



10 years report

2007 SMILE STYLE > 2016 HELLOlife

*Life isn't about waiting for the storm to pass,
it's about learning to dance in the rain.*



「嵐が過ぎ去るのを待つのではなく、雨の中でダンスする」 時代を生き抜く力をもって、これからも社会課題に挑みます。



「社会問題の解決に向けたクリエイティブに挑戦し続ける」ことをミッションとしてきた

NPO 法人スマイルスタイルは、2017年でその活動が10年目になります。

「社会問題」という大きな括りの中で活動を始め、まちの清掃活動や活性化、
企業の新規事業やコンテンツの立ち上げ運営、ニート支援、職場環境づくりや採用定着に関する企業支援など、
さまざまな領域でみなさまに活躍の機会を与えていただきました。



大阪府とともに実施した若者就労支援事業での研究や実践を起源とし、

労働・雇用問題の中で生きづらさを抱えている若者や、経営活動に課題を抱える企業に向けて、
「働く」「仕事」にまつわるさまざまなサービスを提供する仕事ライブラリー「ハローライフ」を
2013年5月にオープンしたことは、わたしたちにとって最も大きな出来事でした。

ハロー“ライフ”の名前の通り、どのように暮らし、働き、生きていきたいのかという一人ひとりの“人生”と向き合い、
避けて通ることができない「働くということ」へ提言していく覚悟を決めたときでもありました。



ビジョンは、「ひとりの人生に向き合い、しあわせに働く人を輩出し続ける」こと。

部署を超え、立場を超え、管轄を超え、わたしたちになにかを求め迎り着いてきた求職者・企業…すべての人に対し、
その人の人生に必要なものをともに考え、ベストを提案し、行動し、
時には新しい施策を立ち上げ、社会のシステムや空気をつくっていく。
時代のニーズに沿った、労働・雇用の領域に必要とされるものを
これからも貪欲に生み出していくことにしか、この組織の存在価値はありません。

「ひとりの人生に向き合う」という宣言と、

「雨の中でダンスする」、時代を生き抜く支援姿勢を
社名やVIというアイデンティティに込め胸に刻み、
わたしたちの声と存在を今よりもっと遠くへ。

働くことを辛く言われる時代や社会の言説の中で、それでも働くことは尊いことだと強く証明し続けるために

NPO 法人スマイルスタイルは、NPO 法人ハローライフに、社名変更致します。





Life isn't about waiting for the storm to pass, it's about learning to dance in the rain.

人生っていうのは、嵐が過ぎ去るのを待っていることじゃない。
雨の中でダンスすることを学ぶのが、生きるってことさ。

ソリューション

企業デザイン・公共デザイン・教育デザインの3つの領域を軸に、クライアントとなる企業や行政の経営課題・事業課題を解決に導く戦略立案とその実行がわたしたちのソリューションです。

これまで、企業ブランディング、新たな公共事業モデル開発、キャリア教育プログラム開発など、生き残りをかけた経営戦略の一環としてのさまざまな提案と実践に励んで参りました。

また、2013年より、4つ目の事業領域となるBtoC事業（飲食事業）も展開しており、店舗プロデュースや商品開発といった内容の業務も行っています。

業務内容

ソーシャルデザイン業

ソリューション

プロジェクト、コンテンツ、プログラム開発・再生における企画/マネジメント/
コンセプトデザイン/CI/VI/グラフィックデザイン/ Webサイト制作/映像制作/
店舗プロデュース/商品開発/PR/社会的課題へのアプローチに向けたプログラム構築・
運営/企業ブランディング/エリアブランディング等

会社概要

名称 NPO法人HELLOlife（旧NPO法人スマイルスタイル）

設立 平成20年12月25日

代表理事 塩山 諒 Ryo Shioyama

理事 古市 邦人 Kunihito Furuichi

箭野 美里 Misato Yano

監事 青松 佳子 Yoshiko Aomatsu

社員人数 41人

業務内容 ソーシャルデザイン業

所在地 〒550-0004 大阪府大阪市西区靱本町1-16-14

Tel 06-6147-3285

Fax 06-7878-6252

Mail info@hellolife.jp

VISION | ハローライフ構想

ハローライフ構想は、創業 10 年目を迎えたわたしたちが、今いる場所から「これからどんな価値を生み出すべきか」ということを考え、3 年間の企業指針をとりまとめたものです。

ハローライフの問題意識

大学を卒業しても。就職をしても。みんなが「働く」ということに悩み、迷っている。

若年無業者約 56 万人、完全失業者約 222 万人、非正規雇用者数約 1980 万人、生活保護受給者数約 214 万人。

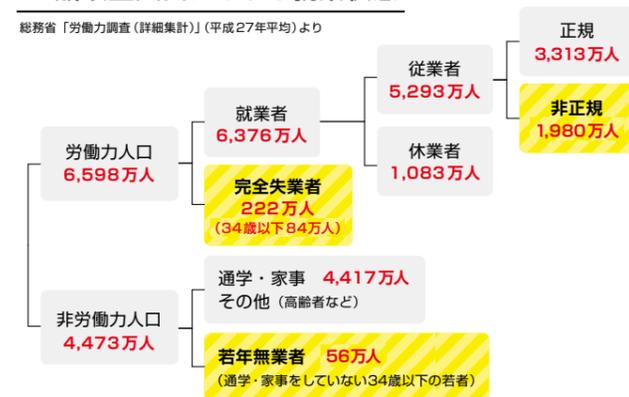
現在の日本には、厳しい雇用情勢の下、フリーターや非正規などの不安定就労、学校卒業後の無業状態、長期失業など職業的に自立できない状況にある若者が多く存在し、日本の活力にも影響を及ぼす事態となっています。

「働く」「仕事」に関する問題は、特別な人だけが抱える問題ではなく、わたしたち自身や身近な友人、家族、親戚すべての人の人生に直結する問題です。

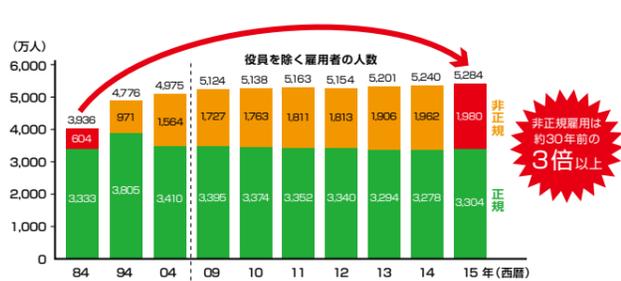
1990 年に約 870 万人だった非正規雇用者数は、2016 年に約 1980 万人と 2 倍以上になり、中でも正社員として働きたいという意志を持っているものの非正規雇用になってしまっている「不本意非正規」の割合は 25～34 歳が最も高く、その数は増加傾向にあります。若者が不安定な雇用の中でキャリア形成しづらいこの状況は、若者本人の幸せや自己実現という面だけではなく、若者や次世代の子どもたちの生涯にわたる納税額・社会保障額・生活保護費などにも大きな影響を及ぼし、日本全体の損害に直結していると言えます。

15 歳以上人口における就業状態

総務省「労働力調査（詳細集計）」（平成 27 年平均）より



正規雇用と非正規雇用労働者の推移



不本意非正規の状況

総務省「労働力調査（詳細集計）」（平成 27 年平均）第 II-16 表より
正社員として働く機会がなく、非正規雇用で働いている者（不本意非正規）の割合は、非正規雇用労働者全体の 16.9%（平成 27 年平均）となっています。

	全体	15～24 歳	25～34 歳	35～44 歳	45～54 歳	55～64 歳	65 歳以上
人数 (万人)	315	28	71	67	62	64	22
割合 (%)	16.9 (▲1.2)	12.8 (▲2.3)	26.5 (▲1.9)	17.9 (▲0.8)	16.9 (▲1.4)	16.6 (▲0.3)	8.8 (±0)

「子どもの貧困」は、親である・親になる若者世代の貧困問題でもある。若者が直面している貧困のサイクル。

近年子どもの貧困や貧困家庭の進学率の低さなどが問題視されるようになってきました。失業率、フリーター率、ニート（無業者）率にみる就業上のタイプは、学歴と見事な相関を描いており、中卒、高校中退、高卒など、学歴が低いほど不安定な就労状況に入りやすいことが明らかになっています。「不安定就労になる」「キャリアが積みなくなる」「ワーキングプアになる」「生活が困窮する」「子どもへ貧困が連鎖する」「貧困家庭の進学率の低さへ繋がる」というステージがループする構造があります。若者が困窮状態に陥らずに安定的な家庭を築けるようにするための取り組みは、次世代の子どもたちへの貧困の連鎖を断ち切ることも意味しています。



若者支援は、理解や共感を生みにくい緊急課題です。

若者の問題は「甘えているのではない」「仕事を選んでいるのではない」と、とかく「自己責任問題」として扱われ、非常に理解や共感を生みにくい問題となっています。しかし、いきいきと働いて自立し、社会を支えるべき若者が貧困状態にある問題は、経済・社会・生活環境の変化に起因するもので、若者個人の問題ではなく、全ての人に関わる社会全体の問題です。若者に責任の所在を問うたところで、若年

無業者 約 56 万人、完全失業者約 222 万人、非正規雇用者数約 1980 万人、生活保護受給者数約 214 万人という事実は変わりません。わたしたちは、実在するこの若者の貧困を日本としてどう捉えどう行動するのか、という議論をしたいと考えています。

子どもも若者も、将来はすべて「働く」というステージに必ず直面します。誰もが通るステージの機能不全は、貧困のサイクルが止まらないことと同義です。子どもが社会に出たときに、希望と安心を失わず働き続けることができる社会環境整備は、緊急性が最も高い問題です。

VISION | ハローライフ構想

ハローライフ構想について

若者支援施策を

新しくクリエイイトしよう。アップデートしよう。

わたしたちハローライフは、これまでの活動を通して考察してきた「今の時代に必要だ」と思う2大施策に2017年度より取り組んで参ります。各施策の詳細や成果については、次年度発行のレポートにてご報告致します。

CREATE 住宅つき就職支援プロジェクト「MODEL HOUSE」



厳しい雇用情勢の中、ワーキングプア状態等、不安定な就業状況を繰り返している若者が存在しています。大阪府内でも若者の概ね4人に1人にあたる約37万人が非正規雇で、その平均年収は約168万円(正社員は約473万円)とされており、このような状況下で安定した収入を得て住まいを確保し、自立した生活を送ることは決して容易なことではありません。

本プロジェクトでは、不安定な就業状態を繰り返している若者10名に対して公営住宅の空室を提供し、国のサポートステーション事業の支

援メニュー等も活用しながら、就職・住宅・コミュニティの3つのサポートプログラムを実施します。就職による収入の増加に加え、生活コストを下げるという視点からも若者の自立を促進していきます。

大阪府では府営住宅の空室を利用して、子育て支援や高齢者の見守り活動拠点など多様な活動に取り組んでいますが、「単身の若者」を対象とした就職支援プログラムでの活用は初めての試みです。ハローライフでは、本プロジェクトを通じて、新たな若者就職支援モデル・公営住宅活用モデルを構築し、全国へと展開していきます。

プロジェクト実施主体:NPO法人HELLOlife・大阪府・公益財団法人日本財団

UPDATE 既存の求職者支援施策の価値拡充



厚生労働省が管轄する雇用のセーフティネット「ハローワーク」は、全国に約544箇所。全国に張り巡らされた求職者ネットワークと、求人情報を管理し万人に提供するシステム構築が偉大な功績となっています。その他、「地域若者サポートステーション」「ジョブカフェ」等、行政がすすめる若者支援機関は数多く存在しています。求職者支援施策の価値拡充・時代のニーズに沿った刷新をめざし、求職者ニーズに沿ったサービスを提供できる制度や体制づくりに挑戦します。

大阪府が運営する「OSAKA しごとフィールド」は、ハローワークや地域若者サポートステーション、女性・シニア就業促進、障がい者向けメニュー、企業支援が一体となった総合就業支援施設です。2017年4月より、NPO法人ハローライフと一般財団法人大阪労働協会が共同企業体となり、「全国で一番信頼される行政サービス」をめざし価値拡充に取り組んでいます。

プロジェクト実施主体:大阪府・NPO法人HELLOlife・一般財団法人大阪労働協会

日本財団ソーシャルイノベーター支援制度

日本の未来をつくる、 10組みのソーシャルイノベーターの誕生。

あらゆる社会課題に向けて革新的な方法で解決に取り組む人材・チーム「ソーシャルイノベーター」を日本中から募り、選出されたメンバーに対して公益財団法人日本財団がその活動資金を支援する「ソーシャルイノベーター支援制度」。今回、審査によって選出された10組のソーシャルイノベーターの中の1組に代表塩山も選出いただき、若者支援施策への新たな提案に向け、活動を展開することができました。実現したいビジョンとして掲げた『ハローライフ構想』は、とりあえずの仕事（ワーク）ではなく、ひとりの生涯・人生（ライフ）に向き合う改革の宣言です。行政・民間とともに新しい若者支援施策のモデルを構築し、全国へ一気に波及させ、社会全体の雇用インフラに革命を起こすために、4つの代表アクションを掲げました。

Point 1

『ハローライフ構想』でより明確になったビジョン



ソーシャルイノベーターに選出いただき、約3年間の事業計画を検討しました。その過程の中で、これまで私たちが実施してきた若者支援の分野において目指すより明確なビジョンを思い描くことができました。『ハローライフ構想』を代表する4つのアクション（アクション1：「若者支援施策イノベーション委員会」の発足／アクション2：公営住宅を活用した若者の生活・就労支援モデルの構築／アクション3：民間資源を活用した若者支援拠点の開設とコンサルティングメニューの提供／アクション4：ハローライフ構想のアクションの効果検証）を考え、実現に向けた準備を行うことができ、大変貴重な機会となりました。

Point 2

現代社会のニーズを満たし、 評価される質の高い「新・若者支援ソリューション」の開発と実践



私たちは、日々変化する社会と、ハローライフなどに仕事の相談に訪れる若者と向き合う中で、今の社会に合わせたあらゆる支援のカチが必要だと考えています。今回掲げた4つのアクションでは、そういった社会のニーズを汲み取りながら、国・行政・民間が協働することで実現できる新たな若者支援ソリューションを開発していきたいと考えています。アクション2の公営住宅を活用した若者の生活・就労支援モデルの構築は、2017年4月より実際にプロジェクトが立ち上がり、現在10名の若者へのサポートを実現しています。

Value & Achievement

法人名称変更と、全国へと広がるモデルづくりを。

今回の取り組みを経て、私たちは活動の主軸をハロー“ライフ”の名の通り、「ひとりの人生に向き合う支援」と決め、法人名称を変更しました。NPO法人ハローライフが実現する構想こそ『ハローライフ構想』であり、そこで生まれた新たな若者支援施策のモデルを全国へと展開していくことが今私たちに必要な活動だと考えています。まだまだ挑戦は始まったばかりではありますが、4つのアクションの実行と、実現したいビジョンのために更なる挑戦を続けていきたいと考えています。



ボケない大阪移住プロジェクト

ボケない大阪へ、ツッコメ。

大阪は東京に次ぐ人口規模を有するものの、2015年に戦後初めて府内人口はマイナスに転じました。大阪から関東へは、毎年概ね1万人程度、特に働き盛りの20代・30代では、7,000人以上が転出超過しています。この状況が続くと、人口減少が加速するだけでなく、経済基盤への影響も懸念されます。そこで、顕在的な移住希望者に加え、東京圏で働く経験豊富な人材や、高い社会人基礎力を有する優秀な人材などの潜在層を掘り起こし、地方創生の取り組みとして都市部から自然豊かな地域での暮らしがテーマとなっている事例が多い中、都市部・東京圏から都市部・大阪への新たな都市間移住モデルを構築することを目的に、「ボケない大阪移住プロジェクト」はスタートしました。

Point 1

若者目線で捉えた
「仕事情報」「居住エリア情報」の発信



大阪移住によってどのような働き方・暮らし方が実現できるか、「仕事情報」「居住エリア情報」の2つに軸を置きコンテンツを設計しました。いわゆる定型文ではなく、若者目線で大阪を捉えたインタビュー記事で発信することで、「大阪のイメージが変わった」「働きたくなった」など、多くの共感を得るプロモーションを展開しました。

Point 2

大阪での仕事や暮らしを体験できる、
おためし移住プログラム



ここでしかできない仕事にこだわり抜き、大阪のトガッタ15社で仕事体験ができるプログラムなど、魅力ある企業との交流を創出する仕事体験・起業体験、プレストイベントを実施しました。述べ98人が参加し、体験中の滞在は、歴史あるビルをリノベーションしてつくられたシェアハウスや中心街である心斎橋のホテルなど、大阪の魅力ある暮らしの体験もご用意。スタッフや居住者、参加者同士との交流も創出しました。

Value & Achievement

大阪が誇るつつこみどころのないほどの、いい仕事といい暮らしへ

自然の豊かさやゆったりとした時間の流れ、おしゃれなブランド力は、おそらく他県に負けています。移住のイメージからはほど遠い大阪の、トガッタ会社や暮らしやすい街並みを、今回は、一切ボケずにお届けしました。「大阪でチャレンジしたくなった」「大阪のイメージが覆った」、これまで候補にすら入らなかった大阪が、働く・暮らしの選択肢に。これからも、ありのままの大阪を、発信し続けます。



ボケない
大阪
移住
プロジェクト

CHASHITSU Japanese Tea & Coffee

国産の茶葉をかけあわせたコーヒーを楽しめる日本茶スタンド

仕事ライブラリー「ハローライフ」1階に構える、国産の茶葉をかけあわせたコーヒーやおはぎバーガーなど、独創的なドリンクやスイーツを提供する日本茶スタンドです。あらゆる人の雇用をうむ場所になることを目標とし、ここでずっと働き続けることができる人が生まれるのはもちろん、この場所がひとつのキャリアアップの機会となり社会で活躍できる人が生まれるよう「ハローライフ」や「CHASHITSU factory」とも密接に連携しています。また、日本ならではの丁寧なおもてなしの力で、働くことを応援します。

※ 2016年7月、主に日本茶を取り扱っていた CHASHITSU for worker から、日本茶とコーヒーの創作ドリンクを扱う CHASHITSU Japanese Tea & Coffee へリニューアルオープンしました。

Point 1

日本茶とスペシャルティコーヒーをかけ合わせた創作ドリンク



リニューアルに伴い、京都長岡京の specialty coffee Unir と新たに共同開発したドリンクシリーズ。日本遺産地である京都府相楽郡和束町の日本茶と、Unir こだわりのスペシャルティコーヒーをかけあわせた創作ドリンクです。「ほうじカフェジュレティー」「ほうじアメリカーノ」「抹茶ヴィエナコーヒー」「抹茶カフェフラッペティー」の4種でスタート。今後も順次新たな商品を展開して参ります。

Point 2

韮公園を借景に、日本の四季を楽しむ



公園前という立地を活かし、店内からパークビューを楽しむことはもちろん、気軽にテイクアウトをご利用いただけるよう、日本茶スタンドへ改装。また、日本の四季の移り変わりを楽しめるランチとケータリングもお届けしました。週末限定の彩り豊かなランチ「ジャムバックグリル」では、隣接する韮公園でのピクニックをご提案。「ケータリング」は日本茶やコーヒーを取り入れたお料理を、日本風景をモチーフに設えました。

Value & Achievement

人を育て、雇用を生み出す日本茶スタンド

2016年度7月、経営改善と新たな雇用創出を目指しリニューアルオープン。たくさんの取材依頼やイベント出展のお誘いをいただき、売上は約2倍になりました。結果、働きづらさを抱える若者を支援する CHASHITSU factory やハローライフと連携し、利用者の中から新たに2名を正社員として雇用するに至りました。若者を支援し、送り出すだけでなく、利用者がキャリアアップし、自身と同じように働くことに悩みを持つ方を支援する側へまわられる。そんな雇用の場が実現しています。



珈琲茶屋・



日本遺産地茶葉
本格創作

Japanese Tea & Coffee
CHASHITSU

エジソンの学校

いつもの教室がものづくりの発明ラボに！？

電子工作、家具づくり、彫金、建築、プログラミング。身の回りにあるすべてのものは人の手による「ものづくり」から生まれ、それらはわたしたちが学校の理科や数学で学んださまざまな内容が基盤となっています。「エジソンの学校」は、ものづくり業界の経営者や技術者、クリエイターたちとともに、高校生を対象としたものづくりのワークショップを構築・実施し、その魅力を発信するプロジェクト。電子工作の力で消すたびに音になる黒板消しを発明したり、10分の1サイズで精巧な家具をつくらせたり、今話題のVRで北海道に修学旅行を試してみたり、生徒全員で発電して教室をディスコ空間に変身させたり。ときにはハチャメチャな展開も楽しみながら、ものづくりの世界で活躍する大人たちのカッコいい背中とふれあいました。プロジェクト実施後はレポートやノウハウを冊子にとりまとめ、府内全高校に配布。ものづくり業界を目指す生徒や、学校教員の授業づくりにおけるヒントとして活用いただきました。

Point 1

スキルや知識も大切だけど、「ものづくりからどんな世界が生まれるか」を体験。



本プロジェクトにご協力いただいたすべての技術者・クリエイターに共通していたのが、ものづくりを「目的」ではなく「手段」として捉え、取り組む姿勢。ワークショップではものづくりの魅力発信を通して、仕事を通してどのように人をしあわせにできるか、どのような社会・世界をつくることができるかという視点にもフォーカスを当てました。

Point 2

専門家による効果測定・検証で、今後の展開の可能性を探る。



児美川孝一郎先生（教育学研究者・法政大学キャリアデザイン学部教授）にご協力いただき、オリジナルの効果測定シートを作成。効果の検証をおこない、プロジェクトの全体像と各授業内容のフィードバックをいただくことで、本プロジェクトの意義や課題、今後の可能性にも言及しました。

Value & Achievement

イメージしていた「ものづくり」と違った

各分野のプロフェッショナルとパートナーとなり、20個のプログラム開発。内12個を13校699人に向けて出前講座としてモデル実施しました。各プログラム実施後、生徒に対して行った効果測定の結果、ものづくりのイメージがよくなった生徒は82.4%、ものづくりに対して興味がある生徒は76.3%となりました。その後各プログラムを冊子にとりまとめ、出前授業のカタログとして府内高校に配布しました。



高校生向けものづくり魅力発信プログラム

エジソンの学校

小学生百貨店

22人の小学生でつくった、 この夏っておきの「お中元」を売るお店。

大阪天王寺にある大型百貨店「あべのハルカス」。夏休みのある日、「小学生百貨店」というお店が期間限定でオープンしました。それは合計22人の小学生による「お中元」を売るお店。全5回のワークショッププログラムを通してオリジナルのお中元をつくり、販売をおこないました。活動のルールは「ムリやろー きんし！」そして、「しっばいはいかんげい。どんどんチャレンジしよう」。一見難しそうなお店でもどうやったら表現できるかを考え、仲間と一緒に挑戦していきました。百貨店で働く、さまざまな職業の人たちと触れ合いながら、企画、商品開発、空間づくり、仕入れ、接客を体験した1ヶ月。でも、最も彼らが体感した学びは、お中元の本来の意味である、「感謝の気持ちを伝える」だったように思います。

Point 1

コンセプトづくりから販売まで。
百貨店という現場を活かしたキャリア教育のかたち。



百貨店にはその名の通り多くの商品があり、それらをお客さまに届けるためのさまざまな職業の人が働いています。材料の仕入れも百貨店内でおこなったり、お店づくりのプロ、接客のプロ、広報のプロから直接学んだり。現場の特徴を活かしたワークショッププログラムで、小学生たちへ「働くことのやりがい」や「つくったものを届ける楽しさ」を体感してもらいました。

Point 2

テーマは「お中元」！小学生ならではの発想が大炸裂。



活動時期に合わせて、テーマを「お中元」に設定。この日本にある昔ながらの習わしは、「日頃お世話になっている人・これからなる人に感謝の気持ちを届ける」という意味があります。小学生たちはここから自由に発想を繰り広げ、さまざまなカタチで商品や空間に「ありがとうを伝える気持ち」を表現しました。

Value & Achievement

多くの職業から成り立つ百貨店で、仕事体験。

百貨店という、多くの職業から成り立つ大型複合施設での活動は、さまざまなものに興味関心のある小学生たちにとって、一番の「仕事体験」となりました。

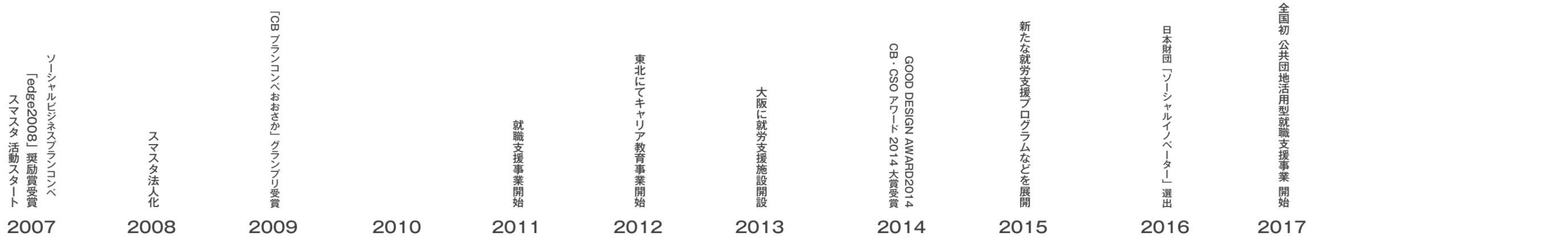
参加数：22名（3年生9名、4年生4名、5年生4名、6年生5名／男子7名、女子15名）

来場者数：3,000人以上 ※「あべの☆こども博覧会」にて、2日間の販売会、5日間の展示を実施。

販売会購入者数：150人以上

売上：およそ6万円（2日間）





(P.112) ごみひろい

スマスタ創業時の最初のプロジェクト。
まちの景観を変えるアートなごみぶくろを使い、学校や会社帰りに参加できる地域チーム別のごみひろいの他、オールナイトごみひろい・無人島ごみひろいなどのイベント型ごみひろいも実施。ボランティアとしての認識が強かったまちの清掃活動を、若者が遊び感覚で参加したくなるようなカジュアルな活動へと転換させ発信しました。



今日だけは、ぼくの公園プロジェクト

アメリカ村三角公園を1日だけ「自分の公園」にできる、地域活性・アーティストの表現の場創出プロジェクト。笑顔写真家・平井ケイスケが写真展を行えば「平井公園」と、アーティストの名前が公園の名前になることも話題を生みました。

(P.36) レイブル応援プロジェクト 大阪一丸

(P.36) THE WORK PARK

(P.22) ハローライフ
ワークサポート施設



(P.24) 縁就活 既卒生・第二新卒支援

(P.24) ハローライフスクール
新卒・既卒・転職支援

(P.6) MODEL HOUSE
住宅つき就職支援プロジェクト

(P.60) ポケない大阪移住プロジェクト UIJターン促進

(P.7) OSAKAしごとフィールド 施設運営

(P.52) 働くことのそうだんじょ 大阪府地域若者サポートステーション

(P.56) 働きたい! ワカモノ人生相談所 in 奈良
奈良若者サポートステーション

(P.48) CHASHITSU factory 中間的就労支援

(P.46) CHASHITSU for worker
飲食事業

(P.44) CHASHITSU Japanese Tea & Coffee
リニューアル

(P.84) ユメコラボ 地域活性



(P.83) LIVELOCAL?
企業ブランディング (福祉)

(P.80) 200万回の選択
企業ブランディング (障害)

(P.82) ロイヤルオモテナシー
企業ブランディング (美容)

(P.60) OSAKA BUSINESS THEME PARKプロジェクト
エリアマネジメント



(P.74) 次世代ワークスタイル研究所

現地法人化

(P.106) まちときどきカエル
小学生キャリア教育



(P.92) かぎかつこ PROJECT
高校生キャリア教育@東北



(P.97) 高校生百貨店
高校生キャリア教育@東北

(P.110) 駄菓子パーラー
高校生中退予防支援

(P.88) エジソンの学校
高校生キャリア教育

(P.102) 小学生百貨店
小学生キャリア教育



ハローライフ (2013 ~)

テーマ：若者支援、企業支援



背景

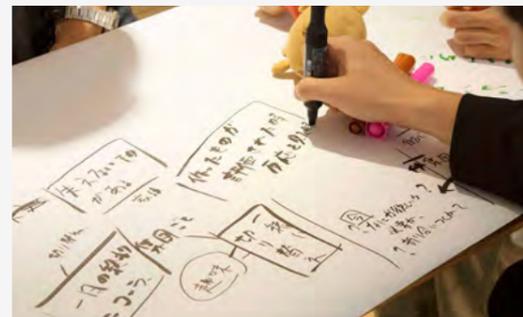
ニート状態の若者（15歳～39歳）は、全国で61万7000人、大阪府には約4万3000人いると言われています。いきいきと働いて自立し、社会を支えるべき若者がニート状態にある問題は、経済・社会環境の変化に起因するもので、若者個人だけでなく全ての人に関わる社会全体の問題です。ニートに限らず「働く」すべての人、多様な幅広い層とともに切り開いていける、新しい働き方や就労モデルを見つけ実践する中で、「しあわせを感じながら働く人」を多く輩出します。

概要

大阪府とともに2011年より実施してきた若者就労支援事業「レイブル応援プロジェクト 大阪一丸」での研究や実践が起源となり、スマスタが2013年5月に独自開設した就労就業支援施設。働くことに前向きになれ、笑顔と活力につながる情報やサービスを展開してきたハローライフは、2017年で4周年を迎えました。「専門家によるマッチング」や1対1での「面談」をベースとしたワークサポートではなく、人のつながりや創造の力で自分らしい働き方を考え、見つけていく「リアルコミュニティ型の仕事探し」の場として若者の様々な就労ストーリーを生んでいます。

成果

登録企業数：606社 登録利用者数：3,939名
採用支援者数：407名 求人広告総エントリー数：1,593名
※ 2013年5月12日～2017年3月までの成果



支援概要

ハローライフでは「しあわせを感じながら働く人」を多く輩出するために、若者支援と企業支援の両輪で事業を展開しています。働くことに悩む若者だけではなく、しあわせを感じながら働く環境をつくりたいと望む企業の方々へのサポートも実施することで、ビジョンの実現を目指しています。

若者支援

「ひとりで戦わない仕事探し」をテーマに一人ひとりの人生に向き合う就職支援を実施。2週間の短期集中プログラム「縁就活スクール」を主軸に個々に合わせた就職サポートに取り組んでいます。

企業支援

働く方の思いや会社の魅力を伝えるインタビュー形式の求人記事制作と直接求職者と出会う企業交流イベントの企画・運営を実施。企業の採用課題に向き合い、各社に合わせたサポートをしています。

フロアガイド

1階 BOOK & CAFE

まず来館される方を出迎えるのは、国産の茶葉をかけたあわせコーヒーやおはぎバーガーなど、独創的なドリンクやフードを楽しめる日本茶スタンド「CHASHITSU Japanese Tea & Coffee」。本棚には「働く」「仕事」に関する本を200冊以上ストック。就活に役立つものから、写真集・雑誌・絵本などジャンルも豊富です。大きな窓から見える韮公園の自然美とともに、ゆったりとした時間を過ごすことができます。

3階 EVENT SCHOOL SPACE

多彩なゲストを迎えたトークイベントやワークショップなど、「働く」「仕事」に関する参加型イベント（求職者向け社会人基礎力養成講座やキャリアスキルアップイベント、ファシリテーションプログラム等）を定期的に開催しています。

2階 WORK information

ハローライフで取り扱っているオススメ求人記事やイベント・スクールに関する総合的な窓口で、コミュニティや場づくりを通じた就労支援サービスを提供。「面談」や「企業マッチング」などを主軸とする既存の就労支援の概念を覆し、マルチステークホルダーがプログラムやイベントに集まり、ネットワーク化・コミュニティ化することで、若者が仕事と巡りあう仕組み・社会づくりを目指しています。極力ミスマッチを発生させないためのきめ細やかな求人・職場体験情報もストック。

4階 CHASHITSU factory

1Fのカフェで提供する商品の製造工場です。就職活動を始める前に、働く自信やスキルを身につけたいと考える若者たちがこの場所でのインターンシップを経て、一般企業での就労を目指しています。

若者支援

ハローライフでは、2013年より個別面談や短期プログラム型の就職支援を通じて若者をサポートしてきました。2015年より、それまで積み重ねから辿り着いた「リアルコミュニティ型の仕事探し」のコンセプトを具現化した場として「ひとりで戦わないしごと探し 縁就活スクール」の運営をスタート。若者

向け支援サービスの目玉プログラムとして実施しています。求人に応募する前の自分の人生に向き合う機会の提供から、その後の企業紹介や就職決定までを総合的にサポート。また在職中の方も、自分の働き方やキャリアを学ぶトークイベントやワークショップなども開催しています。

step 1

ひとりで戦わない仕事探し「縁就活スクール」への参加



ハローライフを活用した仕事探しの目玉プログラム。企業の求人にエントリーする前に、「そもそも自分はどんな仕事をしたのか」「どんなふうに住りたいのか」といったことに向き合いながら「ひとりで戦わない仕事さがし」をする、就活プログラムです。

step 2

そこで働く人に着目したストーリー形式の「求人記事」への応募



ハローライフのスタッフが各社に取材。その仕事の「心うごく」シーンを切り取り、そこで働く人に着目した求人記事を制作しています。求人を探している方は、webサイト上からご自由にエントリーしていただくことができます。

▶ P30 へ

step 3

働き方やキャリアを学ぶための各種イベント



在職中の方も参加できる平日夜の時間帯を活用したトークイベントをはじめとする、働き方やキャリアを考える各種イベントを実施。外部の専門家と共同したイベントも多数あります。

▶ P28 へ

若者支援プログラム「縁就活スクール」 ※ 2017年10月よりハローライフスクールへ名称変更

目的

縁就活スクールは、企業の求人にエントリーする前に、「そもそも自分はどんな仕事をしたのか」「どんなふうに住りたいのか」といったことに向き合いながら「ひとりで戦わない仕事さがし」をする、就活プログラムです。

