

研修・講座の学びをプロデュースする！

川中大輔

(シチズンシップ共育企画・龍谷大学社会学部)

1

企画立案時こそ、「出口」から考えることが重要

1. ニーズをつかみ、ターゲットと大まかなテーマを設定する

— ニーズの把握は「相談」から汲み取る

— 変えたい問題現象の原因を分析し、ニーズを一步深く把握してから、テーマは考える

— どのような理想状況から現在はどうのように離れているか？そして、それはなぜか？

何を変えたいのか？

どのような状態に変えたいのか？

どのような人のどのようなスキルを高めたいのか？

— 「知識／思考」「意識／態度」「技能」に分けて整理する

→ 「研修終了後のイメージ」を明確にしよう！

→ ターゲットもテーマも絞ることが何よりも重要！

— ターゲットが曖昧になればなるほど、研修の密度は下がる

2. ニーズにマッチする支援として、どのような場づくりが適切かを考える

— 講演会、シンポジウム、ラウンドテーブル、事例研究発表、研修（講義メイン）、研修（ワークメイン）、テーマ別相談会、勉強会、行政の出前講座、ネットワーキングミーティング、個別コンサルテーション…といった、場づくりの選択肢の中から選ぶ

— なかには、場づくりの前にハンドブックやワンポイントアドバイス集などのツール開発を行った方が効果的である場合もある

3. 参加者にマッチする講師を決める

— 「講師」を見つける方法

自分が様々な研修会に参加する

各地の支援センターが発行している報告書や機関紙に掲載される講座報告を見る

知り合いの団体の人に、過去に参加して、おもしろかった講師を教えてください

知り合いの研修講師業の人に相談する

書籍や報告書などのメディアを通じて知る

出会いたい研修講師のイメージを語り続ける（いつかは誰かが紹介してくれる）

— 講師を決める時の判断基準

スケジュールは確保できるか？

- 用意した講師謝金で相応しい人か？
- 研修の効果を高めることに貢献するか？
 - －テーマについて精通しているか？
 - －自分の経験を話すだけでなく、一般化して話ができるか？
 - －ターゲットが心地よく学べるスタイルを提供できるか？
 - －ターゲットやニーズへの共感はしてくれそうか？
- 話の難易度は、参加者に合うものか？
- －講師を複数にすることで、充実した内容になるときもある
 - －言葉は共有しているが、スタイルやスタンスが異なるという組み合わせが、シナジーを出しやすい

4. テーマをシャープ&シンプルにする

- －講師が決まった段階で、講師の力量や経験に即するテーマ設定を考える
- －テーマは、わかりやすくピンと来なければ意味がない
 - －今回の講座で最も来て欲しい人を具体的にイメージし、その人が来たくなるテーマや内容かを考える
 - －その上で、実際に来て欲しい層の方々に相談し、フィードバックを得る
- ニーズを深くつかみつつ、参加者が身につまされるようなテーマ設定（浅いなげかけ方）を考えよう（ex.ミッションの再定義を考えてもらうために「広報」の研修を設定する）

5. 「ねらい」が明確な発注を講師に行い、相談しながら企画をブラッシュアップしていく

- －発注時に必要な項目の例
 - －特に重要なのは、「ターゲット」（どのような人かはかなり具体的に！）と「ねらい」
 - －ねらいは「背景」と「目的」と「目標」で定義される
 - 背景「現在、ターゲットはこういう状況なので、」
 - 目的「最終的にはこういう状態になって欲しいと考えており、」
 - 目標「今回は具体的に、こうした状態までステップアップしてもらいたい」
 - －ねらいは絞ったものを提示すること。「あれもこれも」にしない。
 - 連続講座の中で一部分を依頼する場合は、連続講座の「ねらい」と同時に、当該の回の位置づけ（回ごとのねらい）を明確に提示するとともに、全体でどういった流れなのかも明示する必要がある。
 - －発注時に、なぜあなたなのか？を明示することで、たらい回しを防ぐ
 - －発注時に求められる項目
 - 研修の形態（内部研修／一般公開研修／セミクローズド研修か）
 - 研修のタイトルとテーマ
 - 研修の実施日時の候補（3案くらいあると嬉しい）
 - 研修開催会場（最寄りの交通機関情報付き）

- 研修の形式（講演会形式／ワークショップ形式／トークセッション形式）
- 講師に期待している内容
- 「なぜ私なのか？」の理由（自分が出る意味を感じられると能動的になる）
- 講師謝金の予算（交通費・宿泊費が同じか別かも）（後出しをしない！）
- 依頼元団体のリーフレットやニュースレター

*依頼するタイミングは、相手の繁忙期をよく見極めること。繁忙期の前に依頼を出すと丁寧に対応してくれることも多く、また日程調整の労は大きく軽減される。個人差はあるが、一般的に9月～翌年2月が繁忙期で、4月～6月が閑散期になりやすい。依頼は遅くて3ヶ月前、早ければ半年前が一つの目安になるかと思われる。

