

YOUR READING STYLE



リーディングファシリテーター向け

読書会ファシリテーション フォローアップブック

改版:2016年6月28日

初版:2015年12月22日

作成者:木村祥子

はじめに

本冊子は、リーディングファシリテーター養成講座後、受講者のみなさんに配信させていただいているリーディングファシリテーターフォローアップの中で、ポイントになるものをまとめたものです。読書会を開催していく上で、さらなるレベルアップにお役立てください。

目次

はじめに	2
基本読書法を理解しよう	4
読んだ気がしない…と言われるんです	4
おそるべし、ぐるぐる読書の効果	4
ダイアログ編	6
サンドイッチフィードバック	6
使う言葉に気を付けて！	6
ザイアンスの熟知性の法則	7
超簡単！読書会を盛り上げる会話術1	7
超簡単！読書会を盛り上げる会話術2	8
腕組みをして人の話を聞くことは悪いことなのか…？	9
腕組みしている人の対処法	9
ファシリテーターとして最上級のテクニックは「介入」	10
ワークに上手くできてない人の対処法	10
グループでの対話がうまく進まない時の対処法	11
集客について	12
有名なファシリテーターでなければ集客できないの？	12
あなたは何を売りたいのですか？	13
ブログのすすめ	14
どんな読書会よりも誰の読書会か…です	14
ターゲットとベネフィットを理解していますか？	14
大切なスタンス	16
とにかく5回	16
ドタキャンをチャンスに変える	16
リファーすること	17
読書会成功のカギ	19
地図を描くこと	19
魅力を伝えるメッセージ	19
当日の準備はお客様の顔がみえてから	20
たった3つのことをするだけで	20
クロージング力	22
読書会の後、私たちはどうしたらいいんですか？	22
報告書にも目的がある	22
最後に	24
日々選択の連続です	24

基本読書法を理解しよう

読んだ気がしない…と言われるんです

ワードジャングルを開催したリーディングファシリテーターから読書会でワードジャングルを実施すると参加者から、「読んだ気がしない」と言われるんです。という声を聴きます。はい！その反応、大正解です！そう、『ワードジャングル』とは、読んだ気がしない読書法なのです。言い方を変えると、本をきっかけにして対話を重視する読書法です。

逆に『ぐるぐる読書』は他者の質問に答えることにより自分とは違う視点で本を読むため、かなり読んだ気になると思います。

つまり、『2時間で、新書を解説しよう』、『ドラッカーを読破する』という読書会なら、ぐるぐる読書『世界平和を考える読書をしよう』、『十年後の街の未来を創造する』という読書会なら、ワードジャングルを選ぶといいです。

ワードジャングルは、本だけでは、答えが見つからなさそうな、壮大なテーマを題材にするときにピッタリなのです。まちヨミなど、大きな課題をテーマにするときは、ワードジャングルの方が合っているかもですね。

目的思考の読書を行う Read For Action の読書会です。読書会自体も目的を明確にして、それに合わせて読書法を選ぶことが大切です。

リーディングファシリテーター養成講座では、2つの読書法を学んだと思いますが、質問をキーに様々な視点で本を読む手法が、『ぐるぐる読書』、本をきっかけに、対話を重視する手法が、『ワードジャングル』ということになるでしょう。

おそるべし、ぐるぐる読書の効果

私が、久しぶりに『ぐるぐる読書』を体験したときの事です。

手に取ったのはこの本でした。

3つの原理 ローレンス・トープ(著)

www.amazon.co.jp/dp/4478001170

2008年にフォトリーディング集中講座を学んだ後、神田昌典氏がお勧めしていたので、購入した本なのですが、当時は、全然、頭に入ってこず…、いわゆる積読本でした。

3つの原理は、一言でいうと【未来学】の本。

そして、ぐるぐる読書で私にまわってきた質問は、「儒教とは？」、「宗教は、いつか1つになるの？」うる覚えですが、こんな感じでした。

えっ儒教？宗教？普段、興味もなく、考えもしなかった質問に愕然！と同時にこの答えが見つかるのか…という緊張感！！（一応、ファシリテーターを育成する講師だし…というプライドも出現^

