

24. 株式会社あわせ (1/2)



■基本情報

企業名	株式会社あわせ
本社所在地	徳島県美波町
設立年	2013年

■取り組みの背景・課題

課題を抱える地方と、技術を持つ企業が集まる都市に、補完関係を見いだした

地域課題・企業課題	地域における担い手の確保 <ul style="list-style-type: none"> 地方は課題を抱えるが、若者が都市部へ流出し、地域で課題解決のための担い手と技術が不足していた。
	ベンチャー企業の人材確保 <ul style="list-style-type: none"> 都市部では人材採用の競争が激しく、知名度の低いベンチャー企業にとっては、人材の確保が難しい場合があった。
地域資源	ベンチャー企業の技術活用 <ul style="list-style-type: none"> 都市部の企業が、地方にはないテクノロジーやサービスを持つ一方で、実践の場を持たずソリューション実現まで至らない場合があった。
	人口減少期における需給ギャップ <ul style="list-style-type: none"> 人口減少期における求められるサービスとサービスの担い手のギャップ。これこそが、地域の課題であり大きな資源と捉えた。

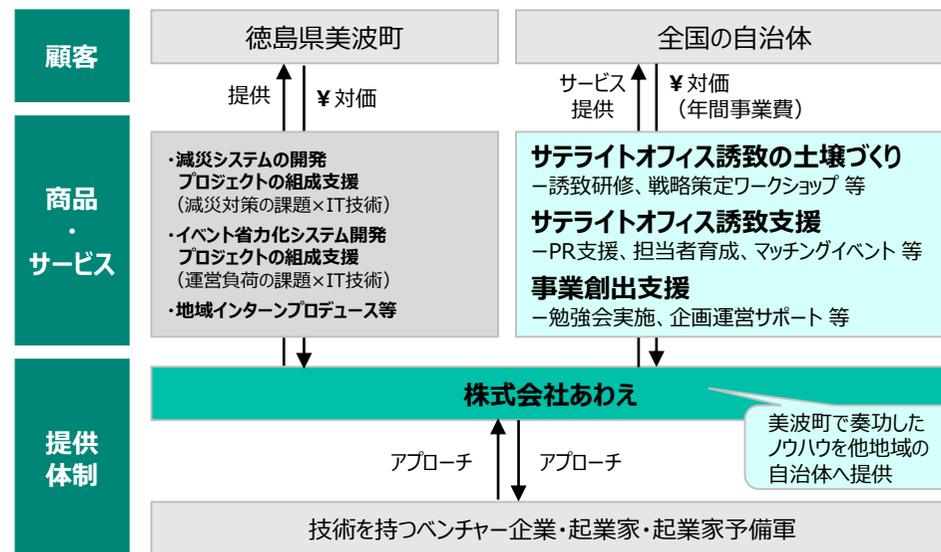
■事業概要

全国の自治体で、企業誘致の土壌づくりから事業創出までをトータルで支援。課題を抱える地方と技術を持つ企業を繋ぎ、地域課題をビジネスチャンスに変革

- 株式会社あわせ（以下、あわせ）は、全国の自治体に対して、サテライトオフィスの誘致支援サービスを提供している。課題を抱える自治体と地方へ進出を目指すベンチャー企業とを繋ぐマッチングイベントの開催や、マッチング後の事業創出サポートなど、各自治体の状況に応じた支援を実施している。
- 本社を置く徳島県美波町では、明治時代に建てられた銭湯「初音湯」をリノベーションし、オフィス兼コミュニティスペースとして、地域交流のために開放している。サテライトオフィスや起業家誘致を行い、都市部の技術と地域課題をマッチング。地方における減災ソリューションの開発やスポーツイベントの省力化といった多様なプロジェクト組成を支援している。
- 地方における人材育成やインターンシップのプロデュース、一次産業振興支援など地域に関わる幅広い事業を行う。
- さらに、地方と都市の二つの学校を一つの学校のように見立てて教育プログラムを提供する「デュアルスクール」制度の普及にも取り組み、都市と地方の垣根を超えた地域振興モデルの実践に取り組んでいる。



■事業モデル



■目指す姿

「学び」の観点からの地方創生

- 地方創生について考えを突き詰めると、「教育」に行き着いた。「教育」が地方創生に大きく関わると考えるため、「教育」に着目した事業を立ち上げる予定である。
- 地方では、現状の課題に合わせて既存の仕組みを変える必要があると考える。経済の点でもエネルギーの点でも、地域の自立に向けた新たな形が求められているように、人に着目して「学び」の観点から地域の自立に繋げていくような事業を考えていく。



出所) 株式会社あわせ資料・インタビューより

24. 株式会社あわえ (2/2)

A. 事業化・事業拡大の経緯

① 構想・企画

- あわえ創業者の吉田氏は、ITベンチャー企業を東京で創業したものの、人材採用の問題に悩まされていた。採用活動に相当の資金を投入していたものの、知名度の低いベンチャー企業にとって、都市部での人材採用は難航していた。
- そこで、地方で趣味や副業も行いながらITエンジニアの仕事を行う「半X半IT」という新たなワークスタイルを提案し、2012年に地元である徳島県美波町にサテライトオフィス「美波Lab」を開設した。当時は珍しいコンセプトであったため、アウトドア雑誌をはじめとする各種メディアに着目された。
- その結果、瞬く間に人材が集まり、長年の人材確保問題が解決した。翌年には、本社も美波町へ移転することに決めた。

