

地域から「新たな仕事」を創りだすための手法と感性を磨く、短期集中型実践プログラム

地域イノベーター留学

【期間】2015年9月26日(土)～2016年2月7日(日)(5か月間) 【参画地域】全12地域(宮城県南三陸町、新潟県長岡市、長野県上田市、静岡県浜松市三ヶ日町、三重県尾鷲早田町、鳥取県八頭郡八頭町、沖縄県名護市) 【参加費】35,000円 【参加者数】44名

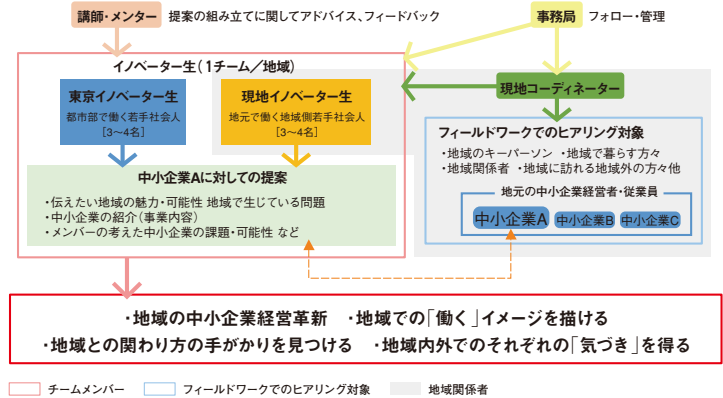


地域での「新たな仕事」の創り方を学ぶ、5ヶ月の短期実践プログラム

「地域活性のスキルを身につけて、地域で仕事を創り出したい。」将来、地域で革新的な仕事に取り組みたい」という具体的な目標を持った方を対象にした「地域イノベーター留学」。地域の新たな可能性を把握し、その地域にあった手法を用いて、地域で新たな仕事を創り出す人材や、既に変革の現場に挑んでいる先駆的リーダーの手腕にあたる人材の育成・輩出を目的とした、短期実践型プログラムです。

本プログラムは現場での「フィールドワーク」と東京での「講義&ワークショップ」を組み合わせた構成となっており、両者を繰り返すことで、地域課題の解決手法や、ビジネスシーズを活かした実行可能なプロジェクトの立案の流れを経験することができま

最後は提案したプロジェクトを実際に行い、よりリアルティのある提案に磨き上げるところまでを一貫して行い、最終的に地域で仕事を創り出すための手法と感性を併せ持った人材を輩出していきます。



プログラムの4つのポイント

1. フィールドワーク



観光や視察ではわからない、ありのままの地域の姿や新たな手法を体感しながら、地域の中小企業が抱える課題をしっかりと把握します。週末を使った2泊3日で2回開催、1回目は主にインプット、2回目は東京でのワークショップ&講義の成果やアイデアをふまえて、地域の方と一緒に、更なるブラッシュアップをしていきます。

2. 講義 & ワークショップ



フィールドワークで見えてきた地域の課題や可能性、資源を整理し、実現性やソーシャルインパクトの高い提案をしていきます。地域コンサルティングの専門家からの客観的でロジカルな視点も加えて整理・熟考の機会とします。また各地域が一堂に介する場であることからお互いに共有、意見交換をする場としても大切な時間です。

3. 現地メンバー



東京からのメンバーだけでなく、地域に在住・在勤し、地域のこれらに関して課題意識が高い若手メンバーもチームに加わる構成で、これによって地域側のリアルな現状や意見が盛り込まれた提案内容を目指します。また修了後、現地メンバーが地元への意識が高まることで、その地域を支えていくキーマンになることも促進していきます。

4. 実践

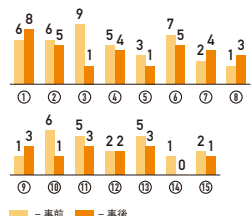
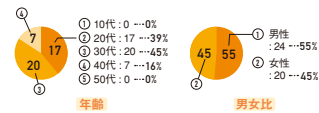


チームでの最終提案内容の一部を、実際に行う機会を設定しています。内容はイベントの出展やヒアリング、商品開発に繋げるための試作品、リサーチなど様々。提案だけに終わらず実践を経験することで、地域中小企業の事業内容とその可能性を理解し、PDCAの一端である「地域で仕事が生まれること」をリアルに体感します。

実施スケジュール



参加者データ (東京イノベーター生)



- ① 地域に関する様々な知識
- ② 他地域の仕事づくり/まちづくりなどの事例についての知識
- ③ プロシエクト設計の方法
- ④ 地域でのお金の回し方
- ⑤ 課題を読み解き、可能性を導き出すデザイン力
- ⑥ 地域の人とのコミュニケーションの作法
- ⑦ 地域で働くことへの感覚・実感
- ⑧ 「とりあえず、やってみる」の重要性の体得
- ⑨ 仕事でロジカルにすればや進まないことへの耐性
- ⑩ 自主性・主体性/起業家精神
- ⑪ 地域で働く人たち、キーマンとの人柄・働き方・価値観への共感
- ⑫ 参加者同士の横のつながり(仲間)
- ⑬ 地域キーマンとのつながり
- ⑭ 他地域のキーマンとのつながり
- ⑮ 地域住民とのつながり

プログラム後のアクション

プログラム前に得たかったもの、プログラム後に得た感じのもの



支援対象から地域課題の担い手へ進化するためのチャレンジ

被災地域ならではの補助金や寄付に支えられながら立ち上がった組織や事業が、地域の課題を解決できる持続的なビジネスモデルに進化する為には？企業と若者がその課題に挑みました。



宮城県南三陸町
現地コーディネーター
南三陸町観光協会
山内 亮太

地域の抱える課題と展望

東日本大震災で大きな被害を受けた南三陸町。被災地域では多くのものづくり団体が生まれましたが、そのほとんどは補助金や寄付で成り立っているため、本当にマーケットに受け入れられるための商品開発ができていないのが現状です。
その中でも株式会社農工房は、本当にマーケットで勝てる商品、またはそれに匹敵するものがない研修体験など、地域の可能性開発に意欲を燃やしています。これらの取り組みが成功し、その事例が地域資源を活かした持続可能なビジネスとして、地域内、ひいては被災地のモデルケースとなっていけばと思っています。

01. 支援から自立したビジネスモデルを

被災地では震災後、様々なものづくり団体が生まれました。そしてそれらの商品は復興需要に支えられてきました。それ故に、マーケットでの本来の需要が見えにくく、商品力だけで勝負できる持続可能なビジネスモデルを作りにくい状況につながっています。
南三陸町入谷地区の株式会社農工房は震災後、ボランティアの受け入れや、外部の方と一緒にネギやトウキを栽培するなど、新しいチャレンジを続けてきました。一方で経営的には助成金に依存する状況にあり、自立の道を模索していました。やるなら自立だけでなく、外からの担い手が自信を持って農業に取り組める、そんな新しい農のビジネススタイルを確立したい。そんな想いに共感した人たちが集い、チームが出来上がりました。

02.