^)、この緊張感は、ぐるぐる読書の醍醐味ですね。

しかし、その緊張とは裏腹に、本を読んでいたら、宗教というものが、経済発展の際、労働者を確保する手段に必要なこと。腑に落ちた答えがスルスルと見つかるのです。

がび—————ん！

7年間、私の本棚でホコリをかぶっていた書籍がこんな短時間で、理解できてしまうなんて…ワタクシ、ぐるぐる読書を侮っておりました。ごめんなさい。

ぐるぐる読書は自分自身の既成概念、固定概念を持って読む、都合の良い読書を根こそぎ解消してくれる、すばらしく…そして恐ろしいツールです。

ダイアログ編

サンドイッチフィードバック

そして、読書会を開催したいんだけど…開催できない…そんな悩みを抱えている多くの場合、「時間がないから」、「仕事が忙しいから」、「人前で話すことが苦手だから」、「まだ、経験がないから」、など、出来ないことや苦手なことばかりにフォーカスしていませんか？

けどね、出来ないことや苦手なことばかりフォーカスしていたら、いつまでたってもその未来は実現しません。そう、自己実現は強みでしか起こせません。

【サンドイッチフィードバック】をご存知ですか？

読書会参加者のコメントやワーク結果をフィードバックする際、

- (1) そのコメントやワークの良かった部分を1つ2つ話す
- (2) もっとよくなる点の改善や提案を1つ2つ話す
- (3) 全体的に肯定的なフィードバックを行う

という3つのステップで行うことです。

つまり、いいことでサンドイッチをするってわけです。スピーク&リッスンの後や、ダイアログの後の感想シェアやアクション宣言後によかったら、取り入れてみてください。

だって、読書会参加者が読書会で気づいたことをアクションにし自己実現を起こすためには、駄目なところを指摘するのではなく強みを見つけてあげることだから。

もう一度言います。自己実現は強みでしか起こせません！

使う言葉に気を付けて！

あなたの告知文や読書会の中で、お客様が知らない言葉を使っていませんか？

意味がわからなくて質問をうける言葉や表現は、

『シェア』『ダイアログ』『アジェンダ』『アハ！』

など…

Read For Action の中では、良く耳にする言葉ですが、読書会が初めての方に慣れてない言葉をつかうと、参加者の頭の上にクエスチョンマークがつき、せっかく場創りしても、帳消し…みたいな状態になってしまうかも。

相手にわかりやすい言葉を使うかその用語の説明をしっかりとあげましょう。

リーディングファシリテーターをリーファンと略したり、Read For Action を RFA と略して表示することも、注意しましょう。

私が失敗した例は、とある街での読書会、参加者は、60 歳以上の年配の方ばかり。

自己紹介で、肩書が、リーディングファシリテーターやフォトリディングインストラクターとのカタカナがあるだけで、ドン引きされました。

その後、読書会の中では、“スピーク&リッスン”を”お話しする人&聴く人”のような感じで急遽、変更です！

お客様にちゃんと目を向けていると、使う言葉も見えてくると思います。

ザイアンスの熟知性の法則

ザイアンスの熟知性の法則とは、

- 人は知らない人に攻撃的、冷淡になる
- 人は会えば会うほど好きになる
- 人はその人の人間的側面を知ったとき、さらに親しみを感じる

読書会で、場創りが大事なことにつながりませんか？

ファシリテーターの人間的側面を開示すると、どんどん心が動かされるんですね。ファシリテーターの自己紹介を早めにもそんな意味がありますし、参加者間で、目標を設定し、それを自己紹介で自己開示していくプロセスはとっても大切なんです。

