



3ヶ月期間限定 地域課題解決プロジェクト

第3期シェアプロ

参画プロジェクト一覧



思いを言葉に、言葉を行動に。



前半プレゼン企業	ページ	地域	特徴	職種	関心がある企業に☑ (チェック)
大橋量器	01	岐阜	伝統産業	新規事業立ち上げ	<input type="checkbox"/>
船橋	02	愛知	ものづくり	商品マーケティング	<input type="checkbox"/>
三立	03	愛知	ニッチトップ / 健康産業	オンラインプロモーション	<input type="checkbox"/>
飛騨五木グループ	04	岐阜 愛知	林業 飲食業	新規事業の土台づくり	<input type="checkbox"/>
Five Boxes	05	岐阜	アパレル / 社会課題解決	新規事業の土台づくり	<input type="checkbox"/>
千古乃岩酒造	06	岐阜	伝統産業	広報企画 / プロモーション	<input type="checkbox"/>
山真産業	07	愛知	食 / 桜	ブランディング / プロモーション	<input type="checkbox"/>

シェアプロ開始までのスケジュール
 ※一般枠参加費：10,000円（モニター価格）

【キャリア面談】～【エントリー】～【企業面談】

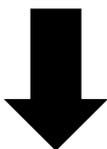
キャリア面談



転職／兼業・複業／プロボノ
 など多様な選択肢の中での最適なネクストステップについて、
 ビジョンやこれまでのキャリアを踏まえて意見交換

シェアプロに、エントリー！

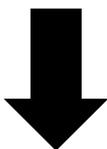
転職や兼業・複業はまだできないが、将来的なビジョンの中で社外のプロジェクトに参画したい、復職に向けたステップとしてプロジェクトに関わりたい、隙間時間で社会課題解決や地域貢献がしたい、そんな人は、シェアプロに挑戦をおすすめします。



企業面談（オンライン可／実施無の可能性有）



マッチング
不成立



別プロジェクトに
再エントリー可

【シェアプロ開始】

キックオフ・中間・修了研修は集合型研修です。
 平時のプロジェクト進捗はリモートが主となります。

所属企業の許可が必要な場合は
 各自の責任でご対応ください。

『伝統の枡×建築』の新市場への初動を起こせ！ 内装用建築資材としての新たな市場・販路開拓プロジェクト

対象/期間	<input checked="" type="checkbox"/> 社会人インターン（週1日以上）	<input checked="" type="checkbox"/> プロボノ（隙間時間）	<input type="checkbox"/> 兼業・複業
	<input checked="" type="checkbox"/> 3ヶ月	<input checked="" type="checkbox"/> 3ヶ月以降にもプロジェクト有	

伝統産業である枡の新しい可能性として、内装用の建築資材としての販路開拓を企画しています。今回は、内装用建築資材としての、①販路開拓計画策定とそれに伴うマーケティングリサーチ、②連携先開拓へのアプローチ、③メディアを意識したプレスリリースPRイベント、の企画に共に挑むシェアプロメンバーをお待ちしています。



「プロジェクトの背景」

岐阜県大垣市は枡の専門メーカーが5社存在し年間200万個を生産、全国シェア8割を占める特産地です。当社も創業1950年から「枡」にこだわり作り続けてきました。しかしながら、量りとして、酒器として日本の生活に馴染んできた枡は現状の市場では頭打ちが見えてきています。後世にもこの日本の伝統産業品でもある「枡」を伝えていくために新商品開発や大垣市での「ます祭り」・地元の鉄道会社との「枡酒列車」などイベントによる情報発信、新たな販路を求めた北米、欧州、アジアなどの海外の展示会にも挑戦しています。この内装用としての壁材が、今後の大橋量器の、大垣の産業の、そして日本の伝統産業の可能性の命運を握っていると考えています。

経営者メッセージ



会社のビジョン・想い

「枡を粋でカッコよく！」

大垣は日本の枡の80%を生産しています。その「大垣の枡」ブランドを全国知ってほしい。そのために、現代に合う「枡」の使い方を提案しています。大橋量器は、お客様の要望に決してNOと言いません。枡で出来なさそうなことにも挑戦し続けます。エキサイティングでカッコいい「枡」というブランドを育てていきたいと考えています。

シェアプロへのメッセージ

1300年の歴史の最先端を作り出す意気込みで、若者とともに枡と向き合ってきました。まだまだ道半ばではありますが、少しずつ成果も出始めています。この日本の伝統産業を世界に売り出し、そのブランドを活かし、改めて日本全国にも再定着させることは、枡業界にとってもっとも求められていることでもあります。大橋量器でのシェアプロを通じて、伝統産業の経営革新の現場を体感し、新たなキャリアの一步を踏み出してもらえたらと考えています。

経営者プロフィール：代表取締役社長：大橋 博行

■プロフィール：大学卒業後、日本IBMに勤務。結婚を機に93年に家業の大橋量器に入社。実店舗の立ち上げや新商品企画など積極的に展開し、メディアでも多数取り上げられる。奥様とはテニスを通じて知り合い結婚。趣味はスキー。

企業紹介 ココがスゴイ！

枡を粋でカッコよく！～1300年の歴史の最先端を～

特徴①：「ブランド確立を目指した海外への展開」

ニューヨーク5番街にある「Paul Smith」やニューヨーク近代美術館「MoMAミュージアムショップ」、パリのセレクトショップや香港のグッドデザインショップ等で商品が採用される実績が出始めました。今後は、確立されつつあるブランドイメージを活かして国内への定着もより確実なものにしていきます。

特徴②：「若者をつくりあげる文化・風土」

経営者が一人でつくりあげてきたのではなく、これまで常に意欲ある若者を迎え入れ、若者とともに「粋でカッコいい枡づくり」を進めてきました。これからも枡の未来を若者とともにつくりあげます。入社1年目から実際に社長のミギウデとして活躍する人材も多数です。この10年で平均年齢も20代になりました。私たちが枡を使ってやることの**すべての取り組みが「世界初」**になります。経営者から言われたことだけをやるのではなく、若者たちで考え、若者たちで道を切り開き、枡を全国、そして海外でのスタンダードへ。

内装用建築資材としての「枡」の可能性がどこにあるのか 販路拡大のためのリサーチや計画からスタートし、 連携パートナー獲得やPRイベント開催の初動を！

【STEP1】フィールドワークと枡壁材の販路拡大計画策定 (開始～3週間目)

★枡が使用されている京都のバーと大橋量器本社を視察→販路拡大計画の策定

- ・枡が壁材として使われている空間や製造の現場に触れながら、企業の想いやビジョン、本プロジェクトの方向性を理解することから始めます。
- ・枡に関しての知識や活用方法などをイメージしながら、同時に壁材をはじめとする内装建材のリサーチも実施します。その上で連携先としてアプローチする業者（建築デザイン事務所や建材商社など）もターゲットングをし、販路拡大計画を具体的に策定していきます。
- ※数値目標（定量的）の計画なども具体化。



【STEP2-1】連携パートナー開拓 (3週間目～終了間際)

★実際のターゲットへ戦略的アプローチ

- ・リストアップした業者（建築デザイン事務所や建材商社など）へアプローチ。
- ・アプローチにあたっての資料作成も実施。
- ・動きながら内装用建築資材市場へどう枡が歩み寄っていけばいいかも軌道修正。

【STEP2-2】PRイベントの企画、実施 (3週間目～終了間際)

