得力があり、とても興味深く学ぶことができました。
- ・お金について、一般論だけでなく木下さんの経験的公式、感覚値も教えてもらえて面白かった。



2-12. ワークショップ

<概要>

特別講座&セッションの振り返りを行い、それぞれの気づきや学びを共有した。最終発表に向けて、各自のマイプロジェクトを共有し、今後のアクションへとつなげるためのボードミーティングを実施した。

日程：1/9(土)13:00-16:00

ファシリテーター：NPO法人Co. to. hanaスタッフ

<主な内容>

特別講座&セッションのふりかえりダイアログ

4回の講座を通してどのような気づきや学びがあったのか、を対話を通して振り返りました。

ボードミーティング

4～5人のグループに分かれ1人15分ずつ発表を行いました。各自のテーマを共有し、問いや悩みについてフィードバックを行いました。

アウトプット

ボードミーティングでは「中間共有シート」を使いながらブラッシュアップを行いました。

中間共有シート（項目一覧）

- ①SMDで私は？
- ②そのために？
- ③あなたが現在「関心のあるテーマ」or「やってみたい活動」or「取り組んでいるプロジェクト」を紹介してください。（キーワードだけでもOK、文章だけでもOK、図・絵・写真だけでもOK）
- ④各講座を通しての気づきや学びは？
- ⑤ ③に関して、今ある「問い」や「悩み」、SMDメンバーに「聞いてみたいこと」は？
- ⑥次の2ヶ月の目標は？
- ⑦具体的なアクションは？（何を、いつまでに）

<参加者の主な感想>

- ・受講生同士で色々話せた。ようやく背景が分かって安心して話せる人ができて有り難い。各参加者、皆さんの背景をもっと知りたかったなと思っています。このため、今度のプレゼン内容は、いっそ自分自身の自己紹介にしようかなと考えているところです。
- ・発表に向けて、自分の考えの整理ができ、また皆さんからのアドバイスももらったので。
- ・それぞれがどのような心持で参加してきたか、講師の方の話す内容からSMDという全体の在り方など広くお話しできて有意義な時間を過ごす事ができました。

2-13. 最終発表

- ・日時 1月23日（土）13時～16時
- ・ゲスト 石原 敏孝 氏、辻 寛 氏、弘本 由香里 氏
- ・ファシリテーター NPO法人Co. to. hanaスタッフ

<主な内容>

イントロダクション

最終プレゼンテーションの趣旨と流れについて説明をしました。

チェックインにて4~5人のグループでブレイクアウトを目的とした自己紹介を行いました。その後9月からのsmd講座の様子や実際に参加者の活動などをまとめたスライドにて振り返りを行いました。

3人ゲストの方々に自己紹介をしてもらいました。

プレゼンテーション

発表内容として「参加動機や課題意識」・「気づきや学び」・「今後のアクション・アクションの成果」について1人5分を目安にプレゼンテーションを行いました。参加者の方からZOOM の画面共有の機能を使い各自制作したスライドを使って発表しました。4~5人のグループの発表ののちゲストの方から講評をしてもらいました。

ラップアップ

ゲストの方々にプレゼンテーション全体の講評をしていただきました。

チェックアウト

講義に参加している方全員から感想をいただきました。

<参加者の主な感想>

- ・自分のやりたい事を具現化するきっかけを頂けて良かったです。
- ・この研修では全国の色々なスキルを持った方と出会うことができたので、とても役に立ちました。
- ・ソーシャルデザインについて、今後自分に何ができるのか考え実践に移すよいきっかけとなり、学びの多い時間となりました。

3. 結果

3-1. アンケート結果

全講座終了後に、受講生に対して「最初にお書きいただいた志望動機に照らして、この講座で得ることができたことは何か」「最終発表のプラン実現に向けた抱負」「その他感想や質問」の3つの観点でアンケート調査を実施した。内容は以下の通りである。

最初にお書きいただいた志望動機に照らして、この講座で得ることができたことは何か
下記の4つから選択肢から回答を得た。

- ①特別講座・対話型セッションで得られたこと
- ②ワークショップで得られたこと
- ③SMDコミュニティで得られたこと
- ④ご自身の探求や実践で得られたこと