利用者分析 延べ参加者数：115名

スクールの参加者は、主に20代から30代前半の「未就職状態で大学を卒業した方」「職場環境等が原因で離職を経験した方」「一定のキャリアを経験するなかでより自分らしく働きたいと考える方」を中心に参加いただきました。参加に至るまでの状況はさまざまですが、縁就活スクールを通じて「働く・就活」

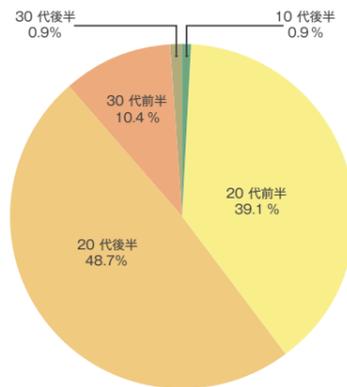
大切にしている4つのポイント

1. ありのままの自分を理解し、ぶれない軸を見つける（自己理解）
2. これからの社会を生きるために必要な力を身につける（社会人基礎力の養成）
3. 働くこと、就活することに前向きになっている（就業意欲の醸成）
4. いつでも人を頼れるようになっている（社会的自立）

への前向きな姿勢や気持ちへと変化していきます。また、ありのままの自分を理解することや働くことへの目的が明確になっていくことで、自分自身にとっても納得感のある状態で進路決定をする傾向があります。

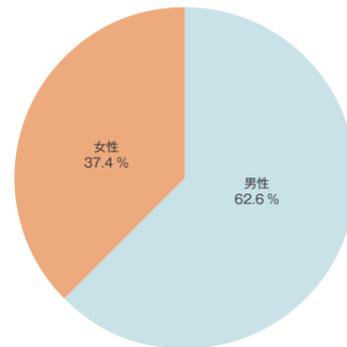
【年齢】

- 10代 1名
- 20代前半 45名
- 20代後半 56名
- 30代前半 12名
- 30代後半 1名



【男女比】

- 男性 72名
- 女性 43名



「縁就活スクール」2週間のカリキュラム

1 週目「自己理解、自己分析を深めよう！」

- 1日目 「入学式」**
 - ・入学式、オリエンテーション
 - ・課題解決、合意形成ワーク
- 2日目 「自分を知る、自分と向き合う」**
 - ・モチベーショングラフ作成
 - ・ストーリーテリング
 - ・インタビューワーク
 - ・他者紹介
- 3日目 「働く・自分の軸を探す」**
 - ・インプットレクチャー
 - ・目標設定、目標づくりワーク
 - ・ストーリーテリング
- 4日目 「将来予測と計画づくり」**
 - ・未来予測ワーク
 - ・ワールドカフェ
 - ・計画づくり、計画の分析と修正
- 5日目 「1週間の振り返り」**
 - ・1週間での変化への気づき
 - ・他者へのフィードバック
 - ・個別面談
 - ・2週目のオリエンテーション

- ・参加する上での流れや基本的なスタンス、気をつけておくべきポイントを伝え、安心感を持ってもらいます。
- ・多様な参加者がグループワークをする中で、チームに関わる際の自分の特性を理解し、異なる価値観を受け止める姿勢を養います。
- ・自分の人生を振り返り、大切にしている価値観や強みを見つけます。
- ・仲間からフィードバックをもらうことで、自己理解を深め、関係性も構築します。
- ・自分の「働く目的」を考え、就職活動をする上でのブレない指針を見つけます。



2 週目「企業視点を身につけ、就職につなげよう！」

- 6日目 「企業の視点で考えてみる」**
 - ・2週目のオリエンテーション
 - ・仕事探しのレクチャー
 - ・仕事探しの軸を考える
 - ・企業の視点を体験するアイデアワークショップ
- 7日目 「企業を知ってみる①」**
 - ・企業訪問の事前準備
 - ・企業訪問
 - ・企業訪問の振り返り分析
- 8日目 「企業を知ってみる②」**
 - ・時間割りづくり
 - ・企業訪問の振り返り
 - ・就活に向けての振り返り分析
- 9日目 「就活の計画づくり」**
 - ・就活テーマトーク
 - ・社内コミュニケーション体感ワーク
 - ・志望動機作成レクチャー
 - ・就活思考性シート作成
- 10日目 「2週間の振り返り」**
 - ・2週間の振り返り
 - ・就職計画シート作成
 - ・個別面談
 - ・2週間のまとめレクチャー
 - ・3週目以降に向けて

- ・心うごく仕事をしている企業のリアルな情報に触れ、働く人の声を聞きます。
- ・職業、業種や職種、条件面以上に、何を軸にして仕事を探すのかを見極めます。
- ・3週目以降の仕事探しや仕事に向けて、不安や悩みなどを解消することを目的に、対話の時間をつくります。
- ・個人での活動になった際にモチベーションを低下させないための仕組みをみんなで考えます。
- ・就活の行動指針を策定します。



3 週目以降 企業紹介、企業交流イベントへの参加、個別面談（書類添削、面接対策など）

- ・それぞれが仕事探しをすすめていく中で、悩みが出てきた際に個別面談を行います。
- ・定期的に参加者同士で集まり、近況報告・アドバイスをし合うことで、就職活動のモチベーションを維持します。
- ・ハローライフ登録企業やサポーターとの出会いを個別でコーディネートします。
- ・進路決定後は、「働く」を考える、スクールのOB/OGコミュニティに招待し、働き続けるためのサポートを行います。

参加者の声 1

「就活は孤独で辛いもの？方法や環境を変えれば、人生そのものがきっと好転する。」



縁就活は仲間が大事だった。就職支援をしてくれるスタッフではなく、フラットに話を聞いてくれる人ができたことが大きい。スクールが終わった後も仲良くしてくれる仲間の存在にエネルギーをもらえるし、人に話すことで頭の中が整理される。
スクール3期生 (30歳男性)

確かに就活って、周りが敵に見えますよね。でもスクールに参加する子は、みんな違うからこそフラットでいられて、お互いの間に利害関係がない。ここに通ってからは、就活しなきゃという義務感がなくて、ゆっくり頑張ればいいと言ってくれる友人ができたことが大きいかな。

スクール6期生 (22歳女性)

参加者の声 2

「就活の辛さは“ひとりで戦う”こと。
“ひとりで戦わなくなった”とき、見える世界も自分の立ち位置も変わった。」



就活って、狙いを定めた企業に一発必勝がベストだなと思っていたんですよ。だからたくさん会社にエントリーして受かった会社に行く、“数撃ちや当たる”就活のやり方が自分には合わなくて、それが一人では就活できなかった理由。でもスクールに参加してみて、応募に対しての不安がなくなって、応募しなきゃ始まらないんだなと思えた。それはスクールで他の人の話を聞いて選考に落ちるというのは自分一人だけに起こる問題じゃないんだとわかったからなんです。

スクール5期生 (29歳男性)

プログラムの「すぐに否定しない」というルールのおかげで、自分を正直に出せるようになって。真剣に自分と向き合うようになったのも大きな変化だと思う。それまでは自分の経歴の中で嫌な部分には目を背けて、漠然と「こんな自分は嫌だ」って思ってたけど、そこにしっかり向き合うことで、次の段階に進む準備ができた。

スクール6期生 (26歳男性)

参加者の声 3

「就活に「ええカッコ」はいらない。
飾らないありのままの自分に向き合えた時、新しい一歩が踏み出せる。」



メディプランの面接を受けた時、面接してくれた施設長の田上さんがぼくの履歴書を見て「これ、本当に君の言葉？」と言ったんです。ドキッとしました。自分の言葉ではあるけど、綺麗に飾りすぎている部分もあったから。「もう少し、君がどう考えているか胸の内を話して」と言われて、働くことに対する価値観や、介護を本当にやりたいと思っているのか、本音の部分を変えて聞き出されました。そんな質問予想もしていなかったで、頭が真っ白になってしまって、何を話したのか覚えていないんですけど、自分をさらけ出せて、スッキリしました。これまでの面接では、自分の殻に閉じこもってしまうことばかりだったので、そんな面接初めてでした。そこまで自分をさらけ出しても採用してもらえたから、「僕でもここでなら働けるかな？」と思えたんです。

スクール2期生 (26歳男性)

参加者の声 1

「縁就活スクール」参加者アンケートより

Q.あなたにとって「縁就活スクール」には、どんな価値がありましたか？

考える機会・共有できる機会・伝え聞く機会、様々な縁を感じ、社会の中の自分を意識できる。一人で就活していると、社会で切り離されて考えが狭くなる。こうやって縁就活スクールに参加することで、社会の中で、自分の在り方を考えることができ、働くことへの意識が前向きになり、決まらないうちから視点で考える。

一緒に頑張る仲間ができた。その仲間はいつも私を助けてくれてくれて、認め合える。自分を認められたりになった。頼れる人が、場所ができた。働くこと以外にもたくさん学んだ。

就活に対して前向きになれたことが一番大きかった。頼れる仲間ができたことで、恐れも減ったと思う。僅か上り、生活していく上でどんな考え方をしているのか、具体的にどのようはワークしているのか、知れたことで、これからより生きやすくなると思う。

今の価値はわからないけど、人との関わりが嫌気が解消された。この中で、これからの関係性は、こころを原動力にすると思う。(こころを原動力にするには、自分と向き合うことが必要)

心のセーフティネット。何かあったとしても、次に向けて再出発の準備をさせてくれる場所を得たことで、自己開示ができる。しかも、この気持ちも変化したこと、人と人のつながりの大切さを学ぶ。他との交流によるインプットに積極的になれること、のびです。

Q.あなたが思う、他の就職支援や民間・行政サービスとは何が違いますか？

人を育ててもらう感覚になる。自信が生まれる。仲間がいてくれる。比べることで自分らしくいられること。

考える前に行動ねというワークが多かった。特に、自分の軸に開いた方が多くなり、ただ単に就活するというよりも、「なぜ」も明確にしていけるようになるので、意識の変化があった。就活せずとも、「人生」という枠で考えることが非常に良かった。それが個性だと思います。

・就職先だけでなく、「生きる上」で大切なことが学べる。・実践的だからやりやすい。
・自分に合った就活のスタイルを提案してくれる。

目的性が定まらないうちから、確信をたて、キャリアプランも自分で考えたい人に向いているから、その他の人(特に若い人)には、いい商売の道具にエサを食わせる可能性がある。反面、スクールでは、自己の内面をしっかりと確認して、同じ立場の仲間に出会い、そこで、「自己責任」の負担を軽減できることに、自信があると思います。「釣った魚を渡すのがエージェント、釣りを教えるのがスクール」といったイメージでした。

個別サポート

ワークコーディネーターによる個別面談
就活計画の立案、応募書類の添削、模擬面接など



社会人の先輩による個別相談
先輩からの業界情報のレクチャーやアドバイス



求人企業の紹介

ハローライフ登録企業の求人の紹介



企業訪問のコーディネート

職場見学や企業の方との出会いをコーディネート



マッチングイベント

企業視点に立つ企業交流会

「3時間就活」企業視点のアイデア会議を通した就活イベント



合同説明会

企業担当者との距離が近い合同説明会「ホンネで話せる夜の合説」



就職後のサポート

定着支援コミュニティへの参加

働き方・人生やキャリアを考える学びの場



縁就活ハナキン

交流会を通した定着支援



その他 講座・イベント (一部抜粋、現在終了したものを含む)

縁就活交流会

マッチング



おしごと作戦会議

進路相談



おしごとゼミナール

自己・企業分析



はたらくセカイ

職業観醸成



仕事ストーリー 100

職業観醸成



プロボノ Wednesday

社外活動



働くエジソン

スキルアップ



ポイトレカフェ

スキルアップ



QOL 写真ワークショップ

自己分析



パパノセナカ

父親支援



子どものいる暮らしの中で

家族支援



ひきこもり脱出戦略会議

家族支援



ごみひろい

コミュニティ



SATURDAY MORNING

QOL



ランニングステーション

QOL



企業支援

ハローライフは、企業向けのサービスとして、働く人の思いを丁寧に発信するレポート形式の求人記事や大阪本町のハローライフの拠点でお仕事探しの方と直接交流できる機会など、採用にまつわるサービスを提供しています。

service 1

求人記事



ハローライフのスタッフが、その仕事の「心うごく」シーンを切り取った魅力発信記事を制作します。「自分の道にちゃんと納得したい」「人生と向き合って仕事を探したい。」と考え情報を求める若者へ最適な形で発信します。

service 2

イベント・セミナー



経営者やマネージャー層に有益な情報を提供・発信し、企業支援を行うことで、企業成長の拡大と若者が働き続けることができる社会環境づくりをめざし、先進的な企業を調査研究する企業向けセミナーの実施しています。

▶ P74 へ

service 3

企業ブランディング



若者が働き・働き続けるための職場環境づくり、企業における理念浸透、採用戦略、業界への若手参入促進など、企業の経営や採用にまつわる課題を解決へと導くための企業ブランディングを実施しています。

▶ P80 へ

インタビュー求人記事

ハローライフのインタビュー求人記事では、いわゆる定型文ではなく、その仕事の「心うごく」シーンを切り取り、制作しています。

取材当日までには事前ヒアリングを行ない、若者に訴求するポイントや引き出すべきポイントを整理し、編集・取材方針の策定をおこなった上で取材に臨んでいます。

職場へは取材班（編集者・ライター・カメラマン）が伺い、取材中の物語や言葉の最適な発信方法を検討しながら、取材を進めています。

企業と働きたい若者との接点を創出するだけでなく、企業自身が自社の本質的な価値や若者との向き合い方に気づく機会にもなっています。



コーディネート支援

直接自社の魅力をアピールしたり、若者理解をすすめることができるイベントとして、求職活動中の若者たちと交流できる機会をコーディネートしています。

3時間就活 ～よく知れて、最接近する企業交流ワークショップ～



自社のことやそこで働く人のことをじっくり伝えることができる、求職中の若者との交流ワークショップ。採用などの事業課題をお題に「自分ならどうするか」「どんなアイデアを実行できるか」といった、解決に向けたアイデアを若者たちと話し合います。書類や面接だけではわからない若者の適正を確認したり、相互理解を深めた上ですすめることができる採用活動です。

ホンネで話せる夜の合説



ドリンク片手に気軽に話せ、企業と求職者の距離を縮めることができる、合同企業説明会。各回、「こだわりのものづくり」「暮らしを彩るしごと」などの業種テーマを設け実施します。約40名ほどが参加し、ブース周遊率はほぼ100%!参加者は新卒、中途、在職中の方と様々で、一般的な「採用説明会」ではアプローチしづらかったような、在職中の方へもアプローチすることができます。

企業の声 1

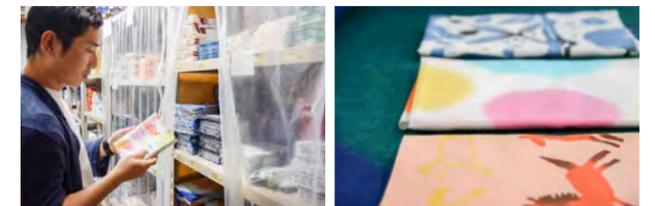
NPO 法人サポネ



大阪・豊中のまちで、介護ヘルパー派遣をはじめ、地域の人々を巻き込んだイベント企画の実施などを通して、「地域の人が障害者を支える」というビジョンに向け活動しています。ハローライフのサイトをみて、誠実さや会社それぞれの大切にされていること、社員の思いといった“温度”が感じられたんです。それで利用を決めて、これまでに5人以上を採用できました。自分たちの仕事内容やその意義について取材をしていただける経験も貴重で、若手社員をはじめ、自分たちの仕事ぶりややりがいを再認識する機会にもなりました。

企業の声 2

株式会社ナカニ



手ぬぐいの染色工場の運営、および自社ブランドの手ぬぐいの企画販売を行っています。ハローライフの求人記事では、自社ではなかなかうまく伝えられない会社の魅力を発信いただき、これまでに5名を採用しました。ご応募いただいたのは、記事を読んで事業や理念に感動、共感いただいた方ばかり。その思いに賛同してついてきてくださる方を採用できたことで、これまで苦戦していた人材定着の課題もクリアすることができました。お客さんから「記事を読んだよ」と感想いただくこともあり、中小企業が“発信”していくことの重要性を感じています。

特別企画

今話題とされている仕事の中からひとつを取り上げ、そこで働く人々の仕事や生活に迫る、ハローライフ全館を活用した特集企画を開催しています。さまざまな業種の人と出会い、その仕事内容の実態に触れることができる機会や、自身の将来や就職活動に役立つ情報資源を提供することで、就労支援をすすめています。業界のありのままの魅力や厳しさを若者に届け、正しい職業観を持った若手の参入促進を図ります。

山崎亮の働き方展—コミュニティデザイナーの生き方から見えてくるもの— (2013年8月16日～9月30日)



「地域デザイン」— それは、少子高齢化や遊休地の増加、商店街の衰退など、地域の問題や課題に対し、そこに住む人たちが自身が問題を発見し、自分たちの手で解決していけるようにサポートする仕事です。その「地域デザイン」業界のトップランナーである山崎亮さんや山崎亮さん率いる studio-L の皆様のご協力のもと、「地域デザイン」という仕事の魅力や実態をハローライフの施設全体で力強く発信することで、若者の職業観育成・就労支援を展開しました。

イベント

- ・オープニングトークイベント「山崎亮さん！働いてなんですか？」
&夜の CHASHITSU for worker
- ・studio-L スタッフさん同士のトークイベント「studio-L のホントのトコロ」 など

山崎亮の働き方展
コミュニティデザイナーの生き方から見えてくるもの

数字からみる職人の世界展 (2014年3月10日～3月31日)



「30分で100枚の茶さじをつくる」など、日々「決められた時間内でいかに完璧に仕上げるか」という時間感覚の中に身を置く、いわば「結果が全て」のアスリートに近い職業が「職人・ものづくり」の分野。1人前になるためには約10年かかるといわれており、長期間の下積み時代が存在します。そこで、明治時代からある染めの技術を守り続けている「株式会社ナカニ」と、日本で一番古い技術をもつ手作りの茶筒の老舗「株式会社開化堂」の協力を得て、ものづくりの仕事の魅力や実態を発信しました。

イベント

- ・職人・ものづくり特集 手仕事の世界へようこそ 職人に聞く！ THE 1問1答
- ・「石の上にも3年」のジレンマに迫る？ 職人3年生のホントのトコロ など

数字からみる職人の世界展
ナカニ、開化堂—それぞれから見えてくる職人の10年

日本“最先端”の福祉就職フェア！ FUKUSHI ビッグバン (2014年6月20日～7月26日)



福祉の現場では、厳しい・汚い・給料が安いなどのマイナスイメージが先行し、慢性的な人材不足や離職率の高さが深刻化しています。また近年、福祉の仕事へのニーズは拡大・多様化しています。福祉制度の対象となる人だけではなく、制度の対象にならなくても地域社会での暮らしに生きづらさを抱える人たちも増えてきている社会において、業界を支える若手人材の確保と、彼らがキャリアを形成することができる環境づくりが大変重要になってきています。本当にやりがい、

既成概念にとらわれない様々な新しい福祉のカたち、今必要な福祉業界のビジョン等を、若者（主に大学生世代・就活生）をターゲットに福祉業界のリアルを発信し、正しい職業観をもった若者の業界参入をねらいました。

(クライアント：一般社団法人 FACE to FUKUSHI)

イベント

- ・ゲストが福祉の“最先端”を語る！「湯浅誠 × 家入一真 トークセッション」
- ・ポップコーンにコーラ付！まるで映画のような福祉就職説明会「THE FUKUSHI 就活 SHOW！」 など

地方で暮らす 一月収 14 万でもリア充生活— (2013年8月16日～9月30日)



近年、金融ショックや大規模な自然災害を受けて、“都会で働くことに疑問を感じ、地方や田舎で暮らしたいと思うようになった”という、20代若者の地方移住ニーズが増加。しかしその一方で、“地方に仕事がない”“生活していく基盤とそのイメージが湧かない”など、想いと現実の差に大きな隔たりがあり、なかなか移住にまでこぎつけない若者も多く存在しています。そこでハローライフでは、都会を離れた「地方」での仕事や働き方について、特集企画を実施。実際に移住されている方のコラムや、オススメ求人情報に地方について理解を深めていくイベントを展開しました。

※月収14万円・国税庁「H24年民間給与実態統計調査」非正規雇用の平均年収168万円より

- イベント**
- ・2014年10月6日(月)
【脱・都会計画！ローカルワーク大解剖】イケダハヤト×川人ゆかりトークセッション
 - ・2014年10月24日(金)
いたるさんプレゼンツ 移住者シェアハウスって実際どうなの！？ 地方の暮らしを語らナイト！
 - ・2014年10月30日(木)
藤井さん直伝！自分×地方 仕事をつくるワークショップ
 - ・2014年11月1日(土)
ポンさんに学ぶ！失敗してもいいんだもん。勇気をもらえる移住5か条づくり
 - ・2014年11月21日(金)
【TURNS cafe】「まち」の可能性発見ワークショップ
 - ・2014年11月29日(土)
【農家のホンネ。シェフのホンネ】～農業×働き方×食～

- 地方特集求人情報**
- ・ワヅカナジカン援農プロジェクト 「“お茶の郷”に暮らしながら働く」
 - ・鳥取県智頭町 地域おこし協力隊 「森と暮らし、地域で生きる。」
- コラム**
- ＜高知県四万十市＞ “いなかビジネス”の最前線へ。／佐々倉玲於さん
 - ＜三重県尾鷲市＞尾鷲発・日本初“人づくり”の形。／村田浩子さん
 - ＜鳥取県鳥取市＞農村で学ぶ、“自分流”世渡り術。／田中玄洋さん
 - ＜岡山県美作市＞誰もが挑戦出来る場所。／藤井裕也さん
 - ＜兵庫県丹波市＞この土地に、必要不可欠な存在になる。／横田 親さん
 - ＜香川県小豆島＞キャリアを捨て、恵み豊かな暮らしを求めて。／眞鍋邦大さん

- ・2014年12月13日(土)
＜東京開催＞TURNS カフェがさい「まち」の可能性発見ワークショップ
- ・2015年1月13日(火)
新春 Asago ナイト！～今年こそなりたい自分になる！！
「朝来市地域おこし協力隊」と語る2時間スペシャルイベント！！～
- ・2015年2月5日(木) & 6日(金)
【2夜連続開催】地域仕掛け人と考える！地域の選び方ワークショップ
- ・2015年2月13日(金)
智頭町の先進地事例から学ぶ、地方の未来と自分ごとワークショップ
- ・2015年2月14日(土)
なりきろう！「地域おこし協力隊」体感ゲーム
- ・2015年2月15日(日)
日本全国！地域仕掛け人市 in 大阪



有限会社 L プランズ

電気設計



ワヅカナジカン援農プロジェクト

農業



富田酒造

酒蔵



株式会社 TOLEDO

カバン職人



株式会社インフィニティストイル

Web



株式会社せのや

大阪土産



東洋産業株式会社

リネン



株式会社サクラスタジオ

オーダー家具



NPO 法人シミンズシーズ

まちづくり



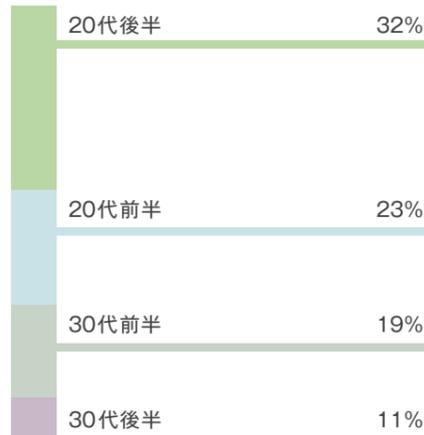
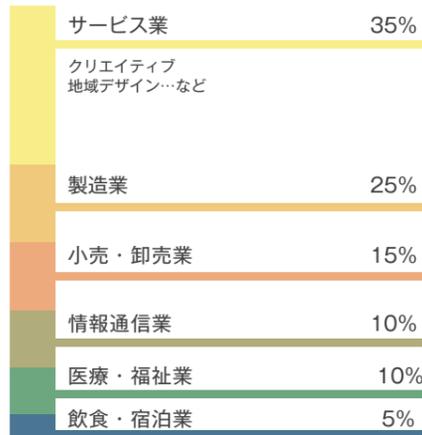
成果

ハローライフ1ヶ月平均PV数：約100,000PV

求人広告エントリー数：1,593名

登録企業者数：606社

登録者数：3,939名



三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社 ソーシャルビジネス支援プログラム



『ソーシャルビジネス支援プログラム』は、三菱UFJフィナンシャル・グループの総合シンクタンクである三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社が実施する社会貢献活動の中核的プログラムです。スマイルスタイルは、応募57団体の中から書類選考・プレゼン選考を経て、2016年度プロボノ支援先の3団体に選ばれました。

三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社がソーシャルビジネスに取り組む事業者に対して、「資金支援」とともに「人的支援（プロボノ活動）」を行う半年間のプログラムです。役職員で構成されたプロボノメンバー10名が伴走者となり、支援先団体が抱える経営課題の解決や事業の高度化に関してサポートします。

実施内容 支援テーマ：「縁就活」事業モデルのブラッシュアップ

2015年より大阪府と協働で実施してきた「縁就活」。2015年の取り組みをもとに、2016年より自主事業として継続しています。自主事業として持続可能な事業モデルへと質を高めるために、UFJプロボノメンバーとともに議論を重ねました。

より効果的に議論を進めるために、対利用者サービスを検討する「若者支援チーム」、対企業サービスを検討する「企業支援チーム」、対大学へのサービスを検討する「大学チーム」の3つに分かれ、事業モデルのブラッシュアップを行いました。

若者支援チーム MTG実施回数：4回 企業支援チーム MTG実施回数：6回 大学チーム MTG実施回数：2回

- ・プログラム参加の有料化について検討
- ・利用者に向けたプログラムの価値言語化
- ・プログラム参加費の価格設定
- ・プログラム修了生による寄付制度の構想

- ・過去マッチング事例の成功要因の分析
- ・ハローライフ運営に必要な経費算出
- ・企業への商品価値の言語化
- ・ターゲットとなる企業像の具体化
- ・サービスメニューの整備
- ・売上シミュレーションの作成

- ・大学との接点の整理
- ・大学向けの営業資料の作成
- ・大学のニーズを把握するヒアリング

担当者のコメント

私がスマスタの皆さんを見て、一番に思ったのが、「友達になりたい!」でした。使命感をもって、真摯に自分たちの事業と若者に向き合う姿勢が、多くの社員の心を揺さぶった（共感を得た）のです。研究員やコンサルタントが総勢10名で、半年のプロボノ支援に当たりましたが、伴走する際に大事だと思ったことが2つあります。1つ目は、「多様な視点で事業を捉える」ということ。同じものでも、人によって感じ方が異なります。その多様な視線

の交点に、「縁就活」が大事にすべき価値が浮かび上がって来ました。2つ目は、「現場で目を見て話をする」ということ。メールのやりとりだけでなく、互いのアイデアに耳を傾け、解決の糸口を見つけようとする時間はとても刺激的でした。プロボノ期間が終わった後も、「声がかかれば、いつでも行くよ」という気持ちで、ご一緒させて頂いていますが、声がかかなくても、勝手にハローライフに足が向いてしまいますね。



三菱UFJリサーチ & コンサルティング 丸川 正吾氏

プロボノメンバーとしてご協力いただいたみなさま



家城康太さま・川谷光隆さま・栗山智帆さま・島崎耕一さま・梨子本千絵子さま・沼田 壮人さま・俵藤あかりさま・丸川正吾さま・美濃地研一さま・山田美智子さま・吉野英知さま

また、UFJプロボノメンバー3名が大阪マラソンのチャリティランナーとしてご協力いただきました。大阪マラソンについてはP●で紹介しています。

起源

レイブル応援プロジェクト 大阪一丸

2011年より大阪府主催のもと、NPO法人スマイルスタイルが企画・運営を実施してきた『レイブル応援プロジェクト大阪一丸』では、大阪府に約4万3000人言われているニートの中でも、働く意志を持ち行動を起こしている若

者を「レイブル (late bloomer= 遅咲き)」と名付け、彼らの実態を正しく世間に伝えながら、約3年の年月をかけ自立支援・広報企画を通じて応援してきました。

実施プログラム

大阪ニート 100 人会議



ニート状態の若者およそ100名が一堂に会し、レイブルの新たな就労モデルを検討しました。2011年11月23日に第一回目を開催後、2012年には「三都市レイブル100人会議」として東京・大阪・名古屋で、2013年には「ワカモノ100人会議」として東京・大阪・名古屋・札幌・福岡の5都市で開催しました。

大阪レイブル超就活 企業共同型就労支援プログラム



大阪ニート100人会議より集約した意見をもとに誕生した「大阪レイブル超就活」。

大阪府内の一般企業および介護事業所と連携し、2週間～1ヶ月のインターンシップ（職場体験）を経て、就労をねらう支援プログラム。

自分の短所や長所（凸凹）を対話やグループワークを通じて取りまとめ（自己取り扱い説明書）、職場体験を実施。2012年度は、一般企業への就職を目指す一般企業コースと介護事業コースの2コースを実施。2013年度は、一般企業コースのみ実施しました。

成果

【2012年度就労数】

<一般企業コース> 職場体験：25名 就職：16名

<介護事業コース> 受講：29名 就職：17名

【2013年度就労数】

<一般企業コース> 職場体験：15名 就職：5名

<介護事業コース> 実施なし

【参画企業】

千房株式会社/株式会社ユー・エス・ジェイ/イケア・ジャパン株式会社/株式会社マイファーム など全15社

THE WORK PARK



大阪のまち全体をテーマパークに見立てた、職場体験・ディスカッションイベントを2013年11月に実施。就職活動について悩みを持つ若者や学生を対象に、「働く」を体感する仕事体験イベント「バビリオン」では、大阪に拠点をもつ50の企業でおよそ100名の若者が仕事体験し、若者の仕事・業種研究、職業観醸成の機会を創出しました。（参画企業50社・参加人数73名）ディスカッションイベント「ラボ」は、札幌・東京・名古屋・大阪・福岡の全5都市で同日開催。大阪会場では、企業と若者の良好な労使関係についてディスカッションを行いました。

次世代ワークスタイル研究所→詳細は74ページ



「働きやすい職場環境」をテーマに様々な企業や個人が実践している取り組みを調査し、働きたいという意志を持ち行動を起こしている若者の就労の活性に取り組むプロジェクトとしてスタートしました。2012年12月に開設されて以来、現在もあらゆるゲストの方をお招きしたセミナーイベントを実施しています。

各種広報ツール

レイブルの実態を正しく発信し、応援気運を創出するために各種広報ツールを制作しました。

CM/ポスター/レイブル号外新聞/THE WORK PARK チラシ/レイブル応援プロジェクト大阪一丸総まとめ冊子 WORKERS ALL など。



The Work - Music Project - (2014～)

テーマ：オーケストラの新たな芸術価値創造、若者就労支援 クライアント：日本センチュリー交響楽団



背景

「文化芸術の振興に関する基本的な方針 - 文化芸術資源で未来をつくる - (第4次基本方針)」において「教育、福祉、まちづくり、観光、産業等周辺領域への波及効果」「コミュニケーション教育」「社会的便益を有する公共財であり社会包摂の機能をもつ」と明記され、また大阪府市文化振興会議においても「『芸術のための芸術』から『社会のための芸術』へのシフトという潮流の中、芸術家・芸術団体は持てる能力・ノウハウを福祉・医療・教育・まちづくり・観光などの他分野に活かすことが求められている。」と提案されているように、社会全体からのオーケストラへの要求は多様化しています。

概要

弊社が運営するハローライフを利用する、「なにか一歩踏み出したい」「継続することを身に付けたい」など、日々の暮らしや働くことに対して前向きな気持ちやパワーを身に付けたいと思う若者を参加対象としました。

参加対象の若者は、音楽づくりを通じてコミュニケーションや表現などを身につける「音楽創作ワークショップ」と、働き方や就労につながる「ハローライフワークショップ」を経験。就職率だけを目的とする対症的な支援ではなく、若者の潜在的な能力の発掘・向上を狙いとし、参加者である若者は、「仲間」として出会う楽団員との自然な触れ合いや、楽器を演奏することだけに止ばられない自由な音楽創作などを通じて、日々の暮らしや働き方につながる創造性や社会性を獲得。本プロジェクトは、社会における就労支援の方法やあり方の新たなモデルとなることを目指します。



成果

2014年度

就労面での効果は、参加者のうち数名が就労に至る予想以上の結果が出ました。参加者の社会的機能尺度 SOFAS (※) の平均値は、本プログラムに参加前後で比べると、65.9 から 76.8 へと変化しました。特に、参加の前後で数値が上昇したメンバーに関しては、採用、外部との交流、社会的活動への参加などへの変化が見られました。個別相談で十分な効果が出なかった若

者が、プロジェクトで自分の居場所や空気を見出し、プログラムの1回目で意識が変わったケースもありました。

- ・楽団員参加者数：6名（発表会参加6名）
- ・若者参加者数：10名（発表会参加9名）

(※) SOFAS (Social and Occupational Functioning Assessment Scale) は、精神症状を除く社会的機能、職業的機能全般のみを1～80の数値で表すもので、通学や就労している若者の多くは80以上を示し、ひきこもりや不登校の場合は50未満と評価される。

2015年度

プログラム前後の意識の変化は、大学4回生や既卒者が中心であった2年目の参加者の方が小さいが、その一方で、「The Work」とは自分たちにとって何なのか、本人たちが問いかけるようになった成果がみられました。また、音楽創作プログラムにおいて、音楽で伝える表現とは何なのか考えることや、楽器でないものを楽器として活用する経験などから、当たり前を当たり前でない

と認識するという、思考の転換につながる可能性が感じられました。

- ・楽団員参加者数：8名（発表会参加6名）
- ・若者参加者数：18名（発表会参加6名）

2016年度

英国の作曲家ヒュー・ナンキヴィル氏が「ボーンマス交響楽団+英国の若者」と取り組むプロジェクト【Geo Opera】と連携し、言語を越えた音楽によるコミュニケーションを通じて2つの曲が完成。日本センチュリー交響楽団が指定管理者として運営に関わるローズ文化ホールにて演奏しました。

