

無料

TAKE
FREE



URBAN LIFE METRO

with ソトコト

東京メトロ
代々木公園の
ウェルビーイングな
スポット 3 選。



第2回

ソトコト

Well-being
未来
Award
2024

ご機嫌でサステイナブルな未来をつくる
ウェルビーイングな企業・団体を表彰！

～ソトコト・ウェルビーイング未来アワード2024～

ご機嫌でサスティナブルな未来をつくる ウェルビーイングな企業・団体取材して、表彰！

ソトコト Well-being 未来 Award 2024

ウェルビーイングは、身体的、精神的、社会的によい状態のこと。一般的には幸せや幸福に近いニュアンスで、親しみを込めて意識すれば、「ご機嫌な状態」といえそうです。また、ハピネスは「短期的な幸せ」、ウェルビーイングは「持続する幸せ」とも捉えられています。予測できない社会の変化を重ねて、私たちが気づいたのは、「この仲間が好き」「家族と一緒によかった」「風景が美しい」など、目の前の、いつもの誰かとともにある幸せの大切さでした。ウェルビーイングはおだやかに、私たちのじんわりとした幸せをつないでいってくれる、思いきり深呼吸したくなる生まれたての酸素のようなものかもしれません。

健康、家族、教育、福祉、デジタル、エンターテインメント、スポーツ、旅行、観光、遊び、食、医療、経済、企業など、ウェルビーイングの世界が広がれば、社会は未来への裾野をもっと広くできて、未来に向かう道を歩く人たちも増えていきます。ご機嫌な世界をつくる、そのブリリアントな取り組みを表彰する「ソトコト・ウェルビーイング未来アワード」のスタートです！



ソトコト・ウェルビーイング未来アワード 2024 実行委員長

『ソトコト』総編集長 指出一正

1969年群馬県生まれ。上智大学法学部国際関係法学科卒業。雑誌『Outdoor』編集部、『Rod and Reel』編集長を経て現職。十数年にわたり全国各地の現場を訪れ、各地の取組を取材した知見をもとに、ローカルエリアの魅力や可能性を発掘、ローカルに興味を持つ全国の方々から圧倒的な支持を集めています。近年では国の有識者会議の委員を多く担うなど、多方面でのつながりを活かしながら活動を広げています。

2024年7月24日(水)、当日の授賞式のアーカイブ



アーカイブの視聴は
こちらから

第2回「ソトコト・ウェルビーイング未来アワード 2024」授賞式の模様は左記のQRコードより無料で視聴できます。受賞企業によるプレゼンテーションなどもあるので、ぜひご覧ください。



4 第2回「ソトコト・ウェルビーイング未来アワード2024」授賞式

6 株式会社 マツザワさんのお取り組み

廃棄されていた摘果リンゴをアップサイクル。
地元の食品産業連携プロジェクトが生んだ
地域を元気にするビジネスモデル。

8 株式会社 明治さんのお取り組み

子育てしやすいまちから誰もが輝ける未来をつくる、
明治の「こそだてMINNAdeプロジェクト」
(連携協力:千葉県流山市)

10 戸田酒店さんのお取り組み

商品を通じて生産者と消費者を
つなぐ架け橋に。「氷眠納豆」に見る
『戸田酒店』のものづくり。

12 認定NPO法人 サービスグラントさんのお取り組み

スキルを活かして地域に貢献。
サービスグラントの「ふるさとプロボノ」が
つなぐ人と社会の輪。

14 GTC JAPANさんのお取り組み

日本中の“ローカルグッド”を発掘して世界に発信。
屋久島のクラフトジンから始まる
ゴキゲンなECサイト。

16 東京メトロ代々木公園の ウェルビーイングなスポット3選。

photographs by Tomoki Hirokawa, Takeshi Konishi & Yusuke Abe, Takeshi Konishi
text by Takeshi Konishi, Mari Kubota, Kaya Okada, Kentaro Matsui & SOTOKOTO

発行日／2024年8月31日
発行／株式会社ソトコト・ネットワーク
東京都港区赤坂2-9-3 松浦ビル3階

協力／株式会社メトロアドエージェンシー
東京都港区東新橋二丁目14番1号
NBFコモディオ汐留9階
アーバンライフメトロ (URBAN LIFE METRO)

内容に関するお問い合わせ
株式会社ソトコト・ネットワーク
TEL:03-6416-9565 営業時間:平日 午前10時～午後7時



第2回 「ソトコト・ウェルビーイング未来アワード2024」 授賞式

2024年7月24日(水)、東京・渋谷にて第2回「ソトコト・ウェルビーイング未来アワード2024」授賞式が開催されました。今回は『ソトコト』が取材した、ウェルビーイング=ご機嫌な社会をつくるために活動している企業・団体のなかから5社が選ばれ、表彰されました。授賞式では各企業・団体の代表者とプレゼンターの指出一正によるインタビュー形式でのやり取りが行われ、あらためてその活動内容が掘り下げられました。ここでは授賞式の模様をレポートします。



株式会社 戸田酒店さま



株式会社 明治さま



株式会社 マツザワさま



株式会社 GTC JAPANさま



認定NPO法人
サービスグラントさま



ウェルビーイングな社会づくりに取り組む 5つの企業・団体がアワードを受賞。

授賞式のはじめに、本アワードの
実行委員長である指出一正が登壇、
「ウェルビーイング」とは身体的、社
会的に良い状態であることという直
訳に対し、それでは心を揺さぶらな
いと指摘。「機械」と意識すること
で、柔らかくて平たく明るくできる
と話しました。またウェルビーイン
グは中長期的な幸せであり、それは
一人では築くことができないもの
で、それを成し遂げている受賞企業
の活動は人が集まる、チャイミング
で格好のいいものだ、あらためて
その活動を称揚しました。

続いて授賞式では、まず『株式会
社マツザワ』森本康雄さんが登壇。
トロフィーを授与されることも、今
自らが代表としてやってきたが、今

回の賞は地域とこの人たち全員で
受賞したものだと言いつつ、18年
間続けてきた摘果りんごを使ったお
菓子づくりを振り返っていました。

次には『株式会社明治』から江原
秀晃さんが壇上へ。千葉県流山市
とともに、子育てがしやすい環境を
つくるプロジェクトについて、今後
も流山市の発信力や本アワードなど
を通じて活動に共感してくれる人を
増やしたいと展望を述べました。

続いては『株式会社戸田酒店』よ
り夏井宗矩さんが登壇。『JA（農業
協同組合）』と共同で、日本全国のロ
ーカルな農産物の魅力を広め、今回
つくった賞味期限の長い冷凍納豆の
ようなさまざまな商品開発を続けて
いきたいと話しました。

4社目は「認定NPO法人サー
ビスグラント」の岡本祥公子さんが
登壇。たくさんの方が専門的なスキ
ルを活かしたボランティアであるプ
ロボノとして社会との関わりを持
ち、集まるのがウェルビーイング
な世の中につながると語りました。

最後は『株式会社GTC JAPAN』よ
り田中剛さんが登壇。屋久島でのク
ラフトジンづくりなどを通じて日本
のまだ知られていない魅力を発信し
ていくことの大切さを説きました。

授賞式のあとトークセッションを
経て再度登壇した指出が、社会が変
わるなかで自分やコミュニティをど
うつくり、関わるかが大切であり、
今後も多くの企業や団体とともに歩
んでいきたいと総括を述べました。

鈴木康弘×指出一正トークセッション 積極的なコミットが生むウェルビーイングな状態。



授賞式ののち、指出と『株式会社
デジタルソフトウェア』の代表取
締役社長・鈴木康弘さんとのトーク
セッションが行われました。鈴木さ
んは受賞企業の方を見て、人との繋
がりを持った明るさがあると語り、
自身の専門分野であるDX（デジタ
ルトランスフォーメーション）と、
人との繋がりが生み出すウェルビ
ーイングは一見相反するようで実現し
たいものは同じだと指摘。ウェルビ
ーイングな取り組みの再現性を高め
ることにDXが役立てると、そのシ
ナジーについて語りました。

両者はウェルビーイングについて
「学園祭の準備」のようなものだ
と意見合致し、そこでは自然と人に役
割が与えられ、社会との関わりが生
まれていくと話し、そして、社会へ
参加することの重要性について、「後
方で腕組みして眺めているようでは
いけない。子どもを見習って、飛び
込め、参加しろ」と真剣に訴え、当
事者であることがウェルビーイング
な状態につながると、意見の一致を
見ていました。

