



スモールビジネスは、地域における経済、雇用、コミュニティ維持の重要な担い手であること、地域の需要を賄い、地域の資金循環に貢献していること、将来、地域経済をけん引する企業に成長する可能性を秘めていること、若者、女性など多様な人材に対して多様な価値観、働き方を提供していることといった役割・特徴があります。

関西広域連合では、そういったスモールビジネス（第二創業を含む）の取組をご紹介します。

新たに追加した事例 **NEW!**

「竹田城下町の工房で、こだわりが詰まった革小物を制作」 KOMOREBI

固定費が高く競合他社との差別化が困難な都市部ではなく、地方で起業することで職住一体で事業に専念できる環境を整備。

自らデザインを行い、上質な素材を手縫いで仕上げたこだわりの革小物を販売し、本物志向の顧客を獲得。

先般、小規模事業者持続化補助金に採択されていることから、今後の一層の活躍が期待される。

[事業詳細はこちら \(PDF: 496.9KB\)](#)

カテゴリ別事例

サテライトオフィスの誘致

[株式会社あわせ \(PDF: 545.0KB\)](#)

[神山プロジェクト \(PDF: 239.9KB\)](#)

商店街の活性化

[株式会社八百鮮 \(PDF: 255.2KB\)](#)

[株式会社紀州まちづくり舎 \(PDF: 541.3KB\)](#)

[パーキングモール \(PDF: 338.8KB\)](#)

地元製品の活用

[株式会社Kyoto Natural Factory \(PDF: 499.8KB\)](#)

[工房しゅしゅ \(PDF: 339.6KB\)](#)

[株式会社エムアファブリー \(PDF: 444.6KB\)](#)

[有限会社うずしお食品 \(PDF: 434.8KB\)](#)

地域の課題を解決

[株式会社トリクミ \(PDF: 566.5KB\)](#)

[あいとうふくしモール \(PDF: 360.8KB\)](#)

[株式会社食一 \(PDF: 537.3KB\)](#)

[KOZZcreate \(PDF: 387.1KB\)](#)

[N.K.Cナーシング コア コーポレーション合同会社 \(PDF: 485.9KB\)](#)

[株式会社はたけのみかた \(PDF: 489.1KB\)](#)

[KOMOREBI \(PDF: 496.9KB\)](#)

就労促進支援

[特定非営利活動法人スマイルスタイル \(PDF: 399.7KB\)](#)

[株式会社ママントレ \(PDF: 352.3KB\)](#)

府県別事例

滋賀県

[あいとうふくしモール \(PDF: 360.8KB\)](#)

[工房しゅしゅ \(PDF: 339.6KB\)](#)

[株式会社はたけのみかた \(PDF: 489.1KB\)](#)

兵庫県

[パーキングモール \(PDF: 338.8KB\)](#)

[株式会社ママントレ \(PDF: 352.3KB\)](#)

[KOMOREBI \(PDF: 496.9KB\)](#)

大阪府

[株式会社八百鮮 \(PDF: 255.2KB\)](#)

[特定非営利活動法人スマイルスタイル \(PDF: 399.7KB\)](#)

[KOZZcreate \(PDF: 387.1KB\)](#)

京都府

[株式会社Kyoto Natural Factory \(PDF: 499.8KB\)](#)

[株式会社食一 \(PDF: 537.3KB\)](#)

和歌山県

[株式会社紀州まちづくり舎 \(PDF: 541.3KB\)](#)

[株式会社エムアファブリー \(PDF: 444.6KB\)](#)

鳥取県

[株式会社トリクミ \(PDF: 566.5KB\)](#)

[N.K.Cナーシング コア コーポレーション合同会社 \(PDF: 485.9KB\)](#)

徳島県

[株式会社あわせ \(PDF: 545.0KB\)](#)

[神山プロジェクト \(PDF: 239.9KB\)](#)

[有限会社うずしお食品 \(PDF: 434.8KB\)](#)

