
大牟田リビングラボ 「認知症ケア施設（リビングラボ）を 学びの場とした人材育成プログラム」

背景と事業の狙い

背景

VUCAの時代のイノベーションにおけるリビングラボの価値

昨今、経済、企業組織、個人のキャリアにいたるまで、ありとあらゆるものを取り巻く環境が複雑さを増し、将来の予測が困難な状況にあります。

VUCA (Volatility (変動性)、Uncertainty (不確実性)、Complexity (複雑性)、Ambiguity (曖昧性)) の高まるビジネス環境において、イノベーションインパクトの見極めは非常に難しく、単視眼的見方は、それらの可能性を見逃す場合があり、複眼的・多面的検証が不可欠である。そのような状況の中、生活者とともに課題の発見からプロトタイプの開発を行うリビングラボの手法に注目が集まっている。

サービス開発における大牟田市の価値

住民・民間事業者・自治体が15年間フラットに学び合うパートナー関係を築いて認知症ケアに取り組んでいる。また、全国平均より10年進んでいる高齢都市で、厚労省が目指す地域共生社会のモデル事例を創出しており、日本の10年先の未来の生活者が存在している。さらに、高齢者などを含めた生活者に対する深いパーソンセンタード（当事者視点）のマインドでケアに取り組む人材を育成し実践している

これらの特徴から、Well-being視点での考え方が学べ、福祉の視点も取り入れたサービス開発ができる都市としての大牟田の優位性があると言える。

事業の狙い

事業の対象・対象の変化

VUCAの高まるビジネス環境において、チェンジメイクを業務目的とする「新規事業開発・サービス開発とそれに関連するリサーチ等の担当社員」に対し、大牟田リビングラボを舞台にサービス開発の実践を通じ、① Marketing4.0を超える人間観（パーソンセンタード）、②コミュニケーション（NVC※エッセンス）、③アプローチ（リフレーミングアプローチ）を学ぶプログラムを開発し、効果を検証する。

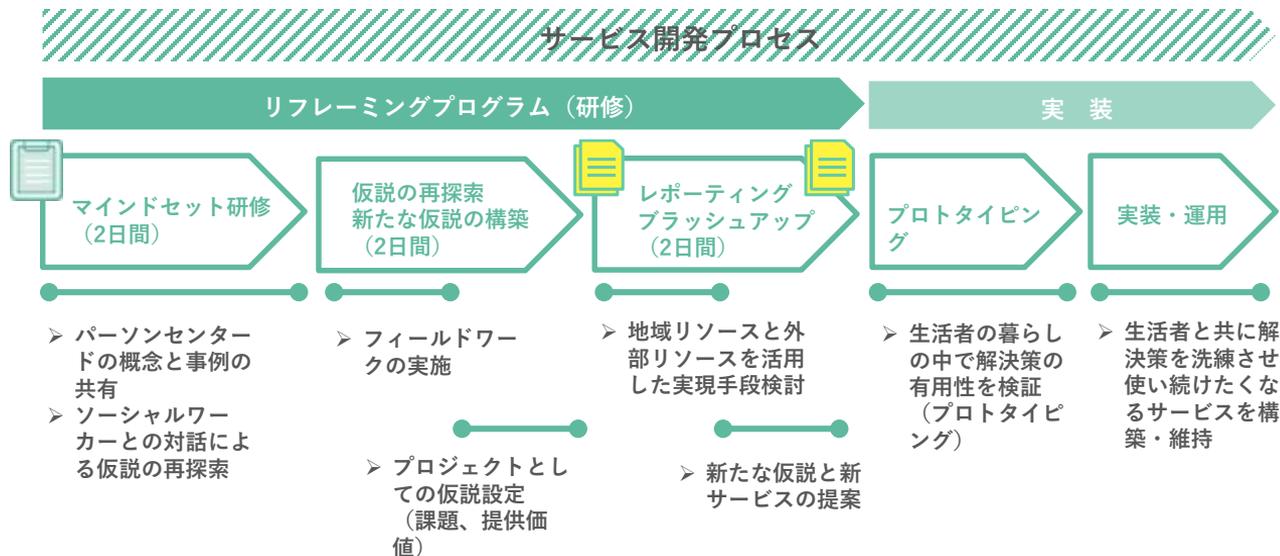
事業に期待される効果

①～③の効果として、下記のような能力を伸ばすことを狙っている。

- ①人間観：生活者（パーソン）の暮らしを、独立した個人の暮らしとして捉えるのではなく、周りの家族や地域の人との繋がりと、その繋がりの中で捉え直される潜在能力（ケイパビリティ）に基づき、豊かで継続性を持った人生（ナラティブ）によって成り立っていると捉えることができる
- ②コミュニケーション：当事者（サービスの受益者）とのフラットで共感的な関係を通じ、奥行きある情報をやり取りすることができる
- ③アプローチ：人間一人ひとりが、生まれてから死ぬまで人生の主人公として、つながりの中で持てる力を生かし、その人らしく生きること貢献するサービス・製品をデザインすることができる

