

# 東北プロボノプロジェクト プロジェクト事例集

2023年3月

経済産業省東北経済産業局

# 目次

1. はじめに	P. 2
2. プロボノとは	P. 3
3. 東北プロボノプロジェクトについて	P. 8
4. 東北プロボノプロジェクト事例紹介	P. 14
▷2019年度の取り組み（6ヶ月プロジェクト）	
－株式会社巻組	P. 16
－株式会社バンザイ・ファクトリー	P. 18
－株式会社小高ワーカーズベース	P. 20
－株式会社ミライデザインワークス	P. 22
－株式会社Brew Good	P. 24
▷2020年度の取り組み（6ヶ月プロジェクト）	
－株式会社巻組	P. 27
－株式会社バンザイ・ファクトリー	P. 29
－株式会社小高ワーカーズベース	P. 31
－有限会社伊豆沼農産	P. 33
－株式会社さんりくみらい	P. 35
▷2020年度の取り組み（3週間プロジェクト）	
－株式会社幸呼来Japan	P. 38
－株式会社佐久	P. 40
▷2021年度の取り組み（1.5ヶ月プロジェクト）	
－合同会社とびしま	P. 43
－ジョウセン株式会社	P. 45
－有限会社西谷	P. 47
5. まとめ	P. 49
6. おわりに	P. 53

賃貸住宅管理運営事業／建築・設計事業
木工品・食品製造業
コワーキングスペース運営／ガラス製品製造・販売
建築・建設業
企画・コンサルティング業
賃貸住宅管理運営事業／建築・設計事業
木工品・食品製造業
コワーキングスペース運営／ガラス製品製造・販売
農業
水産業
障がい福祉サービス就労継続支援事業所運営 裂き織商品製作・販売
林業
地域活性化・維持事業
飲食業
消防・防災事業他

# 1. はじめに

## ■ 本事例集の位置付け

一般社団法人IMPACT Foundation Japanは、2019年から2021年にかけて東北経済産業局より委託を受けて、首都圏のプロボノ希望者と東北各地のプロボノ受け入れ事業者をマッチングし、プロジェクト伴走サポートを行う「東北プロボノプロジェクト」を実施してきました。本事例集は、3年間で23のプロジェクトを組成・伴走コーディネートしてきた事例を抜粋し、プロボノと協働するコツ・ツボをまとめたものです。

## ■ 目 的

本事例集は下記3点を目的としてまとめています。

- ・プロボノの概要について理解していただく
- ・プロボノと協働することのメリット／デメリットについて理解して、自社にて活用するかどうかの判断材料としていただく。
- ・プロボノと協働する場合のポイント・ツボを理解して、具体的なプロボノ活用の準備を進めていただく。

## ■ 対象読者

主に東北地域の中小企業を想定しています。

## 2. プロボノとは

### ■ プロボノとは？

プロボノは、仕事で培った専門的なスキル・経験等をボランティアとして提供する社会貢献活動を指します。

専門的な人材との協働であり、提案などの品質は担保されますが、一方でボランティアでの参加であり、業務への従事や成果には責任を負わない（負えない）ケースが多いです。

対価として金銭的報酬は発生しないが、企業の商品や地域の特産品などを御礼として贈答するケースもあります。

### ■ プロボノ人材が増加してきた背景

都市部の大手企業には最新のマーケティング手法やWEB戦略の知識を持った方や、業務ツールを活用してのPDCAサイクルの回し方を熟知している方など、高いスキル・ノウハウ・情報を持つビジネスパーソンが数多く在籍しています。

東日本大震災後、全国から専門的なスキルを持った人材がプロボノとして復興支援に従事したことから、プロボノの考え方が一般的に広がりました。

昨今ではコロナ禍の影響で地方に注目する人が増加し、地域企業の様々な課題解決を通して、社会貢献したいという人が増加しています。

又、2018年1月にモデル就業規則が改正されたことを契機として、大企業を中心に副業解禁の動きが広がり始め、コロナ禍における働き方や意識の変化もあって、首都圏では約3割の企業が副業を認めています。

社会貢献のためという理由に加え、副業の前の力試しという文脈でもプロボノ参加者が年々増えています。

## 2. プロボノとは

### ■ プロボノ人材のモチベーション／プロボノ人材が求めるもの

プロボノ人材は様々な理由から、無償のプロボノという形で自分の能力・スキルを提供しています。プロボノメンバーへのインタビュー等から、この動機は2層構造になっていることが多いことが見えてきました。まず個人的な動機をスタートとして、プロボノができる機会をネット等で探し始めます（Step1）。様々なプロジェクトを比較しながら、最終的には経営者（事業）のビジョンへの共感や、経営者の熱量に魅了されること（Step2）で、プロジェクトの参加を決めるというケースが多く見られます。

#### <プロボノ参加動機構造図>

プロジェクトへの参加

Step 2

経営者のビジョンへの共感  
経営者の熱量に魅了

Step 1

個人的な参加動機

#### <プロボノ参加動機（例）>

##### [動機①] 社会貢献をしたい

- ・ 離れてた故郷（東北地方）に貢献したい。
- ・ 2011年の東日本大震災の時に何もできなかったが、今ならばできることが増えたので、改めて貢献したい。
- ・ 今勤務している会社では世の中に役立っている実感がない。自分のスキルが役立つのであれば、社会貢献として活用したい。 等

##### [動機②] 自分のスキルを試してみたい

- ・ 副業／兼業にチャレンジしてみたいが、自分の力がどこまで通用するか未知数なので、まずは無償のプロボノで力試しをしたい。
- ※この理由で参加する方は、本業と同じ領域での活動に積極的です。

##### [動機③] これまで経験したことがない領域に挑戦してみたい

- ・ もっと自分のキャリアの幅を広げるために、未経験の領域に挑戦したい。
- ※この理由で参加する方は、本業とは違う領域での活動を希望されます。

#### ■受け入れのポイント

参加いただくメンバー1人1人しっかりと対話しながら、メンバーの参加動機を理解してプロジェクトをスタートすることが重要です。

## 2. プロボノとは

### ■ プロボノと協働する際の心構え

社員でも外注でもない「プロボノ」という形での協働に際しては、下記2点の心構えが特に重要です。

#### (1) プロボノはタダで使える便利な労働力ではない

プロボノを受け入れて協働するためには、経営者の時間が必要です。プロボノプロジェクトは、金銭的なコストはかかりませんが、経営者が対応する時間コスト（コミュニケーションコスト）は一般的な外注よりも圧倒的に増加します。無償でお願いできるからとりあえずプロボノにお願いしようという判断は、プロジェクトの崩壊を招きます。

※コミュニケーションコストが通常の外注よりも増加する理由

ほぼ初対面の方が集まり、プロジェクトを進めることとなります。前述した通り、なぜこのプロボノプロジェクトに参加したのか？ このプロジェクトから何を得たいのか？等の参加動機を丁寧に把握していく必要があります。また、事業者側も自らのパーソナルな部分を積極的に開示して相互理解を進めることが必要です。

プロボノメンバーとして参加する方は、その多くが自社とは全く異なる業種・業界の方です。これまでの自社の歴史に始まり、業界説明や、なぜこのプロジェクトを実施するのか？という背景があるのか？等を丁寧に伝えていく必要があります。

このほか、プロジェクトを進める中でプロボノメンバーから、そもそもこの課題には違う方法で対応した方が良いのではないのでしょうか？もっとよい方法を考えましょう等の提案が出てくることもあります。このような時にも丁寧にコミュニケーションを取っていくことが求められます。

いわゆる発注者マインドで、「何も言わず、あなたはこれをやってくればいいのです。」「あなたにそこまで説明する義務はありません。」とメンバーに伝えた瞬間にプロジェクトは崩壊します。

金銭的には無償ですが、メンバーとの丁寧なコミュニケーションが必須であり、コミュニケーションコストも含めて考えると無償の労働力ではないことを理解した上で、プロボノの受入可否を判断することが大切です。

## 2. プロボノとは

### ■ プロボノと協働する際の心構え

#### (2) なんでも解決してくれる魔法の道具ではない

プロボノメンバーはそれぞれの経験に基づいた一定の専門性は持っていますが、問題解決を専門としているコンサルタントではありません。「プロボノはなんでもできるでしょうから、全部あなたに任せます。」と丸投げすると、プロボノプロジェクトは崩壊します。

プロボノメンバーの多くは首都圏の企業に勤務しており、大企業の方もいます。よく知っている会社名を見てしまうと、なんでもできるスーパーマンのように誤解しがちですが、一人のチームメンバーとして取り扱うことが大切です。

プロボノメンバーと共に一緒に汗をかき、一緒に悩みながら、自社の課題を解決していくという認識が必要です。

## 2. プロボノとは

### ■ プロボノと協働する際の情報の取り扱いについて

プロボノプロジェクトは、社外の様々な方々と協働するプロジェクトです。それゆえ情報の取り扱いについては、慎重な取り扱いが必要になります。ここでは、特に重要となる2点を記載します。

#### (1) 機密情報の取り扱いについて

お互いに信頼関係が構築される前は、機密情報に触れないようにプロボノプロジェクトの範囲を設定することが大切です。どうしても機密情報を取り扱わないとプロジェクトが成立しない場合、事前に「プロジェクト期間中のみならず、プロジェクト終了後も第三者に開示・漏洩しない」等の取り決めをメンバーと事前に書面で行う等が重要です。また、特に慎重な取り扱いが求められる個人情報などについては、プロボノメンバーに一切開示しない／渡さない等の対策も重要です。

#### (2) 成果物の著作権等について

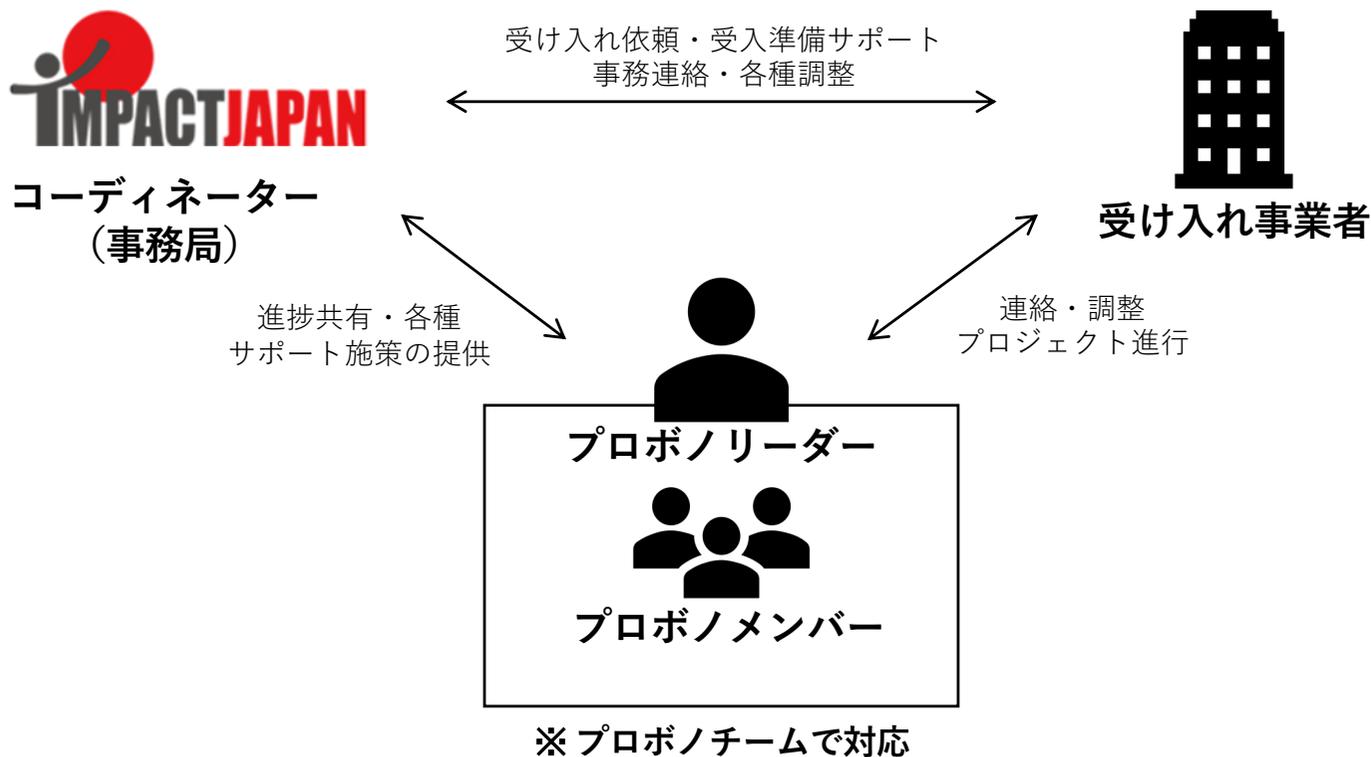
プロジェクト期間中にメンバーが作成した成果物については、その全ての権利を事業者側に譲渡する取り決めを事前に行うことが重要です。また、プロボノメンバーが意図せず、所属する企業の機密情報などを持ち出して、プロボノ活動に使用しない（させない）ことも大切です。プロジェクト期間中の情報の取り扱いには、自社の情報のみならず、プロボノ側（本業）からの情報漏洩も発生させないように目を配ることが必要になります。

プロジェクト開始前に各種書面のやりとりをあえて郵送で実施することで、プロボノメンバーの現住所を確認したり、一人一人の事務レベルを確認するなどの方法も有効です。

# 3. 東北プロボノプロジェクトについて

## ■ 概要

東北プロボノプロジェクトは、東北で「誰かのために、地域のために、社会のために」という純粋な想いを持ち、自分自身の心が喜ぶ事を大切にしながら自ら手を動かし、先陣を切る事業者の熱量を体感しながら手触り感のある活動に取り組むプロボノプロジェクトです。下図のような体制にて2019年度～2021年度に渡り、計23プロジェクトを実施をしてきました。