ポイント 地元の人々に誠意をもって接する

⇒ 代表の吉田氏だけでなく社員も地元の人と顔見知りである。メディアはあわえを取り上げるが、地元住民も地域づくりに汗をかいている。「地域に助けられている/見られていること」を常に意識し、例えば地域の集まりに参加する際も、失礼な対応をしないことを心掛けている。

② 事業化

- 美波町の人々にとってITベンチャー企業は新鮮であったため、地元のような地域活動に声がかかった。また、他地域の行政が視察に来ることもあった。ITベンチャー企業が過疎地進出した経験は、他地域にとっても価値があるものと考え、そのノウハウを他地域にも展開すべく、2013年にあわえを設立した。

ポイント 地方と企業を繋ぐには、「ハコ」だけでなく「コンシェルジュ」が必要

⇒ 新たな取り組みを生むためには、場づくりだけでは十分ではない。地方と都市部企業が同じ土俵で議論する「通訳」の役割が必要で、あわえは場作り後の企画・設計のサポートも行っている。

ポイント 自社のフィールドではプレイヤーとして成功モデルを体現

⇒ あわえは、美波町ではプレイヤーとして活動し成功モデルを体現。そうでなければ、全国の自治体へのノウハウ提供はできない。木材の活用によるエネルギーの自給循環ビジネスの創出など、現在でも美波町において事業検討、創出に取り組んでいる。

③ 地域循環共生圏の醸成

- マッチングや誘致を行う場では、自治体は誘致のために良い点をPRしがちであるが、企業は地域課題を解決したいと考えてマッチングに臨む。あわえは自治体に対して「地域のPRだけでなく課題を提示する」よう助言している。また、より深く地方と企業が関わるよう、完成した商材を持つ企業でなく、できる限り開発段階のベンチャー企業を巻き込むよう努めている。
- 広報にも力を入れている。講演や取材にも積極的に対応し、取り組みを周知することで、様々な地域の人と繋がることができている。

ポイント マッチングでは、「相手に対する関心」を重視

⇒ 移転する側は家族を連れて移住するなど、相応の覚悟を持って移転を決断する。そのため、誘致する側は「どんな企業でも良いからとにかく誘致できれば良い」という姿勢ではいけない。同様のことは企業側にも当てはまり、企業・地域のそれぞれにとって相手の都合や想いを理解する必要がある。以上より、マッチングの際は、「相手にいかに興味を持つか」、「相手に興味を持ってもらえるようかにか考えるか」が非常に重要である。

B. 資金調達

実績ができるまでは、自己資金でやりくり

- あわえの株式は、吉田氏が100%を保有している。実績がないうちは金融機関からの借入れが難しく、自己資金で賄う必要があったためである。政府系ファンドにも相談したが、あわえの事業は多額の投資が必要ないコンパクトな事業であったため、ファンドの投資先として見合わなかった。
- 空き家のリノベーション等、まとまった資金が必要となる事業については、必要に応じて補助金を活用した。

事業推進にあたり、「仲間づくり」も意識して資金の調達方法を検討

- 最近では、資金調達の手段が増えてきている。出資したいと申し出てくれる人も出てきているので、今後は「仲間づくり」の意味も込めて、出資の受入れも選択肢の1つとして考えている。

C. 人材獲得・パートナー連携

採用では、好奇心・本気度・ビジネス感覚を重視

- ITベンチャー企業の採用では、求めるスキルが明確であり、その習熟度合でその人がどれほど勉強熱心かを判断できた。一方あわえの採用活動では、地域によって資源や課題が異なり、幅広い能力や知識が求められるため、採用の判断が難しい。
- 特に自分以外のものに対する興味の幅広さ、継続的に取り組みを続けられるかという本気度、収益性も考えられるビジネス感覚を採用面接の際には重要視している。

社内のコミュニケーションでは言語化・可視化を意識

- 多様な経験を持つ社員が集まっているため、吉田氏は、自身の考えを言語化して伝えることを意識している。SNS等でのやり取りを通し、各自の考えやこだわりを社員同士で見ることができるようにし、社員が事業を自分ごととして捉える環境をつくっている。

D. その他工夫

ノウハウを互いに共有しイノベーションの機運を醸成

- ノウハウを開示するデメリットを指摘する人もいるが、それよりも全国で知名度が高まるメリットが大きいと考える。時には自治体からの出向者を受け入れ、ノウハウを共有することで、新規事業の創出や業務改革に繋げることを重視している。

「いかに地域の受益者を増やすか」を意識

- 中間事業者を排除すれば、それ以外の関係主体の利益を増やすことができる。しかし地方では人と人が「顔の見える関係」である。いたずらに中間事業者を排除して一人勝ちを狙うのではなく、中間事業者も活用して受益者を増やすことで、自社、事業者、地域が喜び、良い評判を生むことができる。それが結果として、別の事業機会づくりに繋がる。