実施内容（リビングラボを舞台にした学びのプログラム）

プログラムの位置づけ



参加企業による初期仮説



自分もしくは〇〇さんへのプロダクト提案
【PCDワークシート】

- ① 設計思想
- ② 製品・サービス概要
- ③ 広報・営業導入プロセス
- ④ 体験

実施内容（リビングラボを舞台にした学びのプログラム）

実施メンバーおよび実施体制図



ドットファイブ
ブトーキョー
原口悠



ドットファイブ
ブトーキョー
上石晶子



ドネルモ
山内泰



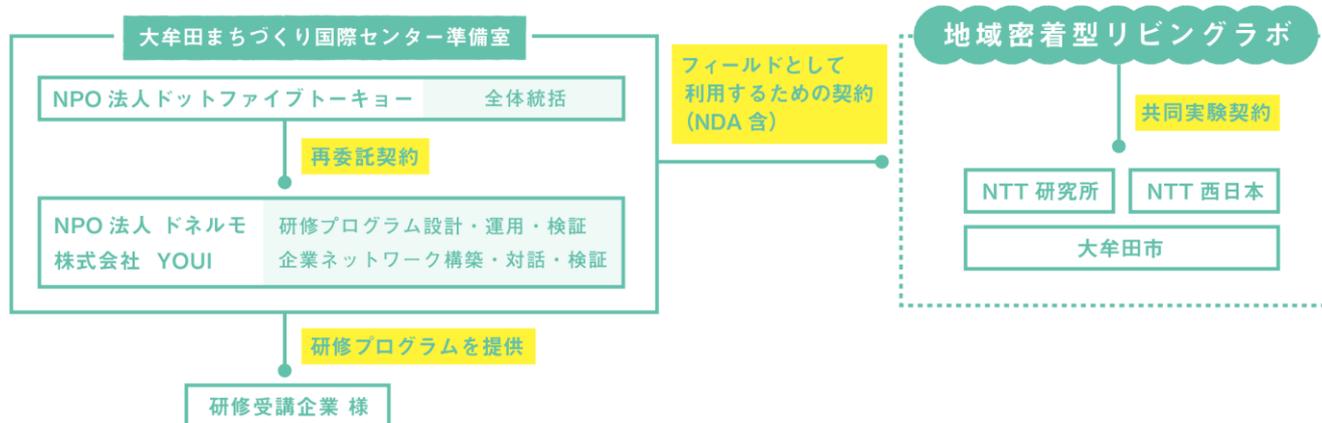
YOUI
原口唯



大牟田市相談支援包括化
推進員
猿渡進平

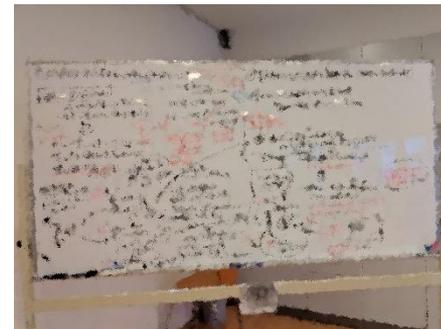


竹下一樹



実施内容（リビングラボを舞台にした学びのプログラム）

プログラム実施の様子



マインドセット研修の様子 (1・2日目)

パーソンセンタードの概念と、事例の共有を行うほか、企業が開発テーマとして
いる内容に即したケースワークを実施し、
生活者の視点でのパーソンセンタード
なサービスの在り方について検討する。

フィールドワークの様子 (3日 目)

企業が開発テーマとしている内容に即
したフィールドワークを実施し、生活者
の視点でのパーソンセンタードなサービ
スの在り方について検討する。

仮説の再探索新たな仮説の構築 (4日目)

ケースワークやフィールドワーク、インタ
ビューなどを通して検討した内容を振り
返り、企業が開発テーマとしている内
容における仮説を再探索し、新たな
仮説の構築を行う。

レポート・ブラッシュアップ (5・ 6日目)

