

古賀 佳奈子 氏 KANAKO KOGA

株式会社CELTIS 代表取締役
(セルティス)

企業情報

企業名：株式会社CELTIS
所在地：812-0011 福岡市博多区博多駅前1丁目23番2号
ParkFront博多駅前1丁目5F-B
業種：映像・音声・文字情報制作業
資本金：100万円
従業員数：1名
活動エリア：福岡県内

取材日(令和6年1月31日)現在

解決を目指す社会課題

障害福祉に関する情報発信、子育て支援／働き方支援、子どもの教育

伝える力で障害を持つ
子どもの親に安心を届ける

2050年には、社名の由来でもある「共存共栄」できる社会になってほしい。理想とするのは、支援する側、される側に分かれるのではなく、お互いの特性を認め合える社会。そのうえで、誰もが自立できることが本当の意味での共存共栄だと考える。障害はその人が持つ特性。それを強みとして発揮できる世の中にする事で、より多くの障害者を納税者に変えていきたい。

情報発信で障害に対する不安を安心に変える

株式会社CELTISの創業者である古賀氏は、福祉に関する情報発信を手がけている。起業のきっかけは、発達障害を持つ長男の存在である。古賀氏は、2018年に長男の2才検診で発達障害の疑いがあることを知った。苦労して障害の知識を調べたり、保育所を探したりする中で、ひとりで悩んでいる保護者に正しい情報を伝えたいという思いが生まれた。

古賀氏は、「福祉について発信したい」と訴えながら、障害福祉サービス事業所などを訪れ、どのようにアウトプットするかも決まっていなまま、障害者支援の現場取材した。取材先は2年間で65カ所にのぼる。自分の目で見て実情を知ること、漠然としていた将来への不安が軽減されていったという。また、このときの取材の蓄積が、後に番組を作るときに役だった。

2020年に、個人で受けていた動画編集などを会社業務にするために同社を設立した。社名「CELTIS」はエノキを意味する英語で、花言葉の「共存共栄」に由来する。2021年4月からは、J:COM福岡放送で月2回15分の情報番組を始めた。番組のスタートに当たっては、自らスポンサー探しに奔走したという。古賀氏が媒体としてJ:COM福岡放送を選択した大きな理由は、番組をYouTubeでアーカイブできるためである。実際に、福祉関係の情報を必要としている人は、インターネットで検索して調べる場合が多い。そのため、テレビでオンエアして終わるのではなく、検索できるようにアーカイブとして残すことが重要だと考えた。

番組の内容は、福祉の現場や関わる人の考えを紹介するもので、障害児の子育ての不安を軽くしたいという狙いがある。視聴者からは「現場の顔が見れて安心し

た」という声もある。なお、現在、古賀氏はJ:COM福岡の情報番組で福祉のコーナーを受け持ち、自らスポンサーを獲得する必要はなくなった。

番組のアーカイブなどを集めたYouTubeチャンネル「SMALL STEP CHANNEL」は、多様な人を番組で取り上げることで、生きやすい社会につなげたいという思いから、取材対象を難病患者や若者支援者などに広げている。動画の中には、再生回数が2万5千回を超えるものもあり、ニーズは大きい。

同社の主な事業は、福祉に関する情報発信と古賀氏が前職で培ったスキルを生かした映像制作や司会業である。収益構造としては、映像制作や司会業で売上を確保し、福祉の情報配信に必要なコストを支えているのが現状だ。福祉の情報発信からは収益を得られていないものの、番組をきっかけに福祉分野のフォーラムなどで司会業を依頼されるなど、事業間のシナジーが生まれている。また、司会業を通じて様々な福祉関係者とのつながりを持つことで、新たな取材先の開拓にもつながっている。



古賀氏が手掛ける「SMALL STEP TV」

<https://www.youtube.com/channel/UC8mOFh7H16hNiQZ7reHrRAW>

社会課題への対応

必要な人に情報が届く持続可能な仕組みを

一口に障害といっても、様々な種類がある。発達障害だけでも、自閉症、アスペルガー症候群、学習障害など複数あり、それぞれの障害の特性が重なり合うケースも多い。発達障害は、子どもの特性に合わせた早期支援が重要とされているものの、「具体的に、どうすればよいかわからない」と悩む保護者も多い。

現在、古賀氏は、このような保護者の不安を解消するために、よりダイレクトに情報を届けるビジネスモデルを構想している。同時に、情報発信媒体としての訴求力と持続可能性の向上を目指していく。

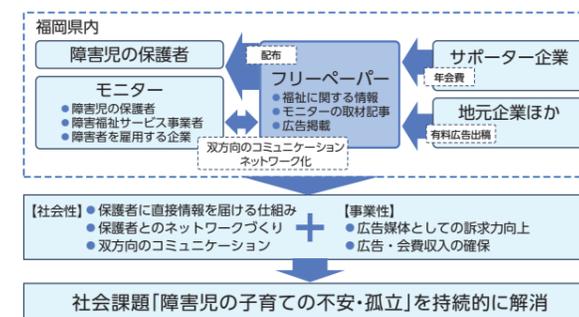
具体的には、障害者の経済的自立を支援するkanzeonの樋口大志氏とともに一般社団法人を設立し、フリーペーパーを発行する計画を進めている。第1号は2,000部が目標。福岡県内の放課後デイサービスで配布するなど、障害を持つ子どもの保護者や福祉に関わる人に直接訴求できる仕組みを目指す。

主たる収益は、フリーペーパーに掲載する広告の出稿料である。福祉関係の企業を中心に広告出稿を呼び

掛ける。また、趣旨に賛同するサポーター企業から年会費を集めることで、安定的な運営を目指していく。

特徴的なのは、誌面の制作に関わる「モニター」を活用する点である。モニターは、福岡県内の保護者や、障害福祉サービス事業者、障害者を雇用する企業などから募集する。例えば、保護者のモニターが福祉の現場取材し、記事として掲載するなど、双方向のコミュニケーションを促進する仕掛けをつくっていく。

<図表：ビジネスモデルと社会課題>



今後の展望

リアルなつながりで社会性と事業性の両立を目指す

「フリーペーパーを通じて、地域の保護者とリアルにつながりたい」と古賀氏は話す。テレビ放送やYouTubeの再生回数からは、その背後にいる「人」が見えにくい。しかし、紙媒体であれば、配布先や配布部数が把握できるため、読者ともつながりやすい。読者からニーズを把握することで、掲載する情報の価値も高めることができる。また、読者の属性が明確になれば、企業に対して広告出稿のメリットも伝えやすく、持続可

能な事業にできるというのが古賀氏の考えだ。

「一番近くで、子どもに接しているのは保護者。ひとりで色々な悩みを抱えているはず」と、古賀氏は話す。フリーペーパーをきっかけに、障害を持つ子どもの保護者とネットワークを構築することで、子育ての孤立を解消したいという思いがある。古賀氏は、あらたな構想をもとに、情報配信とリアルなつながりを通じて、社会性と事業性の両立を目指していく。