

平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調書

(1) 取組名	感性価値クリエイター」を核としたモノづくり企業の新商品創出プロジェクトと次世代クリエイター育成プロジェクトとの融合化による、「広島発」の新たな官民一体型の戦略的モデル構築を通じた創発的地域づくり		
(2) 実施団体名	(有)SOHO総研	(3) 対象地域	広島県
(4) 代表団体名		(5) 推薦団体名	広島市、広島県

(6)実施した取組の内容	<b>取組①</b>	「成功報酬型」モノづくりプロジェクトの仕組みづくり	
	実施主体	(有)SOHO総研	
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果
		<p>1)提携企業との提携関係構築[モノづくり企業(農・商・工)への「成功報酬スタイル(インセンティブ契約)」の説明、提案、契約条件の各種パターンづくり、契約締結]</p> <p>2)新商材に関する情報収集[地域の既存製品の新たな可能性追求、隠れた産品(ヒットの可能性ある原石)探し]</p> <p>3)クリエイターとの提携関係構築[モノづくり企業(農・商・工)との「成功報酬スタイル(インセンティブ契約)」の説明、プロジェクトチーム結成(3～5チーム)]</p> <p>4)各チーム毎に商品開発[※取組②の弟子入生が企画や実験販売に参加、資料作成等の実務も担当 商品企画、試作品制作、デザイン・ネーミング、実験販売、商品化までの実施]</p> <p>5)販売促進[※取組②の弟子入生も現場に同行、プロモーションの一部も担当(展示コーナー・アンテナショップ運営、ネットショップ開設、各種プロモーション)]</p> <p>6)販路開拓[※取組②の弟子入生も営業に同行(マスコミリリース、Web、紙媒体、展示会、小売店への売込み等を駆使したメディアミックス)]</p>	<p>1)提携企業への「インセンティブ契約」の説明・提案を行い、先行投資の少ない成功報酬型の仕組みについて相手先から良い反応を得ている。</p> <p>2)新商材に関する情報収集(①中山間の湯来、世羅地域でのトウガラシ生産農家との連携②新商材→中山間の三次地域、ピオーネのドライフルーツなど)</p> <p>3)クリエイターとの提携関係構築(8つのプロジェクトチーム結成)</p> <p>4)各チーム毎に商品開発</p> <p>①広島土産もみじ饅頭『赤もみじ』(原材料選定と試作→3月完成発表 4月発売予定)</p> <p>②新しい広島土産『ピース饅頭』(金型完成、商品試作、ロゴ、パッケージ決定→4月完成発表 5月発売予定)</p> <p>③SOHOの声によるステーションナリーブランド『SO@R MONO』(ロゴの完成、プロジェクトペーパー、ブックメモの完成→1月23日発売)</p> <p>④可動式ユニットデスク『どこでもオフィス』(試作品の完成→5月完成発表予定)</p> <p>⑤中山間地域との連携による高野りんご、大長みかん、三次ピオーネを素材にしたアイスキャンディ開発。(府中市の製造会社に試作依頼→3月完成予定)</p> <p>⑥新しい広島土産菓子②『鳩のあしあと(仮)』(商品企画→6月完成発表、7月発売予定)</p> <p>⑦広島カーブ応援のオリジナルグッズ…企画検討中</p> <p>⑧三次ピオーネのドライフルーツを使用した商品開発…企画検討中</p> <p>5)販売促進については、社会実験会場での展示を行った。</p> <p>6)販路開拓については、『モノづくりプロジェクト』Webサイトを制作し、公開。</p>
<b>取組②</b>	長期指導による「弟子入り型」即戦力育成プロジェクトの仕組みづくり		
実施主体	(有)SOHO総研		
実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
	<p>1)受入企業との提携関係構築、講師依頼・確保</p> <p>2)長期間の「弟子入り型」カリキュラム作成</p> <p>3)生徒募集(プレスリリース、サイト制作、パンフレット制作、各種プロモーション)</p> <p>4)試験・面談、マッチング</p> <p>5)「弟子入り型」カリキュラムの実践と問題点の抽出</p> <p>6)取組①「成功報酬型」モノづくりプロジェクトとの有機的な関係による相乗効果検証</p> <p>7)取組③創発的集積地モデルスペース公開実験との有機的な関係による相乗効果検証</p> <p>8)Webとリアルコミュニケーションの連動による「育成現場のコミュニケーション」の仕組み構築</p>	<p>①運営体制作り[若者しごと館、若者交流館協力によるヒアリング(9/4 9名)]</p> <p>②告知用ツール(Web、リーフレット)制作 [http://soa-r.net/edu/deshiiri]</p> <p>③説明会の実施→若者しごと館、若者交流館(10/3)、単独開催(10/9、17、22)</p> <p>④面接選考会の実施(10/11、20、28、31 20名)</p> <p>⑤受入れ先との二次面談(面接選考を通過した11名 随時実施)</p> <p>⑥11/6 開講式、11/6、7 基礎過程の実施(受講生11名)</p> <p>・自己分析、コミュニケーション、マナー、マインドをテーマに各2時間の講座</p> <p>⑦実務過程の実施 研修状況(1/26現在)</p> <p>・研修中9名 ・研修開始後辞退者2名 ・研修開始後長欠者1名)</p> <p>⑧集合研修の実施(11/26 9名、12/13 9名、1/17 7名)</p> <p>⑨受入企業各社へのヒアリング調査(1/20～1/22)[指導状況、受講生のスキル、受け入れに際しての問題点、プロジェクト修了後の具体的な取り組み(就職など)、プロジェクト全体への意見]</p> <p>⑩各受講生の今後についてのフォロー(現在進行中)[電話、メール、面談での相談]</p> <p>⑪取組①のモノづくりプロジェクトへの弟子入り生参画については、商品開発会議、試作品試食会などに参加。</p>	

