

ページ 2

Basic Information / 基本情報

Duration / 開催期間

説明：～年～月 から ～年～月まで

2013 年 10 月 12 日 (金) ～14 日 (月)

Staff / スタッフ

説明：青年会議所メンバーの参加人数

例：何人 ○○member

64 名

Sponsors / 支援者

説明：青年会議所以外のメンバーがいる場合のみ記載してください

例：○○市ボランティア団体等

大阪市役所、他 29 の団体、企業

Budget 予算

説明：ドルで表示してください。

例：1 万円なら one hundred dollar

\$99621-

Profit / Loss 利益／損失

説明：基金を集めること以外は、0 にしてください

NONE

In Which UN MDG best fit (if Apply)? UN MDGs の該当項目 (もしあれば)

説明：

開発のためのグローバルなパートナーシップの推進

Who is benefited? 誰の為に？

説明：活動エリアに住み暮らす人々 人

大阪のまちに住み・暮らし・働く人びと約350万人

Objective 目的

説明：(例1) 子ども対象の事業をベースにして、参加者とメンバーの意識を変革を促し、前向きな変化を創り出すため

(主目的) 地域社会における経済開発推進

この目標を達成する為に、JCI、MISSION、VISIONにもとずいて地域に住み暮らす市民たちを以下のようにポジティブチェンジさせる。

- ・ビジネスを通じて、社会貢献ができることに気づくこと
- ・以後、自己のビジネスや消費活動を進める中で、地域社会の貢献を目指し行動するように心がける人になる。

つまり、国連MDG'sに掲げられた地域社会における経済開発推進という目標の達成を目指しつつも、個人の開発も併せて行うこと、企業の社会的責任(CSR)の推進をも目的とする。

Overview 概要

説明：必ず結果と合致しているはず

我々は、地域の経済活性化のために、既存の経済よりも拡大させるべく、以下の要素が必要と考えた。

1) マーケティングの集中からの脱却

既存利益の奪いあいだけを指向するビジネスモデルから脱却して、新しいセグメントの発見を意識した経済活動へ転換させる。

2) 消費活動の転換

消費者の視点から、日々避けられない消費活動に「社会貢献」を一つのきっかけにして、これまでの消費活動からの転換を促す。このように消費者の消費行動が変化すれば、新しいセグメントの発見を容易にさせる

以上の二つの要素を改善するため、具体的に次のように実施した。

1) グルメグランプリ

非日常のリスクの少ない場所で新たなセグメント発掘の機会を提供する。具体的には

① 公募に応じた店舗（通常の客単価が 35 ドルの店舗）に対して、「大阪ソウルフード」というテーマに沿って、同一値段（5 ドル）の条件でそれぞれ画期的な料理を提供して貰う。

②この料理は同一場所で提供して貰う。

そのために一般人に開かれたスペース（大阪城の側の広場）に、同一条件で、模擬店を設置する。

③2 日間の売上げ数で競い、上位者を表彰する。

2) 商品購入で社会貢献につながる販促キャンペーン

① 1) の売上げの 5 %を、東日本大震災の寄付金にあてる。

②ペットボトルのキャップを回収し、未開発地域のワクチンに交換できるプログラムを実施する。

Result 結果

説明：複数の短い文章になるように注意してください

目的がどのくらい達成できたか書いてください

上記の結果の想定外の結果を書いてください

上記の結果の確認方法を書いてください

検証結果を簡潔に書いてください

1) グルメグランプリ

合計 12000 食の提供ができた。

出店者は、普段は、35 ドル前後のビジネスを展開している。普段とは異なり、5 ドルという格安の値段設定にすれば、新たな顧客のニーズを発掘できる実体験を積むことができた。彼ら自身が、以後ビジネスを継続、展開していく中で、新たな顧客層の発見へと指向することができる。