回答者13人のうち

- ①特別講座・対話型セッションで得られたこと
を選択した人は11人
- ②ワークショップで得られたこと
を選択した人は8人
- ③SMDコミュニティで得られたこと
を選択した人は11人
- ④ご自身の探求や実践で得られたこと
を選択した人は6人
であった。

最終発表のプラン実現に向けた抱負

- ・人と繋がりながら実践を繰り返していくこと。デザイン思考を身に着けていく。
- ・たくさんの学び（武器）とつながり、モチベーションをいただきました。それを糧にマイプロジェクトをすすめていきたいと思います。
- ・タイムラインはほぼ出来ました。コロナ禍で懸念されるところはありますが…一歩ずつでも進みます。
- ・肩に力が入ってしまうタイプなので、仲間と共に自然体で地域にコミットしていきたいです。
- ・プレゼンで仕事内容は話せないと思ったので、自分の動機をLTにしてみるのはどうだろうと思ってやってみた。どうだったろう・・・、と思っている。
- ・ワークショップについて、既存の活動 | 新たなコラボ | 発信・伝える場について、直近動き始めたやろうと思ってることは進めて行けそうです。でも一年後にアンケートと言われたときに、、、その頃やれてるかな？は少し自信ないですが、その時々気持ちにフィットする活動をこれからも続けていきたいと思います！
- ・SMDでの学びを生かして新たな教育コミュニティを全国規模でつくります。
- ・まずは、自分の強みなのだと思えて気付いた聴きだして引き出す力を発揮して、講座受講生だったメンバーからチョイスして、スケジュール立てます。

あまり参加できなかったけど話を聞きたかった方の場合、事務局から個別連絡などでの協力いただきたいと思います。

・ネガティブなフィルターがかかった状態で地域に関わってしまった部分があり、SMDで様々な事例や取り組みを聞いても、「わたしなんかにはできない」「わたしがやっていいのか？」という気持ちがありました。最終発表にあたって、自分と向き合ったことで、そのネガティブさがこれから解消していける気がしています。フィルターを取っ払った上で、もう一度商店街や活動のことを考えて、自分でお店等の場を持つのか、コンサル的に関わるのか、そうした軸を決めて、行動に移していきます。

- ・昨日の夜の打ち上げで、いくつか企画も持ち上がったので、しっかりやっていきます。
- ・具体的な目標を立てていきたいと思います。
- ・仕事に直接関係しているのので、学んだことを実践していきたいと思います。
- ・体調に気をつける

その他感想や質問

・普段の生活では繋がることの難しい分野の人たちと繋がることができ、狭い知見を少しずつ広げていくご縁をいただけて、ありがとうございます。

・自分のやりたい事を具現化するきっかけを頂けて良かったです。参加させて頂き有難うございました。

・貴重な機会をありがとうございました。世界が広がりました。

・最初はオンラインのみの間隔の空いた講座はどうなんだろうと思っていた。「さやかの部屋」のようなつながりが今後の新しいコミュニティなのかなと思って、とても興味深い。コロナ禍のつながりの新しい形が見えた気がします。

・この数ヶ月、本当にお世話になりました！

初めてFacebook広告→クリック→申し込んだ講座でした 笑

最初は迷ってましたが参加して本当に良かったです。

ただ、今日のこの熱量が、一般的にはしぼんでしまうだろうなあ〜と思うと残念で、まあだとしても、ゆるやかにつながりながら、活動していけるといいんだろうなあ〜と思いました。

・半年間ありがとうございました。3期はどのようなカタチになるかはわかりませんが、来年も大学院生なので、関わりたいと感じています。とても得るものが大きかったです。

・今回完全オンラインでしたが、メンバーが多様であることが最大の功績だったように感じました。結局、今日の懇親会（さやかの部屋含めて5時間）やっていて思ったのですが、人のふり見て意見交換する場に、コロナだからこそ飢えているのだと自分も含めて思いました。

実は懇親会中に、3期どうなるんだろうね、なんて話も出ましたが、サポメンって言われたらやる？なんてことも話してましたので、早めに呼び掛けてもらえると良いのかもなんて老婆心。

