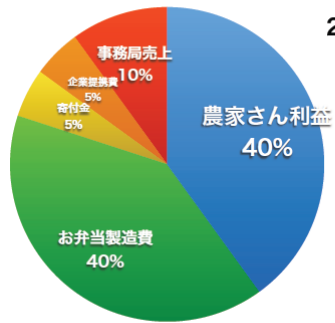


月 2,000円で農家のプロデューサーになれるwebサービス ～福島に“つながる”弁当から得た“つながり”、“経験”を活かした第2フェーズへ～ 馬場大治

福島に“つながる”弁当について

～ 売上げ・販売個数等 ～



2013年12月7日～2014年11月15日現在の…

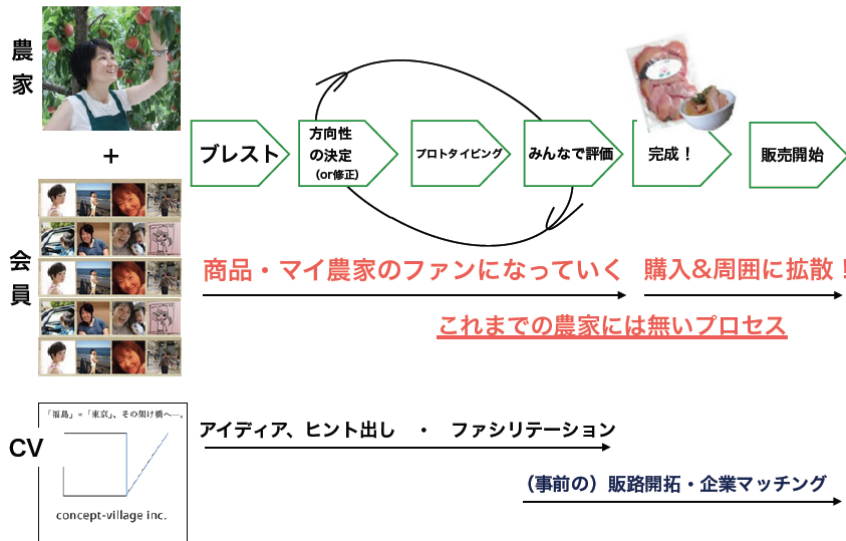
○ 販売個数 **5,740個**
○ 売上げ金額 **580万円**
○ 農家さんへの売上げ貢献額 **232万円**

○ メディア掲載実績 (1年の間に、10を超えるメディアに取り上げて頂きました。)



【解決策】 月2,000円 (仮) で農家のプロデューサーになれるwebサービス

農家と一緒に課題解決 (6次化商品の場合)



福島に“つながる”弁当を振り返って

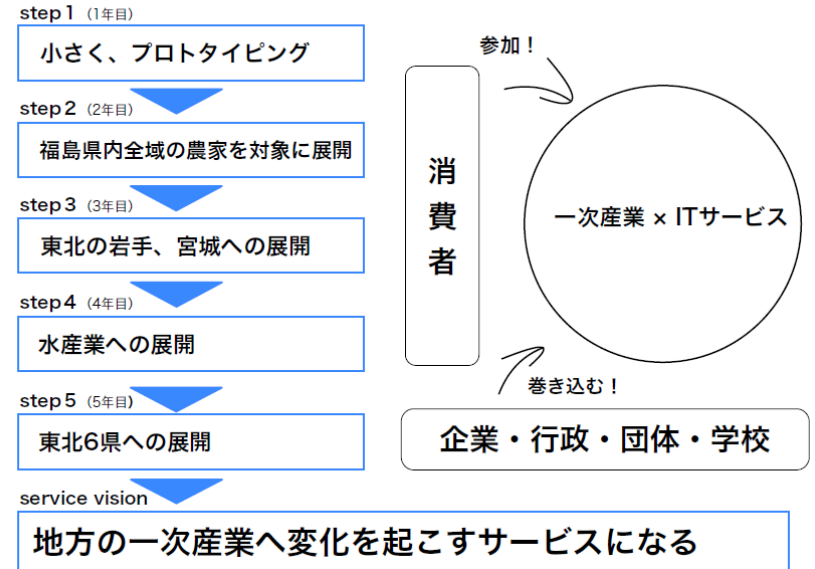
～ 第二フェーズへ～



※1 6次化の流れとは…農家が主体となり、農産物を1次×2次×3次の6次化商品を開発、販売することで、農家の売上げ拡大を目指す新しい流れ。

2

今後の展望



ふくしまからはじめる地域力を再生する未来支援プロジェクト

地域コーディネーター職員の派遣事業

メンバー：遠宮 昭則（郡山市）

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

超少子高齢化社会の到来により、行政や地域がこれから抱える様々な社会的課題に対して、自治体職員は、地域とどのように関わり、地域の課題にどう向き合っていくかを考えることで、「自治体職員と地域のこれから」を創りたいと思った。

社会的背景・課題

超少子高齢化社会の到来をはじめとして、地域コミュニティでは、高齢化や担い手不足、コミュニティの希薄化等様々な原因により、地域の課題を自ら解決していく力（地域の基礎体力）が、全国的に低下してきている。特に福島県においては、人口流出やコミュニティの崩壊等、全国的に発生する社会的課題が、震災等の影響により、特に深刻化することが予想されている。

ターゲット・ニーズ（具体的事例等を交えて）

- 【地域コミュニティ】介護や防犯をはじめとした地域の課題を共有することができていない（どうしていいかわからない）コミュニティ
- 【地域課題の当事者】老老・認知介護世帯、高齢単身世帯など
- 【行政職員】地域振興を担う・課題を抱える職員

将来的なビジョン・目的・目標

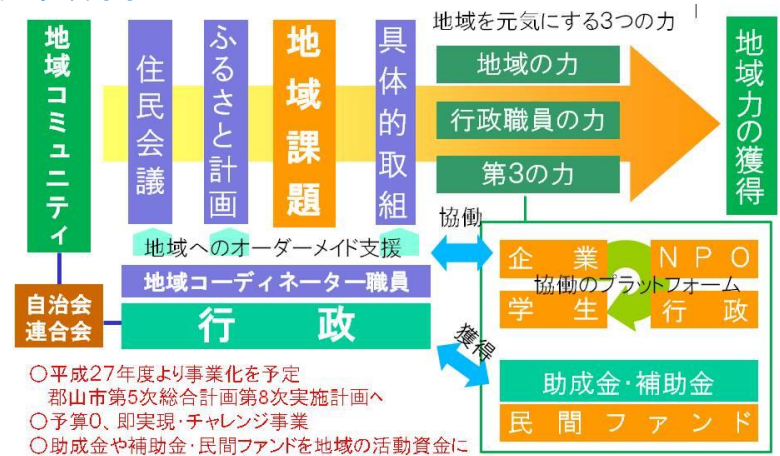
まずは、実際に地域に入り地域の課題の共有化をするための住民会議を各地で開催するとともに、地域コーディネーター職員の人数とモデル地域を現状より増やしていくための参考事例や事業を多く誕生させていきたい。
また、チャレンジ事業として実施を予定している平成27～29年度の間に、企業やNPOとの協働モデル事業を誕生させ、実施のための助成金や補助金の申請・獲得作業まで、チャレンジできればと考えている。

