

2024年6月

2024年度 地域ビジネススタートアッププログラムin四万十町 Day1 ビジュアルレポート

高知大学 地域協働学部
コミュニティデザイン研究室



構成

1.プログラム概要	p.2
2.インプット：地域ビジネスの進め方	p.14
①地域ビジネスの考え方	p.15
②地域ビジネスのプロセス	p.18
③なぜ、原体験やWHYが重要なのか？	p.25
④テーマの着想観点	p.30
⑤地域ビジネスに取り組むポイント	p.33
3.キーノートスピーチ：守時健氏（株式会社パンクチュアル 代表取締役）	p.38
4.ワーク：自己理解ワークショップ	p.43
5.実施風景	p.50
①オリエンテーションからチェックイン・アイスブレイクの様子	
②インプットの様子	
③キーノートの様子	
④自己理解ワークの様子	

1.プログラム概要

プログラム概要

■ 名称：

地域ビジネススタートアッププログラム in四万十町

■ 回数：

全9回

-6回目以降は、モチベーションとアクションの状況を踏まえて選定予定

■ 期間：

2024年6月22日～2025年3月22日

■ 主催・運営：

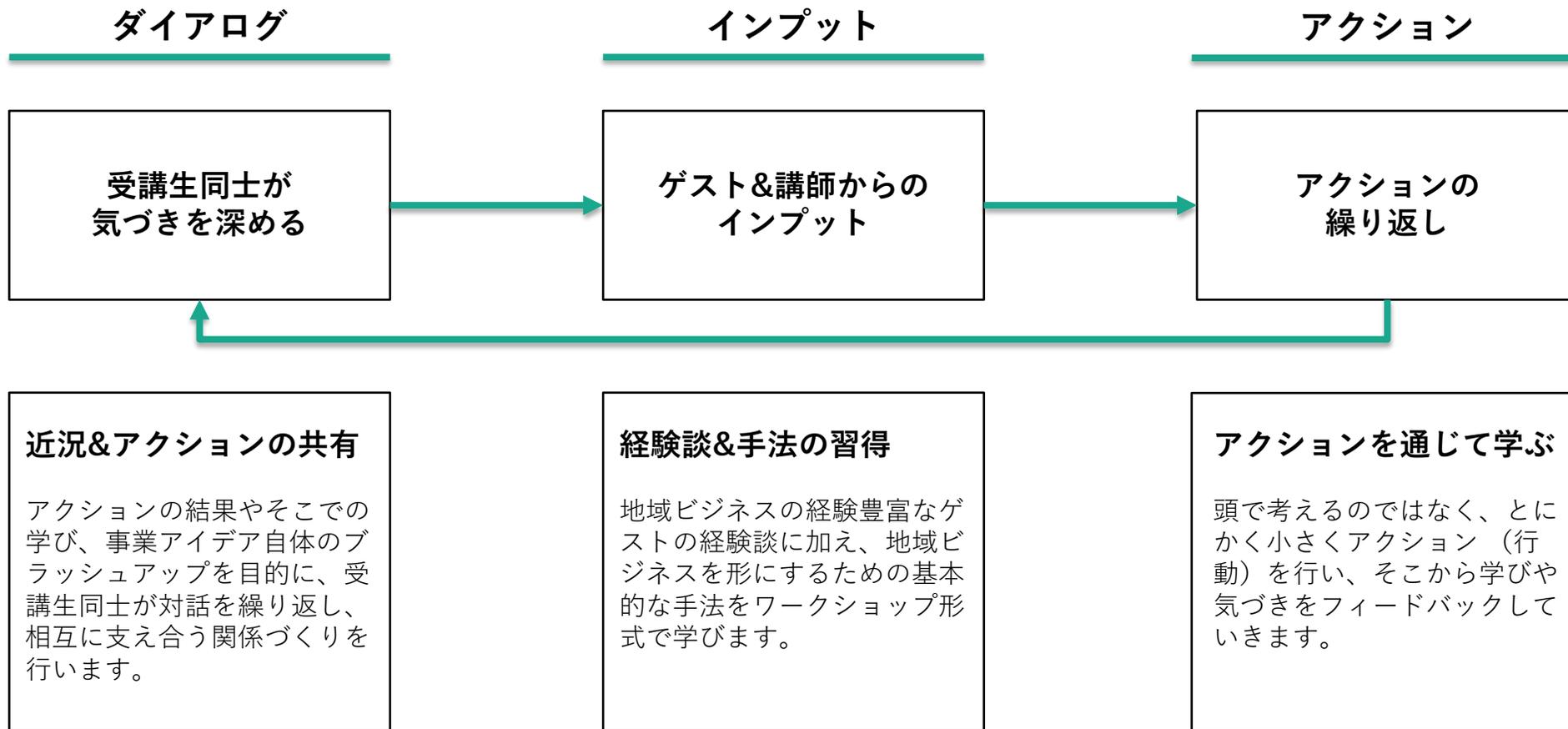
主催：四万十町

運営：高知大学地域協働学部コミュニティデザイン研究室（須藤順研究室）

スケジュール

講座回	実施概要
第1回	6/22：地域ビジネス概論&当事者意識の掘り起こし（自分のWill/Why&事業のWhy）
第2回	7/27：顧客の抱える課題を見つけるための観察・リサーチの方法
第3回	8/31：アイデアの生み出し方&コンセプトの作り方
第4回	10/15：試作品・モデルの制作&検証方法
第5回	11/9：デモデイ（アイデア発表・体験イベント）
第6回	12/14：地域プロモーション&ファンマーケティングの考え方
第7回	1/11：ビジネスモデル（リーンキャンバス）の設計&ビジネスプランの作り方
第8回	2/1：ストーリーテリング&クラウドファンディング（資金調達&テストマーケティング）の進め方
第9回	3/22：最終報告会

プログラム構造



プログラムポイント

- ①自分らしい地域ビジネスの構築
- ②経験豊富なメンター陣によるサポート
- ③アイデア創造からビジネスモデル構築まで一貫サポート
- ④学び合う・支え合うコミュニティの形成
- ⑤学生による伴走型サポート

自分の強みや得意なこと、
好きを活かしながら、
自分が心からやりたいと思える
事業を創り出していく

自分・身の周りの人を幸せにする事業創り

ゲスト & メンター



守時 健さん

株式会社パンクチュアル
代表取締役



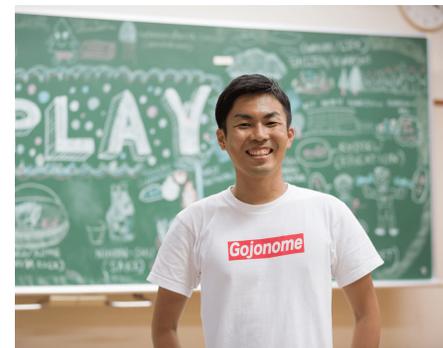
鷺谷 恭子さん

株式会社ケイリーパートナーズ
代表取締役 / 2 hours 代表



町田 美紀さん

株式会社VISIONECT 代表取締役
/ 株式会社and. 取締役



丑田 俊輔さん

シェアビレッジ株式会社 /
ハバタク株式会社 代表取締役



浅野 聡子さん

株式会社StoryCrew
代表取締役共同経営者



瀬戸口 信也さん

合同会社
高知カンパーニュブルワリー
代表取締役



須子 善彦さん

マイプロジェクト株式会社
代表取締役



原 亮さん

エイチタス株式会社
代表取締役

学生メンター



柳原 伊吹

高知大学大学院 総合人間自然科学
科学研究科 地域協働学専攻 2年



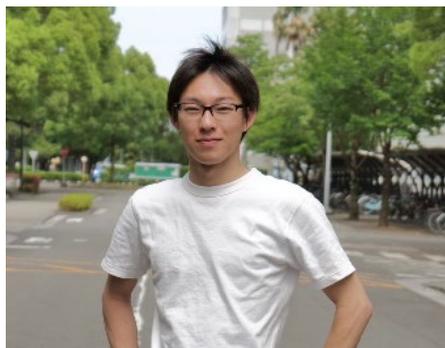
西上 一成

高知大学大学院 総合人間自然科学
科学研究科 地域協働学専攻 1年



杉田珠夢

高知大学 地域協働学部
地域協働学科 4年



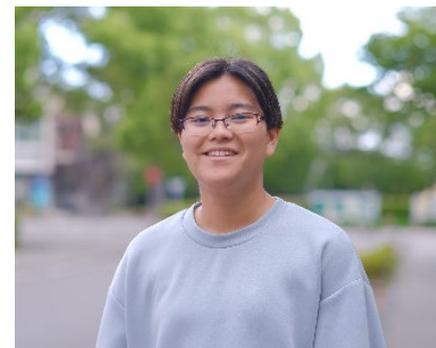
田村 敢

高知大学 地域協働学部
地域協働学科 4年



奈良 可南子

高知大学 地域協働学部
地域協働学科 3年



小池 乙歌

高知大学 人文社会科学部
人文社会科学科 2年

学生メンター



松原 彩耶香

高知大学 地域協働学部
地域協働学科 2年



竹中 楓

高知大学 地域協働学部
地域協働学科 1年



宮田 華菜

高知大学 地域協働学部
地域協働学科 1年

支援内容

①個別メンタリング/集団メンタリング

活動を進める中での悩みや不安、事業化に向けての課題、事業内容について経験豊富なメンター陣からのサポートが受けられます。

②プレゼンテーション機会の提供

プログラム内はもちろん、様々なプレゼンテーション機会を提供し、自らのアイデアへのフィードバックや協力者集めの機会を提供します。

③地域との関係づくりに向けたコーディネート支援

事業化に向けて地域内の事業者や関係部署を紹介し、事業の現実に向けたコーディネートを行います。

④活動サポート

高知大学コミュニティデザイン研究室所属の学生が受講生の取り組みをサポートします。

⑤試作品・モデルの実証実験経費の一部補助

試作品の開発や実証実験に係る経費の一部を補助します。

⑥オリジナルテキスト『地域ビジネススタートガイドブック』の提供

地域ビジネスに取り組む際に必要となる視点や考え方、アイデアを形にするための各種フレームワークをまとめたオリジナルテキストを無料で提供します。

大切にしてほしいこと = 講座全体を通してのルール

- ① 安心・安全の場をみんなで創ろう
- ② ありのままの自分を素直に出そう
- ③ 仲間・プロジェクトを評価しない
- ④ プロジェクトは変わってOK!
- ⑤ お互いが最大の応援者になる

