

事例集

社会起業家の芽吹く 九州に向けて

15名のビジネスによる
社会課題・地域課題解決の取組



CONTENTS

はじめに

九州経済産業局では、地域の包摂的成長の実現に資するべく、社会課題・地域課題の解決をビジネスに結びつけ、成長市場を獲得する社会起業家を支援することを目的とし、「九州地域における若手社会起業家等の発掘及びネットワーク構築可能性調査」に取り組んでまいりました。

一般に「社会起業家」には明確な定義がありませんが、本事業においては以下の特徴を備えたビジネスを手がける方を「社会起業家」と呼んでいます。

- ① 社会性、事業性、革新性の3要素を兼ね備えた事業
- ② 社会課題・地域課題の解決を目的とした事業
- ③ 持続可能性を担保できている、もしくはそれを目指している事業

この度、九州で活躍する15人の若手社会起業家にインタビューし、その事例を取りまとめました。インタビューでは、「どのような背景から社会課題・地域課題の解決を志したのか」「どのような事業内容か」「どのように収益を上げているか」「どのように社会課題・地域課題に対応しているのか」等について話を伺っています。また、その内容を基にビジネスモデルを図示し、どのようにして収益性と社会性を両立しているのかが一目でわかるようにいたしました。さらに、2050年にどのような世界であってほしいかという未来志向のメッセージも掲載しています。

本事例集を通じ、今後の九州の未来を担う若手社会起業家の理念や取組を、より多くの方に知っていただくとともに、社会課題・地域課題の解決に取り組みたい方々が、その実現に向け一歩を踏み出す一助となれば幸いです。

01	山口 由人 氏	株式会社Emunitas	P.2
02	奥田 悠友 氏	株式会社ゼロイチ	P.4
03	有方 草太郎 氏	Pioneer Pork	P.6
04	西村 直人 氏	株式会社糸島ジビエ研究所	P.8
05	久川 誠太朗 氏	株式会社フリップザミント	P.10
06	野口 達哉 氏	株式会社ジョイクリエイト	P.12
07	古賀 佳奈子 氏	株式会社CELTIS	P.14
08	菊池 勇太 氏	合同会社ポルト	P.16
09	山下 賢太 氏	東シナ海の小さな島ブランド株式会社	P.18
10	早川 雄基 氏	株式会社H3	P.20
11	齊藤 智彦 氏	合作株式会社	P.22
12	岩永 清邦 氏	合同会社葉隠	P.24
13	吉野 元 氏	一般社団法人MIT	P.26
14	青野 雄介 氏	株式会社BRIDGE the gap	P.28
15	須部 貴之 氏	株式会社KISYABAREE	P.30

九州で活躍する若手社会起業家

山口 由人 氏 YUJIN YAMAGUCHI

株式会社Emunitas 代表取締役CEO
(エミュニタス)

外国人留学生が日本で学び、
働きながら、自身の能力を
証明できる社会を目指す



企業情報

企 業 名: 株式会社Emunitas
所 在 地: 874-0909 大分県別府市田の湯町3番7号
アライアンスタワー 4F
業 種: 情報サービス業、生活関連サービス業、貿易関連
資 本 金: 160万円
従 業 員 数: 2名
活動エリア: 全国、海外

取材日(令和6年1月16日)現在

解決を目指す社会課題

留学生の日本でのキャリアにおける機会損失、企業の留学生との採用接点構築



普通に生活している人が、自分の価値観をもとに社会の中で社会課題を見つけ、それを自らが発信して、解決していく、そういう世の中になってほしい。行政が解決をしようとすると、社会的同意をとりつけるために一定のプロセスを踏む必要がある。それでは、どうしても限界がある。行政中心のトップダウンではなく、生活者自らが、「これが大事」と思っているものを形にしていく社会であってほしい。

事業の概要

留学生に有給インターンシップの機会を提供

山口氏は11歳までドイツに住んでいたが、当時はシリアからの難民受け入れが問題となっていた。その状況を見て、「なぜ、同じ社会で暮らしているのに、相手を理解して一緒に生活することができないんだろう」と感じたことが、山口氏が社会課題を意識した原体験だった。帰国後、中学2年生のときに「同世代の人が生活者の課題を理解する力を身につけてほしい」という思いから、町を歩きながら身近な社会課題を発見する教育プログラムをスタートした。活動が広がる中で、より持続可能な体制にするため、一般社団法人Sustainable Gameを設立し、代表に就任。企業向け研修プログラムの提供や、企業や自治体と中高生が協働して社会課題を解決するようなプロジェクトを手がけるようになった。

株式会社Emunitasを設立したのは、立命館アジア太平洋大学(以下、APU)入学後の2023年である。APUは在校生の約半分が留学生だ。同社の主要事業は「留学生への有給インターンシップの提供」である。同社は、留学生と協業できるOJTプラットフォーム「Secure Talent」を展開している。企業が外国人留学

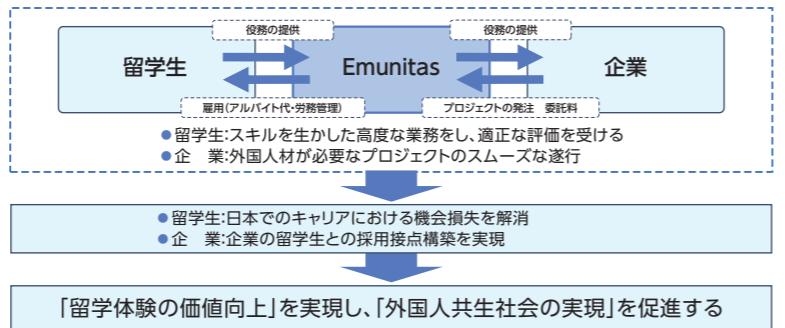


同社のボードメンバーの多くが留学生である

生をインターンシップ雇用するとき、労務管理がハーダルになる場合が多い。同社はSecure Talentに登録している留学生をパートタイマーとして雇用し、労務リスクを負う。その上で企業からプロジェクトを請け負い、留学生にインターンシップの形で再委託して業務を提供する。プロジェクト請負の報酬が、同社の収益となる。

プロジェクト内容は、海外でのマーケティングリサーチやその結果を基にしたコンテンツ作成、海外での製造拠点の探索、パートナー開拓など幅広い。これらのプロジェクトには現地とのネットワークが不可欠な上、クライアントである日本企業の価値観も理解する必要がある。留学生の親族は母国でのネットワークが広く、それを活用しながら事業を遂行する。クライアントにとっては、同社が元請けなので海外調査であっても品質管理がしやすい上、プロジェクトの単価がリーズナブルであるというメリットもある。顧客の多くはパナソニックをはじめとするグローバル企業や海外展開を検討している大手企業が中心だ。山口氏がSustainable Gameを運営したときのネットワークも生かしつつ、顧客を拡大している。

<図表:ビジネスモデルと社会課題>



社会課題への対応

留学体験の価値向上による外国人共生社会の実現

同社が対応している社会課題は、「留学生の日本でのキャリアにおける機会損失」である。山口氏はAPUに入学して、優れた技術や能力を持つ留学生が、そのポテンシャルを発揮して働く機会がないことに気がついた。一方で、雇用する企業にとっても、留学生との採用接点を得るのが困難な上、能力をどのように測ればいいのかがわからないという課題もあった。これらの課題を解決し、留学生が自分の能力を発揮してキャリアを積み、正に評価されるようにしたいというのが、起業のきっかけである。

同社のインターンシップ事業は、留学生の技術や能力が生かせる高度な仕事を提供している。同事業で就労した留学生が活躍することは、彼らの正当な評価やキャリア開発に寄与するとともに、日本での就職の機

会を拡充することにもつながる。また、彼らの日本社会への理解が深まり、結果的には留学体験の価値が高まる。企業にとっては、海外でのプロジェクトに外国人材が必要な場合、同事業を通じて労務管理のリスクを負うことなく、信頼できる人材をプロジェクトに加えることができる。留学生と協働していく中で、外国人材受け入れに関するノウハウが蓄積され、社内の意識変革を促す可能性もある。

事業が拡大することで、企業や市民も留学生との協働の機会が増え、外国人の生活環境や労働環境の問題への理解が促進される。外国人と共生できる社会の実現に貢献するとともに、留学生の就労機会が増えることで、労働人口の減少という社会課題の改善につながる可能性がある。

今後の展望

インターンシップや就職の機会を提供するインフラになる

同社が現在注力しているのは、外国人材の正規雇用を検討している企業向けに、留学生のスキルを可視化し、保証するレファレンスチェックサービスである。海外事業を展開している企業にとって、外国人材の獲得は必須であるが、現地で採用をすると教育コストが高い上、日本企業の価値観を理解してもらえない場面も多い。そこで日本で留学生を雇用して、社内教育したいというニーズがある。そこで、同社はSecure Talentに登録している留学生の業務パフォーマンスを追跡し、スキルを可視化した形で人材データベースを作成。外国人

材を求める企業はSecure Talentを通じてスカウトするという仕組みである。同社は、日本企業や経営者のことを学ぶ講演会なども開催している。留学生と企業の双方がお互いのことを理解し、一緒に働いてみたいと思ったときに、インターンシップや就職の機会を提供するインフラになることを、目指している。

事業運営面では組織マネジメントや留学生の労務管理などに課題があると感じている。現在、理念に共感したエンゼル投資家や士業の方からサポートを受けている。今後はより支援の輪を拡充したいと考えている。

九州で活躍する若手社会起業家

奥田 悠友 氏 HARUTO OKUDA

株式会社ゼロイチ 代表取締役

「若者に届きにくいものを
届きやすく」による
社会課題の解決



企業情報

企 業 名: 株式会社ゼロイチ
所 在 地: 810-0041 福岡県福岡市中央区大名2-6-11
業 種: 映像・音声・文字情報制作業
資 本 金: 210万円
従 業 員 数: 5名
活動エリア: 全国(主に福岡・関西・東京)

取材日(令和6年1月24日)現在

解決を目指す社会課題

人手不足対応(若者雇用)・地域
格差是正・地方の観光振興など



今後も、少子高齢化による人口減少が続くことが予想される。そのような未来において、情報発信とコミュニケーションにより、一人ひとりが自立・独立する力を持ち、輝けるような社会の到来を期待する。そのためには、若者には若いから様々な世界を知って欲しいし、自分自身もこれから事業を通して様々な世界に飛び込んでいきたい。

事業の概要

同世代コミュニティ「01会」のネットワークを生かした事業展開

2001年生まれの奥田氏が大学生になった頃はコロナ禍の最中で、奥田氏ならびに同級生は、キャンパスへの通学に厳しい制約があり、友達づくりも困難な世代であった。こうした経緯から奥田氏は、立命館大学在籍中の2021年に、同世代の友人づくりを目的としたコミュニティ「01(ゼロイチ)会」を立ち上げた。01会は、2001年生まれ世代限定のコミュニティであり、この中でビジネス勉強会や社会活動などをしながら、参加者の交流を図った。2021年10月の京都を皮切りに、名古屋、大阪、芦屋、滋賀、東京、舞鶴、神奈川、福岡など、1年間で17回開催した。若者の意見を知りたい市民団体や行政、事業者がスポンサー等の形で協力し、開催したことがあった。

01会の開催を通して、若者目線で事業者や地域の課題を解決するビジネスが出来るのではないかと考えた奥田氏は、2022年11月に株式会社ゼロイチを設立した。奥田氏は京都で生まれ育ったが、交流があった複

数の経営者から、「スタートアップなら福岡が良い」と勧められたことで、福岡で起業した。

同社の主要事業は、IT技術を用いたコスト削減を可能とするITソリューション事業、ホームページや動画の制作を含むSNS運用で若者の導線を促進するプランニング事業、そして、01会の運営である。顧客は主に福岡・関西・首都圏の飲食店や福祉・介護施設運営者、医療事業者などである。