解決策・事業概要

地域の基礎体力となる地域力（課題解決のための発掘力・発見力・企画力・実行力）を醸成・獲得するために、職員をコーディネーターとして派遣する。職員は、地域が課題解決に取り組むための住民会議の開催やふるさと計画の作成、具体的な事業の実施に係るオーダーメイドの支援を行う。また、本事業は、平成27年度より実施を予定する。

- 【実施年度】平成27年度
- 【モデル集落】2～3集落程度を選定
- 【派遣職員】2名
- 【予算】0円 ※職員給与等を除く。

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）

地域が抱える潜在的な課題やこれからの課題の解決に向けて、行政職員が直接的に関わり、地域の自主性や主体性、独自性を醸成しながら、その活動を支援することで、地域が自分たちの未来を自分たちで選択することはもとより、行政職員が、これらに関わることで、地域と同じく自分たちも課題の当事者となり、既存の行政の事業の見直しや新たな新規事業の実施において、地域や住民といった対象者のニーズを常に基盤として捉える思考と、今後、新たに職員に求められる様々なスキルの一部を本事業の実施により獲得できるものと考えている。

進める上での課題・協力をいただきたいこと

やはり、行政職員の力だけで、地域の力を支援できる部分には、限界があり、本日お集まりいただいた皆さまの様々な力が必要であると痛感しています。協働のパートナーとして、各地域事業に御協力いただける企業・NPO等の皆さまとの情報交換・交流を通して、繋がりたいと思っております。また、FacebookをはじめとしたSNSを活用し、皆さまとの情報共有ができる場（スタッフ会議）の設置を検討していますので、よろしくお願いします。

ふたばぐるぐるプロジェクト～若者協議会～

メンバー：芳門里美

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

復興支援員として関わっている双葉町は、原発災害による全町避難で震災前は当たり前にあった“人との繋がり”が激減した。まちづくりに若い世代は参加せず、これまで町を引っ張ってきた世代からは「若い人は町に興味が無い・帰ってこない」との声が聞かれる。一方で「ふるさとのために何かしたい」という若い世代の声があり、この両者を繋げるしくみが、何十年と続く町の再建とふるさとへの思いをつないでいくために必要であると感じた。

社会的背景・課題

東日本大震災の福島第一原発事故によって居住が困難になり、ふるさとを離れて暮らす住民が日本全国に広域に避難している。ふるさとの復興・復興の見通しが立ちにくく、長期化する中、ふるさとから離れて生活を送る若い世代が、ふるさとが「好きなふるさと」としてあり続けるために、まちづくりに今関わる事が課題

ターゲット・ニーズ（具体的事例等を交えて）

【ターゲット】双葉町に思入れのある若者（10代～30代）

【ニーズ】若者：「ふるさとに何かしたい」「ふるさとがこうあってほしい」との思いを形にする方法がわからない。若い世代は話す場がない。
町・地域団体：若者の声を聞きたい。次世代を担う若者とつながり、継承していきたい。

将来的なビジョン・目的・目標

現在居住ができないふるさとが数十年後居住可能となった場合に、「好きな、住みたいふるさと」であるような町になっているために、今の若者の声が町に反映されていること。文化継承や住民の絆の維持が若者によってなされていること。帰還可否に関わらず、ふるさとをマイナスなものと思えず、誇りを持つ続けること。

解決策・事業概要

若者の協議会を構成し、若者と地域団体・外部団体をつなぐしくみをつくることで、若者の“やりたい事”を企画実施するとともに、地域団体と次世代を担う若者が交流・協働してふるさとのまちづくりを行っていく。

ふたばぐるぐるプロジェクトの“ぐるぐる”とは？

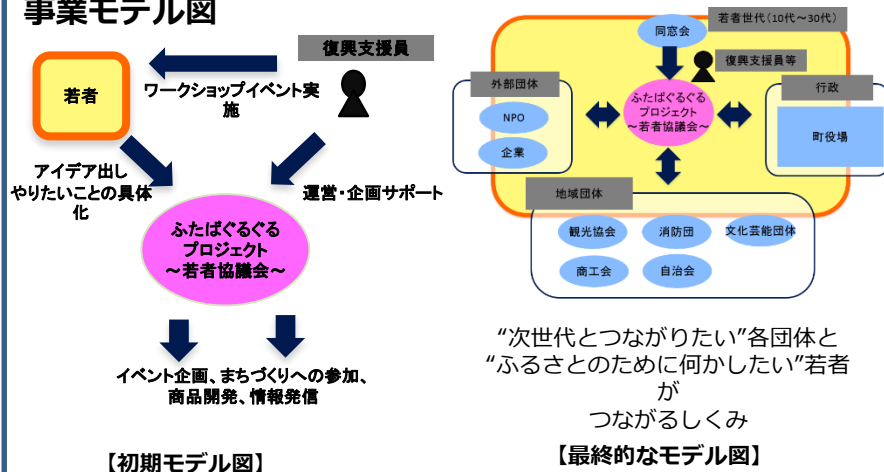
双葉町史跡「清戸サク横穴の壁画」→→→

×

若者を、大人を、双葉郡を、福島を“巻き込む”



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）

【過疎地域における若者のUターンの活性化】

・若い世代の流出が課題となっている地域で、若者協議会を結成することで、若い世代が地域や地域のキーパーソンと関わり地域の魅力を認識し、地域の祭、文化継承に参画することで、地域（ふるさと）への思いをつなぎ、Uターンのきっかけとし、過疎地域の活性化の一助とする。

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】

・双葉郡出身の若者紹介してください

【課題】

- ・さまざまなステークホルダーとのつながりづくり
- ・分散している若者のやりとりの活性化
- ・継続可能、継承可能な協議会のしくみづくり

街づくりのための循環送迎車輛プロジェクト

高齢者がいつまでも繋がりをえるために。お金で買えない価値がある。本当の価値はプライスレス。

メンバー：島田頼於奈

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

超少子高齢化の進行により日常の交通手段の確保が困難な高齢者が増えている。そこで普段運行している医療機関の送迎車輛を柔軟に活用し、通院や日常の買物の足としても利用できるように**循環送迎車輛**とし、**高齢者が動ける街づくり**を目指し、**街の活性化**につなげる。

社会的背景・課題

超少子高齢化、核家族化により地域の交流は減少していった。地域の高齢者は孤立しがちになり抑うつや転倒、寝たきりのリスクも高まってきた。そこに震災が襲い拍車をかけた。通院手段が確保し難いため病状が進行してから医療機関を受診する高齢者も多い。

ターゲット・ニーズ（具体的事例等を交えて）

通院、買い物等が困難な**高齢者**。
送迎困難な**家族**や通院困難者に自力では対処できない**医療機関**。
駅前の空洞化や集客に悩む**商業施設**。

将来的なビジョン・目的・目標

通院手段の少ない高齢者に気軽に受診してもらい疾病の**早期発見早期治療**に努める。診療所をつなぎ**総合病院化**し勤務医不足の解決を図る。将来的には他の地域でも同様の試みがなされ**市街地の活性化**につながる。結果として、孤立から脱却した高齢者の**健康寿命が延長**し**医療費の削減**にもつながる。

