

都城市議会議長 様

提出日 令和5年5月22日
氏名 別府英樹

研 修 報 告 書

- 1 所属会派名 令和創生
- 2 研 修 名 令和5年度市町村議会議員研修〔2日間コース〕
「住民とのコミュニケーション～対話と発信力の向上～」
- 3 受 講 場 所 滋賀県大津市全国市町村国際文化研修所
- 4 受 講 期 間 令和5年5月18日（木）～5月19日（金）
- 5 研 修 内 容
5月18日（木）
講師：京都芸術大学客員教授 本間正人氏
13：00～17：00 「住民とのコミュニケーションⅠ」

5月19日（金）
講師：京都芸術大学客員教授 本間正人氏
9：25～14：10 「住民とのコミュニケーションⅡ」

6 研修の感想

研修の多くの部分がワークショップ形式で行われ、初めて会う各地の議員の皆さんと2人、4人、6人などのグループになっていろいろな活動を体験した。聞くだけでは得ることができにくい内面的な深い理解を短時間に行えるという体験は、研修の中身とは別に大きな収穫であった。特に希薄になってきた地域の人間関係づくりに活用することで、地域を活性化していくためにも必要な手法であると感じた。

講義ではなくワークショップで構成されているため、研修内容を整理しにくいのだが、強いて言えば「住民とのコミュニケーションⅠ」は、主に「人間関係を深めるコミュニケーションのとりかた」、「住民とのコミュニケーションⅡ」は「情報発信のノウハウ」と「目標達成に向けたコーチングの仕方」という感じであった。

実技を伴う楽しい研修だったという感想を述べる議員が多かったが、それだけに記録を整理しておかないと、すぐに忘れ去られる研修であるとも感じた。

7 研修の成果と市政への反映

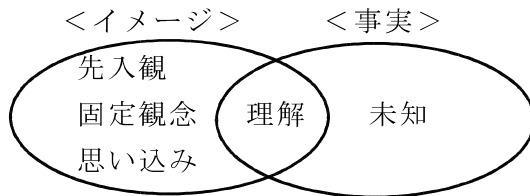
コロナ禍の影響で人と人とのコミュニケーションの機会が減り、人間関係が希薄になってしまった。どんなに生活が豊かになっても人との関わりがなくなってしまうのでは、生きる価値を見出すことは難しくなるだろう。住民同士が気軽に言葉を交わせるようにするために、市民がコーチング、インタビューの技法を身に付けることは大切だと感じた。

8 研修内容

(1) コミュニケーションの3つの機能

① 理解を増やす

理解を増やすと言うことは、出来事やその人に抱いているイメージと事実との間にある理解を広げること。つまり、住民の声を聞くと言うとき誰の声を聞こうとしているのか。コミュニケーションをとることによって初めて理解が進むことになる。



② 人間関係に影響を与える

face to face コミュニケーションが基本である。

言語コミュニケーション (What)

非言語コミュニケーション (How)

→表情、視線、身振り手振り、位置、声（高低、大小、緩急）

※上から視線を避けるためには、住民の一部を壇上に上げるのも効果的

③ 信頼関係を築く

1 聴く 2 言行一致 3 守秘義務

★エクササイズ「ブラインドウォーク」 2人一組

片方が目を閉じ、片方が手を触れながら3分間移動、手を触れないで3分間移動

【このエクササイズから学ぶこと】

○ 現状（今どこのいるのか）→目標（どこへ行こうとしているのか）

- ・ 状況を予告することが大切（わかりやすい伝え方）
- ・ 相手の立場に立ってサポートすることの大切さ
- ・ ビジョンを持っていない人にビジョンを伝える
- ・ 画一的な伝え方「あと5mだよ。」

