

(Ver.1.4)

「平成22年度 持続可能な社会づくりを担う
事業型環境NPO・社会的企業中間支援ス
キーム事業のモデル実証事業」 事業計画書

コンポストでつながる
小さな循環いらいらしネットワーク

2011年02月14日

請負契約の受託 団体の法人名	特定非営利活動法人循環生活研究所
受託団体の代 表者氏名	理事長 波多野信子

目 次

はじめに

- 1 組織概要
- 2 協力者リスト
- 3 ミッションステートメント
- 4 市場環境分析
- 5 ビジョンと新規事業
- 6 SWOTクロス分析
- 7 ビジネスモデル
- 8 セグメンテーションとターゲティング
- 9 ペルソナ設定
- 10 ポジショニングマップ
- 11 需要予測
- 12 商品計画－商品・サービスの構造
- 13 価格計画
- 14 流通計画
- 15 広告・宣伝計画(AISAS)
- 16 実行体制
- 17 スケジュール
- 18 リスク対応策
- 19 収支計画
- 20 資金計画

おわりに

資料編①

資料編②

はじめに

本事業の概要

本事業では、「生ごみの減量」を目的とするコンポストのノウハウの提供および実践するための資材の販売および困難に直面した際の適正なアドバイスを通じて「地域での継続をささえるアドバイザーの養成・支援」の仕組みの強化を実施。また、できた堆肥の出口対策として「半農都会人講座」を新設し、その先にある環境負荷の低い適正な資源循環の範囲を実証するために「小さな循環ファーム事業」をモデル事業として行いました。

テーマは「小さな循環」 各家庭とその周辺の小さな地域で取り組む3Rを中心とした資源循環を「小さな循環」と位置づけています。この小さな循環を実現するための仕組みづくりを、コンポストを中心に食にまでつなげる一連のサービスとして各分野を受持つ専門NPOと大学や行政・企業と連携し実施します。

本事業提案の社会的背景

近年、市民の環境に対する意識は徐々に向上しリサイクルへの関心の深まりとともに少しずつ一般にも認識されている生ごみからのコンポストづくり。家庭単位で取り組める身近なごみ減量活動です。しかしながら、適正な知識や情報、身近で相談できる人材がないと継続率が低くなることも課題のひとつです。

水分約90%由来である生ごみの減量対策としての堆肥化は各自治体でも多く取り組まれ、試行錯誤なされているが、費用対効果の面や継続を支える仕組みやマンパワーの確保が最大の課題で、現在もなお抜本的な課題解決につながっていないのが現状である。10年前から団体で取り組んでいるダンボールコンポストは、ベランダででき、臭いも少ないことから都市部を中心に急速な普及拡大をしている。環境負荷低減にも具体的に大きく貢献できることから直接普及から全国へ移転するための人材養成のスタイルに切り替えました。

地域で地域の人が適正な指導をしながら、生ごみや有機性廃棄物を循環させる堆肥化と普及技術を移植する事業に平成17年度から着手してきた。このアドバイザー養成・支援システムにおける最大の課題は、事業の採算性と継続性である。NPO単独でダンボールコンポストやそのほかの家庭向けコンポストの事業を展開することは、50年蓄積された経験と15年間の普及現場から集積した教育プログラムであるため先駆性・独自性や発展性があり、市の還元農地もあり大きな問題はほとんどない。しかし、養成した全国のアドバイザーが地域での展開のために養成プログラムの成果を活かし、継承・発展させていくためには、以下のような課題が残されている。

- コンポスト事業とできた堆肥の出口対策事業のとドッキング
- 都市部および近郊地区でも汎用性の高い事業であること
- アドバイザーネットワーク事務局の採算性

本事業の担当者(氏名・役職)

リーダー(たいら由子 事務局長)メンバー(波多野信子 理事長) (永田由利子 副理事長)
(久保田由紀子 農業講師) (松寺千歳 販売促進)(中嶋淑子 経理) (西重馨 物品)

1 組織概要

法人名	NPO法人循環生活研究所		代表者名	波多野信子
所在地	〒811-0201福岡県福岡市東区三苫4-4-27		電話	092(405)5217
			FAX	092(405)5951
ホームページ	http://www.jun-namaken.com/		e-mail	jsk@jun-namaken.com
組織体制	役員	11名	会員	120名
	専従者	6名	ボランティア	120名
	パートタイム	4名	その他(登録講師)	120名
これまでの活動実績(環境活動、CB等)	創立年	平成9年	イベント 子どもくるくる村,地産型適正基材開発研究,環境教育研究事業,連携事業(ベッタ会・JCVN連携),リターナブルびん学習会,資源循環地域プロジェクト(3地域)第1回福岡市環境行動賞受賞第1回福岡県社会貢献活動表彰受賞経済産業省ソーシャルビジネス55選平成21年度福岡県循環型社会形成推進功労者知事表彰受賞	
	法人設立年	平成16年		
<p>コンポスト普及・研修事業(講習会400回/年20,000人/年)・人材養成・支援事業(104名/全国)・地産型堆肥化事業(海藻アオサ堆肥40t/年・雑草堆肥50t/年・落ち葉堆肥20t/年等委託事業)・循環型菜園活動(40回/年)・フリーマーケットの開催・海外支援(JICA,ハビタット)</p>				
過去に受けた助成金・補助金等の内容(単位:千円)	時期	対象事業	交付機関・制度名	金額
	19年4月	普及・啓発	福岡市環境ファンド	984千円
	20年8月	環境CB	九州経済産業局	6,393千円
	21年8月	〃	〃	5,848千円
直近3期分の決算状況(単位:千円)	年月期	収入	収支差額	正味財産(*)
	20年3月期			
	21年3月期	42,821千円	937千円	1,732千円
	22年3月期	34,607千円	-1,017千円	660千円

* 正味財産は資産から負債を差し引いたもの

3 ミッションステートメント

1 組織のミッション	地域内で暮らしに必要なものが循環する豊かで創造的な暮らしを普及・実践する。	
2 新規事業の目的	現在まで蓄積した都市型、住宅地型、農村型コンポストプログラムの還元による人材養成・支援システムのマネジメントとプログラム改善。新しいタイプの出口対策としてのビジネスモデルの構築と適正資源循環モデルの社会実験。社会教育を柱としたマーケティングをつくる。	
3 組織のミッションと新規事業の目的との整合性	地域で地域の人が教え、顔が見える活動を実践で裏付けされた手法で地域内で資源循環し、人と人とのつながりのなかで構築される継続性・ニーズの高いサービスが提供できるものとする。他地域移可能な事業。	
4 新規事業の目的の達成度をはかる指標	新規事業の業績	動員数、コンポスト販売拠点数
	環境保全面	コンポストによるごみ資源循環量。(CO2量に換算)
	財務改善面	平成22年度20万円(目標) 平成23年度195万円
5 新規事業の目的を達成するための鍵	人材の養成と発掘・広報・企業へのPR。行政へのアプローチ。30～40代へのWebでのアプローチ。類似事業との差別化。	
6 地域・協力者の期待・ニーズとの整合性	堆肥化事業と堆肥の出口事業とのセットプランの提示を地方自治体にできる。環境・福祉・資源循環のカテゴリなど多方面のニーズが予想される。	
7 新規事業担当メンバーのルール	運営会議(第1月曜日)、生産者会議(第1金曜日) リーダーミーティング(第1月曜日)現場の状況把握し柔軟に対応するが、小さなことでも変更は話し合っすめること。	

【ミッションステートメント策定のプロセス】

策定時期 12月 ~2月	会合回数 月1-2回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等
策定に係わったメンバー等 平、波多野、永田、久保田		会合の頻度とメンバーについての討議。 1月より生産者会議と運営会議をわけ戦略的な時間をとるなどの意見が出された。

4 市場環境分析

外部環境	マクロ市場環境	政治・制度	<ul style="list-style-type: none"> ・循環型社会形成推進基本法制定による大量生産～消費～廃棄社会から持続可能な循環型社会への移行 ・環境負荷の低減と経済活動との両立 ・「新成長戦略基本方針における」グリーン・イノベーションによる環境・エネルギー大国戦略 		
		経済	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出低迷や景気刺激策の反動減、脆弱な内需回復力で足踏み状態 ・国家戦略としての環境・エネルギー分野へのファイナンス支援などの政策で環境ビジネスの機会拡大 		
		社会情勢	<ul style="list-style-type: none"> ・地球温暖化による生活者の環境意識の高まり ・景気低迷による雇用の急激な減少(新卒者の就職難、増加する失業者) ・高齢化による農業産業の疲弊化 		
		技術	<ul style="list-style-type: none"> ・CSS技術革新 ・ゼロ エミッションハウス ・次世代自動車の開発技術 ・資源再利用技術の進歩 		
外部環境	ミクロ市場環境	顧客	自作のコンポストで庭造りやミニ菜園用に利用する、50歳以上の戸建住宅居住の女性を中心に、30～40台の主婦層になっている。	(顧客への便益)	(差別化点) 組織⇔競合者
		競合者	A: 地域のDIYショップでのコンポストツールの販売(販売のみ) B: 就農人材の派遣会社 大手資本から地域企業		
内部環境	組織(内部資源)	顧客	<ul style="list-style-type: none"> ・通算10年ダンポールコンポストの利用者を開拓。昨年は75,000人/年の新規利用者獲得 ・地域行政との環境事業や教育の協働も多数 ・全国(沖縄～岐阜県)に12名のトレーナーと120名のアドバイザーのネットワーク 	競合者↓顧客	A: 安価でコンポスト道具の販売 ↓ 道具は入手できるが、技術的サポートがないため失敗も多い B: 資本力を武器にシステムティックな教育と就農情報ネットワーク ↓ 環境より農業政策的な側面が強く間口が狭い
		競合者		<ul style="list-style-type: none"> ・収益事業が核ではなく、あくまでも循環型社会の実現に向けた啓蒙教育を行うことでの収益確保事業 ・蓄積された技術等のノウハウを基に、共通の意識を持つ人たちに楽しく趣味と実益をもたらすことで循環型社会の実現を目指す(参画のしやすさ) 	
まとめ					