「ソトコト・ウェルビーイング未来アワード」への 想いや期待、そして展望を実行委員会メンバーも語る。



株式会社キャリタス常務執行役員
石井 伸明



株式会社メトロアドエージェンシー
ビジネス開発局長
井上 達也



ソトコト総編集長
指出 一正

授賞式では、指出とともに実行委
員を務める2名もコメントを発表。
『株式会社メトロアドエージェンシ
ー』の井上達也さんは、先の都知事
選を例に小さな活動の波紋を大きな
ものにしていくことにアワードの意
味があり、今後も広告を通じて社会
に長期的な幸せをつくる手伝いをし
ていきたいと語りました。

『株式会社キャリタス』の石井伸明
さんは自社の事業である新卒採用に
ついて、多様な働き方が生まれて採
用の状況が過熱しているなかで、安
心して働ける職場や信頼できる仲間
づくりをサポートすることで、自身
もウェルビーイングな社会づくりに
協力していきたいと話しました。

廃棄されていた摘果リンゴをアップサイクル。 地元の食品産業連携プロジェクトが生んだ 地域を元気にするビジネスモデル。

令和3年に農林水産省が開始したローカルフードプロジェクト（以下、LFP）。30道府県で2400もの食品事業者らが参画し、地域課題の解決と経済性を両立させるビジネスづくりに挑戦しています。令和6年5月、長野・群馬両県のLFPメンバーが集まり、成果と課題について語り合いました。摘果リンゴのアップサイクルを成功させた事例など、他の地域でも参考になる示唆に富んだ意見やアイデアが数多く挙げられています。



(左) 摘果リンゴなどの未利用品から生まれた株式会社「マツザワ」の商品。(右) 群馬LFPで誕生したこだわりの豚弁や肉みそ、生姜焼きのタレ。そして山口さんが育てている有機栽培の小麦。

持続可能な地域を つくるためのLFP。

——はじめに、LFPとはどのようなプロジェクトなのでしょうか？

千葉 LFPは2021年（令和3年）に農林水産省が開始した事業で、今年で4年目です。全国の30の道府県で展開され、約2400の事業者等が参加。これまで商品開発を中心に100以上のビジネスが生まれています。

この事業の背景として、人口減少、担い手不足などに伴ってさまざまな地域課題が深刻化するなか、国や行政だけではこれらの課題を解決することが難しい状況があります。

持続可能な地域をつくるためには、人々が知恵を出し合いながら課題を解決して地域の発展を目指す仕組みが必要です。今、生産性やコストを重視してきた業界にはひずみが出ています。LFPには地域の事業者を巻き込みながら、その土壌づくりを見直す役割も含んでいます。

地域農業の振興を基盤に 進めた長野県のLFP。

——長野県の摘果リンゴを使ったプロジェクトについて詳しく教えてください。

森本 私たちの会社（「マツザワ」）は創業の頃から山コボウのみそ漬の未利用品を活用して地域を活性化してきた歴史があり、その流れから摘果リンゴ（※1）をクッキーに活用するという18年前からの取り組みにつながりました。クッキーに載せるために小さいリンゴを青森県から買って使用していましたが「長野県のお土産なのに青森のリンゴで良い

のか」という疑問があり、地域の農家や「JA」に相談しました。そこで「こんな小さいリンゴは市場に出ない」と言われ、摘果リンゴならサイズが適していることが分かりました。これを集めて欲しいとお願いしたのですが、実際には防除（※2）の問題があり、栽培の途中で摘果するリンゴは食用に使えませんでした。それでも諦めず、南信州地域の生産者の協力を得て農薬の散布計画をつくり変えてもらい、摘果リンゴを食用に使えるようにして製品化することができました。

加工用リンゴの買い取り価格は一般的には20〜30円ですが、私たちはスタート当初から50円で買い取り、現在では70円に引き上げています。これで収穫前でも農家は収入を得ることができ、地域の活性化にもつながっています。会社として地域との連携に力を入れてきたため、会社の方針とLFPとの親和性がとても高いと感じています。

千葉 摘果リンゴの活用は各地で話題になりましたが、どうやってこの仕組みができたのでしょうか。

森本 その年に流行する病気に対応するために県や国から指導される防除があり、毎年細かくスケジュールを調整する必要がありました。しかし、10年もするとベースができてきて、通常の出荷用と摘果用の防除の2種類を行うようになりました。現在50軒ほどの農家が参加しており、ここまで農家が増えたのは儲かることが一番の理由です。

堀越 現在は未利用品を活用する動きがありますが、買い取り価格が安いと続かないと思います。森本さんは誰のためにやるのかを大事にして

いるから、この事業が続いているのではないのでしょうか。

森本 商品開発にあたって、最初から補助金や助成金だけに頼りませんでした。支給が止まった途端に破綻して事業が継続できなくなるからです。そこで、自分たちの持っているノウハウと努力でカバーし、「JA」の選果場を使用しないことで経費を削減して継続できるようにしました。「JA」も協力してくれて私たちは保険だけ掛ければよく、これによって農家の収入を確保することができています。

——長野県その他の取り組みについてはいかがでしょう？

毛賀澤 1年目については、鍋の季節にしか売れないエノキタケを夏に食べてもらうにはどうするかを考えて、加工品づくりから始めました。3年目は長野県産小麦の利用を拡大し、同時に生産振興にまで踏み込みました。この一連のキャンペーンが「信州こむぎ大行動」です。

長野県産小麦の需要があっても、生産量が少なかったため、長野県産小麦はおいしいからもっとつくってほしいという声を集めて、生産者に伝えるアクションを取りました。18社のメーカーの協力のもと、長野県発祥のおやきや肉まん、デニッシュなどの22品目を地元の小麦粉でつくり、共同で全県へプロモーションしました。3か所で消費者に向けた試食イベントを実施し、イベントの様子やアンケート結果を生産者に伝えました。

このような一連の行動を通じて、生産者たちの間で来年は生産を増やしていこうという話が出てきたり、地元で小麦をつくり続けてきた80代

※1 秋に大きな実になるように間引かれたリンゴ。これまで使い道がなく、圃場にそのまま放置されていた。

※2 収穫時に残留農薬がゼロになるように計画して農薬を散布すること。

の農家がもう少し続けてみると発言したり。このプロジェクトを行った価値があったと思いましたね。

大手メーカーでは対応しきれない小規模な需要が生まれつつあるため、小規模な農家に対応できる新たな供給の仕組みも構築する挑戦を今年は行おうと思っています。

千葉 農業の大規模化や省コスト化によって国内生産が限定的になってきているなかで、今は原点回帰の流れがあると思います。コストや生産量以外のいろいろな価値が生まれることで、実は間接的な経済効果も生まれ始めていますね。

毛賀澤 今は、生産者や販売者たちのストーリー性を消費者たちが求める時代。価格を基準にするのではなく、社会環境を守るようなエシカルな消費を消費者に働きかける必要があります。ただ、消費者へのプロモーションだけに注力してはいけません。LFPでは一生懸命つくった農産物を加工して売りますが、売る段階で生産者・加工者・販売者との間で価格設定がずれ、それがネックになって販売に至らないという事態も起きてしまいます。加工者だけでなく、販売者も一体となって、地域の農業振興に取り組むことがとても重要です。

1年目から手応えを感じた群馬県のプロジェク

——次に、群馬県の小麦を使ったプロジェクトについて、詳しく教えてください。

山口 群馬県では情報発信してくれる人や、商品開発を手掛けてくれるような人が少なく、前のめりで農家に伴走してくれる事業者との出会い

がまだまだ少ない。長野県はLFPの話のוותて、私たちは生産者であると同時にコーディネーターとしての役割も担っているため、今後は一緒に取り組む事業者をさらに巻き込んでいく必要があります。

私がLFPに参画したのは、小麦農家として小麦をつくる人を増やして地域の農業をさらに盛り上げていきたいという思いからでした。私たちが小麦を栽培する群馬県南西部に位置する藤岡市は平野部で、元々粉ものの食文化や小麦栽培が盛んな地域でした。現在は小麦の買い取り価格がかなり低いため、補助金がないとなかなか続けていくことが難しい状況になっています。その一方で、私たちは有機栽培を行って直売をしているため、大手流通の価格帯とは異なる価格で販売しています。こうした他と違う流通方法を探っていることもあり、地域内で小麦が流通することで地域活性化につながる製品が生まれて育っていくことを知ってもらいたいです。

今回のLFPでは、地域ブランド「Konan Lab」コナモラボを立ち上げて、私たち小麦農家と菊芋農家、製麺屋、さらにはコンサル会社やデザイナーなど地域で活動す



群馬県LFPを担当する茂木さんは、プロジェクトが進むにつれて手応えを感じていったと話してくれた。

る事業者に加え、主婦や学生も参画して赤菊芋入りのうどんを開発しました。小麦の風味が豊かに感じられつつ、イヌリンや植物成分であるポリフェノールを含むうどんは、血糖値を気にしている方の需要が多く見込まれます。

