

地域でピカイチな介護事業所を増やしたい！

～介護人材確保を目指す**心のボーナスプロジェクト**～ メンバー：鯨岡栄一郎

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景）

今、介護人材不足への対策は様々考えられているが、私は、「人がどうしてそこで働くのか」という感情面への働きかけ、そして経営者・管理者側の理解が全く足りないことを感じ、“心の動機づけ”こそが問題を解決するカギだ、と思い立った。

社会的背景・課題

2025年に向け、介護施設・事業所は増加の一途をたどっているが、現場では介護従事者不足が深刻である。今後地域で生き残るためには、いかに「いい人材を集め、定着させること」が分かれ道となる。

ターゲット・ニーズ（具体的事例等を交えて）

福島県内の人材確保や教育に困っている、デイケア・デイサービスなどの通所系事業所。介護老人保健施設やその他高齢者施設。そこにお勤めの問題意識の高い経営者や管理者さん対象に研修をご提供します。

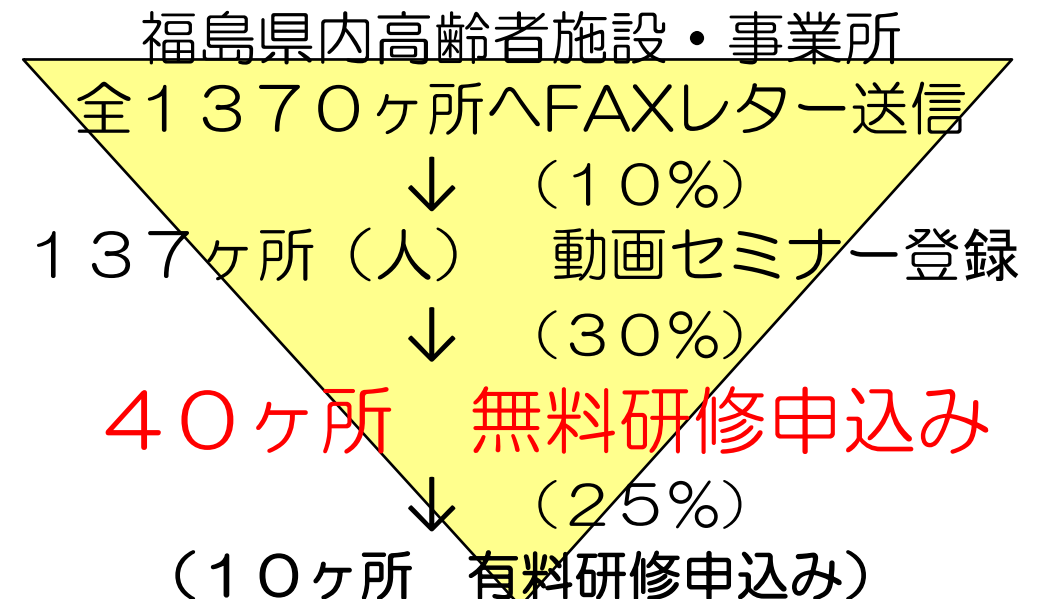
将来的なビジョン・目的・目標

「〇〇ならあそこ！」と呼ばれるような、地域でもピカイチの施設を1件でも増やす。そこに所属することがブランドとなる。周りからも、そこで勤めたい！と思われる存在になること。そしてこの動きを全国にも波及させたい。

解決策・事業概要

コストは0だが、意欲につながり、何にも代えがたい報酬となる、「心の動機づけ」を職場内に発動させる仕組みづくりの研修を提供。まずは意図を広く知って頂くために、7日間の無料動画セミナーを受講して頂く。その後、より希望される場合には、直接訪問させて頂き、無料の短時間研修をご提供。場に応じたご提案もさせていただきます。

事業モデル図



プロジェクトの特徴（社会的意義・波及効果・新規性等）

給与や労働条件ではなく、「承認感」や「やりがい」といった“心”“感情”に着目し、本格的に取り入れていこうというのはこれまで例が無かった。また、そこ独自の強みを発掘し生かしていくことももう1つのポイントとなります。

進める上での課題・協力をいただきたいこと

まずは本研修・考え方のことを知って頂くこと、体験して頂くことがもっとも肝になります。ぜひまず動画セミナーだけでもご登録いただくべく、広く告知のサポートを賜りたい。

