

チャレンジ！！オープンガバナンス 2024 市民／学生応募用紙

自治体提示の地域課題名(注1)	No.	自治体提示の地域課題名	自治体名
		加古川市まちの魅力発信キャラクターかこのちゃんを活用したPR	加古川市
チームがつけたアイデア名(公開)(注2)	かこのちゃんを追いかけ 地域回遊性向上と加古川河川敷活性化プロジェクト		

(注1) 地域課題名は、COG2024 サイトの中に記載してある応募自治体提示の地域課題名を記入してください。

(注2) アイデア名は各チームで独自にアイデアにふさわしい名前を付けてください。これは自治体提示の地域課題名とは別です。

1. 応募者情報 下の欄のうち選択肢項目は右のドロップダウンで選んでください

チーム名(公開)	兵庫県立加古川東高校 STEAM 特講 かわまち班		
チーム属性(公開)	1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生 ドロップダウン選択→		2. 学生
チームメンバー数(公開)	5名		
代表者(公開)	浅野遥香		
メンバー(公開)	岡本和佳奈、前田恭祐、葛野倅生、藤本紗緒		

【注意書き】※ 必ず応募前にお読みください。

＜応募の際のファイル名と送付先＞

1. 応募の際は、ファイル名を COG2024_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、COG2024 のウェブサイトにある【応募フォーム】からアップロードしてください。

＜応募内容の公開＞

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者および公開に同意したメンバー氏名（[メンバー一覧ページ](#)を参照）、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 公開条件について：
「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、クリエイティブ・コモンズの CC BY（表示）4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC（表示—非営利）4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。
（具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja> および <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>）
4. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。（例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公開しません）
5. この応募内容のうち、「自治体との連携」は、非公開です。ただし、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。

＜知的所有権等の取扱い＞

6. 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様をお願いします。
7. 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

アイデアの説明が肖像権・著作権等を侵害していないことを確認してください。OKなら右欄の○を選択 →

OK

＜チームメンバー名簿：[メンバー一覧ページ](#)＞

チームメンバーに関する情報を該当ページに記載して提出してください。（2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。）

アイデアの説明は(1)アイデアの内容(活動)、(2)アイデアの理由(なぜなら)、(3)実現までの流れ、の三項目あります。それぞれ書いてください。必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

(1) アイデアの内容(公開)

アイデアは、対象とする課題解決のために、どのような社会的活動(サービス)を行うのかを具体的に示してください。

将来実現した場合に、新規性があり、実践したくなり、魅力的でわくわくするようなアイデアを求めます。その結果、課題が解決され、社会に良い変化をもたらすことが期待されます。2 ページ以内でご記入ください。

※応募チームとして解決したい課題のポイントを、以下にごく短く書いてください

＜解決したい課題のポイント＞

ニッケパークタウンと加古川河川敷を一体化させ、加古川市の子育ての Well-being 指標の主観指標の向上を目指す。

※以上の課題解決のために『何』をするアイデアか、それを『だれ』が『だれ』に対して『いつ』『どこで』『どのように』行うのか、受益者自身が主体的に関わる視点も視野に入れてわかりやすく書いてください。アイデアが具体的に実行される場面を想定し、説明をお願いします。

（参考）よいアイデアを生むには関連データの分析に加えてデザイン思考によるアイデアを利用する人への共感（使う人の立場になってみる）が大切です。

＜提案するアイデアの内容＞

私たちはニッケパークタウンと加古川河川敷を一体化させるために「かこのちゃんを追いかけて」を提案する！

加古川市は、Well-being 指標の主観指標が客観指標と比べて小さい。

今回私たちは、特に「子育て」の Well-being 指標の向上を目標とし、政策のターゲットを子育て世代に絞った。「子育て」の主観指標が向上することで、加古川市がより一層活性化し持続的な地域になることが期待される。

私たちは「ニッケパークタウン」と「加古川河川敷」に注目した。

加古川市有数の大型商業施設「ニッケパークタウン」は、館内に「トイザらス」「ピュアキッズ」などの子供向けの店があり、子供向けイベントを開催するなど、子育て世代向けのサービスが充実している。