解決策・事業概要

「循環送迎車輛プロジェクト」

普通自動車免許で対応可能な**最大10人乗り**の車両を調達し運転手には高齢者による街づくりの観点から**現役世代以外**を起用する。乗車は指定施設（事業モデル図＊印）に限るが**降車は問わない**。可能な限り**door to door**を実現する。駅や市役所など**公共施設**へのアクセスも図り**30～60分毎に循環**できるコースを設定する。独自に送迎車輛を運行している医療機関へは**ハブ**として利用させて頂く。高齢者は午前中の通院を好むため午後は予約制で**市街地から離れた医療機関**の少ない地域からの通院希望者の自宅送迎も行う。

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）

CSRの観点から完全に**無料**である。利用システムが**簡便**で高齢者にも利用しやすい。送迎車を**シェア**し無駄のない事業とする。送迎車輛を既に運営している施設を**ハブ**として利用し**広がり**を持たせる。**マネされる事業**とする事で各地で**高齢者中心の街づくりの一助**となり得る。超少子高齢化が確実視される中、地方の生き残れる道は高齢者の活用であり、**高齢者の高齢者による高齢者のための街づくりの一助**になればと考える。

進める上での課題・協力をいただきたいこと

本事業の**真の狙い**は、医療機関に限らず送迎車輛を独自運行している様々な事業者がそれを模倣し、**この小さな輪を各地に広げること**です。そのためには**口コミ**が重要で、是非、色々な場所で言い伝えて頂けると幸いです。

民間と行政が連携した工芸品ブランドづくり

メンバー：根本 忠

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

行政職員として、県内の伝統工芸品産業振興に関わる業務を2年半担当してきましたが、行政の中だけで出来ること、出来ないことがあるということを経験してきました。その中で、個人として県内の伝統工芸産業に対して何が出来るのか、自分自身の行政職員としての経験をどのように活用すれば、県内の伝統産業を盛り上げることが出来るのかを考え、本事業を立案しました。

本事業を通して、福島県内の伝統工芸産業が面白くなっていくようにしたいと思います。

社会的背景・課題

地方人口の減少が懸念されている中で、福島県の人口も原発事故等の影響により急激な減少が予想されています。そうした中で、地方の魅力を高め、活性化させていく地域づくりの方策の一つとして地方の産業資源のブランド力強化を通じた地域産業の活性化が必要と考えます。

ターゲット・ニーズ（具体的事例等を交えて）

福島県内の伝統工芸品の中でも、「地域性とデザイン性が感じられる工芸品」を中心にブランドづくりを進めていきたいと思っています。

工芸品については、日本の手仕事に対する海外からの評価の高まりや、デザインを通じた感性価値への訴求が可能であり、今後も市場性は高い分野です。感性価値を理解する人をターゲットにした事業領域を目指していきたいと思っています。

将来的なビジョン・目的・目標

地方のものづくり産業の再生を目指していきます。

その中でも、

- ・地方発の新たなものづくりの形を通じた地域産業の活性化
 - ・地元の人による地域の魅力の再認識
 - ・県内事業者の「目標」と、「育成」に繋げる
- ことを目指していきたいと思っています。

解決策・事業概要

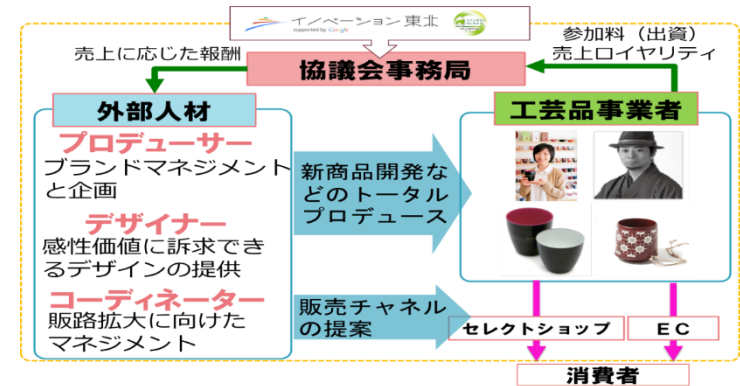
（解決策）

産業資源、特に工芸品のブランド化を通じた地域経済の活性化を通じて、地域全体の魅力向上に繋がっていききたいと思います。

（事業概要）

新たな工芸品ブランド創出のための主体として、工芸品事業者、外部のコーディネーター、プロデューサー、支援企業、行政などが連携した推進協議体を立ち上げ、ブランド展開を進めていきたいと思っています。

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）

- ・協議会に参加する事業者は、やる気がある事業者との協働を目的に、選択と集中を通じて、「意義あるえこひいき」を進めていきます。
- ・複数の事業者及び外部人材との協働により商品開発・販路展開を進めることで、今までバラバラだった工芸品産業のバリューチェーンを一本化し、高い競争力の確保を目指します。
- ・協議会内に外部の視点を入れることにより、既存のものづくりの価値感（産地や伝統へのこだわり）からの脱却をめざします。

進める上での課題・協力をいただきたいこと

本事業を進めるにあたっては、実際にものづくりをする事業者、そして外部から様々なアドバイス等をしてくれる方の協力が不可欠です。

そういったブランドづくりに関して、様々なノウハウなどの提供などの協力をいただきたいと思います。

I I E

311からIIEへ
福島からものづくりを通して
新しい価値観とライフスタイルを発信していく

<発作者>

株式会社IIE 代表取締役
谷津 拓郎

1986年会津坂下町生まれ
2011年3月 早稲田大学大学院卒業、震災発生
ボランティア活動
4月 まちづくりNPOに就職。コミュニティカフェを運営。
2011年末 IIE活動開始
2013年3月 株式会社化
2013年 福島大学主催ふくしま復興塾に参加
ウクライナ、チェルノブイリ原発を視察

1.起業の動機・意欲

1-1.創業のきっかけ

震災当日からボランティア活動を開始するも、就職と同時に現場を離れる。しかし、自分だけ何事もなかったかのように、日常生活に戻るのが嫌だった。そんな時に聞いた二つの言葉が転機となった。

会津で避難生活を送る女性「何もすることが無いのがつらい」
縫製屋を始め女性「地元のものでおしゃれなものがいい」
この二つを同時に解決する方法はないだろうか、そう考えて始まったものが
「会津木綿でものづくり」×「仮設住宅での仕事づくり」=IIE



1-2.なぜ自分がやるのか

地元人間である
3月11日からこれまで活動してきている
復興、地域活性化、ファッション、雑貨等の分野を横断出来る
1986年生まれである
単純に「やりたいこと」である

次の世代への責任と恩返し
「上からもらった恩は下に返す」

1-3.Vision

311をひっくり返す

この土地で生まれた子供たちが、
戻って来たいと思い、戻って来れる地域に

1-4.Mission

「次の世代につなぐものづくり」をテーマに
地域に伝わる素材や技術を使い
作る人と使う人と一緒に幸せになる
ものづくりの形をつくっていく

2.事業の明確性

I I E

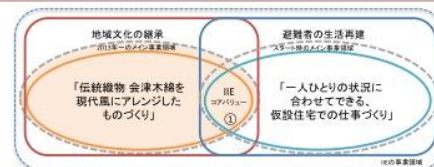
2-1.企業情報(2014)