- ・楽団員参加者数：6名（発表会参加6名）
- ・若者参加者数：13名（発表会参加10名）
- ・発表会来場者：60名
- ・発表会来場者からの寄付金：12,000円

2014 年度プログラム

助成：一般財団法人おおさか創造千島財団
協力：大阪府立江之子島文化芸術創造センター enoco（西区江之子島）

「なにか一歩踏み出したい」「継続することを身に付けたい」など、日々の暮らしや働くことに対して前向きな気持ちやパワーを身に付けたいと思う若者（ハローライフ登録者）を対象に、約3ヶ月間で6回の音楽創作ワークショップと発表コンサートを行いました。

日本センチュリー交響楽団にとっても、コミュニティプログラムとして初めての挑戦となりました。ワークショップの中で生み出した言葉のリズムやメロディーを凝縮した約10分の曲をつくり、JR大阪駅にて演奏しました。

プログラムの歩み

1回目 4/08 あそぶ(遊戯) 2回目 4/21 さがす(発案) 3回目 5/09 ずらす(逸脱) 演奏会見学 5/22 4回目 5/30 まぜる(交差) 5回目 6/13 みがく(調整) 6回目 6/27 かたる(言語化) 発表会 7/06 まじわる(発表)

2015 年度プログラム

2年目となる実施では、大学を卒業した後も就職活動を続けている若者（第二新卒など）を対象としました。

若者・楽団共に「思考転換」を図ることを目標に、音楽創作だけではなく、ハローライフでも就職活動プログラムを実施。交互に実施することで、相互作用を発揮させました。

組織体制

- ・音楽創作プログラム担当：日本センチュリー交響楽団
- ・音楽創作プログラムナビゲーター：野村誠氏
- ・就活プログラム：ハローライフ（NPO 法人スマイルスタイル運営）
- ・映像制作：les contes
- ・事業効果測定：ニッセイ基礎研究所 大澤寅雄氏

音楽創作プログラム



オーケストラ楽団員や仲間とともに1つの音楽作品を創り上げる中で、日々の暮らしや働き方につながる創造性や社会性を身につけます。ナビゲーターは、日本センチュリー交響楽団コミュニティプログラムディレクターであり、作曲家の野村誠氏。楽団員によるワークショップや、音の実験など、演奏することにしばられない自由な発想でプログラムを進行します。

就活プログラム -The Work.ver-



ハローライフのコーディネーターや仲間をはじめ、日本センチュリー交響楽団の大人たちなど、たくさんの人たちのつながりや創造の力を借りながら、共に歩む就活プログラム。「表現すること」や「思考の転換」などを切り口に、音楽創作プログラムと連動した「働く力」を養成するワークショップや、キャリアパスを考える講座を実施します。

プログラムの歩み

音楽創作 1回目 5/25 音楽創作 2回目 6/08 定期演奏会見学 6/19 音楽創作 3回目 6/22 音楽創作 4回目 7/03 音楽創作 5回目 7/13 音楽創作 6回目 7/23 発表会 7/24 就活 1回目 6/01 就活 2回目 6/15 就活 3回目 6/29 就活 4回目 7/21 就活 5回目 7/29

2016 年度プログラム

3年目を迎え、新たな挑戦としてイギリスの作曲家ヒュー・ナンキヴィル氏が「ボーンマス交響楽団+英国の若者」と取り組むプロジェクト「Geo opera」と連携。日本と英国間で、ネットを通じてお互いの音楽やアイデアを共有しながら共同制作を実施します。各ワークショップにユニークなタイトルをつけたり、ワークショップの日誌当

番を参加者が担うなど、創作意欲や自己肯定感の向上を狙った工夫を行いました。また、日本センチュリー交響楽団のミニ仕事体験を行うなど、社会とオーケストラの関係性や職業観醸成に役立つ機会を設けました。



プログラムの歩み

音楽創作ワークショップ 1回目 (4/25) 「イギリスに音のメッセージを送る“パスポート不要の音旅行”」

ハローライフワークショップ 1回目 (5/10)

音楽創作ワークショップ 2回目 (5/17) 「イギリスから来た曲にツッコミを入れる“ジャックにつっこめ!”」

ハローライフワークショップ 2回目 (5/24)

音楽創作ワークショップ 3回目 (5/31) 「オーケストラになってみる“ハチャメチャ交響楽団”」

ハローライフワークショップ 3回目 (6/07)

音楽創作ワークショップ 4回目 (6/14) 「アイデアを整理する“音楽のコロンブス”」

ハローライフワークショップ 4回目 (6/28)

音楽創作ワークショップ 5回目 (7/08) 「クリエイティブに練習する“音海をスイミング”」

ハローライフワークショップ 5回目 (7/12)

音楽創作ワークショップ 6回目 (7/19) 「プレゼンの準備をする“ようこそ!あとはご自由に。”」

ハローライフワークショップ 6回目 (7/26)

参加者の声

- ・参加者も音楽家も含めた全員で音楽を創ることが単純に楽しかった。
- ・参加者の成長が嬉しいし、自分たちも刺激になっている。

- ・The Workに参加してから、普段のレッスンでも「一方的」ではなく「一緒に創る」スタンスが変わった! ※レッスン…学生などに音楽や楽器を教える場



このエッセイは、文化政策や障がい者支援など、様々な分野で活躍されている方々をレポーターとしてお迎えし、ワークショップの内容とご自身の専門分野を結びつけて、自由に書いていただくリレー形式のレポートエッセイです。各レポートを通じて、より多くの方々に「The Work」の取り組みを知っていただき、ワークショップの中で起こっていることはもちろん、オーケストラの

活動や就労支援におけるこれからのあり方などを考えるきっかけになればと思っています。

第1回目のレポーターは、NPO法人チュラキューブ代表理事で、大阪を拠点にイシューキュレーターとして活動されている中川悠（なかがわはるか）さんです。

第1回『演奏』という非言語のコミュニケーションが、若者と楽団員の未来を変える？ —— 中川悠（NPO法人チュラキューブ 代表理事 / イシューキュレーター）



日本センチュリー交響楽団の楽団員が、参加者である就労困難者の状況改善にどこまでアプローチできるのか。それが、新しい就労支援プログラム「The Work」のメインテーマである。

僕はイシューキュレーター（課題の編集者）と名乗り、ニュータウン、第一次産業、ものづくり企業、地域コミュニティなどが直面する社会課題をプラスに変える仕事をしている。最近では、障がい者を取り巻く状況を変化させるべく、淀屋橋にカフェ併設の福祉作業所を立ち上げた。ここは、将来的に就職を目指す障がいがある若者たちが、社会の中で働くための力を育て、巣立っていくための支援機関である。

就労困難な状況の若者たちが、どうプラスの力を育むか。その視点を持つ専門家として、「The Work」のレポートを書いて欲しいという依頼があった。「音楽創作を通じた就労支援？」「交響楽団が中心となって進めていく？」。もちろん、不可能だとは思わないが、実際の現場を見ない限り、全くもって想像することができない。僕は担当者にお話しし、1回目と2回目のワークショップを連続で見学させてもらうことにした。

20～29歳の若年者を取り巻く雇用環境の問題点として、アンケートの中でも「職場の人間関係の問題」「仕事の質の問題」「仕事の量の問題」「仕事への適性の問題」が多く挙げられる。現在、障がい者の就労に携わっている経験からも、人間関係を作り上げるためのコミュニケーション（ソーシャルスキル）を育めるかどうか、自分が働いている姿への想像力（就労イメージ）を持てるかどうか、就職後に継続して働き続けられるかどうかの大きな分岐点だと考えている。もちろん、問題点はそれだけではない。それ以外に就労困難者が乗り越えなければならないハードルは数多くあるのだ。だからこそ、今回の「The Work」がどんな奇跡を起こしてくれるのか、どんなプログラムになっているのか。期待に胸を躍らせながら、日本センチュリー交響楽団の拠点である服部緑地に向かうことにした。



会場に入ると、防音効果の施された高い壁、100人以上の楽団員の練習ができるであろう広大な空間が目の前に広がっていた。クラシック音楽とは程遠い人生を過ごしてきた者としては、音楽ホールが醸し出す非日常な空間にワクワクしてしまう。

ワークショップは基本的に参加者と楽団員が混ざり合いながら進んでいくようだ。車座になって座っている中の約10名が本プロジェクトの参加者。そして、5名ほどが交響楽団の楽団員、そしてナビゲーターの作曲家・野村誠さんという構成。

自己紹介が終わると、1人ひとりが会場に置かれている楽器を取りに行く。トランペット、コントラバス、トロンボーン、ピアノ、トーンチャイム、ピアノニカなど、馴染みのある楽器からなかなか触れる機会のないものまで、どれを選んでもいいし、いつでも交換してもいい。そして、それぞれの楽器を使って、今から何をするか、野村さんが穏やかに説明をする。音楽創作のテーマは「ジオロジカルシンフォニー」。詳しい説明はここでは省くとして、ジオロジー（地質学）をテーマとしたオペラをイギリスで上演するため、その音楽を日本とイギリスで連携しながら作りあげていくらしい。

野村さんが指示を出す。「白亜紀の恐竜時代をイメージして音を出してみましょう」「指揮者を見つめて速く弾いてみましょう」「今度はゆっくり…」。参加者はめいめいに考え、おそろおそろ音を出してみる。今度は「ゆっくり」って、どのくらいゆっくりだと思いますか？みんなで考えてみましょう」「楽器と手拍子を混ぜてみましょう」「今度は足のステップでリズムをとってみましょう」。自分の音だけに集中し過ぎないように、そして、それぞれが正解を求めずに演奏できるように。何よりも、自分の演奏に対する思い込みの壁を、どんどん低くしていけるよう、野村さんが次々へと、参加者の想像をほんのちよっとだけ超えたミッションを託していく。

なるほど、音楽を演奏するという行為の中には、自分の音だけでなく相手の音に耳を傾けること、自分だけでなく誰かの歩調に合わせていくこと、つまり、コミュニケーションの中で必要になる重要な学びが隠れているのか。コミュニケーションが苦手な人と得意な人が「言葉による会話」ではなく、「楽器による対話」を通して混ざり合っていくことで、苦手な人たちのスキルが少し上昇していく。それこそが、このワークショップが就労支援プログラムとして目指している核の部分なのだ、改めて肌で感じる事ができた。

もう一方で、このプロジェクトは交響楽団という旧態依然とした存在が、観客に向けてのみ演奏をしてきた歴史から脱却するためのものだという話も聞くことができた。演奏のみに力点を置いてきた楽団員が、地域で暮らす人をはじめとして、音楽に興味を持たなかった若者たちとも、特技を活かして関わっていくことで、今までにはなかった交響楽団の新しい方向性を探ろうというもの。音楽に精通した者同士であれば、アンサンブル（2人以上が同時に演奏すること）であったとしても目や耳をフル活用し、間合いやスピードを調整することで素晴らしい演奏を生み出すことができる。しかし、今回の取り組みは、初心者のペースに合わせる体験を積むことが目的。この経験値の積み重ねの中で、楽団員としても一般社会の感覚を掴むことができるのだろう。

「The Work」のチラシには、こんなキャッチコピーが書かれている。「前向きなパワーや気持ち、自信を身に付けたいと考える若者の参加をお待ちしております」。

それぞれ、心の中に大小さまざまな不安を抱えた参加者たちが、6回の音楽創作ワークショップ、同じく6回のハローライフワークショップ、そして大勢の前で演奏をする作品発表コンサートを通して、どのように変化していくのか。彼らの心に音楽がどこまでアプローチでき、自信の回復や、就労意欲の高まりにつながる事ができるのか。そして、もう一つの目的である楽団員の意識についても、何を感じ、未来を変えていく一歩になるのか。一風変わった就労支援の新しい取り組みから、まだまだ目が離せない。

中川悠（なかがわはるか）

（例）講談社 KANSAI1 週間編集部での情報誌編集業務、アートギャラリー運営などの経験のもと、2007年にNPO法人・株式会社を起業。近年はクリエイターのビジネス促進を目標に掲げ、大阪府や近畿経済産業局などのマッチングイベントのファシリテーターを担当。その他にも、障がい者施設の工賃向上を目指したお墓参り代行サービスビジネスの立ち上げ、団地やニュータウンのコミュニティ再生を目的とした「PIC六甲アイランド」など、人と街を元気にするため様々なプロジェクトに尽力している。また、2014年9月からは淀屋橋にカフェ併設の障がい福祉施設「GIVE&GIFT」をオープン。社会課題を少しでもプラスに変えられるようなアイデアをカタチにしている。



CHASHITSU Japanese Tea & Coffee (2013 ~)

テーマ：飲食、雇用創出、中間的就労の場づくり



背景

CHASHITSU は、あらゆる人の雇用をうむ場所になることを目標としています。ここでずっと働き続けることができる人が生まれるのはもちろん、この場所がひとつのキャリアアップの機会となり社会で活躍できる人が生まれるよう「ハローライフ」や「CHASHITSU factory」とも密接な関係を持っています。また、日本ならではの丁寧なおもてなしや食材の力で、「働く」を応援します。

概要

仕事ライブラリー「ハローライフ」1階に構える、国産の茶葉をかけあわせたコーヒーやおはぎバーガーなどを売りにする日本茶スタンドです。独自のドリンクやスイーツを、森のような素晴らしいパークビューでお楽しみいただけます。

成果

2016年7月、CHASHITSU for workerの店舗の導線・商品ラインナップ・オペレーションを見直し、CHASHITSU Japanese Tea & Coffeeとしてリニューアルオープン。メディアでも注目され、雑誌の表紙も飾らせて頂いたこともあり、売上はリニューアル前の約2倍に。新たに2名、正社員として雇用するに至りました。



実施内容

店舗改修

これまで以上に鞆公園前という立地を活かし、テイクアウトも気軽にご利用いただける日本茶スタンドへと転換。また、カウンター席を設けたことで、こだわりの創作ドリンクを淹れる様子も楽しめるようになりました。



Japanese Tea × Coffee

リニューアルに伴い、京都長岡京の specialty coffee Unir と新たに共同開発したドリンクシリーズ。日本遺産地である京都府相楽郡和束町の日本茶と、Unir こだわりのスペシャルティコーヒーをかけあわせた創作ドリンクです。「ほうじカフェジュレティー」「ほうじアメリカノ」「抹茶ヴィエナコーヒー」「抹茶カフェフラッペティー」の4種でスタート。2017年は新たに「ほうじ香るコーヒーソーダ」を加え、新たな商品を展開して参ります。



Sweets

リニューアル前から好評だった、「おはぎ」をカジュアルにリデザインした「OHAGI BURGER」は見た目も味もバージョンアップ。「胡麻づくし」「七穀」の基本ラインナップに加え、期間限定の「塩ずんだ」「胡桃かぼちゃ」「よもぎ」などをお届けしました。また、新たに和と洋を織り交ぜたパウンドケーキも発売。日持ちする商品が加わったことで、オペレーションの向上に加え、お土産としてもお買い求めやすくなりました。



Food

日本の四季の移り変わりを楽しめるランチとケータリングをお届けしました。週末限定の彩り豊かなランチ「ジャムバックグリル」では、隣接する鞆公園でのピクニックをご提案。「ケータリング」は日本茶やコーヒーを取り入れたお料理を、日本風景をモチーフに設えました。



CHASHITSU for worker

2013年5月、ワーカーのための日本茶カフェ「CHASHITSU for worker」としてハローライフと同時オープン。仕事や就職活動につきものの疲れをリフレッシュする日本茶やハーブティー、フードやスイーツの提供を始めました。効能にこだわりながら、希少価値の高い茶葉で淹れたお茶をカジュアルに楽しむことができる、自慢のラインナップです。

日本の美意識を表現した、鉄と畳で構成されたキューブ型のカフェースは、空間に対して心地よく絶妙な違和感とインパクトを与えます。窓から眺めることのできる大きな公園風景を借景とし、チャシツの露地(庭園)に見立てました。



年表

- 2013.5 ~ ワーカーのための日本茶カフェ「CHASHITSU for worker」
- 2014.4 ~ 中間的就労の場「CHASHITSU factory」スタート▶詳しくは48Pへ
- 2016.7 ~ 日本茶スタンド「CHASHITSU Japanese Tea & Coffee」へリニューアルオープン

これまでに販売していた商品、取り組みなど

スイーツ

- ・花饅頭 (高山堂 仕入れ販売)
- ・ことらやき (高山堂 仕入れ販売)
- ・みたらし団子 (高山堂 仕入れ販売)
- ・山麓ぼてと (高山堂 仕入れ販売)
- ・あいす最中・煎茶ジャム入り (オリジナル、堀田裕介氏との共同開発)
- ・大福セット
(みかん大福 広島、クリームチーズ大福 関西、ずんだ大福 岩手、セレクト菓子)
- ・団子セット (味噌だんご、草だんご、セレクト菓子)
- ・雪氷

ハローライフの展示企画と運動し、取り扱い商品をセレクトし、店頭販売

- ・職人展 (中川政七商店 / 麩焼き煎餅、最中)
- ・福祉ビッグバン (じゃんぼどら / 高知、ラスク / 大阪、かりんとう / 東北)

フード

- ・おむすび (美山健草とみぶ菜、ほうじ茶とじゃこ、梅づくし、焼き海苔、金柑とかつお味噌、自家製ツナ、舞茸、塩むすび)
- ・スープ (豚汁、豆乳と小松菜のポタージュ、里芋のポタージュ)
- ・お弁当 (旅弁 - 滋賀 -, 旅弁 - 宮崎 -)

路上販売

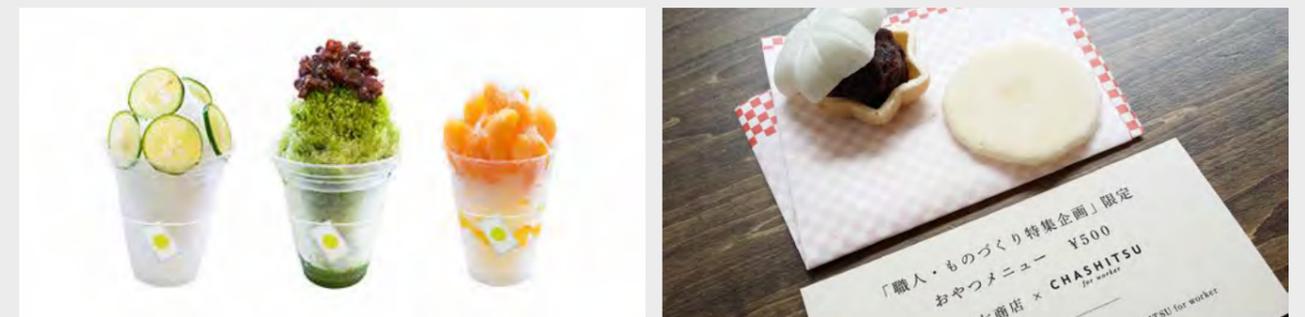
2015年冬から2016年春にかけて、オリジナル弁当「旅弁」シリーズを販売。

イベント出店

- 2013年 10月 スタジオイベント@ FACTO
- 11月 えほんピクニック
- 2014年 5月 バラまつり
- 9月 水都フェスティバル
- 10月 えほんピクニック
- 2015年 5月 バラまつり
- 2016年 5月 バラまつり
- 5月 ロハスフェスタ
- 10月 すみのアートビート「みんなのうえん祭り」
- 11月 茶源郷まつり
- 11月 芝川 ichi
- 2017年 2月 Today's Special
- 3月 日本てぬぐいの日
- 5月 ばら祭り
- 11月 みんなのうえん祭り (予定)

ケータリング

- ・株式会社人間さま
- ・A-WORKS さま
- ・サービスグラントさま「1 day プロボノ」@ うめきたシッパ
- ・HELLO life 内イベント



CHASHITSU factory (2014 ~)

クライアント：大阪府（中間的就労の場づくり支援事業） テーマ：若者就労支援、中間的就労の場づくり、職業観醸成



背景

ひきこもりやニート、未就職の高校中退者、長期失業、ホームレスなどの状態にある人のうち、一般就労が可能とみられる人々たちにとって、一般的な働き方と、障害に配慮した作業所での福祉的就労などの中間に位置する支援付き就労や訓練、いわゆる「中間的就労」のニーズが高まっています。また、製造やものづくりの一般就労の現場での若手人材不足、社内教育環境の衰退、離職などの課題も顕著に現れています。多様な人材に適応しうる能力開発という従来の庇護を享受できる者が少なくなってきた今、個人は自らの職業生涯を築く足場が必要となります。働きづらさを抱えるすべての人が健全な職業観やスキルを身につけ、いきいきと働くことができる社会環境の実現に向けて、本事業では、若者の労働・就労において、学ぶことの意義、製造やものづくりの仕事の魅力や社会的意義の理解、専門性獲得における自身の成長を実感できる訓練内容と機会を構築し、企業の人材ニーズに即した人材育成を目指します。

概要

「CHASHITSU Japanese Tea & Coffee」で販売する商品の製造過程において、さまざまな経験を積むことで、就労を目指す若者が必要なスキルや社会人基礎力を身に付ける工場（サポートプログラム）です。一人ひとりのニーズや適正に合わせた目標・サポート内容を設定し、およそ3ヶ月を1クールとして実施。スタッフや仲間と一緒に、就労に向けて少しずつステップアップしていきます。また、生活困窮者支援法の本格実施に向けた社会実験としての役割も担っています。



成果

2014年度まで

- ・参加生数合計 31名
- ・就労に結びついた者 18名
(正社員2名/派遣社員1名/factory アルバイト7名
他アルバイト8名)
- ・ハローライフまたは他の支援機関にて就職活動を続行 5名
- ・体調不良等の諸事情で途中辞退 6名

2015年度

- ・参加生数 7名
- ・就労に結びついた者 6名
(factory アルバイト 6名/他アルバイト 4名)
- ・他の支援機関にて就職活動を続行 1名

2016年度

- ・参加生数 9名
- ・就労に結びついた者 3名
(契約社員1名/factory アルバイト1名
他アルバイト1名)
- ・他の支援機関にて就職活動を続行 4名

実施プログラム

参加生の募集について

- ・対象 15歳から概ね39歳までの若者で、期間中継続して参加できる方。
- ・費用 参加費無料。ただし、交通費は自己負担。保険加入に関する費用は弊社負担。
- ・期間 2015年4月1日～2016年3月31日の間に随時受け入れ、活動

プログラムの進め方

プログラムは可能な限りシンプルにし、マニュアルへの落とし込みや、商品開発のエキスパートとの連携のもと教育・指導体制の充実を図っています。また、就労支援対象者（ファクトリー生）に提供する業務メニューは、単純作業から専門スキルが必要とされるものまで多岐に及びますが、すべての業務に専門スタッフや指導員を配置し、丁寧な伴走型支援を提供。適性や本人の意志を事前にヒアリングし、協議のもと従事するメニューを決定します。また、これまでの就労支援事業で培った経験を生かし、個人の状況に合わせた定期的な集合研修や個人面談を実施することで、スムーズな一般就労への移行を可能にします。2015年度はサポートステーションが取り組む「チャレンジ体験（人手不足の産業や業種、また、実際にハローワークに求人が出ている事業所及び同業種の事業所において連続した就労を体験するプログラム）」との連携実施に注力しました。

プログラムの流れ ※実施時期や参加者によって詳細は異なります。

1. 説明会 & 面談

プログラム内容の説明、個別の相談対応を行い、後日エントリー者に対して面談を実施。これまでの就労状況や現在の生活状況、就労意欲を確認し、本プログラムの参加により変化が見込めるか判断します。



2. 事前講習、研修



社会人基礎力、特にコミュニケーション力に特化したワークショップ（参加型講座）を実施。チームビルディングや実習期間での個人目標を設定します。また、飲食店の基礎知識の習得、衛生研修、および製造に関する技術指導もあわせて実施します。



3. 製造スタート



指導員とともに製造を OJT にて実施。一人ひとりの状況に応じ、週 2 もしくは週 3 を選択します。(4 時間 / 日)

4. 中間研修



プログラム中は定期的にヒアリングの場を設け、目標の再設定を行います。また、就労に向けた行動計画づくり、応募先選定、実際の応募に向けたサポートも行います。



5. 卒業

最後は 1 ヶ月間の振り返り、引き続きプログラムへの参加を希望するかどうか等の面談を実施。就職が決まった参加生においてはファクトリー生を卒業します。一定のスキルのある訓練生に関しては、ファクトリーのアルバイトスタッフとして雇用することも。

その他



【チャレンジワーク】 製造業務以外で希望する業務を体験します。事前テストを経て、コーディネーターと相談の上、一定のスキルのある訓練生に対してのみ行います。

【ブース出店】 製造工程以外業務の体験（設営や販売・接客など）も兼ねて、地域のマーケットへ出店します。

【成果報告会】 連携支援団体などの関係者を招待し、プログラムの成果報告会を実施します。

寄付金

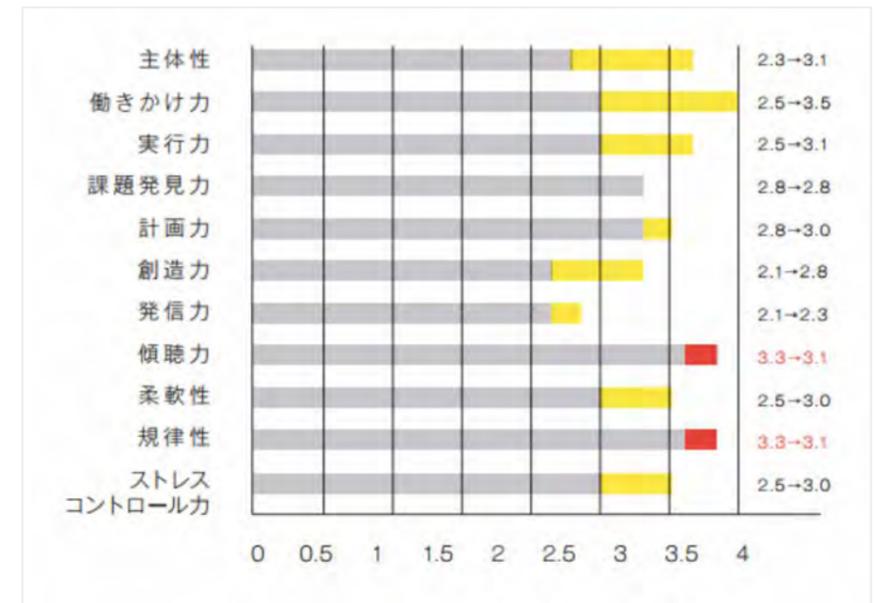
大阪ガス「Social Design50」にて本活動に寄付をいただき、製造設備の充実に向けて、調理器具や備品、保管やディスプレイ用什器の購入に活用させていただきました。生産量をアップさせることで事業の拡大・継続につながり、設備強化の力を発揮する場として催事出店も実施。地域との結びつき生まれています。

- ・寄付募集期間 2015年1月13日～3月2日
- ・寄付活用期間 2015年3月～5月末
- ・応援者総数 3,868人
- ・寄付金額 30万円



2014 年度のアンケート結果

プログラム実施前と終了後にアンケートを実施。総体的に肯定的評価へ変化しており、中でも「発信力」「働きかけ力」「創造力」が向上しました。これらの理由は、プログラムの振り返り時間に、自分の考えを伝える機会、改善点を考える機会、チームワークを考える機会を多く設けたことにあると考えています。一方「規律性」については、製造に関するルールの変更が日々多かったこと、「傾聴力」については、自分の意見を発信する意識と機会を積極的に設けたプログラムであったことから、「評価がつけにくかった」という声がありました。



分析

既存の支援する側・される側の二者関係である面談メインの就労支援と異なり、参加者全員が 3 ヶ月間一緒に過ごすコミュニティ型の支援であった効果は大きいと考えられます。就職困難者層の多くが課題として掲げるコミュニケーションの苦手意識解消や、集団の中で役割を与えることから生まれるチャレンジ意識など、個人では乗り越えられない壁をチームの力で越えることができました。孤立しがちな若年無業者にとって、同じ悩みを持つ仲間が明確な目的に向かって活動する場は非常に重要です。また、実際の仕事探しでは、チェックシートや適性からだけではなく、実際の体験を軸に考え、当人にとっても納得感のある就職活動になりました。

参加者の声

初めは緊張のあまり体が震えることもありましたが、作業を覚え少し自信がつき口数が少ないことや声が小さい、話をふられてもうまく回答できませんでした。だんだん話す事への抵抗感もなくなり自分から話しかけられるようになったことが一番大きい変化です。

自分に自信を取り戻すことができた 3 ヶ月間でした。一日一日の積み重ねが大事で、急には結果はついてくるものではないと考えることができました。悩みながらも前進する行動していく大切さを学べたと思います。

発言することが増えたように思います。以前なら気づいても言わなかったことを今は言うことがあります。最初 3 ヶ月通うことができるか不安でしたが今はこの 3 ヶ月が早く過ぎたように感じます。そして自分が自分の事を知らなかったことも知りました。

平日の朝から外出できるようになった。自己開示できるようになる。苦手なことを話せるようになる。メンバーと関わりながら、困っている人を助けたいと改めて思う。

引きこもっていた時よりも人とスムーズにコミュニケーションが取れるようになった。社会に出るためのスタートラインに立てたと思う。

喜怒哀楽など感情の幅が増え、表情も豊かになったと家族から言われた。(自分でも感じている)

大阪府地域若者サポートステーション (2015～)

テーマ：若者就労支援 クライアント：厚生労働省



背景

人口減少に伴い、若者の数も著しく減少する中、若年無業者（15～34歳で、就労しておらず、家事も通学もしていない者）の数は約60万人と高止まりしています。そこで、社会人基礎力の養成や、職場体験の機会の創出など、若年無業者等の就労を支援するための機関として、地域若者サポートステーション事業を厚生労働省より受託。関係機関との連携や、支援対象者との信頼関係のもと、職業的自立の実現に向けたサポートを継続的に実施することで、若者の可能性を広げていきます。経済的自立をする若者が増加すれば、将来生活保護に陥るリスクも未然に防止することができ、国としての経済成長につながります。



概要

15～39歳までの仕事に就いておらず、家事も通学もしていない若者のうち、就職に向けた取組みへの意欲が認められ、ハローワークにおいても就職を目標にし得ると判断した若者及びその家族を対象に、キャリアカウンセラー等による相談支援を実施。その後、支援対象者の希望や状況に合わせて、担当カウンセラーや就労体験コーディネーターが講座の受講や仕事体験などのサポートを行います。



成果

320名の就職（雇用保険受給資格のある就職）を支援
(2015年4月1日～2017年3月31日まで)



実施内容

大阪府若者サポートステーションでは、15～39歳の働く事に悩みをもつ若者を対象に、丁寧なカウンセリングを行い、一緒に考えながら就職までの道筋をサポートしています。就職準備講座やボランティア体験、企業での仕事体験や適性検査など様々なメニューも用意しています。

大阪府若者サポートステーションの利用フロー

- STEP1 電話での問い合わせ
- STEP2 個別面談（キャリア・カウンセリング）
- STEP3 仕事体験・セミナーなど各種メニュー
- STEP4 支援機関を通じての就職活動
- STEP5 就職決定
- STEP6 働き続けるためのサポート

仕事体験メニュー（例）

- 若者へ理解のある町工場での製造補助
- 丁寧に技術を教えてくれる現場施工補助
- 落語寄席でのチケットもぎりや事務作業補助
- クリーニングの仕分け作業やアイロンプレス体験
- 創業70年の安定したものづくり企業での機械操作



- 長年町で愛される食堂での調理補助や接客体験
- トリミングサロンで犬のお世話と運動のお手伝い
- IT業界でPCデータ入力やデータの管理
- 物流倉庫での段ボールケース組み立てや軽作業
- 配達トラックの助手席に乗って同行・作業補助

など

プログラム

おしごとゼミナール



内容
自分の人生を振り返り、それをグラフにすることで、あらためて就活のスタートである「まず自分を知る」ことを再認識してもらう。

目的
同じような悩みを抱える人と話し共感することで安心できる場だと感じてもらう。ポジティブフィードバックで自己肯定感を高める。コミュニケーションへの苦手感を軽減する。

対象
サポステ登録初期～就活悩みもやもや期

発達凸凹サロン



内容
好きなものを書き出す「偏愛マップ」の作成とグループでの共有を実施。その後未来の自分がやることなすこと、すべてうまくいったと妄想するワークを行い、これからの人生への期待感を高める。

目的
好きなことや未来のこと、楽しいことを考えることが苦手なサポステ利用者に、あえてそのことだけを考えるプログラムに参加してもらい、前向きな気持ちを思い出し、就活へ活かしてもらう。

対象
発達障害の診断を受けている方～そうかもしれないと自覚している方、仕事や生活をしている中で過ごしづらさを感じている方

知って得するハローワークの使い方



内容
ハローワークの基本的な使い方、自分の性格とマッチングする求人の探し方、トライアル求人の説明など、実際に行ってみて求人票を検索するまでフローを体験。

目的
サポステ利用者に合わせた内容での説明でハローワークの使い方を理解し、ハローワークを一人で活用できるようになってもらう。

対象
ハローワークを利用したことがない方～応募段階だが求人検索の方法をあまり知らない方

神社でボランティア



内容
「縁結び」「縁切り」に効果的なワースポットである高津宮で早朝からごみひろいをしながら、参加者や街の方との交流を行う。

目的
あまり外出をせず、朝早く起きることが苦手なサポステ利用者の方に、朝早く外に出て、通勤ラッシュの電車に乗ること、社会活動を行うことを体験してもらう。

対象
人とのコミュニケーションに苦手意識がある方、朝早く起きることや出かけることに抵抗がある方

未来をちょっと考えよう



内容
好きなものを書き出す「偏愛マップ」の作成とグループでの共有を実施。その後未来の自分がやることなすこと、すべてうまくいったと妄想するワークを行い、これからの人生への期待感を高める。

目的
好きなことや未来のこと、楽しいことを考えることが苦手なサポステ利用者に、あえてそのことだけを考えるプログラムに参加してもらい、前向きな気持ちを思い出し、就活へ活かしてもらう。