- ・自分自身のことを語る
- ・相手の話を聞く
- ・共通部分を多くもつ
- ・感情に訴えかける
- ・相手の名前を呼ぶように心がける

そんなことを意識して、丁寧に行うことが効果的です。

超簡単！読書会を盛り上げる会話術1

すぐにできる超簡単！読書会を盛り上げる会話術を紹介します。

実は、相手がポジティブな発言をしたときとネガティブな発言をしたときでは、対応方法が違います。

まずは、相手がポジティブな発言をしたときの対応をお伝えします。

相手がポジティブな発言したらオウム返しすることです。

オウム返しとは、

- ・相手の話した「事実」を反復する
- ・相手の話した「感情」を反復する
- ・適宜、相手の話を要約して返す

こと。

講座の中でも実践ワークをしたと思いますが、相手の事実を反復するだけで相手が自然と”YES”と言います。

人間は、生存本能があるため、深い部分で安心感(安心・安全)を求めています。

↓

心理的や空間的に感じる人や環境に安心感を感じます。

↓

安心感を感じると、心を開き、言葉を受け入れやすくなります。

慣れてきたら、相手の話を要約して返すことも実践してみてください。

超簡単！読書会を盛り上げる会話術2

逆に相手がネガティブな発言をしたらどうしたらいいか？

オウム返しをすると、嫌なことを反復するので、正直いい気持ちはしないと思います。もしくは嫌なことの上塗りになります。

その場合は、相手の話しを、過去にするか部分化することです。

■部分化する

「いつも怒られてばかりなんです」

と言ったら、

「怒られる”事”もあるんですね」

「怒られる”時”もあるんですね」

「私は駄目な母親です」

と言ったら、

「駄目な”部分”もあるんですね」

「駄目な”時”もあるんですね」

どう感じで返してあげただけです。

■過去形にする

「本当に大変なんです」

と言ったら、

「大変だったんですね」

「出来ないんです」

と言ったら、

「出来なかったんですね」

と過去形に起こったこととして反復してあげます。

ほんのひと工夫です。

駄目なところは全部じゃないし、今は現在は、駄目じゃない。それを部分にしてあげたり、過去にしてあげるような言葉がけをしてあげてください。

腕組みをして人の話を聞くことは悪いことなのか…？

友人から出席したセミナーで担当講師から、腕組みをして話を聞いていると、それは”人の話を聞く態度ではない”と指摘を受けたというエピソードを聞かせてもらいました。その話を聞いて私は、なんとも言えない複雑な思いになりました。

そもそも、腕組みをして人の話を聞くことは、悪いことなのか…と。

腕組みは防御の姿勢とか、拒絶のポーズとか言われますが、人の無意識に変化や新しいことを嫌います。新しい情報を習得するセミナー、緊張することだってあるワケで、自然と防御や拒絶の姿勢を取ってしまうことってあるのではないかと思うのです。その人が態度という見た目の表現で素直に自分の心を表現してくれた証。

■それを頭ごなしにダメだと指摘をするのか…。

■相手からのメッセージを受け止め、次の行動に活かすか…。

うう～ん。私は、後者でありたい…。そして、読書会という場をつくるファシリテーターという立場として考えると相手に腕組みをさせてしまうような場をつくってしまったとしたら、何があってあの人は腕組みをしていたのか…と考え、場創りの振り返りをして次の場創りに活かしたと思うのです。

ちなみに、ミャンマーにいる知人が教えてくれたのですが、ミャンマーでは、目上の人の話しは腕組みをして聞くということが相手に対する尊敬や敬意の証なんだそうです。文化によっても違うんですね。良い悪いだけで判断できないことたくさんありますね。

腕組みしている人の対処法

腕組みをして人の話を聞くことは悪いことなのか…？ ということを書かせていただきましたが、頭では分かっているけど、腕組みをしている参加者がいたら、ちょっと怖い…と感じるかもしれませんね。そんな『腕組み』をしている人への対処法をお伝えしましょう。

簡単です！手を使うワークをお願いすればいいのです。

- 拍手をしてもらう
 - 何かを書いてもらう
 - 本にふれてもらう
- など。

そして、『腕組み』をしているからって、あなたのことや読書会を拒否しているとは限りません。初めての読書会で緊張している、なかなか、受け取れない…という気持ちの現れだったりします。そんなときは、ファシリテーターのあなたが思い切って声をかけましょう。相手に声を発するタイミングを与えて上がることが大事です。

ファシリテーターとして最上級のテクニックは「介入」

読書会の開催を継続していくといろいろな方がいらっしやると思います。

- ・読書会なのに本を読んでもくれない人
- ・なんかやり方に困ってそうなんだけどファシリテーターを拒絶する人
- ・しゃべりすぎな人
- ・横道にそれた話をする人