	<p><b>取組③</b> 創発的集積地モデルスペース公開実験</p> <p>実施主体 (有)SOHO総研</p> <p>当初提案により予定していた計画</p> <p>1) 創発的集積地の開設に最適な場所の選定と条件交渉 目指す完成形の実現に必要な500坪以上のスペースが確保でき、有機的な関係による相乗効果をあげることが可能な条件をクリアできる場。実験は200坪を予定</p> <p>2) 取組①②をはじめ、その他の有機的な関係を生む「場」による相乗効果を実証[地場企業とクリエイターのコラボ商品の常設展示、クリエイターの制作実演、取組①で開発した商品の展示・実験販売によるテストマーケティング、取組②の即戦力育成のための教室運営スペース</p> <p>3) 「モデルスペース」公開実験のためのスペース造作 2)で実施する社会実験に効果的な「有機的な関わりを生む」スペースの造作</p> <p>4) 広島企業のクリエイター、全国のトップクリエイターや起業支援者等との関係強化 自主運営に向けた投資家向けプレゼン、定期的な事業説明会・交流会の開催、全国規模の展覧会・交流会開催</p> <p>5) Webを有効活用した情報発信によるリアルコミュニティ拠点の構築</p>	<p>実際の取組内容及びその結果</p> <p>①12/3 社会実験Webサイト本アップ→http://soa-r.net/pilot/ ②告知用フリーペーパー制作・配布 ③12/4～2/24 年末年始を除き、平日11:00～17:00常設開館、一部休日にも実験的に開館 ④12/4 オープニング見学会(70名) ⑤12/17、12/19、12/22 一般の方や投資家向けの見学会 12/18 中国地域ニュービジネス協議会女性部会見学会 12/26 広島SOHO'オフィス入居者見学会 1/16 広島FJ会(広島の企業オーナーが集まる異業種交流会)(約40名) 1/18 広島ADC(アートディレクターズクラブ)学生説明会(約100名) など ⑥クリエイターのギャラリー使用(12月 ナガイ毅 スチロールアート展、1月 路上手紙人くまの手紙展、2月 何でも手作りイラストレーター澄川彰乃『手仕事展』)、パフォーマンスの開催(12/12、12/21、12/23、12/25、1/18、1/31) ⑦弟子入り型即戦力養成プロジェクト、集合研修(12/13、1/17、2/13) ⑧1月23日『ひろしま「人」「モノ」創発フェスタ』(マンツーマンティーチング、モノづくりフォーラム)(来場者数368人)など</p>
(7)実施体制	<p>平成20年度の取組実施における体制・役割分担</p> <p>「モノづくりプロジェクト」については、広島県商工会連合会及び(社)中国地域ニュービジネス協議会といった公的機関との連携により、「ものづくり企業」を発掘。また、「即戦力育成プロジェクト」については、若者しごと館、若者交流館及び(独)雇用・能力開発機構との公的機関との連携により、「クリエイター志望の若者」を発掘。</p>	<p>取組の実施を踏まえた反省点</p> <p>「モノづくりプロジェクト」については、広島県商工会連合会、(社)中国地域ニュービジネス協議会等の協力を得ながら新商材情報を入手。中山間地域の産物については生産時期とマッチせず、原材料の入手が困難であったため、引き続き広島県商工会連合会等との農商工連携体制を取り、生産時期を考慮しながら商材探しを進めていくことが必要。「即戦力養成プロジェクト」については、若者しごと館、若者交流館等との連携により、クリエイター志望の若者を円滑に発掘することができたが、本プロジェクトをPR浸透させ、一層円滑な発掘体制を構築していくことが必要。</p>
