

2024年度メンター紹介



田中志敬

■福井大学 国際地域学部
准教授 田中志敬

相談内容

- ・プロジェクト構築
- ・関係者の合意形成

地域まちづくりの調査研究やまちづくりコーディネーターの経験から、プロジェクトの組み立て方、協力者の巻き込み方、関係者との合意形成や地域での活動の浸透等のアドバイスをを行います。



岡田留理

■公益財団法人ふくい産業支援センター
シニアアドバイザー

相談内容

- ・事業化支援全般

福井県における起業支援・ベンチャー支援に従事。開業時代を含め、これまでご相談に対応した件数は1万超え。ビジネスアイデアの具現化をサポートします。相談者に寄り添いながら、ビジネス上の課題を整理することが得意です。



林昇平

■特定非営利活動法人子育てサポートセンターきらきらくらぶ 理事長

相談内容

- ・子育て世代を対象とした事業の構築

18年に渡って社会に先駆けて「子育て支援」の概念の元、保育技術を地域に発信し、自走可能な子育て支援を考え、企画立案構築をサポートいたします。



後藤美佳

■合同会社FUJIONE（フジオネ）
代表社員

相談内容

- ・コミュニティマネジメント
- ・マーケティング

短大卒業後企業に22年勤め企画、業務改善、新規事業提案を行う。2020年7月にリモートワーカーを育成する「ふくいテレワーク女子」を立ち上げ今も活動中。2021年に企業を退職し2ヶ月後にまちづくり会社FUJIONEを設立し、代表を務める。総務省登録アドバイザーとして自治体DXの分野で研修講師やキャリア相談を行なっている。

- 相談するメンターは自由に選べます。
- 応募前の「事業構築支援」が可能なのは、林昇平、竹本祐司、村松秀樹、後藤真理恵、林光太郎のみとなります。
- 原則、相談時間は1回辺り1時間以内とさせていただきます。
- 期間は令和7年3月30日までとなります。
- 相談内容によって対応できないものもございます。
- 原則、期間内の相談回数に制限はございません。
- 日程が合わない事もありますのでご了承をお願いします。
- オンラインでの実施をお願いする事もございます。 ※県外メンターはオンラインにて実施

お申し込みは
コチラ⇒



2024年度メンター紹介

県外メンター
オンラインのみ



竹本祐司

- 一般社団法人福井県まちづくりセンター 代表理事
- 一般社団法人地域改革 代表理事

相談内容

- ・事業構築全般
- ・収益構造構築

年間80以上の企画構築をディレクション。様々なプロジェクト運営経験から、企画の構築、プロジェクト運営方法、組織形成、収益構造構築をサポート致します。毎年、応募者の協賛金獲得を実現しています。



村松秀樹

- Tech.st株式会社 代表取締役
- 一般社団法人ひとまちOita 代表理事

相談内容

- ・NoCodeによるIT・DX化

情報発信やサービス開発、業務効率化など、必要に応じたNoCodeによるIT・DX化をサポート。IT経験がなくてもホームページやアプリの制作、ビジネスツールの使用等、自身でできるようにアドバイスいたします。

県外メンター
オンラインのみ



後藤真理恵

- 一般社団法人SNSエキスパート協会 代表理事
- 株式会社コムニコ コーポレートサクセスチーム マネージャー

相談内容

- ・SNSマーケティング全般

IT/SNSマーケティング業界歴20年以上。全国の企業・自治体・団体に対しSNSの効果的かつ安全な活用支援の実績多数。SNSの種類/業種/規模は問いません。「SNSの始め方」「今のSNSの使い方へのアドバイス」「炎上対策」等、何でもお気軽にどうぞ。

県外メンター
オンラインのみ



林 光太郎

- 株式会社フィールドデザイン 代表取締役

相談内容

- ・着地型商品造成
- ・着地型商品の販路開拓


行政や民間との連携により、地域独自の魅力を活かした「着地型商品」の企画・造成に100以上のプロジェクトに携わってきた経験を基に、商品の値付けや設定期間、催行人員の適切な設定方法をはじめ、旅行会社やOTA、ウェブを利用した効果的な販売戦略に関するアドバイスを提供します。これらの知見を活用し、商品が市場で成功を収めるためのサポートを行います。