自分を深く理解し、自分のwillと事業のwhyを可視化する
&
仲間を深く理解する

2.インプット：地域ビジネスの進め方

①地域ビジネスの考え方

コミュニティ・ビジネスの一般的定義

コミュニティ・ビジネスに関する主要な定義は以下のものがあげられる。

◆細川信孝（1999）

「地域住民がよい意味で、企業的経営感覚をもち、生活者意識と市民意識のもとに活動する『住民主体の地域事業』」

◆本間正明・金子郁容他（2003）

ミッション性：コミュニティに貢献するというミッションを持ちその推進を第一目的とする。

非営利追求性：利益最大化を目指していない。

継続的成果：具体的な成果をあげ、活動が継続して行われる。

自発的参加：活動に参加する人は自発的に参加している。

非経済的動機による参加：活動に参加する人の動機は金銭的なものを第一とせず、むしろ、生きがい、人に役立つ喜び、コミュニティへの貢献など非経済的なものが主である。

◆関東経済産業局 コミュニティビジネス/地域コミュニティ

「コミュニティビジネスとは、地域の課題を地域住民が主体的に、ビジネスの手法を用いて解決する取り組み」

地域ビジネスの要件とポイント

地域ビジネスの要件としては、次の4つが指摘できる。

- ① 「地域住民」が主体であること
- ② 「地域課題解決」を主の目的としていること
- ③ 「地域資源」を活用すること
- ④ 持続可能な「事業」として展開されること

加えて、実践を想定した場合、次の3つを意識して取り組むことが大切になる。

①課題解決が主要なミッション（目的・動機）

個人的利益の獲得が第一義的な目的ではなく、地域や社会の課題解決を主要なミッションとすること。

②機会を見つけ、活用されていない資源を活用し、事業を行う（資源）

根本的（本質的）な問題解決の機会を見つけ出し、活用されていない資源（特に、社会関係資本）や他領域の資源（人・手法・ノウハウなど）を活用すること。

③地域や人・組織とのネットワークを構築し、協働・共創を重視（プロセス）

個人の才能や力だけでなく、仲間や地域、他組織と協働・共創しながら解決を目指し、社会的なインパクトを広げるために多様な主体と協働すること（コレクティブ・インパクト）。

②地域ビジネスのプロセス

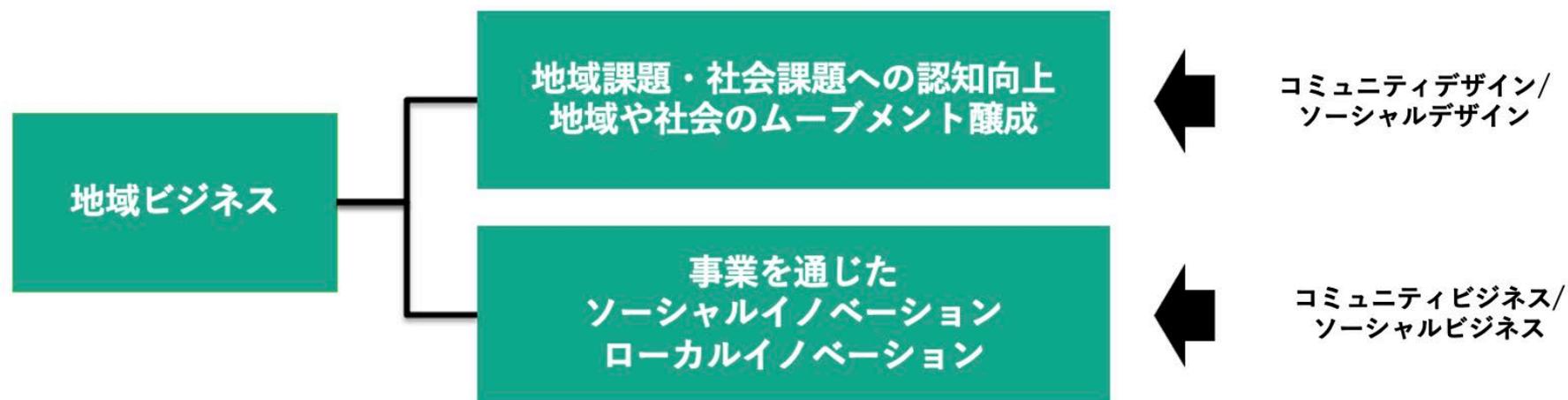
地域ビジネスの構成

地域ビジネスは、「地域課題・社会課題への認知向上、地域や社会のムーブメント醸成」を行うコミュニティデザイン/ソーシャルデザインと、「事業を通じたソーシャルイノベーション、ローカルイノベーション」を実現するコミュニティビジネス/ソーシャルビジネスの2つの構成要素に分けて理解することができる。

コミュニティデザイン/ソーシャルデザインは、地域の中で問題として認識されていない問題に光を当て、周囲に問題を認識してもらうきっかけづくりや問題解決に取り組むコミュニティを醸成していくことを目指すことになる。

コミュニティビジネス/ソーシャルビジネスは、地域課題の解決を事業として行うアプローチで、多様な主体との協働を通じて、新たな課題解決の方法を生み出したり、ローコストで課題解決ができる仕組みを構築することを目指すことになる。

地域ビジネスでは、この二つの取り組みを同時並行で進めていくことが肝要となる。

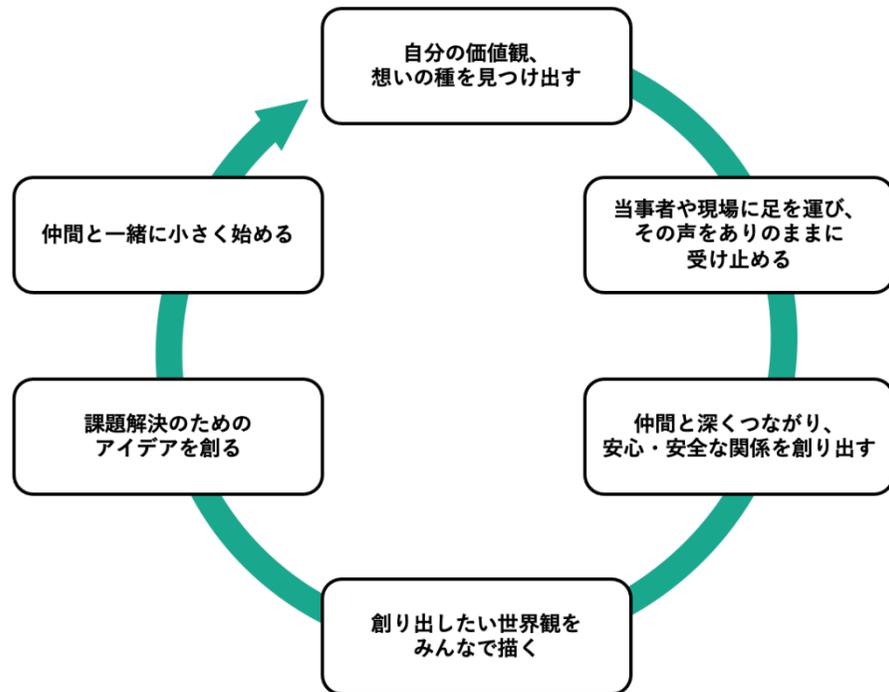


地域ビジネスの展開プロセス

成果を出している地域ビジネスの事例では下記のような6つの展開プロセスを丁寧に進めていることが明らかになっている。事業モデルありきで人を集めたりする活動を展開した取り組みは地域ビジネスでは失敗していると指摘されている。

地域ビジネスのプロセスとして、「①自分の価値観、想いの種を見つけ出すこと」、「②当事者や現場に足を運び、その声をありのままに受け止めること」、「③仲間と深くつながり、安心・安全な関係を創り出すこと」、「④創り出したい世界観をみんなで描くこと」、「⑤課題解決のためのアイデアを創ること」、「⑥仲間と一緒に小さく始めること」の6つがあるが①が最も重要になる。

地域社会に問題や取り組めるビジネスは多数存在するが、仲間を集めるプロセスでは自分の想いに基づいて取り組んでいるかによって理解される・応援される・仲間を集める上で大きな差が生まれる。



①	自分の価値観、 想いの種を見つけ出すこと	事業の中心となる人物が自分に向き合い、想いを見つける点で全てのプロセスの中で最も重要なポイントである。
②	当事者や現場に足を運び、 その声をありのままに受け止めること	実際の現場に出て、自分の想いを他者と共有して本当に求められている事が確認していく事が重要になる。
③	仲間と深くつながり、 安心・安全な関係を創り出すこと	地域では必要な人材がいるわけではない。そのため、一緒に事業に取り組む仲間と信頼形成を行いチームづくりが重要になる。
④	創り出したい世界観をみんなで描くこと	共に事業を進めるため、仲間と一緒に、理想の未来や事業が成功させて実現したいビジョンを考えていく必要がある。
⑤	課題解決のためのアイデアを創ること	考えたビジョンに基づいて実際の課題を解決するためのアイデアを形にする事が重要になる。
⑥	仲間と一緒に小さく始めること	アイデアも最初から取り組み可能な範囲で小さく形にし、次第に大きな事業に取り組める環境を作っていく必要がある。