『麦の国ぐんま』の多様な粉食文化に新しい価値を掛け合わせた商品研究と開発を通じて、地域が活性化されたり、関わる方々の郷土愛が育まれたりすることで、思いをつなげていきたい。今年は地域で活躍できる人々や資源をマッピングすることを目標にして、かつて群馬県を代表する品種で、香りが良くて冷めてもいい小麦「農林61号」を生産する方を増やしたいです。

——群馬県のもう一つのLFP、駅弁をつくるプロジェクトはどうでしょうか？

堀越 私自身は養豚農家ですが家族経営で規模が小さかったため、規模を大きくする道は諦めて独自の路線を歩むことにして、委託製造でソーセージをつくって販売したり、コ罗纳禍には近所の飲食店や知り合いの農家と連携して肉みそを新たに開発したりして、LFPのようなことをやってきました。

群馬県で昨年度からLFPが始まり、私自身はこのプラットフォームの運営方法や参加者の連携の仕方などがとても重要に感じていました。そうでない特定の農産物だけが注目されて、それに当てはまらない生産者や事業者が関われないようになってしまつては意味がないと思つたからです。そこで、プラットフォームの活用を目的としたチームを立ち上げて、群馬県内で有名な高崎

の駅弁「だるま弁当」をヒントにして駅弁をつくることでメンバーそれぞれのスキルを上げていくことにしました。

千葉 長野県には3年間の活動の積み重ねがありました。群馬県は1年目なのにものすごいスピード感で実行されていましたね。地域での変化や影響はありましたか。

堀越 地域に変化をもたらすことまではまだできていませんが、参加メンバーのビジネス感覚はかなり鍛えられたと思います。今は商品ができたところで、少し体制を立て直して、我々は何をやっていく集まりなのかというのを見つめ直す段階です。

山口 私たちのプロジェクトに伴走してくれたコーディネーターには、「感性ではなくてロジックですよ」と何度も言われました。「やりたい」だけではダメで、データなどを取りながら誰に届けるのか検討を重ねたうえで商品を開発することの大切さを知りました。

LFPでは地域内外のつながりがさらに増えて、商品開発や地域事業に関する情報交換ができたり、自身の事業が広がったりしたこと大きな収穫でした。また、私たちが悩みなながらも前向きにプロジェクトに



千葉さんは長野県が3年間で積み重ねてきた成果と、群馬県の1年目の成果に確かな手応えを感じている。

お話をうかがったのは



写真左から、群馬LFPの堀越勝徳さん、山口あきらさん、LFPの総合プロデューサーの千葉大貴さん、長野LFPの毛賀澤明宏さん、森本康雄さん、群馬県農政部長ぐんまブランド推進課でLFPを担当している茂木裕子さん。

取り組んでいる姿を見て、最初は様子を伺っていた人たちが途中から自発的に参加したいと意思表示してくれました。

毛賀澤 いろいろな人が集まって、何らかのプロジェクトと一緒に取り組むことによって、人と人のつながりが濃密になったり、広がったりして、いろいろなビジネスアイデアが生まれてくる仕組みがでけるとおもいます。LFPは商品を開発して終わりではなく、プラットフォームとなつて全体が動き出し、地域にいろいろなものを落とし込んでいく点に大きな意味がある。

千葉 今まで産業支援の現場では、単年度で開発された商品数や売り上げが成果の指標となっていました。が、みなさんの話を聞いているとその指標だけに収まらない、地域課題の解決、地域の皆さんの意識の変化

にもつながる大きな成果があったことが分かりました。こうしたプラットフォームがあることで持続的な取り組みにつながり、さらに積み上げていくことで、次の2年目、3年目に大きな違いを生むことになりそうですね。

「ソトコトオンライン」で
記事全文公開中!



子育てしやすいまちから誰もが輝ける未来をつくる、 『明治』の「こそだてMINNAdeプロジェクト」。 (連携協力:千葉県流山市)

子育てをする市民、行政、企業の共創プロジェクト事業「こそだてMINNAdeプロジェクト」が昨年12月からスタート。

『明治』と千葉県流山市の子育て世代のママたちが、同市内のマルシェで共同出展したのを機にイベント開催なども行って、子育ての課題解決とアップデートに向けてアクションを起こしています。



2023年12月、流山おおたかの森駅前の広場で開催された「森のマルシェ・ド・ノエル2023」。明治と流山市の共同ブースでは、子育てに関する課題解決に必要な知識を分かりやすくまとめたパネルを展示した。

「こそだてMINNAdeプロジェクト」の一環として、昨年12月に流山市で開催された「森のマルシェ・ド・ノエル2023」にて、『明治』と同市のママたちが子育てしやすい社会を目指してワークショップやパネル展示が行われました。その後、このような子育て支援に関する取り組みが始まった背景やそこにある思いについて、栄養事業を通じた子育ての知見を持つ『明治』乳幼児・フェムニケアマーケティング部の江原秀晃さんと、子育て環境のアップデートに取り組んできた『流山市』総合政策部マーケティング課の河尻和佳子さんが語り合いました。

情報発信で大切なのは、 自分ごとになる共感。

河尻和佳子さん(以下、河尻) 流山市は、駅前送迎保育ステーションの創設や保育園の整備などのハード面でも子育て施策を推進してきましたが、振り返ると「流山ブランド」が認知されるために、このまちが子どもを持つ親に共感して受け入れてもらえるかの心情面も重視しながら、伝え方にも注力してきました。

たとえば、マーケティング課が共催しているブランディングイベントやオンラインコミュニティなどを通じて、子育て中の方々が困りごとなどを話せる、一緒に活動する仲間を募れる場づくりも行ってきました。この積み重ねが、今につながっているように感じています。

江原秀晃さん(以下、江原) これまでは企業の思いを中心に広報活動を展開してきた側面があり、市民にとって必要な情報なのか、課題解決につながっているのかが分らず手応えを感じにくいことがありました。よって、市民と一緒にこの「こそだてMINNAdeプロジェクト」に取り組むことが大事だと思っています。

河尻 市民のリアルな声を聞くことは企業にとってハードルが高いことだと思うのですが、一歩踏み出されたいかがあったのでしょうか？

江原 日本が子育てしにくい国だと言われていることと出生率も下がっていくという現状に危機感を覚えて、粉ミルク事業を展開する弊社にも消費者に対する何らかのアプローチが必要だと思いました。我々一社だけでは日本の課題解決はできませんが、このプロジェクトが全国へ広がれば、共感してくれる企業が増えて、全国の子育て環境が少しずつ変わっていくかもしれないと期待があります。

えを感じにくいことがありました。よって、市民と一緒にこの「こそだてMINNAdeプロジェクト」に取り組むことが大事だと思っています。

河尻 市民のリアルな声を聞くことは企業にとってハードルが高いことだと思うのですが、一歩踏み出されたいかがあったのでしょうか？

江原 日本が子育てしにくい国だと言われていることと出生率も下がっていくという現状に危機感を覚えて、粉ミルク事業を展開する弊社にも消費者に対する何らかのアプローチが必要だと思いました。我々一社だけでは日本の課題解決はできませんが、このプロジェクトが全国へ広がれば、共感してくれる企業が増えて、全国の子育て環境が少しずつ変わっていくかもしれないと期待があります。

河尻 少子化の課題は子育てに限らず、多岐にわたるため、これらをそれぞれの自治体だけで対応していくことは難しいと感じています。社会課題に対して『明治』さんをはじめとする企業や、また大学などと組んで総合的に解決していくことが大事です。

河尻 少子化の課題は子育てに限らず、多岐にわたるため、これらをそれぞれの自治体だけで対応していくことは難しいと感じています。社会課題に対して『明治』さんをはじめとする企業や、また大学などと組んで総合的に解決していくことが大事です。

子育てに感じる課題は、 学ぶ機会が少ないこと。

江原 弊社の事業ビジョンに「栄養で乳幼児の健全な発育に貢献する」とあり、乳幼児が栄養をとるための商品を提供しています。実は、乳幼児二人に一人が鉄不足という状況を踏まえて鉄チェック活動や、災害時に乳幼児を連れての避難が大変なことから防災セミナーを、また、ママバベセミナーも行っています。

1歳から3歳児がご飯を食べない、食ベムラが問題になっていますが、共働きで時間がないという理由から、子どもは朝ごはんにはバナナ一本、パン1つという状況で、それすらできていない人も。一部の栄養素に関しては昭和以前、戦時中と同スコアのものもあるほどです。日本はご飯を食べていれば普通に育つだろうという考えの人がまだまだ多く、日本には乳幼児の栄養についての課題があるのです。

