

人材育成資料（ケース動画）の編集方針および対象者

■編集方針

- 【背景】・人材育成資料としての動画の作成・活用事例がまだ一般的ではなく、最適解は定まっていない。
・対象とする人材の取組内容に応じ、適切な収録・編集の方法も異なることが予想される。
- 【対応】・「パイロット収録・編集」として複数のバリエーションの動画を作成する。

■インタビュー収録のフレームワーク

案1 総括的な取組の中でスキルを浮かび上がらせる

導入	<ul style="list-style-type: none"> ・自身の思い、取り組むに当たっての志 ・活動の理念・コンセプト、目標など
具体的な活動の内容	<ul style="list-style-type: none"> ・リーダーとしての活動 (例：人材育成・人的資源管理／リーダーシップ など) ・マーケティング担当者としての活動 (例：特産品の開発と販売／着地型旅行商品／観光地マーケティング／地域資源マネジメント／ブランド戦略／地域学・地元学 など) ・組織管理者としての活動 (例：事業戦略／観光政策 など) ・その他 (例：今後の展開 など) <p>※上記のうち、個別のスキルについてお話いただくのではなく、これまでの取組を総括的にお話頂く。その際、それぞれの人材が取り組んできた内容に、対象とするスキルの複数が浮かび上がるようなシナリオとする。</p>

収録イメージ



シナリオの例：畦地 履正 氏 ((株) 四万十ドラマ)

導入	<ul style="list-style-type: none"> ○自身の思い、取り組むに当たっての志 ・原点は農協職員の時代にさかのぼる。出身地である四万十町（当時は十和村）は茶の生産地だが、ブランド力が足りないため、静岡茶と混ぜられて出荷されていることに疑問を持った。自分たちの地域の特産品を独自に打ち出したいという気持ちが生まれた。 ・そのような思いを持って農協職員を辞めたのと同じタイミングで、当時新しく三セクとして設立された（株）四万十ドラマの職員募集に応募。40人の中から採用された。 ○活動の理念・コンセプト、目標など ・「四万十川に負担をかけないものづくり」を目指している。 ・ローカル（足元の豊かさ・生き方を考える）、ローテク（地元の1～1.5次産業の技術や知恵）、ローインパクト（風景を保全しながら活用する仕組みづくり）がコンセプトの3本柱。 ・コンセプトは、地球環境問題や食の安全安心への関心の高まりを受けて、取組を進める中で自然に生まれてきたもの。また、コンセプトやデザインについては、高知在住のデザイナーである梅原真氏から大きな影響を受けている。 	
具体的な活動の内容	<ul style="list-style-type: none"> ○乗せて、叱咤激励する ・周りのスタッフや地域住民に対してはあまり具体的な数字での目標は示さない。その代わりに、「前の月より注文が増えるよ」などと、上手く「乗せる」とともに、必要に応じて叱咤激励している。 ○インターンシップ研修 ・自分に続く人材を発掘、育成するための「地域密着型インターンシップ研修」を実施している。参加した人材についてはいずれ戻ってきてくれることを期待して実施している。 	<p>リーダーシップ</p> <p>人材育成・人的資源管理</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ※主として「特産品開発」に関して ○地域・人を知るための事前調査 ・まずは地域と人を知るための調査は必須である。実際に会って話を聞くことが基本となる。開発した「地栗」の他地域より粒が大きい、糖度が高いといった特徴は調査を通じて分かったこと。 ○「考え方」を伝える手段としてのデザイン ・地域としての「考え方」を伝え、手にとってもらうためのコミュニケーションスイッチとなるパッケージデザインを重視している。事前調査の段階からデザイナーも関わる。 	<p>特産品の開発と販売／ブランド戦略</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ○具体的な数値目標の設定 ・常に「〇人が〇円で買ってくれれば〇円の売上になる」といった具体的な目標を持って、そのためにどうすべきかを考えるようにしている。こういった考え方は事業に取り組む中で自然に身についたもの。 ○1%のファン・味方から広げる ・運営している道の駅では1日の立ち寄り客が15万人になる。そのうちファンになってもらえる人が1%（1500人）でもいれば売上につながるし、実際に来てくれるようになる。また、口コミで四万十町の良さを広めてくれれば売上につながる。 	<p>事業戦略</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ○都市部のファンの取り込み ・年間6回四万十町周辺の特産品が届く通信販売の取組である「四万十ここしかないもの頒布会」を実施している。今後は商品の品揃えを高知全域に広げ、毎月実施するようになりたい。会員も1000人程度まで拡大することを目指している。 	<p>その他</p>

案2 コミュニティとの関係性（例：コミュニティに変化を起こす方法）に着目する

Q1. 現状認識と問題意識

『いま、なにが問題なのか？』

- 1-1. 現状認識に至る経緯についてお聞かせください。 (個人的な問題意識からスタート)
- 1-2. 現状認識を客観的に評価し、その問題意識を社会化する (社会的な問題意識への転換)
- ・本当に問題なのか ⇒ 誰にとって問題なのか ⇒ 最終的にどうなればよいのか

