

「平成15年度女性学・ジェンダー研究フォーラム」自主企画ワークショップ報告書

ワークショップ 番号 104	タイトル 人が集まる男性講座のつくり方 ～男たちは何を求めているのか～
開催日時 平成15年8月23日 午後1時～3時	会場 研修棟 201 研修室
ワークショップ運営にかかわった人数 1人	ワークショップの参加者人数 51人
団体・グループの概要 フリーライター。調理師。関西調理師学校講師。1944年生まれ。1984年に「コマーシャルの中の男女役割を問い直す会」を結成。ネットワーク活動として、他に、「市民メディアねっと」「メンズリブ研究会」「関西単身けん」などの活動にも参加。 自治体が主催する講座などで、「男の生き方セミナー」や「男性のための家事としての料理教室」の他、「メディアがつくり出す女性像・男性像」「これからのパートナーシップー女はもっと経済力を、男はもっと生活力を」など多様なテーマで講師をつとめる。 共著書に『男たちの「私」さがし ジェンダーとしての男に気づく』（かもがわブックレット）、『メディアがつくるジェンダー ― 日独の男女・家族像を読みとく』（新曜社）、『メディア・リテラシーとジェンダー』（大阪府男女協働社会づくり財団）など、編著書に『男性雑誌とジェンダー』『性の商品化とメディア』『市民からの映像発信』（いずれも自主出版）などがある。	
ワークショップの趣旨・ねらい 男女共同参画社会基本法の制定以降、男性向けの講座を企画する自治体が少しずつ増えてきている。だが、すでに以前から男性講座を実施している施設からは、「定員割れ」など受講者集めに苦労している声が聞こえてくる。その一方で、数は少ないが、定員を超える参加者を集める男性講座が存在することも事実である。では、人が集まる講座と定員割れする講座との違いはどこにあるのだろうか。そして、どうすれば、受講者が多く集まる講座を「つくる」ことができるだろうか。 運営者は95年以来、阪神間を中心に多くの自治体の男性向け講座の企画に関わるなかで、担当者と共に、人が集まる男性講座のノウハウを積み上げてきた。そして、男性講座に「人が集まらない」のは、「潜在的な需要」はあるのに、企画者側が受講対象男性の「現実」をとらえきれずに、受講対象男性に届く「言葉」を十分にもっていない「ミスマッチ」ゆえ、と分析する。 今回のワークショップでは、受講者が多く集まった講座の「ちらし」をもとに、(1)講座のタイトルやテーマ、(2)よびかけやおさそいの言葉、(3)講師、(4)開催回数、(5)開催曜日・時間など、どうすれば受講者が多く集まる講座を「つくる」ことができるかを分かりやすく解説する。また、受講者が書いた受講動機や感想などをもとに、男たちが講座に対して何を求めているかを分析する。	

ワークショップの内容と方法の概要

テーブル3台をくっつけた「島」を6つ用意し、参加者は各「島」に自由に着席してもらった。各「島」には椅子を8脚ずつ配した。

ワークショップは、まず最初に、運営者が用意した10種類の男性講座のチラシを見てもらい、応募者がどの程度あったかを各自◎○△×で推定してもらった。そのあとグループごとに話し合ってもらい、意見をまとめ、発表してもらい、実際の応募状況と突き合わせた。結果は、グループごとの発表では大きなズレはなかったが、個々人の推定においては「不正解」がかなりあり、各人の「男性の現状」に対する認識度合いを自覚してもらうところからスタートすることになった。

ついで、職員研修や地域リーダー養成講座などの強制参加型（割当型）の講座はともかく、自由参加型（応募型）の男性講座は「マーケティング発想」が必要で、ターゲット（客層）分析を行うことが大切、ということを説明。続いて、1989年の日本青年館結婚相談所主催の「花婿学校」以来の「男性講座」の歴史を「マーケットの推移」という視点で4期に分けて簡単に解説。そして、最後に、受講者が多く集まった講座の「ちらし」をもとに、(1)講座のタイトルやテーマ、(2)よびかけやおさそいの言葉、(3)講師、(4)講座のスタイル、(5)開催回数、開催間隔、(6)開催曜日・時間、(7)周知方法（広報・PR）及びチラシの配付先など、どうすれば受講者が多く集まる講座を「つくる」ことができるかを、具体的に解説していった。

他に、資料として、(1)「均等法（以降）世代」および「団塊の世代」という“二大マーケット”に関するデータ、(2)参加者が多く集まった講座参加者の「参加の動機」などを配付。そこには男たちが講座に対して何を求めているか、当の男たちの生の声が詰まっている。

評価・まとめ、所感など

48人入れる部屋に51人が参加。満室で参加をあきらめた人も多く、資料のみ購入していった人も20人ほどいて、ワークショップの人気度としてはまずまずだったと思う。

運営に関しては、圧倒的に時間不足だった。話したいことがあまりにも多くて、にもかかわらず、与えられた時間はわずか2時間。それをカバーするために、資料には万全を期したとは言え、全体が急ぎ足になって、参加者にとっても、非常に余裕のないものになってしまった。とくに、せっかくグループにわかれて座ってもらったのに、運営者のミスもあって、最初に予定していたグループごとの自己紹介の時間がとれず、「参加者同士でもっと話し合いたかった」という不満を残すことになった。いずれにしても、参加型のワークショップで時間が2時間というのは、そうとうにキツイことである。全体的なカラミで無理だとは思いますが、せめて2時間半あればと切に思った。

ただ、用意した資料（①男性講座のチラシ10種、②フローチャート入りの解説、③「マーケット」分析用データ、④人気の男性講座受講者の「受講の動機」「参加者の感想」）は、いずれも、すぐに役立つ資料として、好評だった。

ワークショップ参加者に求めたアンケートは、時間内に記入時間をとれなかったこともあって、当日は8人分しか回収できなかったのが、会場で記入してもらった受講者名簿をもとに後日再送付してFAXによる回答をお願いしたところ、29人から回答が送付されてきた。

肯定的な意見としては、「具体的な事例をもとにしたワークショップで、しかも楽しく、とても参考になりました」「よびかけの言葉や、講師、講座のスタイルなど、具体的なヒントがたくさんいただけました」「男性講座だけでなく、ほかの講座にもいろいろ応用できそうです」など。

注文や否定的な意見としては、「参加者同士の意見交流ができなかったのが残念です」「グループで話し合う時間がもう少しあるとよかった」「時間が足りず、講師が早口で、聞き取りにくかった」など。ほかに、「有意義なワークショップだったが行政職員として今回学んだことを企画したときに、上司や首長から「ゆるし」が出るかが疑問である」などという意見もあった。