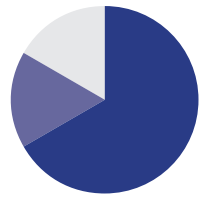


アンケート

●アンフォーレカレッジはいかがでしたか？



■ 大変よかった
■ よかった
■ 普通
■ 無回答

●最も学びになったことは何ですか？

各自が考えた企画と、他の人が考えた企画を関連づけることができ面白かったです。／資金、仲間を集める努力に足るだけの面白さ、夢が必要だということ。／それぞれの講座が繋がっているのが興味深かったです。

●もっと知りたかったことはありますか？

クラウドファンディングや助成金の手法について詳しく知りたかったです。／もっと体験談を聞きたかったです。／海外とビジネスを進めるノウハウを知りたかったです。／講師の人柄をもっと知りたいと思いました。

●カレッジ全体を通じて感じたことはありますか？

上級者向けのカレッジの開催を望みます。／お金も大事だが、やっぱり企画と友だちだと思った。飲みにいこうと思います。／自分のやりたいこと、ぼんやりしていたものがはっきりしてきた気がします。

アンフォーレ市民活動公開相談会 | 2月18日(日) 11:00-18:00

アンフォーレでの市民活動をより魅力あるものにするため、アンフォーレで活動をしたことがある団体向けに、活動に関する公開相談会を実施します。様々なコミュニティデザインに携わる「studio-L 代表 山崎亮氏」から各団体に直接アドバイス！日ごろの活動の悩みやレベルアップしたいところなど、団体に合った相談が受けられますので、ぜひご応募ください。

申込方法【12月8日(金) 締切】

団体名・申請者名・年齢・住所・電話番号を記載の上、anforet@city.anjo.lg.jp (安城市アンフォーレ課まちなか連携係) までメールでお送りください。件名は「アンフォーレ市民活動公開相談会申込」としてください。

募集団体数 5団体(※相談時間は、各団体1時間程度)

募集団体 アンフォーレで市民活動をしたことがある団体

第1回

集客力を高める

デザイン講座

集客力を高めるチラシのデザインやネーミングのコツを学びます。



神庭慎次
studio-L

大学院時代から兵庫県姫路市家島地区のまちづくりに関わり、まちづくりの担い手育成講座や同地区のガイドマップの作成などを展開。公共施設の運営計画策定やボランティア人材の育成、グラフィックデザイン、WEBデザインなどに関わる。2009年グッドデザイン賞を受賞。

8月19日(土) 13:00-15:00

会場 アンフォーレ1階 多目的室(愛知県安城市御幸本町12番1号)

第2回

参加したいと思える

企画づくり講座

感性に訴えかける企画づくりの方法を学びます。



苅谷由佳・三井孝則
泉北をつむぐまちとわたしプロジェクト

大阪府堺市南区に位置するニュータウンや農村のある泉北地域。地域住民自身が、独自の発想と実践により、まちの魅力に付加価値をつけ、地域内外に発信しています。泉北に特産品を生み出し住民に波及する企画や、公園や緑道に賑わいを創出する企画などを展開。共感を生む企画には様々なストーリーが潜んでいます。

9月16日(土) 13:00-15:00

第3回

活動を続けていくための

資金集め講座

クラウドファンディングなど資金調達のノウハウを学びます。



丸川正吾
オトナノコシカケ

某シンクタンク研究員、丸川商事代表、日本相席協会理事、ときどきハト。東日本大震災を契機に、被災地での建設を通じてコミュニティを再建する米国NPOに転職。石巻市で活動を行った後、現職。仕事と並行して、様々な企画を運営。「遊び」を通じた社会貢献的なもの、はたまた何の役にも立たないプロジェクトを実施。

10月14日(土) 13:00-15:00

活動を続けていくための 資金集め講座

クラウドファンディングなど
資金調達のノウハウを学びました。

01.はじめに(アンフォーレ課より)

今回の講座が最終回となります。全3回の講座の密度が濃く、駆け足に感じられる部分もあったかもしれませんが、受講生のみなさんにとっては、多くの学びがあったのではないのでしょうか。今回は活動を回すための資金調達の話になります。事前に提出いただいた企画書も、まだまだリアリティに欠ける部分もありました。講師の方の事例も踏まえて、自らの活動に置き換えてもらえればと思います。また、第1回目のデザイン講座では集客力を高めるコツ、第2回目の企画づくり講座では賛同者を集めるコツを学びましたが、そのどれがかけても持続可能な企画はうまれないので、学んだこともしっかりと振り返り役立ててください。

●問い合わせ

安城市アンフォーレ課まちなか連携係(0566-76-6111)
<http://www.city.anjo.aichi.jp/kurasu/machidukuri/nigiwai-project.html>

studio-L

2005年設立。まちづくりのワークショップ、住民参加型の総合計画づくりなどに携わる。
<http://www.stuio-l.org>



02 ふりかえり

●アンフォーレの特徴

宿題で提出いただいた企画書の中には、他の施設ではないアンフォーレでしかできない活動になっているかという視点が欠けているものがありました。まちなかの中心に位置する施設だからこそできることや、施設の特徴を活かした企画を考えてみてください。アンフォーレの特徴を取り込んでこそ、オリジナリティが生まれます。そうした積み重ねが、集客力を高め、まちへの波及力がある企画になっていきます。図書館の活用や商店街とのコラボなどを、ぜひ検討してください。



