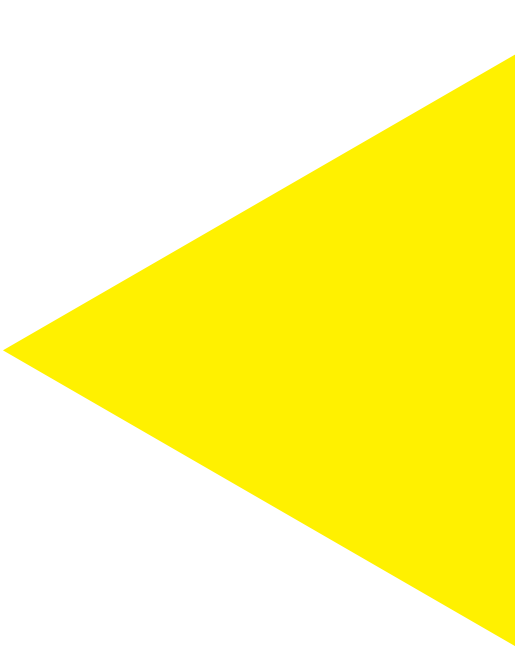




Kumamoto  
Innovation  
School

# Project 180



Kumamoto  
Innovation  
School

# Project 180

## Project 180への思い

田村 大

Project 180 ディレクター／株式会社リ・パブリック 共同代表

「熊本がなんで米焼酎の伝統的な産地だか分かりますか？」

これはProject 180最初の合宿で、地元企業の若手経営者から県外から参加したメンバーに向けた謎かけでした。メンターの若林さんや山田さんも混じって大いに盛り上がったその答えは、「年貢を納めた後も米が余っていた」から。「売るのでもなく、保存食にするのでもなく、飲んじゃうんだ…」と、域外の参加者たちが驚嘆した熊本の豊かさ。阿蘇と有明海、八代海に挟まれ、良質な水と豊かな地味に恵まれた土地だからこそ、その恵みを享受して、慎ましく生きていけばいいという質実剛健な精神が育まれたのかもしれない。熊本県に本社を置く企業の99.9パーセントが中小企業であり、中でも従業員数10人未満の零細企業がその大半を占めることは、拡大志向に走らない県民性の現れと言えそうです。

そんな熊本の中小企業にも経済のグローバル化、デジタル化の急速な進展によって、今後の見通しがなかなか立たない不確かな状況が生じています。

「これまでやってきた事業を粛々とやり続けることだけでは未来が開けない。何か新たなチャレンジを始める必要がある」

企業の次代を担う若手経営者・幹部候補が感じるこんな不安に立ち向かうべく、熊本県が主催し、株式会社リ・パブリック、一般社団法人フミダスが企画・運営を行う、新規事業創出を通じた人材育成プログラム『熊本イノベーションスクール Project 180』がスタートしました。世界の大きな変化を捉えて新たな事業機会を見出すことを目的に、県内8つの事業者から意欲ある若手経営者・幹部候補が参加。

また、各事業者に対し2名ずつ、東京を中心とした域外から、将来的に地域で自身の可能性を試してみたいと考える若手人材を募集。選考を通過した精鋭16人が加わり、4ヶ月間・計4回の週末研修を重ねました。

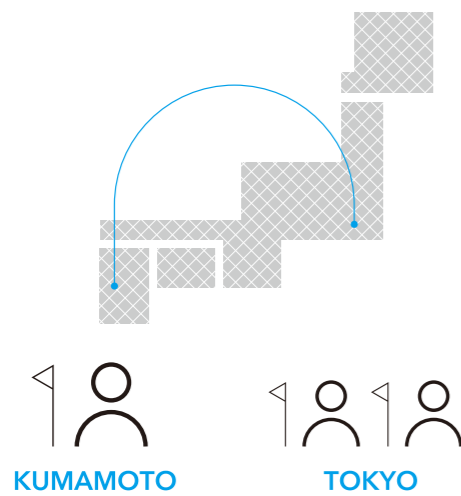
各チームへのメンターには、巨視的な視点で未来の新たな可能性を示す、前WIRED日本版編集長の若林恵さん、心地よい体験のデザインを多様なスケールで実現してきたプロフェッショナル、Method・山田遊さん、ビジネス創造からマーケティングまで一気通貫したクリエイティブサービスを提供するThe Breakthrough Company Goの三浦崇宏さん、そしてあらゆるものづくりに精通し製造業への造詣も深い、Fablab阿蘇南小国の鈴谷瑞樹さんの4名を起用。それぞれの持ち味を存分に活かした、厳しくも愛にあふれた指導を通じ、各社の漠然とした思いがはっきりと輪郭を持ったユニークなビジネスアイディアに育っていきました。また、域外の参加者たちも、熊本への愛とこれからの可能性をむくむくと育み、一緒にチームを組んだ経営者・幹部候補と今後もタッグを組んでやっていこうという機運があちこちで芽生えたことは、想像以上のできごとでした。

Project 180の成果はこれから少し時間を置いて、新たな製品として、サービスとして、あるいは熊本の将来を担う産業・文化のリーダーシップとして、県内、そして県外に現れてくることでしょう。そこから熊本が日本の地域のあり方をリードする存在になっていく。新たな挑戦を求めて意欲ある若者がやってくるようになる。その出発点にこの取り組みがあった…。そう将来、振り返ることができればいい。その第一歩を力強く踏み出すことができた、手応えを感じています。そして、さあ、次の一歩へ。

Project 180とは

# What's Project 180?

熊本イノベーションスクール"Project180"の基本コンセプトは「自社の未来をつくる新規事業を、チームで生み出す」こと。熊本県下の中小企業の次代を担う人材が、東京をはじめとした大都市圏から参加する感性の高いサポートメンバーとチームを結成します。Project 180 のプログラム名にあるように3名でチームを結成し、異なる場所で異なる経験を積んできたメンバーが、共に学び、共に考えることで視点を180°変換し、自社の可能性を探りながら新たな事業アイデアを生み出す事業創造プログラムです。



### Angle 1

#### 熊本の企業代表者

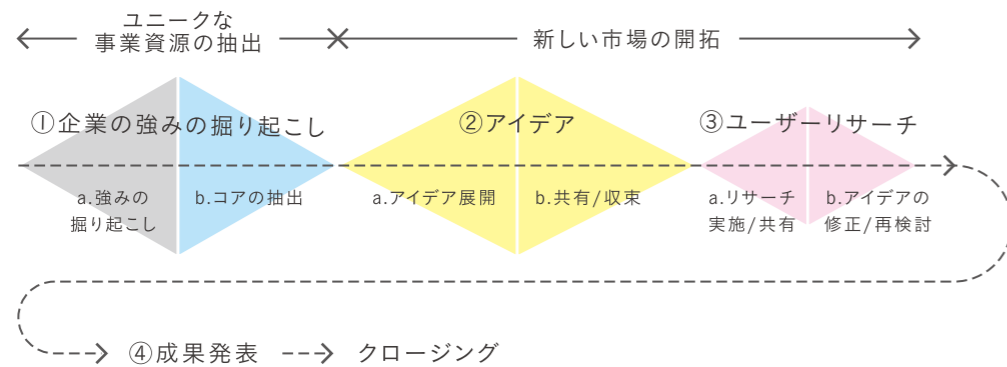
自社の将来の基幹事業となり得るビジネスを生み出し、リードする役割を担う存在。中小企業の若手経営者、事業承継候補者、若手幹部候補など、企業の次世代事業を担う人たち。(30代~40代が中心)