「子どもの貧困問題」へのアプローチ

特定非営利活動法人 great delight◆田口 悦子

プロジェクト立案に至った思い・背景 放課後児童クラブ（学童保育）の運営を通して接する多くの児童・保護者の笑顔に、「貧困」の影が見え隠れしています。今すぐ手立てを講ずれば、この先の未来にも、心からの笑顔が続く可能性を広げることが出来ます。今、私たちに出来ることは、何でしょう？ 明るい笑顔が輝く未来のために一緒に行動を起こしましょう！！

社会的背景 世界一の子どもの貧困大国であるにも関わらず、多くの人々が「子どもの貧困」と聞くと、アフリカや東南アジアの難民キャンプの画像を思い浮かべ、「豊かな日本に、子どもの貧困は存在しない」と感じている。

課題 社会的認知度の低さ／問題の巨大さ・多様化／当事者の無意識・無自覚とそれによる悪化／教育格差など様々な二次的問題／定義の曖昧さ／外見では分からない特徴

ターゲット・ニーズ まずは、直接会える子どもたち & 「辛い生活の現状を変えたい。」と考えていたり、連鎖を不安視しているが、手段や方法を探せずに困っている家庭

将来的なビジョン・目的・目標 親子でセミナー&体験・勉強会に参加することで、立ち止まって一度ゆっくり考えるきっかけを作る。年間動員数 いわき市内の親子100組。

{

- ★「生きる力」
- ★「生活の知恵」
- ★「多種多様な貧困を知る」

 }
 =
 (豊かな)
 生活を楽しむ

解決策・事業概要

方法：今ある
リソースを全部
繋げる

順序：①仲間集め
②セミナー&体験・勉強会
③奨学金制度(仮)

◎最重要事項は「継続」

	仲間集め	親子参加型セミナー & 体験・勉強会	奨学金制度(仮)
2017年	・最初の5人が肝心(持論) → 協力者20名	・協力者20名と共に第1回、第2回を開催。 ・各回親子10組程度。	・制度の内容を大枠で確定。 ・自分、自社以外の支援者を探す。
2018～2020年	・運営者&協力者100名 ・②と③のそれぞれ得意分野で活動。	・年4回、季節に1度を目安に定期開催。 ・各回20組程度。 ・150～200人動員。	・制度の内容を精査。 ・自分、自社以外の支援者を探す。 ・支援金集め。
2021年	・運営者&協力者と共に活動。	・年4回、季節に1度を目安に定期開催。	・第1回目を実施。 ・支援金集め。

事業モデル図

(繋がりイメージ)



プロジェクトの特徴 放置したら社会的損失は40兆円とも

社会的意義 ◎ 試算される子どもの貧困。人(ひと)とし

波及効果 ◎ ては現実を知ったら、心理的にも何もせず

新規性 ◎ にはいられなくなり、行動する人が増える。

ご協力をいただきたいこと

無理なく、あなたの出来ることから、協力して下さい。

(例：①「子どもの貧困」について調べる。誰かと話す。

②セミナー&体験・勉強会に親子で or ボランティアとして参加する。)

