

政策アイデアの実現に向けた実行プロセスの助言業務 調査報告書

2022年3月

株式会社YMFG ZONEプランニング

目次

1. 業務概要	1
(1) 業務背景と目的	2
(2) 業務項目	2
(3) 支援対象先	3
(4) 支援方法	5
(5) 実施した協議一覧	7
2. 支援内容	8
(1) 中小企業政策研究会ビジネスモデルカフェ	9
(2) 諏訪市産業連携推進室	15
(3) TOMOSHIBI	18
(4) 青翔開智高等学校× 同志社女子高等学校	21
(5) 兵庫県立加古川東高等学校 STEAM特講 地場産業PR班	28
(6) 株式会社ビジネスクロス&株式会社M.アヴァンス	31
(7) エンタメ学習プログラム開発チーム ASOMANACTIVE	36
3. 総括	41
(1) 事業全体を通じた課題	42
(2) 本事業の考察	43

1. 業務概要

1. 業務概要

(1) 業務背景と目的

- 内閣府地方創生推進室では、地域経済分析システム（以下、RESAS）を活用して地域の現状について分析を行った上で、地域課題解決に向けた政策アイデアを募集する「地方創生☆政策アイデアコンテスト（以下、コンテスト）」を2015年より毎年実施している。
- コンテストでの受賞アイデアは、受賞したことに留まるのではなく、実際に地域でそのアイデアが実行され、地域の活性化につながることに意義があると考えられる。
- 受賞アイデアは、RESASを活用した分析や、実際の地域におけるヒアリング等を踏まえた内容で提案されているが、実際に発表者が地域でアイデアを実行する際には、アイデアの内容を更に磨き上げていくことや、関係者との連携を強化していくことが重要であり、アイデアの実現可能性を高める助言等の支援が求められている。
- 本業務では、「地方創生☆政策アイデアコンテスト2020及び2021」の受賞アイデアの実現に向けて、アイデアの実現可能性を高めるため、アイデアの磨き上げや、必要となる関係者の洗い出し等の助言を行う。

(2) 業務項目

- アイデアの実現に向けて、実行プロセスにおけるマッチング等の助言を行う。助言内容は、内閣府と協議の上で決定する。
- 助言を行う対象先は、地方創生☆政策アイデアコンテスト2020及び2021の受賞者とする。
- 助言結果について、報告書として取りまとめる。取りまとめた結果は、広く読まれることを目的とした文書として整理し、原則として公表するものとする。

1. 業務概要

(3) 支援対象先

■ 支援対象団体の一覧（7チーム）

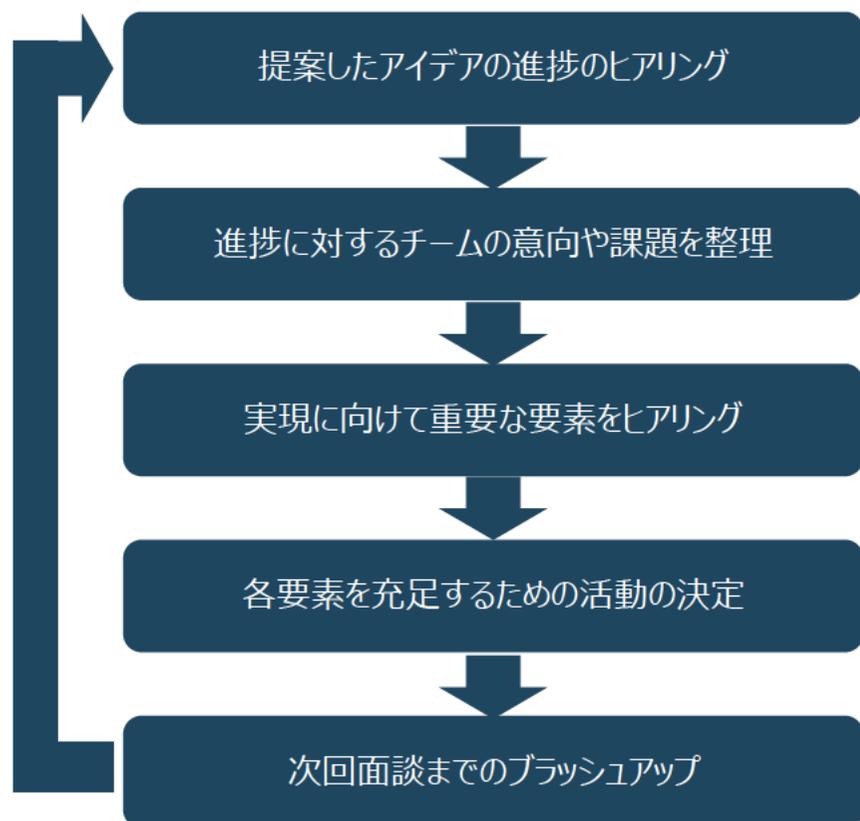
チーム名	プロジェクト名	分析対象地域	コンテスト年度・表彰
中小企業政策研究会ビジネスモデルカフェ	エアロバイクで仮想空間ライブマラソン!	秋田県	2020・優秀賞、Agoop賞 (大学生以上一般の部)
諏訪市産業連携推進室	コロナに打ち克つ! 頑張る諏訪酒蔵のPR	長野県 諏訪市	2020・ビザ・ワールドワイド賞 (地方公共団体の部)
TOMOSHIBI	artのある街計画	鹿児島県 指宿市	2020・HRogリスト賞 (地方公共団体の部)
青翔開智高等学校×同志社女子高等学校	農家ホームステイ&農作物バンク	鳥取県	2021・ナビタイムジャパン賞 (高校生・中学生以下の部)
兵庫県立加古川東高等学校 STEAM特講 地場産業PR班	加古川市の地場産業 靴下の振興へ	兵庫県 加古川市	2021・Agoop賞 (高校生・中学生以下の部)
株式会社ビジネスクロス&株式会社M.アヴァンス	国産杏仁オイルが日本一のおんずの里を守る	長野県 千曲市	2021・地方創生担当大臣賞、帝国データバンク賞 (大学生以上一般の部)
エンタメ学習プログラム開発チーム ASOMANACTIVE	SDGs Travel Adventure	神奈川県 鎌倉市ほか	2021・角川アスキー総研賞 (地方公共団体の部)

1. 業務概要

(4) 支援方法

- 各チームが提案したアイデアの実現に向けた基本的な支援フローは以下の通り。アイデアの進捗状況を共有した後、チームの意向や課題を把握し、アイデアの実現に向けた要素が充足されているかヒアリングを行い、次回面談までにブラッシュアップしてもらうことを繰り返すことで、実現に向けた活動を支援した。ただし、公共性が強いアイデアについては、すべての要素が充足されないこともあるため、チームごとに必要な要素にフォーカスして助言等の支援を行った。

■ 基本的な支援フロー



■ アイデアの実現に向けて重要な要素

要素	判断基準
顧客と課題の特定	誰のどのような課題を解決するか特定しているか？
解決策の設定・実証	顧客のニーズにマッチした解決策となっているか？また、考案した解決策が実証されているか？
優位性	提供するサービスが同様のサービスと比較して優位性があるか？
関係者の特定・合意形成	提供するサービスにはどのような関係者が必要であるか特定しているか？また、関係者との合意形成が行われているか？
資金調達方法	事業収支を整理して必要な資金の調達方法を整理しているか？

1. 業務概要

(4) 支援方法

- アイデアの実現に向けた各要素をヒアリングする際には、ビジネスで用いられるフレームワークの一つであるリーンキャンバスや、ヒアリングリスト（当社作成）等のフォーマットを先方へ提示し、作成してもらうことで、各要素の現状を可視化し、各チームの取組推進に向けた支援を行った。

■リーンキャンバス

● タイトル 白地

課題	ソリューション	独自の価値提案	圧倒的な優位性	顧客セグメント
	主要指標		チャンネル	
コスト構造		収益の流れ		

■ヒアリングリスト

ヒアリングリスト

(1) 今考えているアイデアに関係している人を考えてみよう

組織名等 (個人は業種等で記載)	行っている取組や 保有する資源	備考

(2) アイデアの実現にこれから必要となる人を考えてみよう

必要な資源や機能	想定する属性・職種等	備考

1. 業務概要

(5) 実施した協議一覧

- 支援対象先の現状と課題を把握し、助言を行うため以下の日程で協議を実施した。各チームごとの面談回数は、事業開始時期や支援チーム数を踏まえて各チーム1～2回程度とした。なお、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から原則Webにより協議を行った。