河尻 このような情報を企業側が消費者側に伝えるタイミングも大事で、子育てに関わる人たちも一緒に早い段階から考えた方がいいのではと思います。

江原 子育ての課題解決のために、父親やパートナーの育児参加をいかに増やしていくかが不可欠です。『明治』としてはセミナー内容を開発して伝える場を設けましたが、一企業の活動の限界を感じています。日本全国に広がっていくには、体力と時間が要ると感じています。そこで、自治体と組んで市民を巻き込みつつ、他の企業も参画できる活動にしていける必要があると思います。

河尻 私自身が夫と子育てしていた約15年前から随分と状況は変わって、今はパートナー双方の育児参加が求められるようになりましたが、育児に対してパートナー間でモヤモヤすることはまだあります。

江原 オーストラリアでは、生まれる子どものために必要な知識などを学ぶ父親育成のプログラムが出産前にあるそうです。女性のホルモンバランスが変化することが当たり前とそこで認識するだけでも育児は変わってきそうです。

河尻 夫婦、パートナーが互いに思

うことをありのままに話すイベントを開催することがあります。そこで、普段育児に関わる時間が少ない側からの意見に納得することもありました。たとえば、留守番中の親子での過ごし方に関して出かける側に細かく指示されて「そこは任せてくれ」と思ってしまった。夫婦間、パートナー間の最初のコミュニケーションが足りていないのだと思いました。

江原 子どもを持つ男性を対象に調査をした際、とある男性が育児をできていないのは授乳の手伝いで怒られた苦い経験のせいという話を聞きました。男性の学びの場が少なすぎます。母子手帳はあるけれど、父のことは一切書いていない。そこは「親子手帳」でもいいですよ。

**数値に出ない小さな声を
もっと共有したい。**

河尻 新たに気づいている課題としては、子育てしているから制約されることがなるべくなくなるようにしたいですね。子どもに愛情を注いで自分のことは後回しにしても、必ずしも楽しいわけではない。「子育て中でも自分のやりたいこともやっていいんだ」と笑顔でいることが何よりも大事だと思います。市内のコミュニティに顔を出しているような話を聞いたりして、そこで知合った親たちの「自分らしいチャレンジ」を発信するようにしています。

江原 企業としても小さな子どもを持つ親たちに直接話を聞いたり、弊社商品に関するレビューコメントを読んだり、定量調査時のフリーアンサーにも目を通したり。定量調査の結果を元にと、結局アップデータにしかありません。『明治ほほえみ

らくらくミルク」(缶入りの乳児用液体ミルク)のシェアが40パーセントから80パーセントになったのは、数字には表れない消費者の意見を拾って、哺乳器用乳首の取り付けを直接できるようにリニューアルしたことが大きかったように思います。

子育てしやすい社会の先に、 誰もが生きやすい世界を。

河尻 子育て世代家族が多いまちが情報発信するうえで、子育てに関するポジティブな情報を届ける意義はあると考えています。さらに、子育て世帯に限らず、まちで暮らす誰もが自分らしいライフスタイルが築けるようになるのが理想です。ここ2、3年は子育てのまちの質を高めることに注力したので、多様な人々が自分らしさを発揮できるまちになれるよう取り組んでいくつもりです。

江原 『明治』で扱う商品には乳幼児向けの体づくりをサポートする食品や、女性特有の体や健康をサポートするための食品「フェムニケアアップ」もあります。大学生、高校生

のときからこれらの生活や健康を考えた、子どもを身近に感じたりする機会を増やして、出生率の改善、子育ての環境の改善につなげていきたいです。

河尻 小さな子どもと触れる体験や子育てに関わる情報を体感したうえで、子どもを持つ自分の人生を考えることができるということです。子どもを持つということは、その人の特徴の一つに過ぎません。たとえばですが、シニアであることも特徴の一つであると同様に、それぞれが互いに配慮しながら、子育てが特別なことでない社会から受け止められたいと思います。

江原 住みやすい、生きやすいまち。そういうところが実現されることが最終的なゴールであって、子育ての部分は一つの要素です。年齢軸で悩みがあり、それに対するソリューションがあり、それにつながる商品がある。企業として、一人一人の暮らしやすさに寄り添う役目を果たしていきたいですね。

お話をうかがったのは



江原 秀晃
Hideaki Ebara

株式会社 明治 グローバル
ニュートリション事業本部
乳幼児・フェムニケアマー
ケティング部 調整乳GG長。



河尻 和佳子
Wakako Kawajiri

流山市総合政策部マーケ
ティング課課長 (取材当時)。
「森のマルシェ・ド・ノエル」
の企画・運営を担当した。

「こそだて MINNAde プロジェクト」と市民団体で、 子育て中の悩みを解決するイベントを共催。

子育て中の悩みごとを解決する

のに社会との接点を持つことが必要との声が市民から上がり、解決

につなげる第一歩として、今年3

月にイベント「ガレノバ」が『須

賀果樹園』で開催されました。約

15のブースが並び、果樹園内でお

弁当を楽しむに食べている家族

の姿も。流山市の暮らしをアップ

デートする有志メンバーグループ

「gareno」と「こそだて MINNAde

プロジェクト」がこのイベントを主

催しました。「gareno」代表の小谷

日果里さんは流山市育ちの28歳で、

祖父がこの果樹園を運営していま

す。「自身には子育ての経験はあり

ませんが、新たに移民した人た

ちにとって住みやすく、好きなま

ちであって欲しい。そして、息抜

きができたり、軽いつながりがで

きたりする場があった方がいいの

ではと思いました」と小谷さん。

地域にいろんなスキルを持って頑

張っているママたちがいることを

も知ってもらい、集まった人たち

で交流ができれば、と今回のイベ

ント開催につながりました。

『明治』と『流山市』が連携して、 子育て環境をより豊かに。

子育て環境をアップデートする活

動を経て、2024年7月3日、『流

山市』と『明治』の間で「こそだて

MINNAde プロジェクト」を軸とした連

携・協力協定が正式に締結されまし

た。同市の井崎義治市長は「少子化

が深刻化する日本において、子育て

の楽しさ、豊かさを伝えられたら」

『明治』の吉田俊昭さんは「よりよい

子育て環境実現のため、市民の声に

耳を傾け、正しい情報を提供し続け

ます」と互いの思いを交換。子育て

環境のアップデートを目指す先進的

な取り組みが本格始動しました。



2024年7月、明治と流山市が「こそだて MINNAde プロジェクト」を軸とした連携・協力に関する協定を締結。左から、明治の江原秀晃さん、吉田俊昭さん、井崎義治市長、流山市総合政策部の須郷和彦さん。

「トコトオンライン」で
記事全文公開中!



戸田酒店さんのお取り組み

商品を通じて生産者と消費者をつなぐ架け橋に。「氷眠納豆」に見る『戸田酒店』のものづくり。

各地の生産者を支援する『農業協同組合』（以下、JA）。『JA』のつくる農産物を使った商品開発を進め、農産物や生産者を守る活動をしている企業があります。食品総合商社『株式会社戸田酒店』では「“知る人ぞ知る”ではもったいない」を合言葉に、地域の優れた生産品の魅力を発信する商品開発を続けてきました。一体どのような活動をしてきたのか。同社の柄澤さんと『JAあつぎ』の直売所「夢末市」店長の清田陽平さんにお話をうかがいました。



『戸田酒店』が『JA』とともに開発した商品たち。葉二ニク餃子は、もともと鳥獣の食害を防ぐ目的で栽培されていたものを利用して開発。フードロス削減に取り組む『戸田酒店』ならではの商品となった。

『戸田酒店』と、『JAあつぎ』の出会い。

『戸田酒店』と『JAあつぎ』の合意は、『戸田酒店』が自社商品である、六道湖のしじみを使った味噌汁を『JAあつぎ』の直売所「夢末市」で販売できないかと持ち掛けたことから始まりました。

「味噌汁の試食会を開いたところ、これが大人気でした。直売所では基本的にその土地のものを売り、地元の人に購入してもらうかたちでしたが、このように別の地域でつくられたものも喜ばれるのだという発見がありました」と、清田さんはそう語ります。そしてそれならば逆に厚木の農産物を全国に展開することもできるのではないかと考え、『戸田酒店』に厚木の農産物を使った商品開発ができないかと相談したのです。商品開発で最初に取り上げたのは葉二ニクでした。葉二ニクはその名の通り二ニクの葉の部分で、もともとは鳥獣による食害を防ぐために栽培されていたものでした。これをもつと食用として活かさないかということで、葉二ニクを使った冷凍の餃子を開発し、現在は『JAあつぎ』の直売所などで売られるようになったのだそうです。

