

「魔法のシート」を活かした企画のつくりかた

市民の参加と協働を進める多様なコーディネーション 実践研究集会2021

C-4 プログラム開発力の向上

～活かせる秘訣と魔法のシート～ ～“つくる”ことができるを目指して～

前年踏襲の事業ばかりをしていると時代に合わなくなるばかりではなくチームは弱体化し疲弊してしまいます。

そもそも社会構造は絶え間なく変化しておりボランティアコーディネーターを取り巻く環境は変化し続けています。

そんななか住民の暮らしや市民活動を守り育てるためには必要な新しい何かを作り出す姿勢がいつも必要です。

「魔法のシート」を活かした企画のつくりかた。

解説していきましょう！



Q1 あなたの企画は

☐ まったく新しい企画である ☐ 今ある企画の改変である

Q2 なぜその企画が必要なのか

必要になった原体験は？

必要になった社会の変化？

Q3 その企画の目的は？

的とする

Q4 その企画の目標は？

Q5 概要（3つの手法を活用し企画を整理）

☐ 拡大・縮小

☐ 複合化・分離

☐ 新技術の導入

Q6 2 概要文を簡潔にかいてみましょう

Q7 14 文字以内のコピーを

Q8 ハッシュタグ（#）をできるだけつくみましょう

#

Q9 お金はどこからいくらくらい持ってきますか？



どんな魔法も科学が進めばちゃんと科学で説明できるもの。

この資料は魔法のシートを使いこなし魔法使いになるための使い方説明書です。

企画書を書く上で大切なポイントをなぞらえていくこの「魔法のシート」ですが、ひとつひとつのポイントに狙いや理由があるので科学的に理解して順番に身に着け、大魔法使いになりましょう。

Q1あなたの企画は

☐まったく新しい企画である

☐今ある企画の改変である



ポイント

日の下に
新しいものなし

ポイント

今ある事業もちゃんと
30%くらいをめぐり
変化させていく

解説

Q1はあなたの生み出す企画がまったく新しいものか、はたまたリメイクかの確認です。

まったく新しい企画であったとしても「日の下に新しいものなし」という言葉もある通り、探してみれば似たような企画はどこかにあるものです。ヒントがきっとあります。

また、リメイクだったとしても常に時代や社会環境は変化しています。感覚的ですが30%くらいは変化を意識させることが時代にフィットさせるため必要です。

Q2なぜその企画が必要なのか

必要になった原体験は？ _____

必要になった社会の変化？ _____



ポイント

文献や統計による根拠や
科学的視点と同じくらい
日々の生活の中で感じている
変化や気づきも時に重要



解説

あなたの企画の実施にあたって仲間を増やしたり、内外を説得するためにはQ2の「なぜその企画が必要なのか」をはっきり押さえておく作業が必要です。

文章上に使用しなかったとしても口頭での説明時やキャッチコピーを考えるときにあなた自身の原体験をもとに必要性を語ることができるとわがごとの企画としての体裁が整っていきます。
反対に社会がこのように変化しているから必要なんですと数字などのDATAもあわせて説明ができるとより説得力の高い企画となっていくます。

Q3その企画の目的は？

_____を目的とする

Q4その企画の目標は？

_____のため

ポイント

上司「だから目的と目標がごっちゃなんだって」

私「すみません分かりません」

上「お前が勇者だとして魔王を倒す事が目的になってんだよ」

私「違うんですか？」

上「違うだろ。目的は魔王を倒す事によって得られる
世界平和だろ！」



xeno
@xeno_37G_Player 2018年5月8日

解説

Q3とQ4は目的と目標ですね。初等教育で『めあて』としてごちゃまぜで触れる機会が多いため、この書き分けが意外と日本人は苦手でごちゃごちゃにになってしまう人が多いです。