【企業 または 団体の方】

ひと・もの・お金の支援について、お話する機会を下さい！

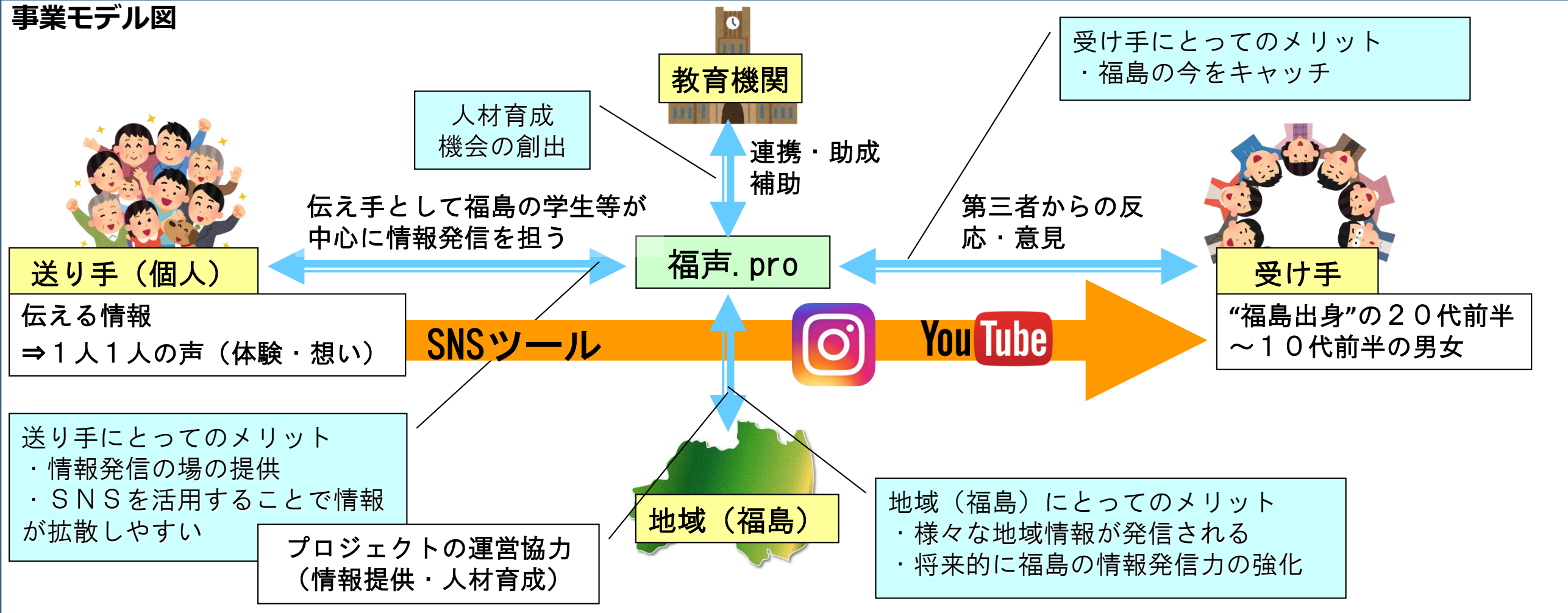
福声 project

メンバー：添田 拓郎

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

記者の経験で培ったノウハウを活かして「情報発信」というテーマで自分に何ができるかを考え、今回の復興塾で企画の立案に取り組んだ。

事業モデル図



社会的背景・課題

東日本大震災と東京電力福島第一原子力発電所の事故の影に隠れて中々伝えられることのない福島の実状がある。

進める上での課題・協力をいただきたいこと

学校様⇒プロジェクト実施に向けた支援・協力
学生の皆様⇒取材・情報発信に興味のある方のプロジェクト参加
メディア様⇒学生のインターンを受け入れ・側面的支援
県内にお住いの皆様⇒実際の取材・情報提供
会場におこしの皆様⇒類似事業のモデル紹介
ブースで「あなたの声」取材させてください

