

studio-L

Community Empowerment by Design Thinking

あるものを活かした 住民参加型のビジネス起こし (都市型)

山崎 亮 @ studio-L

2002

いえしまプロジェクト

(兵庫県)

NPO法人いえしま（2007-）

- いえしまの特産品を活用した加工品の開発
- 黒門市場や島根県海士町への視察
- 大阪における情報発信手法の検討
- 加工品の試作

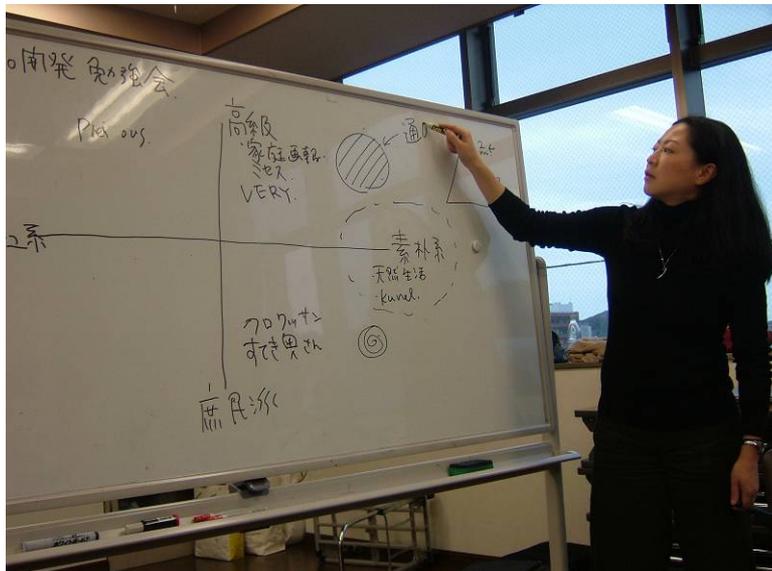


黒門市場の視察と作戦会議

NPO法人いえしま (2007-)



【商品開発】マーケティングを勉強（2008）



マーケティングを勉強



他地域の商品を勉強



大黒大悟さん
デザイナー

原研哉さん
デザイナー

辻村深月さん
小説家

梅原真さん
デザイナー



【パッケージ】デザイナーを巻き込んだラベルづくり



デザイナーっちゆう
ことは・・・
ラベルかけるやん！



マジックとシール
あったらできるやろ。



悩む・・・
デザイナーたち



パッケージデザインの研究・開発

<のりっこ>

- 家島の空気感を伝える四方のメッセージ
- お土産として誰かに買って帰りたくなる上品さ
- 島ののどかな雰囲気伝えるため商品名をひらがなに



住所 | 672-0101 兵庫県加西市家島町真浦243-5
製造・販売者 | 特定非営利活動法人いそしま 理事長 河部直子
原材料 | のり、しらす油、砂糖、みりん、調味料(アミノ酸等) (原材料の一部に小麦、大豆を含む)
内容量 | 90g 保存方法 | 10度以下で保存して下さい

にのせてもよし、熱いご飯にたっぷりのせてもよし、卵や納豆と一緒にまぜてもよし、バターをひいたトーストにのせてもよし、熱いご飯にたっぷりのせてもよし、卵や納豆と一緒にまぜてもよし、バターをひいたトーストにのせてもよし



原産地 家島
原料 やがれのり

のりっこ

Norikko 120g

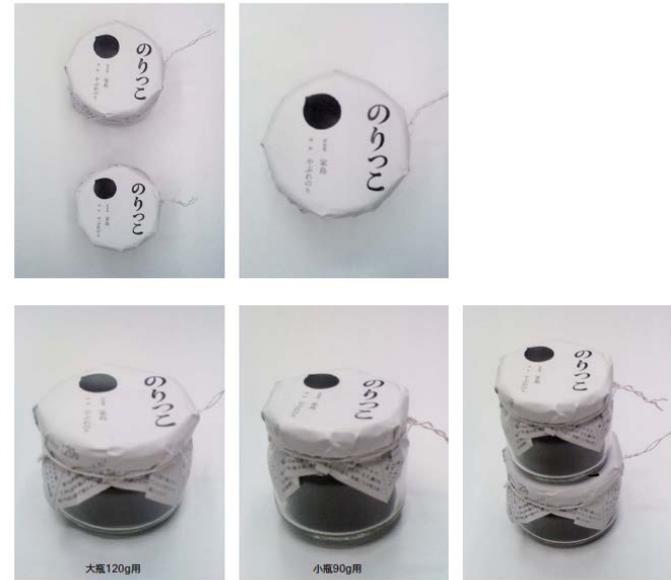
のりっこの秘密

原料のやがれのりは、もともと手巻き寿司に使われるため、風味が豊かで、味は格別、大きな鍋にたくさんのおぼろをいれて、4時間かけて丁寧に炊き上げられています。原料のやがれのりは、もともと手巻き寿司に使われるため、風味が豊かで、味は格別、大きな鍋にたくさんのおぼろをいれて、4時間