「カテゴリ別事例」と「府県別事例」に掲載している同名の記事は同じ内容です。

この記事に関するお問い合わせ先

関西広域連合広域産業振興局

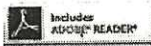
〒559-8555

大阪市住之江区南港北1丁目14番16号

大阪府商工労働部商工労働総務課内

電話番号：06-6614-0950 ファックス：06-6614-0951

広域産業振興局へのお問い合わせは[こちら](#)



PDFファイルを開覧するには「Adobe Reader (Acrobat Reader)」が必要です。お持ちでない方は、左記の「Adobe Reader (Acrobat Reader)」ダウンロードボタンをクリックして、ソフトウェアをダウンロードし、インストールしてください。

あわせ

会社概要

1. 株式会社あわせ

- ・「日本の地方を元気にする」をテーマにICTを活用した地域活性化対策に取り組む。
- ・徳島県美波町にて平成25年6月に起業。地域の課題である若者の減少に焦点を当て、若者が働くための仕組みづくりを展開。
- ・主な事業はサテライトオフィスの誘致、就労支援プログラム、行政と連携したイベントの実施、地元ブランドのPR。
- ・徳島県美波町は海・山・川が一つのエリアに集まっており、豊かな自然が凝縮された地域。町の中心に四国八十八箇所霊場第二十三番札所・葉王寺が鎮座し、多くのお遍路さんが訪れている。



あわえの事業の背景

◎サテライトオフィス開設

- ・2011年にサイファーターテック㈱(あわえの社長が経営する会社)が人材確保のため、徳島県美波町にサテライトオフィス開設。神山町以外でのサテライトオフィス開設第一号。
- ・仕事もプライベートも両立、充実させる「半X半IT」を推奨(X=各人の趣味など)
- ・結果、社風に共感する優秀な人材を確保できるようになり、人員増強に繋がった。

◎地域住民との交流

- ・サテライトオフィス開設後、地域住民との交流が盛んになる中、地域の人々から相談を受けようになり、地域の課題を解決すべく、2013年にあわえを設立。

祭りによる気付き

◎「初音湯」開設(2014年)

- ・温泉をリノベーションして、地域交流施設「初音湯」を開設。
- ・開設の際には、地域住民や都会からの交流者が集まり、阿波踊りの披露など壮大な祭りが行われた。



◎祭りで感じた地方の元気

- ・「地方ではこれほどの元気が集まることができない」と地方の潜在能力を感じ、都会と地方の関係性について検討。

都会の問題点

- ・固定観念(縁がなければならぬ)
- ・ルーチンワーク(自分のスキルが活かせない)
- ・複雑な人間関係(職場の空気がまずい)

疲弊

都市と地方の補完

地方による癒し

- ・「半X半IT」に基づく、暮らし・遊び・つとめが浑然一体となったワークスタイル
- ・1人で何役もこなすチャレンジ精神
- ・祭りごとなどで育まれる地方住民との交流

都会で疲れた人が地域で元気を
元気になって都会でまた働く！
地方と都会による大きな循環が生まれる！

地方には人を元気にする力がある→では、なぜ地方から人は流出しているのか？

背景にある地域の課題(※美波町に限定しない)

- ・輸入品増加による地場産業の衰退
- ・大規模商業施設の進出による生活産業の衰退

人口(若者)の減少

- ・地域(コミュニティ)の担い手不足
- ・生活産業の衰退

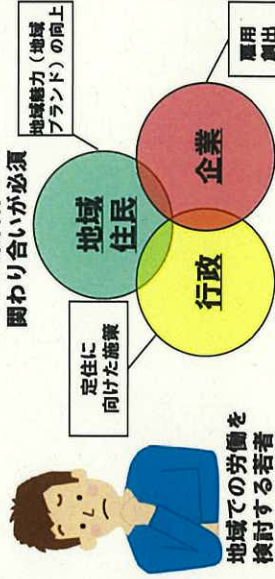
人口減少の悪循環

- ・地域魅力の低下
- ・雇用の減少
- ・行政サービスの低下

課題を解決するために・・・若者が地域で定住するための仕組み作り

若者が地域で定住するために必要な要素

3つの集合体との関わり合いが必須



あわえの狙い

必要な要素の充足
による若者の定住

地域活性化

地域での労働を
検討する若者

事業概要

1. 雇用の確保・育成

- ・企業誘致・企業促進をさらに加速させるべく、イベント実施などのプロモーション活動を実施。
- ・サテライトオフィス進出を検討している企業に向けて、サテライトオフィス体験施設「戒郎」の提供や現地視察の際にアテンドを実施。
- ・既にサテライトオフィスを進出させている企業の経営者や、企業家同士の交流の場を設ける。