「葉二ニク餃子への取り組みを経て、次は津久井在来大豆という大豆を使った商品をつくれなかと相談しました。津久井在来大豆は神奈川県相模原市の津久井地区で昔からつくられていたものなのですが、近年は生産者が減り『幻の大豆』と呼ばれるほどに珍しいものになってしまっていました」。

奈川県や『JA』などは津久井在来大豆のブランド化を進め、大豆づくりを守ってきましたが、もし津久井在来大豆を使った商品ができれば大豆の生産農家にとって大きな後押しとなります。

『戸田酒店』としても、ローカルな農産物、水産物を守りたいという気持ちがあり、引き続き『JAあつぎ』さんとタッグを組んで商品開発に取りかかるとしました」と、『戸田酒店』の担当者である柄澤さんは言います。

商品にさらなる価値を。「氷眠納豆」の開発へ。

そうして始まった津久井在来大豆を使った新商品の開発。できあがったのは納豆でした。

『戸田酒店』として、ご当地の農産物にスポットを当てるとともに食ロスの問題を解決したいという思いがありました。

柄澤さんによると、納豆や豆腐など大豆食品は家庭で使いきれずに廃棄されることが多く、特に納豆は



『戸田酒店』の柄澤さん（写真左）と『JAあつぎ』の清田さん。旧友のように息ぴったりインタビューに答えていただいた。

調査によると廃棄される食品の第3位につけているのだそうです。「どなたでも、3個パックになっている納豆を買って1、2個食べて、残りの1個は気づいたら消費期限、賞味期限が切れていて捨ててしまったという経験があるのではないだろうか」。

そこで気づいたのが、北海道にある『戸田酒店』のグループ会社「ヤマイチ日向醸造食品株式会社」でした。昭和22年創業、十勝平野において豆腐や納豆の製造・販売をしており、長年培ってきた経験や知識・技術を活用しました。

「実は海外で日本食として売られている納豆は冷凍保存が基本なんです。冷凍すれば長持ちしますが、味や風味が劣化することもあります。そこで『ヤマイチ日向醸造食品株式会社』の独自技術「氷眠熟成」を用いて納豆をつくることにしました。氷眠熟成を経て納豆を冷凍することで『いつでもおいしく召し上がる状態』になり、賞味期限も1年と長期保存が可能となります」。そうして、津久井在来大豆を使った「氷眠熟成納豆」が生まれたのだそうです。

開発中に苦労したことを聞いてみました。「納豆の熟成と氷眠するタイミングが難しかったですね。津久井在来大豆が一番うまく熟成しているのはいつなのか、を見極める必要がありました。結論として4日間熟成した後、そこからさらに『ヤマイチ日向醸造食品株式会社』の独自技術「氷眠熟成」処理することにした。これが一番おいしい瞬間だと思っています」と柄澤さんと清田さんは、そつ口をそろえます。その目にはテ

ストを繰り返した確かな自信を感じます。

「つくる、守るだけではなく「拡げる」視点の大切さ。」

津久井在来大豆を使った「氷眠納豆」の開発を経て、清田さんは一つ痛感したことがあると言います。

「私たち『JA』は、地域の生産者さんにつくりたい、育てたいと思うものをつくってもらい、それを地元根付かせることを意識してきました。それは昔から農業を続けてきた方だけでなく、新規就農する方に対しても同様です。津久井在来大豆の例でいえば、今はまだ32歳で、15年ほど前から津久井在来大豆を育てている若い農家さんもいます。ですが、ただつくり続けるだけではいけないというのが、『戸田酒店』さんとの取り組みのなかで見えてきたことでした。地元の方がつくって、その地域に根付いた作物、それはもちろん素晴らしいものですが、その作物をもっと商品として育てていく必要があるんだなと。良いものをつくることと、それを売ることは別だと、柄澤さんも清田さんに同意します。

「『JA』さんは魅力的な、力のあ



津久井在来大豆を絶えさせないよう、栽培を続ける生産者の方々。若い就農者の方にもその熱意は息づいている。

る農産物をつくってくださっています。今回の津久井在来大豆でいえば、これは粒が大きくて甘みがとても強いという長所を持っていました。ただ、ほかの大豆に比べて生産にコストがかかるという側面もあります。では、そのコストをどう引き受けるか、どういった付加価値をつけられ商品として成立させられるか、それを考えるのが私たち『戸田酒店』の仕事だと考えています。『戸田酒店』と手を取り合ったことでの好影響は、商品づくり以外にも活きているのだそうです。

「『戸田酒店』さんが間に入ってくれたことで、さまざまな面で風通しが多くなったなと感じています。たとえば、これまでJA同士の横のつながりってそれほど強くなかったんです。自分のところで採れたものを自分のところで売り、それぞれは独立している。そんな関係だったのを『戸田酒店』さんが『JA』を横断して商品開発や展開をしてくれるようになりました。今後『JA』同士のつながりや、試食会などのイベントを経て私たち生産者さんのつながりが強まるのではないかと期待しています。清田さんのこの言葉に、柄澤さんはこう続けます。

「生産者さんや直売所に来るお客さんの言葉は、商品開発における大切なヒントになります。たとえば生産者が困っていること、課題に思っていることは、そのままその地域の農業や、ひいては『JA』さんの持つ課題でもあると思っています。私たちの商品開発を通じて、そういった課題を吸い上げ、それを反映したものにつくりつなげられればと考えているところです。」

固定観念にとらわれず、二人が目指す食のこれから。

最後に、お二人それぞれに今後取り組んでみたいことについてうかがいました。

「地元の農産物を使った商品を置く」と、それをつくった農家さんとはとても喜ばれるんです。また、商品と一緒にそれに使われている材料……たとえば納豆と大豆を並べて置いておくことで、納豆のファンになってくれた方がその大豆も手に取ってくれるようになります。そういった農産物と商品の関係、さらには生産者さんと『JA』の関係より深めていきたいと考えています。ゆくゆくはそれを各地の『JA』が単体でやるのではなく、ネットワークを介し

て柔軟に進めていけるようにしたいですね」と、清田さん。それに続いて、柄澤さんはこう言います。

「『戸田酒店』と名乗っている以上、次はお酒づくりに取り組みたいと考えています。本当はどちらがメインのはずなのですが笑。葉ニンニクの餃子をつくったとき、これでお酒を飲んでみたいねというお話もたくさんいただきました。なので、次はご当地の素材を使った缶チューハイをつくるのもおもしろいのではないかと考えています。国産原料を使ったお酒って、本当に数が少ないんです。日本にはまだまだ魅力的な農産物、海産物がたくさんありますから、餃子や納豆でやったことを次はお酒でやり、新たな日本の魅力を届けられればと思います。」



「JAあつぎ」の直売所「夢末市」の様子。地元で収穫された多くの農産物や、それを使った商品が並ぶ。地元の方はもちろん、インスタグラムなどを見て遠くから来店されるお客さんもいらっしゃるとのこと。

お話をうかがったのは



柄澤 穰
Jo Karasawa

総合物流商社「戸田商事」に入社したのち、コロナ禍において全国の介護施設への衛生食材の供給に従事。また、食卓で人気のある餃子の商品開発にも携わる。その後、グループ会社である「戸田酒店」へと転籍、培ったノウハウを活かし現在もさまざまな商品開発に取り組んでいる。



清田 陽平
Yohei Seita

「JAあつぎ」に入職する前は、箱根でホテルマンとして宿泊客をもてなす仕事に就いていた。異業種から縁あって「JAあつぎ」にて職員となる。その経歴ゆえ、固定観念にとらわれず「新しいことへの挑戦」をモットーにこれからの日本農業を支えていくべく奮闘を続けている。



「Funtoko Online」で
記事全文公開中!