株式会社IIE
代表者:代表取締役 谷津拓郎
設立:2013年3月11日
資本金:200,000円
従業員数:フルタイム4名
パートタイム3名

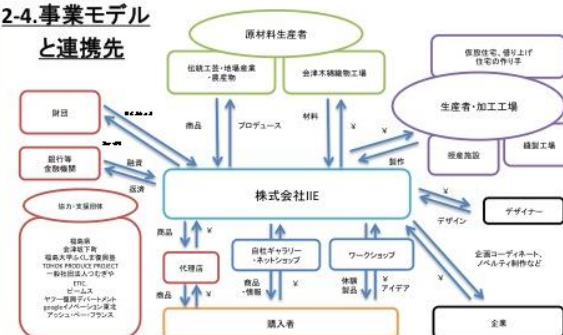
2-2.プロジェクト概要

- ①IIEブランド事業
会津木綿ストール等の自社商品の企画、生産、販売、プロモーション
- ②地域資源プロデュース事業
自社ブランド商品以外にも、会津木綿を中心にOEM商品、企業ノベルティ商品を作成
- ③ネットショップ事業
自社商品に加え、会津地域の雑貨をセレクトしたネットショップの運営

2-3.事業領域



2-4.事業モデルと連携先



3.独創性・新規性(プロダクトとその特徴)

I I E

会津木綿のストール



- ①「伝統工芸会津木綿」×「被災者の仕事づくり」
- ②様々な制約条件により、フルタイムで働くことが難しい方にとって、働きやすく、かつ誇りを持つ事ができ、もちろん収入になる仕事づくり
- ③伝統工芸を現代の生活に馴染む用途とデザインに
- ④それまで復興系の商品が実現出来ていなかった一般的な掛け率での卸売が可能な価格設定
- ⑤手仕事ではありつつも、一定の生産量は実現出来る中量生産商品

会津木綿のご祝儀袋



贈る人の想いを大切に包んで、鮮やかに届けてくれるその想いは形を変えて、ずっと色褪せずそばに寄り添い続ける想いを形に残す、新しいタイプのご祝儀袋

- ①紙のものが主流のご祝儀袋を、布製にすることで、渡した後も捨てずにハンカチとして使えるギフトにデザイン
- ②様々な制約条件により、フルタイムで働くことが難しい方にとって、働きやすく、かつ誇りを持つ事ができ、もちろん収入になる仕事づくり
- ③伝統工芸を現代の生活に馴染む用途とデザインに
- ④オリジナルのハート型の水引デザイン
- ⑤書も福島県内の書道家の作

福島県浪江町の伝統工芸品大堀相馬焼海外展開プロジェクト

メンバー：亀田 周



プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

全国ばらばらの土地に住む浪江町民が浪江を愛し続ける「アイデンティティ」としての大堀相馬焼を造りたい。
被災した浪江町民にとっての「故郷」をずっと残したい。



社会的背景・課題

1690年に浪江町の大堀地区で創業した大堀相馬焼。東日本震災前は26の窯元があったが、震災後、大堀地区は避難を余儀なくされ復帰できた窯元はわずか8つしかない。

ターゲット・ニーズ

海外：日本のクラフトを生活の彩りとして取り入れる事に
関心が高い欧米の都市圏に住むアップークラス。
国内：海外展開後に欧米で人気を博した商品を逆輸入する形で
クラフト、オーガニックを好む層に展開する。

将来的なビジョン・目的・目標

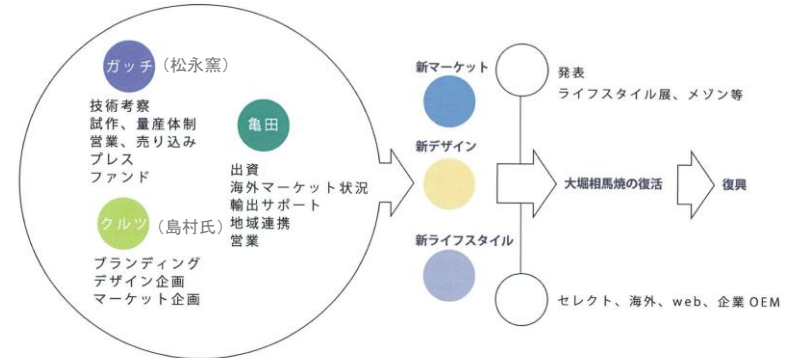
- ①浪江町の歴史と風土が育んだ伝統工芸品としての大堀相馬焼の継承と発展。
- ②全国ばらばらの土地に住む浪江町民の意識の共有。

解決策・事業概要

大堀相馬焼松永窯とデザイナー島村氏、そして亀田の3者で、大堀相馬焼のエッセンスを残しつつ現代のニーズに合致した、機能を持ったクラフト製品を創る。機能とは大堀相馬焼の持つ世界的にも珍しい二重構造を活かし、保温、防熱、保冷の事を指す。この新しい商品を2015年9月にパリで開催される世界最高峰のデザイン展示会メゾン・エ・オブジェ2015に出展し、海外展開を始める。



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）

最初は松永窯のみとの仕事となるが、海外展開をし、大型の受注を獲得する事により、松永窯以外の大堀相馬焼の窯元とも仕事を共有する事を目指し、休眠している窯の再生、さらには将来の浪江町の中核的な事業とする事を目指している。

進める上での課題・協力をいただきたいこと

- ①浪江町での今後の展開
浪江町の皆さんにこの事業を知ってもらいたい。また愛着を持って使ってもらいたい。そのために何が出来るかを一緒に検討していただきたい。
- ②商品の周知および販売先の協力をお願いしたい。

家族がつながる魔法のお絵かきアプリ 「おえかきマジックコレクション“マジコレ”」

メンバー：菅家元志（株式会社プレイノベーション代表取締役社長）



プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

- 震災・原発事故を通じて「あそび」のかけがえのなさを痛感。「あそび」をより豊かにすること、をミッションに2013年に起業。
- 避難所や仮設住宅でのボランティアを通じ、本当はもっと大人にかまって欲しいはずの子どもたちが我慢しているのではないかと感じる。
- 長期化する避難生活や二重生活のために離れ離れで暮らす家族が多いことや、虐待数増加、自己肯定感の低下などに問題意識を持つ。

社会的背景・課題

- 低い自己肯定感 ■増加する児童虐待（8割が実の親によるもの）
- 共働きの増加 ■子育て世代の低所得 ■核家族化
- 地域コミュニティの希薄化 ■子育てを学ぶ機会の減少
- 親子の関わり方で悩む世帯数は日本国内で推定100万以上
- 親子の関わりが親の所得等よりも子どもの成長に影響を与える研究成果

ターゲット・ニーズ（具体的事例等を交えて）

- 幼児（3～7歳）：自分でコントロールしたい／上手になりたい／褒められたい／大人ともっと関わりたい／表現したい／楽しいことしたい
- 保護者：家事・育児・仕事で余裕が無いけど、子どもともっと関わりたい／子どもの好きな事・得意なことを知りたい、応援したい／忙しいが、育児・教育について学びたい