★ターゲットへ向けた枡壁材のPRイベント・プレスリリース企画

- ・STEP2-1にて一本釣りができるor一本釣りを狙うアプローチ先以外の関心層へ向けたPRイベントの企画と実施。
- ・建築デザイン事務所や建材商社はじめ、それ以外も可能性のある業者へ案内。
- ・同時に伝統産業品の新しい価値提案としてPRイベントやメディアへのプレスリリースも行う。

【STEP3】連携パートナーとの打合せ開始 (終了までに)

★具体的な1社1導入例獲得へ向けて

- ・STEP2を経て、適切なパートナーシップを組める連携先を1社でも期間中に獲得。
- ・もしくは、トライアルやデモンストレーションとなるプロダクトの制作を。

<p>期待する成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・枡壁材の販路拡大計画が策定されること ・枡の特性と内装用建築資材マーケットに基づいた連携先リストが作成されること ・メディアに取り上げられ枡の新たな可能性が社会へPRできること ・枡の壁材利用の具体的な案件が1つでも起きること
<p>得られる経験</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品・販路拡大計画を立ち上げから関われる ・伝統産業品のマーケティング・ブランディングの実践経験 ・近隣異業種へ向けた事業拡大の経験 ・地域産業から関わる地域活性化につながるプロジェクトへの参画経験 ・0から1を起こす経験 ・会社の看板ではなく自身の力（企画力・行動力・実行力・人間力など）で勝負する経験 ・自社完結ではなく、連携パートナーやメディア、そして社会を巻き込んでいく実践経験
<p>対象となる人</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「当事者意識と主体性」当事者意識を持ち、自分のミッションに主体性に自ら進んで取り組める人 ・「All for all! (One for all! All for one!) =皆が皆のために！」 主体性を持つことに加えて、チームワークを大切にし周りのために考え行動できる人。 ・「伝統を守るものづくり」 伝統や文化、地域の良さを発信したいと思う人。 ・「一から形にしていくことの面白さ」 試行錯誤しながら新しいモノ、コトを作り上げるのが好きな人。 ・「地域、伝統産業を盛り上げる!」 伝統産業や地域活性化のモデルケースを新たに考えていける人。
<p>受入目的</p>	<p>大橋量器は元は社員数10人程度の小さなメーカーでしたが、この10年で50名以上の若者を、時に長期インターン生として、時に新入社員として受入れながら、多くのチャレンジをしてきました。失敗も多くなりましたがそれも糧にし、少しずつ前進して参りました。この10年で売上高も社員数も3倍近くなり、平均年齢も40代以上だったのが20代にまで下がりました。</p> <p>しかしながら、まだまだ「待ち」の姿勢になるわけにいかず、これからももっと様々なことを自ら「取りに行く」姿勢で躍進したいと思っています。インターン生でもなく新入社員でもなく、実行力のあるシェアプロの方々を受入れて、壁材としての枡の「初動」をどうにかして起こしたい。それが最大の受入目的です。</p> <p>そして枡が壁材として使われるようになることで、枡の存在感（1取引あたりの量と社会や生活の場における認知度）を「ますます」高めて行き、社会や生活になくてはならないものを目指します。</p>
<p>期間</p>	<p>2018年7月末～11月中（シェアプロ後の継続も歓迎します。）</p>
<p>企業概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・事業内容：木製ます、計量器の製造・販売、木製食器、木の器の製造・販売 ・従業員数：35名 ・創業：1950年 ・WEB：http://www.masukoubou.jp/ ・営業時間：8:30～17:30（途中、1時間の休憩）※リモートMTGはシェアプロの隙間時間に対応 ・所在地：大垣市西外側町2丁目8番地
<p>備考</p>	<p>2018年4月入社がプロジェクトに関わり、終了後も責任持って引き継ぎ☑（ます）。</p> <p>既に2つの新商品開発経験有☑（ます）（メディア掲載歴も）</p>

雨の日の危険から守る！世界一“安全でカワイイ” レインコートを園児10,000人に届けるプロジェクト

対象/期間 社会人インターン（週1日以上） プロボノ（隙間時間） 兼業・複業
3ヶ月 3ヶ月以降にもプロジェクト有

毎年2万6千人の小学生が交通事故に巻き込まれていることを知っていますか？
そのために、一人でも多くの子もたちに安全かつカワイイレインコートを届けたい。
リニューアルした“とういんくる☆コート”のプロモーション戦略・販路開拓とともにチャレンジしてくれるシェアプロ生を募集します！



＜プロジェクトの背景＞

創業以来95年「人や大切な商品を雨や水から守る」仕事を続けている船橋株式会社。

昨今、子ども達が交通事故に巻き込まれている件数の中でも、死亡事故を含む重大事故の多くが夜間、もしくは雨の日に起きているという事実があります。また視力や運動神経に難がある高齢者ドライバーの増加が社会問題とされています。そこで、老舗カッパ屋が、ママさんの声を聴き日本初の視認性の高いカワイイレインコートを開発しました。しかしカッパを作るだけで子どもを交通事故から守れるのだろうかという疑問から、交通安全イベントも加害者となり得るドライバーを有する企業や自動車会社と連携し実施しています。

現在、より一般顧客が購入しやすいように、高視認性はそのままの新レインコートを開発中です。「高視認性」と「社会性」、そして「かわいい」を武器に商品価値・企業価値を高めながら、高視認性子ども用レインコートを着ることを日本の子どものスタンダードにすることを目標にします！！

経営者メッセージ



会社のビジョン・想い

【最終ゴールは世界の子もたちを交通事故から救うこと！】

東南アジアは雨季もあり、交通量もハンパなく多い。

むろん交通ルールも守られておらず、事故統計さえもない。

そんなアジアの子もたちを事故から守っていききたい！

そのためのまず一歩として、日本を舞台に継続的なビジネスモデルをつくっていきます。

シェアプロへのメッセージ

これまでは販売代理店中心のセールスをやってきました。

ベテランの技術はあります。若い熱意ある社員もいます。

ただ全国に点在する現場のボヤキを拾うマーケティング力、

商品を広める発信力、営業でのクロージング力が不足しています。

これから、高齢者・障害者を多く雇用する新工場を設立します。

たくさんの仕事をつくるためにも、知恵と力を貸してください。

■代表取締役社長：舟橋 昭彦

■プロフィール：1967年生まれ。2003年に社長就任。3代目。

好きな言葉：『感謝に眠り、希望に目覚め、努力に生きる』

団体紹介 ココがスゴイ！

大企業をも熱意で引き込む！夢を語らせたら止まらない社長がいる！

特徴①：消防団員レインウェア、業界シェアNO.1!