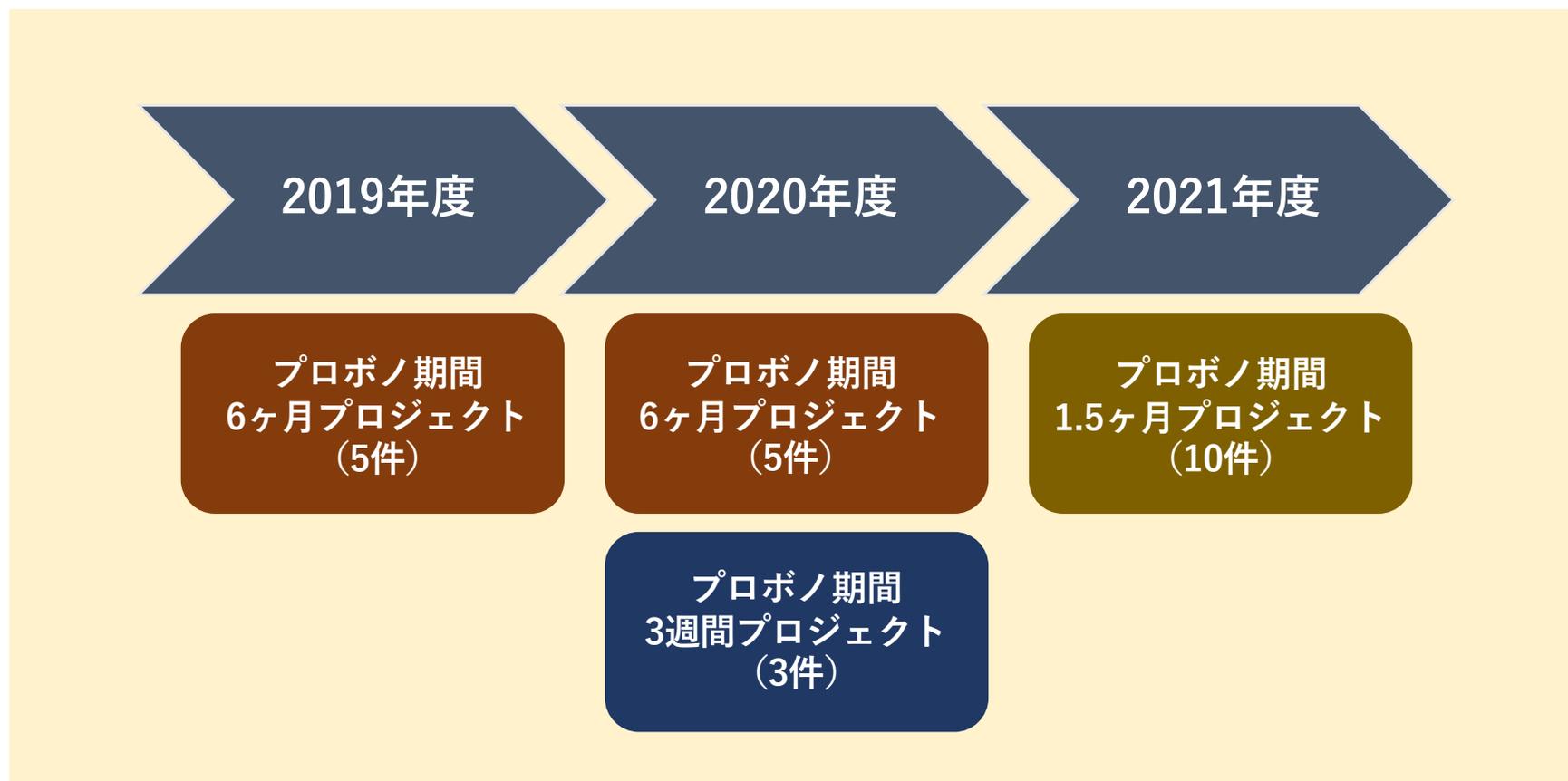
### <役割詳細について (用語解説)>

- ・コーディネーター (事務局)  
事務局としての役割に加え、各プロジェクトを横断的にコーディネートを実施。
- ・プロボノリーダー (通称: PL)  
プロジェクトチームの取りまとめを行う責任者。受け入れ事業者とプロボノメンバーをつなぎながら円滑なチーム活動を推進する。
- ・プロボノメンバー  
一般のプロボノ参加者。プロボノリーダーやほかの参加者と共に、チーム活動を行う。
- ・受け入れ事業者  
プロボノ活動の受け入れを行う事業者。適宜、プロボノと一緒に活動にしながら、自社の取り組みを推進する

### 3. 東北プロボノプロジェクトについて

#### ■ 各年度実施プロジェクトについて

2019年度～2021年度にて、プロボノ期間を「6ヶ月」・「1.5ヶ月」・「3週間」と異なる期間で設定してプロジェクトを実施しました。



# 3. 東北プロボノプロジェクトについて

## ■ 各年度の実施プロジェクトについて（2019年度：6ヶ月プロジェクト）

### ■ 実施期間

2019年10月～2020年3月

### ■ 実施プロジェクト数

5件

### ■ 受け入れ事業者

- ・ 株式会社巻組（宮城県石巻市） . . . . . P. 16
- ・ 株式会社バンザイ・ファクトリー（岩手県大船渡市） . . P. 18
- ・ 株式会社小高ワーカーズベース（福島県南相馬市） . . . P. 20
- ・ 株式会社ミライデザインワークス（宮城県仙台市） . . . P. 22
- ・ 株式会社Brew Good（岩手県遠野市） . . . . . P. 24

### ■ プロジェクトの特徴

受入事業者とプロボノメンバーの相互理解を深めてから、プロボノ活動を行うべく、プロボノ活動期間を6ヶ月と設定したプロジェクト。受入事業者とプロボノメンバーが一緒になって今回のプロボノで何を実施するか？という課題の切り出しから一緒に実施しました。また、首都圏のプロボノメンバーと東北の受入事業者の目線がずれないように、プロジェクト開始時及びプロジェクト終了時（成果物納品時）の現地訪問を必須として実施しました。

※2020年1月頃からの新型コロナウイルスの流行に伴い、終了時の現地訪問は全てのプロジェクトで中止し、オンラインで成果報告会（納品）を実施。



# 3. 東北プロボノプロジェクトについて

## ■ 各年度の実施プロジェクトについて（2020年度：6ヶ月プロジェクト）

### ■ 実施期間

2020年9月～2021年3月

### ■ 実施プロジェクト数

5件

### ■ 受け入れ事業者

- ・ 株式会社巻組（宮城県石巻市） . . . . . P. 27
- ・ 株式会社バンザイ・ファクトリー（岩手県大船渡市） . . P. 29
- ・ 株式会社小高ワーカーズベース（福島県南相馬市） . . . P. 31
- ・ 有限会社伊豆沼農産（宮城県登米市） . . . . . P. 33
- ・ 株式会社さんりくみらい（宮城県気仙沼市） . . . . . P. 35

### ■ プロジェクトの特徴

2019年度と同様に、受入事業者とプロボノメンバーの相互理解を深めてから、プロボノ活動を行うべく、プロボノ活動期間を6ヶ月と設定したプロジェクト。受入事業者とプロボノメンバーが一緒になって今回のプロボノで何を実施するか？という課題の切り出しから一緒に実施しました。

※2020年度については、新型コロナウイルスの影響により、現地訪問を一切行わず全てオンラインで実施。



### 3. 東北プロボノプロジェクトについて

#### ■ 各年度の実施プロジェクトについて（2020年度：3週間プロジェクト）

##### ■ 実施期間

2020年7月～2020年8月

##### ■ 実施プロジェクト数

3件

##### ■ 受け入れ事業者

- ・ 株式会社幸呼来Japan（岩手県盛岡市）・・・ P. 38
- ・ 株式会社佐久（宮城県南三陸町）・・・ P. 40
- ・ 株式会社阿部伊組（宮城県南三陸町）

##### ■ プロジェクトの特徴

プロボノ期間6ヶ月は少し長く参加しづらいという声が、事業者側／プロボノメンバー側からあがっていたこともあり、プロボノ期間3週間とした短期決戦プロジェクトとして実施しました。6ヶ月プロボノで最も時間がかかっていた「プロボノが関わる課題設定」を、プロジェクト開始前に受入事業者とコーディネーターにて調整することで、プロボノ期間の短縮を図りました。

※新型コロナウイルスの影響＋短期決戦プロジェクトであることから、現地訪問なしの完全オンラインプロジェクトとして実施。



### 3. 東北プロボノプロジェクトについて

#### ■ 各年度の実施プロジェクトについて（2021年度：1.5ヶ月プロジェクト）

■実施期間 2021年9月～2021年3月

■実施プロジェクト数 10件

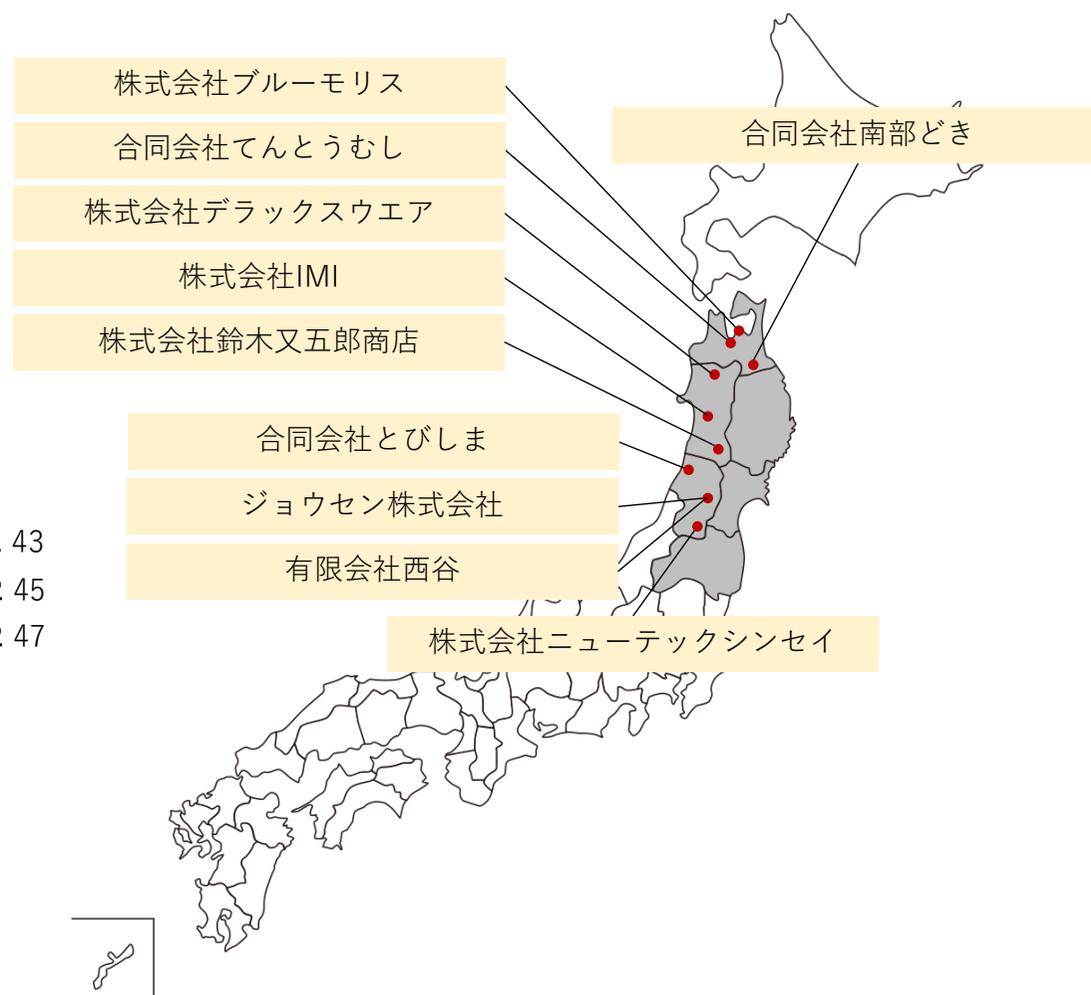
#### ■受け入れ事業者

- ・ 合同会社てんとうむし（青森県青森市）
- ・ 合同会社南部どき（青森県三戸町）
- ・ 株式会社ブルーモリス（青森県平内町）
- ・ 株式会社鈴木又五郎商店（秋田県湯沢市）
- ・ 株式会社IMI（秋田県大仙市）
- ・ 株式会社デラックスウエア（秋田県大館市）
- ・ 株式会社ニューテックシンセイ（山形県米沢市）
- ・ 合同会社とびしま（山形県酒田市）・・・P. 43
- ・ ジョウセン株式会社（山形県山形市）・・・P. 45
- ・ 有限会社西谷（山形県山形市）・・・P. 47

#### ■プロジェクトの特徴

3週間プロボノのメリットを活かしながら、デメリットを解消するために、プロボノ活動期間を1.5ヶ月で設定したプロジェクト。これまでのプロジェクトコーディネートのノウハウを活用して、プロジェクト進行をパッケージ化して、成果物のクオリティを担保していく工夫を行いました。

※新型コロナウイルスの影響により、全てオンラインで実施。



## 4. 事例紹介

### ▷2019年度の取り組み（6ヶ月プロジェクト）

- 一株式会社巻組 . . . . . P. 16
- 一株式会社バンザイ・ファクトリー . . . . . P. 18
- 一株式会社小高ワーカーズベース . . . . . P. 20
- 一株式会社ミライデザインワークス . . . . . P. 22
- 一株式会社Brew Good . . . . . P. 24

### ▷2020年度の取り組み（6ヶ月プロジェクト）

- 一株式会社巻組 . . . . . P. 27
- 一株式会社バンザイ・ファクトリー . . . . . P. 29
- 一株式会社小高ワーカーズベース . . . . . P. 31
- 一有限会社伊豆沼農産 . . . . . P. 33
- 一株式会社さんりくみらい . . . . . P. 35

### ▷2020年度の取り組み（3週間プロジェクト）

- 一株式会社幸呼来Japan . . . . . P. 38
- 一株式会社佐久 . . . . . P. 40

### ▷2021年度の取り組み（1.5ヶ月プロジェクト）

- 一合同会社とびしま . . . . . P. 43
- 一ジョウセン株式会社 . . . . . P. 45
- 一有限会社西谷 . . . . . P. 47

# 2019年度のプロジェクト事例

= 6ヶ月プロジェクト：5件 =

株式会社巻組 [宮城県石巻市]



巻組東京支部として、継続的に巻組に関わるコミュニティを形成するプロジェクト

宮城県で2番目に大きい街、石巻。震災では大きな被害を被った地域ですが、震災後「石巻ローカルベンチャー」と呼ばれるおもしろさを求め、様々な思いを抱えて事業を開始する人が増えた地域でもあります。

そんな街で「出る杭、作ります」を合言葉に活動している巻組。震災後に来たボランティアの滞り場所作りから始まった事業は、今やシェアハウスのプロデュース 運用、イシノマキオモシロ不動産大作戦といった不動産プロジェクトから、石巻版松下塾、とりあえずやってみよう大学といった人材育成、地域活性のプロジェクトまで多岐に渡ります。

東京（首都圏）と石巻のネットワークをより太くして巻組の次の一步につなげていくために、巻組東京支部をつくり、様々な形でファンコミュニティと一緒に形成を目指したプロジェクトです。

■プロジェクト詳細web : <https://tohoku-probono.mystrikingly.com/8>

< 成果物 >

- 企業向けアート思考研修コンテンツ企画書
- プロジェクト最終報告書（総括）

< プロボノメンバー > \*赤色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業（所属業界・業種）
1	40代	東京都	IT
2	20代	神奈川県	新規事業企画 開発
3	40代	神奈川県	エンジニア（SW HW） 管理
4	20代	東京都	営業 人事 webデザイン
5	20代	東京都	営業 企画
6	50代	東京都	危機管理 キャリアコンサルタント
7	30代	神奈川県	営業 経営コンサルタント
8	30代	東京都	デザイン 企画

< プロジェクトスケジュール >



■ 事業者情報

業 種	賃貸住宅管理運営事業 建築 設計事業
設 立	2015年 *2021年に株式会社へ移行
代 表	渡邊 享子
従業員	6名
web	<a href="https://makigumi.org">https://makigumi.org</a>

■ プロジェクト担当者



代表取締役  
渡邊 享子

2011年、大学院在学中に東日本大震災が発生、研究室の仲間とともに石巻へ支援に入る。東日本大震災をきっかけに石巻へ移住。2015年に巻組を設立。資産価値の低い空き家を買って上げ、クリエイターをターゲットとした大家業をスタート。シェアやリユースを切り口に地方の不動産が流動化する仕組みづくりを模索中。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■期待値 60点

■コメント

- ✓ これまでプロボノを受け入れた経験はあり、首都圏の人材と、地方の立ち上げ期の会社との目線のずれは理解していました。
- ✓ その目線のずれも理解しながら、うまくコラボレーションすることもある程度はできるだろうと考えて受け入れを決めました。

### Q プロジェクト実施後の感想

■満足度 80点

■コメント

- ✓ ファン作りを目的としてプロボノ受入を行ったが現在までつながっている方がいることが最大の成果です。
- ✓ プロボノメンバーの方が「このプロボノ経験で人生が変わりました」と言ってくれたのは嬉しかったです。
- ✓ プロボノメンバーをお客様として扱わず、お互いある程度コミットしていく方が、コアなファンになると考えています。本気でコミットしてくれるメンバーが集まってくれたことに満足しています。