■ 協議実施日時一覧

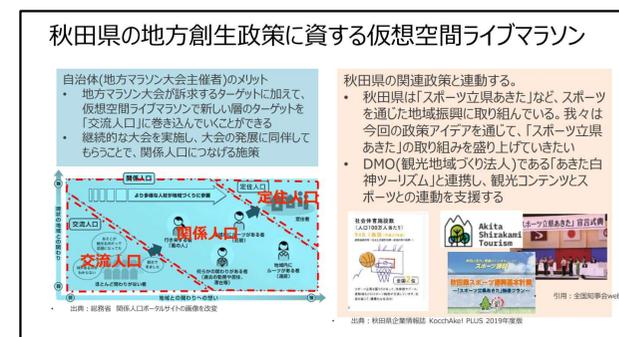
実施日時	支援対象先
2021年 12月06日 17:00-18:00	TOMOSHIBI
2021年 12月16日 10:00-11:00	諏訪市産業連携推進室
2022年 01月12日 14:00-15:00	株式会社ビジネスクロス&株式会社M.アヴァンス
2022年 01月17日 10:00-11:00	中小企業政策研究会ビジネスモデルカフェ
2022年 02月03日 13:00-14:00	エンタメ学習プログラム開発チーム ASOMANACTIVE
2022年 02月17日 17:00-18:00	青翔開智高等学校×同志社女子高等学校
2022年 02月18日 14:00-15:00	中小企業政策研究会ビジネスモデルカフェ
2022年 02月24日 09:00-10:00	エンタメ学習プログラム開発チーム ASOMANACTIVE
2022年 02月25日 18:00-19:00	株式会社ビジネスクロス&株式会社M.アヴァンス
2022年 03月02日 10:00-11:00	青翔開智高等学校×同志社女子高等学校
2022年 03月04日 16:00-17:00	兵庫県立加古川東高等学校 STEAM 特講 地場産業PR班

2. 支援内容

2. 支援内容

(1) 中小企業政策研究会ビジネスモデルカフェ ①チーム概要

プロジェクト名	エアロバイクで仮想空間ライブマラソン！
チームメンバー	江口健介、木下忠、北濱慶、浅野俊太、小薄太志、酒井利之、地引智美
分析対象地域	秋田県
表彰	コンテスト2020・優秀賞、Agoop賞（大学生以上一般の部）
アイデア概要	家庭用のエアロバイクと秋田県の観光地の映像を連動させることで、全国同時に多数が参加できる仮想空間ライブマラソンを実現させるアイデア。秋田県は、人口減少が大きな課題となっており、データからも地域経済が低迷していることが読み取れる一方で、秋田県内には豊富な観光コンテンツがある。また、観光戦略の一部であるスポーツツーリズムとしてマラソン大会が、全国的に定着してきている。コロナ禍により運動不足が社会問題となっている中、家庭用のエアロバイクで運動しながら、秋田県の観光地の映像を楽しめるサービスの開発により、社会問題を解決しながら秋田県の交流人口を増加させることを目指す。



2. 支援内容

(1) 中小企業政策研究会ビジネスモデルカフェ ②協議内容 (1回目)

実施日時	実施内容	参加者
2022年 01月17日 10:00-11:00	意見交換会第1回	秋田チーム：木下様、小薄様 YMZOP：品川、河野、西田、北森

■提案したアイデアの進捗

- 提案したアイデアでは、エアロバイクと連動した映像をアプリで流すことから、使用する映像について、試作品を製作している段階。今後のスケジュール予定としては協力者との調整、内部テスト、機能拡充、動画の整備を並行して進行させ1年後のサービス公開を目標に活動している。

■チームの意向と課題

- 意向：中高齢者層へ訴求できるコンテンツとするため、映像の品質を良いものにしたい。
- 課題：地域の観光事業者との関係構築、コンテンツの情報発信およびPRができる人材やサービス、開発に関する資金調達、提供サービスの品質向上。

■実現に向けた重要な要素について

- エアロバイクの販売パートナーについては、(株)ジャパネットたかた前社長の高田明氏がコンテストの審査員を務めていた関係で、2021年春ごろジャパネットたかたに対してプレゼンを行った際に、同社との連携の話があったが、チームで描いていたスピード感とマッチしなかったため、その後の進展はない。
- 既存の類似サービスはサイクリストのトレーニング向けであり、現在開発中のサービスはフィットネス目的のライトユーザー（中高齢者層）を顧客として想定。地方の観光資源や地方創生に関わる映像についてクオリティが高いものを提供することで差別化を図りたい。
- 開発資金については、個人が手出しで負担しており、補助金の活用や企業との連携を見据えて法人化することを検討中。

■今後の活動について

- (チーム) 地域の人々の巻き込みについて、秋田のDMOと提携していくことを検討中。(一社)あきた白神ツーリズムに対して、どのくらい興味持ってもらえるかを探るためコンテストの内容を話したが、具体的な話へは進展していない。
- (YMZOP) 今後の展開のため、補助金・予算の獲得や横展開の際に実例が必要となるため、秋田でまず実証だけでなくPRも含め包括的にやってみるというのも一つの手である。具体的には、動画の開発と同時に地域の観光協会やDMOと合意形成を取りながら予算を確保するようなイメージ。
- (チーム) アイデアのゴール、スケジュール、やらなければいけないことを明確にするため、リーンキャンバスを作成する。

2. 支援内容

(1) 中小企業政策研究会ビジネスモデルカフェ ②協議内容 (2回目)

実施日時	実施内容	参加者
2022年 02月18日 14:00-15:00	意見交換会第2回	秋田チーム：木下様、小薄様 YMZOP：舟木、河野、西田

■提案したアイデアの進捗

- アプリの開発については大きな進捗は無いが、動画についてはクラウドワークス（委託サイト）へ依頼し制作。発注価格が5千円と安いことに加えて、発注先のカメラが優秀であるため、想定したクオリティで制作することが出来た（12kmのコース）ことから、現在はしまなみ海道のコースを制作中。

■実現に向けた重要な要素について

- 資金調達面では、開発するための費用に関して、提供するサービスに公的な要素を持たせて行政からの補助金を受けられるようにすることを考えているが、補助金のために内容を変更すると、方針と相違する可能性があるため自分たちで資金が集められるならば、それがベストと考えている。ただし、既存の類似サービスが普及していないことから、ビジネスモデルの部分で工夫が必要と感じており、まずはプロトタイプを制作して、サービスが世間に受け入れられるのかの仮説検証を行う。プロトタイプ制作にあたっては、補助金の話と併せてDMOや観光協会等との連携を検討中。他にも、動画を撮影する人達にとってそれを披露する場がないため、披露するプラットフォームとして提供し、手数料を徴収することも想定している。
- 顧客は「フィットネス目的のライトユーザー」、「健康目的の中高齢者層」、「動画コンテンツの制作者」を想定しており、目先の課題は没入感の得られる質の高い動画の提供であるが、検証の段階に入っているため、次はユーザーの獲得が課題として挙げられる。関係人口に繋げるためには自治体との連携も課題。
- (YMZOP) 価格帯を他社比較した際に、安価で導入しやすい部分が優位性になる可能性もあるが、他社でもフィットネスバイクへの設置が出来、模倣される可能性もあるため、コンテンツを魅力的なものにする等の差別化の要素を盛り込むことが必要。例えば、地域と連携してアプリ利用者へ県産品を提供する等、観光誘客のための仕組みづくりを併せて行い、地域とのつながりを構築することで他社と差別化をしていくことが出来る。

■今後の活動について

- リーンキャンバスを作成することで、事業化に向けて不足している要素が整理できた。今後はより実現可能性を高めるための検討を進めつつ、プロトタイプ制作を進める。資金調達面では補助金の情報収集を行いつつ、チームで相談してDMO等と話をするか検討していく。
- (YMZOP) 行政向けと消費者向けで、アプローチは異なることから、実現可能性を高めるためには分けて考えると良い。また、補助金等の申請には関係者調整等の合意形成が求められることから、合意形成のための協議への同席等の依頼がある場合には対応する。

2. 支援内容

(1) 中小企業政策研究会ビジネスモデルカフェ ③総括

実現に向けた重要な要素の変化

- 当該チームは、エアロバイクと連動するアプリの開発に注力しており、アイデアコンテストの時点でビジネスモデルキャンバスは作成していたものの、具体的なビジネスモデルについては模索している段階だったことから、リーンキャンバスを用いて各要素について整理を行った。
- 特に顧客の特定について、開発するサービスを行政に向けてアプローチするのか、一般消費者に向けてアプローチするのかが不明確であったことから、行政と消費者に分けてアプローチを整理した。その結果、将来的には一般消費者（ライトユーザー）への展開を検討しているが、既存の類似サービスが普及していないことから、まずは行政（観光協会、DMO）と連携してプロトタイプを制作して、質の良い動画を軸とした本サービスが世間に受け入れられるのか仮説検証を行うという方針が定まった。
- 資金調達面では、プロトタイプ制作に必要となる開発費用に観光庁の補助金等が活用できる可能性があることを助言した。今後は、動画制作と並行して補助金情報の収集を進め、観光協会やDMOとの連携も視野に入れて活動することとなった。
- 価格帯を他社のサービスと比較した際に、安価で導入しやすい部分を優位性としていたが、動画が安価で調達できること、他社でもフィットネスバイクへ設置することが出来ることを勘案すると、模倣される可能性もあるため、提供するサービスの優位性を高めることが必要であることを助言した。プロトタイプ制作後の実証の際には地域と連携してアプリ利用者へ県産品を提供する等、観光誘客のための仕組みづくりと地域との関係性構築を併せて行うことで、他社と差別化を図る。

