

1. 地域おこし協力隊ビジネスアワード事業活動報告会の開催

地域おこし協力隊ビジネスアワード事業の採択団体（隊員）が、活動状況を報告する活動報告会（以下、「ビジネスアワード事業活動報告会」という。）を開催した。

(1) **ビジネスアワード事業活動報告会の開催概要**

- 日 時：平成30年3月14日（水） 13:00～16:30
- 会 場：国立オリンピック記念青少年総合センター
センター棟 501 研修室
- 聴講者数：65名（審査員、講師、報告者を除く）
- 次第：
 - 1 開 会
 - 2 挨拶
 - 3 審査委員紹介
 - 4 パネルトーク「好きなまちで仕事を創るために」
特定非営利活動法人 ETIC . 代表理事 宮城治男 氏
合同会社巻組 代表社員 渡邊享子 氏
EVERY DENIM 共同代表 山脇耀平 氏
 - 5 採択団体報告
 - 採択団体報告 北海道弟子屈町 高木浩史 氏
「日本最東端ワイン造りによる地域活性化」
 - 採択団体報告 山梨県笛吹市 木村早希氏 八木優彰 氏
「希少な国産マスタードで「日本一の美食のまち」へ！」
 - 採択団体報告 岡山県備前市 竹田俊亮 氏
「伝統工芸の再興を目指して」
 - 採択団体報告 愛媛県今治市 吉井涼 氏
「『猪骨ラーメン』 獣害を資源化・特産品化する事業」
 - 6 講 評
一般社団法人移住・交流推進機構理事 岩崎正敏 氏
 - 7 閉 会

(2) パネルトーク「好きなまちで仕事を創るために」

宮城治男委員（特定非営利活動法人ETIC 代表理事）のコーディネートのもと、自ら起業経験を有する 合同会社巻組 代表社員の渡邊享子氏、EVERY DENIM 共同代表の山脇耀平氏をパネリストに迎え「好きなまちで仕事を創るために」と題してパネルトークを行った。



宮城委員



山脇氏・渡邊氏

<宮城治男氏>

- ・ このビジネスアワード事業をはじめ、今、地方での起業は大きなチャンスであり、環境も整ってきている。
- ・ このチャンスや環境をうまく活用して欲しい

<山脇耀平氏（自己紹介）>

- ・ 2014年12月に弟と、兄弟でEVERY DENIMを掲げ、倉敷等、岡山県のデニム関連の工場の職人や経営者の方を取材し、情報発信するというWebサイトを立ち上げて活動をスタートした。
- ・ 取材していく中で、職人達のことだけでなく、アパレル産業の構造や、海外生産が進んでいて工場が厳しいこと、業界の構造的には下請けになっていることを初めて知った。情報発信しているだけで、この人達の役に立っているのだろうかと思うようになった。
- ・ そこから製品を企画・販売することを通じて、岡山のデニム産業を多くの人に知ってもらい、実際に使う人に現場のことを知ってもらって、あわよくば工場に来てもらえたら良いと思うようになった。
- ・ 2015年9月の立ち上げの頃、クラウドファンディングを設立し、地方創生系のビジネスプランコンテストに出場した。その時獲得した元手だけを自己資本として事業を開始した。
- ・ 今、3年目で、販売は、基本的にインターネット。店舗を持たずに、色々な地域のコミュニティになっている場所を回り続ける。色々な地域で、製品への思いやこだわりをお話して販売するスタイルを続けている。
- ・ 2017年6月に、販売活動でもっと多くの地域に行きたいと思うようになり、キャンピングカーの購入資金をクラウドファンディングで募る形で、47都道府県にデニムを届けに行くというプロジェクトを行った。多くの方のご支援のおかげで、車を



山脇氏

改装し、この間完成し、今年 2018 年 4 月から、1 月のうち 1 週間かけて 2、3 都道府県を回り、返ってきて回った地域について報告会をするということを来年の夏ぐらいまでやる。EVERY DENIM に関わる人が大切にしている生産・消費においての価値観を通じて、色々なコミュニティを作っていこうと考えている。

<宮城氏と山脇氏とのトークセッション>

- ・ 宮：22 歳に創業したとき、アパレル業の勉強はしていたのか？
- ・ 山：僕は大学 2 年生を経て 1 年間休学している途中で、インターンシップとしてアパレルのベンチャー企業にインターンを始めた時期だった。それまでは全くしていなかった。
- ・ 宮：起業する時に考えたビジネスは？
- ・ 山：当時はもっと合理的に、ネットだけで売れないかと考えていた。
- ・ 宮：元手は、ビジネスプランコンテストの賞金以外は、全然持ち出しはないのか？
- ・ 山：なかった。コンテストの賞金が 100 万円、クラウドファンディングが 209 万 6 千円で、合わせて約 310 万円。
- ・ 宮：クラウドファンディングはどういうふれこみで？
- ・ 山：大学生の兄弟が地域の産業に関わって、埋もれてしまっている技術等を製品化して販売していくことを皆さんに発信していただきたいというものだった。
- ・ 宮：その 200 万円集まったのは、どういう人からが多かったか？知り合い？
- ・ 山：岡山の人が多かったが、紹介いただいたりした。地元の方に知っていただきたいという思いがあったので、30～40 代の方を中心に話しして回っていった。

- ・ 宮：売れ始めた仕掛けやきっかけは？
- ・ 山：今まで爆発的に売れたことは 1 回もない。少しでも手にとってもらう可能性を上げるために、待ちの姿勢ではなく、色々な人がいる所に自分達で飛び込んで行って営業。製品を見てもらう意識で、地域の色々な所に行っていた。少しずつだが、確実に届いていく、というのを 1 年ぐらい続けた。その後、2017 年 6 月に、ガイアの夜明けに取り上げて頂いたのがきっかけで広がった。
- ・ 宮：テレビ番組に出る前までは、月にどれくらい売れていたのか？
- ・ 山：50～60 万円ぐらい。
- ・ 宮：イベントやオフィスに行って売っていたと。東京か？
- ・ 山：東京が一番多かった。地方のゲストハウスや飲食店等も行った。スライドを使ってお話しさせてもらって、時には宿泊も込みで 1 回泊まって、ということもやりながらだった。

- ・ 宮：テレビ番組で取り上げられた後、次の展開としては色々な選択肢がある中、キャンピングカーを改造して地域に売りに行くということを選んだのは？
- ・ 山：自分達がやっていたことと同じ方向のまま加速させようとした。そのスタイルが、一番思いもありながら届けられる楽しいスタイルだと考えたことと、全然違うやり方ではなく、このやり方で、もう少し加速させてどこまでできるのかを試してみたかった。あと、2 年半やってきた中で、自分達を応援してくる人達の顔が思い浮かぶぐらい人数が出てきたので、その人達にジーンズをはいてもらうだけでなく、僕らが地域で得たことをシェアしたいと思うようになった。そしたら僕らももっと色々な地域に行かないと新しいネットワークは作れない。

< 渡邊享子氏（自己紹介） >

- ・ 石巻市は、被害は大きかったが特徴として、2011年の震災直後の1年間に全国からボランティアが延べ28万人も集まった。若い人達が何かしたいという気持ちだけでこれだけ集まった。
- ・ 2012年以降、ボランティアで来た200～300名が、石巻市に継続的に残って、生業を起して暮らしていきたいという人がいた。私もその1人だった。
- ・ その中で私が感じた課題は、仲間のボランティア達が、住む場所がないためにあきらめて帰って行く人が多かった。全壊家屋が2万2千戸なので、地元の人ですら住む所がなかった。元々地方都市は、わざわざ地域外から単身の若者が来て仕事を起こすことが想定されていなかったの、住めるような単身者向け住宅がなかった。
- ・ 被災地に限らず、若者が地域に残って何かチャレンジを始められるように、と思って、被災した空き家をリノベーションしてシェアハウスにする活動を続けてきた。
- ・ 改修した古民家が10軒ぐらいで、5軒のシェアハウスを運営している。50名ぐらいの若者が移住した。
- ・ 20、30代に絞って住んでもらっているが、内訳としては、起業家が結構いる。アーティストも住んでいる。被災地ということもあり、国際的な知名度も上がってきたので、外国人が地域のベンチャーに就職する動きも出てきている。こういった外国人はなかなか一般的な不動産市場から借りにくい。仕事を辞めて移住しようとすると、一旦住所不定無職になり、担保が取りづらい。そこで私達が7年間、ここで空き家を借り上げてシェアハウスにすることで喜んで住んでいる。半分ぐらいインターン生等の外国人。
- ・ 被災した空き家等の未利用資産を利用して、若者が何かチャレンジを始めることによって、不動産価値の高い地域を作っていくことが表向きの狙い。
- ・ 墓地に囲まれ接道していない絶望的な物件に今度住むのは、大阪出身でボランティアに来た男性。インドにいて、カレー屋を開こうとしているが、今は漁期なので漁の仕事をする。
- ・ 面白い物件には面白い人が住むので、それによって資産価値の低い空き家に結びつけて面白い街にしていきたいというのが私の狙い。
- ・ 震災後、規範と良識だけではにぎわいは戻って来ない。
- ・ 一方、石巻市では今、自由な発想のビジネスが色々生まれている。自分の表現欲求からビジネスが生まれている。私はこれをリア充と考える。
- ・ 利用されていない大家さんの資産をリア充に投資することが私達のビジネス。
- ・ 古民家活用の課題としては、築20年以上の木造物件や、大家が高齢化により自分でリノベーションすることが難しいという問題がある。
- ・ 入居者のオモシロさに投資してリノベーションを増やす仕組みを進めている。
- ・ 地方にこそ、リア充が爆発的に活動してくれる可能性があると思って活動している。



渡邊氏

<宮城氏と渡邊氏とのトークセッション>

- ・ 宮：渡邊氏を紹介したのは2つの意味がある。1つは、彼女自身が起業家として、事業自体が面白いので、それもヒントになると思う。一方で、彼女はハブでもある。地域の中のコミュニティやエコシステムを作っていく側の事業をしている人でもある。どのように生業を発展させていっているのか、例を挙げてほしい。
- ・ 渡：4種類の事業を簡単に説明する。まず段ボール屋。彼は大手企業向けに段ボールの梱包材を卸す会社の3代目社長だった。段ボールだけ売っていても未来がないということで、東北最大の平板プリンターと平板カッターを導入し、段ボールを切って、彼は元々カーディーラーでスーパーカーが好きだったので、技術を活かして段ボールでスーパーカーを実寸大で精密に再現した。リーマンショックと震災で、仕事がなかったので作ってSNSで発信したところ爆発的に広まり、スーパーカーのR社からも認めてもらえ、今は映画会社からもセットを頼まれるようになった。
- ・ 次にこけしについて。元々は呉服店の2代目だった。ボランティアの人達が石巻から持って帰るお土産がないからと、Youtubeで彫りの技術を学び、絵付けは絵が得意だったので作った。こけしは温泉地のお土産で、石巻市には元々こけしはなかったのだが、石巻市のこけしブランドを作った。
- ・ アーティストの女性は、民宿でおかみをしながら創作活動を続けていた。夫も呼んで、夫は漁師にして住んでいる。
- ・ 彼らはそれだけが生業ではなく、既存の事業と組み合わせながら、生活の豊かさを作っていくことが生き方になっているという印象がある。