### Q プロボノ人材活用の意味

プロボノ期間で良い関係性をつくり、その関係性を活用していけるところが、プロボノの良いところだと考えています。こちらから相談する時にとっても頼りになるのが、様々な経歴 背景のプロボノメンバーの方々です。

具体的な困りごとが出てきたタイミングで、そういえばあの人詳しくあったなと思い出し、つながっている元プロボノメンバーに相談し、必要であれば、有償で仕事を依頼することもあり、プロボノではなく、「プロ」として活躍してもらっています。プロボノ期間中に一緒に悩みながらアクションする時間は、素敵な人材リストを作るための「投資期間」として捉えています。

## プロボノ参加者の声

✓ 勤務先やボランティア活動では得られないような濃い体験やネットワークが得られたこと。自分の強みが地方というフィールドでどう役立てられるのかが見つかったことがこの活動を通じて得られた価値です。貴重な体験となりました。

✓ プロジェクト活動を通じて今の自分のしている仕事とは別の考え方があるということを知ることができたのは大きな気づきとなりました。

## プロジェクトの様子



mtgの様子



現地訪問の様子



石巻のクリエイティブチームによる  
アート思考  
体験学習プログラムのご紹介

合同会社巻組

プログラム概要

新事業開発、0→1を生み出すために不可欠である内発的動機（パッション）に着目し、参加者が自分自身と出会い、自分自身で思考することを主眼に設計されたメニュー

フランスのビジネススクールESCP (Ecole Supérieure de Commerce de Paris) のアート思考ワークショップ (Art thinking improbable workshop) のプロセスを参照し構成 (\*)

石巻で生まれているビジネスに学び、石巻の起業家の思考に触れる体験  
活版屋の現代アート作家とともに新たなビジネスの機を共創する体験  
(石巻Reborn Art Festival 参加アーティストを招待)

Session	テーマ	プロセス*	実施内容	狙い
レクチャー	石巻・巻組を知る アーツレクチャー	—	主催者・参加アーティストの紹介	アーティストの作品・コンセプトに触れる
ワークショップ①	自身の趣味(ペインティング)の振り返り	質疑、演説	改めて失敗や挫折を語り、他の参加者・アーティストの観点で分析	自己開示、得意の得意、自身・巻組との出会い
ワークショップ②	巻組のレジデンシスの紹介	質疑、演説	巻組のレジデンシスをプレゼンした巻組アーティストと対話し、アイデアを出し合う	ありえない発想・実態から生まれるものを発見
提案作成	アイデアからの提案制作	質疑、演説 対話	ワークショップで出たアイデアを分析し、実際に実現したいものを選び、作りあげる	分析する・構想する・思いを膨らませない 変化のための対話を学ぶ
発表	提案の発表	出版	提案を発表する(アート作品と見立てて発表)	自身の作品を客観的に見る、新たなヒントを得る

納品物・成果物（企業向けアート思考研修コンテンツ企画書）

## 事務局（コーディネーター）所感

これまでに学生インターンの受け入れや、他の社会人プロボノの受け入れも経験されており、スムーズなプロジェクト進行になりました。参加いただくプロボノ側と受け入れ側の巻組がお互いにwin-winな関係になるよう、期間中に常に気を配っている姿が印象に残っています。

プロボノメンバーに対する丁寧なご対応が、今後の関係性につながることを事例で理解できたプロジェクトでした。



株式会社バンザイ・ファクトリー [岩手県大船渡市]

三陸の自然資源を価値に変換したオリジナル商品の  
マーケティング戦略を立案するプロジェクト

5年以上に及ぶ研究開発を経て、椿を使った「椿茶」や、これまで廃棄されていた養殖ワカメの茎部分を活用した「三陸わかめの大黒柱」などを商品化してきた株式会社バンザイファクトリー。

三陸の自然資源を価値に変換したオリジナル商品をいかに消費者の手に届けていくか、「椿茶」「三陸わかめの大黒柱」の2商品について、現状課題の整理と、マーケティング戦略や販売戦略の立案を目的に実施したプロジェクトです。

■プロジェクト詳細web: <https://tohoku-probono.mystrikingly.com/5>

<成果物>

- 椿茶新訴求メッセージ
- わかめ乾燥シミュレーション調査結果書
- 椿茶イメージキャラクター
- 市場競争情報調査書
- プロジェクト最終報告書 (総括)

<プロボノメンバー> \*赤色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業 (所属業界・業種)
1	50代	神奈川県	コンサルティング
2	30代	神奈川県	システム運用 インフラ構築
3	40代	東京都	IT (エンジニア)
4	40代	東京都	経理 会計 監査 管理
5	60代	埼玉県	マーケティング

<プロジェクトスケジュール>



事業者情報

業種	木工品 食品製造業
設立	2005年
代表	高橋 和良
従業員	11名
web	<a href="https://www.sagar.jp">https://www.sagar.jp</a>

プロジェクト担当者



代表取締役  
高橋 和良

三重大学大学院工学研究科後期博士課程退学。工学博士号取得。大手コンピュータ2社の合併会社(国策型企業)にて開発、(株)リコーや関連会社に出向勤務後、(株)CSKのグループ企業設立に参加、創業時専務取締役就任。医療システム開発会社を創業、M&Aにて引退し、東日本大震災後に陸前高田市に移住。陸前高田を拠点に、世界初となる「オンリーワン」のものづくりを行い、世界に向けて販売。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■期待値 30点

■コメント

✓ プロボノという言葉も初めて聞き、具体的に何を行うのか？自社にとって何がメリットなのか、全くわからなかったというのが正直なところです。

✓ プロボノは、「売上を倍」にしてくれるような JOBベースで手伝ってくれる人ではないことは理解していました。信頼している人に紹介されたことで、そうではない「何か」に期待して、受け入れを決めました。

### Q プロボノ人材活用の意味

✓ 自社のビジョンを共有し、それをしっかりと理解してくれるプロボノメンバーと、同じ目線で仲間としてディスカッションできる事が、とてもありがたかったです。このような仲間ができる意味はとても大きいと思います。

✓ プロボノメンバーと共にディスカッションして、色々な属性の人から「いいですね！」と言われてもらえることで、自分の判断に自信を持つ事ができました。物事がうまく進まない時でも、プロボノメンバーとの前向きなディスカッションを行うことで、自分のモチベーションを維持することができるという事は、とても価値があると思います。

## プロボノ参加者の声

✓ 事業者さんがプロボノという活動に初めて参加した我々メンバーに対して率直に意見を求めてくださったり、会話などのやり取りの中で刺激を受けたことをすぐに事業に取り入れてくださったことがとても印象に残っています。

✓ 自分の想像や目に見えることだけではなく、見えないところにもイメージを膨らませて相手だったらどう思うか、どうしたら喜んでもらえるか、といったことを考えられるようになりました。ありがとうございました。

### Q プロジェクト実施後の感想

■満足度 70点

■コメント

✓ 現地に来ていただき、実際に製造現場と実際の商品（現物）をみて、ディスカッションできたことが、相互理解を深めるためにも重要であったと思います。

✓ 商品ラインナップを見直すタイミングであったこともあり、具体的 現実的なディスカッションとなりました。メンバーの意見を参考にしながら、自分の中で色々と考えを深めることができました。

✓ 取組の中で、新商品開発の際に必要な、簡易シミュレーションを実施して頂き、その結果をベースに工程をブラッシュアップすることができました。

## プロジェクトの様子



mtgの様子



現地訪問の様子



納品物 成果物（イメージキャラクター）



納品物 成果物（椿茶新訴求メッセージ）



納品物 成果物（椿茶新訴求メッセージ）



## 事務局（コーディネーター）所感

現地を訪問し、実際の製造現場を見ながら高橋さんの情熱あふれる説明を聞いたことは、参加メンバーにとって非常に大きな刺激となりました。

また、プロジェクト期間中のプロボノメンバーとのディスカッションでは、高橋さんから、その考え面白い！刺激的だ！という発言が何回もあり、お互いにより相互作用が生まれたプロジェクトでした。

これまで全く縁がなかった人達がプロボノでつながり、参加メンバーと受け入れ事業者がお互いに大きな刺激を受けることが、プロボノ活動の一番の醍醐味だと改めて認識できた事例です。



株式会社小高ワークスペース [福島県南相馬市]

コワーキングスペースの会員増加施策の立案

+

独自ブランドガラス商品のマーケティング施策を立案するプロジェクト

震災後、避難指定区域として人口0人となった南相馬市の小高地区。全てがゼロとなったこの地で「何もないからこそ何でもできる」という想いで、地域内外の人々が繋がる拠点として株式会社小高ワークスペースを設立。2019年1月に宿泊施設付きコワーキングスペース「小高パイオニアヴィレッジ」を建設。又、地元の女性たちに仕事を作りたい、という想いからハンドメイドガラス工房「HARIOランプワークファクトリー小高」を設立しました。

「小高パイオニアヴィレッジ(OPV)」の会員増に向けた仕組みづくりとハンドメイドガラス工房「HARIOランプワークファクトリー小高」の独自ブランド「iriser(イリゼ)」の売り上げ拡大に向けた戦略づくりを目的に実施したプロジェクトです。

■プロジェクト詳細web：<https://tohoku-probono.mystrikingly.com/4>

< 成果物 >

- 《ガラス工房オリジナルブランド「iriser(イリゼ)」》  
 ■首都圏販路開拓(商談成立1件) ■ECサイトアクセス分析 改善提案書  
 《宿泊付きコワーキングスペース「小高パイオニアヴィレッジ(OPV)」》  
 ■新規会員獲得戦略企画書 ■イベント企画書

< プロボノメンバー > \*赤色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業(所属業界・業種)
1	50代	千葉県	コンサルティング
2	20代	千葉県	研究
3	40代	東京都	SE 管理
4	40代	東京都	広告 広報 PR
5	30代	神奈川県	財務 経理 新規事業&組織開発
6	20代	東京都	ライティング
7	40代	東京都	IT 管理

< プロジェクトスケジュール >



■ 事業者情報

業種	コワーキングスペース運営 ガラス製品製造 販売
設立	2014年
代表	和田 智行
従業員	15名
web	<a href="https://owb.jp">https://owb.jp</a>

■ プロジェクト担当者



代表取締役  
和田 智行

南相馬市小高区生まれ。東日本大震災では自宅が警戒区域に指定され家族とともに避難生活を送るも、2014年避難区域初のコワーキングスペース事業を開始。その後、食堂や仮設スーパー、ガラスアクセサリ工房など、住民帰還の呼び水となる事業の創出に取り組む。





株式会社 ミライデザインワークス [宮城県仙台市]

DIO (Do It Yourself) の意味・価値を、共に考え  
共に発信するプロジェクト

株式会社ミライデザインワークスは、「DIO! (Do It Yourself!)」を合言葉に、今までの「全てを専門家に任せる建築」から、みんなで参加して、自分たちの手を動かしながら創る「自発 巻き込み 参加型」の工事スタイルを提案しています。プロが手がければ効率も良い建築のプロセスの中で、依頼主や地域の人々、子どもたちを巻き込みながら、建築物を通して夢を創り上げるサポートをするドリームビルダーとして活動しています。

「DIO! (Do It Yourself!)」というこれまでに世の中になかった新しい建築のカタチを、より多くの人々に伝えたいという想いを、HPやブランドブック等を通じて、共に発信していくプロジェクトです。

■プロジェクト詳細web : <https://tohoku-probono.mystrikingly.com/7>

< 成果物 >

- アプローチブック (営業資料)
- マネタイズ企画書
- サービスメニュー企画書
- ワークショップ設計書
- プロジェクト最終報告書 (総括)

< プロボノメンバー > \*赤色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業 (所属業界・業種)
1	30代	東京都	IT 営業 管理
2	30代	東京都	営業
3	30代	宮城県	マーケティング 広告 企画 管理
4	70代	東京都	冷暖房設備事業
5	30代	神奈川県	IT (Windows系SE)
6	40代	神奈川県	人材 教育

< プロジェクトスケジュール >



■ 事業者情報

業種	建築 建設業
設立	2013年
代表	小島 英弥夫
従業員	5名
web	<a href="https://www.doitourself.jp">https://www.doitourself.jp</a> <a href="https://www.mirai-designworks.jp">https://www.mirai-designworks.jp</a>

■ プロジェクト担当者



代表取締役  
小島 英弥夫

仙台市出身。一級建築士。高校時代に建築に興味をもち、大学時代バックパッカーで世界中を旅する。旅の途中、まちの第一印象は、誰かが何かに「チャレンジしている空気感」で変わると気がつく。ハウスメーカー就職後、震災を機に独立。プロも素人も一緒に作業するDIYならぬ「DIO=DO IT OURSELF!」自発 参加 巻き込み型の工事スタイルで、愛着のある空間づくりを行う。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■期待値 80点

■コメント

- ✓ プロボノを受け入れたタイミングは、自社独自の尖ったコンセプトを持った新規サービス（DIO）の立ち上げ期であったので、首都圏でバリバリと仕事をしている企業の方々と、このサービスに関して議論できることに期待していました。
- ✓ 議論の中で、自分が考えていたビジネスモデルとは又違ったビジネスモデルが見えてくるかもしれない。という期待もありました。

### Q プロボノ人材活用の意味

- ✓ プロボノには、「お互いを理解するまでに時間がかかる」、「納期管理のあり方」というような難しさがあるが、東京でバリバリと働いているビジネスマンの方々とディスカッションしながら、プロジェクトを進められることは貴重な機会でした。プロボノのメリット・デメリットを把握できたので、今後も状況に応じてプロボノや、有償での外注などを活用していきたいと思えます。

## プロボノ参加者の声

- ✓ これまで地元なのに気づけていなかった東北の面白さに気付いたり、素敵な人達と一緒に活動できたり、今後のミッションが見つかったりと、とても意義のある半年間でした！

- ✓ 成果物納品の際に事業者さんから前向きなお言葉を頂くことが出来、半年間事業者さんのためを思い活動してきた時間が報われ達成感を感じる事が出来ました。

### Q プロジェクト実施後の感想

■満足度 90点

■コメント

- ✓ メンバー全員がとても積極的に関わってくれたことが、嬉しかったです。さらには、ビジネスモデルを分析し、DIOで提供している価値を整理、お客様にわかりやすい形で「メニュー」として提示できるように整えていただいたことにとても感謝しています。コロナ禍にならなければ、このプロボノで作成したツールを使ってDIOを一気に拡大できていた実感があります。
- ✓ プロボノメンバーに対して、自分たち事業者側は何を提供できるのか？何を提供しなければならないのか？という部分がすっきり整理できず、心理的な負担が最後まで残りました。

## プロジェクトの様子



mtgの様子



その夢、一緒に叶えませんか？

MIRAI DESIGN WORKS

納品物 成果物（アプローチブック（営業資料））



MISSION  
日本全国の発起人さんが  
「一歩踏み出したくなる」社会を創り出す。

創業者の想い



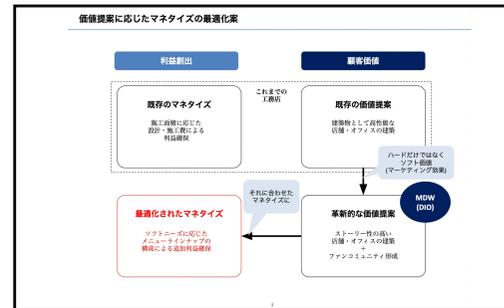
株式会社ミライデザインワークス 代表  
小島 実勢夫 (Emio Ojima)