- 相談するメンターは自由に選べます。
- 応募前の「事業構築支援」が可能なのは、林昇平、竹本祐司、村松秀樹、後藤真理恵、林光太郎のみとなります。
- 原則、相談時間は1回辺り1時間以内とさせていただきます。
- 期間は令和7年3月30日までとなります。
- 相談内容によって対応できないものもございます。
- 原則、期間内の相談回数に制限はございません。
- 日程が合わない事もありますのでご了承をお願いします。
- オンラインでの実施をお願いする事もございます。 ※県外メンターはオンラインにて実施

お申し込みは
コチラ⇒




課題①何をしてよいか分からない

 まちづくり活動
を始めたい人


発起人の熱意からまちづくり
活動をスタート





何をすればよいか分からない。
不安があり一歩が踏み出せない。




計画までは作るが、実施までには至らず中止となる。または計画を作る事で満足して終わる。

課題②対価を得られず縮小・消滅


 まちづくり活動を行っ
ており、対価を得たい
と思っている人



発起人の熱意からまちづくり
活動をスタート。




補助金や自己資金を使い実施。
多くがボランティアで運営。




「補助金が取れない」「活動疲れ」「自身の時間に
余裕がなくなる」等の理由から継続できずに終了。


 商店街を活性化したい
商店主や商店街組織


商店主たちで、商業活性化事業
の実施。




商店街会費、補助金を使い実施。
商店主自身が事務局が運営。




商店街組織の会員も減り、事業が実施できない。
会費が減り事務局にも給料が払えなくなる。商店
主自身が報酬を得る事を嫌がる為、継続しにくい。

対価の重要性

まちづくり活動の衰退・消滅が多いなか、その最大の要因は「活動量と得られる対価が合わない」事にある。主な対価として「自己有用感(地域・社会貢献による感情対価)」と「報酬(労力による金銭対価)」がある。「自己有用感」をベースにして活動し、対価が不足した場合は「報酬」を充て、副業、本業化をはかる事で活動が継続・拡大しやすくなる。※企業の場合は対価として「企業価値向上」がある。

始める

対価①自己有用感 地域・社会貢献による感情対価
まちづくり活動の殆どがこれにあてはまる。 対価の定義に個人差がある。
【メリット】
・自分次第で活動量が無限に行える。
【デメリット】
・個人差がある、数値化できない為、適正な対価分配が出来ない。

対価が合わない

例
・活動量が増えてきて、仕事に支障がでてしまう。 仕事量を減らし給料が減る。
・生活環境が変わり活動に時間を充てられなくなる。 結婚、出産、出世など
・自己有用感を得られる基準値が高くなり、その分活動量が増えてきてしまう。
・組織内で同じ感情対価を得る立場でも活動量に差が生じ、活動へのモチベーションが低下する。
・報酬を得る事に抵抗があり、もらわない。

補う

対価②報酬 労力による金銭対価
金銭対価を得ている活動は少ない。 対価の定義に個人差が無い。
【メリット】
・対価不足を自分次第で無限に補える。
・関係者に適正な対価配分ができる。
・責任感が上がり、事業クオリティが上がる。
・事業予算に充てる事ができるため、事業クオリティが上がる。
【デメリット】
・収益化をする必要があるが、ノウハウが無いと難しい。

まちづくり活動の協賛の多くは、企業側にメリットが少ない「意義協賛」になりますが企業が側にメリットのある「広告協賛」のノウハウを提供しております。当ノウハウは、ほぼ全ての事業で実用可能です。

主なまちづくり活動での収益構造

- (1)参加費
- (2)出店料
- (3)補助金
- (4)広告協賛**

- ・多くが(1)~(3)で、(4)を得る事業は少なく、得られると+ α の収益となる。
- ・(4)は1事業で25万円~150万円程得る事ができ、この金額は収益構造の中で大きな比率になる。

【メリット】

- ・広告と考える事で、事業の規模だけではなく、その事業でのターゲットへの露出数が価値になる為、事業の規模が小さくても高い広告協賛を得られる。
- ・企業にメリットがある為、継続性が見込まれる。 知り合い等のお付き合いにならない。
- ・広告企業との事業連携をする事も多く、事業の魅力が増す事が多い。
- ・まちづくり活動の強みを活かす事で、一般的な広告より+ α の価値を付けることが出来る為、広告協賛を取りやすい。
- ・補助金と違い、一過性では無い。