【市場環境分析のプロセス】

策定時期 12月 ~2月	会合回数 3回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等 現状、アドバイザーに対するアンケート、、ヒアリングが必要
策定に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、青山		

5 ビジョンと新規事業

ビジョン	
数値	イメージ
まずは、売上195万円目標、3年後は利益率が22%へ向上し、事務局雇用も増やす。	しっかりと市民教育をしながら、半農都会人を増やし、地域循環を進める。アドバイザーネットワーク先に移転して出口対策とごみ減が進みながらなだらかに、循環野菜のマーケット(小さな循環ファーム)が形成される。全国で土日に地元の畑で活動する親子が増大し出荷活動が増え地産地消度が向上。

目標							
	既存事業	新規事業					
		評価指標	売上・利益目標	評価指標	社会的課題解決目標	評価指標	組織の財務改善目標
短期 1年後	①アドバイザー130人②トレーナー15人③プログラムの拡充④コンポスト基材販売拡大	営業利益の数値目標達成	売上 195万円	①半農都会人数 ②生ごみ減 ③CO2減 ④雇用数 ⑤移転先	①180人 ②資源循環量16,000t ③5,600t/CO2 ④1人 ⑤2ヶ所	①ネットワーク事務局の利益	8%
中期 3年後	①アドバイザー130人②トレーナー15人③プログラムの拡充④コンポスト基材販売拡大		売上 317万円		①840人 ②資源循環量16,000t ③5,600t/CO2 ④2人 ⑤16ヶ所		22%
長期 6年後	①アドバイザー130人②トレーナー15人③プログラムの拡充④コンポスト基材販売拡大		売上 364万円		①1920人 ②資源循環量16,000t ③5,600t/CO2 ④2人 ⑤40ヶ所		25%
評価の観点	生ごみの資源循環できた量			評価者	アドバイザーの管理による数値の提出・循生研算出、ベッタ会での評価		

【組織ビジョンと本事業の目標策定のプロセス】

策定期間 2月8日～2月10日	会合回数 2回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等
策定に係わったメンバー等 たいら・波多野		シンプルに。実数を出すこと。無理のない適正人数で推進すること。 企業ニーズがある

6 SWOTクロス分析

		内部環境		
		強み(S)	弱み(W)	
		<ul style="list-style-type: none"> ・堆肥化事業の豊富な経験と実績 ・適正技術の保持と企画力 ・地域行政との協働による信頼性 ・沖縄～岐阜県まで展開するネットワークカ (NPO・リーダー・地域) 	<ul style="list-style-type: none"> ・財務体質の弱さ ・事業推進体制の強化 ・収益構造の細分化が不足 ・既存コンポスト利用者のネットワーク化がされていない ・全事業の情報の集約化が不足 	
外部環境	機会(O)	<ul style="list-style-type: none"> ・世界的な環境保全、持続可能な循環型社会の形成(事業) ・国の環境経済成長ビジョンによる環境ビジネスの優位性 ・早急な雇用機会の創出 ・農業政策における、人材開発と養成～支援の必要性 	<p>SO(強化戦略)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存のトレーナー・アドバイザーの量の拡大(スピーディーに絶対数の確保)によるシェア拡大 ・市場のニーズ、ウォンツから新たな人材育成事業の創出 	<p>WO(補完戦略)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現事業の収益機会ロスを排除(事業推進体制の見直し) ・就業希望者と人材確保のマッチングを検討 ・既存の資源(コンポストの既利用者)や新規参画者を組織化 ・人材育成プログラムの見直し
	脅威(T)	<ul style="list-style-type: none"> ・DIYショップなどによるダンボールコンポストキットの販売 ・大手資本による就農人材の発掘～育成派遣事業への参入 ・地域中小事業者の参入による競争増加と同質化 ・実績のない収益偏重型競争の参入による「質」の低下と市場の混乱(将来的) 	<p>ST(逆転戦略)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今までの実績とノウハウを基に徹底した差別化戦略をとる ⇒オンリー・ワン ・豊富な経験と実績を基に追従者の「一歩先」を走る環境循環型事業展開 ・事業のブランド化 	<p>WT(回避戦略)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大手資本との直接競争を避け彼らが不得意とする地域密着型で、きめ細かな事業展開を目指す ・社会(地域)への還元がしっかりと見え、信頼と共感を得る戦術(エリアを細分化した展開)

【SWOTクロス分析のプロセス】

分析時期 12月～2月	会合回数 3回	分析のプロセスで出された特徴的な意見等 ライバルについて抽出する。 差別化の明文化
分析に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、青山		

7 ビジネスモデル

顧客ニーズ

組織ニーズ

食や環境に対する問題意識のある生活者が気軽に楽しく、趣味と実益を兼ねた活動の場を求めている。多くは、趣味的に行う自宅の庭づくりやミニ菜園に使う堆肥として、購入した化学肥料ではなく経済的にも環境にも優しい家庭で出る「生ごみ」を堆肥化するコンポストを利用したい。(アンケートより)

従来の「コンポスト講座」「菜園講座」「ガーデニング講座」による趣味的なものだけではなく、実益を兼ねたコンポスト活用法はないものだろうか？

自分は退職し健康状態も問題ないし、以前から気になっていた野菜作りに挑戦したいが、庭先のミニ菜園ではなくそれなりの広さの畑でやってみたい。でも、農業で起業するとかではなく、趣味と本業の中間のスタイルで自己実現と収益を兼ねたい……。

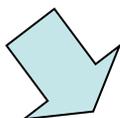
でも、そんな中途半端なスタイルを実現する方法があるのだろうか？直接農家をお願いする方法もあるが、そのルートがないし何より具体的に畑を作って生産する方法を教えてくださいるところがあるのだろうか……。そもそもそのような総合的な情報を得る手段がわからない！

人材育成・支援事業に関する新規事業での収益の安定確保。

環境ビジネス分野における新規参入の増加が予想される中、既存事業の実績・経験を活かし、かつ差別化を図れる新規事業の構築。

従来の各講座の指導者であるトレーナーやアドバイザーの新規開拓～養成～支援というビジネスモデルに顧客ニーズを捉えた「半農都会人講座」の新設で講座受講料収入のアップが見込まれる。講座の講師となる「半農都会人コーディネーター」を新たに育成することにより人材養成・支援事業の拡大にも寄与する。

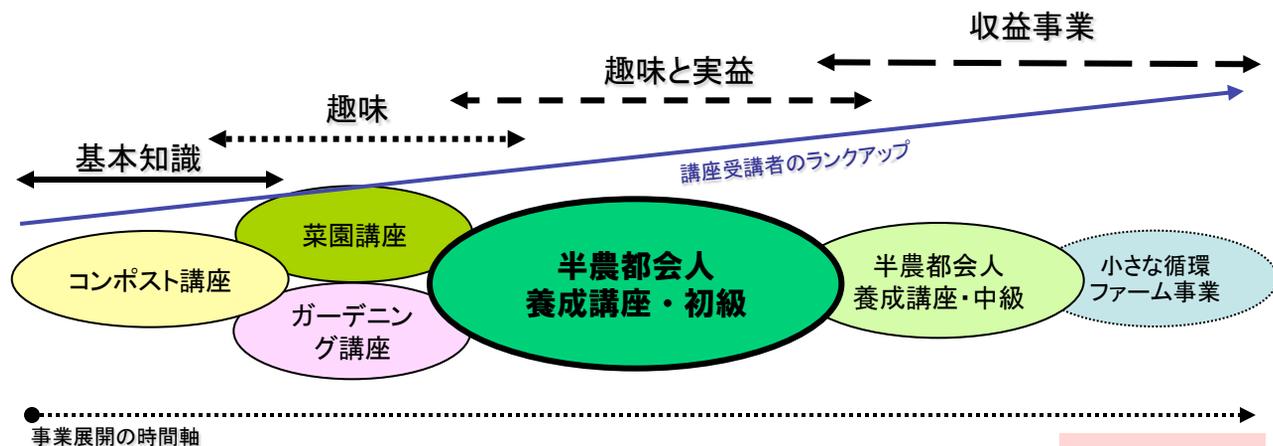
半農都会人養成事業に必要な農地の確保は人材不足が深刻な農家の耕作放棄地の有効活用にも寄与する。さらに将来的には「半農都会人」の生産した農産物の販売による手数料収益等の収益機会も目指す。(小さな循環ファーム事業)