皆さんが良く見る消防団員が来ているオレンジのレインウェアは船橋が圧倒的なシェアを獲得している代表的な商品。

他の人が参入しない領域で確実にNO.1を獲得！どんな規模でもそこでNO.1になったら、その市場ではプロフェッショナル。

自慢できるモノづくりの企業でありたい。そう考え、ニッチな市場であっても全力で取り組むのが船橋です。

特徴②：地域社会への貢献、社会課題への貢献

“働くことを通じて、人と人が結びつきを強くする”

そんな思いで年齢や障害がハードルになっている人々を積極的に雇用する。「人々に感謝され、必要とされ、実際に価値を生み出し、貢献感を感じる。」こんな職場を目指しています。

また、社会課題解決にも本気で取り組みます。子どもの交通死亡事故軽減のための安全性を高めたレインコートの開発など未経験の領域にも挑戦をしていきます。その熱意は、トヨタや日産にも認められ、協働プロジェクトを生み出すことに繋がっています。

**「子どもたちの未来を守りたい」
かわいいだけじゃない。被害者・加害者になり得る人々両方を守る。
老舗カッパ屋が開発したキッズレインコートの販路開拓・ブランディングに挑め!**

【STEP1】フィールドワークと3ヶ月の具体的な戦略設計 (7月28日~29日)

- ★本社で、社長・とういんくる☆コート担当者とのフィールドワーク
- ・社長と担当者と一緒に会社や社長の想い、本プロジェクトの方向性を理解することから始めます。
 - ・この商品の特徴、強みなどを体感してもらい、営業戦略作りにつなげていただきます。
 - ・また、3ヶ月間でどういう戦略で取り組むのかを具体化し、ロードマップを作成します。
 - ・社会性が高い商品のプロモーション戦略などの情報収集も一緒にしていただきます。

【STEP2】広報・営業戦略設計 (7月29日~9月1日、2日)

★まずは5000枚の受注をめざし、販路拡大に向けたプロモーション戦略の設計

- ・プロモーションや営業など、ターゲットに届けるための戦略を練る。
- ・戦略に基づいた具体的な計画づくり
- ・必要なツール設計



※現在考えている活用できそうな打ち手

- 繊維商社さんとのコラボ企画
- 某百貨店でのネット販売を活用したプロモーション
- 日産自動車さん「おもいやりライト運動」とのコラボ

※中間研修では、1ヶ月の報告を実施してもらいます。

【STEP3】受注に繋げるための営業やアプローチ方法、戦略に基づいたプロモーション活動の具体化

★具体的なプロモーション活動の仮説検証

- ・STEP2の仮説に従い、プロモーション・販路開拓を実施
- ※シェアプロの皆様と考えた仮説を、社内スタッフが中心となって営業やプロモーションに取り組みます。
- シェアプロには、後方支援を主にお願いしたいと考えていますが、可能であれば、プロモーションに伴うイベント運営や、営業同行などにご一緒することも考えたいです。



期待する成果	<ul style="list-style-type: none"> ・とういんくる☆コートをターゲットに届けるための戦略、仮説の具体化 ・販売促進のための、広報戦略設計と、広報媒体、ツールの作成 ・営業 クロージング戦略 ・5000枚の受注の目途が立てられる
得られる経験	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客ターゲットに合わせたマーケティング戦略の立案 ・社会課題解決とビジネスを両立させるモデル作り。
対象となる人	<p>【こんな方と一緒に取り組みたい!】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ニッチであっても、社会課題解決に取り組みたい人。 ・プロモーションやブランディングに関心のある人、経験のある人。
受入目的	<p>船橋は、様々な現場（防災、給食、食品加工など）で働く人のちょっとしたボヤキを解消するお手伝いをこれまでしてきました。それは、たとえとてもマニアックな業界であったとしても、です。エプロン、合羽という分野において、小さな困りごとから大きな社会課題まで解決につなげていける商品を展開していきたいと考えています。今回、シェアプロの皆様と取り組みたいのは、とういんくる☆コートのプロモーション・販路開拓です。このプロジェクトは今まで学生のインターン生と取り組んできましたが、交通安全イベントの実施や、大手企業のCSR活動の一環として購入してもらうなど様々な展開をしてきました。今回は一般顧客にも購入しやすいリニューアルした商品の展開をメインのプロジェクトとしています。単に安いレインコートを売るのではなく、高視認性という「商品の価値」を高めながら、レインコートを多くの子供たちに届けたい。シェアプロの皆様と共に知恵を出し合うことで、このビジネスモデルを一步前進させていきたいと考えています。</p>
期間	2018年7月28日~11月中旬
企業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・事業内容： レインウェア、業務用防水エプロンの製造・卸売 ・従業員数： 30名 ・資本金： 3,000万円 ・WEBサイト：http://www.2784.co.jp ・就業時間：8:45~17:30 (途中1時間の休憩) ・拠点：本社：名古屋市中村区名駅五丁目23番8号 【最寄駅】JR、名鉄名古屋駅(徒歩15分)
備考	活用できる予算イメージ：100万円

全国1,800のスイミング施設をよりコアなファンに！ ECサイト「繁盛ネット」のマーケティング戦略プロジェクト

対象/期間	☑社会人インターン（週1日以上）	☑プロボノ（隙間時間）	☑兼業・複業
	☑3ヶ月	☑3ヶ月以降にもプロジェクト有	

三立は、業界では唯一のBtoB向けECサイト「繁盛ネット」を運営しています。今回は、全国1,800施設に活用頂いている「繁盛ネット」のリニューアルに伴い、よりクライアントのニーズに寄り添った情報発信を考えるWEBマーケティングに共に挑むメンバーをお待ちしています。



「プロジェクトの背景」

三立は、プールや温浴施設の備品販売からメンテナンスまでの総合サービスを手掛ける会社です。創業以来、業務用商品の販売を行ってきましたが、今ではBtoC向けのオリジナルブランド開発もしています。

水を使ったプログラムや器具を提案し、またそれらに必要な用品や備品の販売を通して、病気になりにくい体作りや病後の回復に役立ててもらおうことで、健康長寿に貢献していきます。

これまではFace to Faceを中心に、全国のクライアントを訪問しながらかゆいところに手の届く営業スタイルをとってきました。しかし、まだまだ寄り添い切れていないクライアントもいます。今回のプロジェクトを通じて、全国のクライアントが三立を身近に感じられる情報発信をしたいと考えています。

経営者メッセージ

会社のビジョン・想い

【経営ビジョン】100年繁栄 私達は健康長寿に貢献します。

【理念】元気な人と場の創造

当社の経営ビジョンは樹で表現しています。

「良樹細根」根がしっかりしてこそ、良い樹が育つ。強い樹になる。企業の考えもまったく同じだと考えています。会社において根になる部分は、企業風土でありそこで働く「人」。社員一人一人が自己実現に向かい、心も身体も健康。仲間を想い、協力会社様を想い、お客様に寄り添う。

そんな「人づくり」に全力で取り組んでいます。目先の利益だけを追求せず、「共に育つ」。業界発展のためお客様に役立つことにどんどん挑戦していきます。

シェアプロへのメッセージ

当社の今の事業フィールドは、スポーツクラブや学校のプール施設。プールの利用方法も泳ぐから始まり、歩く、踊る、近年では水中ギアを使い、飛ぶ、漕ぐなど多目的に活用されるようになってきました。子供から高齢者まで、身体に負担なく健康づくりに最適とされている「プール」。幅広い方々にご利用されるように、プールの可能性を施設の方々にもっと知ってもらいたい、プールの安全性を保つ方法や、施設維持管理の方法をもっと知ってもらいたい。WEBを使い、企画立案から情報発信まで共に取組みましょう。

■代表取締役 兼松 巧

■プロフィール 愛知県出身。プール業界の仕事に就いて30年が経過しました。スポーツクラブの開設、プール、サウナの施工、施設備品の販売、メンテナンスまで幅広く経験をしてきました。近年は「人づくり」に力を注いでいます。

