

## 1-4 ステップ4：対象の特定

～固有名詞で具体的な名前をあげてみよう～

**キーワード** ・意思決定者 ・キーパーソン

### ●このテーマで目指すゴール

- ・対象（ターゲット）とは何か理解する
- ・対象を抽出できるようになる
- ・抽出した対象に働きかけられるようになる

### 患者さんからの質問

議員発議の県条例を作ってくださいと県庁の職員にお願いをしたら、「それをこちらに言われても…」と言われました。どうしてでしょう。

### ●なぜ、対象（ターゲット）を固有名詞で特定するのが重要か

目指す変化、すなわちアウトカムを実際に生みたいならば、その変化を生むことができる当事者や意思決定者を活動の対象として働きかけることが重要です。例えば、〇×疾病対策の都道府県条例を制定することをアウトカムに設定した場合、だれが対象になり得るでしょうか。議員発議の条例の場合は県議会議員でしょうし、執行部発議の条例の場合は知事や保健担当部長などになるでしょう。では、県議会議員といった場合、議員が50人いるとして、だれでもいいのでしょうか。「私の団体のメンバーにある議員と懇意な人がいます。さっそくその人に話をもちかけてみます」。ちょっと待ってください。

### ●議員発議条例制定に取り組む例で考えてみると

このケースで少し考えてみましょう。議員の中でその条例制定にもっとも大きな影響力を与える可能性があるキーパーソンは誰でしょうか。それは、議会の勢力図がどうなっているか、どのような問題意識をもった議員がいるかなどによって、ケースバイケースになります。しかし、いずれにしても、対象を絞る際には、次のようなことを一度は考えておいた方がいいでしょう。

○どの党派・会派（以下、党派）がもっとも影響力があるか。

⇒通常は、議席数における最大党派となります。

⇒連立状態となっている場合は、最大党派ではないがキャスティングボート（与党決定権）を握っている党派も候補になります。

○それらの党派で、政策決定においてもっとも影響力があるのはだれか。

⇒党派代表、幹事長、ベテラン実力議員、議長、保健分野委員会長などのうち、だれで

あるかを吟味することになります。一般的には、幹事長などになります。議長や委員長は司会役・中立的な立場でもあるので、自分で個別案件を牽引する役割には適していない場合があります。

○単独会派で進めてもらうべきか、超党派の動きにしてもらうべきか

⇒一般的には超党派の方が全会一致の可決につながってよいですが、最大党派が絶対多数をもっており自分たちだけで良い条例を通せると考える際には、超党派の取り組みに積極的にならないこともあり、どちらを優先するか高度な判断が必要となってきます。

議会で政策を形成する場合、議員を関与度によって分類すると、牽引者、熱心な議員、理解している議員、熱心ではないが反対はしない人たち、といった風に分かれます。例えば、上記の条例を制定する際には、例えば次のような場合があります。

- ・牽引者： 与党幹事長、幹事長の信任を受けた議連事務局長役の中堅議員
- ・熱心な議員： 超党派議連の各党派代表
- ・理解している議員： 議連の参加議員、保健分野委員会の議員、最大党派の長老
- ・熱心ではないが反対はしない人たち： 最大党派の政策に反対することが多い野党の立場の党派の議員に、政争の種にすべきではないテーマであるとして、反対しないようにしてもらう必要があります。

このステップ4の対象の特定では、まず「牽引者を決める」と考えましょう。

## ●対象の選び方

対象を検討するツール図1を用意しましたので、グループワークや自分での検討に使ってみてください。

◎使い方の例

1. 中心に自分たちの組織を置きます。
2. 活動名を記入します。活動内容や達成したいことが分かりやすい名前がよいでしょう。
3. 6つの立場ごとに、政策決定プロセスに影響力をもつプレーヤー（人物。どの組織のどのポジションにある誰なのか）を、まず、思いつくままに記入していきます。何を実現したいかで重要な立場が変わってくるでしょう。法律や予算関係なら政治家、予算や施策内容についてなら行政、医療現場の医療行為やサービスなどであれば医療提供者、などの立場がまず浮上します。
4. 6つの立場のうち、重要だと分かった立場については、さらに詳細に記入します。
5. 次に、まず書き出したプレーヤーについて、影響力が大きければ中心に、小さければ周辺にと配置しなおします。
6. プレーヤーの間に影響力の関係があれば矢印で示します。
7. 自分たちの組織とすでに関係構築ができているところは、線で結びます。
8. 最も影響力が大きいと思われるプレーヤーを標的対象の第1候補者と決め★印をつけます。第2候補には☆印をつけます。