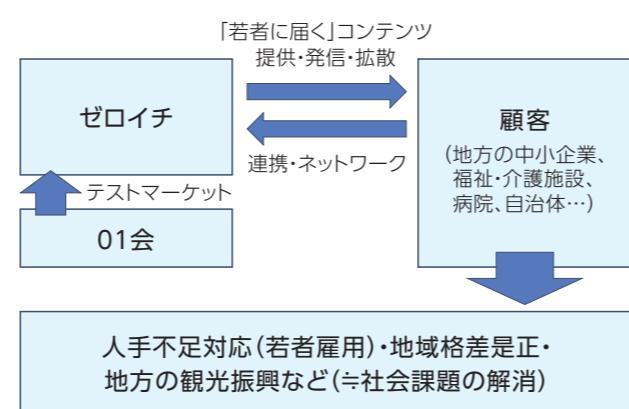
ITソリューションや映像制作を実施する同業他社との差別化要因は、01会によるテストマーケットの力である。現在、01会のメンバーは全国に300人程度存在するが、事業の成果物については、顧客に提供する前に01会メンバーに意見をもらい、「若者目線」としての確度を高めている。リアルな若者を対象としたテストマーケットは、他社では簡単に真似をすることができない。

1 同社は、福岡市のスタートアップ支援施設であるFukuoka Growth Next(fgn)で起業し、現在も入居中



舞鶴にて合宿形式で開催した01会

<図表:ビジネスモデルと社会課題>



社会課題への対応

若者目線のコンテンツ提供による、雇用創出や地域格差是正

人手不足感が高まる中、学生や若者と接触する機会の少ない地方の中小企業や一部業種における新卒採用は難しくなっている。これに対して同社は、個人飲食店に対して若者が内容を見たくなるようなWeb制作をしたり、慢性的な人手不足の中で、新卒採用者の確保に悩む福祉・介護施設運営や医療事業者の採用PR動画の制作ならびにYouTubeやSNSで公開することで、これらの企業による若者の集客や新卒採用活動のサポートをしている。例えば、fgnのスポンサーである医療法人福岡桜十字(福岡市)の依頼で、同法人のYouTubeの制作を担当し、若者目線からの動画を作成した。同様の事業は、福祉・介護施設に対しても展開しており、YouTubeだけでなくInstagramなどの運用

も展開している。

同社の事業は、この他にも過疎化対策や地域格差の是正、地域の観光振興といった社会課題解決にも関係することが期待される。例えば、舞鶴市の協力や、MK観光バス株式会社(京都市)などの協賛・協力により舞鶴で開催した01会は、合宿形式により、舞鶴や自分の出身地に対して考えるワークショップや、市内観光地を巡ってインスタ映えする写真撮影・公開を実施した。舞鶴市などが協力・協賛した理由は、「若者による情報発信」により、若者が舞鶴市に興味を持って訪問して何らかの消費をすれば、地域の観光振興や過疎化対策につながることが期待されているからである。

今後の展望

地域の経営者の支援と他の世代のコミュニティ拡大により持続可能な事業へ

連携相手は顧客である福祉・会議施設や医療事業者、飲食店であるが、これとは別に、現在同社は、全国の経営者の支援を受けている。支援内容は、事業展開でのアドバイス等や投資など、多岐にわたる。また、奥田氏はfgnが主催するミートアップにも積極的に参加して自社のPRをすることで、同社に興味を持つ経営者のネットワークを拡大し、新たな支援元としている。

また、事業の競争力の源である01会は、今後年を経過すると、若者のネットワークにならなくなる。そのため、同社は現在、2002年生まれ世代限定の02会、03

会、04会…と、年代別コミュニティ形成を支援しており、いずれはこれらの会とも01会と同様の連携を図る予定である。

これらは、同社の事業を持続可能な形にするために必要な取組である。そして、事業を持続可能なものとすることで、同社は雇用や地域格差是正といった社会課題に継続的に向き合い、それらを解決することを目指している。



fgnでの事業説明

九州で活躍する若手社会起業家

有方 草太郎 氏 SOTARO ARIKATA

Pioneer Pork 代表
(パイオニアポーク)

放牧によって
豚が自然に豚らしく過ごす、
先駆的な畜産の実践



国内では珍しい放牧による養豚を実現

有方氏は、宮崎大学農学部畜産草地科学科出身であり、在学中は畜産業を学ぶために米国に研修・留学した経験を持つ。研修先の養豚場で養豚の基礎を学び、のちに米国の大学で勉強している時に目にしたのは、日本でほぼ行われていない豚の放牧だった。生き生きとした豚が印象に残り後日調べてみると、欧米では「アニマルウェルフェア」という考えが浸透していることがわかった。これは、動物福祉の観点から、家畜のストレスを軽減し、快適な環境で飼育する考え方で、「飢え・渴きからの自由」、「恐怖・苦悩からの自由」、「行動の自由」などの5項目からなる。放牧は「行動の自由」にあたる。日本では放牧は牛が中心であり、放牧地の確保による



伸び伸びと過ごす豚たち



豚と戯れる有方氏

企業情報

企 業 名:Pioneer Pork
所 在 地:宮崎県児湯郡木城町
業 種:農林水産業
資 本 金:100万円
従 業 員 数:1名
活動エリア:宮崎県

取材日(令和6年1月30日)現在

解決を目指す社会課題

アニマルウェルフェア、食品資源の有効活用



少しずつ国内でもアニマルウェルフェアへの理解が進み、放牧養豚を行う人が増えてほしい。それには自分のマンパワーだけでは難しい。実際に設備面で入念な感染症対策が必要なため、すぐに農場を拡大できない。そのため、家畜の育て方に悩みをかかえる人、新しく畜産を始める人に放牧による育成方法を公開している。家畜であっても、生きている間は豚らしく伸び伸びと過ごす豚が増えてほしい。

社会課題への対応

コスト上昇や生産効率低下を招くことへの懸念から、豚の放牧は進んでいない。

有方氏はアニマルウェルフェアに対応した豚の放牧に可能性を感じ、宮崎大学主催のビジネスコンテストに放牧養豚のビジネスプランを応募してグランプリを受賞。それがきっかけでPioneer Porkを起業した。

有方氏は、1,000m²の放牧スペースで常時10匹前後の豚を飼育し、通常の牧場よりも約2ヶ月長い6ヶ月程度（月齢8ヶ月）の肥育期間で出荷している。有方氏の放牧事業は、アニマルウェルフェアの推進に寄与しつつ、「高付加価値な豚肉の生産」を実現している。放牧は、豚の運動量が増えるため筋肉が引き締まる。豚のストレスが減少することも相まって、肉質が大きく向上し、豚特有の臭みも少なくなる。また、運動によって豚の免疫力が飛躍的に高まるので、病気になりにくくなる。抗生物質などを投与する頻度が減り、肉の安全性も高まる。

さらに飼料は、本来であれば廃棄物として処理されるはずの規格外のさつまいもや焼酎かすを、近隣の農場や焼酎メーカーから譲り受け、自家配合して使用している。飼料として品質が高く、肉の甘みを引き出すことにつながっている。

味や安全性、アニマルウェルフェアに対応しているというストーリーがあることなどが支持され、同社の豚肉「放牧豚」は、通常よりも高価格で取引されており、100グラム400～1,200円でもすぐに売り切れる状況である。東京都内の飲食店やホテルからも引き合いがあるものの、安定供給の観点から、現在はECでの個人向けの販売に注力している。

アニマルウェルフェアの実現と食品資源の有効活用

同社が対応している社会課題は、「アニマルウェルフェアの推進」である。アニマルウェルフェアは、欧米に加え、中国やブラジルなどの輸出国でも対応が進みつつある。九州は畜産の産出額で全国の3割を占め、畜産物の差別化や輸出拡大に向けて、そこへの配慮は欠かせない。農林水産省は、2023年7月にアニマルウェルフェアに対応する技術的な指針として、「畜種ごとの飼養管理等に関する技術的な指針」を発表したが、有方氏は、それに先駆けて放牧養豚の推進を通じて、アニマルウェルフェアに取り組んでいる。有方氏は、養豚の新規参入者等に放牧の方法を公開することで、世界的に対応が迫られるアニマルウェルフェアに準拠した生産者が増えればと考えている。消費者にとっては、アニマルウェルフェアに貢献しつつ、安全でおいしい豚肉を食べることができる。

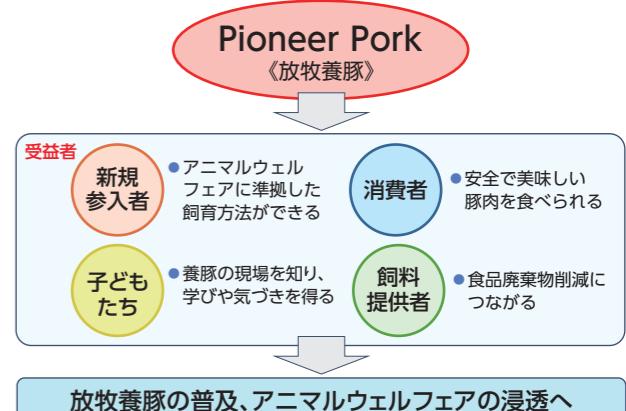
また、有方氏は、県内の子どもも向けて、放牧養豚を使用した豚汁を振る舞ったり育て方を紹介したりするイベント等も実施している。生産者の顔を出しつつ、養豚の現場を見せるることは、食育につながる。現場を知った

消費者は、豚肉を残さず食べてもらえるはずだと有方氏は話す。

さらに、前述の規格外のさつまいもや焼酎かすを原料とした飼料は、フードロス削減・食品廃棄物の有効活用であり、地域の環境の保全に寄与している。

本ビジネスモデルの受益者は、新規養豚参入者、消費者、地域の子どもたち、飼料の提供者である。

<図表:ビジネスモデルと社会課題>



放牧養豚の普及、アニマルウェルフェアの浸透へ

放牧養豚の見学を拡大し、関係人口の拡大へ

今後検討しているのは、放牧養豚の見学拡大である。現在、感染症予防の観点から見学の際は防護服を着てもらう対策を取っているため、学校等の大規模な見学の受け入れができない。そのため、十分なスペースを確保した上で柵を三重にするなどして、防護服が不要

で、見学できるスペースを確保することを検討している。見学に来る人を増やすことで、有方氏の豚肉・養豚に关心を持った人が継続的に児湯郡を訪れるようになり、関係人口¹の拡大につなげたいとしている。

¹ 「関係人口」とは、移住した「定住人口」ではなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す。

九州で活躍する若手社会起業家

西村 直人 氏 NAOTO NISHIMURA

株式会社糸島ジビエ研究所 代表 則師 はちし

持続可能なジビエの活用であるべき生態環を目指す



企業情報

企 業 名: 株式会社糸島ジビエ研究所
所 在 地: 819-1302 福岡県糸島市志摩吉田1023
業 種: 製造業(野生鳥獣のと畜・解体、精肉加工・販売、関連コンサルティング・アドバイザー)
資 本 金: 300万円
従 業 員 数: 2名
活動エリア: 福岡県内(と畜・解体など)、全国(関連コンサルティング・アドバイザー)
取材日(令和6年1月21日)現在

解決を目指す社会課題

「野生鳥獣増加により悪化する環境・生態系」の改善と健全化



野生鳥獣による農林業被害が深刻な現代社会では、自然と人間を対立構図で捉えがちである。片やジビエは本来、養殖の畜肉に対し、陸の黒マグロとも言うべき上質な食材。近年の「税金をつぎ込んで駆除を行い、廃棄されるからジビエ利用をしよう」という潮流を、「美味しい天然のお肉が食べたい:民間の食欲がアクセラを、官民がブレーキ:生態系保全・資源管理を担う」形に。対立ではなく「日本という島、自然の中に動物も人も生きている」という生態系意識に根差した、健全で持続的な消費文化を築ける世界を目指したい。

事業の概要

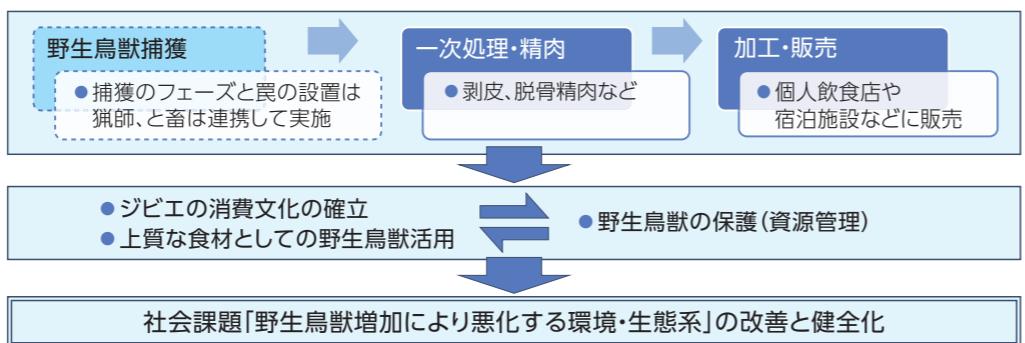
「上質な食材」としてのジビエ(精肉)の加工販売

西村氏は、九州大学在籍中に「狩猟研究会」を立ち上げ、学内外で猪の捕獲や捌き調理する機会に恵まれていた。その時の経験から、農林業や生態系に被害をもたらす増えすぎた野生鳥獣(猪・鹿など)の対策が、資源量評価が手薄な駆除一辺倒になることや、「駆除して捨てられているから食べましょう」という、食肉としての評価を下げかねないジビエ推進のあり方に危機感を持っていた。ジビエが本来の上質な食材として評価され、その先で自然を守ることに繋がるような生業を志し、大学4年生であった2016年11月に株式会社糸島ジビエ研究所を設立した。