団体紹介 ココがスゴイ！

プール備品専門商社が、健康長寿に貢献していく！

特徴①：プール備品専門商社が、新たになにオリジナル商品も手掛ける

プールに関わる備品の専門商社として事業を行ってきた当社が、オリジナル商品の企画製造も始めました。本当に健康効果のある商品をプールに導入することで、スポーツクラブやスイミングクラブにも貢献していきたい。そんな想いで始めました。これまでFace to Faceでの営業で培ってきた信頼と現場の声を知っているため、大手企業と連携した商品開発にも取り組んでいます。

特徴②：1,800/4,000。全国スイミング施設がクライアント

全国には4,000のスイミング施設があると言われていています。三立はそのうち1,800施設がクライアントです。プールに関わる施設備品を販売する会社は全国に数社あります。WEBも使いながら全国規模で展開しているのは三立だけです。業界的に水着販売をしている会社が強い傾向がありますが、そういった会社はプールサイドの製品に対する専門性が乏しくその部分が弱い傾向があります。そういった差別化ポイントがあり、多くのクライアントから三立が選ばれています。

業界唯一のECサイトの「繁盛ネット」のリニューアルに伴う WEBマーケティング戦略の立案～実践を通じて、 全国1,800施設のコアなファンづくりを推進する

【STEP1】フィールドワークと3ヶ月の具体的な戦略設計

★三立の現状と今後のビジョンを共有し戦略会議を実施

- ・企業の想いやビジョン、本プロジェクトの方向性を理解することから始めます。
- ・三立の強み、ECサイトの現状やリニューアル後の活用イメージなども共有しながら3ヶ月間でどのような戦略で取り組むのかを具体化し、ロードマップを作成します。

【STEP2】WEBマーケティング戦略立案に向けた試行錯誤

★ベンチマークとなるモデルのリサーチ

- ・顧客に対する発信情報まで見えているモデルケースの調査。

★具体的な戦略の策定と今後の方針のすり合わせ

- ・モデルケースの調査結果と、三立内で管理している売れる商品の分析結果を基にWEBマーケティングの具体的な戦略を立案。
- ・戦略に基づいた具体的な計画も作成します。
※中間研修では、1ヶ月の報告を実施してもらいます。



【STEP3】戦略に基づいた情報発信をスタート

★具体的な情報発信の仮説検証

- ・STEP2の戦略や方針に基づいて、実際に情報として発信するコンテンツの具体化
- ・具体化されたコンテンツ作成と発信・運用、情報発信後の効果検証にも取り組みます。
- ・また、今後の継続的な運用に向けたルール作成なども実施します。



▲リニューアルを控える「繁盛ネット」

期待する成果

- ①市場へ情報発信するにあたってのベンチマークモデルを持つ
- ②リサーチを踏まえ、WEBマーケティング戦略や方針の決定
- ③実務（具体的な情報発信内容、手法、ルール、担当）
- ④今後の事業計画にもつなげる成果報告（②にもとづく）

得られる経験

- ・プール備品のマーケティング
- ・新規市場へのwebマーケティング
- ・BtoBweb通販マーケティング

対象となる人

- ・明るく、素直な人
- ・何事にも前向きにチャレンジできる人
- ・プールが好き、身体を動かすことが好きな人
- ・マーケティングに関心がある人
- ・web通販に関心がある人

受入目的

三立はプールの備品販売を27年やってきました。これまでface to faceの営業手法で全国のお客様に対応してきましたが、時代の流れと共に営業手法もどんどん変わってきています。10年前に業界では先駆けて立ち上げたBtoBのweb販売サイトを今年リニューアルするにあたって新しい市場に仕掛けたいと考えています。そこで新しいプロジェクトへの挑戦にあたり、様々なスキル、経験をもったシェアプロメンバーの力を活かすことで、スピードを一気に加速させたいと考えています。

期間

2018年7月末～11月中旬

企業概要

- ・事業内容：
 - 企画・コンサルタント部門/スポーツクラブ・温浴施設の企画、設計。水中運動プログラム /ARTJOM®FITの研修会開催。各種講演、研修会の開催
 - メンテナンス部門/プール備品のメンテナンス、サウナ工事。プールタイル工事、メンテナンス。/プール金物工事。ろ過設備工事。その他プール施設メンテナンス
 - 販売部門/プール・フィットネス・温浴施設備品の販売。水中プログラム器具（BECO）の販売。/トレーニング機器の販売。プール用品の販売
- ・従業員数：12名
- ・資本金：4,850万円
- ・WEBサイト：<http://www.sanritsu-w.com/index.html>
営業時間 = 8:45～18:00（途中、1時間15分の休憩）※リモートミーティングはシェアプロに合わせる。
- ・拠点：【本社】名古屋市西区枇杷島5丁目3番13号

備考

活用できる予算感：議論の中で適宜。

2035年、木材が当たり前にある暮らしを。 moriwaku café の多店舗展開に向けた仕組み作りに挑め

対象/期間	<input type="checkbox"/> 社会人インターン（週1日以上）	<input type="checkbox"/> プロボノ（隙間時間）	<input type="checkbox"/> 兼業・複業
	<input type="checkbox"/> 3ヶ月	<input type="checkbox"/> 3ヶ月以降にもプロジェクト有	

木や自然のある暮らしを都会の人に提案する拠点（moriwaku café）が2017年8月にOPEN。木材に関わる様々な事業を展開しています。OPENから約1年が経ち、運営や社内体制が整ってきました。そこで次なる拠点を他地域にて立ち上げるmoriwaku事業部の多店舗展開、FC展開に着手します。「日本の森がもっとワクワク」するための拠点拡大に挑みたい！そんな想いに共感してくれるシェアプロメンバーをお待ちしています。



「プロジェクトの背景」

『ちいさで愛され、旅する五木』を理念に、森林の川上（金融・不動産・林業）～川中（製材）～川下（建築・六次産業化・エネルギー）等すべての領域を事業として行っています。商品開発においては、「衣」「食」「住」「学」「遊」の5つの事業コンセプトを掲げ、飛驒の森林資源を活用した【goboc】ブランドでの商品企画、47都道府県の木材を使用する【日本の森がもっとワクワク（森ワク：moriwaku）】ブランドの2つのブランドコンセプトを掲げています。木のある暮らしが注目される中、飛驒五木グループとして都市部の中で多様な形で交流できる方法を模索し、新たな仕組みづくりを目指しています。2035年までに、「暮らしの中に当たり前」に木がある社会を実現させるべく、まずは愛知県伏見にカフェ一号店をOPEN。今後、他地域展開をする中で、全国に飛驒五木の想いを届けていきます。

経営者メッセージ



会社のビジョン・想い 合言葉は、森林から世界を変える。

『みなさんの会議室に木材はありますか？』
『みなさんのご自宅に木材はありますか？』

ドイツに行って見たのは木材が当たり前にある社会でした。あるホームセンターでは当たり前にならぬ無垢材があり、そこにいたドイツ人の女性が話すには「台所を無垢材でつくれない旦那さんはお父さんではない！」といていたのが原体験であります。ドイツでは、自動車産業よりも木材産業の従事者の方が多いと言われていて、そんな木材にかかわる人が増え、木材が使われている、そんな社会になればと感じています。

シェアプロへのメッセージ

飛驒五木部門は地域商社です。商社の機能は多様な価値を提供すること。物販的な商品企画や販売はもちろん、それらをサポートする金融面、また不動産や宿泊業、そしてエネルギーなど飛驒五木を通じて、提供できる価値は無限であると考えています。飛驒の地域商社から世界へ発信する総合商社として、あらゆる業種のニーズに訴求することを考えていきます。ぜひ、共に企画立案から運用、広報まで共に取り組みましょう！