地域ビジネスに取り組む最重要ポイント

地域ビジネスに取り組む上では、「ATI（圧倒的当事者意識）」が最も大切な要素となる。これは、「あなたにその事業をやる明確で・納得感のある理由があるかどうか」ということを意味している。

「ATI（圧倒的当事者意識）」を持つべき理由は、ビジネスそのものは簡単に成果が出ないことが多くやり続けられるものである必要があるからである。

事業やプロジェクトそのものは、かなり表層的な物であり、背景には取り組みたい理由となる原体験などが隠れている。逆に言うと、事業やプロジェクトに取り組みたい原体験が無い場合や思いが強くない場合は「ATI（圧倒的当事者意識）」を持たない事になるためビジネスアイデアの再検討をした方が良い。

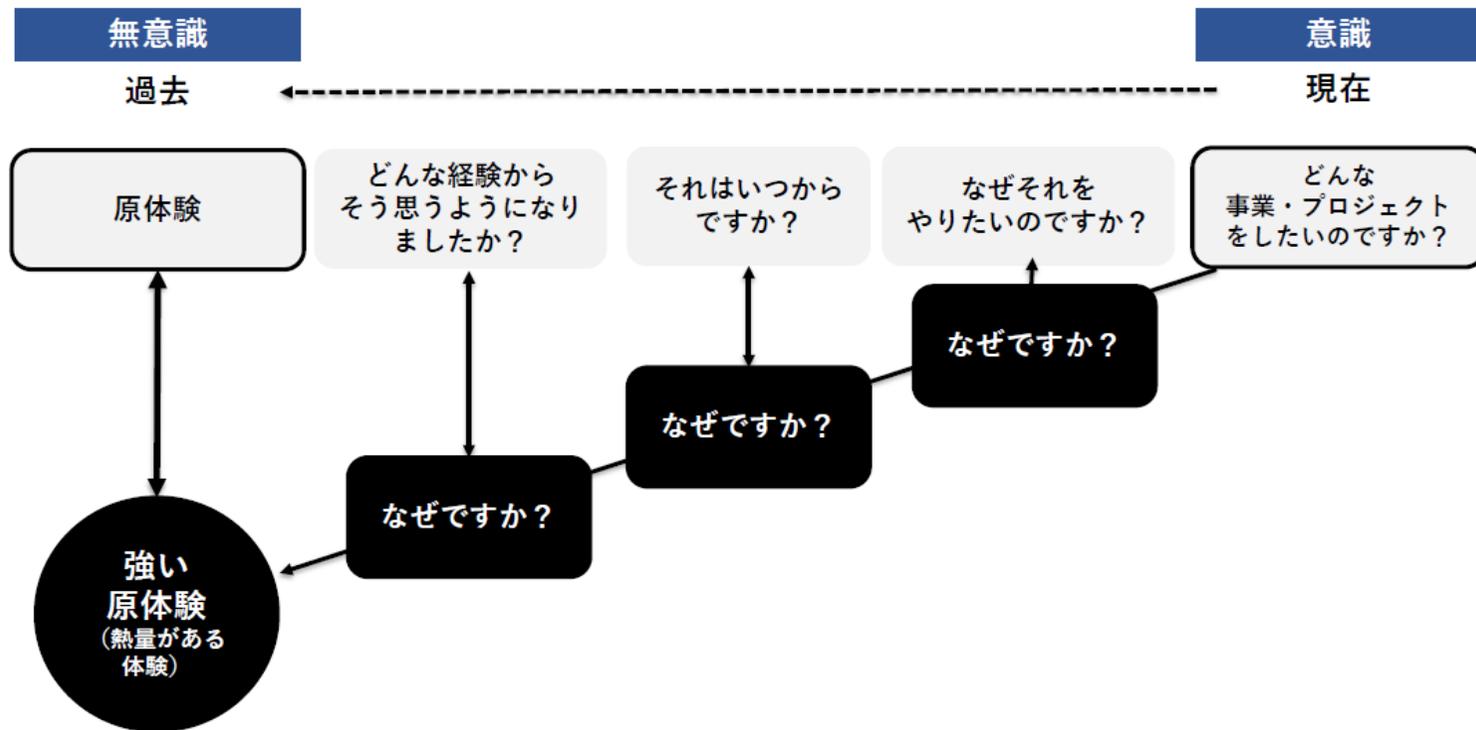
圧倒的 (A)
当事者 (T)
意識 (I)

地域ビジネスに取り組む当事者性を高めるには

当事者性を自覚するためには、自分自身の存在意義やなぜその事業に取り組むのかという「Why」を何度も問い続けることが求められる。

自分自身が現在取り組みたいと考えている事業やプロジェクトについて「Why」を5回以上問いただけると良いとされている。

単純な動機以上にその背景に隠れている過去の経験や経験に基づく感情や認識について確認する事で、自分自身が事業やプロジェクトに取り組む納得感が獲得され、周囲にも自分自身が事業に取り組む理由を語るできるようになるとされている。



ゴールデンサークルの視点

ゴールデンサークルは、サービスや製品について伝えるときに人の行動変容を起こしやすい伝え方を図式化したものであり、「Why」、「How」、「What」の3つの要素から構成される。

①Why

Whyは自分が本当にしたいことを言語化したものである。好きや強みを探求し、「なぜ私がそれをするのか」、「本当に、私はそれがしたいのか」、「自分の存在意義を感じるか」を深掘りして考える必要がある。

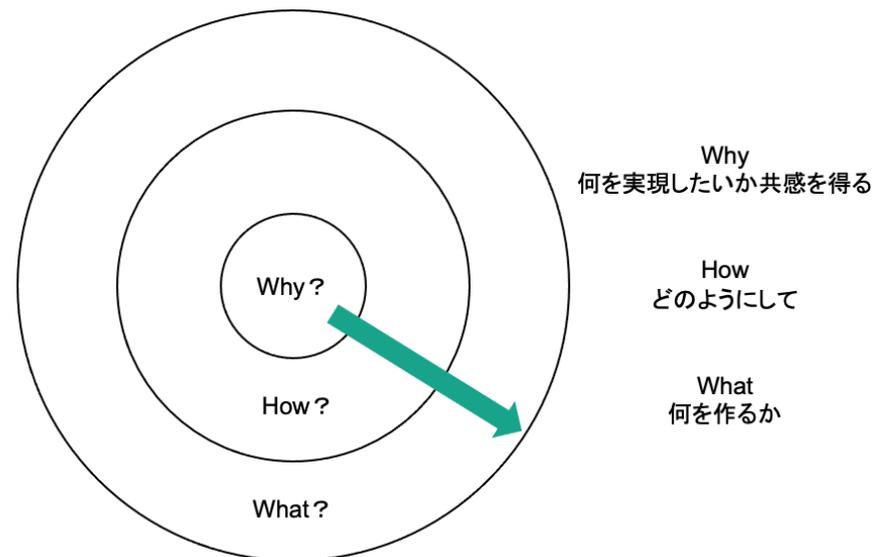
②How

Howはアイデアを具体的な方法に落とし込んだものである。「自分のアイデアを現実的な価値として社会に届けられる方法は何か?」という問いかけを繰り返し、最終的に1つの方法に絞り込む必要がある。

③What

Whatは、Whyを実現するためのアイデアである。自分の好きや強みを踏まえてどんな価値が提供できるか考える必要がある。

私たちは、アイデアを説明する時に「何を(What)」から語りがちであるが、顧客に製品を購入してもらったり、地域ビジネスのように事業を進める上で仲間を作る必要性や地域住民の理解を得るような行動変容を求める場合は、「なぜ(Why)」に向き合い、語る必要がある。



ゴールデンサークルの構成要素の詳細

①Why（なぜ私が？）

Whyの観点では、自分が本当にしたいことを言語化し、好きや強みを探索していく。深ぼる上では、「なぜ私がそれをするのか？」、「本当に、私はそれがしたいのか？」、「本当に、それは自分（組織）の存在意義に通じることなのか？」などを自分自身が組織で取り組む場合は組織メンバー間で確認をしていく必要がある。

Whyの観点は3つの項目の中で最も重要である。成熟した世界では新しい物を作るだけでは価値が生まれない時代になっているとされる。それは、作る人そのものがどの様な世界感を目指してプロダクトを作ったかによって消費者は購入や応援するかの意思決定をするためである。

②How（どのように提供する？）

アイデアの種をもとに、問いと対話で深掘りし、最終的に1つに絞っていく必要がある。どうやって自分のアイデアを現実的な価値として社会に届けられるかを検討する。

WhatとWhyを何度も行き来しながら、「顧客に届ける方法は適切か？」、「どの様に届けるか？」、「顧客に届くまでのプロセスはどの様な構造になっているか」についても考える必要がある。

③What（どんな価値を？）

自分の好きや強みを組み合わせて、自分らしいアイデアの種を探索していく。自分を活かしてどんな価値を提供できるかという視点で考えていく。対して、自分に無い技術や知識は無理に獲得するよりも自分の思いに共感する存在を味方にしていくなどしてアイデアを形作ると良い。