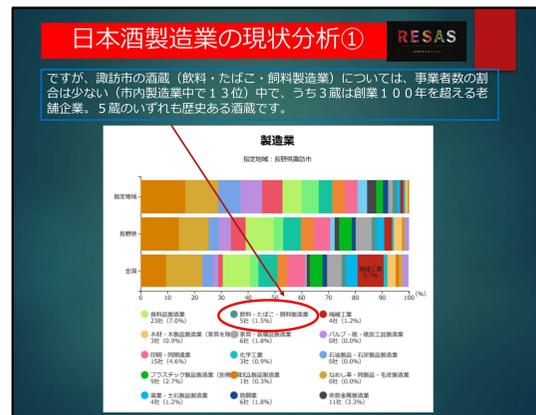
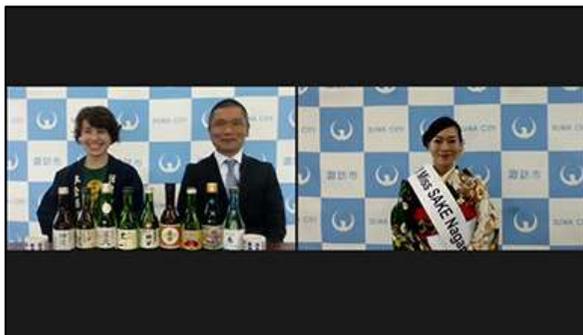
今後必要なフォローアップ

- チームとしては、行政と連携してプロトタイプ制作や実証を進めていく方針。現段階では、プロトタイプ制作に比重が置かれており、観光協会やDMOとの連携に着手できていない状況にある。今後のフォローアップにおいては、補助金情報の提供に加えて、補助金申請に必要な関係者との合意形成に向けて支援を行うことが必要と考えられる。
- 関係者の合意形成において、サービスそのものを説明することも重要であるが、このサービスを活用してどのように観光による地域活性化につなげていかを可視化する必要があることから、関係者間の協議に必要な情報を整理する等の支援が求められる。

2. 支援内容

(2) 諏訪市産業連携推進室 ①チーム概要

プロジェクト名	コロナに打ち克つ！頑張る諏訪酒蔵のPR
チームメンバー	茅野光徳、宮坂ちとせ、横田真理華
分析対象地域	長野県諏訪市
表彰	コンテスト2020・ビザ・ワールドワイド賞（地方公共団体の部）
アイデア概要	新型コロナウイルス感染症対策のため開催することができない、毎年恒例の日本酒蔵巡りイベントの代替策として、諏訪市内にある複数の酒造の動画を収集してPRとオンライン利酒会を行うアイデア。長野県諏訪市には酒蔵が多く集っており、市の重要な産業の一つである。酒蔵や日本酒は貴重な観光資源でもあったが、コロナ禍において大きなダメージを受けた。以前より実施してきた酒蔵巡りイベントも中止を余儀なくされたが、動画によるPRとオンライン利酒会を行うアイデアにより、それまでリーチできていなかった潜在的な顧客に諏訪市の日本酒をアピールすることができた。



「諏訪9蔵おうちで利き酒セット」の誕生！

そこで私たちが考えたのは、既存の「9蔵の飲み比べセット」を「諏訪9蔵おうちで利き酒セット」としてリニューアル！

9蔵の歴史、特徴、酒の味わいを楽しめる動画は、**このセットを楽しむための「利き酒のヒント」**として見てもらう、というアイデアです！

既存のセット

+

リニューアル後「諏訪9蔵おうちで利き酒セット」

利き酒セットの説明リーフレットを封入
公式サイト、そして
動画コンテンツへの誘導を図ります！

P.R不足により売上が低迷 → P.R効果により200セットが発売から約一週間で
完売御礼！追加増産へ！

2. 支援内容

(2) 諏訪市産業連携推進室 ②協議内容 (1回目)

実施日時	実施内容	参加者
2021年 12月16日 10:00-11:00	意見交換会第1回	諏訪市：藤森様、茅野様 YMZOP：品川、河野

■ 提案したアイデアの進捗

- ・ 諏訪市内の酒造で連携して制作した動画によるPRとオンライン利酒会については、令和2年度の諏訪市の事業として実施。コンテストで提案したアイデアそのものは実施済みであり完結している状況だが、日本酒の販路開拓は継続して側面支援を行っている。

■ チームの意向と課題

- ・ 意向：提案事業は実施済みだが、諏訪市の施策の中で市内5つの酒蔵に対して側面支援を行う。日本酒の販売量増加とともに、諏訪市の地域資源である温泉と連携した宿泊の促進等に注力したい。
- ・ 課題：呑み歩きイベントは新型コロナウイルス感染症の拡大防止の観点から中止になっていたが、令和4年度は開催予定。ただし、イベント以外に具体的にどのような側面支援を市の施策として行っていくのかは定まっていない部分が多い。

■ 実現に向けた重要な要素について

- ・ (YMZOP) 今後の日本酒の販路拡大については、地域商社との連携が重要になる。当社が関与している「地域商社やまぐち」でも売れ筋は日本酒。
- ・ (諏訪市) 諏訪市内に地域商社はあるが、酒類販売業免許はおそらく持っていない。
- ・ (YMZOP) 地域商社を通じて酒の肴と日本酒を掛け合わせた商品を販売するとともに、地域資源である温泉と掛け合わせたキラーコンテンツを開発する等、ブランディングを行うことが重要になる。また、販路拡大については日本酒ファンを呼び込むことが必要であり、日本酒が有名な他地域との連携も重要。広島県の西条でも同様の「酒まつり」の取組を行っているため紹介することが可能。
- ・ (諏訪市) 他地域との連携は特に行っていないため、機会があればぜひ連携したい。

■ 今後の活動について

- ・ (諏訪市) 提案のあった地域商社との連携を含めて施策を検討していく。また、他地域との連携も機会があれば実施したいと考えるため、必要な際は相談したい。

2. 支援内容

(2) 諏訪市産業連携推進室 ③総括

実現に向けた重要な要素の変化

- 当該チームのアイデアコンテストで発表した取組については、既に実施済みであり、本件記載は今後の展開の側面支援に関する内容となる。
- 行政として地域の酒蔵への側面支援として、地域資源である日本酒の販売量の増加と、日本酒を核とした地域への誘客につながる施策を検討していることから、解決策の設定として助言を実施した。
- 日本酒の販売量増加に向けては、地域商社との連携が重要になることを当社が関与している「地域商社やまぐち」の事例を用いて説明した。地域商社を通じて酒の肴と日本酒を掛け合わせた商品を販売するとともに、地域資源である温泉と掛け合わせたキラコンテンツを開発する等、ブランディングを行うことが重要になることから、今後は諏訪にある地域商社の酒類販売免許の有無も含め確認し、連携を検討していく。
- 地域への誘客については、日本酒ファンを呼び込むことが必要であり、広島県西条等の日本酒が有名な他地域との連携も重要であることを説明。現段階で諏訪市は日本酒による他地域との連携は特に実施していないため、今後は誘客に向けた取組の連携を検討していく。

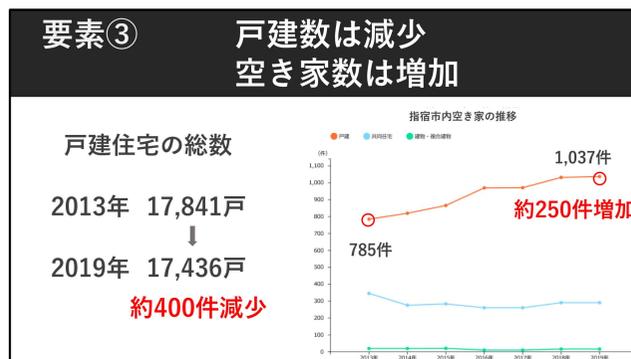
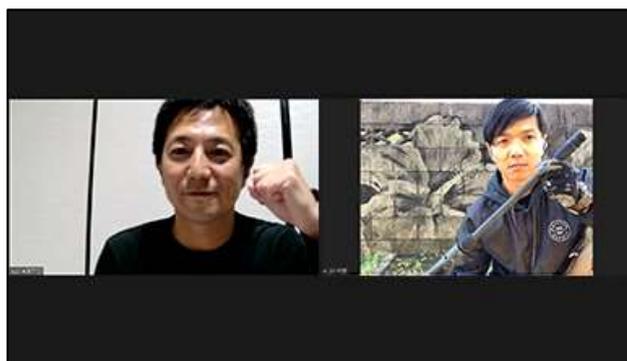
今後必要なフォローアップ

- 地域の酒蔵への側面支援として、行政としてどのような施策を行うかを検討している。諏訪市には諏訪信用金庫のファンドが出資している地域商社SUWAがあることから、まずは同社との連携を検討することが必要と考えられる。
- 日本酒を核とした地域活性化に向けた支援としては、酒類を地域資源にしている他地域との連携を進め、日本酒ファンを誘客することが重要であるため、他地域の行政との協議の場を設定することや、地域商社SUWAを運営する諏訪信用金庫を通じて他地域との連携を促進する等の支援が必要と考えられる。