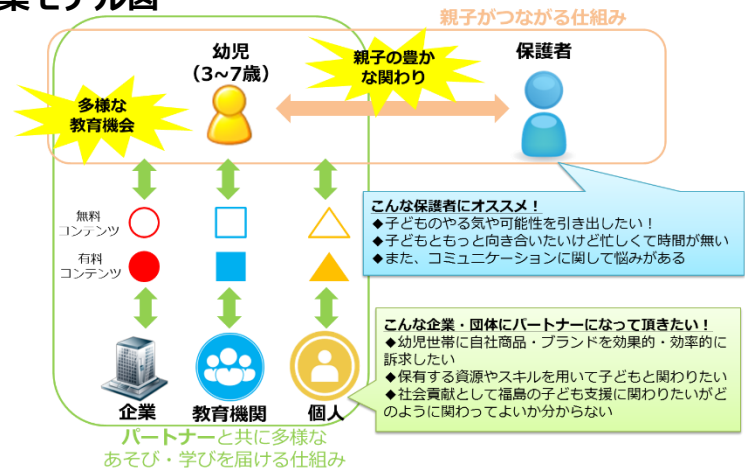
将来的なビジョン・目的・目標

- 目的：親子の関わりをより豊かにすることで、社会をより豊かに
- 目標：親子の関わりで悩む100万世帯へ届ける(100万ダウンロード)
- ビジョン：全ての親子がいつでも、どこでも、子育てノウハウや教育機会にアクセスすることが出来る仕組み／アジアを中心とした海外進出／地域と繋がるプラットフォーム（行政や地元企業、NPO等）

解決策・事業概要

- ①小さな子どもも楽しめるお絵かきを通じた親子が関わるキッカケ提供
- ②お絵かき履歴閲覧や、プッシュ通知、メール送信機能などによる時間や場所を超えたコミュニケーションの実現
- ③子育てお役立ち情報や、専門家・先輩パパ・ママのインタビューなどの育児に役立つ記事を無料配信
- ④子どものお絵かきをリアルなコト・モノに！自分のまちが子どものお絵かきのキャンパスに！孤育て防止地域に出ていくキッカケづくり（デジタルサイネージやプロジェクションマッピングとの連動等）

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）

- ①親子のコミュニケーションを豊かにするキッカケづくり（子育て記事の無料配信／プッシュ通知機能やメール送信等の機能）
- ②小さな子どもも楽しめるお絵かき知育素材を無料提供(約10作品/月)
- ③子どものお絵かきをリアルなコト・モノに！自分のまちが子どものお絵かきのキャンパスに！（プロジェクションマッピングとの連動等）

進める上での課題・協力をいただきたいこと

- ①子どもの関わりで悩みを抱える100万世帯に届けるために、周りの小さなお子様がいらっしゃるご家庭へのご紹介
- ②パートナー企業・団体・個人の募集（子育て記事のご提供／お絵かきコンテンツの共同制作／プロモーション・イベントの共同実施／幼児向け教材の共同提供）

【プロジェクト立案に至った企画背景】

- 福島県のポテンシャルを活かせること。
- 福島県内の課題だけでなく、日本で共通する課題を解決すること。
- 地域文化や日本のアイデンティティと根源的に関わるものであること。
- ここで生まれた取り組みが、福島県や日本のブランディングにつながることに。
- 自分が興味のあること。

➡ これら5つの内容をクリアできるものでPJを考察

■ 福島の蔵元数は国内トップ10に入る

78歳
(H24)

■ 海外での日本酒人気

日本酒

酒粕

でも、

- ◎ 日本酒の国内消費の減少
- ◎ 酒粕は安く業者に買われ甘酒になるか、自社で安く販売。

【社会的背景・課題】

日本酒を海外で売るという事と、国内の販売が減少傾向というのは全国共通。この課題に対し地元資源（日本酒）を有効活用できる術はないだろうか？

“SAKE”

“MOTTAINAI”



「日本酒」や「もったいない」は日本人のアイデンティティ

【浪江町での視察で何を表現すべきかが見えた】

■ 割れずに残った「磐城壽」の瓶を、住民の方が拾って酒造跡地に並べて帰ってくれている！！震災により、日本人の他者への気配りと文化的習慣がより顕在化。

→ 磐城壽という日本酒は、地元住民の心の中にしっかりと根付くアイデンティティだ。その本当の意味に今まで気づいていなかった。

磐城壽の酒粕を使って新しい価値を持ったプロダクトを生み出したい！！



【解決策・事業概要】

- 日本酒の絞りかすである、**酒粕を付加価値の高い石鹸に加工**。材料は食用レベルを使用。
- 他人と同じに甘んじない向上心の強い男性をターゲットにし、日本酒造りに一切の妥協を許さない杜氏の想いや復興にチャレンジする東北の気概をユーザー心理とリンクさせる。



- 1) 浪江町の鈴木酒造店の壽の酒粕を使用
- 2) オールハンドメイド&無添加
- 3) 蔵元や銘柄ごと、季節ごと、通年モノなど日本酒と同様、バリエーションが可能

という特徴のせっけん。

【将来的なビジョン・目的・目標】

2020年東京五輪までに、日本らしい石鹸といえば「酒粕せっけん」を目指す。福島県中、日本中が資源を提供しあえばできるはず。



Leadmen Wash

【事業モデル図】



製品が提供する価値

- ◎ 肌荒れ
- ◎ QOL向上
- ◎ 自尊心
- ◎ 向上心
- ◎ 承認欲求

などのニーズを満たす。

将来展開



Leadmen Washとそのブランドコンセプトに共感するお客様と作り出す、新たなライフスタイル提案型のマーケット。

- ブランド自身の多品種化：化粧水、フェイスパック、香水、髭剃り
- ハイソサエティなファンとのシナジー：
 - ・大人の林間学校→温泉→フェイスケア体験
 - ・Leadmen Wash KOBQ (都会から離れて、手作りのせっけん作り体験プログラム)
- その他、ライフスタイルに根差した活動

日本らしい石鹸といえば、「酒粕せっけん」。

【進める上での課題・協力をいただきたいこと】

- ハンドメイドのため量産ができない。よって製造パートナーの開拓が課題。

～『ものづくり』で『こども』を英雄へ～プロジェクト

メンバー: 株式会社アルストロメリア 代表取締役 高橋 翔

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

様々な家庭環境の中で育つ子ども達が、将来に希望を持てず、やりたい事も見つけられず、己に自信を持てず迷い苦しんでいる中、日本のアイデンティティーである【ものづくり】で自身の適正を発見し、社会的リーダーへと自立していく事を願い、どのような苦境な家庭に生まれても社会を牽引するような活躍ができる人間になれるという事を自覚してもらう事で、将来の日本の課題を解決していく人材を多く育て上げたい。

また、日本のものづくり技術の後継者が減っていく問題に対し、一人前に育つまで時間がかかる職人を増やす、国内にある限りある資源をいかに有効活用し、付加価値をつけ、世界を豊かにできるか、新たなフロンティアを目指す大義ある若者を輩出する事をゴールとしたい。