ビジネスモデル



■講座受講者の便益



事業収益と社会貢献度の上昇

(イメージ)

【ビジネスモデル策定のプロセス】

策定期期 9月～2月	会合回数 10回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等 いろいろな人に話してシンプル化した 特徴を出す(PR) シンプルにする 一般の直売所と同じように見られないように差別化する
策定に係わったメンバー等 (人数、役職等)平、波多野、久保田、永田、松寺、青山、林、中森、澤		

8 セグメンテーションとターゲティング

ア)セグメンテーション(市場細分化) *与件:環境保全や循環型社会に一定の問題意識を持つ生活者

市場の設定		市場設定が適切である理由
市場A	定年退職後の団塊世代(夫婦)	時間的なゆとりによる行動
市場B	30歳代～50歳代現役世代(家族) (子育て家庭層を含む)	自己実現願望～子育て教育、定年後の準備
市場C	C S R活動に積極的な企業	企業内における福利厚生とC S R活動

イ)ターゲット顧客の明確化

既 存 市 場 新 製 品	市場の種類		内 容
	市場A	既存+新規	半農都会人 初級(70%)・中級(30%)
	市場B	既存+新規	半農都会人 初級(90%)・中級(10%)
	市場C	既存+新規	半農都会人 初級(80%)・中級(20%)

*市場Cは、社員に関してはほぼ初級クラスと思われるが、企業として新規収益事業を考えることもあり得る。

【セグメンテーションとターゲティング策定のプロセス】

策定期期 12月～2月	会合回数 4回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等 30代～40代がメインターゲット。サラリーマン、主婦 が同じ家族なのでターゲットを一本化するか。企業は 外せない。ニースがある。
策定に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、青山		

9 ペルソナ設定-1

【消費者が購入を願うシーン】

市場A: 定年退職後の団塊世代

66歳になるAさんは長年勤めた会社を退職。郊外の小さな庭付きの一戸建てに妻と2人で暮らしている。2人の子どもたちはすでに独立、時々実家に帰ってくる。現役時代は営業職としてがむしゃらに働き、退職後は「あれもしたいこれもしたい」と考えていたが、それも一通りやってしまうと単調な張り合いのない毎日となった。家庭の中で役割も週2回のごみ出しのみ。そのごみの多さが気になっていたところ、公民館での「身近にできる循環生活。ダンボールコンポストで堆肥づくりのススメ」という講座に目が留まった。その講座を受講してみると生ごみを家庭で簡単に堆肥にできるダンボールコンポストの作り方、堆肥の使い方、野菜の育て方までの内容だった。早速ダンボールコンポストを始め、できた堆肥を庭の片隅を利用して野菜を作り始めた。同じ年代の方も参加されており、堆肥の作り方や野菜の育て方など情報交換をするようになり地域での知り合いも増えた。ごみ減量のために始めた堆肥づくりだが奥が深く、もっと上手に堆肥をつくれるように熱中。循環生活研究所が行っている堆肥づくりの指導者、アドバイザーの養成講座を受け指導者となる。アドバイザーAさんの的確な指導で地域の人には上手に堆肥をつくることできるようになり生ごみがごみにならない生活を継続している。また、野菜の生産と販売を目的にした「半農都会人」講座を知った。小さなお小遣い稼ぎが地域に喜ばれる活動と直結することにやる気を感じた。堆肥を使って野菜作りをしている地域の仲間たちに声をかけようと思っている。

市場B-①: 30代～50代の現役世代

今年51歳になるBさんは地元メーカー系の技術者として働いている。以前は自分が開発に携わり完成した商品が世の中の人々の生活を豊かにしてきたことに大きな誇りを感じていた。

しかし、最近では、大量に出される家庭のごみにその商品が含まれることがあり自分の仕事に疑問を感じている。会社の経営も近年の経済状況の不透明さで以前のように未来に希望が持てるようになっており先日早期退職の募集が行われた。そんな時、新聞の記事で「半農都会人」という言葉に出会った。詳しく調べてみると趣味だけの野菜づくりではなく、先々販売して収入を得ることを念頭に野菜づくりに取り組む人のことらしい。もともと実家は兼業農家。都会暮らしが長い自分には農業は縁遠かったが、土に触れる生活や野菜づくりは常に身近に感じていた。子どももまだ大学に入学したばかりで学費等のお金が必要ですぐに会社を辞めて農業に専念する生活はできないが、子どもが巣立った後、収入を得ることを前提に農業を始めたいと考えている。半農都会人講座はダンボールコンポストによる堆肥づくりから野菜の生産まで行うプログラムで野菜販売をしない初級編、野菜販売までを視野に入れた中級編の二つがある。会社の休みを利用して中級資格まで取得し、10年後退職した後は野菜販売の収入がお小遣いになる生活を夢見ている。

9 ペルソナ設定-2

市場B-②:30~40代の小学生以下の子どもを持つ主婦層

小学3年生、幼稚園の年長の子どものと夫の4人で暮らす35歳の専業主婦Cさん。ご主人の転勤に伴い東京より地方都市へ移り現在賃貸マンションで生活している。地球温暖化などの環境問題や食の問題、特に子どもの食の安全などに興味をもっていた。環境問題に正面から立ち向かうまでの大げさなことではなく日々の暮らしの中でできる自分にできるエコを生活に取り入れている。この町に来て1年が過ぎ、エコ友達からダンボールコンポストのことを教えてもらい実行。ダンボールコンポストはごみ減量で環境保護につながり、生ごみをかき混ぜるのは結構楽しく趣味的になりそうである。ごみ袋代が減り、肥料代が浮き、野菜も育つことで実益も兼ねたお得感がある。自宅の生ごみを利用して堆肥をつくりその堆肥で野菜を育て食す。究極の見える化だ。野菜づくりは初めてなので堆肥の使い方と野菜の育て方を学ぶ「半農都会人講座初心者編」を受講。ベランダでプランター野菜を育てている。野菜の安心・安全はもちろんのこと、子どもと野菜、食について話す機会も増えた。何より堆肥で育った野菜は味が良く、先日収穫したピーマンを友達におすそ分けしたら大好評。自分でも育てる量や種類は限られているので足りない野菜は小さな循環ファームで購入。堆肥を使って育てるこだわり野菜は少々値段も張るが、その野菜の良さを実感しているCさんは子どもたちにいいものを食べさせたいとの思いで購入し友達にも紹介している。野菜づくりをしない友達の堆肥は小さな循環ファームの畑へ還元。自分のつくった堆肥で育った野菜は愛着もあり小さな循環ファームのファンでもある。

