

令和元年11月28日
阿賀町公民館講堂

第4回

— 「まちづくりの種」を
育てるために必要なこと —
Vol.2

本日のプログラム

1. みなさん、企画にワクワクしてる？
～前回の振り返りから～
2. 「まちづくりの種」が芽を出すために
 - ・プロジェクト案を磨く
 - ・アクションプランを考える
3. プレゼンの準備
4. 振り返り

本日のゴール

この会議に参加しているみなさんが、
この企画の場にいることと自分が向
き合っている企画に**ワクワク**してい
ること

1. みなさん企画に ワクワクしていますか？

これから3つの質問をします。
回答は3つから選んでください。

回答をシートに貼ります。

- 1 の場合→ピンク色の付箋
- 2 の場合→黄色の付箋
- 3 の場合→水色の付箋

Q1. 今、この場にいることに
ワクワク感がありますか？

ピンク

1. チームのみんなと企画を進める話ができると思うとワクワクしている

黄色

2. ワクワクしているような…
していないような…

水色

3. いまひとつワクワクしていない

Q2. チームの目指す未来に向かって ワクワクしていますか？

ピンク

1. 見ている未来の姿が共有できる仲間と未来の話ができて、これから起こることにワクワクしている。

黄色

2. 目指すところに多少のズレがあるけど、大枠はずれていないのでそこそこ。

水色

3. 目指す未来が同じベクトルだと思っていたけど、ズレがあってうまく話が進まず困っている

Q 3. この企画を実行に移すことにワクワクしますか？

ピンク

1. 早く自分がアクションを起こしたいと思っているのでその日を心待ちにワクワクしている。

黄色

2. 誰かが条件を整えてくれたらやろうと思っている。

水色

3. 私たちの計画、誰かが実行に移してくれたらいいのに(行政がやってくれたらいいのに)