同社の主要事業は、「野生鳥獣の捕獲・と畜¹・解体を伴った精肉加工・販売」と「コンサルティング・アドバイザリー」である。前者については、福岡県内の猟友会や猟師から捕獲した猪や鹿などの野生鳥獣を買い取り・と畜し、同社で解体・処理・加工している。牛や豚といった肥育される動物の解体・処理・加工では、と畜や剥皮、脱骨精肉など精肉加工のプロセスを工程別に分担して実施するが、野生鳥獣については全ての工程を1~2名で実施する。



<図表:ビジネスモデルと社会課題>



社会課題への対応

事業の拡大による環境・生態系の改善と健全化

同社の事業「野生鳥獣の捕獲・と畜・解体を伴った精肉加工・販売」と「コンサルティング・アドバイザリー」は、多くの受益者を生み出しつつ、収益確保に貢献している。

同社の高い技術力によって実現する上質な野生鳥獣の精肉を活用する飲食業(個人飲食店など)は、他店が提供困難な良質なジビエを提供することで、ジビエファンを中心とした顧客満足度と売上向上につながる。一般消費者は、「上質な食材」としてのジビエを口にする機会が増える。そして、同社の同業者は、同社の技術指導を受けることで、野生鳥獣の解体・加工技術が向上し、精肉の質が向上する。

同社の事業が拡大し、受益者が拡大すれば、牛や豚や鶏などの従来の肉と同じレベルでジビエの消費文化の確立が見込まれる。同時に、同社のビジネスモデルは

「本来捨てるモノを食材として活用した精肉」ではなく、「美味しく食べるためには必要な、豊富なノウハウと高い技術力に裏打ちされた解体・加工技術による精肉」であり、上質な食材としての野生鳥獣活用のマーケットが拡大する。精肉を高値で販売可能なマーケットの拡大は、同社の収益と事業の持続可能性の確保をもたらすことになる。一方、上質な食材としてのマーケットが拡大すれば、野生鳥獣を積極的に狩猟することで、野生の鳥獣が減ることも考えられるため、同時に、乱獲を防ぐ鳥獣保護の取組も並行して実施される可能性がある。

つまり、同社の事業が拡大すれば、野生の鳥獣が増えすぎることもなくなり、現在全国各地で見られる「野生鳥獣増加により悪化する環境・生態系」という社会課題の改善・健全化につながることになる。

今後の展望

他社との連携を通して鳥獣を活用する生業と消費文化の拡大を目指す

同社の新しい取組として、他社との連携がある。その一つが、綜合警備保障株式会社(東京都港区)グループとの連携である。同グループとは、鳥獣の捕獲・解体精肉・残渣利活用などで同社はアドバイザリー・協業などの形で連携して取り組んでいる。例えば、同グループの開発した罠の作動通報装置²の設置指導を同社が実施するなどである。罠の見回りの省力化、稼働率向上、早期のと畜による精肉としての価値向上など、同社の事業にとっても、社会課題の解決にとってもメリットが大きい。

また、やまやコミュニケーションズ(福岡県篠栗町)と、野生鳥獣の未利用個体を活用したペット用のふりかけなどを研究開発している。このペット用ふりかけは、捕獲個体利活用率の大幅な向上と収益性を実現するため、全国での貢献を図っている。

今後も同社は、他社と連携して製品開発などに取り組み、自社の事業の収益と持続可能性の確保を進めいく。鳥獣を活用する生業が可能となる社会を実現し、その生業の担い手(同業他社)を九州・全国に増やすことで、ジビエの消費文化の拡大と生態系の健全化を目指す。

² 罠が鳥獣を捕獲すると、管理者にメールで通知される仕組み

九州で活躍する若手社会起業家

久川 誠太朗 氏 SEITARO HISAKAWA

株式会社フリップザミント 代表

「背景」が見えるものづくりで
生産者と消費者をつなぐ



企業情報

企 業 名：株式会社フリップザミント
所 在 地：810-0042 福岡市中央区赤坂2-2-1
業 種：小売業
資 本 金：500万円
従 業 員 数：1名
活動エリア：複数の都道府県

取材日(令和6年1月30日)現在

解決を目指す社会課題

耕作放棄地への対応、リビングシフト



はるか昔に遡ると、人間は自給自足をしていた。生産者と消費者は、もともとは同じだったはずです。自給自足とまではいかなくても、みなが一つでも何かを自分で作ることができるようになれるといい。みなが消費者であり生産者である、それがかっこいいという価値観が広まっているといいですね。生産現場に近づくことは、野生に近づくことと似ています。みな、野生に近づいてほしい。

事業の概要

原材料にこだわったフレグランスの製造販売

久川氏は、2019年に株式会社フリップザミントを創業し、原料や生産者、生産地にフォーカスしたものづくりをおこなっている。同社が展開するブランド「HiKEI」は、消費者が生産現場の背景に興味を持つきっかけを提供することがコンセプトである。

久川氏は、熊本県菊池市で生まれた。実家は農家でアイガモ農法など無農薬による米作りを行っており、実際の生産の現場を見て育ったという。高校生の頃から起業に興味があり、大学はベンチャー起業論の授業があって起業家が多いという理由で、福岡大学に進学。1年間休学し、アメリカで生活しているときに、環境に配慮しているブランドの存在を知った。もともと、アパレルに興味があった久川氏は、社会課題の解決につながるビジネスとして自分でも手がけたいと思い、数年後、フリップザミントの起業に至ったという。

同社の主要事業は、フレグランス製品の製造販売で、天然香料100%のミストスプレー やエッセンシャルオイルを展開している。コンセプトは「見える香り」で、原材料のフレーバーを生かし、それらのストーリーが「見える」ことを重視した香りづくりやマーケティングを行っている。主要な原材料は宮崎県日南市産のマイヤーレモンやグレープフルーツや楠、熊本県小国町産の杉等、多くが九州産である。形が不揃いで市場に出荷ができない果実や、森林保全のための間伐による間伐材を安価で譲り受けている。供給元の農家や森林組合は、久川氏が山や畑を一件一件訪問して、同社の取組に共感いただいた方々である。今後、これらの現場に関する情報発信も進めて行きたいという。

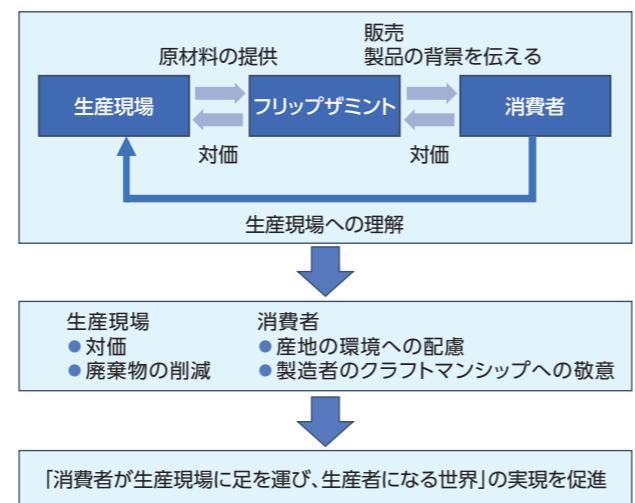
さらに同社は菊池の耕作放棄地を取得して、地域の

農家と連携しながらフレグランスの原料としてハーブを製造している。これは単に原料を自社生産するだけでなく、実際に消費者に生産現場に触れるきっかけを提供するための取組である。2023年には、畑でとれたハーブを原料としたフレグランスと、ハーブ苗の命名権、収穫やファームイベントへの参加権などの特典をセットにした「畑のオーナー権付きフレグランスマニフェストスプレーセット」を販売して好評であった。



同社のフレグランス製品

<図表：ビジネスモデルと社会課題>



社会課題への対応

生産者への敬意や環境への配慮が広がる

前述のとおり、同社の製品は、製品の背景を消費者に伝えることをコンセプトにしている。消費者と生産者をつなぐことで、消費者に生産者や生産地、原材料に関する知識や理解を深めてもらうことが目的だ。それは、ひいては生産地の環境への配慮や、生産者のクラフトマンシップへの敬意につながるとともに、彼らに適切な対価を支払うことへの理解にもつながる。

原材料の生産者である農家や森林組合にとっては、廃棄する予定だった収穫物や間伐材を同社が買い取って有効利用することで、収益が発生するとともに、廃棄物の削減をもたらす。また、購入した消費者が商品を通じて、製造現場である農家や森林組合について、知っ

てもらうことになる。さらに耕作放棄地を活用したハーブ栽培は、地域の環境保全や地元の農家の仕事づくりに寄与している。

つまり、同社の事業が拡大することで、消費者が生産現場への理解が深まり、生産者の待遇改善や、環境の保護につながることになると言えるだろう。



同社のハーブ畑

今後の展望

企業との協業やツアーにより生産地に消費者を呼び込む

同社が今後、注力する取組として、「企業との協業」と「消費者の生産現場への受入れ」がある。前者については、現在、いくつかの化粧品メーカー等から、OEMや、同社の畑で原材料を栽培してほしいという依頼がある。いずれも、同社の理念に理解を示してのオファーであるという。

同社はこの取組を進め、企業のノベリティ商品として展開できないか検討している。単に原材料を同社の畑で生産するのではなく、ノベリティ発注元の社員も作業に参加し、その様子を記録して最終的な製品とともにノベリティとして活用する。環境や循環型社会に配慮した企業であるというイメージづくりに寄与する。

後者は、ツアーなどを組んで、同社の畑に消費者を積極的に招き入れ、生産現場に触れてもらう試みである。前述の「畠のオーナー権付きフレグランスマニフェストスプレーセット」でも同様の取組は実施しているが、今後は協業先の企業も巻き込み、さらに加速して消費者と生産者を、生産現場で直接つなぎたいと考えている。

コロナ禍以降、フレグランス製品の市場は拡大している。特に若者層にとって「香り」は自分の個性を演出する手段として、定着しつつある。久川氏は、「HiKEI」ブランドの拡大を通じて、消費者と生産者が顔の見える関係のさらなる確立を目指す。

九州で活躍する若手社会起業家

野口 達哉 氏 TATSUYA NOGUCHI

株式会社ジョイクリエイト 代表取締役

誰もが必要な時に
子育てのサポートを
容易に受けられる社会を目指す



“顔が見える”派遣型ベビーシッター事業を展開

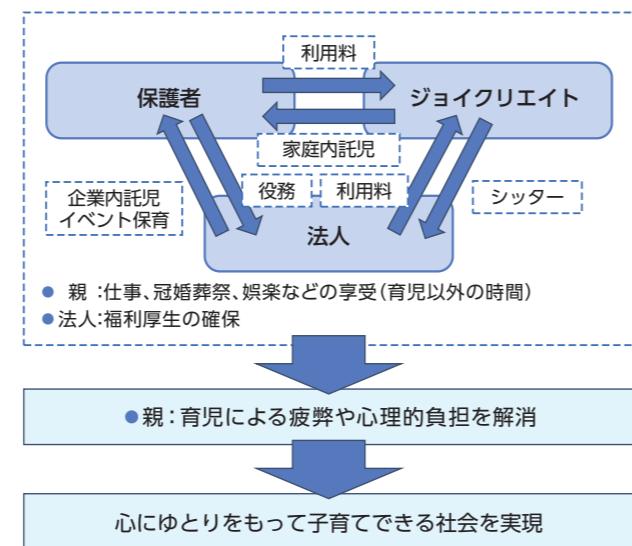
野口氏は起業前から社会課題の解決に取り組む団体を支援しており、その一つに児童養護施設関連のNPOがあった。そこで虐待を受けた子どもたちの話を聞き、当事者の置かれた理不尽な状況に憤りを感じた。虐待の背景として、育児の負担を一人で抱え込み孤独やストレスに苛まれている人が多いとわかり、母親が育児以外の時間を持つて育児による疲弊や心理的負担を解消できる社会を目指す。2014年に起業した。