### Angle 2 & 3

#### 大都市圏の地域志向創造人材

首都圏の大企業、中小企業などで中心的存在として働きながらも、地域につながり、地域の特色ある企業の資源を活用しながら自身の創造性を発揮する機会を求める若手人材。(20代~40代が中心)

### プログラムの流れ



プログラムは、大きく3つのフェーズに分かれています。第1フェーズは、自社の強みを見つめ、捉え直すこと。第2フェーズは、事業アイデアを生み出すこと。そして、第3フェーズは、想定するユーザーについて調査を進めること。3回の集合研修とその間のチーム活動を通じて、機会領域を定め、ユーザー調査を行いながら、事業アイデアを深めてきました。各研修では、メンターの皆さんとじっくり話し合い、事業の本質を見つめ直す時間を多くとりました。最終回となる成果報告会では、自社内外のキーパーソンに向けてプレゼン発表を行いました。

メンターの皆さん

# Mentors

メンターには、デザイン、商品づくり、広告、メディアの最前線で活躍する実践者が集い、参加企業の持つ潜在的な価値の掘り起こしから、社会潮流の分析、事業アイデアのアドバイスまで、全面的に協力していただきました。メンターを交えた真剣な議論は、本プログラムの醍醐味です。

### 若林 恵 Kei Wakabayashi

黒鳥社 コンテンツ・ディレクター



1971年生まれ。ロンドン、ニューヨークで幼少期を過ごす。早稲田大学第一文学部フランス文学科卒業。大学卒業後、平凡社に入社。『月刊 太陽』の編集部スタッフとして、日本の伝統文化から料理、建築、デザイン、文学などカルチャー全般に関わる記事の編集に携わる。2000年にフリー編集者として独立し、以後、雑誌、書籍、展覧会の図録などの編集を多数手がける。音楽ジャーナリストとしても活動。2012年、『WIRED』日本版編集長に就任。2017年退任。2018年、黒鳥社 (blkswn publishers) 設立。

### 山田 遊 Yu Yamada

Method 代表取締役



東京都出身。南青山のIDEESHOPのバイヤーを経て、2007年、method(メソッド)を立ち上げ、フリーランスのバイヤーとして活動を始める。現在、株式会社メソッド代表取締役。2013年「別冊DiscoverJapan暮らしの専門店」がエイ出版社より発売。2014年「デザインとセンスで売れるショップ成功のメソッド」が誠文堂新光社より発売。

### 三浦 崇宏 Takahiro Miura

Breakthrough Company GO代表取締役 PR/CreativeDirector



博報堂・TBWA\HAKUHODOを経て2017年独立。新規事業のプロデュース/スタートアップのブランディング・PR/キャンペーン・コンテンツの企画制作などを手がける。『表現を作るのではなく、現象を創るのが仕事』が信条。

### 鈴谷 瑞樹 Mizuki Suzutani

ファブラゴ阿蘇南小国 ファブマスター



2012年12月福岡県福岡市に「博多図工室」を設立。3Dプリンタ、レーザーカッター、CNCミリングマシンなどの機器を使い、ベンチャー企業の製品開発や、アーティストの作品制作支援を行う。2017年9月、熊本県阿蘇郡南小国町に設立された「ファブラゴ阿蘇南小国」のファブマスターに就任。

# Partner Companies

熊本の企業代表者は、製造業、建設業、農業、卸売業、警備業など多様な背景を持つ企業から参加いただきました。



## 株式会社 阿蘇自然の恵み総本舗

山口 隆 代表取締役

菊芋を中心に自社栽培・契約栽培を行い、自社で加工し菊芋の自然食品・健康食品を製造・販売している。販売は通販(主にネット販売)、卸販売(代理店)、OEM供給を行っている。主力商品である菊芋は、血糖値の上昇を抑えたり、腸内環境の改善に良い影響を与えるなど、近年注目を浴び始めている。



## 株式会社 富坂建設

富田 由衣 副社長

熊本県を中心に公共施設や医療施設、賃貸住宅、コンクリート住宅「MOLS」等を手がける建設会社。計画から設計、施工、メンテナンスまでの一気通貫した対応を強みとし、大量生産の商品では解決できない、固有のこだわりや制約があるお客様の課題を解決し、お客様一人一人の彩りのある幸せづくりを提供している。



## 株式会社 フロントピアビジョン

渡邊 直登 代表取締役 / 山本 尚仁 ディレクター

熊本を代表するウェブ制作会社。企業のコーポレートサイトの新規立ち上げ・リニューアル、ECサイト構築をてがける。その他にも業務効率化やWebマーケティング活動に必要なCMSの構築などお客様のニーズに合わせたシステム開発などにも対応。熊本の多くの中小企業に選ばれており、公開している実績だけでも500件を超える数のウェブサイトを手がけてきた。2018年は創業15周年。



## 株式会社 サンワハイテック

山下 義隆 常務取締役

菊池市を本拠とする精密機械器具製造会社。半導体製造装置を中心に、お客様の「あったらいいな」を構想から設計、組み立て、メンテナンスまで一貫体制で実現できる技術力のみならず企画力も備えている。製造装置や治具・治工具の開発などの工場向けの製品のみならず、太陽光発電監視システムやパーソナルビークル STAViなど、意欲的に新たな事業を生み出している。



## 株式会社 オジックテクノロジーズ

金森 元気 技術本部部長

めっきによる表面処理を強みとする技術会社。海外の鉄道向けなど高度な加工に強みがあり、めっきが持ち得ない機能を付与する機能性表面処理、機械加工では実現できないMEMS向け微細構造体の作製、ヒアルロン酸の5倍の保水力を有するサクランを抽出する技術などのバイオケミカル技術を世界に提供している。



## 株式会社 キューネット

木村 太介 常駐警備管理部 / 松山 智則 新規事業部

熊本県を本拠地とする警備会社。法人向けには機械をつかった警備や常駐警備、個人向けには、ホームセキュリティや緊急通報のサービスなどを提供している。近年では、NTT西日本とともにひかり回線と機械警備をセットで提供する「キューネットひかり」の販売もスタート。地域に根ざした警備会社として「熊本大安心計画」をすすめている。