- 企画研究室長：井上 博成
- プロフィール：高山に生まれ、大学で再エネ・地域ファイナンスについて研究。現在も京都大学大学院に在籍する一方で、木材そのものの利用に高い関心を持ち、飛驒五木(株)の設立に参画。2035年、生活の中に当たり前木材がある社会を目指して、20年ビジョンに基づいた歩みをスピード感を持って進めている。

団体紹介 ココがスゴイ！

森林から世界を変える。goboc changes forest

特徴①：飛驒から日本全国へ、そしていつかは、飛驒から世界へ

これまで、木のある暮らしを提案する打ち手として、ECオンラインショップの運用やカフェの立ち上げを行ってきました。今回のプロジェクトではさらなるファンづくりを仕掛けます。moriwaku caféは、すでに他地域展開の希望や連携依頼などがあり、この後情報発信の拠点となるcaféを各地に増やしていきたいと考えています。その土壌作りを進めることで、より多くの都市部の方々に木のある暮らしを提案していきたいと思っています。日本全国から愛されるための仕組み作りを一緒に仕掛けましょう。

特徴②：若手中心の事業運営体制が持つベンチャーのスピード感

事業内容、チームの雰囲気など 飛驒五木部門の社員は多くが若手！今回のプロジェクトも立ち上げの中心を担うのは全て若手のメンバーです。創業間もないながら、この若さがスピード感を生み出し、木材業界とは一見縁遠い多様な産業（IT、金融、サービス業など）と掛け算し、革新的で価値あるサービス開発（東海地域発の森林信託の立ち上げや、森に関わる仕事の採用支援事業の立ち上げ、最近では、モリワクマーケット事業の立ち上げなど）、発信を可能にしています。

スペシャリストが手掛ける木のある暮らしを発信する拠点。 全国展開を見据えた多店舗展開に向けた仕組みづくりを始めます。

【STEP1】3ヶ月の具体的な戦略設計

★ moriwakucafeで木のある暮らし体感&戦略会議、市場調査

- ・名古屋伏見のmoriwakucafeで木の空間や木の商材に触れながら、企業の想いやビジョン、本プロジェクトの方向性を理解することから始めます。
- ・FC展開の調査をしながら、モデルイメージの設計
3ヶ月間でどのような戦略で取り組むのかを具体化し、ロードマップを作成します。
※数字目標（定量的）の計画なども具体化



▲カフェ1階の様子

【STEP2】モデル仮説に基づいた運営基準の設計・検証

★現状の課題整理

- ・社内ヒアリングをしながら多店舗展開を高品質で実現するために、現状のmoriwaku事業部の課題を洗い出し、運営基準を設計します。
※中間研修では、1ヶ月の報告を実施してもらいます。



▲カフェ2階のショップ

【STEP3】具体的な基礎プランを提示・営業ツールの完成

- ・今後の展開までの計画を細部まで作り込みます。
社内担当者とも連携し、展開見込みのある組織の洗い出し、アプローチ、などを実際にスタート。
- ・他店舗展開のための営業ツール、提案資料などを作成していきます。

この3ヶ月で、多店舗展開に向けて基礎が確立し、具体的な提案がスタートできる水準までプロジェクトを進めていきたいと考えています。

期待する成果

- ・FC展開など多店舗展開を進めるための基礎的な土台が整う。（提案資料や展開モデルの整理など）
- ・高品質で展開していくための課題や水準が具体的になること。

得られる経験

- ・木に特化したcaféの店舗運営やFC展開に関する知識や土台作りの経験
- ・小さな会社の新規事業の立ち上げに関わる経験
- ・多様な事業を展開する飛騨五木から見る林業や木に関わる仕事との出会い
- ・森林に関する造詣

対象となる人

- 【こんな方と一緒に取り組みたい！】※といっても、何より熱意を大切にします。
- ・謙虚で明るく、何事にも前向きに取り組める人
 - ・木が好き・自然素材の物に触れた生活が好きな人
 - ・会社の理念に共感できる人
 - ・カフェをよく利用する人
 - ・飲食店運営や、フランチャイズ展開の経験者

受入目的

『ちいきで愛され、旅する五木』を理念に、飛騨五木は事業展開をしています。2035年に暮らしの中に当たり前に木のある暮らしを作る。そして飛騨の、また日本の森林資源を活用し、これまでにない価値を社会に提案していきたい。そう考えています。

飛騨五木は、地域ベンチャーとして立ち上がってまだまだの企業です。しかし、だからこそ革新的なチャレンジに躊躇なく飛び込むことができます。今回のシェアプロも3期目の受入で、プロジェクトには、専業スタッフだけでなく、兼業スタッフも加わっています。多様な知見を持ったメンバーで新たなプロジェクトに取り組むことで、挑戦のスピードをさらに加速していく。そんなことを期待しています。また営業のノウハウや新たなチャネルに対するご意見などもぜひご意見頂戴できればと感じております！

期間

2018年7月28日～11月10日

企業概要

- ・事業内容： 林業、製材業、建設業、自社オリジナル商品の開発&マーケティング、宿泊業
木質マンションの開発、飲食業、自然エネルギー、地域還元事業
- ・従業員数： 72名(パート含む) (グループ全体132名)
- ・資本金： 飛騨五木(株)1000万円 (株)井上工務店3000万円
- ・WEBサイト：<http://qoboc.jp/>
営業時間 = 10:30～21:30 (途中、1時間の休憩) ※シフト制
- ・拠点：高山オフィス_岐阜県高山市江名子町2715-11 飛騨五木オフィス内
伏見オフィス_愛知県名古屋市中区錦2丁目9-20

備考

活用できる予算感：議論の中で適宜。

「国産アパレル」「オーダースーツ」の固定観念を覆せ！ アパレル業界へ一石を投じる新ブランド立上げプロジェクト

対象/期間 社会人インターン（週1日以上） プロボノ（隙間時間） 兼業・複業
 3ヶ月 3ヶ月以降にもプロジェクト有

「自分らしく」を表現することにもっと貪欲でいいはず。敷居が高い？値段も高い？
国産アパレル、オーダースーツのイメージを変える、仕立て屋復活プロジェクト！
東海エリアの大学や企業を巻き込んで、共に新ブランドを確立させよう！



「プロジェクトの背景」

「人より肩幅が広いので売っているスーツを無理やり着てるんです」あるラグビー部の学生がこぼした一言が、このプロジェクトの原点です。自分の体にじっくりくる服を着ている人とサイズの合っていない服を着ている人とは印象もガラリと変わります。誰もが、自分らしさを抑えることなく、自分らしくいられる服に出会ってほしい、そんな思いから「NORTH FIELD」を立ち上げました。オーダースーツといえば、ファッションセンスに敏感な大人の男性が買うもの、10万以上するのが当たり前… 若い人にとっては手の届かないものというイメージが強いかもしれませんが。そんな固定概念を取り払い、若い人たちにとって自分らしさを表現できるファッションとして、オーダースーツを業界のスタンダードにすることを目指しています。繊維の街・岐阜から、この新しいブランド共に、全国の地域の仕立て屋や縫製職人の誇りと価値を高めていく、そんな可能性をも秘めたプロジェクトだと思っています。