などなど

そんな時に必要なテクニックが「介入」です。リーディングファシリテーター養成講座の中ではコンテンツになっておりません。私の中では、ファシリテーターとして最上級のテクニックではないかと感じています。

ワークに上手くできてない人の対処法

新しい読書法、さらにはワークなどがあると、うまくできなかつたり戸惑ったりしている人がいらっしやるかもしれません。

そういう時、私がどんな対応をするかというと上手にできている人を探します。

その人に声をかけずごくいい感じでワークをしてらっしゃるので事例をしてみんなに紹介していいですか？と許可をいただきます。

上手にできているので、ほぼ OK をもらえます。

そして、みんなに共有します。

なぜかという大人になってから上手くいってないことを指摘されるのってやはり嫌だと思うのです。

いい例を示してあげたら上手くできない人はちゃんと聞いています。こんな介入方法もアリなんです。

グループでの対話がうまく進まない時の対処法

よくあるのは、話が脇道にそれてしまうこと。

対話(ダイアログ)なので、脇道にそれることも基本的に良いと思いますが、時間との兼ね合いもありますので、そういう場合には、

(1)読書会の目的やテーマを示してあげる

どうしても、現実の手段の話になってしまったりして道をそれてしまった事に気づいていないことが多いです。

(2)それまでの発言を整理、要約する。

質問や要望を出しながら発言を掘り下げてあげる。意見を整理、要約し、それに対しメンバーが合意できているか(他に意見がないか)を確認する。

収束を促す「それを一言で表現すると？」

と問いかけてあげるといいでしょう。

話に割りこめないときには、タイマーやエネルギーチャイムをならしてから、「少しお話しさせていいですか？」と許可をいただいて、話を始めてください。

集客について

有名なファシリテーターでなければ集客できないの？

受講生からこんな質問をいただいたことがあります。

『有名なファシリテーターでなければ、ほとんど自分での口コミ以外、集客はないと考えてよいのでしょうか…。』

とてもいい質問をいただきました。ありがとうございます。

そして、答えは、YES でもあり、NO でもあります。

読書会で、「人を集めるということ」という視点で考えると立派なビジネスなんです。

そして、読書会を開催することで小さな小さな起業体験をできると思ったら、未来の可能性が広がると思いませんか？

今回は、そんな小さな小さな起業体験の1つ、あなたの読書会を購入してもらうための5つのステップを紹介します。

1. 認知する
2. 査定する
3. 購入する
4. 届ける
5. After Sales

順番に紹介していきましょう。

【1. 認知】

どんなに素晴らしい読書会でも、有名な方が開催してもお客様にその読書会があることを認知させなければ、いつまでたってもお客様はやってきません。

メルマガ、ブログ、ソーシャルメディアなど、ターゲットであるお客様に合わせたメディアを選び読書会のお知らせをすることが必要です。

まずは、あなたの読書会の”URL”をお知らせしましょう。

【2. 査定】

お知らせしたあなたの読書会の”URL”をクリックしてもらうのが第一関門です。

そして、このサイトを読みお客様はこの読書会が自分に価値があるかどうか査定します。

そのため、ターゲットとなるお客様のベネフィットが表現されていなければ、価値があると査定してもらえません。

【3. 購入】

認知と査定を経て、初めて購入してもらえます。逆に、認知と査定の流れができてなければ、いつ

までたってもお客様は来ないのです。

【4. 届ける】

リアルな読書会であなたの読書会の”URL”で表現した価値を届けます。

URL に記載してある価値と当日の読書会の価値に不一致があるとお客様から不満の声があがる可能性があります。

あなたが買った商品の箱をあけたら、違うものが入っていた…どう思いますか？
読書会も同じです。

【5. アフターセールス】

読書会後はフェイスブックやラインなどでグループをつくり交流できる場をつくったり、メルマガを定期的にお届けし、読書会ファンやリピーターが増えるしくみをつくります。

つまりね、有名なファシリテーターが集客ができるのではなく、ちゃんと集客をしている人が有名になれるのではないかと思うのです。

あなたは何を売りたいのですか？

そもそも、あなたは、何を売りたいのでしょうか？

私が、ぱっと思いついただけで、3種類ありました。

1. あなた自身を売りたい⇒読書会をきっかけにあなたやあなたのビジネスを売りたい
2. あなたの読書会を売りたい⇒純粹に自分の開催する読書会を売りたいだけ
3. Read For Action を売りたい⇒自分を成長させてくれた Read For Action をたくさんの人に知ってほしい