Q2. 活動の目的と目標設定

『誰(なに)のために、なにをしたかったのか？』

- 2-1. なにを目的としたのか
- 2-2. 誰(何)のために、なにをすることを考えたのか
- 2-3. 達成したいゴール(ベンチマーク)のイメージをどのようにつくったのか？

Q3. 組織づくり

『成果をあげる(運動を展開する)ための組織をどう組み立てたのか？』

- 3-1. どのような組織が必要であったのか？
- 3-2. ステイクホルダーをどのような構成にしたのか？

Q4. コミュニティを俯瞰する

『自分たちはいまどこにいて、何者と認識されているか？』

- 4-1. あなたの主要コミュニティはなにか？
- 4-2. そのコミュニティの構成員とそのパワー構造はどうなっているのか？
- 4-3. コミュニティにおけるポジショニングをどうとったのか？
- 4-4. 個人としての関係性と組織としての関係性をどう調整したのか

Q5. 活動プロセスをフェーズに分ける

『活動はどのように進化をしたのか』

- 5-1. フェーズに分ける際の指標(事業規模・ステイクホルダーの数や類型・組織のいちづけ)
- 5-2. ブレイクスルー体験について
- 5-3. 成果をあげることができたターニングポイントとその要因は？

Q6. 活用したリソースと活用方法

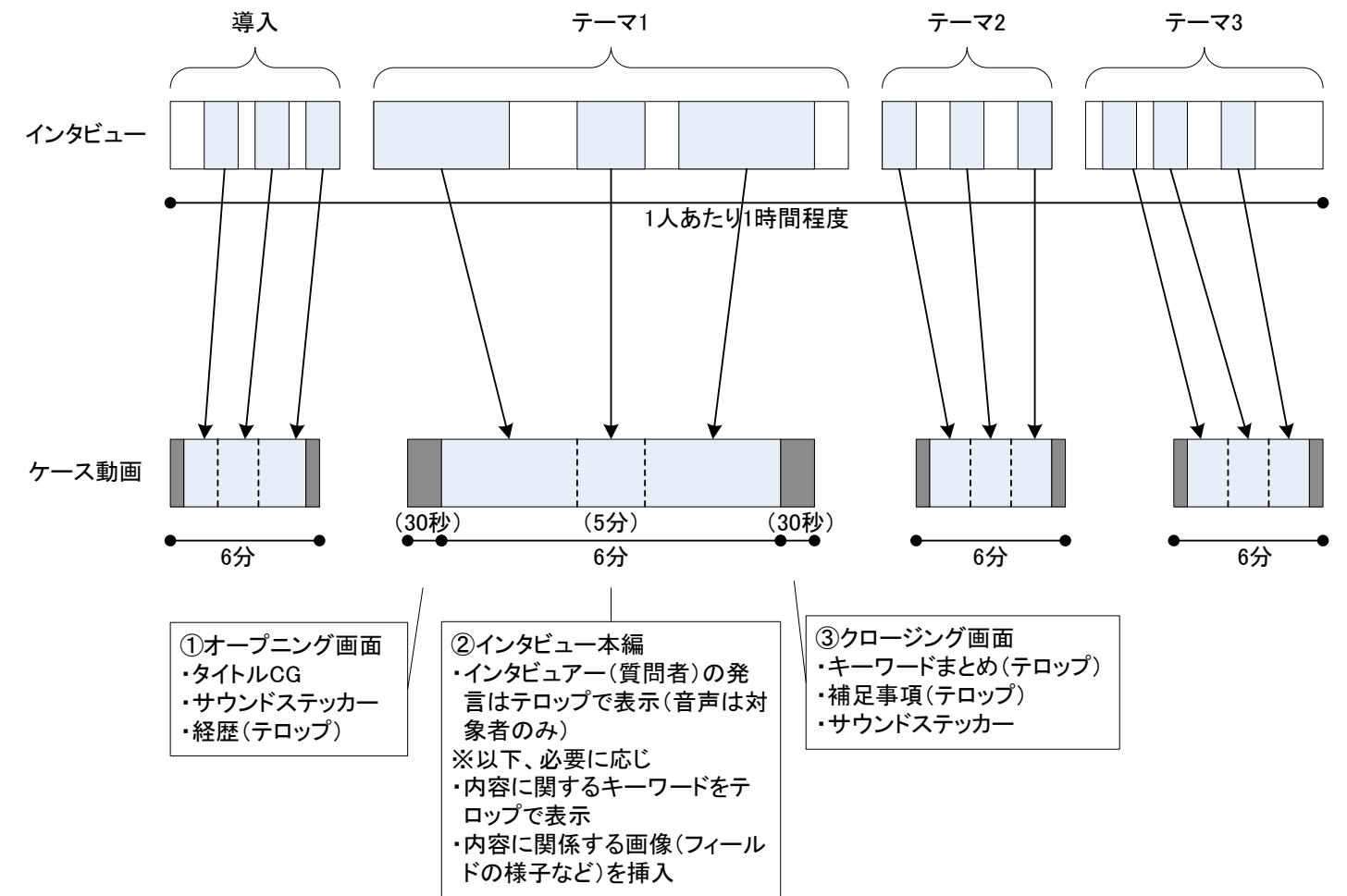
『協働した人と組織は？』

- 6-1. 活動において、どんなリソースをどのように活用したのか？
- 6-2. 活用したかったが使えなかったリソースはなにか？それはなぜなのか？

- インタビューの目的 観光まちづくりによってコミュニティに変化を起こす方法について学ぶ
- 本インタビューで学ぶこと ソーシャルビジネスは、段取りであって技術である
 - (1)「ロジックがある」「ロジックの組み立て方」を学ぶ
 - (2)理解できれば、それを組み立てることができると思えるようになる。

(2) 編集

案1 対象1人から複数テーマを切り出して編集



案2 対象1人につき「活動の全体像」と「取組」の2段階構成

- ①活動の全体像(例：オンパクとは何か)が分かる導入部分(10分程度)
※可能であれば現場の写真やテロップによる解説を交えたもの
- ②その人の取組について詳しく掘り下げた部分(20分程度)
の2段階

■対象者

①第1次候補

No.	都道府県	観光地名	氏名 (敬称略)	所属・役職	本人内諾	事前説明	収録
1	北海道	阿寒湖温泉	大西 雅之	NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 理事長 ((株)阿寒グランドホテル(あかん遊久の里・鶴雅) 代表取締役社長)	済	10/27(木)	
2	北海道	小樽	小川原 格	(社)小樽観光協会 理事	済	11/2(水)	