社会的背景・課題

母子家庭やシングルマザーの低所得世帯の子ども達が金銭の事情で学習の機会を失い、適正を知る事もなく、社会的弱者になっていく不幸が存在している。子どもが自立していけない大人になるのは社会的にロスである。

ターゲット・ニーズ

【子どもを持つ親】

片親では子どもとの時間をつくる事も難しく、勉強も教えてあげられない、遊びは一人でTVゲームをさせておく等、家庭内で子どもが精神的に育つのは難しいと悩んでいる。

【子ども】

親にも怒られた事はない、勉強も特にできるワケでもない、スポーツはそこそこ好きだが得意ではない、何に対しても本気になれず、ナンバー1になった経験がなく、これだけはこの自信・自己肯定感を持ってない子どもたち。

将来的なビジョン・目的・目標

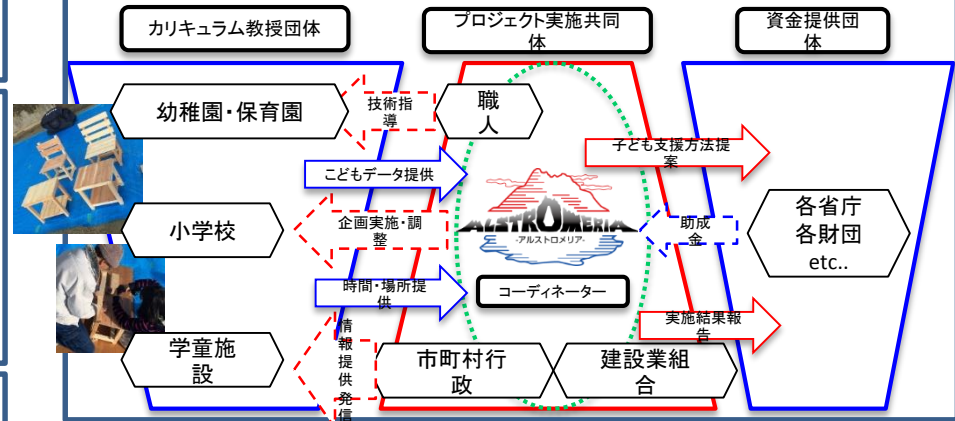
現代社会では子どもには危険だと小学校の図画工作の時間であっても刃物を使わせない、難しい工作物は作らせないと行った過保護かつ、子どもの能力を過小評価する傾向がある為、あえて難しいものに取り組みチャレンジさせる。具体的には工作物で一番加工しやすく、奥深く、難しい、『木工』を体験する機会をつくる。これは学校教諭ではなく、ベテランの大工職人や家具職人による指導で、職人の『技術』の素晴らしさや高齢者とのふれあい、コミュニケーション能力を高める。

解決策・事業概要

地域の小学校や保育園・幼稚園・学童に対し、地域の木工等の職人と共に図工の授業及び放課後のクラブ活動を使って、木工を行う時間を提供する。

授業であれば必ずやらなければならないので全ての子どもに機会を与える事ができ、興味を持ちさらに深めたい子には放課後の時間でさらに本格的なものづくりができる。勉強ができない子、スポーツが苦手な子が唯一ナンバー1を目指せる創造力や技術に自信を持てる。作ったモノはフリーマーケットやバザーで売る、その際子ども自身に店を任せ、自ら作った商品売る事を学んでもらう。買い手に作った商品売り込む営業を体験でき、喜んでもらえる顔を見る事で得意な事や自らの適正を発見する。

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)

これからの日本社会でインフラを維持するには建設職人が足りない。しかし、若者が職人を目指さない。若者はやりたい事が無いがものづくりの道は選ばない。そのギャップを埋めるには幼少期にものづくりの楽しさを学ばないと将来目指す事はない。現代社会では小さい内に本格的なものづくりを体験する事は珍しく、将来進路に迷った際に建設業という選択肢が元々ない事が多くなっている。今後の社会に必要な人材を作り、自立できない大人を減らす事で社会的ロスをなくし、労働人口が少なくなる将来の日本社会インフラを、少ない人間でも維持する事ができる。

進める上での課題・協力をいただきたいこと

行政と民間が組んで一体となってプロジェクトを進める事で、迅速に取り組みを広げる事ができると考えています。

甚大災害が起こった時には、公共の消防隊や自衛隊ではなく、町の建設職人が地域の緊急救助隊となり、人命を救います。地域に顔見知りの職人がいない事はいざという時に困ると知っているだけで救える命はある。

河内ぶどうレーズンサンドによる収益改善

メンバー：奥野成樹

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

ぶどうの専業農家の長男として生まれ育ち、父親の生き方がカッコイイとは思いつつも、実家を継ごうとは思わなかった。創造性に欠け、知的ではない仕事だと思っていたからだ。しかし、震災後の福島県で、厳しいハンデを抱えつつも自由に自分らしく農業をしている若手事業家に出会った。日本で急激に衰退している農業を立て直す事業家になりたいと思い脱サラを決意した。

社会的背景・課題

日本の食料自給率は40%を下回っており、「日本の台所」である東北を襲った東日本大震災でさらに減少の一途を辿っている。一方で潜在的課題として専業農家250万人のうち200万人が65歳以上の高齢者であり、急激に農業従事者が減っているのが現状である。日本の農業を立て直すためには、農業が魅力的な職業であることを伝え、若者に興味を持ってもらうのが第一歩である。

特に課題となるのが「稼げないこと」である。例えば実家のぶどう農家の場合は、収入の大半を収益率のかなり低い市場出荷に頼っている。自分で値付けのできる収益源の確保が必要である。

ターゲット・ニーズ（具体的事例等を交えて）

本当にこだわり抜いた農家ならではの商品は顧客に認められる。たとえば、和歌山県の伊藤農園では一本1000円の高額みかんジュースで年商4億5000万を稼ぐ。

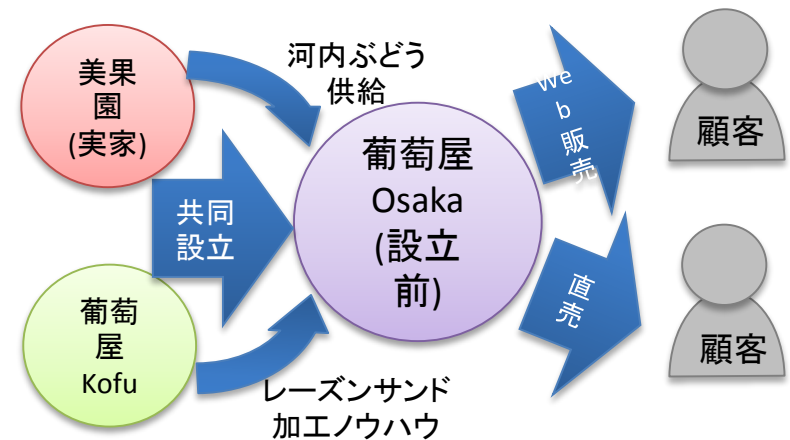
将来的なビジョン・目的・目標

今の自分のような農業事業家を目指す若者の目標となるような存在になりたい。そのために、大阪河内ぶどうといえば「奥野さん」と言われるような知名度と、サラリーマンでは実現が難しい収入・ライフスタイルを実現する。