農業を守るため、解決すべき経営課題とは何か？

まずチームは、農工房として大事にしているビジョン、つまり地域になぜ農業が必要なのか？について考えました。それは、美しい里山の風景や代々続くお祭りを受け継いでいきたいし、そのために田んぼの手入れをし、収穫を祝う担い手が必要なのだという事を知りました。
そして、それを達成していくために必要な経営課題を丁寧に追求していきました。農工房の経営課題は明確な事業計画がないこと。さらに補助金が入ることによって収益構造はより不透明な状況。商品に関しても、ネギやトウキなどをJAや契約先に直接販売しているため、限られた耕作面積しかなく、新しく人を雇用できるような余裕がないことが明らかになってきました。

03.



トウキ茶、トウキジェノベーゼの試作完成

課題に対してのアプローチとして出たのは、既存の作物をベースにした収益につながる新たな商品の開発と、交流事業の収益化でした。
その中でもチームでは自らのスキルを活かせる「商品開発」に力を入れることに。商品開発の材料を検討した時、農工房が生産している作物の中から「トウキ」に目を付けます。トウキは無農薬栽培をされていて、漢方などの健康市場にも需要があるなど、大きな可能性を秘めていました。
色々トウキを使って検討を進めた結果、お茶とジェノベーゼを商品化することに決定。町内のお茶屋さんや復興の力を借りて試作し、町内外の方への試食アンケートやヒアリングを何度も重ね、ブラッシュアップを行いました。

04.



農工房ならではの継続可能なモデルとは？

最終発表前日、コーディネーターから出てきた問いは、「単なる商品開発にとどまらない、農工房の事業モデルとは何か？」でした。考えた結果出てきたのは、トウキの商品化のプロセスにボランティアを巻き込み、「農工房のファン」を作っていく、というプラン。それこそが農工房ならではの継続可能なモデルだと、最終的にメンバー全員一致でまとまりました。さらには、修了報告会に向け、もう一つの課題であった、詳細な事業計画をかたちにして提案しました。
7名のイノベーターと一緒に何度もディスカッションしたからこそ見えてきた、地元中小企業の経営者だけでは見出せなかった、次の新たな道筋が明らかとなりました。

宮城 | 株式会社農工房



株式会社農工房 代表

農工房では、完全無農薬で育てたササニシキ、トウキ、ネギの3品目を柱作物として、南三陸のブランド化を試みています。しかし、事業として継続していくためにはさらなる付加価値化が必要。幅広い事業の展開の糸口を見出すため参画しました。

株式会社農工房
〒986-0782 宮城県本吉郡南三陸町入谷字鎌石5-3
TEL.0226-25-9501

参加する前

農工房として、たこせんべいなど、様々な事業でたくさんの商品を展開していますが、これぞといったヒット商品に恵まれない状況がありました。開発の初期段階でのマーケティング、リサーチが弱く、外部の良いデザイナーの力もなかなか生かせていません。また、入谷地区で地区全体を巻き込んだ事業や商品開発も模索していました。



参加してみても

当地域の農業は、長く厳しい環境を強いられ、業績不振や担い手不足に悩まされています。このことが恒常化して、マイナーな産業であると感じてきたような気がします。今回、イノベーター生が取り組む姿勢を見て、先人が築き上げてきた開拓精神を忘れていたことに気づかされました。まずは、動いてみよう！と思うようになりました。



企業が前進していくための経営革新の種

外部人材の視点を入れ、客観視する機会を

農工房の場合、震災によって長く厳しい状況が続いたため、主産業である農業に希望を見いだせない状況が恒常化したことが大きな問題でした。長くその状況に居ることによって、なかなか新しい視点で考えることができないことは良くあります。その場合、客観的な視点を取り入れ、いかに既存概念に捕らわれない打開案を考えられるかがポイントになります。



東京 | イノベーター生

参加する前

知り合いからの紹介で、プログラムに興味を持って説明会に参加しました。そこで、この内容ならば、①実践的な形で地域企業や地域活性化の活動が学べる、②自分の今までの経験も少しは活かせる、③過去に自分が行ったことがある南三陸町に少しでもお手伝いができる、それがこのプログラムを挑戦することになったきっかけです。



参加してみても

①地域企業を軸とした農業の6次産業化と地方経済活性化により興味を持った、②自分の特徴を活かしながら、自分にできることで地域との関わりを継続したいと思った、③都市と地方、地方と地方を繋ぐ「橋」のような存在を目指したいと思った、④自分のような病気を患った人でも活躍できる新たな働き方のスタイルを創りたいと思った、それが自分に起きた変化です。



出身：東京都

中小企業や地域の課題に取り組むことを体験できる、学ぶ場が欲しかったこと。なぜなら地で地域活性化活動をやっていたのですが、うまくいかない点や疑問点があったこと。それと病気のリハビリとして、実践的な場が欲しかったこと。それが参加動機です。

若者がUターンするためのポイント

緩やかでも、良い関係性を続けていくこと

太田さんのように、最終的な目的が「地域移住」でなかったとしても、企業の課題解決や地域活性化のためにできることをしたい、という気持ちがあれば、その後も都市部からでも関わりが続き、長期的には心境や環境の変化によってUターンにつながる可能性が高まります。そのためにはプログラム修了後も、緩やかでも良い関係性を続けていくことが重要です。



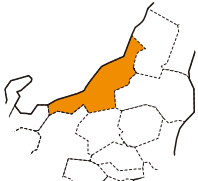
中小企業の経営革新のため、企業と若者が一緒に取り組んで生まれた変化の事例

地域イノベーター留学 連携企業 株式会社もったいない村



高齢化率73%! 村の資源を活かした宿泊施設の活性化プログラムを!

42世帯71名、高齢化率も73%まで引き上がり、集落の存続が危ぶまはれ始めた法末(ほっすえ)集落。集落のアイデンティティでもある施設「法末自然の家やまびこ」を活性化させることで、その難局に挑みます。



新潟県長岡市

現地コーディネーター

公益社団法人 中越防災安全推進機構
1ターン留学 しがたイナカレッジ
金子 知也

地域の抱える課題と展望

法末(ほっすえ)集落は、震災前は53世帯119名いた人口が現在では42世帯71名に減少し、高齢化率も73%まで引き上がり、集落の存続が危ぶまれています。

そんな中、「法末自然の家やまびこ」を維持・発展していくことで、地域を活性化していくとしています。そのためには、単に収益向上だけでなく、農業や食などの様々な資源と組み合わせることで、ここに暮らし続けるための新しい「生業」を育て、新たな担い手を確保していく必要があります。つまり、地域での交流から存在 → 移住 → 定住という一連の仕組みを構築していくことが求められています。

01. 「やまびこ」を守りながら地域を守る

地元で眠っている資源や人材、雪国の知恵や技が活かされていないのが「もったいない」という思いから、これを活用することをモットーに農産物直売所を運営している株式会社もったいない村。もったいない村は、稲作や雪崩りなどの農村体験や地元の郷土料理などが体験できる宿泊施設「法末(ほっすえ)自然の家やまびこ」を法末振興組合と共に運営しています。

しかし今、人口100人を切った集落の存続とともに、施設存続が危ぶまれています。これまで中越地震復興のトップランナーとして地域をけん引してきた法末集落の元気がなくなるとは、周辺地域の損失につながります。「やまびこ」を活性化させて地域を守るため、プログラムがスタートしました。

02.