アイデアが原体験に基づいており、伝えたい価値を伝えられる形態になっているか、アイデアは適切かを何度も問いかけて形にする。

③なぜ、原体験やWhyが重要なのか？

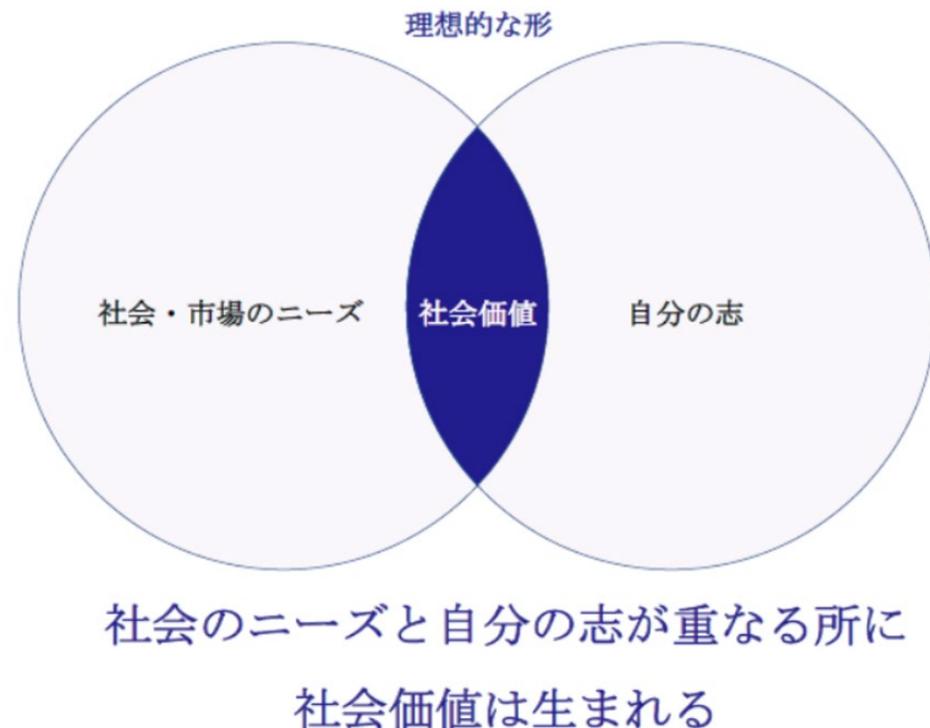
志ファーストの事業とは？

自分の原体験やWhyを表出化した自分の志に基づく事業は簡単には社会価値にはならない。

社会価値は、自分の志と社会・市場のニーズが重なる境界線部分に生まれる事が明らかになっている。

そのため、自分の志部分の原体験やWhyについて事業の形にするだけでは不十分であり自己満足なものになってしまう可能性も存在する。

重要なのは社会・市場のニーズについて耳を傾けながらも自分の原体験やWhyにあたる自分の志に基づく事業を展開し両者のバランスを取ることができる事業を見つける事である。



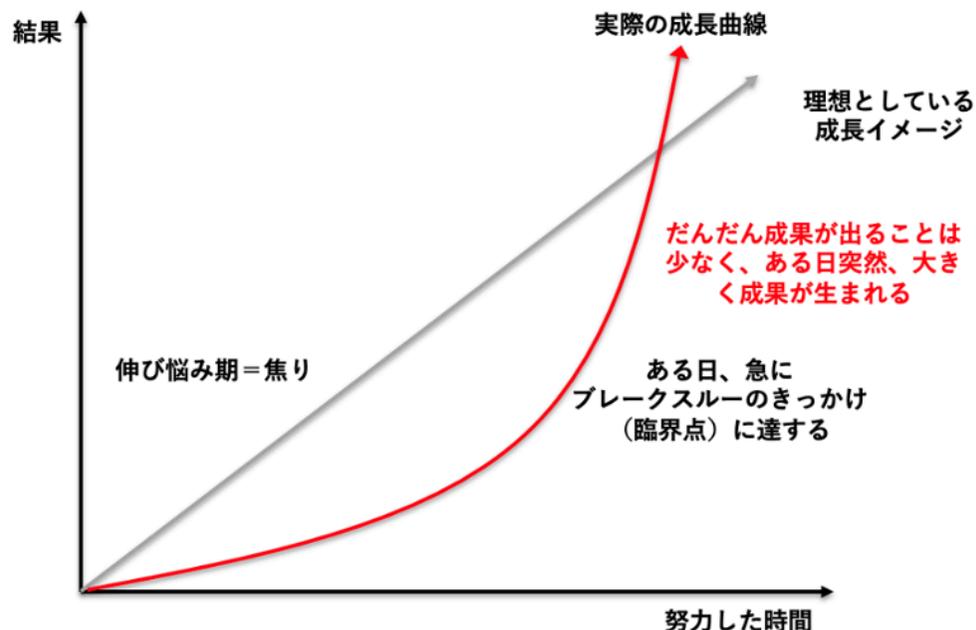
地域での取り組みの成長曲線

地域ビジネスなどの社会課題解決を目的にしている事業は、社会・市場のニーズが存在していない可能性も高い。そのため、努力をすれば成長していくというような本来理想にしている成長イメージ通りに成果は出ないとされている。

取り組みや事業は評価されない、売れないどころか結果が出ずに否定される可能性も存在する。こうした地域ビジネスなどの事業の成長はJカーブとして表現されており、だんだん成果が出ることは少なく、ある日突然大きく成果が生まれるとされている。そのため、成果が出ない間も事業に取り組み続けることが重要になってくる。

取り組み続けられる事業は、自分の志にあたる原体験やWhyに基づくものでないと厳しくなってくる。そのため、自分の志について向き合うことが重要なのである。

地域での取り組みの成長曲線



エフェクチュエーション

原体験やWhyの重要性を考える上で参考になる考え方として「エフェクチュエーション」が存在している。これは熟達した起業家の行動様式の共通点を整理したものである。その主要な要素は、

①「**手中の鳥**」の原則、②「**許容可能な損失**」の原則、③「**レモネード**」の原則、④「**クレイジーキルト**」の原則の4つが存在している。

エフェクチュエーションの考え方は、従来の事業を作るために必要な考え方とされていたコーゼーションの思考様式と反対の思考様式を取ることが明らかになっている。自身や自社に資源が少ない状況ではエフェクチュエーションの思考様式を採用し、事業のためにアクションをしていく事が求められる。

エフェクチュエーション：4つの原則

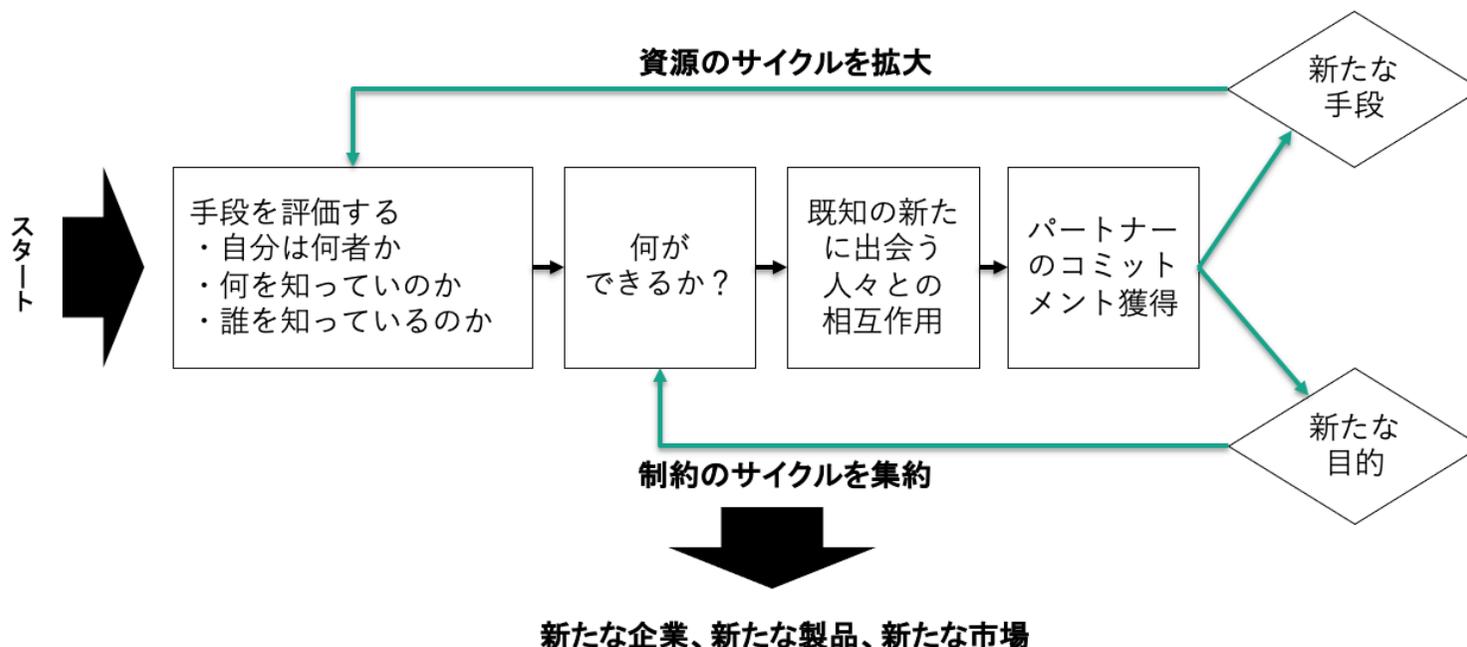
4つの原則	エフェクチュエーション	コーゼーション
「 手中の鳥の原則 」 (Bird in Hand)	<ul style="list-style-type: none">・自分が持っている手段からスタートして、可能な結果をデザインする。・「自分は誰か」「何を知っているか」「誰を知っているか」からスタートする。	<ul style="list-style-type: none">・目的や特定の結果からスタートする。(コーゼーション)・具体的に何から行動すればいいか見えにくい。・ビジョンがあっても必要なリソースがそろっているケースは稀で、行動を妨げる。
「 許容可能な損失の原則 」 (Affordable Loss)	<ul style="list-style-type: none">・どこまでの損失なら許容できるかを基準に選択する。	<ul style="list-style-type: none">・「一番うまくいきそうなのはどれか」、また「一番成果が大きそうなのはどれか」が選択基準
「 レモネードの原則 」 (Lemonade)	<ul style="list-style-type: none">・不確実性や予期せぬ出来事をリソースと捉え、テコとして活用する。・失敗を学習経験として捉える。	<ul style="list-style-type: none">・失敗しないように安全な道を選ぶ・予測のために時間を使う
「 クレイジーキルトの原則 」 (Crazy-Quilt)	<ul style="list-style-type: none">・顧客や競合もパートナーと見なし、提供される資源を柔軟に組み合わせて価値を生み出す。	<ul style="list-style-type: none">・顧客や競合は何らかの利益やメリットを提供する存在と認識

