

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～

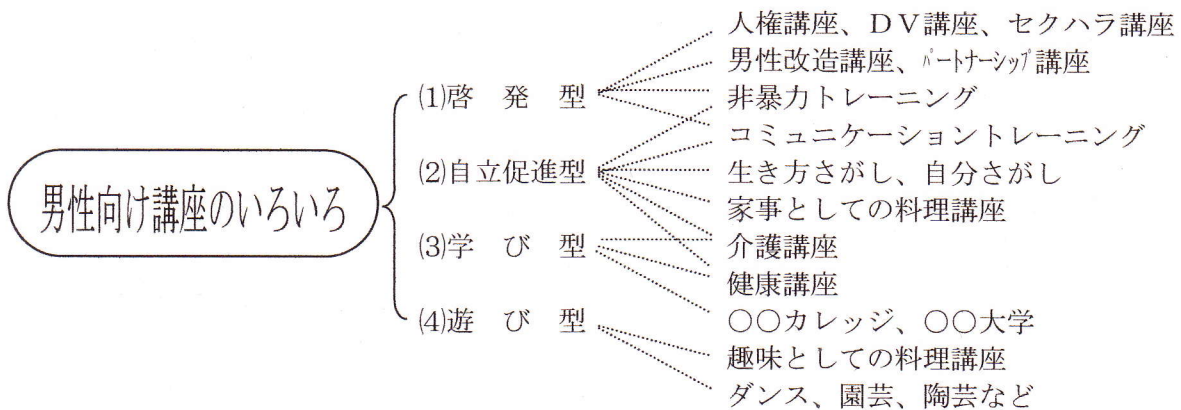
フリーライター 吉田清彦

1. クイズ 直観 チラシ比べ!

番号	タイトル	評価	正答
①	男性学のススメ		
②	男の生き方セミナー		
③	男の生き方セミナー		
④	男性のライフ・スタイルを考える		
⑤	男の生きかたセミナー		
⑥	おこのちよつと寄り道講座		
⑦	男の腕まくり		
⑧	カップルのための料理教室		
⑨	ふたりでおいしい! 簡単レシピクッキング		
⑩	お父さんといっしょにお弁当づくり!		

※評価点

- ◎定員を大きく上回る応募者があったと思うもの
- 定員を少し上回る応募者があったと思うもの
- △定員を少し下回ったと思うもの
- ×定員を大きく下回ったと思うもの



2. 総論 人が集まる講座／満足度の高い講座の作り方

(1)強制参加型(動員、割当)(職員研修、地域リーダー研修など)か、自由参加型(応募型)か、町民集会などは、中間型

*強制参加型は直球勝負で目的・趣旨をストレートに押し出してよい

※自由参加型(応募型)は“マーケティング発想”が必要

■ヒット商品・繁盛店づくりの方程式

$$\text{ヒット商品・繁盛店} = \text{商品力} + \text{宣伝力(販売促進)}$$

・「川上発想」から「川下発想」へ

・ターゲット(客層)分析が必要 客(参加者)が何を求めているか

(2)絞り込み型か、幅広型か

・絞り込み型のほうが成功率は高い(ターゲットの明確化)

・世代によって“ニーズ”(切実課題)が異なる

・「広く、浅く」から、「狭くても、深く」へ

(3)手にとってもらえるチラシをつくる

- ・すぐれた広告の大原則「AIDMAの法則」

attention(注意), interest(興味), desire(欲求), memory(記憶), action(行為)

※ターゲットに届く言葉の発見

- ・「啓発臭」「行政臭」をいかに消すか
- ・「面白そう、楽しそう」
- ・「役に立ちそう、何かを得られそう、何かが見つかりそう」
- ・「仲間が見つかりそう」
- ・「批判されない」「責められない」(→怖そう)
- ・「説教」のにおいをさせない(→説教されそう)

} 「ただしい」から「たのしい」へ
(一字違いで大違い)

※「江戸の仇を長崎で」はダメ!