→ニッケパークタウンと子育て世代には深いつながりがあると考えられる。

加古川河川敷は、市が「かわまちづくり」で河川敷を活用したイベントを数多く開催している。

「かわまちづくり」の一環でイベントが開催されたときの来場者は年々増加傾向にあり（図3参照）、

また、子育て世代や学生をメインターゲットとするものが多い。（親子でのボール遊び、ワークショップなど）

→加古川河川敷と子育て世代には深いつながりがあると考えられる。

それぞれが魅力溢れた場所であるのに、現在ニッケパークタウンと加古川河川敷の繋がりは薄い！

ニッケパークタウンには加古川河川敷へ誘導するようなポスターなどはなく、アンケート結果（図4）より、実際よりも2地点間の距離を遠く感じている生徒が3～4割いることが分かった。また、実際に私たちもフィールドワークを行った際、ニッケパークタウンから加古川河川敷までの道は殺風景で暗く（写真3参照）、実際よりも遠く感じた。

「ニッケパークタウン」と「加古川河川敷」という既存のものをつなげ、子育て世代にとって魅力あふれる場所に！

キーワードは「ニッケパークタウンと河川敷の一体化」

商業施設と自然景観とが一体となって一つに感じられる場所を目指す。

ニッケパークタウンと加古川河川敷の一体化のためには、道自体が歩きたくなくなるような道である必要がある。

道自体に歩きたくなくなるような工夫を施す必要がある！→道を歩きたくする工夫やその他ニッケと河川敷を結びつけるための手段として加古川市まちの魅力発信キャラクター「かこのちゃん」を使用することを考えた。アンケートで「かこのちゃん」の知名度が高いことや、「かこのちゃん」の可愛さが子供のワクワク感を高めることができると考えたことが理由である。

私たちが工夫を施そうと考えている道は

右の地図の黄色で塗ってある範囲である。（地図1）

子ども連れの方が歩くことに配慮して、ニッケパークタウンから安全かつ短く河川敷まで行くことができる道を選択した。

【かこのちゃんを追いかけて】

ニッケパークタウンをスタート地点、加古川河川敷をゴール地点として、道沿い。参加者はかこのちゃんを追いかけて、親子で楽しみながら河川敷を目指す。



<スタート地点：ニッケパークタウン> 人々を河川敷へ導く拠点作り

現状ニッケパークタウンには河川敷に関するポスターなどはなく、ニッケパークタウンから河川敷へと人を誘導することができていない。スタート地点であるニッケパークタウンでは、**楽しさ**や**河川敷への期待感**を高めるために以下の二点を提案する。

① かこのちゃんのエアー看板の設置

エアー看板は河川敷へ誘導するポーズにして子ども連れが多く集まるピュアキッズやトイザらス付近に多くの家族連れに気付いてもらえるように工夫して設置する。「河川敷で待ってるよ！」などのメッセージでスタートを促し、家族で冒険を始めたい演出を行う。また、看板を背景に家族で**記念写真を撮れるスポット**として提供し、SNS 投稿を促進することで、プロジェクトの認知度を向上させる。

② 河川敷の魅力を伝えるポスターの設置

河川敷で開催されるイベント情報や見どころを伝えるポスターを設置し、訪問のモチベーションを高める。これにより、大きなエアー看板と親しみやすいデザインで子供たちの興味を引くことや、ニッケパークタウンという親子連れが集まりやすい場所を活用し**河川敷への回遊をスムーズに誘導する**ことなどができると期待される。

<通過地点：道> かこのちゃんを辿ってワクワク進む仕掛け

ニッケパークタウンから加古川河川敷への道を、親子で楽しめる冒険ルートに変える。現状は両側を高い壁に挟まれ、街灯もほぼない暗い道である。実際にフィールドワークに行った際に壁が殺風景でワクワクするような要素がなく「**通りたい道**」とは程遠いと感じた。また、河川敷へ誘導するような表示はなく、**行きにくさ**を感じた。（写真1は実際に撮影）それらを解決すべく、具体的には、以下の3点を行うと良いと考えている。

① かこのちゃんの足跡を地面に描く

進む方向を示しながら、**追いかけている感**を演出することができる。

② かこのちゃんのメッセージ付き看板を設置

「あと〇mで着くよ！」や「もうすぐでゴール！頑張れ！」といった親しみやすいメッセージを看板に配置することで、**モチベーション**と**誘導性**を高める。

③ 隠れかこのちゃんの配置

道の途中に**小さな隠れかこのちゃん**を配置し、スタート地点（ニッケパークタウン）で「隠れかこのちゃんを探してね！」と告知する。親子で探しながら進むことで、歩く時間が飽きずに楽しめるものになる。これらの効果として、足跡や看板のメッセージなど視覚的な誘導があることでアクセスのわかりやすくなること、モチベーションが向上すること、発見する楽しさとワクワク感を提供できることなどがある。



