

Member's Forum

活動報告の頁



U-35委員会企画 talk baton 27 活動報告

talk baton とは…

若手プラットフォームづくりの活動の一環として、建築を取り巻く他分野のゲストがトークのバトンを繋げていくコミュニケーショントークイベントです。

建築をフィールドとする私たちと毎回のゲストとの対話を通じて、建築が本来持っている多様性やバイタリティを見つめ直し、これからの建築に求められる領域を探っていきます。

U-35委員会SNSページ

活動内容やメンバーの雑感などざっくばらんに情報をアップしています。ぜひ一度お立ち寄りください。



U-35委員会 HP



U-35 Instagram



会場の様子

talk baton 27
「建築とマッチング」

ゲスト
大阪商工会議所
総務企画部 企画広報室
野間康平 氏
国際部
牧遼明 氏
総務企画部 企画広報室
永長千晴 氏
流通・サービス産業部
久保瑞季 氏
地域振興部
池田崇史 氏
産業部 産業・技術振興担当
門智哉 氏
流通・サービス産業部
米田直樹 氏
国際部
中田浩史 氏

約30,000の会員で構成される地域総合団体。多様な活動を通じて会員企業の成長と地域の発展に貢献している。

野間康平 氏

牧遼明 氏

永長千晴 氏

久保瑞季 氏

池田崇史 氏

門智哉 氏

米田直樹 氏

中田浩史 氏

今回は、大阪の地域総合経済団体「大阪商工会議所」の皆様をゲストに迎え、「建築とマッチング」をテーマにトークバトンを行った。大阪商工会議所様にも参加者の年齢を35歳以下に合わせていただいた。若手同士ということもあり、ざっくばらんな会となった。

■開催趣旨

建築に係る業界の若手が集まり、知見を活かしながら社会と繋がり発信するU-35委員会と、1人1人の職員が個別に担当事業を持ち、それぞれに外部とコミュニティを築きながら事業を進める大阪商工会議所様の若手が交流し、それぞれの持つコミュニティや専門性に関する情報交換、今後の展開、仕事に生かせるネットワークづくりの機会となることを大きな目的とした。トークバトンはU-35委員会で若手プラットフォーム作りの活動の一環として行っているコミュニケーションイベントだが、大阪商工会議所様の中でも有志が集まったメンバーで『大商アナログネットワーク』という交流会を定期的で開催している。大阪で活躍するユニークなゲストを迎えて活動内容の紹介や座談会を行うことで、自らの相互理解を深め、その後の連携に繋げ

ることを目的として企画しているものである。両者、『繋がる/繋げる』活動していることから、『マッチング』をテーマにトークすることとなった。

※以下、発言者名をU-35委員会はU-35、大阪商工会議所様は大商と略すこととする。

■大阪商工会議所のマッチング

U-35「U-35ではアクションとトークバトンを循環して行うことで、業種・組織を超えた同世代同士のマッチングや、社会とのマッチングを行っている。U-35の活動は自分たちがマッチングしていくことが多いが、大商様の仕事の中にはどのようなマッチングがあるか。」

大商「誰かと誰かをマッチングさせることが主な仕事内容である。例えば、大商は行政とも民間企業とも繋がりががあるため、その間での出会いを生み出すためのセミナーや名刺交換会を様々な場所で定期的で開催している。ただ名刺を交換するだけではなく、自分たちが作っている製品なども持ってきてもらうことで、マッチングできるポイントを一緒に見つけ出すことを意図している。また、スタートアップの企業や実証実験をしたい企業が活動できるよう、場所を提供したり支援してくれる人とのマッチングを設定することもある。」

U-35「1人1人の活動内容も多岐にわたっていて規模も様々で、どんな課題であっても一緒に考えてくれる存在なんだと感じた。」

大商「大商に聞いたらなんか答えが出てきそうや!と思ってもらえる組織、集合体でありたいと思っている。」

■『翻訳』するということ

大商「大商の役割の多くは、マッチングする両者の『翻訳』をすることだ。建物の設計者も、お客さんが考えていることを『翻訳』する役割をしていると思う。どうやって意図をくみ取って建物の形にしているのか。」

U-35「まさに『翻訳』することは建物の設計者にとって最も重要なことの1つだ。施主の中でも経営者や運営者、利用者など様々な立場の人がいて、設計者はそれぞれの思いを受け止めて空間を作り、建物の形にしていく。翻訳には2種類の段階がある。まずは部署や役職など、それぞれの立場の人の意見を聞き、

どのような空間が欲しいということかを翻訳する。そして全員が快適に使える方向を探り、まとめる。この翻訳をするため、例えばワークショップを行い意見をマッチングさせていく。次に、その空間を形にするためには具体的にどのような設えがあればよいかを翻訳する。空間を仕切りたい！といっても、カーテンで仕切るかパーティションで仕切るかなど、手段は様々。この翻訳をするために、写真を使って事例を紹介したり、建物見学に一緒に行ったりする。」