- ・ 宮：段ボール屋はいわゆる中小企業の後継ぎの方であるが、親父の代からやっていることをそのままやっても、なかなか夢を持ちにくい。希望を含めて、好きなことをそのままやった。こけしも地域資源とは全く関係ないところからこけしを作った。新たな地域資源になったりする。そういう勝手さが石巻らしいと思った。このアーティストはなぜ表参道に行けるようになったのか？
- ・ 渡：石巻でも大きなアートフェスがあった。そのキュレーターが目をつけた。
- ・ 宮：なぜベン達は、生業は謎。謎と言うのは、いくつかの収入源で生きている。
- ・ ホヤのかぶり物で生きていくと言っても、銀行は絶対に話を聞いてくれない。しかし、夫は漁師の手伝いをさせて、自分も民宿の仕事をして、好きなことを追求している。

パネルトークを通しての小括

<宮城氏>

- ・ 山脇氏のように、わかりやすい事業として展開していくのもあれば、なぜベンのように色々なことで収入を得つつ好きなことをしていく。昔はワーキングプアと言われた。東京で高収入を得ていたような人が石巻でこういうことをする流れが起きていて、私は震災がもたらした新たな気付きであると勝手に感じている。

会場を交えての質疑

<参加者>

- ・ 5年後のビジネスのビジョンを聞かせてほしい。

<山脇氏>

- ・ 先を見通すのは難しい。1年後のことを話すことも、昨年からすると考えられなかったことである。常に更新し続けるというか、ビジョンを変えていく必要があると思っている。
- ・ 新しいことをやりたいとなった時に、フットワーク軽く動き出せるように、いつでも準備をしていくことが僕の考え方のプロセスとなっている。
- ・ 原体験として、チャンスを与えてくれたデニムの工場の人達と一緒に楽しんでいきたいと思っているので、今はデニムを発信していき、今後は生産工場が今のようにものをつくるだけではない新しい働き方やビジネスモデルみたいなものを一緒に作っていったらと思っている。
- ・ クラウドファンディングに限らず、自分の周りの人からしか広がっていかないと思う。いきなりどこかの誰かが知ってくれるわけでもない。マーケティング的にも差せばヒットするというのは確率の低いものである。いかに周りの人達にワクワクしてもらえるか。その人達がいかに自分達のことを応援してくれるか、話題にしてくれるかを考えるのが、考え方としては建設的なのではないかと考えている。クラウドファンディングは2回ともそのように、絶対に周りの人達からしか広がらなかった。2回目は周りの人達が増えたということと、自分達もわかりやすく説明できるようになったということもあり周りの人達が紹介しやすかったのもあると思う。それで徐々に広がっていくのが良いのではないかと思う。

<宮城氏>

- ・ 山脇氏の話を知っていると、わらしべ長者を仕掛けられてきたと感じる。何も無いところから仕掛けつつ、進化しながら成長していった。

<参加者>

- ・ 渡邊氏のこれまでのバックグラウンド等を聞かせてほしい。これだけのハブ機能や不動産の運用をしているということは、何か資格等お持ちか？

<渡邊氏>

- ・ 元々都市計画を学んでいたもので、こういう事業に近い専門家は周りにいたが、私自身は特に資格は持っていない。資格が必要な部分は後からスタッフとして雇用したり、周りの専門家に協力を依頼した。
- ・ ビジョンは色々変化してきているが、基本的には謎の生き方ができる人が広がっていけば良いと思っている。ただ、あまりにも指針がないと進めづらいので、まずは1億円ぐらいのビジネスを作ってみようというところから、そこためにはどうしたら良いかを考えている。

<宮城氏>

- ・ 最初からこうだったわけではなく、歩いてきた道を振り返った結果、こういうわかりやすい形になった。
- ・ (会場のみなさんには、)山脇氏、渡邊氏のチャレンジに触れて頂きたかった。自身のチャレンジの幅を広げ、自由に楽しく、山脇氏、渡邊氏のチャレンジのように面白く飛躍していくこと願っている。

(3) 採択団体報告

北海道弟子屈町（提案者：弟子屈町地域おこし協力隊員 高木浩史氏）



高木氏の報告の様子



高木氏の報告の様子



高木氏の報告の様子



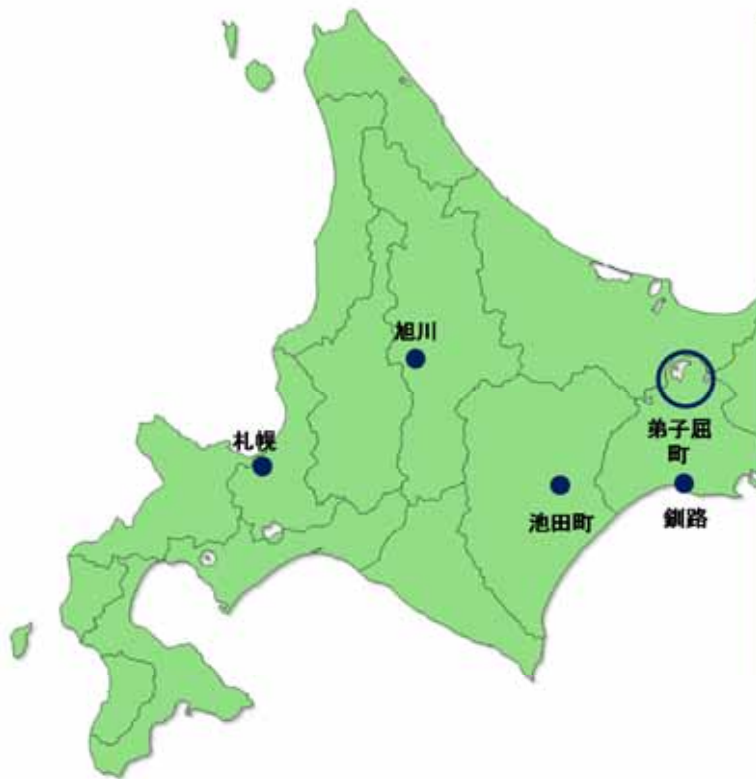
平成29年度総務省地域おこし協力隊
ビジネスアワード事業報告会

日本最東端ワイン造りによる
地域活性化

弟子屈町地域おこし協力隊
高木浩史

2018.3.14

The cover features a central orange background with white text. To the left is a vertical strip of a blue sky with white clouds. To the right are two vertical strips: the top one shows a small green seedling growing from dark brown soil, and the bottom one shows blue water with gentle ripples.



弟子屈町（てしかがちょう）

- 人口 約7400人
- 面積774.5km²
- 阿寒摩周国立公園内に属し、豊かな自然環境に囲まれた町
- 川湯温泉、摩周温泉など豊かな泉源に恵まれている
- 基幹産業は観光業と農業（酪農、畑作）



CraftMAP

名前：高木 浩史（タカキ ヒロフミ） 年齢：37歳

出身：福岡県筑紫野市出身 趣味：釣り、園芸（バラなど）、料理

- ・ 東京農業大学生物産業学部（網走）に進学
- ・ 東京農業大学生物産業学研究科（修士課程）卒業
- ・ 東京都内の香料会社に入社

* 食品用香料の開発（調香師）に約10年間携わる

2015年9月に弟子屈町地域おこし協力隊として着任

<主な業務内容>

- ・ ブドウの栽培管理
- ・ ワイン提供方法の検討
- ・ ワイン醸造
- ・ ワイン以外の地域特産品開発



弟子屈町のワイン事業 ～ワイン造りのきっかけ～

<事業の背景>

- 観光業が基幹産業である弟子屈町であるが、近年は旅行形態が通過型となり以前の賑わいは無くなっており、観光業の再興が地域の課題であった。
- もう一つの基幹産業である農業は道東では珍しく畑作と酪農が盛んで地場食材は豊富にあるが、町内で積極的に活用させていない状況にあった。
- 観光業の再興と農業の振興を推進するためには、豊富な地元農産物と観光業を結びつける必要があり、その役割を果たす新たな特産品としてワイン造りに注目した。
- ワインと地場食材を味わえる町として“食”の魅力を充実させることで、これまでの通過型の観光形態から脱却する一つのきっかけとしたい。



弟子屈町のワイン事業 ~これまでの歩み~

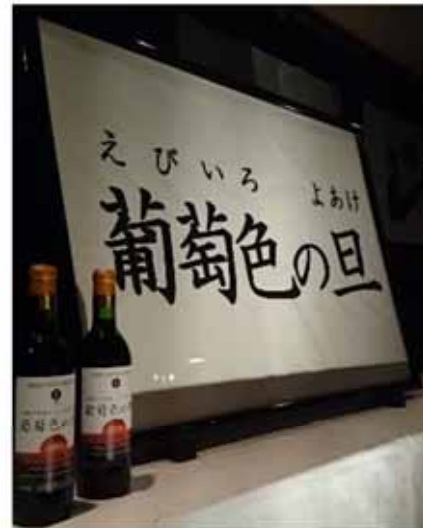
平成21年	池田町ブドウ・ブドウ酒研究所より提供を受けた耐寒性ワイン醸造用品種「山幸」と「清舞」の試験栽培を弟子屈町内玉川大学試験農場にて開始。
平成23年	試験結果から「山幸」が弟子屈町での生育に適していると判断。
平成24年	町民農園に「山幸」の苗木を200本植樹。その他、協力農園に30本植樹。
平成25年	町民農園に「山幸」の苗木を100本植樹。
平成26年	町民農園に「山幸」の苗木を300本植樹。町内で収穫したブドウのワイン醸造を池田町ブドウ・ブドウ酒研究所に委託。
平成27年	平成26年植樹分の大半が越冬出来ずに枯死し、新たに補植。 平成26年度に醸造委託したワイン64本が完成。
平成28年	ブドウ栽培に屈斜路地区の農家が参画。3,000本程度を目標に平成28年度は300本を植樹。 屈斜路研修センターにてヨーロッパ品種の試験栽培を開始。醸造委託したワイン209本が完成。
平成29年	屈斜路地区に500本を植樹。醸造委託したワイン270本が完成。

「葡萄色の旦」について

弟子屈産「山幸（やまさち）」を使用した赤ワイン「葡萄色の旦（えびいろのよあけ）」は2015年10月23日弟子屈産ワイン・和牛発表会にて披露されました。

ワイン名の由来は山葡萄の色を意味する「葡萄色（えびいろ）」に、これから弟子屈町でワイン造りが始まるという夜明けのイメージを重ね、ワインが発展していく希望を込めて名付けました。

初年度である2015年度は64本、2016年、2017年度は209本、270本が瓶詰めされた



**葡萄色の週末 ～EBI-IRO WEEK END～
in TESHIKAGA**

開催期間：10月の10日間限定で弟子屈町の飲食店で実施

店舗数：2016年は6店舗、2017年は10店舗で実施

内容：弟子屈ワイン「葡萄色の巨」を飲みながら、地場の食材を用いたメニューを味わう企画。メニューはワインに合わせ各店舗が独自に考案

- ワインを町民の皆さんに知ってもらおうきっかけとする
- 地場食材を用いたメニューを各店舗で提供することで地産地消を促進する
- 弟子屈町の新たな秋のイベントとして定着と弟子屈町の食の魅力向上につなげる



