

神戸市ソーシャルビジネス推進助成

令和2年度活動報告資料

令和3年9月25日

神戸市企画調整局つなぐラボ

活動報告会報告シート

1 団体名 株式会社Daft

2 事業名 ハロトコ

3 実施期間

令和2年 4月 22日(水)～ 令和3年3月 31日(水)

4 活動のねらい

市内リアルビジネス(飲食、小売、美容等)の、デジタル販売チャネル構築及びオフラインユーザー行動とオンラインユーザー行動データの統合戦略支援。

5 実施した内容

サービス内に蓄積したユーザー行動データ及び、サービス運営に伴う作業自動化を実施いたしました。

例)

事業者サイド:
決済及び振り込み管理自動化に伴うシステム開発。

利用者サイド:
他業種対応に伴った検索利便性の向上。
リコメンド機能の自動化。

6 達成された成果・実績等(定量的にお書きください)

直帰率、回遊率の改善。それぞれ2倍ほど改善。
上記2指標改善により、決済率も向上。
市内ユーザー数4000名を突破。

7 助成金を受けたことにより達成できたこと

UI/UXへの投資を実現できたため、事業KPIの向上が達成できました。

8 今後の事業展開や展望等

現状の課題:

新規顧客を送客することには想定以上の結果を出すことができました。ですが、ローカル事業者さまに新規送客を行っても本当に必要な既存顧客定着を支援することができていないのが課題です。

ネクストアクション:

ソーシャルビジネス推進助成を活用することで、既存顧客を実店舗事業者様が行うのがどれほど難しいかという課題を直面いたしました。例)弊社だと登録時に連絡先登録をいただいているためその後のフォローなどが可能。

今後は、上記の既存顧客最大化をテーマにプロダクトの舵を切り、本当に必要なプロダクト開発に尽力いたします。

今後の展望:

ソーシャルビジネス推進助成で得た知見を元に実店舗事業者様が既存顧客を最大化するためのプロダクトをテスト運用してまいります。

活動報告会報告シート

1 団体名 一般社団法人 プラチナ人材活躍推進機構

2 事業名 一般社団法人 プラチナ人材活躍推進機構

3 実施期間

2020年 4月 1日(水)～ 2021年 3月 31日(水)

4 活動のねらい

定年退職した健康な高齢者の新たな生きがいづくりと人手不足の解消のために、高齢者の経験とキャリアを生かした短期就労による年金の補填、余暇を生かした社会貢献行動における生きがいづくりのために、企業と必要な高齢者の結びつきを行う。

5 実施した内容

現状の実施者に対するフォローと新たな企業へのアプローチ、またより見やすいホームページの改定、月一度の理事会による企画会議、ただし、コロナ禍による行動が制限され、最重要の一つである、企業等に対するアプローチが制限され、ほとんどできていないのが現状である。

6 達成された成果・実績等（定量的にお書きください）

2件ではあるが、プラントの設計と機器据付指導、金属加工液の特許性について業務依頼をおこなった。また、池の改修工事のアドバイスをを行い、今後は現地調査をおこなうことになっている。ほか2～3件の引き合い物件を抱えている。

7 助成金を受けたことにより達成できたこと

ホームページの制作

8 今後の事業展開や展望等

とにかく、コロナ禍により、高齢者の行動範囲が制限され、また企業は現状維持が優先され、新規の件についての接触行為は極力避けられているため、なかなか行動を起こせないでいる。今後、今般の国等による制限（緊急事態、まん延防止）が緩和されるとともに、広報活動をおこなうこととしている。今までの、高齢者のヒアリングでは、皆さんからは、積極的に行ってほしいとの声が多いため、これに応えていきたいと思っております。

活動報告会報告シート

1 団体名 株式会社ビートラベル

2 事業名 ～国内外から訪れたい町、神戸へ～体験型ツアーによる観光客誘致事業

3 実施期間

2020年4月1日(水)～2021年3月28日(月)