2. 被雇用者の確保・育成

- ・地域に馴染みながら働ける若者を探す企業、地域での職探を検討するも職能がない若者、両者のニーズを満たすための、一定期間地方で暮らし働きながら学ぶ人材育成事業を運営。
- ・その一つとして地域産品のブランディングやWEBサイトの企画・運営について学ぶ場である「美波クリエイターズスクール」を実施。
- ・また、学生インターンの受け入れや支援も積極的に行い、若い力が地域で活躍する土壌を養成。

3. 地域資源の活用

- ・「ヒストリーフォトストックGOEN」では、家々に残された古い写真を集めてデータとして保存し、写真に写る場所の位置情報を、インターネット上の地図サービスと連動。目の前の景色と過去の写真を重ね合わせることが可能であり、地域サービスや観光資源として活用。
- ・古民家や空き施設を改修し、町民同士の交流の場やサテライトオフィスとして利用してもらう「エリアリノベーションプロジェクト」を展開。リノベーションを通じて地域全体をリデザインしてエリア価値向上を図る。

4. 地域広報

- ・あわえの取り組みや美波町の出来事について発信。
- ・地域にとって当たり前になっている部分に光を当てる「よそ者目線」と、深く地域を理解する「地域目線」の両方を意識して、情報発信。

5. 行政などに対してのスクール

- ・地方活性化を目指す地方自治体・地域おこし協力隊などを対象に地方創生担当者育成プログラムを実施。
- ・徳島県行政担当者などをはじめ、今後全国にわたって講義を展開していく予定。



事業効果

サテライトオフィス 関連移住者数	サテライトオフィス 進出企業数	社会動態	地域起業数
32人 (H25~H28.7)	13社 (H25~H28.7)	+6人 (H27比)	8件 (H25~H28)



事業の特徴・ポイント

- ・「半X・半IT」といった暮らし・遊び・つとめが混然一体となったワークスタイルを推進し、地方のビジネスの魅力を提唱。
- ・サテライトオフィスや起業家の誘致・若者の定住支援のため、プロモーション活動や受入体制の整備・構築を実施。
- ・地域の課題解決に直結した事業を展開し、地域活性化に取り組み。

産業経済研究員からの一言

徳島県は、CATV世帯普及率が全国1位で、県全域に光ファイバーが普及するICTの先進県である。こうしたインフラの整備が起爆剤となり、サテライトオフィスの誘致で有名な神山町など、市町村単位で大都市圏に対する地域の魅力発信が加速化したと思われる。よそ者・地元両方の視点を持つ吉田代表は、地域の自然、元銭湯・古民家、古い写真、特産品といった多様な資源を大都市圏の若者の目に留まるようアレンジし、ICTを使って彼らの心を揺さぶる。また、仕事においても代表自らが新しい働き方を体現し、幸福感に満たされる様子が、ICTを通じて社会増の呼び水になった。

◎あわえについては、<http://www.awae.co.jp/>

事業概要

1. 人に感動を与える八百屋「八百鮮」
 - ・野菜・鮮魚を取り扱う商店街内に店舗を構える専門店。
 - ・「人に感動を与える」をテーマに、コミュニケーションを重視した対面販売を実施。
 - ・1店舗で一日の売上が130万円を上回る日もある商店街内の目玉店舗。



