

目標やビジョンを共有するために

● 目標共有は一日にしてならず。

異なる組織同士が協働を進めるために、同じ方向を向き、共通の目標を作るには、「レンジでチン」のように簡単に短時間ではできません。

時間をかけて練り合わせ、発酵させることで、目標がつけられます。

1 強い思いをアピールし
相手を見つける

課題に気付いた人がその危機感を「アピール！アピール！」し続けること。気づいた人が動くことからはじまります。協働の相手は「見つかる」のではなく「見つける」のです。

2 なんとんでも Face to Face

目標の共有のためには、電話よりも、メールよりも、スカイプよりも、対面が一番！たとえ、短い時間でも顔をつきあわせて話すことは、メールやスカイプでは伝わらないニュアンスが確認できます。

3 ある一点の
利害の一致点を探そう

異なる組織ですから目標の100%一致はありえません。参画する組織それぞれが「プラス」になる部分を最低1つは見つけましょう。1つも見つからなければ、残念ですがあきらめるといふ決断も必要です。

4 わかりやすい目標の立て方とは？

お互いの「こうなったらいいね」を目標としてたてましょう。目標には、「数値」「受益者・利用者の状態」「協働実施前と後での、地域の変化」などなど、いろんな表現方法があります。組織同士が共有しやすい方法を探りましょう。

5 目標づくりは課題共有から

課題共有を深めるために、調査をしたり、データを活用するという方法もあります。調査結果の数値等は、「おーこれは大変だ！」とみんなが共通認識を持ちやすい、客観的な手がかりです。誰にとっても分かりやすいでしょう。



チェックリスト！

- 「この事業でこうなったらいいね」を言葉や図で具体化していますか
- 「こうなったらいいね」を事業終了後、何で測るか、決めましたか
- 決めた目標は第三者が見ても、わかりやすいものですか
- その目標は、理想や夢ではなく、実現可能なものですか
- 成果物の所有権は誰に帰属するのか確認しましたか

コラム



狙いが別々だからこそ…

「困りごとに直面する人たちも・そうでない人も、安心して暮らせる社会にしたい」と願う NPO と、「困りごとに対応した新たな市場を創りだしたい」メーカーがコラボ。「非営利と営利、それぞれの狙いを追求するからこそ《高品質で売れる》商品を開発できるよう協力しています。」とのお話がありました。「一緒に夢を描く」のではなく、一致できるところで得意分野を提供しあい成果を出す好事例でした。