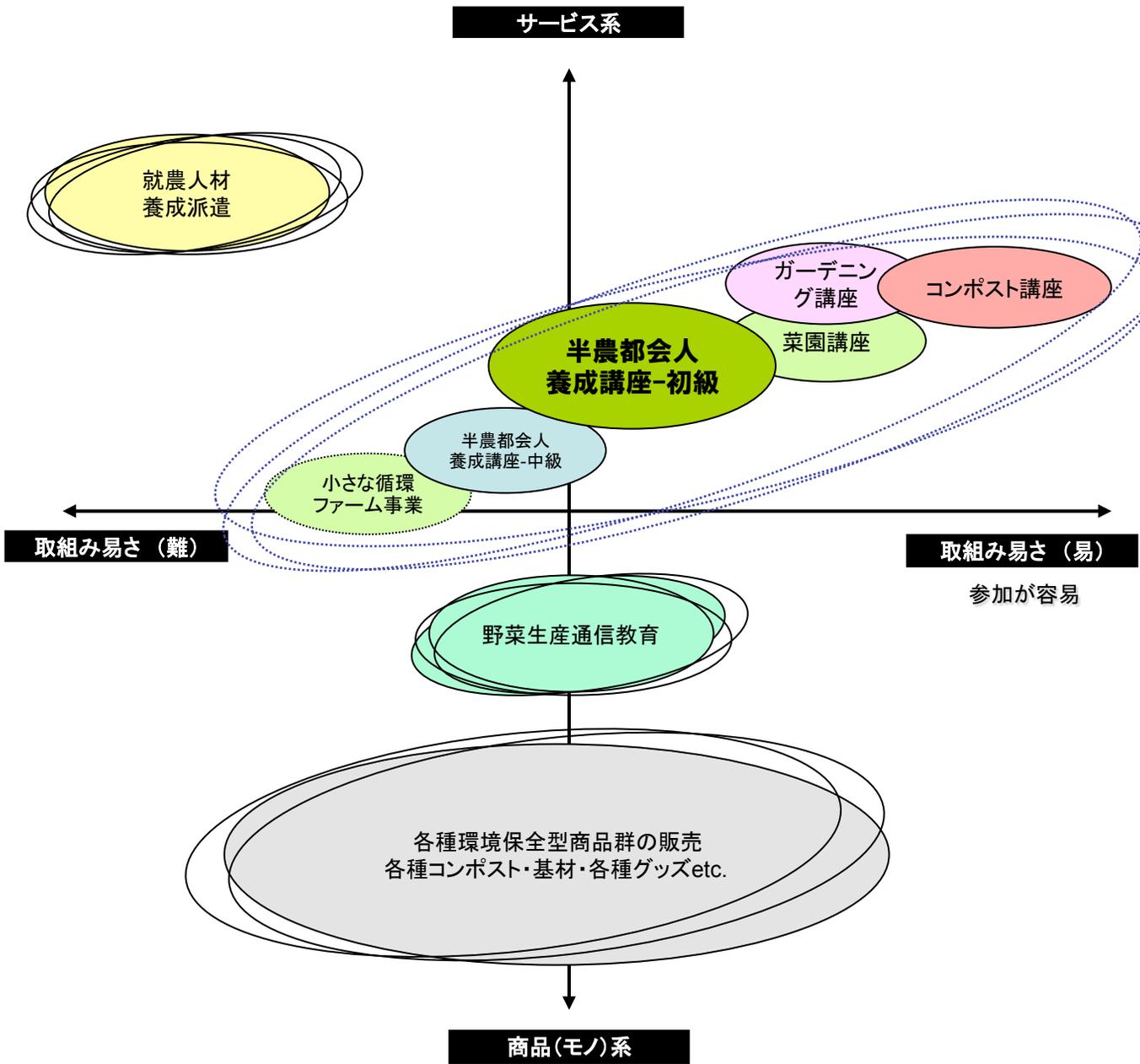
市場C:C社のCSR担当者

CSR部門の費用をNPOの環境活動に提供していた。リーマンショック以降上層部からも費用対効果について少しずつ圧力がかかってきた。そんな折、県が主催する協働のプレゼンを聞く機会に恵まれ、方向転換を図ってみようと思いつき決意。数多くのNPOの中から、楽しみながら実践ができ具体的に環境に対し効果があげられる循環生活研究所の活動に興味をもった。企業として資金面だけでなく、社員にとっての具体的なメリットや環境啓発の向上を促すきっかけづくりにつながる活動として採用。まずは、ダンボールコンポストの実践と堆肥を使った菜園講座を企画。日ごろ家族とのレクリエーションの時間が取れない社員や他社員との交流の場としても活用できるだけでなく、会社の統合によって発生した単身赴任者の土日の有意義な余暇の過ごし方としての提案にもぴったりである。また菜園に興味をもつようになれば個人で半農都会人講座にも参加し、退職後の楽しみにも役立てることもできる。循生研ではリーダーを全国に育成しているとのことで、他の支店でもこの取り組みを提案できるし、世界中の社員合わせて30万部のニュースレターを発行しているので、九州地区のこの取り組みを先行事例として配信し、積極的に広めていきたいと考えている。まずは3年取り組んでみたいと思う。

【ペルソナ設定策定のプロセス】

策定期間 12月 ~1月	会合回数 4回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等
策定に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、青山		コンポストの良さ、必要性、社会的役割がわかるように書き込む。絞ること。

10 ポジショニングマップ

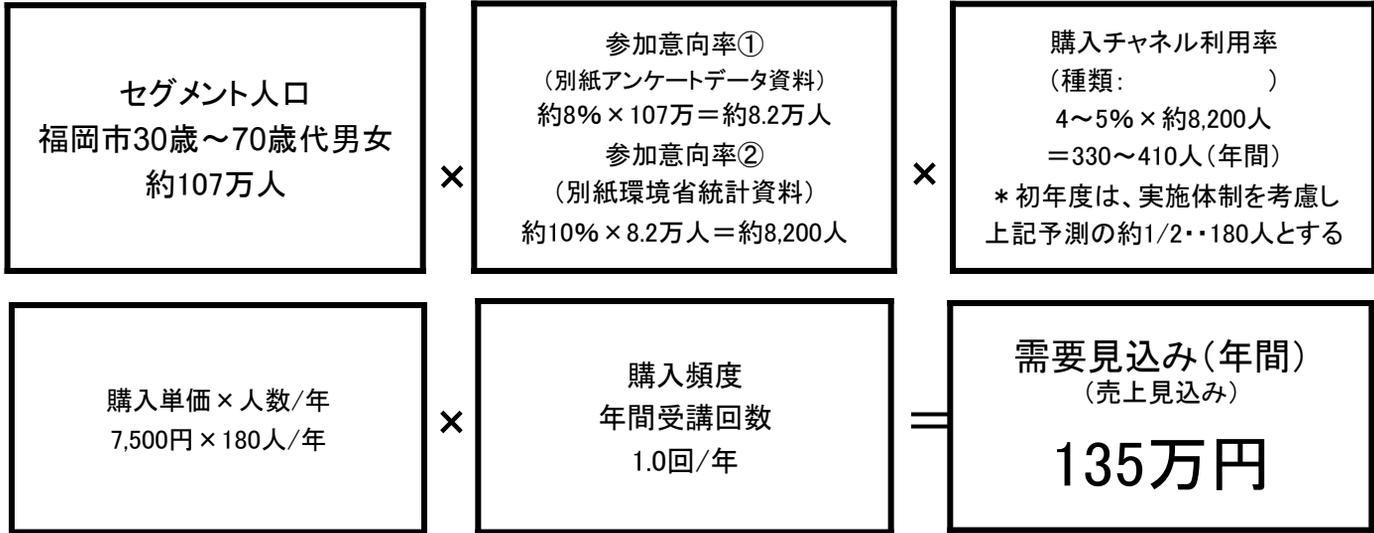


【ポジショニングマップ策定のプロセス】

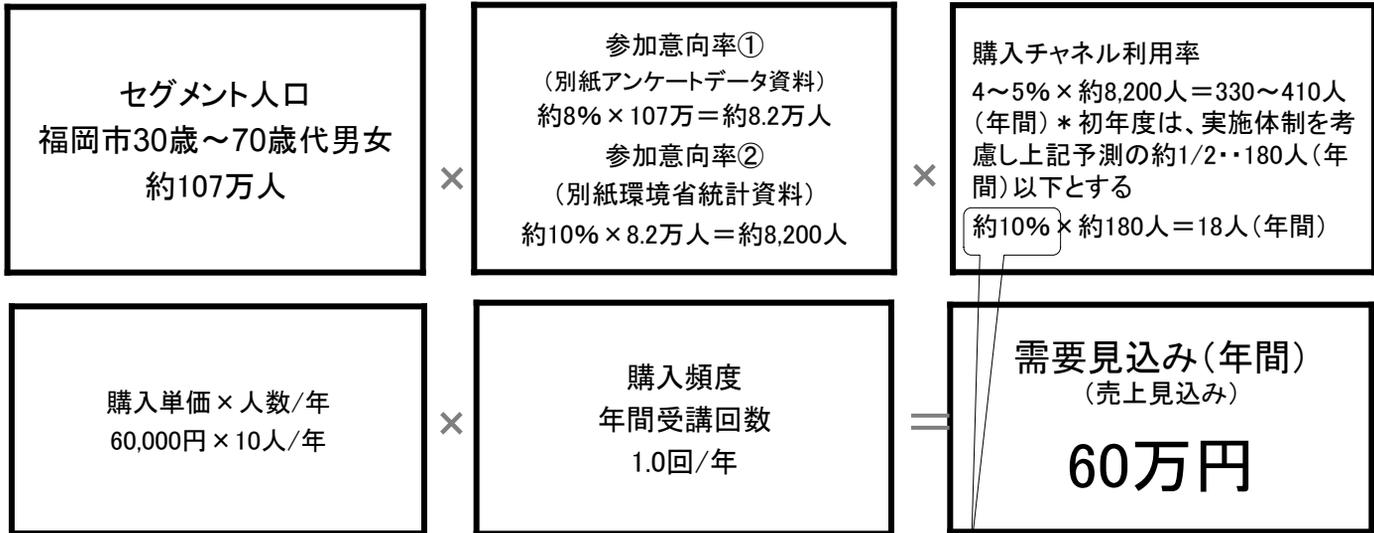
策定時期 12月～2月	会合回数 4回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等
策定に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、青山、澤		軸を8から4にシンプルにする。 ターゲットの調査をもとにして要素を出してから軸を決める

11 需要予測(初年度)

■半農都会人-初級講座



■半農都会人-中級講座



* アンケートやヒアリングによる需要予測

【需要見込み策定のプロセス】

策定時期 1月～2月	会合回数 3回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等 福岡市でまず考えること 広報と大きく関係する
策定に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、青山		