新たな仮説に基づくサービスについて、
行政やサービス現場関係者らとともに、
そのサービスの価値や展開可能性につ
いて再検討を行う。

実施内容（リビングラボを舞台にした学びのプログラム）

学びの場の設計・コーディネーターのあり方

皆さんへのリクエスト

正しい／正しくないから離れる

- 正しい／正しくないという「既存の枠組み」「思い込み」で価値判断しない。判断留保する。

自分と他者の感情と、その奥にあるニーズを大切にす。

- 自分と他者の感情と、その奥にあるニーズを大切にす。
- 人々の暮らし・ありようから学ぶ。

事務局は、一緒に考えるチームメンバー

- 事務局は「先生」ではなく、一緒に考えるチームメンバー。
- そこに一つの「正解」があると考えない。

12

大牟田まちづくり国際センター準備室

コーディネーターを講師ではなくチームメンバーとして位置づけ

研修全体が共創的な場として機能するようなコミュニケーション設計を行った。

一緒に過ごす時間の過ごし方

あるがままの相手を感じる



相手を知りたいという無条件で肯定的な関心

それぞれに豊かな個性があることへの理解

自分と相手のあるがままの姿を受け止める

30

「一緒に過ごす時間」

研修初日のマインドセット変化のために、高齢者福祉施設等で、目的的なコミュニケーションを放棄し、自分と他者と向き合う時間を設けた。

実施内容

パーソンセンタードサービス開発／人材育成プログラムの受注状況

◎：参加 ○：参加意向（キャパシティ・タイミング等により未参加） △：検討

全5社、計9名（一部参加を含めると計13名）の社員に参加いただいた。

また、社員2名を配置する大牟田市での6日間の研修について、右表企業が参加意向を示した。

これらの反応から、プログラムに対する需要が大きく、今後サービス提供体制を拡充する必要があると評価した。

確度	企業名	部署	所在地	業界	協働テーマ（想定キーワード）
◎	西日本電信電話株式会社 （NTT西日本）	R&Dセンター	大阪府大阪市	インフラ	通信
◎	NECソリューションイノベータ株式会社	イノベーションラボラトリ	東京都江東区	ICT	社会ソリューション、ICT、VR、AR、ワークスタイル
◎	西部ガス株式会社		福岡県福岡市	インフラ	ガス、新規事業
◎	オムロン株式会社	イノベーション推進本部 ビジネスクリエーション室	東京都港区	メーカー	ヘルスケア、新規事業
◎	セイコーメディカルブレイン株式会社		福岡県福岡市	薬局	新しい薬局のあり方
○	a社	支店	大阪府	インフラ	通信
○	b社		東京都	ICT	IoT、予防、位置情報
○	c社		福岡県	インフラ	地域、協働
△	d社		東京都	VC	高齢社会
△	e社		福岡県	ジム運営	健康寿命延伸
△	f社		大阪府	不動産	不動産管理、コミュニティ構築
△	g社		東京都	ICT	ヘルスケア、地域での新規事業
△	h社	人事部	東京都	不動産	地域での新規事業

成果：概要

達成したい状態

- ・ ①パーソンセンタード、②コミュニケーション、③アプローチを育む研修プログラムの開発・効果の検証
- ・ ①パーソンセンタード、②コミュニケーション、③アプローチを育む研修プログラムに対する企業ニーズの把握

実際の達成度

- ・ リビングラボ（地域）を舞台とした「サービス開発を兼ねた研修」として、企業ニーズが非常に高いことが分かった
- ・ 企業が関心を寄せる最大の理由は「パーソンセンタード」という考え方（チェンジメイクに強く繋がる）と、地域での仮説探索・検証だということがわかった。
- ・ 持参いただいたビジネスプランが全く新しいものになり、参加いただいた社員の方々が新しいモチベーションを得たことがわかった。
- ・ 一方で、それを研修として体現するには【事業所・専門職との協働】【地域との協働】について仕組み化を進める必要がある。地域への還元についても仕組みに組み込むことが重要。

理由・改善/発展の方向性

- ・ 今後の展開として、地域密着型LL+人間観の深化を行い、パーソンセンタード・リビングラボとしての価値を高めていく。
- ・ 福祉領域との協働の仕組み化・高度化もさることながら、運営スタッフにおける領域を横断する人材の育成と人間観の哲学的な思索を深める。
- ・ 研修後のサービス開発への展開として、研修を入口として、具体的なサービス開発へと展開するプロセスの設計を行う。
- ・ 企業ネットワーク構築と展開として、参加企業間協働による新規事業開発（大手・ベンチャー協働、人材の流動化）を支援する。
- ・ 大牟田未来共創センター（官民協働プラットフォーム）による「地域経営」の推進を行う。