スキルを活かして地域に貢献。 サービスグラントの「ふるさとプロボノ」が つなぐ人と社会の輪。

ボランティア活動のなかでも、特に自らの持つ経験やスキルを活かして行う「プロボノ」。認定NPO法人『サービスグラント』では、さまざまな課題を抱える団体とプロボノワーカーとして社会に貢献したい人々とが協働するプロジェクトを支援しています。地方の団体、組織と地域外の社会人とが共に課題解決に取り組む「ふるさとプロボノ」を通じて、その魅力を紹介します。



広島県尾道市、瀬戸内海の生口島にて、地域の恵みを提供する「ごちそうの森」を切り盛りする長光祥子さんも「ふるさとプロボノ」を利用した1人。

瀬戸内海に浮かぶ島で ママチームが活躍。

最初にお話をうかがったのは、広島県尾道市の瀬戸内海に浮かぶ生口島で、島の恵みをシェアし、自然とのつながりを感じてもらおうイベントを行う「Eat forest project」ごちそうの森（以下、ごちそうの森）を運営する長光祥子さんと、プロジェクトに参加した小林千夏さん。長光さんはもともと大阪で働いていましたが、生口島に魅了され移住しました。猟師となつて地元の方たちと触れ合ううちに、里山の衰退など山と人の距離が離れたことに起因する自然の循環が弱まっている問題に気づき、生口島の山海の恵みをさまざまな人とシェアすることを通じてこの問題を解決するべく「ごちそうの森」を立ち上げました。そのなかで「ごちそうの森」の活動をよりわかりやすく伝えるためのメニューの整理や参加者募集のチラシの作成をしようと「ふるさとプロボノ」でプロジェクトを発足させました。



参加者とともに島を巡り、島の持つ魅力や課題への理解を深めつつプロジェクトは進んでいった。

「最初は都会の人と価値観の違いがあるのではないかと、ごちそうの森」の活動の趣旨を理解してもらえないか、タスクに対するテンションが合わないのではないかといった不安もありましたが、事務局とコーディネーターとが事前に詳細にプロジェクト概要や募集要項などを定めてくれて、実際に来てくれた方たちも実にパワフルな方が多かったのです。実際に2泊3日で生口島に来てもらったのですが、夏だったことと参加者の熱気でもとても暑かったのを覚えています。」

チーム側も得るものが あった生口島での活動。

小林千夏さんは、生口島でのプロジェクトに参加した一人。大手通信会社で働く傍らで副業として地方創生プロジェクトなどを手がけてきました。プロボノとして活動するきっかけは、子どもができたことに起因しているのだとか。

「子どもが生まれたことで、生活サイクルに大きな変化がありました。それまで本業を持ちながら地方創生にかかわる副業をしていましたが、子どもがいるとそれは難しくなります。そこで子どもを連れて地方に関われる活動がないかと探していたところで『ママボノ』を知ったんです。『ふるさとプロボノ』に参加しての感想をうかがうと、このように答えられました。

「これまでプロボノとして活動したいと思って、その場を見つけれられるか、そして見つけれられたとしても実際に力を発揮できるかは、縁や偶然の占める部分が多かったと思います。『サービスグラント』の『ふるさとプロボノ』や『ママボノ』のように、地方の団体と個人の関係をコーディネートしてくれる仕組みがあることで、地域は人に呼びかけやすく、参加者はより自分のスキルを活かせるようになるのではないでしょう。また、地方で子育てをする長光さんの活動を見ながら、地方で子育てしたいなと思いました。

同じ質問を長光さんにも。

「人を招くことで新たな視点を得られます。私のように気持ちで動いてしまふ人間にはビッタリだな。一人で悩むのではなく、外の力もどんどん活用していけばよいと思います。今回は『ママボノ』というかたちで協力していただきましたが、現場見学にお子さんとパパを連れてくる方も多く、家族でのワーケーションのようなかたちになり、そのなかでママが主役となつて動き、パパがサポートし、それを子どもが見るという関係性が素敵だと感じました。また、プロジェクト終了後も交流を持つことができていて『ふるさとプロボノ』を通じて人の輪が広がり、地方を活性化する力が高まってくることにも期待できると感じました。」

薪工場のデータを誰でも扱えるように標準化。

続いて現地のプロジェクトとプロボノワーカーを結ぶコーディネーターとして活動する高野哲成さんにお話を聞きます。高野さんは「WAKU WAKU GAKKO」という、受講生と講師とキュレーターがフラットな関係で学べるコミュニティを運営しており「ふるさとプロボノ」ではコーディネーターを担っています。「ふるさとプロボノ」でどのようなプロジェクトに携わったのでしょうか。

「西中国山地自然史研究会」という環境保全・里山文化の継承などに関わる西中国地方のNPOがあります。ここが活動の一環として里山を

保全し、薪を販売する取り組みをしていて、これをICTを用いてデジタル化するプロジェクトをコーディネートしました。具体的には薪工場の在庫管理の設計です」。

高野さんによると、工場では原木の受け入れと薪の生産に追われており、システムの改善に向けてマンパワーが不足している状態。また、原木や薪の在庫量や、その納入先についても特定のスタッフが1人で管理するなど属人性の高い状態で、それを誰でも管理ができるように標準化が求められていたとのことでした。「ふるさとプロボノ」でプロジェクトを募集したときは、それなりに不安がありました。地方の薪工場というシチュエーションに合った人



薪の在庫管理システム設計に挑むデジボノチームと薪工場スタッフの八木さん（写真右）。異なる領域での交流は、工場のシステムだけでなく、そこで働く人々にも、小さくない変化をもたらしたのだという。

特殊な環境にすぐ適応し、改善を進めた「デジボノ」。

しかし、実際に現場を訪れた「デジボノ」チーム（IT関連に強いプロボノチーム）はみるみるうちに結束を高め、プロジェクトに取り組んでくれたのだそうです。

「コーディネーターとして現場を見ていて一番思ったのは、みなさん体当たりで楽しそうにやってくれているなということでした。とても親身に、現地の事情なども深くくみ取ってくれました。その結果、デジタルの分野にとどまらず、たとえば木材のデータを取ってアップロードしやすくするために、工場内に置いている薪の配置や計測方法の変更なども提案してくれて、多角的に工場状況を整理していったんです」。

また「デジボノ」チームがやってきたことは現地の人も刺激になったのだとか。

「八木くんという、薪工場で働いてくれている地域の若者がいるのです



薪置き場の様子。さまざまな薪がうずたかく積み上げられているのがわかる。

が、彼は少しICTの知識があったんですね。ですが、これまで使っていたデータベースの仕組みでは1人がデータを開いていると他の人がデータを閲覧できなかったり、現場でも1人のスタッフしかデータの現状を把握できていないこともあったりしたので、運用面で限界があったんです。それを『デジボノ』の皆さんが誰にでも扱えるアプリにしてくれたことで、チームが帰ったあとも軽微な修正なら八木くんが1人でできるようになりました。彼も『デジボノ』チームとの交流は、先進的な働き方について知ったり、コンサルティンクの考え方を学ぶ機会になったと言っていました」。

高野さんは、プロボノの今後に期待を込めてこう言います。

「『ふるさとプロボノ』のような、個人と地方を結びつける仕組みができてきたことはとても喜ばしいと思います。プロボノがさらに普及していくためには、個人と地方の中間に立つ、コーディネーターやマネタイズの成熟が必要です。地方の活性化には持続性も重要で『ふるさとプロボノ』のプロジェクトは長く意味を持つものなのかといった点も考慮されています。プロジェクトを精査し社会人と地方の両方にとってよりよい判断ができる人材を増やしていくこと、それが私やプロボノの今後の課題ではないかと考えています」。

地方自治体やNPOはさまざまな課題を抱えつつも、それを解決するためのリソースが不足していることも多いのが現状です。地域社会にさまざまなスキルを持った社会人が自らの経験を活かして関わることで、それらの課題解決につながりま

お話をうかがったのは



高野 哲成
Takano Tessei

滋賀県出身。尾道市向島で子ども達の未来に残したいもの pensando 「子どもの育ちや学び」に関する企画運営とコーディネートを通じて持続可能な地域の実現に取り組む。誰もが学び、伝えられる市民大学／フリースクール「WAKU WAKU GAKKO」準備室を立ち上げ、現在運営中。



小林 千夏
Kobayashi Chinatsu

大手通信企業で働きつつ、副業でコミュニティマネージャーなどを担う。ライフワークとして地方創生プロジェクトなども行ってきた。「ふるさとプロボノ」のプロジェクト中は、団体関係者へのヒアリング等を担当し、団体のコンセプトをあらためて明確化する仕事などに従事。



長光 紹子
Nagamitsu Shoko

世界中を旅して食べ歩きながら、生口島で出会った猟師たちの、自然に敬意を払いつつ楽しみ、地域に喜ばれる共生ライフスタイルに憧れて2010年島に単身移住。2021年4月「森から暮らしへ」をテーマに「Feast for east project」をスタート。自然と人の共生、循環社会を目指して活動中。



「Fotokoto Online」で
記事全文公開中!