写真1

<ゴール地点：加古川河川敷> 特別感のある到着演出



写真2

現在の河川敷には「一級河川 加古川」という看板が1つあるのみで、加古川河川敷に着いたという**達成感がない**。また、殺風景で入り口に彩りはなく、足を延ばして行ってみたいとは思えない。（写真2はフィールドワーク時に撮影）そこで私たちは景観に彩りを加え、**「行ってみよう」と思えるような環境**を作る必要があると考えた。ゴール地点となる河川敷では、「かこのちゃんが待っている！」という特別感を演出し、到着の感動を生み出す仕掛けで親子の笑顔と満足感を引き出す。具体的には以下の2点である。

1) 「ようこそ加古川河川敷へ！」という大きな看板やアーチの設置

河川敷の入り口に、かこのちゃんが「ゴールで待っている」イラスト入りの大きな看板を設置。家族で記念写真を撮れるフотスポットとしても機能する。

2) ゴール特典プレゼントの配布 を行う。

ゴールした親子に「かこのちゃんステッカー」や「かこのちゃん認定書」を配布する。

高校生が「かこのちゃんを追いかけて」のプロジェクトに関与する方法としては、①**看板のデザインの考案やフオトスポットの制作**、②**イベント時の案内役やサポート役などのイベント運営**、③**SNSを用いた情報発信やポスターやチラシの作成による広報活動**、④**仕掛けや演出、ストーリー性を加える提案など企画の段階からの関与**などがあると考えた。高校生がプロジェクトに関与することで、地域活性化の主役としての役割を果たすことができる。ま