福島田んぼアートプロジェクト 市川英樹

プロジェクト立案に至った思い・背景

福島第一原子力発電所の廃炉作業に従事していた中、たくさんのツレがいわき・四倉にできた。
今は四倉で農業を行い、自分が作った野菜を四倉のツレたちは

「イッチャンの野菜売ってくれよ」
と言って買ってくれた。自分の作った野菜でツレたちに喜んでもらった。

そんなとき「田んぼアート」というものに、出会う。

自分の体験した田んぼアートという形で、地元四倉のツレたちにもっと喜んでもらうために。

田んぼアートをきっかけに、もっと多くの人に農業の楽しさを感じてもらい、
四倉へ来る人を増やしたい！

そう思い立ち、プロジェクトを開始。



事業モデル図



プロジェクトの特徴

①場所はいわき四倉の「ワンダーファーム」隣接の田んぼ

②浜通り最先端技術ドローンによる空撮！

③とれた雑穀米はいわき料理人とコラボレーション

④様々な世代が楽しめる参加型田んぼアート



将来的なビジョン・目的・目標

「2020オリンピックの年に四倉に30万人集客！」

Facebookページ「田んぼアート 福島県四倉町」いいね！してね。
近々、クラウドファンディングスタート予定！ぜひご支援お願いします！

世界で一番美味しく、福島日本酒を楽しもう



ふくしま日本酒.nom

どっと呑む

発表者 山崎和子

背景 福島県は日本一になることがほとんど無いが、日本酒は4年連続、全国新酒鑑評会で金賞数日本一に輝いている。日本酒は「加工品かつ大人の嗜好品」という、震災の原発事故による風評被害の影響をほとんど受けないポテンシャルがある希有な県産品である。しかし、実力があってもまだまだブランド力が弱いため、「日本酒＝福島」と思ってもらえる状況にはほど遠い。福島県が名実共に「日本酒王国」と呼ばれるようブランド力を強化していくために、日本酒をもっと楽しむ仕組みを福島から始めたいと考え、統合的ハブ機能を果たせるウェブサイト「ふくしま日本酒.nom」を立ち上げたいと考えた。

福島日本酒をもっと楽しむために

今はバラバラな福島日本酒のウェブを



プロジェクト立案に至った思い 長い年月を要する福島県の復興のためには **かわいそうな福島県** ではなく、自分達がまず楽しんで **楽しい福島県** になって、県外の人、外国の人にも惹き付ける事が大事だと感じていた。日本一になる実力があ、何よりたくさんの方が楽しむ事ができる日本酒は福島再生の鍵になると考えた。

福島日本酒をとりまく課題 ① 4年連続日本一になっても、福島日本酒にはまだまだブランド力が無い。②そもそも日本酒は種類が多く、何を選んだら良いかわからない上に、福島県内だけでも60以上の酒蔵が複数種類の日本酒を販売しているため、特に初心者には自分好みの日本酒に巡り会うのが難しく、敷居が高い。

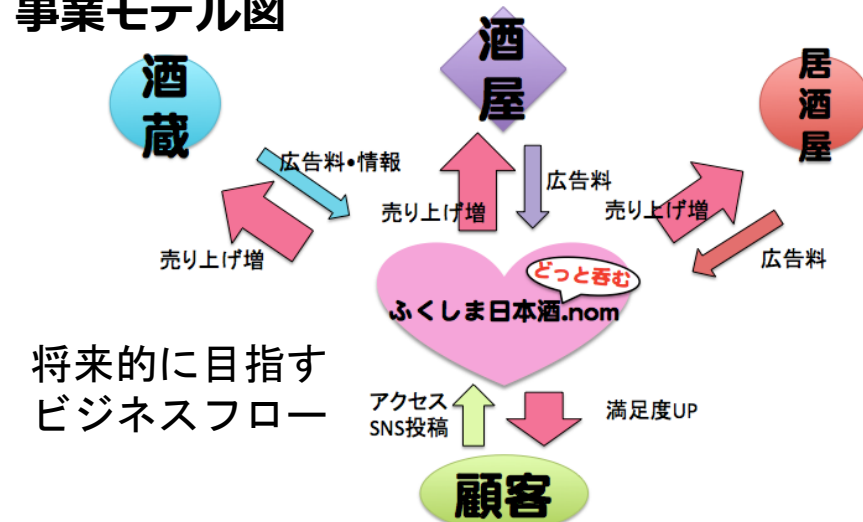
ターゲット 日本酒のビギナーから詳しい人まで、県内外から、福島県日本酒を楽しみたい人々。

将来的なビジョン ふくしま日本酒.nom を機能させ、名実共に日本一、世界の **日本酒王国 FUKUSHIMA** を造り上げる。

事業計画(案)

立ち上げ ○自己資金 ○スポンサー協賛金 ○クラウドファンディング
運営 ○ECサイト機能 ○アウトレット日本酒仲介 ○広告収入 ○イベント収入
○ウェブサイト経由の売り上げからバックマージン ○海外からの需要の仲介
サブテーマとして、福島発ノンアル日本酒の開発・販売

事業モデル図



将来的に目指す
ビジネスフロー

PR方法



アケハナ(つ)プロジェクト：大学生を育てる、福島・いわきの「産業発展型実戦プロジェクト」の構築

メンバー：加藤 郁生

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

福島の産業に（ほんの少し）貢献する実戦過程を作り、**大学生**を育成。
福島・いわきのファン拡大と、「地域の継続した人の連鎖」につなげたい！

社会的背景・課題

- ・震災後5年後の節目を迎え、復興への社会的な関心の少しづつの低下
- ・そんな中での福島の産業の一層の自立的な発展・成長
- ・将来の企業&地域の中核としての大学生の、社会経験の量・質の不足