ここにしかない、魅力的なプログラムの種を探す

やまびこ存続に向けて課題として浮かんできたのは、若手を雇うだけの集客がない、つまり外からお客を呼ぶだけの魅力的なプログラムがないことでした。ここにもう一度来たいと思ってもらうためにイノベーター生がポイントにしたのは、魅力的であることはもちろん、ここならではの体験であること、もう一度会いたいと思わせる住民との交流があることでした。

さらにそこから移住につなげるためには、法末の暮らしや文化を体験し、それに感動、共感してもらうことが重要だと考え、徹底的にフィールドワークとヒアリングを重ね、ここにしかない魅力的なプログラムの種を探して回りました。

03.



師匠はじいちゃん、ばあちゃん、技術や知恵を体験するプログラム

その中で出たのが「山の学び舎」というアイデア。山での暮らしや文化を学び、そこに共感を生むことで移住につなげる、というコンセプトです。師匠は地域のじいちゃん、ばあちゃん。フィールドワークで出逢った彼らは、決して弱々しい存在ではなく、逞しく地域資源を使いこなしながら生活していました。その技術や知恵を存分に活かすことで、魅力的な地域住民との交流を生み、それが誘客の強いコンテンツになるはずだと考えたのです。

さらにその後もフィールドワークを重ね、法末で行われる集落行事にも参加し、プログラムの実現可能性を検討していきました。

04.



地域文化と人、そして都市部の参加者を繋ぐプラン

その末に見つけ出したのが、約20年前に断絶してしまっていた「道楽人形」。道楽人形とは、小正月(1月15日)に催される、五穀豊穡、子孫繁栄などを祈った行事で、チームはこれをもとに1年間の体験プログラムを考案。まずは田植えから始まり、米の収穫、できた藁で人形をつくり、最終的には豪快に燃やすというもの。その一連の作業をじいちゃんばあちゃんに指導してもらいます。

1年を通して、体験者は地域の文化、人、食、自然など様々な魅力を深く体感することになります。その先に、「やまびこ」と地域の存続がある。地域文化と人、そして都市部からの参加者を繋ぐ素晴らしいプランは、今後も続いていきます。

新潟 | 株式会社もったいない村

case 10



大橋 好博さん

法末自然の家やまびこ 運営責任者
法末振興組合 組合長

参加する前

法末集落では高齢化率が70%を越え、これまでと同様に集落住民総出でやまびこを運営するという体制の継続が難しい状況。地域の住民の方が無理せずやまびこに関わるやり方に切り替え、その分運営の担い手となる若手人材が必要です。そのためには「やまびこ」単体で十分な収益を生み出す仕組みづくりが必要です。



参加してみても

地域資源を活かすことを念頭に、これまで様々な取り組みをしてきましたが、失われた伝統文化に価値を見出してもらったことは、新しい気づきでした。まだまだこの集落も「やまびこ」も捨てたもんじゃない、と感じることができたし、身の丈に合った提案をもらったことで、自分たちでもまだやれる!という希望をもらえました。



「やまびこ」で新たな担い手を雇うことができる経営モデルを検討していました。いくらの商品とどれくらい販売すれば、雇用を確保できるのか具体的な実現可能な「やまびこ」の経営モデルを確立していきたいと考えて参りました。

法末自然の家やまびこ / 法末振興組合
〒949-5334 新潟県長岡市小国町法末706
株式会社もったいない村
〒949-5213 新潟県長岡市小国町法坂720-1

企業が前進していくための経営革新の種

一緒にやるのが一番の近道

法末集落は自然や食文化、伝統など、資源は豊富です。しかし、それはずっと地域内で活かされてきたもの。これらをいかに有効に、しかも継続的に、外と繋いで活かしていくかとなると、綿密な事業プランや資金計画はもとより、外からの視点や情報が不可欠になってきます。外からの人材とうまく連携し、一緒に計画していくことが一番の近道です。



東京 | イノベーター生

case 09



中島 理恵子さん

出身：群馬県 職業：会社員
年齢：32歳

参加する前

以前から地域系の雑誌やイベント等で地方移住の情報を集めたり、地域おこし協力隊の説明会に行ったりしていました。でも、説明を聞くだけでは限界があると感じていました。また、地域おこしとはどういうことなのか、自分なりの答えも探していたし、実際に地域に入って体験することが重要だと考え始めていました。



参加してみても

地域や企業の方と交流しながら企業課題と向き合うことで、地方暮らしの良さ悪しさを肌で感じることができました。実際に移住するかはまだ検討中ですが、地方で暮らす上で地域との向き合い方は多少なりとも理解できたと思います。また、地域の人や現地メンバーとの交流を通じて、強い縁ができたのが一番の収穫です。



今は東京で暮らしていますが、自然が好きなので、いずれ地方で暮らしたいと考えていました。ただ単に引越すだけではなく、現地の人の考えや文化に触れることで、自分のイメージする地方暮らしとの乖離を埋めたいと思い、参りました。

若者がUターンするポイント

地域に暮らす人と一緒に暮らすイメージを

地域で暮らすには、仕事やお金のこと以外にも想像以上にたくさんのハードルがあります。ただ1人で暮らすのではなく、地域や企業の人と助け合いながら、一緒に生活していくことが不可欠で、まずはそのイメージができるかどうかが大事です。そのためにまずは地域に入り、住民や地域企業と一緒に活動し、縁や繋がり大切さを実感することが重要です。





地域に必要な町の本屋のかたちとは？ 「本の町、うえだ」をデザインする！

インターネットが普及し、本屋に行かなくても本が買える時代。
もっと地域に人の交流を生み出していくために、上田の町に必要な本屋のかたちを模索しました。



長野県 上田市

現地コーディネーター
一般社団法人ルーパズナビ
吉澤 茉帆

地域の抱える課題と展望

株式会社バリューブックスは、もっと人と地域とのつながりを実感できる町にしたい。インターネットでの書籍販売以外にも、町の人々との出会いを増やす事業の展開をしようとしています。そうした取り組みのひとつとして、ブックカフェNABOを2015年1月にオープン。NABOは町の人たちの生活を豊かにしていくための本を、100冊の在庫から選書して販売していますが、まだ地域と強いつながりができていません。NABOを通じてバリューブックスが町に対して担える役割や、そこから生まれる可能性を探り、それを現実させていくための設計図が必要です。