12 商品計画－商品・サービスの構造

中核となる便益	<p>○「半農都会人」養成講座(初級・中級)における受講料</p> <p>○講座受講に伴う各種ツール(コンポストキット・読本他)の販売</p>	
基本性能	半農都会人 初級講座	<p>○3回(日)コースで座学(2日)、実習(1日)週1回で3週で終了</p> <ul style="list-style-type: none"> ・初級コースは趣味の延長コース的な位置づけで、中級受講者の発掘の場ともなる。 ・実習は「1坪菜園」やマンションバルコニー等を活用した「プランター菜園」を予定。市内・近郊4ヶ所で実施。
	半農都会人 中級講座	<p>○1年間10回(日)コース、基本的に毎月1回の開催。座学2回、実習8回で終了</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中級コースは、趣味の域を超えた生産農産物の販売を前提に農業講師による土地づくりから生産・管理まで生産に関する全ての専門的な内容となる。 ・実習は市内にある(確保済)農場で基本から実施。年間を通して実施することで季節ごとの作業を学ぶことができる。 ・中級取得後は「小さな循環ファーム」事業への参画も可能で生産から販売まで一貫した流れで農業に取り組める。
付加サービス	<p>○初級受講者で将来中級を目指すことを考えている方などには、中級講座の実習講座へ体験的に参加することができるサービス実施(検討中)。</p> <p>○中級取得者で、希望者は「小さな循環ファーム」事業を開始、生産から販売までトータルで取り組めるシステムを提供。</p>	
社会的 付加価値	<p>○当該事業の大きな目的は、一般家庭で廃棄される「生ごみ」を堆肥化し、再利用することで環境を保全循環型社会を構築することです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ダンボールコンポストで生ごみの低減化を図ることはもちろん、その過程において義務や責任だけではなく趣味と実益を兼ねた取り組みができることで、生活者の意識的な障壁が低くなる。 ・将来的には、中級資格者の増加により高齢化の進む農家の耕作放棄地の有効利用や半農都会人を養成する講師としての収益を得る機会ができる。オール・ウィンの仕組みが構築できる。 	
品ぞろえ	<p>○受講者の希望や計画にあわせた取り組みが可能な2つ(初級・中級)の講座。</p> <p>○将来的な「小さな循環ファーム」事業参入</p>	

【商品戦略策定のプロセス】

策定期間 8月～2月	会合回数 4回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等
策定に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、青山、小森(JCVN)、椿原(山村塾)、堺克守、澤		ターゲット、価格設定 時間がかかる人材養成の収支バランスの補填 アドバイザー地域への移転を考慮する

13 価格計画(半農都会人-初級講座)

- 計画の前提 ・1セットの講座参加者 / 30人 ・1セット、3回(日) * 週1回×3週
 ・講座内容 ①ガイダンス、コンポスト導入
 ②ダンボールアフター、ベランダ菜園(コンテナ栽培・ペットボトルガーデニング)
 ③その他堆肥化、庭先(1坪ガーデニング他)

コスト

仕入・製造原価
163,350円

設定価格

高級価格
@10,500円

顧客

アンケート調査結果

- ・アンケートでは、@5,000円以下が最も多かったが事業収支を考慮して@7,500円で設定

間接費
0円

妥当価格
@7,500円

競合品

競合との比較

- ・現状では、ダンボールコンポスト事業を当NPO以外に単独事業として行っているところは見当たらず基本的に行政主催で参加費は無料か材料費込みで1000円以下である。
 「半農都会人-初級講座」と競合するモデル事業も福岡市では確認できず。
- ・専用農園での野菜づくり教室は糸島市の事例で入会金2000円+4000円~4800円/月×10ヶ月
 =4,200円~50,000円
 「菜園学校 グローウェル」

営業利益
53,483円

普及価格
@5,000円

*「半農都会人中級講座」や「小さな循環ファーム事業」との競合は、人材派遣会社パソナの「農業ビジネススクール事業」等が考えられる

【価格戦略策定のプロセス】

策定期間 1月~2月	会合回数 5回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等
策定に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、青山		積算をもとにプログラムづくりとのバランス トレーナーの人材が不足している 今後の課題について

14 流通計画

チャネルの種類	ポイント	評価
A: 行政・企業	○大きく4つのチャネルが考えられるが、重要なチャネルは ①地域アドバイザー ②ダイレクトアプローチ(本部事務局による) ③行政・企業 ④協力団体 の順番となる。基本的に、アドバイザーが実施する従来のコンポスト関連講座に参加している人への直接アプローチが最も効果的と考える。次に事務局が各種メディアへのリリースやHP上やWEBでの募集プロモーション活動。さらに行政機関による関連催事でのツール配布・情報発信や企業へのアプローチによるオリジナル講座の実施。最後に協力団体等でのPR活動がある。	行政の信頼性を活用した募集PR
B: 地域アドバイザー		コアターゲットに接するアドバイザーの直接的な募集は効果が高い
C: ダイレクトアプローチ(本部事務局)		アドバイザーのアプローチでは間口が狭いので本部によるWEBを含めた各種募集プロモーションの展開
D: 協力団体		当該事業の意義を理解する団体から口コミを含めPRを依頼する。



流通計画	チャネル選択・組合せの理由
主力チャネル	地域アドバイザーによる人的・直接的なアプローチ
組合せチャネルA	地域アドバイザーと事務局本部によるアプローチ
組合せチャネルB	行政による広報支援と企業CSR活動に有効利用の依頼

【流通計画策定のプロセス】

策定時期 12月～2月	会合回数 5回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等 アドバイザー、トレーナーへのヒアリング、アンケート
策定に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、青山		

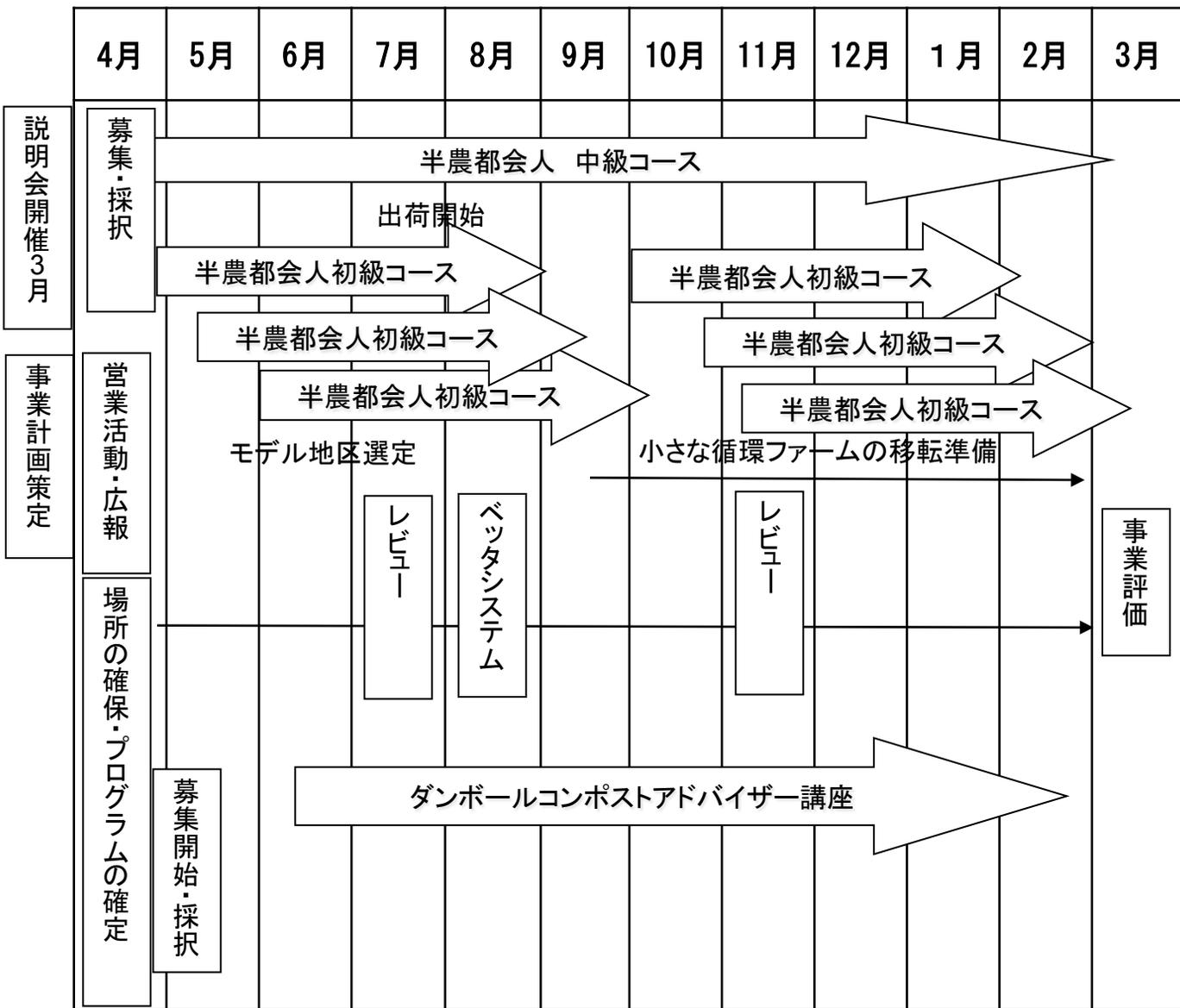
15 広告・宣伝計画(AISAS)