2. 支援内容

(3) TOMOSHIBI ①チーム概要

プロジェクト名	artのある街計画
チームメンバー	瀬戸口晴彦、元吉遼平
分析対象地域	鹿児島県指宿市
表彰	コンテスト2020・地方創生担当大臣賞、HRogリスト賞（地方公共団体の部）
アイデア概要	地域おこし協力隊として鹿児島県指宿市へ移り住んだチームメンバーが、高圧洗浄機を用いて街なかのよごれた壁をキャンバスにして絵を描くアート活動を実施することで明るい街として生まれ変わらせるプロジェクト。指宿市は空家数が増加しており、景観や地域のコミュニティ形成に負の影響を与えている。これらの課題を解決するために、チームメンバーが壁に絵を描く活動を端緒に、地域住民との連携強化や、教育とアートの組み合わせによる活動展開を目指す。



2. 支援内容

(3) TOMOSHIBI ②協議内容 (1回目)

実施日時	実施内容		参加者
2021年12月06日 17:00-18:00	意見交換会第1回	TOMOSHIBI：瀬戸口様 内閣官房：堂前様、櫻部様	OGN：奥村様、澁谷様 YMZOP：品川、舟木、河野、林田、北森

■ 提案したアイデアの進捗

- アート活動を通じて明るい街として生まれ変わらせるプロジェクトとして、高圧洗浄機によるアートだけではなく、指宿市役所のシャッターへのペイント等を行っている。その他、市内の様々な施設に絵を描く活動や学校と連携して子どもたちにワークショップを行っている。

■ チームの意向と課題

- 意向：地域おこし協力隊としての活動終了後は未定だが、指宿に限らず都市でないところ（＝地方）で同様の活動を続けたい。
- 課題：アート制作の元吉氏が指宿から離れる可能性があり、その際はアート活動の継続が困難になる。地元の絵を描きたい人を見つけていくことを検討しているが、その場合のマネタイズをどうしていくか悩んでいる。

■ 実現に向けた重要な要素について

- （YMZOP、OGN）マネタイズの手法としては、クラウドファンディングや、行政からの補助金、ふるさと納税等がある。（瀬戸口氏）クラウドファンディングにアートを使うことは違和感を覚える。行政からの補助金はリサーチしきれていない。ふるさと納税は取りまとめる会社が上手く活用できていない印象があるため、指宿でアートを通じたマネタイズは難しいと感じた。（YMZOP）TOMOSHIBIの活動を一番理解してくれる人と連携するのが良い。（瀬戸口さん）それが見つからない。地方創生アイデアコンテストで地方創生担当大臣賞を受賞したが、なかなか市の事業として話を進めることが難しい。（YMZOP）場合によってはアートにこだわりすぎなくても良い。元吉氏がいるためアートを軸に活動しているが、どのような切り口で地域課題解決のストーリーを組むかによってお金をもらう先が変わってくる。

■ 今後の活動について

- TOMOSHIBIが行って来たアートによる地域課題解決の活動について、現地視察を行う。その際には、地域住民とアートを活用した地域活性化に関するワークショップの開催や、指宿市の事業として継続して実施するためにどのような施策が考えられるかを市の職員と意見交換する場を設定する。

2. 支援内容

(3) TOMOSHIBI ③総括

実現に向けた重要な要素の変化

- 当該チームがコンテストで提案した、アート活動を通じて明るい街として生まれ変わらせるプロジェクトは既に実施している。今回の支援については、同プロジェクトを持続可能な形にするためにどうすれば良いかを協議し、課題を解決する方向で進める予定であったが、アート活動を行っている元吉氏の去就が不透明であることから、まずは今後の活動について、継続を望む場合、アートを軸にする場合としない場合、指宿市をフィールドに活動する場合としない場合等、それぞれどのような展開やマネタイズ手法が考えられるかについて情報提供を行った。

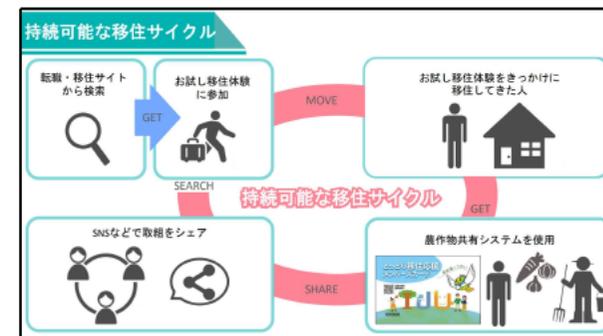
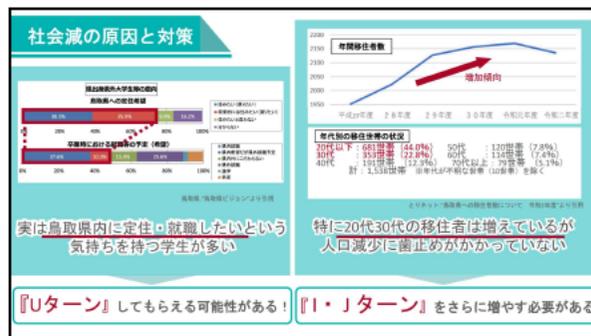
今後必要なフォローアップ

- 今後は地域おこし協力隊である瀬戸口氏が所属する部署で、スポーツを核とした観光誘客等の地域課題解決の活動を進める意向があることから、今後は観光コンテンツ造成等に関する支援が求められる。

2. 支援内容

(4) 青翔開智高等学校×同志社女子高等学校 ①チーム概要

プロジェクト名	農家ホームステイ&農作物バンク
チームメンバー	藤原夢叶、兒島悠月
分析対象地域	鳥取県
表彰	コンテスト2021・ナビタイムジャパン賞（高校生・中学生以下の部）
アイデア概要	鳥取県の魅力をアピールすることで、20代～30代の子育て世代のU・I・Jターンを増加させ、県人口の社会減を食い止めるアイデア。鳥取県は、農業や水産業が盛んな「食のみやこ」であるにもかかわらず、人口の転出数が転入数を上回る社会減が続いている。この課題を解決するために、県外在住の若者を対象に、農家へ希望する期間ホームステイすることで鳥取の魅力を感じてもらい「お試し移住体験」と、移住後も「食のみやこ」を感じてもらうため鳥取県の自慢の食べ物をより安く食べてもらう「農作物共有システム」を提案する。



2. 支援内容

(4) 青翔開智高等学校×同志社女子高等学校 ②協議内容 (1回目)

実施日時	実施内容	参加者
2022年 02月17日 17:00-18:00	意見交換会第1回	青翔開智×同志社女子：藤原様、兒島様 内閣官房：菱沼様、櫻部様 YMZOP：河野、西田、北森

■ 提案したアイデアの進捗

- アイデアコンテストで「お試し定住体験（農家ホームステイ）」と、「おすそわけバンク（農作物共有システム）」を提案しているが、どちらもまだアイデアの段階であり、具体的な取組は進めていない。

■ チームの意向と課題

- 意向：現時点ではアイデアの段階だが、「お試し定住体験」も「おすそわけバンク」も両方とも実現に向けて動きたい。施策の順序としては、お試し定住で良さを知ってもらい、その後におすそわけバンクでもっと鳥取の良さを知ってもらう、という2段階を想定しており、まずはお試し定住から進めていきたい。
- 課題：アイデアの実現可能性がどれだけあるかが不透明、関係者の洗い出しや合意形成が出来ていない、実現に向けた予算の規模感が不透明。

■ 実現に向けた重要な要素について

- （藤原さん、兒島さん）アイデアの作成にあたり、鳥取県庁、鳥取市役所、高校の先生や親族へヒアリングを行っているが、このアイデアが実際にどの程度、実現可能性があるかが見えていない。おすそわけバンクを実現するにあたって、農家の方が参加してくれるのか不明であり、また予算規模についても具体的に想像できてない。
- （YMZOP）まずは、このアイデアを実現させるにあたり力を借りたい人や、ユーザーとなる関係者に話を聞いてみる必要がある。アイデアの実現にどのような関係者がいるかを整理していくことが最初のステップ。（藤原さん、兒島さん）お試し定住をするには具体的なプログラムを作成する必要があり、そのプログラムに関わる人たちやターゲットと想定している20～30歳代の人たち、同じコンテストに応募していた鳥取大学のツナガルドボクチームと県の部署の人たち等に話を聞こうと考えている。ヒアリング手法は、対面やWEBツール、Googleフォームの活用も考えている。（YMZOP）実現可能性を高めるためにも、ヒアリングを踏まえてスモールスタートで実証することも重要。

■ 今後の活動について

- YMZOPが提供したヒアリングリストのフォーマットを活用して、アイデアに関わる関係者の洗い出しを行うとともに、ヒアリングする内容を整理する。

2. 支援内容

(4) 青翔開智高等学校×同志社女子高等学校 ②協議内容 (2回目)