2) 商品購入で社会貢献につながる販促キャンペーン

来場者は自身の商品購入で社会貢献に繋がる事が理解でき、通常より多くの消費活動を行う事となった。

これにより、より社会貢献に対する意識が高まったとともに、個人消費が増加し、地域経済の活性化に繋がった。

来場者アンケートでは、
81%の人びとが地域社会問題の解決に取り組みたい、
93%の人びとが自分の地域経済がよくなるよう取り組みたい、
と回答した。

Actions Taken 行動

説明：

3月21日～当日 計10回大阪市役所と打ち合わせ
計7回 現地確認
7月20日～8月11日 参加企業の募集
(各企業へ案内状送付、及び直接訪問での参加依頼)
8月11日～9月12日 参加企業の選定
(参加企業の提示メニュー審査、保健所・警察への届出等)
9月2日 公式ホームページ、フェイスブックページ開設
9月17日～10月6日 地域地元コンビニエンスストア 311店にポスター設置
9月24日 参加企業合同説明会開催
9月30日～当日 計3回参加企業現地調査
10月1日 地域地元ラジオ局にPR放送依頼
10月3日～6日 大阪市営地下鉄(1日乗客数約500万人)車内での告知
10月12日・13日 大阪的グルメグランプリ開催
10月12日・13日 当日チラシ約30,000枚配布
10月12日・13日 参加企業・来場者にアンケート
10月14日 JCI大阪メンバー、大阪市役所職員、参加企業にて清掃活動
10月15日～12月17日 事業検証

Recommendations 考察や推奨

目的のうちどの部分が達成されたのか？

達成できなかった部分は、何か？

それは、なぜか？その改善策は？

本事業は、大阪市役所の方向性と一致し、連携を図ることができた。
大阪市役所特殊の事情に限らず、「地域の活性化」を指向する多くの地方公共団体の協力を得られやすい事業である。
今回は大阪市のほか、29の団体・企業に協力・協賛を得ることができ、地域に大きな影響を与えることができた。
その結果、JCI大阪のプレゼンスを向上させた。
またこのプログラムを実施するときに、行政の理解と協力の下、地元の有名なイベントが実施された至近で、本業を実施することができた。多くの一般市民の誘引と、参加企業のインセンティブを共に高い物にすることができた。

ペットボトルキャップの回収という気軽に市民の意識改造をはかる手法を講じると共に、ワクチン接種の実施や、被災者への援護という具体的な支援策を講じるための資金調達にも役に立つ。一石二鳥である。

ページ 3

部門 Best Local Economic Development Program

What were the objectives of this program

このプログラムの目的は？基本情報に詳述して下さい

(主目的) 地域社会における経済開発推進

この目標を達成する過程で、市民たちが以下のようにポジティブチェンジする副次的効果も期待できる。

- ・ビジネスを通じて、社会貢献ができることに気づくこと
- ・以後、自己のビジネスや消費活動を進める中で、地域社会の貢献を目指し行動するように心がける人になる。

つまり、国連MDG'sに掲げられた地域社会における経済開発推進という目標の達成を目指しつつも、個人の開発も併せて行うこと、企業の社会的責任（CSR）の推進をも目的とする。

How does this program align to the JCI Plan of Action

この事業は、どのようにJCIの活動計画と合っていますか？

活動計画のどの部分に合致しているのか？合致している部分の詳述してください。

*JCI Action planのシートを参照

コミュニティーを改善し、アクティブシチズンが率先して町を作り上げていく基礎づくりを促す点で、JCIの活動計画と合致する。

地域経済の発展には、ビジネスの成功が地域経済の発展につながる好循環を生み出すことが必要である。

その為には、ビジネスが地域に根ざさなければならない。

率先して行動する社会企業家の継続的な育成の循環が重要。

その為、彼らの最初の一步を踏み出すキッカケの提供。

そこで、私たちは既存の地域企業が事業に参加することで、地域に貢献するアクティブシチズンになれる機会を提供した。

Was the budget an effective guide for the financial management of the project?