01. 専門書オンラインから、リアル店舗へ

株式会社バリューブックスは、インターネットによる無店舗型書籍販売の形態でコストを削減し、お客様に低価格で商品の提供をしてきました。新しい取り組みとして町の人と本の出会いを増やす事業を展開しようとして、ブックカフェNABOを2015年1月にオープン。しかし、まだ地域内でのNABOの認知度は低く、町に対しての役割を模索している状態。そんな中、NABOが核となり本の町、上田をデザインしようというプログラムが始まりました。

では、そもそも「本の町」とは何か？本の町となるべく潜在要素や可能性を、この上田の町や人の中に見出せるかがポイントになってきます。本そのものが持つ現代社会での意味も理解しながら、企業と町のあり方を模索しました。

02



上田のまちに眠る、本の町となる要素を調べる

フィールドワークではまず、上田が本の町となる要素があるのかを調べました。そこには、戦後、若者には本が必要だと出版社を設立した方がいたり、疎開のために東京から上田にきた後、戦後も上田駅前に露店をだし、当時活字に飢えていた人々のために古書店を開いた今年米寿を迎えるおじいさんがいたり、どれも素晴らしい出逢いばかりでした。真田太平記の著者、池波正太郎さんも度々訪れて一緒に資料を探するなど、多くの作家や研究者を支える人々が、たくさんこの地にいたこともわかってきました。上田が持つ「本の町」の要素を実感し、フィールドワークを終えました。

03



NABO.が担うべきこの町での役割とは

株式会社バリューブックスは一企業であるので、NABOの売り上げについて向き合うことも必要です。NABOのスタッフも現地メンバーとして参加していたので、社長の理念や方針が共有されており、そこを強みに企業内でのNABOの位置づけを改めて考えることに。

そこの議論から、NABOは広報と人材育成としての役割があり、収益はゆるやかに生み出しながらも、そこに集まった人が育っていく場所にしてほしい、ということが明確になりました。いよいよ本の町の具体的なビジョンを描き、その中で、町に対してNABOが担う役割を明確にしていく段階までできました。

04



「町」と「企業」、それぞれの立場から役割を明確にする

修了報告会で提案されたプランは、「誰でも本屋さんになれる町」。ドラマでよく見るような他人と偶然同じ本を取ろうとする、そんな偶然があふれ、出逢いが仕組まれた町を目指すもので。人が集まる場所に本を設置し、「本屋＝出逢いの場」のある町、NABOはその本屋たちの拠点であり、モデル店舗を担います。

上田チームは、「理想とする町の姿から企業の役割を考える」という、町と企業の2テーマを明確に分けることが必要でした。議論を進めるとこの2つは境界線があやふやになりがちですが、その都度本質に立ち戻ることによって、役割はそれぞれに明確化できることを体現してくれました。

長野 | 株式会社バリューブックス

case 12



中村 和義さん

株式会社バリューブックス 取締役

参加する前

町の人と本の出会いを増やす事業のひとつとして、ブックカフェNABOを2015年1月にオープンしました。しかしまだ地域とつながりきれていないと思います。NABOを通じてバリューブックスが町に対して担える役割や、そこから生まれる可能性やビジョンを明確にし、そして実現させていくための設計図が必要だと思っていました。



参加してみても

これまで、本屋をはじめ多くの人が上田に本の魅力を届けてきたという歴史が分かりました。また、本を使った素敵な活動がたくさんあり、それと人をつなぐ役割も必要だとわかり、NABOがその役割を担うことで、より交流を生む場所となり、まちの活動が活性化し、更に新たな活動を生んでいく、その可能性を感じることができました。



本と地域をつなげる町の本屋としてNABOをオープンしましたが、まだ地域とつながりきれていないと思います。外からの視点を取り入れ、NABOの可能性を明確にした上で、アイデアをテンポよく実現していきたいと思い、今回企画しました。

株式会社バリューブックス
〒386-0041 長野県上田市秋和5 3 7
TEL.0120-826-293

企業が前進していくための経営革新の種

未来を徹底的にイメージした上で役割を考える

NABOのテーマは、「本」を媒体にして人と地域の繋がりを生み出す、という難しいもの。一言で「繋がりが」といっても、具体的にどんな繋がりがいいのかを考える必要がありますが、もっと重要なのは、本と地域が繋がった先に、どんなまちの未来をイメージしているかということ。その上で、NABOがどんな役割を果たすべきなのかを考えないといけません。



東京 | イノベーター生

case 11



河原 由香里さん

出身：静岡県 職業：会社員

参加する前

神保町(東京)など、すでに「本の街」として知られている地域があるなか、上田市と本のつながりがみえず、そもそも市民にそのニーズがあるのかという疑問もありました。また、自分が取材・編集の仕事で、出版業界についての知識はあるものの、それらを本の活動のなかでどう活かせるのか、そのイメージも明確でない状態でした。



参加してみても

上田市内にある図書館や書店など、多くの関係者にインタビューをするなかで、まちと本のつながりを見つけることができました。また、現地イノベーター生との協働を通じ、上田市での生活の雰囲気も分かり、現地の皆さんと今後継続的につながりを持ち、本を使った活動を進めていく、明確なイメージができたと思います。



若者がUIJターンするポイント

都市部からの継続的な関わりのために

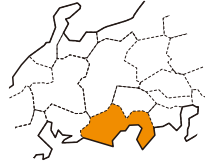
「地域のために何かできることをやりたい」とは違い、河原さんのように、自身の知識や経験を地域の活性化に役立てたいと思っている場合、プログラムの中でどれだけ自分のスキルを活かす場面があったかが大きなポイントです。小さくても「自分の力を活かせたい」という実感が、その後の地域や中小企業への継続的な関わりにつながっていきます。





守っていくものと変えていくもの — これからの時代を生き抜く改革とは？

安く美味しい — 消費者が食べ物に求める価値も時代とともに変わってきています。
老舗ならではの良さは守りつつ、どう今の世の中のニーズに合致する商品をつくるか、その方法を模索しました。



みっかび
静岡県浜松市三ヶ日町

現地コーディネーター
三ヶ日町観光協会
中村 健二

地域の抱える課題と展望

三ヶ日地域が現在陥っている問題の大部分は、「観光産業の古い体質」からきています。ハードウェアとしての観光施設が整っていることや風光明媚であること、またそれなりに有名な特産品があること、そして交通網があれば、それらが観光地として成立すると考えていること、そのものに問題があります。
何が魅力で、何を求められているのか、客観的視点をもってこの町の観光を再構築していかないといいけません。三ヶ日製菓有限公司のケースも同じで、老舗特有の固定概念や常識の先に問題解決のきっかけがあるはず、それを、地域活性のヒントに活かされればと思っています。