2. スーパーマーケットとの差異化を図る経営戦略

- ◎商品を完売することで毎日鮮度の高い商品を提供
- ・夕方近くに近づくと、販売価格を下げて、お徳感を出して商品を完売し、回転率を上げること
- で、翌朝に鮮度の高い商品を提供。
- ・お徳感のある商品を求める顧客ニーズと鮮度の高い商品を求める顧客ニーズの両方を満たすことが可能。
- ◎徹底したコストカットへのこだわり
- ・商品を完売することで、保存用の冷蔵庫や冷凍ケースなどの固定費がかかる設備が不要。また、チラシも作成したことがなく、広告費を削減。
- ・コストをカットした分、商品価格を安くすることで、よい商品を安く提供することが可能。顧客満足度の上昇につながり、リピーターが増加。

3. 若者が生き生きと働く店作り

- ・若い人材を積極的に正社員雇用し、仕入・販売担当といった責任のある地位に就かせることで、社員のヤル気向上に繋げる。
- ・衰退する商店街・市場で若者が生き生きと働くことで、商店街の賑わいを創出。また、市場を通して農業・漁業といった一次産業の活性化を図る。

4. 障がい者が働ける店作り

- ・野菜の袋詰めや商品の陳列といった単純作業の側面と接客対応を中心としたサービス業の側面の二つを使い分け、障がい者の特性に応じた仕事を与え、障がい者の雇用を創出。
- ・障がい者も健常者と同じように働き、同様の待遇を受けられる職場を実現。

産業経済研究員からの一言

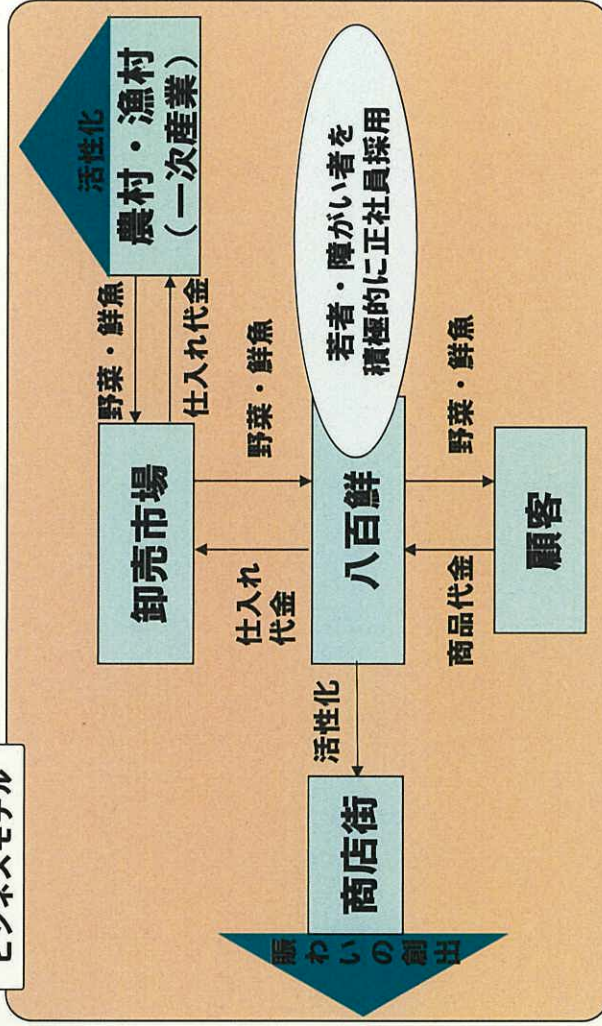
代表者は、大学時代にNPO法人「経営パリンピック委員会」を設立し、経営の観点から障がい者の経済的自立について考え続け、社会人として就職した食品スーパーでの経験を活かし、福祉と経営の両立が可能であることを証明している。同社の目的の一つである「ビジネス＋社会貢献＝新しい価値観」は、起業の原点である、障がい者の経済的自立を実現するという利他の発想が、地域の住民に、新鮮で美味しい野菜・鮮魚・精肉を自信をもって提供するという商売に対するこだわりに結び付き、障がい者を含む多様な若者の仕事に対するモチベーションも高めている。豊富な品揃えと清潔で活気溢れる店舗は、商店街とその周辺地域にも活気をもたらす、システム化された売場とは対極的に、人間の関係性を重視した仕事で、社会から高く評価されることがうかがえる。