葡萄色の週末 ~EBI-IRO WEEK END~
in TESHIKAGA

飲食店向け
説明会 & 試飲会



ポスター用
写真撮影



町内間伐残材を活用した
ワインコースター等の作成

葡萄色の週末 ~EBI-IRO WEEK END~
in TESHIKAGA



イベント告知（メディア等）

葡萄色の週末 ~EBI-IRO WEEK END~
in TESHIKAGA

NHKおはよう北海道土曜プラス（土曜AM7：30～）



釧路新聞10月8日朝刊

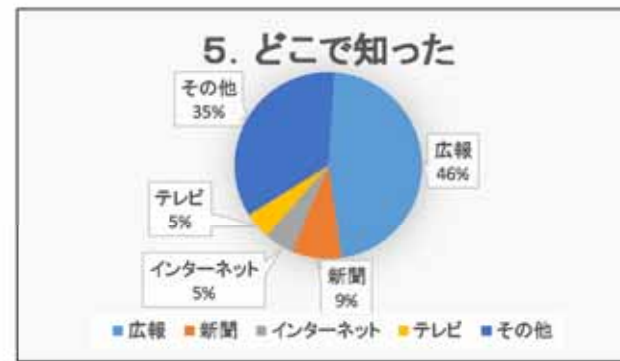
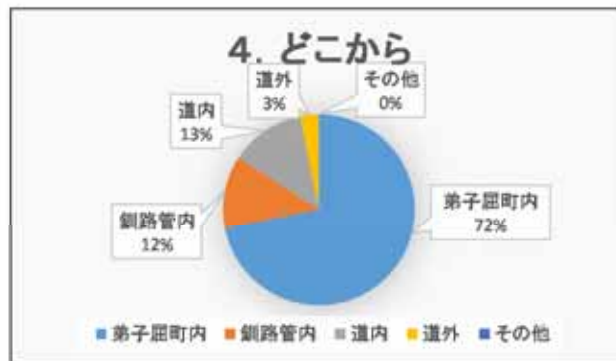
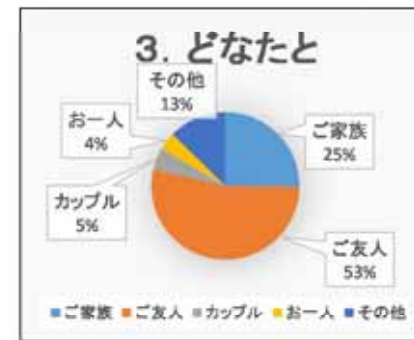
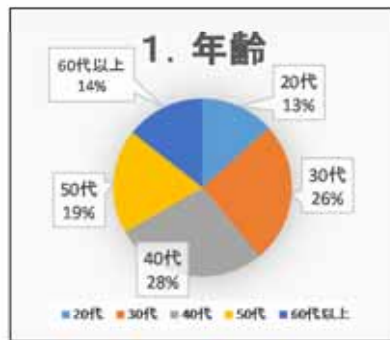


北海道新聞広告






月刊誌 fit 10月号掲載

「葡萄色の週末」のアンケート結果（延べ285人）



弟子屈町ワイン事業の展望

< 課題 >

- ブドウ栽培面積の拡大
 - ブドウの品質向上
(栽培技術の確立)
- 
- ブドウ栽培技術者の育成
北海道ワインアカデミーでの技術習得
-
- ワイン価格(委託醸造)
 - ワイン生産地としての表記不可
 - ワインのオリジナリティー
(オンリーワンのワイン造り)
- 
- 醸造家の育成(過去2年間醸造研修実施)
 - **ワイナリー(醸造所)の開設**
-
- ワイン造りと地域活性化
- 
- 葡萄色の週末(エビロウィークエンド)の定着化
 - ワインツーリズムなど体験型観光の仕組みづくり

ワイナリーの開設条件

- 果実酒製造免許（国税局）を取得するには年間 **6,000ℓ** の果実酒製造が必須

* ワイン一本750mlあたり 1kgのブドウが必要
つまり、免許取得には8,000kgのブドウが必要となる

- **構造改革特区（ワイン特区）** に認定されると年間 **2,000ℓ** の製造で免許取得が可能

* ただし、原料は特区内で生産されたものに限る * 特区での免許取得には2,700kgのブドウが必要となる

構造改革特区取得市町村

- 余市町（リタファーム）
- ニセコ町（ニセコワイナリー）



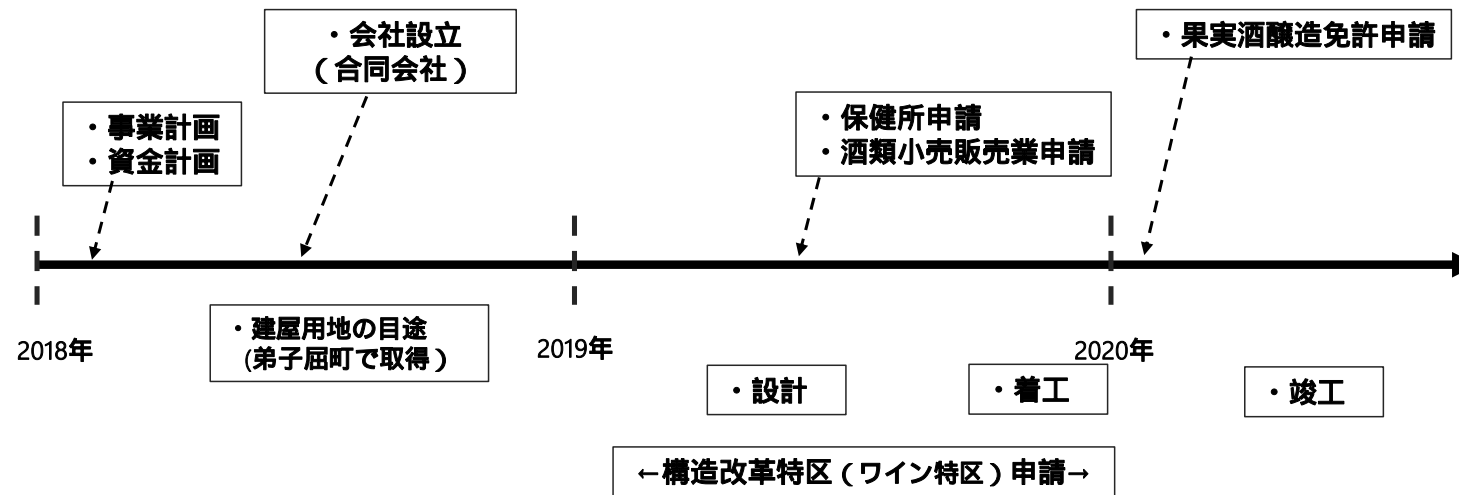
弟子屈町のブドウ収穫実績と今後の推移予測

収穫年	収穫日	収穫量(kg)	結果樹
2014	10/10	120	180
2015	10/21	304	300
2016	10/17	450	350
2017	10/12	360	320
2018	10/15	800	600
2019	10/15	1400	900
2020	10/15	2000	1400
2021	10/15	2800	1900

参考) 2017年 鶴居村 400kg収穫

→ 弟子屈町・鶴居村での連携を模索中

ワイナリー開設スケジュール（2020年開設目標）



建屋 → 町所有の施設を活用

設備 → ワイン特区規模でどのくらいの設備と費用が必要になるのか？

現地専門家指導
一般財団法人 地域活性化センター
常務理事 岩崎 正敏様

- 損益収支計画書と資金計画についての具体的なアドバイス
- 販路について
- 原料のブドウについて
- 人件費と税額
- 長期借入金の返済期間
- **事業特性を考慮した長期、短期借入金のバランス**
- 製造業における設備投資と減価償却期間
- 毎月のお金の出入りを明確化する

現地専門家指導② ～リタファームワイナリー（余市町）訪問～

<リタファームワイナリー>

- 2013年余市町のワイン特区制度を利用して開設。
- 菅原ご夫妻二人で営むワイナリー。由利子さんはフランスシャンパーニュでワイン醸造を学び、ご主人の誠人は以前はワイン設備関連のお仕事をされていた。
- 現在は年間3万本ほどを生産している。

- 販路や価格について
- ワイン造りについて
- 建屋と作業スペース
- 果実酒類製造免許申請と保健所の許可
- 開設当初の設備は仕込み量をベースに算出
 - * 仕込み量≒1日に収穫するブドウの量
- **設備（機器）メーカーについて→見積額の差が大きい**



ワイナリーの開設に必要な設備

<2,500ℓ製造を想定>

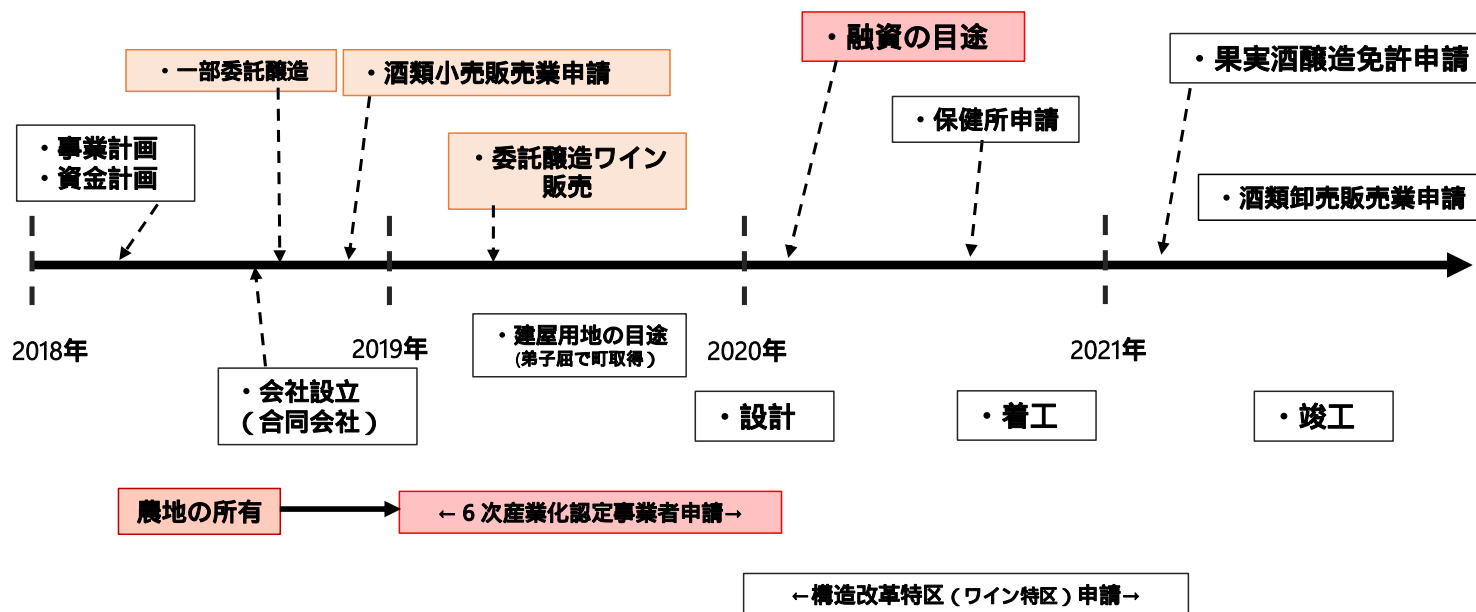
機器名	価格
除梗機（手動）	200,000
ベンチプレス機（水圧）	400,000
プレス機（大型）	4,000,000
タンク（1,000 ）×3	1,200,000
タンク（600 ）×4	1,000,000
タンク（200 ）×4	280,000
タンパク除去機	400,000
濾過器	40,000
ビン洗浄機	150,000
ビン詰め機	300,000