ターゲット・ニーズ（具体的事例等を交えて）

- ・福島・いわき（東京）の大学生：「社会ですごい成果を出し（就職・卒業後に活かしたい）」という欲求。運営する事業で確認済。
- ・福島の外（東京）に向けてマーケティングを展開していきたい企業
- ・福島・いわきで今後も継続した発展を続けていきたい企業

将来的なビジョン・目的・目標

- ・福島・いわきの大学生が実戦経験を通じて未来のリーダーとしての実力を培い、地元就職し、企業を元気にし、後輩の大学生達を変えていく・・・**「地域で独立した、長期的な、人の連鎖」の強化**
- ・志ある福島の企業が、更に存在感を増し、福島の魅力を内外（東京）に発信する

解決策・事業概要

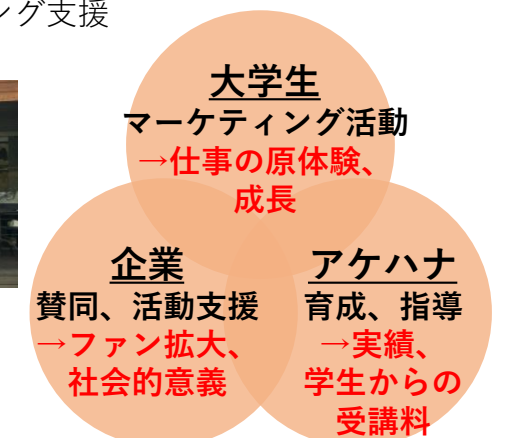
大学生が、福島の事業家／地域課題解決を助ける
実戦プロジェクトを通じた、人材育成（及び企業・地域への貢献）

- 1.福島の事業家を、東京の学生が助ける（個別企業プロジェクト）
- 2.福島の地域課題解決を、福島の学生が助ける（地域プロジェクト）

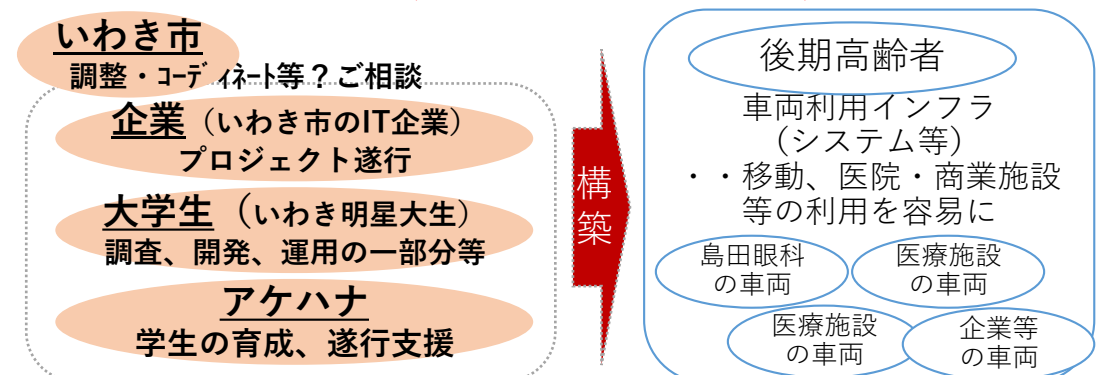
企画者は、教育担当として、
実務力育成カリキュラムの構築、プロジェクト運営支援を行う

事業モデル図

（タイプ）1. 個別企業プロジェクト 実施例：株式会社GNS様（二本松市）マーケティング支援



（タイプ）2. 地域プロジェクト： 構想案 いわき島田眼科循環送迎車両の複数医院乗り入れ・インフラ化（構想段階 議論開始準備中）



プロジェクトの特徴（社会的意義・波及効果・新規性等）

- ・実戦を通じて、小さな結果を出す→未来のリーダーが育つ
- ・段階的な、実務力育成に特化した育成カリキュラムを提供することで、「ふつうの大学生」が実務上の戦力として成長する

