

enocoのそうだん [eno so done!]

相談シート20 文化祭の「開催」が目的になっていないか？

[トップ](#) >> [enocoのそうだん \[eno so done!\]](#) >> 相談シート20

アドバイザー

藤原明（りそな総合研究所 リーナルビジネス部長）

りそな銀行営業サポート統括部（大阪）地域オフィサー・コーポレートビジネス部（大阪）アドバイザー、りそなホールディングス グループ戦略部アドバイザー、オムニチャネル戦略部アドバイザー。立命館大学経営大学院客員教授・大阪電気通信大学客員教授。大阪市港区長アドバイザー。

天神橋筋商店街定期預金「百天満天百」をきっかけとした繁昌亭チャリティ寄席、オリジナル清酒醸造による商店街活性化、FM802 digmeoutとのRESONARTキャッシュカード、魔法瓶メーカーとの「マイすいとう」など多数の協働企画を展開。協働企画は500を超え、有機的ネットワークが広がる「わらしべ長者」的展開が反響を呼んでいる。多数のケーススタディをベースに体系化したREENAL式手法を確立。



相談者

大阪府某市

相談分野（キーワード）

地域活性

市民協働

観光

まちづくり

文化

広報・PR

その他

主な相談内容

文化祭のマンネリ化の改善手法と若手の人材育成について。これまで「文化祭」に興味の無かった人たちも参加してもらえるようなイベントづくりの手法について。

Q 1

マンネリ化の改善方法について教えてください。

A 1

企画に携わるメンバーの中で、市民文化祭のビジョンの共有ができていないことがまず問題です。実現のための具体的な話しかできていない。まずは明確なコンセプトづくりをすべきです。

文化祭の開催が目的化しては駄目で、「市民文化の土壌を作っていきたい」という理念を大事にしましょう。また、この擦り合わせを行うプロセス自体を見せることが、広報にもなるし参加意欲向上にもつながるのではないのでしょうか。

「私たちの市の文化祭はこういうものです、こうやりたいんです」とメンバーの誰もが言えるようにすることが目標。

Q 2

行政の役割とは何でしょうか。

A 2

市内で活動する市民団体をリスト化してみること。

企画の実施ではなく、日常的に市で何が行われているかを把握することは、行政にしかできないことです。新しい団体の把握を、文化祭の企画のためのルーチンワークにして、徐々にデータベースを構築していったらどうでしょうか。

Q 3

コンセプトメイキングの方法について

A 3

メンバー間の共感をつくるには4回のワークショップを行えばよい。

- 1回目：これまでの活動のベストとワーストを発表し、気づきポイントを分類して共有する。この分類を、団体の大事にすることと設定する。
- 2回目：テーマを考える。自分たちで考え出したと思わせるのがコツ。いくつか出るテーマを分類分けして、優先順位をつける。
- 3回目：やるべきことを絞り込む。
- 4回目：誰がなにをするか、出来ることを宣言する。コンセプトとできることをプレゼン（共有）する。

相談者の声

文化祭の事業については、すでに何回か議論しており、内容も固まりつつあって、もう少し早く説明を聞いておけばよかったと後悔しました。今後は市の地域性などを踏まえながら、できるかぎりアドバイスを事業に活かしていければと思います。

サイトポリシー・ プライバシーポリシー	> enocoについて > 事業紹介 > フロアガイド > レンタルスペース	> お知らせ・プレスリリース > メルマガ登録 > ニュースレター > お問い合わせ > アクセス	いいね! 0 ツイート	^
指定管理者				
パナー広告募集				