成果：詳細

初年度の振り返りレポート

- **プログラム構成**
 - 期間については、冒頭2日間のマインドセット研修がうまく理解されないとその後の研修実施が難しくなることが分かった。そのつまづきを挽回する意味でも、6日間という日数が必要である。
- **実施内容**
 - 新規事業の立案（チェンジメーカーとしてのあり様）においては、スキルよりもマインドセットが重要であるという仮説に基づき設計を行ったが、研修受講生らの声などから、その仮説が妥当であることが分かった。
- **学びの場のあり方・ナビゲーター（コーディネーター）のあり方**
 - 運営と参加者がともに共創的な場をつくることが重要であり、その後の事業アイデアのブラッシュアップに影響することがわかった。
 - また、ケースワーク、フィールドワーク、レビューなど、様々な機会に、パーソンセンタードな思想を持つ地域の人たちに関わっていただくことが効果的であることがわかった。翌年度以降の実施にあたっては、地域関係者とより円滑な講座運営ができる体制づくりが必要である。
- **プログラムの実施プロセス**
 - 研修としてプログラムを体現するには【事業所・専門職との協働】【地域との協働】について仕組み化を進める必要がある。地域への還元についても仕組みに組み込むことが重要。
- **サービス開発の成果**
 - 全5社のうち2社が継続して大牟田にて事業検討を行いたいとの意向を示した。また、研修後も事業可能性検討を引き続き行っているチームが2社と、高い事業化可能性を示した。

成果：詳細

成果測定方法

サービスアイデアシート	
 1 サービスの対象者はどのような人か このサービスの対象者として、ターゲットに属する対象者を考える人は、どのような人々を想定していますか。（性別、年齢、職業など）	2 その人が、どんな状態になることが理想か 対象者にとって、どのような暮らしができることが理想の状態か説明してください。（健康状態、ライフスタイル）
	3 その理想に向けて、解決すべき課題はなんですか。 対象者にとって、理想の暮らしを阻害する、解決すべき課題について説明してください。

サービスアイデアシート	
4 課題を解決するサービスの概要 サービス名、サービスの概要を記載してください。 なお、使用するテクノロジーもあれば合わせて記載ください。	5 ビジネスモデル ビジネスモデルを記載してください。 CVCA、ピクト図解等での記載を推奨します。

サービス体験 ストーリーボード			
1 対象者はどのような状況や環境にいるのか XXXXXXXXXXXX	2 対象者は何に困っているのか XXXXXXXXXXXX		
3 対象者はその製品・サービスを使って何をするのか XXXXXXXXXXXX	4 対象者は結果的に何を感じるのか XXXXXXXXXXXX		

- 研修のアウトプットシートにもとづく評価（パーソンセンタード指標による評価）
 - 6日間で作成を行う、サービスアイデアシートとサービス体験ストーリーボードの内容が、パーソンセンタードな視点から作成されているかどうかを測定する。
 - パーソンセンタード指標を検討し、研修中・研修後の変化を測定する。
- 前後アンケート
 - 経済産業省によるアンケートの前後比較によって、マインドセットの変化が生まれたかどうかを測定する。

成果：詳細

前後アンケート

参加者は、一連の研修を受講する前と受講した後に、自己受容尺度、他者受容尺度、情動知能尺度と、レジリエンス尺度を一部改訂したものに回答した。

(1) 自己受容

- 自己受容とは、自分を歪めることなく認知したうえで、その事柄が望ましいものでも、望ましくないものでも自分自身のこととしてありのままに受け入れることができるということ（櫻井, 2013）と定義される。この尺度は、自分自身を全体として捉えたときに受容できるかどうかを問う「全体としての自己受容」、自分自身の望ましい事柄を受容しているかを問う「望ましい自己の受容」、自分自身を変えたいという変化希望を問うことで、必ずしも望ましくはない現状に対して受容しているかを問う「現状満足」の3つのカテゴリ（因子）から成る。

(2) 他者受容

- 他者受容とは、他者が自分にとって好ましい側面を持っている場合も、好ましくない側面を持っている場合も、否定や拒否をするのではなく、その人の特性としてありのままに受け入れることができるということ（櫻井, 2013）と定義される。この尺度は、櫻井の分析によると1次元構造とのことだが、上述の自己受容尺度同様、他者を全体として受け入れているかどうかを問う項目、他者の長所や喜びなどを受け入れられるかを問う項目、他者の短所や自分との不一致を受け入れられるかを問う項目から構成されていることが読み取れる。