まず、1. あなた自身を売りたいについて

ホームページ、ブログ、メルマガなど、自分自身のプラットフォームを構築しましょう。スタートとしてはブログが効果的です。

2. あなたの読書会を売りたい方は、Read For Action ポータルサイトはソーシャルメディアを活用して、あなたの読書会の魅力や効果を紹介していきましょう。

3. Read For Action を売りたいと思っているかは、Read For Action 協会のメルマガライターや広報チームに立候補してください。

ちなみに、メルマガの成約率は、0.1%とか言われています。(もっと低いかも)

Read For Action 登録者を3000人と仮定して、1通メルマガを出したら、申込みをしてくれるのは計算上3人です。しかも、ポータルサイトをクリックしたら、。山ほどの読書会があるわけで、あなたの読書会を選ばれる可能性は、ゼロに等しいのです。

あなたやあなたの読書会を知ってもらうため目的に合わせた行動を取っていく必要があります。

ブログのすすめ

読書会をきっかけにあなたを売りたいと思っている方は、スモールステップとして、ブログが一番いいと私は思っています。

ドメインを取得しワードプレスなどでブログをつくるのがいいですが、気軽にはじめられる Ameba (アメーバ)や livedoor などでもいいでしょう。

そして、日記ブログではなくあなた自身の活動について魅力ある情報をアップしてください。そして、できれば、1～3ヶ月は、毎日更新してください。あなたの読書会の魅力伝えていくのです。

どんな読書会よりも誰の読書会か…です

あなたのプロフィール本気で書いてますか？

お客様は、どんな読書会かだけでなく、ファシリテーターどんな人かも気にします。

あなたも、講座を受講するとき、講師のプロフィールを確認しませんか？

私もいいなと思ったセミナーでも講師のプロフィールを読み、ちょっと違うなと思って申込みをやめたこと、何度もあります。

あなたの魅力溢れるプロフィールを書いてくださいね。

ターゲットとベネフィットを理解していますか？

あなたは、メリットとベネフィットの違いちゃんと区別できていますか？？？

読書会の開催を案内するためには告知分が必要になります。その告知分には、読書会のベネフィットが明確に表現されていることが必要です。

【メリット】あなたの読書会の売り、特徴

【ベネフィット】メリットにより、お客様へもたらされるすばらしい体験や変化

きっと、読書会のメリットは、

- ・短時間で本の内容が理解できる
- ・事前に本を読んでこなくてもいい
- ・新しい読書体験ができる

なんてこと。

これは、みなさん書けていると思うのですよ

ベネフィットは、

読書会に参加することにより

- ・今まで一人では解決できなかった新しい働き方のヒントをお持ち帰りできます
- ・あなたと一緒に〇〇したい！と相手に言わせる〇〇をお持ち帰りいただけます
- ・あなたがやりたかった夢に向かう、一歩が明確になります

なんて感じで、読書会に参加することにより何が得られるのかを明確に記載してあげること。

ちゃんとベネフィットまで表現できているか確認してみてくださいね。

大切なスタンス

とにかく5回

あくまでの仮説ですが、リーファシ講座を受講しあなたらしい読書会のテーマが見つかったらとにかく5回続けてください。

きっと、1回目は、初めてだから、反省だらけ。2回目は、きつとうまくできるでしょう。3回目で、ジョーカーが出現します。

トランプでもジョーカーは、敗北になることも、勝利することもありますよね。最強でもあり、最弱でもあり、切り札にもなるわけです。つまり、あなたの読書会にとって、思わぬ事件をもたらす人が出現するのです。場合によっては批判をされたりと