進める上での課題・協力をいただきたいこと

- ・大学生の方：プロジェクトに参加しませんか？
- ・自治体の方：地域課題の解決に、大学生を巻き込んでみませんか？
- ・企業の方：大学生に（小さな）事業支援をしてみてもらいませんか？

乗合ジャンボタクシーよつくら

四倉町商店会連合会(発表 四倉町商工会 熊田誠)

1 社会的背景

- ◆基幹産業(漁業・セメント・鉱山)の衰退により、町に活気がなくなってしまった。
- ◆地区内人口の約34%が高齢者。うち、90%の方が単身・高齢夫婦の世帯。

2 メインターゲット(①～④のニーズを抱える)

- ◆車を持っていない高齢者 950人
 - ①タクシーは高くて使いづらい。
 - ②バス停まで歩くには遠い。
 - ③車の運転・維持がきつい。
 - ④自分で歩いて買い物に行きたい。

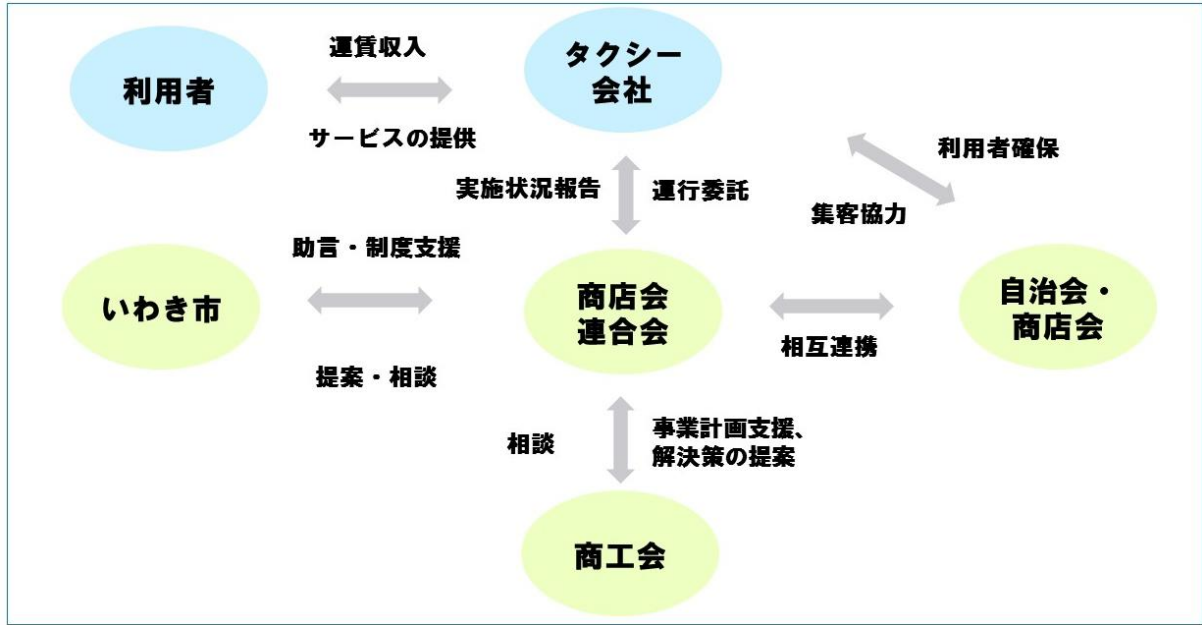
3 課題

- ◆車を持っていない、持てないがために買物に行けない高齢者をどうするか。
- ◆人通りの少なくなってしまった商店街に人をどう呼びこむか。

4 解決策

- ◆9人乗合ジャンボタクシーでスーパー、商店街、医療機関駅前、銀行前を周る。
 - ・運賃200円／回
 - ・所要時間約20分／ルート
 - ・28便／日。
 - ・年間300日運行。
 - ・運行時間午前7時～午後4時まで。
 - ・100m置きに停留所を設置する。

5 事業モデル図



6 主効果・波及効果

主効果	高齢者	安価で利便性の高い交通手段を利用することで外出する機会が増える。
波及効果	自治体	行政任せの交通から地域で主体的に取り組む動きになる。
	自治会	地区内で移動に困っているお年寄りを助けることができる。
	商店会	・町に出てくる人が増えることで、経済的効果が見込まれる。 ・各店主の商売のモチベーションが上がる。
	スーパー	・持ち歩きの時間が短縮され、消費量が増える。 ・来客数の増加が見込まれる。
	医療機関	自社送迎のコスト低減になる。
	タクシー会社	・運賃収入が見込まれる。 ・地域でのタクシー会社としてブランド向上。 ・町に人が出歩くことにより、個人タクシーの消費喚起となる。