4 活動のねらい

少子高齢化や若者の人口流出といった問題を抱える神戸において、地元ならではの体験ができるローカルツアーの造成を通じ、関連する民間事業者（観光業、宿泊業、飲食業、小売業など）と国内外の旅行者をターゲットに新しい形での消費を生み出し、町の活性化に繋げる。

5 実施した内容

- ・ ツアー販売用のWEBサイトの制作
- ・ 地元の民間事業者とのネットワークの構築（各種組合・異業種交流会などへの積極的な参加）
- ・ 関連事業者との打ち合わせを重ね、ツアー内容の企画と販売
- ・ 現地視察とモニターツアーの実施
- ・ ツアー参加者からのフィードバックとツアー内容の改善

6 達成された成果・実績等（定量的にお書きください）

【オンラインツアー計2個、ローカルツアー計7個の造成と販売売始】
株式会社吉祥との神戸牛オンラインツアー
六甲山観光株式会社との六甲ミーツ・アートオンラインツアー
その他、レストランGIANCLADOや楠公タクシーと協業のビーナスブリッジツアーや、地元ガイドと協業の日本酒ツアー・北野・塩屋ツアーなど

【モニターツアーを全ツアー1回ずつ実施】
オンラインツアー・リアルツアー問わず企画・造成に関してはそれぞれモニターツアーを実施した。

【大手旅行会社（エイチ・アイ・エス）との提携及び大手法人団体からのツアー参加実績】
顧客の元へ地元の特産物を郵送で届けた上で、Zoomを利用してその背景や文化などに触れることができるオンラインツアーを開始したことで、新聞・ラジオ・地方局などに取り上げていただくことができ、HIS社から業務提携のオファーの打診があった。コロナウィルスの影響でGOTOトラベルも停止後、売上低迷に苦勞していた中で、こ

活動報告会報告シート

のオンラインツアーの事業において、2021年1月から現在までで約200名の方に販売することができた。

特に大手企業からのレクリエーションやチームビルディングの一環として利用いただくことが多く、伊藤忠商事やパナソニック、中部電力などから数十名単位での予約をいただいた。

【行政との連携】

①ひょうご観光本部の兵庫県インバウンド公式コンテンツの公募に本事業で造成した2つのツアーを申請し、採択された。

インバウンドの需要が戻ってきた際に「県の公認ツアー」として行政側からも集客に力を入れていく予定とのこと。

②神戸港湾局の公募事業にて本事業で企画したツアーに少しアレンジを加え、クルーズ船会社の顧客向けにPRするツアーとして選定された。

今後、神戸市から船会社へ営業していただく予定。

7 助成金を受けたことにより達成できたこと

- ・事業を開始するにあたって必要不可欠である権利（会社の事業目的）の変更
- ・モニターツアー時のプロカメラマンによる撮影と広告作成専門業者への依頼により、内容が明確でデザイン性の高いチラシの作成ができ、集客につながった
- ・ツアー参加の顧客へプレゼントするノベルティグッズのサンプル品開発を行い、参加者の記憶に残りやすいサービスの提供につながった

8 今後の事業展開や展望等

2020年度は、長期にわたるコロナウイルスによる経済への影響が大きく、実際に神戸へ来られている観光客対しての提供が困難であったため、ツアーの販売をローカルツアーではなく、オンラインツアーに注力して取り組んだ。

HIS社との連携により、予想以上の反響を得ることができたため、2021年も引き続きオンラインツアーの追加造成を行いつつも、コロナウイルスの状況を慎重に見極めて、需要に沿った商品の宣伝による集客活動に努めていきたい。

活動報告会報告シート

1 団体名 一般社団法人神戸活性化支援機構

2 事業名 フードロス対策事業

3 実施期間

2020年 4月 1日(水) ~ 2021年 3月 31日(水)