(3) 情動知能

- 情動知能（emotional intelligence）とは、自分自身や他人の感情、欲求を正確に理解し、適切に対応する能力（Salovey & Mayer, 1990）と定義される。この尺度は、「自己領域／他者領域」×「情動の理解／情動への対応」の組み合わせにより「自己の情動の評価と認知」「自己の情動の調整」「他者の情動の評価と認知」「他者の情動の調整」の4つのカテゴリ（因子）から成る。

(4) レジリエンス

- レジリエンスとは、ストレスフルな状況でも精神的健康を維持する、あるいは回復へと導く心理的特性（石毛・無藤, 2006）と定義される。野崎（2012）のレジリエンス尺度は、ストレスが最も大きかった出来事を想起させ、そのときどのような気持ちでいたりどのような行動をとったかを回答させるものだったが、本調査では、ストレスフルな状況におけるその人の一般的な行動傾向を問うため、「あなたが困難な場面やチャレンジングで不慣れな場に直面した時の行動として、以下のことは、それぞれどのくらいあてはまりますか」というリード文とした。この尺度は、ストレスフルな状況を他者と共有する「他者との共有」、前向きな考えを持つ「楽観的思考」、ストレスフルな状況を解決すべく対応する「問題対処」、ストレスフルな状況を避けてよりストレスの少ない活動に従事する「気晴らし行動」の4つのカテゴリ（因子）から成るが、このうち「気晴らし行動」に該当する項目は、ストレスからの逃避とも解釈でき、ここで想定するレジリエンスとはそぐわないことから、本調査では用いなかった。

成果：詳細

前後アンケート結果

- 本調査では、いずれの尺度も「とてもあてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらぬ」「まったくあてはまらない」の5段階で回答してもらった。そして、「とてもあてはまる」を5点～「まったくあてはまらない」を1点として、各尺度の平均点を算出した。なお、逆転項目については逆転処理（「とてもあてはまる」を1点～「まったくあてはまらない」を5点とする処理）を行なったうえで合算した。

	自己受容	他者受容	情動知能	レジリエンス
事前	4.03 (0.07)	4.01 (0.08)	3.66 (0.08)	3.81 (0.08)
事後	4.13 (0.07)	4.06 (0.08)	3.82 (0.07)	3.98 (0.07)

いずれの尺度も若干の上昇が見られるものの、自己受容と他者受容に関しては、標準誤差に対して事前事後の得点差が大きくないことや、サンプルサイズが非常に小さいことから、この得点の上昇が研修の効果によるものとは言いがたい。

情動知能やレジリエンスは標準偏差に対して大きな事前事後の差が見られた。情報知能については「他者の情動の評価と認知」の上昇が見られ、レジリエンスについては「問題対処」の上昇が見られた。**つまり、この研修は、他者の感情や欲求を正確に理解する力と、ストレスフルな状況を解決すべく対応する力に影響したといえるだろう。**しかし、サンプルサイズが非常に小さいことを踏まえると、この得点差については慎重な解釈が必要である。

成果：詳細

成果測定方法(パーソンセンタード指標による評価)

事業案がパーソンセンタードであるかどうかを判断するために、何をどのような観点で見ればよいかについて検討した結果を、ルーブリックとして整理を行った。

これらの観点を整理すると、その観点が何を評価対象としているのかによって、①「サービスの内容」、②「参加者とサービスのつながり」、③「参加者と研修の場のつながり」の3つのカテゴリに分けることができそうである。

- 「サービスの内容」は、企画書に書かれたサービスの機能とそのサービスが提供される状況を評価対象としている。
- 「参加者とサービスのつながり」は、そのサービスに対する参加者の解釈や態度を評価対象としている。
- 「参加者と研修の場のつながり」は、参加者と研修で関わる他者（他の参加者、講師、ゲスト、フィールドワーク先で出会う人など）との関係性や交流のあり方を評価対象としている。