同社は派遣型ベビーシッターサービス「ジョイシッター」を展開している。一般にベビーシッター事業は「派遣型」と「マッチング型」に大別される。派遣型は事業者が保護者とベビーシッターの間に立ち、保護者の要望に応じて自社で雇用するシッターを派遣する。自社でシッターを教育・研修するためサービスの質は高いが、高価である。一方でマッチング型はWEBを通じて、保護者と独立したシッターを直接結びつける。事業者はあくまでマッチングの場を提供するに留まり、シッターの雇用・教育や、派遣のオペレーションがないため低価格だが、ユーザーにとっては安心して託児できるシッターの見極めが難しいという欠点がある。また、派遣型では一般に初回はシッターを指名はできない(リピートで同じ人を指名することは可能)が、マッチング型では初回から指名できるという違いもある。「ジョイシッター」の大きな特徴は、派遣型でありながら、ユーザーが初回からシッターの写真やプロフィールを見て人となりを確かめ、指名予約できることだ。オペレーションを省力化してコストを抑えつつ、顔が見える質の高いシッターを派遣できる。これ以外にも、登録料や

入会金などが無料で、早朝や深夜を含め必要な時間帯だけ利用できる料金体系にするなど、ユーザーが気軽にベビーシッターを利用できるようなシステムにしている。

さらに同社はシッター向けの研修やマニュアル作成、仕組みの整備・アップデートを行う「保育ラボ」という保育士中心の組織を会社内に設置し、サービスと保育の質の改善に最優先で取り組んできた。また起業当初は、本部の目が届きやすい法人へのシッター派遣(社内託児やイベント保育)を中心として、慎重に事業を展開した。十分なノウハウと安全性が確保できた段階で、これを困っている家庭へ提供するためジョイシッターをスタートした。シッターを直接雇用しているのも、信頼できる人材を厳選するための仕組みである。

＜図表：ビジネスモデルと社会課題＞



企業情報

企 業 名: 株式会社ジョイクリエイト
所 在 地: 810-0072 福岡県福岡市中央区長浜1丁目2-6-705
業 種: 生活関連サービス業
資 本 金: 400万円
従 業 員 数: 100名
活動エリア: 福岡県、およびその他の近隣地域

取材日(令和6年1月25日)現在

解決を目指す社会課題

不十分な子育て支援環境、孤育て問題



誰もが必要なサポートを容易に受けられる社会を目指す。現在の社会は子育て以外にも様々なことが求められ、心の余裕がなくなっているように思われる。かつての日本がそうであったように、子育てが社会全体で支えられる文化の実現、仕事と家庭生活のバランスが取れた社会の構築が望まれる。

社会課題への対応

サポート環境の充実により子育て世帯のストレスを緩和

同社が対応している社会課題は「不十分な子育て支援環境」である。核家族化や共働き世帯の増加、待機児童問題などにより、多くの家庭で育児に時間的・精神的なリソースを十分に割けなくなっている現状がある。ベビーシッター市場は成長しているが、登録料や会費、利用料金といった費用面の負担、面談や登録に時間を要するといった手間、リピート以外では指名ができないという不安感、サポート体制や安全性への懸念などから、依然としてシッター利用が十分に浸透したとは言い難い状況となっている。

同社はこうした保護者の不安に寄り添った仕組みづくりが進んでいる。信頼性については、顔や人となりを見てシッターを利用者が自分で選べるウェブシステムや、保育ラボによる安全確保と改善のための継続的な取組、シッターの直接雇用と本部の連携によるきめ細やかで手厚いサポート体制などの仕組みがある。また価格や時間的なハードルについては、予約のシステム化によるオペレーター削減、固定費用が抑えられた料金体系、深夜や早朝といった時間帯での対応などによ

り、必要な時に必要な分だけ託児を依頼しやすい制度設計となっている。信頼性と金銭的・時間的なハードルを押し下げることで、より多くの人が気軽にベビーシッターを利用しやすくなるよう事業に取り組んでいる。シッターの利用が増えることで、保護者は子育て以外の時間を確保できるようになり、育児による疲弊や心理的負担を解消できる。これにより、心にゆとりをもって子育てできる社会の実現を目指している。



低価格と高品質の両立をめざしたサービスを提供している

今後の展望

事業規模を拡大してより多くの家庭に支援の手を届けたい

同社は現在、家庭向けのベビーシッター事業に注力しており、受注の7割程度を家庭向けが占める。引き続き安全性の確保を最優先としながらも、今後は事業を拡大してより多くの家庭に同社のサービスを提供したい意向である。一方で、スキルがあり信頼できる人材

を確保するのは容易ではなく、採用をさらに積極化したい構えである。サービスを拡大することで、フィードバックによる質の向上にもつながることを期待している。「親が楽しければ、子どもも楽しい」をモットーに、必要な人に支援の手が届くような社会の実現を目指す。

九州で活躍する若手社会起業家

古賀 佳奈子 氏 KANAKO KOGA

株式会社CELTIS 代表取締役
(セルティス)

伝える力で障害を持つ子どもの親に安心を届ける



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



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して、より多くの障害者を納税者に変えていくたい。

事業の概要

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いまま、障害者支援の現場を取材した。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で、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、テレビでオンラインで終わるのではなく、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方を紹介するもので、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ユーチューブチャンネル「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/UCBmOFh7H16hNiQZ7reHrRaw>

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、どうすればよいのかわからない」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。

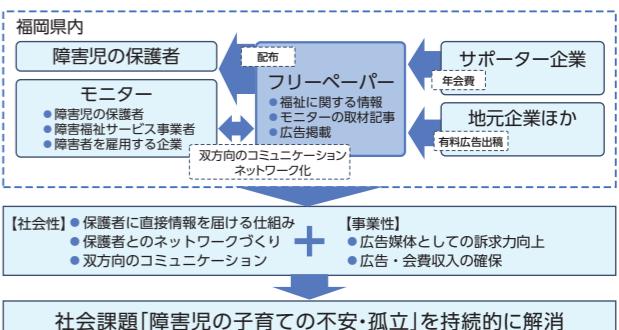
具体的には、障害者の経済的自立を支援するkanzeonの樋口大志氏とともに一般社団法人を設立し、フリーペーパーを発行する計画を進めている。第1号は2,000部が目標。福岡県内の放課後デイサービスで配布するなど、障害を持つ子どもの保護者や福祉に関わる人に直接訴求できる仕組みを目指す。

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。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を取り材し、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、あらたな構築をもとに、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。

九州で活躍する若手社会起業家

菊池 勇太 氏 YUTA KIKUCHI

合同会社ポルト 代表取締役



少子高齢化が進む地域における ロールモデルづくり

空き物件をリノベーション¹したゲストハウスを運営

菊池氏は、北九州市門司区で生まれ育った。小学4年生の頃、菊池氏は難病を患った。不安でふさぎ込む菊池氏に、母親が「世界には、もっと不幸な子供がいる」と声をかけた。「本当にそうなの?」と思った菊池氏は勉強し、様々な社会課題を知った。大学ではベトナムの貧困地域でフィールドワークを実施した。卒業後は、コンサルティング会社で環境関連の分野を手がけるが、生活者の行動が変わらなければ社会は良くならないと実感し、生活者の行動を捉えるマーケティング会社に転職。その後、自分の活動で社会を良くしたいという思いから起業の準備をしていたが、門司にある建物のオーナーから空き物件活用の相談を受け、2018年7月に合同会社ポルトを起業した。

同社の主な事業は、「宿泊業」、「飲食・物販業」、「メディア事業」、デザイン・制作を行う「クリエイティブ事業」である。

宿泊事業は、前述の空き物件をリノベーションしたゲストハウス「門司港ゲストハウス ポルト」を運営している。この建物は、かつての花街に一軒だけ残った遊郭跡で、文化的な価値と門司の歴史を感じてもらうため、当時の雰囲気を残した設計にしている。門司港の繁華街である門司港レトロから少し離れた立地だが、長期滞在客や常連客がつき、ここへの宿泊をきっかけに門司に移住した人も多いという。

飲食・物販業としては、バナナジュースや人形焼きのような「おじ焼き」、門司港駅の看板グッズ等の製造販売を手がける。いずれも門司の人や物をモチーフにした製品で、地域への関心につなげることを狙っている。メディア事業としては、西日本高速道路株式会社からの委託でポッドキャスト「関門オンエア」を製作してい

る。これは、北九州市と下関市の情報を発信するインターネットラジオで、観光ガイドブックに載っていないような地域のディープな魅力を紹介している。クリエイティブ事業は、デザインや企画の請負である。

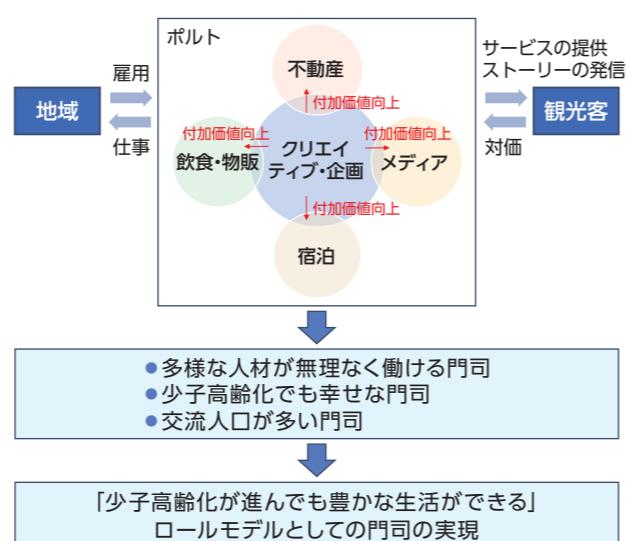
収益の約6割がクリエイティブ事業、約4割が店舗や物販であるが、後者もクリエイティブ事業で培ったデザイン性や企画力で付加価値を向上し、収益性を高めている。



ゲストハウス「ポルト」の外観

¹ 古い建物を新たな使用に耐えうるよう修繕、改修すること。(建築学用語辞典)

<図表：ビジネスモデルと社会課題>



●多様な人材が無理なく働ける門司
●少子高齢化でも幸せな門司
●交流人口が多い門司

「少子高齢化が進んでも豊かな生活ができる」
ロールモデルとしての門司の実現

企業情報

企 業 名：合同会社ポルト
所 在 地：801-0873 福岡県北九州市門司区東門司1-10-6
業 種：生活関連サービス業
資 本 金：150万円
従 業 員 数：5名
活動エリア：福岡県内

取材日(令和5年11月29日)現在

解決を目指す社会課題

雇用の確保、高齢者世帯の支援、
子育て支援/働き方支援、リビング
シフトへの対応、商店街/繁華
街衰退への対応



2050年には、テクノロジーが非常に発展していて、病気や飢え、生きにくさが克服されるだろう。人はある程度、労働から解放されていると思われる。そこで生まれた暇な時間を怠惰に過ごしたり、戦争をしたりといったことに使わずに、文化的・倫理的に豊かな生活のために費いややす、そのような世界になってほしい。

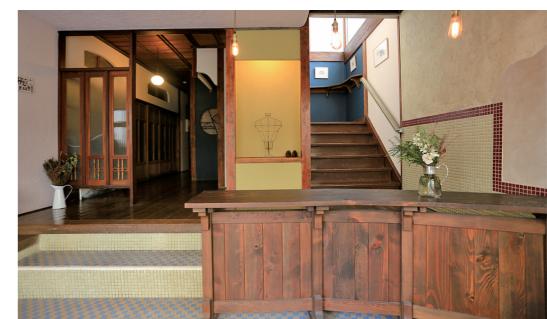
年齢に関係なく豊かな生活ができる地域に

北九州市は、政令市の中でもっとも少子高齢化が進んでいる。2020年の国勢調査では65歳以上の人口が31.8%にのぼり、2030年には人口の1/3以上が高齢者となる。その中でも、特に少子高齢化が進んでいるのが門司区である。課題先進地である門司でそれを解決するモデルをつくり、他の地域で展開できれば、社会全体を良くできるというのが菊池氏の考え方である。