日本中の“ローカルグッド”を発掘して世界に発信。 屋久島のクラフトジンから始まる ゴキゲンなECサイト。

2024年秋にローンチ予定の「日本のいいこと、いいもの、うまいもの」を発掘し、東京から世界へ向けて発信する

ECサイト『アーバン ライフ メトロ プレミアムストア』。発売第一弾となるプロダクトは、世界自然遺産でもある鹿児島県・屋久島の自然素材をふんだんに使ったクラフトジンです。生産者も購入者もウェルビーイングを感じられるECサイトを目指して運営する、

『GTC JAPAN』代表の田中剛さんにお話をうかがいました。



クラフトジン「玖」は、屋久島の豊富なミネラルで育った材料をふんだんに使用すると同時に、四代目市川九團次の「古き良きものを新たな形で表現したい」という思いを重ねてつくられている。松坂牛の牛脂を隠し味に使用。



地域を元気にする ECサイトが今秋オープン。

——2024年秋に誕生する、新しいECサイト『アーバンライフメトロプレミアムストア』のテーマは何ですか？

田中剛さん（以下、田中） 東京メトログループの『メトロアドエージェンシー』と『ソトコト・ネットワーク』がコラボレーションして運営している『アーバンライフメトロ・URBAN LIFE METRO』というWebメディアの中で、2024年秋に新しいECサイトがローンチされます。『アーバンライフメトロプレミアムストア』というサイト名で、テーマは「日本のいいこと、いいもの、うまいもの」。日本のローカルには、感動させられるようなものづくりが続けておられる生産者や地域がまだまだたくさんあります。そんな日本の宝物を発掘して、東京を起点に世界へ向けて発信し、伝えていこうという主旨で創設するECサイトです。

——『アーバンライフメトロプレミアムストア』ではどんな商品を販売する予定なのでしょう？

田中 今、総力をあげて「日本のいいこと、いいもの、うまいもの」を続々と発掘中ですが、第一弾として販売するのはクラフトジンです。日本の伝統や文化を世界の人々へ発信するというコンセプトに加えて、生産者さんの「地元をもっと元気にしたい」という願いと、消費者の「地域をもっと知りたい」という気持ちを掛け合わせたような、お互いに幸福感や楽しい未来を共有できるプロダクトを販売したいと思い、クラフトジンを選びました。

——なぜ、クラフトジンに注目されたのでしょうか？

田中 歌舞伎役者の四代目市川九團次さんとのご縁をいただき、彼のYouTubeチャンネルの運営をお手伝いさせていただけることになり、その番組の企画でジンをつくることになりました。お酒の種類としては日本酒や焼酎も考えたのですが、日本のクラフトジンが海外からも注目されていて、日本の伝統文化である歌舞伎と、日本のお酒の中では新しいジャンルとなるクラフトジンが融合することで、海外発信に必要な話題性とインパクトが生み出せると思い、『アーバンライフメトロプレミアムストア』のこけら落とし、最初の商品に選びました。

屋久島の自然が宿る こだわりの“バワージン”。

——素材に使われている屋久島のお茶は、どんなお茶ですか？

田中 弊社がお付き合いしている企業団体のなかに、さまざまな社会貢献活動に取り組んでいる方々がいらつしやいまして、彼らが屋久島で耕作放棄地と化した茶畑を再生されました。私はその活動内容に感銘を受けたこともあって、その茶畑で収穫された有機緑茶をご提供いただけないかと相談し、クラフトジン「玖」の「キーボタニカル」として使わせていただいています。

——お茶以外にも、屋久島産の素材は使われていますか？

田中 はい。クラフトジンは、ジュニパーベリー（※）という黒い実をベースにして、ボタニカルと呼ばれる果物や草花、スパイスやハーブを用いながら、その地域らしい味や香

※ ヒノキ科の針葉樹（ジュニパー）の実。別名は杜松の実（ネズノミ）ともいう。



タンカンとは、温州ミカンにくらべて実がやわらかく、酸味が控えて甘みが強いです。

りをつくっていくのが楽しさであり、醍醐味です。ですから、お茶の他にも、クラフトジン「玖」には屋久島のタンカンを香りづけに使っています。屋久島のタンカンは戦後から本格的に栽培されるようになり、今では屋久島の特産物の一つになっています。ジンに用いるのは主に皮で、皮に含まれる油分が甘く爽やかな香りを醸します。「玖」はフルーティで口あたりがよく、桜の葉も風味づけに使っているので、ジン初心者や女性に人気です。

日本の「いい」を发掘して、地域をゴキゲンにする。

「玖」という屋久島のいいこと、いいもの、うまいもの」がギュッと詰まったクラフトジンを皮切りにして、ECサイト「アーバンライフメトロプレミアムストア」はどんなふうに展開されていきますか？

田中 日本各地へ足を運んで、「日本のいいこと、いいもの、うまいもの」を見つけ出し「アーバンライフメ

トロプレミアムストア」で販売できるよう努めていきます。ただ、地域の生産者の方々は、とてもいいものをつくっていても、ご自身でそれがいものだと気づいていないことが多いのです。「このへんじゃこれが当たり前」「昔からこうやってつくっている。それだけだ」と謙遜されているのか、本気でそう思っておられるのか、とにかく控えます。けれども、農山漁村の産物を含め、それを生む自然や、文化や、暮らしぶりも、東京、あるいは海外からの目線で見るとき、感動に値するほど素晴らしいのです。ですから、いいものをつくって終わりではなく、世界中から人が集まり注目されている国際都市・東京から、日本ならではの感動的価値を広く海外に届けることが大事なのです。生産者さんは「つくるプロ」ですが、「売るプロ」ではありません。加工品づくり、いわゆる6次産業化も含め、私たちが売り方をサポートしていけたらと考えています。

—— ECサイトだけではなく、さまざまなメディアからも発信を行うのですか？

田中 そのとおりです。地方のいいものを发掘し、「アーバンライフメトロプレミアムストア」で発信しますが、ECサイトだけでなく、今は海外から東京を訪れる方がたくさんいらっしゃいますから、東京観光で利用される東京メトロ各線の中吊り広告や東京メトロ公認のWebメディア「アーバンライフメトロ」を通じて、日本国内外へ効率よく情報発信していきます。こうすることで、まだインバウンドが波及していない日本のローカルで发掘した価値を世

お話をうかがったのは



田中 剛

Takeshi Tanaka

株式会社GTC JAPAN 代表取締役。ニュージーランドで日本の食品や日本酒を取り扱う輸入卸売会社に勤務したのち、日本酒の輸出専門商社、行政機関の海外展開支援アドバイザーを経て「GTC JAPAN」を設立。輸出事業を軸にマーケティング事業、商品開発などを行う。



「GTC JAPAN」が手がけるクラフトジン「玖」のキービジュアル。歌舞伎のイメージとかけ合わせることで、日本の「いいもの」を海外へ魅力的に発信する。



「Fotokoto Online」で記事全文公開中！



界に発信できますし、そこで興味を持ってもらえたなら、東京・大阪・京都といった、いわゆる「ゴールデンルート」以外の地域（生産地）にも、より具体的な経済効果をもたらすことができるのではないかと考えています。

生産者の方々にもご自身がつくっている産物、さらには暮らしや働いておられる地域に自信を持っていたきたいですし、消費者の皆さんには日本のいいものに気づいてもらって、ぜひお土産に買ってもらったり、産地を訪れてくれたりしたらうれしいです。

——「アーバンライフメトロプレミアムストア」は素敵なECサイトになりそうですね。

田中 ありがとうございます。第一弾がクラフトジンで、第二弾、第三弾も準備中ですので、ぜひご期待ください。皆さんが幸せに、そして、よっこんでもらえる商品を紹介することで、地域の生産者の方々や地域そのものも幸せに「ゴキゲン」になれる。そんなウェルビーイングな商品を開発し、世界に発信していきたいと思っています。

東京メトロ代々木公園の ウェルビーイングなスポット3選。

東京メトロ・代々木公園駅周辺の、おすすめスポットをご紹介します！

素敵な花やポップな雑貨、すっきりとした味わいのクラフトビールを楽しみながら、
ウェルビーイングな取り組みを身近に感じてみよう。



1

1

「花の循環」とともに感じる、日常に寄り添う花の魅力。

edenworks bedroom

エデンワークス ベッドルーム

生産量の30～40%が廃棄されているといわれる生花や植物。そんな現状を変えようと「花を棄てずに未来に繋げる」を理念にかかげて活動するのが、フラワークリエイター篠崎恵美さん主宰のクリエイティブスタジオ「edenworks」だ。花を扱う仕事は「生命を預かること」と考え、「edenworks bedroom」で週末だけのフラワーショップを営業、残った生花をドライフラワーにして『EW.Pharmacy』で販売。枯れた花はコンポストにして観葉植物を購入した人に堆肥としてギフトするなどして、花を捨てることなく循環させ

る仕組みを確立した。「思い浮かんだ理想を会社全体の取り組みとするのは非常にたいへんでした。でも、花や植物は生き物なので、素敵さや豊かさと同時に生命の大切さを伝えることも重要だと思ったのです」と篠崎さん。

「edenworks bedroom」を訪れて驚くのは、花が置かれたカウンター自体がベッドであること。これはベッドルームという親密な空間でスタッフとお客さんが同じ視線で花を愛でながら会話を楽しむ空間にしたいという思いから。ベッドルームは「夢を見る空間」でもあるため、夢や希望