次に、それぞれの観点について1点～4点の4段階の尺度を作成した。

1～2点はパーソンセンタードであるとはいえない状態、3～4点はパーソンセンタードであるといえる状態に相当するものとした。

そして、各観点の最も理想的な状態から逆算するかたちで、基準を作成した。

実際に、このルーブリックにもとづく研修内容評価を行ったところ、アイデアシートの内容の出来と点数の相関性について確認ができた。

成果：詳細

研修評価ルーブリック

評価の対象	指標	レベル=点数			
		1	2	3	4
サービスの内容 ・企画書×事前・事後で評価 ・企画書に書かれている内容を見る	サービスがユーザーに対する使役になっていないか	サービス提供側がユーザーをコントロールするサービスである。そのことに無自覚である。	サービス提供側がユーザーをコントロールするサービスであることに気づき、疑問視するが、適切な代替案を示せていない。	ユーザーのポジティブな内発性を適切に捉えている。	ユーザーのポジティブな内発性を捉え、それをサービスに反映できている。
	サービスのプレゼンテーションの仕方 感情にアプローチするマーケティングの仕方	危機感や恐怖でユーザーを駆動するサービスである。そのことに無自覚である。	危機感や恐怖でユーザーを駆動するサービスであることに気づき、疑問視するが、適切な代替案を示せていない。	ユーザーの感情に負荷をかけず、ユーザーの内発性に寄りそう形でサービスが提供されているか	ユーザーの内発性を刺激する理想的な暮らしを描き、それに向かって駆動するサービスとして設計されている
	固定観念にとらわれずユーザー本人の理想的な状態を実現するサービスか	ユーザー本人にとっての理想的な状態を固定観念で捉えている。そのことに無自覚である。	ユーザーにとっての理想的な状態を固定観念で捉えていることに気づき、疑問視するが、適切に捉えられてない。	あるがままのユーザー本人の理想の状態を捉えている。	あるがままのユーザー本人の理想の状態をとらえ、それをサービスに反映することができている。
	ユーザー本人を最優先に利益を考えたサービスか	ユーザー以外の誰かの利益にすり替わっている。そのことに無自覚である。	ユーザー以外の誰かの利益にすり替わっていることに気づき、疑問視するが、適切に捉えられていない。	ユーザー本人が得られる利益を適切に捉えている。	ユーザー本人の得られる利益を最優先に考え、それをサービスに反映することができている。
	ユーザー本人のケーパビリティをかたちにするサービスか	ユーザーのケーパビリティに気づいていない。記述されていない。	ユーザーのケーパビリティを探ろうとしているが、適切に捉えられていない。	ユーザーのケーパビリティを適切に捉え、そこに信頼を置いている。	本人のケーパビリティがゆたかに発揮されうるサービスになっている。
	サービスが使われる状況に余白がデザインされているか	サービス提供側が想定する使い方しかしないような状況においてサービスが提供されている。そのことに無自覚である。	サービス提供側が想定する使い方しかしないようなサービス提供環境であることに気づき、疑問視するが、余白を考えるまでには至っていない。	ユーザーが多様な使い方・解釈をしようように、サービス自体だけでなく、その提供環境の余白を考えようとしている。	サービスが提供される環境や状況のなかに、ユーザーが多様な使い方・解釈をしようような余白を設計できている。

成果：詳細

研修評価ルーブリック

評価の対象	指標	レベル=点数			
		1	2	3	4
受講者とサービスのつながり ・個人×セッション単位で評価 ・ふりかえりシート、講座中やプレゼンでの発言などを見る	受講者が、ユーザーとして想定される個人を思い浮かべられているか	抽象的な属性でユーザーを捉えている。そのことに無自覚である。	ペルソナを想定。抽象的な属性の組み合わせでユーザーを捉えている。自分に都合のよいペルソナを想定してしまっている。	具体的な個人を想定している。	具体的な個人の複雑なありようを想定し、ありありとした個人像が思い浮かんでいる。
	受講者が、サービスのメインコンセプトをパーソセンタードに語るができるか	サービスのメインコンセプトを表現する言葉や枠組みが、固定観念に縛られている。そのことに無自覚である。	固定観念で捉えていることに気づき、疑問視する。	固定観念によらない言葉や枠組みでメインコンセプトを語るができる。	メインコンセプトを表現する新たな言葉や枠組みが豊かである。
	受講者が、そのサービスを自分の言葉で語れるか	企画書のフォーマットを定型的な言葉で埋めており、そこに葛藤はない。	企画書のフォーマットを定型的な言葉で埋めているが、そのことに葛藤を感じている。	自分なりの興味関心をもって、自分の言葉で企画書を書いている、話している。	自分がそのサービス開発に関わるモチベーションと連動したかたちで、企画書を語り直すことができる。
	受講者にとって、そのサービスを開発することがライフワーク化しているか	仕事として取り組んでいる。興味がなく、仕方なく取り組んでいる。	仕事としてのやりがいを感じているが、個人的な興味はない。	私生活と仕事の境界が溶け込んでいる。仕事以外でもそのサービスについて考えたり、話したりする。	日常生活で出会うさまざまな物事を、そのサービスと関連づけて考えたり、そのような視点で情報収集しようとする。ライフワーク化している。
受講者と講座の場のつながり ・企業×セッション単位で評価 ・講座中の対話、講師のふりかえりシートなどを見る	講座が共感的な場になっているか	場が硬直している。圧迫感があり、ビジネスライクなコミュニケーションが行われている。	言語的に理解し、議論できるが共感的ではない。自分ごととして考えようという意識を共有できていない。	それぞれが自分の美意識や価値観に根ざした考えを開示し、パートナーシップを築けている。	共感的なパートナーシップがあることで、常に（講座の時間を超えて？）考え続けることができる状態になっている。
	講座において思考と感情が連動するコミュニケーションが行われているか	知識や一般常識に基づいて思考している。感情に関する気づきや言及はない。	「これは楽しい」「これは嫌だ」などの感情が表明されるが感情を思考と連動させようとしめない。連動させることに抵抗する。	感情を思考と連動させることに抵抗がなく、感情から思考を立ち上げる場になっている。	感情と思考が連動することで、発想が豊かになり、多様なアイデアが生まれる場になっている。