解決策・事業概要

「河内ぶどうをふんだんに使ったレーズンサンド」
農家としてだけでなく、菓子メーカーになりたい。ぶどう農家ならではの果肉たっぷりでフルーティーなレーズンサンドを作りWeb販売・直売。正当な価格で販売を行なう。

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）

果樹農家を作る加工品にポテンシャルがあることを、農業を志す若者に伝えたい。農業の中でも果樹は収穫までに手間がかかり、参入ハードルが非常に高いが、一方で加工品を作った時の付加価値がやり方次第では認められることを背中中で語りたい。

結果、河内に関わらず、日本に果樹農家が増えることを望む。

進める上での課題・協力をいただきたいこと

まずは、購入して食べていただきたい。そして、忌憚の無い意見をいただきたい。改善を重ね、他にない価値(美味しさ)を創出したい。

ふくしまワイナリー設立による、果樹農家担い手育成及び 耕作放棄地減少モデル事業 メンバー：宇津木政人

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

福島に生まれ、福島に育ち福島で開業致しました。福島の果樹農家と福島の青果店の間に産まれました
私は福島で福島に無かった事業をしたいのです。

社会的背景・課題

未だ後継者不足と、耕作放棄地に悩む福島の農を周知し
若手就農家を増やすべく、自分が安く小さくワイナリー造る
事業モデルになると考えました。

ターゲット・ニーズ（具体的事例等を交えて）

近年の日本ワインに対する関心は高く、毎年3～4件のワイナリーが
新設されている。人気のワイナリーは、新酒発売初日の午前中には完売
し。食に関心の高い方々に、注目を浴びている。

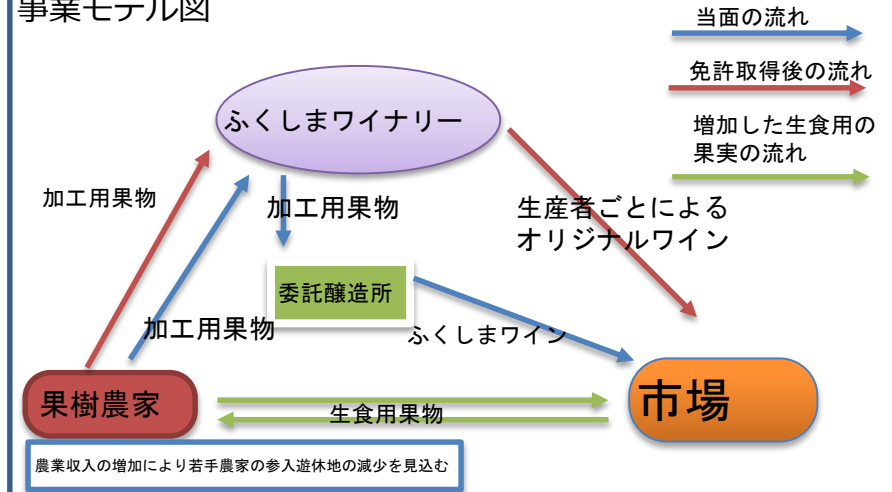
将来的なビジョン・目的・目標

福島の果樹農家さんは、皆自分の生産した果物でワインを
作っていて、それを受託し醸造するワイナリーが軒を並べている。
福島に来れば、フレッシュなフルーツとフレッシュなワインが楽し
める。果物王国福島の再生。

解決策・事業概要

福島の果物で果実酒を作り、飲んでもらう。
農家さんから購入した果物を委託で醸造してもらい、店舗やイベント
にて販売。リサーチ後次年度の栽培果樹の調整、及び醸造担当者との
打合せから、市場の好みにすり合わせる。
余剰の果物での加工品ではなく、醸造用に栽培してもらうために、
農家さんからの買取価格を上げる事が出来。収入を上げる事ができる。
その流通実績からの醸造免許の取得。

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）

桃以外の福島の果物を、果実酒に加工することにより広く周知し
後に構築する醸造所にて、農家さんごとに受託醸造し。農家さんごとに
特色を出したワインを作れる。果物王国福島が果実酒王国福島になり、
広く全国に周知され。ワインを使った観光の街へシフトする

進める上での課題・協力をいただきたいこと

福島の果樹農家さん。
福島の酒卸業及び酒小売店さん。
福島の成人以上の男女による、乾杯は福島のワインで行う運動。

味わう。学ぶ。ふくしま59ヶ所まるごと塾

メンバー：三瓶 恵（郡山医療生活協同組合勤務）

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

私自身、家族が借上げ住宅（みなし仮設）に避難し、避難先の地域で思うように生活ができない家族の姿を見てきた。避難により友人が近くにいない、避難先でも知り合いを見つけることができない、情報が入ってこないなどの理由から引きこもる生活が続いている。現在でも借上げ住宅の生活は避難者にとって暮らしやすい環境ではない。避難者の生活を豊かにすることはもちろん、避難者だけでなく地域で暮らす人までもその地域で楽しく豊かに過ごすために何かできないかと思い、このプロジェクトを立案した。

社会的背景・課題

避難者は震災という外的要因によって、様々な行動を制限してしまっている。
今後、身体機能の低下や、健康状況の悪化、孤独感やストレスからの精神的障害をうむことになる。

【課題】

- ・避難者であるという負い目や負のイメージの払拭
- ・避難者であることを隠さず、周りの目を気にせず暮らせるようになること
- ・避難者と地域住民の“避難者”に対する価値観を変えること

ターゲット・ニーズ

【ターゲット】

郡山市の借上げ住宅（みなし仮設）で暮らしている人、郡山市民
（H26年6月現在、総避難者数251,419人のうち132,318人が借上げ住宅で暮らしている（52.6%）郡山市の借上げ住宅避難者は6,514人（H26年4月現在））

【ニーズ】

避難者であることを隠さず暮らしたい、負のイメージを払拭したい、知り合いを見つけない、やりたいことを自由にやりたいなど行動を制限している要因を払拭する。

将来的なビジョン・目的・目標

【ビジョン】避難者自身も地域住民も“避難者”がその地域で暮らすことが当たり前だと思える価値観の形成

【目的】良い暮らしをしたいという共通の目的の交流から、地域や地域住民とのつながりを持つことで行動を制限していることを払拭するきっかけをつくる

解決策・事業概要

【解決策】「味わう。学ぶ。ふくしま59ヶ所まるごと塾」

→福島県の食（郷土料理、特産品）をテーマに、郡山市で暮らす人向け（借上げ住宅で暮らす人、地域住民）の講座の開催。

○福島県の59市町村すべての郷土料理、特産品を調理し食べる。作るだけでなく、その市町村の観光や特徴などを学び、ふくしまをまるごと学ぶ内容とする。参加者には自分の出身地などの回の講座には講師になってもらう。また、各地の郷土料理を扱う店舗の方や生産者、市町村推薦の方など福島県に關係のある方を講師にする。市町村の概要や観光地、行事、郷土料理、特産品、レシピなどをまとめた“MYふくしま本”を作成する。栄養士を交え、参加者の食生活を整える。