私たちは「一歩踏み出したくなる」社会を創り出すことを目指しています。

それは、発起人さん（「何かやりたい」という想い）がいた。  
「誰かをして、始めてみてほしい」と思える人たちが居るべき社会です。  
発起人さん、発起人が自ら居るのではなく、みんなが背中を押さるような社会です。  
そして、もしも誰かをして、始めて、やらせようとするところからスタートが社会です。

私たちは、日本中の発起人さんを応援しています。  
発起人さんが一歩踏み出したと思えるときに、  
その背中を押さるべき社会が生まれます。

「誰かをして始める人も、それを応援する人も、  
応援する仲間がまわれば、もっと楽しくなると思っています。  
「誰かをして始めるような社会」もつくることで、  
日本が「一歩踏み出したくなる」社会を創り出すことを目指しています。



納品物 成果物（マネタイズ企画書）

納品物 成果物（ワークショップ設計書）

## 事務局（コーディネーター）所感

プロボノメンバーから出てくる提案について、小島さんは毎回スピード感をもって「いいね！！」「すごい！」「こうすれば、もっとよくなるかも！」という反応をしていただきました。

スピーディーかつ情熱あふれるコミュニケーションによって、チームメンバーがどんどん盛り上がり、素晴らしい成果を出していくプロセスを見ている中で、受け入れ側の事業者側のコミュニケーションがとても大切だと再認識したプロジェクトでした。



株式会社 Brew Good [岩手県遠野市]

「ホップの里」から「ビールの里へ」  
遠野市のリブランディングから始まる  
新しいチャレンジに伴走するプロジェクト

岩手県遠野市に拠点をおき、日本産ホップの持続可能な生産体制の確立を通じ、また、ホップの魅力を最大限に活用しながら官民が一体となって未来のまちづくりに取り組む株式会社 Brew Good。遠野市でさまざまな挑戦をしながら、得られた知見をもとに、他の自治体や企業の課題に対して、実践的で具体的な解決もサポートしています。

「ビールの里」構想実現にむけて、ビアコミュニティの企画立案（ホップやビールを通じたファンコミュニティの企画やPR施策の立案）とビアツーリズムの企画立案（遠野に実際に訪問していただくためのビアツーリズムの企画 PR ブランディング戦略の立案）を目的としたプロジェクトです。

■プロジェクト詳細web：<https://tohoku-probono.mystrikingly.com/brew-good>

<成果物>

- ビアコミュニティ企画案
- ビアツーリズム企画案
- プロジェクト最終報告書（総括）

<プロボノメンバー> \*赤色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業（所属業界・業種）
1	40代	東京都	IT 人事 管理
2	30代	神奈川県	営業 危機管理
3	30代	東京都	営業 ITコンサルティング
4	30代	東京都	企画 開発 管理
5	40代	東京都	エンジニア 管理
6	20代	宮城県	観光 旅行 鉄道
7	20代	東京都	人事 Webデザイン

<プロジェクトスケジュール>



■ 事業者情報

業種	企画 コンサルティング業
設立	2018年
代表	田村 淳一
従業員	2名
web	<a href="https://brewgood.jp">https://brewgood.jp</a>

■ プロジェクト担当者



代表取締役  
田村 淳一

和歌山県田辺市出身。大学卒業後、株式会社リクルートに入社し、住宅関連の新規事業の立ち上げや法人営業を担当。2016年に退職し岩手県遠野市に移住。2017年には仲間と株式会社遠野醸造を設立し、翌年春にビール醸造所兼レストランを開業。ホップとビールによるまちづくりの推進、新たな産業創出のため2018年に株式会社BrewGoodを創業。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■期待値 60点

■コメント

- ✓ ファンを増やすための1つの手法として、これまで「ビール」や「遠野」に全く関係がない人たちとつながるきっかけとして、プロボノをやってみようと考えました。
- ✓ これまでにも様々な形でプロボノに関わってもらっていました。プロボノの限界もある程度理解していたので60点としました。ただ、これまで関わった事がない人達とのプロジェクトになるので、どのような新しい事がおこるのだろうか？という点でとてもワクワクしていました。

### Q プロボノ人材活用の意味

- ✓ コロナ禍で改めて理解したのが、オンラインでつながるだけでは、なかなかファンづくりまでは難しいという点です。やはり実際に遠野に来ていただき、現地で体験してもらうことで、初めてファンになっていただける。この遠野に来るための1つのきっかけづくり 遠野のファンづくりとして、プロボノは可能性を感じています。
- ✓ プロボノとして一緒に活動して頂くと、自社をととてもよく理解していただき、自分たちのビジョンなどにもとても共感して頂けます。このような方々に業務として（有償で）外注することは、目線が揃っているのでもとても安心できると感じました。自社の事業拡大（展開）に備えての、社外の信頼できるネットワークづくり/チーム作りという点でも、プロボノプロジェクトを一緒に行うことには意味があると思います。

## プロボノ参加者の声

- ✓ 現地で活動されている事業者さん、地域みなさんのお考え 活動に直接触れることができたところが一番印象に残っています。所属の会社での仕事以外に、社会との繋がり 接点をふやす1歩として価値があると思います。
- ✓ 会社のような閉鎖的な環境では出会えない人たちとのプロジェクト。しかもみんな前向きなエキスパートなので6ヶ月という長丁場のプロジェクトであったが終始楽しかったです。

### Q プロジェクト実施後の感想

■満足度 50点

■コメント

- ✓ プロボノメンバーが中心となって現地訪問ツアーを企画していましたが、コロナ流行に伴い全てキャンセルとなり、最後が消化不良で終わってしまったのが残念でした。プロボノメンバーの動き方やご提案内容に不満があるものではないです。※参加して頂いたプロボノメンバーも同じ消化不良感を抱えていると思います。
- ✓ オンラインで関係性をつくることはできますが、それを継続していくことの難しさを知りました。プロボノ期間終了後、継続的につながる接点をどのように設計していくか事業者側にも計画性が求められることを理解しました。

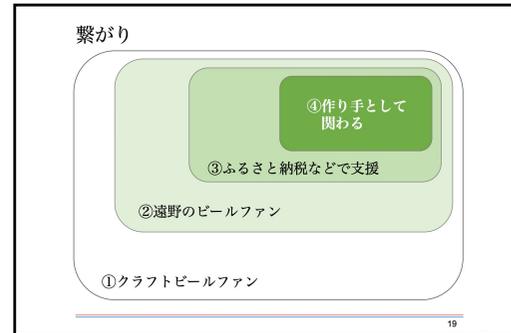
## プロジェクトの様子



mtgの様子



現地訪問の様子



納品物 成果物（ピアコミュニティ ビアツーリズム企画案）

**身近なことから参加**  
=自らコミュニティ会員の一人!

- ・東京近郊でのイベント企画の手伝い
- 遠野での対応が難しいものがあれば、東京でできる作業をお手伝い
- ・SNSを使って自ら発信
- イベント告知、イベントレポート
- ・遠野ゆかりのお店に譲り（@東京）
- 友達との飲み会の場に利用
- 友達と遠野醸造のビールを味わう
- ・遠野ネット取組の平日お手伝い

**今ある縁を使って盛り上げる**  
=他コミュニティとのコラボ

- ・カレーコミュニティ「Curry」や渋谷ズンチャカ!とのコラボ企画
- ・遠野ゆかりのお店の常連になって、そのお店でイベント企画

**新しい企画を提案**

- ・クラフトビールを持ち寄るイベントを企画・開催、アレンジを自ら行う
- ex) <https://www.facebook.com/events/4981111111111111>
- ・国産クラフト生ビール家庭料理を楽しむ会、メイクラフトの山崎さん
- ・「遠野ビール協会会員の会」を、まずは今回のプロボノメンバーから始める



## 事務局（コーディネーター）所感

田村さんはとてもビジョナリーな経営者です。プロボノチームが迷った時も、常に明確なビジョンを指し示していただき一緒に考えていただいたことで、プロボノメンバーの実力が引き出されていきました。

遠野を訪問するためのきっかけとして「プロボノ」の可能性を感じて頂いたことは、とても嬉しく思います。

# 2020年度のプロジェクト事例

= 6ヶ月プロジェクト：5件 =



「Creative Hub」を中心とした巻組の営業戦略立案と  
実践に取り組むプロジェクト

宮城県で2番目に大きい街、石巻。震災では大きな被害を被った地域ですが、震災後「石巻ローカルベンチャー」と呼ばれるおもしろさを求め、様々な思いを抱えて事業を開始する人が増えた地域でもあります。

そんな街で「出る杭、作ります」を合言葉に活動している巻組。震災後に来たボランティアの滞り場所作りから始まった事業は、今やシェアハウスのプロデュース運用、イシノマキオモシロ不動産大作戦といった不動産プロジェクトなど多岐に渡ります。取り扱う物件は、絶望的な条件の空き家。地元の不動産屋さんが匙を投げた資産価値ゼロの物件を魅力的な場所にリノベーションし、クリエイティブな人たちの活躍の場所として提供している。この魅力が少しずつ認知され、全国からアーティストやクリエイター、その卵たちが集まってくるようになってきました。

田舎ならではの贈与経済をベースにクリエイターの卵が地域と共創する「Creative Hub」を中心とした、巻組の営業戦略立案と実践に取り組んだプロジェクトです。

■プロジェクト詳細web : <https://tohoku-probono.mystrikingly.com/8>

<成果物>

- 収益力の改善企画ツール レポート
- SNS運用計画書&コンテンツ制作
- チームビルディング支援
- プロジェクト最終報告書(総括)

<プロボノメンバー> \*赤色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業(所属業界・業種)
1	40代	東京都	電機 管理
2	40代	神奈川県	人材育成
3	60代	宮城県	デザイン 管理
4	20代	神奈川県	新規事業開発
5	30代	東京都	新規事業開発
6	30代	東京都	行政
7	50代	宮城県	研究
8	50代	宮城県	管理 キャリアコンサルタント

<プロジェクトスケジュール>



■ 事業者情報

業種	賃貸住宅管理運営事業 建築 設計事業
設立	2015年 *2021年に株式会社へ移行
代表	渡邊 享子
従業員	6名
web	<a href="https://makigumi.org">https://makigumi.org</a>

■ プロジェクト担当者



代表取締役  
渡邊 享子

2011年、大学院在学中に東日本大震災が発生、研究室の仲間とともに石巻へ支援に入る。東日本大震災をきっかけに石巻へ移住。2015年に巻組を設立。資産価値の低い空き家を買上げ、クリエイターをターゲットとした大家業をスタート。シェアやリユースを切り口に地方の不動産が流動化する仕組みづくりを模索中。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■期待値 50点

■コメント

- ✓ コロナの影響で完全オンライン開催になったことから、期待値は昨年度の受け入れの時よりも下がっていました。
- ✓ オンラインで「現場感」をどこまで伝えられるか、不安を感じていました。

### Q プロジェクト実施後の感想

■満足度 75点

■コメント

- ✓ 当初の懸念通り完全オンラインだと、「現場感」をメンバーに伝え切ることができず、やや不完全燃焼でした。「現場感」を伝えることで、プロボノメンバーが感情移入していただけようになり、コミット度も変わってくると感じています。ただ、オンラインであったが、チームメンバー全員がしっかりと関わってくれたことに感謝しています。

※数人のメンバーはコロナ感染状況が落ち着いたタイミングで、プライベートで石巻に来ていただき、その方々には現場で色々なものをお伝えすることができました。

### Q プロボノ人材活用の意味

- ✓ プロボノが持っている知識 ノウハウ 考え方など、社内メンバーがその場で学べるように、うまくプロボノプロジェクトを活用していきたいと考えています。

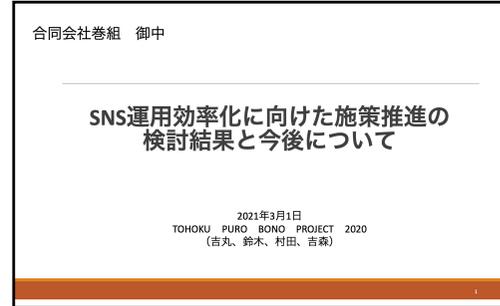
- ✓ 本や動画で学ぶのではなく、ノウハウ 知識を持っているプロボノメンバーに教えてもらいながら、日々の業務の中で学ぶことが一番効率がよく、又、面白いものになっていくと思います。

## プロボノ参加者の声

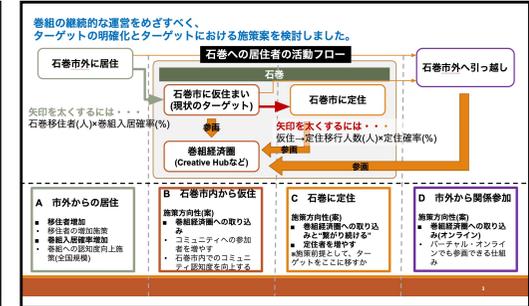
- ✓ 視野が広がりました。（自己の日常にない考えや進め方の手段を得られた）

- ✓ 社外での活動に参加する事で見えた自身の強みの再発見と社内で培ってきた経験やスキルが社外でも通用する、むしろ重宝されるんだという自信に繋がったことが大きかったです。一方で課題点も見つけることができたのでとても良い機会でした。また、普段関わることがないような業種職種の参加メンバーと関わることが大きな財産です。

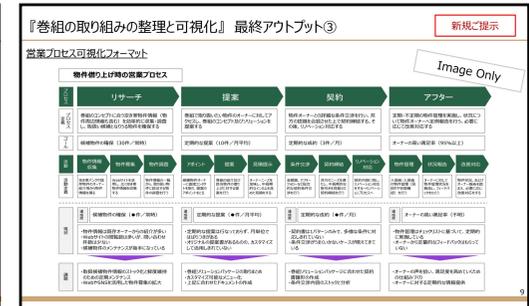
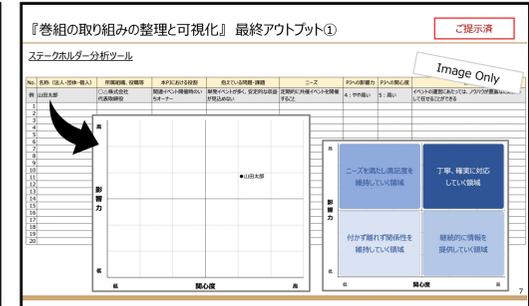
## プロジェクトの様子



納品物 成果物 (SNS運用計画書 & コンテンツ制作)



納品物 成果物 (収益力の改善企画ツール レポート)



納品物 成果物 (収益力の改善企画ツール レポート)

## 事務局 (コーディネーター) 所感

コロナ禍で完全オンライン対応となり、オンラインで巻組が大切にしている現場感をどのように伝えるか、色々と試行錯誤したプロジェクトでした。

企業としても成長する中で、渡邊さんから「これまでとは違う形で、お互いにwin-winとなるプロボノ活用方法のイメージを持た。今後につながると思う」というコメントを頂けたことは嬉しく思います。企業のステージに応じて、プロボノとの協働方法も変わってくるとを実体験できたプロジェクトになりました。



## 株式会社バンザイ・ファクトリー [岩手県大船渡市]

### 三陸の自然資源を価値に変換した「椿茶」のマーケティング戦略を立案するプロジェクト

5年以上に及ぶ研究開発を経て、椿を使った「椿茶」や、これまで廃棄されていた養殖ワカメの茎部分を活用した「三陸わかめの大黒柱」などを商品化してきた株式会社バンザイファクトリー。

三陸の自然資源を価値に変換したオリジナル商品をいかに消費者の手に届けていくか。「椿茶」にフォーカスし、事業の柱に成長させるためのマーケティング戦略の企画立案を目的にしたプロジェクトです。