01. 老舗の地元和菓子店が直面する現実

昭和17年、戦争の物資不足に対抗しようと、三ヶ日の製菓店8人が協力してできたお店が三ヶ日製菓有限公司。甘い物が不足していた時代、地域の人の為にとできた歴史あるお菓子屋さんです。
終戦後から天然の寒天を使用したり、独自のあんを作るための産地・小豆の加工法・道具を捜し求めるなど、当時のセオリーとははずれたこだわりの商品や、材料の開発から手掛けてきました。そうした努力のもと生まれた材料からの商品は御遺い物や地域での催事など、常に地元の方々に愛されてきました。しかし現在、地元の消費は、高齢化と共に徐々に落ちてきています。顧客の全体数が減り、洋菓子など「菓子」の選択肢が広がる中、どのような戦略を立てればいいのか、そんな壁を三ヶ日製菓は目の前にしていました。

02.



地域の零細企業が 生き残ることの難しさ

三ヶ日のプロジェクトで提案先となるのは、三ヶ日製菓三代目の伊藤さん。和菓子の修行は十分に積んだ上で、実家が和菓子屋だったこともあって代表を承継しました。これまで受け継がれてきた歴史ある味を守るため奮闘されていましたが、地域の過疎化や安く美味しいお菓子の登場のために売りに上げが減少。「例えば、商品を長持ちさせるために添加物を使うと、守ってきた味が変わってしまう…」地域の歴史ある零細企業が生き残ることの難しさを語る伊藤さんの言葉をフィールドワークで聞き、イノベーター生たちは地域の中小企業の生き残りへの難しさに直面しました。

03.



継続的に残る提案のために ターゲットを絞り込む

フィールドワークやワークショップを経て企業課題として挙げたのは、「ターゲットの絞り込み」でした。自信を持った技術はあるものの、ターゲット設定の軸となるものが定められないという課題が見えてきたのです。
チームは継続的に三ヶ日製菓に残る提案をしたいと、いくつかのターゲットを想定し、そこからの商品開発のアイデアを出すことに専念します。そこで出てきたのは、LGBTの方々や、ペット愛好家、サイクリング観光客など。ターゲット設定、企画を立ち上げる根拠、仮説と検証など、様々な要素を分解し、そのひとつひとつにぶつかり続けました。

04.



作りたいもの、ではなく 求められている商品を

チームは、「PRも兼ねて、全国のターゲットにアクセスできる和菓子」の提案をします。具体案はLGBTのカップルに向けた紅白顔徳と、猫を飼っている人に向けての誕生日ペット和菓子。それを受けて伊藤さんは、「今までは作れるもの、作りたいものを作っていた。」と振り返り、マーケティングの必要性を再確認します。
イノベーターの提案内容もさながら、その過程が、伊藤さんのこれまでの価値観や経営方針を良い意味で大きく変えることに繋がりました。そして、伊藤さんと同じ問題を抱える地域の中小企業経営者の方々への、大きな力になると感じさせてくれる提案でした。

静岡 | 三ヶ日製菓有限公司

東京 | イノベーター生



伊藤 暢洋さん

三ヶ日製菓有限公司 代表取締役

参加する前

先代からの既存の仕事、自分の作りたいお菓子をやみくもに作り続け、日々を追われておりました。毎日、朝から晩まで働いて満足した気になって、ふと振り返ってみると、ほとんど会社に利益も残っておらず、利益を上げるためには今以上に仕事量を増やさないのか？と頭を悩ませている状態でした。



参加してみても

そもそも商品づくりは自分が作りたいものではなく、お客さんが求めるものではないといけない、と気づきました。しかし、そこに気づいたからと言って、所詮わからないことが分かったにすぎず、まだまだ課題は大きいことも思い知らされました。でも、そのような環境の中、人に悩みを共有できたことが本当にありがたいと思います。こうした客観的な視点に触れる機会の重要性を実感しました。



地元で長年、常に地元の方々を対象にやってきましたが、高齢化と共に需要も徐々に落ちてきています。中小零細企業としてどうすればいいのか。零細和菓子屋の行末を外部人材と一緒に考え、一筋の光でも見出したいと思い参画しました。

三ヶ日製菓有限公司
〒431-1414 静岡県浜松市北区三ヶ日町三ヶ日745
TEL.053-524-0018



齋ノ内 直人さん

出身：奈良県 職業：IT関係
年齢：25歳

参加する前

都心での勤務経験しかない私は、都心での働き方だけでは知らずに満足しているのだろうか？とぼんやりとした不安を持っていました。また、都心だけでなく、自分が活動するフィールドが全国に広がれば、より面白い働き方ができるかもしれないと思い、地方での働き方や魅力、足りないイメージをまずは掴みたいという状況でした。



参加してみても

都会にしかないと思っていた仕事のおもしろさは、地域にも十分あることに気づけました。普段、自分が得る何気ない情報が、地域の中小企業にとっては新鮮で、両者が出会うことで、その企業が変わるきっかけになるかもしれない。将来移住するかはまだ分かりませんが、これからも地域と関わり続け、引き続き良い化学反応を生んでいきたいです。



前職は文具販売店への営業を経験。通販や量販店を前に追い込まれる販売店と、三ヶ日製菓の姿が重なりました。当時は、商品を通してしか小売店の力になれませんでした。それが違った方法で小売店の課題に向き合いたいと思い参加しました。

企業が前進していくための経営革新の種

若者がUIJターンするポイント

今までにない考え方や方法を

伊藤さんの場合、伝統や技などの守るべき部分と、存続のために変える部分の両者に、どう折り合いをつけるかが課題でした。伝統を極力守りながら、それを今の社会のニーズとどううまく結びつけることが重要で、そのためには既存のやり方では限界があります。商品開発や流通の面で、今までにない新しい考え方や方法を受け入れていくことが重要になってきます。



たとえ小さくても役に立った、という実感を

齋ノ内さんの場合、「移住」という選択肢は現時点ではないものの、地域中小企業に可能性を感じている段階。今回のプログラムのように、文具店での経験や都会で得た知識を企業の課題解決のために役立てられると実感することで、地域企業の仕事の面白みや、地域のためにやれることが明確になり、結果的に継続的な関わりを生んでいくと思います。



中小企業の経営革新のため、
企業と若者が一緒に取り組んで
生まれた変化の事例

地域イノベーター留学 連携企業 合同会社き・よ・り



漁師のまちで女性の雇用を生み出す。 ゼロから立ち上げる起業プロジェクト！

漁師(男)の仕事は増えてきているが、女性の雇用がなく地域への定着につながらない——
女性の雇用を創出する会社を起業するためにどんな要素が必要かを、あらゆる角度から検討しました。