前述のとおり、同社のゲストハウスや物品は、門司の歴史や地域に根付いたものである。同社はこれらの事業を通じて、地域に対しては仕事の提供や雇用の創出を行い、域外からの観光客などには、門司の魅力を発信して門司のファンづくりや交流人口の拡大を進めている。また菊池氏は、地場の不動産開発事業者のアドバイザーとして、まちづくりの企画立案に携わっている。

これらの事業の拡大は、北九州や門司における雇用の創出や関係人口²の増加に貢献し、ひいては少子高齢化が進む門司の地域コミュニティの維持につながる。

² 「関係人口」とは、移住した「定住人口」ではなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す。



ゲストハウス「ポルト」の内観

ポートフォリオの多角化で経営の基盤を固め、 多様な人材を受け入れる

同社は今後、製造事業や不動産事業に力を入れ、事業ポートフォリオを多角化することで、経営の安定化を目指している。特に不動産事業は、空き家・空き店舗活用のコンサルティングだけでなく、町の物件を運用し、固定的な収益を上げ、経営の基盤にすることを検討している。事業の多角化は、雇用の受け皿を広げることにつながる。事業領域が広がれば、当然に必要となる人材も多様化するからだ。

「ポルトの事業を通じて、年齢に関係なく誰でも価値

があり、誰かに必要とされていることを証明したい。事業を拡大し、少子高齢化が進んでいる地域でも、豊かで幸せな生活ができることを示す」と菊池氏は語る。

現在、同社には高齢者やシングルマザーなど、多様な人材を雇用している。彼らが無理せずに働く仕組みづくりを進めることで、様々なスキルを持つ多様な人材をさらに受け入れていく予定だ。彼らの活躍によって門司が活性化し、少子高齢化が進んでも豊かな生活ができるロールモデルづくりを進めていく。

九州で活躍する若手社会起業家

山下 賢太 氏 KENTA YAMASHITA

東シナ海の小さな島ブランド株式会社 代表取締役

島の原風景づくりから小さな
ビジネスを生み出す離島地域の
リーディングカンパニーを目指す



企業情報

企 業 名: 東シナ海の小さな島ブランド株式会社
所 在 地: 896-1101 鹿児島県薩摩川内市里町里54番地
業 種: 小売業
資 本 金: 10万円
従 業 員 数: 15名
活動エリア: 全国の離島地域

取材日(令和6年1月18日)現在

解決を目指す社会課題

雇用の確保、雇用の場の維持、
島の生活文化や環境の維持

今まで、地域の住民は、自分たちの町や村の意思決定について、あまりに他人任せだったよう
に思う。基本計画や自治体ビジョンについて、無関心な人が大半なのではないだろうか。自分
自身も反省している。2050年には、住民一人ひとりが地域の当事者で、自分が何かアクショ
ンを起こしたら、それが反映されて良くなっていく、そんな実感がある社会になっていてほし
い。そのためには、地域の固有性が回復し、コミュニティが再生するだけでなく、現在とは別の
やり方で行政と民間が連携していく必要があるだろう。

事業の概要

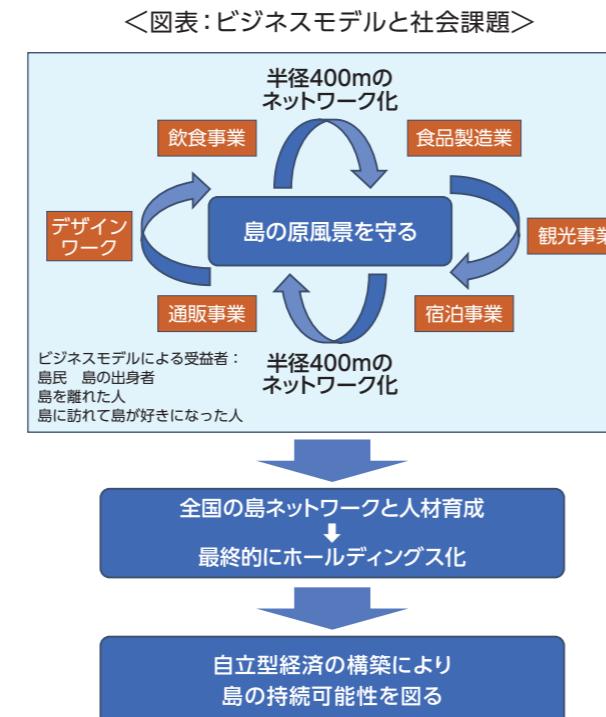
経済の島内循環を目指し多業種を展開する

山下氏は、鹿児島県川内市(当時)の離島である上甑島で生まれ育った。山下氏が子どもの頃は、地域で助け合いながら農作業をし、自給自足することが当たり前であったが、徐々にそういう風景は見られなくなってしまった。また、島には石積みの防波堤があり、島民の社交の場として機能していたが、山下氏が17歳の時に公共工事で取り壊されてしまったという。工事を担当したのが、父親が勤める建設会社であった。大学卒業後、Uターンして甑島に戻ってきた山下氏が、2012年に「島の風景を取り戻そう」と考えて起業したのが東シナ海の小さな島ブランド株式会社である。

同社は、米の生産販売、豆腐屋、加工品の開発、カフェ、民宿など17の事業を手がけている。Uターン後にはまず山下氏が取り組んだのは、耕作放棄地での米の生産販売である。ECサイトを立ち上げ、田植えから収穫するまでの農作業の様子や島での日常をブログで発信。ブログとECサイトを通じて、注文者や甑島の出身者、訪問者、島民の間で連帯感が生まれ、リピーターや甑島ファンの獲得にも寄与した。その後、集落の再生にはコミュニティの核となる場所が必要であることから、古民家をリノベーションして豆腐店を開業。集落を回って玄関先で豆腐を販売するスタイルをとり、需要を喚起するとともに地域の見回り活動につなげている。2015年には古い船宿を改修し、宿泊施設を開業。観光客が、島の日常に触れてもらうことを目指している。一般に地域振興では域外向けに付加価値の高い特別な商品やサービスを開発するケースが多いが、同社はあくまでも島の日常や自然な暮らしを重視し、そこに外部を呼び込んで収益を得るというスタイルなのが

特徴である。

同社は甑島の風景を守るために経済の域内循環を重視し、島に足りていない機能を補うという観点で、新規事業を開発している。例えば、2021年に立ち上げた不動産管理会社である島守株式会社は、島に空き家が増えている反面、不動産会社がなく、移住希望者などのニーズがあるのに物件の取引が難しかったことが設立の理由である。同社が多業種を手がけているのは、島に多くの課題があり、それをニーズと捉え対応してきたからに他ならない。



社会課題への対応

島の風景を守りつつ、交流人口の拡大や仕事づくりに寄与

同社の事業である宿泊施設やカフェの運営は、島の日常に観光客を呼び込み、島民と交流をしてもらいうながら、域外の資金を島内に流入させている。観光客にとっては、甑島の自然や暮らしに触れること自体が観光体験である。地域にとっては、島の風景や地元の生活が守られつつ、甑島のファンをつくることに成功しており、交流人口や移住人口の拡大につながる。また、前述のとおり、同社の新規事業は、様々な島の課題に対応する形で開発されている。自分たちで事業として課題解決することで、域外に資金が流出しないことを意識しており、自律した経済圏の確立につながっている。

アメリカの社会学者クラレンス・アーサー・ペリーは、人が歩きたくなる距離である半径400m圏内を1つのコミュニティと見る近隣住区論を唱えた。山下氏は事業の拡大を通じて、この半径400mのコミュニティを

島の中にいくつもつくっている。さらに、コミュニティ同士をネットワーク化することで、島全体が自立型の経済圏となることにつなげている。

また、同社の取組は、地域における仕事づくりや雇用の拡大にも寄与している。実際、同社が所在する村東集落は人口200名前後の限界集落だが、20代~30代が10数人おり、多くが同社のスタッフやその家族であるという。



同社が経営する豆腐店「山下商店」

今後の展望

離島のネットワーク化により自立的な経済圏を確立する

同社は、中長期的には、介護や福祉、教育、エネルギーといった広義の社会インフラの分野への参入を検討している。これらの多くは、自治体や政府が主導となる分野である。今後、離島において社会インフラを維持するには、自治体や政府が協働する民間のパートナーが地元に必要になると、山下氏は考えている。同社がそのような立場になり、主体的に動いていくことで、持続可能な形で社会インフラを提供する仕組みを整えることを目指している。

同社は、種子島など鹿児島県内の他の離島にサテライトオフィスを開設した。今後はこれを発展させて、10年をかけて全国の離島とのネットワークを構築し、若者や社会起業家の育成に取り組む。それぞれの島で同社のような地域企業が生まれ、産官学と連携しながら活性化に取り組むことを狙っている。さらに、持株会社を立ち上げることで、島同士が連携して課題に対応し、離島で自立型経済が構築され、持続可能性が高まるることを目指している。

九州で活躍する若手社会起業家

早川 雄基 氏 YUKI HAYAKAWA

株式会社H3 代表取締役社長

障害者が笑顔で社会参画 できる仕組みをつくる



IT教育で障害者を納税者に変える

「笑顔で幸せに」を経営理念に掲げる株式会社H3は、福岡市に拠点を置く就労継続支援A型事業所である。

就労継続支援A型事業所とは、病気や障害などにより、一般企業で働くことが難しい人と雇用契約を結び、就労機会や職業訓練を提供する障害福祉サービス施設である。事業所で働く利用者は、スキルを身に付けると同時に、最低賃金以上の給与が保障される。

同社の特徴は、IT・システム開発に業務内容を特化している点である。その業務は、ウェブサイト制作、アプリ開発、ソフトウェアのテスト、グラフィック制作など多岐にわたる。利用者は主に精神障害を中心とした20～50代の方が中心で、2024年1月現在、27名がスタッフのサポートを受けながら開発業務に従事している。高度なプログラミングを習得できる事業所は全国でも珍しく、遠くは北海道からも利用者を迎えていている。

同社が目指すのは、障害者に十分な所得を得られるようなスキルを提供し、「納税者」に変えること。パートナーと連携の上、「営業」「教育・就職」「開発・障害福祉」という3つの側面から、障害者の社会進出を促進し、障害者との共生という社会課題を解決するための仕組みを構築している。

「営業」を担うのは、パートナー企業で早川氏も経営に参画している合同会社イーマージである。イーマージは、ウェブサイト制作を5万円台から提供するなど、価格競争力が強みの一つだ。同社に開発業務を委託することで、開発費用を抑えることが可能になる。

「教育・就職」については、一般社団法人STONESと連携して支援する。STONESは、障害者が自分の能力を社会で発揮するための教育研修や、一般企業との

マッチング機会を提供している。これまでにも、同社を利用する障害者を対象に1年半のプログラミング研修を実施し、成果を上げている。具体的には、研修を受講した20名のうち、15名がIT・システム開発の実務を担えるレベルにまで成長。4名が一般企業への就職に成功している。また、受け入れ側の「開発・障害福祉」を担う同社は、障害を持つ人が成功体験を積む場を提供する。

同社の事業所には、豊富な経験をもつエンジニアがスタッフとして常駐している。スタッフと一緒に開発業務を経験しながら、実践的な技術を習得することができる。そのため、現時点では一般企業への就労移行が難しい障害者も、同社で実務経験を積むことで、就職の可能性を高めることができる。STONESとも連携しながら一般企業とのマッチングを進め、障害者が納税者となる仕組みを設けている。

同社の収益は、約5割がイーマージからの業務委託や、外部の障害福祉関連施設に提供するIT研修の講師料などから構成される。これらに、国民健康保険団体連合会から支給される給付金が加わる。自社事業で利用者の賃金をまかなえない就労継続支援A型事業所が多い中で、同社は着実に収益を上げており、事業性を確保しつつ、社会課題解決の取組につなげている。



事業所内で講演会を実施

企業情報

企 業 名: 株式会社H3
所 在 地: 810-0035 福岡県福岡市中央区梅光園2-2-1
業 種: 障害福祉サービス
資 本 金: 50万円
従 業 員 数: 36名(うち、利用者数27名)
活動エリア: 福岡市内の特定地域