## くまもと★農家ハンター

宮川 将人

鳥獣被害から地域を守ることを目指して、若手農家によるイノシシ対策の活動を行っている。イノシシによる農作物被害は、離農につながる深刻な事態となっている一方でそれを駆除できる狩猟者は半減しており、その現状を打破するためにその糸口を探っている。



## 株式会社 マスナガ

森 弘国 代表取締役

ネジ・ボルト、機械部品、生産設備などの製品を中心取り扱う商社。戦後、創業者である増永金次郎がバリカンを販売することからはじまり、日本の戦後の経済発展とともに様々な工具・金物・建築資材等に取扱商品を広げた。現在も、建築、半導体、自動車、鉄道、食品製造、装置製造など、幅広い業種の顧客を持つ。

# Support Members

県外から参加したサポートメンバーの皆さんは、企業に勤める方から事業を経営する方など、それぞれの専門領域や分野を持つ方ばかりでした。また、熊本出身など熊本とゆかりのある方は7名でした。プロジェクトを終えた後の感想一言を添えて、メンバーを紹介します。



Shota Shimizu

熊本出身。CMやWEBムービーの企画演出を10年手がけてきた。熊本出身。農家ハンターチームにて活動。前向きにフラットに議論できたのがよかった。



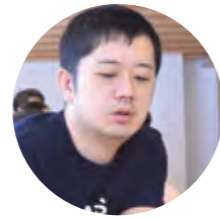
Taro Akabane

人間中心設計専門家として、UI全般の設計支援、およびユーザー体験の改善支援を行ってきた。メンターや講師の皆様とのやり取りで気づきが多かった。



Yu Yamada

熊本出身。普段は、様々な企業の広告、SNSを活用したPR事業をしている。地元の会社の話を多く聞くことができてよかった。引き続き熊本に通い、仕事をしていきたい。



Atsuo Ishida

Tech企業でPRやコミュニティマーケティングに従事。同世代の経営者と直に話しながらサービスを構想するのが刺激的だった。東京にはない可能性があることを実感した。



Fumiya Matsushita

建設会社で海外の大きな工事に関わってきた。山下さんの包容力がすごかった。全く違う分野で働くメンバー(出版)と一緒にできたのも良い経験になった。



[Name blurred]

[Text blurred]



Daichi Kawaharada

サービスデザイナーとして一般企業や行政をクライアントに課題解決を行ってきた。これほど密に次期経営者の方と議論できる機会はなかなかないのですごく貴重だった。



Osamu Morita

入社以来10年以上、一貫して組み込みソフトウェアの開発に従事。メンター若林さんのコンサルをしながら来ているのではないんだよというコメントが印象に残っている。



Yukari Suzuki

自動車会社で将来のモビリティ社会に向けた新しいコンセプトやサービスを発想し具体化する仕事に従事。地元の決定権のある企業の人に関わっているのがすごくよかった。



Mai Esaki

社員が働く場所の空間設計やデザインを担当してきた。メンター陣の愛ある毒舌から学ぶことができた。多拠点ワークを実際に始めたいと思うようになった。



Kosei Kinoshita

ディレクターとして、サービスデザインや情報設計、UX戦略などに関わってきた。普段は出会えない企業や人たちとコラボレーションができたのがよかった。



Shina Inaba

エンタメ系企業の新規アプリ開発の進行・仕様管理を行うディレクター。自分の仕事とは立場もやり方も違ったが同時に進めることで学ぶことが多かった。



Tomoki Hayashi

社内新規事業プログラムの支援設計や、事業戦略検討/実行支援を担当。50年後を考えるとというメンターのアドバイスが想像していなかったので、印象に残っている。



Kanae Miyaoka

現職では高速道路など、土木工事の施工管理および設計業務に従事。同年代で知識が深く視野も広いメンバーと関わりながら具体的な事業案をつくっていくのが楽しかった。



Toshio Shimura

医療機器業界、主に糖尿病領域を担当、病院やクリニックへ血糖測定器の提案を行っている。オーナーの想いに直接触れながら議論できるのが貴重な機会だった。



Sayaka Okamura

熊本市出身で、熊本市内のテレビ・ラジオの放送局で働いたあと、現在は広告とPRの仕事に従事。改めて、熊本の良さ、面白さを、もっと発信していきたいと思う。



Special Supporter  
Yurika Hotta

コミュニケーションプランナーとして独立したばかり。個の強いメンバーが集まったにも関わらず、全員の熊本愛が上手く絡み合っていると熊本最強チームになったと感じた。

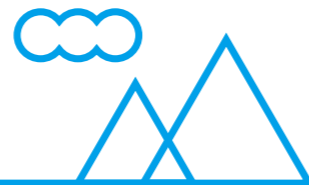


Special Supporter  
Akihiro Orimo

GOで変化と挑戦にコミットするために日々奮闘。これだけの人数と濃度で熊本の未来を真剣に考えた人がいるということが大きな成果につながるはず。

# Activity Report

フィールドワークやレクチャー、ワークショップを通じて、  
熊本で事業を続けてきた企業の強み、  
新たな事業の可能性を深掘りしていく4ヶ月。  
全4回の集合研修の様子をレポートします。



## ACTIVITY REPORT

第1回 集合研修

# 1st Session

2018年9月15日-17日

熊本の企業代表者1名と大都市圏から参加したサポートメンバー2名によるチームを形成。実際に参加企業の現場へと足を運んで得た気づきから自社の「強み」「弱み」を2日間にわたって議論しました。

### ① イントロダクション

#### ▷ お互いを知る

はじめて対面した熊本企業代表者と県外からのサポートメンバー。これからチーム活動をしていくにあたって、まずは、お互いを知ることが大事です。全員があらかじめ用意したスライド3枚をつかった1分間の自己紹介プレゼンを行いました。仕事の話だけでなく、お互いの趣味のこと、家族のことなども共有しましたが、まだまだごこない雰囲気です。

9月15日 PM @城彩苑



### ② フィールド調査

#### ▷ トレジャーハンティング=宝探し

豊かな経験と目利き力を持ったメンターとともに各企業を訪問しました。外からの視点、新たなマインドで各企業のイノベーションに活用し得る資源の発掘(トレジャーハンティング)を行いました。参加者たちは、それぞれの企業の個性と歴史と夢が詰まった場で話を聞いたり、製品やサービスを実際に目にし、これから立ち上げていく新規事業に向けて各々の想像を膨らませました。

9月15日 PM @各社の現場



### ③ 気づきの共有・議論

#### ▷ フィールドから得られた知見を議論

現場で感じたことを共有し、チームで自社の強み・弱みを洗い出しました。特に、強みは「明らかな強み」と「隠れた強み」の2つに分けて、ユニークでありながらも活用しきれていない強みは何か、それを言葉にするとどうなるかまで掘り下げました。これらのワークでは県外から参加したサポートメンバーの外部視点が活かしている場面が多々伺えました。新たな事業領域の可能性を広げるエクササイズを重ねて、論理的に考えると辿り着かない思考の扉をこじ開けることにも挑戦しました。予定した終了時間を過ぎても熱気はおさまらず、懇親会の時間ぎりぎりまで各チームの議論が続きました。