- －信頼関係があれば、これまでに担当したことのないようなテーマや内容にチャレンジしてもらっても良い：新規テーマは講師の意欲を刺激する
- 発注時に、あまり中身（特に手法）を主催者が決めて発注すると、講師は身動きがとりにくくなるのでNG
- －講師への発注の際には、主催者が設定したテーマやターゲット設定についても、改善コメントをもらっても良い
- －講師の持つ経験を企画に反映させる（ただし、企画料を払っていない際には、多くを求めないこと）

6. 講師に研修プログラム案を出してもらい、協働で検討する

- －主催者がプロデューサーとして研修内容に関わりを持つ必要がある時には、講師に任せっぱなしにせず、プログラム案と一緒に検討することもある（ただし、行き過ぎはNG）
- －講師とのコミュニケーションをとる上で気をつけるべきこと
 - －時間を無駄に使わせないようにする
 - －連絡の往復は、全体を通じて1～2回程度に抑える
 - －連絡時は、用件を箇条書きでわかりやすく
 - －「とりあえず…」と色々な資料を送らずに、送付するものがあれば「ここを見て欲しい」とマーキングをして、コンパクトに意図を伝える
 - －電話や対面での打合せは、本当に必要な時だけに限る
 - －モチベーションを下げないようにする
 - －講師からの問合せにはすばやく返信をする
 - －質問はまとめてする習慣をもつ

Appendix 現場に役立つ研修にするための3つのポイント

- (1) 複数人の参加を呼びかける
 - －研修後に「浦島太郎」にさせないように
- (2) 研修内容を参加者が現場での活動に「あてはめられる」時間を設ける
 - －聞きっぱなしにさせないように
- (3) 参加者の相互研鑽を促し、コミュニティ形成に資する

－参加者は事例発表者でもある！

2

準備段階で「場」の温度を高めを整える

7. 参加者募集チラシをつくり、講師の確認を経て、広報を行う
 - －参加者の興味をそそる言葉をデザインする
 - －参加者の足並みをそろえる告知内容を設定する
 - －対象欄と呼びかけ文の書き方に心を注ぐ
 - 折角、ターゲットを狭めて、企画をデザインしても、呼びかけで「誰でも OK」という形にしてしまえば、台無しになる
 - メジャーな講師ではない場合、経歴をのせるだけでなく、その講師の強みを提示した方が良い（他己紹介などの工夫で受け手目線での情報加工を！）

8. 参加者リストができたなら、一定まとまったら、講師に知らせ、参加者分析を促す
 - －講師はどのような情報があれば、参加者分析がスムーズに行えるのか？
 - －名前、年齢、所属団体、役職（組織内でどういう役割を果たしているか）、研修テーマに関係する経験の有無、参加者が今回学びたいこと、団体運営に深く踏み込む場合はその活動概要や設立年・決算額等…
 - 講師が何を知りたいかに合わせた申込用紙づくりを！
 - －参加者リスト以外に講師と事前共有する情報
 - チラシ
 - 参加者へのアナウンス内容
 - 研修会場の室内情報や備品情報（宿泊する場合は、宿泊環境も）
 - 講師が踏まえておくべき地域独特の事情や背景
 - 連続講座であれば、前回までの簡単な報告（プログラムの流れと参加者の反応）
 - 当日の集合場所と送迎時間（会場へのアクセス地図）
 - チケットとホテルの手配方法（講師が清算用に保管しておくべきものは？）
 - －参加者の期待を伝えることで、講師のモチベーションはあがってくる
 - 講師の求めがあれば、参加者分析について講師と意見交換を行う
 - －講師の分析の精度があげることにつながる

9. 参加者と事前にコミュニケーションをとり、ムードを高める
 - －研修を開始してすぐにスイッチがオンになるように
 - －「場」をあたためる工夫
 - －事前に参加者 ML や Facebook グループを設置し、自己紹介や意見交換、講師紹介を行う（アジェンダ設定などのファシリテーションも忘れずに）