のりっこの楽しみ方

瀬戸内海の播磨灘で捕れた、新鮮な干物、焼き魚、煮魚など、季節ごとの魚を取り揃えています。島の漁港に木揚げされる魚の中から厳選した旬の味を、みなさまにお届けしたいと考えています。瀬戸内海の播磨灘で捕れた、新鮮な干物、焼き魚、煮魚など、季節ごとの魚を取り揃えています。

家島のおばちゃんたち



<あなごの一夜干し／でんすけの一夜干し>

- 島が持つ素朴な雰囲気を表すシンプルなデザイン
- 漁村の豊かな日常を想像させる「おいしい食べ方」の表記
- 縦型の陳列など消費者の目を引く工夫

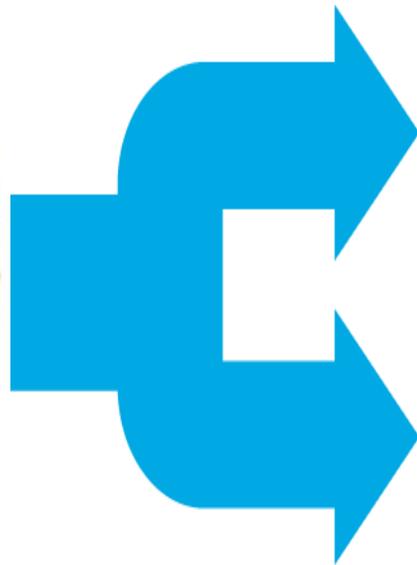


「公」を担う「民」としての役割

- ・特産品づくりは、島のPRにつながる。
- ・特産品販売で得た利益を、島の公的な活動につなげる。



特産品



まちの広報



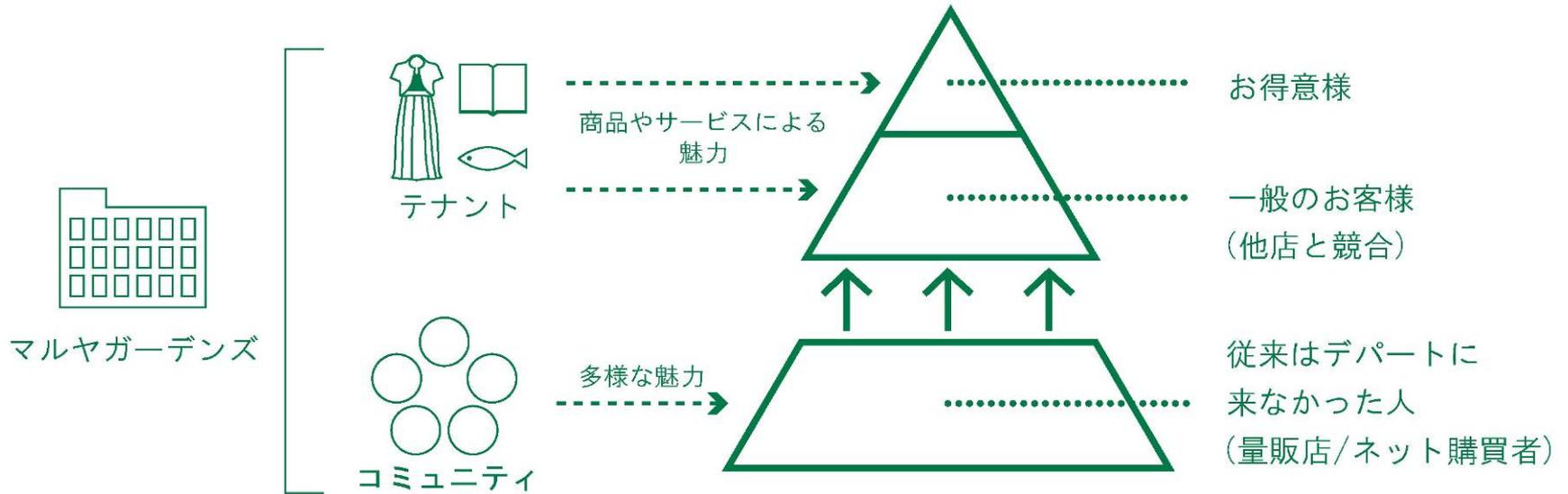
コミュニティバス

2009-2010

マルヤガーデンズ

(鹿児島県)