予算は事業の財務管理のための効果的なガイドになりましたか？

予算上の工夫と、予算の内訳の概算を記述してください

我々は、より多くの企業にポジティブチェンジするための機会を広く提供するために、企業の参加費用をゼロとした。

その為、予算上の多くの工夫をした。

A 行政との長年の信頼関係を構築、維持し、地域の最も有名な観光場所を無料で使用した。

B 一方で、多くの市民の関心を高める為の広報に関して予算を重点的に配分した。

この結果、より多くの市民が、参加企業に対して関心を持ち、38416人の来場者数に達した。

少ない費用で多くの成果を上げることができた。

How does this project advance the JCI Mission and Vision?

どうやってこの事業は、JCIのミッションと、ヴィジョンを推進しましたか？

ビジョンとミッションに分けて明確に詳述してください

J C I M I S S I O N の推進

地域企業が新しいニースの掘り起こしの可能性を再認識することに成功。

参加企業家は成長することの必要性に気づく機会を提供した。

その機会を活用して、若者を中心とするビジネスマンや企業の、成長とポジティブチェンジを促した。

※画像4つ必要

ページ4

Promotion of Free Enterprise 自由企業の普及促進・振興・奨励・助成

How did this program seek to exhibit JCI Values, especially "free enterprise"?

どのように、自由企業の普及促進は事業の間、進められましたか？

企業は、下記の2つの視点で「FREE」ではない状態であった。

参加企業は、自分たちのビジネスは、既存の利権の確保でしか、経済的利益の追求しかない、という誤解であった。

また彼らは、自分たちのビジネスでは社会貢献などできない、という誤解を持っていた。

我々は、そのような誤解を解いて、『FREE MEN』『FREE ENTERPRISE』になる機会の提供を行った。

我々は、企業が既存の利権の確保だけでなく、今までやったことの無いようなことをしたり、個人的富をつくるという夢の実現に貢献した。

How was free enterprise promoted during the project?

どのように、自由企業の普及促進は事業の間、進められましたか？

企業は、このプログラムにより、ビジネスを通じて能動的にまちを変革していく市民にポジティブチェンジした。

①彼らは、この経験を通じて、自分たちの業種や規模のビジネスでも、新たなビジネスチャンスがあることに気付いた。(POSITIVE CHANGE)

②参加企業のうち小さな企業は、知名度及び商品開発ともに、より大きな企業とするための出発点となった。(ECONOMIC DEVELOPMENT)

これらの成功体験が、当該企業のみならず、周囲への影響を及ぼし、新たなことに挑戦しようとする企業の増加を促し、自由経済社会が普及していくことになる。

※画像4つ必要

ページ5

Impact on Local Economy 地域経済への影響

How was the impact on the local economy measured?

どのように、LOM は、このプログラムのために地域経済への影響を測りましたか？

①一般来場者への意識アンケートで影響を計った

地域社会経済問題を解決する取組を行いたい 81%

地域経済に貢献し、地域をより良い未来にしたい 93%

今後は自分から積極的に活動してみたい 94%

②38416名もの地域市民に参加してもらうことができた。

③本プログラムの重要性・地域への影響力を正しく理解してもらうことができ、大阪市はじめ、29の団体・企業に協力・協賛してもらうことができた。

What was the intended impact on the local economy? What goals were originally set?

地域経済への意図された影響は、何でしたか？ どんなゴールが、当初決められましたか？

我々は従来型経済開発プログラムでは、JCI ミッションとビジョンに十分にマッチしていないと考えた。

(1)我々は従来型経済開発プログラムをより感度の高い市民に発信出来る機会の獲得を目指した。

我々が持つプログラムを利用する事で、相手の利益につながり、かつ双方がより優れた運動発信のできる機会の提案を行政にした。そして大阪市経済戦略局の開催するイベントと共催する事となった。