エフェクチュエーションの最重要ポイント

4つの原則で最も重要な原則が、「手中の鳥の原則」である。優れた起業家は自分が持っている手段からスタートして可能な結果をデザインすると言われている。この手段とは「自分は誰か」、「何を知っているか」「誰を知っているか」からスタートすると言われており、原体験を軸として自分の持っている、周囲にある資源を活用してビジネスを進めていく事が指摘されている。

手元にある手段を用いて事業に取り組む事によって無理なく事業を始める事ができる点や、実際に行動を起こすことによって人や機会に出会う事から、新たな手段や新たな目的が生まれ、事業を拡大させていくことができる。つまり、遠い世界を変えるよりも、手元にある物を活用する、また自分自身にまずは目を向けて自分の原体験やWhyについて深ぼる事やこれまでの人生経験を踏まえて知っている人や知っていることについて考えていくことが重要になる。

エフェクチュエーションの流れ



④ テーマの着想観点

テーマ着想の視点

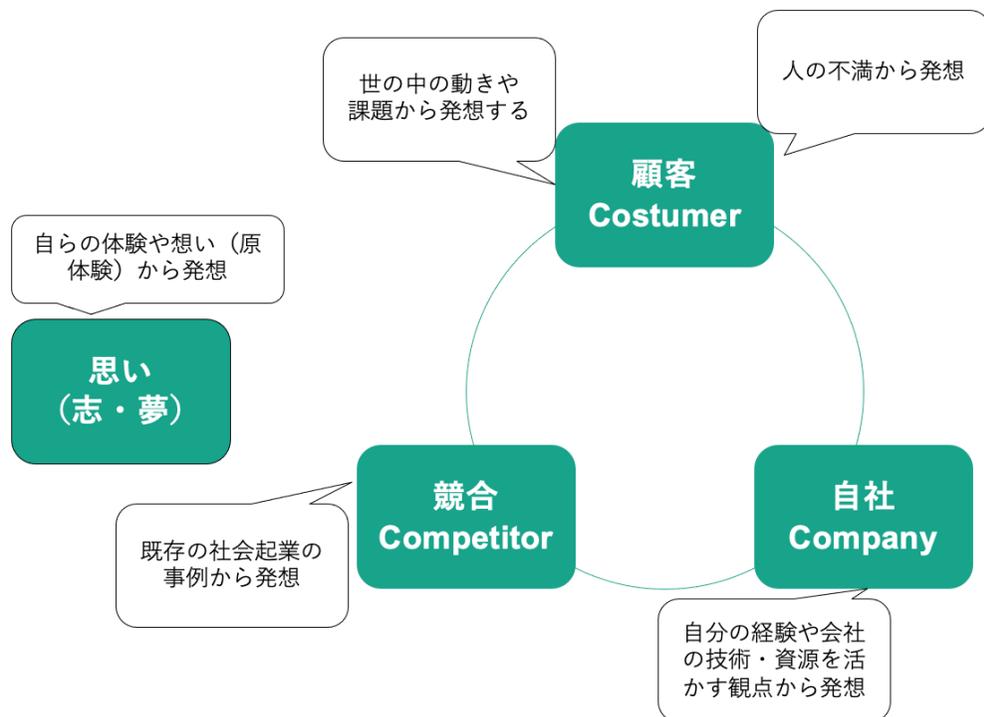
テーマ着想は、「思い・志・夢」という自分起点のもと、「顧客・自社・競合」などの他社や周囲環境起点の2つの視点から考えることができる。

1つ目は、「思い・志・夢」という自らの体験や思い（原体験）から発想することである。

この場合、自信の過去について「Why」を問いかけて深ぼり、「思い」について明確化していく必要がある。

2つ目は、「顧客・自社・競合」などの市場状況から「人の不満」、「世の中の動きや課題」、「既存の社会起業の事例」、「自分の経験や社会の技術・資源を活かす観点」などから発想することができる。

この場合も「Why」を問いかけてなぜその事業に興味を持ったか問いかける必要がある。また、その課題感が自信の思い込みではなく顧客の困りごとであることを確認するために実際の顧客の声を聞く必要もある。



テーマ選択の視点

テーマを思いついた場合、「社会問題の重要度」や「自分の適応度」からテーマを選択すべきかを判断すると良いとされている。

社会問題の重要度の観点については、社会価値と成長性の2軸から考えることができる。

社会価値は、「問題の深刻性」や「解決した時の波及効果」から考えると良いとされている。

成長性は、「問題を抱える人の増加可能性」や「問題そのものが深刻化する可能性」から考えると良いとされている。

自分の適応度の観点については、経験・資源と自分の価値観・目標の2軸から考えることができる。

経験・資源は、「自分の経験が生きる分野か」や「自分の所属する組織の技術の適用可能性」から考えると良いとされている。

自分の価値観・目標は、「自分が大切にしている価値観・目標と合っているか」や「心の底からやりたいと思えるか」などの観点から考えると良いとされている。

社会問題の重要度

社会価値

- ・その問題はどれほど深刻か？
- ・解決すると喜ばれるか？
- ・定量的な目標はあるか？

成長性

- ・問題を抱える人は今後増えそうか？
- ・さらに深刻になりそうか？

自分の適応度

経験・資源

- ・自分の経験が生きる分野か？
- ・自分の所属する組織の技術やインフラなどが活用できるか？

自分の価値観・目標

- ・自分が大切にしている価値観や目標と合っているか
- ・心の底からやりたいか？

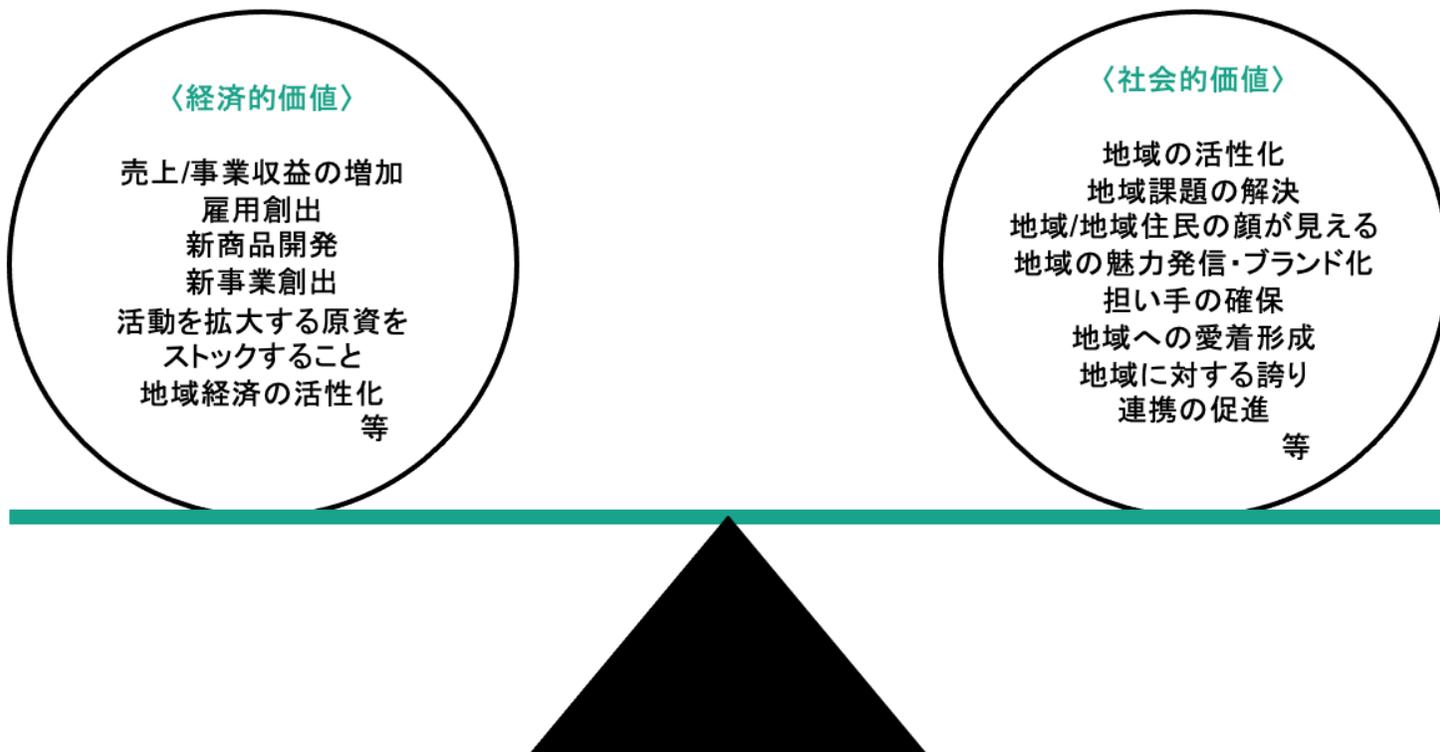
⑤地域ビジネスに取り組むポイント

地域ビジネスに取り組むポイント①：経済的価値と社会的価値のバランス

地域ビジネスに取り組む上では経済的価値と社会的価値のバランスを取る必要があるとされている。

地域ビジネスは地域住民が主体であることや課題解決を目的にすること、地域資源を活用する取り組みである。そのため経済的価値に傾倒してしまうと地域ビジネスの必要性が無くなったり、地域住民から理解が得られなくなってしまう。一方社会的価値に傾倒してしまうと事業性が無いために継続性の観点で問題を抱える可能性も出てしまう。