事業モデル図 テーマ「福島県の食」



プロジェクトの特徴（社会的意義・波及効果・新規性等）

- 福島県の市町村すべてを対象にするという講座内容から、
- ・参加者は福島を改めて知ることができ、福島全体と繋がることできる
 - ・避難者は出身地を話すことに後ろめたさを感じにくくなるため、避難者と地域住民のスムーズな交流がはかれる
 - ・避難者も地域住民も平等の交流となる

協力団体として、

- 【市町村】 地域の郷土料理、特産品等の宣伝、衰退防止
- 【生産者】 消費者との交流の場、宣伝
- 【企業】 宣伝

進める上での課題・協力をいただきたいこと

【課題】

- ・参加者が集まるか、協力団体からの協力を得られるか
- ・事務局体制の確立

【協力いただきたいこと】

- ・借上げ住宅に住む人や、講師になって下さる方などの人の紹介

福島発！タブレット講座～潜在的な社会課題の解決～

メンバー：浜中圭助

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

自身の介護の経験を基に今後高齢者がタブレット等を用いてインターネットとつながるようになることが、高齢者と若者双方の負担を軽減するために必要だと思ったから。

社会的背景・課題

震災後に避難をした多くの方は家族とは離れて暮らし、見知らぬ土地での生活を余儀なくされている。多くの方が孤独、不安を感じている中で体調を壊す人、命を絶ってしまう人が急増している。

ターゲット・ニーズ

- ・仮設住宅、借上住宅に住む他者との接点を持ちたいと思っている人たち。
- ・将来インターネットの活用が必須になる高齢者層

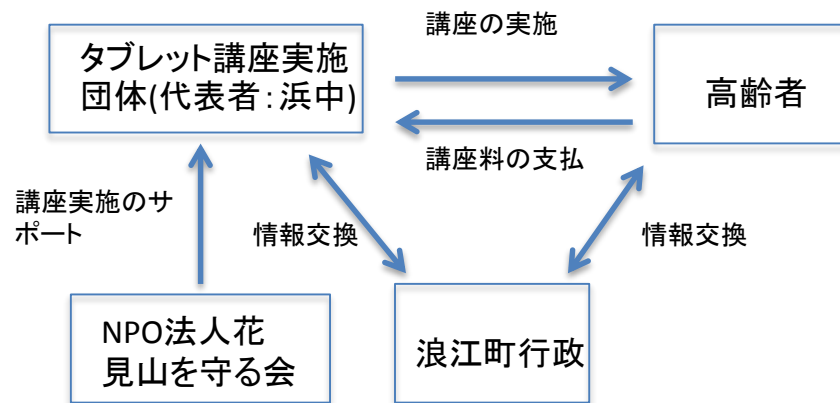
将来的なビジョン・目的・目標

- ・通年でタブレットを講座を通じた会話、交流の増加。
- ・各地域でタブレットの使用率を30%にする。
- ・3年を目処に高齢者とIT企業がリリースするアプリのモニターを実施する事業の展開。
- ・5～7年後を目標に千葉市で実施されている日々街で起こっている困り事の情報をダイレクトに行政に伝える千葉レポアプリの福島版をリリース。

解決策・事業概要

- ・福島県浪江町民に配布されるタブレット端末を用いてタブレットの体験会、講習会を実施する。
- ・体験会を通して人との触れ合いの増加。
- ・講習会を通してタブレットを使用して買い物(楽天マート等)、会話(Skype等)の実践が行えるようにする。

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)

タブレットの配布を行った自治体で事業がうまくいっておらず、タブレットが使えるようになるメリットは知られていないに等しい。その中でタブレットを知る、使えるようになる高齢者が増えることは高齢者の自立を促し、若者の介護への負担が軽減が可能と考えております。

進める上での課題・協力をいただきたいこと

浪江町だけではなく、可能な限り多くの方にタブレットが使えるようになって欲しいと思っています。活動を継続的に行っていくにあたってタブレットの体験会、講座の講師のお手伝い、タブレットを扱う高齢者のサポートメンバーの協力をお願いしたいです。

自然エネルギーを起点としたクリーンな街作り

メンバー：半澤 純

プロジェクト立案に至った企画者の思い・背景

福島県は原発事故による影響が依然として続いています。福島県富岡町出身で電機メーカーに勤めている自分に何ができないか、貢献できる事はないか。

社会的背景・課題

原発事故による風評被害で福島県の農業、漁業は深刻な状況であり、また福島県に暮らす住民も年々疲弊している状況です。その状況の中でエネルギー供給については、各民間企業が持っている先進技術を導入し、福島県を自然エネルギーの聖地にし、クリーンなイメージをアピールし、風評被害、福島県のイメージアップに繋がりたいと考えています。

ターゲット・ニーズ（具体的事例等を交えて）

【ターゲット】

福島県内の各地域自治体。

【ニーズ】

- ・避難区域で税収が落ち込む各自治体
- ・震災により雇用が失われた各住民に対して雇用の場を創出する。

将来的なビジョン・目的・目標

【ビジョン】

太陽光、風力、地熱発電を中心としたエネルギーの供給体制の構築。

【目的・目標】

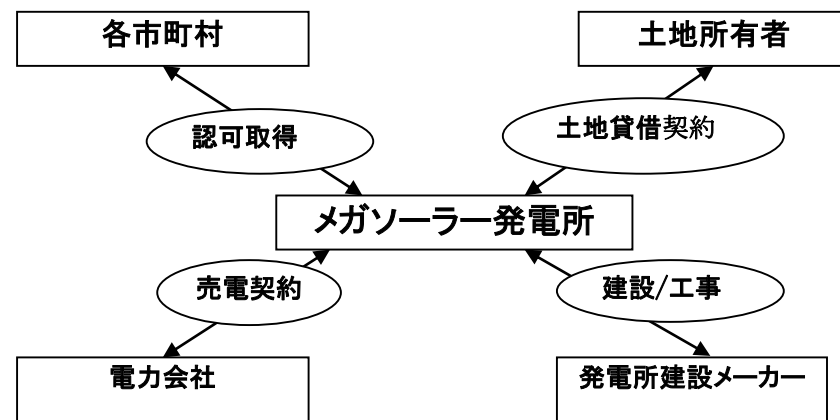
自然エネルギーを起点とした自給自足体制及び他エネルギーとのバランスの良い共存

解決策・事業概要

1. 住宅、病院、学校への電力を自然エネルギーを中心とした自給自足型体制の構築を目指す。
2. 街灯、照明についてはLEDの省エネ技術の採用

上記2点を基軸によりスマートタウンの構築を目指し、福島県を自然エネルギー、省エネ技術の聖地にする。福島県の復興を地道ながらアピールし日本の復興を目指していきたいと考えています。

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）

1. 原子力発電の他に自然エネルギーを活用する事により、エネルギーの多様化、代替化が図れる。
2. LEDランプ等の省エネ技術を導入する事により、電気コストの大幅な削減が見込まれる。上記より福島県を環境技術の先進導入事例として、エコでクリーンなイメージを構築できると考えています。

進める上での課題・協力をいただきたいこと

現状として、再生可能エネルギーの固定価格買い取り制度を巡り、メガソーラー発電所の新規認定を中止する方向で検討がされています。既存のメガソーラー施設の周辺に農業、観光業を発案させるといった、工夫が必要で、どのように応用させていくかが課題と考えています。