(4)受講者にとって満足度の高い講座とは

自分のこれからの生き方・暮らし方に役立つ話

- ・(世の中が) どう変わろうとしているのか、についての“解説”だけでなく、
- ・どうすればいいのか、についての具体的な話(“生き方見本”の提示)

3. 「男性講座」の沿革(“マーケット”の推移)

★1989年 日本青年館結婚相談所「花婿学校」開始

女性による男性啓発型講座の開始(「男だってつらい」「女性といい関係を」など)

1991年 「バブル」がはじける

1991年 メンズリブ研究会発足

★1992年? 東京都足立区「男性改造講座」開始。自治体としてはじめての「男性講座」

★1993年? クレオ大阪北が「男性講座」を関西で初めて開催。ものめずらしさもあって話題となり、あちこちの女性センターで「男性講座」が開催がされるが、すそ野が狭く、ほどなく息切れに状態に (※第1期男性講座小ブーム)

1995年 北京会議

同年 メンズセンター設立、翌年から「男のフェスティバル」開催

その後、全国各地に「メンズリブ」グループが誕生していく

1996年 男女雇用機会均等法施行(「均等法(以降)世代」の誕生)

★1997年(H9)あたりから、各地で、女性センター主催の「男性講座」「男塾」「男性学講座」「男性セミナー」の開催が相次ぐが、まだすそ野の広がりはなく、初年度はともかく、次年度以降応募者は次第に減少 (※第2期男性講座小ブーム)

1997年11月 山一証券破綻。以後、企業倒産、リストラ、中高年の失業、過労死、自殺が増え、中高年男性の足元が揺らぎはじめる(→新“マーケット”の誕生)

1999年 男女共同参画社会基本法成立・施行(「女と男の新時代」はじまる)

「育児をしない男を、父とは呼ばない。」

★2000年ごろから、各地で男女共同参画条例が制定され、自治体主催の男女共同参画講座が開催されはじめる(“強制参加型”講座の開催) (※第3期男性講座小ブーム)

2000年の小泉内閣誕生以降、構造改革による「痛み」拡大(自殺、自己破産の増大)