	<p>○成果1→「成功報酬型」による地場企業とクリエイターとのタイアップによる新商品開発のしくみづくり地域システム</p> <p>H19</p> <p>同様の仕組みで商品開発をしているところは全県下でも皆無。現状では(有)SOHO総研が牽引役となり独自の限られた範囲のみで実施①提携企業～2社②上記に関わったクリエイター～3社③独自の販路を持たず、企業に依存した販売戦略</p> <p>H20(当初予定していた目標)</p> <p>①ニュービジネス協議会、広島県商工会連合会と連携し、農商工50件以上の課題を抽出。可能性あるテーマ毎にプロジェクトチームを作り「成功報酬型」で企業と提携～15社 ②上記に関わるクリエイター～25社 ③東京のメーカーや小売店等に出向いての販路開拓や、独自の販売ルート(展示/アンテナショップやWebサイト)を構築</p> <p>H20(実際に得られた成果)</p> <p>①広島県商工会連合、ニュービジネス協議会との連携による課題抽出に取り組んだところ、中山間地域、島しょ部との連携、提携の必要性についての情報を得ることができたものの、より具体的な課題抽出とプロジェクト推進のためには、直接現地向いての現地調査(ヒアリング)が必要であると認識。そのような状況の中で、中山間の三次、世羅、高野、府中地域について、三次商工会、庄原商工会議所、安芸津商工会、呉市豊町との連携可能性を得ることができた成果は大きい。さらに連携、提携、プロジェクト実現のためには、継続的な現地調査、推進が必要。 ②商品完成案件1件、試作品作成案件4件、企画決定案件1件、企画検討中案件2件の8プロジェクトが進行中で、企業7社、クリエイター7社(者)と連携。(※当初予定より社数が少ないのは、各案件で重複) ③販路拡大については、Webサイト『モノづくりプロジェクト』を構築し公開中。</p>	
(8)取組により得られた成果	<p>○成果2→「弟子入り型」によるクリエイターの即戦力養成の確立を目指す</p> <p>H19</p> <p>同様の仕組みで人材育成をしているところは全県下でも皆無。独自のネットワークだけでPRL、限られた資金と範囲の中で短期間カリキュラムのみを実施①5日間の講座×5回開催②事務局と弟子入り先とのコミュニケーション不足</p> <p>H20(当初予定していた目標)</p> <p>独自の枠を超え、雇用能力開発機構等の官と連携し、より多くのクリエイター志望の若者を発掘。全国レベルの講師も招聘し弟子入り型(現場で指導)の長期型養成講座カリキュラムを作成 ①2ヶ月間のカリキュラムにおいて広く公募し、応募者の中から可能性ある10人を選出して、即戦力を育成 ②遠隔でも弟子入り生のメンタル面等が把握できる、Web活用機能を構築</p>	