はいだ
三重県尾鷲市早田町
現地コーディネーター
株式会社YAEN
北田 真規

地域の抱える課題と展望

過疎高齢化、人口減少、一次産業の衰退(林業・漁業)、後継者問題、空き家問題、撤去問題など、尾鷲市には現在日本にあるほとんどの地域課題が存在します。そんな状況でも底抜けに明るく、楽しく暮らすスタイルは、尾鷲の大きな魅力でもあり同時に、もっとも大きな地域課題。

まちが少しずつ静かになっていくことに寂しさを感じながらも、どうすることもできないと諦めるという、これまでのサイクルを打破するために、新しく地域に女性の雇用を生み出し、まちを元気にしていくための「起業プロジェクト」を立ち上げます。

01. 小さな150人弱の漁師町で1つの起業

早田町は、人口減少は顕著で高齢化の進むスピードも上がっていきな、漁師をはじめとして男性の仕事は多くありましたが、女性の職場が少なく、町内で仕事に就く人はほとんどいません。そんな尾鷲でのプログラムは地域イノベーター留学を実施した他の地域とは違い、会社をゼロから立ち上げる「創業」プログラム。人口150人弱の集落に中小企業を実際に生み出し、地域の仕事を支えようという目的のプログラムでした。イノベーター生はまず、起業の種となる女性支援のこれまでの歴史や、今後の取組を会社の前身となるビジョン早田実行委員会のメンバーや、社長を務める岩本さん、地元のお母さんたちからヒアリングを重ねました。

02.



起業に向けての 綿密な「数字の計画」を

「小さな集落で起業」するためには本質的に「何のために起業するのか」といった熟考の時間、そして綿密な「数字の計画」が不可欠でした。チームメンバーはフィールドワークで出逢ったお母さんたちの顔を思い浮かべながらどういった未来があるべきかを描き、それを叶えるための収支計画をはじめ、現実的な手段を具体的に考えていきました。

起業のための資本金はクラウドファンディングを活用することに。こういった資金集めの準備意外にも、起業した時の商品サービスの企画など、実際に会社を立ち上げるのに必要な項目を、幅広く検討していきました。

03.



早田の活性化に向けた 「合同会社き・よ・り」が誕生

漁師が破れた漁網を修繕することを「網をきよる」といいます。海を仕事場とする漁師が、明日の漁に備え、陸の上で行う大切な仕事。漁師が網をきよるように、人口減少が進む早田に新しいネットワークを紡ぎ出したい。150人しかいない漁村だからこそ、もっと多くの人たちとのつながりを増やしたい。そして早田の人たちや自然の魅力、魚のおいしさを知り、興味をもってくれた人が「来寄る」集まっていく町にしたい。そんな思いから、この会社を「き・よ・り」と名付け、2015年12月に正式に立ち上がりました。早田の活性化に向けて、まちの人とイノベーター生が協力して、やっとスタートラインに立ったのです。

04.



着実に発展していくための 綿密な事業プランを

地域にある資源は、水揚げされたばかりの魚の他に、まちの誰でもできる魚をさばく技術や、季節の魚をおいしく料理する知恵など。それらをパッケージにして売り出すことで、町の女性にとって無理なく、ふだんの生活の知恵で仕事を始めることができる状態を目指します。イノベーター生は、魚のさばき方を教え、鮮度のいい魚を味わうサバキ会、年4回の魚の定期通信販売、移動販売車による鮮魚販売、加工委託による魚加工商品販売などを事業プランとして考えました。今後、これらをしっかり事業として定着させ、女性の雇用を増やしていくことで、早田は着実に発展していくはずでした。

三重 | 合同会社き・よ・り

case
16



岩本 芳和さん

合同会社き・よ・り 代表社員

男性の仕事だけでなく、女性の仕事を生み、ひいては町全体の交流人口、移住人口の増加に繋げるための企業。そのコンセプトや体制、事業計画に至るまで、外の意見を取り入れて設計する為、エントリーしました。

合同会社き・よ・り
(ビジョン早田実行委員会)
〒 519-3702 三重県尾鷲市早田町6-3

参加する前

漁業が主産業であることから、漁師の仕事は多くありましたが女性の仕事は少なく、また高齢化をわかった町内の女性には、町外への仕事での通勤は困難であると考えています。漁業の売上は相場と漁獲量によって左右され、収益は年々減少傾向に。その為、日中、町に残る女性が働くことのできる仕事づくりが必要でした。



参加してみても

数年前から想い描いていた「女性の雇用の創出」。なかなか具体化できずに悩んでいました。それがこの数か月の間で事業を計画し、会社設立にまで進んでいった。地元に住む私たちでは気付くことのできなかった、「さばく技術」「料理技術」などに着目して発信することで、この地域のあたりまえが、新しい価値に変わるのでなと感心しました。



企業が前進していくための経営革新の種

誰にでもできる事業計画を

尾鷲の場合、新しく会社を設立することで女性の雇用を生み出そうとしました。しかし、ただ設立すればいいというのではなく、それを継続していく事業計画が必要になります。無理なく維持していくためには、みんなが無理なくできて得意なこと、ということがポイントとなります。今回は、「さばく技術」と「料理技術」でそれを可能にしました。



東京 | イノベーター生

case
15



山本 心さん

出身：東京都 年齢：32歳
職業：金融・ITを使った企業・起業支援

参加する前

今まで、補助金に頼らなくてはいけなかったり、そもそも原資がなくアイデアを形にできないという事例をたくさん見てきました。クラウドファンディングでお金の問題を解決し、支援者を増やすことができれば、たくさんのイノベーターなアイデアを形にすることができ、地方創生の取り組みに活かせるのではないかと感じていました。



参加してみても

「地方創生」という大きなテーマを漠然と解決しようとするのではなく、しっかり関わりを持ち続けながら解決していくことが大切だと実感しました。そしてクラウドファンディングは、お金の事はもちろん、投資家という「地域にとっての「当事者」」＝「長く関わり続ける仲間」を増やすのにも役立つという事に気付くことができました。



クラウドファンディングの仕組みづくりに携わる中で、実際にアクションを起こそうとしている人たちと一緒に、他の地域の刺激になる成功例を生み出したと思い参加しました。

若者がU/Iターンするためのポイント

地域活性の可能性を実感すること

山本さんは、クラウドファンディングを使用するにあたり、どうやって事業に共感を生むのか、集めたお金をどのように活用するのかに関心がありました。プロジェクトの初期段階で資金が壁になることは多いです。そういった壁を乗り越える方法や流れを経験し、地域活性の可能性を実感することが、より地域に関心を持っていくことに繋がっていきます。