成果：詳細

受講者からの声

旧パラダイムから新パラダイムへの転換

- 「自分たちだけでは、ここ（ブラッシュアップされた企画）まで絶対に行きつけなかった。」
- 「自分たちの当初企画では、《～させる》《～してあげる》という考え方になっていたことが、今から振り返るとよくわかる…。」

自分たちの企画・思考を批判的に捉え直す力

- 「本人にとって本当に必要なサービスを目指しながらも、簡単にサービス提供者側の都合が入り込んでしまうことに、気づかされた。」
- 「自分が捉えている課題が浅い表層課題だと気づいた。それは的外れで、誰かを不幸にしかねない。」

共感が生み出す「考え続ける」モチベーション

- 「考えることを休んでいた自分に気づいた。一緒に考えてくれる大牟田のスタッフからの共感のよこごびがドライビングフォース。まだ自分には考え続けるエンジンが備わっていると思えるようになった。」

事業企画の再検討・ブラッシュアップ

- 「この2時間（ケース検討）でさえ、自分たちの初期仮説のどこに問題があるかクリアになった。通常のやり方だと、仮説の問題点に気づくまで、もっとコストをかけることになっただろう。」

成果：詳細

次年度以降の展望

■ 地域密着型LL+研修のブラッシュアップ（世界へ展開可能なモデルへ ※差別化も重要）

- ・福祉領域との協働の仕組み化・高度化
- ・福祉専門職との協働の強化と領域を横断する人材の育成（産業サイドから福祉へと横断する人材像も模索）

■ 研修後のサービス開発への展開

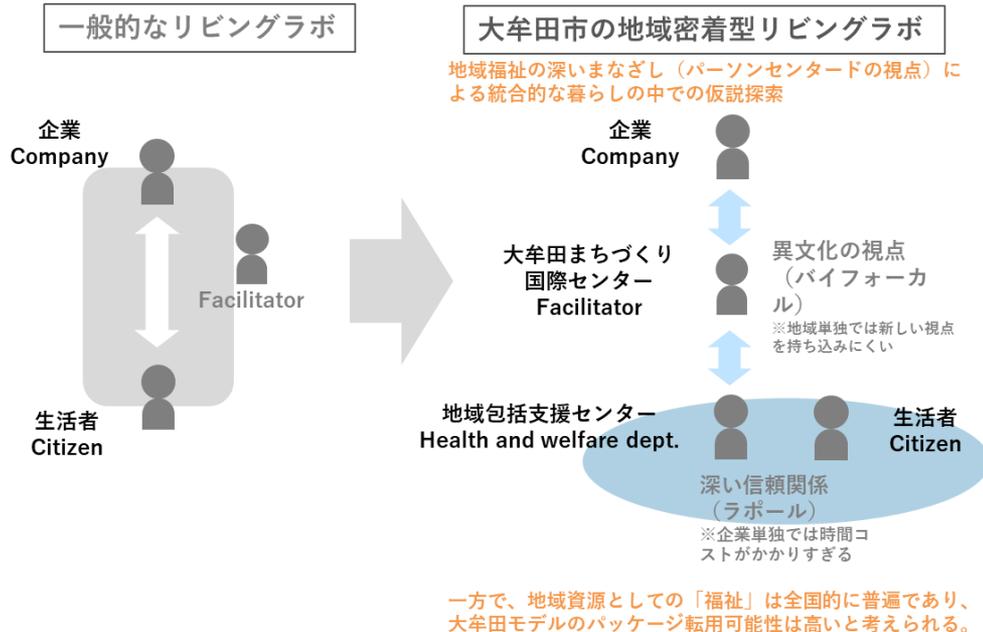
- ・研修を入り口として、具体的なサービス開発へと展開するプロセスの設計