た、高校生特有の絶大な影響力を用いてプロジェクトの大きな原動力となることができる！

「かこのちゃんを追いかけて」の総合的な効果は

① 親子連れの参加促進

冒険型の仕掛けは、特に子供たちにとって魅力的であるため、今回のターゲットである子育て世代には適している。

② 河川敷の利用促進と地域の回遊性の向上

河川敷の魅力を発信することで、今まで訪れたことがない人々にとって、新しい訪問先として認識させられる。足跡や看板による誘導で楽しく移動することができる。

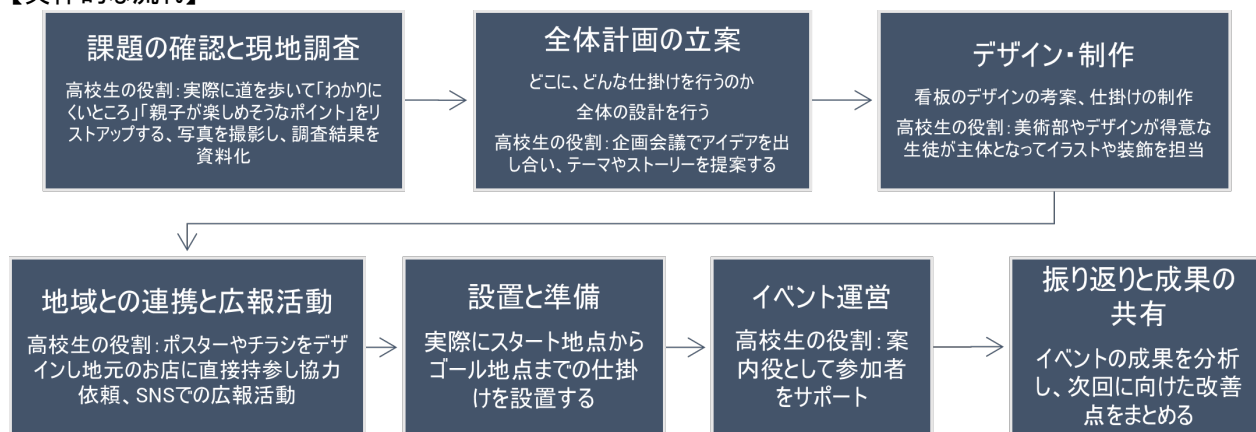
③ 地域全体の魅力発信と活性化

加古川市の魅力発信キャラクターを利用することで、地域のブランド力強化にもつながる。

④ アクセスの向上

これらの政策には誘導性があり、誰もが河川敷に行きやすくなる。

【具体的な流れ】



ニッケパークタウンと加古川河川敷を加古川市まちの魅力発信キャラクターである

「かこのちゃん」を用いて一体化させる

→ニッケパークタウンから加古川河川敷への道が魅力的な歩きたくなる道に

→子育て世代にとって満足度の高いまちへ！！

2. アイデアの説明（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

次にアイデアを提案する理由（なぜ）について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ2ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類などの数値データやアンケート・インタビュー・経験の記述、関連の計画、既存の施策などの定性データも広く含みます。データは出所を明らかにしてください。

※このアイデアを提案する理由（なぜ）を書いていきます。

※先に書いた『何を』『だれが』『だれに対して』『いつ』『どこで』『どのように』というアイデアの内容を支えるために、『なぜ』このアイデアが有効で、実現する意味があるのか』を、上記のデータを使ってわかりやすく説明します。

＜参考：以下のように理由を書いていきます＞

※根拠：このアイデアがなぜ必要であるか、またはなぜ有効だと考えるのか、その筋道を説明します。

※裏付け：その根拠を支えるために、統計データや報告書、事例などを使って補強します。さらに具体的なアイデアの効果についても、何らかのデータを使うと説得力が増すでしょう。（定性データを含めて歓迎）

私たちは、加古川市を住みやすい街にするため

Well-being 指標（地域幸福度指標）に着目した。

図1は加古川市の Well-being 指標を表にしたものである。

主観データが 50 を切っているものが多く、客観データを下回っている項目も
→市民の市に対する評価が低い

今回私たちは、特に「子育て」の Well-being 指標の向上を目標とし、政策のターゲットを子育て世代に絞った。理由は主に以下の3つである

① 客観指標より主観指標が低い

客観よりも主観が低いことは、加古川市が行っている制作が十分に市民に評価されていないことのあらわれである。
→市民に市が行っている政策をしっかりと認知・評価してもらうことで、Well-being 指標を上げることができるのではないか？

② 地域持続のためには特に若い世代の「住み続けたい」気持ち（＝主観）向上が欠かせない

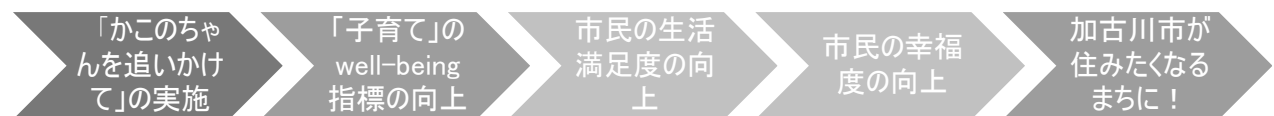
③ 主観を向上させることで市民のシビックプライドが向上し地域創生が促進される

また、加古川市は「都市景観」にも主観指標と客観指標に差がある。そのため、都市景観の主観指標の向上も目指し、「かこのちゃんを追いかけて」には、看板の設置などを含み、市民が通る道を鮮やかにし、景観を良くするという効果を持たせた。

Well-being 指標の向上、ひいては市民の方々自身が住みたい市となることで、加古川市がより一層活性化し持続的な地域になることが期待される。

	主観データ		客観データ			主観データ		客観データ	
医療・福祉	49.6	50.2	自然景観		44.7		41.6		
買物・飲食	54.2	50	自然の恵み		45		47.3		
住宅環境	51.6	55.5	環境共生		49.7		50		
移動・交通	50.6	48.3	自然災害		48.9		47		
遊び・娯楽	55.7	47.2	地域とのつながり		48.8		50.1		
子育て	46.8	52.9	多様性と寛容性		52		39.3		
初等・中等教育	52.2	42.9	自己効力感		47.4		53		
地域行政	52.8	49.7	健康状態		51.1		52.4		
デジタル生活	57.4	53.6	文化・芸術		46.5		46.3		
公共空間	47.5	48.8	教育機会の豊かさ		50.2		46.9		
都市景観	44.8	35.6	雇用・所得		51.2		48.5		
事故・犯罪	54.2	47.2	事業創造		50.7		47.5		

図 1



私たちは、夏に学校の STEAM 特別講座で加古川河川敷の活性化について考えていた。
そこで河川敷に子育て世代を誘導するカギとして、大型商業施設「ニッケパークタウン」に注目した。