－事前に研修へ思いを馳せてもらえる簡単な宿題や持参物（負担にならない程度に）

10. 約1週間前に、講師から準備品リストと空間づくりのオーダーの最終連絡をもらい、配布資料を受け取る

－配布資料は、受付で渡すのか、プログラム中に配るのか、講師に確認を。

3

本番は、講師の働きのアシストを。

11. 当日、ムードをさらに高める工夫を行う

－待っている間も快適な空間をつくる

－どのように受付で声をかけ、どのように待ってもらうか？

－物理的なもの：受付の位置、参加者が事前に喋りやすい席の配置、講師の位置…

－雰囲気的なもの：受付での声かけ、音響、お茶やお菓子の提供…

－講師の紹介は、肩書き紹介ではなく、「ここ」に招いた理由を伝える

－事務局の挨拶はコンパクトであるべきだが、講師の紹介時には肩書きを機械的に紹介するのではなく、「なぜこの人をこのテーマで招いたのか？」を語る

12. 講師が講座に集中できる環境をつくる

－希望する講師には、別室を用意する（別室で寂しい思いをする場合もあるので要確認）

－アシスタントスタッフをつける（壁への掲示、資料配布、各種回収などの業務を行なう）

－傍観者になっているスタッフの参加を促す

13. 必要に応じ、休憩時間に、講師に対してフィードバックを行う

－講師にとって助かるフィードバック

－参加者は理解できているかいないか？できていないとすれば、それはどういう部分か？その理由は？

－講師の話すスピードや口調などは適切かどうか？適切でなければ、それはどのように改善することが望まれるか？

－信頼関係があれば、プログラム改善提案まで踏み込む

→ただし、「講師の背中を押す」といったアシストの姿勢が望ましい

14. 質疑応答で参加者と講師のつなぎ役になる。

－参加者の学びに貢献する質問をあえてする

参加者が聞きにくい質問

参加者が聞くとより学びが深まったり、理解が定着したりする質問

地域事情に立脚した質問

- －質疑応答などで、講師が地域文脈を理解できずに応えている場合、その文脈を説明し、文脈接合を行うのもプロデューサーの役割

15. (連日の場合) 1日目の夜に、評価会を行い、必要であれば、プログラム修正に協力する

- －プログラム評価会の流れのイメージ

－まず講師が今日の流れをレビューする。次に、スタッフが（経験の浅い人から順に）、感想と前項で挙げたフィードバックの内容について述べる。その後、明日のプログラム修正案を講師が提起し、それについてコメントを行う

4

事業評価を丁寧に行い、次の一手を見出す

16. 終了後、すぐに評価会を行う

- －実施したら改善の一手を知り、次のニーズを汲み取る評価を行う

- －「よかったですね～」で終わらない研修を！

- そのためのアンケートづくりを行う

- －書いてもらう時にお礼で終わらせないよう、参加者をお願いをする

- －企画全体の評価と研修内容の評価は、微妙に違う

- －研修内容の評価では参加者のニーズにどう応えたかが重要であるが、企画全体の評価では、どういう人を集められたのかといったレベルまで検証する

- －評価するポイント

- －ねらいや成果目標の確認

- －研修の4段階評価（ドナルド・カークパトリック）

- (1) 反応：受講者は、研修の内容や構成に満足したか？

- (2) 技能の習得：受講生は教わった技能を習得できたか？

- (3) 行動変容：受講者の日常の行動は、ねらいどおりに変化しているか？

- (4) 成果：受講者の変化によって、どのような成果がもたらされたか？

- －運営的な評価（講師）

- プログラムデザインや進行（時間配分含む）は適切であったか？

- プレゼンテーションは分かりやすく、理解を促すものであったか？

- 配布資料は過不足がなく、適切なものであったか？

- －運営的な評価（主催者）

- 事前連絡や受付対応は適切であったか？

- 会場は使いやすいものであったか？

- 会場の空間づくりは適切であったか？

- 講師との認識の齟齬はなかったか？

- 準備品は過不足なく用意され、使いやすい状態で提供できたか？

□参加者が快適に過ごせる工夫は適切であったか？

－企画全体の評価

□ニーズの汲み取りは適切であったか？

□ターゲットの設定は適切であったか？

□テーマの設定は適切であったか？

□研修のスタイルは適切であったか？

□研修の講師は適切であったか？

□開催時期は適切であったか？

□開催場所は適切であったか？

□研修の広報は適切であったか？（内容と方法、広報先）

→分かりやすく考えれば、来て欲しかった層はどれだけ来たか？来ていないのであればその理由は？を考えるとということとも言えるだろう

－その上で、次回以降、どういう支援が必要かを検討する

→事前に評価会の時間を盛り込んでおこう！

17. 講座当日で、講師との関係を切らない。

－帰り際に地元の「訪れるといいスポット」を紹介する

→「その土地」に触れる機会をつくることは、講師に喜ばれる

－参加者アンケートやスタッフフィードバックを早く送る

－打ち込んだものでなく、手書きのものでも OK

－この際、担当者の率直な感想が書いてあるとなお良し

－事後談があれば、そのエピソードを送る

－研修終了後すぐのものでなくても OK

－来年も同種事業で依頼の可能性があれば、早めに仮予約を入れる

18. 必要に応じ、参加者と事後コミュニケーションをとり、フォローアップの姿勢を示す

－研修後の実行を促し、意欲を励ます事後コミュニケーションのデザイン

－例えば、一ヵ月後にフォローアップのセミナーを設ける。研修成果をどのように現場で活かしたのかを報告してもらおう。追跡アンケートを実施する…など

－それ以外にも、次回の企画時に「どういう企画が良いか？」などの相談を投げかけることで、関係性の構築を促していく：ネットワークのハブとしての支援センターへ

→参加者を「サポーター」にしていこう