<p>Attention (注意)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○既存マスメディアを有効利用～当NPO法人の過去の実績からメディア各社の取材が期待できるのでより多くのメディアへのニュースリリース配信 ○自社ホームページや行政機関のWEBサイトによる参加募集及びWEBプロモーション活動展開 ○SPツール(リーフレットやチラシ等)を制作し、行政関連イベントや当NPOが参加する各種講演などでの配布
<p>Interest (興味)</p>	<p>○上記各施策(自社HP除く)で興味を喚起する。 ブログ & Twitter、Facebook他のSNSでもっと詳しい情報が知りたいという欲求の喚起を促す情報発信の仕方を検討。情報は多からず、少なからずを考慮。</p>
<p>Search (検索)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○現在、多くの方(特にPCや携帯を使いこなす50代までの人)は詳しい情報を得ようとインターネットを利用する。 ・検索エンジン/SEO対策を強化し求めるターゲットの誘導を図る ・コミュニティサイト/各SNSにおいて話題が出てくるように仕掛ける
<p>Action (購入)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○WEB(メール)での問い合わせ⇒資料請求⇒講座申し込み(体験も含め) ○電話での問い合わせ⇒ 同上
<p>Share (情報共有)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○参加者の声など第三者の評価が継続的な新規受講者の募集に大きな影響を及ぼす ・講座受講者のブログ & Twitter、Facebook他での情報発信を依頼する ・コミュニティサイトでの書き込み依頼 ・自社ホームページでのRSSリーダー活用 ・メルマガ配信の実施(会員化の構築) 当該事業の構築をきっかけにコンポスト利用者を含めたファンを獲得し囲い込みを図る

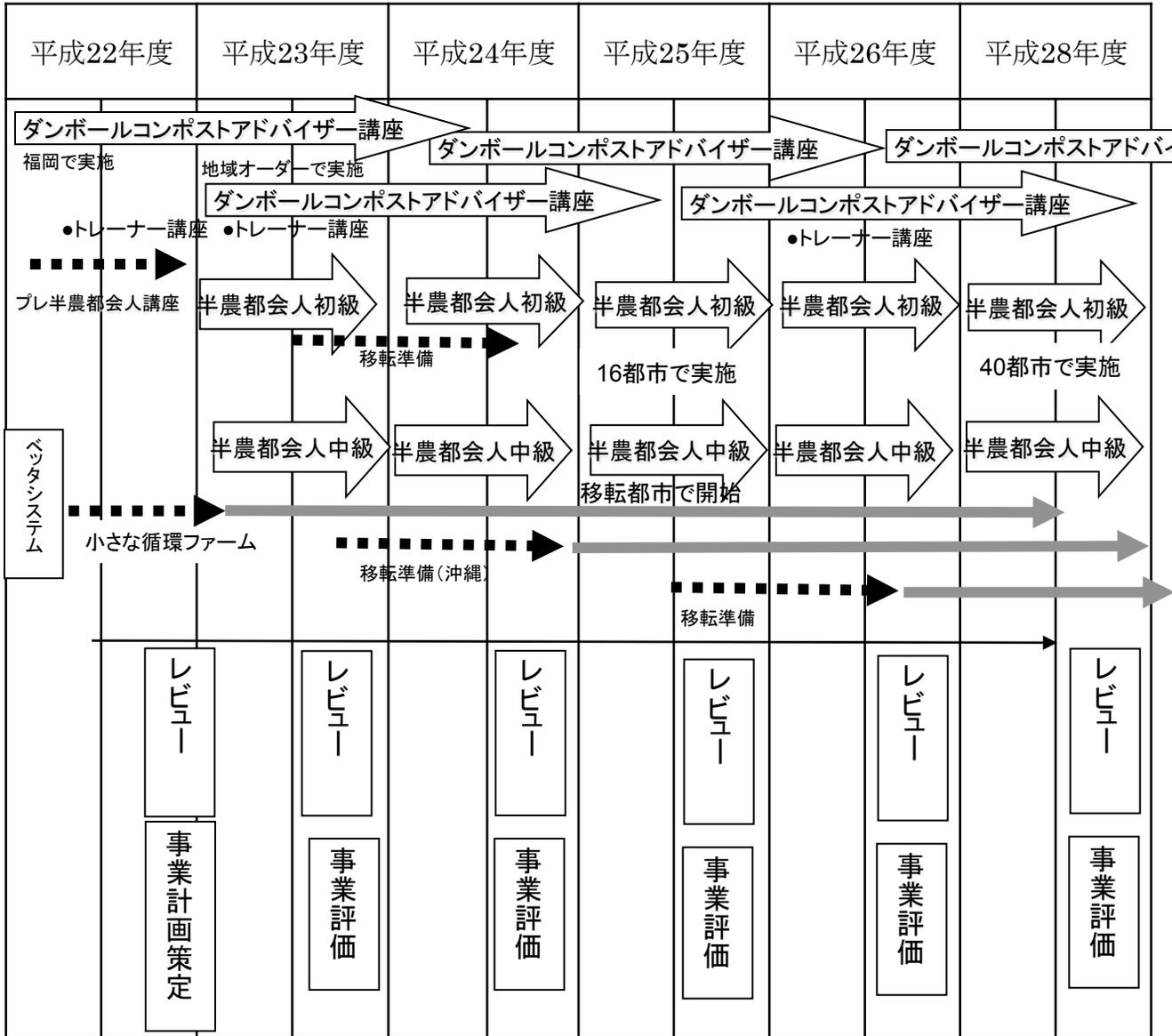
【広告・宣伝計画策定のプロセス】

<p>策定期間 12月～2月</p>	<p>会合回数 3回</p>	<p>策定のプロセスで出された特徴的な意見等</p> <p>30代～50代に対してWeb中心とても大切なところ 今は人材が不足している(課題)</p>
<p>策定に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、青山、坂本 (西日本パブリック)</p>		

17 スケジュール(1)



スケジュール(2)



【スケジュール策定のプロセス】

策定期間 1月～2月	会合回数 3回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等
策定に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、松寺		季節に応じて講座を設定するか 体制をどうするか

18 リスク対応策

ア リスク対応表(初級講座)

優先順位	想定されるリスク	対応策	留意事項
1	外的要因:新規競合の参入 ・一般(堆肥化を伴わない)の菜園講座との差別化	・手軽さのアピール(ベランダでも実施可能) ・環境保全と実益	趣味としての菜園だけでなく、結果的に環境保全に貢献することの意義
2	内的要因:事業収支の安定化 ・売上(受講料金)と仕入れの調整 ・安定した参加者確保	・進捗状況のこまめなレビュー ・参加者募集の徹底PR	既存チャネルの他に参加者獲得を目指す
3	内的要因:運営体制(人的) ・アドバイザー等の指導人材の不足	・スキルアップ講座拡大 ・モチベーションアップの施策(インセンティブ等)	マニュアルの再構築による品質確保と資格取得のメリットを!

イ 撤退基準

撤退指標	数値基準	決定方法
初級講座人数	1回あたりの参加者が25人未満	6か月以上継続の場合撤退

【リスク対応表策定のプロセス】

策定時期 2月	会合回数 2回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等
策定に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、青山		リスクについての想定 差別化があまりできなかった場合のリスク トレーナーの養成が急務になってくる 撤退基準について収支や現場での感覚が大切になる など、指標について具体化

19 収支計画

(単位:万円)

科目	1年目	2年目	3年目	6年目
売上高	195	317	364	364
売上原価 (*変動費) (原価率)	106 (54%)	172 (54%)	198(54 %)	198(54 %)
売上総利益(粗利)	89	145	166	166
給与手当	39	63	71	71
減価償却費	4	4	4	1
雑費	0	0	0	0
その他販売管理費 (広告費)	30	10	10	5
販売合計 (*固定費)	73	77	85	77
経常利益	16	68	81	89
損益分岐点売上高	159	167	184	167
経常利益率	9%	21%	22%	25%

【収支計画策定のプロセス】

策定期期 1月～2月	会合回数 4回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等
策定に係わったメンバー等 平、波多野、久保田、永田、青山		体制の問題 場所による遠隔地を想定すること 広報をしっかりと盛り込む

20 資金計画

必要資金		金額	調達方法	金額
運転資金		300万円	自己資金	70万円
			寄付金・エコポイント等	30万円
			理事からの借入 (内訳・返済方法)	200万円
設備資金			金融機関からの借入 (内訳・返済方法)	なし
合計		300万円	合計	300万円

【資金計画策定のプロセス】

策定期間 2月	会合回数 2回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等 借入を減らす方をしっかり話し合っていくことが大切。 新しい公共などの予算は見込めるか？
策定に係わったメンバー等		

おわりに

【概要・総括】

最近の農業ブームやロハス思考により、「農」に興味があり、週末菜園で過ごすライフスタイルや定年後に本格的に農業に携わりたいと考える人が増えてきました。本事業では、長年の堆肥化技術とそれを活用した菜園づくりの経験を活かして、堆肥化の一層の拡大とその受け皿事業として新たに「半農都会人講座」を新設しました。

各地域の先進的な事例としてのコンポスト・アドバイザーの人材育成と支援策(インセンティブ)になるとともに、地域の生ごみの資源循環の活性化が促進されることを目的としています。