○ニッケパークタウンに注目した理由

ニッケパークタウンは、その特徴の一つに、館内に「トイザらス」「ピュアキッズ」などの子供向けの店が多いということがあげられる。さらに、子供向けの休憩スペースやフォトスポット、子供向けワークショップをはじめとするイベントなど、子育て世代向けのサービスが充実している。

→ニッケパークタウンと子育て世代には深いつながりがあると考えられる。

また、ニッケパークタウンに行ったことがあるかどうかを加古川東高生を対象にアンケート調査をしたところ、94.9%と大半の生徒が行ったことがあると回答した。（図2参照）

あなたはニッケパークタウンに行ったことがありますか。
297 件の回答

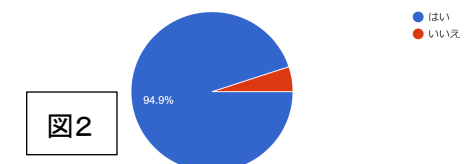


図2

→ニッケパークタウンは「子育て世代」に適した施設であり、認知度も高く、加古川河川敷に子育て世代を誘導するにはぴったりの施設である！！

また、このイベントを行うことによって、ニッケパークタウン自体の来場者数も増加することが予想される。

（普段はニッケパークタウンに行かない人がイベントを見て行ってみようと思う）

→「かこのちゃんを追いかけて」を行うことで相乗効果がある！！

子育て世代と深いつながりをもつ「ニッケパークタウン」と「加古川河川敷」を一体化させることで、次のような状態になることを目標としている。

① かわまちの活性化

加古川市は「かわまちづくり」で河川敷を活用したイベントを数多く開催している。

※「かわまちづくり」とは

『かわ空間とまち空間が融合した、良好な空間形成を目指す取組』のこと。

「かわ」の魅力を活かし、「まち」と一体となったソフト施策やハード施策を実現することで、水辺空間の質を向上させ、地域の活性化や地域ブランドの向上などの実現を目指す。

加古川市は、こうした「かわまちづくり」について検討を進めている。（加古川市ホームページより）

→私たちはシビックプライドの向上でさらなる地方活性化、地域創生の活力 up を目指す

「かわまちづくり」の一環であるイベントのターゲットは子育て世代や学生をメインターゲットとしたものが多く（親子でのボール遊び、ワークショップなど）、イベントの参加者も年々増加傾向にある。（図3）

私たちのアイデアでニッケパークタウンから河川敷への人の移動を活性化させ、市の活動をアシストする。

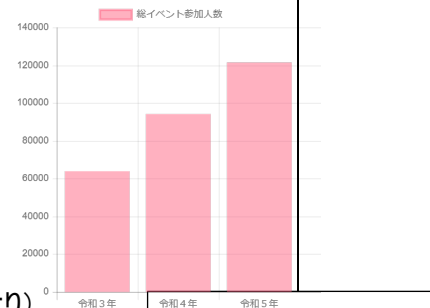


図3 市民活動推進課の方への

聞き取り調査より作成

② 子育て世代が過ごしやすい環境に

ニッケと共に加古川河川敷へも子供を連れて遊びにいけるようになり、生活満足度が上昇する。ところが…

現在私達はニッケと加古川河川敷のつながりは弱いと考えている。

右の地図（地図の黄色はニッケから河川敷に行くまでの道のり）に示されるとおり、ニッケ-河川敷間に約600m、徒歩約8分の道がある。

ニッケから河川敷まで徒歩で何分だと思うかと加古川東高生にアンケートを取ったところ、実際よりもはるかにかかる（15分以上）

と思っている生徒が3～4割いることが分かった。（図4）

また、私たちが実際にフィールドワークをしたところ、

ニッケから河川敷までの道のりが殺風景で暗く（写真3参照）、ニッケと河川敷の心理的距離が遠いように感じた。この課題を解決する上で、私たちは道自体に歩きたくなるような工夫を施すことが重要と考えた。