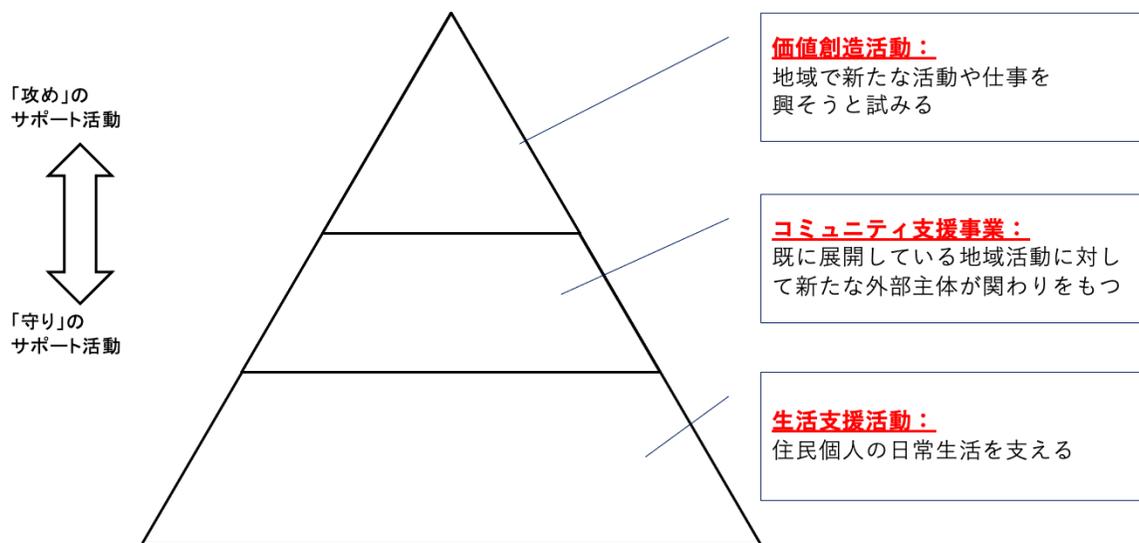
重要なのは事業として成り立たせるために経済的価値を実現しながら、そこで生まれた価値を社会的価値として還元していくような両者のバランスを取った事業が展開される事が望ましい。



地域ビジネスに取り組むポイント②：自分たちの活動がどのレイヤーか意識する

地域ビジネスで取り組む要素としては攻めの活動と守りの活動が存在している。〈経済的価値〉と〈社会的価値〉は似た要素ではあるが、「守りの活動」は、地域内の生活支援活動やコミュニティ支援活動など利益を上げるよりは事業として持続できる状態を維持しながら地域内の生活全般を支える事業を指す。「攻めの活動」は、地域経済などの活性化を図るために外貨獲得を狙うような価値創造活動を指す。「守りの活動」と「攻めの活動」のどちらに基づいて事業に取り組んでいるかを意識する必要がある。

意識しない場合、事業運営を行う上で「守り」の活動で経済的価値を追求し過ぎることや「攻め」の活動で継続性の視点に意識が行き過ぎ、経済的価値が生めていない状況になってしまうなど意思決定として失敗が生じる可能性があるため意識する必要がある。



- ①**地域おこし活動(価値創造活動)：**地域の中で新たな展開を生み出していく、「攻め」の姿勢。商品開発や販売、PR、交流事業、教育交流事業など
- ②**コミュニティ支援活動：**環境保全、伝統芸能・祭りの復活、コミュニティ活動への参加など
- ③**生活支援活動：**見守り活動など、暮らしの中の困りごとをサポート。

地域ビジネスに取り組むポイント③：必要なチームを組織する（巻き込む）

地域ビジネスに取り組む上では、必要なチームを組織する視点が重要となる。

ビジネスに取り組む上では1人で取り組まなければならないように考えがちであるが、地域ビジネスなどの資源が乏しい環境では情報・人材にも限界がある。苦手な要素があれば協力を得られるようなパートナーを見つける、集めるという視点も重要になる。

地域ビジネスに求められる役割として下記の10個の役割が必要になるとされており、1人で複数務めながらも分担できるように仲間集めができると良い。

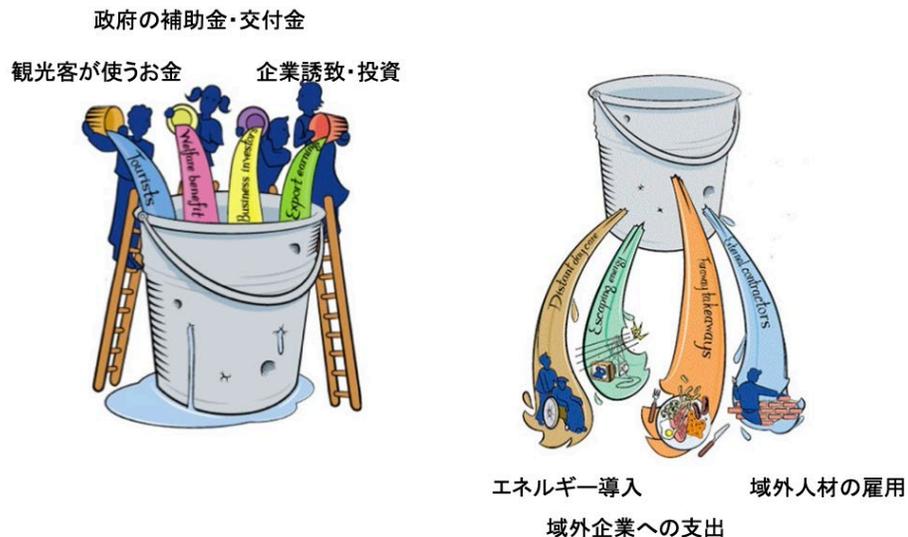
情報を収集する人	①人類学者	本質的な課題を探り当てる人
	②実験者	アイデアの有効性や問題点を見つける人
	③花粉の運び手	異なる業界の情報を自分たちの領域に持ち込む人
土台を作る人	④ハードル選手	取り組みを阻む様々な障壁を飛び越えていく人材
	⑤コラボレーター	多様な人や組織をまとめ取り組みを促進する人
	⑥監督	関係者を集め強みを活かしながらチーム作りを行う人
イノベーションを実現する人	⑦経験デザイナー	潜在的な顧客ニーズを見抜き、顧客の課題解決や満足度を最大化する存在。
	⑧舞台装置家	メンバーが力を発揮できるように環境を整える人
	⑨介護人	人々に寄り添う役割を担う存在
	⑩語り部	自分達の世界観をストーリーとして届ける人

地域ビジネスに取り組むポイント④：できるだけ地域内での経済循環を生み出す

地域内での経済循環について考える上で参考になる考え方が「漏れバケツ理論」である。

これは地域から外に出ていくお金のことをバケツから漏れていく水に例え、地域内でのお金が循環するためには穴を特定する必要があることを指摘している。

従来は、地域に観光や投資を通じてお金を入れれば豊かになると考えられていたが、どんなに投資を行なっても地域が一向に活性化しないケースが多々あることからこのモデルが提案された。



地域内乗数効果を最大化する必要性

経済循環を生み出すには3つのポイントがある。

- ①地元調達率を高める
- ②地元生産率を高める
- ③地元の中でお金が回る仕組みを意識する

経済循環を行うか、行わないかでは、仮に同じ1万円の売り上げを上げた場合でも域内消費20%と域内消費80%では4倍ほど経済効果に差が出ることも指摘されている。

[域内：20% 域外80%]	[域内：80% 域外20%]
一万円の売上	一万円の売り上げ
↓	↓
域内 2,000円 域外 8,000円	域内 8,000円 域外 2,000円
↓	↓
域内 400円 域外 1,600円	域内 6,400円 域外 1,600円
↓	↓
域内 80円 域外 320円	域内 5,120円 域外 320円
⋮	⋮
⋮	⋮
⋮	⋮
最終的に、 12,496円	最終的に、 49,635円

枝廣淳子 (2017) 『地元経済を創りなおす』岩波書店.

Plugging the leaks (<https://web.archive.org/web/20180904171200/http://www.pluggingtheleaks.org/>).

3.キーノートスピーチ

：守時健 氏（株式会社パンクチュアル 代表取締役）

キーノートスピーチ：守時健 氏 (株式会社パンクチュアル 代表取締役)

■ プロフィール

株式会社パンクチュアル 代表取締役 守時健

地方創生請負人。高知県須崎市の市役所職員としてゆるキャラ「しんじょう君」を誕生させ、'16年にゆるキャラグランプリ王者に輝く。

その後、須崎市のふるさと納税をSNS&ゆるキャラ戦略で1000倍に増やし、地域活性に貢献。2020年市役所を独立し、株式会社パンクチュアルを設立。SNSマーケティングを使った特産品の情報発信を仕掛ける。著書に「日本一バズる公務員」(扶桑社)がある。



キーノートスピーチ：守時健氏（株式会社パンクチュアル 代表取締役）

守時氏のキーノートスピーチでは、①これまでの人生のストーリー、②会社で始めた事業、③近年行っている活動への思いの3つの観点から共有が行われた。

①これまでの人生ストーリー

守時氏は、現在株式会社パンクチュアルの代表取締役を務めているが、学生時代は、勉強ができない生徒だったことや高校時代の反省から自身で勉強を行い22歳から大学生になったこと、その後公務員として働いてきたことなど順風満帆ではない人生を歩んだ事が共有された。

須崎市役所に就職したのは、大学生の続きができそうだと考えたことがきっかけだったと言う。職員時代に須崎市への貢献の方法を考え、自身がフォロワー数の多いアカウントを持っていることとゆるキャラブームだった所に目を付け事業を開始した。その結果、ゆるキャラグランプリで「しんじょう君」を優勝させた事や34億円のふるさと納税を獲得した事が共有された。