テナントの魅力とコミュニティの魅力



Maruya gardens

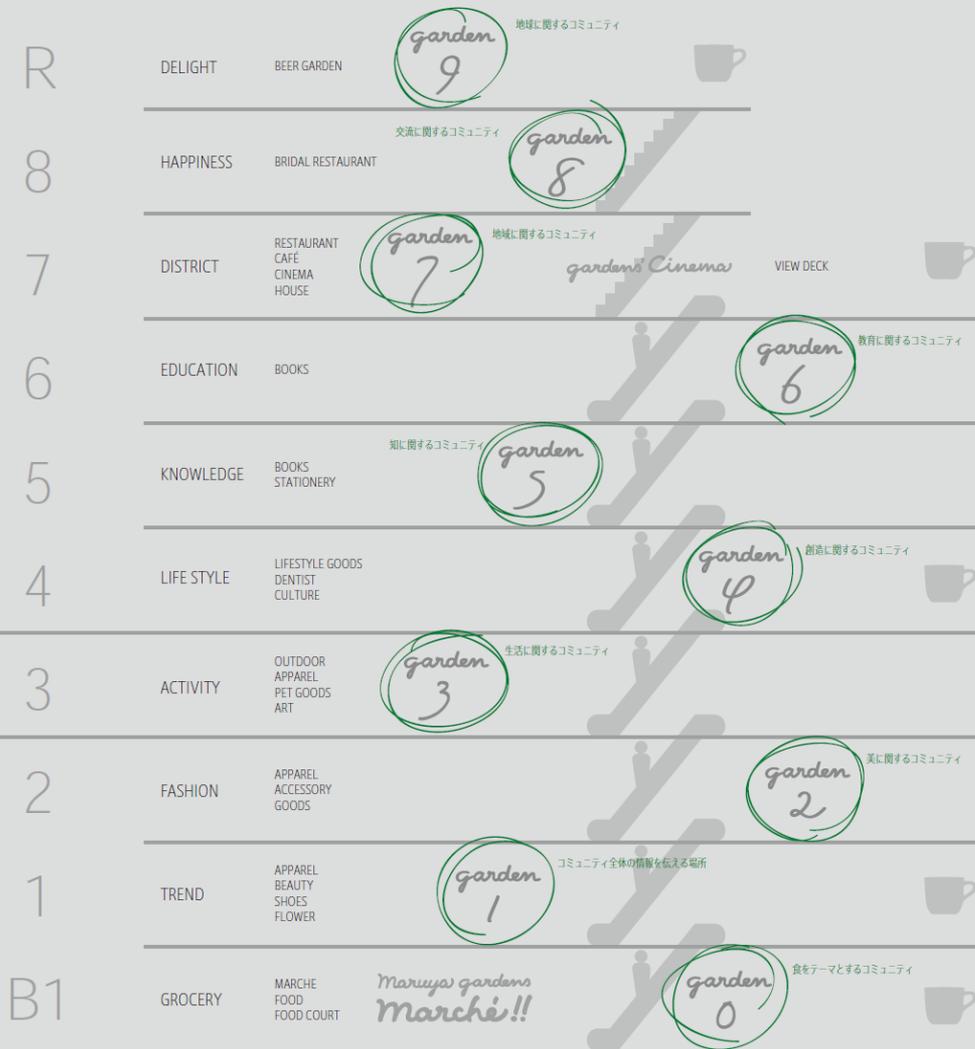
Community (集まる場所)

Department (百貨店)

Unitement (すべてをつなぐ)

つくろう、新しい鹿児島を。人と人が、もっと自由につながり合える場所を。鹿児島・天文館に、かつてどこにも存在しなかった、まったく新しい空間が生まれます。マルヤガーデンズ—百貨店のようでありながら、「ガーデン」と呼ばれる10のギャラリーを持つこの場所は、いわば「買い物集会所」。ショッピングを楽しむ。マルシェで夕飯の食材を買う。ガーデンで開催されるワークショップに参加する。あるいは、自分たちの手で展示会をひらく。様々なカタチでこの場所と関わりながら、新たな発見や感動に出会うことができます。マルヤガーデンズは、デパートメントストアではありません。そもそもDepartmentとは、「部門」や「課」という意味の言葉。私たちがめざすのは、独立したお店の集合体ではなく、お客様、お店、ガーデンすべてをつなぐことで、ひとつの意志を発信できる場所。人と人、人とモノ、モノとコト。すべてが有機的につながり合い(=Unite)、この館を覆う緑のように、葉を茂らせ、茎を伸ばし、成長を続けながら、みんなが自然と集まる場所でありたいと思うのです。つまり、Departmentではなく、Unitement。あなたと誰かを、あなたと何かをつなぐ場所。創造の空気にあふれ、つねに新しい何かを生み出す可能性を秘めた場所。マルヤガーデンズとUniteすることで、あなたの毎日はきょうと、少しずつ変わりはじめます。あなたが変わること、ここに新しい風が吹き、次なる刺激や出会いが生まれるはず。デパートメントから、ユナイトメントへ。新しい鹿児島を、あなたと一緒に歩きはじめます。