その手段として加古川市まちの魅力発信キャラクター「かこのちゃん」を使用することにした。

※「かこのちゃん」とは



令和5年8月に誕生した加古川市まちの魅力発信キャラクター

作者は加古川市出身のイラストレーターで、

「涼宮ハルヒシリーズ」の挿絵を手掛けたことでも知られるいとうのいぢさん

加古川東高生を対象にしたアンケートでは

約72%の人に認知されていることが分かった（図5）



地図2

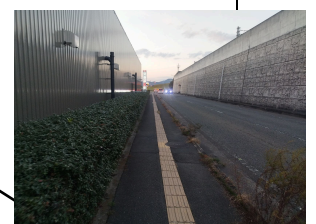


写真3

ニッケパークタウンから加古川河川敷まで何分かかると思いますか？

■ 5分 ■ 10分 ■ 15分 ■ 20分以上

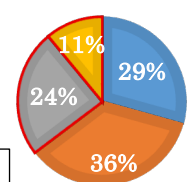


図4

加古川市まちの魅力発信キャラクター「かこのちゃん」

アンケートで「かこのちゃん」の知名度が高いことが分かったので、色々な人の興味を引くと予想できる。さらに、ターゲットは子育て世代であるので、「かこのちゃん」のようなかわいいキャラクターは子供のワクワク感を高めることができるとも予想できる。

このことから、「かこのちゃん」をニッケと河川敷をつなぐ手段とすることを考えた。

あなたはかこのちゃんを知っていますか。

295 件の回答

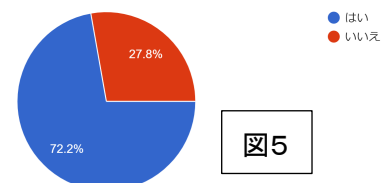


図5

2. アイデアの説明（公開）

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを**実現する主体**、アイデアの**実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）**の大まかな規模とその現実的な調達方法、アイデアの**実現にいたる時間軸を含むプロセス**、実現の制度的制約がある場合にはその解決策を含め、**アイデア実現までの大まかな流れ**について、**2 ページ以内**でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

※アイデアに即した実現に向けての具体的な活動を上記のポイントに即して工夫して書いていきます

＜以下のように分けて書いていきます＞

1. **実現する主体**
2. **実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）**の大まかな規模とその現実的な調達方法
3. **実現にいたる時間軸を含むプロセス**