助成金の申請書などでははっきりと書き分けが必要で一定の練習が必要ですが、はじめはシートのように語尾を意識しながら書くと近しいものが書けるようになってきます。

ポイントに例示したのはTwitterによく流れている目的と目標の違いの解説でかなり分かりやすいのではないのでしょうか。

Q5概要（3つの手法を活用し企画を整理）

○拡大・縮小

○複合化・分離

○新技術の導入

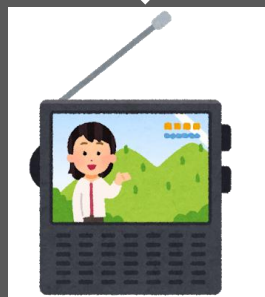


解説

Q5は企画を考える際のオーソドックスな3つの手法を例示しています。3つすべてが必要というわけではなくこのなかの1つ2つを使用すると考えやすくなります。

Q5概要（3つの手法を活用し企画を整理）

○拡大・縮小

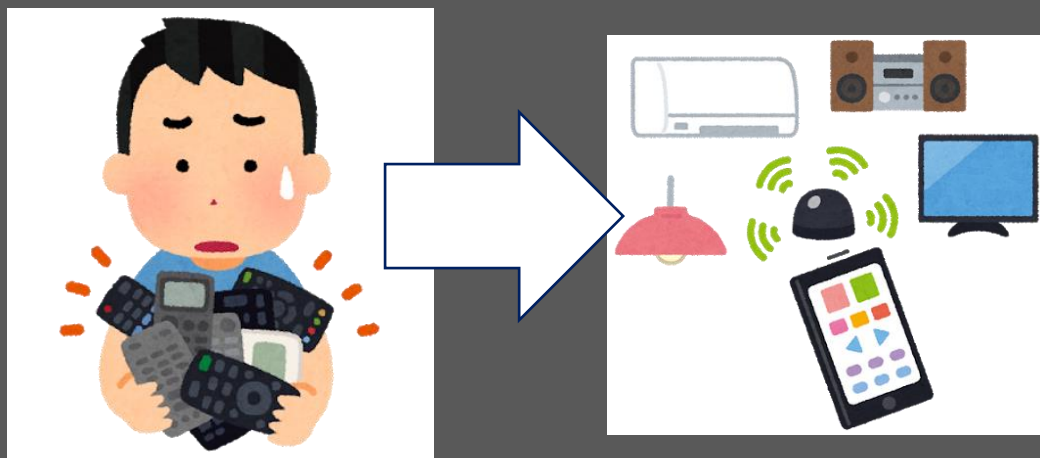
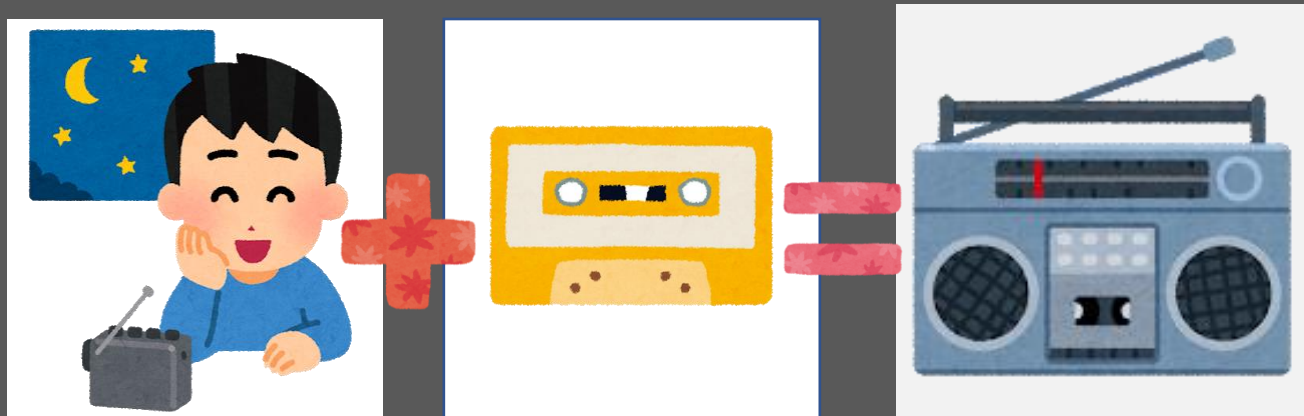


解説

家電製品を例に考えると分かりやすく、拡大・縮小は今あるものを大きくしたり小さくしたりすることで企画を作る視点です。テレビを例にすれば大画面テレビや携帯テレビがそれにあたり、家が映画館のようになったりテレビを持ち出せるようになった生活のイノベーションを拡大縮小は生み出しました。よく知る事業を拡大したり縮小することで生み出せるイノベーションがあるのではないのでしょうか。

Q5概要（3つの手法を活用し企画を整理）

○複合化・分離



解説

家電製品を例に考えると分かりやすく、複合化・分離はかつてラジオとカセットデッキを融合させたことでラジオから音楽を録音したり、ダブルデッキでダビングをしたりというイノベーションを複合化によって起こしました。近年ではスマートホンは複合化の最たるものでしょう。

分離は今あるものをあえてスリム化し機能を切り出す手法です。統合リモコンのようによく使う機能だけを切り出して分離させることで新しい便利を生み出しています。

新技術の導入は言うまでもなく身の回りの新しい技術を積極的に取り入れ変革をおこす企画作りです

Q6－ 2 概要文を簡潔にかいてみましょう



解説

さて、このあたりまでシートを埋めることができたなら一度概要分を書いてみましょう。

思いが整理されていれば数行の文章にまとめることができるのではないのでしょうか。七夕の短冊のようにこうなってほしいという願いもこめてみましょう。

Q7 14文字以内のコピーを

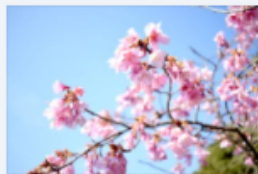
ニュース

[経済](#)[エンタメ](#)[スポーツ](#)[国内](#)[国際](#)[IT・科学](#)[地域](#)