7 進める上での課題・協力をいただきたいこと

車両購入費用(初年度)の資金確保

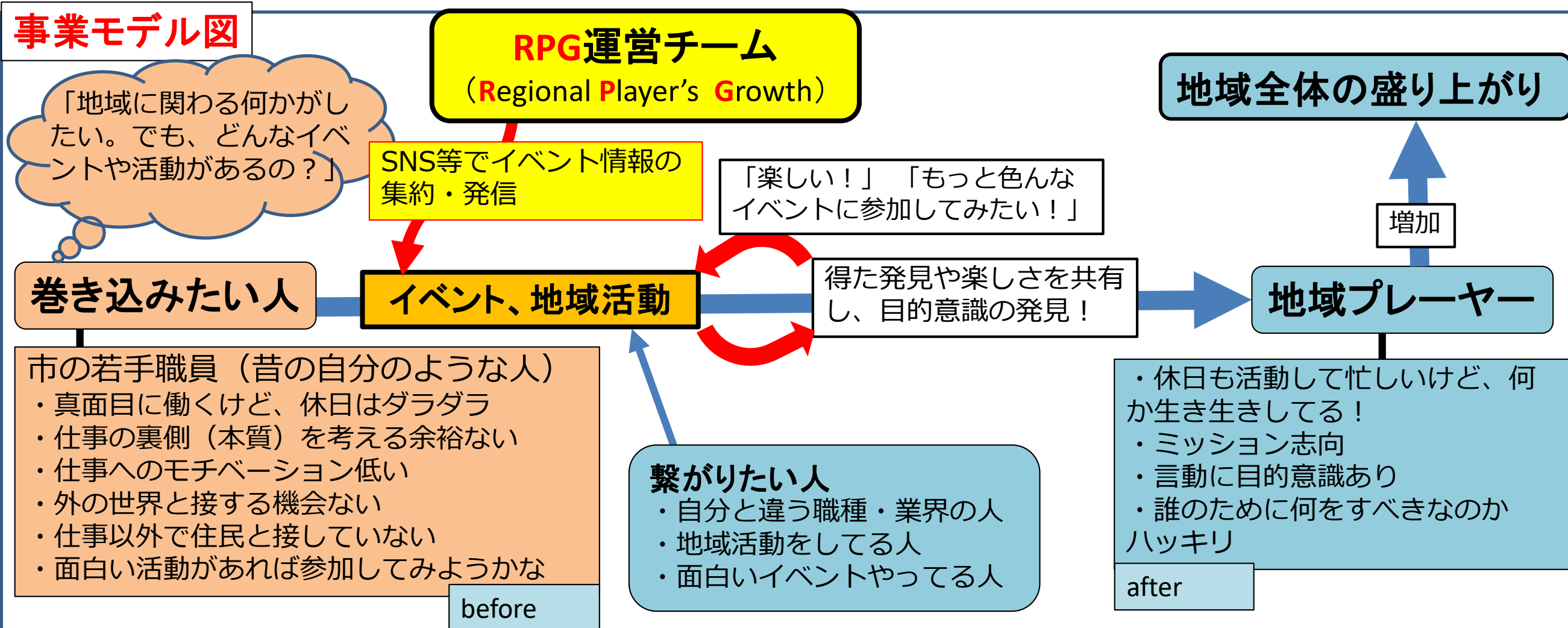
RPGを楽しもう！ ～色々なイベント（地域活動）への参加を通して 地域プレイヤーを増やしていこう～

メンバー：野田 昌秀（郡山市）

プロジェクト立案に至った思い・背景

かつては**有意義な休日の過ごし方が分らなかった**が、案外身近なところに色々な世界が広がっていることに気づいた！
→**未知の世界をもっと知りたい！ 普段関われない人ともっと交流したい！**そして、**地域をみんなで盛り上げましょう！**