取材日(令和6年1月19日)現在

解決を目指す社会課題

雇用の場の維持、雇用の確保、地域における学びの充実、地域のデジタル社会への移行／デジタル化対応、地域コミュニティづくり



2050年には、障害の有無に関わらず、誰もが当たり前にコミュニケーションを取れる世の中になってほしい。今後、人口減少に伴い、社会保障費の負担が増えていく。そのなかで、障害者が納税者になるためには、コミュニケーションが重要。障害を理由に「伝わらない」と決めるのではなく、お互いに「伝え合う」ことで相手を理解し、前向きな関係を築く人が増えたい。

社会課題への対応

世の中がまだ知らない障害者の才能を伸ばす

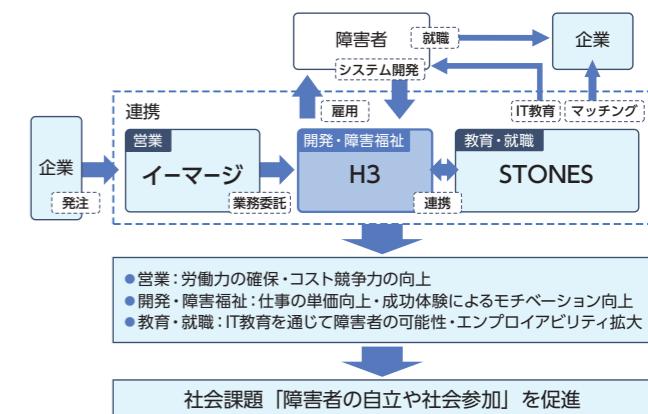
近年、働き手の不足の深刻化に伴い、様々な施策が行われている。障害者の社会進出にも期待が寄せられている。その一方で、法定雇用率を満たす一般企業は、未だ5割程度に留まる。早川氏は、創業する前に、洋服のリフォームを請け負うA型事業所に、7年間勤務した経験がある。その時に実感したのが障害者の可能性である。

洋裁が苦手で、事業所内で孤立していた利用者の存在がいた。見かねた早川氏がやりたいことを尋ねたところ、その利用者は「動画を作成みたい」と答えたという。試しに教えてみたところ、利用者は自分で動画編集ができるようになった。「大きな可能性を感じました」と、早川氏は話す。その後、希望者を募り、プログラミングを学ぶ機会を設けた。受講した利用者は、1ヵ月半ほどで基礎がマスターできたという。

早川氏は、障害者とITの組み合わせに将来性を感じ、2022年に独立して同社を創業。「挑戦できる環境や成

長を待てる体制があれば、障害に関わらず、誰もが本来の能力を発揮できる」と、早川氏は話す。福岡から成功事例を作ることで、より多くの障害者の可能性を広げ、社会進出を後押ししていく。

<図表:ビジネスモデルと社会課題>



今後の展望

誰もが笑顔で働く未来に向けて

同社は、今後に向けて3つの展望を描いている。まずは、顧客の拡大。イーマージと連携して、低価格帯のウェブサイトを切り口に、新規顧客の開拓を進めていく。そこから、より単価の高いシステム開発やデータ管理などの受注につなげていく狙いがある。次に、同社で働く利用者の技術力を高める。今後は、事業所内でAI開発の技術が習得できる体制も整える計画である。

最後に、障害者が社会進出できる仕組みを拡大していく。現在、パートナーのSTONESが中心となり、サテ

ライトオフィスをつくる構想を描いている。サテライトオフィスでは、障害者が、福祉専門のスタッフからサポートを受けながら、仕事に従事できる環境を整える。このサテライトオフィスを活用することで、障害者と働く環境やノウハウがない一般企業も、障害者を雇用しやすくなる。また、一般企業のオフィスでは就労が難しい障害者にとっても、就労移行の可能性が拡大する。早川氏は、この3つの展望をもとに、誰もが笑顔で働ける社会の実現に向けて邁進していく。

九州で活躍する若手社会起業家

齊藤 智彦 氏

TOMOHIKO SAITO

合作株式会社 代表取締役



地域と企業の歩調を合わせて 課題解決のコラボレーションを作り出す

地域と企業を結び付け、課題解決を通じて新しい価値を創造する

元々美術大学出身の齊藤氏は都市や地域をテーマにした活動に興味を持ち、地域振興の研究・実践を開始。2020年に鹿児島県大崎町で合作株式会社を設立した。中国語で「コラボレーション」を意味する「合作」を冠する同社の手掛ける事業は、主に企業と自治体のマッチングのコーディネート、地域プロジェクトのデザイン・広報である。売上の65%がコーディネートや地域プロジェクトの実施などで行政から得る委託事業費である。

創業当時から同社が事業のフィールドとする大崎町は、ごみのリサイクル率8割超を誇る循環型社会の先進地域である。齊藤氏は、2019年に同町の政策補佐監に就任するなど、同社設立以前からこのリサイクル施策に参画しており、施策の持つポテンシャルを最大限発揮させるべく、仲間を巻き込み同社を設立、より強くコミットメントし始めたという。現在、同社はこの大崎町で企業と自治体の連携をサポートすることで循環型社会の実現を目指す「OSAKINIプロジェクト」を運営する「大崎町SDGs推進協議会」の事務局を手掛け、地域と企業の橋渡し、協働をサポートするコーディネートを行っている。

ここでは、地域が抱える課題に対し企業が一方的に手を差し伸べる形での協働ではなく、同時に企業が持つ課題をまた大崎町という先進地域の知見で解決するという、双方が手を取り合う協働を目指している。例えば、ヤフー株式会社(当時。以下ヤフー)との協働では、同町のリサイクルシステムの展開にヤフーが資金提供を行い、地域で実証実験や研究を行うことで、同町がリサイクルの過程で行う堆肥化のGHG排出削減量を明らかにした。これにより、リサイクルシステムの

効果を定量的に評価することができ、堆肥化のGHG排出削減効果が焼却処理と比較して約4割減になることを示せたという。一方のヤフーは自治体の脱炭素化の取組を促進することで、IT企業が単独では達成していくことが難しい環境負荷削減目標に資する成果を得られたとのこと。大崎町のような環境負荷の削減に強みを持つ地域は、グローバル企業の課題解決と相性が良いと齊藤氏は語る。

同社はこれらの地域連携の事業を、大崎町だけでなく、受託事業として他自治体でも手掛けている。ただし、受託する際は、単に同社に事業を丸投げするのではなく、同社と前向きに「合作」できる自治体のみを選んでいるという。



大崎町のリサイクルシステムの核となる堆肥化の現場



OSAKINIプロジェクトは全国に協働の輪を広げている

企業情報

企 業 名: 合作株式会社
所 在 地: 899-7305 鹿児島県曾於郡大崎町假宿1772-6
グリーンヒル大崎1-202
業 種: 新規事業開発、官民連携の組織体の構築・運営、
広報・PR、人材育成事業
資 本 金: 310万円
従 業 員 数: 11名
活動エリア: 鹿児島県大崎町など

取材日(令和6年1月23日)現在

解決を目指す社会課題

子どもの教育、地域における学びの充実、地域の脱炭素対応、リビングシフト(ワークライフスタイルの変化。都心から地方への移住等)への対応、地域ブランドづくり



「寛容な世の中」であり続けてほしい。近年、画一的な価値観、尺度に合わせることを求められることが増えており、地域の土着的な価値観が喪失されていくのではないかという危惧を持っている。異なる立場の人々がそれぞれの個性を持ち寄り、それらが尊重された「合作」によって問題解決を図るような世界を目指していきたい。

社会課題への対応

単独では解決できない社会課題をマッチングで解決

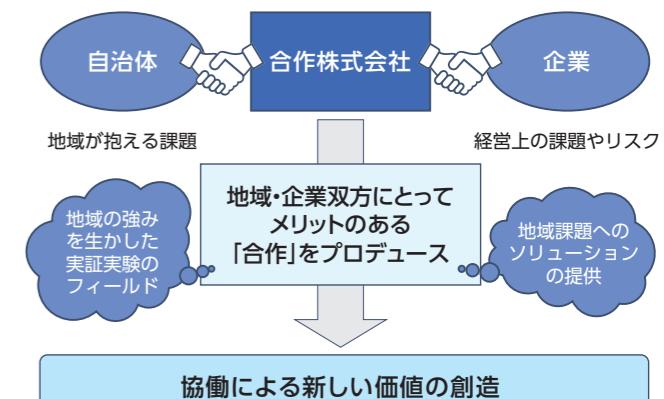
前述のヤフーとの事例のように、自治体単独、あるいは企業単独では解決が難しい課題であっても、共に地域課題の解決を実践することで新たな知見が生じるケースは決して珍しくはないはずだと齊藤氏は語る。

大崎町のケースで言えば、ユニ・チャーム株式会社(以下、ユニ・チャーム)との協働もまたその事例の一つになるだろう。日本製の高品質な紙おむつは、海外でも非常に人気であり世界各国で販売されている。その一方で、そのまま埋め立てられることにより環境問題を引き起こす一因ともされている。この紙おむつの環境負荷の高さはユニ・チャームの海外展開において経営上のリスクと捉えられていた。一方、紙おむつの回収リサイクル体制は国内でもまだ十分ではなく、大崎町でもリサイクル率向上のボトルネックとなっていた。そこで、両者が手を組み紙おむつの回収リサイクルの実証実験を大崎町と隣接する志布志市で実施することで、ユニ・チャームはリサイクルの仕組みを開発

出来たという。

企業が持つ課題を自治体との協働で達成する絵を描き、互いに成果を生む適切なマッチングを実現させることが同社のビジネスモデルであり、企業にとって有益なマッチングが継続してなされることが、社会課題解決事業の収益性の持続可能性に直結している。

<図表:ビジネスモデルと社会課題>



今後の展望

自治体が「契約」のあり方を見直すきっかけ作りを進める

同社は企業と自治体という異なる立場をつなぎ問題解決を図ることに重きを置いている。その共創の効果を最大限に発揮するには、従来の自治体事業の主流である業務委託型の契約では難しいという。「業務委託」の名の下に自治体が企業側に業務を丸投げすることで、自治体は事業に自主性や当事者意識を持ちにくくなり、企業も仕様書以上の成果を出すインセンティブが生じ

ないからである。業務委託型に変わるのが、企業に事業の収益を分配するレバニューシェア型である。地域課題の解決を通じて新しい価値を創造するためには関係者が「前のめりで」取り組むことが肝要である。今後、マッチングを進める中で、自治体や企業が、地域課題解決に関する事業の「契約」のあり方を見直していく契機をつくっていく。

九州で活躍する若手社会起業家

岩永 清邦 氏 KIYOKUNI IWANAGA

合同会社葉隠 代表社員

空き家リノベで 地域に交流のハブをつくる



地域に根付き、ウチとソトの架け橋となるゲストハウスの運営

合同会社葉隠は、空き家の活用による地域の活性化をミッションとする事業者である。佐賀市内で空き家をリノベーション¹したゲストハウスを2施設経営している。代表の岩永氏は、大学卒業後、JICAの海外協力隊として中国内陸部で子供たちに野球を指導する事業に携わった後、地元である佐賀に戻り、同地を拠点として活動する認定NPO法人地球市民の会に入職した。NPOとして行政からの委託や助成を受けながら社会課題解決に携わる中で、委託や助成は継続性がなく、課題解決へのアプローチが弱い場合もあると実感した。収益を確保しつつ社会課題に取り組む重要性を感じていた時に、地域に空き家が増え、体感治安が悪化していることに気がつき、これをビジネスで解決することにした。前述の海外活動の経験から、日本人と外国人の交流が人の成長や地域の活性化に寄与すると感じていたこともあり、空き家を活用したゲストハウスの運営を構想し、2017年に合同会社葉隠を設立。クラウドファンディングによる資金調達を経て、佐賀駅そばの空き家をリノベーションしたゲストハウス「HAGAKURE」の営業を開始するに至る。