■ 企業ネットワーク構築と展開

- ・企業ネットワークの構築による人材育成の展開
- ・参加企業間協働による新規事業開発（大手・ベンチャー協働、人材の流動化、新しい働き方を含む）

■ 研修のマネタイズ

- ・2020年以降、1社200万円程度の企業向け研修プログラムとしての販売を検討



一方で、地域資源としての「福祉」は全国的に普遍であり、大牟田モデルのパッケージ転用可能性は高いと考えられる。

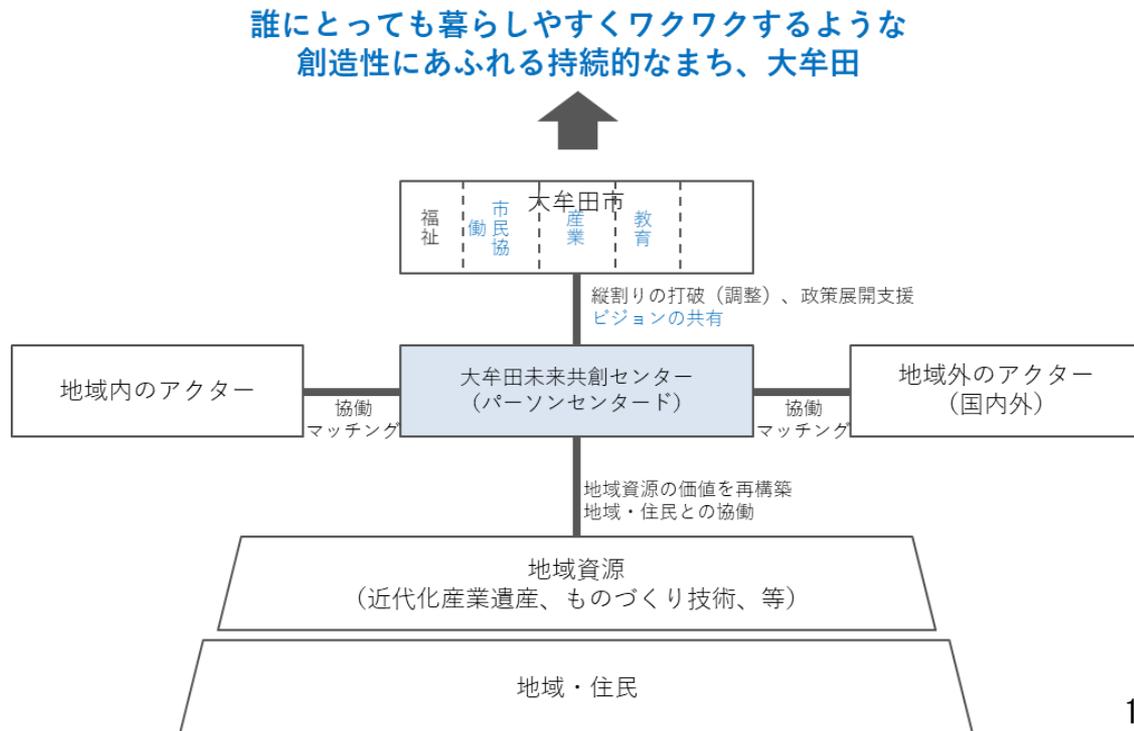
成果：詳細

次年度以降の展望

大牟田未来共創センター（官民協働プラットフォーム）による「地域経営」の推進を行う。

【事業理念】

- 大牟田に暮らす一人ひとりが、生まれてから死ぬまで人生の主人公として、つながりの中で持てる力を生かし、その人らしく生きること
- 大牟田が持つ歴史や文化、様々な地域資源を捉え直し、可能性や魅力を最大限引き出すことで、大牟田で暮らすことへの誇りや愛着を育むことに貢献する
- 大牟田が創造性にあふれる持続的なまちとして、世界のハブとなり、未来を提案し続けることに貢献する



成果：詳細

次年度以降の展望

本研修は、大牟田未来共創センター（官民協働プラットフォーム）による事業のうち、【(2)教育・人材育成】として位置づけられ、来年度以降取り組みを推進していく。

【大牟田未来共創センターの目指す社会モデル】

大牟田が、誰にとっても暮らしやすくワクワクするような、創造性にあふれる持続的なまちとして、世界のハブとなり未来を提案し続ける
【超高齢化社会「以後」の社会モデルの提示】