03 自己紹介

●企画書を見せながら自己紹介

宿題で作成したそれぞれの企画書を使って、互いにどんな企画を、いつ、どこで、誰と一緒に実施したいのかを共有しました。お互いがやりたいと思っていることを把握しておくことで、今後、それぞれが活動するにあたり、お互いの企画に参加してみたり、人材や資源を紹介しやすくなる環境をつくりました。



04 活動を続けていくための資金集め講座



丸川正吾
オトナノコシカケ

某シンクタンク研究員、丸川商事代表、日本相席協会理事、ときどきハト。東日本大震災を契機に、被災地での建設を通じてコミュニティを再建する米国NPOに転職。石巻市で活動を行った後、現職。仕事と並行して、様々な企画を運営。「遊び」を通じた社会貢献的なもの、はたまた何の役にも立たないプロジェクトを実施。



●前綱浜ベニヤハウスプロジェクト（宮城県石巻市）

石巻の津波被害により、漁師が普段使っていた倉庫が流されてしまいました。これを復活させるには、鉄のコンテナを買っておけばすぐに済む話ではありますが、800万円もするものを安く買うこともできませんでした。そこで漁師たちが仕事の合間を縫って集まり、ベニヤ板等を使って倉庫を3ヶ月かけてつくりました。どこにでもあるものを使うことで、いつでも自分たちの手で修復することができ、完成するまでの過程で、漁師や関わる人とのコミュニティも生まれました。コミュニティをつくるのにお金は必要です。ですが、お金があるからやるのではなく、人との関係性をつくることからプロジェクトは始まります。



●オトナノコシカケ（大阪府北加賀屋）

プロジェクトリーダーが300個ぐらい所持しているボードゲームを、大人が集える基地をつくって楽しめないかと声をあげたところから始まりました。大家さんは、まちを魅力的にする人なら家賃1万8,000円で貸すという理解ある人でした。リーダーがFacebookで一緒に実行する人を募り、5人の仲間が集まりました。家賃を5人で割ると、一人

あたり3,600円なので、払える額ではありますが、大事なものは極力リスクを減らすことと、「オトナキチ」に訪れてくれる仲間を増やすことでした。そこでクラウドファンディングを活用し、リノベーション費用を募るとともに、共感者を増やしていきました。リターンをイベント参加券とすることで原価もかかりませんでした。ここで大事だったことは、まずはリーダーのようにやりたいことを明確にし声をあげるとのこと。そしてクラウドファンディングでは、自らの親戚、友人に個別にメッセージを送るとのこと。夢のない話になりますが、今回支援していただいた36人の内、30人は縁者でした。SNSでやみくもに発信しても、ライバルはたくさんいます。どれだけ「あなたにきてほしいか」を伝える手間を惜しんではいけません。クラウドファンディングが達成された時には、お金以上に「仲間」が集まりました。また、資金が集まる過程や、オトナキチができる過程を発信することも、信頼を得るには大切です。プロセスに巻き込むことこそが、仲間と資金集めのコツともいえます。



●尼崎みんなのサマーセミナー（兵庫県尼崎市）

尼崎市内の学校を借り切って、まちの人が先生になり、生徒にもなる、学校ごっこを楽しむ企画です。「オトナノコシカケ」はクラウドファンディングで実施しましたが、こちらの取り組みは、地域に住んでいる人を対象とした企画だったので、ネットよりも地域で拡散する手法を取りました。メンバーの中に生協の店長がいたこともあり、生協の画で寄付金を募るチャリティショップを開きました。開催する学校のすぐそばで実施することにより、周辺住民には、何かが始まるという印象を与えることができました。メンバーで持ち寄った品を、元服飾関係の人がマネキンにうまくコーディネートしたりと、活動を通じてそれぞれの得意事が見えたのも大きな成果でした。また、集客のためのポスティングは、外注すると高くなり、自分たちでやるのは億劫になりますが、「サマセミポスティング祭り」とイベント的に開催することで楽しく実施することができました。この時も選挙に詳しいおばちゃんが、区画あたりの配布数を把握しており大活躍でした。大事なことは、誰に向けて、何のためにやっているのかを考え、「なぜ？」に立ち返ることです。そして、お金を使わなくても自分たちでできることはやることです。

●まちラクティブ（愛知県岡崎市）

まちの散策の中から魅力を見つけるというプロジェクトでした。この取り組みに掛かるコストを「研究費」として考えることで、助成金を得ながら活動を展開しました。助成金や賞金による資金獲得のよさは、認めてもらうために、自分たちの活動の魅力と実現性を示す必要があり、内容がブラッシュアップされるところにあります。

●polca（アプリ）

クラウドファンディングを友人だけに簡易化したフレンドファンディングという形式で資金を集めるサービスです。「結婚記念日に壊れた私のiPhoneを修理したい！」という名目で6,000円を募り見事達成しました。友人だけの関係だからこそ、少し同情をひいたり、キャッチーなものにすることで、成功へと導くことができました。



●まとめ

資金調達の手法をいろいろと紹介しましたが、調達したい資金の多い少ない、趣味か仕事レベルかで、整理しました。みなさんがプロジェクトを実現するうえで必要な目的に合わせて使いわけてもらえればと思います。寄付やチャリティショップで楽しみながら資金を集めるのもよいし、しっかりと説明しながらクラウドファンディングで共感を得るのもよいと思います。その中でも、親戚・縁者・親兄弟といった繋がりも大事です。何もしないで天からお金が降ってくることはありえません。グラフの通り、自腹の領域は意外と広いですが、そもそもの活動の原点は楽しむことにあるはず。お金を出してくれるということは応援してくれているということ。得られるものはお金だけではなく、信頼です。そういったことを頭において資金調達をしてもらえればと思います。