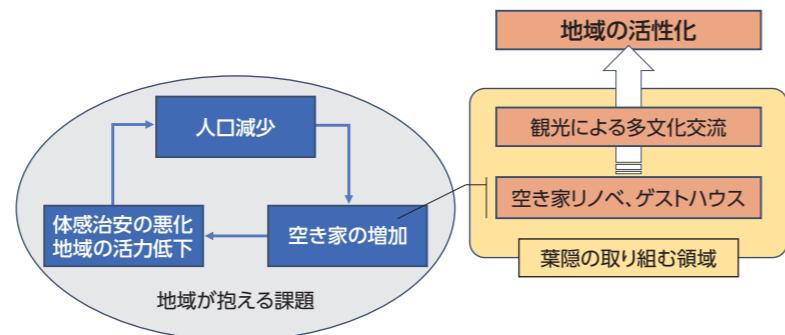


1階はバー営業も行い、宿泊客と地域住民の交流の場として機能する

「HAGAKURE」は2階がドミトリータイプの宿泊施設、1階が佐賀の地酒などを提供するバーであり、宿泊者と地域住民が酒を酌みかわしながら交流する場として機能している。コロナ禍以前は宿泊客の8割がアジア圏を中心とする外国人であり、日本人と外国人の交流の場を作るという岩永氏の構想が実現したと言える。なお、同社のHPは、日本語・韓国語・中国語・英語だけでなく、ヨーロッパからの集客を意識しフランス語にも対応している。フランス語対応にあたっては、地元商工会の講師派遣制度を活用して、フランス人の語学講師をインターンとして受け入れた。実際、この効果でヨーロッパからの顧客も一定数いるという。事業の初期段階においては人的リソースが不足しがちであり、社会起業家に専門家を派遣することは、行政や企業ができる支援であることがわかる。2023年、佐賀市内に2つのゲストハウスをオープンさせており、そちらは感染症下のゲストハウスの形を追求し、非接触型の滞在を可能にしている。

¹ 古い建物を新たな使用に耐えうるよう修繕、改修すること。(建築学用語辞典)

<図表:ビジネスモデルと社会課題>



企業情報

企 業 名: 合同会社葉隠
所 在 地: 840-0804 佐賀県佐賀市神野東2-4-12
業 種: 宿泊業
資 本 金: 700万円
従 業 員 数: 1名
活動エリア: 佐賀市

取材日(令和6年1月31日)現在

解決を目指す社会課題

空き家対策、雇用、交流の拠点



「外国人」「日本人」という言葉がなくなっている世界になってほしい。日本全体として人口減少が続く中、世界中をターゲットとして地域の魅力を発信することで、その地域に興味のある人が訪れ、定住し、ともに地域を作っていく。地域として懐が広くなっていくことで、様々な背景を持つ人たちが生きやすい地域になっていくのではないか。

社会課題への対応

地域の空き家対策と、 地域住民と観光客の交流による地域活性化

前述のとおり、同社は地域の空き家対策と、地域住民と観光客の交流による地域活性化に取り組んでいる。ゲストハウス2施設の運営により、それらの地域課題へのアプローチは形を整えつつある。

その上で同社が地域課題の解決にあたり重視しているのが、地域とのつながりである。「0から1をつくるところでいかに地域の人を巻き込めるか」に心を砕いているという。「HAGAKURE」立ち上げの資金をクラウドファンディングで調達したときは、地元の企業や住民、前述のNPOの関係者などの下に、一件一件足を運び、丁寧な説明をすることで900万円超の支援を得た。岩永氏は「地域課題の解決において、課題意識への共感はもちろん重要だが、それ以上に、誰がその事業を

実施するのかという、事業者個人への信頼感が肝要である」と述べている。地域の活性化など、地域住民との密なコミュニケーションが必要とされる社会課題解決においては、課題を解決する主体が地域にどれだけ根付いているか、信用されているかが事業立ち上げを成功させる要因となることを示唆している。



HAGAKUREの外観。
空家をリノベーションした

今後の展望

佐賀市で得たノウハウを基に他地域への展開

同社は佐賀市で得たノウハウを基に、より空き家問題が深刻な中山間地域でも同様の取組を展開することを検討している。そこで、岩永氏が行政など広域の機関に期待していることの一つが、「広報と情報共有の充実」である。「HAGAKURE」の立ち上げにおいて、事務的な手続きが煩雑かつ窓口がばらばらであることが困難の一つであった。事業の立ち上げにあたって何をすべきか、どこに行くべきかの情報共有が、起業家の数を増やすために必要であると考えている。

また、岩永氏は社会課題・地域課題の解決に取り組むにあたって、持続可能性の観点から「NPOと社会起業家の水平分業」を提案している。課題の抽出やソリューションの開発など、マネタイズできない活動は非営利団体のNPOが担い、マネタイズできる活動は切り分けて社会起業家が担うという考え方だ。実際、岩永氏は地球市民の会の事務局長と葉隠の代表を兼任し、支援者の獲得などで両者のシナジーを効かせている。

九州で活躍する若手社会起業家

吉野 元氏 HAJIME YOSHINO

一般社団法人MIT 代表理事
(ミット)

住民・行政・地元企業・域外と
共創して、自然共生型の
地域社会を目指す



企業情報

企 業 名:一般社団法人 MIT
所 在 地:817-1602 長崎県対馬市上県町佐須奈甲562番地24
業 種:自然、歴史、文化に関する調査研究およびコンサルティング、地域資源を活用した商品開発および販売、教育プログラム造成・学習支援
資 本 金:0円
従 業 員 数:6名
活動エリア:対馬市など

取材日(令和6年1月31日)現在

解決を目指す社会課題

自然共生、一次産業振興、地域ブランドづくり



自然共生社会の成熟を期待している。自然を守るということも必要だが、自然を利用する、自然から学ぶことが多いと思う。例えば、砂漠に生息する蟻の巣は、冬は氷点下、真夏は40度以上といった環境でも通年一定の温度を保つ構造となっている。その構造1つとっても人間が快適に過ごすためのアイディアがたくさん詰まっている。自然と経済の調和のとれた社会を目指している。

事業の概要

様々な人と地域を結びつける中間支援組織

元々大学院で生態学を学んでいた吉野氏は、大学院時代の知り合いの川口幹子氏¹に声を掛けられ、対馬市に移住した。ツシマヤマネコがいる豊かな自然、文化、歴史、国境の島といった特徴や日本の中でも特に進行している高齢化、過疎化といった課題に興味を持ったからだ。対馬市には多くの研究者・学生が調査・研究のフィールドとして訪れるが、受け入れ体制が不十分だったり、研究者・学生の持つ知見を生かしきれていないという課題があった。川口氏は、学びのフィールドとして多くの人に対馬を訪れてもらい地域の活性化につなげようと中間支援組織としてのMITを立ち上げ、吉野氏は初期メンバーとして活動を始めた。吉野氏は、2017年から代表理事を引き継ぎ、積極的に事業を広げている。

同社の事業は多岐に渡る。①教育支援事業②田んぼオーナー制度③水産加工のコーディネート④行政からの調査・計画策定の委託⑤商品企画・販売などがある。

教育支援事業は、対馬を訪問する大学生を受け入れ、地域課題解決のワークショップの実施を支援したり、学校や市民に対してESDやSDGsの教育プログラムを提供したりしている。

天然記念物のツシマヤマネコは、田んぼに住むカエルなどをえさとする。田んぼオーナー制度では、ヤマネコが狩りにやってくる田んぼの「オーナー」を募集する。米農家は、オーナー制度で得た資金で消費者にもヤマネコにも優しい減農薬農法などの研究を行う。オーナーに対してはイベント参加などの特典がある。

水産加工のコーディネートは、海草・海藻類を食害し、磯焼けの原因となっていた未利用魚の加工を支援する事業である。これらの未利用魚は、そのまま食べると味

が良くないため、漁獲時に捨てられていた。そこで、水産会社や漁協とともに、未利用魚を原材料とした商品開発のコンサルティングを行った。その結果、対馬の持続可能な海に貢献するというストーリーを付け、水産会社からメンチカツやおつまみなどの付加価値の高い商品を販売している。

これらの事業は社会的な意義は大きいが、同社が携わる商品開発のコンサルティングなどはモノを売るものでないため、人件費に対する理解が伝わりづらいことから、単体では収益を上げづらい。そこで、対馬市から行政計画策定の委託を受けたり、ヤマネコに関する商品を企画し販売したりして収益を上げている。吉野氏は、優秀な人材を獲得するには待遇もある程度良くなければと思い、従業員には賞与を出すことができるほど、経営は安定している。また、吉野氏は、比較的収益性の高い事業であっても、行政計画の策定など地域活性化につながると思うものを行っている。

¹ 現在はMITから独立し、(一社)対馬里山繁育塾を立ち上げている。



ヤマネコが訪れる田んぼでのイベントの様子

社会課題への対応

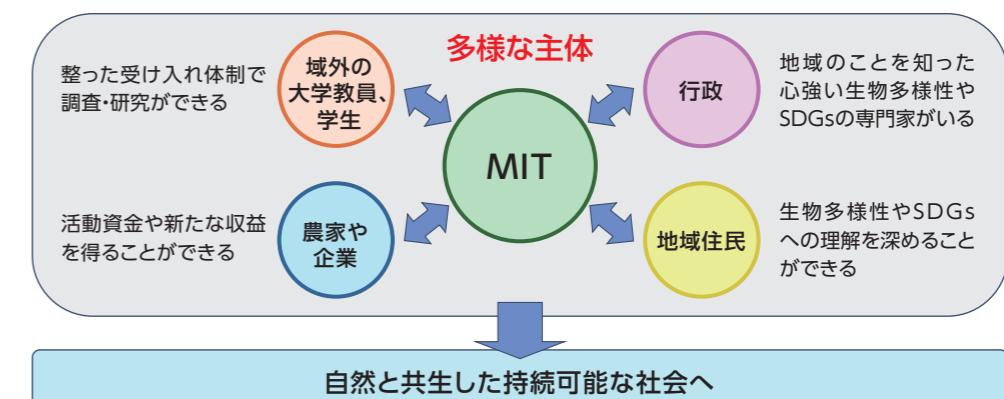
自然と共生した持続可能な社会へ

同社が向き合う社会課題は、自然と共生する持続可能な社会の実現である。地球環境の持続可能性の限界がある中で、経済活動も変容する必要があると考え、自然の恵みから得られる自然共生社会に着目している。自然共生社会を実現するために、地域の様々な問題を見極めながら、その解決に向けて、地域の住民・企業、行政、域外といった多様な主体と共に創した事業の展開を目指している。例えば、少しでも自然に興味をもって

もらえるよう、田んぼオーナー制度や物販を行う際、「ヤマネコが生息しているほど自然豊かな対馬」といったストーリーをつけて販売を行っている。

吉野氏は、次の世代の持続可能性にどのくらい貢献できるかというのが、社会起業家の目指すべき一つのパターンだと思っており、ESDやSDGsの教育活動はその一環といえる。

<図表:ビジネスモデルと社会課題>



今後の展望

生物多様性を広めつつ、日本全国のNPOをサポートしたい

生物多様性の重要性を対馬に留まらず、全国に広めていきたいと思っている。一方で生物多様性を対象とするNPOは各地域に津々浦々存在しているが、資金繰りがうまくいかないところも多い。同社が培った、社

会課題解決に根差しつつ、収益事業を実施することで経営を安定させるといったノウハウを生かし、日本全国のNPOの人を支援するメニューを提供したいと考えている。

九州で活躍する若手社会起業家

青野 雄介 氏 YUSUKE AONO

株式会社BRIDGE the gap 代表取締役
(ブリッジ ザ ギャップ)

地域の課題と理想の間をつなげる橋となるBRIDGE the gap



企業情報

企 業 名: 株式会社BRIDGE the gap
所 在 地: 886-0004 宮崎県小林市細野1897番地
TENAMUビル2階
業 種: 複合サービス業
資 本 金: 300万円
従 業 員 数: 45名
活動エリア: 小林市、えびの市など西諸エリア

取材日(令和6年1月30日)現在

解決を目指す社会課題

雇用の場の維持(域内中小企業の存続)、雇用の確保(域内企業の人手不足への対応)、子育て支援・働き方支援、子どもの教育、地域における学びの充実(子どもに限らず)、リビングシフトへの対応、商店街・繁華街衰退への対応、地域ブランドづくり、観光振興、地域コミュニティづくり



地方が主体性を保ち、当事者となってその在り方を決めることができる未来であってほしい。地方が都市部に従属する構造ではなく、都市部に対するカウンターパートとして残っていること、2050年の人々が地方と都市の好きな方を選んで暮らしていくように、今から地域の特性に即した街づくりを進めていきたい。