予期せぬ反応をもらったりするのです。

2回、3回と読書会を開催していると、知らない人や、友だちが友達を連れてくるという現象が起きるからかもしれませんね。

それにより、人によっては、自分はダメなのかもしれない…とか、このテーマはイケてないかも…なんて気持ちになり、3回目で、そのテーマをやめてしまうことがあります。

そして、それがあなたの読書会をもっと良くする切り札だとしたら…、その学びを取り入れ、4回目、5回目と読書会を開催すると、そのテーマがあなたのものとなっていくことを感じることができるでしょう。

リーディングファシリテーター養成講座を受講すれば、読書会は開催できます。

そして、あなたの読書会は、あなたにしか開催できないのです

ドタキャンをチャンスに変える

申し込んだのに当日無断でキャンセル。当日の朝にキャンセルメールが届く…など、多くの読書会は、当日に現金にて集金するため

こんな事が発生してきます。

ちょっと困りますよね。そして、そんな時は、ひと呼吸おいて、その方に、この一言を添えたメールを書きます。

『またの機会に、お会いできることを楽しみにしています』

一見、社交辞令的な文章に見えるかもしれませんが、ちょっとした意味があります。

【前提を活用する】

相手が、最も適切な意味が受け取れるように、意図的に曖昧な言葉を使うミルトンモデルというテクニックがあります。

『またの機会に、お会いできることを楽しみにしています』

というメッセージには、確約もない、いつ会うかも具体的に決まってないですが、いつかあなたに

会えるという、ミルトンモデルの中の『前提』という手法を使っているのです。

もし、

『次にキャンセルする際は、キャンセル料をいただきます』

なんてメッセージをいれると、あなたは、またキャンセルするという「前提」をいれていることになります。

何気なく使っている言葉ですが、こういった言葉を使うことで相手は無意識にその前提に従った行動をしていくことがあります。

『また、読書会にくる』と『また、キャンセルをする』どちらの前提を入れたいと思いましたか？

キャンセルポリシーは大切です。

けどね、セミナーなどと違い、読書会って、参加費も安めの気軽に参加できる雰囲気かウリだと思
うのです。

数千円のうち何割かキャンセル料を取っても

数百円の世界でしょ。

その金額を得るために労力を使うより、また来てねのメッセージを入れて、その方が、次に来てく
れる方が嬉しい気持ちになりませんか？

コミュニティ創りの一歩は、心からの

『私はあなたを待ってます』のメッセージを発信できるかどうかです。

だってね、キャンセルされる私たちより、キャンセルする方が、申し訳ない気持ちや後ろめたい気
持ちを持っていてとっても辛いはずなんです。

そんなときに、あなたから、愛のあるメッセージが届いたら嬉しいし、救われたような気持ちになる
のではないのでしょうか。

愛のあるメッセージを受け取ったその方は、いつかきっと、あなたの読書会にやってきます

そして、あなたのファンになっていくことでしょう。

何かイベントをキャンセルしたときの主催者側の対応で、あの会社(イベント)は、いい会社、良くな
い会社…なんて無意識に判断していませんか？

そう、ドタキャンはあなたにとってチャンスです！

そして、何よりも、ドタキャンに悩むくらい、

新しい参加者がいることに感謝をしよう。

その方は、キャンセルはしたけど、申込みという行動をしてくれたことにフォーカスしたら、あなたは、
選ばれたファシリテーターなワケですしね。

リファアーすること

読書会ファシリテーターとして活躍すること。読書会ファシリテーターをきっかけにあなたが、あな
たの世界で飛躍する。

そんな取り組みの中で、大切なスタンスがあります。

【リファーする】

リファーとは、心理学用語で、相談機関に訪れたクライアントに対し、その機関では十分な対応ができない場合、他の適切な専門家に

クライアントを紹介すること。

特に精神病や器質性疾患が疑われる場合には精神科を、心身症の場合には心療内科を紹介するなど、他分野との連携が大事。

また神経症の場合でも、治療者の療法が有効な治療になりえない場合は、最も適した心理療法の専門家に紹介する。

自らの能力を知ることが、治療者には求められるのである。

ビジネスの世界でも同じです。あなたが活躍すれば、たくさんのお仕事の依頼がくるでしょう。その中には、あなたの専門外や苦手なことがでてきます。そこにチャレンジをすることも1つの選択かもしれませんが、