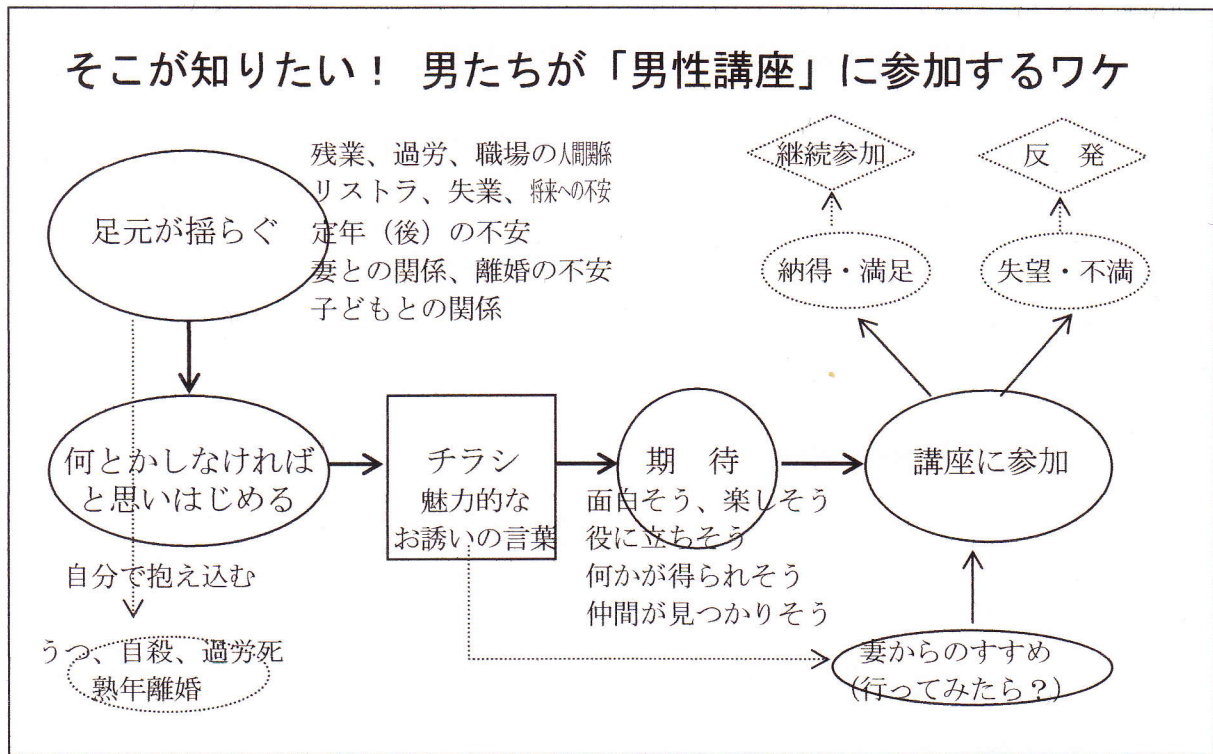
★2002年ごろから「男性向け講座」の“潜在的な”マーケットが拡大傾向に

- ・中高年のリストラ
- ・団塊の世代が退職後を意識しはじめた
- ・均等法(以降)世代が40代にさしかかりだした

} →「男の生き方セミナー」

(※第4期男性講座ブームの到来か)

そこが知りたい！ 男たちが「男性講座」に参加するワケ



4. 各論

(1) 講座のタイトルやテーマ

好評例：

不評例：

禁句：カップル（→ふたり）

チラシに不要な語句の代表：人権、啓発

（主催者側の { 自己満足 } は不要→逆効果）
“アリバイづくり”

(2) よびかけやおさそいの言葉（←参加者の「受講動機」などからもヒントを得る）

- ・ 50代、60代は「定年退職後の人生の過ごし方」「人生の後半戦をどう楽しむ」
「会社人間から生活人間に」「力を抜いて生きよう」
「地域での生活」「仲間探し」
「生活自立」「料理」「健康」「趣味」
「介護」「ボランティア」
- 60代は「知識」（「〇〇カレッジ」「〇〇大学」）←“知的満足”欲求が高い
- ・ 30代、40代は「力を抜いて生きよう」「会社人間から生活人間に」←残業多く、過労気味
「父と子の〇〇」「お父さんと一緒に〇〇」←子育てに対する意欲が高い
「自分探し」「自分らしく生きる」
「生活自立」「料理」
「夢」「元気」

(3)講師・コーディネーター

※日頃からリサーチを怠らない

アンテナ感度を磨いて、常に最新情報を集め、市民グループ主催のものも含めて、できるだけ多くに講座に参加して（公費で）、自前で講師を見つけてくる

- — ・話が上手な人、楽しく話ができる人（話術、話芸）
 - ・元気をくれる人、プラス思考の人、明るい人
 - ・将来的な展望を具体的に与えてくれる人
 - ・“生きる見本・手本”みたいな人
 - ・実体験をともなった話のできる人、「生活」の現場から話す人
 - ・会社員（雇われ人）の経験のある人
 - ・「敵」ではなく、「味方」である人
 - ・グループワークのできる人、参加者からうまく話を引き出せる人
- × — ・〇〇長、学者、評論家（「先生」と呼ばれる〔ことを嫌がらない〕人）
（上からものを言う、説教する、生活実感が感じられない）
 - ・場の雰囲気を読めない人
 - ・自慢話が多い人
 - ・借り物の知識で話す人、オリジナリティのない人、他人の成果を横取りする人
 - ・ぼやく人、弁解する人、暗い人、自信のない人

} 男性に多い

※（基本的には）女性の講師よりも男性講師のほうがよい

※料理講座について

- ・「会社人間」から「家庭人間」になるための基礎トレーニングとしての料理講座
- ・「家事としての男の料理」という視点が大切
（「調理場の料理」と「家庭の台所の料理」は全く別のもの、という認識が必要）
- ・料理講座の講師には、単に「料理のプロ」というだけでなく、「家庭の台所で毎日、気軽に楽しく料理」するための「家事としての男の料理」の「教え方のプロ」が必要
（たとえば、ゴルフのレッスンプロ、もしくは、カラオケ教室の先生みたいな人）