3	千葉県	南房総	福原 正和	株式会社とみうら(琵琶倶楽部) 取締役 南房総市商工観光部観光プロモーション課 副主幹	済	10/27(木)	
4	長野県	飯山	木村 宏	(社)信州いいやま観光局 なべくら高原・森の家 支配人	済	10/20(木)	
5	島根県	石見銀山	松場 登美	石見地域デザイン計画研究会会長 ((株)石見銀山生活文化研究所取締役所長)	未		
6	愛媛県	大洲	河野 達郎	(株)おおず街なか再生館 代表取締役専務	済	10/28(金)	
7	高知県	四万十川	畦地 履正	(株)四万十ドラマ代表取締役	済	10/22(土)	11/9(水)
8	福岡県	福岡 等	井手 修身	NPO法人アイデア九州・アジア 理事長	済	※省略	11/10(木)
9	大分県	由布院	桑野 和泉	由布院温泉観光協会 会長	済	11/4(金)	
10	大分県	別府	鶴田 浩一郎	NPO法人ハットウ・オンパク 代表理事	済	※省略	11/10(木)

・上記のうち、3名について「パイロット収録」を以下の日程で実施。

日時	対象人材	インタビュアー
11月9日(水) 13:30~14:30	畦地 履正氏 ((株)四万十ドラマ)	清水 慎一座長
11月10日(木) 10:00~12:00	井手 修身氏 (NPO 法人アイデア九州・アジア) 鶴田 浩一郎氏 (NPO 法人ハットウ・オンパク)	大社 充委員

②第2次候補

No.	都道府県	観光地名	氏名(敬称略)	所属・役職	本人内諾	事前説明	収録
1	北海道	ニセコ	久野 賢策	(一社)ニセコプロモーションボード 業務執行理事 (ニセコ東急リゾート執行役員 統括総支配人)	未		
2	青森県	大間	島 康子	プラット下北 代表	未		
3	青森県	大鰐	相馬 康穂	プロジェクトおおわに事業協同組合 副理事長	未		
4	福島県	会津若松	渋川 恵男	会津若松商工会議所副会頭	未		
5	新潟県	村上	吉川 真嗣	村上町屋商人会 会長	未		
6	長野県	飯田	高橋 充	(株)南信州観光公社 代表取締役	未		
7	三重県	鳥羽	江崎 貴久	(有)オズ(海島遊民くらぶ) 代表 (旅館海月 女将)	未		
8	三重県	伊勢	橋川 史宏	(有)伊勢福 代表取締役社長	未		
9	鳥取県	境港	榊田 知身	境港市観光協会 会長	未		
10	福岡県	門司港	安部 高子	門司港レトロ倶楽部 ((株)ケイ・ビー・エス 代表取締役社長)	未		
11	長崎県	小値賀	高砂 樹史	NPO法人おぢかアイランドツーリズム 専務理事	未		
12	熊本県	阿蘇	坂元 英俊	阿蘇地域振興デザインセンター 事務局長	未		
13	大分県	安心院	植田 淳子	NPO法人安心院グリーンツーリズム研究会 事務局長	未		
14	鹿児島県	桜島	福島 大輔	NPO法人桜島ミュージアム 理事長	未		
15	沖縄県	沖縄	東 良和	(財)沖縄観光コンベンションビューロー 副会長 (沖縄ツーリスト(株) 代表取締役社長)	未		