www.maruya-gardens.com





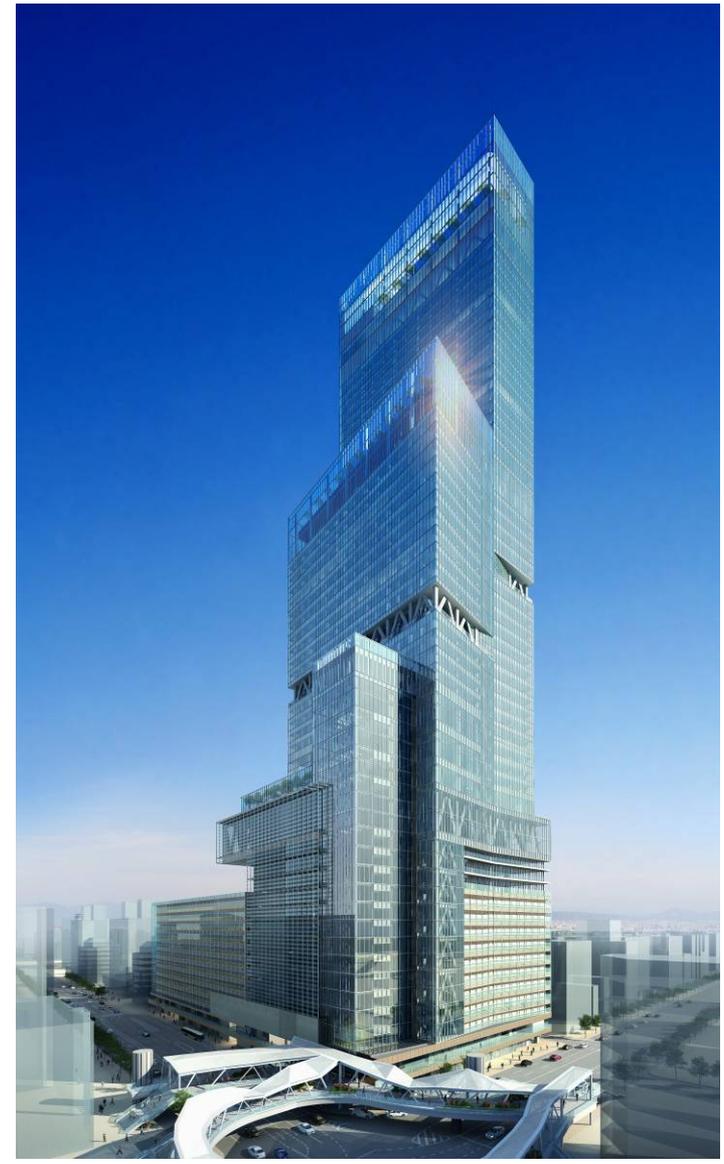
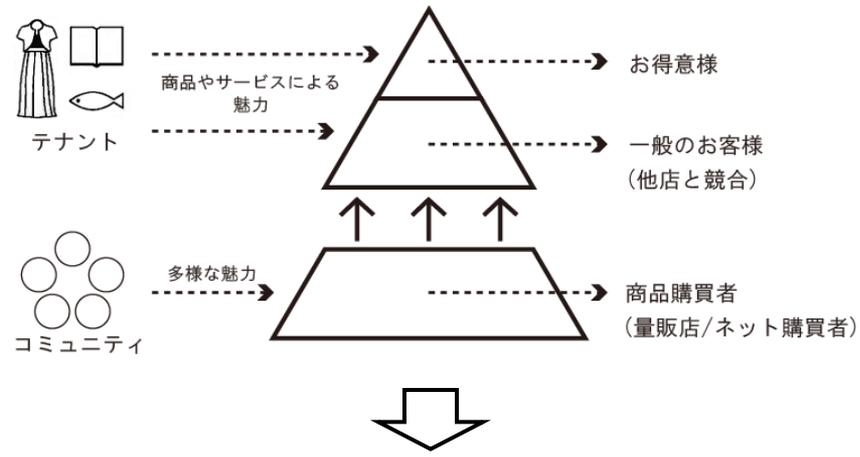