◎八百鮮の取組については、<http://yao-sen.co.jp/index.html>

事業成果

- ・平成22年12月に野田新橋筋商店街内にて創業。
- ・平成24年3月に此花店開設。
- ・平成26年4月に九条店開設。
- ・平成27年11月に名古屋川原通店を開設。
- ・平成27年度の年商は約6億2千万。
- ・平成28年6月時点で、大阪府3店舗、名古屋1店舗で約50人の雇用を創出。

ビジネスモデル



事業の特徴・ポイント

- ・スーパーマーケットとの差異化を図る経営戦略で、高い顧客満足を得る。
- ・若者や障がい者が生き生きと働ける環境づくり。
- ・商店街の賑わい創出・一次産業の活性化を図る。

会社概要

1. Kyoto Natural Factory
 - ・京都の自然と共生し、ナチュラル素材をベースにまごころ込め京都発のオンリーワン製品を開発するをモットーに、石鹸・化粧品などを中心に、天然・自然原料を活かした自社ブランド製品の製造販売を行う。
 - ・自社ブランドの取扱だけでなく、自然食品やアロマオイルの卸売や、OEM化粧品の製造も実施。
 - ・現在は、木材を活用したビジネスモデルとして、京の銘木である「北山杉」を加工したスピーカー「NENRIN」を製造・販売している。

事業概要

1. 北山杉事業
 - 「NENRIN」
 - ・京の銘木である「北山杉」を加工したスピーカー。
 - ・2015年第8回京都文化ベンチャーコンペティション 京都府知事賞 最優秀賞受賞。
 - ・北山杉の丸太を筒状にくり抜いて加工したことによるフルウツドのホディーが織り成す濃厚なデザイン、小口径ながら豊かな低域と高域に渡る鮮やかな音色が特徴。
 - 「NENRIN」事業への思い
 - ・原材料となる床柱用の北山杉は和風建築の減少に伴い、需要が減少。
 - ・「北山杉」という京都の伝統産業を守るため、北山杉を活用した新たなビジネスモデルの創出を決意。
 - ・世界に発信できる製品「NENRIN」を完成し、今後も木材産業の活性化につなげていくことを目指す。
2. 京のしゃん屋(販売店)
 - ・京都の手作り石鹸販売店。
 - ・天然、自然原料にこだわりの「100%自然化粧品」を取扱。
 - ・自社ブランド製品は、京都以外では販売せず、ブランド力を高めている。
 - ・当販売店の製品作りを障がい者が担当するなど、障がい者の雇用創出。いずれば障がい者作業所を独立して運営することを視野に入れる。
3. 京都企業とのコラボレーション商品の開発
 - ・京都の食品企業4社とコラボし、リップクリームを販売。
 - ・また、地元のホテル・豆腐屋・絵の具屋・禅寺と提携して、石鹸を開発。
 - ・地元企業との連携の中で、地域の活性化に取り組む。