＜スタート（ニッケパークタウン付近）＞

—

① エアー看板

人（制作）⇒考案私たち・制作専門業者

人（管轄）（問題発生時）⇒ニッケパークタウン

モノ 屋外広告物許可等申請書・工作物申請（施工業者）

金 直径 500 mm～800 mm、高さ 1.5mから 2m→1つ約6～9万円

⇒クラウドファンディング

ノウハウ アイデア考案時の工夫

② スタートメッセージ

人（制作）⇒考案私たち・制作専門業者

人（管轄）（問題発生時）⇒ニッケパークタウン

モノ 道路使用許可・道路占用許可（施工業者）

金 1800 mm×600 mm、1つ 500～1000 円

申請書分の料金→約 2～3 万円

ノウハウ アイデア考案時の工夫、イラスト公募

＜道中（ニッケパークタウン-加古川河川敷）＞

—

③ 足跡、隠れかこのちゃん

人（制作）⇒考案私たち・制作専門業者

人（管轄）（問題発生時）⇒市（道路保全課もしくは道路建設課）

モノ 道路使用許可・道路占用許可（施工業者）

金 約 100m×1.5m の道路をペイントしたいので、約 150 m²→約 10～12 万円

申請書分の料金→約 2～3 万円

ノウハウ 設置場所の工夫、デザインの考案

④ ステッカー（掲示）

人（制作）⇒考案・制作私たち

モノ 著作権の申請

金 50 mm×50 mmを 300 枚→約3万

ノウハウ ステッカーの作り方、デザインの考案（高校生公募）

＜目的地（加古川河川敷付近）＞

⑤ アーチ

人（制作）⇒考案私たち・制作専門業者

人（管轄）（問題発生時）⇒市（道路保全課もしくは道路建設課）

モノ 道路使用許可・道路占用許可（施工業者）

金 5 万円前後

ノウハウ アイデア考案時の工夫

＜全体を通して＞

⑥ 案内看板

人（制作）⇒考案私たち・制作専門業者

人（管轄）（問題発生時）⇒国（国土交通省）

モノ 屋外広告物許可等申請書・工作物申請

金 2 本足タイプの自立看板（4m 以下）1 個につき看板の制作費用約 10 万
設置費用 10 万

ノウハウ アイデアの考案

⑦ ステッカー（配布）

人（制作）⇒考案私たち・いとうのいぢさんにオリジナルデザインの制作依頼（2、3 種）

人（管轄）⇒市（市を通して制作依頼をする予定）

モノ なし

金 プロイラストレーターの方に 10cm×10cm、フルカラーで依頼する場合⇒相場は 1 万～2 万

ノウハウ 河川敷でしかももらえないオリジナルステッカーの配布に NFT を用いる

※市が著作権を保有する予定なので、NFT の独自価値の保存（盗作防止）につながる

	① エアー 看板	② スター トメッセ ジ	③ 足跡 （塗装）	④ ステッカー （掲示）	⑤ アーチ	⑥ 案内 看板	⑦ ステッカー
A 人（制作）	専門業者	専門業者	専門業者	私達、公募	専門業者	専門業者	私達、
B 人（管轄）	ニッケパークタウン	ニッケパークタウン	市（道路保全課）	市（道路保全課）	市（道路保全課）	国（国土交通省）	市（企画広報課）
C モノ	申請書	申請書	申請書	制作材料	申請書	申請書	なし
D 金	約 8 万円 ⇒CF	約 3 万円 ⇒補助金	約 12 万円 ⇒補助金	約 3 万円 ⇒補助金	約 5 万円 ⇒補助金	約 40 万円 ⇒補助金	約 3 万円 ⇒補助金
E ノウハウ	考案工夫	考案工夫	考案工夫	制作技術	考案工夫	考案工夫	NFT の活用

※ここでの「モノ、金、ノウハウ」とは私達に求められるもので委託先に求めるものは含めない

※ここでの CF はクラウドファンディングを意味する

※補助金の詳細については下に記載している

【補足】かこがわウェルビーポイント:市が指定した社会活動、地域活動の参加に伴い特定の店舗で使えるポイントを付与する制度→市に依頼して、ステッカーの制作、貼付にポイント付与を設け、ボランティアを募れる可能性がある

〈資金の調達方法〉

- ① CF
- ② 補助金・課題解決型(行政提案枠2) 上限 100 万円:「かこのちゃんを使用した PR」
- ③ 補助金・テーマ設定型 上限 100 万円:「かわまちづくり事業の支援」
- ④ 補助金・スタート応援型(学生枠) 上限 20 万円:「学生のまちづくり支援」

【実現にいたる時間軸を含むプロセス】

① 現地調査 →現時点で完了している。

② アイデアの企画・立案 →現時点で完了している。

③ アイデアのブラッシュアップ

→加古川市様やニッケパークタウン様と連携を取りながら企画実現のためのアドバイスを頂く。道路に物を設置することを検討しているため、安全性や権利関係の側面から企画を精査していく。現時点までにも加古川市市民活動推進課様、様にインタビューをし、アイデアを発表して頂いた意見をもとに改善を重ねてきた。また、ニッケパークタウン様に企画説明の場を設けていただく予定である。しかし、実現に向けては不十分な部分も多々あるため、これからも改善を続けていく必要がある。

④ ソリューション検証 →簡略化してイベントのシミュレーションを行い、課題や改善点を探る。

⑤ 地域との連携 →地域の企業やお店に企画を説明し、イベント開催時や告知時の協力を依頼する。

⑥ 告知、デザインの一般公募

→ポスターやチラシ、SNS を用いて告知を行う。ニッケパークタウン、図書館などの公共施設の他、協力依頼を受諾してくれた地域のお店にポスターとチラシを設置する。また、ステッカーの一般公募も同時に始める。

⑦一般公募案の選定、アーチ・エア看板のデザイン作成

→委託する業者の方と相談しながら一般公募で集まったデザインから採用するものを選び、アーチやエア看板のデザインを考案し、委託制作する。

⑧ 「かこのちゃんを追いかけて」開催 →イベントを実施する。高校生が運営に関わり、主体となって進める。

⑨ 改善

→イベントの成果を分析し、寄せられた意見を参考に改善を重ね、サービスの質の向上、定期化を目指す。

12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
-24	-25	-25	-25	-25	-25	-25	-25	-25	-25	-25	-25	-25	-26	-26	-26	-26	-26

②

④

⑤

⑥

⑦

⑧

⑨

↑上記の表はプロセスをまとめたもので、黄色の部分が活動期間である
(-24,-25,-26 はそれぞれ 2024、2025、2026 のことを指す)