(4)講座のスタイル

（一方的な）講演から、参加型・参加者交流型に

- ・参加者も話したいことをもっている
- ・他の参加者の話も（を）聞きたいと思っている

*参加者が発言しやすい雰囲気作り、仕掛けが必要

- ・ジェンダーチェック、生活自立度チェックなど
- ・自己紹介、インタビューゲームなど

*グループに分かれてのフリートーク

（テーマや、話のきっかけとなる資料などを用意する）

*グループ分けに工夫（年代別、居住地域別など）

*参加型・参加者交流型講座には、「ファシリテーター」が不可欠

ファシリテーターの役目：居心地のいい雰囲気を作り出す、

皆から話を引き出す、話の流れを元に戻すなど

※受講者を「男性限定」にしたほうがよい

「女性も可」にした場合、参加人数は増えるが

- ・男性が自由に本音をしゃべれなくなる（萎縮する、構える、恰好つける）
- ・料理講座の場合は、女性が手を出してしまう

(5)開催回数と開催間隔

※単発講座か、連続講座か

・連続講座の場合

- (1) 3～4回連続
- | | |
|---|----------------------------|
| { | ○毎週 — 集中できる、やりくりがむづかしいかも |
| | ◎隔週 — ある程度やりくり可能 |
| | △月1回 — ダレる、先のことなので予定が組みにくい |
- (2) 年間10回程度 (ほぼ月1回)
- (3) 集中講義 (2回分を1日で) ←研修など (料理講習も)

※3～4回の連続講座の中に「料理講習」を組み込むかどうか

- ・料理を組み込んだほうが、参加者は確実に増える
- ・ただし、料理講習が1回というのは、結局は、中途半端
- ・料理は、料理だけの講座を別に企画するほうがよい
- ・(都市部の場合)「料理なし」でも、人は集まる

※料理講座の場合、3～5回は必要

(6)開催曜日・時間など

- (1) 平日昼間 — △ (参加対象者が限られる)
- (2) 平日夜 — ○ (ただし、時間が短くなる)
- (3) 土曜午後 — ◎
- (4) 日 曜 — × (日曜は「家族の日」)

※講義のみの場合は、1回1時間半～2時間でよいが、

参加型・参加者交流型講座は、1回2時間半～3時間必要

料理講座は、1回3時間～3時間半必要

(7)周知方法 (広報・PR)、並びに、チラシの配付 (関連資料の配付、訪問) 先

- ・女性センターがこれまで行っていた周知方法 (広報・PR) だけでは、肝心の「来てもらいたい男性」や「来てもらえる可能性のある男性」 (潜在的マーケット) に情報そのものがなかなか届かない。
- ・女性センターがこれまでもっていた女性向けの講座のルートとは違った新しいルートを開拓することが重要。

★広報・PR

1. 新聞社 (朝日、毎日、読売、産経、日経、神戸) の各支局
2. 自治体の広報紙・誌、ホームページ
3. タウン紙・地域情報紙 (フリーペーパー)
4. タウン誌 (の催し物欄)
5. ケーブルテレビ、コミュニティFM

★チラシ

1. 図書館、区役所、公民館など中高年男性が行く可能性のあるところ
2. 女性講座の受講生
3. 団地など、自治会の回覧板、掲示版
4. ハローワーク (職安)
5. 商工会議所、JC