■プロジェクト詳細web：<https://tohoku-probono.mystrikingly.com/5>

#### < 成果物 >

- 広報動画制作
- オンラインサロンイベント実施
- プロジェクト最終報告書（総括）

#### < プロボノメンバー > \*赤色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業（所属業界・業種）
1	40代	神奈川県	コンサルティング
2	60代	埼玉県	マーケティング 営業
3	20代	東京都	マーケティング
4	40代	神奈川県	システム設計&運用
5	30代	鹿児島県	編成 総務 経理
6	20代	東京都	営業 管理 新規事業開発
7	40代	東京都	総務
8	30代	神奈川県	行政
9	30代	宮城県	営業
10	20代	宮城県	旅行 観光
11	30代	神奈川県	IT 著作権対応

#### < プロジェクトスケジュール >



#### 事業者情報

業種	木工品 食品製造業
設立	2005年
代表	高橋 和良
従業員	11名
web	<a href="https://www.sagar.jp">https://www.sagar.jp</a>

#### プロジェクト担当者



代表取締役  
高橋 和良

三重大学大学院工学研究科後期博士課程退学。工学博士号取得。大手コンピュータ2社の合弁会社(国策型企業)にて開発、(株)リコーや関連会社に出向勤務後、(株)CSKのグループ企業設立に参加、創業時専務取締役就任。医療システム開発会社を創業、M&Aにて引退し、東日本大震災後に陸前高田市に移住。陸前高田を拠点に、世界初となる「オンリーワン」のものづくりを行い、世界に向けて販売。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■期待値 20点

■コメント

- ✓ 完全オンラインかつ現地にも来れない事がわかっていたので期待値がさがっていました。
- ✓ 製造現場に来て頂けないので、現場の臨場感やこちらの思いが伝わらないことを危惧していました。

### Q プロジェクト実施後の感想

■満足度 120点

■コメント

- ✓ コロナ禍もあり、心が折れそうな時が何度もあったが、プロボノメンバーとの前向きなディスカッションの場が持てたことで、自分のモチベーションを維持し続けることができたことが最大の成果でした。プロボノメンバーには、とても感謝しています。
- ✓ 昨年度から継続してくれたメンバーが多く、ある程度の相互理解ができて信頼関係があったので、深いディスカッションができました。その関係の上で提案頂いた内容は、実際に実装（web改修 動画制作）することができました。

### Q プロボノ人材活用の意味

- ✓ プロボノとは何なのか、今でも正直よく分かっていません。ただ、一つ言えることは、社外に仲間が増えたということです。社員ではないのに、困ったことがあれば相談でき、良いことがあれば一緒に笑ってくれる仲間ができたこと。この仲間達がいたからこそ、コロナ禍で自分のモチベーションを維持できたので、とても感謝しています。
- ✓ プロボノは、専門性をもって助言してくれるコンサルタントではない。コンサルタントとの違いは、その人と仲間としてディスカッションできるかどうか？ということなのだと思っています。プロボノと仲間としてディスカッションして、そこで出た結論は、自分にとってもそれを取り入れて行動変革につなげやすい。それがプロボノの醍醐味だと思います。

## プロボノ参加者の声

- ✓ 事業者さんから、「プロボノのみなさんが作ってくれた『椿マインド』の言葉で、地域の人たちの気持ちがひとつになった。」と言っていたことは素直に嬉しかったです。自分たちの活動が事業者さん、ひいては地域の人にも良い影響を与えることが出来たという貴重な機会となりました。
- ✓ 完全オンラインでしたが、裏を返せば、在宅のまま新しい方々（事業者、プロボノメンバー）に出会うことが出来たし、新しい世界を知ることが出来た良い時間でした。

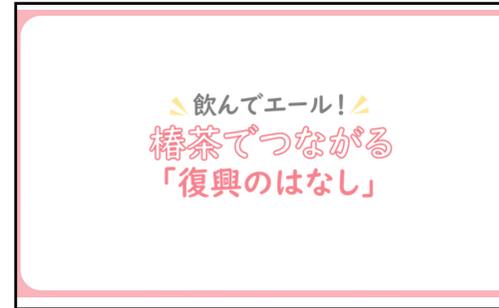
## プロジェクトの様子



納品物 成果物（広報動画制作）



納品物 成果物（オンラインサロンイベント実施）



納品物 成果物（プロジェクト最終報告書（総括））



納品物 成果物（プロジェクト最終報告書（総括））



## 事務局（コーディネーター）所感

様々な経営判断を迫られ、最終的な結果責任を全て引き受ける経営者は孤独です。都市部では周りにも経営者は多く、同じ目線で相談できる人は一定数いるのですが、地方にいけばいくほど、経営者と同じ目線で相談できる場面は少なくなっていくのだと思います。

利害関係が絡まないプロボノが社外の「仲間」という存在になり、この仲間にモチベーションを維持していくことを助けていただいたという高橋さんの言葉は、コーディネーターとしてもとても嬉しく思います。

地方の企業（経営者）がプロボノを受け入れていただく、一つの意味を見つけられた事例です。



株式会社小高ワークスペース [福島県南相馬市]

### コワーキングスペースの会員増加施策の立案

+

### 独自ブランドガラス商品のマーケティング施策を立案するプロジェクト

震災後、避難指定区域として人口0人となった南相馬市の小高地区。全てがゼロとなったこの地で「何もないからこそ何でもできる」という想いで、地域内外の人々が繋がる拠点として株式会社小高ワークスペースを設立。2019年1月に宿泊施設付きコワーキングスペース「小高パイオニアヴィレッジ」を建設。又、地元の女性たちに仕事を作りたい、という想いからハンドメイドガラス工房「HARIOランプワークファクトリー小高」を設立しました。

「小高パイオニアヴィレッジ(OPV)」の会員増に向けた仕組みづくりとハンドメイドガラス工房「HARIOランプワークファクトリー小高」の独自ブランド「iriser (イリゼ)」の売り上げ拡大に向けた戦略づくりを目的に実施したプロジェクトです。

■プロジェクト詳細web : <https://tohoku-probono.mystrikingly.com/4>

#### < 成果物 >

- 《ガラス工房オリジナルブランド「iriser (イリゼ)」》
- ブランディング企画書 ■ ECサイトアクセス分析 改善提案書 ■販促キャンペーン企画書
- 《宿泊付きコワーキングスペース「小高パイオニアヴィレッジ (OPV)」》
- オンラインイベント開催 ■宿泊プラン企画 設計
- 《Next Commons Lab南相馬の駅舎活用プロジェクト「Way-Way」》
- 駅舎活用 運用企画書 ■駅舎活用イベント開催

#### < プロボノメンバー >

- 参加人数 21名
- 年代 20代(4名)、30代(9名)、40代(6名)、50代(1名)、60代(1名)
- 居住地 東京都(8名)、神奈川県(6名)、宮城県(6名)、千葉県(1名)
- 業種業界

管理、販売、セキュリティ	IT	国際業務、契約&法務、広報
デジタルマーケティング	ライティング	通信、管理
営業	営業	IT、管理
経理	鉄道、土木	webディレクション
マーケティング、商品開発	コンサルティング(行政)	研究
イベントプランニング、司会	電気、管理	ライティング、管理
広告	リスク&セキュリティ管理	組織設計

#### < プロジェクトスケジュール >



#### ■ 事業者情報

業種	コワーキングスペース運営 ガラス製品製造 販売
設立	2014年
代表	和田 智行
従業員	15名
web	<a href="https://owb.jp">https://owb.jp</a>

#### ■ プロジェクト担当者



代表取締役  
和田 智行

南相馬市小高区生まれ。東日本大震災では自宅が警戒区域に指定され家族とともに避難生活を送るも、2014年避難区域初のコワーキングスペース事業を開始。その後、食堂や仮設スーパー、ガラスアクセサリ工房など、住民帰還の呼び水となる事業の創出に取り組む。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■期待値 70点

■コメント

✓ 完全オンラインではありましたが、2019年からの継続プロジェクトということもあり、よい関係性が構築できることに期待していました。

### Q プロジェクト実施後の感想

■満足度 70点

■コメント

✓ とても多くの人に参加いただくことができました。昨年以上に様々な人たちとネットワークを構築できると楽しみにしていましたが、人数が多いと途中で辞める人も一定数いたのが少し残念でした。

✓ プロボノメンバーが、受入事業者である私たちの会社という枠を越えて、地域に積極的に働きかけてくれたことが一番の成果だと思います。

### Q プロボノ人材活用の意味

✓ プロボノ活動を受け入れることで、様々な人脈ネットワークが広がりました。プロジェクトの途中からブランディングの専門家も参加してくれるなど、人が人を呼ぶことを理解することができました。

✓ 首都圏には様々な形で地方に関わりたい人がいます。その人たちと信頼関係を構築しながら、色々なネットワークを広げていくための手法として、プロボノは有意義だと思います。

## プロボノ参加者の声

✓ 現地に足を運び、南相馬市担当者、起業家、大学生、高校生、プロボノが一同に介して熱量溢れる議論を交わしたシーンはとても印象に残っています。

✓ 組織 世代を越境して価値観 スキルを持ち合い連携することで、個別組織では出せない共創ならではの掛け算受益ある成果を生み出すことが出来ました。これは、事業者 プロボノ双方に得られる価値があったように感じました。

## プロジェクトの様子

3-4. Iriser販路拡大（課題と対策） チームバイオニア

「Iriser」ブランド設立から2年。取り扱い商品数は増加しているが、販路チャネルであるECサイトや販路、商品広報に昨年度からの以下の課題を抱えており、テコ入れが必要な状況は変わらない。

#	課題	2019対策	2020対策
ECサイト			
1	知名度が低く、ページViewが伸びない	【対策1】既存HPのSEO対策	【対策3】HP掲載キーワード見直し
2	サイトの位置付けが分かりにくい	【対策2】HPリニューアル	(未着手) ※EC機能分離も検討予定
3	緩やかな訪問の仕様が無い		
4	取扱い商品のアピールが弱い		
販路			
1	EC以外の販路がほとんど無い	【対策3】首都圏取扱店舗開拓	(コロナ禍のため対応見送り)
2	製品ラインナップがまだ少ない	【対策4】製品ラインナップの拡充	(OWB策で対応中)
商品広報			
1	特定商品の売上げ伸びない		【対策2】SNSマーケティング実施
2	新たな顧客層開拓が出来ない		

納品物 成果物（ECサイトアクセス分析 改善提案書）

3-4. 【対策1】HP掲載キーワード見直し（ブランドイメージ設定） チームバイオニア

「Iriser」ECサイトの検索エンジンでのマッチング向上のために、HPに埋め込むべき検索キーワードを改めて洗い出し、そのために商品のブランドイメージを再定義した。

ブランドイメージ	キーワード
「日常に寄り添い、生活や心にと寄り添い、勇気を与える」	【対策1】HP掲載キーワード見直し
「どんな時も自分に一番近いところで見守ってくれる安心感の提供」	
「1日1日があたらしく輝けるように、日々の暮らしに寄り添う」	
「その人らしく輝けるように、常に寄り添って応援し、勇気を与える」	

キーとなる商品コンセプト  
「イリゼは、高張る人の心に寄り添う(ができる)唯一無二のガラス小物、(ガラス高品)イリゼは、ありのままの自分を輝かせる唯一無二のガラス小物」  
「ブランドができるまでの物語で人の心を動かすことができるアクセサリー/ガラス小物」  
「ストーリーを持った製品であるということ」

活動実績①：「熱量」が燃えわたる新しいワークセッション「バイオニア」がスタート！ チームバイオニア

開催日	2020/12/26 15:00 - 17:00@Zoom
人数	申込：31名、当日参加：21名
URL	<a href="https://minamisoworkation.peatix.com/">https://minamisoworkation.peatix.com/</a> (現在申込終了)
登壇者	馬場 仁 (南相馬市役所) 和田 眞行 (株式会社小高ワークスペース) 石川 真志 (一般社団法人 Work Design Lab) 眞野 貴征 (一般社団法人新興事業創出機構)
概要	後述の「雑談×ワークショップ」プログラムの開催にあたり、産業界と地域事業者双方にとっての意義(関わりシロ)をディスカッション。多数の参加者と共に、新しい働き方を通じた地方への関わり方に理解と関心を深めた。

納品物 成果物（オンラインイベント開催）

活動実績②：あなたも地域の担い手！～オンラインで関わる南相馬～ チームバイオニア

開催日	2021/02/28 10:00 - 12:00@Zoom
人数	申込：20名 (2021/02/20現在)
URL	<a href="https://www.facebook.com/events/1067118863765085">https://www.facebook.com/events/1067118863765085</a>
登壇者	後藤 謙 (MYSH合同会社) 安藤 誠基 (VTFLy) 馬場 仁 (南相馬市役所) 西山 里佳 (marutti株式会社) 西原 真仁 (チームバイオニア)
概要	小高ならびに南相馬市で活躍する地域の担い手達を招き、活動の内容とその魅力を紹介するだけでなく、参加者がオンラインを通じて「地域の担い手」になれる、新しい「関わり方」を提示した。

小高ワークスペース 御中 チームバイオニア

プロボノ活動報告書  
期間：2020年9月～2021年2月

2021.3.3  
チームバイオニア

納品物 成果物（プロジェクト最終報告書（総括））

2. 課題と施策 チームバイオニア

2020年度は、以下の3つのテーマについて取り組むべきゴールを設定した。テーマ1と2は昨年からのゴールをそのまま継続した。

テーマ	ゴール
【テーマ1】 ハンドメイドガラスブランド「Iriser（イリゼ）」	売上月平均100万円安定化に向けたPDCAサイクルの確立（EC改善および販路拡大）
【テーマ2】 宿泊付きワーキングスペース「小高バイオニアヴィレッジ」	売上月60-70万円を達成するための実行計画の策定、各種プロモーションの実施
【テーマ3】 小高駅舎活用プロジェクト「Way-Way（ウェイウェイ）」	駅舎活用プランの策定、駅舎を軸としたコミュニティ形成、各種プロモーションの実施

## 事務局（コーディネーター）所感

和田さんの熱量により、非常に多くのプロボノ参加希望者に参加申し込みをいただき、最終的には20名を超えるメンバーに参加頂くプロジェクトになりました。

参加メンバーの方にアンケートをとったところ、年齢、性別、居住地、業種がバラバラの方々でしたが、ほぼ全員から経営者の熱量 ビジョンに共感して参加したと回答いただきました。

私たちにとっても、プロボノメンバーの募集に一番重要なことは経営者の「熱量」「ビジョン」であるということを知ることができた事例です。



有限会社伊豆沼農産 [宮城県登米市]

伊豆沼の自然のめぐみを上手に使いながら、  
都市と地方の縁をつなぐ事業モデルを開発するプロジェクト

有限会社伊豆沼農産では、人口減少が進む農村の課題解決のためには外から人を呼び込む事業（「農村を産業化」すること）が必要との想いから、養豚・水稲・果樹等の生産に加え食農体験施設運営や社員研修の受入等を通じ、「都市」と「農村」をつなぐこと」を目指してきました。

コロナ禍において「都市」と「農村」のつながりが揺らぐ中、プロボノメンバーを「都市」と「農村」の「つなぎ人」と位置づけ、「ゆらがない・支えあう」新たな事業モデルを創ることを目的としたプロジェクトです。

■プロジェクト詳細web： <https://tohoku-probono.mystrikingly.com/izunuma>

<成果物>

- 登米市・伊豆沼魅力コンテンツ集
- オフライン・オンラインツアー案
- オンラインイベント開催
- プロジェクト最終報告書（総括および今後の展開提案）

<プロボノメンバー> \*赤色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業（所属業界・業種）
1	40代	神奈川県	IT
2	40代	宮城県	広告 マーケティング
3	40代	神奈川県	IT DX 営業 新規事業開発
4	30代	埼玉県	SNSマーケティング 営業
5	30代	宮城県	人材教育
6	30代	新潟県	エネルギー
7	40代	東京都	経営企画 新規事業開発