9月16日 AM&PM @未来会議室



### ④ 新規事業領域の探索

#### ▷ 自社の強み×有望な新規事業領域×社会変化後の新ルール

最終日は、前日の作業(=新規事業領域の探索)を手早く取りまとめ、「これから10年の社会変化」を構想し、深掘りするセッションを実施。従来の常識を塗り替えていく可能性のある社会のラディカルな変化を議論し、未来に起こる変化の後に立ち現れるかもしれない「ルール」を見出しました。加えて、これまでの成果の総まとめとして「自社の強み×有望な新規事業領域×社会変化後の新ルール」で強制発想を行いました。事業アイデア案をもとに、メンターのアドバイスを受けながら新たな機会領域について議論を深めました。

9月17日 AM @未来会議室



## 2nd Session

2018年10月13日-14日

前回の研修から1ヶ月ほどの間、8つのチームは、それぞれ遠隔ながらもオンラインツール(ChatWork)をフル活用。一部チームは出張に合わせたオフライン会議も行いながら、事業アイデア案を話し合ってきたため、二回目の対面にもかかわらず緊張した様子はありませんでした。各チームの新規事業アイデアを共有し、顧客視点に基づく本質的な提供価値を検証する2日間のワークショップを実施しました。

## ① 事業アイデアの創出

## ▷ 有望な事業アイデア案の共有

各チームの新規事業アイデアを全体で共有しました。その後は、メンター陣からのアドバイスを交えながらアイデアを発展させていきました。メンターからは、事業をつくりあげていく上で気をつけなければならない基本的な考え方から、事業プランをつかっていく上で現時点で考えておくべきポイントについて実践的なアドバイスが矢張り早くに繰り出されます。

10月13日 PM @未来会議室



## ② メンターとの議論

## ▷ チームメンバー、メンターとの本気の議論

初日と2日目の後半は、どちらもメンターとの議論の時間でした。各チームが30分ほどずつ、希望のメンターとともに(逆指名されることもあります)、じっくり議論を行いました。このプログラムの醍醐味とも言えるのが、このメンターとの議論です。チームで練り上げたアイデアをメンターに伝え、議論し、メンターと一緒に考えて会社の未来、事業アイデアについて様々な視点から検討します。経験に裏打ちされたアドバイスや参考事例、思いもよらない視点の提供により、チームのアイデアがさらに発展していきました。

10月13日 PM &amp; 10月14日 PM @未来会議室



## ③ 4コマ漫画

## ▷ ユーザーの困りごとを表現

2日目の前半は、誰にどんな商品・サービスを届けるのかということを考えていくために「4コマ漫画」をつくる演習を行いました。4コマ漫画という制限のある表現方法に、事業アイデアを落とし込みながら、本当に大事なことは何なのか、ユーザーの「困りごと(ペイン)」は何か、ユーザーにどんな価値を与えるのかということを検討しました。漫画とはいえ、実際に形にして伝えてみることで、自分たちのアイデアの良い点や改善すべき点の両方がみえ、考えるべきポイントが明らかになっていきます。

10月14日 AM @未来会議室



## ④ 顧客リサーチ

## ▷ 想定する顧客に話をききに行く

最後に、次回までの課題となる、顧客リサーチの考え方や方法についてのレクチャーを行いました。顧客リサーチとは、現時点の事業アイデアで想定している顧客になりそうな人たちに話を聞いたり、その人たちがいる現場で観察を行うことです。事業アイデアを売り込むのではなく、そうした人たちが、今どんな状況なのか、どのような「ありたい姿・状況」を実現したいと願っているのか、そこにはどんな制約や障害を感じているのか、等々についてじっくりと話を聞き、気づきを得ることが主眼となります。

10月14日 PM @未来会議室



## 3rd Session

2018年11月10日-11日

各チームが取り組んできた顧客リサーチの結果をまとめた成果報告から始まりました。報告に対して、再びメンター陣の鋭いアドバイスが飛び交います。慎重かつ大胆に。本気で事業化を考えているからこそこの課題。新規事業を作っていく上での難しさが見えてくる研修となりました。

## ① 顧客リサーチの共有

## ▷ 顧客に会いに行く、現場を見に行く

各チームから顧客リサーチの成果と、その成果をふまえた事業アイデアの発表をしてもらいました。注目していた顧客ニーズとは別のニーズに気づきはじめたチーム、アンケート・ヒアリング・フィールドワークによってあっさり事業アイデアが変わってしまったチーム、自治体・民間・個人など広く調査をしたことでチーム内の議論が深まったチームなど、顧客リサーチから得られる現実味のある情報から事業アイデアを練り直している様子が見えられました。

11月10日 PM @熊本県立大学



## ② メンターとの議論

## ▷ メンターと時間をかけて議論する

初日も二日目も、メンターと個別に時間をかけて議論する時間をつくりました。メンターからは、チームの状況に合わせた実践的なアドバイスをいただきました。

- 新規顧客だけでなく、既存顧客から新規顧客を得る流れも考えるべき。
- 企業の強みの視点を見失っているのではないかと。強みを活かしながら、今の事業アイデアを実現する道をもっと考えるべき。
- 煮詰まっている感じがある。その場合は、まずは発表資料に着手すべき。そうすると検討に漏れていたところも明らかになる。
- この関係者のヒアリング(顧客リサーチ)が足りていないのではないかと。このようなアドバイスを受けて、チームの議論を深め、今後の調査計画、資料作成計画をつくっていきました。

11月10日 PM, 11月11日 AM @未来会議室



## ③ ビジネスモデル図解

## ▷ その事業アイデアに逆説の構造があるか

ビジネスモデル図解を活用して、現時点での事業アイデアを図式化しました。その事業アイデアで、自分たちが「誰に」「何を」届けるのか。そして、そのために「どんなモノや関係者」が重要で、どんなモノ・カネ・情報の「流れ」のなかで事業を行うのかを1枚の紙に整理します。この時、事業アイデアに「逆説の構造」があるかどうか議論しました。「逆説の構造」とは、例えば「俺のフレンチ」が「座って食べる高価な料理」である「一流フレンチ」を、おいしさそのまま、立って食べるスタイルで回転率をあげ「立って食べる手頃な料理」という逆説を成立させていることを指します。

11月11日 PM @未来会議室



## ④ 最終発表に向けて

## ▷ 最終発表プレゼンテーションの目的を決める

今回は、約4ヶ月に渡り取り組んだ新規事業案をプレゼンテーションとして発表します。まずは最終発表の目的をはっきりさせます。社長や上司を説得するのか、同僚に協力してほしいのか、外部のパートナーと一緒にやりたいのか、最初の顧客を説得したいのか。目的によって、発表の内容もトーンも変わってきます。目的を明らかにした後、最終発表会に参加し、チームの発表を聞いてもらいたい会社内外の関係者を調整していきました。

