



1-6 ステップ6：連携相手の特定

～連携によって仲間を増やせる～

キーワード ・ 戦略的連携 ・ 協働 ・ コラボレーション

●このテーマで目指すゴール

- ・ 連携の重要性を理解する
- ・ 連携相手を選ぶための分析ができるようになる
- ・ 成果を最大化するために、連携や協働活動が組めるようになる

患者さんからの質問

これまで独自の活動を重視してきました。特に親しい団体はないのですが、誰とどのように連携すればよいのか分かりません。

●なぜ、連携が必要か

なぜ、活動に取り組む仲間や同志を増やす連携が必要なのでしょう。それは、目的達成のために勢力を結集して成果となるアウトカムをより高めたいからでしょう。「数はチカラなり」の側面があります。会員 100 人の団体の声より、会員 1000 人の団体の声がある意味で大きく、1 団体の活動より 50 団体が協働している方が、社会への訴求力が高まるでしょう。また、同様の提案をする人が一つにまとまっている場合、その意見に代表性があると受け止められます。場合によっては、患者団体や患者関係者といった同じ立場（ステークホルダー）だけでなく、行政や医療関係者など、他のステークホルダーと共催・協働している活動やイベントの方が、多くの人々が注目することがあります。また、ステップ 5 の「必要資源の確保」のセクションで見たように、団体が連携することにより、互いに不足している異なる資源を持ち寄ることもできます。

連携をするのは、(1) 単独ではできないことができる (2) 連携した方が、成果が大きくなる (3) 連携した各団体に、互いにメリットがある——といった場合でしょう。連携のためには、調整や対話や妥協がつきもので、時間や忍耐も必要となります。しかし、目的達成のために連携するメリットがあるならば、連携に取り組むことを真剣に考えるときです。

●連携相手候補を広くとらえる

新しい発想と広い視野で連携の相手を考えてみましょう。身近で親密な“仲間”の団体以外にも対象を広げてみます。企業なら同業他社は競争相手かも知れませんが、社会活動ならば社会的な意味では、同志の団体です。視点を変えて、これまでは切磋琢磨するライバルと考えていた団体はどうでしょうか。使命を果たすために目的やアウトカム目標が共

有できるならば、連携を考えるべきでしょう。

これまで付き合いがなかった別の領域の団体（消費者団体、市民団体）なども対象になります。大きな会員数、ネットワーク、影響力、資金力などを持っているかもしれません。

また、これまでいわば緊張関係や交渉相手であると思っていた別のステークホルダーでさえも、連携相手として考えてみる価値があるかも知れません。例えば、医療関係者は要望を投げかける相手としては緊張関係にあるかも知れませんが、同時に、例えば医療の質を高めるという同じ目的の下に、テーマによっては協働プロジェクトの実施で連携することができでしょう。行政と共催イベントを開いたり、複数の企業から寄付を受けてプロジェクトを行ったりすることも考えられます。もっとも、連携が目的化するべきではなく、ただやみくもに連携を広めなければならぬわけでもありません。目的達成に意味のある連携かどうか、吟味してみましょう。各ステークホルダーとの協働については、本書 2-0「六位一体の連携」および 2-1～2-6 にて、より詳しく検討します。

●だれとどのような連携をするか考える

「ステップ 4：対象の特定」で使ったワークシートを使って、今度は連携相手を考えてみましょう<図 1>。ステップ 4 で記入したステークホルダーのプレーヤーをそのままにしておいて、さらにその上に加筆していきます。

1. ステップ 4 で記入していたステークホルダー、プレーヤーのうち、連携先として考えられる相手に印をつけます（○で囲みます）。
2. それ以外にも、連携相手と考えられるところを加えて記入します（○で囲みます）。
3. 記入した各プレーヤーの間に影響関係がある場合は→で結びます。上記（1）（2）で選んだ連携相手からステップ 4 で対象に決めた相手に→が出ている場合は、連携相手として特に重要性が高い可能性があります。

連携相手と協働活動をする際は、いくつかの留意点があるでしょう。

(1) 協働活動の明確化

小異を捨てて大同団結するためには、協働活動に関して、「ステップ 1：社会課題の特定」、「ステップ 2：目標の設定」、「ステップ 4：対象の特定」などを明確にし、かつ共有しておくことが大切です。

(2) それぞれの独自活動の尊重

協働活動について、それぞれの役割分担と責務を果たすために、活発な議論をすることが重要なものではありますが、それぞれの独自活動について価値観、活動スタイルなどについては、互いに敬意と尊重する姿勢が大切です。干渉することには慎重でありましょう。