2/20(土) 17:47更新

- ・米で練習機墜落 空自隊員死亡  641
- ・ワクチン接種希望は7割 時事   647
- ・東京あす20℃超予想 服装注意  314
- ・煙突解体で転落死 去年も事故  433
- ・節約志向?100円ショップ好調   469
- ・マー君 中田翔に「打つなよ」   260
- ・速報全豪OP 大坂なおみ決勝   390
- ・マガジン漫画に謎の実写 話題  390

[もっと見る](#) [トピックス一覧](#)



「ロケット桜」

2/20(土) 13:25
両丹日日新聞

解説

意外と作り忘れるのがキャッチコピーです。心に残るコピーをいくつか書いてみましょう。

その際に注意するのがコピーが説明文にならないこと、長くなりすぎないようにすることです。

一般的に横書きの場合は全角14文字以内がよいとされています。これは人間工学の観点から人間の目は左から右へ一気に視認できるのは全角14文字までと言われているからです。

目にすることの多いYahoo!のニュースの見出しはこの観点から全角14文字以内で作られています。

Q8 ハッシュタグ（#）をできるだけつくみましょう

ポイント

[#ボランティアしたい](#) [#総合庁舎](#) [#役所](#) [#公務員](#) [#人助け](#) [#社協](#) [#しゃきょう](#) [#生い立ち](#) [#戦後の福祉](#) [#民生委員](#) [#困りごと](#) [#地域住民](#) [#公共性](#) [#民間団体](#) [#プロ](#) [#棟梁](#) [#福原](#) [#地域福祉専門](#) [#ボラセン](#) [#ボランティア元年](#) [#阪神淡路大震災](#) [#1995年](#) [#平成7年](#) [#3つの役割](#) [#自主性](#) [#主体性](#) [#社会性](#) [#連帯性](#) [#無償性](#) [#無給性](#) [#やる気ホルモン](#) [#紹介](#) [#ボランティアとは](#) [#誘われたから](#) [#駅](#) [#エレベーター](#) [#地下鉄](#) [#ベビーカー](#) [#車いす](#) [#けが人](#) [#共感](#) [#須磨の浦](#) [#社会](#) [#課題](#) [#高齢者](#) [#孤立](#) [#子ども](#) [#孤食](#) [#障がい者](#) [#環境汚染](#) [#クリーン活動](#) [#海岸](#) [#協力者](#) [#手弁当](#) [#元気](#) [#お金以外](#) [#仕事](#) [#学校](#) [#機能](#) [#登録](#) [#受付](#) [#つなが](#) [#対等](#) [#相談](#) [#依頼](#) [#杖](#) [#買い物](#) [#付き添い](#) [#なんとかしてあげたい](#) [#モヤモヤ](#) [#一緒](#) [#課題解決](#) [#フォロー](#) [#支援](#) [#登録者](#) [#ミーティング](#) [#ボランティアルーム](#) [#講座](#) [#スキルアップ](#) [#サポート](#) [#ボランティア共済](#) [#ボランティア保険](#) [#賠償](#) [#加入者](#) [#掛け金](#) [#けが](#) [#通院](#) [#入院](#) [#活動中](#) [#補償金](#) [#助け合い](#) [#助成金](#) [#情報](#) [#登録票](#) [#演舞](#) [#福祉施設](#) [#高齢者施設](#) [#児童施設](#) [#児童館](#) [#障害者施設](#) [#イベント](#) [#手伝い](#) [#外出支援](#) [#募集](#) [#出演](#) [#特技](#) [#GOOD!KOBET](#) [#演奏](#)

解説

近年の企画はインターネットで広報をすることも多いのではないのでしょうか？

極論、「ネットに載ってなければ無いと同じ」と言われることもしばしば。キャッチコピーや簡潔な概要分だけでは実はインターネットでどうやって見つけてもらうかという部分が足りていません。

情報を探す人の立場に立って「このキーワードで探しそうだな」というワードをインターネット上の掲載文書の下の方に#（ハッシュタグ）をつけて列挙しておくで見つけてもらえる可能性が向上します。

例示は兵庫区社会福祉協議会のYoutube動画の概要欄にのばせてあるハッシュタグたちです。

Q9 お金はどこからいくらくらい持ってきますか？



委託

補助や助成

資金調達（クラウドファンディング）

自己資金

解説

その企画を実施するにあたって多くの場合、お金（予算）が必要になります。

お金の出どころも近年は多様です。それぞれのお金の性格も意識しながら、どこからいくらくらい用意するののかもあらかじめ想定しておきましょう。