対象
就活悩みもやもや期

ホンキの就職

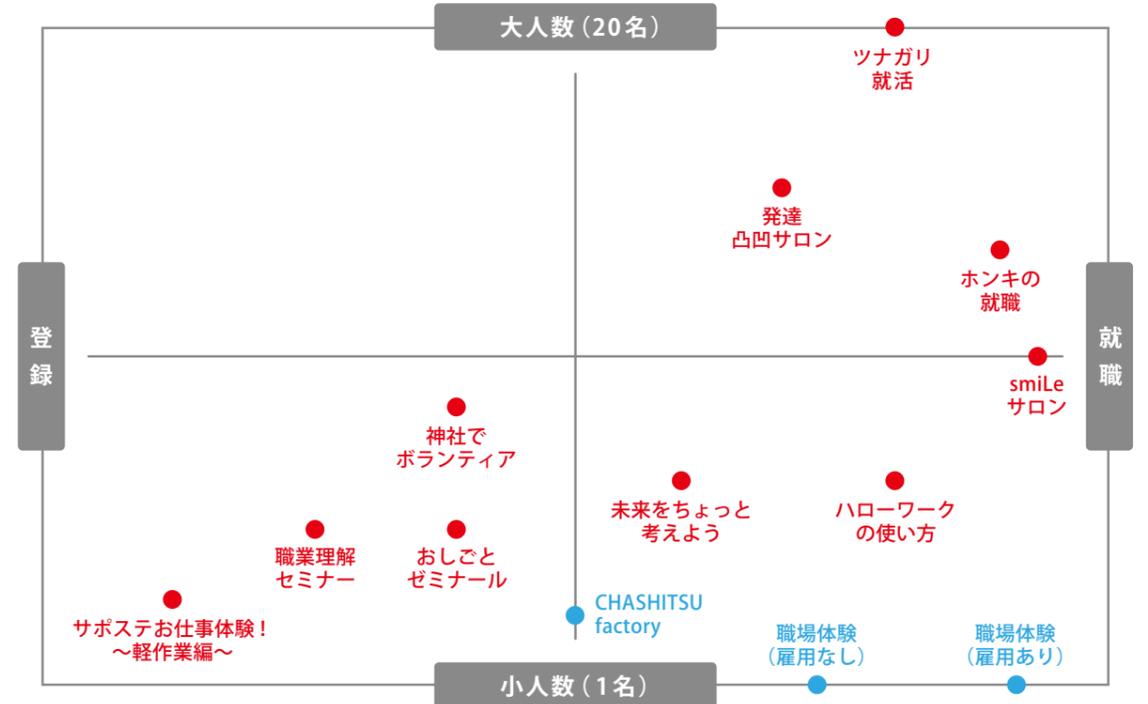


内容
ハローワークの基本的な使い方、自分の性格とマッチングする求人の探し方、トライアル求人の説明など、実際に行ってみて求人票を検索するまでフローを体験。

目的
サポステ利用者に合わせた内容での説明でハローワークの使い方を理解し、ハローワークを一人で活用できるようになってもらう。

対象
就活を始めている方、4日間全て参加出来る方

大阪府サポステ関連イベントマッピング図



制作物 (一部)



働きたい! ワカモノ人生相談所 in 奈良 (2015 ~)

テーマ: 若者就労支援 クライアント: 奈良県 (2015年9月~2016年3月まで)、厚生労働省 (2016年4月~奈良若者サポートステーション)



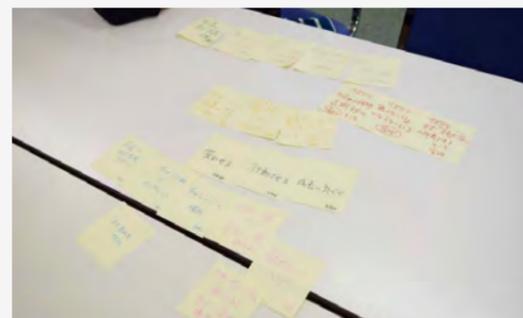
背景

奈良県における若年無業者（15～34歳の無業者で家事も通学もしていない者のうち、就業を希望しているが求職活動をしていない者及び、就業を希望していない者）は、約8,300人いると言われております。（H24 就業構造基本調査による推計値）その数は全国8番目の高さとなっており、年々、増加傾向にあります。若年無業者が増加し続ければ、職業的自立をする若者が減少し、地域社会を支える未来の担い手が失われていくことへとつながります。また、県内には就労できない様々な課題を持っている若年無業者に対して、職業的自立を支援できる団体が少ないという課題を抱えています。そこで、弊社ではこれまで取り組んできた若者就労支援における研究や実践をもとに、奈良県に新たな若者就労サポート機関を開設しました。



概要

2015年11月に奈良県に住む若年無業者の職業的自立を支援するための取り組みとして、「働きたい! ワカモノ人生相談所 in 奈良」を奈良県に開設しました。キャリアカウンセラーや臨床心理士、社会人や企業・市民団体等の様々な知識や技術・人生経験をもつ、奈良にゆかりのある「人生相談員」による相談支援をベースとして展開しています。また、若年無業者の働くことにまつわるイベントやセミナー、企業での職場見学や職場体験等の体験メニューを展開しながら、15～39歳の「働く」ことに悩むワカモノをサポートし、新たな就労支援モデルの構築を行っています。2016年4月からは厚生労働省が実施する地域若者サポートステーション事業へ移行し、「奈良若者サポートステーション」としてリニューアルしました。



成果

登録者数 124名。61名の就職（雇用保険受給資格のある雇用）を支援。
(2016年4月1日～2017年3月31日まで)

実施内容

人生相談員によるお仕事相談

仕事や働くことに関する悩みをもつ15～39歳のワカモノを対象に、専門的な技術をもつキャリアカウンセラーや、社会人の方々、企業や市民団体の方々、地域の人々など、さまざまな知識や技術、人生経験をもつ奈良県にゆかりのある人たちが相談にあたります。



ント「ミツさんといく、森のごみひろい in 奈良公園」を毎月開催。

【実施日】

- 2016年1月24日(日)『「人生相談員」50人大会議』
- 2016年3月19日(土)『「人生相談員」50人大会議』 part2
- 2017年3月19日(日)『働きたい! ワカモノ応援会議 in 奈良』

イベント・セミナーの実施

奈良のワカモノを応援する【支援者・応援者】向けのプログラムとして、「働くこと」に悩むワカモノをサポートする「人生相談員」に興味関心のある参加者とともに、奈良県でワカモノを応援していくためのこれからのサポートの在り方や、共に助け合うまちづくりについて考え、意見交換をするイベントを3回、開催しました。その他にも、奈良公園のごみをひろいながら、参加者同士でコミュニケーションを深めるイ

就職プログラムの実施

【「働くこと」に悩むワカモノ】向けプログラム「ツナガリ就活 in 奈良」を実施しました。「ワカモノと企業をつなぐ「ワークコーディネーター」とともに、3日間の社会人基礎力養成講座と3週間の企業での職場体験を受け、その後、ワカモノと企業の間でマッチングが成功した場合は、そのまま企業へエスカレーター式に採用される就職プログラムです。

【参画企業】(2016年度)

医療法人健和会/株式会社八咫/株式会社フルックス/ヒューマンヘリテージ株式会社/丸山繊維産業株式会社/日本労働者協同組合連合会センター事業団/奈良動物医療センター/ slow food NINO / 株式会社柏田製作所/株式会社一ノ坪製作所/株式会社ニチイ学館

プログラム

セミナー

「人生相談員」50 人大会議！

実施日 2016年1月24日(日)

開催場所 きらっ都奈良 3F 研究室 (奈良県奈良市橋本町 3-1)

参加対象 「働くこと」に悩むご家族や知人がいらっしゃる方、「働きたい! ワカモノ人生相談所 in 奈良」や、ワカモノの就労支援に関心のある方

ゲスト 真言律宗 海龍王寺住職 石川 重元氏 / NPO 法人奈良クラブ・奈良クラブ GM 矢部 次郎氏 / NPO 法人スマイルスタイル 代表理事 塩山 諒氏

参加者数 48 名

「人生相談員」50 人大会議! part2

実施日 2016年3月19日(土)

開催場所 やまと会議室 5 階 (奈良県奈良市登大路町 36 番地)

参加対象 若年無業者の就労支援に関心のある方

ゲスト 認定 NPO 法人育て上げネット 理事長 工藤 啓氏 / 社会学者 西田 亮介氏 / NPO 法人スマイルスタイル 代表理事 塩山 諒氏

参加者数 37 名

「人生相談員」50 人大会議！

実施日 2017年3月19日(日)

開催場所 きらっ都・奈良 3F 研修室 (奈良市橋本町 3-1)

参加対象 「働きたい! ワカモノ人生相談所」の取り組みや、若者の就労支援に関心のある方、「働くこと」に悩むご家族や知人がいらっしゃる方

ゲスト 静岡県立大学国際関係学部国際関係学科 教授 津富宏 氏

参加者数 31 名

イベント

ミッツさんといく、森のごみひろい in 奈良公園

毎月開催の「ミッツさんといく、森のごみひろい in 奈良公園」は、ごみをひろいながら参加者同士交流を深めます。

ワカモノ人生相談会@海龍王寺

人生相談員である海龍王寺の石川重元住職を訪ね、仕事や生き方に関する悩みを相談する「ワカモノ人生相談会」を実施しました。当日は9名の若者が参加し、若者から募った悩みに対して石川住職からアドバイスをいただきました。

レトロボタンアクセサリー作成ワークショップ

「ものづくり」を体験してみませんか? ものづくりの仕事体験するため、人生相談員である西川裕美さんとのコラボレーション企画として「レトロボタンアクセサリー作成ワークショップ」を実施しました。金属ボタンをアクセサリーに加工する体験を通して、使用するパーツの種類を理解したり材料についての知識を学びながら、ものづくりの仕事の魅力に触れるイベントです。
提供: 株式会社 kurokawa さま

就職プログラム「ツナガリ就活 in 奈良」

【働くこと】に悩むワカモノ向けプログラム「ツナガリ就活 in 奈良」を実施。3 日間の社会人基礎力養成講座と 3 週間の企業での職場 体験を受け、その後、ワカモノと企業の間でマッチングが成功した場合は、そのまま企業へエスカレーター式に採用される就職プログラムです。



実施日程
2016年9月1日～2016年10月7日
2017年1月18日～2017年2月13日

プログラムの流れ
STEP1 エントリー
STEP2 ご面談・登録
STEP3 「働くテクニック 3days 講座」の受講
STEP4 企業との面談
STEP5 職場体験スタート
STEP6 採用決定

参画企業
医療法人健和会/株式会社八寅/株式会社フルックス/ヒューマンヘリテージ株式会社/丸山繊維産業株式会社/日本労働者協同組合連合会センター事業団/奈良動物医療センター/ slow food NINO / 株式会社柏田製作所/株式会社ノ坪製作所/株式会社ニチイ学館

成果
< 参画企業数 > 全 11 社 < 参加者数 > 24 名 < 就職者数 > 19 名

制作物

制作物: 人生相談所 in 奈良のパンフレット、メンバーカード、ワークショップポスター等。

ボケない大阪移住プロジェクト (2016 ~)

テーマ：大阪へのUIJ促進・都市間移住のモデル構築 クライアント：大阪府



背景

人口急減・超高齢化社会という大きな課題に対して、政府一体となって取り組んでいる施策が「地方創生」の推進であり「東京一極集中」の是正です。大阪から関東へは、毎年概ね1万人程度の転出超過が続いており、東京の一極集中は勢いを増しています。東京圏を選んで身を置いた若者にとって、東京圏に抱く以上の魅力・憧れがなければ大阪には見向きもしないでしょう。そこで、ボケない大阪移住プロジェクトは、「都市」から「地方」への移住がスタンダードになりつつある中、「都市（東京）」から「都市（大阪）」への「都市間移住」モデルを確立すべく、スタートしました。

成果

仕事体験

- ・実施期間：2016年10月～11月（1日～5日間）
- ・受入企業数：15社
- ・参加人数：23人

起業体験

- ・実施期間：2016年11月11日（金）～13日（日）
- ・受入プロジェクト数：5団体
- ・参加人数：7人

大阪ブレインストーミング

- ・実施期間：2016年12月3日（日）
- ・参加企業数：48社
- ・参加者数：68名（うち、東京圏の参加者31名）



概要

東京圏の移住希望者に対し、いつもはボケている大阪の、まったくボケていない魅力的な情報と、おためし移住体験プログラムを提供する「ボケない大阪移住プロジェクト」。魅力的な3名のアドバイザーを迎え、計20社の大阪での「仕事体験・起業体験」やプレストをテーマにIT起業と若者の接点を創出する「大阪ブレインストーミング」をはじめとしたイベントを東京・大阪あわせて4つ実施。Web上では、それらの情報に加え大阪の暮らしを特集した記

事を発信。「都会暮らしは捨てたいが、いきなり田舎に行く勇気がない」、「大阪で働くイメージがわいていない」潜在的な大阪移住希望者への意欲喚起を実施し、地方創生の取り組みとして都市部から自然豊かな地域での暮らしがテーマとなっている事例が多い中、都市部・東京圏から都市部・大阪への新たな都市間移住モデル構築に取り組みました。

移住に向けた4つのステップ

ある都道府県の意識調査の中で大阪は、「嫌いな県」1位という結果が出ています。

「ボケとツッコミ」「がさつ」「品がない」「ずうずうしい」大阪に対するイメージであげられるネガティブな言葉の数々は、大阪の全てを表しているわけではありません。しかし、そのイメージからどこか近寄りたがたい都道府県として認識されてしまうようになりました。そこには、そもそも「大阪を知らない」という現状があり、私たちはこの現状を変えていく必要があると考えました。そこで、移住に向けたステップを次の4つに設定。「ボケない大阪移住プロジェクト」では、このはじめの2つのステップを目的に、インパクトあるコミュニケーション広報戦略と移住希望者の意識を喚起するコンテンツ設計、各プログラムを実施しました。



実施内容

移住の決め手になるのは、「仕事」と「暮らし」に関する情報です。ポケない大阪移住プロジェクトでは、「大阪移住によってどのような働き方や暮らし方が実現できるのか」という問いに合わせ、大阪での仕事や暮らしを体験でき、魅力ある企業との交流を創出する、おためし移住プログラムを展開。また「仕事情報」「居住エリア情報」の2つに軸を置き、いわゆる定型文ではなく、若

者目線で大阪や企業を捉えたインタビュー記事による発信を通じて、東京圏の人材に対するプロモーションを実施しました。実際に体験プログラムの参加者に対しては、リノベーションされたシェアハウスや中心街である心斎橋のホテルでの滞在など、魅力ある暮らしの体験もご用意。スタッフや居住者、参加者同士の交流も創出しました。

おためし移住プログラム

ポケない大阪仕事体験



大阪のトガッタ 15 社から、仕事体験したい会社を選び、各社から出される課題を解決するプランを提案。その後、各社での仕事体験を通して、プランをブラッシュアップし、最終日には企業に向けてプレゼンテーションをおこないます。参加者のプランが企業の心をつかめば、そのまま採用の可能性も。

受入企業 (15社)

株式会社ミライロ、株式会社 FM802、株式会社プログラム、有限会社デコモラティブナンバーズリー (graf)、株式会社生田、株式会社フリープラス、株式会社間、平安伸銅工業株式会社、公益財団法人センチュリー交響楽団、木村石鹸工業株式会社、NPO 法人スマイルスタイル、株式会社人間、株式会社 STARRYWORKS、株式会社 JAM、水間鉄道株式会社

ポケない大阪起業体験



大阪への進出を考える団体や、大阪ならではのスタートアッププロジェクト (5 団体程度) に参加。双方の意向が合致すれば、そのまま立ち上げメンバーとして大阪でぜひ活躍していただくプログラム。面談を通過した方は大阪で実施する 3 日間のチームビルディングプログラムに参加しました。

受入団体

大阪おせっかい研究所、azuki design、kinit、一般社団法人ドゥーラ協会、NPO 法人マドレポニータ

大阪ブレインストーミング



大阪府内に拠点を構える IT 企業とチームを組み、府内中小企業が抱える課題について IT/IoT をテーマにプレストし、課題解決に向けた企画やアイデアを出しビジネスプランにまとめて、発表！優秀チームには、賞と記念品が贈呈されました。全 24 社・大阪の選りすぐり IT 企業との出会いを通じて、参加者の 3 割がその後のインターンシップへと進みました。

受入 IT 企業

アールスリーインスティテュート、株式会社 i-plug、a-works 株式会社、株式会社エクス、エム、オーテックス株式会社、協和テクノロジーズ株式会社、クックビス株式会社、株式会社 khronos、株式会社シェアウィズ、新日本コンピュータマネジメント株式会社、株式会社鈴木商店、株式会社スマートバリュー、株式会社タンバリン、株式会社チアーズ、中央電力株式会社、株式会社ネットオン、株式会社プリリアントサービス、株式会社ベルチャイルド、株式会社ポテンシャルユナイテッド、株式会社マインドフリー、MACASEL 株式会社、株式会社ユニクエスト・オンライン、株式会社 RESEED、株式会社ロックオン

イベント

East Meets West ! - 東京と大阪が出会う日 -



「大阪で働いたり暮らすのってどんな感じ?」「ぶっちゃけ、東京から大阪に行く意味ってあるの?」そんな疑問に迫るイベントを、一万人が参加した「働き方の祭典」、TOKYO WORK DESIGN WEEK (東京ワークデザインウィーク) とのコラボレーションで開催。潜在的な移住希望者を掘り起こし、各プログラムへの参加誘導を図りました。

日時: 2016年8月24日午後7時30分~午後10時30分
場所: 朝日新聞メディアラボ (東京都渋谷区)
参加人数: 67人

Open Meeting in TOKYO ポケない大阪のポケない公開企画会議



企業課題を解決するためのプランをブラッシュアップすることを目的に、おためし移住プログラム参加者を対象としたアドバイザー 3 名 (株式会社スマイルズ 代表取締役社長 遠山正道氏、面白法人カヤック 代表取締役 柳澤大輔氏、株式会社 CAMPFIRE 代表取締役社長 家入一真氏) による「公開企画会議」を実施しました。

日時: 2016年9月27日 (火) 午後1時~午後5時
場所: 3331 Arts Chiyoda (東京都千代田区)
参加人数: 35人

ポケない大阪移住プロジェクト 成果報告会



観光でもなく、定住でもない。「お試し移住」というかたちで大阪にツッコんでくれた参加者は、大阪での日常に何を思い、何を感じ取ったか。約 1 年に渡り取り組んだプロジェクトのハイライトを振り返りながら、参加者目線の大阪の姿に迫るトークセッションを実施しました。

日時: 2017年2月19日 (日) 午後1時~午後2時
場所: サンシャインシティ文化会館ビル2階
参加人数: 25人 (申込人数: 30人)

広報・プロモーション

ポケない大阪移住プロジェクトではさまざまな広報ツールを制作、主に東京圏の人材に対してプロモーションを展開しました。

メインビジュアル



リーフレット

タブロイド紙

Web サイト：仕事体験企業ページ

Web サイト：人気の暮らしエリア紹介ページ

Web 動画

大阪ビジネスターマパークプロジェクト (2015 ~)

クライアント：MID 都市開発株式会社 テーマ：エリアブランディング、企画・プランニング、ブランド戦略立案と実施、社会実験の実施、ツール制作 (ロゴ・web サイト・チラシ・タブロイド紙・フラッグ・看板・バックパネル等)



背景

OBP (大阪ビジネスパーク) は、大阪城公園に隣接し、26haの敷地を誇る自然豊かなビジネス街で、およそ 3 万 5,000 人が働いています。1986 年の街びらき以降民間主導で街づくりを行い、「働きたい街 No.1」と評価された程の盛り上がりを見せた OBP。しかし、梅田・中之島・天王寺等のターミナルエリアの都市開発が進む中で、今もなお独自の街づくりを行う OBP も、かつてほどの活気がなくなってきました。そこで、来街者増加や企業誘致・コラボレーションなどから活性化をすすめ、持続可能なエリアマネジメントの可能性を模索するべく、本プロジェクトが始動しました。



概要

「大阪ビジネス “テーマパーク” をコンセプトに、OBP に拠点を構える 11 社の民間企業 (※ 2015 年 10 月より法人化し、一般社団法人大阪ビジネス協議会) とこの街の再活性に向けた 4 日間 (2015 年 10 月 8 ~ 11 日) の社会実験「OBP ホコ天フェスタ PARK AVE-NEW ! (パークアベニュー)」を開催しました。舞台となったのは、将来的にリニューアルを検討中の OBP を南北に結ぶメインストリート “パークアベニュー”。社会実験実施の 4 日間、交通規制をかけ、全面歩行者天国化されたパークアベニューには、さまざまな民間企業やワーカーとのコラボレーションによって実現したスポーツ、音楽、グルメ、ワークショップなど、ジャンル豊かなコンテンツが配置され、街を賑わせました。弊社ではエリアブランディングにおけるコンセプト制作をはじめ、社会実験の企画・運営、広報展開を中心に、OBP エリアを継続的に活性化していくためのエリアマネジメント費用獲得に向けたビジネスモデルの構築など、プロジェクトにおけるさまざまな業務を担当しました。



(※) 一般社団法人大阪ビジネス協議会 下記 11 社の民間企業により構成住友生命保険相互会社・MID 都市開発株式会社・株式会社竹中工務店・KDDI 株式会社・富士通株式会社・讀賣テレビ株式会社・東京海上日動火災保険株式会社・株式会社近畿大阪銀行・株式会社朝日ビルディング・マルイト株式会社・三井住友信託銀行株式会社

構想

OBP エリアを再び「働きたい街 No.1」にしていくために、「個人の時間の充実」「OBP コミュニティ内での交流」「OBP の社会的魅力向上」の 3 つのキーハーベストを設定し、コンテンツを策定。また、OBP エリアを継続的に活性化していくためのエリアマネジメント費用の獲得に向け、いくつかの仮説を立て、その仮説を実証するために 4 日間の社会実験を行いました。

「働きたい街 No.1」に向けてのステップ	
STEP1	「働きたい街 No.1」に向けてのハーベストの設定 OBP エリアが「働きたい街 No.1」になるために必要な要素を洗い出し、そのハーベストを設定しました。OBP で働く 3 万 5,000 人のワーカーが朝出勤し、夕方退勤するまでの時間の中にある “スキマ時間” の有効活用を図る「個人の時間の充実」、OBP で働くワーカー同士での交流を深める「OBP コミュニティ内での交流」や、OBP の魅力を OBP 外へと発信する「OBP の社会的魅力向上」の 3 つのハーベストを掲げました。
STEP2	OBP エリアのエリアマネジメント費用獲得に向けての仮説を設定 今回の社会実験以降も継続して、OBP エリアを活性化していくためのエリアマネジメントの費用を獲得するために、企業からの広告出稿費や、OBP エリアに出店する店舗からの出店料 (エリア使用料) などの回収など、いくつかの仮説を立て、その可能性について考えました。
STEP3	社会実験に向けたコンテンツの策定 いくつかの仮説に基づいて、社会実験のコンテンツを策定しました。同時にワーカーからのコンテンツアイデアを募集しました。
STEP4	社会実験の実施 ワーカーや民間企業とのコラボレーションによって準備が整ったコンテンツを 4 日間の社会実験イベントで実施しました。
STEP5	社会実験結果の効果測定 (アンケート・関係者へのヒアリングの実施) 社会実験終了後、社会実験の内容について、アンケートを就業者・来街者・出店者・関係者にとり、効果を測定しました。
STEP6	社会実験の結果を踏まえビジネスモデルを構築 社会実験の結果をもとに、OBP のエリアマネジメント費用獲得に向けたビジネスモデルを構築しました。

成果

4 日間の社会実験「OBP ホコ天フェスタ PARK AVE-NEW !」来場者数

2015 年 10 月 8 日 (木) 約 9,000 人 / 9 日 (金) 約 9,000 人 / 10 日 (土) 約 12,000 人 / 11 日 (日) 約 15,000 人 合計: 約 45,000 人

実施内容

2015年10月8日(木)～11日(日)の4日間で実施された社会実験「OBP ホコ天フェスタ PARK AVE-NEW！」は、OBP エリアの魅力的な活用方法や、可能性を模索すべく、さまざまなコンテンツを設置しました。

交通規制



2015年10月8日(木)～11日(日)の4日間の社会実験は、OBP のメインストリート「パークアベニュー」を交通規制により、車の出入りを一切無くし、完全歩行者天国化することで実施されました。完全歩行者天国化された「パークアベニュー」には、キッチンカーや産直マルシェ、ワークショップテントなど、ワーカーや来街者が楽しめるコンテンツを設置し、賑わいを創出しました。

交通規制時間：

10月8日(木)～9日(金) 6時30分～21時30分
10月10日(土)～11日(日) 9時00分～19時00分

フラッグ広告



OBP のメインストリート「パークアベニュー」沿いに立ち並ぶ47本の街灯に、今回の社会実験のイベント告知フラッグを掲示しました。「名探偵コナン」のキャラクターを起用したフラッグ広告は、2015年8月29日～10月14日までの期間、OBP エリアを彩りました。

掲示枚数：94枚

協力企業：読売テレビ株式会社

オフィス街サンプリング



レッドブル・ジャパン株式会社のご協力のもと、ドリンク商品のサンプリングを実施。2015年10月9日(金)の夕方の配布時にはDJ機器の備ったイベントカーでのサンプリングも行いました。

実施日：2015年10月8日(木)
10月9日(金)

オフィス街出店（キッチンカー）



平日限定のコンテンツとして、交通規制をかけた車道空間上にキッチンカーを9台並べ、ワーカーや来街者にもって飲食物の提供を行いました。

実施日：2015年10月8日(木) / 10月9日(金)

オフィス街出店（産直マルシェ）



休日限定のコンテンツとして、交通規制をかけた車道空間上にテントを設け、graf. (有限会社デコラティブモードナンバースリー) のご協力のもと、産直マルシェ「FANTASTIC MARKET (ファンタスティックマーケット)」を実施しました。

実施日：2015年10月10日(土) / 10月11日(日)

オフィス街イベント



平日はワーカー向けのランニングイベントや交流イベントを実施。休日は子供も楽しめるような家族向けのスポーツチャンバライベントや、ミュージックイベントを実施しました。 Mizuno presents ランニングクリニック/走るサラリーマン&OL！ OBP 最速企業決定戦/ OBP ミュージックフェスタ / チャンバラ合戦 -IKUSA- 等。

オフィス街ワークショップ



平日は「スターバックス presents コーヒーセミナー」や「朝ヨガ」「美容ウォーク」など、ワーカーが仕事と仕事のスキマ時間に参加できるようなワークショップを実施。休日は、「アイシングクッキー体験」や、「フラワーアレンジ教室」などを実施しました。

広報

OBTP プロジェクトは2段階に分けて、プロジェクトを広報しました。

木製パレットの大型ベンチ設置



木製パレットをリユースして作り上げた大型ベンチを設置。およそ 220 枚の木製パレットを積み上げ、ワーカーたちが自由に休憩や交流ができるエリアとして社会実験期間中、開放しました。

おおさかカンヴァスの作品設置



大阪府府民文化都市魅力創造局 文化・スポーツ課の「おおさかカンヴァス推進事業」との連携で、アート作品を公開空地に設置。高さおよそ 2m の巨大な水槽内に、謎のサラリーマンが平日の 2 日間限定で現れ、パフォーマンスを行いました。

実施日：2015 年 10 月 8 日（木）／10 月 9 日（金）

ノスタルジック街頭紙芝居口演



OBP エリアをより良くしていくためのアイデアとして投稿された「街頭紙芝居」を投稿者自らが実施し、OBP エリアを盛り上げました。

実施日：2015 年 10 月 8 日（木）～ 11 日（日）

STEP1. グランドコンセプトの決定

OBP のメインストリート「パークアベニュー」の再開発を皮切りに、エリア全体の価値を高めていくため、OBP の街全体の軸となるグランドコンセプトを設定しました。それが本プロジェクトの名称にもなっている「OSAKA BUSINESS THEME PARK（大阪ビジネステーマパーク）」です。

オオサカ ビジネス テーマ パーク
OSAKA BUSINESS THEME PARK

朝はランニングを楽しみながら出社したり、昼は健康的で美味しいランチを青空の下で食べたり、夜は他企業のメンバーと講座やイベントを通して交流を深めたり。OBP で働く 3 万 5000 人が日々の仕事やアフター 5 がもっと充実するコンテンツを提供していくことで、ワーカーの「働く」時間ももちろんのこと、それ以外のスキマ時間が仕事に活力を与えていきます。テーマパークに遊びに行く胸の高鳴りのようなワクワクをワーカー一人ひとりに感じてもらうことができれば、ここに来ることが楽しくなる。ここで働きたいと思ってもらえる。ここで働くことが自慢になる。そんな OBP にしかない、オンリーワンの個性を創りだすために掲げたグランドコンセプト。



STEP2. グランドコンセプトのリリースとワーカーからのアイデアの募集



今回の社会実験では、OBP で働く 3 万 5,000 人のワーカーたちから、この待ちを盛り上げていくためのアイデアやアクションを募集。6 月にオープンした Web サイトで、「OBP に欲しいものは？」という問いかけに対し、Web サイト上で投稿できる仕組みを設置。アイデアだけを投稿する【アイデア部門】と、アイデアに加え投稿者が主体となって社会実験時に実施する【アクション部門】の 2 つの部門に分け、2015 年 6 月 15 日からおよそ 2 週間の期間、アイデアを募集しました。その後、投稿されたアイデアとアクションを選定。選定された OBP の活用方法のアイデアの中から社会実験のコンテンツとして、実際に実施されたものもありました。



走るサラリーマン & OL！ OBP 最速企業決定戦



ノスタルジック紙芝居



STEP3. 社会実験のコンテンツの発表

投稿された【アイデア】や【アクション】の中から、実際に社会実験時に実現するものについて、OBP ワーカーや OBTP 運営委員会による「意見交換会」にて、意見を出し合いながら選定を行って行きました。選定された【アイデア】や【アクション】を Web サイト上で発表しました。



STEP4. 社会実験当日に向けた広報活動を展開

社会実験当日のコンテンツが決定した後は、Web サイトやタブロイド紙(2 万部)や OBP 内街灯にあるフラッグ広告を掲示し、イベントへの参加を促して行きました。



STEP5. 社会実験の実施

2015 年 10 月 8 日（木）～ 11 日（日）までの 4 日間、「OBP ホコ天フェスタ PARK AVE-NEW！」を実施しました。4 日間でおおよそ、45,000 人が OBP エリアに足を運びました。

広報ツール（一部）

OBTP プロジェクトではさまざまな広報ツールを制作しました。

アイデア募集チラシ

大阪ビジネスパークが「大阪ビジネステーマパーク」に!?
あなたのアイデアで、このまちが変わる!

「働く」だけじゃない街をみんなで作るプロジェクト始動。
 2015年秋の実証実験に向けて、あなたのアイデアとアクション大募集。目指せ「大人のテーマパーク」!

公募
 メインストリート「パークアベニュー」を日本一面白いエリアにするコンテンツ!
 2015年6月15日(木)～6月30日(日) **180万円**

大阪ビジネスパーク(OBP)は、水と緑に囲まれた自然豊かなビジネス都市。大阪城公園の北側に隣接する26haの敷地に、およそ3万5000人が暮らしています。

みんなOBPがこれだ。「働く」だけじゃない。平日日中から夜まで「大人のテーマパーク」に変身! ワーカーの日常やアフター5をもっともっと充実させよう。「大阪ビジネステーマパーク(OBTP)プロジェクト」がスタートします。

ここで働くことが自慢になるように、ここに遊ぶことがワクワクするように、そんなテーマパークのようなビジネス街をみなさんと一緒につくっていきたくて考えています。目標は「働きたい街No.1」。ぜひ、力をかけてください。

メインストリート「パークアベニュー」を日本一面白いエリアにするコンテンツ、**PARK AVE-NEW!**
 「パークアベニュー」とは、OBPの中央に広がるメインストリート。大阪城公園までまっすぐと伸びる歩道には、先にオフィスビルが建っています。

アイデア部門
 パークアベニューを遊ばせたり賑わせたりアイデアを募集します。「こんなところしたい」「こんなものがほしい」など大募集! 募集したアイデアがリアルタイムで公開されます。募集期間は2015年6月15日～6月30日です。応募はコチラからお願いします。

アクション部門
 パークアベニューを盛り上げるアイデアを募集します。実行可能なアイデア、採用されたアイデアは、2015年秋に実施します。募集期間は2015年6月15日～6月30日です。応募はコチラからお願いします。

応募資格: 18歳以上(学生は17歳以上)
 募集期間: 6月15日(木)～6月30日(日)
 募集内容: スケッチ・写真・イラスト・動画・音声・音声録音など自由
 募集場所: 大阪府大阪市東淀川区東中津1-1-1 大阪ビジネスパーク 企画部
 応募方法: 応募用紙に必要事項を記入し、封筒に入れて応募してください。応募用紙は、応募期間中に大阪ビジネスパークのウェブサイトからダウンロードできます。

応募資格: 個人・グループ・学生・会社員、学生、フリーランスなど
 募集期間: 6月15日(木)～6月30日(日)
 募集内容: 写真・動画・音声・音声録音など自由
 募集場所: 大阪府大阪市東淀川区東中津1-1-1 大阪ビジネスパーク 企画部
 応募方法: 応募用紙に必要事項を記入し、封筒に入れて応募してください。応募用紙は、応募期間中に大阪ビジネスパークのウェブサイトからダウンロードできます。

OBTPを盛り上げる、こちらのコンテンツも要チェック!

OBPアカデミア
 OBP-VIX-PROJECT
 OBP情報誌

http://obtp-project.jp/

タブロイド紙

OSAKA BUSINESS THEME PARKプロジェクトが描く、**パークアベニューの未来**

OSAKA BUSINESS THEME PARK プロジェクト 企画コンテンツのご紹介

OBPアカデミア
 「働く」を大人気取りで、10/15 OPEN、10/8-10/11 実証実験決定!
 「働く」を大人気取りで、10/15 OPEN、10/8-10/11 実証実験決定!
 「働く」を大人気取りで、10/15 OPEN、10/8-10/11 実証実験決定!

OBP知事局
 小さなアイデアから大きなまちまでみんなで盛り上げよう!
 小さなアイデアから大きなまちまでみんなで盛り上げよう!
 小さなアイデアから大きなまちまでみんなで盛り上げよう!