4 活動のねらい

農家が生産した野菜は、約5%~10%は規格外となってしまう市場に出ることはありません。また販売用として直売所に出荷した野菜も、鮮度が落ちると農家が自身で持ち帰り、個人で消費する、知り合いに渡す、廃棄する等の方法で捌いています。規格外野菜も加味すると、生産した野菜の全てが所得に繋がっているわけではない現況です。農業は大半の作業が人の手によって行われている為、一農家あたりの生産量が限られています。先述した所得に繋がっていない野菜の事も含めると、農家の重労働に見合わず、低所得は避けられません。

この問題を軽減すべく、弊社が運営するフードコートにてこれまでロス野菜の買い取りを行っていましたが、新型コロナウイルスの影響で来客者、及び消費が激減した為に買い取る事ができなくなりました。通常の販売数を想定して生産された野菜は大量に残ってしまい、廃棄するにもお金がかかる等、農家の所得は更に低迷し、負の連鎖が続きます。この悪循環を打破すべく、ECサイトと加工場を設立する事で消費を向上し、フードロス対策と6次産業化の実現が狙いとなります。

具体的な背景としましては野菜を加工して販売する時、道の駅が商品化を行う事はよくありますが、農家自身が生産している事は多くはありません。農家が商品を作りたいと思っても、保健所登録の課題や、販路の問題をクリアできず諦めてしまう為です。そこで弊社が保健所申請をクリアした加工場を設置し、農家が自身の野菜を持ち込んで加工作業や商品開発ができるよう無料開放する、シェアサロン型の加工場として運用する計画を立て、調理器具や機材等の設備は無料で貸し出し、完成した商品を販売する為の資材は、弊社が契約している資材会社から代行で仕入れる事で安価で仕入れる事ができます。また、商品化に必要なパッケージデザインに関しては、株式会社大阪シーリングと弊社とが連携して売れるパッケージ戦略を図れる体制を取りバックアップします。パッケージによって商品としてのクオリティを魅せる事で、農家の所得向上に繋がります。最後に加工販売の大きな課題である販路については、弊社が運営する直売所と、今後の運用を検討しているWEBショップを活用する事でクリアする事ができます。この構想が実現すれば、野菜ロスの回避と、利益の高い加工商品で農家の新たな収入源を確保し、所得向上に繋げることがねらいです。

5 実施した内容

テスト期間である2020年11月に梶谷農園の白菜を使用した漬物の商品化を行いました

*本報告シートは、翌年度のソーシャルビジネス推進助成活動報告会の資料として使用いたします。
また、ホームページ等にアップする可能性もあります。

活動報告会報告シート

した。

事前打ち合わせ（商品設計、梶谷農園の情報収集、スケジュール、コンセプト考案、ロゴ考案、デザイン考案等）を行い料理長と青果責任者と農家様とマネージャーでプランニングを立て商品設計、プロモーション企画を行いました。

商品設計・・・ターゲティング、プライス、デザインを設定し農家様と売れる商品の開発を行う。

プロモーション・・・農家様に出演していただきプロモーションビデオを作成し特設サイトにて農場の風景と制作風景をプロモーションビデオで伝え「いつ」「誰が」「どのように」「どんな場所で」「どんなこだわりを持って」作っているかを明確に特設サイトにて提示。

12月ファームサーカスマーケットにて販売を行い12月月間販売数108パック ¥21600の売上を作り来年度は白菜が出る時期から始めコロナ終息後であれば2か月間で10万円程の売上を見込めると思われます。

又来年度に向けイチゴ農家の商品企画を立て苺ジャムといちごミルクの素の2商品のテスト販売を2020年12月～2021年3月行い496個 ¥338400の販売実績を作れました。