美歎牧場が完全に元服するために— 地域で自立するために必要な資源とは？

鳥取全域に広く展開する畜産会社、鳥取県畜産農業協同組合の一子会社である美歎牧場。
親会社から自立して地域の活性化を担っていくために、企業として何が必要なのかを考えました。

地域の抱える課題と展望



やづくんやづつよう
鳥取県八頭郡八頭町

現地コーディネーター
NPO法人学生人材バンク
平賀 謙太
(協力：一般社団法人ワノクニ)

この八頭地域が、「新しいカタチの田舎」
に向かっていく中で見えてくる課題は、「戦略
の不足」「スキル・ノウハウの不足」「プレ
イヤーの不足」の3つ。人口減少や高齢化と
いった地域維持に関わる困難があるに加え
、地域の全体像を見据えるための解決策を
導くための戦略が不足しています。また、IT
の活用といったノウハウにしろ、都会では
当たり前となっていたものが多く、未だに
知られていない現状があります。
今後、戦略性のある人材をいかに育てて
いけるか、これが八頭を元気にしていくた
めのポイントになります。

01. 元服を見据えて一企業の体力作りを

株式会社美歎(みたに)牧場は鳥取県畜産農業協同組合の子会社1つ。この組織体制は生産から加工、販売までを一貫して行うことで生産体制を整え、良質且つ安価な商品提供を目指しています。
しかし、個々の子会社が自立ができていない現状があり、美歎牧場もその一子会社でした。美歎牧場の自立=元服をミッションとしてプログラムは進み始めました。
美歎牧場は、主に肥育生産と牧場管理を行っています。ここでチームメンバーが子会社の自立に向けて考えたのは、肉を出荷するだけではなく、付加価値を付けた新商品の開発、そこからの販路拡大、観光光までを視野に入れて考えた。経済的自立に向けた施策。取入を増やし親会社に頼らない経営を目指しました。

02.



「熟成肉」を売れる商品に！ 綿密なテストマーケティングを

新商品開発に向けて最初に目を付けたのは、「熟成肉」でした。実際の商品が売れるかどうかをしっかりと検証するには、味、プロモーションと価格、販売場所を決めるためのテストマーケティングをしっかり行うことが重要と、講師からアドバイスを受けます。
仮説を通して、どんな商品をどの流通で、どういうプロモーションなら買ってくれるかを細かく条件設定し、綿密に設計しました。それをフィールドワーク2で検証し、PDCAサイクルを回してブラッシュアップしていく計画を立てました。フィールドワーク2では現地での試食会も企画し、熟成肉の試作も進めました。

03.



本当の課題とは何か、 新しく分かった経営課題

フィールドワークに行ってから、チームが持っていた商品開発のアイデアが現場とギャップがあることに気づきます。厳しい畜産業界の現状と、安く安全な牛肉の安定供給が役割として求られていることを再確認し、今のアイデアは実施できず、企業が望んでいる提案ではないことが分かりました。課題から再度練り直すこととなります。
鎌谷社長ともひざを突き合わせ、議論もする中で新たな経営課題の仮説は「仕入れコストの削減」「生産(品質)管理」「従業員のモチベーション」。総合してまず「組織基盤の整備が不可欠である」というところに行きつきました。メンバーは、この課題での仮説検証を再度始めます。

04.



社員の意欲向上につながる 地に足着いた提案を

新たな課題の仮説検証はまず、現地メンバーを中心に職員の聞き取りを入念に行いました。そして、「基本的な組織基盤が十分に確立されていない」と結論づけ、この課題解決に向けて「人事評価制度化」、「経営理念の言語化」、「広報物の作成」を提案しました。消費者との繋がりをしっかり実感し、仕事に対して目的意識を持つことで、意欲向上につなげようとした。途中大きく方向転換したものの、最終的に地に足着いた提案をしたことから、具体化するためのプロジェクトチームも組成されました。机上の空論にならずに地域と企業、人に向き合うからこそ継続性も生まれたと考えられます。

鳥取 | 株式会社美歎牧場

東京 | イノベーター生



株式会社美歎(みたに)牧場 代表取締役社長

協同組合の一子会社である弊社は、親会社から上手く自立できておらず、その手立てを模索する中で参画を希望しました。個々の組織がどうしたら自立「元服」出来るのかを弊社をモデルケースとして取り組み、他の子会社にも転用できることを想定していました。

株式会社美歎牧場
〒689-1112 鳥取県鳥取市若葉台南7丁目2-11
TEL.0857-52-1129

参加する前

協同組合の組織全体の在り方として、各々がその役割を理解しながら自立していることが理想ですが、そこに至っていません。なのでテーマを「子の自立」=「元服」として、美歎(みたに)牧場の元服を目指しました。原因としては「ビジョンの共有とブランド化の不足(社外)」と「生産現場における経営力の弱さ(社内)」の2つと考えていました。



参加してみても

自社の中では明文化できていない部分について、議論してもらえたことが重要でした。10年間で積み上げてきた仕組みの中で、次の十年を生み出すためには必要な視点だったと思います。今後は具体的に社内チームを結成したり、少しずつ現場の声もいれながら仕組みを導入したいと考えました。



参加する前

将来どこかの地域で仕事をしたいと考え、プログラムを通して、地域で働くということを経験し、自分のできることをより具体的にしたいと考えていました。また、地域で生まれ消費される循環の形は、持続的な活性化には不可欠で、それをどう環境を最大限に活かして利益を出せばいいのかが分からず、現場を見ることを求めています。



参加してみても

変化よりも「勉強になった」という感想です。社会人としても2年目で、全く関わったことのない業種の中核にまで関わらせてもらったことは、本当に良い経験になりました。仕事って、会社って、こういう風に変わっていくんだなと思いました。同時に、問題を問題として認識し、すぐに行動に移せるのは、地域の会社ならではの気づきでした。



case 17



出身：神奈川県 茅ヶ崎市
職業：事務職 年齢：24歳

大学で都市計画を学び、地域での活動に興味を持ちました。転職を考えるうちに地方で働きたいという想いが強くなり、そのきっかけになればいいなと思い参加しました。鳥取県八頭を選んだのは、ずばり「行ったことがなかったから」です。

企業が前進していくための経営革新の種

モチベーションを保ち続けられる仕組みを

組織が大きければ大きいほど、作業は分業化され、一人一人が何のために働いているのかという根本的な動機と、会社全体のビジョンの間にズレが生じてきます。大きな組織の欠点は、内部ではその原因を発見しづらなこと。外部からの視点を積極的に取り入れ、社員がモチベーションを保ち続けられる仕組みを確立することが重要です。



若者がU/Iターンするポイント

長く深く関わり、変化を実感すること

西里さんの場合、大学で都市計画を学ぶなど、知識や興味は豊富。しかし、その知識がどのように活かせるのか、今の自分に具体的に何ができるのかが見えない状態でした。しかし、地域の人や企業に長期間、深く関わり、その変化の過程を身をもって感じることで、自分の役割や可能性が見えてきます。地域の人や企業と、深く関わるのがポイントです。