「働く」を大人気取りで、10/15 OPEN、10/8-10/11 実証実験決定!
 「働く」を大人気取りで、10/15 OPEN、10/8-10/11 実証実験決定!
 「働く」を大人気取りで、10/15 OPEN、10/8-10/11 実証実験決定!

http://obtp-project.jp/

「働く」のテーマパーク、OBPに開園。

OBPホコ天フェスタ PARK AVE-NEW!
2015.10.8 Thu - 10.11 Sun
 10.8 Thu / 10.9 Fri: 7:30-20:30 | 10.10 Sat / 10.11 Sun: 11:00-17:00
 会場: 大阪ビジネスパーク パークアベニュー

産直マルシェ (FANTASTIC MARKET) チラシ

www.graf-d3.com obtp-project.jp

FANTASTIC MARKET
 OSAKA BUSINESS PARK

WORKER'S WONDERFUL WEEKEND

2015.10.10 sat. / 11 sun.
 11:00-17:00 (雨天決行・霜天中止)
 会場: 大阪ビジネスパーク パークアベニュー通り

FANTASTIC MARKETとは?
 「出会い」が広がる「働く」をキーワードに、生産者・販売者・消費者と新しい関係性を育むための、マルシェ型のコミュニティプロジェクト。生産者や販売者の皆さんの食料品を中心に、graf studioをはじめ、商業施設やアパレルショップ、雑貨店などさまざまな場所から参加しています。マーケットは、野菜や果物、お米やパン、お肉や魚、お菓子や雑貨など、個性あふれる商品が並びます。楽しいお買い物だけでなく、お話し合いの場も設けています。お話し合いの場も設けています。お話し合いの場も設けています。

大阪ビジネステーマパークプロジェクトとは?
 大阪城に隣接する自然豊かな「大阪ビジネスパーク(OBP)」は、3万5000人のワーカークラスが暮らす、働く人が集まるエリアです。日本の仕事やアフター5をもっと充実させるような取り組みが行われています。そのひとつ「大阪ビジネステーマパークプロジェクト」は、ミュージックイベントやマルシェ、思わぬアクティビティなどワーカークラスから生まれたさまざまなコンテンツが、2015年10月8日(木)～10月11日(日)の4日間、実証実験を行います。

ACCESS
 大阪ビジネスパーク パークアベニュー通り (大阪府東淀川区)

大阪・線形駅 徒歩 10分
 淀屋橋駅 徒歩 10分
 天守寺・あべの駅 徒歩 10分
 心斎橋駅 徒歩 10分

フラッグ広告

「働く」のテーマパーク
OBPに開園。
 10.08 THU - 10.11 SUN

この道が4日間、**ホコ天**だとお?!

「働く」を大人気取りで、10/15 OPEN、10/8-10/11 実証実験決定!
PARK AVE-NEW!
 URL: obtp

コナンも応援! OBPホコ天フェスタ
PARK AVE-NEW!
 この4日間は、社会実験として実施します。



次世代ワークスタイル研究所 (2012 ~)

テーマ：若者就労支援・企業支援 クライアント：大阪府



背景

「働きやすい職場環境」をテーマに、様々な企業や個人が実践している取り組みを調査研究し、働きたいという意思を持ち行動を起こしている若者の就労の活性に取り組む機関です。若手社員の“人材化”や“職場定着”に向け、働きやすい職場環境づくりに取り組んでいる先進的な企業を調査研究するための経営者向けセミナーや、企業コンサルティングを実施しています。2016年度は、労働人口減少に伴い企業の生産性向上が迫られる中、ITやIoTといった最新情報を知り、活用法について学ぶセミナーを開催。経営者やマネージャー層に有益な情報を提供・発信し、企業支援を行うことで、企業成長の拡大と若者が働き続けることができる社会環境づくりをめざしています。

概要

- 1) 働きやすい職場環境づくりを実践している企業の調査研究
- 2) 若者の職場定着と企業成長の関係性についての調査研究
- 3) 離職する若者の傾向と実態、その解決に向けた企業の取り組みの調査研究
- 4) 先進的な取り組みをする企業の調査研究レポートの作成と、実践ノウハウのオープンソース化および蓄積
- 5) 企業経営者・マネージャー層向けの調査研究イベント、その他イベントの実施
- 6) 企業コンサルティング

成果

登録企業数：606社 登録利用者数：3,939名
 採用支援者数：407名 求人広告総エントリー数：1,593名
 ※ 2013年5月12日～2017年3月までの成果



セミナー・イベント

次世代ワークスタイル研究調査会 2012年12月11日
「従業員は家族」「元受刑者採用」千房の経営理念・雇用理念を徹底解剖！
 千房株式会社 代表取締役 中井政嗣氏
 参加者数：73名

次世代ワークスタイル研究シンポジウム 2013年02月10日
日本で一番“社員が辞めない”会社のつくりかた。
 東京大学大学院 教授 本田由紀氏、ChatWork 株式会社 代表取締役 山本敏行氏
 参加者数：98名

次世代ワークスタイル研究調査会（府事業外） 2013年05月15日
全社員完全自由出勤。残業ゼロ、ワークシェア。
 株式会社エス・アイ 代表取締役 今本茂男氏
 参加者数：17名

次世代ワークスタイル研究シンポジウム 2014年02月08日
企業成長のカギは、若者にアリ。
 NPO 法人育て上げネット 理事長 工藤啓氏『わたしたちが知っておくべき、若者の真実』
 東京大学大学院 教授 本田由紀氏『日本社会の変容と若者雇用において求められる社会の在り方』
 認定NPO法人フローレンス 事務局長 宮崎真理子氏『企業成長を導く“働き方革命”』
 参加者数：128名



企業経営者・マネージャー向けイベント。若手社員の「人材化」や「職場定着」に向け、働きやすい職場環境づくりに取り組んでいる先進的な4つの企業よりゲストをお迎えし、各企業の取り組みについてご講演いただきました。

成果

参加者数：120名（参加申し込み／152名）

開催場所：フリーゼプラザ小ホール（大阪府大阪市北区梅田 2-4-9 フリーゼタワー 7F）

**5%の低離職率を実現する企業風土づくり****株式会社良品計画 代表取締役会長 松井忠三氏**

現在、国内400店舗、海外24カ国に286店舗を構え、日本を代表するブランドとして世界に進出している無印良品。そんな輝かしい功績からは想像もつきませんが、設立から20年となる2000年、38億円の赤字状態へと急降下。世間から「無印の時代は終わった」といわれるほどの経営危機に陥っていました。そんな苦しい状況をなんとか乗り越え、世界中から愛される「MUJIブランド」を再度つくりあげた背景には一体どのような取り組みがあったのか。様々な研究と実践を重ねた末に辿り着いた、徹底された現場目線の「仕組み」と「風土」についてご講演いただきました。



key words 現場主義のマニュアル「MUJI GRAM」／全員チェック制の「デッドライン」／無印生まれ・無印育ちから経営者へ。「人材委員会」／強い組織をつくる「異動」／最後の勝負は「社風・風土」

育休取得率100%を実現した女性活用推進委員**株式会社千趣会 毛利尚子氏**

「ウーマンスマイルカンパニー」をビジョンに掲げ、通販事業を軸に女性に関する様々な事業展開を行う、株式会社千趣会。少子高齢化を進み続ける日本にとって、女性が活躍できる土壌づくりは様々な課題を解決する突破口として、大きな期待が寄せられています。しかし、企業単位では思うような成果を出せずに、頭を悩ませる経営者が多いのが現状。そんな多くの企業が女性活躍に苦心する中、女性の活躍推進に力を入れる千趣会は、女性の育休取得率・育休後復職率100%という素晴らしい結果を残しています。お客様だけではなく、社内までも「ウーマンスマイル」にしてきた秘訣を講演いただきました。



key words プロジェクトでも、部署でもなく、「委員会」で進める／目に見えるツール作成や遊び心あるネーミングで、社内気運を高める／批判の声こそ、大切に／トップを巻き込むことで力強いバックアップを得る／当事者の声から独自の制度を生む／女性活躍は第二ステージへ

圧倒的定着率を実現する人材育成術**株式会社クロフディング 黒岩功氏**

株式会社クロフディングが経営するフレンチレストラン「ル・クロ」は、業界内外に「一風変わったレストラン」としてその名を知られています。「自分の店を持つ」という夢を持つ者の多い飲食業界は、キャリアアップのチャンス求め数ヶ月～数年単位で職場を転々とするのが通例で、離職率の高い業界といわれています。一方、ル・クロは働く約40名の社員のじつに3割が「出戻り社員」という「一度辞めた社員が、また戻ってくるレストラン」。定着を実現させる手法と哲学を講演いただきました。



key words 従業員満足度を高めるポイントは「おろかがい」／人材育成の根底に必要なものは「家族愛」／人を変えようとするのではなく、環境を変える／「ティーチング」ではなく「コーチング」／クレドが浸透している職場こそが、働きやすい職場

社員の心をつかむ、ミッションを掲げた企業経営**株式会社リーダーシップコンサルティング 岩田松雄氏**

岩田氏は、社会貢献活動を積極的に行っている「THE BODY SHOP」を運営する株式会社イオンフォレストや、ブランド企業のスターバックスコーヒージャパン株式会社において、経営者として確固たる実績をあげてきた専門経営者です。これまでの経歴の中で実践してきたリーダーシップ教育やミッションに軸を置く企業経営について、スターバックスコーヒージャパン株式会社での取り組みやエピソードを例にあげながら、その効果について講演いただきました。



key words 企業のミッション（＝存在理由）をまず考える／企業の目的は、利益の最大化ではなく、ミッションの実現である／ミッションをわかりやすい言葉で設定する／ミッションは、繰り返しリーダーが伝え続ける／その結果自ら考え行動できるスタッフが育成できる

独自のツールや手法を提供し、企業が抱えるさまざまな課題を解決している会社や団体をゲストに迎え、コンサルティングに関する事例研究を行いました。ホントにあった企業課題や、それに対して提供してきたコンサルティングメニュー、その効果などリアルなエピソードを各企業からご紹介。5名のプレゼンテーションの内容に対して、観客のみならず「いいね」ボタンで評価、リアルタイムに点数が加算されていく仕組みは、会場が一体となる盛り上がりを見せました。

成果

参加者数：30名（映像中継閲覧者／20名）

開催場所：ハローライフ（大阪府大阪市西区靱本町 1-16-14）

最も点数が高かった企業：NPO法人 場とつながりラボ home's vi

**ChatWork Academy 株式会社****代表取締役 加藤利彦氏**

ChatWork Academy では、「本当に社員のことを考えている会社」が受ける従業員意識調査「組織診断」を提供。この診断を組織改善に有効なデータとして活用するべく、従業員の意識をさまざまな項目で調査し、組織の問題を客観的に分析、明確化している。

また、従業員意識調査において最も重要となる「診断結果の活かし方」についても手厚くサポート。組織の課題を数値で把握し、その解決に向けて経営層と社員と一緒に PDCA サイクルを回す、というプロセス自体を離職率低下につなげている。

株式会社 i-plug**代表取締役社長 中野智哉氏**

i-plug のサービスである OfferBox は、その名の通りエントリー型をオフラー型に変えた採用サービス。OfferBox では500社、100万人の実績を持つ適性検査を導入しており、18項目のコンピテンシー（行動特性）から活躍する人材を定義することができる。企業側は、高いパフォーマンスを発揮する自社の社員に適性検査を受けさせ、そこから導き出したコンピテンシーに基づき、マッチする学生に直接アプローチすることができるという仕組みを構築。

NPO 法人スマイルスタイル**代表理事 塩山諒**

実際に働く社員の声の調査から、企業の新たな経営理念やスローガンを言語化・可視化し、あえて選ばれる会社づくりのサポート。その内容を元に社内外に向けてニュース発信し、広報や営業業務の円滑化につながるような「話題づくり」をしている。丁寧なインナーブランディングが、最終的に社会や地域との新しい関係性を育み、採用人事戦略や事業拡大にまでつなげることができる。このプロセスの中で、最も力を入れているのが調査。全スタッフ参加型の対話の手法を取り入れ、現状の課題と理想像を照らし合わせることで、企業の新しい未来像や具体的なアクションプランを「社員全員で」つくりあげる。こうしたプロセスを経ることで、そこから生まれた CI、VI などの企業ブランディングの成果が社員の心の中にしっかりと刻み込まれるものへとつなげる。

大阪ウェルワーク共同企業体**代表構成員 NPO法人 Deep People 中尾榛奈氏**

「大阪でいちばん人を大切にしたい会社101」として101社の企業を対象に集め、職場環境改善に取り組むサービスを提供。肥後橋にオープンするウェルワークカフェを会場に、若手社員と管理職向けに定期的に研修を行い、社内のコミュニケーション円滑化に向けたノウハウを伝えている。最終的には101社で行われた取り組みの内容とその結果を集めた事例集を作成予定。（2015年2月時点）またこのカフェでは、2015年12月から義務付けられたストレスチェックの診断結果に対して専門家からのアドバイスを受けられるサービスもスタート。

NPO 法人 場とつながりラボ home's vi**代表理事 嘉村賢州氏**

企業の規模や課題に合わせた対話の場づくり、企業内未来会議を実施。クライアントは多岐に渡り中小企業・ベンチャー企業・非営利組織・上場企業など。画一的な手法は使わず顧客の事業内容・規模・歴史に合わせて最適な手法をアレンジするのが特徴。昨今ソーシャル大学など能動的な学びの場が目立っているが、受動的な研修ではなく、自分たちの手で自分たちに必要な学びの場をつくるという形づくりに。



中小企業の採用・定着課題の突破口となる、次世代の経営思考とは？!

中小企業がブランド力を身につける必要性和その方法に迫り、採用や定着に向けた自社の魅力づくり・発信のために必要なノウハウを学ぶセミナーイベントを開催した。魅力的なブランドづくりで知られる先進企業の代表2名をゲストに、各社の取り組みをご紹介いただきました。

成果

参加者数：152名

開催場所：ブリーゼプラザ小ホール（大阪府大阪市北区梅田2-4-9ブリーゼタワー7F）



“共感”による会社づくり、ブランドづくり 株式会社スマイルズ 遠山正道氏

食べるスープの専門店「Soup Stock Tokyo」や、現代のセレクトリサイクルショップ「PASS THE BATON」など、既存概念にとらわれることなく魅力的な事業を生み出している株式会社スマイルズ。創業者であり、代表取締役社長の遠山正道氏にお越しいただき、これまでに手がけてこられた事業やそれに至るまでのエピソードをお話いただきました。様々な人と出会う中、確信へと変化を遂げた「情熱」と、時代や世の中を冷静に見つめ多くの共感を生み出す圧倒的な「世界観」。世の中を魅了し、若者を惹きつけるブランドづくりの秘訣に迫りました。



「描く」ことが夢を実現する一歩／共感の入り口「5感」／「価値」からつくるブランド／「やりたいことをやる」というビジネスモデル／物語を紡ぐコンセプトメイク

カヤックの“面白採用”戦略の裏のお話 面白法人カヤック 柳澤大輔氏

Windows98とiMacが初めて市場に売り出され、インターネット創成期ともいわれた1998年。IT業界に対する、「なんとなく面白そうだ」という直感のもと、柳澤氏は学生時代の友人2人と共に合資会社カヤック（通称・面白法人カヤック）を創業した。以降、働く場所やスタイルを選ばないIT業界の特性を活かし、面白くない仕事さえ面白く感じられるような働き方を探求。2005年には株式会社へ組織変更し、現在は上場企業にまで成長しています。今回、代表取締役CEOである柳澤大輔氏に、SNSで話題をさらう採用や定着に向けた取り組みの裏側にある戦略や哲学についてお話いただきました。そこには面白法人カヤックのブランドと経営理念が、仕組みとして組み込まれていました。



理念を「仕組み」に落としこむ／プレストが「つくる人」を増やす／意識改革と効率的な採用「ゼンイン人事部化計画」／面白いものがつくれるかは「採用」次第／シンプルな問いと「直感」

中小企業のブランドづくりのために何が必要か？ トークディスカッション

今回の次世代ワークスタイル研究シンポジウムのテーマは「求職者や若手人材に向けたブランド力」。第1部では、ゲスト2名にご講演いただきました。続く、第2部のトークディスカッションでは、大阪府の取り組みである就職支援プログラム「縁就活」※の実施背景と成果報告を行いながら、中小企業のブランドづくりに必要な具体案をディスカッションした。ゲストには引き続き、株式会社スマイルズ代表取締役社長 遠山正道氏、面白法人カヤック代表取締役CEO 柳澤大輔氏を迎え、本事業を受託するNPO法人スマイルスタイル 代表 塩山諒がナビゲーターを務めました。



中小企業の生産性向上の突破口となる、次世代の経営思考とは？!

ありとあらゆるモノゴトがインターネットにつながる、IoT (Internet of Things) は、生産ラインの効率化や、暮らしを便利にする商品・サービス開発に応用できると注目が高まっています。商品・サービスの開発や働きやすい職場環境づくりなど、企業としての「生産性」を高めるために、IoTが変えるビジネス環境や働き方を知り、経営戦略にITをどう位置づけ、活用するかを学ぶセミナーイベントを開催した。当日は102名の方が参加。各社の取り組みに関するご紹介や今後の可能性についてディスカッションを行ないました。



プログラムスケジュール

13:30～13:45【オープニング】ご挨拶・本事業についてご紹介

13:45～14:45【ご講演①】「これからの企業と働き方～IoT・AIが創造する未来～」
さくらインターネット株式会社 代表取締役社長 田中 邦裕氏

14:50～15:50【ご講演②】「効率化から付加価値への転換～制度、ツール、風土を変えると企業と人はどう変わるのか～」
サイボウズ株式会社 社長室 フェロー 野水 克也氏

16:10～16:50【ゲストトークセッション】「中小企業の経営を変革する、IoTの活用とその可能性」
◇ナビゲーター：サイボウズ株式会社 社長室 フェロー 野水 克也氏
◇トークゲスト：さくらインターネット株式会社 代表取締役社長 田中 邦裕氏
平安伸銅工業株式会社 代表取締役社長 竹内 香予子氏
木村石炭工業株式会社 代表取締役社長 木村 祥一郎氏

成果

参加者数：102名

開催場所：ブリーゼプラザ小ホール（大阪府大阪市北区梅田2-4-9ブリーゼタワー7F）

これからの企業と働き方～IoT・AIが創造する未来～ さくらインターネット株式会社 田中 邦裕氏

学生企業から20年。国内最大級の自社運営のデータセンターでインターネットインフラサービスを提供するさくらインターネット。2016年2月、通信環境とデータの保存や処理システムを一体型で提供するIoTのプラットフォーム「さくらのIoTPlatform」を発表。ITの発展により、社会やビジネス環境、働き方はどう変わるのか。またその変化に企業としてどのように対応していけばいいのかについてご紹介いただきました。



インターネットの誕生とIoT／世界の産業の変化／第4次産業革命によって変わりゆくビジネス／知識集約型ビジネスが生まれやすい環境へ／企業における採用活動のあり方／多様な働き方へ

効率化から付加価値への転換

～制度、ツール、風土を変えると企業と人はどう変わるのか～ サイボウズ株式会社 社長室 フェロー 野水 克也氏

日本全体の課題は労働生産性の低さですが、高度成長期のままの経営、価値観、働き方が変革を阻害しています。「100人いれば100通りの働き方」をスローガンに「制度」「ツール」「風土」のすべてを見直し、離職率を5年間で1/5に減らしたサイボウズ。改革を福利厚生ではなく成長戦略として捉えて進めています。変化の激しいITツールをどう使いこなし、制度、風土の三位一体の改革を進めるか。ITが当たり前、少子高齢化が当たりの社会にあって、取り残されることなく持続的に成長できる企業になるための変化の軌跡をご紹介いただきました。



IoTで変わる企業のあり方とビジネスチャンス／働き方を変えるべき理由／グループウェアの導入により柔軟になる働き方

中小企業の経営を変革する、IoTの活用とその可能性 トークディスカッション

続くトークディスカッションでは新たに、平安伸銅工業株式会社 代表取締役社長 竹内 香予子氏、木村石炭工業株式会社 代表取締役社長 木村 祥一郎氏を迎え、「中小企業の経営を変革する、IoTの活用とその可能性」について2社の取り組みを例に取りながらディスカッションを行った。「IoTによる未来はまだ未知だが、チャンスに溢れている。IoTでこれからの世界が伸びるんだという視点を持ってポジティブ・アプローチをしていって欲しい」「普段携わっている業務の中にIoTへのヒントや可能性がたくさんある」というIoTに対する可能性に溢れた言葉で本セッションは締めくくられました。

200万回の選択。(2014～)

クライアント：NPO 法人ちゅうぶ（旧：NPO 法人中部障害者解放センター）
 テーマ：コーポレートブランディング、ツール制作



概要

障害のある方が地域で自立して生活できるよう、相談支援や訪問介護などさまざまなサービスを提供している NPO 法人ちゅうぶ（旧：NPO 法人中部障害者解放センター）。法人設立 30 年を迎える節目として、新たなコーポレートブランドを社員参加型のファシリテーションプログラムによってつくりあげました。

約 30 年の歴史を持ち、実現したい社会に向け行動を起こしてきたちゅうぶ。

「ちゅうぶがずっと大切にしてきたもの何なのか？」

「これから実現していきたい社会はどんな社会なのか？」

ちゅうぶの若手スタッフから理事メンバーまで一堂に会し、過去を振り返りながら、それぞれの議題に対してお互いの意見を交換しました。

その中で、最もよく発言されたのは障害者の「自立」というキーワード。これまではスタッフが各々に考えてきたちゅうぶの目指すべき「自立」の形について、法人全体で見直し、理念として何をかけるかを検討していきました。



社名

「NPO 法人中部障害者解放センター」から、「NPO 法人ちゅうぶ」へ。

約 30 年前、障害者差別が激しかった頃にかかげられた社名「NPO 法人中部障害者解放センター」には、【解放】という言葉が使われていましたが、今回のコーポレートブランディングを機に、社名の変更を検討。これから目指していく法人のあるべき姿を見据え、「NPO 法人中部障

害者解放センター」ではなく、「NPO 法人ちゅうぶ」へと社名を変更しました。長い歴史を共にした社名を改めることは容易なことではなく、当法人にとっても覚悟のいる決断となりました。

スローガン

「200万回の選択。」

ちゅうぶの考える自立は「障害があっても、人のちからを借りて自己選択・自己決定すること」。そんな障害者の自立を実現していくためのスローガンを新たにつくりあげました。1日70回、一生涯でおよそ200万回の選択と決定を繰り返して生きている健常者。そんな健常者

と同じように、生活の中で様々なことに制限がかけられる障害者でも「200万回の選択。」が実現できる社会づくりを目指していくことをスローガンに掲げています。

※ 2000 人を対象に行われた調査で、人間は 1 日 70 回の選択を繰り返しているという結果がでています。（『選択の科学』著書：シーナ・アイエンガーより）

ロゴマーク

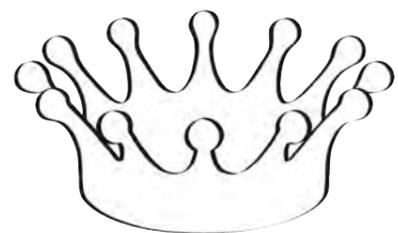
螺旋のように継続的に続く、社会をプラスに変える活動のかたち

誰もが自己選択・自己決定して生きていくためのちゅうぶの活動。その活動は、これから先の明るい未来へとつながっていきます。ロゴマークはそんな継続的に続く活動を表す螺旋のようなかたちと、新法人名「ちゅうぶ」の頭文字、「ち」を重ねあわせたマーク。ちゅうぶの活動が社会に+（プラス）となり、ちゅうぶの掲げる「200万回の選択。」が実現される社会になるようにという想いが込められています。



ロイヤルオモテナシー (2011)

クライアント:株式会社ロイヤル テーマ:コーポレートブランディング (企画・プランニング、ブランド戦略立案と実施)、
ツール制作 (スローガン・ロゴ・タブloid新聞・名刺・ショップカード・封筒・スタッフ手帳)



ロイヤル オモテナシー

Royal Omotenacy

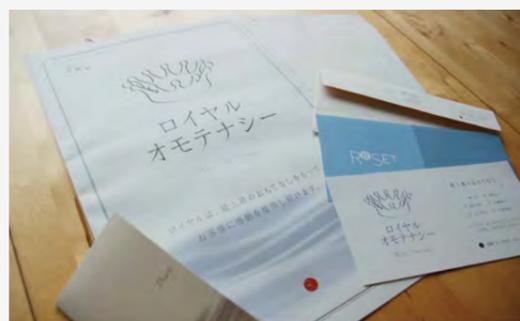
概要

関西において理容室・美容室を展開する株式会社ロイヤルにて、スタッフ間における経営理念の更なる浸透や、同じ目標を持ったチームづくり、顧客へのサービスの質の向上を目指し、コーポレートブランディングを実施しました。

離職率の高い職業とも言える理美容業界。夢をもって入ってくる若者が多い中、社会的側面から見ても、その環境が整備されていない現状があります。

そこで、他の業界に引けを取らない環境や待遇、仕事への充実度を実現させたいというロイヤルの想いから本プロジェクトが誕生。まずは幹部クラスから新入社員まで、ロイヤルのスタッフの在るべき姿をスタッフ自身が洗い出す「ロイヤルミライ会議」を実施しました。そこで挙げた声から明確となった、顧客への「おもてなしの心」と、社名が意味する「最上級の」を掛け合わせ、スローガン「ロイヤルオモテナシー」を提案。

ロイヤルが向かうべき羅針盤として発表し、各ツールのトータルデザインに反映しました。



LIVELOCAL? (2012)

クライアント:NPO 法人み・らいず テーマ:コーポレートブランディング (企画・プランニング、ブランド戦略立案と実施)、
ツール制作 (スローガン・ロゴ・名刺・パンフレット・封筒・web サイト)



概要

障がいのある人・発達障害や不登校や引きこもりの子どもたち、高齢者への支援を行う NPO 法人み・らいずが目指す「しあわせ」の意味を、内外に正しく発信するため、新たなコーポレートブランドを、ファシリテーションプログラムにより社員参加型でつくりました。

学生スタッフから理事メンバーまで幅広い世代が意見交換し、「み・らいずという団体が存在する理由はなにか」「目指すべき社会像」などを抽出。

そして、長年の支援の現場から再確認された「地域 (LOCAL) であたりまえに生きる (LIVE)」というみ・らいずにとってのしあわせの形を「LIVELOCAL?」というスローガン (造語) で表現しました。

最後に「?」で締めくくったのは、迷ったとき、意見がぶつかりあったとき、それが LIVELOCAL につながっているか、スタッフや社会に常に問い続けていこうという意思表示。み・らいずが実現する理想のまちの未来図の上で、あたりまえのような格好で暮らしている人をロゴマークに採用しました。



ユメコラボ (2008)

クライアント：株式会社テクノロジーネットワークス (ZAK) テーマ：地域活性、地域密着型プロバイダの新たな価値創出



背景

ケーブルインターネット「ZAK (ザック)」を企画・運営する株式会社テクノロジーネットワークス。ブランドイメージを推進する新規コンテンツ (市民参加型ユメ応援プロジェクト・地域活性コンテンツ) 立ち上げにあたり、プロジェクト企画開発、デザイン、Web制作・運営をおこないました。

概要

「ユメのオリンピック」をコンセプトに、地域活性・社会的課題解決につながる個人・団体のユメを、様々なコラボレーションを通じて応援・実現させていくプロジェクト。応援クリックや応援物資の提供など Web を通じた応援と、様々な企業とのコラボレーション企画を通じリアルでの応援で「ユメニスト」のユメを実現させます。ユメの実現が、地域活性・社会的課題解決につながり、新しいマーケットやステークホルダー同士のネットワーク構築などの価値を創出します。

成果

ユメニスト数：20名
参画・協力企業数：30団体以上

株式会社よしもとクリエイティブ・エージェンシー/西日本旅客鉄道株式会社/グンゼ株式会社/株式会社ソフト/アサヒビール株式会社/タミノイ酢株式会社/ラマダホテル大阪/株式会社竹中庭園緑化/ヴィッセル神戸/有限会社りす/株式会社電通/有限会社ビッグイシュー日本/特定非営利活動法人 greenbird 他



実施内容

ユメ実現までのフロー

ユメコラボで募集したユメは、「ユメ会議」というプレゼンテーション大会にて審査をおこないます。通過した応募者は「ユメニスト」として、Webサイト内で活動の発信をおこない、個人や企業とのコラボレーションを繰り返してユメ実現を目指します。

STEP1. エントリーシート

ユメを持つ人が専用のエントリーシートを記入し、事務局へ応募。募集は年4回ペースでおこないます。



STEP2. ユメ会議

書類通過者は、さまざまなゲストやオーディエンスの前にユメをプレゼンテーションします。



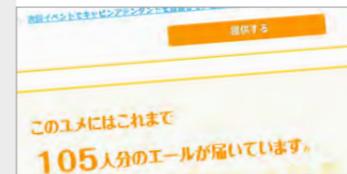
STEP3. ユメニスト決定

ユメ会議通過者は「ユメニスト」となり活動開始！実現に向け事務局とともに企画をブラッシュアップします。



STEP4. 活動発信

ユメニストは定期的に事務局と面談をおこない、Webで活動を発信。応援クリックや応援物資を募ります。



STEP5. コラボレーション

ユメの内容に賛同し、協力したい！という個人や企業とコラボレーションしながらユメ実現を目指します。



STEP6. ユメ実現

ユメ実現時は「ゴールイベント」を開催！！すべてのプロセスはアーカイブ化し、ユメニストを輩出し続けます。



実施例 1. 「カタタタキで世界をもっと良くしたい！」

誰でもどこでもできるコミュニケーションで、心のふれあいを生み出す青年のユメ。



無縁社会に疑問を感じた青年のユメは「カタタタキを広めたい!」。自身が所属するマッサージサークルの経験を活かし、人と人の生身のコミュニケーションのあたたかさを伝えたいというものでした。ユメコラボでは彼のユメに対し、イベントを通じたコラボレーションで応援。株式会社ロフト、株式会社竹中庭園緑化、株式会社グンゼなど多くの企業との協同を実現し、母の日・父の日に合わせてイベントを実施しました。そして会場で肩たたきに参加した先着 400 名に、母の日にはカーネーションとカタタタキ券を、父の日にはパンツとカタタタキ券をプレゼント。多くのふれあいを生み出すその様子は、アーティスト「ジェイムズ」

の楽曲 PV やユメコラボの CM にもなり、Web や街頭のさまざまなビジョンで放映されました。プロジェクトのラストイベントは「24 時間カタタタキ」。これまでコラボレーションした企業や地域のみなさんの元を回り、ラストはユメニストのお父さんとお母さんが待つ実家にてゴールテープを切りました。



実施例 2. 「ホームレス状態の人たちに雇用を創出したい！」 若きユメニストによる、

大阪のホームレス問題と放置自転車問題を一挙解決するレンタサイクル。



若干 14 歳の頃より、貧困に関する課題に興味を持ち、ホームレスの雇用創出をユメに掲げる川口さん。大阪の放置自転車問題と、自転車修理ならホームレスのおっちゃんたちの得意である点に着目。放置自転車を生活保護受給者の方が仕事として修復・デザインし、誰でもが使えるシェアサイクルとして運用するプロジェクト「HUBchari (ハブチャリ)」を立ち上げました。貸出・返却の拠点として、株式会社ロフトや地域のカフェなどとコラボレーションし、おっちゃんたちの手で生まれた 40 台のシェアサイクルが大阪のまちを駆け巡りました。また、大阪に住む外国人が「本当におもしろい大阪」を紹介するサイクリングマップ「OSAKA OTAKUMAP」も制作。現在拠点は 19 箇所まで拡大し、大阪の課題解決だけでなく魅力発信のツールとしても活躍しています。



実施例 3. 「若者に日本酒の本当のうまさを伝えたい！」

日本酒文化や職人の想いを継ぐ利き酒師による、新成人とつくる日本酒プロジェクト。



利き酒師でもあるユメニスト上田賢佳（通称：うえっち）さん。日本酒文化の衰退や後継者不足などに歯止めをかけるべく、若者たちに日本酒の本当のうまさ、素晴らしさを伝えたい!と立ち上がりました。そこで、彼に共感する 19 歳から 20 歳の若い世代が集まって、京都の酒蔵・向井酒造株式会社とコラボレーション。田植えから始まり、稲刈りや酒造り、ボトルのデザインに至るまで、全ての工程を新成人とともに行う日本酒づくりがスタートしました。そして成人式の日に行われたゴールイベント「ジャパニーズ酒セレモニー」では、完成した商品のお披露目とともに、成人を迎えた若者たちが新しい門出を祝い、自分たちでプロデュースした日本酒で乾杯。その他、商品開発までの道のりを紹介する映像の放映や、携わった新成人による商品デザインのプレゼンテーションなどがおこなわれました。



実施例 4. 「人のつながり・池田の魅力伝える IKEDA collection を開きたい！」

現役モデルが市民や地元商店を巻き込み、地元の伝統と織物でファッションショー。

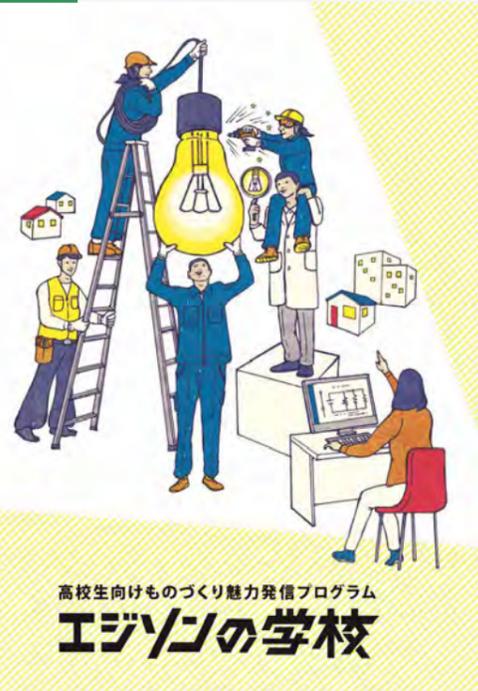


池田で生まれ育った現役モデルの福田優子さん。伝統文化や歴史、多彩な観光資源に恵まれた地元の魅力を、そこに生きる人々と一緒に伝える「IKEDA collection」を開催したいというユメを提案。池田市をはじめ、地域の企業や市民の協力を得て、実現に至りました。イベントのメインコンテンツは、池田に残る織り姫伝承物語をテーマとしたファッションショー。池田の織物をつかった衣装に身をまとうのは、福田さんが市内でスカウトした市民の方々。その他、地元商店とのコラボレーションによるオリジナル商品の販売・飲食ブースの出展、市民によるパフォーマンスやダンス、富士フィルム株式会社・有限会社りすの協賛による写真展「100 人の IKEDA 展 - みんなの池田をコレクション -」なども行われました。