機器名	価格
打栓機	400,000
キャップシーラー	20,000
ラベラー	300,000
ポンプ機	250,000
ワイン樽×2	240,000
濾過装置	100,000
高圧洗浄機	300,000
樽洗浄機	500,000
フォークリフト	300,000
その他（分析機器など）	2,000,000

合計 11,980,000

大型プレス機含まない場合 8,380,000

ワイナリー開設スケジュール（2021年開設目標）



損益収支計画

ワイン製造本数：2,700本 : 3,000本 : 3,500本 (単位:千円)

	開業準備期間 (H.30.4 ~ H.32.8)	通年営業			備考	
		1年目 (H.33.9 ~ H.34.3)	2年目 (H34.4 ~ H35.4)	3年目 (H35.4 ~ H36.3)		
損益 計画	売上高	0	8,100	9,000	10,500	¥3,000
	売上原価	0	5,080	5,200	5,400	
	うち原材料費	0	1,080	1,200	1,400	ブドウ ¥250/kg ピン等 ¥150/本
	うち人件費	0	3,000	3,000	3,000	通年1人 + α
	売上総利益	0	3,020	3,800	5,100	
	販売費・一般管理費	0	1,800	1,800	1,800	
	うち人件費	0	0		0	
	営業利益	0	1,220	2,000	3,300	
	支払利息	0	495	480	450	
	その他営業外損益	0	0	0	0	
	経常利益	0	725	1,520	2,850	
	税引前当期利益	0	725	1,520	2,850	
	税金	0	290	777	1,298	
	当期純利益	0	435	743	1,552	
	減価償却費合計	0	1,000	1,000	1,000	
当期内部留保(+)	0	1,435	1,743	2,552		

資金計画

資金収支計画	出資金・資本金	1,000	0	0	0	
	当期内部留保	0	1,435	1,743	2,552	(単位:千円)
	うち減価償却費	0	1,000	1,000	1,000	
	長期借入金借入	15,000	0	0	0	
	短期借入金(運転資金)借入	0	3,000	3,000	3,000	
	その他資金収入	0	0	0	0	
	資金収入合計	16,000	4,435	4,743	5,552	
	設備投資	10,000	0	0	0	
	長期借入金返済	0	0	1,000	1,000	
	短期借入金(運転資金)返済	0	3,000	3,000	3,000	
	その他資金支出	0	0	0	0	
	資金支出合計	10,000	3,000	4,000	4,000	
	資金収入 - 資金支出	6,000	1,435	743	1,552	
	期末現預金残高	6,000	7,435	8,178	9,730	
	期末長期借入金残高	15,000	15,000	14,000	13,000	
期末短期借入金残高	0	0	0	0		

赤ワイン
収穫期は10月。発酵・熟成の期間を
入れると、出荷までに半年以上を要す
る。



< 長期借入金借入と短期借入金 >
ワイナリー特性上、販売代金回収ま
でに時間を要すことを金融機関に十分
に説明のうえ、多めに借入枠を設定

今後の展開 ～ワイン造りと地域活性化～

- **有機農業によるブドウ栽培 → 自然酵母によるワイン造り**
*堆肥・土づくり
- 「農」と福祉の連携
- 研究フィールドとしてのワイナリーの活用
- ワインツーリズムによる地域観光業の活性化
- ワインのラインアップの充実（地域資源に合わせたワイン造り）
- 地場食材によるワインフルコースの開発
- 教育現場との連携
- 次世代の育成



ご清聴ありがとうございました

2018/3/14

地域共創協力隊ビジネスアワード事業報告会

審査委員からのコメント・質疑

<岩崎委員>

- ・ この計画に限らず、やってみなければわからないことはいっぱいある。思った通りにならないことのほうが多いと思う。頑張ってくださいというよりも、努力・思いを継続してくださいというほうが、もっと大きな規模で成り立つ可能性があるのではないかと思う。楽しみにしている。

<宮城委員>

- ・ しっかりと発表して頂いてここまでの状況がよくわかった。
- ・ ご自身で課題に思っていることや、こういうことについて力を借りたいと思っていることはあるか？

<高木氏>

- ・ 先ほど述べた通り、寒い地域でのブドウ作り・ワイン造りはほとんど例がない。そのため、他の地域でワイン造りをされている方の意見を聞いても、自分の土地に持って帰ってくるとなかなか上手くいかないという課題はある。色々なワイナリーの方とのネットワークを構築し、色々な情報を頭に入れながら、色々な事にトライしていく。そういったことで問題解決を図っていきたいと思っているところである。私はそういったネットワークという面では非常に恵まれていると思っている。

<宮城委員>

- ・ 先ほどの山脇氏のように、プロセスの中で色々な人を絡ませたら面白みやチャンスがいっぱいあるし、ワイナリーを作るというのはある意味わかりやすい。それにより街が進化するというストーリー。挑戦の中にどんどん人を巻き込んで影響力を広げていったら、今日お話し頂いた教育の話等、種が沢山あると思う。すごく可能性を感じる。

<高木氏>

- ・ 事業が根付いていくためには人を巻き込みながら、取り組みを理解してもらうことが重要だと思っている。今は弟子屈町の地元の方々が中心になっているけれども、それを土台にこれからもしっかりと土台を築き上げていきたいと思っている。

山梨県笛吹市（提案者：笛吹市地域おこし協力隊員 木村早希氏 八木優彰氏）



八木氏・木村氏の報告の様子



八木氏・木村氏の報告の様子



八木氏・木村氏の報告の様子

平成29年度総務省地域おこし協力隊ビジネスアワード事業報告会

希少な国産マスタードで 「日本一のおいしいまち」へ！



山梨県笛吹市 地域おこし協力隊
木村早希 八木優彰



八木優彰(31)

静岡県 出身

実家が農家で、いずれは農業に携わりたかった。「就農」をミッションに掲げた笛吹市地域おこし協力隊に応募。

市内の農事組合法人で、果樹栽培を研修中。



木村早希(25)

愛知県 出身

結婚を機に、夫の出身地である笛吹市への移住を決意。仕事を探す中で、地域おこし協力隊に応募。

市役所の移住定住担当にて、相談業務を行っている。

事業概要

マスタードの生産、販売(6次産業)



なぜ笛吹市でマスタード？

農産物加工に興味があり、使われない農産物に着目



摘果桃の加工をスタート



難航する中、6次産業化セミナーに出席



講師より「**山梨はフランスの食文化と相性が良い、
マスタードも面白い**」という情報を得る



とりあえずネットで調べてみた

5

ワインの名産地＝マスタードの生産地

マスタードの語源は、ムスツム・アルデンス(燃え盛る未熟ぶどう果汁)
ぶどう栽培が盛んな地だから、マスタード作りも盛んになった。

→「ぶどう生産量日本一」の笛吹市でも、
美味しいマスタードができるはず



マスタード起源の味わいを再現 未利用品の活用

マスタードは、カラシナの種に「未熟なぶどうの果汁」を、合わせたのが始まりと言われている。

市内では、間引き作業で畑に落とされる未熟ぶどうが発生。それらを買取ることで、**未利用品の活用**にもつなげる。

「ぶどう生産量日本一の笛吹市」だけにしかできない、マスタードの製造を目指す。



純国産の減農薬マスタード

原料のカラシナは比較的強い植物。
輸入品が多い中、減農薬・純国産という付加価値を
つけるほか、**耕作放棄地の解消**にも貢献。



笛吹ならではのフレーバーマスタード



やると決めただけで、
問題が続出...

からし菜の作り方が分からない！

相談した場所 山梨県の農務事務所
からし菜の産地、千葉県・土気の農協
菜の花の生産地、長野県大町市のNPO法人

結果 情報量は増えたが、栽培環境が異なるのでやってみないと分からない。「とりあえず蒔いてみた」

マスタードの作り方が分からない！

相談した場所 6次産業化サポートセンター
(山梨県中小企業団体中央会)

結果 6次化プランナーを派遣していただき、レシピを開発中
(派遣料は5回まで無料)

そもそも加工所使えるか？

相談した場所→加工所の運営メンバー
保健所

結果→加工所の組合員になることで、使用可能に。
許認可は既に施設が取得していた。



そういえば畑もない！

相談した場所→市役所(農林振興課)

結果→市民農園、地域の知り合い、中間管理機構
などから借りた(すべて無料)



現在は、5000m²作付け済み、1000m²整備中、2000m²交渉中
農機具は知人、農協などから借りる(有料)

その他で困った事...