趣味的志向の人を対象とした「半農都会人講座(初級)」とプロ級とまではいかなくても、自給用野菜生産と同時に地元で販売できる出荷コース「半農都会人講座(中級)」及びその販売受け皿としての「小さな循環ファーム」事業を今後の目標モデル事業として実施します。

適正な規模での資源循環を生活圏内(歩行もしくは自転車で行ける距離)と定め、養成されたアドバイザーが自身の地域において、マンション居住者も対象としたコンポストや菜園講座を開催し、その堆肥を引き取る地元の農家と半農都会人がその堆肥をつかって有機野菜を育てて販売する仕組み—「小さな循環ファーム」をモデルとして本格的に実施予定(トライアルとして基礎的な活動は現在展開中。この試みでリタイア直後の世代向けの養成講座(半農都会人中級講座)を実施し、年間の作付け計画、出荷の仕方など学ぶことができた)。

このたびの「半農都会人講座(初級)」は各種データやアンケート等により市場のニーズが高く同中級講座、そして「小さな循環ファーム」事業の入り口事業として重要な位置づけとなります。初年度は初級講座の開催に基軸を置き、地元福岡から実績を作り、順次全国120名のアドバイザーの地域で実施していきます。(アドバイザーアンケートでは、当該事業の導入希望は90%を超えています)

【内容】 半農都会人講座 概要

初級講座(座学と実習3日間 主にベランダ野菜や1坪農園) 7,500円
中級講座(座学と実習毎月1回/年間10回 実習用菜園利用) 60,000円

持続可能な環境と社会を担う市民の育成を目的とした特色ある市民教育プログラムです。

講座では実習での理解を深め、持続可能な環境と社会への関心が深まるように工夫しています。企業・団体応募の場合ニーズに応じたメニューの相談可。



特色1 コンポスト事業とできた堆肥の出口対策事業のドッキング事業として有効である

特色2 都市部および近郊地区でも汎用性の高い事業である

特色3 実践に裏打ちされたプログラムである
里山・田園保全における環境保全型農業実践者
・JCVN(日本環境ボランティアネットワーク)・循生
研の3者による実践型プログラムの構築。



■アンケート調査の考察

これまで課題であった具体的な出口対策は、「半農都会人」の新設によって、養成された全国のダンボールコンポスト・アドバイザーが地域でのごみ減量展開のために養成プログラムの成果を活かし、継承・発展させていくため行政に提案しながら発展できるツールとして移転することが望まれている。

今回のアンケート調査は、菜園に興味があるグループ、里山保全に興味があるグループ、企業に協力してもらい実施した。

105名に調査した結果、半農都会人のような有料講座の参加希望しますかの問いに対して82.9%が「はい」と回答。

受講動機の設問には「基礎から系統立てて学びたい」「もっと野菜づくりが上手になりたい」が主な回答で、「楽しみ」「安全な食」づくりとして初級への参加意欲者が多いことがわかる。

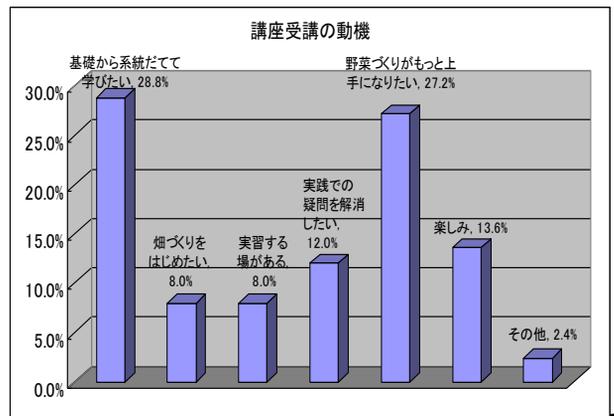
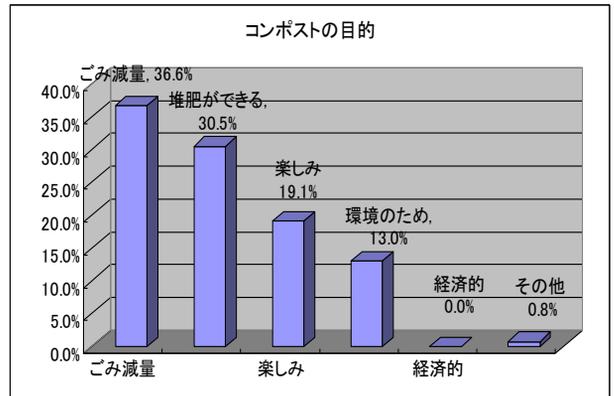
結果として、予想以上にニーズや手ごたえがあり、教育プログラムを推進するうえで大きな励みとなった。企業や里山と都市を結ぶ人が育つ教育の場としての効果も期待できる。

また、90%以上のアドバイザーから「半農都会人講座」および「小さな循環ファーム事業」の導入希望があった。市場ニーズも高い半農都会人（初級）講座を新設することにより、アドバイザー

の継続的な活動に寄与し、それを支援する事務局の収益機会も増える。アドバイザーが各地域で半農都会人を養成する人材を新たにリクルートすることで、活動にも厚みが増してくる。コンポスト事業を拡充発展させるためにも「半農都会人講座」の導入が必要不可欠である。

お手軽コースでの体験参加や、季節に応じたコースを連続受講などステップを踏みながら意欲を高め、販売までを考えるようになれば初級卒業後、中級を受講することも可能である。リタイア後本格的に農業を考えている人も、メリットとリスクを事前に学ぶことで半農都会人コースのカリキュラムはひとつの指標としておおいに役立つものと思われます。

また、新たな課題は、アドバイザーを教育・支援するトレーナーの育成・発掘の強化である。アドバイザーの役割は、コンポストづくりから半農都会人までの「人」の養成を通じて地域と連携を深めることであるが、アドバイザーがその目的達成のために必要な実践力を身につけ、継続的に循環活動を行えるようトレーナーを配置し、指導にあたることのできる体制を強化する必要がある。



◆「半農都会人」とは

環境保全に対して問題意識をもつ、都会に暮らす農行人のこと。
ダンボールコンポストを活用して自分の畑やベランダ等で野菜などを作り、食し、販売も考えている人のこと。趣味としては始める人が多いが、その魅力に取り付かれ気がつけば生産だけでなく販売まで本格的にやるようになる人たちのこと。

半農都会人講座は、セカンドライフのためのお小遣い稼ぎ、もしくは土日ストレスから解放される憩いの場、それが一定の生活費の補てん(自給野菜とあまった野菜の販売)にもなるという考え方を広めていくものです。普段忙しいサラリーマンの方々が畑で四季を感じ子どもと土に触れあうことが地域の土地を保全し景観を守ることに関与できていくということであることを示し、その先に、地域に安全な食を提供できる仕組みづくりである「小さな循環ファーム」を中長期にわたって提案して行くものである。

■今後(事業の意義と使命)

本事業は、都会人のセカンドライフとして農的技術を身に付け野菜でお小遣い稼ぎに野菜づくりを考える未来型思考の都会人向けの事業です。「半農都会人」の意義は、生ごみをたい肥化し土を耕し、作物を育て、収穫して食べる体験を通じて生きるための基本である食とそれを生み出す農を身近なものとして捉え、そこに関わる様々な関係性について学ぶことができる。すなわち持続可能な環境と暮らし(社会)のあり方について具体的にイメージし、それに向かって行動できるようにする一歩である。

今後都市部や企業でのニーズの高まりが予想されるため、オフィスグリーンや屋上緑化を巻き込んだ構想がなされています。事業タイトルである「コンポストでつながる 小さな循環いっくらしネットワーク」は、市民試案の家庭単位で取り組めるリサイクルの実現と、日々を潤す楽しい活動として、有機的なつながりで地域を支え、今後定着していくものと考えています。



コンポストユーザー・生産者・半農都会人・トレーナー・アドバイザー・コーディネーター・消費者
コンポストでつながるコミュニティを形成「小さな循環ファーム」

【事業計画まとめ策定のプロセス】

策定時期 2月 ~	会合回数 3回	策定のプロセスで出された特徴的な意見等
策定に係わったメンバー等 (人数、役職等)		コンポストを基本とした差別化を市民に伝えることを柱に、直売所事業との違いを表示 今回は半農都会人に基軸を置く事業であること ネットワーク力 目標は、半農都会人が農に関わることでその土地を守り景観を次世代に残していくことである。
平・波多野・久保田・永田・青山・松寺		

添付資料

写真:事業の様子



アドバイザー基礎・専修講座2日間(福岡)実践講座2日間(全国)

各家庭でゴミ減量としてベランダで手軽に



プレ半農都会人講座 順調に養成されている



企業向け(上)里山・田園リーダーセミナー(下)などで調査



資料編①

本事業計画書策定のためのミーティング記録一覧表(議事録は資料編②に別添)