<プロジェクトスケジュール>



■ 事業者情報

業種	農業
設立	1988年
代表	伊藤 秀雄
従業員	40名
web	<a href="https://www.izunuma.co.jp">https://www.izunuma.co.jp</a>

■ プロジェクト担当者



代表取締役  
伊藤 秀雄

宮城県登米市出身。1988年伊豆沼農産を創業。農畜産物の6次産業化に取り組み、地域と連携した食品の一貫生産販売システムを確立。「伊豆沼ハム」や「伊達の純粋赤豚」のブランドにて、国内外多数の賞を受賞。地域資源を活かした様々な取り組みを通じ新たな「農村産業」の構築を目指す。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■期待値 50点

■コメント

- ✓ 「プロボノ」についての理解は最初から持っていました。
- ✓ 『関係人口を拡げていきたい』という自社課題との親和性を感じたことから受入れを決めました。

### Q プロボノ人材活用の意味

- ✓ 首都圏在住の方々（自社ターゲット顧客）の日々の暮らし&考えていること&感じていることなどをリアルに知ることができることができました。
- ✓ 首都圏の方々のリアルな感想をベースにして、以前からあたためていた企画をブラッシュアップして、他の企業に提案したところ、反応がよく成約につながる見込みです。
- ✓ プロボノや専門家派遣（副業・兼業人材）とそれぞれの特徴を踏まえて、状況に応じて外部人材とコラボレーションを進めていきたいと考えています。

## プロボノ参加者の声

- ✓ mtgを重ね、関係を深めていくとともに、受け入れ事業者さんとの距離感がどんどん近づいていき、仲間の一員になれたと思えたときはとても嬉しかったです。
- ✓ 事業者さんのお力になれたのはもちろんのこと、オンラインファシリテーションを含む、本業にも活きる自分自身の業務スキルの経験値を積むことができたことは良い経験となりました。

### Q プロジェクト実施後の感想

■満足度 80点

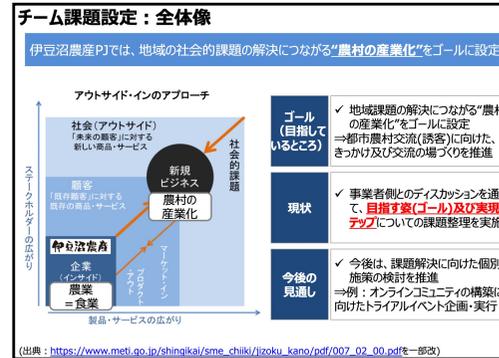
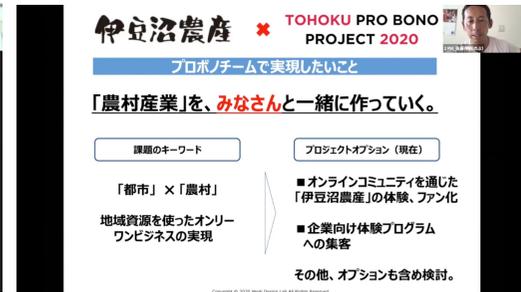
■コメント

- ✓ 消費者や観光客ではなく、自分たちが大事にしている価値観を理解し、同じビジョンを指してくれる「仲間」が首都圏にできました。
- ✓ 外部人材と様々な形でコラボレーションをしていく必要性が腹落ちした。新しい人にどんどん接点をもっていくことが必要だと思います。

## プロジェクトの様子



mtgの様子



### チーム最終提案：目指す姿（ゴール）のイメージ

都市と農村の双方向の交流を実現するためには、体験価値を最大化するリエゾンが必要

	課題認識	解決方向性
総論	農村側から一方的に発信だけでは、継続的な都市側の巻き込みは困難	都市と農村をつなぐリエゾンとなる「食農体験ソムリエ」を育成・支援
農村生産者	■ 地元の魅力を発信（自然・食、等） ■ 地元事業者の施設整備については手厚く補助（ハード強化）	■ 地元の魅力を“人”を通じて発信（自然・食、等） ■ コミュニティの核となる“食農体験ソムリエ”を育成・支援【ソフト強化】
都市消費者	■ ホスピタリティ＝「ホット」：情報が高精度で、参加者の関与度が低い（農村→都市） ■ 非日常経験の享受提供（単発）	■ 関わりしろ＝「クール」：情報が低精度で、参加者の関与度が高い（農村⇄都市） ■ 新しい「日常」として、ライフスタイルに反映（継続的）

納品物 成果物（プロジェクト最終報告書）



開催イベントのバナー画像の様子

## 事務局（コーディネーター）所感

代表取締役の伊藤さんと佐藤さんの2名体制で、プロボノメンバーを受け入れていただきました。佐藤さんがプロボノメンバーと伊藤社長の関係をうまくつないでいただくことで、スムーズにプロジェクトを進めることができました。

今回のプロジェクトを通じて、「企業」のみならず「地域」にとっても外部人材を積極的に受け入れていく必要性を強く感じていただけたことは、私たちにとっても一つの成果であり、とても嬉しく思います。



## 気仙沼の水産物の味と生産者の魅力をコロナ禍でも伝えきる 手法を企画立案するプロジェクト

株式会社さんりくみらいは、気仙沼の3事業者（藤田商店、株式会社MCF、カネヒデ吉田商店）が中心となり2017年に設立されました。※2019年に株式会社千葉喜商店も参画。

生産者と加工業者の協業を通じ、高品質の水産物 水産加工品を企画。個人や飲食店と直接つながり商品をに届けることで、三陸&気仙沼の魅力を全国に伝えていくことを目指しています。

上記のvisionに基づき、「仙台圏 首都圏の方々とのつながり（接点）をどうつくるか?」「コロナ禍の時代に、「気仙沼の生産者の魅力」+「味」をどのように伝えていくのか?」の2つのテーマにてプロジェクトを実施しました。

■プロジェクト詳細web：<https://tohoku-probono.mystrikingly.com/11>

### < 成果物 >

- Blogサイト開設
- Twitterアカウント開設
- Instagramアカウント開設
- クラウドファンディング企画・実施
- プロジェクト最終報告書（総括）

### < プロボノメンバー > \*赤色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業（所属業界・業種）
1	30代	東京都	IT 営業 管理
2	50代	宮城県	製菓
3	30代	神奈川県	IT (Windows系SE)
4	30代	栃木県	自動車 企画設計
5	30代	東京都	コンサルティング（経営 行政）

### < プロジェクトスケジュール >



### ■ 事業者情報

業 種	水産業
設 立	2017年
代 表	藤田 純一
従業員	2名
web	<a href="https://sanrikumirai.co.jp">https://sanrikumirai.co.jp</a>

### ■ プロジェクト担当者



代表取締役  
藤田 純一

株式会社さんりくみらい 代表取締役。  
藤田商店代表取締役。  
1977年生まれ。先祖代々漁師の家系に育つ。現在はわかめ養殖に携わりながら、生産者 水産加工業者 市場仲買業者の各社が持つノウハウを活用し、高品質品市場の創出と消費者の方への三陸水産物、水産加工品のプロデュース機能を担う2社を運営する。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■期待値 50点

■コメント

- ✓ プロボノがよくわかっていなかったの  
で、期待していたものはあまりな  
かったです。
- ✓ とりあえず害にはならないから、やっ  
てみようかという気持ちで受入れを決  
めました。

### Q プロボノ人材活用の意味

- ✓ 経営者の方には、プロボノ活用をぜひオススメしたいです。ただ、経営者自身にやりたいことが  
無いと難しいとも感じます。経営者として「想い」がある人であれば、その想いの熱量に感化さ  
れ、プロボノメンバーも貢献意欲 活動意欲が高まっていくと思います。
- ✓ プロボノは、自分にはないものを補ってくれて、自分（経営者）の想いを形にしてくれるメンバ  
ーだと感じました。多少お金に余裕があり投資できる会社は副業／兼業人材を活用すればよいと思  
います。ただ、大きい投資（出費）がなくても、想いがあれば始めることができるのがプロボノだ  
とします。

## プロボノ参加者の声

- ✓ 漁業に関する知識を色々知ることができました。また、クラウドファンディングを行った経験か  
らは、社会に働きかける力の大きさと可能性に気づくことが出来ました。イラストなど、本業では  
ない趣味の部分を活かすことが出来、嬉しかったです。
- ✓ 会社を組織している経営者にインタビューをして、興味深い話を聞いたことは貴重な経験でした。  
わかめを情熱をかけて養殖している話を聞き、これまで、わかめに想いを馳せて、わかめのお味増  
汁を飲んだことがなかったが、わかめを、とても、特別な、大切なものと感じられるようにな  
った。

### Q プロジェクト実施後の感想

■満足度 200点

■コメント

- ✓ 楽しかったです。終了後も継続して連絡  
しています友達ができただけの感覚が強いです。
- ✓ プロボノとして無償で、そこまでやっ  
てくれるのかという経験ができました。そ  
こまでしてくれる「人」が好きになりま  
した。
- ✓ 最後に100万円ぐらいの請求書がこない  
か、いつもドキドキしています。それぐ  
らいプロボノメンバーの活動成果に満足し  
ています。
- ✓ このコロナ禍でも、5人中2人が気仙沼に  
遊びに来てくれました。プロボノは、気仙  
沼とつながる新しい形だと思います。

## プロジェクトの様子



mtgの様子



納品物・成果物 (クラウドファンディング企画・実施)



納品物・成果物 (Blogサイト開設)



納品物・成果物 (Instagram、Twitter開設)

## 事務局 (コーディネーター) 所感

生産者が直接消費者とつながることで、お互いが幸せになれる事例でした。市場を通すとどうしてもカットされてしまう様々な情報が、人間同士のお付き合いという中で自然と伝わり、お互いの満足感が向上しました。マーケットでは伝えられないことを伝え、ビジョンを共有できる仲間をつくるための「プロボノ」という活用方法に気がつくことができた事例でした。

# 2020年度のプロジェクト事例

= 3週間プロジェクト：2件 =



## 裂き織り技術を活用したアパレルブランド「SACCORA」の成長に向けたマーケティング戦略を立案するプロジェクト

株式会社幸呼来Japanでは、「もったいないを、もっとゆたかに」を理念に、障がいのある方が、個性を活かしながら東北地方に伝わる伝統技法「裂き織」による商品製造・販売を行っています。

同社の新ブランド「SACCORA」を通じ、BtoC事業の更なる展開に向けたマーケティング戦略立案（ペルソナ像設定・付加価値言語化・新規販路検討等）を目的としたプロジェクトです。

■プロジェクト詳細web：<https://tohoku-probono.mystrikingly.com/japan-1>

### <成果物>

- 消費者アンケート設計 実施 ■ターゲット メッセージの言語化 ■Instagram運用企画書
- 工房見学動画の構成設計書 ■DANBOLOOMを用いた自主創作 ■プロジェクト最終報告書

### <プロボノメンバー> \*青色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業（所属業界・業種）
1	30代	大阪府	企画 管理
2	20代	北海道	営業
3	30代	東京都	営業
4	20代	東京都	ライティング
5	50代	宮城県	人事 育成
6	50代	宮城県	管理
7	20代	東京都	営業
8	20代	宮城県	広告 企画

### <プロジェクトスケジュール>



### ■ 事業者情報

業種	障がい福祉サービス就労継続支援事業所の運営 裂き織商品の製作 販売
設立	2011年
代表	石頭 悦
従業員	22名
web	<a href="https://saccora-japan.com">https://saccora-japan.com</a>

### ■ プロジェクト担当者



代表取締役  
石頭 悦

山形県酒田市生まれ。特別支援学校の生徒が織る「裂き織」という伝統技術に深い魅力と感銘を受け、障がいのある方達が「裂き織」で社会から頼られ、生き生きと活躍できる場を作りたいという想いから2011年に株式会社幸呼来Japan設立。家庭内織物だった「裂き織」を世界に発信し、「SAKIORI」を世界の共通語にしようとチャレンジの日々が続いている。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■期待値 30点

■コメント

- ✓ プロボノという言葉は聞いたことがなかった。信頼できる人からの紹介であったため、自社に害がないのであれば、とりあえず挑戦してみますぐらいの感覚で受け入れを決めました。
- ✓ SNS運用やSNSからのECサイトへの動線設計など、自社で弱い部分について、外部の方からアドバイスを頂きたいと以前から考えており、この部分のアドバイスを期待していました。

### Q プロボノ人材活用の意味

自社の課題が、ある程度明確になっていること。  
その課題について、外部の人材を活用して、なんとかしようと、ある程度の優先順位を高めて解決しようと思っていること。

この2点がないと、プロボノメンバーに入っていたとしても、お互いに混乱するだけで終わってしまうと思います。

## プロボノ参加者の声

✓ 参加メンバーそれぞれが、事業者さんのために、一生懸命、力になりたいという共通の気持ちを持ち活動を行えました。事業者さんから感謝のお言葉を頂けたこと。成果物を作り上げることが出来たことはとても達成感がありました。

✓ 「日常の仕事の枠を超えた業務に携わることができる面白いプロジェクトがあるよ！」と周りの同僚に勧めたいと思います。

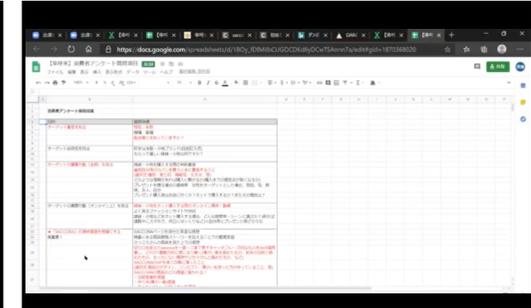
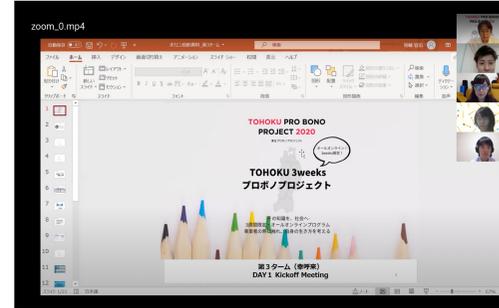
### Q プロジェクト実施後の感想

■満足度 120点

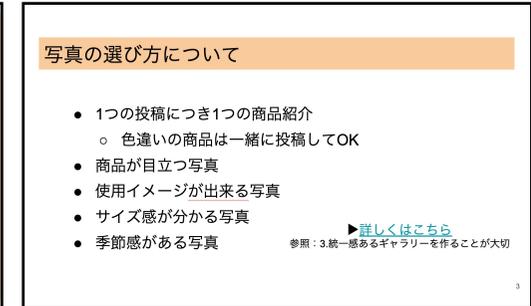
■コメント

- ✓ 初回mtgの際に、プロボノメンバー方々から「自分はどんなスキルを持っている／何ができそうだと思っている」をしっかりと伝えていただいたため、期待値が上がりました。
- ✓ ペルソナを作成いただいたことで、ターゲットとなる方が弊社の商品に関してどのような情報を欲しがっているのか？が具体的に理解できたことが一番の収穫でした。また、その他にもキーマッセージや工房見学動画などの成果物は今でも活用させていただいています。

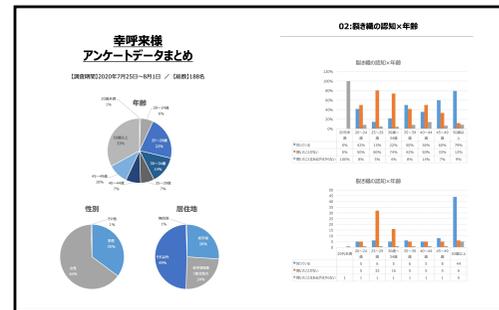
## プロジェクトの様子



mtgの様子



納品物 成果物 (Instagram運用企画書)