5月以降苺があまり出ず時期に農家様で加工を行っていただき、ロスを回避すべく商品化を行う計画をしております。

6 達成された成果・実績等（量的にお書きください）

現状野菜の販売だけでは農業の所得向上は困難な中、加工場や営業許可が取れない事から売れ残り野菜や規格外野菜は現状、破棄されるか自身で食べるかの選択してありませんでした。その現状を打破すべく売れる仕組みを作った上で商品の開発、製造、販売は今年に関しては販売日数が少なかった事から売り上げはさほどではありませんがプロモーションビデオや特設サイト、ラベルデザイン等は毎年使いまわせることで、1回の開発には時間がかかりますが毎年育てる野菜は変わらないものを選びルーティン化を図り収入増加を目指すことで製造農家様を増やしたいと思えます。

活動報告会報告シート

7 助成金を受けたことにより達成できたこと

今までは真空出来る機材や乾燥、粉末などの機材が無かったことから農作物で加工できるものが限られていたところから助成金を使わせていただき設備投資を行い幅広い商品展開が可能となりました。設備が無い中複数の農家様で商品化を行っても同じような商品が出来上がり競合になってしまうという課題点を解消する事が出来ました。

8 今後の事業展開や展望等

今後に関しましては登録農家様数を増やす事と収入が不安定な新規就農者の方からオファーをかけていきたいと思えます。登録農家者数が増えていくことでロス野菜等が減り所得が向上する仕組みを作り上げていこうと思えます。
又現在 EC サイトの構築を進めておりこちらでも販売を拡大しております。

活動報告会報告シート

1 団体名 **神戸おいしいマルシェ実行委員会**

2 事業名 ウェブサイト「神戸おいしいマルシェ」運用プロジェクト

3 実施期間

2020年 4月 9日(木)～ 2021年 3月 31日(水)

4 活動のねらい

飲食店の緊急時の情報収集・拡散実績の構築。乱立する飲食店からの情報の整理、及び、宅配、金券などの支援策の効果測定を主としています。又、非常時に短時間でボランティア組織編成をつくり、行政や民間企業では実現できないスピード運営を実証しました。
流入数、流入経路などの解析によって、非常時の情報発信のノウハウを蓄積することも目的とした。

5 実施した内容

非常時の情報に特化したポータルサイトの構築、運用、SNSや地元メディアとの連携による広報プロモーションにおいて成果を残した。
食べログなどの既存のメジャーな情報サイトがローカライズされておらず、テイクアウトなどの情報掲載が進んでいない中、SNSでも重要な情報も埋もれてしまっていた。そんな飲食店の情報収集がしにくい状況下において、情報を網羅し、みやすく情報整理されたポータルサイトを整備した。

6 達成された成果・実績等（定量的にお書きください）

2020年4月末日 月間 100,000PV 達成
同年5月末日 月間 250,000PV 達成
2021年2月時点で月間 10,000PV 以上を維持

7 助成金を受けたことにより達成できたこと

○類似サービスの情報統合
○デジタルマーケティングの見地によるアクセス解析、分析

8 今後の事業展開や展望等

○サイトは現状のまま維持管理を続け、機を見て改修、情報の更新を行いたい。又、**After** コロナに向けたテイクアウト情報や、デジタルツールを活用した飲食店情報の充実を図りたい。

活動報告会報告シート

1 団体名 株式会社 インブルーヴ

2 事業名 and.e (アンデ)

3 実施期間 2020年5月1日～2021年3月31日

2020年5月1日(金)～2021年3月31日(水)

4 活動のねらい

And.e(アンデ)は、コロナ禍で在宅時間も増え、社会や友人とリアルでの繋がりが減ることによる「孤独感」や「焦燥感」で失いがちな温もりを、ペットへの優しさや愛情と共に世界でたった一つのオリジナルグッズに込めて、お客様ご自身はもとよりご家族などへのギフトで手にしていただくことで、家族や友人とのつながりの再確認の一助になれば、との思いから立ち上げた“誰でも、何でも、どこでも、繋がれる”ビジネスプロジェクトです。