個別的な伝え方「あと12歩」「あと10歩」

※この個別も慣れによって少しずつ変わる

- ・ 論理的な伝え方、感情に訴える伝え方
- ・ 信頼の階段は1段ずつ上がるが、信頼を落とすのは何段も一気に落ちる。

(2) コミュニケーションのポイント

① 相手の立場に立つ

ex. 共感欲求（女性が多い）→あいづち（はふへほ）、うなづき、繰り返し

有能性欲求（男性が多い）

昭和は戦闘能力 **20c は**問題解決能力 **21c は**創造力、五感・感動・発見能力、意味を見出す能力、人間関係を深める能力、挑戦する能力へと変わる。

② 何も問題のないときにも意識的にコミュニケーションをとる。

×新しい指示を出すときだけ ×問題のあるときだけ

(3) 質問のスキル

- ① 悩みの第1は人間関係
- ② 相手の立場に立って、相手が答えやすい質問からはじめる。
- ③ いろいろな人に試して、動画でアップしてみるのもいい

★エクササイズ「ヒーローインタビュー」 2人一組

片方がインタビュアー、片方がヒーローで、交互に6分ずつインタビューする。

先：インタビュアー→興味・好奇心をフルに発揮、映像が浮かぶように質問

後：ヒーロー→一番頑張った時のこと、生き生き・充実感・やり甲斐を感じた時のこと、成功体験、My ProjectX、具体的に細かく映像的に話す。

position-to-position コミュニケーション(浅いレベルのコミュ ex.業務連絡、通達)から

heart-to-heart コミュニケーション(深いレベルのコミュ 心と心の通い合うコミュ)へ

【このエクササイズから学ぶこと】

○ 人は願望を命令文、依頼文にしてしまう。

ex.「勉強して欲しいなあ」→「勉強しなさい」※親が勉強する姿を見せた方がよい

ex.選挙の時の「お願いします。」も同じ発想(内面は「支援、支持して欲しいなあ。」)

○ 最終学歴ではなく、最終学習歴を更新し続ける。

・ 学校教育は人と人との関わり合い切磋琢磨して自分を磨くこと

・ 学校では、テストは1人で解決、完結しないとイケないが、社会に出て1人で完結しないとイケないことは少ない。

★エクササイズ「他者紹介:ヒーローインタビューのシェア」 6人一組

前述のヒーローインタビューを6人でシェアする。

【このエクササイズから学ぶこと】

○ 他者紹介はベストプラクティスの共有に他ならない

(4) 具体的な情報発信スキル

文字情報のインパクトは弱いので、子ども、おじいちゃんが喜んでいるフリー素材写真の活用もする。

情報量は、文字(KB)、写真・図・グラフ(MB)、動画(GB)

動画はMAX 3分(1分程度が無難)、街中での撮影もイメージアップにつながるインタビュアーをやる人は多いので、質問してもらって回答する方法もよい。

① 紙による「おたより」

・ 文字多過ぎ、文字小さすぎ→情報を厳選せよ。

・ 絶対に伝えるべきこと→名前、内容のポイント

ex.×「定例会報告」～市民は定例会はいつかは知らない。

ex.×「キャッチコピー」～記事の内容によっては必ずしも必要ではない。

ex.○スポーツ新聞の見出しは参考になる。

ex.○「皆さんの体験談をお寄せ下さい。」～次の議会で役に立つ。

ex.○「私は実現するまで市議会で提案し続けます。」

ex.○一般質問の内容を膨らませるデータの挿入

ex.○読者の声を寄せるところは必要。例えばHPにメッセージの入力欄を設ける。

- ・ ポスティング、新聞折込、街頭配布、手渡し
 - ①読み手は誰か ②最も伝えたいメッセージは
 - ③読み手が知りたいことか ④どうしたら読み手の関心を引くか。
 - ⑤どのようにすれば分かりやすくなるか。
- ※写真を修正するとウソ感が出る。
- ② HP は店の看板、ブログは店の手書きメニュー
 - ・ ブログでファンを作るために人柄を発信することが大切
 - ex.趣味、常連、嗜好、スポーツなど
 - ・ ブログはこまめに更新
 - ex.行政、地域のこと、趣味、個人的なことを写真入りで
- ③ フェイスブック
 - ・ 写真を明るくてきれいなものに
 - ・ 地域のこと→行政のこと→行政のこと→趣味→マイルドなドジ話など
 - ・ すき間時間に FB の友だちにちょっとした感想をつける。友だちが少なめの人に
 - ・ シェアしてくれた人にはお礼を書く
- ④ 街頭演説、街頭配布
 - ・ 2（受け取る人）：5（どちらかの人）：3（絶対受け取らない人）←深追い不可
 - ・ 街頭演説での名前の含有率～通過する時間の間に一度は名前を言う。
 - ・ 役に立つ情報を入れる～「〇時〇分、（自分の名前）です。」
～「雨がポツポツと降り始めました。」

(5) 問題解決の方法「GROW モデル」

コーチングの典型的な進め方。質問によってクライアント（相手）に考えさせ、相手が自ら答を導き出すのをサポートする。

- ① G (Goal) 目標の明確化→大目標から中小目標へ
 - いつまでにどうなれば望ましいのですか？
 - やってみたいことは何ですか？
 - 一番発揮したい力はどんな力？
 - 今、優先すべき目標は何？
- ② R (Reality) 現実把握
 - 今はどんな状況なのですか？
 - どんなところに力を入れて活動していますか？
 - 100点満点で何点ですか？

R (Resource) 資源の発見（人、物、金、情報、時間）

 - 目標達成のために使えるツールは？
 - 誰かの力を借りられませんか？
 - 都合のよい時間帯は？
- ③ O (Options) 選択肢の創造→無限の選択肢を追求しベストの選択肢を選ぶ。
 - どんな方策がありますか？
 - プラン A は？、プラン B は？、プラン C は？
- ④ W (Will) →やる気の確認（コミットメント）、計画の策定
 - まずどこから手をつけましょうか？