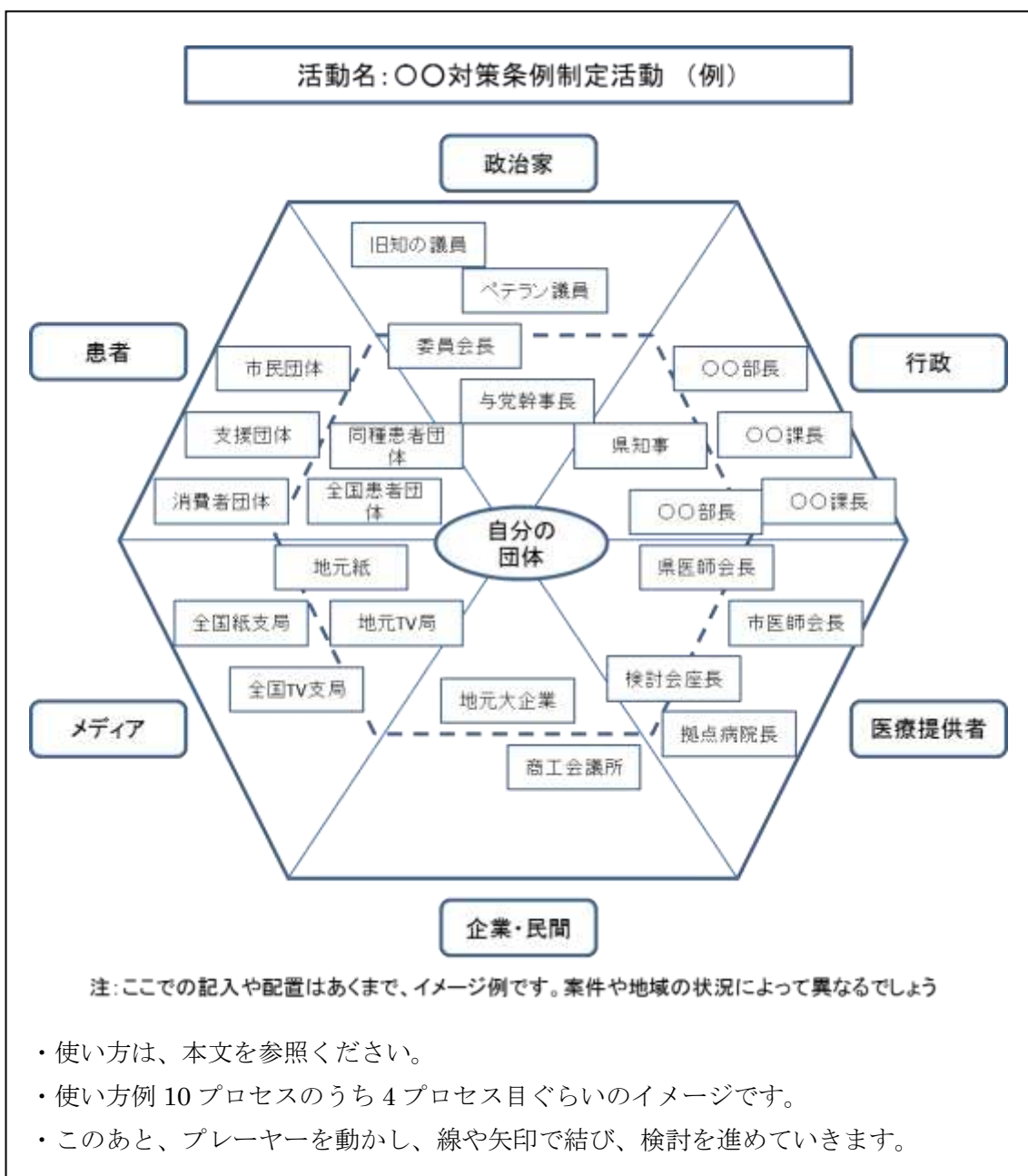
9. 対象候補者に矢印や線がどうつながっているかを参考にしつつ、アプローチ方法を検討します。第1候補に直接ないしは親密先からのアプローチ方法があれば、第1候補を対象と決めます。
10. ない場合は、第2候補を検討します。対象が決まるまで作業を続けます。

### ●対象への働きかけ方

まず、その人物への性格やアプローチ経路などに関して、情報を集めましょう。例えば、対象が政治家ならば、議員秘書（経験者）や行政職員などに、ヒアリングするのもよいでしょう。その際、情報源の秘匿などに関しては、相手の意向を確かめ、約束を守りましょう。対象へのアプローチについては、まず、面談を申し込むなど、表門を叩いてみましょう。会えないのではないかというのは杞憂で、実際は面談できるかもしれません。活動の「ミッション」や「目標」や大義が明確であれば、応じてもらえる可能性がより高まります。応じてもらえなかった場合は、誰かに紹介や仲介をしてもらえないか、コネクションやネットワークを探します。例えば、政治家であれば、あなたの団体にその政治家の選挙区の地元の有力者がいれば、面談できる可能性が高まります。ステップ6で検討する「連携相手」経由で道が開けるかもしれません。

（次ページに続く）

<図1> 対象を特定するための作業シート（作成途中のイメージ）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>（2013/10/28 アクセス）