実施日時	実施内容	参加者
2022年 03月02日 10:00-11:00	意見交換会第2回	青翔開智×同志社女子：藤原様、兒島様 YMZOP：河野、西田、北森、林

■ 提案したアイデアの進捗

- ・ 前回の協議で共有したヒアリングリストのフォーマットを基に検討した関係者を整理。今回の協議では、チームで検討したヒアリング対象やヒアリングする内容が適切かを検討する。

■ 実現に向けた重要な要素について

- ・ アイデアを具体的に実行する際に必要となる関係者がどのような役割を担うかを整理し、ヒアリングする内容について意見交換を行った。
- ・ JAグループ鳥取：受入体制、農家の担い手、農家への営農相談や技術指導を行っているため農家をつないでもらう、また食品ロスについての情報収集。
- ・ 鳥取県庁、鳥取市役所：地域の営農の実態、鳥取市のお試し移住体験運営者、移住ニーズ、運営体制、お試し移住の効果や課題、既存の取組内容。
- ・ 青翔開智高校教員：移住経験者としての体験談、ニーズ調査、ターゲットとする20～30代に該当する先生にもヒアリング（ペルソナの深掘り）。
- ・ 鳥取県佐治町民泊関係者：受け入れ体制(民泊、ホームステイ)、民泊の家の探し方や開始した経緯、民泊業の規制。
- ・ (YMZOP) 鳥取県にこだわらず、他県の農家民泊等の取組をしている人へアプローチを行いヒアリングすると良い。他県の取組を調べるポイントとして、これまで調べてきたワードやフレーズと掛け合わせながら他地域の取組を検索するとイメージと近い取組が見つかりやすい。また、運営主体が重要となってくるため意識してヒアリングしていく。NPOが行政から補助金をもらって運営する等、様々なパターンが考えられる。
- ・ (YMZOP) 今回は移住者の呼び込みを狙うアイデアだが、大きな目的は地域の人口維持であることから、大学生等を対象になぜ鳥取県から人が流出しているのかを聞くことで、何があれば鳥取に残ったのかをヒアリングすることも、新たなアイデアの創出につながると考えられる。

■ 今後の活動について

- ・ 今後は、関係者の整理→ヒアリング（情報収集）→既存取組と比較→差別化のポイントを検討→関係者合意形成→自治体へ提案の流れで進める。
- ・ 次のステップとしては、今回の協議で整理した内容を基に実際にヒアリングを実施していく。また、リーンキャンバスと関係者図を作成し、ヒアリング内容を踏まえて仮説検証を進めることで、アイデアの磨き上げを行う。

2. 支援内容

(4) 青翔開智高等学校×同志社女子高等学校 ③総括

実現に向けた重要な要素の変化

- コンテストで発表した「お試し定住体験」、「農作物共有システム」の2つのアイデアについて、ヒアリングを踏まえて作成はされていたものの、アイデアの実現可能性については見通しがついていない状況であったことから、実現可能性を高めるための要素について説明を行うとともに、これからチームとして取組を具現化する流れを可視化（関係者の整理→ヒアリング→既存取組と比較→差別化のポイントを検討→関係者合意形成→自治体へ提案）し、全体像の整理を行った。顧客と課題の特定や、必要となる関係者や資源の特定が不足していたことから、その2点について支援を実施した。
- 顧客と課題の設定については、現段階のアイデアが想定しているターゲットのニーズを満たすものとなっているかを検証していく必要があることを説明し、鳥取県に移住してきた人や、想定している属性に該当する人等へヒアリングを行うこととした。また、併せて移住の理由等をヒアリングすることで、アイデアの磨き上げを進める。
- 必要となる関係者や資源の特定については、ヒアリングリストのフォーマットを共有し、このアイデアを実現するために関与する団体や企業について洗い出しを行うとともに、洗い出した関係者へヒアリングする内容についても整理を行った。実現可能性向上に向けた顧客や関係者の特定のプロセスを着実に進めるため、今後は実際にヒアリングを実施することとなった。

今後必要なフォローアップ

- 支援前の段階では、実現可能性を高めるための第一ステップが見えていない状況だったが、必要となる要素や全体の流れについて整理したことで、今後の活動が明確となった。
- 現在は、リーンキャンバスや関係者図のひな型を作成しており、アイデア実現に向けた関係者へのヒアリングやアンケートを実施している。
- 今後は、実施したヒアリング内容を踏まえて、「お試し定住体験」、「農作物共有システム」を実現するために、リーンキャンバスの内容の精査と、関係者図の整備について助言等の支援が必要となる。

2. 支援内容

(5) 兵庫県立加古川東高等学校 STEAM特講 地場産業PR班 ①チーム概要

プロジェクト名	加古川市の地場産業 靴下の振興へ
チームメンバー	高田楓子、小川明莉、塩見珠梨
分析対象地域	兵庫県加古川市
表彰	コンテスト2021・Agoop賞（高校生・中学生以下の部）
アイデア概要	兵庫県加古川市の歴史ある産業である靴下製造を、ブランド化し知名度向上のためのポータルサイト制作によって、生産量の増加、雇用の創出を目指すアイデア。加古川市は、明治時代より靴下製造が盛んな地域だが、近年事業者数が減少しており、地元であっても知名度が低いことが確認できる。しかしながら、品質は良いものも多く、企業同士のつながりの薄さと国産ゆえの価格の高さに課題があると推測した。これらの課題を解決するために、ブランド化と知名度向上のためのポータルサイト制作を進める。



贈答用靴下のポータルサイトを作る!

ブランド内の企業別の商品の特徴や情報などをまとめるだけでなく、贈答目的やニーズに合わせて商品の提案をしてくれる贈答用のサイト

贈答目的、ニーズを検索

検索項目に合わせた商品を提案!

加古川のつくりたポータルサイト

贈り相手のことを考えた贈答用靴下を簡単に検索できる!!!

※イメージ図 (班員制作)

2. 支援内容

(5) 兵庫県立加古川東高等学校 STEAM特講 地場産業PR班 ②協議内容 (1回目)

実施日時	実施内容	参加者
2022年 03月04日 16:00-17:00	意見交換会第1回	加古川東高校：高田様、小川様、塩見様 近畿経産局：大野様、黒谷様、仲田様 内閣官房：菱沼様、櫻部様 YMZOP：河野、西田、林

■ 提案したアイデアの進捗

- 最終審査会で使用した資料をさらにブラッシュアップし、2月24日に加古川市長へプレゼンを行った。加古川の靴下のブランディングの一部として、オンラインショップをNECと連携して制作中であり、5月8日の母の日にテストマーケティングを実施予定。

■ 進捗に対するチームの意向や課題

- 意向：ブランディングに向けた今後の展望について、取組を進めていくためにゴールを定めていきたい。
- 課題：様々な取組（ギフトボックスの展開、ギフト用靴下のオンラインショップの制作、ブランドの確立のためロゴマークの作成、文化を広げるためのPVの制作等）についてアイデア出しを行ってきたが、それらをどのような順番で行えばよいか、悩んでいる状態。

■ 実現に向けた重要な要素について

- (YMZOP) ブランド化のためには、全国と比較して生産量が多い理由や、他社と比較したときの優位性を可視化することで、他の靴下との差異を消費者が実感する必要がある。そのためには、現状を整理し、地域産品の良さを言語化していくことが重要。また、その差異を知ってもらうためには、ストーリー作りも重要。ストーリーの掘り下げを行うことで、強みが具体的に伝わるようになり、共感してもらえるものになる。テストマーケティングを実施する際も同様で、多様な特徴を一つずつ具体的に言語化し、手に取る人に分かりやすいようにするとともにその中にストーリーを付けていく。
- (加古川東高校) 加古川の靴下は多用途であるため、国産で高品質であるが商標として売り出す部分が絞れないため贈答用に幅広く訴求したいと考えた。ブランド化の際は商品基準を定め一律にするが、加古川の靴下はそれがなく様々なニーズに答えることができるという点をブランディングしていきたい。また、テストマーケティングについて、ペルソナは、年代や属性の絞りこみがまとまらなかった部分があるため、情報を集めて検証していく。

■ 今後の活動について

- 5月8日の母の日に実施するテストマーケティングにおける仮説検証に向けて、顧客の具体化を進める。母の日には誰が誰に贈り物をしているのかということや、価格帯、贈答の際の思い等の情報を収集し、整理するとともに、加古川の靴下を用いたギフトパッケージを検討する。また、情報収集に際しては靴下が地域産品となっている他地域へのヒアリングも検討する。