経営者メッセージ



会社のビジョン・想い

私たちは「世の中を変える」を実践する会社です。逆に言えば、明確な事業目的はありません。企業概要にある事業内容は既に取り組んでいる事業であって、まだまだ、準備中の企画はたくさんあります。そして、それはきれいごとではありません。はっきり言えば、社会福祉を本気でやるためには、それだけ自分たちが稼ぐ必要があります。私たちは社会奉仕団体ではありませんので、営利企業として稼ぐところはきっちり稼ぎます。今回の事業も地元の繊維業界の復活を願っていますが、別に補助金や助成金があるわけでもありません。私たちのアイデアが「売れる！」と確信しているから行うのです。

「面白い」＝「稼ぐ」＝「社会に貢献する」という新しい価値観を創りたいですね。

シェアプロへのメッセージ

私たちはアパレル企業ではありません。そのため、本プロジェクトの成否は本業にあまり影響しません。成功すれば、量販店に代わる新しいスーツ販売方法が生まれ、失敗しても、そこで得た知識や人脈が次の事業へとつながっていきます。だから、真剣にテキトーにやりましょう。

■代表取締役：河村憲良 一般社団法人 日本シニアフィットネス協会 代表理事

■プロフィール：1976年生まれ。国立遺伝学研究所などで研究職を経て、2004年に学習塾「想論館」を開業。たった7人の生徒から1年で126人となる人気塾へ。5校舎展開中の2011年の東日本大震災をきっかけに故郷に貢献すべく八百津町議会選挙に立候補し初当選。2期5年の後、行政の硬直さに政治の限界を感じ、自分で世の中を変えようと再起業。現在、前年比200%で会社は拡大中。ホスト、バンド、研究者、政治家など面白いことならとてあえずやってみるが信条。

団体紹介 ココがスゴイ！

「何をやっている会社なのか分からない」は誉め言葉です！

特徴①：枠・型にとらわれない社会貢献を考える

FiveBoxesはその名の通り5つの箱。その5つの箱は「教育」「介護」「福祉」「育児」「生活」を表しています。どれも専門的に思えて、実は「ほんの少しの支援」がないがしろにされてしまう分野です。これから人口減少に進んでいく日本では、こうした「ほんの少しの支援」で社会に支えられる側から支える側に戻る人口を増やさなければいけません。横に広がる社会福祉だからこそ、新しい社会貢献のあり方を考えることができます。反面、取材で「主な事業は？」と聞かれると答えに困ります(笑)

特徴②：挑戦することを恐れない

FiveBoxesは、元々、学習塾がスタートです。私たちは生徒に「夢はなくても問題ない」と発言していました。今、ユーチューバーを夢にあげる子どもが増えています。じゃあ、今のユーチューバーが子どもの頃にユーチューブがあったか？って話です。別に夢がないのは悪いことでもなく、まだ、それが世の名に出てないだけのことです。大切なのは、何事もやってみる挑戦力とやりきってみる精神力です。

大学生仕立て屋チーム発足！ インターン生×企業×シェアプロでプロジェクトを推進～ 20代の若者世代にオーダースーツの魅力を届ける販路開拓を目指す！

【STEP1】フィールドワークと3ヶ月の具体的な戦略設計（7月26日～27日）

★フィールドワーク/戦略会議

- ・長期インターン生と一緒に会社や社長の想い、本プロジェクトの方向性を理解することから始めます。
- ・この商品の特徴、強みなどを体感してもらい、ブランド作り、広報営業戦略作りにつなげていただきます。
- ・また、3ヶ月間でどのような戦略で取り組むのかを具体化し、ロードマップを作成します。

【STEP2】広報・営業戦略設計

★販路拡大に向けた営業戦略の設計

- ・アプローチのための戦略作り（対大学＝連携先開拓、対大学生＝仕立て屋 or 受注個人）
- ・戦略に基づいた具体的な計画づくり
- ・必要なツール設計（web、営業資料などのブラッシュアップ）

【STEP3】戦略に基づいたプロモーション、受注までのアプローチ仮説の具体化

★具体的なプロモーションの仮説検証

- ・STEP2の仮説に従い、プロモーションを実施
※シェアプロの皆様と考えた仮説を、インターン生が中心となって営業に取り組みます。
シェアプロには、後方支援を主にお願いしたいと考えていますが、希望があれば自身も仕立て屋としてご一緒することも考えたいです。

★採寸会イベントを実施（9月or10月）

- ・最終的には、大学生を集めての採寸会イベント実施を予定しています。
採寸会までに、必要とするターゲットに訴求できるように、各種ツール、見せ方などをシェアプロの皆さまと、ブラッシュアップしていきたいです。また、採寸会で出会った大学生が次の協力者になるような仕組みづくりについても考えたいです。



期待する成果

- ・ブランディング戦略、仮説の具体化
- ・販売促進のための、広報戦略設計と、広報媒体、ツールの作成
- ・営業 クロージング戦略
- ・大学生仕立て屋チームを普及させていくための仕組みづくり

得られる経験

- ・アパレル事業の立上げ、ブランドづくり、プロセスを体感できる
- ・大学生長期インターン生を中心として、プロジェクトを進めるマネジメント能力
- ・大学生仕立て屋チームを発足する過程でのコミュニティづくり、チームビルディング（その仕組み）
- ・アナタらしさを表現できるスーツを仕立てられる

対象となる人

- 【こんな方と一緒に取り組みたい！】
- ・誰もやったことのないチャレンジをしたい人
- ・社会ルールにのっとりながらも自分らしさを表現したいと思う人
- ・ファッションで人を前向きに明るくする仕事に関心がある人

受入目的

元々、このプロジェクトは「学生と社会人が地域の問題を解決する」というテーマがあります。つまり、リクルートスーツを販売するために、その当事者である学生を中心に、社会人がサポートし、我々が下請けになることで新しいビジネスモデルを世に問うというものです。社会人（シェアプロ）が中小企業の課題を手伝うのではなく、自分たちが企画したものを中小企業にやらせて、企画料を得るという副業、兼業の先駆けになれたらとも考えています。

期間

2018年7月末～11月10日

企業概要

- ・事業内容： 河合塾マナビス（高校生向けの映像授業）、サクラサカス（小中学生向け個別指導）、LET'S倶楽部（リハビリリデイサービス）、りんごの花（シニアフィットネス）、りんご保育園（企業主導型保育所）、パレット（就労移行支援）、らぼ～む（子育てママ専用オフィス）、ノースフィールド（オーダースーツの販売）その他にもボードゲームカフェの企画、白川茶の海外販売など
- ・従業員数： 50名/正社員10名
- ・就業時間： 9:30～18:30（途中1時間の休憩）
- ・拠点：本社：岐阜県可児市今渡408-2 クレスト今渡3F（最寄駅：名鉄広見線 日本ライン今渡駅より、徒歩30秒）

備考

活用できる予算イメージ：アイデアによる。投資効果があることが前提。

あなたも伝統を守る担い手に！想いとストーリーを届ける！ 老舗酒蔵と仕掛けるインバウンド向け商品リブランディングPJ

対象/期間	<input type="checkbox"/> 社会人インターン（週1日以上）	<input type="checkbox"/> プロボノ（隙間時間）	<input type="checkbox"/> 兼業・複業
	<input type="checkbox"/> 3ヶ月	<input type="checkbox"/> 3ヶ月以降にもプロジェクト有	

先人達が代々伝えてくれた酒造りという素晴らしい日本の伝統を受け継ぎ、
地元だけでなく、世界中から愛される『地酒』へ～
インバウンド向け商品リブランディングをシェアプロメンバーと仕掛ける！