納品物 成果物 (消費者アンケート)



納品物 成果物 (同社商品を用いた自主創作)

## 事務局 (コーディネーター) 所感

石頭さんの「Vision」の力が多くの人を魅了し、さまざまな分野の専門性を持ったプロボノメンバーに参画頂くことができたのだと思います。

3週間という短い期間でしたが、受入事業者 プロボノリーダー プロボノメンバー全員が本気で関わることで、素晴らしい成果ができました。

株式会社佐久 [宮城県南三陸町]



森を嗅覚で感じる新規事業[南三陸杉アロマ]の本格リリースへ向けた  
商品改良/販売戦略を立案するプロジェクト

株式会社佐久は山本来の機能を高めながら木材を生産する林業を実践しています。適切に手入れがされた明るい山林には木材となるスギやヒノキ、アカマツ以外の植物が生育し、それを利用する虫や鳥、哺乳類が集まり、命が循環します。すると土が肥えて、また植物が成長し、根が広がり土を掴み、山崩れを防ぎます。森林生態系を保全していくことにより、持続可能な林業が実現すると考え、佐久は山の様子を見極めながら木材以外の動植物の生息 生育環境を整えることを大切にしています。

南三陸杉の葉とクロモジを原材料とした、森を嗅覚でも感じる事ができる新感覚アロマという新商品について、「消費者目線を起点とした更なる商品改良」や「仙台を中心としたターゲット チャネル選定等の販売戦略立案を行うプロジェクトです。

■プロジェクト詳細web : <https://tohoku-probono.mystrikingly.com/12>

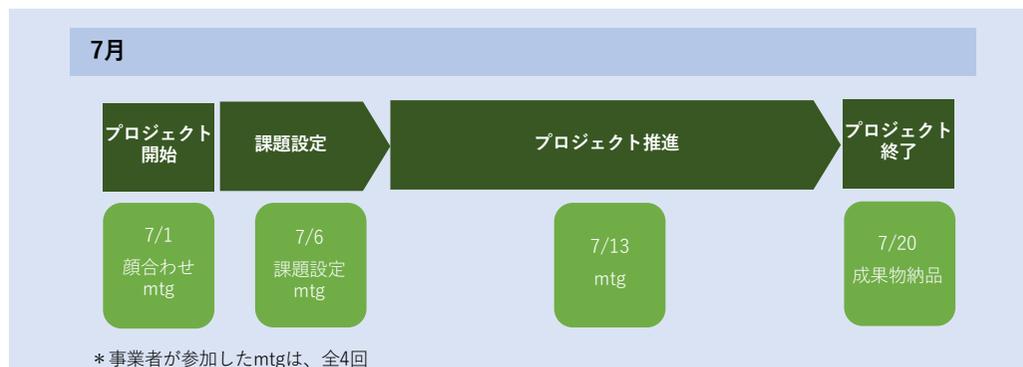
<成果物>

- ターゲットの言語化
- リーフレットの改善提案書
- 販売チャネル 販促手法の調査書
- 消費者アンケート調査
- リアル店舗への販売拡大施策書
- プロジェクト最終報告書

<プロボノメンバー> \*青色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業(所属業界・業種)
1	30代	大阪府	企画 管理
2	20代	東京都	営業
3	30代	宮城県	広告 企画
4	30代	宮城県	営業
5	30代	福島県	営業
6	30代	東京都	商品企画
7	20代	新潟県	マーケティング
8	30代	東京都	マーケティング 新規事業開発

<プロジェクトスケジュール>



■ 事業者情報

業種	林業
設立	1966年
代表	佐藤 久一郎
従業員	7名
web	<a href="https://www.facebook.com/sakuminamisanriku/">https://www.facebook.com/sakuminamisanriku/</a>

■ プロジェクト担当者



大淵 香菜子

東京農業大学大学院林学専攻卒業。震災後、沿岸部の自然調査で南三陸を訪れ、地域の自然に魅かれ三陸復興国立公園のビジターセンターに就職し、立ち上げに携わる。2019年、山の自然の魅力を伝えることにフォーカスするために地域の林業会社である株式会社佐久に入社。山林資源を利用した商品開発、植生調査、山林ガイドなどを通して、山林の魅力の発信、新たな価値づくりに取り組む。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■満足度 80点

■コメント

・どういったことを参加者の皆さんにお返しできるかわからなかったので、実際にプロボノとして集まっていたかどうかが不安でした。

・実際に一件でも一緒に営業をしてもらえるとありがたいなと思っていました。

・商品をブラッシュアップする視点や、販路拡大をするための営業的な視点など、自分にない視点を期待していました。

### Q プロジェクト実施後の感想

■満足度 80点

■コメント

・やり方がわからず、ずっと止まっていた課題について、1つ1つ実際に手を動かして伴走していただいたことで、色々進めることができました。

・マーケティングや営業など、全く未知の分野だったのですが、プロボノメンバーと一緒に進めることで、それぞれの課題の「名前」や「進め方」を理解することができました。今後課題に応じて、外部の方に色々な形で依頼して、手伝ってもらいながら進めていくイメージを掴むことができました。

### Q プロボノ人材活用の意味

人材が常に不足している地域の企業にとって、やりたいことがあっても、その具体的なやり方がわからない事は多々あります。そんな時に「これできます！」と言ってくれるプロボノメンバーに伴走してもらいながら、一緒に解決のきっかけを見つけていくことは、地域の企業にとってもよい経験となり、ステップアップにつながると思います。

プロボノメンバーの実家が扇子メーカーという偶然から、南三陸杉を使った扇子を開発し、アロマと一緒に持ち歩くことができる「オフサイト山林浴」というアイデアが出ました。このアイデアをプロボノ期間終了後、1年かけて実現することができました。このような偶然もプロボノの魅力だと思います。

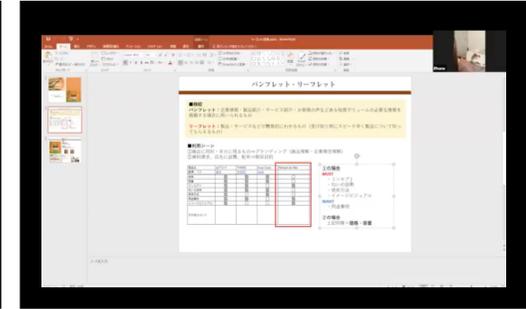
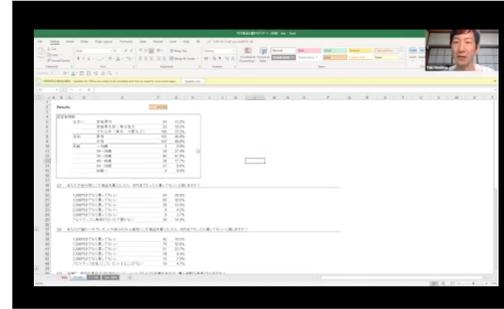
## プロボノ参加者の声

✓最後の成果物納品の際に事業者さんが喜んでくれ、「手探りで進めてきたけどこれで良かったのだな。」と嬉しく思いました。

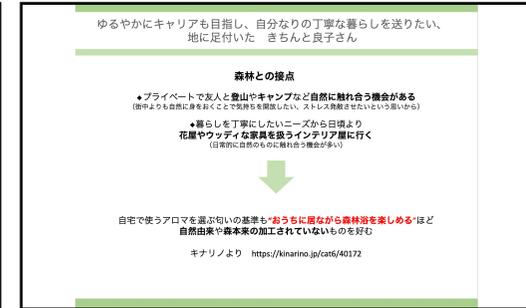
✓自分のスキルが社会にどう役立つか。またはどう役立てられるかに気付くきっかけをいただきました。

✓受け入れをしていただいた事業者さんや同じチームで活動した仲間と普段の仕事とは全然違う人と、全然違うことができ成長の機会になりました。

## プロジェクトの様子



mtgの様子



納品物 成果物 (ターゲットの言語化)



納品物 成果物  
(販売チャネル 販促手法の調査書)



プロボノプロジェクトがきっかけとなって開発した Mokume扇子とアロマのセット商品

## 事務局 (コーディネーター) 所感

大淵さんが毎回の打ち合わせにとっても丁寧に参加されていた事が心に残っています。終了後に聞いたところ「自分が全く知らない分野だったので、良い勉強の機会だと思って参加していました」というコメントを頂きました。プロボノメンバーから学ぶという真摯な姿勢が、成果を引き出す1つのポイントになると理解できた事例です。

南三陸杉を使ったオリジナルの扇子とアロマとセットにすれば最高です！という雑談をただの雑談に終わらせず、プロボノ期間終了後もコミュニケーションを取り続けて、しっかりと商品化につなげて頂いたことは、私達もとても嬉しく思います。プロボノの一つの可能性を感じることができた事例になりました。

# 2021年度のプロジェクト事例

= 1.5ヶ月プロジェクト：3件 =



## 「飛島にこもる×○○」でローカルニッチをネタにした ビジネスアイデアを企画立案するプロジェクト

合同会社とびしまでは、山形県酒田市飛島に拠点を置き、風景 自然 価値 体験の生産を通じ、これまで飛島が培ってきた歴史や文化、自然の文脈を大切にしながら、平均年齢70歳を超える島民の方々と生活を共にし新たな島のあり方づくりに挑戦をしています。

離島でアクセスも限られており、秋冬は船が出ないことも多い飛島。その環境を 逆手に取り、目的性の高い滞在（「こもる」滞在）を増やすことが島の関係人口を増やすことにつながります。飛島の自然 歴史 文化を理解したうえで、離島である飛島だからこそできる「こもる」と新しいテーマを掛け合わせることで、飛島に深く継続的に関わる関係人口「しまびと」を増やすビジネスプランを検討 実行することを目指すプロジェクトです。

■ プロジェクト詳細web : <https://tohoku-probono2021.mystrikingly.com/29>

### < 成果物 >

- ターゲットへのデプスインタビュー実施 報告書 ■ 「とびしまCONCEPT BOOK」の作成
- 【こもる×クラフト】のコンテンツ（設計 商品化）企画書 ■ ペルソナの作成
- トライアルオンラインツアーの企画 実施 ■ プロジェクト最終報告書

### < プロボノメンバー > \*黄色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業（所属業界・業種）
1	30代	東京都	観光 旅行
2	40代	東京都	管理
3	30代	宮城県	教育
4	30代	東京都	イベント企画 運営
5	20代	宮城県	鉄鋼 経理
6	40代	東京都	メディア 制作

### < プロジェクトスケジュール >



### ■ 事業者情報

業 種	地域活性化 維持事業
設 立	2013年
代 表	松本 友哉、本間 当
従業員	9名
web	<a href="https://www.tobishima.com">https://www.tobishima.com</a>

### ■ プロジェクト担当者



共同代表  
松本 友哉

1988年山口県生まれ。大学でデザインを学び、2012年に山形県の離島 飛島に移住し、島にUターンで来た仲間らと「合同会社とびしま」を設立。社内では、企画とデザインを主に担当。飛島を舞台に新しい自治体のかたちを模索中。近年は、いつでも どこでも だれでも、しまびとになれる飛島のオンラインコミュニティ「Cloud Island」構想を推進中。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■期待値 70点

■コメント

- ✓ プロボノを受け入れは初めてで、プロジェクトの雰囲気やどれくらい時間がよいか全くわかりませんでした。自社にとって閑散期であったので、受け入れても大丈夫だと判断しました。
- ✓ これまでアイデアソンなどを実施してきましたが、どうしてもその場限りとなってしまう、なかなか継続できないジレンマがありました。また、特定の課題を解決するために有償で業務委託する方法もありますが、プロボノはこのアイデアソンと業務委託の間にあるだろうと想像して、まずはやってみようと思いを決めました。

### Q プロボノ人材活用の意味

- ✓ 外部人材の取り入れ方のイメージが掴めました。自社には内向的な人が多く、外部の方と一緒にプロジェクトを進めることはハードルが高い側面がありましたが、今回初めてプロジェクトを進めることで、メンバー全員が外部人材の必要性を理解することができました。
- ✓ 関係人口を増やしていきたいという地域（自治体）は多いと思いますが、そのような地域には、プロボノを取り入れたシステムの設計 実装をおすすめしたいと思います。関係人口を増やしていくためのポイントは、企業や地域への愛着をどのように作るか？の点だと考えています。ただの「業務委託」ではなく、事業者とプロボノメンバーがお互いにやりたいことをすり合わせながら進めていくプロボノは、この愛着形成がやりやすいと考えています。

## プロボノ参加者の声

- ✓ 受け入れ側の松本さんはじめとすとびしまの方々が、プロボノのチームの一員のようにプロジェクトに関わってくださり、実行ベースで考えていくことができ、プロトタイプやコンセプトブックなど次へのつながりや形になるものを残すことができました。
- ✓ プロジェクト全体を見通してアイデアを出したり実行を重ねるという点において、プロボノリーダーやメンバーの行動はとても参考になりました。事業者である松本さんから、「デザイン」について学ぶことができました。

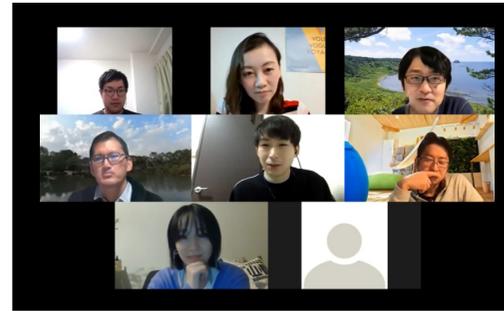
### Q プロジェクト実施後の感想

■満足度 85点

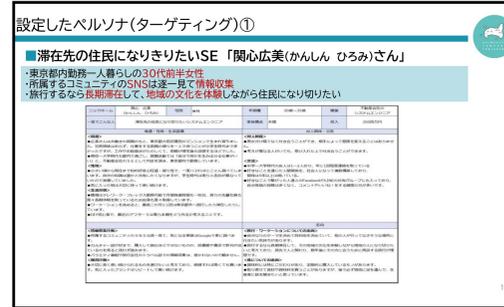
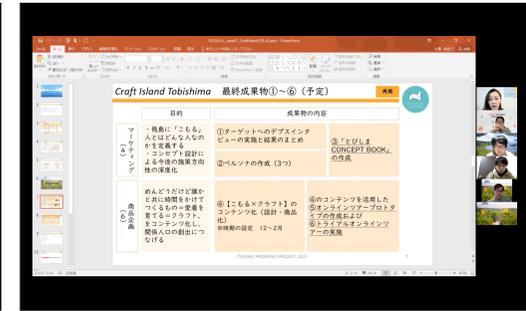
■コメント

- ✓ プロジェクト終了後、プロボノメンバー全員が飛島に遊びに来てくれることになり、継続してmtgをする予定です。満足度は今もじわじわ上昇しています。
- ✓ プロボノメンバーのかかりしるを設定することが難しかったです。多様性を持つメンバーの個性を120%出し切ったご提案をいただけるように、事業者側から促していくことが必要でした。
- ✓ これまで様々な関係人口づくりを行ってきましたが、プロボノ活動は関係人口に特にマッチしました。これからプロボノを活用して新しい仕組みを創造できそうという手応えを感じました。