予算がない！

→自費で対応(毎月1万円の積み立て)
将来的にクラウドファンディング等も検討。

事業への理解が得られない！

→話だけでなく、実際に行動してアピールした。

ライバル(?)が出現！

→新聞掲載直後、“自称”同業者から接触あり。様子を見るため、直接会うことは避けた。

販売戦略について

想定価格

100ml瓶の場合 500～800円

主な顧客・ターゲット

飲食店向け、小売(アンテナショップ等)

販路・販売方法

事業者向けに、商談会等への出展を予定

農家民宿、直売所、某リゾート商業施設での取り扱い見込み

広告・宣伝方法

試食の提供、使い方の提案

SNS、マスメディアの活用



【実績】
新聞4紙、ウェブメディア1社、ラジオ1社、テレビ2社(予定)

事業体制について

組織形態

任期中は任意団体として活動。将来的には法人化。

人員体制、配置・シフト

全業務、基本は2名(木村、八木)で行う

人員が足りない場合は、農産物加工所へ依頼

今後必要な設備投資

マスタード製造機器(ミキサー、搾汁機など)

圃場整備機械(トラクター、軽トラなど)

想定されるリスクと対応

からし菜の不作→純笛吹産の商品を「プレミアム版」と位置づけ。

通常版の一部原料を輸入品で代用。

損益計画

単位：円

	開業準備期間	通年営業			備考	
		1年目	2年目	3年目		
		(H29.9 ~ H31.3)	(H31.4 ~ H32.3)	(H32.4 ~ H33.3)		(H33.4 ~ H34.3)
損益計画	売上高	750,000	4,500,000	7,500,000	15,000,000	
	売上原価	607,500	1,215,000	2,025,000	5,250,000	
	うち原材料費	607,000	1,215,000	2,025,000	4,050,000	
	うち人件費				1,200,000	
	売上総利益	142,500	3,285,000	5,475,000	9,750,000	
	販売費・一般管理費	115,000	2,530,000	3,886,000	6,768,000	
	うち人件費		2,000,000	3,000,000	5,000,000	
	営業利益	27,500	755,000	1,589,000	2,982,000	
	支払利息		20,000	20,000	20,000	
	その他営業外損益					
	経常利益	27,500	735,000	1,569,000	2,962,000	
	税引前当期利益	27,500	735,000	1,569,000	2,962,000	
	税金			627,600	1,192,800	
	当期純利益	27,500	735,000	941,400	1,769,200	
	減価償却費合計	272,500	411,500	411,500	411,500	
	当期内部留保(+)	300,000	1,146,500	1,352,900	2,180,700	

20

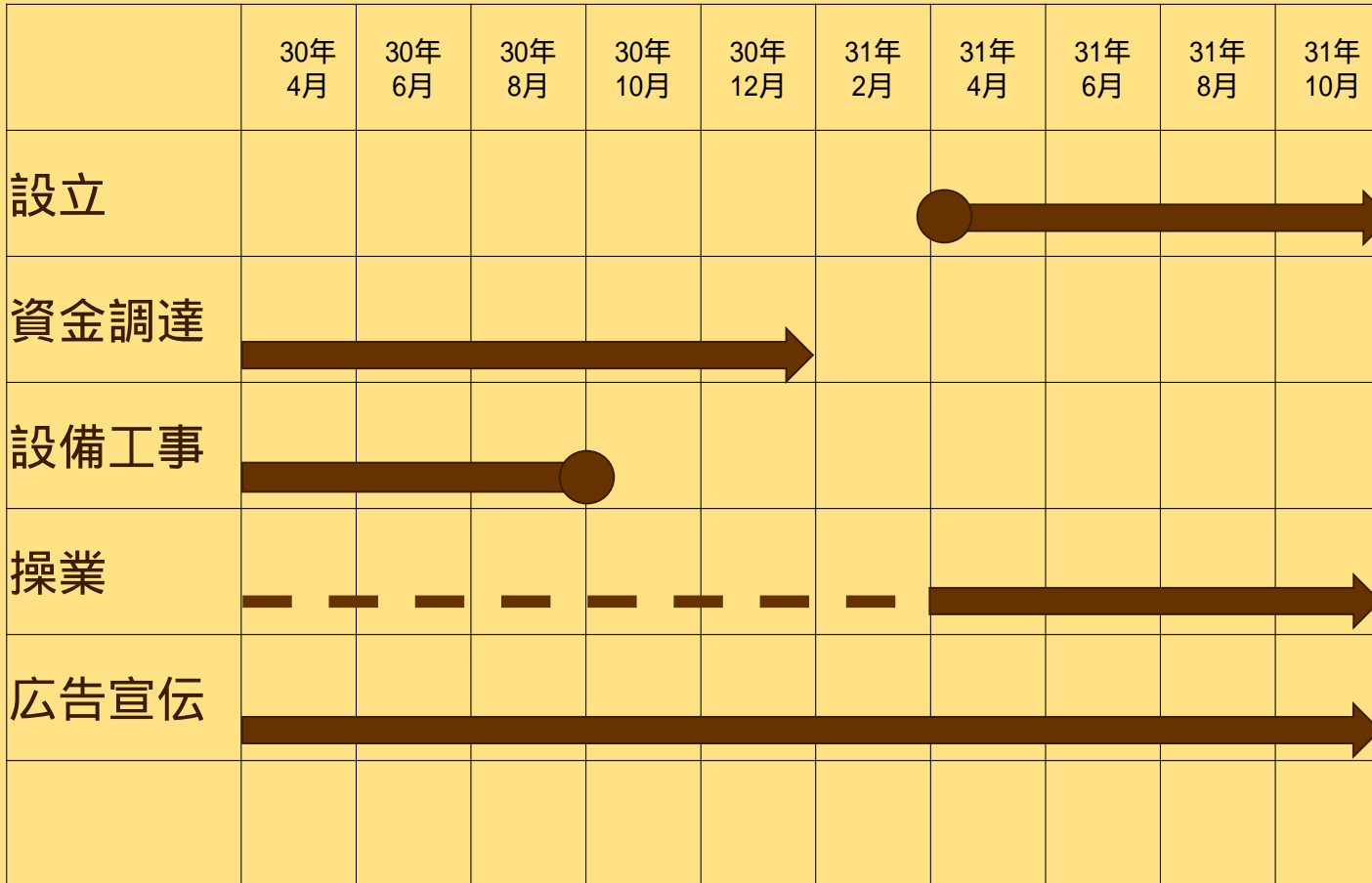
資金収支計画

単位：円

	開業準備期間	通年営業			備考
		1年目	2年目	3年目	
		(H29.9 ~ H31.3)	(H31.4 ~ H32.3)	(H32.4 ~ H33.3)	
出資金・資本金	500,000				
当期内部留保	300,000	1,146,500	1,352,900	3,360,700	
うち減価償却費	272,500	411,500	411,500	411,500	
長期借入金借入		1,000,000			
短期借入金(運転資金)借入					
その他資金収入	2,000,000				
資金収入合計	2,800,000	2,146,500	1,352,900	3,360,700	
設備投資	2,000,000	1,000,000			
長期借入金返済		200,000	200,000	200,000	
短期借入金(運転資金)返済					
その他資金支出					
資金支出合計	2,000,000	1,200,000	200,000	200,000	
資金収入－資金支出	800,000	946,500	1,152,900	3,160,700	
期末現預金残高	800,000	946,500	1,152,900	3,160,700	
期末長期借入金残高		800,000	600,000	400,000	
期末短期借入金残高					

21

スケジュール



添削・指導を受けて
&
今後の展開について

当初は市民、市内農家を巻き込んだ栽培
→「品質保持が難しい」と指摘。
→「景観」「文化」の観点で、無償で種子を配布することに変更。

強みは純国産マスタード
→「純国産」だけでは他の製品との差別化ができないと指摘。

ワイナリーやレストランの特色に合わせた、オーダーメイドマスタードをつくるなど、製造方法を工夫する。

○マスタード事業以外の展開について

→「個別の生計が立てられない」という指摘。

→個別での仕事に加え、マスタード以外にも加工品を作る。「フランス」「やまなし」「調味料」などをキーワードにストーリー性のある商品展開を目指す。

○「お花畑プロジェクト」への参画

→圃場が足りなくなるリスク

→耕作放棄地をお花畑にし、養蜂を営んでいる会社と連携し、余っている圃場をからし菜畑とする。ハニーマスタードの商品展開も可能。



最後に…

**4月初旬には桃の花が満開の笛吹市。
からし菜の花も満開です。ぜひお越しく下さい！**



26

審査委員からのコメント・質疑

< 岩崎委員 >

- ・ 一般的に、地域おこし協力隊員の事業計画書を見ると多いことなので申し上げますと、「給料はなくて良い」、「多業・副業等、他に収入源があるので構わない」という計画が多い。あえて申し上げますと、遠慮する必要はない。自分が受け取る報酬を抑えたが故にビジネスが成功する可能性が上がる、他人からの評価が上がる等といったことはない。生活のために必要な所得をきちんと得られるような計画を立てることをお勧めする。
- ・ それから多業・副業で他に収入源があるから良いというのは、それはそれで良いのだが、時間配分もしくは精力配分の管理をきちんとなしないと虻蜂取らずになることを、私は体験してきた。それは木村氏、八木氏だけでなく皆さんにお伝えする。

< 宮城委員 >

- ・ マスタードを頂いたらおいしかった。あまり食べた事のない味で珍しかった。日本で言えば漬物みたいな形で地域で親しまれているのかなと思った。
- ・ 我々はマスタードというと、イメージは1つしかないけれども、実際にはこれほど豊かなバリエーションがあることを初めて知って、新鮮な発見だった。
- ・ この前お会いした時に、レストランを紹介すると言ったままだったので、紹介したい。特にフレンチでこだわりがあり、自然を大事にして展開されている所とは相性が良いと思う。
- ・ ライバル出現の話があったが、こういうのは1つの考えるチャンスになる。他の皆さんも出現のタイミングはあると思う。そういう時に問われるのは、自分達は何のためにこの仕事をしていて、どこまでやりたいのか。軸をどこに置くかをよく考えて頂いたら良い。それによってはライバルは実は歓迎、連携すべきものかもしれないし、自分達はこのやり方でいくから勝てる、関係ないが故に連携できる、徹底的に隠す、という戦略もある。何となくやってしまうと、対応が難しくなってしまう。本当はコンタクトを取ったほうが良かったところを、チャンスを逃してしまうかもしれないし、不要な敵を増やす事になるかもしれない。そこは自分達のスタンスをよく掘り下げていく。軸を確かにしていく機会として、大事に向き合ってくださいと良い。
- ・ 地域の方々が大事にしてくださっているのがわかる。可能性があるのも、是非粘り強くやり遂げて頂ければ、絶対結果は出ると思う。期待している。

岡山県備前市（提案者：元備前市地域おこし協力隊員 竹田俊亮氏）



竹田氏の報告の様子



竹田氏の報告の様子



竹田氏の報告の様子

平成29年度 総務省地域おこし協力隊ビジネスアワード事業報告会

総務省地域おこし協力隊
ビジネスアワード
「伝統工芸の再興を目指して」

岡山県備前市
竹田 俊亮

自己紹介

氏名	竹田俊亮（30歳）
出身	大阪府出身
学歴	横浜国立大学経営学部卒
使命	事を為す
興味	誰もやったことがないこと
資格	特になし
URL	http://exhiwork.co.jp

事業に至るまでの経緯（前）

2014 岡山県備前市地域おこし協力隊として伊部地区に赴任。地域課題を「伝統工芸品 備前焼」の低迷と捉え、「美術」を自身の関わる事業と決意する。

2016～ 株式会社BIEN設立

東京国際ギフトショーへ出展するも取引できず、海外市場へ方向性を変える。その後、海外向けのマーケティングとして、JETROの支援を受けるも、海外バイヤーからの反応は無く、任期が終了する。

事業に至るまでの経緯（後）

2017 任期終了間際「総務省地域おこし協力隊ビジネスアワード」に採択を受けるも、事業継続が困難となる。そこで、岡山県のビジネスプランコンテストをきっかけに、ゼロから事業を再考する。そこで、考えたのが、情報通信業のexhiworkアプリ。

2018 セミファイナリストまで残る。

現在、事業を始めるために、アプリ開発に取り組みなから、スタートアップの支援を探し中。

- 担当地区が伝統工芸の産地であり、地域おこしの課題を「地場産業の活性化」と設定する
- 個別の売上を上げるのではなく、産業全体へ波及する「仕組みづくり」を目的とする