「プロジェクトの背景」

明治42年創業の地元、土岐に根付いた地酒蔵千古乃岩酒造。当社の経営理念『伝統 革新 継承』そのままに、原材料にこだわり、全て手作業で丹精込めて、酒造りという日本の伝統を受け継ぎ、時代に相応しい革新を行い、世界中から愛される地酒を醸し続けることを目指しています。地域の資源である伝統産業「美濃焼」や日本の原風景である「日本の棚田百選：さかおり棚田」、オリジナルボトルサービス等とコラボ事例もたくさん！また現在では海外販路開拓にも取り組むなど様々なチャレンジを行っています。「酒造り」を通じて「日本の文化」を後世に伝え、その情報を発信する「酒蔵」を目指しています。今回のプロジェクトでは、これまでの商品自体をコンセプトから考え直し、より愛される商品になるようリブランディングに取り組みます。また実際の販売の戦略づくりにも取り組み、仮説検証を実施します。日本の伝統文化を残すリブランディングや商品コンセプトづくり、販売戦略に取り組むプロジェクトメンバーを募集します。

経営者メッセージ

会社のビジョン・想い

『経営理念：伝統 革新 継承』そのままに先人達が代々伝えてくれた酒造りという素晴らしい日本の伝統を受け継ぎ、守るべきモノは守り、変えるべきモノは変え、新たに創るべきモノは創り、次代へと引き継ぎ、地元だけでなく、世界中の方々から愛される『地酒』を醸し続ける酒蔵であり続けます。

シェアプロへのメッセージ

日本の國酒である清酒＝日本酒の消費量は、昭和50年をピークにして、現在は、ピーク時の1/4にまで激減しており、その量はまだ減り続けています。日本酒に限らず、モノの売れない現代において、自社製品を、如何にして魅力ある商品としてブランディングするのか？従来の概念に囚われず、柔軟な発想で、共に取り組みましょう。販路は、日本だけでなく、世界です。

■代表取締役社長：中島大蔵

■プロフィール：地元の高校を卒業後、東京農業大学 醸造学科に入学。「醸造微生物学研究室」に在籍し、醸造の基本である微生物の特性と発酵のメカニズムなどを研究。「日本醸造学会」において研究成果発表。卒業後、家業の「千古乃岩酒造株式会社」に入社。地域の資源である伝統産業「美濃焼」や日本の原風景である「日本の棚田百選：さかおり棚田」等とコラボすることによって、「酒造り」を通して「日本の文化」を後世に伝え、その情報を発信する「酒蔵」を目指している。

団体紹介 ココがスゴイ！

創業100年を超える酒蔵！世界中から愛される地酒を醸し続ける

特徴①：地域で愛されるこだわりの日本酒！地域売上NO.1！

酒蔵の創業は明治42年、業界の中では比較的新しい酒蔵です。その前は醤油や味噌を2代にわたり醸造していた歴史があります。日本酒独特の麴くささを抑えた超醇製法はすっきりした飲み口が特徴で地元、東濃地方で広く愛され続けています。味わいが豊かという評価のある坂折棚田米（コシヒカリ）、優れた「仕込水」、自社オリジナルの「超醇麴」を利用した醸造方法にて、今後も、安心・安全・旨いを兼ね備えた純米吟醸酒をつくっていきます。

特徴②：海外販路開拓にも挑戦！チャレンジする精神あふれる企業！

地域の資源である伝統産業「美濃焼」や日本の原風景である「日本の棚田百選：さかおり棚田」等とコラボすることによって、「酒造り」を通して「日本の文化」を後世に伝え、その情報を発信する「酒蔵」を目指しています。これまでも様々なチャレンジを行ってきた企業！海外展開にも積極的に挑戦し、販路拡大を仕掛けています。

地元だけでなく、世界中から愛される『酒』へ～
千古乃岩酒造の想いとストーリーを届ける！
これまでの商品をリブランディングすることで多くの人に伝えたい



【STEP1】フィールドワークと3ヶ月の具体的な戦略設計 (7月26日～)

★酒蔵製造現場、棚田(原材料栽培)へのフィールドワーク

★商品内容や広報物等 現状理解

- ・千古乃岩酒造の想いや本プロジェクトの方向性を理解する。
- ・この商品の特徴、強みなどを体感してもらい、営業戦略及びコンセプト作りにつなげていただきます。
- ・また、3ヶ月間でどういう戦略で取り組むのかを具体化し、ロードマップを作成します。

【STEP2】 広報・営業戦略設計

★販路拡大に向けた営業戦略の設計

- ・アプローチのための戦略作り、戦略に基づいた具体的な計画づくり
- ・営業資料やチラシ等必要なツール設計 ※中間研修では、1ヶ月の報告を実施してもらいます。

【STEP3】 戦略に基づいたプロモーション、受注までのアプローチ仮説の具体化

★具体的なプロモーションの仮説検証

★想いとストーリーを届ける担い手確保の仕組みづくり

- ・STEP2の仮説に従い、プロモーションを実施
※シェアプロの皆様と考えた仮説を基に販路開拓を取り組みます。

期待する成果

- ・インバウンド向け商品「赤富士」をターゲットに届けるための戦略、仮説の具体化
- ・販売促進のための、広報戦略設計と、広報媒体、ツールの作成 ・営業 クロージング戦略
- ・具体的な販売成果

得られる経験

- ・これまでの伝統を活かして、価値を再設定し、新たな価値を見出す商品ブラッシュアップをする経験
- ・日本の伝統産業に触れて、日本を違った角度から見る経験
- ・広報営業戦略をたてて、広報を実施していく経験
- ・酒蔵との新たな関わり方/担い手の仕組みを作る経験

対象となる人

- 【こんな方と一緒に取り組みたい！】
- ・日本の伝統を広めることに興味があり、自身もその担い手として関わりたい方
 - ・プロモーションやブランディングに関心のある人、経験のある人。
- ※日本酒が飲めなくても大丈夫ですが、日本酒が大好きだという方がいれば大歓迎です

受入目的

経営理念『伝統 革新 継承』のもと、地元だけでなく、海外にも販路を広げていますが、所詮、当社は、田舎の小さな酒蔵です。 また、創業から100年以上が経過し、固定概念に縛られている事も多々あります。 そうした中、外部の方の、柔軟な発想や培った経験を活かして、日本の伝統文化である『日本酒』を広げたいと考えています。

期間

2018年7月28日～11月10日

企業概要

- ・事業内容： 清酒製造・販売 ・従業員数： 6名 ・資本金： 1,000万円
 - ・WEBサイト： <http://www.chigonoiwa.jp> ・就業時間： 9:00～18:00 (途中1時間と30分の休憩)
 - ・拠点： 本社： 岐阜県土岐市駄知町2177-1
- 【最寄駅】 JR中央本線「土岐市駅」から東濃電鉄(株)路線バス「駄知線」に乗り、バス停「駄知」下車徒歩すぐ (JR名古屋駅からJR土岐市駅まで42分、JR土岐市駅から最寄バス停まで約20分)

備考

活用できる予算イメージ： 状況に合わせて

「四季を食す」新文化確立を目指す！桜素材のパイオニアとして、新たな商流を生み出すブランディングプロジェクト

対象/期間

社会人インターン（週1日以上）

プロボノ（隙間時間）

兼業・複業

3ヶ月

3ヶ月以降にもプロジェクト有

見る桜に加え、食べる桜の魅力を引き出したのが山真産業です。お菓子業界にて認知を拡大してきた一方で、飲食業界では道半ば。WEBを活用し“桜に続く四季折々のスイーツ素材を扱う企業”としてのブランディングを図ります。