高校生向けものづくり魅力発信プログラム エジソンの学校 (2016)

テーマ：ものづくり魅力発信、キャリア教育 クライアント：大阪府（商工労働部雇用推進室人材育成課）



背景

大阪府の製造業は、府外需要を獲得する最大の産業であり、今後の大阪経済の成長のためにはその競争力の維持・強化が不可欠です。一方、ものづくり業界への進路選択をする若者は減少傾向にあり、技術者の高齢化が進む中で、ものづくり企業側からも若者層へものづくりに対する教育を求める声が多く挙がっています。

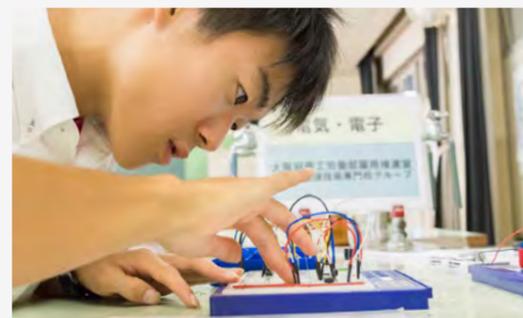
学校の授業で学ぶ数学・化学・物理などの中には、ものづくり業界で働く際に役立つ要素が多く存在し、社会のあらゆる場面で活用されています。

しかし現在では、普通科高校の教育課程において、それらとの連動性を体験する機会やものづくり業界で働く大人たちとコミュニケーションを取る機会が減り、「ものづくり」が社会をつくる大きな要素として認知されにくくなっています。

概要

大阪府内の普通科高校に通う高校生を対象に、府立高等職業技術専門学校やポリテクセンター関西、ものづくり業界の経営者や技術者、クリエイター等を講師に、「制御」「建築・設備」「金属加工」など、さまざまなものづくりを体験するワークショップを全20コース構築。2コマ（50分×2）をベースに構築し、内12コースを府内高校でモデル実施しました。

また、構築したワークショップ内容、手法、実施レポート、効果測定・検証結果、材料一覧など、本プロジェクトの全貌を冊子に取りまとめました。冊子は、大阪府内の高等学校全250校に配布し、生徒の進路選択における視野拡大や職業観醸成につなげるツールとしてご活用いただきました。



成果

モデル実施プログラム

- 1 「いろいろセンサーで「おもしろ装置」をつくろう！」大阪府教育センター附属高等学校/高校2年生 (102人)
- 2 「ブレッドボードでデジタル時計づくり」大阪府立久米田高等学校/高校2年生 (1人)
- 3 「VR（バーチャルリアリティ）で、いざバーチャル修学旅行へ！」大阪府立西成高等学校/高校1年生 (57人)
- 4 「めざせ10分の1家具職人！家具づくり体験」大阪府教育センター附属高等学校/高校2年生 (173人)
- 5 「これであなたも建築家?! パース製図体験」大阪府教育センター附属高等学校/高校2年生 (2人)
- 6 「インテリアコーディネーターになる50分」大阪府立久米田高等学校/高校2年生 (3人)
- 7 「5種の職業を体験！家づくりシミュレーション」大阪府立和泉総合高等学校/高校3年生 (153人)
- 8 「オーダーメイドを体験！銅板モビールづくり」大阪府立布施北高等学校/高校3年生 (21人)
- 9 「鋳造体験！世界にひとつのキーホルダーづくり」大阪府立泉尾高等学校/高校1年生 (15人)
- 10 「自動車の加工技術を体験！オリジナルカードケースづくり」大阪府立美原高等学校/高校1年生 (23人)
- 11 「みんなの電気で教室がディスコに?! 人力発電体験！」大阪府立西成高等学校/高校1年生 (124人)
- 12 「ゲーム感覚で学ぶ「企業経営」ヘリコプターを納品せよ！」大阪府立大手前高等学校/高校1,2年生 (25人)
- 13 「プロから学ぶ家づくりワークショップ」学外イベント/高校1~3年生 (12人)

アレンジプログラム

- 13 お好きなものをカラーチェンジ！自動車塗装技術体験
- 14 身近な電気のパワーを知ろう！発電運動会
- 15 化学の力で化粧品づくり！ミネラルコスメクッキング
- 16 錬金術で10円玉から金銀銅を生成!? メッキ体験

応用プログラム (体験イベント+フィールドワーク等)

- 17 プロから学ぶ家づくりワークショップ
- 18 スキルもマインドも現場で学ぶ！
見学×体験×インタビュー
- 19 現場で学んだことをアウトプット！見学×体験×発表会
- 20 高校生のアイデアで自由に企画提案しよう！
商品開発体験

プログラムにおける5段階評価の平均（実施校13校）

出前講座のモデル実施校13校において、アンケートによる効果測定を行いました。

調査対象	各出前講座プログラムを受講した生徒	回収	記入後にスタッフまたは教員が回収
回収数	574人	標本	全数調査
配布	各出前講座プログラム終了後に配布、その場で記入	回収率	80.7%

※回収数について：出前講座の参加生徒で、効果測定シートの提出をおこなった生徒のうち、有効回答のみを算出しています。
無効回答の例：設問の回答としては不適切なもの（無記入、読み取り不可、趣旨に合わない回答など）
※パーセンテージについて：参加生徒数ではなく、回収数に基づいて算出しています。

プログラムにおける5段階評価の平均値					ものづくりのイメージが変わったか					ものづくりに対する興味（受講後）				
満足度	体験の楽しさ・面白さ	トークの楽しさ・面白さ	学ぶ意欲が高まった度	理解度	180度よくなった	よくなった	少しよくなった	変わらない	悪化した	かなり悪化した	かなり興味がある	興味がある	興味がない	全く興味がない
4.4	4.3	4.0	3.7	3.7	13.8%	58.5%	10.1%	7.7%	0.3%	0.3%	27%	49.3%	9.9%	2.4%

実施内容（一部紹介）

出前講座プログラムの構築・実施

2 コマ（50 分×2）をベースに全 20 コースを構築し、内 12 コースを府内の高校でモデル実施しました。全体のねらいは以下の 3 つです。

ねらい 1：ものづくりを知る！

素材や技法などものづくり自体に関する知識、ものづくり業界における仕事の種類、日常生活や学校の授業内容との関連性などを学びます。

ねらい 2：ものづくりを体験する！

「見る」「さわる」「つくる」などの体験を通して、おもしろさはもちろん、完成までの難しさや厳しさ、わたしたちの手に届くまでの背景を学びます。

ねらい 3：ものづくりに興味をもつ！

ものづくりの魅力を感じ、興味を持つことで、職業観・人生観を醸成し、生徒の進路選択における視野の拡大につなげます。

1.【制御】いろいろセンサーで「おもしろ装置」をつくろう！



実施校
学校 大阪府教育センター附属高等学校 学年 高校 2 年生
日時 2016 年 9 月 6 日（火） 8:40 - 15:30 枠組 探求授業（キャリア教育）
人数 102 人（1・2 時間目…46 人 / 3・4 時間目…35 人 / 6・7 時間目…21 人）
講師 株式会社 STARRYWORKS 代表 木村幸司 氏
備考 事前アンケートで「電子工作」を選択した生徒に開講

世の中の電子製品はすべて「〇〇したら（インプット）、□□する（アウトプット）」という仕組みから成り立っています。このインプットの部分をセンサーに、アウトプットの部分をホウキや扇風機、音を再生するパソコンなどさまざまなモノに置き換えて、さまざまな組み合わせを実験し、「おもしろ装置」づくりをおこないました。

2.【制御】VR（バーチャルリアリティ）で、いざバーチャル修学旅行へ！



実施校
学校 大阪府立西成高等学校 学年 高校 1 年生
日時 2016 年 11 月 18 日（金） 3、4 時間目 10:45 - 12:35
枠組 産業社会と人間
人数 57 人
講師 フリーランス プログラマー・テクニカルディレクター 池田 航成 氏

VR とは、コンピューターを使って五感に色々な刺激を与えることで仮想空間の中に本当に自分がいるような感覚を生み出せる技術。エンターテインメントでの活用が有名ですが、その他にもさまざまな業界への応用が研究され、「今最も注目すべき技術」として世間を賑わせています。本プログラムでは、この VR の仕組みについて学び、「バーチャル修学旅行」と題して VR 体験をおこないました。

3.【建築・設備】5 種の職業を体験！家づくりシミュレーション



実施校
学校 大阪府立和泉総合高等学校 学年 高校 3 年生
日時 2016 年 11 月 16 日（水） 5、6 時間目 13:20 - 15:10
枠組 LHR + 総合学習
人数 153 人
講師 株式会社いとうもひさ 代表 伊藤 智寿 氏

家づくりに必要な職業から 5 種類をピックアップした「職業カード」をチームに配って役割分担し、それら実際の仕事内容に触れながら、依頼者の「注文表」に沿って家づくりを模擬体験。完成するまでの仕組みや、チームワークの大切さをカードゲーム形式で学びました。

4.【電気】みんなの電気で教室がディスコに?! 人力発電体験!



実施校
学校 大阪府立西成高等学校 学年 高校 1 年生
日時 2016 年 11 月 25 日（金） 5・6 限目 13:20 - 15:10
12 月 16 日（金） 2・3 限目 9:45 - 11:35
枠組 産業社会と人間
人数 124 人（11 月 25 日（金）…62 人 / 12 月 16 日（金）…62 人）
講師 Yotta 現代美術家 木崎 公隆 氏

「電気」は、医療や教育、エンターテインメントなどあらゆるシーンに役立ち、人類の可能性を大きく広げてきました。本プログラムでは、手回し発電機をつかって電気を生み出し、教室を普段とは違う空間に変身させる仕組みづくりを体験しました。

効果測定・検証

オリジナルの効果測定シートを専門家監修で作成し、モデル実施をおこなった高校の生徒を対象に検証を実施。今後の継続的な取り組みにつなげるヒントを探りました。

「普通科高校の生徒にものづくりの魅力を！」

まさに魅力的な試みなのであるが、大阪府のこの挑戦は、今までは誰も触れようとはしなかった「パンドラの箱」を開けるものでもあった。なにしろ日頃の授業は普通教科だけであり、ものづくりの世界に縁遠いだけでなく、おそらく機械や道具等には触ったこともないというのが、普通科の生徒たちの実情である。アルバイトくらいは経験があるかもしれないが、多くは、飲食店を中心としたサービス業関連であろう。そんな彼ら／彼女らに、いったいどうやって、ものづくりの魅力を発信しようというのか。この難題に向き合うため、プロジェクトがそれぞれの学校で実施した「出前講座」には、いくつもの工夫と仕掛けが組み込まれている。（詳細はガイドブックにてご覧いただけます）



監修 児美川 孝一郎 氏（教育学研究者、法政大学キャリアデザイン学部教授）

1963 年生まれ。東京大学教育学部卒業、同大学院教育学研究科博士課程を経て、1996 年から法政大学に勤務。2003 年より、キャリアデザイン学部助教授、2007 年キャリアデザイン学部教授（現職）、学部長（2009 年～2011 年）。現在、総長室付大学評価室長。日本教育学会理事、日本キャリアデザイン学会理事。近年の著書に、『キャリア教育のウソ』（ちくまプリマー新書）、『まず教育論から変えよう』（太郎次郎社エディタス）、『夢がふれる社会に希望はあるか』（ベスト新書）がある。



冊子へのとりまとめ

構築したワークショップ内容、手法、実施レポート、効果測定・検証結果、材料一覧など、本プロジェクトの全貌を冊子に取りまとめました。冊子は、大阪府内の高等学校全 250 校に配布し、生徒の進路選択における視野拡大や職業観醸成につなげるツールとしてご利用いただきました。

- ・本編レフィル 44 ページ（22 枚）フルカラー
- ・中綴じ別冊 40 ページフルカラー
- ・2,700 部



かぎっこ PROJECT (2012 ~ ※現在は「NPO 法人かぎっこ PROJECT」として独立)

クライアント：復興庁（仕事みち図鑑、高校生百貨店） 助成：宮城県（仕事みち図鑑、高校生百貨店）、全日本社会貢献機構（いしのまきカフェ「」）、公益財団法人東日本大震災復興支援財団（いしのまきカフェ「」） テーマ：高校生対象 キャリア教育／アントレプレナーシップ育成



背景

高校卒業後の地元就職率・進学率が低い宮城県石巻市。東日本大震災以前より社会体験の機会や地域との接点が少ない高校生たちの「地元離れ」は、震災後、地元企業の求人数減少にともない追い打ちを掛け、プロジェクト発足当時は約75%の高校生が、卒業後、市外へ流出していました。そこで、これからのまちを担う彼らが、より強い地元とのつながりを持って社会に羽ばたけるよう、また、地元就職率の増加や新たな雇用を創出できるよう、本活動がスタートしました。

概要

私たちは社会に一步踏み出している高校生世代に対し、将来に向けた職業観醸成だけでなく、地域とつながりを持ち、生きがい・働きがいを考え、今後対面する様々な課題に取り組むための力が大切だと考えます。そこで、高校生が社会体験を通して主体的に学ぶキャリア教育プログラムやアントレプレナーシップ育成プログラムを、地域の人々や高校生自身とともにゼロから生み出し、厳しい社会変容の中でもたくましく創造的に「生き抜く」力を養成。ひいては、将来のまちを担う人材が輩出され続けることを目指します。

成果 2016年3月末時点

- ・参加高校生合計：571名（+体験・交流などへの参加高校生 450名程度）
- ・参画・協力企業、団体、教育機関数合計：152団体
- ・「新しい東北」先導モデル事業 代表 10事例 2年連続選定



プロジェクト一覧



いしのまきカフェ「」（かぎっこ）

高校生が、地元資源の活用や、地域の人々の協力のもと、ゼロからのカフェづくり・ワークショップを通して、リアルな社会体験を得るプロジェクト。石巻を元気にするためのイベントづくりや営業体験、出店販売と、それらに伴う空間や商品づくりなどを介して、地域の魅力発掘や発信をおこないます。



仕事みち図鑑

高校生の声から生まれたワークショッププログラム。高校生が、自己分析や事前学習を経て、自分たちが過ごすまちでフィールドワークをします。そして自ら見つけた地元の大人たちにインタビューを通し、「働き方」や職を通した「生き方」を発掘。その人の写真や発掘した言葉は図鑑カードにまとめて発表し合います。



高校生百貨店

高校生が地元石巻や女川の魅力ある商品を発掘するバイヤーに変身。ワークショップやフィールドワークを通して生産者の想いや背景に触れ、都市部での販売会にて発信します。さまざまな専門家によるレクチャーも行い、百貨店の空間づくり、販売方法やロゴのデザインなどにも挑戦。高校生の学びはもちろん、生産者の元気やつながりも創出します。



その他の取り組み

その他、高校生と地元企業のコラボレーションによる商品開発、卒業生など大学生世代のスタッフによるサポート体制構築と育成、企業・大学向けの教育プログラム開発、地元の教育関連団体とのネットワーク構築、ボランティアの随時受け入れなどをおこなっています。

プロジェクト詳細

いしのまきカフェ「 」

主に宮城県石巻市の高校生が、地域資源の活用や、地元企業・団体とのコラボレーションのもと、ゼロからのカフェづくり・ワークショップを通して、リアルな社会体験を得るプロジェクト。高校生は商品開発、空間やイベントづくり、出店販売などを介して、主体的に地域の魅力発掘や発信を行います。

※本プロジェクトは当初、フィリップモリス ジャパン株式会社 の支援を受けて、日本財団と NPO 法人 3 団体の協働による企画・運営にてはじまりました。
2015 年度は「5 のつく日、JCB で復興支援」、「子どもサポート基金」、「全日本社会貢献機構補助金」のサポートをいただき、取り組みました。

カフェのはじまり

2012 年 6 月。石巻の様々な学校から約 40 名の高校生が集まり、カフェづくりがスタート。すべてをゼロからおこなうため、真っ白な空間以外、メニューも何もなく、店名も「 」と空けてありました。商品開発・空間デザイン・情報発信の 3 チームで役割分担し、それぞれ専門家やまちの人々とコラボしながらカフェづくりを進める中で、彼らが決めた店のコンセプトは「まちを元気にする場所」。店名は、何でも入る可能性や個性、原点のワクワクを大切にしたいという高校生の想いから「 」のままに。

そして 2015 年 11 月、カフェのオープンから 3 年。この場所を巣立った卒業生たちも、高校生をサポートするスタッフとして引き続き携わったり、お店の日々の営業を担っています。いしのまきカフェ「 」はこれからも、高校生世代にとって学校やバイトでは体験できない学びの場として、そして石巻を元気にする場所として、地域とともに成長していきます。



カフェづくりや商品開発について

農家、漁業士、料理研究家、水産加工会社、コミュニケーションデザイナー、建築家、陶芸家、ホテルマンなど、これまで様々な業種のプロとともに、カフェづくりに取り組んできました。商品は主に、地産地消や「コミュニケーションを生むかどうか」などに基いて開発され、収益は高校生の活動資金に。生産者や企業との協働開発の際には、食材や開発に関するだけでなく、今の仕事についての背景や目標、業界の課題などもヒアリングし、時には体験学習も行います。



出店イベント（一部抜粋）

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 2014 年 7 月 5 日 | 石巻ゴスペルフェスティバル 2014 |
| 2014 年 7 月 19 日 | イザ！カエルキャラバン！ |
| 2014 年 7 月 25 日～ 31 日 | 石巻 STAND UP WEEK 2014 |
| 2014 年 7 月 31 日、8 月 1 日 | 石巻川開き祭り |
| 2014 年 9 月 27 日、28 日 | たるみっこ防災ひろば 2014 in 神戸 |
| 2014 年 12 月 13 日 | グラクソ・スミスクライン出張販売 in 東京 |
| 2015 年 3 月 14 日 | 橋通り COMMON プレオープンイベント |

成果

- ・実施期間 2012 年 6 月～現在
- ・登録高校生数 75 人（現在は 7 名のメンバーが主に土・日・祝に活動）
- ・体験会、交流ワークショップ参加高校生数 のべ 450 人程度（全国各地の他地域より訪問）
- ・活動協力企業・団体数 40 団体
- ・活動協力教育機関数 22 団体
- ・参加高校生の所属高校数 12 校（+3 校）
- 石巻高校、石巻北高校、石巻工業高校、石巻好文館高校、石巻商業高校、石巻市立桜坂高校、石巻西高校、東松島高校、美田園高校、宮城県水産高校、宮城野高校（廃校または統合した学校 女川高校、石巻市立女子高校、石巻市立女子商業高校）

仕事みち図鑑

高校生が、まち歩きとインタビューを通して地元の大人たちの「働き方」「生き方」を発掘し、図鑑カードにまとめるプログラム。2013 年度にプログラム構築とカリキュラムブック制作をおこない、モデル実施や学校内での開講に取り組んできた本プログラムを、2015 年度は 5 箇所で開催しました。



プログラムの流れ

STEP1. 旅の準備をしよう

まずは事前学習。自己分析や身近な人の仕事について考えを深めます。その後、「聞く力」や「コミュニケーション」についてミニ講座を受講し、チームでインタビューを実践練習。



STEP2. 旅に出よう

プロ監修のカメラレッスン後、チームでフィールドワーク。出会う人に「仕事」に関するインタビューをします。写真も撮影し、図鑑の材料に。さらに深めたい場合は職場体験を交渉



STEP3. 図鑑をつくらう

この日までに出会った言葉や写真、体験などの材料をもとに、図鑑カードをつくります。表面は写真や名前、裏面は、インタビューが心に響いたその人の言葉をまとめます。



STEP4. 記録を共有しよう



効果測定シート

2013 年度にオリジナルのカリキュラムブックを制作し、2015 年度も活用。専門家監修の「効果測定シート」も挿入されており、自分の目標やそのために必要なこと、プログラム前後の自分の変化を可視化します。具体的には、社会人基礎力の「前に踏み出す」「考える力」「チームで働く力」を、受講前・途中・受講後の 3 回、100 点満点で自己採点。その後、各々が採点結果とその理由を言語化して表現し合います。

成果

- 参加高校生数 延べ 246 人
- プログラム開催場所数 10 箇所

- 宮城県水産高校
2015年8月31日～9月2日
2年生 21名参加（全4回）
- 宮城県石巻西高校
2015年10月5日～11月26日
3年生 38名参加（全7回）
- 宮城県宮城野高校
2015年10月21日（全1回）
1年生 50名参加（全1回）
- 一般社団法人 石巻青年会議所
地域物販イベント「たからいち」
2015年6月23日～7月5日
1～3年生 6名参加
- 高校生百貨店プログラム内
2016年1月18日～1月23日
1～3年生 20名参加
- 石巻青年会議所との連携実施
2015年7月23日～8月5日
1～3年生 6名参加



効果測定シート結果（平均値）

宮城水産高校	1回目	2回目	3回目
前に踏み出す力	40.7 (点)	51.7	64.3
考える力	40.7 (点)	50.7	63.2
チームではたらく力	36.9 (点)	54.7	78.4



宮城県石巻西高校	1回目	2回目	3回目
前に踏み出す力	31.8 (点)	59.4	70.8
考える力	44.3 (点)	56.5	68.6
チームではたらく力	48.9 (点)	67.0	74.1



図鑑カード（一例）



高校生百貨店



宮城県石巻・女川の高校生が、専門家からのレクチャー、フィールドワークなどのワークショップを通して、地元の魅力ある商品を発掘するバイヤーとなり、生産者の「想い」や「背景」の発信とともに、都市部にて販売会を実施するプログラム。生産者からのヒアリングをもとに、百貨店のコンセプトや空間づくり、販売方法やパッケージの開発などに挑戦することで、高校生のアントレプレナーシップを育みます。同時に、生産者同士のつながりづくり、販路開拓など自立に向けたサポートを高校生主体で行うことで、地域産業の復興・繁栄に寄与します。

プログラムの流れ

STEP1. オリエンテーションとレクチャー

事業説明や自己紹介、チームワークを高めるゲームを実施。その後、あべのハルカスで働くプロのバイヤーをゲストに百貨店やバイヤーについてのレクチャーを実施。



STEP2. チーム分けと商品リサーチ

「海」「陸」「お菓子」の3チームに分かれ、石巻や女川にある商品を多リサーチ。集まった150種類以上の商品をどんな基準で選んだのかを分析し、候補商品を絞りこみました。



STEP3. 地域課題や商品開発のレクチャー

1～3次生産者同士や消費者をつなぐ「6次産業化」や、地域課題解決につながる商品開発についてレクチャーを受講。講師：一般社団法人はまのね 亀山貴一



STEP4. フィールドワークとインタビュー

インタビューレッスンを経て、フィールドワーク。全ての生産者へ会い、試食や試供、インタビューを行いました。人生観・職業観の学びにもつながります。



STEP5. デザイン

選抜で「デザインチーム」を結成し、百貨店のデザインにも挑戦。コンセプトメイクから、ロゴやコピー、POP等の広報物制作にも取り組みました。



STEP6. 販売方法の考案と接客レクチャー

来場者と交流しやすい商品の陳列方法や販売方法を考案。接客の心得や工夫のレクチャーも受け、販売をシミュレーション。講師：接客アドバイザー 阿部 大



STEP7. 販売会

売り場づくり、接客・梱包・レジ・商品補充など全てを実施。来場者一人ひとりと向き合い、生産者の想いや高校生自身が学んだことが伝わるコミュニケーションを実践。



STEP8. 振り返りワークショップ

振り返りと効果測定を実施し、プログラム全体の気づきや反省、成長、今後の目標を共有。第2弾に向けてどうつなげるかも考えました。そして最後は、修了式を開きました。



実施内容

- 期間 2015年12月20日～2016年3月18日
 - 場所 宮城県石巻市、女川町
 - ワークショップ情報：
 - ・12月20日(日) オリエンテーション/バイヤーレクチャー
 - ・1月10日(日) 商品調査/商品開発・地域発信レクチャー
 - ・1月18～23日 「仕事みち図鑑」インタビュー練習実施
 - ・1月24日(日) 商品絞り込み/インタビュー項目考案
 - ・2月03日(水) 中間発表会
 - ・2月07日(日) 商品決定/売り方話し合い
 - ・2月14日(日) 販促方法や販促物の情報整理
 - ・2月21日(日) 接客レクチャー/接客シミュレーション
 - ・3月18日(金) 振り返りワークショップ/効果測定
- +フィールドワーク 36箇所



販売会情報

- 仙台 2016年2月27日、28日 エスバル仙台 地下1階
 - 大阪 2016年3月2日～8日 近鉄あべのハルカス本店 ウイング館9階
- ※終了後も、拠点(宮城県石巻市)にて一部販売

参加生情報

- 参加高校生合計 20人(+中学生1人)
- 男女の割合 男子6人、女子15人
- 参加高校一覧 石巻工業高校、石巻市立桜坂高校、石巻高校、石巻西高校、好文館高校

モデル実施情報

- 実施期間 2015年10月18日～12月5日
 - ・10月18日(日) オリエンテーション
 - ・11月1日(日) 事前ワークショップ
 - ・11月7日(土) 収支計画/POP作成
 - ・12月5日(土) 東京にてプレ販売会
- 参加高校生合計 高校生10名(男5:女5)、中学生3名(男2:女1)
- 参加高校一覧 石巻高校、石巻市立桜坂高校、石巻北高校、石巻工業高校、矢本第一中学校
- 実施場所 宮城県石巻市
- 販売会会場 東京(アークヒルズ)
- 協同団体 パークレイズ証券株式会社、NPO法人放課後 NPOアフタースクール、NPO法人TEDIC



ワークショップ 制作物一例

参加生募集チラシ



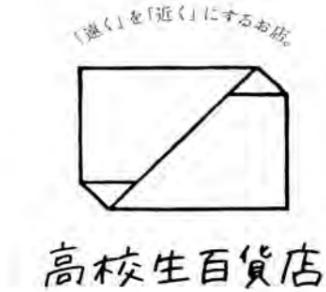
ワークシート



コンセプト

高校生がワークショップを通して生み出した高校生百貨店のグランドコンセプトは「遠くを近くにするお店。」
高校生ならではの視点で、生産者や自らの学びを多くの人に届けるメッセンジャーとなり、ロゴやコピーに表しました。

ロゴ

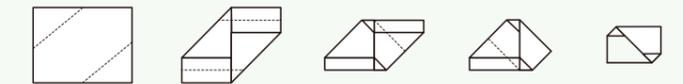


ロゴについて (コンセプトメッセージ)

本日はご来店、誠にありがとうございます。

高校生百貨店は、私たちがバイヤーとなって
地元の商品を発掘し、お届けするお店。
活動をする中で、生産者さんへインタビューをしたり、
バイヤーや接客、デザインのプロからのレクチャーを受けたりしました。
商品についてだけでなく、震災当時やこれからの未来のこと、
考え方や人生のことなど、たくさんのお話を聞くことができました。
私たちはこの活動を通して、見える風景が変わりました。

そこで考えたのが、高校生がよく使う手紙のかたちをしたロゴマーク。
もしかするとみなさんも、ついたり受け取った記憶があるかもしれないですね。
これは石巻・女川からみなさんへのおたより。
私たちの役割は、それを届けること。



ロゴには、「遠く」を「近く」にするお店」というキャッチコピーを添えました。
この言葉には、たくさんの意味が込められています。
例えば、むかしといま。まちとまち。生産者と消費者。
そして今日出会えた、私たちとあなたも!
みなさんは、この2つの言葉からどんなことを想像しましたか?

高校生百貨店で、私たちのまちとみなさんの日常がふれあい、
今日がみなさんにとって、いつも過ごすまちや人を、
もっと好きになれる日でおますように。

ショップカード/タグ



活動紹介パネル



生産者メッセージパネル



実施内容

販売会の売り上げ

仙台 961,560 円 (2 日間)
 大阪 2,636,657 円 (7 日間)
 合計 4,198,217 円

販売会の支出 (仕入れ、出店料、配送料、旅費交通費等)
 合計 3,912,970 円

メディア掲載

新聞 8 媒体 / テレビ 7 媒体 / web10 媒体 / ラジオ 2 媒体 / 雑誌 2 媒体
 合計 29 媒体 ※詳細は別ページ記載

効果測定シート結果

	受講前	受講後
前に踏み出す力	63.6	82.4
考える力	58.4	81.1
チームではたらく力	64.7	86.6

KAERU CAMP ※ 2014 年度プログラム

舞台は宮城県女川町。高校生に対し、地域や企業が抱える 4 つの課題「新駅舎前広場の活用方法」「遊びにおいてと言えない仮設住宅の子どもの居場所づくり」「輸出規制のある地元食材ホヤの魅力発信」「女川を観光地として再生したい！魅力あるツアーの開発」の 4 つのミッションが高校生を対象に出題され、それらに対する解決プランを 2 日間で考案します。最終日は町長や地元企業・団体、地域住民を招き、発表会を開催しました。プランの一部はその後、高校生や地域とともにブラッシュアップし、「高校生百貨店」のプログラム内で活用されています。

開催概要

- 期間：2014 年 11 月 1 日 (土) ~ 3 日 (月・祝日)
- 場所：活動拠点…女川 トレーラーハウス宿泊村「EL FARO」
開会…女川総合体育館、発表…復興まちづくり情報交流館
- 協力：女川町、NPO 法人アスヘノキボウ、女川みらい
創造株式会社、女川町社会福祉協議会、株式会社岡清
- 大学生スタッフワークショップ期間：2014 年 9 月 ~ 10 月



プログラムの流れ



STEP 1

大学生スタッフと専門スタッフが企業・団体にヒアリングし、高校生が取り組む「悩み(課題)」を決定。



STEP 2

開会式後、企業団体から悩みを発表し、高校生をチーム編成、各課題提供者への質疑応答もおこないます。



STEP 3

チーム別にリサーチを開始。課題現場を見たり、地元の人の声を集めるフィールドワークをおこないます。



STEP 4

事業立案のレクチャーを踏まえ、解決事業案をつくり、レクリエーションでチームビルディングも。



STEP 5

発表資料を作成します。発表時間は 10 分形式自由。プレゼンテーションのレクチャーもおこないました。



STEP 6

最終日は発表会。課題提供者や地元の人々に評価を頂き、最優秀賞を決定。振り返りワークも実施しました。

成果

- 参加人数合計：高校生 15 名 (+ 欠席 6 名)、大学生 7 名
- 参加高校数：11 校 (東北学院榴ヶ岡高校、宮城県立宮城野高等学校、仙台市立仙台青陵中等教育学校、宮城県石巻好文館高校、宮城県松島高等学校、宮城県仙台二華高校、宮城県石巻高校、宮城県涌谷高校、宮城県仙台第一高校、山形県新庄南高校、山形県立鶴岡中央高等学校)

参加高校生の声

大学でどういことを勉強し、卒業後にどんな仕事をしたのかを悩んでいましたが、触れ合う機会のできない大人と話したり、他校の友達ができたり。みなさんとたくさんの時間を過ごして自分はどう働きたいのか、自分がやりたい仕事とは何か、ちょっとずつ見えてきました。(好文館高校 3 年・女子)

こんな経験は学校生活ではなかなか体験することはできません。勉強することや部活動に打ち込むことは大切だけれど、全く別の意味で人生をより豊かにすることができるものだと感じました。いつか参加する側から、一緒に運営していく側に回りたいです。(好文館高校 3 年・男子)

ここががんばれたから、これからもずっとがんばれると思った。こういうプログラムで出会って仲良くなれた人はこれから先も相談とかできるメンバーだと思った。(石巻市立桜坂高校 3 年・女子)

会議の進め方を学べたし、夢につながる貴重な経験だった。女川町の課題が他人ごととは思えなくなった。この学びをここで終わらせたくない。女川町に仕事を作って住みたい。(新庄南高校 2 年 男子)

大人って、仕事を作業にしている人が多いイメージだったけど実際に聞いてみたら、自分が過ごすまちには、自分の仕事に誇りを持っている素敵な大人もいることを知った。(石巻市立女子高校 3 年 女子)

腹を割って話せて、自分のやりたいことを見つめ直せた。学校の外にはこんなに面白い発想を持つ人がたくさんいることに気づいて、もっといろんな人に会いに行ってみたくなった。(仙台第一高校 2 年 男子)

友達に地元のオススメの場所を紹介するときに、気づいたら、その場所にいる「人」を紹介できるようになった。(石巻高校 2 年 女子)

行動力が断然上がりました。気づいたら「あれ、こんなこと今までやってたっけ」って思うようなことにすぐ手を伸ばしています。(石巻工業高校 3 年 男子)

人見知りになおった。なんでも「理由」を考えるようになった。考えること・伝えることが楽しくなった。(石巻市立女子高校 2 年 女子)

今後の展開

本事業は 2016 年 4 月より「NPO 法人かぎっこ PROJECT」として活動を再開し、弊団体も引き続き連携を図っています。

いしのまきカフェ「 」

事業運営資金の柱となるよう、専門家を交えてメニューやオペレーションを見直し、調理接客ともに品質・売上の向上を図っています。高校生が授業中の平日は「KAKKO TEA」として卒業生やスタッフによるカフェ営業を展開中。

高校生百貨店

行政や観光課・物産振興協会等と連携した実施。2016 年度は、仙台 2 箇所、東京で 1 箇所の販売会を開催。さらに他地域(気仙沼、南三陸等)にて、教育関連団体と連携した実施を計画中です。

仕事みち図鑑

かぎっこ PROJECT 全体における学校関係者の協力体制構築、課題ヒアリング、参加生募集に向けたアプローチを目的として、引き続き主に石巻市内の高校にて開講しています。また、さまざまな団体が展開する教育プログラムに活用できるパーツとして、改良を続けます。