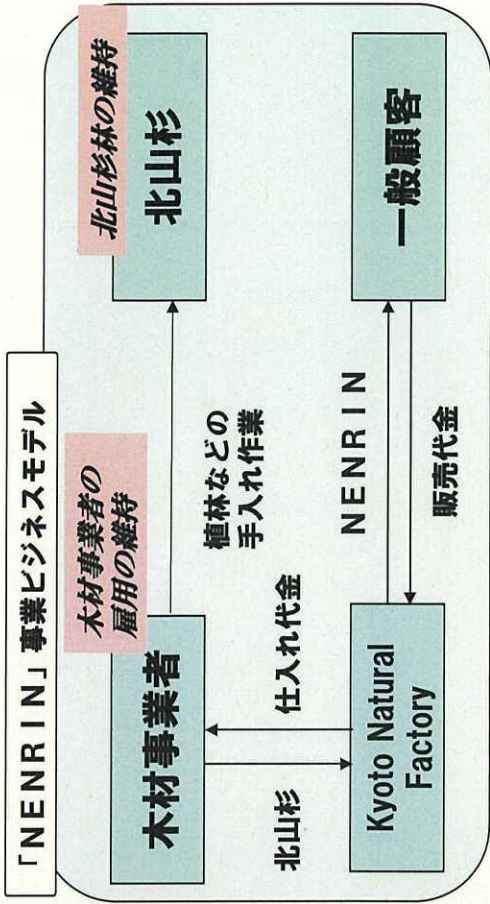
音のかけら



産業経済研究員からの一言

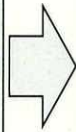
- ・同社は「サステナビリテイ」を事業の核として、地域の産業(林業の振興)や社会(障がい者雇用)を継続させる仕組みを「北山杉」の用途開発で構築しようとしている。
- ・手作り石鹸と同様に、NENRINでも「京都の知名度(地域ブランドカ)の高さ」+「こだわり素材」=「オンリーワン商品」という強みを創出している。
- ・今後は、こうしたオンリーワン商品をいかに必要とするターゲット層に訴求するかが、事業の成否を左右するであろう。

©「NENRIN」については、<http://www.knf.jp/speaker.html> ©Kyoto natural Factoryについては、<http://www.knf.jp/>



経営戦略

- (事業1) 北山杉を利用したビジネスモデルの創出による北山杉林の維持(環境)
- (事業2) 障がい者の積極的な雇用(社会)
- (事業3) 地元企業との連携の中で生み出す地域活性化(経済)



企業のサステナビリテイの確立へ

企業のサステナビリテイとは：企業が事業活動を通じて環境・社会・経済に与える影響を考慮し、長期的な企業戦略を立てていく取組

事業の特徴・ポイント

- ・北山杉を利用したビジネスモデルの創出による木材産業の活性化。
- ・「NENRIN」などのオンリーワン商品の開発や、京都でしか買うことが出来ないという付加価値を創出する差別化戦略の実施。
- ・「企業のサステナビリテイ」確立に向けた事業展開。

会社概要

- ・鳥取県八頭郡隼地域にてカフェ「HOME8823」とゲストハウス「BASE8823」の運営を行う。店舗名に含まれる「8823」は「隼地域」より由来している。
- ・訪れた人が笑顔になれる場、地域の人が集まることが出来る場作りを目指す。
- ・平成24年に地元の高級生とともに、“鳥取革命協同組合”、通称「トリクミ」という団体を結成。地元農家との商品企画や地域に根ざしたプロジェクトを実施していたが、地域に密着した活動で、地域の課題を解決したいという想いのもと、株式会社トリクミを設立し、平成26年に「HOME8823」、平成28年に「BASE8823」を開設。
- ・「実践とクリエイティブを通して誇れる田舎の未来をつくる」をテーマに、常に周囲の人々を巻き込みながら、事業を展開。
- ・リノベーションやワークショップなど、地域において先駆的な取組を行っており、メディアからの注目度は非常に高い。

HOME8823

- ・鳥取県八頭郡隼地域内で行うカフェレストラン。
- ・地元産の食材を活かしたメニューを提供。「ちいきの台所」として、若い人から高齢者の方々まで幅広い年代の地域の人々が気軽に集まることが出来る場を創出。
- ・人口700人程度の地域でありながら、活気と笑顔に溢れる店員の対応もあり、リピーターが非常に多く、毎月1,000人以上の客を引き寄せる魅力あるカフェ。
- ・2階はイベントスペースとなっており、定期的なイベントを開催。

戦略一覽

戦略1 地域の人を巻き込む

- ・店舗開設の準備の際に、リノベーションやワークショップを地域の人々と実施。
- ・周辺農家から食材を調達し、地産地消のメニューを提供。
- ・定期的なイベントを開催し、地域の人々が集まることが出来る場を提供。
(例：隣接する蔵をBARIにして歓談会を開催。
2階のイベントスペースでは音楽イベントや着付会などを実施)

