

事業概要

スポーツ興行@徳島／伝統工芸@佐賀を題材にしたチェンジ・メイカー育成プログラム

徳島、佐賀をフィールドに学生とメンターとしての若手社会人を派遣し、そこでの課題発見/設定/解決体験を通じて、社会人のリカレント教育を行い、チェンジ・メイカーを育成するプログラムを開発・実証します。

具体的には、徳島では徳島アイランドリーグの徳島インディゴソックスの公式試合の興行運営を、佐賀では、伝統工芸のリブランディングを題材にし、チェンジ・メーカーに必要なスキルを育ていけるプログラムを設計します。

進捗状況と今後の展望

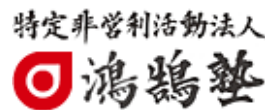
【進捗状況】

1. リカレント研修プログラム
 - キックオフミーティングに加え、社会人向けにリカレント研修を2回実施
 - 主たる研修内容としては、共同で課題解決に取り組む学生のメンターとしての立場を踏まえ、メンターとしての指導に関する考え方、コミュニケーション手法等について、研修を実施いたしました。
 - その他、徳島および佐賀の取組について、学生による発表の場を開催いたしました。
2. 徳島における取組
 - 8月中旬頃、学生と共同で現地での試合運営に向けての現地視察および実際に行う企画内容の検討を実施。
 - 9月初頭に実際に試合運営を実施し、悪天候の中でも通常の平均観客動員数の2倍を超える誘客に成功いたしました。
3. 佐賀における取組
 - 8月上旬および下旬に学生とともに現地訪問を行い、40社を超える有田焼関連産業の事業者とヒアリングを実施し、課題発見を実施。
 - 8月下旬の段階で現地行政に対して中間報告を行うとともに、今後の有田焼産業界における課題整理を実施。

【今後の展望】

- 各県における取組について、現地協力先への報告を行うとともに課題解決に向けた施策を検討・提案する予定です。
- リカレント研修プログラムについては、学生との共同プロジェクトでのフィードバックを踏まえて研修、効果測定等を行う予定です。

参考①) NPO法人鴻鵠塾



類型a
類型b
類型c
2次公募

● 現地活動の様子 (徳島)



参考②) NPO法人鴻鵠塾

●有田焼産業に関するヒアリング結果抜粋（佐賀）

行政	組合	売り手側は有田焼としての企画力・提案力が減っている。現在の市場から目を背けている部分がある。	役場	皆さんが見に行ったらところは明るいとこでしかない。
商社	A社	素材&技術&生産システムが続けば産業成り立つ。発注先にフォーカスした生産体制が重要。	B社	色々な商社や窯元、デザイナーが関わっているとしがらみが大きい。
窯元	C社	多品種・小ロットが求められる厳しい時代。自然淘汰の時代なので、技術力とか強いところ残ればいい。	D社	窯元よりも、型・生地屋さんの後継がより深刻。生産工程の透明化は、信用にもつながる。
	E社	有田焼の生産過程が一般の方々に知られてない。	F社	ネット作るのはコスト面厳しい。透明化は必要で、ネットワーク構造の可視化は商社や問屋がやるべき。
	G社	問屋って市場分析してるとこ少ない。問屋から「何売れてる？」と聞かれることもあった。	H社	利益率を透明化した一体プロジェクトはあるが、結局は人間関係の問題。
	I社	商社の買い付けの考え方はナンセンス。生地屋・型屋をしっかり選び、付き合うべき。	J社	自然淘汰の時代。今は、各工程の横のつながりない。
生地屋	K社	商社や窯元に評価されることがモチベーション。別に市場で評価されることは知らない。受注や単価の話は仲間内でする	L社	生地同士のつながりはないが型、窯元とは親密。今いる半数以上の生地は続けるつもりない。
型屋	M社	難しい仕事は、それ自体が勉強だと思って余計にお金とったりしません。楽しいから仕事してる。	N社	聞かれたら情報として答えるけど、実は取材とか面倒。
土屋	O社	産地内で情報交換が活発な言いやすい関係になってほしい。土屋も減っていて、後継者不足。	P社	職人が下請けとされる風潮が残っている。業者が安く買い付けしようとする。
その他	大学教授	協力する人探しはマンパワー。	公社	内の人は地元のしがらみで動きにくいから外の人重要。
	大学教授	生産者の関係は意外とみんな知ってる、当事者が明らかにしたいかは重要な部分。	ショップ	窯元が生き残るために一番重要なのが原価計算。