2. 支援内容

(5) 兵庫県立加古川東高等学校 STEAM特講 地場産業PR班 ③総括

実現に向けた重要な要素の変化

- 当該チームは、提案したアイデアに関して地場の企業やNECなどの外部企業と連携しながら、取組を進めていたことから、関係者との連携等は既に実施されている一方で、具体的な取組の第一歩となる5月8日の母の日のテストマーケティングにおいて、想定される顧客層のイメージがまとまっていない状況であった。
- テストマーケティングを実施する際には、顧客の特定を行うとともに、多様な特徴を一つずつ具体的に言語化し、手に取る人に分かりやすいようにするとともにその中にストーリーを付けていくことが重要であることを伝え、まずは顧客の特定を進めることとなった。
- 母の日にギフトを贈る人に関係する要素について整理したフォーマットを作成、共有し、母の日には誰が誰にギフトを贈るか、どのようなものを贈るか、贈る理由や思いを整理することで、ターゲットを明確化し、ニーズに合ったギフトボックスの検討を進める。また、併せて加古川産の靴下が持つ優位性について、消費者側に伝えられるよう言語化する必要があることから、靴下が地域産品となっている他地域で実際にヒアリングを行う等、優位性を具体化することとなった。

母の日のプレブランド化に向けて

(1) 一般的に母の日にどのようなギフトが送られているか調べてみよう

誰から	誰に	ギフト内容	送る理由・思い

(2) 加古川の靴下の特徴を整理してみよう

靴下の種類	靴下の機能・特徴	商品誕生の背景や思い

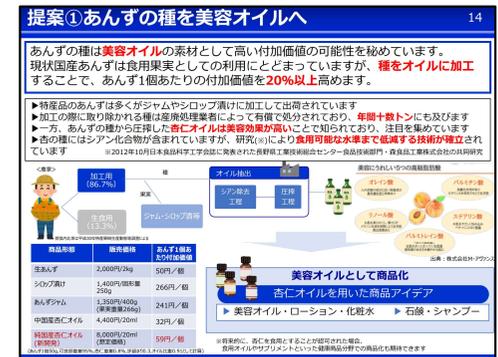
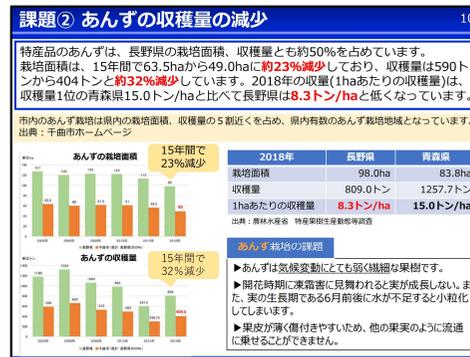
今後必要なフォローアップ

- 5月8日の母の日のテストマーケティングにおいて、想定している顧客向けのパッケージを開発、販売を行うこととしており、今後はその検証結果を踏まえて、ブランディングに向けた訴求要素を整理していく必要がある。特に地域産品のストーリーについては、チームメンバー自身がこれまでに調べた内容に含まれているものの、具体的に言語化できていない部分が多いことから、他地域へのヒアリング活動の結果も踏まえて、ストーリーや優位性を言語化、可視化する支援が求められる。

2. 支援内容

(6) 株式会社ビジネスクロス & 株式会社M.アヴァンス ①チーム概要

プロジェクト名	国産杏仁オイルが日本一のおんずの里を守る
チームメンバー	木内清人、岸江美寿保、國平貴弘、宮崎博孝、吉岡雅樹、榊原由佳、福岡誠、土信田雅祥、高橋佑樹、井戸本さと子
分析対象地域	長野県千曲市
表彰	コンテスト2021・地方創生担当大臣賞、帝国データバンク賞（大学生以上一般の部）
アイデア概要	長野県千曲市特産のおんずの、未利用資源である種から作る美容オイルを活用し、観光地としての新たな魅力を訴求することで、観光客・観光収入の増加を図るアイデア。長野県千曲市は、おんずの名産地であるが、栽培面積や収穫量は減少傾向にある。また、就農者も高齢化しており、新たな担い手を確保することが課題となっている。これらの課題の解決に向けて、従来廃棄されていたおんずの種を活かして、原材料から国産の美容オイルを開発を通じて稼ぐ仕組みの構築を目指す。



2. 支援内容

(6) 株式会社ビジネスクロス & 株式会社M.アヴァンス ②協議内容 (1回目)

実施日時	実施内容	参加者
2022年 01月12日 14:00-15:00	意見交換会第1回	ビジネスクロス：木内様、宮崎様 M.アヴァンス：岸江様、國平様 内閣官房：紫竹様、菱沼様、樫部様 YMZOP：品川、河野、西田

■ 提案したアイデアの進捗

- 森食品工業(株)および長野県工業技術総合センターと意見交換を行い、2022年に杏仁オイルの製造販売を実現するための協力体制と、今後の進め方について合意した。2022年10月を目標にオイル絞りを実施するよう調整を進めていく。

■ 進捗に対するチームの意向や課題

- 意向：2022年4月に千曲市で「あんずまつり」があることからそこでプロモーションを行うとともに、県知事等へPRし、取組の実現化を進めたい。
- 課題：杏仁オイルの製造に向けて長野県の許可取得が必要となっているが、現状では拠点が長野県にないことから、現地法人の設立を検討中。

■ 実現に向けた重要な要素

- 杏仁オイル製造にあたり雑貨として製造販売を開始し、並行して食用の許可取得を進める。2022年1月に、長野県知事を訪問、関係機関との調整を図る予定。製造体制については、森食品工業(株)にて種から杏仁を取り出し提供する。供給量は調整可能。乾燥・圧搾工程は、(株)M.アヴァンスにて設備導入又は他事業者へ依頼する予定。食用については、長野県工業技術総合センターにてシアン除去・乾燥方法などの技術提供が可能となる。2022年収穫時の試作販売を目指して進めていく予定。
- 許認可取得に向け、長野県を本拠地とした新会社を設立するか、Mアヴァンスの長野営業所を配置する予定。今月、ビジネスクロスとMアヴァンスが長野県知事を訪問して許認可取得の交渉を実施する予定。
- 商品開発後のブランディングについて千曲市観光協会と信州千曲観光局と協議し、具体的なプロモーション方法をディスカッションする予定。信州千曲観光局は日本版DMOの登録法人であり、本企画を当局へ提示し予算確保を試みる。

■ 今後の活動について

- 長野県知事や信州千曲観光局と面談予定であり、その結果を踏まえて再度実現に向けた協議を実施する。併せて、リーンキャンバスを作成し、現状を整理する。

2. 支援内容

(6) 株式会社ビジネスクロス & 株式会社M.アヴァンス ②協議内容 (2回目)

実施日時	実施内容	参加者
2022年 02月25日 18:00-19:00	意見交換会第2回	ビジ初加入：木内様、上田様、福岡様 M.アヴァンス：岸江様 内閣官房：菱沼様、樫部様 YMZOP：河野、西田、北森

■ 提案したアイデアの進捗

- ・ 例年4月に開催される「あんずまつり」がコロナの影響により中止が決定しており、代案として市の施設へチラシを設置してもらうよう交渉予定。
- ・ 具体的な事業化に向けては長野県の試験場にて成分分析や製造方法を調査していく方向で動いており今年の10月頃に製品（サンプル）の作成予定。
- ・ 県知事との面談やDMOとの連携については、申し入れを行っているが先方の都合がつかず実施できていない。

■ 実現に向けた重要な要素について

- ・ 顧客の特定：（YMZOP）30～40歳の美容に興味のある女性とあるが、もう一段階具体的なターゲットを絞れるようペルソナを定めると良いと思う。（岸江氏）ペルソナを定めて掘り下げを行う。杏仁オイルの販売実績を分析すると40代後半から50代の男性がシミを気にしており、購買行動がみられる。まずは体験することが必要であるため、地方の国内旅行で体験ツアーの企画を行う。体験ツアーの限られた時間でエステ等の形で体験してもらう場合には、類似サービスとの差別化を図らなければならない。杏仁オイルのリピート率は高いため、実際に使用してもらうことが重要であり、機会の創出を行う。
- ・ 優位性：（YMZOP）国内初国産杏仁オイルとあるが、具体的にはどのような点が特色としてアピールできるか？また、他のオイルと比較したときに選んでもらえる決め手となるPRポイントは？（岸江氏）混合オイルではなく杏仁オイル100%で製造するため、漢方薬的な役割があり即効性がある。2か月でシミがなくなった人や小さいイボが1週間でなくなったと聞いたこともある。他社製品と比較し勝算のある部分については性能面であり、ターゲットにしている層は、商品への興味がすぐに変わっていくが使ってもらえば使い続けてもらえる自信がある。
- ・ （YMZOP）価格帯が高価格での設定であるが他の商品と比較して適正か？（岸江氏）混合オイルの一番高価なもので8,000円/20gであることから、純粋なオイルのみで安心・安全に使用できるものということで強気な価格設定でいきたい。（YMZOP）資本力がある企業が後発で類似商品を販売することは考えられるか？（岸江氏）長野県からオイル製造を流出させないことが重要であるが、大手が取り組むにはあんずの種の量が足りないと考えられることから、先に製品化することで独占しやすい。また、搾油方法を広めないことや種の部分の流通を抑えるなど工夫するようにしたい。あんずの生産について長野県と青森県で賄われているが青森県のあんずは実際のところ梅であることから、長野県のあんずの種を流通させなければ問題ないと思われる。