年月日	出席者氏名・役職等	議 題	備 考
22年8月23日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	養成講座の内容確認	
22年8月25日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	養成講座の準備	
22年8月26日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	養成講座最終確認	
22年8月27日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子、西重馨、(講師)朝廣和夫、久保倉宏一、芳滝智文、傍島潤子	養成講座1日目	
22年8月28日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子、西重馨、(講師)加来睦博、山下輝和、松原英隆、芳滝智文、傍島潤子、(スタッフ)高橋保雄	養成講座2日目	
22年8月30日	(事務局)久保田由紀子	反省会	
22年9月9日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子	レシピ作り	
22年9月10日	(生産者)安河内明彦、境桂、永吉政昭、堺克守、浜崎正樹、和田正子、河辺秀美、(販売所)永江美代子、(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、片岡修、松寺千歳、永田由利子	・販売の状況 ・広報、イベント	
22年9月14日	(事務局)平由以子、久保田由紀子	自然農薬の整理	
22年9月21日	(事務局)久保田由紀子 (アドバイザー)林裕子	実践講座1	

資料編①

本事業計画書策定のためのミーティング記録一覧表(議事録は資料編②に別添)

年月日	出席者氏名・役職等	議 題	備 考
22年10月1日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子、迫盛寛		
22年10月1日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子、迫盛寛、荻原雅子、池見和子、山本香代美	小さな循環ファームの現状と今後	
22年10月4日	(事務局)平由以子、久保田由紀子、永田由利子	フリーマーケット 販売促進	
22年10月4日	(事務局)平由以子、久保田由紀子、松寺千歳、清水里香	販売所のディスプレイ 販売促進ツール、レシピの検討	
22年10月5日	(事務局)久保田由紀子、西重馨	フリマポスター制作 広報方法	
22年10月12日	(生産者)安河内明彦、浜崎正樹、堺桂、永吉政昭、博之、河辺、永江美代子 (事務局)波多野信子、平由以子、久保田由紀子、松寺千歳	売り上げ 半農都会人講座内容検証 (防虫)	
22年10月18日	(事務局)久保田由紀子、波多野信子、平由以子、永田由利子	販売員のトレーニング 生産者の堆肥づくりを応援 フリマでのアンケート	
22年10月20日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子、中村店長(海辺の里)	販売所(海辺の里)のイベント	
22年10月25日	(事務局)久保田由紀子 (アドバイザー)林裕子	アドバイザー実践講座 アドバイザーのトレーニングの現場	
22年10月28日	(事務局)波多野信子、久保田由紀子、平由以子、松寺千歳 (講師)堺克守 (受講者)和田正子、池田海緒	半農都会人講座内容検証	

資料編①

本事業計画書策定のためのミーティング記録一覧表(議事録は資料編②に別添)

年月日	出席者氏名・役職等	議 題	備 考
22年10月29日	(事務局)平由以子、久保田由紀子、西重馨、阿部智子	フリーマーケット開催の準備	
22年11月1日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	フリーマーケットアンケート内容検討	
22年11月1日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子、(スタッフ)池見、荻原雅子、山本香代美	フリーマーケットのチラシ配り	
22年11月7日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子、(スタッフ)池見和子、荻原雅子、山本香代美、西重馨、辻川美幸、迫盛寛、島居映子、阿部智子、尾田由美子、平希井(講師)加来睦博	フリーマーケット開催	
22年11月9日	(事務局)平由以子、久保田由紀子、永田由利子	フリーマーケット反省	
22年11月11日	(生産者)永吉政昭、堺桂、吉村義孝、和田正子、河辺秀美 (事務局)平由以子、久保田由紀子	半農都会人講座内容検証 土麴 野菜の病気	
22年11月11日	(事務局)永田由利子(アドバイザー)藤崎尋人	・アドバイザーの講座実践	
22年12月6日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子(スタッフ)迫盛寛、池見和子、荻原雅子、山本香代美・金ヶ江ヤエ子	・半農都会人講座の意向	
22年12月7日	(EPO)澤克彦、(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	・モデル実施	
22年12月8日	(事務局)久保田由紀子、松寺千歳	小さな循環ファームの生産者会議と商品の管理	

資料編①

本事業計画書策定のためのミーティング記録一覧表(議事録は資料編②に別添)

年月日	出席者氏名・役職等	議 題	備 考
22年12月10日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	検討会準備	
22年12月10日	(事務局)永田由利子(アドバイザー)藤崎尋人	アドバイザー対象実践講座2	
22年12月11日	(事務局)永田由利子、(アドバイザー)藤井智子	アドバイザー対象実践講座1	
22年12月13日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子(検討委員)朝廣和夫、松田一也、坂本英俊、岸川直親(EPO)澤克彦、林、酒井真一、(アドバイザー)松下修、(環境省)寺西武夫	事業の課題 半農都会人の育成を目指す	
22年12月13日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子(EPO)澤克彦、林、酒井真一、(アドバイザー)松下修、(環境省)寺西武夫	新規事業の必要性	
22年12月14日	(講師)堺克守、(受講者)和田正子、吉村義孝、永吉政昭、河辺秀美、堺桂、浜崎正樹、安河内明彦、中島幸子、山本香代美、古賀恭子、荻原雅子、池見和子、池田海緒、松寺千歳 (事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	半農都会人講座検証 忌避剤 自然農法	克守塾
22年12月14日	堺克守、和田正子、吉村義孝、永吉政昭、河辺秀美、堺桂、浜崎正樹、安河内明彦、松寺千歳 (事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子		生産者会議
22年12月15日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子(BENLY)青山茂		

資料編①

本事業計画書策定のためのミーティング記録一覧表(議事録は資料編②に別添)

年月日	出席者氏名・役職等	議 題	備 考
22年12月20日	(事務局)平由以子、(BENLY)青山茂		
22年12月24日	(アドバイザー)中森まどか、(EPO)澤克彦、(GOC)(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	・売り込み提案書 ・ヒアリングの内容	
22年12月27日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	・イベント準備 ・販売促進	
22年12月28日	和田、川辺、(スタッフ)松寺千歳、(配達)清水、(販売所)パオ、(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	イベント	
23年1月7日	(事務局)平由以子(アドバイザー)青山茂		
23年1月12日	(生産者)堺克守、浜崎、和田、川辺、(スタッフ)松寺千歳、(配達)清水、(販売所)パオ、(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	・イベントふりかえり ・新しい商品 ・海辺の里・レックス・パオでの販売状況	
23年1月12日	松寺千歳、清水、森永、(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	・配達 ・商品陳列	
23年1月12日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	・半農都会人のプログラムづくり	
23年1月13日	(EPO)澤克彦、(事務局)平由以子、永田由利子	・計画書の進捗 ・半農都会人ヒアリング	
23年1月13日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子(講師)椿原寿之、小森耕太	・半農都会人プログラム作成	
23年1月14日	(事務局)平由以子、永田由利子(検討委員)坂本英俊	・事業内容の説明 ・販売所としての今後の取り組み	

資料編①

本事業計画書策定のためのミーティング記録一覧表(議事録は資料編②に別添)

年月日	出席者氏名・役職等	議 題	備 考
23年1月17日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子(トレーナー)、和仁宗憲、倉本和子、中島幸子、傍島潤子	・ネットワークの継続 ・半農都会人について	
23年1月18日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子(検討委員)朝廣和夫、松田一也、坂本、藤田、(EPO)澤、(環境省)寺西、()青山、岩田、中島幸子、倉本和子、和仁宗憲、傍島潤子	・進捗状況説明 ・半農都会人の商標登録	
23年1月18日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子、(トレーナー)中島幸子、倉本和子、和仁宗憲、傍島潤子	・ネットワークの継続において 基材開発、会費	
23年1月20日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子、(スタッフ)山本香代美、池見和子、荻原雅子、迫盛寛、森永正登(一般市民)	半農都会人講座検証 アンケートの実施	
23年1月22日	(事務局)永田由利子(アドバイザー)藤井智子	アドバイザー対象の実践講座2	
23年1月22日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子、(アドバイザー)金城順子	・半農都会人、アドバイザーの 沖縄での養成	

資料編①

本事業計画書策定のためのミーティング記録一覧表(議事録は資料編②に別添)

年月日	出席者氏名・役職等	議 題	備 考
23年1月25日	(事務局)平由以子(BENLY)青山茂		
23年1月28日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、松寺千歳、(販売所)永江美代子(配達)尾田由美子	・展示方法 ・販売促進	
23年2月4日	(事務局)平由以子、永田由利子、久保田由紀子	ペルソナ設定の検討 資料集の見直し	
23年2月5日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	アンケートをとる	
23年2月7日	(事務局)平由以子、波多野信子、久保田由紀子、永田由利子(検討委員)朝廣和夫、松田一也、藤田英隆、(EPO)澤克彦、(環境省)寺西武夫	第3回検討会 ターゲットとなる場の想定の検討 販売所の開拓	
23年2月8日	(事務局)平由以子(BENLY)青山茂		
23年2月9日	(事務局)波多野信子、久保田由紀子、永田由利子	予算計画 講座内容	

資料編②

- ・顧客調査データ・アンケートデータ
- ・競合調査データ
- ・仕入先・販売予定先・協力団体の声
- ・調査機関の長期予測・トレンドレポート・業界レポート
- ・専門誌・業界紙の記事・データ
- ・ブログ・SNSの記事・データ
- ・官公庁データ
- ・写真
- ・会合議事録