

第2回文京区協働推進委員会担い手創出プロジェクト支援本部 要点記録

日 時：平成25年8月5日（月） 午前9時15分～12時00分

場 所：2101 会議室

<会議次第>

- 1 開会
- 2 プロジェクトの選考方法について
- 3 プレゼンテーション及び質疑について
- 4 プロジェクトの選考について
- 5 その他
- 6 閉会

<出席者（名簿順）>

田中 芳夫 本部長（区民部長）、安藤 哲也 本部員、井上 英之 本部員、各務 茂夫 本部員、菊地 端夫 本部員、丁 寧 本部員、石嶋 大介 本部員（区民課長）、境野 詩峰 本部員（協働推進担当課長）

【関係課】

有賀 俊 経済課主任主事、工藤 真紀 観光・国際担当課長

【事務局等】 区民課主査（1）、区民課主任主事（1）、パートナー事業者（株式会社エンパブリック）（2）

<欠席者>

なし

<議 論（要点）>

1 開会

田中区民部長：開会あいさつ

境野協働推進担当課長：出席状況と資料について確認。米国滞在中の井上本部員はスカイプによる参加。本日の第2回本部は、第2次選考であるプロジェクト選考会を兼ねているため、選考プロジェクトの関係課である経済課職員、アカデミー推進部観光・国際担当課長も参加している。

2 プロジェクトの選考方法について

境野協働推進担当課長：資料第8号～第10号に基づき登録プロジェクト及び選考方法について説明。登録に関しては、7団体の応募があり、そのうちの5団体をアイデア段階以上として、登録した。この5団体のうち、NPO法人街ing本郷が事業段階として、選考の対象となっている。本日は街ing本郷に加え、参考プレゼンテーションとして、アイデア段階であるワーカーズコープ他3団体のJVがプレゼンテーションを行う。

田中区民部長：選考方法については、ご異議等がないため、案のとおり決定いただいたということで進めさせていただく。

3 プレゼンテーション及び質疑について

<参考プレゼンテーション>

プロジェクト名：社会的就労文京プロジェクト

団体：日本労働者協同組合（ワーカーズコープ）連合会センター事業団／特定非営利活動法人ワーカーズコープ他3団体のJV

<質疑>

菊地本部長：社会的資源を発掘して、棚卸をし、ビジョンへ繋げていくということだが繋げていく過程が弱いように感じる。次回選考会に向けて考えていくとのことだが、現段階で何か考えがあれば、教えてほしい。

プレゼン団体：JVでやっているため、集まれるときに相談し、質を高めているところである。プロジェクト登録の際は、第1ルールでできるものと考えて記載したが、長期的には、就労支援センター、職業紹介、職業訓練ができるようなものと考えている。

菊地本部長：文京区固有の社会的資源は何があるのか。文京区で特化してやるという場合、どのようなものが考えられるか。

プレゼン団体：文京区の商店街あたりが受入れ先になってくれればと思っている。

井上本部長：可能性のある楽しいプロジェクトだと感じている。次回の提案までに、具体的な名称を上げ、どんな人、どんな商店街があるのかということが見えてくると伝わりやすい。社会的にこんな人が困っていて、商店街でこんなことを受け入れてもらえるといった小さく始めるための具体名を示してほしい。これを行うことによってこれまで繋がりのなかったところとも繋がることができる。

リサーチやマーケティングで終わってはいけない。小さくてもいいので、具体的な成功事例を創り、なるべく早いうちにやってみてほしい。

それが見えてきてから、中長期のビジョンを実現するための計画へと移っていくのが良いのではないか。ただ就職できればいいのではなく、その後どのような心の状態、環境に置かれるのかということを見ていくことが大切ではないか。

各務本部長：事業化に向けてという視点に立った時に、就労困難者というのはどの人を指すのか。対象者によって支援の方法も異なる。いくつかの団体が一緒になっているということで、場合によっては、どのような人を優先してやっていくのかなどを考えていかなければならない。また、支援の方法といっても幅が広いので、具体的に考えていかなければならない。

文京区が持っている本質的なリソース、区が独自に抱えている課題にマッチングするものと考えていくための調査、ディスカッションも必要になる。中身を具体的にしていかなければならない。