しかし、異動のある自治体職員がSNS事業を行うことの難しさや、有名人となったことによる誹謗中傷、ワーク・ライフ・バランスの乱れなどから入院する事となった。その際、「頑張っても、上手くいってもいなくても、大した人生送れなくてもいつか死ぬわ」と感じ、今の心情を市長に相談したところ、退庁を提案され、退庁することを決心し会社を作ることを決めたことなど、これまでの人生ストーリーの共有が行われた。



キーノートスピーチ：守時健 氏（株式会社パンクチュアル 代表取締役）

②会社で始めた事業

株式会社パンクチュアルはふるさと納税を中心にした地域商社を目的として設立された。創業時はコロナ化であったことから地元で魚が売れず廃業する漁師が出ている状況であった。

そこで、しんじょう君のグッズサイトを改修し、地域製品の販売準備を進め、他の人気キャラクターの運営を行なっている人や人気ブロガーと連携して、地域や漁師の現状を発信し、地域で余っていた魚を売り切ること成功した。結果、令和2年度高知県地場産業大賞 奨励賞と特別賞を受賞し、初年度で年商10億円を達成するなど創業間もない状況から売上、社会的インパクト両方をもたらしている。

③近年行っている活動への想い

会社では、「東京より楽しい仕事」を社訓として掲げ事業を行っている。「町おこし=ダサイ」という概念を変えること、1円も交付金を無駄にしない、域外にお金を出さないという思いを軸として、受託自治体に必ず営業所を設置してその地域に住んでもらうということなどこだわりを持って事業を進めていることが共有された。

講演を通じて、あたりまえになっている風潮に疑問を向け、自分の過去の経験や得意なことなど持っている経験やスキルを資源として活用して地域ビジネスを展開する方法が共有された。



キーノートスピーチ：守時健 氏（株式会社パンクチュアル 代表取締役）

守時氏の講演後は講演内容やこれまでの経歴や事業について、受講生からの質問が行われた。

Q：様々な地域で活動されているが、地域には様々な特色があるなかで、それらをどのように吸収・発信しているのか。また、活動はどのように決めているのか。

A：総合職として取り組んでいる。いろんな地域でいろんな課題解決法が存在する。いろんな課題解決が必要かつそれを学ぶことを重要視しており、最終的な判断は自分自身がしているが、現場で様々な経験を通して意思決定できる社員を育てる事を目指している。

Q：四万十町からふるさと納税支援依頼はきているか。

A：来ていない。モデルとして学ばせていただいた過去がある。高知県はふるさと納税がとても強い。理由は、自治体職員同士の情報交換を月1でやっていて、それが要因になっているから。今後は増やしていこうかと考えている。

上記のように守時氏の事業や事業の背景にある想いについて質問が行われた。地域ビジネスに取り組む上で、先輩起業家の知見を自分に取り入れようと意欲的に質問やメモをとる受講生の姿が印象的であった。



4.ワーク：自己理解ワークショップ

マイプロジェクトとは

地域ビジネスは「自分を知る」から始める必要があり、自己理解のためにマイプロジェクトワークを行う。

マイプロジェクトとは、自分に基づいた (My) 「何かを、プロジェクトの形にして (Pjt) やってみる」ことから始まる、自分や世の中の変化の物語である。自らの経験の中から、自分のミッションを生み出していくことを重要視する。

マイプロジェクトは、2005年頃、慶應SFCの井上英之ゼミにより始まった教育手法で、「時代や社会のせいにならず、未来の社会は自分(達)の一步から変えられる」「ひとり、の力は意外と大きい。すべての人は、誰かを”代表”している」という実体験を全ての人に持ってもらうことを目的に開発された。

現在は、ソーシャルイノベーション創出や起業家育成、チームビルディング、組織開発、リーダーシップ開発、まちづくり、地域活性化、被災地支援、教育現場やキャリア教育など様々な領域でその有効性が広がりを見せている。



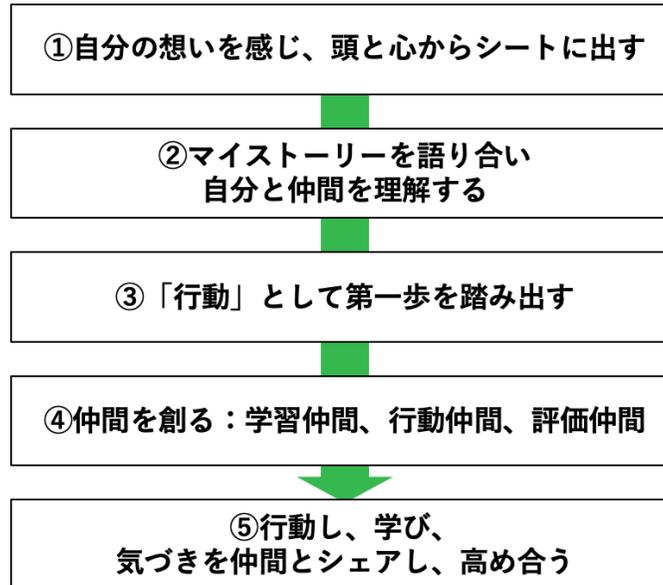
マイプロジェクトの進め方と使用するツール

マイプロジェクトワークの進め方は、5つのプロセスで進められる。

- ①自分の想いを感じ、頭と心からシートに出す
- ②マイストーリーを語り合い、自分と仲間を理解する
- ③「行動」として第一歩を踏み出す
- ④仲間を創る：学習仲間、行動仲間、評価仲間
- ⑤行動し、学び、気づきを仲間とシェアし、高め合う

ここで重要になるのは、語って作り出したプロジェクトを一度行うことである。行動を起こすことでそれが自分にとってどのような意味を持つか再度自分に向き合うことができる。

マイプロワークを進める上では、①と②を進めるために自分の人生について振り返るMe編と③以降のプロセスを進める自分に基づいたアクションを起こすプロジェクト編が存在している。



月	大学時代
幼少期時代	
小学生時代	
中学時代	

マイプロジェクトを実施する上でのポイント①：自己認識の必要性

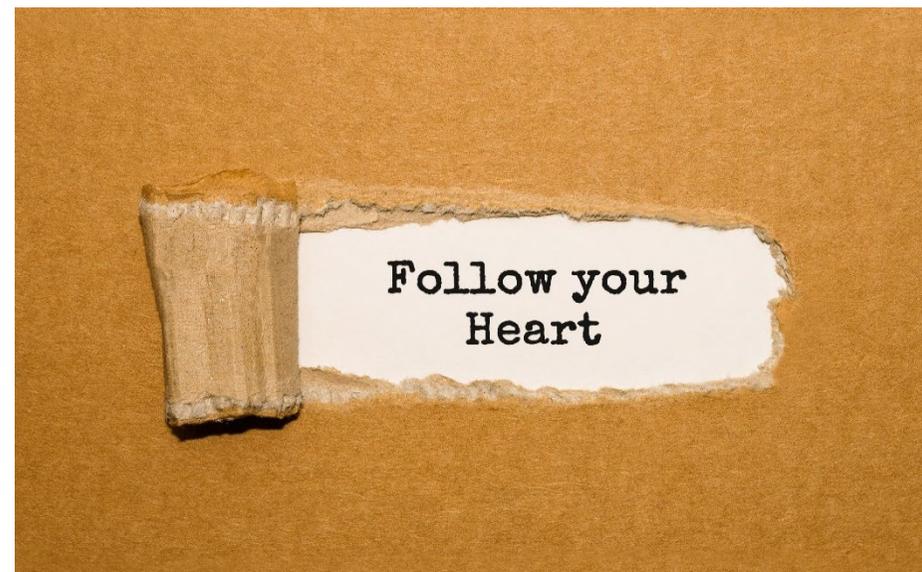
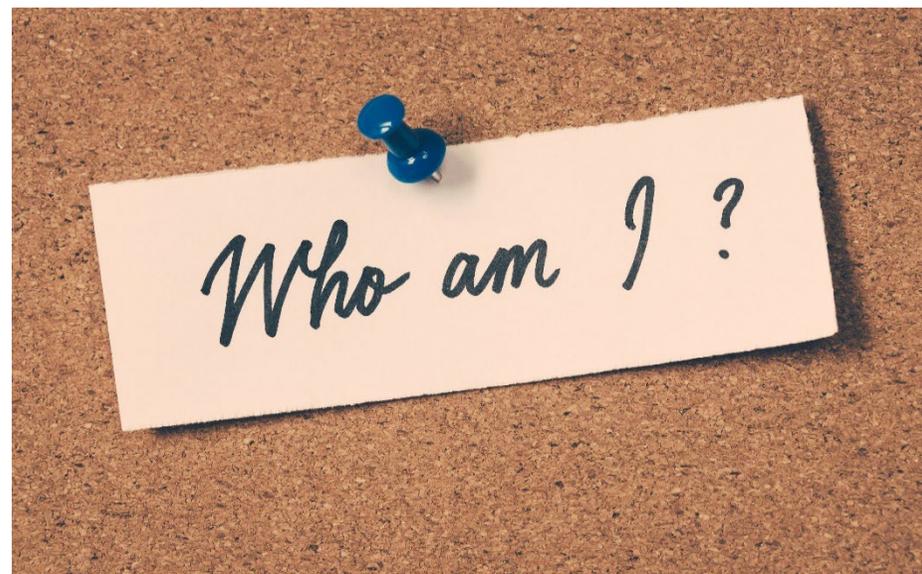
マイプロジェクトはワークプロセスを通じて自己認識を高めていくことが重要になる。