シークワサーで食っていける地域を！ 安定した就農モデルを実現するために

高齢化、人口減少、担い手不足など、様々な課題を抱える有限会社勝山シークワサー。
複雑な問題構造を乗り越え、継続的に企業、ひいては地域が発展していくための戦略を探りました。



地域
沖縄県名護市
現地コーディネーター
株式会社ルーツ
野中光

地域の抱える課題と展望

沖縄県は豊かな自然環境を有している一方で、失業率・廃業率・それに伴う1人あたりの県民所得はいずれも全国ワースト1位と、経済的には厳しい状況です。しかしそんな中でも、近年は日本でもっとも東アジア・東南アジアに近い地理的優位性を活かし、海外に活路を見いだす企業も多いです。中小企業が発展するためには、このように従来の手法に捕われず、新たなチャレンジを重ねていくことが大事になってきます。魅力的で可能性溢れる沖縄の中小企業が1社でも増えることで、ともに沖縄の未来づくりを担っていく若者の定性に繋がっていくはず。

01. シークワサーで食っていけるように

有限会社勝山シークワサーは、名護市勝山地区の特産品であるシークワサーの生産・加工・販売を一貫し行い、6次産業化に取り組む会社。農家がいつまでも安心して農業を続けられ、若者が農業に希望を持てるような地域をつくろうと、平成13年に勝山地区の農家で結成された出荷組合を発展させて設立されました。

今後、この地域の農家が「シークワサーで食えるようにしていきたい」と話す代表の山川さん。生産者農家の高齢化や、他の安価な類似商品との明確な差別化など、乗り越えないといけない課題を目の前に、どうやって勝山シークワサーを魅力的に可能性ある会社にしていくのか、イノベーター生たちはまず、現地を入念にフィールドワークしました。

02.



勝山シークワサーの資源は そこで働く“人”

現状としては、取引農家の生産するシークワサーを全量適正価格で買い取りきていない→農家の収入が不安定→新規就農者が増えない、という構図になっていました。より安定した量と価格でシークワサーを買い取り、加工した商品を在庫を抱えず販売しきる状態が理想です。そのために急務なのが、売上増加とコスト削減。まだまだ新商品開発の余地や、経費削減を見込める部分が見えてきたのです。そして、10代から70代までの幅広い年齢層の社員が日々精力的に働く様子を見て、この会社の経営資源は“人”だと実感します。イノベーター生は、“人”を中心とした経営戦略を考え始めました。

03.



社内人材活性プロジェクトと 東京での営業戦略

社員同士の連携が強い会社だからこそ、細かい改善が大きな効果を生む。そう考え提案したのは、朝礼の見直しや社内合宿の提案、人事評価制度の導入など。コミュニケーションやモチベーションをあげ、人を最大限に活用する考えです。また、勝山シークワサーの扱うシークワサーは、沖縄県内でも唯一無二の自慢の品質。その良さをどのように伝え、販売につなげるのか、イノベーター生は社員と一緒に営業面でも戦略を練りました。実際に東京イノベーター生が東京営業部の確立、首都圏における営業活動を展開し、健康・美容により意識の高い層に向けてPRすることに成功しました。

04.



経営促進の先に集まる 勝山の地域活性

東京での営業は、実際に取引先が1件決まるなど、着実に効果を出し始めています。プログラム終了後には、イノベーター生が勝山に行き、社員と新たな営業戦略を話し合う予定。人材活用においても、提案にあった社内合宿の実現に向け、時期・内容を検討するなど、今後も継続的な関係性が続いていく予定です。まだまだ始まったばかりとはいえ、この2つの提案を通じて、勝山シークワサーで働く“人”が活性化し、東京とも連携して継続的に商品力が向上していくことになれば、確実に同社の認知度が上がり、地域活性に繋がっていくはず。

沖縄 | 有限会社 勝山シークワサー

case
20



山川 良勝さん

有限会社勝山シークワサー 代表取締役

参加する前

「高齢化」と「情報発信力」が課題。特に収穫は相当な体力が必要なので生産者的高齢化は大問題です。新規就農者と共にシークワサー生産を続けられるような環境の整備が急務です。そして商品の魅力を伝える技術の不足。県内の同種の製品を比べても自信のあるシークワサーを、どのように売りだしていくかも模索していました。



参加してみ

第三者からの視点で、社内では気づかない価値を見いだしてくれました。社員1人1人と面談をしてきて、誰が何を考えているかも把握してくれました。組織面についても深く考え、関わってくれました。社外の人間だからこそ話せることもあったようで社員にとっても刺激があり、会社の今後を自分ごとで考えてくれるようになったと思います。



勝山の農家がシークワサーで生活できる環境をつくることで、農業に希望を持つ若者が増え、後継者も出てくる。様々なチャレンジで地域をより良くなる、よきもの・わかもの・ばかものと一緒にその夢を叶えたいと考え参画しました。

有限会社勝山シークワサー
〒905-0002 沖縄県名護市勝山9番地
Tel: 0980-53-8686

企業が前進していくための経営革新の種

社内の見えにくい長所を発見すること

経営改善を考えると、新商品の開発や流通の見直しなど、どうしてもわかりやすい部分から手をつけがちです。しかし今回のように、イノベーター生の外の視点で、まず着目すべき点が内部に、しかも素晴らしい人材にあることを見極めたことは大きなポイントでした。社内だけでは見えにくい企業の長所を「見える化」していくことが大切になってきます。



東京 | イノベーター生

case
19



石川 翔さん

出身：千葉県 職業：求職中
年齢：27歳

参加する前

以前、沖縄県には何度か行ったことがあったのですが、勝山地区という狭い範囲になると、具体的な課題や特徴のイメージがなく、そのため自分が地域に何ができるのかわからない状態での参画でした。参画初日には、ひょっとしたら自分のこのプログラムで何一つできないかもしれないと、不安だったことをよく覚えています。



参加してみ

結局、移住先としては徳島県を選ぶことにしたのですが、参加して得たものは大きかったです。地域の中小企業の課題の掘り出しから解決の提案まで、一連の流れを体感できたのが有益でした。地方にはやるべきことが一杯だけど、取り組む人がいないという状況が多く、具体的なスキルよりもまず動くことが必要なんだと感じました。



若者がUターンするためのポイント

「移住は決めた」しかし、そこで何をするのか

石川さんは、「地域に移住する」ことは決まっていますが、どこに移住するか見えていない状態。漠然と地域に移住しても、長く続かない可能性は大きい。移住するには、自分がその地域と企業の特徴を知った上で、そこでどんな生活をしていきたいのか、具体的な目的意識が重要になってきます。プログラムでは、まずそのことを実感することが重要なのです。