<プレゼンテーション>

プロジェクト名：地域ブランド「文人郷（ぶんじんきょう）」構築による地域連携事業

団体：特定非営利活動法人街ing本郷

<質疑>

安藤本部長：本郷以外にも文人がいるが他の地域との連携は考えているのか。また、文人というのは本を書いた人ということで、本が売れていくということも大事だと思うが、区内の書店とのタイアップは考えているのか。

プレゼン団体：文人という言葉には、文を書いた人だけでなく、絵を描いた人も入れて

いる。地域には本郷だけでなく、文京区全体も意識している。現在、区内の美術館とも連携をしている。また、構想段階ではあるが、書店とも連携をし、街歩きなどを通じて、本を売っていくようなこともできるのではないかと考えている。

各務本部員：各個別の地域と連携をしていくというのもあるが、コンセプトを高くして、各地域が一同に集まる、例えば文人サミットといったようなことを行うなど、今までなかった価値を文人を使って生み出してほしい。価値創造について考えたとき、シールの使い方、価値の高め方について考えてみてほしい。

菊地本部員：ビジネスモデルとしてシールを使うということだが、シールを貼るもの、何を商品として考えているのかが重要である。

プレゼン団体：文人に特化したものだけに絞ると狭いので、地域のためにこれを押ししていきたい、うちの一品というものを商品にしてもらいたいと考えている。また、文人郷という名前のアンテナショップを開くことができないかも考えている。

丁本部員：文人は観光資源として活用すべきことだと思う。海外から訪れる方に対して、どのような仕掛けを考えているか。

プレゼン団体：今の段階では、まだ考えていないが、東京大学など区内に大学生も多いため、留学生などに関わってもらえればと思っている。

井上本部員：文人と地域を繋ぐというアイデアは良いと思う。小布施のことを研究すると良いのではないか。チープなブランディングにしてはいけない。コーズマーケティングということだが、まだコーズマーケティングにはたどり着いていない。商店のことは出てきても、最終ユーザーである消費者のことが考えられていない。消費者のメリットが薄い。なんでシールを貼ってあると買うのかということが大切。同時にシールの金額を誰が負担するのかということも示されていない。商店なのかユーザーなのかということだが、私はユーザーだと思っている。ユーザーが付加価値を感じて、寄付性の高いコーズマーケティングとして購入する方が広がりがある。何に価値を感じて、何に魅かれるのか、コーズを明確にしてほしい。これを購入した人がどのように主体的に地域に関わるようになるのか。人を動かしていくまでのデザインを考えなければいけない。

プレゼン団体：シールで得た評価を還元する場所としては、連携する地域の団体に任せたいと考えている。たとえば、本郷では街 ing 本郷などが地域のために使い、津和野では、津和野の団体が使い、地域に還元してもらいたい。

井上本部員：こういうのは商品力がないといけない。他の地域が乗りたくなるようなコアとなる商品を開発することが大切である。ブランディングという概念だけでなく、コアになるものとして商品やお祭り、イベントをつくる最初のきっかけとして文人という話ができればよいのではないか。

安藤本部員：文人のゆるキャラ化になってしまっていないか。文学の精神が理解されていなければならない。文学の持つ今の時流のなかでの意味を出していくことが、文京

区内外の知性を持つ方、出版社に理解され、広がりを持っていくのではないか。企画の背骨がしっかりとしていないと軽い企画として捉えられてしまう。文人をあまり理解しないで行くと批判なども起きかねない。

境野協働推進担当課長：運営体制について、人員などのイメージを教えてください。

プレゼン団体：自分たちだけでなくこういうプロジェクトに対して、思いがある人に参加して欲しいと思っている。現状では、営業を行う人などが足りていない状況である。

4 プロジェクトの選考について

選考委員の合議により、街 ing 本郷を「継続力向上」の区分で支援することを決定

5 その他

境野協働推進担当課長：資料第 11 号～12 号に基づき、文京社会起業講座と文京ミライ対話の実施概要を説明

田中区民部長：第 3 回本部は 12 月 9 日（月）開催。第 4 回本部は、3 月下旬に開催予定とし、改めて調整する。

6 閉会

以上