■ 次回面談までのブラッシュアップ

- ・ 顧客の特定や優位性等の、明確に言語化できていない部分について整理するとともに、10月のサンプル作成に向けて調整を行う。

2. 支援内容

(6) 株式会社ビジネスクロス & 株式会社M.アヴァンス ③総括

実現に向けた重要な要素の変化

- 当該チームは、杏仁オイルに関する卸・小売業者のM.アヴァンスと経営コンサルタントのビジネスクロスの合同チームであり、過去のコンテストにおいても、最終審査会に複数回出場しており、経営コンサルタントという職分を發揮した分析に定評がある。今回のアイデアについても、綿密な分析と関係者との調整を実施しており、計画に基づき具体的な取組を進めている状況。
- 実現に向けた要素については一定程度整理できているが、顧客の特定と優位性の部分について、やや言語化できていない部分が見受けられたことから、より具体化し、プロモーション等に盛り込むことが必要であることを助言した。
- 顧客の特定においては、美容と健康に興味のある30～40代女性と幅広となっていたが、杏仁オイルの販売実績を分析すると40代後半から50代の男性に購買行動がみられることもあり、今後はより顧客イメージを具体化し、特定を進める。
- 優位性の部分については、国内初の純国産の杏仁オイルという点で、安全面等がPR出来る一方で、効能について具体的に記載できていないことから、チームが認識している「漢方薬的な役割があり即効性がある」、「2か月でシミがなくなった人や小さいイボが1週間でなくなった実例がある」といった内容を踏まえて、今後整理を行っていく。
- 加えて、商品について同業他社が参入した際の優位性を確保することが重要であることを説明し、今後は製油に係る技術を知的財産権で保護することや、原材料となるあんずの種の流通経路を抑える検討を進めていくこととなった。

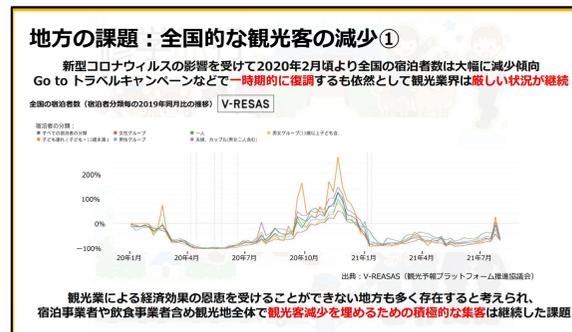
今後必要なフォローアップ

- 具体的な取組に向けた調整が進む一方で、両社とも地域外の企業であることから、今後は行政や地域団体との連携を密にしていくことが必要となる。当初想定していた信州千曲観光局との面談や長野県知事との面談が進んでいないこともあり、必要に応じて協議の場に同席する等の支援が必要と考えられる。
- ビジネスの内容そのものについては、経営コンサルタントであるビジネスクロスがチームに参画していることもあり、必要以上の関与はビジネスクロスの業務領域に入り込むことから避けた方が良く考えられる。一方で、ビジネスクロスとM.アヴァンスの間での進捗の共有や状況の整理について、オブザーバーとして参加する等の支援は必要と考えられる。

2. 支援内容

(7) エンタメ学習プログラム開発チーム ASOMANACTIVE ①チーム概要

プロジェクト名	SDGs Travel Adventure
チームメンバー	日景太郎、大野大輔、山田啓博、津曲祐輝、山崎祐汰
分析対象地域	神奈川県鎌倉市ほか
表彰	コンテスト2021・角川アスキー総研賞（地方公共団体の部）
アイデア概要	「地方」の課題と「教育」の課題をマッチングさせ新たな地方の関わりと新たな学習体験を可能とする小学生向け修学旅行事業の創出を目指すアイデア。新型コロナウイルス感染症の影響により、全国的に観光客数が減少している。また、学校教育の現場においては、修学旅行における学びと遊びの両立の難しさが指摘されている。さらには、地方と学校の双方の課題として、外部とのつながりが不足しているという点が挙げられる。これらの課題を解決するために、子供たちが本気で遊び・学びながら地域社会に触れ、地方の関わりをつくる体験型エンタメ修学旅行プランである「SDGs Travel Adventure」を開発し、学校等での普及を目指す。



SDGs Travel Adventureとは ②体験：旅行本番

■SDGs謎解き補足資料 例）秋田県 大館市 花岡の場合

長木深流

観光地説明
大館市を流れる野川に流れ込む長木川、上流の奇岩
崖あたりは多量の杉、四十八滝や水鏡など多くの
観光客の名所があり、自然や歴史の物語には多岐
の観光客でにぎわっています。

ヒント
失われた旅の道を探り直し
上流より遊ばせよ。

謎解き

謎解き

※現地では解けないような、その土地の「景観」や「観光スポット」を
ヒントにした謎解きをご用意。地域の特色に触れながら謎解きが楽しめます。

秋田の地産を眺めると答えが浮かび上がります！
商標となった秋田ラインに重ねて「イキケン」が出てきます。

2. 支援内容

(7) エンタメ学習プログラム開発チーム ASOMANACTIVE ②協議内容 (1回目)

実施日時	実施内容	参加者
2022年 02月03日 13:00-14:00	意見交換会第1回	ASOMANACTIVE : 日景様、山田様、津曲様 YMZOP : 河野、林田、西田、北森

■ 提案したアイデアの進捗

- ・ オンラインの授業（全国対象）でSDGsを学ぶプログラムを作成。90分で謎解きを行い最終的にはSDGsを学ぶことができる内容であり、昨年は1年で約500～600名程度の小学生に実施。「SDGs Travel Adventure」として、事前学習から旅行本番、事後学習、オンラインでプレゼンまでを一気通貫でパッケージとして作成している。旅行業取扱管理者の資格はないため、JTBと連携して3月15日に鎌倉の小学校で卒業遠足として実証を行う予定。

■ 進捗に対するチームの意向や課題

- ・ 意向：観光地化されていない地方へ観光ツアーを作りたい、実施主体をいずれはASOMANACTIVEとして法人化したい。
- ・ 課題：都道府県、市区町村からツアー作成を依頼される関係構築や、関係人口創出に意欲のある自治体等とつながることが難しい。

■ 実現に向けた重要な要素について

- ・ (ASOMANACTIVE) コンテンツの活用に向けて、小学校の先生が47都道府県の公立の先生とつながれるコミュニティを作成し、ニーズを収集出来る環境づくりを行うとともに、コンテスト受賞についてニュースリリースを出してメディアで発信を行っている。今後は市区町村の観光課、SDGsの活動をしている課等から観光ツアーの依頼を受け、旅行会社（仮・JTB教育事業部）を通して小学校等の教育現場へ提供するという流れを作りたい。具体的な支援要望としては、地域との関係性構築の手助けと、総合的にビジネスモデルの構築に向けた整理を一緒に行ってほしい。
- ・ (YMZOP) 今後、JTBと連携した実証を踏まえて、教育に関するサービスのマネタイズは誰をターゲットにしていくかを明確にしていく必要があることから、今後は一緒に整理していく。このコンテンツ自体は子ども向けだけでなく大人向けにも活用が出来ることから、ターゲットを広げ整理する。
- ・ (ASOMANACTIVE) マネタイズ手法については、修学旅行型、課外授業型、自治体からの受託型などの手法を検討している。今回の卒業遠足の実証は、生徒一人当たりの金額に一定のフィーを頂くように調整を行っている。今後はどれだけの小学校へ展開できるかがマネタイズのポイントになる。

■ 今後の活動について

- ・ これから3か月程度を目途に事業と事業計画等について整理していく予定であり、次回面談までにリーンキャンバスを作成する。

2. 支援内容

(7) エンタメ学習プログラム開発チーム ASOMANACTIVE ②協議内容 (2回目)

実施日時	実施内容	参加者
2022年 02月24日 09:00-10:00	意見交換会第2回	ASOMANACTIVE : 日景様、山田様 YMZOP : 品川、河野、林田、西田、北森

■ 提案したアイデアの進捗

- JTBと連携した3月15日の実証に向けた準備を進めている段階。本協議ではリーンキャンバスを基に、アイデアや実現方法のブラッシュアップを行った。

■ 実現に向けた重要な要素について

- ターゲット：(ASOMANACTIVE) 公立小学校を最重要の顧客として見据えている。理由として、日景氏がキャリア教育コーディネーターの資格を取得しており、他の層と比べて、資格を活かしたアプローチが行いやすいため。また、小学校の環境として、50年以上前から修学旅行のレクリエーション内容が変わっておらず、学びの部分が抜け落ちているという教育上の課題を有しており、顧客の持っている課題が明らかとなっているため、そこに切り込んでいきたい。今回の実証のような形でJTBと連携、公立小学校をターゲットにしたい。(YMZOP) 実証している内容は、小学校に限らず広く求められているため、学校に限定せず、やや広い年齢層も今後ターゲットとすることが考えられる。
- 資金調達：(ASOMANACTIVE) 修学旅行型では旅行代理店との連携が必要であり、利幅が薄くなるが、全てを自分たちで行うことは人的リソースの面で負担が大きいという課題もある。また、コンテンツ制作料としてマネタイズを考えていたが、コンテンツが繰り返し使用できると顧客が考えた場合、継続的な収益機会を失う危険性があると考えている。(YMZOP) コンテンツ制作を繰り返すことで、制作するフォーマットやフレームそのものを販売することも可能と考えられる。また、認定制度を作成し、地域でコンテンツを実施出来る仕組みづくりを行い、ロイヤリティ等を徴求することも考えられる。
- 広報：(YMZOP) まずは先生に向けてコンテンツの内容を理解できるテストプログラム(小規模なSDGs 謎解き等)を作成すると、実際の教育現場の方々へアプローチしやすいのではないかと考えている。また、元々修学旅行で訪問されている知名度の高い地域で実証を行い、実績が増えれば横展開につながる。自治体が知ってもらいたいと思っている観光地と、SDGsを組み合わせで発信できる地域を見つけると良い。(ASOMANACTIVE) 鎌倉のほか、現在日光の案件に取り組んでいる。

