

# 北海道のコミュニティビジネス・ ソーシャルビジネス II

平成 22 年 3 月

北海道コミュニティビジネス・ソーシャルビジネス協議会

## ネットワーク力で売れる商品づくりを支援

### ★事業者の概要

「あうるず」は、道内外の多様な分野に渡る人的ネットワークを活かしながら、地域や社会の課題解決に向けた調査・研究や施策提言、課題解決に向けたプロジェクト構築、事業者支援等まで手がけるコミュニティシンクタンク。

近年では、北海道特有の課題であるエゾシカの皮を活用したバッグ等の開発、障がい者の方が作った製品のブランド化支援などを手がけ、いわばCB・SBの創出や活動支援のコーディネーターあるいはプロデューサー的な役割を果たしている。

団体名	特定非営利活動法人	コミュニティシンクタンクあうるず
所在地	帯広市東2条南4丁目10番地	
TEL	0155-23-9003	
代表	梅津 一孝	
設立年	平成13年	

### 事業者のミッション

#### ★地域や社会的な課題をビジネスとして解決する手法を提案

コミュニティビジネスは、地域や社会の課題を解決し、かつビジネスとして成立することが求められる。つまり、どんなに社会的に意義のある商品を作ったとしても、それが売れる商品でなければ、収益の確保は難しく、活動を継続することはできない。こうした課題は、多くのCB事業者が突き当たる壁でもある。

同NPOは、地域や社会的な課題をビジネスとして解決する手法を提案するシンクタンクである。

シンクタンクは、いわば地域コミュニティの抱える問題の解決に向けた頭脳集団と位置づけられる。あうるずは、問題解決に向けて提言を行うだけでなく、具体的な対策を実践する「ドゥタンク」的な役割も担っている。



### 事業化のプロセス

あうるずでは、地域コミュニティの課題を解決するために必要な事業を企画・提案し、同社が有する多種多様な人的ネットワークを活用し、課題解決に必要な人材を適材適所にコーディネートすることで事業を動かしていく手法を取る。

「弊社には、道内外の大学の研究者や地元企業等多種多様な人材が理事として参加していますし、理事のネットワークもあります。こうした人的ネットワークが弊社のもっとも重要な経営資源です」と菊池専務理事は話す。

### ★産業廃棄物だったエゾシカの皮の有効活用

道内ではエゾシカが増加したため、道東地方を中心に農林業被害額が急激に増加したため、年間30億円前後の被害があると言われている。その対策として、北海道庁を中心にエゾシカを有効活用し、環境保全と経済活性化を図る目的として、エゾシカ肉を活用した新たな加工食品の開発に取り組んできた。しかし、菊池さんは別のところに目を向けた。「肉の流通体制は、徐々に構築されてきましたが、エゾシカの皮は産業廃棄物として捨てられているのです」。

そこで企画したのが、「エゾシカリュック・バッグ」の開発である。

「ハンターが撃ったエゾシカを精肉店に持っていき、精肉店では不要な皮をなめして、シカ革のリュックやバッグに商品化しようと考えました。それまで廃棄されていたシカ革を消費者に届けることで、環境保全に対するメッセージを発信できると同時に、エゾシカ皮に付加価値を付けて経済活性化にも貢献するという考え方でした」。



同プロジェクトは、十勝開拓時の象徴だった柏のアイヌ語から、「COMUNI（コムニ）プロジェクト」と名付けられ、著名な工業デザイナーも監修・販売に参画、皮をなめす工程は、奈良の会社が手がけた。

「エゾシカをなめした革というものが世の中に存在していませんでした。化学薬品ではなくタンニンでなめしてもらい北海道らしい製品にしました」（菊池さん）。

エゾシカ皮を使った製品づくりの企画とプロジェクト管理をあらゆる手がけ、なめしの工程、デザイン・製造は外部の協力を得て実現した。

少量生産で手間暇かけて作っているため、価格はどうしても高くなってしまふ。

「正直売れるかどうか心配でした」（菊池さん）。しかし、某有名雑誌に「自然と人間の共生に対する北海道の結論のひとつ」というキャッチコピーで製品が紹介されたところ、リュックとポーチで130個の注文がきた。

「北海道にエゾシカの問題があることが社会に伝わったことがうれしかった」と菊池さんは話す。

### 今後の展開方向

#### ★障がい者の就労支援に向けた新しい概念「ソーシャルファーム」

現在、全国的に障がい者の雇用を促進する動きがある。しかし、景気低迷で求人数そのものが減少する中で、障がい者雇用は企業にとっては大きなハードルとなる。

一方、障がい者の就労を支援する施設では、自社製品を製造したり、企業からの下請作業を行っているが、そのほとんどは、障がい者の収入確保には繋がっていない現状があった。

「障がい者の方の製品に付加価値を付けてブランド化を図ることで、販路を拡大する手助けができないか」こうした発想でスタートしたのがソーシャルファームのプロジェクトである。

そのためには、販路開拓が不可欠であり、製品を安定供給できることが必要だ。しかし、1つの障がい者施設で、生産性を飛躍的に向上させ、大量生産を図ることは難しい。

菊池さんは、以前、豆の産地で有名な本別町で、農家女性の加工グループや事業者が製造する数多くある豆製品を「キレイマメ」という1つのブランドとして販売するモデルを構築した実績があった。

「キレイマメの発想をソーシャルファームにいかせるのでは？」という思いで、現在、道内の個々の障がい者施設の製品を「ソーシャルファーム」ブランドとして開発し、安定供給できる体制を構築し、販路開拓に繋げるモデル構築に向け準備を進めているところだ。



#### ★分野横断的・広域的課題を解決するのがミッション

ソーシャルファームの取組を「障がい者支援」と括ると、行政では福祉関係の部署が担当となりがちである。しかし、「ソーシャルファームの取組は、いかに市場に認められる商品を作るかという意味では、行政では経済系の部署との連携も必要になります。また、障がい者の就労支援は、いち市町村ではなく、広域的な課題です。当社では、行政では対応が難しい場面が多い、分野横断的・広域的な課題をシンクタンクという立場で解決することが重要だと考えています」と菊池さんは話す。

「国民に障がい者の方の置かれている課題を理解してもらい、消費額の1%をソーシャルファームの製品に使ってもらえるようになるだけで、障がい者の方の収入確保はもちろん、生きがいづくりにも貢献できると考えています。そのためには、“障がい者の方が作った商品だから”というように無理をして購入するのではなく、一般商品として価値を認めてもらえる商品にしていく必要があります」。

地域や社会的課題をシンクタンクの立場で解決する手法を、菊池さんはこれからも追求していく。



ソーシャルビジネス  
コミュニティビジネス

## 北海道のコミュニティビジネス・ソーシャルビジネス

●発行

北海道コミュニティビジネス・ソーシャルビジネス推進協議会

●制作・編集 財団法人北海道地域総合振興機構(通称はまなす財団)  
(平成21年度協議会事務局)

URL <http://www.hamanasu.or.jp/ezobiz/>

平成21年度 地域新事業創出発展基盤促進事業

(経済産業省北海道経済産業局 委託事業)

北海道経済産業局(地域経済部 新規事業課)

〒060-0808 札幌市北区北8条西2丁目 札幌第1合同庁舎

TEL 011-709-2311(代表) URL <http://www.hkd.meti.go.jp/>