自分にもお客様にも、良い結果にならない可能性が高いです。そんな時、リファーできる仲間がいる人があるか。そう、お互いに強みを理解し合い、共に成長でき、共創できる

そんな仲間です。

そして、誰かにリファーできるか。

せっかく頂いた仕事人に譲るのはもったいないなんて気持ちになること…私にもあります。けどね、これって成長へのスタンスが問われるんです。

苦手なことは、信頼できる仲間に依頼しましょう。あなたには、そんな仲間がいますか？

読書会成功のカギ

地図を描くこと

私が本格的に読書会をスタートしたのは、2011年7月。今でも開催している『本と人と新しい働き方に出会う読書会』です。

当時、お世話になっていたコーチの力を借りて

読書会を開催する先にある5年後、10年後の未来を描く作業をしました。そして、企画書という形にしました。

■企画書は地図です

初めての場所に行くときには、私たちは地図を必要とします。今いる場所から目的地までをガイドしてくれる大切なものです。

読書会も、読書会によって広がっていく新しい世界に飛び込んでいくのです。地図が必要ではないですか？企画書はその地図になるのです。

■行き先は変更しても大丈夫

そして、読書会を開催してみて、ちょっと違うかも…と感じたら、行き先変更すればいいのです。つまり、企画書を修正すればいい。

それだけです。

企画書を書くのが面倒と言いますが、書いている間に、方向性も見えてきますし、何よりも安心して読書会開催の準備をしていくことができます。書いたあとの副産物は大きいです。

魅力を伝えるメッセージ

どんなにすばらしい企画書が完成しても、その読書会の魅力をたくさんの人に知らせなければ、いつまでたってもお客様はやってきません。

今だから、告白しますが、『本と人と新しい働き方に出会う読書会』の企画書ができた瞬間から、この読書会はすばらしい！これに参加しないなんてもったいない！と読書会の企画に満足している私がありました。

そんな思いで作成した読書会のセールスレター。お客様の反応がありません。だって、自己満足の文章でしかないから…なぜ？なぜ？なぜ？と疑問に思い、コーチに相談しました。はっきり言われました。

「自分の読書会に恋をするのではなく、お客様に恋をしなさい。」そう、読書会はお客様が参加してくれて、初めて成立するもの。お客様に恋をする。私の読書会に来てくださいとラブレターを書くように、作成する必要があったのですね。

コーチの力を借りてセールスレターの書き直しです。こんな人に参加してほしいというお客様像を明確にし、その人に向けてセールスレターを作成していきます。

セールスレターを書きなおしたことにより、

『本と人と新しい働き方に出会う読書会』の初開催にもかかわらず、10名の方が参加してくれまし

た。

何を伝えるかではなく、相手にどう伝わるかという視点を持つことが大切です。

当日の準備はお客様の顔がみえてから

読書会を開催する際、当日の流れをどうしましょうかと、読書会当日の読書会の流れのことばかり質問してくる方がいらっしゃいます。けどね…お客様がいなければ、当日は無いわけです…。どんなお客様がいらっしゃるのか？何人くらいくるのか？ということがわかって初めて本格的な準備ができるわけです。

■読書会のコンテンツを作るポイント

私は読書会セールスレターをの何度も何度も読みます。その上で、コンテンツを作ります。

なぜかって???