又、製造過程では、障害の有無などの隔たりなく強みを活かした人々が製品作りに携われる独自の仕組みをつくりました。

決算時には、年間図案制作売上の一部を動物愛護活動団体などへ寄付することで、お客様のペットたちへの愛情が社会への「お福分け」になれば、と考えています。

お客様と作り手の笑顔がつながる“場”になることが、and.e活動の原動力です。

5 実施した内容

- ・ and.e オフラインギャラリー開催：2021年3月11日～3月22日
- ・ and.e オンラインギャラリー開催：2021年3月12日～公開中
- ・ and.e オンラインギャラリー【人気投票】：2021年3月19日～3月31日
- ・ and.e オンラインギャラリー【人気投票】結果発表：2021年4月3日
- ・ and.e オンラインショップ開設
- ・ ande.eHP更新
- ・ and.e カタログ/ショップカード製作
- ・ and.e ギャラリー開催記念【アーカイブBOOK】製作、モデル参加者へ贈呈

6 達成された成果・実績等（定量的にお書きください）

- ・ and.e オフラインギャラリー開催中 来場者受注件数：8件
- ・ and.e オンラインギャラリー開催による予約商談中件数：6件
- ・ and.e ギャラリーイベントモデル応募枚数 124枚（34名）
- ・ イベント誘因による BtoB（toC）商談中件数：4社
- ・ and.e オーダーメイド取扱候補店舗数：3件

活動報告会報告シート

7 助成金を受けたことにより達成できたこと

- ・ 自社資金に加算できたことで、カタログ制作やショップページ制作に写真に強い専門家に制作依頼することができたので、ブランド価値向上につなげることができた
- ・ 製作に携わってくれる人たちとの信頼関係向上につながった
- ・ 自社のソーシャルビジネスへの姿勢を対外的に認知広報いただけたことが、活動に関するみんなの誇りにつながり、よりよいものを作ろうとする励みになった

8 今後の事業展開や展望等

今回の助成事業によるイベント開催を通して、アパレルファッション商品の製作では到底ご縁にならなかったペット葬祭関連業や棺製造業、ペット病院、ペット同伴可高価格帯ホテルなどの新市場で私たちがお役に立てるかもしれない可能性が見えたので、CtoM ビジネスモデルだけではなく、BtoB ビジネスの新たな柱として育てる事業に位置付け、お客様と作り手みんなの笑顔につながる“場”をもっともっと広げていきたい。

活動報告会報告シート

1 団体名 株式会社 Happy

2 事業名 はっぴーの家 教育事業 「おせっかいラボ」

3 実施期間

令和 2 年 4 月 1 日 (水) ~ 令和 3 年 3 月 31 日 (水)

4 活動のねらい

- ・ コロナ禍に伴う不登校児童生徒の増加に伴って、学びの機会を提供すること
- ・ 海外在住の日本人学校児童生徒の学びの機会を提供すること
- ・ オンラインを活用した高齢者の他者との関わり機会の増加

5 実施した内容

- ・ オンライン死生観探究コースの講座 (全 15 回)
- ・ はっぴーの家のオンラインサロン開始
- ・ おせっかいプロジェクト: 古民家リノベーション

6 達成された成果・実績等 (量的にお書きください)

- ・ オンライン死生観探究コースの平均視聴回数
→ (リアルタイム及びアーカイブ視聴数の合計) 100 回以上
- ・ オンラインサロンメンバー
→ 令和 3 年 3 月末時点 130 名
- ・ 古民家リノベーションプロジェクト
→ 不登校生を中心に 30 名

7 助成金を受けたことにより達成できたこと

- ・ 助成金を死生観探究コースの講師謝金としたため、講座実施回数を増やすことができ、コミュニティの醸成につながった。また、経験や実績のある講師に講座依頼できた。
- ・ 死生観講座や古民家リノベーションのように、新しいプロジェクトを子どもたちとともにすすめる最初の教材として書籍を購入ができたことで、学びの深みがでた。

8 今後の事業展開や展望等

- ・ オンラインサロンのプラットフォームをリニューアルする
- ・ 死生観講座の第 2 期の実施
- ・ 次のおせっかいプロジェクトの企画、実施