事業モデル図



進める上でご協力をいただきたいこと

私自身、今後もっと色々な活動に参加し、色々な方と交流していきたいと思っています。
私の取り組みに賛同いただける方、一緒にやっても良いという方、また こんなイベントやるけどどう？という方、お声がけ下さい。よろしくお願いします！

ふくしまの成長のタネを全国に蒔く

「復興連携プロジェクト!!!」

メンバー：戸田 勇



プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

福島は風評被害に現在も見舞われており特に、観光、農業、漁業は早期回復には難しい現状にある。その他にも創業率の低下や若者離れが深刻化しており現状を払拭するような魅力ある事業を応援する仕組みが必要であると考え、2015年クラウドファンディングKickOFF（キックオフ）をスタート。福島は自らの力で歩み始めたがまだ全力疾走するだけの力はない。これまでの応援を未来に繋げるため復興支援に依存しない地方創生を実現したい。

社会的背景・課題

- ・ 少子高齢化
- ・ 若者離れ
- ・ ネットリテラシーの格差

ターゲット・ニーズ（具体的事例等を交えて）

- ・ 新商品開発・新規創業を考えている個人、団体（企画者）
- ・ 熱意のある若者や移住者（企画者）
- ・ 資金調達・ファン獲得

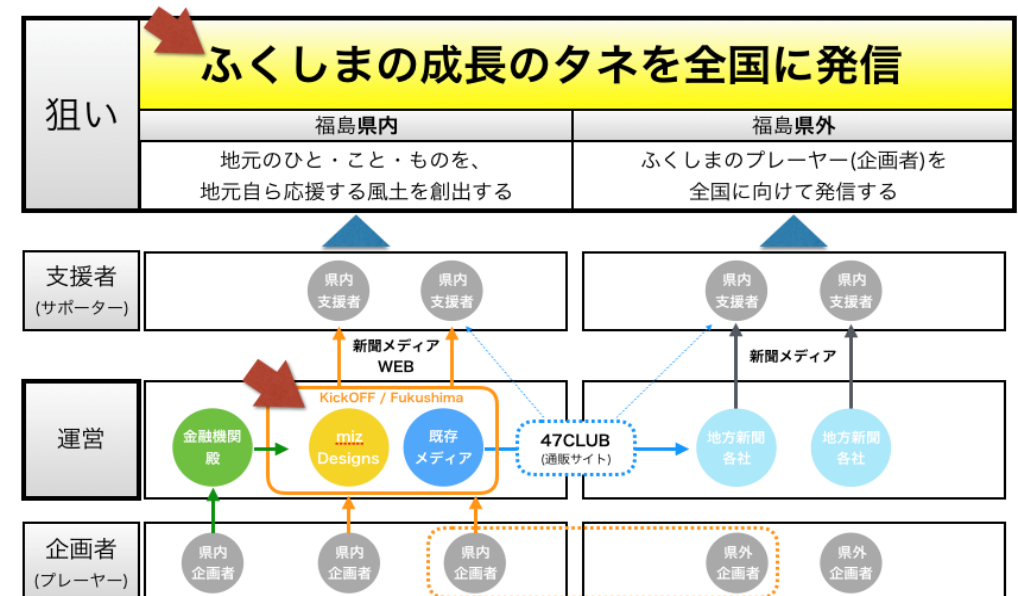
将来的なビジョン・目的・目標

- ・ クラウドファンディングの周知
- ・ 福島ブランドの確立
- ・ 福島発の全国展開の資金調達プラットフォーム

解決策・事業概要

- ・ ネットリテラシーの格差を既存のメディア（新聞・テレビ）と連携することでクラウドファンディングの周知、インターネット以外の幅広い層を取り込みサービスの企画者、支援者の両方を獲得をする。
- ・ 他県のメディアと連動させることで福島の企画者を応援できる仕組みを構築し「ふくしまの成長のタネを全国に発信」する

事業モデル図



プロジェクトの特徴（社会的意義・波及効果・新規性等）

福島地域資源を他県業者と連携して全国へ展開。被災事業者が提供する地域資源と他県業者をつなげクラウドファンディングKickOFFを通じて他県事業者の販売面もサポート。

進める上での課題・協力をいただきたいこと

【協力いただきたいこと】
地域資源の発掘、ご紹介をお願いします。