例えば…あなたは、欲しかった商品を購入し

家に帰って、箱を開けたら、まったく違うものが入っていたら…と想像してみてください。

がっかりすると思いませんか？

読書会も同じ、箱のパッケージに描いてあるのがセールスレターだとしたら箱を開けたときにその商品が入っていないなければならないのです。

たった3つのことをするだけで

私はたくさんの読書会をしてきましたが、すべて完璧な読書会をできたわけではありません。消せるものなら、記憶の底から消去したいような恥ずかしい失敗体験、山ほどあります。そんな経験から、私は、読書会を開催する上で、3つのことを実践してきました。

1. 読書会前に全体像を確認する

始まる直前はやはりドキドキします。心を落ち着かせる上でも、読書会の流れや注意点をマインドマップなどに描き、全体像を整理します。

2. 自分なりの目標を設定する

毎回、読書会の目標を決めます。

例えば、

- ・また来たいですと3人のからから言ってもらう
- ・行動します！という人を5人出す
- ・失敗しても、堂々とファシリテーションする

なんて感じのものです。

特にこれは、誰かと共有するものではなく

自分の中で、設定しておきます。

3. 振り返りを行う

読書会が終わったら、もちろん振り返りです。

達成できたことは

素直に喜び、自分をほめてあげます。ビールというご褒美もアリ。

そして、できなかったことはそれを解決するために何をしようかというアクションを考えるようにしました。

これを繰り返すことによりうまくできなかったことが次の読書会に活かされます。

読書会で参加者に目的設定をしてもたって振り返りをしてもらっているんだからファシリテーターもやらないとね(笑)

シンプルな作業ですが、あなたの成長を加速する成長のサイクルとなります。

クロージングカ

読書会の後、私たちはどうしたらいいんですか？

私は、大規模な読書会に数多く携わらせていただきました。街のテーマを題材にする街ぐるみ読書会、企業研修で読書会を導入さらには、著名な方とのコラボイベント…などなど。

街や企業を巻き込んだ読書会の後、誘致して下さった街や企業から「読書会の後、私たちはどうしたらいいんですか？」という声を聴くことが多いです。

読書会はコミュニティが形成しやすいと言いますが、企画の段階からそのあたりを設計していたり、あるいは読書会の中で生れたアクションなどから次につながる提案をすることが必要だったりします。

つまり、本気で読書会をきっかけに何かをしたければ【クロージングカ】が必要だと思っています。まあ、一言で言えば、『報告書が書けますか？』ということです。

報告書にも目的がある

私は街ぐるみ読書会を開催しているときに毎回、報告書を書き Read For Action 協会に提出していました。

ある日、私の報告書のフォーマットをつかって読書会の報告書を書いてきた人がいました。フォーマットをマネしていただくことは嬉しいですがなぜか変なのです。表向きだけキレイで中身が無い感じなのです。

なぜか…報告書を書く目的が協会に報告を出さなければならないという義務だけだからです。

報告書を書くのであれば、開催した目的を確認したうえでそれに合わせた報告書を書くことが必要じゃないかなと思うのです。

例えば、社内や街で読書会が定着することが目的だったら報告書には基本情報にプラスして読書会を開催したうえでの継続のカギや継続するための課題、そのためのアクションなど書かれるのではないかなと思うのです。

私が作成していた街ぐるみ読書会での報告書は当時、街ぐるみ読書会の担当者だったのでまちヨミ開催の情報をパッケージ化したい！という目的があったからです。

だから、開催のためのノウハウを報告書をつかって溜めこんでいたということになります。
目的があれば、報告書を書く意味がでてくるのです。

最後に

日々選択の連続です

たとえば、みんなで居酒屋さんへ行く

「まずは、適当に注文していいですか？」という仕切っちゃうタイプ？

「お任せするから、適当に注文しておいて！」という人に任せるタイプ？

どちらでもなく、誰かが何かをしてくれるのを待つタイプ？

あなたは、どのタイプ？

ふっと思ったんですが、私たちって、日々選択の連続なんですよ。これ全部、選択しているんですよ。

自分で選ぶという選択、〇〇さんに任せるという選択、自分は選ばないという選択

なのに、時々ありません。

〇〇さんの注文は量が多すぎるとか野菜が少ないとか人のせいにするのは簡単

けそ、その前に〇〇さんに任せるとか自分は注文しないという選択していたのにね…w

だから、今、この瞬間読書会を開催することも今は開催しないことも読書会を開催していることも、

そして、お客様もこの読書会に参加するか、しないか…選択の連続をしています。

だから、無い事や出来ない事を選択せず、有る事や出来ることを選択してほしいです。

さあ、あなたは何を選択しますか？

木村祥子(きむらさちこ)