事業の概要

地域の個性を生かした課題解決を進める地域商社

青野氏が代表取締役を務める株式会社BRIDGE the gapは宮崎県小林市を拠点とする地域商社である。その事業内容は、小林市中心部に位置する複合施設であるTENAMUビルの交流スペースや市内のコワーキングスペースTENOSSEの運営、農産物加工・食品OEMを受託するKobayashi Food Labの運営、観光施設である「アウトドアステーションえびの」「すきむらんど」の指定管理運営。青野氏は元々、地域おこし協力隊として小林市に赴任し、地域活性化に取り組んでいたところ、後述する交流スペースの運営業務委託先として声がかかり、起業に至ったという。



TENAMU交流スペース



アウトドアステーションえびの

社会課題への対応

幅広く事業を展開する同社の各事業に共通するのは、小林市の魅力を生かしつつ課題解決を図るという点だ。地元の企業が共同出資した小林まちづくり株式会社がTENAMUビルを自前の資金で建設するなど、地域のプレイヤーが中心となり市街地を盛り上げる中で、交流スペースやコワーキングスペース地域に戻つて来たUターン者やIターン者、地元民が集まり様々な話ができる「たまり場」の機能を果たしている。青野氏は、「行政や民間それが様々な企画を実施する中で明らかにUターン者が増えており、しかも起業する割合が高い」と小林市の変化を実感している。

食品分野においても、西諸県郡が抱える課題である地域の所得水準の低さを解消すべく、農産品の高付加価値化に取り組んでいる。西諸県郡は、九州屈指の農業地帯である。特に小林市は、サトイモ、ホウレンソウ、ピーマンなどの野菜、肉用牛やブロイラーの産出額が全国上位であり、最近では、マンゴー「太陽のたまご」やメロン「めろめろメロン」といったブランドが宮崎県のブランドとして県に指定されている。青野氏の言を借りれば「何を食べても美味しい」という中で、加工拠点となる施設が少なく、付加価値が低い形で地域から出荷されていることが課題であったという。そこで、Kobayashi Food Labでは、小売店、農家、メーカー、飲食店と協働し、商品企画・開発、ECサイトによる販売、販路拡大などを一気通貫して請け負うという、まさしく地域商社としての機能を持っている。

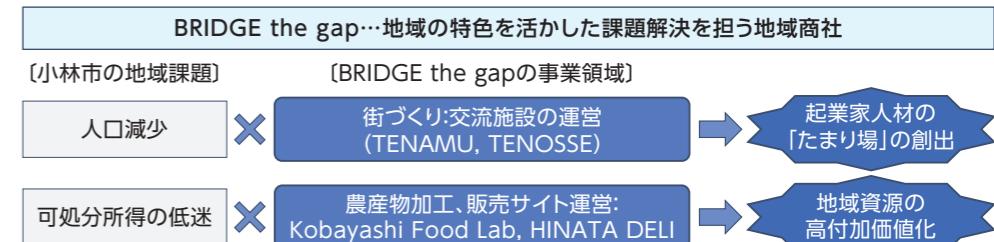
現状、売上の約90%は、TENAMU交流スペースやすきむらんどなどの運営といった自治体からの委託、指定管理事業、10%は食品分野やふるさと納税などである。

地域で社会起業家を育成することで地域の特色に即した課題解決が可能に

同社が取り組んでいる社会課題は、前述の事業内容のとおり、主に地域の人口減少、地域の可処分所得の増加にある。青野氏は、「人口減少対策はどの自治体でも避けては通れない本丸の課題であり、それを解決する手段は地域の特色によってそれぞれ異なる」との認識を示している。小林市における同社の事業では、地域の中で事業の担い手を育てようとする市長や企業の気風、農業の充実が解決のための糸口となっているよう見受けられる。前者によって、地域おこ

し協力隊であった青野氏に白羽の矢が立ち、街づくりのノウハウが小林市に残ることになった。そこから派生して、後者の農業の充実を生かし、いわゆる農業の6次化によるビジネスが始動している。地域として社会起業家を育成することで、地域の特色に即した課題解決が進行していることがこの事例から見て取れる。

<図表: ビジネスマodelと社会課題>



今後の展望

事業の成長と地域の成長が同じベクトルを向くことが持続可能性を担保する

現在進行している主要な事業に加え、今後、同社は観光業にも注力していく。既に実施しているアウトドア施設やレジャー施設の指定管理事業を中心に、霧島連山を中心とした広域で連携した集客の取組を進めている。宿泊施設が霧島温泉近辺に集中していることもあり、そこからの周遊を西諸県郡に取り込むことが重要となるという。観光業がこれまでの事業とやや異なる点として、青野氏は「会社の売上増が地域経済の活性化

に直結すること」を指摘している。観光を中心とした地域活性化事業は、その事業規模が大きくなることが地域経済の活性化に貢献することから、街づくりという公共性の高い領域の中で比較的事業収益にフォーカスすべき事業と言える。このように、事業の成長と地域の成長が同じベクトルを向いていることから、持続可能な課題解決、企業運営を図る上で、今後、重要なセグメントになることが想定される。

九州で活躍する若手社会起業家

須部 貴之 氏 TAKAYUKI SUBE

株式会社KISYABAREE 代表取締役
(キシャバリー)

コミュニティ形成に関する事業を通した街の「再生」の実践



地域の活性化に資するスクール事業やコンサルティングを展開

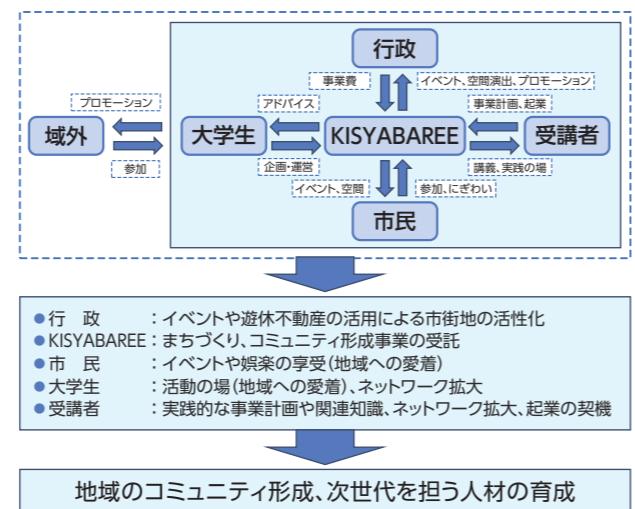
須部氏は、鹿児島大学に近い騎射場エリアの出身である。一度は県外で就職した後、2013年に帰郷して家業の不動産事業を営んだが、当時、騎射場の不動産物件は空き室、空きテナントがかなり多い状態になっていた。不動産事業者の立場として危機感を覚え、騎射場のまちづくりに取り組み始めた。最初に取り組んだのは、当時注目され始めていたリノベーション¹事業である。市民参加型の「DIYリノベーション」イベントを開催し、レンタルルームをつくるなどして、街を巻き込んだ地域の活性化を狙った。しかし、この取組で物件の付加価値は上がったものの、街自体の活性化には至らず、物件主体でのまちづくりに限界を感じた。そこで、コミュニティの活性化に焦点を当てたイベント「騎射場の生きさき市」(以下、の生きさき市)を立ち上げた。市電「騎射場駅」沿いの軒先や空き店舗、ガレージ、公園、駐車場など「まちの隙間」に、地域内外の約90の店舗が出店するイベントである。2015年から毎年開催し、現在では1日で約1万人が参加する地域の一大イベントとなり、「騎射場はおもしろいまち」という認知が広がることで、エリアに対する出店は増え、須部氏の不動産事業に対してもプラスの影響を及ぼした。

の生きさき市が評判となることで、須部氏に対してはリノベーションや地域コミュニティ形成によるまちづくりについて、相談や人材育成の依頼が増えた。行政から、リノベーションによるまちづくりを実践するスクール事業の運営を依頼されたが、家業の不動産会社では受託が難しいと判断し、従来の不動産事業とは切り分ける形で2019年に株式会社KISYABAREEを立ち上げた。現在の同社は、前述のスクール事業や、公共空間活用

のコンサルティング・コーディネート事業、イベント企画・運営事業といった行政からの委託事業が収益の60%を占めている。また、リノベーションなどの不動産事業や、地域のまちづくりに関する番組制作・プロモーション事業など、40%が事業による収入である。不動産を始め、空間演出やコミュニティ形成、PRなど多岐にわたる事業を通じて、街の「再生」、つまり地域コミュニティ衰退という社会課題の解決を進めている。

¹ 古い建物を新たな使用に耐えうるよう修繕、改造すること。(建築学用語辞典)

<図表:ビジネスモデルと社会課題>



企業情報

企 業 名: 株式会社KISYABAREE
所 在 地: 890-0056 鹿児島県鹿児島市下荒田3丁目43番7号
業 種: その他(地域開発における企画運営)
資 本 金: 355万円
従 業 員 数: 2名
活動エリア: 鹿児島県

取材日(令和6年2月8日)現在

解決を目指す社会課題

地域のコミュニティ衰退



家族や親といった枠組を超えて、住む街に市民が居場所を見いだせるようになっていてほしい。たとえば自分が70歳、80歳になったとき、騎射場の街を歩いたら、中学生や大学生などの若い世代ともコミュニケーションが取れるような風景を実現したい。街に出かけたら老若男女を問わず知人がいて、自然にコミュニケーションが取れるような、理想的な地域を作りたい。

事業を通して地域のコミュニティ再生を狙う

帰郷で17年ぶりに鹿児島市へ戻ったとき、当時は騎射場停留所の路面店に空き店舗が7件も存在するなど、地域の活力そのものが衰えて閑散とした様子に違和感を覚えた。同時に、以前は見かけていた多様な客層がいなくなるなど、過去に存在していた地域コミュニティの活力が失われている状況を目の当たりにし、地域の多様なプレイヤーと連携して地域の活性化を試みなければ、自身の不動産事業だけではなく地域自体の存続も危うくなることを痛感した。

この状況を変えるため、リノベーション事業やの生きさき市など、取組を契機に地域のコミュニティが再生するよう仕掛けたが、仕掛けにあたっては、リノベーション事業における学生や主婦、社会人など、の生きさき市における鹿児島大学を中心とした学生など、多様な主体(客層)が参加することに留意している。加えて同社

は、イベントの開催そのものではなく、イベントを通じた地域における多様な客層を呼びもどして地域のコミュニティを再生すること、取組の主眼としている。そのために多様な主体同士・主体と地域が混ざり、つながりを作ることを狙っている。の生きさき市は開始当初、須部氏など社会人が主体となって運営していたが、現在では運営スタッフの7割が学生であり、地域やコミュニティの再生に対して思いのある学生と、地域がつながる場となっている。

同社は、公共空間の活用事業も実施しているが、体験型の企画を通じて子どもが楽しめるよう演出する。非日常的で印象に残るイベントを経験することで、地域への愛着が深まり、真剣に地元の活性化を目指す次世代が育つことを期待している。

次世代のまちづくりを担う人材を育成

同社は、まちづくりに関連する多様な事業やプロジェクトの実施を通じて、地域のことを真剣に考えて地域のために活動する思いがある人材の育成まで見据えて活動している。例えばスクール事業では、大学生や社会人、主婦など20人程の有志を集め、全6回の講義を通じて遊休不動産を活用した事業計画を立案する。講義では、有識者を招いたり先進地を視察したりすることで、受講者が柔軟な思考や事業・まちづくりのロールモデルを実践的に学べるように設計している。また、

地域の銀行から具体的なレクチャーを受け、実効性のある事業計画を真剣に考え抜くこともカリキュラム化している。その結果、スクール事業の受講者のうち3割程度は、立案した事業計画をベースにして実際に創業している。今後も、スクールの受講者が地域で新規事業を立ち上げ続けることができれば、多様な背景を持つ受講者が次世代のまちづくりを担う人材となることが期待できる。こうした人材が増えれば、次世代のコミュニティ活性化にもつながる。

MEMO

令和5年度地域経済産業活性化対策調査
(九州地域における若手社会起業家等の発掘及びネットワーク構築可能性調査)

社会起業家の芽吹く九州に向けて 15名のビジネスによる社会課題・地域課題解決の取組

令和6年2月発行
経済産業省九州経済産業局総務企画部企画調査課
〒812-8546 福岡市博多区博多駅東2-11-1 ／ TEL:092-482-5414
委託事業実施機関:公益財団法人九州経済調査協会