	H20(実際に得られた成果) ①受講各々のクリエイターとしてのスキルアップおよび、社会性スキル(ビジネスマナーなど)のアップ ②受講生の就職内定(現在1名) ③各公的機関等との連携体制 ④ブログやメンバーリストを積極的に活用し、弟子入り生同士や事務局との円滑なコミュニケーションを充実させることができた。また、事務局主導の下、ブログ運営管理を弟子入り生が行い、業務日報以外の日常の様子を弟子入り生自ら記事にすることで、より親密な関係構築とメンタル面での把握、事務局による迅速なフォロー体制を構築することができた。	
	○成果3→ 「人」と「企業」が有機的に関わり相乗効果をあげる「ビジネスコミュニティ」の場のモデルスペースを創り、公開実験を通して地域や全国にアピールすることにより、創発的集積地の確立を目指す	
	H19 県下にインキュベーション施設やレンタルオフィスはあるが、クリエイターの集積・商品開発・育成を有機的に関わらせる場は皆無 ①100坪のスペース～オフィス機能(ブースのみ)～狭い会議室(1室のみ)②小規模の交流会開催～月1回	H20(当初予定していた目標) ①延べ床500坪以上のスペースの全体像実現に向け、入居企業や投資家向けのセールスプロモーションを実施するモデルスペース(200坪程度)を造作、公開し、運営。②全国規模の展覧会&事業説明会&交流会～1回、定期的な展示&交流会～月1回、目指す全体像の実現に向けた投資家向けプレゼン～月1回
	H20(実際に得られた成果) 大型アウトレットモール内に公開モデルスペースを設置し、創発的集積拠点の完成イメージを分かり易く伝えることができた。投資家や入居希望企業からの問い合わせ、不動産業者からの物件提案も増大するとともに、クリエイターなどからイベントやセミナーなどの場所として継続的に使用したいなどの希望も多かった。創発的集積拠点に対して様々なニーズがあり、かつ当該拠点の必要性を実感することができた。	
(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点	【モノづくり】①取り組み開始が9月からであり、食品開発において、地元産品の原材料(トウガラシ等)が時期的に手に入りにくい等の問題が生じた。地元農家等との提携による原材料入手が必須であり、長期的な計画に基づき実行することが必要とされる。 ②実施期間が短かったこともあり、100%満足できる試作制作までには至ることができなかった。引き続き、事業を実施し完成度の高い商品に仕上げ、製品完成まで持って行くことが必要。 【弟子入り型】準備期間が短く、受け入れ企業との事前打ち合わせ不足の感があった。また、受講生の面接選考における選考基準の明確化が必要。引き続き、事務局と受入企業との意見交換や情報共有を積極的に行い、弟子入り期間を充分にとり、真にプロに育て上げる仕組みを築き上げることが必要。 【モデルスペース公開実験】認知度は高まりつつあり、地域のキーパーソンへのアピールも順調。場としてのニーズは高まりつつあり、創発的集積拠点があるからこそ人が集い、高め合いながら新しいモノを生み出していくプロセスを実感することができた。引き続き、事業の自立化も見据えた拠点としていく工夫が必要。	
(10)平成21年度以降の活動の見込み	当初提案に予定していた平成21年度以降の展開 1. 成功報酬型モノづくりプロジェクト(H21年度～) ①成功事例を広くアピール②可能性のある商品毎にプロジェクトチーム編成③Webとリアルを融合した効果的な販路開拓のしくみ確立④結果を分析、改善点を把握 2. 弟子入り型即戦力養成プロジェクト(H21年度～) ①6ヶ月間の長期カリキュラムの構築②受講者募集③6ヶ月のカリキュラム実施④結果を分析、改善点を把握 3. 創発的集積地スペース公開実験(H21年度～) ①家賃等条件構想、設備等の整備、メーカーや地場大手企業等への提携依頼②クリエイターや起業家等への事前説明会を随時開催③著名クリエイターや起業家、起業支援者を招いて事前説明会&交流会④交流会の定期開催(月1回) 4. 非営利民間任意団体「創発的集積地推進委員会(仮称)」を中核としたそこで生まれたプロジェクトから得た利益を「人」や「企業」の発展に必要な仕組みや場づくりに費やし、地域に貢献する。(H22年度～H30年度)	今年度の取組状況を踏まえた平成21年度以降の活動の見込みと活用を希望する支援制度 1. 成功報酬型モノづくりプロジェクト(H21年度～) ①今回取り組んだ案件の成功事例を広くアピール②可能性のある商品毎にプロジェクトチーム編成③Webとリアルを融合した効果的な販路開拓のしくみ確立④結果を分析、改善点を把握 食品以外にも「SO@R MONO」としてのファニチャー、文具などのプロジェクトも進めていく。 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額800万円)] 2. 弟子入り型即戦力養成プロジェクト(H21年度～) ①「6ヶ月間」の長期カリキュラムの構築②受講者募集③「6ヶ月」のカリキュラム実施④結果を分析、改善点を把握 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額300万円)] 3. 創発的集積地スペース公開実験(H21年度～) ①家賃等条件構想、設備等の整備、メーカーや地場大手企業等への提携依頼②クリエイターや起業家等への事前説明会を随時開催③著名クリエイターや起業家、起業支援者を招いて事前説明会&交流会④交流会の定期開催(月1回) [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額1,200万円)] 4. 地域貢献型株式会社「ソアラサービス」および「ソアラコンソーシアム」の設立(H21年度～) 地域の創造的産業の振興を中心とした事業を展開しながら、事業で得た利益の一部を地域貢献のために投下、分配することを定款に明記した株式会社を設立予定。SO@Rプロジェクトを推進する母体企業として、プロジェクトの中心的役割と意思決定機関として、拠点運営を事業基盤に、モノづくり・人材育成の各事業活動を展開予定。 また、趣旨に賛同し、プロジェクトの推進に協力する企業・団体が構成する「ソアラコンソーシアム」を立ち上げる。プロジェクトを推進する「推進メンバー」と、出資という形でプロジェクトの推進を支援し間接的に地域貢献に協力する「応援メンバー」に分けて組織し、民間主導での地域活性化支援プロジェクトを進める。