11月11日 PM @未来会議室



ACTIVITY REPORT  
第4回 集合研修  
Final Session  
2018年12月8日-9日

約4ヶ月に渡って取り組んできた事業アイデアの最終報告会が熊本県立大学CPDセンターで行われました。2日目は、全員で阿蘇に出かけ、プロジェクト全体のふりかえりを行いました。

### ① 最終成果報告会

▷ ここからが本当のはじまり

12月8日 熊本県立大学 CPDセンター

8チームそれぞれが、これまでの取り組みの総まとめとなる事業アイデアを発表しました。熊本企業の代表者の切実な思いと県外からのサポートメンバーの新たな視点が重なりあった丁寧なプレゼンが続くなか、メンター陣からはいつも通り手加減のないフィードバックと激励をいただき、熱気に満ちた報告会となりました。数チームの発表には、発表者の上司や経営者に参加いただき、コメントをいただきました。



### ② ふりかえり@阿蘇

▷ 阿蘇の自然のなかでプロジェクトをふりかえる

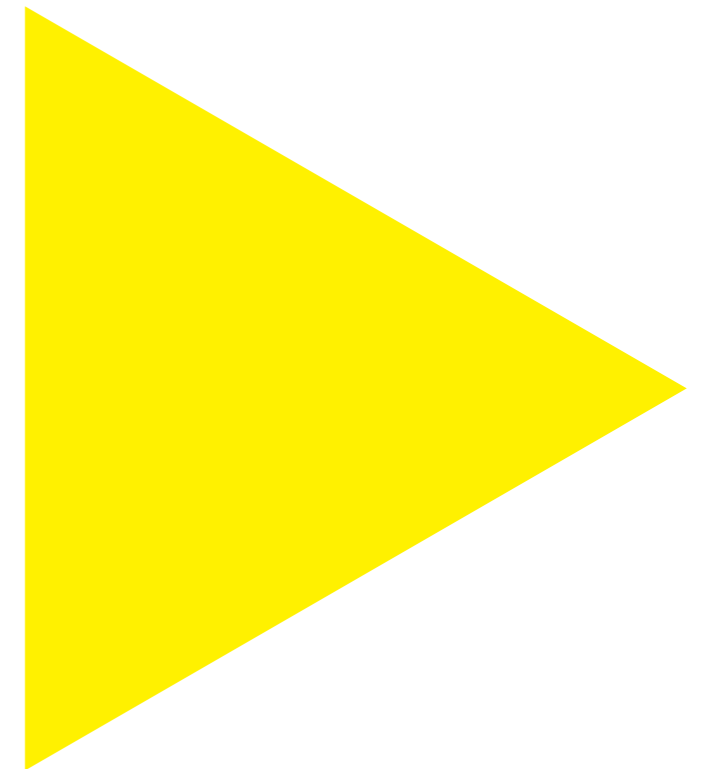
12月8日 阿蘇

最終日は参加者全員で大型バスに乗り込み、南阿蘇に出かけ、フィールドワークとふりかえりを行いました。美しい広大な草原が目の前に広がる草千里ヶ浜や、神秘的な異世界への入り口として知られる、上色見熊野座神社などを訪れました。参加者たちは、最終成果報告を終えて、いつもとは違う柔らかい表情で他チームのメンバーとの交流を深めつつ、今までの活動を振り返りました。午後からは休暇村南阿蘇にて、起業家・佐藤智香さんによるご講演を参加者全員でお聞きしました。佐藤さんは、「阿蘇高菜」という特別な高菜を使ったマスタード『阿蘇タカナード』を開発した方。発案から実際に発売に至るまでのプロセスを丁寧にお話していただきました。「愛するプロダクトの可能性を信じ、明確なビジョンのもと、ただひたむきに想いを形にする」そんな佐藤さんの姿勢は、同じようにイノベーションを起こそうと奔走してきた参加者たちの心に響きました。その後は、メンターを交えチームごとに今回のプロジェクトをふりかえり、お互いに学んだことと今後の展開について話し合いました。メンターの皆さんとも引き続き各チームとの熱い議論が行われ、今後に向けた具体的なアドバイスをいただきました。



## Pick Up Teams

熊本企業の代表者と大都市圏から集まってきたサポートメンバーが1つのチームになりました。参加したメンバーたちは、実際にどのようなことに、どのような思いを持って取り組んできたのか。2つのチームの歩みを紹介します。





## 富坂建設チーム

# 現場に行くからこそわかることがある。

Yui Tomita\*, Yukari Suzuki, Mai Esaki

### 参加動機 外からの視点を得たい

今回のプロジェクトは外からの視点を得ることが魅力でした。新たな視点を頂き、自社の固有の価値づくり、そして新しい市場への展開につなげていきたいと思ったのが動機になります。(Tomita)



### 参加動機 地元貢献したい

地元を離れ、東京で働きながら得た知識・スキル・感覚をいかして、地元である熊本にどんな貢献ができるのか、そのきっかけにしたいと思ったのも動機のひとつです。(Esaki)

### 9月10日 第1回集合研修

富坂建設のショールームを見学し、説明をうけました。



### 9月11日 メンターからの問いかけ

メンターのコメントなどから、社会の課題を解決していく視点が重要だと再認識しました。それは現在すでに起こっている課題だけでなく、未来に起こり得る課題も含めて考えるべきだということも。また、自分がワクワクするか、楽しいかという基準も大事であるということをいつも問いかけられていたように思います。(Tomita)

### 10月～ 業界を調べまくる

建設業界の市場観を調べまくる、更に家やオフィスの成り立ちの歴史を紐解いたことで理解と議論が深まりました。そこから、熊本ならではの良さや課題をどうアイデアに反映させるかも議論しました。(Suzuki)



### 10月～ 積極的にフィールドへ

ここは参考になりそうだとこのころに積極的に出かけていっていたのがこのチーム。



### 10月～ 調査でアイデアが覆される

机上で考えたことが、アンケート・ヒアリング・フィールドワークによってあっさり覆ってしまう。逆に一気に進展することも。当たり前の事ですが、あらためて実感しました。(Esaki)

### 11月～ 収支が！

私と江崎さんは、これは面白い、いけるいけるという感じでしたが、最後のほうになっていざ収支を計算してみたら予想より厳しかった。そこは苦しかったというかもうちょっと考えなくてはと思いました。(Suzuki)



### 12月8日 最終発表

事業案を実現していく場合に、パートナーやアドバイザーになっていただきたい方にもお越しいただきました。



### 今後 継続的な検討

せっかく割りあげた事業プランというもありますし、継続的に検討していきたいと思っています。特に今のプランは、初期投資に大きなお金がかかるので、そこをどう組み立てていくのか、考えていきたいです。(Tomita)