(8)出前講座や共同開催のすすめ

→男性がいる「ところ」への出前講座や共同開催

- ・「待つ」のではなく、こちらから「出かけていく」「売り込んでいく」
- ・自主的な企画に、予算的助成をする

*保護者会（幼稚園・保育所・小中学校）

} 若い世代がいる

*両親学級

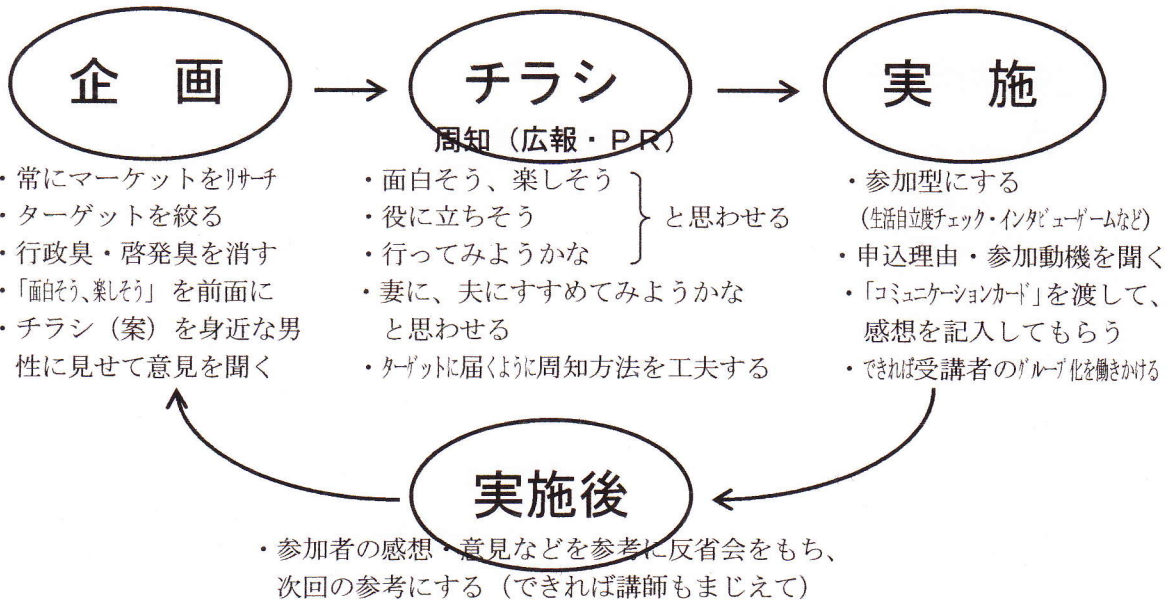
*企業：セクハラやDVに関する啓発・研修講座

「脱会社人間」のすすめ、定年退職後の生活設計など

*地域リーダー研修講座（民生委員、農業委員、地域振興委員、選挙管理委員など）

人が集まる男性向け講座の上手な作り方

& 参加者が満足する



●均等法（以降）世代向け講座のこれからのテーマ（のタネ）

- ・子どもとの関係
子どもにどう見られているか
子どもとどうつきあえばいいのか、子どもとどう向きあえばいいのか
- ・パートナーとの関係
コミュニケーションのとりかた、気持ちの伝えかた
仕事と家庭や子育てとの両立
親（姑・姑）との距離のとりかた
DV
- ・仕事について
勝ち組・負け組
過労、残業、ストレス管理、うつ
リストラの不安、転職、脱サラ、起業
借金、サラ金、自己破産

●「中高年」世代向けの講座のこれからのテーマ（のタネ）

- ・生活自立、生活力：料理、洗濯
- ・介護（すでに介護者の2割は男性になっている）：
介護力、介護保険・介護サービス、自宅での介護、遠距離介護・地元の協力
- ・生活防衛：金融・利殖、保険、悪徳商法など
- ・体の健康・心の健康：食生活、運動、健康法、医療、ストレス管理、男の更年期
- ・コミュニケーション・トレーニング（聞くこと、話すこと）
- ・表現力、文章力、情報発信
- ・自分さがし：自分史（ビデオ）、家族史（ビデオ）
- ・会社を離れたネットワークづくり
- ・仲間づくり、友達づくり { 男の井戸端会議、趣味のサークル、
パソコン、インターネット、メール、ビデオ、携帯
- ・地域でのくらし、地域活動
- ・社会貢献 { ボランティア、まちづくり、地域での子育て支援、昔遊びの伝承、
地域での介護システムづくり
- ・地方自治研究、政策提言
- ・知識欲：歴史、政治、経済、文化
- ・旅行、食、園芸
- ・墓・葬送、遺書

※「団塊の世代」を巡る言説

- * 「団塊世代は、社会的関心が高く、情報や消費への意欲も旺盛。」 (朝日02.9.3)
- * 「団塊の世代には『自分のためにはお金を使う』傾向がうかがえ、人生の後半戦を楽しもうという行動派が多い。」 (「日経新聞ビジネス」02年11月11日号)
- * 「団塊の世代が、介護の担い手となる時代を迎えた。」 (朝日01.11.20)
- * 「子育てを終え一息ついた団塊世代に降りかかる老親介護」 (日経03.6.13夕)
- * 「(団塊の世代は) 負けたときの心構えが不十分である(ので)、これからの長い人生をどう生きるかを考えることや自殺を予防するための教育が緊急に必要な。」
(吉川(きつか)武彦国立精神・神経センター精神保健研究所名誉所長、朝日01.10.21)