その他

企業や生産者とコラボレーションした商品開発を行います。開発した商品は、いしのまきカフェ「 」や高校生百貨店で販売するラインナップに加え、収益を事業実施費として活用します。



小学生百貨店 (2016)

テーマ：キャリア教育 クライアント：株式会社近鉄百貨店

小学生百貨店で
夏のデコパーツを作る

夢のデコパーツを作る

参加小学生募集！ 6/24(金)が切
くわくはウラ面へ

小学生百貨店は、小学生たちが百貨店で働く人々とふれあい、
アドバイスを受けながら、ホンモノのお店(デパート)や、そこで
売れる商品をつくる、ワークショッププログラムです。

Kntetsu
近鉄百貨店



背景

毎夏、あべのハルカス(近鉄百貨店)では、企業による仕事体験イベント「あべの☆子ども博覧会」が実施されています。その中で「小学生による企画・運営をおこなう店舗」もつくりたいというニーズがありました。あわせて、2016年3月に実施した「高校生百貨店」の大盛況を受け、「今度は関西の小学生たちと百貨店づくりに取り組みたい」というクライアントのご依頼を受け、実現しました。

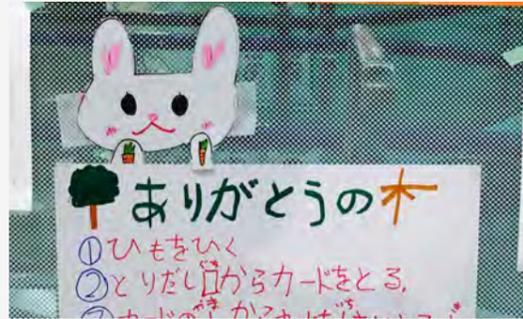
概要

小学生が全5回・約1ヶ月間のワークショップを経て「百貨店」をつくり、2日間の販売会(本番)を行う体験型プログラム。あべのハルカスで働くさまざまな職種のプロにアドバイスを受けながら、ギフトセットなどの商品開発、デザインや空間づくり、接客・販売などを体験し、仲間とともに、「働く」についてや創作力などを学びます。取り扱ったテーマは「お中元」。お世話になった人に日頃の感謝を伝える日本の習わしです。この意味を小学生ならではの自由な発想で捉えて、お店のコンセプト、空間づくり、商品づくりをおこないました。

成果

百貨店という、多くの職業から成り立つ大型複合施設での活動は、さまざまなものに興味関心のある小学生たちにとって、一番の「仕事体験」となりました。

参加数：22名
(3年生9名、4年生4名、5年生4名、6年生5名/男子7名、女子15名)
来場者数：3,000人以上
※「あべの☆子ども博覧会」にて、2日間の販売会、5日間の展示を実施。
販売会購入者数：150人以上 売上：およそ6万円(2日間)



実施内容

参加者の募集

あべのハルカス近鉄本店内でおこなわれる市民活動「縁活」のメールマガジン登録者や、あべのハルカス内のポスター、WebサイトやSNSで呼びかけ、合計22名の小学生が集まりました。

対象 小学3年生～6年生
参加費 無料

ワークショッププログラムの企画・運営・実施



近鉄百貨店とstudio-Lが協働する「縁活」(※)の一貫として開催。小学生が「百貨店を開く」というイベントの開催に向けて取り組む、全5回のワークショッププログラムを企画・運営し、ファシリテーションを実施しました。ワークショップは、一人ひとりの得意や興味のある分野を、本人や保護者の方を通してヒアリングし、随時反映。小学3年生から6年生まで、それぞれ学校や学習状況の違う児童を一堂に会するため、高学年が低学年をサポートする関係性づくりも意識しました。また、「かきかっこPROJECT」卒業生でもある大学生がスタッフとして参入。日頃の学びの実践の場としても活用していただきました。

※市民活動団体やボランティアスタッフ・地域住民・百貨店・顧客が一体となり、日々の暮らしや社会への貢献活動を楽しみながらおこなうプロジェクト。

小学生によるオリジナル百貨店の開店、販売サポート



全5回のワークショッププログラムと、全2回の補習プログラム(造形物の創作)を通して、本番である、「小学生によるオリジナル百貨店」を期間限定でオープン。事前準備の一部や当日のサポートをおこないました。

小学生が担った役割は、コンセプトづくり、ロゴづくり、商品開発、空間づくり、制服デザイン、それらに伴う一部の仕入れ、当日の搬入・搬出、店頭での接客・販売、会計、周辺での呼び込み、そして記録撮影やその後のレポートとしての映像制作まで。フォローが必要だと感じていた部分も、高学年が率先して気を回す様子には驚かされました。また、声の小さな参加生のイキイキとした呼び込みの様子、これまで個人プレーが多かった参加生同士の連携に、見に来てくださった保護者の方から「あんな様子はじめて見た」との声も。ワークショップ中には見られなかった力も多く発揮された販売会となりました。

ワークショップの流れ

毎週日曜日・全5回のワークショッププログラムを開催。

7月3日(日) 第1回作戦会議「オリエンテーション」



チームに分かれてあべのハルカス内をツアー。食料品売り場、お中元売り場、屋上の菜園や、文具・書籍・雑貨売り場などで、気になるものをチェックしたり、百貨店のスタッフに「百貨店とは？」や「お中元とは？」などのお話を聞きました。ワークショップ会場に戻ってみんなで共有。その後、アイデアの種にするために、「この夏にしたいこと」をワークシートに記入しました。

7月10日(日) 第2回作戦会議「どんなお店にする？みんなでアイデア大会！」



22名の参加生を「陸チーム」と「海チーム」に分割！その後、「コンセプトとは？」を学び、1回目に考えた「この夏にしたいこと」をベースに「お店のコンセプト」を決定。陸チームは「森のおまつり」、海チームは「龍宮城」に決定しました。

7月17日(日) 第3回作戦会議「商品づくりの計画書をつくろう！」



さらに、陸チーム・海チームの中で、「空間デザイン」をする人と「商品デザイン」をする人に役割分担。それぞれのコンセプトはもちろん、お中元＝「ありがとうの気持ちを伝える」というテーマをふまえて、店内の設計図を描いたり、商品開発の企画を進めました。

7月24日(日) 第4回作戦会議「商品づくりにいるものを集めよう！」



いざ、空間や商品を作成。とは言え、すべて材料が用意されているわけではありません。百貨店内の店舗に交渉して譲ってもらったり、仕入れに出勤します。大人の人たちへのあいさつ、企画説明をおこなったり、モノの質・容量・値段を見比べながら「どの商品が一番適しているか」を考えました。

8月1日(月) 第5回作戦会議「本番に向けて、プロから接客レクチャー」



本番間近ということで、百貨店の接客のプロから「接客」について学び、シミュレーションをおこないました。その後、想定されるお客さんからの質問を考えたり、「どんな小学生百貨店だったら最高か」を考え、共有しました。

8月5日(金)、6日(土) 販売会「いざ本番、販売会！最後はおつかれさまパーティ！」



日時 8月6日(土)、7日(日) 10:00 - 16:00
場所 あべのハルカス近鉄本店 ウイング館 4F



成果

百貨店という、多くの職業から成り立つ大型複合施設での活動は、さまざまなものに興味関心のある小学生たちにとって、一番の「仕事体験」となりました。

- ・参加数：22名(3年生9名、4年生4名、5年生4名、6年生5名/男子7名、女子15名)
- ・来場者数：3,000人以上 ※「あべの☆子ども博覧会」にて、2日間の販売会、5日間の展示を実施。
- ・販売会購入者数：150人以上
- ・売上：およそ6万円(2日間)

商品や空間について

夏らしく「海チーム：龍宮城」と「山チーム：森のお祭り」に分かれて活動。感謝の気持ちをスタンプで装飾できるエコバックやTシャツを詰めたギフトボックス、家族と一緒に入り、中から出てきたメッセージに基づいて感謝の気持ちを伝える入浴剤など、ユニークなお中元が生まれました。空間づくりも、至るところに「ありがとう」を伝え合える仕掛けが。当日は多くの人に訪れていただき、参加者である小学生が一番、さまざまな人に「ありがとう」を伝える1ヶ月になりました。



制作物

参加生募集チラシ・旗・ワークシート・Tシャツ・名札



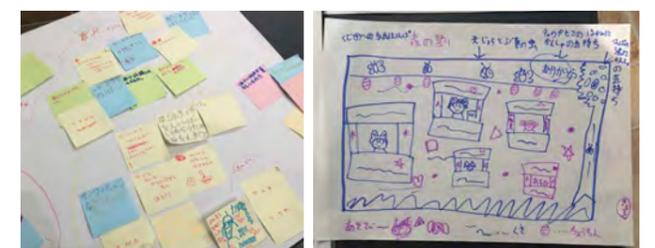
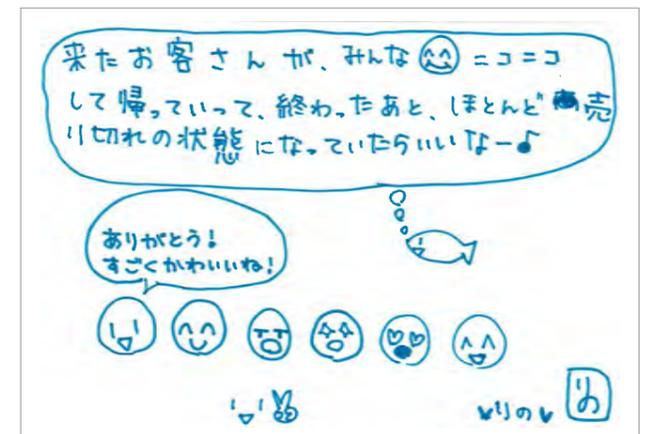
参加小学生の声

- ・はじめのワークショップがついきのうのことみたい！(小4・女子)
- ・お店を開くということがこんなにむずかしいとは思わなかった。(小4・女子)
- ・来年もやりたい。またみんなに会いたい。(小5・男子)
- ・初めて本格的にお店を出して接客をしたことが一番心に残った。(小6・女子)
- ・みんなと力をあわせると楽しかった。(小3・女子)
- ・自分たちでお店をひらいたのがはじめてだったけど、たくさんの大人の人がアドバイスなどをしてくれて、さいこうの思い出になりました。(小4・女子)
- ・一番大事な店は品物の豪華さや大きさではなくみんなのいっしょけんめいさだということ(小6・男子)



成果物

模造紙・ワークシート(記入済みのもの)・参加小学生がつくった映像



まちときどきカエル (2010 ~ 2013)

クライアント：大阪府、日本コカ・コーラ株式会社

テーマ：小学生対象キャリア教育



背景

4万3,000人にも及ぶ大阪府のニート・ひきこもり状態の若者。本プログラムは、若者たちがニート・ひきこもり状態になる前（小学校における学習段階）から、未然に予防していくことを目的にスタートしました。プログラムを通して、厳しい社会変容に対しても柔軟に生き方・働き方を考え、選択し、職業的自立を図ることのできる主体性や問題発見能力、課題解決能力を身につけていきます。また、小学生が地域の課題を解決することで力を付ける新しいキャリア教育モデルとして、大阪だけでなく、全国規模での教育現場への導入を目指しています。



概要

児童が、社会起業家やまちの課題を解決した人々の事例を学び、自分たちの住むまちの魅力を見つめ直したり、「もっとこうなったらいいな」という課題を見つけ、その解決のために行動するキャリア教育プログラム。多くの大人やまちに触れ合う中で、自ら問題に気づき、考え、解決のために行動する実践力を身につけることで、社会と仕事と自分自身の関係性を考え、将来の生き方や進路をよりよく選択していく力を身につけます。また、フィールドワークやwebの活用により、学校・地域・家庭をつなげ、より開かれた多角的な教育活動を展開します。

成果

- ・開講校数：62校
- ・参加小学生数：3200名程度
- ・その他、多数のメディア掲載を経て、平成27年度の小学校3年生における「道徳」の副読本に、教材として掲載されています。

事業内容



2010年

初年度は大阪府の「重点分野雇用創出基金事業 小学校・家庭・地域連携型ニート予防事業における新規プログラム」として、大阪府内の50箇所の小学校（5日間実施校10校／1日実施校40校）にわかれ、実施。主な対象は、小学4～6年生。児童の活動レポートは、Webを通して誰でも閲覧することができ、感想やコメントを書き込んだり、賞を与えることができます。5日間実施校の10校においては、グランプリ決定会議にて、各著名人から賞が授与されました。



2012年

初年度でパッケージ化された本プログラムは、翌々年、日本コカ・コーラ社「い・ろ・は・す“地元の水応援プロジェクト”」助成事業として展開。大阪狭山市立南第一小学校の6年生を対象に、「水資源」をテーマにした「未来のみずカエル大作戦!!」を実施しました。5日間の授業の中で、約60名の子どもたちが、水問題に取り組む専門家やクリエイターとともに「バーチャルウォーター」についてや、まちの水に関する課題を学び、未来の水資源を守るための取り組みを考えました。



2013年

翌年も「い・ろ・は・す“地元の水応援プロジェクト”」の助成のもと継続。また、大阪狭山市教育委員会からの依頼もいただき、大阪市千本小学校5年生と、大阪狭山市北小学校6年生の2校で実施。プログラムはブラッシュアップし、企画運営チームに教員を目指す大学生が参画する仕組みを新たに導入。小学生に対する受益だけでなく、大学生のキャリア教育や、教員になるまでの限られた教育現場経験を創出します。

プロジェクト詳細

本プログラムは、基本的に5日間のワークショップ形式でおこないます。小学生たちは、「まちの課題を考える」「課題解決のための作戦を考える」「協力者を自ら開拓し、実際にアクションを起こす」「それらの課程を取りまとめ、発信する」の全てに対し、主体的に取り組み、まちの課題を解決していきます。

5日間のフロー

STEP1. 事例を学ぶ



まちの課題を解決する活動に取り組む大人や小学生の事例を学びます。自分たちでもまちを変えられることを理解します。

STEP2. まちの課題を洗い出す



身の周りの困ったことや不思議なことを洗い出し、グループで1つ、取り組むテーマである「まちの課題=カエルポイント」を決定します。

STEP3. アクションを考える



カエルアクション実行のために必要な情報・人などを集め、たくさんの大人や職業に会いながらプランを実行していきます。

STEP4. アクション実行



グループで決定したまちの課題に対しての「アクションプラン=カエルアクション」を考え、実行にうつす準備をします。

STEP5. 発表の準備



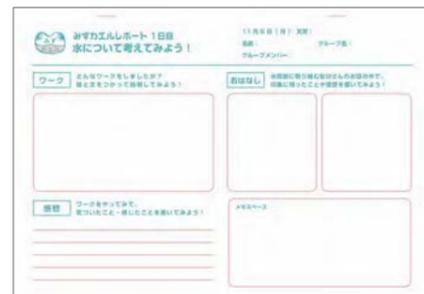
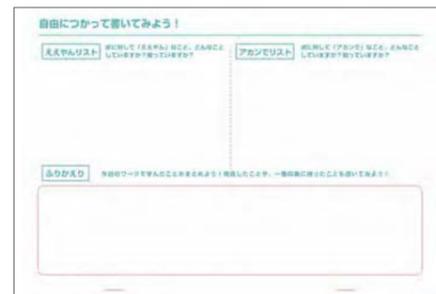
グループごとにプラン構築・実行の過程や結果、振り返りなどをまとめ、発表準備。人に伝わりやすい工夫を凝らし、グループの想いを編集します。

STEP6. 発表



グループごとに発表します。大阪に縁のある著名人に5日間の様子や発表時の映像をご覧頂き、コメントや賞をいただきます。

オリジナル教材、グッズ等の開発



プログラムで使用するオリジナルの教材を開発しました。その他、カリキュラムブックと合わせて活用するワークシート（まちカエルレポート）やノート、バッジ、スタッフTシャツなどのグッズも開発。小学生たちの創造意欲を引きだす工夫をデザインに落とし込みました。

大学生スタッフの構築



本プログラムを実行するにあたり、教員志望者および教育関係の職種を志す大学生をボランティアスタッフとして導入。事前研修やチームビルディングを行い、実際に小学校での授業実施を担当したり、運営サポートをすることを通し、彼らの現場研修としての機能も果たします。

アクション例 1 「あいさつ自動販売機」



聖和小学校の子どもたちから出たまちカエルポイントは「ありがとうを増やしたい」「あいさついっぱいの人にしたい」という声。立ってあいさつ運動するだけじゃ普通だし、まちのみんなは巻き込めない…ということで、「あいさつ自動販売機」を開発することに。子どもたちが配布する「あいさつカード」を挿入すると、中に入っている子どもが「おはようございます！お仕事ですか？頑張ってください！」「こんにちは、その眼鏡似合ってますね～！など、一言ポジティブワードを添えてあいさつしてくれるというものです。

実行にあたり、地元の段ボール工場には現場見学と材料提供、制作サポートを、最寄り駅（JR 天王寺駅、寺田町駅）には開催場所のご提供をいただきました。



- 大阪市立聖和小学校 3年生
- まちカエルポイント（課題）まちにあいさつが少ない！みんな知らん顔で忙しそうに歩いている。
- まちカエルアクション：「あいさつ自動販売機」で、天王寺を日本一「あいさつ」の多いまちにする！

<教科書になりました！>

まちカエルアクション「あいさつ自動販売機」は、小学校3年生の「道徳」の副読本に掲載されました。現在も、たくさんの小学校が「あいさつ自動販売機」に取り組んでくださっています。



- [取り組まれた学校の例]
- 千葉県 印西市立木刈小学校
 - 兵庫県 豊岡市立田鶴野小学校
 - 沖縄県 宮古島市立久松小学校
 - 石川県 かほく市立外日角小学校
 - 新潟県 小千谷市立片貝小学校
 - 埼玉県 深谷市立深谷小学校 など…

※各小学校のブログ等にて、取り組んだ様子のご紹介をいただいております。
▲平成27年度改訂版『みんなで考える道徳』3年

アクション例 2 「黒白大福」

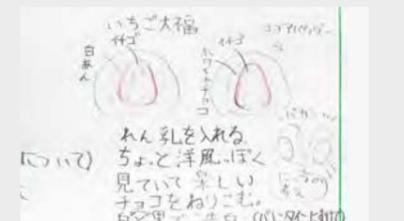


狭山はあまり認知度がなく、地元の人が自慢しているところもあまり見ない…という声。どうすれば人気が出るか考えている中で、「観光地って絶対名物のお菓子があるよな」と気づき、「逆に先につくっちゃえば来るかも！」というアイデアが出ました。

そこで、まちなかでアンケートを採り、その結果を元に、黒の生チョコ大福と白のいちご大福のセット「黒白（こくはく）大福」を考案。2011年2月14日のバレンタインデーに合わせて、「告白」とかけました。

この計画と子どもたちの想いに地元の和菓子屋が感動し、全面協力。期間限定で実際に開発と販売が行われ、即完売となりました。また、子どもたちの想いもあり、売上はすべて、大阪狭山市内の小学校の緑化に使用されました。

- 大阪狭山市立南第一小学校 6年生
- まちカエルポイント（課題）：狭山にはいいところが多いのにみんな知らない＆人が全然来ない！
- まちカエルアクション：観光地には名物のお菓子がある。ならば先に銘菓をつくってまちを知ってもらい、好きになってもらう！



駄菓子パーラー (2014)

クライアント：NPO 法人み・らいず (独立行政法人福祉医療機構 社会福祉振興助成事業委託先) テーマ：高等学校中途退学者予防支援



背景

大阪府における高校中退者数は年間 4,959 人 (平成 24 年度)、全国の中でもワースト 2 位。全国的には高校生の中途退学者数は減少傾向にありながらも、不登校者数は増加傾向にあり、中途退学者が危惧される高校生が多く在学していることが予想されます。中途退学予防や中途退学後を見据えたサポートをすることで、ひきこもり・ニートになる若者を減少させ、生活保護等の社会課題への発展を防ぎます。

概要

社会福祉士や臨床心理士ら専門家と大学生ボランティアが、移動式屋台駄菓子パーラーと一緒に高校へ出張。学校の一角に駄菓子パーラーを設け、高校生の居場所づくりと相談サポートを行いました。また、オリジナル商品の開発や接客の練習、社会人との交流会を経て、高校生がまちなかで接客体験を行い、職業観を醸成する機会を創出。弊社はプロジェクトの核となるコンセプトの開発などに携わりました。

成果

- ・高校内中退予防サポート参加者数 454 人
- ・学校外の就労体験参加者数 10 人



事業内容

高校内中退予防サポート

事業趣旨に共感していただいた高校に駄菓子パーラーを設置。学校にありそうでない、ゆっくり一息つける居場所スペースを提供するほか、校内のカウンセラー室を訪れなくとも気軽に生徒の様子を観察したり、話を聞いたりできる機会を創出しました。

開催日	対象	開催時間
2014 年 10 月 ~ 第 2・4 水曜日	大阪府立桃谷高等学校	授業前、昼休み、放課後に設置、計 19 回
2014 年 11 月 21 日 (金)	大阪府立適応指導教室	月 1 回随時開催
2014 年 12 月 17 日 (水)	大阪府立守口東高等学校	昼休み、月 1 回随時開催
2014 年 1 月 14 日 (水)	大阪教育センター付属高等学校	昼休み、月 1 回随時開催



学校外での就労体験

職業観醸成を目的とした、働く大人と高校生が交流するためのワークショップの開催や、実際の商品の販売を想定した商品開発等、「はたらく」ことについて考えるきっかけづくりを行いました。また、希望する生徒は企業との協働で行う、企業の軒先販売体験にも取り組みました。

事前研修

2014 年 11 月 21 日 (金)	キャリアワーク授業①	2015 年 2 月 6 日 (金)	販売体験を終えて振り返り
2014 年 12 月 22 日 (金)	キャリアワーク授業②	2015 年 3 月 6 日 (金)	「はたらく」について考えるワークショップ
2015 年 1 月 9 日 (金)	キャリアワーク授業③	2015 年 3 月 20 日 (金)	マナートレーニング、接客練習

事前研修

2015 年 1 月 19 日 (月)	梅田スカイビル地下 1 階 協力：積水ハウス株式会社
2015 年 3 月 8 日 (月)	こどもまち (大阪市住之江区イベントにて)
2015 年 3 月 25 日 (水)	大阪ガスビル 1 階 協力：大阪ガス株式会社

ごみひろい (2007 ~)

テーマ：まちの清掃活動、若者のボランティア活動参加契機創出



背景

スマスタ創業時からのプロジェクト。2007年より、まちの景観を変えるアートなごみひろくろをつかって、主に20～30代の若者がまちの清掃活動をおこなっています。学校や会社帰りに参加できる地域チーム別のごみひろいの他、オールナイトごみひろい・無人島ごみひろいなどのイベント型ごみひろいも。軍手さえあれば誰でも気軽に参加できるカジュアルな活動は、「なにかしたい」と考える若者たちの最初のコミュニティとなり、現在は社会人基礎力養成を目指す若者に提供するプログラムとしての機能を果たすまでもなっています。

概要

- ・まちのごみひろい 月4回開催（アメリカ村／池田／尼崎）
- ・イベント型ごみひろい 年1回開催（オールナイト／無人島など）

成果

- ・これまでの参加者人数約10,000人
- ・2015年より大阪マラソンにて「美しいまちと暮らしを支える」公式寄付先団体として選定
- ・2011年3月、本プロジェクトを題材にしたドラマ「ハジメノイッポ」(テレビ大阪)放送
- ・ごみひろいでの出会いがきっかけとなり結婚したカップル2組



まちのごみひろい

アメリカ村ごみひろい



リーダー：古谷マスター
 実施日時：毎月第2・4火曜日 20:00～21:00
 集合：digeoutART&DINER
 実施回数：約214回

池田ごみひろい



リーダー：ごう先生
 実施日時：毎月第3金曜日 20:00～21:00
 集合：阪急電車池田駅 改札前
 実施回数：約95回

尼崎ごみひろい



リーダー：大谷先生
 実施日時：毎月第4木曜日 20:00～21:00
 集合：阪神電車尼崎駅 改札前（噴水側）
 実施回数：約110回

活動終了



中崎町ごみひろい 実施回数：27回 / 堺ごみひろい 実施回数：6回 / 扇町ごみひろい 実施回数：12回 / 北新地ごみひろい 実施回数：約86回
 京都ごみひろい 実施回数：41回 / 西ノ宮ごみひろい 実施回数：29回 / 西九条ごみひろい 実施回数：35回 / 森のごみひろい IN 奈良公園 実施回数：29回

イベント型ごみひろい

2007年～

オールナイトごみひろい



夜中の23時に道頓堀に集まり、チーム別でごみの量を競うオールナイトごみひろい。オールナイトでの開催なので、まちのごみひろいの時間帯に参加できない人や遠方からの申し込みも多数あり、毎回100人ほどの若者が集まります。

実施回数：47回

ゴミ袋提供：GARBAGE BAG ART WORK

参加者：100名前後

2008年10月12日

御堂筋 1000人ごみPLAY！！



梅田新道から本町通の約1.6キロを歩行者天国にする「御堂筋Kappo（かっぱ）」内のコンテンツ「御堂筋Kappo 1000人ごみPLAY！！」の企画・運営を担当。花柄や魚柄のかわいいゴミ袋を手で清掃活動を行いました。

2008年5月3日・2009年5月3日

53 DAY 53PLAY ～ごみのひ。ごみひろい。～



5月3日はごみの日と称し、日本全国でごみひろいが行われている中、弊社もごみひろいを企画。2008年度は約50名の若者が参加、翌年度は若者55名と6匹の犬が参加。2008年度のみ特別に犬のデザインごみぶくろを制作しました。

2009年10月31日・2010年10月31日

コスプレごみひろい



ラジオ局 FM802 がサポートする大阪市の取り組み、市民協働キャンペーン「Livin' with ♥ OSAKA CITY ～アメ村コスプレごみ拾い～」に協力というカタチで参加しました。

無人島ごみひろい（2009年～）

和歌山県・友ヶ島は多くの自然に恵まれ、観光名所として近年人気上昇中の島である一方で、都会からたくさんのごみが漂着する島でもあります。漂着するごみの清掃活動を通じて、島と繋がっている自分たちのライフスタイルを見直すきっかけや、環境意識を高める機会として毎年1回開催しています。

2016年度は、10周年を記念して1泊2日のキャンプを実施。友ヶ島の海岸「北垂水」「南垂水」での清掃に加え、漂着ごみを活用したアート作品づくりや水資源ワークショップなどを行いました。

無人島ごみひろい（2009年～）

後援：和歌山市 助成：TOTO 水環境基金（2016年）

※「無人島ごみひろい」は、NPO 法人ゴミゴ・ゴミ拾いネットワークと協働し「島ゴミプロジェクト実行委員会」として活動しています。

2007年 31名参加／ごみ 100袋
2008年 105名参加／ごみ 400袋
2009年 55名参加／ごみ 300袋
2010年 120名参加／ごみ 400袋
2011年 80名参加／ごみ 211袋
2012年 56名参加／ごみ 232袋
2013年 109名参加／ごみ 307袋
2014年 117名参加／ごみ 327袋
2015年 73名参加／ごみ 195袋
2016年 86名参加／ごみ 156袋



地名ゴミの調査



地名を特定できるごみ（地名や電話番号が書かれたライター、ゴルフ練習場の名前が書かれたゴルフボールなど）や表記が日本語ではない外国製品と思われるごみが数多く見られます。このようなごみから、友ヶ島へ漂流するゴミが捨てられた場所や地域を特定または推定し、分析・調査したものを報告しています。

ごみぬりえ



カラフルな漂着ごみを並べて、ごみのぬりえを制作。ぬりえコンテンツを通じて、私達の生活ゴミが島に流れ着いているという事実を視覚的に感じ、学びます。年齢を問わず参加者が一緒に取り組み、漂着ゴミについての理解を深めるきっかけへとつなげます。

水資源ワークショップ



同じ興味関心をもつ仲間との共同作業・共同体験を盛り込むことで、環境保全に関する知識や技術を獲得するとともに、実生活に戻っても継続した意識を持ち行動するための環境意識を養成します。

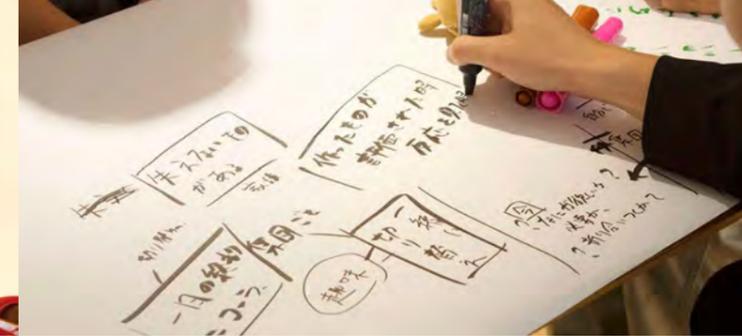
ごみランタン



海岸清掃後、漂着ゴミであるペットボトルやプラスチックなどを活用したランタンを参加者と共に制作。美化した海岸に作品を並べ、ゴミが美しく生まれ変わる空間を体感し、自らのライフスタイルや環境意識に対して考えるきっかけを生みます。

大阪マラソンーチャリティ活動ー (2015～)

テーマ：チャリティ文化の普及、寄付金活動



背景

大阪マラソンは「チャリティ文化の普及」を目指し、参加ランナーやボランティアなど多くの方がチャリティに参画する機会を提供している国内でも大規模な「チャリティマラソン」です。個人がチャリティを通して、あらゆる問題に参画できる仕組みは、持続可能な社会づくりの実践的プログラムであるとともに、未来を創造する社会・文化づくりにおいて重要な位置づけと捉えています。民間・共済型モデルの確立を目指し、大阪マラソンと共に、地域を育て、歩んでいきたいと考えています。

概要

2015年第5回大阪マラソン、2014年第6回大阪マラソンの公式寄付先団体として選ばれ、「美しいまち暮らしを支える」というチャリティテーマの枠で寄付金を募集。2007年より取り組む清掃活動が、今では若者就労支援の一環となっているように、外観の美しさだけでなく、若者一人ひとりがイキイキと働くことのできるまちこそが「美しいまち」の本質なのではないかと呼びかけました。

チャリティランナーと若者の交流が生まれるイベントや寄付先団体とのコラボレーション企画を開催し、チャリティマラソンへの理解を促進。さらに、大阪マラソンEXPOでは、たくさんのランナーとの交流を通じてチャリティ活動の機会を促進し、大会全体を盛り上げました。



実施内容

ランニング部



2015年度：スマスタマラソン部
(7月～10月、月3回程度)
2016年度：ハローライフランニング部
(6月～9月、隔週)

トークイベント



「チャリティランナーの人生をのぞいてみよう」
2016年9月29日開催

大阪マラソン EXPO & 大会当日



インテックス大阪にて大会前3日間をかけて行われるEXPOではブースを設置し、寄付金活動を実施。大会当日はハローライフを利用する若者と共に沿道でランナーを応援しました。

成果

	2015年度	2016年度
大会全体寄附金額	127,683,676円	140,223,415円
スマイルスタイルへの寄附金額	6,403,438円	6,572,560円
大会当日沿道応援者	1,320,000人	1,330,000人
出走者数合計	32,323人	32,259人
スマイルスタイルチャリティランナー数	18名	20名

チャリティランナーのエピソード「苦しむ人に居場所」 2015年9月10日（木） 読売新聞より転用



「人とのつながり、社会に出る後押しをしてくれた皆さんに恩返しをしたい」

若年無業者（ニート）らの就労支援や、ごみ拾い活動を手掛ける「スマイルスタイル」（大阪市西区）への寄付を募るチャリティランナーの1人、中村智也さん（38）はそう話す。大学卒業後、イベント会社で5年勤め、語学力を磨くためと2006年からオーストラリアで1年働いたが、帰国後の就職活動に挫折。作業療法士の資格を得ようと、08年に専門学校に入学したものの、授業の最中に突然息苦しくなり、声が出なくなった。実習でも緊張のあまり、終了後に何も思い出せないことが続いて留年。パニック障害と診断された。「患者と向き合う立場になる人間がこんなこと

でいいのか。」苦しむうち学費が尽きて休学した。友人宅で1年間、引きこもり、12年秋からホームレス生活に。図書館やネットカフェで過ごすようになった。持ち金が2000円を切った13年9月、実家に戻ると父から「お前はいつも独りで決める。一度プロの意見を聞いてみる」と諭された。そして足を運んだ先がスマイルスタイルだった。企業でのインターンシップなどをしながら就労を支援するプログラムがあり、その事前準備として参加者同士で話し合った際、悩みを打ち明けあった。「人前で言葉が出ない」「自分には長所がない」。その時、「初めて僕は独りじゃないとわかった。心をさらけ出すと、目の前の壁が消えた気がした」という。職場体験したラーメン店でその後、アルバイトとして働き、「もっと多くの人と知り合いたい」と活動的な性格になっていった。さらに出会いの輪を広げたのが同団体が企画する街の清掃活動だ。インターネットで告知を見た人が飛び入りで集まるごみ拾いイベントを通じて、まつづくりにも関心を持った。「ホームレスの生活を支える居場所をつくりたい」とラーメン店を退職し、今年5月には大阪市生野区に生活困窮者ら様々な人が集える低価格カフェを開いた。チャリティランナーにならないかと、スマイルスタイルのスタッフから誘われたのは今春。長距離走の経験はないけれど、「あがきながら生きることは決して恥ずかしくないとわかった。だから、マラソンも格好悪く、しぶとく走るつもりです。」同じようにチャリティランナーに登録したスタッフや仲間らと励まし合いながら練習を重ねている。