- 東京国際ギフトショー見本市の出展
- インターネット販売（楽天・Amazon）
- 海外向けブランディング
- 海外輸出

写真撮影やDTPなどは勉強しながら自分で行った。

過去のHPは外注したが、exhiworkのLPは自ら作成。

- 事業タイトル「世界の土器ブランドの新規創業」
- 国内向け日用品土器ショップの立ち上げ
- 商標出願「Earthware」広告業・小売業

資金難・利益回収率の目途が立たず、中断...
マスメディア広告に限界を感じ、新たな事業計画を検討

- 備前焼業界の課題は、他の産地と共通している
- メーカーと同じ販売手法を試行してもうまくいかない
- 日用品と美術品と2つの市場であることの複雑さ
- 個人規模と業界規模の需要開拓は異なる手法が必要
- 顧客は様々な段階の層がいる（見る・好き・買う）
- 消費意欲を促す（欲しいと思うための）ITメディアが少ない

- 見本市・WEBを通してバイヤーに宣伝するも、興味を持たれなかったことにショックを受ける。
- NYへ営業に行った際、現地の人々の消費行動に興味を持つ。
- 売上を上げる（商品を動かす）ために、マス広告を売っても、需要喚起ができず、小規模事業の限界を実感させられる。
- 販売する前の段階である「広告・情報（どうして人は欲しいと思うようになるのか）」に興味を持つ。特に、ITのプラットフォーム事業へ関心を寄せる。

- 事業タイトル「美術工芸プラットフォーム」
- 美術に特化したソーシャルネットワークサービス
- 商標出願「exhiwork」情報通信業、ソフトウェア

自らコンテンツマーケティングのできるオンラインサービスの立ち上げを目指して、現在、アプリケーションの開発に奮闘

今後の予定

- アプリケーションの開発
- 事業体制の構築
- 資金調達
- ビジネスプランコンテスト

岡山イノベーションコンテストなど

審査委員からのコメント・質疑

<岩崎委員>

- ・ ビジネスアワードに応募した時点の考えと、今説明頂いたところの大きな違いは何か？

<竹田氏>

- ・ まず、応募した時は、小売店をオープンするという B to C の販売方法で、業界において、既存のビジネスモデルだった。そのなかで、商品を日用品として市場を広げたい。日本だけでなく、中国やアフリカ等、世界の土器を集めて、「アースウェア」としてブランドを作るんだという思いがあった。

ですが、店舗を開店するまでのお金が無い。出店も広告も費用がかかりすぎる。協力隊 1 年目だったらもう少し発展させて何かできたかもしれない。そして、3 年目で任期終了となった機会に、このままではやっていけない、「モノ」を実際に扱うのは自分ではできないのではないかと気づき、新たなプランとして、「情報」を専門に扱う C to C のサービスを考えた。

<岩崎委員>

- ・ 新たなプランの収益源は具体的に、誰が何に対して対価を払うという形なのか？

<竹田氏>

- ・ 今回伝えきれていない点だが、サービスとして最終的に動かす状況を考えると、広告収入が中心になると思う。プラットフォームとして、中間手数料を取ったり、色々検討している。これは Youtube のような情報配信がメインになるため、美術に関心のある方へ提供する広告を固定して流せる仕組みをつくりたいと考えている。

<宮城委員>

- ・ 協力して下さいというスタンスはすごく良いと思う。常にそういうチャンスを伺うというのは良いと思う。
- ・ 協力をしてもらうためには、協力したくなる魅力ある情報にしておく。それで言うと今日の状況だと足りないと思う。取扱いしやすい商品を 1 つ流通させてみるとか、作りたい動き・世界観のプロトタイプを作るという事をしてみると良いかと思う。構えが大きい程、ゼロサムみたいになってしまい、つかみどころがない。先ほどの山脇氏の話は入り方としてわかりやすい。あのよう小さく始めてみるのも良い。
- ・ 隊員の皆さんが、地域に小さなアートの面白いネタを持っているかもしれないというのはあり得る。そういう意味では、今日、参加されている皆さんとのコラボや、今日いらっしやらない隊員とも横でつながって仕掛けていくのは、改めて可能性としてあると思う。これはアートの話に限らず、食の関連の話でも、このアワードが隊員同士の横の連携を仕掛けるご縁になればと思った。

愛媛県今治市（提案者：今治市地域おこし協力隊員 吉井涼氏）



吉井氏の報告の様子



吉井氏の報告の様子



吉井氏の報告の様子

平成29年度総務省地域おこし協力隊ビジネスアワード事業報告会



『猪骨 ラーメン』

獣害を資源化・
特産品化する事業

愛媛県今治市
地域おこし協力隊
吉井 涼

プロフィール

吉井 涼(よしい りょう)



昭和56年生まれ。長崎県出身。一橋大学社会学部卒。
大学進学と共に上京。2社で約10年間営業職を経験。
平成26年8月に狩猟免許(第一種銃猟)を会社員時代に取得するも、
残留放射能の影響で関東での狩猟を断念。

狩猟+飲食というビジネスモデルを実現すべく夫婦で移住

- 平成27年4月地域おこし協力隊として着任。
移住直後から地域団体「しまなみイノシシ活用隊」でイノシシ捕獲・
解体処理を手伝う。
- 平成27年6月より『猪骨ラーメン』の試作を開始
- 平成27年7月 食品衛生責任者取得
- 平成27年8月に狩猟免許(わな猟)取得
- 平成27年10月 『猪骨ラーメン』試験販売開始
- 平成28年8月 専門学校「大和ラーメン学校」卒業

活動地域: 愛媛県今治市大三島

・しまなみ海道で最大の島
(瀬戸内海で4番目)

・人口: 約6,000人(高齢化率: 50%)

・『国宝とロマンの島』

伊予一ノ宮: 大山祇神社の宝物館には
国宝・重文指定の武具甲冑が多数奉納
年間35万人を超える観光客が来訪

・島外からの移住者はここ10年間で100名超

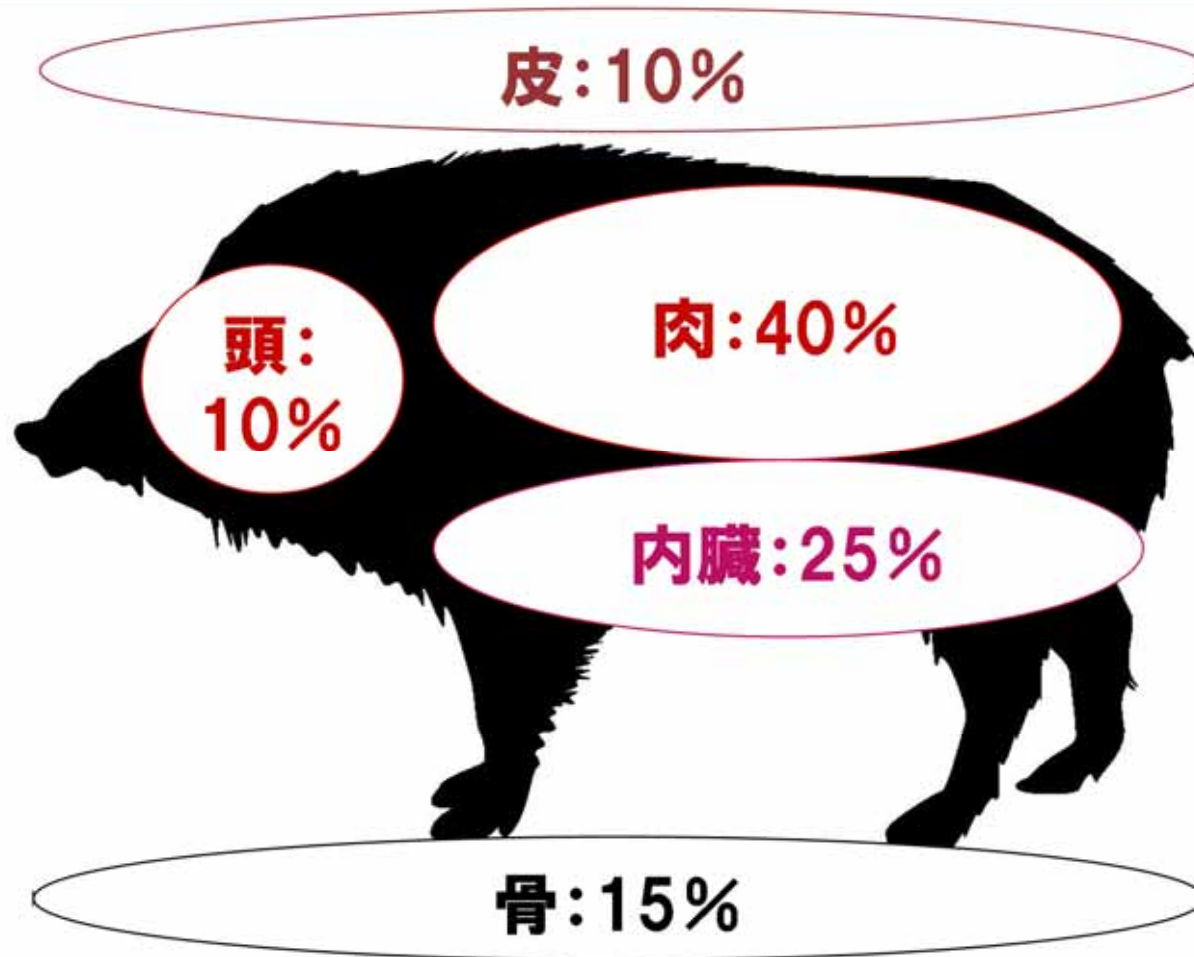
・地域おこし協力隊の定住率: 116% ※他の島から転居した協力隊員がいるため
(現状: 7家族16名、今年度卒業の3家族6名も定住予定)



事業の背景

- 今治市全域ではイノシシによる農業被害は毎年3000万円以上
- 最も効果的な対策は捕獲による個体数の減少
- 捕獲作業を持続可能にするため、地域の有志でジビエ肉販売の事業化がスタート
- ・人手、作業量に見合う売上を稼ぎ出すには多くの困難
- ・より、作業の手間を減らして、イノシシ1頭の「価値」を向上させるために未利用部位の活用方法を模索
- ・皮 レザークラフトに(他の協力隊員のナリワイに)
- ・身近に食べやすいメニューとして、骨ラーメンに活用(今回の事業) 4

ご参考



事業の概要

イノシシの未利用部位「骨」+ 地元食材を使ったラーメンを開発

その『猪骨ラーメン』を看板メニューとしたラーメン専門店を開業

店主が、捕獲～解体～調理、まで関わるという斬新なストーリー

「日本猪祭り(全国の猪肉の食べ比べイベント)」でGPに輝いた「しまなみイノシシ活用隊」の猪を使用

島で唯一のラーメン店として、地域住民 + 年間35万人以上訪れる観光客・サイクリストがメインターゲット

これまでのプロセス

ビジネス立ち上げの経緯

- 島には中華料理屋、ラーメン店が1軒もない(島外に出るには要通行料)
- イノシシの解体時に出る残渣(骨、皮、内臓)はゴミ処理施設の受入不可のため、埋設処理が必要で非常に手間。