オジックテクノロジーズ・チーム

## 最先端技術を顧客視点で捉えなおす。

Genki Kanamori\*, Osamu Morita, Daichi Kawaharada

### 志望動機 技術の強みを活かしたい

これまで培ってきた技術や強みを他の分野に活かす可能性を考えたいと思ったのが動機です。新規事業をつくるにあたって必要な準備やリサーチについて学びたい、何かヒントを得たいと思い参加しました。(Kanamori)



### 9月10日 第1回 集合研修

3人が出会う。それぞれ、下の名前+さんづけて呼びあうことに。



### 9月11日 コンサルをしにきたのではない

メンターの若林さんの(サポートメンバーは)コンサルをしに来ているのではないだよというコメントが、自分の知見に当てはめて考えてがちな所に、改めて企業側が何を求めており、私たちがどうアプローチすべきかを見つめなおすきっかけになりました。(Morita)



### 10月14日 製造業ではない分野の視点

サポートメンバーの1人は製造業ではなく、企業の支援がお仕事です。最初は考え方の違いに戸惑うこともありましたが、身近に接することで視界を開かせてくれた感じがあります。(Kanamori)



### 10月~ ユーザー調査

それぞれのネットワークを活用し、これまでオジックテクノロジーズが顧客としてこなかった分野の人たちに調査を実施しました。

### 11月9日 リアリティを見直す

工場現場を見学させていただいて色々とお話を伺ったのですが、発注元のちょっとした製品の部材の仕様変更で、数億円分の遊休資産を生んでしまう可能性があることを目の当たりにし、これまでのアイデアのリアリティを見直すきっかけになりました。(Kawaharada)



### 11月10日 メンターからのアドバイス

メンターの鈴谷さん自身の経験を踏まえたアドバイスが、検討中のアイデアの意義を再定義することにつながりました。(Kawaharada)

### 12月8日 最終発表

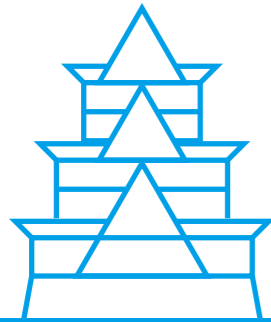
発表会場には、現社長にお越しいただきました。



### 今後 事業案をブラッシュアップ

最終発表での社長のコメントをもとに、3人で継続的に事業案をブラッシュアップすることに。週1回程度のオンラインでのミーティングを継続し、もう一度社長へプレゼンを行う予定です。





# Interviews

県外から参加したサポートメンバー 4名にインタビューを行いました。

Interviews



## ▶ 富坂建設チーム / Mai Esaki

普段の仕事では、ワークプレイス(企業のオフィスやイノベーションセンター、コワーキングスペースなど)をメインに空間の設計・デザインをしています。一通りの仕事を1人でこなせるようになったタイミングで、自分のためだけでなく、社会や誰かのために働きたいと考えるようになりました。また、熊本出身なので「東京在住・熊本人」という心強いコミュニティに参加できる事も志望動機の一つでした。

### 手触りのある仕事を、地元熊本で

実際に参加して良かったことはたくさんあるんですけど強いていうなら2つ。1つ目が、手触りのある仕事をできたということ。やっぱり東京で働いていると、自分がやっている仕事がよくわからない中の一部にあって、その仕事そのあとどうなったのかもよく分からなくなってしまうことがあります。しかも、次々新しい仕事が増えて来ちゃう。

でも、今回のこのプロジェクトに入って、全部の工程において自分が本当に社会とか地域、人のためにできることってなんだろって、本気で考えることができました。どういうものが熊本の人たちにとって新しいのか、新しいアイデアを生みきかっけになるのかなと。東京だと当たり前だと思っていることが地方だと当たり前じゃなかったりする。地方だから考えられることがたくさんありました。東京っていい意味でも悪い意味でもなんでもあって、何がきてもどこか既視感があるじゃないですか。またきた、あれと似てるね、みたいな。そういうのがそもそもないし、何かを持ってきたとしても東京とはまた違う文脈で考える余地がある。そんなふうで考えることがすごく楽しかったです。

参加する前は分からなかった「熊本で働く」というイメージもより鮮明にできるようになりました。

### 自分の職場にいただけでは 出会えなかったメンバーとの出会い

2つ目はやっぱり、ゆかりさん(チームのメンバー)と出会ったことです。今まで、目標にしたい女性がいなかったのですが、ママをしながらこんなにクリエイティブでアクティブに楽しく働く人がいるんだ…!と衝撃を受けました。心から、出会えてよかったと思っています、そんな普段会えないような違う職種の方と出会えるのもこのプロジェクトの魅力だと思います。

また、彼女だけでなく、他のチームのメンバーの方との接点を見つけて、知人を集めて勉強会を開いたりとか、本業でも「一緒に仕事ができればいいね」と話している参加者の方もいて、本当にいろんな意味で広いつながりができました。

Interviews



## ▶ キューネットチーム / Tomoki Hayashi

このプログラムのことを知って、参加しようと思ったきっかけは、「自分のスキルが他者に対してどのくらいの価値を提供できるのか」というところに興味があったからです。また、熊本の企業、豪華なメンター陣、県外からの参加者がいるなど、このプロジェクトを構成するメンバーの多様性にも強く惹かれました。

### ユニークな事業資源の本当の意味

実際に参加してみて思ったのは、今まで自分がしてきた新規事業の作り方と全然違うなということです。新規事業を考える時、マーケットや競合ではなく、一番最後に考えがちな自社の「事業資源」について深く考えたところが軸になっていたと思うのですが、そういった視点から考えることを意外とやっていなかったことに気づきました。「なぜ自分たちがやるのか」ということを突き詰めて考えると、自然と「社会がどうあるべきか」というところにもたどり着くんですね。つまり、新規事業そのものの本質的なことを考えようというところが自分にとってはすごく面白かったです。

### 全員が本業じゃないベストなチーム

そして、チームに恵まれました。全員が40歳以下で歳が近く、話しやすかったです。また、今回「なんで熊本でやるのか」というところがすごく大事だったと思うのですが、地域のことをすごく知っているキューネットさんは、熊本への思いとそのためのアクション、どちらもしっかりあってとても尊敬できる企業の方と一緒することができました。

一方で、東京からの参加メンバーは強みや専門性が異なっていたので、とてもバランスが良かったです。「現実を超えるのはクリエイティブだ」としてメンターの三浦さんがおっしゃっていたんですけど、まさ

にその通りで、本業でPRをされている堀田さんは常に新しい観点を与えてくれました。例えば「防災」について考えた時に彼女が「防災フェス」の案を持ち出して、僕の頭の中に全くなかったのでびっくりしました(笑)。そういう打ち手もあるんだ!って。企業の中のみで検討していてもなかなか出てこない視点でもあったと思いました。

宮岡さんは「顧客としてこのサービスを使うか使わないか」とか、すごく現実味のある視点を提供して下さることが多くて、実現性のあるアイデアに近づけてくれました。

その中で僕は、プロジェクト全体を進めていくために、チームを推進していく役割を担いました。今回全員が本業ではなかったので、タスクを洗い出したり、期限を決めたり、メンバーそれぞれの強みを最大限に引き出すことに注力しました。