- ・「大阪に恩返しをしたい！」 ひいらぎ様 ¥70,000
- ・「2015 大阪マラソン！笑顔& High-Touch で大阪の街を走り切るで *v(^o^)*v」 小山三津子様 ¥70,000
- ・「人生初のフルマラソン！大阪のまちをきれいにする NPO『スマイルスタイル』を応援します！」 かつお様 ¥76,500
- ・「若い世代が暮らしやすいキレイな大阪に」 NT様 ¥70,000
- ・「自分のため、仲間のため、お世話になった人達のため。人生初のマラソンでの完走に挑みます！」 中村智也様 ¥73,600
- ・「大阪の未来を創る活動されてるスマスタに恩返し。」 カッシー様 ¥70,000
- ・「大阪マラソン、リベンジします！！（3年前に35キロ地点でリタイヤしました。）」 塩山諒様 ¥70,000
- ・「娘に全力で走る背中を！大阪マラソンサブフォーで完走して、『若者の社会参加の一步』を応援！」 藤吉航介様 ¥70,000
- ・「教育が世界を変える！多様性が認められる社会へ！」 しりゅ様 ¥75,500
- ・「生まれてくる子どもたちに伝えたい、大阪の素晴らしさ！日本の素晴らしさ！！そして、大人の本気の素晴らしさ！！！」 山崎良様 ¥70,000
- ・「大阪の街をもっときれいに！もっと楽しく！元気になることを応援。」 そのほか、ブッシュ様、たがわ様、木戸伸幸様、森拓郎様など、計18名。
- ・「街のキレイから笑顔を作る！」 shirokuro様 ¥70,000
- ・「ランニングする姿を通じて、新しいチャレンジを始める人を10人見つけます。」 maruchef様 ¥70,000
- ・「お互いの価値を認め合い、しんどい時に支え合える社会を作りたい」 クリちゃん様 ¥70,000
- ・「若者に関西で元気に働いてほしい！！」 ウルフ様 ¥78,600
- ・「新しいことを始める楽しさを感じ、伝えたい！初のシティマラソンにチャレンジします！」 まっくす様 ¥70,555
- ・「いつかは走る！と思いつつ先延ばしにしてたフルマラソン。やるなら今でしょ！完走目指します。」 家城 康太様 ¥70,000
- ・「頑張る人を応援したい！私も何かを頑張りたい！初のフルマラソンに挑戦します。」 ばるむ様 ¥70,000
- ・「悩み、迷いながらも頑張る子どもたちを応援！オモロイ大人になろー！」 岩本朋様 ¥70,000
- ・「サブ4目指します！今年は、結婚やらマラソンやら、新しいチャレンジがたくさん年！」 岩本恭典様 ¥70,000



日本財団ソーシャルイノベーター支援制度 (2016)

テーマ：若者支援施策、支援制度 クライアント：公益財団法人日本財団



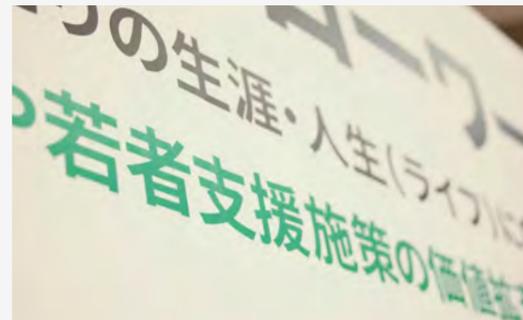
背景

人口減少、超高齢化、子どもの貧困問題など、わが国にはさまざまな社会課題に直面しています。公益財団法人日本財団（以下、日本財団）が実施する「ソーシャルイノベーター支援制度」は、そんなあらゆる社会課題に向けて革新的な方法で解決に取り組む人材・チームを日本中から募り、選出されたソーシャルイノベーターに対して日本財団がその活動資金を支援する制度です。2016年に初めて実施された本支援制度では、全国から200件を超える応募があり、審査によって10組のソーシャルイノベーターが決定しました。

ソーシャルイノベーターに求められる要件としては、

1. 既存概念にとらわれない発想で、社会課題を解決する革新的ビジョンを描くこと
2. 社会課題解決に向けた出口（目標）を描き、事業の発展及び継続に向けた戦略を構築すること
3. 社会課題解決に向けた強い意欲を有し、プロジェクトを遂行する覚悟を有すること
4. セクターを越えたチームを組成し、共通認識の醸成や利害関係の調整を行い、マルチセクターの協働を実現する能力を有すること
5. 自らの活動を積極的に発信し、内外の協力を引き出す訴求力及び説得力を有すること

弊社代表・塩山も「誰もが安心して働き、働き続けることができる社会」を実現したいビジョンとして掲げ、10組のソーシャルイノベーターの中の1組として選んでいただくことができました。



概要

ビジョンを実現するために私たちは一つの大きな構想を描きました。それが、「ハローライフ構想」です。「ハローライフ構想」は、とりあえずの仕事（ワーク）ではなく、ひとりの生涯・人生（ライフ）に向き合う改革の宣言とその内容を提示したもので、行政・民間とともに新しい若者支援施策のモデルを構築し、全国へ一気に波及させ、社会全体の雇用インフラに革命を起こすことを掲げています。主に4つのアクションで構成されています。

action1 「若者支援施策イノベーション委員会」の発足

若者支援領域に、専門的・学術的知見を持つメンバーをむかえた研究委員会を発足。若者支援施策の価値拡充に向けた意見交換・検討会議等の必要な内容を繰り返しながら、あらゆる角度から課題解決のための調査研究を行います。（クリエイト・アップデートのためのシンクタンク機関）

action2 公営住宅を活用した若者の生活・就労支援モデルの構築

現在の公営住宅法で対象外とされる「単身の若者」の入居を認め、空き物件の公営住宅を若者の生活インフラとして供給できるように 規制を緩和。住居を提供するだけでなく、就職支援や地方自治体と連携したコミュニティ支援を行うことで、若者の自立を促進します。

action3 民間資源を活用した若者支援拠点の開設とコンサルティングメニューの提供

地方自治体が運営する「地方版ハローワーク」や厚生労働省管轄の「若者サポートステーション」等で働く職員への調査を行い、本構想で結成するイノベーション委員会との意見交換を踏まえてコンサルティングメニューを作成後、試験的に導入します。導入効果を検証し、取りまとめ、全国のハローワークや若者支援施策を刷新するための理想的なハローワークのモデル構築を行います。

action4 ハローライフ構想アクションの効果検証

アクションプランで掲げた内容の効果を検証するために、効果検証チームを配置し、その効果を取りまとめます。内容をとりまとめ、従来のハローワークや若者支援施策や社会に必要な項目を整理します。



成果

ソーシャルイノベーター 10 組に選出



200 件以上の応募の中から、ソーシャルイノベーターファイナリストとして 10 組に選出されました。

ソーシャルイノベーター 2016 に選出された 10 組

- 伊藤次郎 / NPO 法人 OVA 代表理事 (31) 「こころのインフラ」を創造する
- 岩本悠 / 学校魅力化プラットフォーム共同代表 (36) 学校を核とした地域創生のスケールアウト
- 河内崇典 / collective for children 共同代表 (39)・高亜希・同代表 (36)
子どもたちが生まれてから社会に出るまで当たり前地域で暮らせる社会
- 塩山諒 / NPO 法人スマイルスタイル代表理事 (31) 誰もが希望を見出し、働き続けられる社会
- 下沢貴之 / ライフジム運営協議会会長 (43) ライフジムで日本を健康に、もっと元気に
- 竹井智宏 / 一般社団法人 MAKOTO 代表理事 (41) 人が復活！ 地方が復活！ そして、日本が復活へ！
- 船屋詩野 / 一般社団法人 Open Impact Systems プロジェクトマネージャー (37)
人々が関係性を理解し、効率的に協働する社会
- 手島大輔 / セルザチャレンジ代表 (46) 革新的な口腔ケアで全国の障害者の仕事創出
- 中嶋健造 / NPO 法人自伐型林業推進協会代表理事 (54) 世界をリードする森林大国日本へ
- 林篤志 / Next Commons Lab 代表 (30) ポスト資本主義 / 新しい社会システムの構築

若者支援施策の在り方について意見交換を実施



ハローワークなどの中間支援機関や若者支援施策の在り方について、実際に働かれている職員・統括マネージャー、若者支援機関スタッフ、行政担当者等と意見交換を行いました。集約した意見を元に、理想的なハローワークや若者支援施策を検討しました。

若者支援施策「イノベーションマニュアル」の制作



ハローワークや若者支援施策の価値拡充を図るアイデア・アクションプランをとりまとめ、若者支援施策「イノベーションマニュアル」を制作しました。

ソーシャルイノベーションフォーラムでの展示やプレゼンテーションの実施



2016 年 9 月 28 日～ 30 日まで、虎ノ門ヒルズ(東京都港区)にて行われた「ソーシャルイノベーションフォーラム」にて、弊社がこの 3 年間で取り組む「ハローライフ構想」での 4 つのアクションについて、展示とプレゼンテーションで説明しました。

実施内容 2016 年 7 月～ 2016 年 12 月 31 日

2016 年 7 月

事業開始。雇用のセーフティネット・ハローワークや若者支援施策の価値拡充に向け、ベースとなるプランを検討しました。

2016 年 8 月

ベースとなるプランを持って、ハローワークや若者支援施策の在り方について、行政機関や若者支援機関等へ訪問し、あらゆる地域の若者支援における課題のヒアリングを行いました。その後、その意見をもとに、事業計画書の作成に取り掛かりました。

2016 年 9 月

2017 年から 3 年の間に実施する活動について、20 ページの事業計画書にまとめ提出しました。また、2016 年 9 月 28 日～ 30 日まで、虎ノ門ヒルズ(東京都港区)にて行われた「ソーシャルイノベーションフォーラム」にて、弊社がこの 3 年間で取り組む「ハローライフ構想」での 4 つのアクションについて、展示とプレゼンテーションで説明。「ハローライフ構想」として、とりあえずの仕事(ワーク)ではなく、ひとりの生涯・人生(ライフ)に向き合う改革の宣言とその内容を提示した。行政・民間とともに新しい若者支援施策のモデルを構築し、全国へ一気に波及させ、社会全体の雇用インフラに革命を起こすことを掲げています。



2016 年 10 月

「ハローライフ構想」で掲げた 4 つのアクション(アクション 1:「若者支援施策イノベーション委員会」の発足/アクション 2:公営住宅を活用した若者の生活・就労支援モデルの構築/アクション 3:民間資源を活用した若者支援拠点の開設とコンサルティングメニューの提供/アクション 4:ハローライフ構想のアクションの効果検証)の実現に向け、活動しました。

2016 年 11 月

アクション 2 の公営住宅を活用した若者の生活・就労支援モデルの構築では、事業実施に向け、ベースのプランの再構築を行った。また大阪府への連携協力を仰ぎ、実際に大阪府内にある空室状態の公営住宅を視察しました。



2016 年 12 月

本事業で掲げたハローライフ構想の実現に向け、その詳細のアクションをテキストと図に起こした「イノベーションマニュアル」を制作しました。

メディア掲載情報（一部抜粋）

公共事業

■ ボケない大阪移住プロジェクト

- 2016/08/09 Yahoo ニュース
「ボケない大阪移住プロジェクト」始動で公式サイトがツッコミ待ち
- 2016/08/10 日本テレビ「NEWS ZERO」ZERO BUZZ コーナー
- 2016/08/16 日本経済新聞「大阪の企業で就業体験 学生らにお試し移住」



日本テレビ「NEWS ZERO」より

■ ハローライフ / 縁就活

- 2015/05/11 NHK おはよう関西 大学既卒者など対象に就職支援講座
- 2015/06/25 日本経済新聞 既卒就活 仲間と共闘
- 2015/08/10 毎日新聞 おおさかの市民パワー：求人票にない情報も 若者の声聞き就活応援
- 2015/11/19 読売テレビ 関西情報ネット ten.



読売テレビ「関西情報ネット ten.」より

■ The Work

- 2015/07/01 大阪日日新聞 ステージア音楽堂通信「オーケストラの就活支援」
- 2017/04/14 毎日新聞 作曲通じ人生に自信を

■ 奈良若者サポートステーション

- 2015/11/16 NHK 奈良 若者就労相談窓口を開設
- 2015/11/28 産経新聞「人生相談員」がアドバイス「働きたい！ワカモノ人生相談所 in 奈良」オープン

企業事業

■ OBTP

- 2015/09/30 読売新聞 走り方 専門家に学ぼう
- 2015/10/08 NHK ニュースほっと関西 大阪ビジネスパーク 働く人に楽しい街へ
- 2015/10/09 Yahoo! ニュース 大阪 OBP でホコ天フェスタ



NHK「ニュースほっと関西」より

B to C 事業

■ CHASHITSU Japanese Tea & Coffee

- 2015/09/10 交通タイムス カジカジ
10月号 大阪特集【京町堀エリア】現代版茶室とブックカフェの MIX
- 2016/02/08 関西春 Walker パークサイドにカフェが続々!
- 2016/03/23 関テレ 関ジャニ∞のジャニ勉 2/∞
- 2017/02/28 婦人画報 4月号
- 2017/03/23 SAVVY
- 2017/04/20 びあ 関西カフェブック「男子も女子も、今行くべき142のカフェ。」
- 2017/04/26 朝日新聞 カフェブック大阪カフェ2017



SAVVY 5月号より

その他

- 2017/07/01 朝日新聞「良い出会い求め 職探し伴走」

「ボケない大阪移住プロジェクト」始動で公式サイトがツッコミ待ち 稲川淳二っぽい東京怪談も

ねとらぼ 8月9日(火)23時18分配信

移住を考えている東京圏の人々に対し、まったくボケていない大阪の魅力の情報を届ける「ボケない大阪移住プロジェクト」が始動しました。公式サイトでは、大阪にある特徴的な会社と、居住エリアを紹介。さらに「ボケない大阪へ、ツッコメ」という言葉と共に、大阪の地に顔から突き刺さる人の画像が……って、もうボケてるじゃねーか!

大神家の一族かな? (公式サイトより)

【稲川淳二っぽい「東京で本当にあった怖い話」】

プロジェクトでは、「おためし移住プログラム」を3つ用意。1つ目は、大阪の「トガッた」15社から1社選び、それぞれで出される課題に対して解決するプランを提案する「仕事体験」。2つ目は、スタートアッププロジェクトに参加し、お互いの意向が合えばそのまま立ち上げメンバーとなる「起業体験」。最後に、「IT企業とチームを組んでアイデア出し会議をし、発表するイベント「大阪ブレインストーミング」。

それぞれWebフォームから応募し、その後は面談や講座の受講などを行い、会社側とマッチングした場合は入社や移住をサポートする仕組みになっています。

大阪の「人気の暮らしエリア」では、千里ニュータウン、梅田、京町堀、堀江、谷町6丁目、金剛ニュータウンの6つを紹介。それぞれそのエリアを詳しい人が、写真で街並みやオススメの理由を挙げて、ニーズにあった理想的な暮らしを案内しています。

また、Web限定スペシャル動画として、稲川淳二っぽい内容の「東京で本当にあった怖い話」が4本公開中。「人間が詰まった鉄の箱 編」「謎の消失 編」「変わり果てた姿の男 編」など、タイトルは確かに怖そうです。いろんな意味でツッコミ待ちだ……!

最終更新:8月9日(火)23時18分

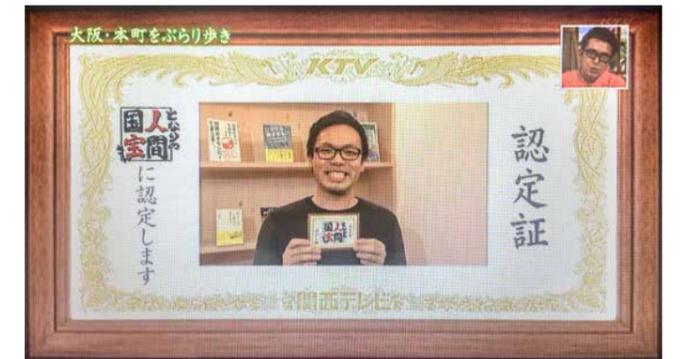
2016/8/9 掲載分 Yahoo ニュース「ねとらぼ」より

ブレイク 11 NOVEMBER 2016 VOL.076

特集・地域の可能性を引き出すクリエイティブ

全国最速で実現! ユニークな自治体 公募のWebサイト

2016/11月 掲載分 ブレイクより



2015/2/13 放送分 関西テレビ「よ〜いドン!」より

若者の就労を支援するNPO事務局長 古市 邦人さん(30)

良い出会い求め 職探し伴走

若者の就職を支援するNPO「スマイルスタイル」(大阪市)の事務局長。就職を始めた。職を求める若者同士でグループをつくり、自己分析などの研修を受け、不安や悩みを打ち明け、ひとりで悩む若者も多いが、仕事を求めている。良い出会いがたくさんある。人生が楽しくなった。

2年前、新たな支援プログラム「縁就活」を始めた。職を求める若者同士でグループをつくり、自己分析などの研修を受け、不安や悩みを打ち明け、仕事を求めている。良い出会いがたくさんある。人生が楽しくなった。

京都府出身。大学卒業後、大手学習塾に就職する。「大学入学までではなく、その先のキャリア支援がしたい」と転職。自宅倉庫でカレー屋も営む。

前にそこを乗り越えてほしい。高校時代までは人見知りだった。社会的になったのは、大学で足つぽマッサイジのサークルに入ったことがきっかけだった。バイクで日本縦断。海外でヒッチハイク。旅先で偶然出会った人の足をマッサイジにしてあげた。体も心も打ち解け、いろいろ話ができるようになった。「良い出会いがたくさんある」。人生が楽しくなった。

4年前にスマイルスタイルで働き始めた。転職したころ、ひきこもりの大学生と会い、その学生を誘って何度も小豆島へ。島民と会話するうちに、学生が変化していくのを目の当たりにした。学生はその後、大阪の町工場に就職した。「仕事を紹介するだけが就労支援じゃない。良い出会いをもって欲しい」

文・写真 山中由瞳

2017/07/01 掲載分 朝日新聞より

その他のメディア掲載情報につきましては、Web サイトよりご覧いただけます。

講演会（2015, 2016 年度より一部抜粋）

シブヤ大学 10 周年特別授業「CIVIC GENERATION ～いま、わたしたちは“市民役の時代”に生きている～」@恵比寿ガーデンプレイス
 大阪ガスグループ“小さな灯”運動「ソーシャルデザ インフォーラム」@大阪ガス本社ビル
 御所市「みんなで考える少子化時代の小・中学校～学校規模適正化と魅力ある学校づくり～」@アザレアホール
 一般社団法人 日本介護福祉経営人材教育協会「全国介護福祉総合フェスティバル in 大阪」@大阪産業創造館
 一般社団法人大阪府経営合理化協会「求職者に選ばれるための企業づくりとは～現代の若者の動向から考える～」@マイドームおおさか
 東広島青年会議所講演「青少年育成をデザインする」@東広島商工会議所会館
 第2回介護人材確保地域戦略会議プログラム
 「生き残りをかけた人材確保戦略のカギは「選ばれる会社づくり」にあり。」@イノホール&カンファレンスセンター「Room B」
 「不登校を考える親の会」@兵庫県 神戸フロンティアサテライト
 「京都男女共同参画講演会」@京都府庁
 ビッグイシュー基金「第3回若者応援ネットワーク研究集会」@東京 青山
 明石工業高等専門学校 講義@兵庫
 中央ろうきん「いま、なぜ若者応援が必要なのか？」@東京 全通労働会館全通ホール
 「きっかけをいっしょにさがそう！ひきこもり等相談支援機関合同説明会&講演会
 塩山諒×土肥ボン太 ひきこもり状態からの脱出！」@大阪府立男女共同参画・青少年センター
 FACE to FUKUSHI「FUKUSHI 就活ツアー」@大阪市 ハローライフ
 厚生労働省 介護人材確保戦略会議（第2回）「生き残りをかけた人材確保戦略のカギは「選ばれる会社づくり」にあり。」@東京
 「GOOD WORKS GOOD PEOPLE Vol.7 講演会」@栃木県宇都宮市 シェアスペース HOTTAN
 「みんなで考える少子化時代の小・中学校」講演&クロストーク @奈良県御所市
 「ソーシャルな働き方講座」@長野県上田市 HanaLab.TOKIDA
 デザテン4「アイデアのつかみどころ」@大阪南港 ATC
 講義「社会起業論」@山形県 東北芸術工科大学
 「広島ソーシャル・ビジネススタートアップセミナー」@サテライトキャンパスひろしま
 「大阪大学ソーシャルデザイン授業審査評議会」@大阪大学

など 年 30 回程度

メールマガジン

年 11 回 約 3500 名に配信

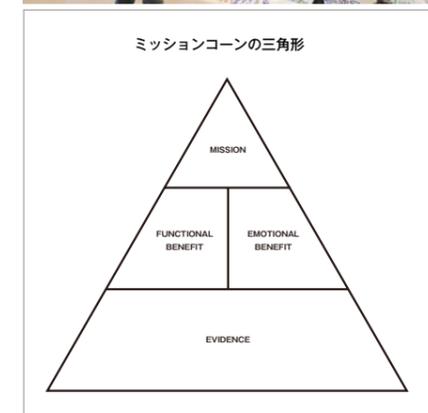


弊社では、年に数回社員全員が揃って参加する社員研修を実施しています。2017 年新年度一回目の 4 月の研修は、「Good Start 研修」と称し、ハローライフを運営するハローライフチーム、クリエイティブチーム、飲食事業チーム、大阪府地域若者サポートステーションチーム、奈良若者サポートステーションチームに分かれて新しい 1 年の良いスタートを切るための準備を行いました。



■「ミッションコーン」の制作

今回は、各チームが目指すビジョンを明確するために「ミッションコーン」の制作を進めました。「ミッションコーン」とは、自分たち（組織・チーム・プロジェクト）の目指す姿や提供する価値を定義した「ミッション」を分解し、三角形の図式にしたものを指します。三角形の一番底辺から「エビデンス」→中段に「ベネフィット（機能的ベネフィット・感情的ベネフィット）」→上段「ミッション」に順番に積み上げたものです。



【エビデンス】 過去の実績や実体験などの事実。具体的に書き記す必要がある。

【ベネフィット】 エビデンスに支えられて提供できる価値。機能的ベネフィット、感情的ベネフィットの 2 つに分けられる。

【ミッション】 エビデンスとベネフィットをもとに文章化したもの。

■「ミッションコーン」ハローライフチームの場合（2017 年 4 月時点）

MISSION

ハローライフが、
大阪本町にしかないならでの若者・企業支援施設として認知・確立している。

FUNCTIONAL BENEFIT

- ・働くことに前向きになれる、仲間とともに戦えるハローライフ スクールという就職プログラム
- ・若者ひとり一人の人生と真剣に向き合った、伴走型のサポートができるスタッフ
- ・就職までの期間だけでなく、就職後も継続的に関わる関係性やコミュニティ
- ・自社への理解度の高い人材と企業をマッチングできる
- ・自社の魅力や課題の整理、社員のモチベーションアップにつながる採用プロセス
- ・若者や組織づくりへの新しい発見や気づきを得ることができる企業コーディネート

EMOTIONAL BENEFIT

- ・ここならなんとかなるんじゃないかと感じる
- ・自分を認め、前向きになれる
- ・ハローライフは「そこにあるだけでいい」と思う
- ・自分の会社に自信を持てる
- ・自社のスタッフを大切に思える
- ・若者と一緒に成長していこうと思える

EVIDENCE (FUNCTIONAL BENEFIT)

- ・2016 年度の Web 登録者数 968 名、縁就活登録 222 名、ファクトリー参加者 9 名、イベント参加者 1074 名。
- ・全 8 回のスクールプログラムに延べ 115 名が参加し、約 6 割が正社員としての就職した。
- ・就職決定の報告に来館したときにお菓子を持参したり、仕事の合間にも来館して結婚の報告をしてくれる卒業生が多数いる。

EVIDENCE (EMOTIONAL BENEFIT)

- ・3,500 人の会員登録と企業の取引実績が 500 ～ 600 社
- ・大手人材紹介会社では採用が決まらなかった企業を含む、求人記事マッチング成功率 7 割
- ・若者や採用に対する意識が変わった企業が 5 社くらいあり、採用や研修プログラムへのより深い関わりになってきている。

アドバイザー会議

2017年のスマスタ設立10周年を見据え、これまでの活動実績への評価と今後取り組むべき課題について、専門家の視点から貴重なアドバイスをいただくためのアドバイザー会議を実施しました。アドバイザーとして、放送大学副学長 宮本みち子氏とビッグイシュー日本代表・CEO 佐野章二氏をお招きしました。また、静岡県立大学国際関係学部国際関係学科教授 津富宏氏からは、書面を通じてのアドバイスをいただきました。

アドバイザー会議概要

日程 2016年6月28日(火) 16:00～18:00
会場 ハローライフ(大阪府大阪市西区鞆本町 1-16-14)

プログラムスケジュール

「これまで3年間、これから3年間のスマスタ」

- 1) スマスタのこれまでの取り組みに関してプレゼンテーション
教育デザイン(島田)、企業デザイン(箭野)、公共デザイン(古市)
- 2) スマスタのビジョン説明(代表 塩山)
- 3) アドバイザーからのコメント(宮本みち子氏、佐野章二氏)



放送大学副学長 宮本みち子氏

「若く、多様なバックグラウンドを持つスタッフによる先進的試み」



ゲストプロフィール

1947年長野県出身。日本の社会学者、放送大学教授・副学長、千葉大学名誉教授。専攻は、家族社会学、若者の社会学、生活経営学。東京教育大学文学部経済学・社会学専攻卒業。お茶の水女子大学大学院家政学研究科修士課程修了。社会学博士。千葉大学教育学部名誉教授、英国ケンブリッジ大学社会政治学部客員研究員を経て、2014年より放送大学副学長。労働政策審議会委員、社会保障審議会委員、中央教育審議会臨時委員、法制審議会民法成年年齢部会委員、内閣府若者の包括的自立支援検討会座長などを歴任。主な著書・論文に「若者が《社会的弱者》に転落する」「若者が無縁化する：仕事・福祉・コミュニティでつなく」「すべての若者が生きられる未来を」など。

評価ポイント

子ども、若者、女性など支援が必要な人に向けての取組みは、官が主導になりやすい。しかしスマイルスタイルは、若さを強みに、支援を届けなければならない相手に向けてのアプローチを続けている。専門的な資格を持つスタッフばかりではないが、多様なバックグラウンドを持つ若いスタッフが集まり、独自性のあるアイデアを展開することで、これまで暗く捉えられがちだった社会サービスのイメージをポジティブなものに転換してきている。社会サービスの改善に若者が参入する動きは韓国での取組みに類似しており、日本ではあまりみられない先進的な試みだと感じる。

課題・今後取り組むべきポイント

社会サービスへのテコ入れを行うためには、民間の中から地域全体を見通してプランニングできる力を持った人が出てこなければ厳しい。スマイルスタイルはその役割を担う可能性があるが、そのためにはプランニングする力を持つ人を育てることが必要。組織として、ダイバーシティの強化やより高度な人材育成に取り組むことが求められる。もちろん、その一方で拠点として持つハローライフでの支援実績や画期的なサービスを創りだし、その結果も地道にしっかり残していかなければならない。その他にも、国の施策のモデル事業を実施できる団体として認識される必要がある。

ビッグイシュー日本代表・CEO 佐野章二氏「本来の目的を乗り越えた展開をする可能性がある」



ゲストプロフィール

1941年大阪出身。日本の社会起業家、都市計画コンサルタント。ビッグイシュー日本代表CEO。大学卒業後、映像制作会社、大学の学生部勤務、都市計画コンサルティング会社勤務を経て独立し、地域調査計画研究所を設立。その後、NPO法の制定に関する基礎調査をはじめ、日本各地のNPO支援センターの立ち上げ支援を行う。2000年代からは、ビジネスによる社会問題の解決を提案。2001年NPO「シチズンワークス」を設立。2003年5月、有限会社ビッグイシュー日本を設立し、イギリス発祥のホームレス支援雑誌『ビッグイシュー日本版』を創刊。2007年ビッグイシュー基金設立、理事長就任。2010～2011年には、内閣府「新しい公共」円卓会議の会員を務めた。主な著書に『ボランティアをはじめのまに』『ビッグイシューの挑戦』『社会を変える仕事をしよう』など。

評価ポイント

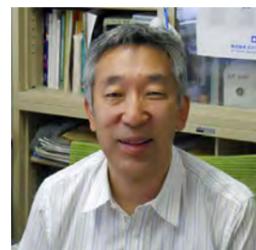
スマイルスタイルの活動は、事業の発端にある問題意識の持ち方が、社会から承認されていない人たちに共鳴するものになっていることが印象的である。また、そこから生まれる事業のアイデアが大変興味深い。さらに、いしのまきカフェ「」(かぎかつこ)や高校生百貨店は、被災地に実際に赴き、今も事業を継続していることが素晴らしい。この事業は、若者支援団体だけにとどまらず新しいネットワークを形成し本来の目的を乗り越え広く社会に展開していく可能性を秘めている。問題意識もアイデアも素晴らしいので、あとはそれを実践の形に落としこむことが出来れば、よりよい活動になっていく。いいアイデアは必ず形になっていくものだと思う。

課題・今後取り組むべきポイント

アイデアを収益となる事業にまで具体化できる力を蓄える必要がある。そのアイデアが他でも水平展開されるような形にまで整えることが出来れば、良い実践ではなくて社会から求められる素晴らしい実践になると思う。ハローライフ4階で展開している「CHASHITSU factory」等、アイデアを事業化していくための身体と頭を使った作業に力を注いで欲しい。愉快的な事業展開を期待したいと思う。

静岡県立大学国際関係学部国際関係学科教授 津富宏氏

「当事者の側に立ちながら、魅力的な仕事をしている」



ゲストプロフィール

1959年東京都出身。法務官僚、社会学者(犯罪学・刑事政策・評価研究・青少年自立支援)。静岡県立大学国際関係学部教授・大学院国際関係学研究科教授、特定非営利活動法人青少年就労支援ネットワーク静岡代表、少年院出院者の更生を支援する団体「セカンドチャンス!」創設者。法務省矯正局調査係係長、浪速少年院教育部門統括専門官、矯正研修所教官、国際連合アジア極東犯罪防止研修所教官などを歴任。

評価ポイント

スマイルスタイルの強みは、当事者の側に立っていること/地域に密着したプロデュースをできること/大企業と仕事ができること/スタッフが魅力的なこと/デザイン・センスにあふれていることだと考えている。

課題・今後取り組むべきポイント

当事者の声を社会に反映するという基本ラインを守り続けた企画を行い続けること/働けない若者にむけた、従来にはないニッチな仕事を見つける事業を考える。例えば、商店街をアートプロデュースするなど、アート志向の若者向け事業。泥臭く、しかし、ファッショナブルに、スマイルスタイルならではのセンスで、大阪各地の商店街をプロデュースすることに取り組み、その過程で若者の雇用を生み出していくこと/全国規模の企業が、他の地域でも同様の若者支援を展開できるようなコンサルティング/スタッフ一人ひとりの持っている面白さ(突破力・企画力)を、横展開する事業/行政の壁を乗り越え、全国のサポステをおしゃれ化等、幅広く今後も様々な事業を展開してほしい。

活動計算書

(単位：円)

	2016年 H28.4.1~H29.3.31	2015年 H27.4.1~H28.3.31
経常収益		
1. 寄付金収入	6,662,379	22,813,722
2. 助成金収入	18,770,000	14,758,664
3. 事業収入	142,383,242	160,027,854
4. 雑収入	11,691	24,147
経常収益計	167,827,312	197,624,387
経常費用		
1. 事業費	127,265,069	139,361,864
2. 管理費	34,509,888	40,635,119
経常費用計	161,774,957	179,996,983
当期経常増減額	6,052,355	17,627,404
当期正味財産増加高	567,964	17,557,404
前期繰越正味財産	761,845	▲16,795,559
次期繰越正味財産	1,329,809	761,845

(単位：円)

	2014年 H26.4.1~H27.3.31	2013年 H25.4.1~H26.3.31	2012年 H24.4.1~H25.3.31
経常収益			
	8,255,972	5,334,416	4,079,534
	10,980,783	0	0
	104,512,765	118,658,444	131,007,850
	517,619	578,998	95,305
経常収益計	124,267,139	124,571,858	135,182,689
経常費用			
1. 事業費	84,060,300	94,565,935	104,645,947
2. 管理費	39,590,911	56,920,090	26,161,487
経常費用計	123,651,211	151,486,025	130,807,434
当期経常増減額	615,928	▲26,914,167	4,375,255
当期正味財産増加高	615,928	▲26,914,167	4,375,255
前期繰越正味財産	▲17,341,487	9,642,680	5,267,425
次期繰越正味財産	▲16,795,559	▲17,341,487	9,642,680

【2013 年におけるマイナス部分についての解説】

自主事業(ハローライフ・飲食事業)の立ち上げに伴い、初期費用(物件施工・備品什器)について一部をクラウドファンディングより寄付金を募りましたが、不足分については役員から借入で補うことになりました。

Big Thanks!

10年間とにかく、「なにもでもない」ことと「なにも失うものなんてない」ことを常に肝に命じながら、
「既成概念」や「前例や規制」に囚われることなく、
自分の中で勝手につくってしまう「限界」という考えを捨てて、
どんなことにも失敗を恐れずに挑戦し続けること、一歩踏み出し続けること、
今しかできないことを大切に泥臭く歩み続けました。

それでも情けないことに、まだまだ確固たる事業モデルを確立するに至らず、
たくさんの方にご迷惑をおかけしました。たくさんの方の失敗をしました。
僕自身（経営者）の至らなさと力不足により、このまま経営を続けていいものか、後半戦は苦悩の日々が続きました。

それでもここまでやってこれたのは、創業時から支えてくれたパートナーの存在があったから。
1年後どうなっているかもわからないサバイバルカンパニーに
人生をかけて入社してくれたパートナーのみんなの笑顔があったから。
実績ナシ実力未知数のわけのわからんアドベンチャー NPO に大きなお仕事を与えてくださった
パートナーのみなさまの期待に応えたかったから。

オールナイトごみひろい時代（2007年～2009年）、ユメコラボ時代（2009年～2011年）、
レイブル時代（2011年～2013年）、ハローライフ時代（2013年～）
それぞれの時代ごとに「参加」「参画」「協力」「協賛」「共催」「後援」「協働」「応援」などなど
様々な名目で、お力添えをいただきましたみなさまの存在があったから。

10年間、ほんとうにありがとうございました。
心より御礼と感謝を申し上げます。

NPO 法人 HELLOlife
代表理事 塩山 諒