大商「体験を共有すること、本当に大切だと思う。実物を見ることにより新しい発見があり、それを皆で共有することでマッチングが生まれて行くと思う。」

■マッチング後のストーリー

U-35「マッチングによっては相性が悪くうまくいかないこともあると思うが、マッチング後のケアについて、何かしているか。」

大商「マッチングさせるだけではなく、その後のストーリーもイメージしている。特に海外と日本のマッチングについては気をつける必要があると思っている。例えば、東南アジアに工場を作りたい日本企業がいるとする。現地で関係者に会うというマッチングをセッティングするだけではその先には進展しない。頻りに東南アジアの関係者と連絡を取り合い、信頼関係を築き、現地の政府にも確認を取る。かなりお金と時間がかかるが、マッチングが形になるまでおっかけ続けることが大事だと思っている。」

U-35「海外がマッチング相手だと分からないことも多く、言語以外にも様々な壁がありそうだと想像する。」

大商「海外が相手だとマッチング後の進展が遅く、その理由には政府の許認可などの手続き的な面も多い。また突然連絡が取れなくなることもある。間に入って手続きをしたり、場合によっては現地に直接行って政府の担当者とは協議したり、スムーズに進むように動くことが大商の役割である。マッチングが実現するためには会議室の中で成り立たせるのではなく、現場に積極的に行くようにすることが大切だと痛感している。正直、大商は何かの専門家ではないため、マッチングを設定してきっかけを生み出してもその後は専門家でな

いと難しいのではないかと感じることもある。しかし、ほとんどのことはやってみないと分からないのでまず行動してみることが大切。」

U-35「設計者にとってマッチング後とは建物竣工後のことを言う。大商さんの話と同じでやってみないと分からない部分もあるので、竣工後はどのように使われているのかを知ることが大事だと思っているが、現状できていないことも多い。想定していた使い方と変わったこと、実際に使ってみた率直な感想を集まってヒアリングする会を定期的に開催できる仕組みがあればいいと思う。」

■大阪・関西万博での大商の役割

大商「2025年に大阪・関西万博が開催されるが、大商も様々な方面で関わっている。関わり方には大きく分けて下記の3つが挙げられる。【①万博をより多くの人に知ってもらう方法を考える】【②万博に出展するための企画を考える】【③万博開催後のことを考える】①～③の具体的な活動内容を紹介する。」

【①万博をより多くの人に知ってもらう方法を考える】より多くの企業に参加してもらうために説明会を行ったり、万博自体を知ってもらうためにPR活動を行っている。直接的には万博に関係していないかもしれないが、大阪に愛着を持ってもらえるような仕掛けづくりも企画している。その1つが定期的に開催しているWEBクイズ「なにわなんでも大阪チャレンジ」。大阪が育んだ文化・風土のすばらしさを再発見してもらうきっかけになればと思っている。

【②万博に出展するための企画を考える】万博を機会に中小企業が世界にアピールできるよう、出展内容を検討した。大阪は繊維業が盛んということもあり、繊維関係、ファッション関係の中小企業にメインで参加していただき、世界に技術を発信できる方法を一緒に模索した。一般的に展示というと、展示したい人を募集してブースを貸し出し、各々展示してもらうというイメージだと思うが、それでは新しいものを生み出すことは難しい。また、ファッションは生地、ボタン、靴、アクセサリー、デザインといった様々な企業が集まることで成り立っている。そこで、『共創』をテーマとして、空間全体を全員でコーディネートすることをコンセプトとした。大商や

コーディネーターが合いそうな組み合わせを考えてマッチングしていく方法ではなく、枠組みを作らずに自由なマッチングを生み出す仕組みを整えることで、想像以上の展示になると考えた。展示物はもちろん、展示空間も全員でつくりあげることで、すばらしいマッチングが実現していると思う。

【③万博開催後のことを考える】万博が終わってからも大阪の活力を維持し続けることが地域総合団体である大商にとって非常に重要なことだと考えている。取り組みの一つとして、『まちごと万博』を企画している。大阪の街中で面白い活動をやりたい！やろう！と思っている人はたくさんいる。『万博にむけて地域からプロジェクトが生まれる場』をテーマに、万博を機に面白い活動を大阪で始めるお手伝いを大商が行い、万博後も『まちごと万博』として大阪内外に発信し続ける計画を考えている。ポイントは、大阪での活動全体を『まとめPR』することである。まとめPRを見て、この人とマッチングしたい！というマッチングの連鎖の仕組みができればと思っている。」



EXPO酒場の様子

出典:<https://machigoexpo.jp/project/expobar/>

大阪・関西万博に興味がある人、参加したい人々が集まり語らう。万博関係者と一般人が分け隔てなく意見を交わす交流の場としてこれまで全国で70回以上開催され、のべ5000人程の人が参加。万博に向けて大阪のあたらしいお土産をつくるプロジェクト「大阪ええYOKAN」や、電車の新しい楽しみ方を提案する「EXPO TRAIN 阪急号」も「EXPO酒場」がきっかけで生まれた。

talk baton 27 を終えて

U-35委員会と大阪商工会議所様の共通点の1つに「マッチング」があると再認識できた。マッチングを生み出すための工夫やマッチング後のことを聞くことで、これからの課題も見えたと思う。

対 談 日：2024.04.26

場 所：日建設計大阪オフィス
(大阪市中央区)

モデレーター：大西琴子（日建設計）