感性価値クリエイター」を核としたモノづくり企業の新商品創出プロジェクトと次世代クリエイター育成プロジェクトとの融合化による、「広島発」の新たな官民一体型の戦略的モデル構築を通じた創発的地域づくりプロジェクト - (有)SOHO総研 -

◆主な実施取組の内容◆

取組1 「成功報酬型」モノづくりプロジェクトの仕組みづくり

- ①新素材に関する情報収集→トウガラシ、フルーツ等
- ②8つの商品開発プロジェクトチームの結成と商品開発遂行
  - ・高野りんご、大長みかん、三次ピオーネ『アイスキャンディ』
  - ・広島土産もみじ饅頭『赤もみじ』
  - ・新しい広島土産『ピース饅頭』
  - ・SOHOの声によるステーションリーブランド『SO@R MONO』
  - ・可動式ユニットデスク『どこでもオフィス』
  - ・新しい広島土産菓子②『鳩のあしあと(仮)』
  - ・広島カーブ応援のオリジナルグッズ
  - ・三次ピオーネのドライフルーツを使用した商品開発
- ③『モノづくりプロジェクト』Webサイト制作公開



取組2 「弟子入り型」即戦力養成プロジェクトの仕組みづくり

- ①ハローワーク等との連携により、説明会の実施。告知協力。
- ②応募者数 20名→選考通過者11名
- ③開講式、基礎過程の実施
- ④実務過程の実施 研修状況(1/26現在)
  - ・研修中9名
- ⑤集合研修の実施(3回11月～1月)
- ⑥1/23ひろしま「人」「モノ」創発フェスタ  
公開マンツーマンティーチングへの参加
- ⑦弟子入り生によるWEBやメーリングリストを活用した遠隔コミュニケーション体制の構築



取組3 創発的集積地モデルスペース公開実験

- ①12/4～2/24 常設開館
- ②12/4 オープニング見学会(70名)
- ③12/17、19、22 一般の方や投資家向けの見学会
- ④12/18 中国地域ニュービジネス協議会女性部会見学会
- ⑤12/26 広島SOHO'オフィス入居者見学会
- ⑥1/16 広島FJ会(広島の企業オーナーが集まる異業種交流会)
- ⑦1/18 広島ADC(アートディレクターズクラブ)学生説明会
- ⑧クリエイターのギャラリー使用、パフォーマンスの開催
- ⑦弟子入り型プロジェクト、集合研修(12/13、1/17、2/13)
- ⑧1/23 『ひろしま「人」「モノ」創発フェスタ』など



◆取組実施による成果・今後の展開◆

【「成功報酬型」モノづくりプロジェクト】成功事例を広くアピールし、可能性のある商品毎にプロジェクトチーム編成。Webとリアルを融合した効果的な販路開拓のしくみを確立させる。中山間地域を中心に食品のほか「SO@R MONO」としてのファニチャー、文具などのプロジェクトも進めていく。

【「弟子入り型」即戦力養成プロジェクト】6ヶ月間の長期カリキュラムを構築し、事務局と受入企業との意見交換や情報共有を積極的に行い、弟子入り期間を充分にとり、真にプロに育て上げる仕組みを築きあげる。

【創発的集積地モデルスペース公開実験】地域に必要な場を備えた創造的事業拠点を実現。地場大手企業や投資家、入居予定企業に対し、積極的に説明会、交流会を開催し、認知を高め、浸透させていく。

【地域貢献型株式会社「ソアラサービス」及び「ソアラコンソーシアム」の設立】地域の創造的産業の振興を中心とした事業を展開しながら、民間主導で事業活動を誘発して活力ある広島経済の創造を目指し、地域活性化支援プロジェクトを進めていく。