(3) モチベーションの維持

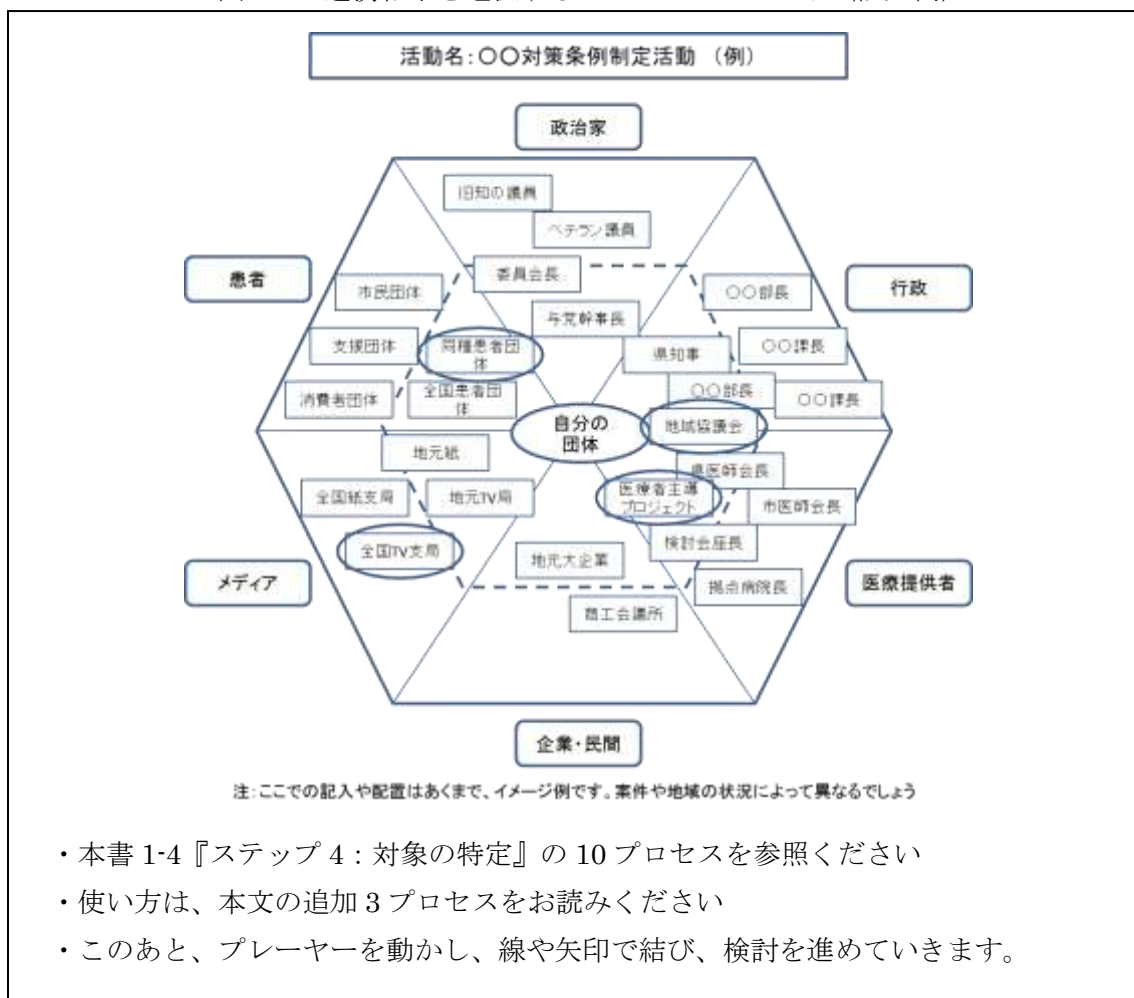
連携と協働に参加するそれぞれのプレーヤーにメリットがあることが大切です。も

ともとの組織目的を高められる、知名度が高まる、ノウハウが学べる、などです。連携候補別に、期待する役割のみならず、相手のメリットも列挙してから、実際の連携交渉に入りましょう。

(4) 運営方法の工夫

これまで別のことを別のやり方でやっていた別所帯が集まるわけですから、本書第4章にあるマネジメントツールなどを使い、やり方を丁寧に説明しながら進めることが、組織ごとに異なる文化を乗り越えるのに役立つでしょう。

<図 1> 連携相手を選択するためのワークシート（記入例）



◇ さらに詳しく知りたい方のために

- ・ Midwest Academy、Organizing for Social Change
- ・ 国際 HIV/AIDS 連合（International HIV/AIDS Alliance）、Advocacy in Action（行動するアドボカシー）

<http://www.aidsalliance.org/publicationsdetails.aspx?id=142>