(2)ビジョンとミッションを推進する経済開発を目指した。

インクルーシブビジネスモデルの縮図を疑似体験させる事で、企業としての責任や意識していない層を含めたサービスのあり方を彼らは知った。

計画

大阪のまちで働く人びとを→ビジネスを通じて→能動的にまちを変革していく市民に→ポジティブチェンジさせる。

そして、彼らが能動的に活動するアクティブシチズンとなり、地域経済発展に寄与することを意図した。

ゴール

- ①参加企業のうち地域貢献をしたことのない企業を選んだ。彼らが自分たちの業種・規模でも地域社会に貢献できることに気づくことに焦点。
- ②参加企業のうち小さな企業が、知名度及び商品開発ともに、プログラム参加をきっかけにより大きな企業とするための起点になること。
- ③参加企業が、自分たちの経済的利益の追求と地域社会への貢献を両立する企業を目指して行動すること。
- ④そして、彼ら自身だけでなく、市民及び地域の価値を向上させていくこと。
- ⑤このような参加企業の成功事例が地域社会に連鎖的に広がっていくこと。
- ⑥その結果、地域経済が発展していくこと。

What was the actual economic impact produced by this project?

このプロジェクトによって生み出される実際の経済的影響は、何でしたか？

参加したビジネスの実例。

- ① A社は、プロジェクトへの参加をきっかけに、マーケットリサーチに成功し、メニューを新たに開発して人気商品として販売することが出来た。
- ② B社は、当日の来場者が新たな顧客になった。知名度・認知度向上に成功
- ③ C社は、この事業での売り上げの予想から、仕入れ、流通、販売の手順を見直し、少ない売り上げからでも十分な売り上げが確保できる事に成功した。
- ④ またC社は、他の地域企業とのコネクションを創ることに成功。結果、売上増加につながった。
- ⑤ D社は、新たな店舗を設立し、より大きな企業に向けて従業員の雇用を行った。

※画像4つ必要

ページ6

Impact on Community and Participants 地域社会と参加者への影響

How was community and participant impact measured for this project?

地域社会と参加者への影響の測定方法は？

- ① 一般来場者への意識アンケートで影響を計った
 - 地域社会経済問題を解決する取組を行いたい 81%
 - 地域経済に貢献し、地域をより良い未来にしたい 93%
 - 今後は自分から積極的に活動してみたい 94%
- ② 38416名もの地域市民に参加してもらうことができた。
- ③ 本プログラムの重要性・地域への影響力を正しく理解してもらうことができ、大阪市はじめ、29の団体・企業に協力・協賛してもらうことができた。

Describe the actual impact on the local community and the participants.

地元のコミュニティと参加者への実際の影響を記述してください。

大阪のまちに住み暮らす人びとに、地域経済発展のために貢献する活動的の市民に変わったか？

というアンケートで影響を計った。

①参加者のうち地域貢献をしたことない人びとも、地域貢献の為に活動する機会を無意識のうちにJCI大阪によって経験した。

②参加者は、この経験を通じて、身近な事や簡単な事でも、地域経済発展の為に貢献出来ることに自然と気付くよう促した。

この経験から参加者アンケートの結果、

(1) 81%の人びとが社会経済問題を解決する取組を行いたいと回答。

(2) 93%の人びとが地域経済に貢献し、地域をより良い未来にしたいと回答。

(3) 94%の人びとが今後は積極的に活動してみたいと回答。

※画像4つ必要

ページ7

Partnerships and Public Relations 協力者・協働者と広報活動

What was the promotional strategy for this program?

このプログラムに対するプロモーションの戦略は、何でしたか？

我々は、このプロジェクトの意義と参加企業の存在を知らしめるために、下記の戦略を取った。

(選択と集中)

①我々は、比較的短期間に、より多くの媒体を用いることが効果的だと考えた。

そこで、我々は、開催日 20 日前から様々な媒体によるプロモーションを開始した。

一方で我々は、開催当日には 30,000 枚のチラシを通行する市民に配布した。

②我々は、比較的若い家族がこのプログラムや参加企業に関心を持つ可能性が高いと考えた。

そこで、我々は、若者に人気のある地元ラジオ局（地域聴取率 27.0%）を媒体として選定した。

③協力者である大阪市役所の保有資源も利用し、市営地下鉄乗客数 1 日約 500 万人の市民に対してプロモーションを行った。これにより、ビジネス側、消費者限らず、広

告効果が現れた。そして協力者の信頼を得て長期的な運動展開を見据えて、会場及びその周辺の清掃活動を行い、協力をより強固なものにしようとした。

④大阪市内に数多く存在し、市民利用者もおおい、コンビニエンスストアプロモーション場所として選定した。

How successful was the promotion? Please indicate figures where applicable.