まずは東京近場組は沖縄タウンでご飯しようかなあとか話してます。

（コロナに配慮しつつの）

・SMDに参加させていただき、本当にありがとうございました！発表後の懇親会で、「憧れだった」と過去形にしてしまったのは、グラフィックデザインの部分について、自分が少し離れてきているから、という意味で、大事にされていることや、まちづくり関係の取り組みは、ほんとにほんとに素敵で、いいなあと思うています！コトハナさん、西川さんがこれまでやってこられたことも、ぜひまた伺いたいのので、今後ともよろしく願いいたします！

・サポメンでもいいし、正規参加者でもいいのですが、第3回も参加できますか？素敵な企画をありがとうございました。オンラインだからこそこんなに広い繋がりができたと思います。コトハナの西川さん、まるもさんに感謝です。あと、よければ最終プレゼンに来ていらっしゃった辻先生とお繋ぎください。

・この度は大変ありがとうございました。今後ともどうぞよろしく願いいたします。

・この研修では全国の色々なスキルを持った方と出会うことができたので、とても役に立ちました。ただ、インプットする内容が多くまだ咀嚼できていないものもあります。これを機会にもっと自らのスキルを高めていきたいと思います。本当に参加して良かったと思います。

・講座を受講して、様々な講師の方のお話が聞けて良かったです。ソーシャルデザインについて、今後自分に何ができるのか考え実践に移すよいきっかけとなり、学びの多い時間となりました。

この講座の作り方やあり方も、生徒一人一人を大切にされた配慮があり、安心して受講することができました。

あえて言えば、もう一回くらい受講者のワークショップやお互いを知る時間があっても良かったかなあ…。と思いました。でも、はるかさんが振り返り会や忘年会を開いてくれたり、さやかの部屋が発生していたので、それで交流が深まりました☺

アンケートなど、回答できなかつたり、参加できない回もありましたが皆さんとお話したり、アドバイスをいただいたり、学んだ感想を共有したり、とても充実した時間でした。

どうもありがとうございました。

4. まとめ

4-1. 成果と課題

<成果>

本プログラムを通して、以下の成果が得られた。

- ・参加者の満足度
各講座、及び、全体講座について、受講生の満足度が高かった。
- ・プログラムについて
すべてのプログラムをオンラインで実施することができ、オンラインでのノウハウを構築できた。
インプットから実践を繰り返し、それぞれのマイプロジェクトを育てることができた。
- ・特別講座&セッションについて
著名な講師陣による講義が参加者の学びや意欲を高めることにつながった。
最終発表でも講師全員の名前が上がり、多様な気づきを得ることができた。
- ・ワークショップについて
導入、中間、直前、ともに参加者の思考を深める機会になった。
多様な参加者との交流がよかったという感想もあり、対話ができて受講者の満足度が高かった。
- ・その他
Slackを使い、受講者主体の活動が活性化できた。
振り返り会や勉強会など、複数のコミュニティ活動が生まれた。
オンラインでの開催だったため、コロナの影響を受けずに実施できた。また、様々な地域、職種の方が参加できた。

<課題>

本プログラムを通して、以下の課題が抽出できた。

- ・運営について
サポートメンバーの役割が不明確だった。関わる人の役割や責任を明確にし、活躍できる運営づくりが必要だと考える。
- ・オンラインについて
31名の受講者に対して欠席者が多かった。離脱者が出ないような工夫が求められる。
ブレイクアウトルームに偏りがあった。多様な関係づくりを進める上で、ブレイクアウトルームの活用に注意が必要。
- ・プログラムについて

受講生のマイプロジェクトを育んでいくために、メンタリングなどのサポートが必要だと考える。

- ・効果検証について

受講生のアンケートは取れているが、それぞれの学びや成長を測る指標ができていない。研究会との連携なども考える必要がある。

4-2. 今後に向けて

オンラインで開催したことで、地域、業種を問わず、より多様な方々に参加していただけた。オンラインでの可能性が広がった一方で、離脱者が多かったことや現場での実践の機会が減ってしまったことは課題である。今後は、今年度の成果と課題を活かす形で、引き続き本プログラムを進化し、実践していくことが求められている。また、これまで参加した1期生や2期生のコミュニティをどう育んでいくかがSMDの人材育成で重要になると考えられる。そのために、運営体制においてもOB・OGの関わりを増やし、受講生主体のプログラムやコミュニティづくりに取り組んでいく必要がある。