- 料理好き、ラーメン好きということもあり、自ら事業を立ち上げ

ビジネス実現までのプロセス、ステップ

- 骨を譲り受け、独学で試作 & 試食会(初年度で16回実施)
- 地域イベント等で試験販売 + 東京で試食イベント実施
- ラーメンの専門学校で本格的な知識の習得
- 定住後の事業として確立するため実店舗を構える

事業実施体制



事業実施状況

✓イベントによる試験販売

平成27年10月～平成29年12月実績：
大三島・広島・高知・香川のイベントに20回出店。
東京での自主企画イベント3回開催



✓ガバメントクラウドファンディングの実施

平成29年8月～10月に寄付募集
161名の方から400万円の寄付を集め目標達成



✓平成29年12月より店舗での試験営業開始

平成29年11月に念願の店舗が竣工。
現在、試験的に営業中



損益収支計画

単位:千円

	開業準備期間 (H29.4 ~ H30.3)	通年営業			備考	
		1年目 (H30.4 ~ H31.3)	2年目 (H31.4 ~ H32.3)	3年目 (H32.4 ~ H33.3)		
損益計画	売上高	1508	8697	10512	18496	
	売上原価	528	5443	6079	8874	
	うち原材料費	528	3043	3679	6474	売上比:35%
	うち人件費	0	2400	2400	2400	経営者人件費
	売上総利益	980	3254	4433	9622	
	販売費・一般管理費	590	2489	2646	6741	
	うち人件費	80	1128	1128	1128	従業員人件費
	営業利益	390	765	1787	2881	
	支払利息	12	37	37	37	
	その他営業外損益					
	経常利益	378	728	1750	2844	
	税引前当期利益	378	728	1750	2844	
	税金	151	216	700	1138	利益×40%
	当期純利益	227	512	1050	1706	
	減価償却費合計	45	136	136	136	定額法
	当期内部留保(+)	272	648	1186	1842	

10

資金計画

単位:千円

	開業準備期間	通年営業			備考
		1年目	2年目	3年目	
		(H29.4 ~ H30.3)	(H30.4 ~ H31.3)	(H31.4 ~ H32.3)	
出資金・資本金	1000				会社資本金
当期内部留保	272	648	1186	1842	
うち減価償却費	45	136	136	136	定額法
長期借入金借入					
短期借入金(運転資金)借入	2000				7年、金利1.5%
その他資金収入	7500				
資金収入合計	10772	648	1186	1842	
設備投資	8800				
長期借入金返済					
短期借入金(運転資金)返済	125	301	301	301	元利金等返済
その他資金支出					
資金支出合計	8925	301	301	301	
資金収入－資金支出	1847	347	885	1541	
期末現預金残高	2003	2350	3235	4776	
期末長期借入金残高					
期末短期借入金残高	1983	1682	1381	1080	

11

スケジュール

	H29年7月	H29年8月	H29年9月	H29年10月	H29年11月	H29年12月	H30年4月
テストマーケティング (イベント出店)	→						
法人設立		→					
クラウドファンディング		→					
設備工事			→				
試験営業						→	
本格的に開業							→

今後の展開

テイクアウトやお土産、ECといった幅広い販路を築いていけるよう商品の幅を拡充！

平成30年4月以降は店舗で本格的に営業を開始
初年度の売り上げ目標は年商1000万円！

さらに、2019年はイノシシ年、12年に1度の注目される機会を逃さず、次年度目標は前年比150%！

審査委員からのコメント・質疑

<岩崎委員>

- ・ 非常に期待している。この数字以上を目指して、努力して頂けたらと思う。
- ・ あえて言えば、現地指導でも言ったが、客単価がどれくらいになるかがポイントになると思う。今後の展開にもテイクアウトやお土産と書いているが、単に丼で提供するものだけでなく、それ以外のものを上手く組み合わせていくと良いと思う。

<宮城委員>

- ・ バイタリティを感じた。飲食店の経験があったわけではないのか？

<吉井氏>

- ・ 大学生の頃アルバイトをしたぐらい。

<宮城委員>

- ・ 立ち上げて、お客さんが付いてきたときまでに工夫した事や苦労した話と、今後年商 1,000 万円に向けて仕掛けていきたいことを教えてほしい。

<吉井氏>

- ・ 人が集まるためにエンタメの要素を入れるようにしている。
- ・ 当初は、丼の上に骨をそのまま乗せてみたり、東京でイベントをやる時は、トークショーをしてラーメンを出すだけでは面白くないので、一頭個体を持ちこんでその場で解体したりした。そういうことをすると、色々なメディアが面白がって取り上げてくれた。そういうの（エンタメの要素を入れること）は個人的な趣味。粛々と真面目にやるよりは、面白がってやったほうが僕も楽しいので、そういうふうにやってきたからかなと思う。
- ・ 年商 1,000 万円に向けては、通販やお土産。店ではフルで並んで回したとしても 1 日 100 ~ 150 人しかお客さんは来られないので、いかに買って持って帰ってもらうか。あるいはネットで注文してまとめて 10 食、20 食送るか。そのあたりが軌道に乗れば、1,000 万円どころか 2,000 万円が見えるのではないかと思っている。

<宮城委員>

- ・ 味へのこだわりはどういう位置付けか？

<吉井氏>

- ・ 味については僕も悩んでいる。極力プロダクトアウトではなくマーケットインの形で、お客さんがいらっしゃる愛媛、広島、関西圏ぐらいの方が好みそうな味にしようかと考えている。
- ・ 一時、化学調味料を使わない無化調というジャンルでやっていた。それまでは結構入れていた。変えた途端に周囲の人からはまずくなると言われた。やはりおいしい、また来たいと近くの人が感じてくれる味でやっていきたいと考えている。

<宮城委員>

- ・ 楽しみにしている。

(4) 講評（岩崎委員）

- ・ 今回、発表のあった、ビジネスアワードに採択された4件は食べ物系、言い換えればものづくり系が多い。なぜかという、実は理由がある。ものづくり系というのは、起業する上での色々な要素を含んでいる。ものを仕入れて作って売る。色々な要素を含んでいるが故に、起こすのが大変である。逆に言うと、そのモデルになるような事業計画を、皆様に共有して頂ければお役に立つだろうという思いもあって、ものづくり系のウェイトが高いとご理解頂ければと思う。
- ・ 自分で起業した経験があるわけではないが、冒頭申し上げた経歴もあり、特に地方における起業を支援してきた経験に基づき、「起業七戒」を講評に代えてお話しさせて頂く。
- ・ 1つ目。地域おこしや地域活性化の志を達成するための活動は、継続しなければならない。そのためにはなにがしかの利益は必ず必要である。
- ・ 2つ目。業を起こすのであれば、好きこそものの上手なれ。真理だと思う。好きと言うのは、趣味というよりは、それをやるのが苦にならない、心が高揚するという意味での好きが良い。今日発表があった案件は、そのように取り組んでいるのではないかと思う。
- ・ 3つ目。Cool Head, but Hot Heart.元々はCool Head, but Warm Heart.、冷静な頭脳と温かい心という言葉が経済学にある。それを一歩進めて、冷静さと熱い心・思いを持って頂きたい。冷静さだけでは物事は進まないし、熱い心だけでは物事が成立しない。
- ・ 4つ目。情報は自分の足で集める。こういうご時世なので、インターネットがきっかけになることは多いかと思う。今日発表の案件でも、皆さん現場に足を運んだり、人に会ったりして、実際の情報を集めている。これは非常に大事である。
- ・ 5つ目。起業者は経営者であり、勤め人ではない。経営者には必ず責任が伴う。出資を受ける組織であれば出資者に対する責任、人を雇うのであれば雇われた人に対する責任、地域経済に何らかの影響を与えている事業であれば地域に対する責任を負うということ。結果、9（時）to 5（時）とは無縁。副業、多業自体が問題ではないが、しかるべき所得を得るためには、勤め人のような感覚では時間が足りないことが多いことがほとんどである。また、通常は家族総出になる。これは街の自営業の方を思い起こせばわかると思う。逆に言うと、こういう責任を負うのはつらい、と考える方は、業を起こすのは考えないほうが良い。
- ・ 6つ目。改むるを憚るべからず、撤退基準を持て。一生懸命考えて事業計画は作られるが、世の中その通りにならないことのほうが多い。そこで現実のほうが悪いと考えるのは間違い。それは計画のほうが環境に合っていないということ。そうであれば、計画を見直すことは決して恥ずかしいことではないし、憚るべきものでもない。臨機応変に計画は書き換えていくものだ



起業七戒（順不同）

- 利益を悪徳視するべからず
- 好きこそものの上手なれ
- Cool Head, but Hot Heart.
- 情報は自分の足で集めよ
- 起業者 ≠ 勤め人
 - ・経営者責任
 - ・9 to 5とは無縁、家族総出
- 改むるを憚るべからず、撤退基準を持て
- 安易な起業はするな(やるなら徹底的に)

1

と思う。撤退基準を持って、というのはなかなか難しい。上手くいかないのがここまできたら諦めよう、書き換えではなく諦めるという基準を、心のどこかに持っておく必要がある。例えば、3期続けて赤字、自分が想定している所得の半分しか得られなかった等。傷が深くならないうちに対応するための基準を、必ずしも明文化されていなくても、心のどこかに持っておくことは必要だと思う。関連する話として、自分が受け取る所得を遠慮する必要はない。所得が少ないからといってそれで事業が成り立つ可能性が高かったり、それを聞いた第三者が感激して何か大きな支援をしてくれるということは、世の中にほとんどない。自分が生活していくために必要な所得水準を得るために起業する。起業の目的としてはそれが一番多いと思う。これは目的であって、志はまた別。事業を通じて地域の課題を解決したい等というような志がないと、それはそれで困る。目的と志があり、目的のほうは自分の生活基盤を確保することであるとすれば、その金額を遠慮する必要は全くない。私が銀行員として月10万円の所得の事業計画書を持って来る人がいたら、まず「あなたはそれで暮らしていけるのか？」ということを確認する。「大丈夫」ということであれば、お引き取り願うと思う。それは大丈夫ではないから。

・ 結論的なことは7つ目。安易な起業はお勧めしない。安易な、というのは、ちょっと思いついたから、ちょっと格好良さそうだから、友達に誘われてちょっと面白そうだと感じたから、という程度のことで起業するのは、止めておいたほうが良い。起業することは大変だが、得るものは非常に大きい。安易な起業は勧めないが、やるなら徹底的にやって頂きたい。徹底的にやらないと成功しないと言ったほうが良いかもしれない。ここで言う徹底的とは、決して命を懸けるといった意味では無い。起業しようと思った目的ではなく志を果たすための努力を継続して頂きたいということ。立場上、起業を勧めていると思われるかもしれない。基本的には、地方への定住を推し進める手段として起業して頂きたいというのはあるが、この7つ目を頭の片隅に置いておいて頂ければ幸いである。

2. ビジネスアワード事業採択団体の取組の特徴とポイント

今年度のビジネスアワード事業採択団体（4団体）は、いずれも地域おこし協力隊による起業・事業化において先進性を有し、他地域において参考となる取組である。

各取組を体系的に整理・分析すると、特に、その創発プロセス、価値創出の構造、地域との関わりや繋がり、資金調達といった面において、それぞれ特徴を有しているとともに、今後の地域おこし協力隊の起業・事業化に参考になる要素を含んでいる。