プロモーションは、どれくらい成功しましたか？ 該当する場合、数字を示してください。

①他団体の類似テーマのイベントでは 10~20 社開催が最も多い。

だが、本プログラムでは、プロモーションの結果、30 社の参加企業とビジネスマンが集まった。

②大阪市主催イベントと共催する事で行政の発信に集まる感度の高い市民が対象と出来た。

より多くの市民が本プログラムの存在と意義を認知し、参加企業に対する関心を高めた。

③市営地下鉄乗客数 1 日約 500 万人の市民に対してプロモーションを行った。

より多くの市民が、JCI の存在・目的、そして本プログラムの存在と意義を認知した。

④コンビニエンスストアにも 300 店舗ほどポスター提示に協力して頂いた。

List the partners that participated in this program. (write N/A if none)

このプログラムに参加したパートナーをリストしてください。（何もなければ N/A を書きます）

大阪市役所、他 29 の団体、企業

How did partners participate in the program?

どのように、パートナーはプログラムに参加しましたか？

パートナーは、下記 A・B の形で本プログラムに参加した。

A 会場の提供

パートナーは、今回会場として使用した場所を、無償で使用することを許可しない。
しかし我々は、パートナーに利益を提供し、信頼関係を構築している。
彼らは、我々を信頼し、会場を無償で使用することを許可した。

B 広報への協力

彼らが行った広報への協力は下記の通りである。

- ①市営地下鉄の車内吊り広告
 - ②市ホームページへの掲載
 - ③地域の大手資本によるコンビニエンスストア 300 店舗にポスター掲示
- なお、①については、通常料金の約 27%にて広報ができた。

※画像 4 つ必要

ページ 8

Long-term Impact of the Program プログラムの長期的な影響

What is the expected long-term impact of this project?

このプロジェクトの期待される長期の影響は、何ですか？

地域の全企業が、自らの経済的利益の追求と社会貢献との両立を目指して活動していく。

その為に、我々は、飲食関連企業だけでなく、すべての業種の企業に金銭的利益のみに縛られている企業『利潤の奴隷企業』から、『FREE ENTERPRISE』となる機会を提供する。

我々は、このプロジェクトを継続的に実施していく。

このプロジェクトが継続的に実施されることで、下記のように拡散していくからだ。

- ①地域企業が、新しいニーズの存在に気づき、地域経済活動を積極的に行う、ポジティブチェンジの機会を提供し続ける。
- ②彼らのその成功事例が、時と共に地域社会に連鎖的に拡がっていく。
- ③ポジティブチェンジした企業が中心となって新しい機会をクリエイトし、地域企業

とネットワークを築いていく。

④彼らとそのネットワークを生かして、地域経済への寄与と共に、より大きな社会貢献を行うようになる。

⑤一方で、このプロジェクトが飲食店以外の業種のビジネスマンと企業にも広がっていく。

⑥全業種のビジネスマンがポジティブチェンジを起こし、自らの経済的利益の追求と社会貢献との両立を目指して行動する。

What changes would you make to improve the results of this project?

このプロジェクトの結果を改善するために、どんな改善策がありますか？

このプロジェクトにより、さらにポジティブチェンジしたビジネスマンを増やすために

①今回のプロジェクトでは飲食関連企業が対象であったが、それ以外の他業種を対象として開催する。

②参加企業が自分たちでこのプロジェクトを企画実施しようとする意欲を持たせる。

③事業実施前及び実施後に参加企業が意見交換できる機会を提供する。

④参加企業以外の地域市民が事業運営に参加できるようにするために、ボランティアを多く募集すること。

参加するビジネスマンを増やすために

①今回参加した企業から新しい参加企業を推薦してもらう

②市民より推薦を受けた企業に参加してもらう

③他業種にも参加する機会の提供を行うことで、FREE ENTERPRISEを増やす。

④前年・当年と増え続けてきた関心を持つ人をさらに増やし続ける。

※画像4つ必要