戦略2 事前のリサーチを徹底的に

- ・地域の経済のみで循環する仕組みを作ることを心がけ、ターゲットを地域の人に限定。
- ・店舗開設前に地域の人々を対象に、事前説明会を行い、地域住民のニーズを調査した上で、メニューを考案。
- ・「ちいきの台所」と銘打つことで、地域の人々が来店しやすい環境を創出。

戦略3 目標設定を明確に

- ・店の売上目標を月ごとに設定し、月次目標を達成するために、週ごとに何をすべきかを考えながら、計画を策定するよう従業員に徹底。
- ・原価も厳格に管理し、決してどんぶり勘定にならないように運営。

戦略4 地域基準で考えない

- ・社長自ら東京にも拠点を構えることにより、都会での情報を敏感に察知。都会の流行を店舗にも伝え、店舗にてローカライズ出来るものは積極的に取り入れ、地域において先駆的な取組を実施。
- ・地域での固定観念にとらわれないことなく、夜営業も実施し(周辺店舗の夜営業は少ない)、夜の顧客層を確保。



1Fカフェレストラン



2Fイベントスペース

BASE8823

- ・鳥取県八頭郡隼地域内で運営するゲストハウス。
- ・バイクライダーの宿泊地として特化された設備が揃う施設。オリジナルツーリングイベントも実施するなど、バイク乗りにとってソフト・ハード面でも恵まれた環境を提供。
- ・従業員の発案により平成28年に事業化。客足は途絶えず、黒字推移。

隼地域とは……国の登録有形文化財に指定された隼駅がある地域。隼駅は「聖地 隼」と呼ばれ、バイク「隼」に乗ったライダーに愛され、全国各地から年間数千人のライダーが訪れる。

戦略一覧

戦略1 地域の人を巻き込む

- ・事業実施に際し、クラウドファンディングによる資金集めや、ワークショップ実施など、地域の人とともに、ゲストハウスを設置。
- ・ゲストハウス内に昼間はカフェ、夜はバーとなる店舗を開設。広い庭ではBBQを行うなど、地域の人々も気軽に訪れる環境を創出。ライダーと地域の人々が交流出来る場づくりへ。→場に来るのではなく、人に会いに行く「田舎」へ

戦略2 ライダーをターゲットにした環境を整備

- ・鍵つきバイクガレージ・メンテナンス工具などライダーにとって充実した環境を整備。
- ・ベッドやシャワー設備等、従来のライダーズハウス(雑魚寝、シャワー設備なし)にはない快適な宿泊環境を提供。



トリクミの想い

田舎で働く上での課題

田舎に住む人

チャレンジしたい
でも周りに同じような志
を持つ人がいない



田舎での労働を
検討している人

田舎で働きたい
でもずっとその仕事が続
けられるだろうか



トリクミの理念

従業員のチャレンジをどんどん後押し。
利益を生み出す田舎でのビジネスモデルを確立。



- ・チャレンジングな人材の回帰・確保
- ・切磋琢磨する環境の創出



「ずっと住み続けたい」と思える町づくりへ

事業の特徴・ポイント

- ・常に地域の人を巻き込むことを考え、事業を展開。訪れた人が笑顔になれる、地域の人々が集まること出来る場作りを目指す。
- ・事業検討の際は、ターゲットを明確にし、入念なマーケティングを実施。売上目標や原価管理は厳格に行い、数字にこだわった経営を実施。
- ・田舎で利益を生み出すビジネスモデルを確立し、チャレンジングな人材が増えることで、切磋琢磨する環境の創出を目指す。

産業経済研究員からの一言

地域内外の多様な人々が、世代を超えて交流し主体的に行動することで、従来にはない新たな賑わいや社会的・経済的価値を生み出している。顧客ターゲットを地元住民に限定し、地域経済の循環モデルを構築した「HOME823」と、聖地・隼駅を訪れる全国のライダーをもてなすゲストハウス「BASE823」が、ウチとソノのニーズを的確に捉えている。成功の秘訣として、東京と鳥取を行き来する社長が、俯瞰的な視点と斬新な発想を持ち、地域内外の人々の交流を「媒介」する役割を担っていることや、事業の計画段階からワークショップ等で地元住民を巻き込み、住民主体の事業として取り組んでいること等が挙げられる。