■ 今後の活動について

- 3月15日の鎌倉での実証の準備を進めるとともに、今回の協議で整理した事業の展開に必要な要素について整理を行う。併せて、自治体予算や観光庁の補助金等で活用できるものが無いか検討を進める。

2. 支援内容

(7) エンタメ学習プログラム開発チーム ASOMANACTIVE ③総括

実現に向けた重要な要素の変化

- 当該チームは、最終審査会の時点で「SDGs Travel Adventure」を開発し、チームメンバーの教員が在籍している学校での実証も控えている等、新規事業のコンテンツそのものは一定程度完成している。一方で、どのような収益構造が望ましいか、修学旅行、課外授業というパッケージ以外でどのようなサービスの展開が可能であるか、といったビジネスモデルについては模索中の点もあったため、リーンキャンバスを用いて各要素について整理を行った。
- 顧客の課題の特定と解決策の設定においては、JTBと連携した修学旅行の実施以外にも、行政の観光部門との連携による観光コンテンツとしての活用や、大人向けの教育コンテンツとしての活用も考えられることを助言した。今後は、小学校の修学旅行だけをターゲットとするのではなく、行政と連携した観光ツアーとしての活用等も視野に入れて、行政に向けた営業活動も並行して行うこととなった。
- 資金調達については、修学旅行型では旅行代理店を座組みに含まなければならないことから、利幅が薄いため、量を確保するとともにその他のマネタイズについて検討を行った。コンテンツ制作を繰り返すことで、制作するフォーマットやフレームそのものを販売することや、認定制度を作成して、ロイヤリティ等を徴求することも考えられることから、コンテンツの品質を担保しながら新たなマネタイズを行う手法を引き続き検討することとなった。
- 今後の営業活動については、当初は各メンバーがこれまで培った個人的人脈を活用することに依存した計画となっていたが、知名度の高い地域での開催実績を元に事例を作ることで、営業のツールとなることを助言し、知名度の高い観光地での案件組成により注力することとなった。

今後必要なフォローアップ

- 提供するコンテンツはほぼ完成しており、実証段階での顧客の反応も良好。時宜にかなったテーマのコンテンツであり、当該分野において、確固たる地位を築いている事業者は確認できず、ビジネスとして軌道に乗る可能性も十分あると考えられる。また、チームメンバーの役割分担も適切になされており、面談中の受け答えからも事業化に向けた意欲の高さが窺えた。したがって、本事業において今後必要なフォローアップは、ビジネスモデルの確立と事業化に向けた営業活動の強化と考えられる。実現支援としてはビジネスとしての拡大に向けた助言等が必要となることから、スタートアップ企業がスケールする際に頼るベンチャーキャピタルのような、専門的な知識を有するメンターによるフォローアップが必要と考えられる。

3. 総括

3. 総括

(1) 事業全体を通じた課題

各チームへのフォローを行った結果として、各要素ごとの課題は以下のように考えられる。

■顧客と課題の特定

多くのチームでは、コンテストで提案した内容について顧客と課題の特定が不足している様子が窺えた。アイデアの実現に向けてマネタイズを検討するうえでは、年齢層、性別だけではなく、生活や趣味嗜好も含めたペルソナを設定し、ペルソナが資金提供してでも解決する課題が何かを特定する必要があることから、まずは提案したアイデアについて改めて情報整理するとともに、仮説設定に向けた助言等の支援を行うことが必要と考えられる。

■解決策の設定・実証

各チーム、コンテストで提案した内容から大きな変更はなかったが、実証まで進めているチームは少なかった。顧客と課題の特定が出来ていない場合、解決策の設定の具体化も進みづらいと考えられることから、顧客と課題の特定と併せて、アイデアの内容自体を一度見直し、顧客のニーズに合う解決策を再設定することが必要と考えられる。

■優位性

提案したアイデアの優位性について、言語化、可視化できているチームは少なかった。コンテストへの応募時点で、地域産品の特色や、サービス等の検討は実施している一方で、同業他社や類似サービスとの比較について検討しているケースが少ないことが要因と考えられる。アイデアの実現、持続可能性を高めるうえでは必要な要素であり、アイデアの優位性についての言語化、可視化について支援が必要と考えられる。

■関係者や資源の特定・合意形成

コンテストの提案内容と、行政が実施する観光関連施策との親和性は高いケースがあるが、観光協会やDMO等との連携がうまく取れていないチームが見られた。観光関連団体にどのようなメリットがあるか提示するための情報を整理、可視化する等の支援が必要と考えられる。また、高校生の場合は、関係者の洗い出しにおいてイメージが掴みにくい部分があることから、対象先をある程度提示していくことも必要となる。

■資金調達

資金調達については、行政の施策として実施する場合を除き、解決しているケースはほとんどなく、またチーム内での知見も不足している様子が窺えた。アイデア実現に向けたマネタイズの検討と合わせて、行政の補助金活用やクラウドファンディング、ふるさと納税等、提案ごとのフェーズに合わせて適切な情報提供を行う必要があると考えられる。

3. 総括

(2) 本事業の考察

- 本事業では、コンテストでの受賞アイデアが実際に実現され、地域が活性化していくことを目的として、アイデアの実現可能性を高める要素について整理し、各要素を満たすための助言等を行った。最終審査会の時点でのアイデアの完成度はチームによって大きく異なるため、支援内容についても完成度に合わせて検討する必要があると想定されたが、全体的な傾向として、アイデアの実現に向けて動き出す場合、コンテストで提案したアイデアをそのまま取り組むのではなく、内容について顧客と課題の特定等の各要素を再度検討する必要があることが窺えた。
- ピッチ大会ではなくアイデアコンテストであることから、完成度のばらつきはやむを得ない部分もあるが、コンテストの最終審査通過作品については、顧客と課題の特定や関係者の洗い出しについて再整理を事前に行う等、提案されるアイデアの実現可能性を高める方法を検討する必要があると考えられる。
- ASONMANACTIVEのように民間のビジネス目線でアイデアを組み立てている内容については、実際に事業化に向けて実証に取り組む等の進捗がある一方で、実現支援において今後懸念される課題として、助言者である当社と支援対象のチームの間には明確な契約関係はないため、助言の内容を実行した結果の責任を負うリスクを取れないことから、会社の経営判断にどこまで踏み込むべきか、という点については予め整理しておく必要があると考えられる。
- 支援後の各プロジェクトの状況について以下のとおり整理を行った。継続して各要素の磨き上げを行い、実現可能性を高めていくことが必要となる。

チーム名	プロジェクト名	分析対象地域	コンテスト年度・表彰	実現に向けた要素			
				顧客と課題の特定	解決策の設定・実証	関係者の特定・合意形成	資金調達方法
中小企業政策研究会ビジネスモデルカフェ	エアロバイクで仮想空間ライマラソン!	秋田県	2020・優秀賞、Agoop賞	○	○	△	△
諏訪市産業連携推進室	コロナに打ち克つ! 頑張る諏訪酒蔵のPR	長野県 諏訪市	2020・ビザ・ワールドワイド賞	/	△	/	/
TOMOSHIBI	artのある街計画	鹿児島県 指宿市	2020・HRogリスト賞	△	○	△	△
青翔開智高等学校×同志社女子高等学校	農家ホームステイ&農作物バンク	鳥取県	2021・ナビタイムジャパン賞	△	△	○	△
兵庫県立加古川東高等学校 STEAM特講 地場産業PR班	加古川市の地場産業 靴下の振興へ	兵庫県 加古川市	2021・Agoop賞	△	△	△	/
株式会社ビジネスクロス&株式会社M.アヴァンス	国産杏仁オイルが日本一のあんずの里を守る	長野県 千曲市	2021・地方創生担当大臣賞、帝国データバンク賞	△	△	△	△
エンタメ学習プログラム開発チーム ASOMANACTIVE	SDGs Travel Adventure	神奈川県 鎌倉市ほか	2021・角川アスキー総研賞	○	○	△	△

記号解説：「○」・・・方向性が決まっている、「△」・・・精査中、「斜線」・・・対象外

※セルに色が付いている部分について主に支援を実施。