「プロジェクトの背景」

桜の新たな食材を開発、桜餅以外のまったく新しい「桜スイーツ」を提案し、新しい市場を創造していった仕掛人が山真産業です。桜を始めとした四季折々の花や葉。それらを使って日本の食文化の継承と発展を目指すことが我々のミッションです。

現在の主力事業は桜スイーツ素材の販売で、その多くは問屋が仲介しています。問屋への営業ノウハウやツールは有る一方で、仕入れ先や消費者への“桜スイーツのパイオニア”という発信は不十分と感じています。

今回の機会を活用し、WEBでのブランディングに取り組みます。発信力のある桜を使って山真産業の認知を図り、既にある夏・秋素材の提案力をUPさせていくことが狙いです。

春の桜にとどまらず、夏のハイビスカス・秋の紅葉と日本の四季を“食”でも楽しめるような情報発信の仕組みをシェアプロの皆さんと作っていききたいと思います！



経営者メッセージ



会社のビジョン・想い

我社は、桜のスイーツ素材で日本中の春のあらゆる食シーンを満開にしようとしています。さらに、桜の食文化を世界に発信します。そして、桜に続く四季折々の花や葉と特色のある地産果実のスイーツ素材を開発提案し新たな価値を提供し、新たな市場を創造します。事業活動を通して、日本の農業や文化、地方創生にも貢献する小さくともキラリと光るオンリーワン企業を目指しています。

シェアプロへのメッセージ

昨年9月に創業60年を迎えました。今、その長い歴史で培われた信用と全国に広がる数多くの得意先・仕入先という形のない経営資源を活かして、大きな経営革新に取り組んでいます。その新たな食の市場と文化の創造に、一緒に取り組んでみませんか？

■経営者：代表取締役 平出 眞氏

■プロフィール：1958年名古屋生まれ、青山学院大学文学部卒業。東京の大手食品専門商社に2年半勤務後、実家である寒天を中心とした和菓子副材料卸問屋・山真産業に戻るも、3年後、父親である創業社長が急逝。以後、経営を担い、1996年の社長就任以降は、自社商品の開発に取り組み、食材メーカーへの経営革新を図っている。

団体紹介 ココがスゴイ！

桜スイーツ市場を創り出した仕掛け人！

特徴①：桜のスイーツ素材（食材）で断トツのNo.1メーカー！

桜スイーツ素材（食材）のメーカーとして、業務用から家庭用まで、アイテム数でも市場シェアでも、断トツのNo.1！誰もが知っているあのお店このお店、みんな我社の桜スイーツ素材を使っています。それを二代目である平出社長が想い・志だけで築き上げてきました。今では当たり前前の桜×食を生み出しているのが山真産業です。

特徴②：社長は桜博士！桜のすべてがわかる本を企画・編集・執筆！

「食べる桜・見る桜・知る桜」の3つのテーマで、桜の様々な魅力を紹介した、いわば桜百科といえる本『美味しい(SAKURA)』を出版しました。中でも「食べる桜」に詳しく言及した書籍は史上初、そのルーツから全国桜スイーツ巡りや桜クッキングレシピ集まで掲載。また、社長の桜に対する思いは強く、もはや仕事の域を超え、桜に関する活動がライフワークとなっており、日本さくらの会会員、桜ライン311サポーターでもあります。

2020年、“四季の食”を全国各地で味わえる日本を目指す！ 桜の商品力を活かした、企業ブランディング仮設作りプロジェクト

【STEP1】フィールドワークと3ヶ月の具体的な戦略設計

★山眞産業の桜商材や桜祭り実施事例にふれ、事業展開への想いを共有する

- ・会社としてこのプロジェクトを始動した背景や想い、目指しているビジョンを共有します。
- ・この3ヶ月間でどのようなステップで取り組み、何をアウトプットとするかを具体的に議論し整理します。

【STEP2】WEBマーケティング戦略立案

★発信内容（山眞産業の想いや商品情報）を整理

- ・何を発信するのかを整理するため、山眞産業の実績やノウハウを可視化します。
- ・情報発信相手である。仕入れ企業や消費者に関心を持ってもらえるように発信内容・言葉の選定をしていきます。

★リサーチと仮説立て・構成作り

- ・他企業の情報発信方法を参考にしながら、プレスリリースやホームページ改修など情報発信の打ち手を考えます。
- ・ホームページ内の発信構成のアイデア出しをしていきます。

【STEP3】実行・検証を繰り返し、効果的な打ち手を見つける

- ・立てた仮説を基に、情報発信の実行・検証を繰り返していきます。
- ・山眞産業の紹介コンテンツや、記事を作成し、WEBへ誘導します。

STEP 2までの完成が最低ゴールラインです。

120%の成果を目指す方は、仮説を立てた後、STEP 3 コンテンツや記事の作成までを目指しましょう。



期待する成果

- ・エンドユーザー（消費者や食品大手企業）に山眞産業＝桜のブランドを発信するための広報戦略の具体化
- ・これまで培ってきた山眞産業の実績やノウハウの可視化

得られる経験

- ・食市場の中での情報発信について考える経験
- ・桜というキラーコンテンツを活かしたマーケティング戦略の立案経験
- ・桜の食文化を広げる展示会やwebコンテンツなどの設計経験

対象となる人

- 【こんな方と一緒に取り組みたい！】
- ・日本の食文化の新たな展開に取り組みたい人
- ・マーケティングやオンラインの情報発信に関心がある人
- ・桜が大好きな人

受入目的

春の風物詩、桜。山眞産業は、桜餅しかなかったと言っても過言ではない食材としての桜市場にこれまで挑んできました。その結果、桜×食のパイオニアとしてトップシェアを誇る実績を出すことができ、多様な食としての桜の楽しみ方が今では当たり前のように生まれています。ですが、弊社の商流はほとんどが問屋への卸が中心（それがダメだということではないです。）で、山眞産業＝桜というイメージがエンドユーザーには届いていない実態があります。今回シェアプロ受入れに手をあげたのは、弊社のブランド面での発信力の弱さにテコ入れをしたいと考えたからです。積み上げた実績、ノウハウ、ネットワークをどのように活用することで、効果的な情報発信、ブランドづくりができるのかをともに考えていただくことで、より提案力をもった企業に成長していきたいです。

期間

2018年7月28日～11月10日

企業概要

- ・事業内容：桜から始まる四季折々の花や葉と特色のある地産果実のスイーツ素材の製造、和菓子副材料を中心とする業務用製菓食品原材料の卸売
- ・従業員数：25名
- ・資本金：2,000万円
- ・WEBサイト：<http://www.yamashin-sangyo.co.jp>
- ・就業時間：9:00～17:30（途中1時間の休憩）
- ・拠点：【本社】名古屋市西区花の木2-22-1

備考

※活用できる予算



NPO法人 G-net

日本で最もチャレンジにやさしいまち・岐阜へ！

NPO法人 G-net 事務所

#500-8844 岐阜県岐阜市吉野町6-2 プラザビル2F
Tel / 058-263-2162 fax / 058-263-2164

【click!】

ホンキ系インターン

検索

<http://www.honki-i.net>