この問いの結果を踏まえて、
チーム内で起きていることを
みなさんで共有し、そのこと
について考えてみましょう。

2. 「まちづくりの種」が

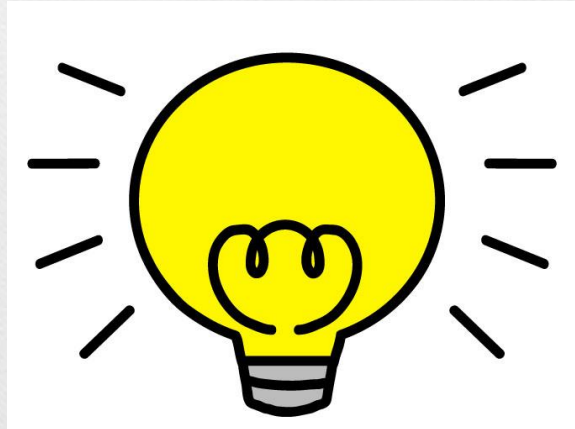
芽を出すために

- ・プロジェクト案を磨く
- ・アクションプランを考える

参考資料 1

1. みんなワクワクして
取り組んでいる
チームのみなさんへ

プロジェクト案を 磨き上げるためのヒント



その企画は 「ワクワクするもの」 ですか？

「実現性」を優先してしまうと、企画の一番の成功要因である「ワクワク」というモチベーションが死んでしまうため、やっぱり行き詰まります。

「これが実現した社会に心からワクワクできるか？」という思考でもう一度自問自答してみてください。

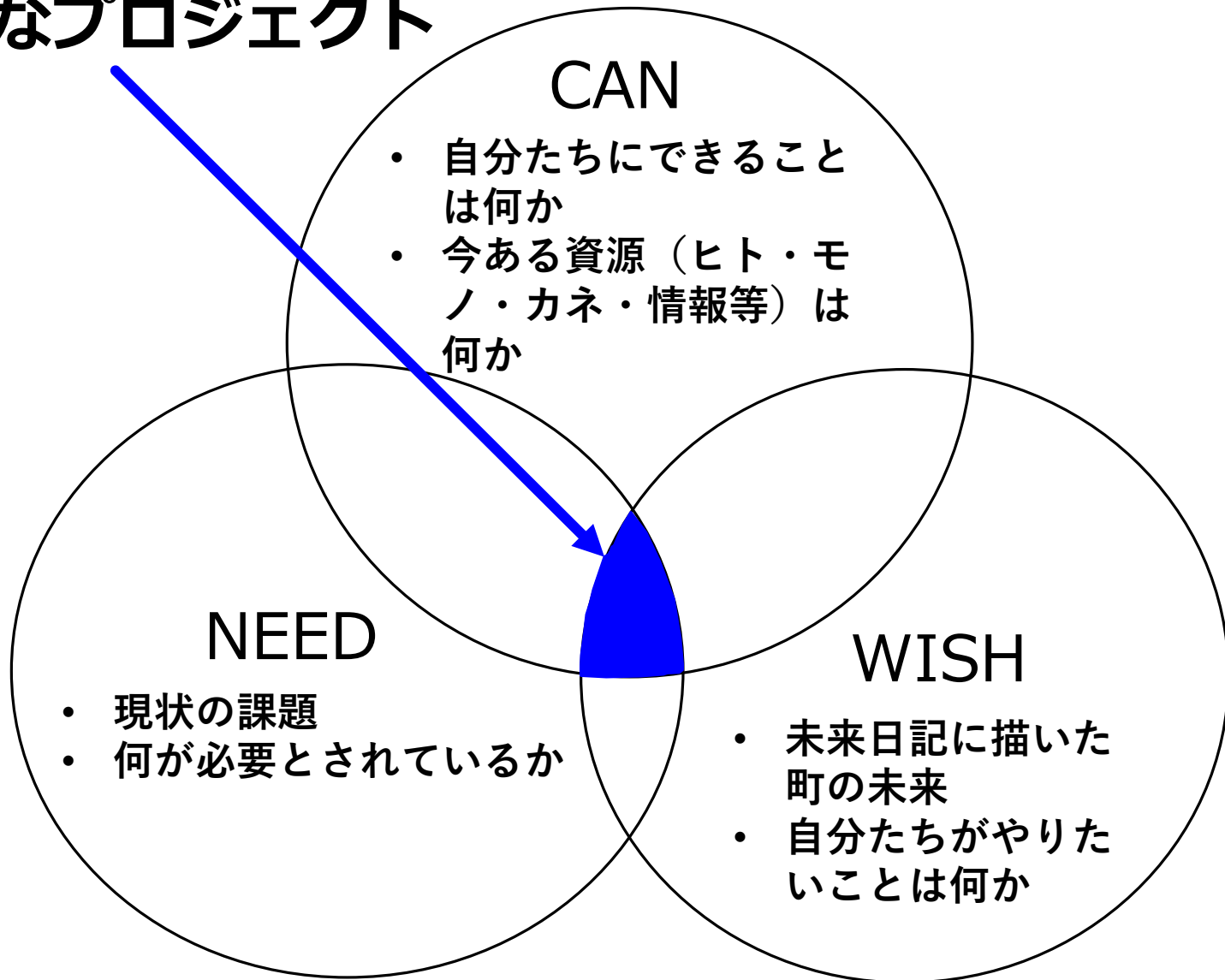
それは、未来を織り込んだものになっていきますか？

NEED

今の市況だけ見て設計していると、提供を開始した時は良くても、あとは必要とされないものになってしまう恐れがあります。

今だけでなく、ずっと価値をもたら
し続けられる企画を！

ベストなプロジェクト



その企画の売りをひとことと言えますか？

ひとつの企画にいろいろな要素が入ると間口が広がり可能性が広がる一方、その企画で伝えたいことや提供したい価値が不明瞭になってしまいます。

その企画で提供したい価値をひとことと言えるまで企画の売りを突き詰めて考えてみましょう。

実現の具体性

その企画を実際に動かしていくための具体性が抜け落ちていると、実現が困難になり、プロセス上も混乱を生んでしまいます。

その企画を現実のものにすることを強く意識し、コンセプトと実現する具体的なものの間にズレがないかを繰り返し確認しながら調整を続ける。

目標設定のコツ

☐具体的である ☐測定できる ☐同意できる ☐現実的である ☐期限がある

プロジェクトの要素

☐Why-なぜ：目的・ニーズ

☐What-何を：アクションの内容

☐Who-誰が：担当・人数

☐Whom-誰に：相手・どんな属性の人に？

☐When-いつ：開始・期限・頻度

☐Where-どこで：場所

☐How-どのように：手段・方法

※必ず必要ではないが、事業資金が必要な場合

☐How – much-いくらで：数量・金額

参考資料 2

2. 話し合いがうまく進んでいないと感じているチームのみなさんへ

①スタッフが話し合いのお手伝いをします。

②感性や思いが合わないため一緒にプロジェクトを進めていくことが困難である場合は、チーム編成を改めて考えます。

**3.自分たちの企画をだれかが
やってくれればいいのかと
思ったチームのみなさんへ**

ワークショップ参加者に伝えたいこと

参加者は提案の実践者にならしましょう

- どんなに夢や希望を語り合い作り上げられたプランでも、プレイヤーがいなければ評価できません。
- 自分たちで考え、行動する「自前主義」がまちを変えます。
本当に必要な専門家の方には、その時々にも助けてもらいましょう。