### 求める価値も多様化してきたこの時代だからこそ

自分のスキルや時間を投資して得られるものは必ずしもお金じゃない。それは、地域貢献に携われる喜びだったり、手触りのある仕事ができることだったり、物事の価値に改めて気づきかけたりする。副業の話が浸透しつつある時代において、生きがいとか働きがいにかきおく人が増えてきていると思っています、そういった人にこのプロジェクトはすごくフィットしていると思います。



### ▶ Shino Inaba / マスナガチーム

現在はブランディングのお仕事で、企業の採用コンセプトや理念作りのお手伝いをしています。ですが、サービスを一から作るとか、そういうことをやったことがなかったのでこのプロジェクトに挑戦したいと思いました。あとは、お仕事でお会いするような方々とは異なる領域の方との交流が持てたらいいなと。それと本を読むのが好きで、知識オタクなので単純に見識を広げられたらいいなと思い参加を決めました。

#### “主観的な強み”にアプローチする

このプログラムで印象に残っていることは、第1回集合研修の二日目、フィールドワーク後、各社の強みを共有した時です。私のチームの発表は最後だったのですが、私たちより前のチームがメンターの方から次々、厳しいツッコミを受けていて。特に「コンサルしにきてるんじゃないでしょ」という言葉にはハッとしました。自分たちの順番が来るまで、ずっと発表内容をコソコソ直してました(笑)。待っている間は本当にドキドキでした。そこで気づいたのは、「強み」と言われると、客観的にみえてくる“相対的な強み”に目を向けがちですが、経営者の“主観的な強み”も大事だということです。

経営者がなぜその事業をやり続けるのか、そこに寄り添うことにも価値があるんじゃないかなと。現在やっている仕事はそういうことをしているこのプロジェクトにも繋がっているところがあります。強みを考えていく中でコンサル的に、論理的な視点で市場を紐解いていくと、最終的にはどうしても言ってしまう感じになってしまってあまり独自性のないものになってしまうんですね。経営者にとって腑に落ちづらい。そうじゃなくて、経営者の主観的な強みに対してアプローチする余白

を見つけてあげることが大切なんじゃないかな、とぼんやり考えていました。

#### ここからがスタート

3回目の集合研修が終わって、懇親会の後に「このプロジェクトが終わっても月一回くらいで熊本に来てもらえる?」と、早い段階で声をかけていただきました。単純にチームの相性が良かったのと、私も木下さん(もう一人のメンバー)も副業が可能だったため、割とお願いしやすい形だったから決まったのかなと思います。

今後の関わり方としては、実際に契約書を交わして、月一回程度熊本に行くくらいで、まだ具体的には決まってません。全社ミーティングに参加させてもらってから決まっていく予定です。

森さん(マスナガの経営者)が経営者で、すぐに判断できることと、会社も小規模なので好きに動いています。「頑張るから頑張っ!」「やるから信頼して!」みたいなのところがあるので、コミュニケーションなどもスムーズです。でもやっぱり、今から実際にプロジェクトを動かしていくのでここからがスタートだと思っています。



### ▶ Fumiya Matsushita / サンワハイテックチーム

出身はかなり過疎な田舎です。大学から東京に出て、転勤で海外に働いていた数年をはさみ、基本的にはずっと東京です。会社は大手ゼネコンにいて、会社からの派遣で10月から大学院で研究員をしています。このプログラムに参加をしようと思ったのは、同僚に誘われたっていうのが一番のきっかけです。参加した決め手になったのはこのプロジェクトの仕組みで実際に成果を上げられるのかな、という疑問です。僕は東京に住んでいるので距離的な問題もあるし、プログラム期間も長くはない。そんな中で、熊本という現場に月一で来たり、チャットワークみたいなネット上のやり取りだけで本当にものとかサービスが作れるのかなって。

#### 東京と熊本の間にある距離

参加する中でやっぱりオンラインでの難しさは感じました。時間を決めて会って言ったなら、その時間に基本的にいくじゃないですか。オンラインのいつでもできますよっていう環境は自分の時間を作って参加する動機をつくるのが難しい。だから本当に強い意志がないと、置き去りにされていくかなと思います。一方で、今回のプログラムでは、定期的に実際に会うのと、期限が決まった宿題が出されているので、参加者がしっかり動けるようになっていたと思います。

#### メンターが語る「楽観的な本質」

このプロジェクトの中で、メンターの存在は大きかったです。例えば、未来の話がよく出てきたと思いますが、メンター陣が話していることの「先」は、「未来」とはまた違う気がするんです。単純に未来の課題に対する解決策の話をしているだけじゃなくて、「先」について話されている。なんて言ったらいいんだろう。一言で言うとしたら、「楽観的な本質」でしょうか。個人的に、未来っていうのは結果として作られるもの

であって、作るものではないのかなって思うんです。過去の積み重ね、今までの集合体が未来という感覚につながっています。

だから、このプログラムに参加する前から未来を語る言葉にはいつも違和感を覚えていました。でも、メンターのみなさんが語る「未来」は、それとはちょっと違う。そこで出てきたのが「楽観的な本質」という言葉です。「本質」というのは、その人たちが置かれてる立場や文化によって変わっていくものであり、絶対的な本質がそこに存在しているわけではないのかなと。そして、人によって異なってしまう「本質」の中でもメンター陣が話すものには共通して「楽観的」な視点があると感じました。楽観的とは言えども、何も考えていない、心配していない、という意味ではなく、ポジティブな本質を見つめているという意味です。

時代の節目というのはいつも先が見えなくて、その時にどう道に進んでいくかを考えた時に「こっちに行けば明らかに間違い!」ってある種気楽な感じで、「楽観的」じゃないとできないんじゃないかと思うんです。そんな「楽観的な本質」について皆さんと一緒に考えることができたのがこのプログラムだったのかなと思います。



オープンセミナーより

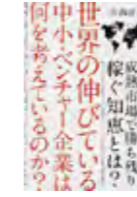
## From Open Seminars

Project 180 の集合研修プログラムが始まる前に、2回のオープンセミナーを行いました。それぞれのセミナーのテーマであった「意味のイノベーション」も「ファミリービジネス」も、どちらも地域に根ざした中小企業の未来を考えるにあたって示唆に富んだ内容でした。ここでは、セミナーの概要とともに、ゲスト講師のお二人からProject 180 参加者に向けていただいたメッセージを紹介します。

### オープンセミナー vol.1

## 「世界の伸びている中小企業から何を学ぶべきか？」

2018年6月26日(火)開催



安西洋之氏

第1回オープンセミナーとして、イタリアミラノに在住し、アジアとヨーロッパの企業をサポートするビジネスプランナーとして仕事をしてきた安西洋之さんに講師としてお越しいただきました。ユニークな強みを持つ中小企業が活躍する背景を知ること、自社や地域の将来に思いを巡らせ、自社のイノベーションを実現するために必要なポイントについて学ぶことができました。