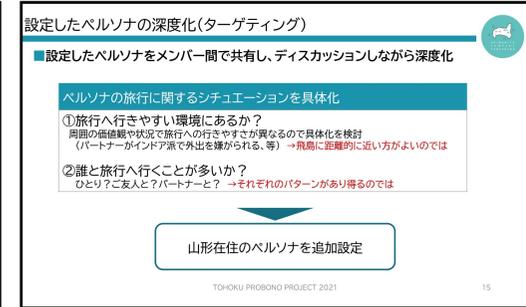
## プロジェクトの様子



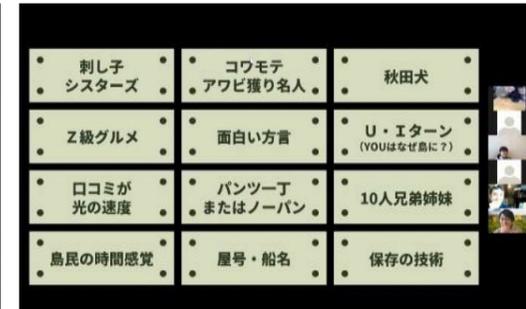
mtgの様子



納品物 成果物 (ペルソナの作成)



納品物 成果物 (トライアルオンラインツアーの企画 実施)



## 事務局 (コーディネーター) 所感

プロジェクト終了後のインタビューにて、松本さんから下記のコメントをいただきました。  
 「もっともっと情報をオープンにしておけば良かった。そうすることで、もっとプロボノメンバーから素晴らしい提案が出たと思う。」  
 「プロボノメンバーが事業者に忖度してしまうのはしょうがない。そうならず、もっともっとメンバー1人1人の個性を出して頂けるように、事業者側から歩み寄れば良かった。その振れ幅がプロボノプロジェクトの価値だと思う。」

私たちがこれまで持っていたプロボノの枠組みを大きく超えるコメントであり、プロボノプロジェクトの新たな可能性に気がつくことができました。

ジョウセン株式会社 [山形県山形市]



より多くの方が『山ノ縁』のコンセプトに共感し購入に繋がる  
マーケティング戦略の立案+ワントライアクションを  
実施するプロジェクト

「山形っておもしろいことがたくさんあるよね」を作る企業が、ジョウセン株式会社が目指す企業像です。創業以来、山形の魅力 可能性を”飲食”を切り口に発信。現在では、山形市内にて4店舗の飲食店を運営しています。

新型コロナウイルスの影響により、大きなダメージを受けた飲食業、そしてその周辺産業を盛り上げようと、山形県内の酒蔵 酒屋と開発した新商品『山ノ縁 (やまのえにし)』。より多くの方に『山ノ縁』のコンセプトに共感していただき購入に繋げるためのマーケティング戦略の検討及び戦略を検証するためのワントライアクションを企画 実施することを目的としたプロジェクトです。

■プロジェクト詳細web : <https://tohoku-probono2021.mystrikingly.com/30>

<成果物>

- コンセプト案
- テストマーケティング案
- WEB改修案
- プロジェクト最終報告書

<プロボノメンバー> \*黄色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業 (所属業界・業種)
1	40代	東京都	教育 営業
2	30代	宮城県	行政
3	20代	宮城県	営業
4	50代	アメリカ合衆国	企画 マーケティング
5	40代	神奈川県	企画 マーケティング
6	30代	宮城県	IT
7	20代	福島県	行政
8	30代	神奈川県	IT

<プロジェクトスケジュール>



■ 事業者情報

業種	飲食業
設立	2017年
代表	小林 亮太
従業員	13名
web	<a href="http://www.jousen.jp">http://www.jousen.jp</a>

■ プロジェクト担当者



代表取締役 小林 亮太

「山形の街を元気にしたい」との思いで脱サラし起業。山形市内に4店舗の飲食店を経営しながら、“非対面式”の食のサービスの立ち上げに取り組む。



執行役員 経営管理部長 武田 晋一郎

元公務員。代表の想いに賛同し、同社へ参画。同社では、経営 財務 人事管理を担当。新規事業の企画にも携わる。



1.5ヶ月プロジェクト (2021年11月-2022年1月)



有限会社西谷 [山形県山形市]

### 首都圏の方々の防災意識をアップデートして

### 「備えることの大切さ」を拡散していくプロジェクト

有限会社西谷では、創業270余年を数える老舗企業として山形市にて、日用品や防災 消防用品の販売など多岐に渡る事業を展開しています。

東日本大震災から10年が経過。大規模自然災害の常態化が進み、災害は私たちにとって身近な存在となっています。災害は、これからも必ず起こるものの日ごろから非常時の備えをしている人は決して多くはないという課題感から、被災した方々の不安や悩みを踏まえて開発されたのが『防災ボックス』です。

既存商圏である山形、東北だけでなく、首都圏にも届けていくためのニーズ調査及び防災に対する意識情勢（商品の認知拡大）を目的としたプロジェクトです。

■ プロジェクト詳細web : <https://tohoku-probono2021.mystrikingly.com/32>

#### < 成果物 >

■ 首都圏ワーカー向け防災アンケート調査 ■ 防災動向デスクトップリサーチ書

■ オンラインイベントの企画 実施+イベントアンケート調査 ■ プロジェクト最終報告書

#### < プロボノメンバー > \*黄色網掛けはプロボノリーダー

No.	年代	居住地	本業（所属業界・業種）
1	40代	神奈川県	IT 営業 管理
2	40代	宮城県	企画 マーケティング
3	50代	山口県	事務 管理
4	50代	千葉県	IT
5	20代	神奈川県	企画 広報

#### < プロジェクトスケジュール >



#### 事業者情報

業 種	消防 防災事業他
設 立	1972年
代 表	西谷 金蔵
従業員	10名
web	<a href="https://nishiya-eco.jp">https://nishiya-eco.jp</a>

#### プロジェクト担当者



9代目・防災士  
・消防設備士  
西谷 友里

山形県山形市出身。大学卒業後は、テレビ局に入社しディレクター業務に従事。震災時の経験を契機に、「ここに防災屋がある意味は必ずある」と再確認、テレビ局を退職し家業を継ぐ決意を固める。現在は、山形県内を中心に防災講座や地区の消防に関する講習会、非常食 衛生用品を詰めた防災ボックスの企画制作に携わる。

## プロジェクト担当者インタビュー

### Q プロジェクト実施前の印象・思い

■期待値 60点

■コメント

✓受け入れをする前は、プロボノという言葉に触れたことがありませんでした。自分で調べたり、事務局の方の話を聞く中で概念の理解はしたものの、果たして、対価なく無償で自社のために動いていただけという方がいるのかということには疑問を抱いてはいました。

### Q プロボノ人材活用の意味

✓コンサルであればその道の専門家だと分かった上で依頼をしますが、プロボノは事前には分からないという点は大きな違いだと思います。プロジェクトを進めコミュニケーションをとる中で、プロボノさんのスキル 強みが見えてきて、自社の「やってみたい/やらなきゃ」と結びつき予定調和ではない成果が生まれるところが面白いと感じています。

✓プロボノさんの視点は、消費者視点で様々な角度からアイデアや知見を頂けたと思います。人的な繋がりも含めて、やって終わりの成果物ではなく、今後にも活きる成果物を出していただけるのがプロボノなのだと思います。

## プロボノ参加者の声

✓「経営者は、常に意思決定が求められ孤独な立場だが、プロボノの皆さんは仲間という感じだった。」と事業者に言われたこと。事業者もプロボノに参加するのは勇気がある。その事業者の想いや立場に、少しは寄り添えたのではないかと感じ、嬉しかったです。

✓新しいリーダー像と出会うことができました。人との接し方、プロジェクトの進め方について新しい考え方を得られました。まだ、自分のものにはしきれていませんが、新しいキャリアで活かしていきたいです。

### Q プロジェクト実施後の感想

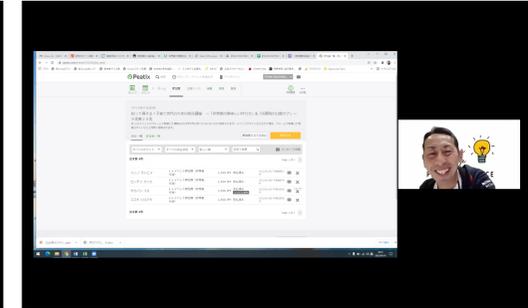
■満足度 100点

■コメント

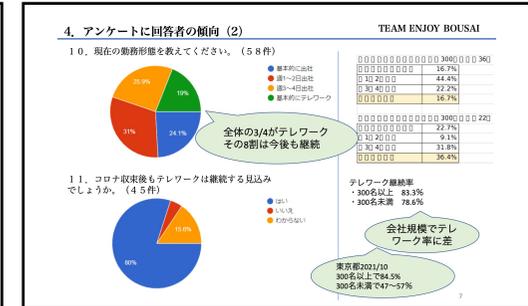
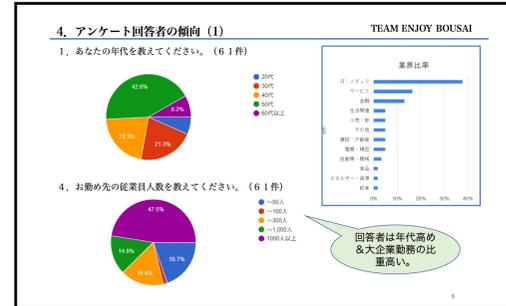
✓相談できる人が全国にできた心強さがあります。異なる視点で客観的な意見をもらえる存在は大きかったです。

✓中小企業は一人何役もしなくてはなりません。日常の業務に追われて、手をつけられていなかった「やってみたい/やらなきゃ」をプロボノを機に形にできました。喫緊の問題ではないけれど、これからつながる大切なことを掘り起こしてもらえたと思います。

## プロジェクトの様子



mtgの様子



納品物 成果物 (首都圏ワーカー向け防災アンケート調査)



納品物 成果物 (オンラインイベント)

## 事務局 (コーディネーター) 所感

西谷さんのやりたいこと及び課題整理 (首都圏のマーケット調査と認知拡大) の明瞭さが、成果を残すことができた一番の要因であると思います。

また、西谷さんは、常に前向きな姿勢でプロボノメンバーとのディスカッションに臨んでいただきました。この西谷さんの姿勢によってプロボノメンバーのモチベーションも終始高い状態で活動を進めることができました。

## 5. まとめ\_プロボノとは何か？

### ■ 受け入れ事業者にとってのプロボノの意味

プロボノは、無償の労働力でもなければ、何でも解決してくれる魔法の道具でもありません。（P.6,7参照）

それでは、受け入れ事業者にとってのプロボノの意味は何でしょうか？

このことを理解するために、実際にプロボノを受け入れた事業者の方々に「プロボノとは何ですか？」 「受け入れることでどんな意味がありましたか？」という質問をいたしました。

業種や事業規模など異なる事業者の方々ではありましたが、大きく3つのポイントに集約されました。地方の事業者にとって「プロボノとは何か？」を理解するための一つの参考としてご紹介いたします。

#### （ポイント①）首都圏に「コアなファン」ができた

プロボノメンバーは“お客様”ではなく、同じ目線で課題解決にむけて一緒にチャレンジする“仲間”です。一緒に、チャレンジしていくプロセスの中では、“事業者”対“お客様”という関係ではなく、ビジョンを共有し同じ方向を目指す“仲間”となります。この“仲間”という関係性だからこそ伝わるものがあるのです。

#### 《事業者コメント抜粋》



ビジョンや日々の生産活動の背景にある思いなど、普段伝えることに苦労していることがうまく伝わり、結果プロボノメンバーに自社の「コアなファン」になってもらえました。

自社のビジョンなどを消費者に伝えていくことは、東北地域の中小企業にとって大きな課題です。市場を通すと全く伝わらないこと、また、自社のSNSやwebでもなかなか伝えきれないことを、プロボノプロジェクトを通して参加頂いたメンバーに伝えていくことに大きな意味がありました。



## 5. まとめ\_プロボノとは何か？

### ■ 受け入れ事業者にとってのプロボノの意味

#### (ポイント②) 今後のコラボレーション先となるネットワークができた

プロジェクト期間中に、お互いの人間性や、事業者側の想いやビジョンなどもしっかりと理解しながら信頼関係を築いていけるため、プロジェクト終了後に安心して仕事をお願いできる依頼先となりえます。また、何か困った際に、気軽に話ができる相談先として、このようなネットワークはとても価値があるといえます。

#### 《事業者コメント抜粋》



今後、東北地域は急激に人口減少が進んでいく中で、人的資源を確保する1つの手法として意味があると思います。

#### (ポイント③) 社外に同じ目線で話せる「仲間」ができた

自社に足りないものや自分自身に不足しているものを、信頼できる“仲間”から指摘されることで、素直にそれを受け入れ自己変革につながる可能性がある。これもまたプロボノの意味であるといえます。

#### 《事業者コメント抜粋》



利害関係がないフラットな関係性の中で、寄り添って一緒に手を動かしてくれるプロボノメンバーはまさに“仲間”と呼べる存在でした。経営者は孤独ですが、モチベーションを高め・元気付けてくれる“仲間”として、プロボノメンバーには今も頼らせてもらっています。

プロボノメンバーから刺激を受け、改めて様々なことを学び直そうと考えるようになり、経営への視座が高まりました。



切磋琢磨できる経営者が身近にいない場合など、同じ目線で話ができ、刺激をいただける“仲間”ができることは、大きな意味があると思います。

## 5. まとめ\_プロボノとは何か？

### ■ プロボノプロジェクトの取り組み判断／取り組むスタンスについて

プロボノプロジェクトは偶発性が高く、同じ成果を再現することがとても難しいです。理由として、参加するプロボノメンバーは募集をしてみないと誰が参加するのか全く未知数であることがあげられます。過去に一緒にプロジェクトを実施したプロボノチームが再度プロジェクトをスタートしようという場合においても、本業の事情や家庭の事情などにより、同じメンバーが同じコミットメントで入ることは、ほぼ不可能です。また、前頁にはプロボノプロジェクトの意味を記載しましたが、これが保証されるというものでもありません。

蓋をあけてみないとどうなるのか分からないプロボノプロジェクトに対して、事業者側はどのようなスタンスで、プロジェクトの受け入れ判断を行えばよいのでしょうか？プロボノを受け入れて成果を出している事業者に共通しているスタンスについて記載します。

#### 【プロボノの受け入れプロセス全体を「学び」／「投資」と捉えられるかどうか】

次頁に大まかな東北プロボノプロジェクトの流れを掲載しました。プロボノを受け入れて成果を出している事業者に共通するスタンスは、「何を納品もらうか？」「その納品物は自社にとって価値があるか？」という点でプロジェクトを捉えるのではなく、このプロセス全体を「学び」もしくは「投資」と捉えていることです。

このプロセス全体に「学び」という価値を見出せるか？、今後の仲間づくりの「投資」として捉えられるか？という点で受け入れ判断をしていただければと考えています。

経営状況の余裕／経営者の心の余裕がある上で、プロボノプロジェクト全体を上記のように捉える事ができれば、プロボノを受け入れて成果を出せる可能性が高いと考えています。

## 5. まとめ\_プロボノとは何か？



### <東北プロボノプロジェクトの流れ>



プロボノの受け入れプロセス全体を「学び」／「投資」と捉えられるか

## 6. おわりに



### ■ 本事例集について

#### 東北プロボノプロジェクト プロジェクト事例集

##### [事業名]

令和3年度東北経済産業局における地域中小企業・小規模事業者の人材確保支援等事業  
(東北地域におけるプロボノ人材活用促進事業)

##### [発行]

2022年3月発行 (2023年3月編集)

##### [発行元]

経済産業省 東北経済産業局 地域経済課 産業人材政策室

##### [企画・制作]

一般社団法人IMPACT Foundation Japan

協力：森由美、管田晃輔、鈴木直哉

##### [お問い合わせ先]

一般社団法人IMPACT Foundation Japan (INTILAQ東北イノベーションセンター)

Tell : 022-357-0543

Mail : info@intilaq.jp

担当：本多智訓、神尾真大郎