※初回のワークショップ資料から

説明する人（企画をつくる人：行政）

VS 説明を聞く人（企画を利用する人：住民）

従来のような↑上記の構図ではなく、つくる過程から一緒に育てていくことが必要なのではないのか

…つまり、住民と行政、企業など立場が異なる人がフラットに交わり取り組むことが必要なのではないか。

まちづくりで大切なこと



木下斉

1982年東京生まれ。高校1年時より商店街活性化に取り組む早稲田商店会のプロジェクトに参画。2000年、高校3年時に全国商店街の共同出資会社・株式会社商店街ネットワークの設立に参画、初代社長に高校生で就任。同年、新語・流行語大賞を「IT革命」にて受賞。その後、経済産業研究所や東京財団の研究員等を務め、毎日新聞社フジタ未来経営賞学生奨励賞、商工総合研究所論文賞等を受賞。

←主な著書

「地元がヤバイ...と思ったら読む地域再生入門」「福岡市が地方最強の都市になった理由」「地方創生大全」「稼ぐまちが地方を変える」など



現在

まちビジネス事業家、まちづくり専門家
一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンス
代表理事、内閣官房地域活性化伝道師等

【各種委員】

総務省地域力創造アドバイザー
都市再生機構まちづくり専門家
内閣官房ふるさとづくり有識者会議委員
地域総合整備財団地域再生マネージャー

※木下斉著「地方創生大全」（東洋経済新報社：2016）P289

地域で必要なのは単なる「思い付きのアイデア」ではなく、地味で小さな実践の積み上げであり、その先に生まれていく知恵である。

実際に地域を変えるのは、奇抜なアイデアマンではなく、必要なことから目を背けず、課題を解決しながら成果を収めていく人です。

P294

「会議室に集まり、皆で褒め合うような意味不明なアイデア会議ばかりをしていて、地域が再生するのであれば、もう何十年も前に再生しています。」

大切なのは…P294



「賛否両論の中でも小さく取り組みを積み上げ、様々な制約条件をクリアし、結果として「成果」といえるものを残すことが大切なわけです(中略)。」

「実践の中には失敗が伴います。その失敗から学び、再挑戦することで、本当に地域の抱える課題を解決しうる、現実味のある「本当の知恵」が生み出されます。」

アクションプランを考えよう

準備

- ・ 誰が？
- ・ 何を
- ・ どこで？
- ・ いつまでに？



実施

- ・ 誰が？
- ・ どこで？
- ・ いつまでに



振り返り

- ・ 誰が？
- ・ どこで？
- ・ いつまでに

「まちづくりの種」シートができたなら、
アクションプランシートをつくりま



机の上にある「アクションプラン
シート」にやるべきことなど付せん
に書き出して整理しましょう。

プレゼンの準備

■プレゼンで大切なこと

大切なのは「伝える」ことではなく、**この場にいる皆さんとともに「未来を一緒に描くこと」**

この企画の聞き手（町民）のことをいかに考えてあげるか

プレゼンは「自分の考えを聴いてもらう場」ではありません。目的は、相手に何らかの行動をとってもらうこと。

1分で話せるように話を組み立て、伝える

私の主張は〇〇です。理由は3つあります。

1つは□□□

2つめは□□□

3つめは□□□

相手の頭の中に枠組みをつくって
あげる話し方

プレゼンのゴールを明確にする

聴き手が賛成してくれたらいいのか
聴き手に動いてもらう必要があるのか

このプレゼンを通して、聴
き手をどういう状態に持っ
ていきたいのか

覚えやすく、その一言で、プレゼン全体を表現するようなキーワード

ストーリーテリング

「まちづくりの種」シートはメッセージが魅力的に伝わるストーリー(物語)ができています。

- ①その時代に共有されている話題問題から入り、語り手と聴き手に共通の土台をつくる
- ②聴き手が日頃から問題だと感じたり悩んだりしていることに触れ、聴き手の人生の物語を大きく変えるかもしれないという予感を生むストーリー
- ③語り手のこれまでの経緯や経験談を語る。自分はどういう人間であり、なぜここで語っているのかというパーソナルストーリーを紡ぐ