自己認識とは、「自分自身のことを明確に理解する力」とされており、「私が本当にしたいこと、こだわっていることはなんだろう」、「私が人より多く経験したことは何か？強みとなる知見は何か」、「私はこのアイデアを本当にしたいと思っているだろうか」という点に気づいていくことで得られる。

自己認識は、「内的自己認識（自分の観点から自分自身を理解する）」・「外的自己認識（他者の視点から自分自身を理解する）」の2つの視点から高められる。

高めるためには、自分を深掘りするのではなく、自分について深く知ることが大切になる。ここで知るとは自分についての情報・事実を集めて様々な側面の自分を知ingことを意味する。

また、一人で内省しないこと、反すうしないことが重要になる。自己認識をする上では過去の失敗から自分を否定することが起きる場合もあるが、それは認識を高めるのではなく自己否定を繰り返すことで認識することから遠ざかることや、精神的に病む可能性や自殺につながる可能性もあるため注意が必要になる。

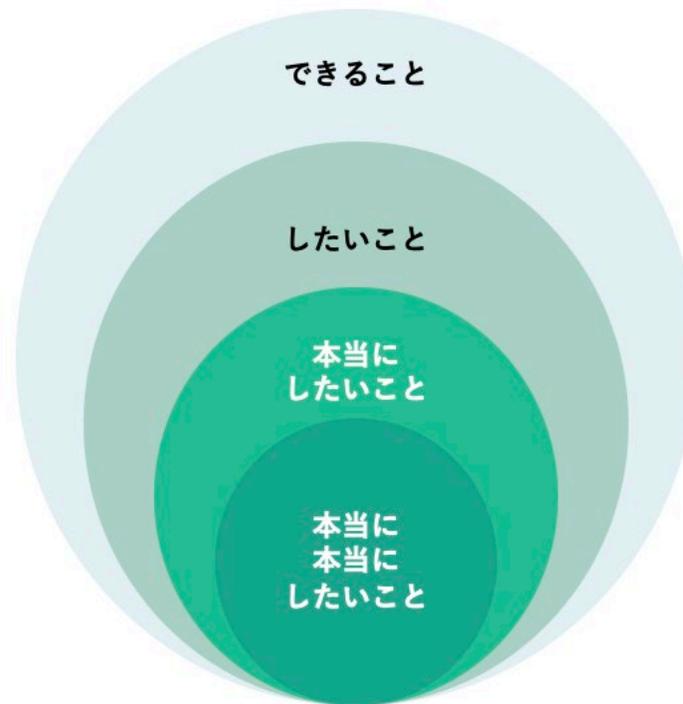


マイプロジェクトを実施する上でのポイント②：セルフ・コンコールド・ゴール

セルフ・コンコールド・ゴールとは、「心の奥底にある個人的な信念や強い関心から追求される目的や目標のこと」とされている。

この目標を達成するためには、「できること」の背景に隠れている「したいこと」について深く考えていく必要がある。ただし、「したいこと」についてアクションを行ってみてその背景に隠れている「本当にしたいこと」、「本当に本当にしたいこと」を見出していくことが特に重要なポイントになる。

通常目標の立て方をし続けると、できることの羅列になってしまうため注意が必要になる。



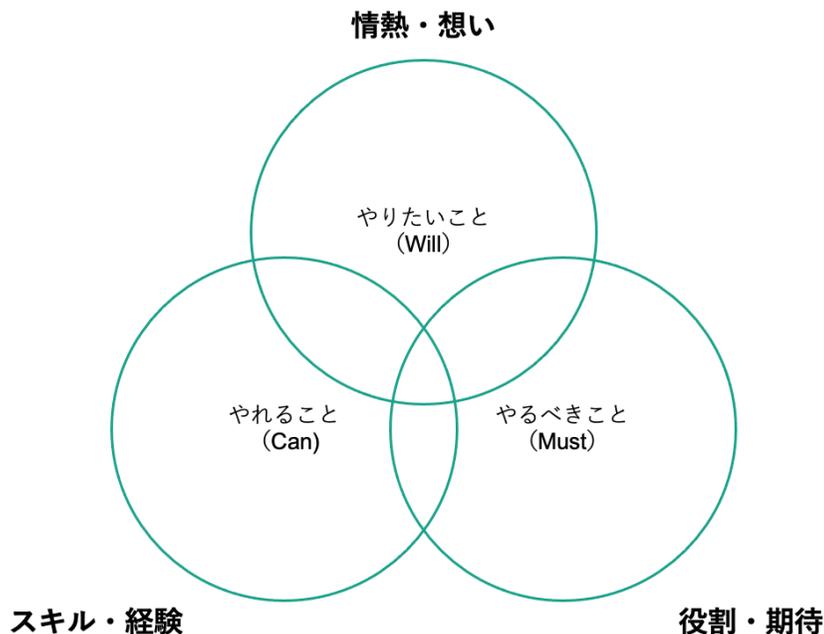
マイプロジェクトを実施する上でのポイント③：Will/beingへこだわり

私たちが日々行っている活動は社会での役割や期待されている「Must（やるべきこと）」、これまでの人生の流れから得られたスキル・経験「やれること（Can）」、心の中に秘めている情熱や想い「やりたいこと（Will）」の3つから構成されている。

私たちは仕事や学校、日々の生活の中から、「Must（やるべきこと）」と「やれること（Can）」が形作られるようになってくる。一方で「Will（やりたいこと）」は向き合わずに捨ててしまうような事象が起きてしまう。

マイプロジェクトでは、「Must（やるべきこと）」と「やれること（Can）」などで行っている活動から一旦離れ、自分自身がこれまで取り組みたいと思っていたことや夢・志について再度向き合い、これまで諦めていた活動に向き合いプロジェクトにすることを重要視している。

マイプロの一連のプロセスではWillに向き合うだけでなく、自分のWillだと思ってしまうMustやCanに気づき、Willに向き合うことも重要なポイントになる。



自己理解ワークショップ：マイプロワークMe編

■ 目的・ねらい

マイプロジェクトシートのMe編の共有を行い、マイプロジェクトを一緒に取り組む受講生について理解を深めることや、他者を理解することを通じて自分との違いに気づく中で自己理解・自己認識を高める事を目的とする。

■ ワークプロセス・時間

Step① マイプロシートのMe編の共有（10分）

Step② Me編共有者の気になった点に質問（5分）

Step③ 共有者へのコメントや質問を記載したメッセージカードを準備・交換する

Step④ ①～③をチームメンバー数繰り返す

■ 使用フレーム

マイプロジェクトシート（Me編）

マイプロ Me編	名前（ニックネーム、読んでほしい名前、その由来）	作成日： 場所：
マイストーリー：生まれてからこれまでの自分史・自分年表		
昔 (赤ちゃん・保育園・幼稚園時代) (小学校時代) (中学・高校時代) 今	(専門・大学時代) (最近)	

Copyright © マイプロ研究会2024&関係機関研究室

5.実施風景

チェックイン・アイスブレイクの様子



はじめに、四万十町役場人材育成推進センター所長の川上より挨拶をし、本講座への期待について共有された



集まった受講生は、全員の顔がある程度見えるようにスライドに向かってアーチ状に着席した



チェックインでは、「名前、所属、今の気持ち、講座への期待」を1人ずつ共有した



アイスブレイクでは、A4用紙を8つ折りにして、各枠に趣味や好きなもの（こと）を書いた



書いた紙を持って、全員が対面に立ち、5分間でお互いのことを紹介し合う時間を3回行った



自分の好きなお酒や音楽バンドのこと、海外旅行についてなど、自由にお互いのことを紹介した

インプットの様子



インプットは、テーブルでグループをつくり20分程度行なった



講師が国内外の主要研究をベースに、事例なども挟みながら行われた



受講生は、これまでの経験とインプットの内容を照らし合わせながら理解している様子であった



学生メンターと一緒にインプットを聞く受講生の様子



受講生は、資料に書き込みながら、熱心に聞いているところが印象的であった



メモ用紙やノートブックを持参して、書いている受講生の様子

キーノート：守時氏の講演の様子



守時氏のキーノートを聞く受講生の様子



守時氏は自身の経歴や須崎市での活動、現在の会社での活動などが紹介された



受講生は、成功談だけでなく、その裏であった苦悩などについて興味深く聞いていた



受講生からの質問時間も設けられ、現在の活動や今後の活動に関する質問が出された



守時氏は「地域課題を発見するためのシステムづくり」「四万十町での活動の期待」などを語った



講師との対話も行われ、「丁寧な地域への理解の重要性」についてなどが語られた

ワーク：自己理解ワークショップの様子



受講生と学生メンターを4～5人のグループに分けて行われた



語り手は聞き手に自身の資料を見てもらいながら、自己紹介やライフヒストリーを語った



これまでに、自分がイキイキした瞬間や辛かった経験などをグラフや写真を通して語られた



なかには、資料などにメモを取りながら、語り手のことを知ろうとしている受講生もいた



語り手に質問をする時間も取られ、その時の経験から得たことなどが質問として出ていた



共有後には、感想やもっと聞きたかったことなどが書かれたメッセージカードを一人一人に渡した

問い合わせ先

四万十町役場人材育成推進センター

担当：中井智之・吉村愛

〒786-0008 高知県高岡郡四万十町榊山町3番7号

E-mail：103060@town.shimanto.lg.jp

TEL：0880-22-3163 FAX：0880-22-3345

高知大学地域協働学部コミュニティデザイン研究室(須藤順研究室)

担当：准教授 須藤順

〒780-8520 高知県高知市曙町2-5-1総合研究棟1階

Web：<https://www.communitydesign-kochi.jp/>

E-mail：j.suto@kochi-u.ac.jp

TEL：088-888-8077 FAX：088-888-8043

※本講座に関する問い合わせは上記までお願いいたします。

※本資料の無断での配布、外部組織や個人への配布・閲覧、及び二次使用は、固く禁止させていただきます。