(1) 事業創発のプロセスからみた特徴とポイント

今年度採択された4団体は、事業創発のプロセスからみると、大きく「地域創発型」と「自己創発型」に区分することができる。それぞれの特徴とポイントは以下のように整理することができる。

地域創発型

【特徴】

地域（自治体）が既に発意し、進めている取組をさらに加速・推進するための要員・担い手として地域おこし協力隊を募集・採用。

着任後は、地域と隊員とが一体となって事業化に向けた取組みを推進していく。

立ち上げる事業のアウトラインは既に明確化されており、隊員は活動を通じて、そのブラッシュアップを行っていく。

【本事業での例】

< 弟子屈町 >

弟子屈町では、観光業の再興と農業の振興を推進するため、新たな特産品としてワイン醸造に着目。平成21年ごろから、ブドウの試験栽培、試験醸造などを進める中、ブドウの栽培管理、ワイン醸造、ワイン販路構築等をミッションとした地域おこし協力隊として、平成27年に高木隊員を採用した。

高木隊員は、農業大学出身で栽培等の知識があったほか、前職は香料会社に勤務し、ワインにも興味があるなど、技能面、意識面の双方で町が求める人材像にマッチしていたといえる。

【事業展開のポイント】

自治体サイドとしては、地域が進める取組みの加速・推進に必要な能力や意識を有する有能な人材を、いかに採用できるかがポイントとなる。

協力隊サイドとしては、応募時に、自らが有する技能や希望する活動内容、地域が求める人材像やミッションとがマッチしていることをしっかりと確認することが重要である。

両者のマッチングが適切でない場合や、あるいは着任後、どちらかの目標設定や取組内容が変容した場合、地域として取組がとん挫するだけでなく、地域おこし協力隊としての活動自体が立ち行かなくなる。

地域側として、事業に対して明確な位置付けがあることと、隊員側に十分な技能や意識が備わっていることが特に重要といえる。

自己創発型

【特徴】

地域コミュニティ支援、移住定住支援など、ビジネスとは異なる領域でのミッションの担い手として地域おこし協力隊を募集・採用。

着任後は、地域から求められたミッションに係る活動を通じて、自ら創業のきっかけを見つけ、発意し、事業化に向けた取組を進めていく。

着任中は、地域から求められたミッションに係る活動と、自らの事業創出を両立しながら、隊員は事業のブラッシュアップを行っていく。

【本事業での例】

< 笛吹市 >

笛吹市の木村隊員、八木隊員は、それぞれ移住定住担当、農業振興担当として採用され、平成28年に着任。担当業務に従事しながら、地域課題の把握、自己研さん等を進める中で、マスタードの生産・販売を発意し、事業化に向けて検討を進めることとなった。

< 備前市 >

備前市の竹田元隊員は、備前市伊部地区の地域コミュニティ支援をミッションとして採用され、平成26年に着任。備前焼の産地である同地区での活動を通じて、地場産業の活性化につながるビジネスを発意し、土器の販売や、美術工芸のプラットフォームサービス事業を創業することとなった。

< 今治市 >

今治市の吉井隊員は、今治市大三島地区に、いわゆる「フリーミッション型」で平成27年に着任。着任後、鳥獣被害削減につながるジビエ活用の新たな事業として、イノシシの骨を活用した「猪骨ラーメン」事業を発意し、その後店舗も開設して本格開業に向けて活動を展開している。

【事業展開のポイント】

自己創発型の場合、自治体サイドとしては、地域が求める課題解決や活性化に向けた取組に必要な能力や意識を有する有能な人材を採用することがポイントであるが、その後の定住までを期待する場合、自らビジネスの創出等を実現できる人材であるかについても考慮しておくことが必要である。

協力隊サイドとしては、その地域でのミッションや環境が自ら希望する活動や目的にマッチしたものであるかに加え、将来的な創業・定住を想定した場合、生業につながる仕事があるかどうかについても判断することが必要である。

一般的には、本事業例でもみられたように、地域おこし協力隊として求められたミッションに係る活動を進める中で、地域課題の解決策と自らの事業発意とが一致することにより、新たな事業の創出につながっていくこととなる。但し、地域課題や地域資源の状況によっては、地域課題解決につながる事業が必ずしもビジネスとして成立しやすいものではない場合や、地域おこし協力隊としての任期中に創業の準備を完了させることが難しい場合も想定される。

(2) 価値創出の構造からみた特徴とポイント

各取組とも、地域にこれまで無かった新しいアプローチを通じて、地域固有の資源、特に未利用資源を活用して新しい価値の創出を図るとともに、地域課題の解決にも寄与する事業構造となっている。

本事業の例では、大きく以下の2つの構造が見て取れる。

地域の未利用資源から、新しい価値を創出する取組

< 笛吹市 >

ブドウの未利用果汁を活用したマスタードの製造・販売

さらに、カラシナ栽培による耕作放棄地の解消という地域課題にも寄与

< 今治市 >

イノシシの未利用部位を活用した猪骨ラーメンの製造・販売

さらに、島で唯一のラーメン店であり、全国的に稀有な特産品であることから、地域住民の厚生向上や観光振興にも寄与

地域資源の新しいつなぎ方を提案することで、新たな価値を創出する取組

< 弟子屈町 >

農業と飲食、観光をつなぐ、ワイン醸造及び提供

事業の成功が、農業の振興と、観光の再生に寄与

さらに、「日本最東端ワイン」という新たなブランド価値の創出にも波及

< 備前市 >

伝統工芸の販売促進・PRの新しいプラットフォームの開発・運用を提案

事業の成功が、伝統工芸の認知度向上、販売促進に寄与

さらに、伝統工芸の需要喚起が、地場産業（備前焼）の再生に寄与

なお、弟子屈町は、地域内で、原料生産 加工 販売 ブランディングまでを展開するのに対し、備前市では、地域のみならず全国、全世界に発信するプラットフォームを構築した上で、それによる需要の喚起が地場産業にフィードバックされるというアプローチであるところに違いがある。

(3) 地域との関わりやつながりからみた特徴とポイント

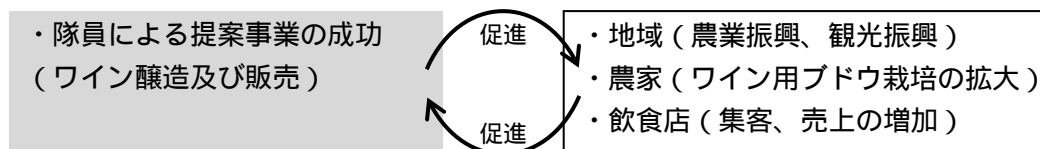
採択された団体の各事業は、いずれも、自治体に加え地域の多様な主体との連携や協力関係を構築することが事業展開の前提となっており、またこうした地域内の連携・協力が、事業の成功・拡大のポイントともなっている。

つまり、協力隊員による提案事業の成功が、地域の関係主体の取組の発展・拡大を促進するものであるとともに、地域の関係主体の取組が持続・発展することが、提案事業の成功を促進する条件にもなっている。

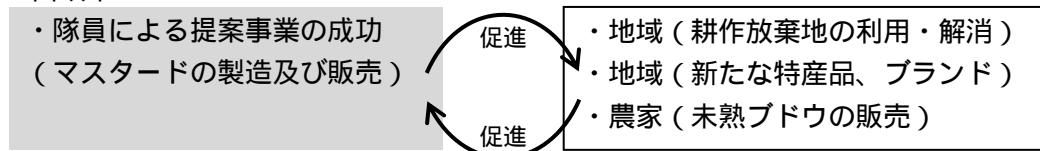
このように、地域おこし協力隊による起業・事業化においては、最大3年の着任期間中に、地域内でのネットワークや連携関係、信頼関係を築きながら、地域の関係主体の事業や取組と、協力隊員による提案事業が共に発展・拡大していく仕組みを構築することが望ましい。

例えば、今年度の各提案事業では、その（隊員による）取組の成功と、関係する各主体の発展や振興との関係を、以下のように整理することができる。

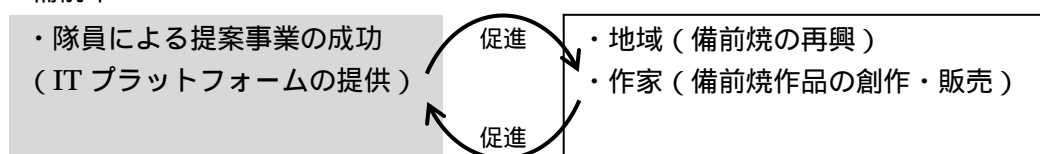
< 弟子屈町 >



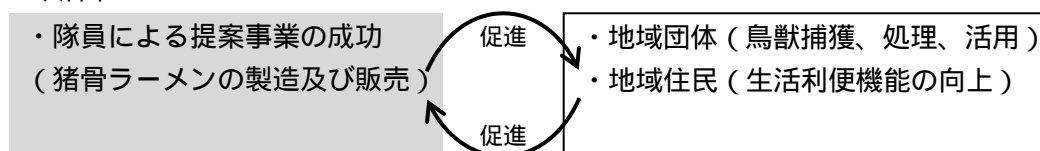
< 笛吹市 >



< 備前市 >



< 今治市 >



(4) 資金調達の特徴とポイント

事業創出にあたっては、資金の確保が共通の課題となっており、これは本事業の中で実施した起業・事業化研修でも受講者共通の大きな課題となっている。

創業時の資金の調達方法は、自己資金を除くと、主に「金融機関からの借入」、「クラウドファンディング」、「補助金等の活用」等が挙げられるが、これらを調達するためには、調達先に対して事業の目的・目標や内容・構造を明確に示すことに加え、特にクラウドファンディングや補助金の活用などにおいては、社会の共感や理解を得るための、事業に関するわかりやすいストーリー付けが重要である。

今年度の採択団体について見てみると、今治市の「猪骨ラーメン」の事業では、平成29年にガバメントクラウドファンディングによる支援を受けている。支援を得るにあたっては、鳥獣被害等の地域課題、猪骨の活用という特殊性、新たな特産品開発への思い等を適切に訴え、目標の400万円を調達している。

一方で、弟子屈町のワイン醸造においては、まずは、年間2000^{リットル}の製造で免許取得が可能な構造改革特区（ワイン特区）の認定を目指しており、少量から醸造を開始し、段階的に事業を拡大し、資金を積み上げながら事業の拡大を図ることとしている。

また、笛吹市のマスタード栽培においては、初期段階から、ブランディング、ストーリー付けを意識した展開を図ることで、有名店や高級店での取扱を目指しており、収益性を高めることを検討している。備前市においても、ITプラットフォームの構築を進めつつ、例えば特定の作家と連携すること等により、プラットフォーム利用の拡大との相乗効果についても期待がなされている。

いずれにしても、外部へのストーリー付けと、小さなビジネスからの成功の積み上げが、地域における事業創出における重要なポイントであるといえる。