2011-

近鉄新本店プロジェクト (大阪府)

近鉄百貨店新店プロジェクト コミュニティスペース



第一期のワークショップの流れ

ワークショップは計4回実施。

各回、話し合いのテーマを設定し、段階的にコミュニティの意見を整理・確認しながら進めていく。

今期はコミュニティスペースでコアとなる活動団体にWSに参加頂き、コミュニティスペースにおけるコンセプトを共有する。

共有したコンセプトはコンセプトブックにまとめ、これから新たに参加される団体にも引き継いでいく大切なものとなる。

第1回目:2/14(火)

- ・コンセプトの共有
- ・各団体の活動の悩み、コミュニティスペースで活動していくうえで大切にしたいこと

第2回目:3/15(木)

- ・社会実験の実施場所 (&やHOOP、近鉄百貨店本店内)に視察
- ・試してみたいこと

第3回目:4/22(日)

- ・コミュニティスペースで活動する際に大切にすることは。
- ・団体間の活動内容等情報交換

第4回目:6/1(金)

- ・コミュニティスペースにおけるコンセプト共有。
- ・試験的なイベント企画、準備スケジュールなど。

第1回 試験的プログラム



【効果】

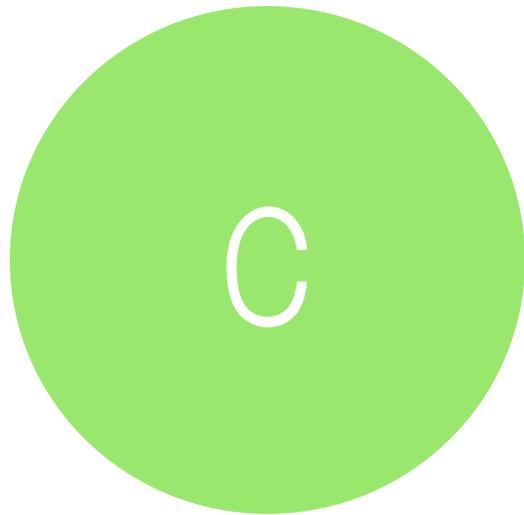
- ・場所の広さや雰囲気を知ることが出来た
- ・他のNPOさんや団体さんとの交流が出来た
- ・百貨店の売場で商品をお借りして、企画が出来た
- ・思った以上の集客が得られた



【課題】

- ・展示ブースとテナントの差があまりなく
わかりづらかった
- ・集客方法と実施方法のマッチングができなかった
- ・チラシ、アピールが足らなかった

コンシェルジュ、サポーター、レポーター



27人



40人



37人

11月3日(土)

『新しい試み、コミュニティスペースとは?』

コミュニティデザイナー
株式会社studio-L代表取締役
京都造形芸術大学教授 山崎 亮

C コンシェルジュ

『ホスピタリティを学ぼう!』

NPO法人いえしま
西上 ありさ

S サポーター

『ファシリテーションとは?』

人まちファシリテーション工房
ちよん せいこ

R レポーター

『写真の撮り方を学ぼう』

写真家
檜 侑子

『コミュニケーション
について学ぼう』

IMPRO PARK
鈴木 聡之

『魅力的な空間づくりを
学ぼう』

infix design inc
岡宮 吉彦

『伝わる文章の作り方を
学ぼう』

編集者/ライター
高山 裕美子

『百貨店ならではの作法を
学ぼう』

近鉄百貨店阿倍野店(販売教育担当)
横田 春美

『市民活動、ボランティア
活動を知ろう』

大阪NPOセンター
山田 裕子

『取材の仕方を学ぼう』

編集者
多田 智美

『あべののまちを知ろう』

天王寺研究家
なんば りんご

『コミュニティスペースの
企画運営を学ぼう』

NPO法人ソーシャルデザインラボ
醍醐 孝典

『情報の整理の仕方を
学ぼう』

NPO法人E.D.E.N.
神庭 慎次

2月上旬

『今後の活動計画づくり』 山崎 亮

◆あるものを活かす

- ・地域住民が自ら地域にあるものを発見すること。
- ・なかなか発見しなくてもイライラしないこと。プロセスが重要。

◆プロジェクトチームをうまくつくる

- ・あるものを探しながらチームをつくる。
- ・役割分担の明確化。役割分担が遅々として進まなくてもイライラしないこと。

◆あるものとチームから事業を発明する

- ・時流や事例について研究する。
- ・バックキャストイングによって事業プロセスをデザインする。

◆一連のプロセスをサポートする「イライラしない専門家」が必要。