©トリクミについては、<http://torikumi.co.jp/>

NPO法人スマイルスタイル

事業概要

1. レイブル応援プロジェクト 大阪一丸
大阪府が2011年より実施してきた若者就業支援事業。NPO法人スマイルスタイルは同事業の企画・運営を実施。二ートの中で働く意志を持ち、行動を起こしている若者のことをレイブル (late bloomer = 遅咲き) と提唱し、約3年の年月をかけ、就労・自立を応援。初年度には、レイブルの就労モデルを検討する「大阪二ート(レイブル)100人会議」「支援団体・企業による就労モデル検討会議」を実施し、取りまとめた意見やアイデアから、エスカレーター就職を狙うインターンシッププログラム「大阪レイブル超就活」を創出。大阪府内の10社の一般企業および介護事業所と連携し、1ヶ月間のインターンシップ(職場体験)を経て、就労をねらう支援プログラムからは、さまざまなドラマが生まれ、正式採用となる若者を輩出。

2. 次世代ワークスタイル研究所
「働きやすい職場環境」をテーマに様々な企業や個人が実践している取り組みを調査研究し、働きやすいという意志を持ち行動を起こしている若者の就業の活性に取り組む機関として、2012年12月から企画・運営を実施。社員の人材化・職場定着に高い関心を持ち、いきいきと働き続けるための職場環境づくりに積極的に取り組んでいる先進企業をゲストに招き、そのノウハウや考えを講演いただき、調査研究レポートを作成し、Web上で公開。実践ノウハウをオープンソース化し蓄積することで、よりよい組織経営の在り方を促進。

3. ハローライフ
NPO法人スマイルスタイルが2013年5月に独自開設した就業支援施設。若者就業・就業の現場で求められる理想の支援の在り方について、若者や企業、専門家など多くの方と議論や検討を重ね実現。「働く」「仕事」の情報発信基地として、働くことに前向きになれるような笑顔と活力につながる情報やサービスを展開。(右に各フロアの写真を掲載しています)

4. 多角的な事業展開
行政からの受託事業だけでなく、企業ブランディング、シニアプロモーション、求人サイト運営などさまざまな事業を運営し、ひとつの収入源に頼らない事業形態を実施。(右画像は株式会社コーポレートブランディング企画実施時のもの)

1階 BOOK & CAFE 「CHASHITSU for worker」



2階 WORK INFORMATION



3階 EVENT & GALLERY



4階 CHASHITSU factory



事業の特徴・ポイント

- ・二ートという言葉のネガティブなイメージを塗り替える二ート対策・就業支援事業を実施。〈事業概要1・2〉
- ・新たな就業モデルの開発、求職者に選ばれる職場環境・採用制度づくりなど、経営戦略の一環として、企業に新たな価値を創出させる事業を実施。〈事業概要3〉
- ・多角的な事業を展開し、ひとつの収入源に頼らない事業形態により、リスク分散。〈事業概要4〉

産業経済研究員からの一言

ハローライフは大阪市内中心部の朝公園の前に立地し、日本茶のカフェを配置した空間や、若いスタッフが相談に対応し事業を企画・実施するなど、既存の公的な就業支援機関とは一味違ったサービスを提供し、若者が入りやすく相談しやすい環境を整えている。就労に限定されない社会参加の観点から多様なプログラムを実施するほか、専門家だけでなく、様々な仕事をしている地域の人々をプロボノ※として就業支援のネットワークに組み込むなど、地域に密着した支援や就労への可能性を高めるとともに、就業に関する問題の社会的な共有にも寄与している。

※プロボノとは……各分野の専門家が、職業上持っている知識・スキルや経験を活かして社会貢献するボランティア活動全般。また、それに参加する専門家自身

◎ハローライフについては、<http://hellolife.jp/> ◎スマイルスタイルについては、<http://smilestyle.jp/>