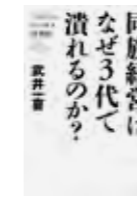
### ～安西さんからのメッセージ～

上から見ると丸にしか見えない。脇から見ると、どうしても四角にしか見えない。しかし、ほんとうのカチは円柱だ。でも、なかなか最初から円柱と1人の目で気がつくのは難しいです。だから円柱に見えなかったと言って、悲観し過ぎることはないです。ただ、一旦、対象が円柱と理解できたなら、これは強いです。いろいろな方向と角度からビジネスのビジョンを考えることができます。ここからはオーナーシップをどれだけ持てるか次第です。さらなる前進を期待しています。

### オープンセミナー vol.2

## 「イノベーション時代のファミリービジネス」

2018年7月30日(月)開催



武井一喜氏

第2回目のゲスト講師は「同族経営からファミリービジネスへ」を合言葉に、事業承継や第二創業の新たな形を研究し、普及推進の旗振り役を担う武井一喜さんでした。武井さんは、ファミリービジネスにおいては、ビジネスという成果や効率を追求する考え方と、家族・親族という関係のなかでうまく愛情や感情の双方に目を配る必要があると説きます。時代や産業がめまぐるしく変化するイノベーション時代に、ファミリービジネスが持つ強みを活かし、弱みを抑え、世代を超えて持続的に成長する企業の秘訣をうかがいました。

### ～武井さんからのメッセージ～

ファミリービジネスは国の経済の基盤となる存在で、高い収益性と永続性を見込める形態です。その強みを発揮するためには、オーナー経営者一族、経営陣がファミリービジネスであることに自信と誇りを持つことが必要です。オーナー家のメンバーがコミュニケーション能力を高め、ビジネスに対する強い決意を持つことが長期にわたる発展の原動力になります。皆様の暖かいハートと豊かなポケットが代々続くことを祈念いたします。

## おわりに

「こんな機会を必要としていた。参加して良かった」

今回参加頂いた経営者から頂いた言葉です。企画運営した側からすると非常に有難い言葉ではありますが、では『熊本イノベーションスクール Project 180』で生まれた「こんな機会」とは何か?あらためて考えてみると、

1、『チームで生み出す』

2、『自社の魅力を再認識し大都市で学ぶから地方が最先端のイノベーションの現場へ』

3、『2:2の関係性が新たな可能性を』

の3つの機会があったのではないのでしょうか。

1、『チームで生み出す』

経営者はよく孤独だと言われます。事業を生み出す場面でも同様の状況が多くみられる中、しがらみのない人々とチームとなり、新規事業を生み出すことが出来る機会はそうないでしょう。

2、『自社の魅力を再認識し大都市で学ぶから地方が最先端のイノベーションの現場へ』

現状熊本の人たちにとって何か最先端のものを学びたいと思った際は、東京に学びに行くが定石。しかし今回、熊本の中小企業の新事業立ち上げを面白いと思った稀代のメンター陣や東京を中心とした域外の企業人が時間やお金をかけてプログラムに参加する。熊本の企業の方にとって、とても新鮮な感覚だったかもしれません。

3、『2:2の関係性が新たな可能性を』

これまで新規事業を立ち上げるプログラムと言えば、①「新たな事業機会を考えたい事業者」×②「プログラム提供者」、もしくは①「新たな事業機会を考えたい事業者」×②-1「プログラム提供者」×②-2「講師・メンター陣」のパターン、つまり「①生み出す側」と「②支える側」が1:1、もしくは1:2の関係性で進められるプログラムがほとんどでした。

しかし、今回は①-1「新たな事業機会を考えたい事業者」×②-1「プログラム提供者」×②-2「講師・メンター陣」×①-2「熊本の事業者と共に新たな事業機会を考えたい域外のしがらみのない企業人」の4者がいて、「①生み出す側」と「②支える側」が2:2の関係性で一つのものを作り上げていくことで、得る情報量や考えの厚みが増し、新しい可能性を生み出していました。

この3つの機会に共通することは、『開いて受け入れる』ということです。熊本の人は中々よそのものを受け入れられない、内向き志向だと言われます。一方で『開いて受け入れる』ことを待っている人もいるし、そこに可能性が広がっていることも強く感じることができました。今回新しく生まれた事業案やつながりが今後の熊本の新しい扉を開くための大きな機会となっていくこと期待しています。

最後に本プロジェクトに参加頂きました企業の皆様、県外から参加頂いたサポーターの皆様、そして高い視座と志で本事業をサポート頂いたメンターの方々に心より感謝致します。

一般社団法人フミダス 代表理事 濱本伸司

## ORGANIZATION



主催 / 熊本県商工観光労働部

当部は、次のような取組みを通じて、商工業者の方々の育成、支援に取り組んでいます。①平成28年熊本地震で被災した企業の施設・設備の復旧の支援等による早期の事業再建。②地域への経済的波及効果の高い事業への集中支援等による県経済を牽引する中小企業の育成。③県南地域やオフィス系企業への重点化による新たな誘致戦略の推進。④働く人がいきいきと輝き、安心して働き続けられる「ブライト企業」の認定等による地域を支え次代を担う人材の確保・育成。⑤クルーズ船の寄港や国際スポーツ大会を契機としたインバウンド促進等による観光産業の革新・成長。  
<http://www.pref.kumamoto.jp/>

## RE:PUBLIC

企画・運営 / 株式会社リ・パブリック

イノベーションは人(イノベーター)なくしては起らない。株式会社リ・パブリックは、未来を見据え、どのような地域や社会環境であってもより豊かで暮らしやすい社会を生み出す人を育む会社です。持続的にイノベーションを生み出す「エコシステム(生態系)の樹立」を目指し、官公庁や地方自治体とのプラットフォームの企画・運営他、グローバルなデザインスクールの実施、企業や科学者とのフューチャーデザインラボなど、パートナーの特性や課題に応じたプログラムを提供しています。  
<http://re-public.jp>



企画・運営 / 一般社団法人フミダス

熊本を担う地域人材が育つ生態系づくりを主眼に、ソーシャルイノベーター育成や大学や高校と連携した社会連携教育の推進に取り組んでいます。  
<http://www.fumidas-project.com/>

## STAFF

### FACILITATORS

田村 大  
HIROSHI TAMURA  
ディレクター

濱本 伸司  
SHINJI HAMAMOTO  
ディレクター

岡橋 毅  
TAKESHI OKAHASHI  
アシスタント・ディレクター

林 麻貴  
MAKI HAYASHI  
アシスタント・ディレクター

### CREATIVE STAFF

中山 慎介  
SHINSUKE NAKAYAMA  
ロゴ・グラフィックデザイン

中村 優花  
YUKA NAKAMURA  
リサーチ・撮影

伴 ちひろ  
CHIHIRO BAN  
リサーチ・執筆