を花に託して、毎日の生活やギフトに取り入れてほしいという思いも込めた。

カウンターの花は、大きさや高さが違うフラワーベースに活かされているのも特徴的。篠崎さんが「パワーを感じるものを選んだ」という花は色とりどりでさまざまな表情をもっている。想像力が刺激される花との出会いを楽しみたい。

●東京都渋谷区元代々木町8-8 motoyoyogi leaf 3F
13:00～20:00 土・日曜営業
＊営業日はInstagram参照
@ edenworks_bedroom

東京メトロ千代田線
代々木公園駅から徒歩5分

①ベッドの上にはおよそ70種類の花。ぐるりと回って眺められる。②フラワーベースも販売。③花の楽しさや魅力を伝えるワークショップも開催。④ブーケをオーダーするときは、贈りたい人のイメージを伝えよう。会話をすることでイメージに近づけながらつくってくれる。花は一本から購入可能。

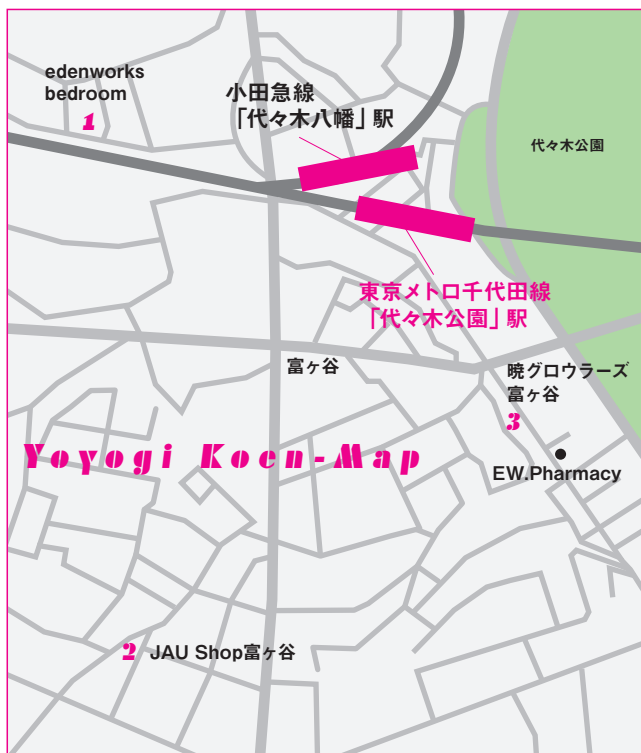
2

3

4



メルボルンにあるカフェのバリスタが、カップの使い捨てに疑問を感じつつあった再利用できる KeepCup のシリーズ。色や素材、大きさが選べる。3,740円～。密閉できる KeepCup Bottle 5,720円。



3

循環型ブルワリーの天然水醸造ビール。

暁グロウラーズ 富ヶ谷

あかつきグロウラーズ とみがや

日本で初めて有機JASを取得した4種類のオーガニックビールを、グラスと量り売りで販売。醸造所があるのは岩手県八幡平の麓で、敷地内には「金沢清水」と呼ばれるミネラル分たっぷりの天然水が毎時450トン湧出。原料のモルトにはドイツ産有機麦芽を、ホップにもできるかぎりオーガニックを使用して天然水で醸造したビールは、すっきりした飲み口ながら味わい豊か。「ミネラル成分が多い中硬水を使用しているので、喉元をすっ

と落ちていき、体内へと染みこんでいく感じがします」と『暁グロウラーズ 富ヶ谷』スタッフの影山皓一さん。

八幡平は日本初の地熱発電所があるところ。こちらのブルワリーでもビール醸造に地熱発電の電力を活用。エネルギーの地産地消を行っている。

●東京都渋谷区富ヶ谷1-42-3第二日吉ビル1F
15:00～20:00 水～金曜営業
@akatsuki_growlers

東京メトロ千代田線
代々木公園駅から徒歩4分

2

ポップな雑貨から感じる オーストラリアのサスティナブル。

JAU Shop 富ヶ谷

ジェイエユー ショップ とみがや

店名「JAU」は「Japan Australia United」の略。「日本とオーストラリアの架け橋」になるよう、オーストラリア出身のオーナー、ソニー・マイさんが命名。オーストラリア発のサスティナブルで普遍的なデザインの雑貨を展示・販売している。「大自然とともに暮らすオーストラリアの人たちは、サスティナブルな意識をもっている人が多い。繰り返し使えるカップを支給する会社も当たり前にあるんだ」。そんなソニーさんが考えるオ

ーストラリアのデザインの魅力は文化の多様性が感じられること。

「移民が多く、さまざまなバックグラウンドをもつ人が集まっている国だけにデザインにも多様性が反映」。クリエイティビティにあふれ、使っていて楽しくなる雑貨に触れてみよう。

●東京都渋谷区富ヶ谷 2-12-18
12:00～19:00 金～日曜営業
@jau_design

東京メトロ千代田線
代々木公園駅から徒歩10分



オーナーのソニー・マイさん。オーストラリアのアーティストの作品を紹介するプロジェクトもスタート。



上／ピルスナー、IPL、ゴールデンエール、ペールエールの4種類を販売。グラス小 各700円。量り売り 350ml 700円。下右／ビール量り売り対応のオリジナルグロウラー-5,600円には、カモシカがデザイン。下左／富ヶ谷の住宅街にある。



P メトポに To MeCARDを登録すると もっともっと貯まる!

メトポにTo Me CARDを登録することで、毎月のご利用状況(会員ランク)等に応じたポイントの他に「To Me CARD会員限定ポイントサービス」をご利用いただけます。

- 東京メトロのご乗車(定期券・企画券区間外)や電子マネーのご利用でメトポが貯まる!
- メトポはPASMOへのチャージのほか、ANAのマイルやnanacoポイントへも交換できる!

詳しくはウェブサイトをご覧ください。

To Me CARD



メトポ会員サイトでお申し込みください。



※カード券面はイメージです。※PASMOは株式会社バスモの商標登録です。
※To Me CARD会員限定ポイントサービスのご利用には事前登録が必要です。

電車を 待たずに 賢く移動!?

電車はいつ来るのかな...?

東京メトロmy!アプリなら、電車の走行位置が4秒ごとに更新されるので、次に来る電車がどこを走っているかリアルタイムで分かります! 行きたい場所への経路検索はもちろん、地下鉄の運行情報や混雑具合も一目で確認できて、スムーズで快適な乗車に役立ちます。
※東京メトロ線ではすべての機能が有効です。一部の機能を除き、都営地下鉄線にも対応しています。



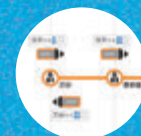
point01 運行情報

ダイヤの乱れが一目でわかる



point02 走行位置

最新の列車走行位置が
すぐに更新される!

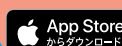


point03 混雑状況

走行中の列車ごとの混雑
状況が簡単に確認できる



今すぐダウンロード! ▶▶▶



東京メトロmy!アプリ

検索



南千住駅から徒歩1分に スケボーパークOPEN!

未経験者・初心者大歓迎 5歳から大人まで



スケボーパーク&スケボースクール

RAMPZERO



東京メトロ

初心者体験会を開催中!

くわしくは WEB サイトで ramp0.jp

ランプゼロ



サマーキウイ

夏肌にビタミン
／ チャージ ／

TOKYO PLACENTA 20cc - プラセンタ美容ドリンク専門-
東京メトロ丸ノ内線 銀座駅改札外 C4出口下にて販売中



ソトコトonline 公式LINEの 友達登録キャンペーン が凄すぎる！



ご当地
ドレッシング

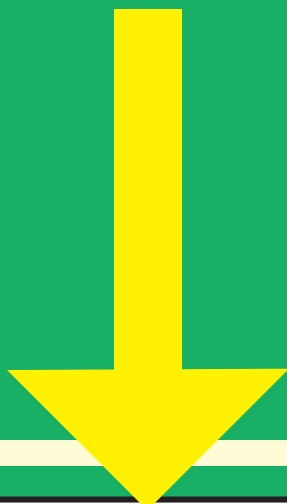


画像はイメージです

毎月当たる！ 日本各地の特産品を 毎月10名にプレゼント！



ご当地ジュース
画像はイメージです



ご当地レトルトカレー
画像はイメージです



スマホからわずか数秒で
友達登録で毎月自動応募！



こちらから友達登録！

詳細はお問い合わせください。

歩きスマホはやめましょう。

株式会社ソトコト・ネットワーク
〒107-0052 東京都港区赤坂 2 丁目 9-3 松浦ビル 3 階
info@sotokoto-network.co.jp