

事例
B-③

安城商工会議所

異業種連携とエコ運動による地域ブランド開発「Anjo Hearts PROJECT」

1. 面的支援の概要

(1) 支援のきっかけ

① 地域内の新産業育成を目指して

愛知県・安城市は豊田市に隣接し、自動車関連の裾野産業が盛んな所である。高い技術力を持つ中小製造業者が多数集積しているものの、大手自動車メーカーの海外生産動向や景気の影響を受けやすく、産業構造の一極化が問題である。自動車だけに頼らない産業育成の必要性を感じた安城商工会議所・商工業振興グループの二村主査は、「Anjo Hearts PROJECT (アンジョウハーツプロジェクト)」を企画し、平成22年2月に説明会を開いて参画事業者を募集した。その結果、賛同した16社が集まり、3月に活動が始動した。

② エコ運動と連動した「Anjo Hearts PROJECT」

安城市は環境都市構想を掲げており、ペットボトルのキャップを集めてワクチンを送る「エコキャップ」運動が市民の間で定着している。二村主査が提案した「Anjo Hearts PROJECT」は、エコキャップの再生プラスチックを活用し、域内事業者の技術力を活かした地域商品を生み出し、安城市に相応しい新たな産業の創出を目指したものであった。

活動開始から7か月後の平成22年10月には、早くもハイブリットロケット燃料の開発にこぎつけ、続く11月には「キャップアートパネル」を開発して「メッセナゴヤ2010」に出展した。平成24年には再生プラスチックで作るオーダーメイドのプラモデル「きゃぶらも」をリリースするなど活動は順調に進んでいる。「キャップアートパネル」は熊本や北海道などでTV局主催のイベントが開かれるなど徐々に評判を集め、平成26年には累計販売数18万枚を達成した。

(2) 活動のプロセス・アプローチ法

① 活動のプロセス

平成25年1月に「協同組合アンジョウハーツ」が設立され、現在は法人活動の形態を採っている。会議所は事務局を受託する形となっているが、事務局長を務める二村主査は、協同組合と一緒に事業戦略を立てるプロデューサーでもある。

② アプローチ法

「Anjo Hearts PROJECT」は、異業種連携の推進活動でもある。組合メンバーも製造業者だけでなく、デザイン業者やIT事業者、不動産業者など様々だ。再生プラスチックをベースに異業種が連携することで、今まで誰も考えなかった夢のある新商品を開発するために、全メンバーが知恵を絞っている。

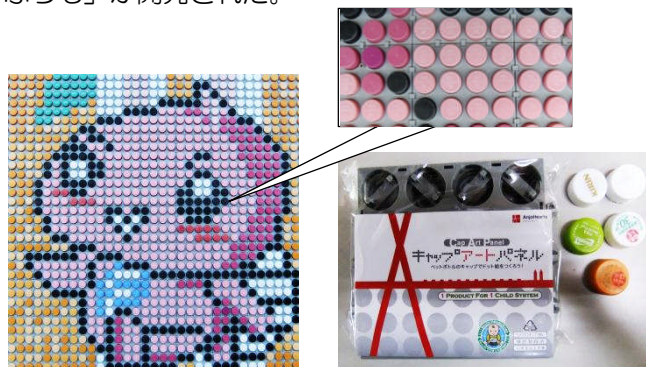
(3) 支援内容

① 新産業育成ビジョンの提示

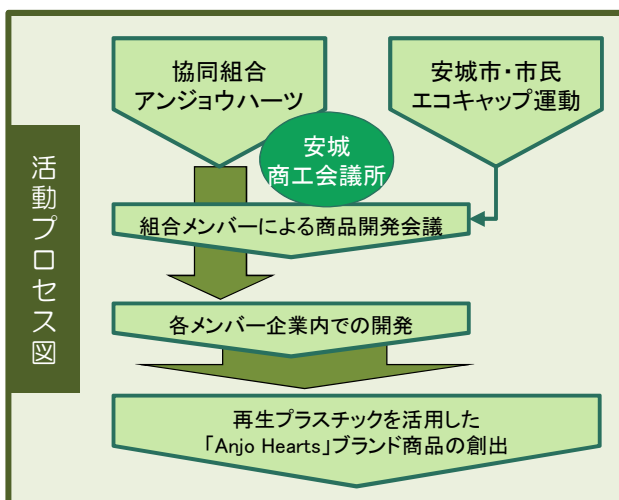
会議所による支援は、具体的な活動もさることながら、「Anjo Hearts PROJECT」構想の起ち上げにより、新たなビジョンを示したことが重要であったと言える。それにより、地域内の異業種の事業者が集まり、新たな試みに取組む契機となった。会議所は同プロジェクトの活動を推進し、関係者をまとめる要となっている。

③ 支援策を活用した商品開発

二村主査は、同プロジェクトを軌道に乗せるために、日商の「地域資源∞全国展開プロジェクト」を活用して新商品の開発を推進してきた。本事業の活用により、平成22年度には「キャップアートパネル」が、23年度～24年度には「きゃぶらも」が開発された。

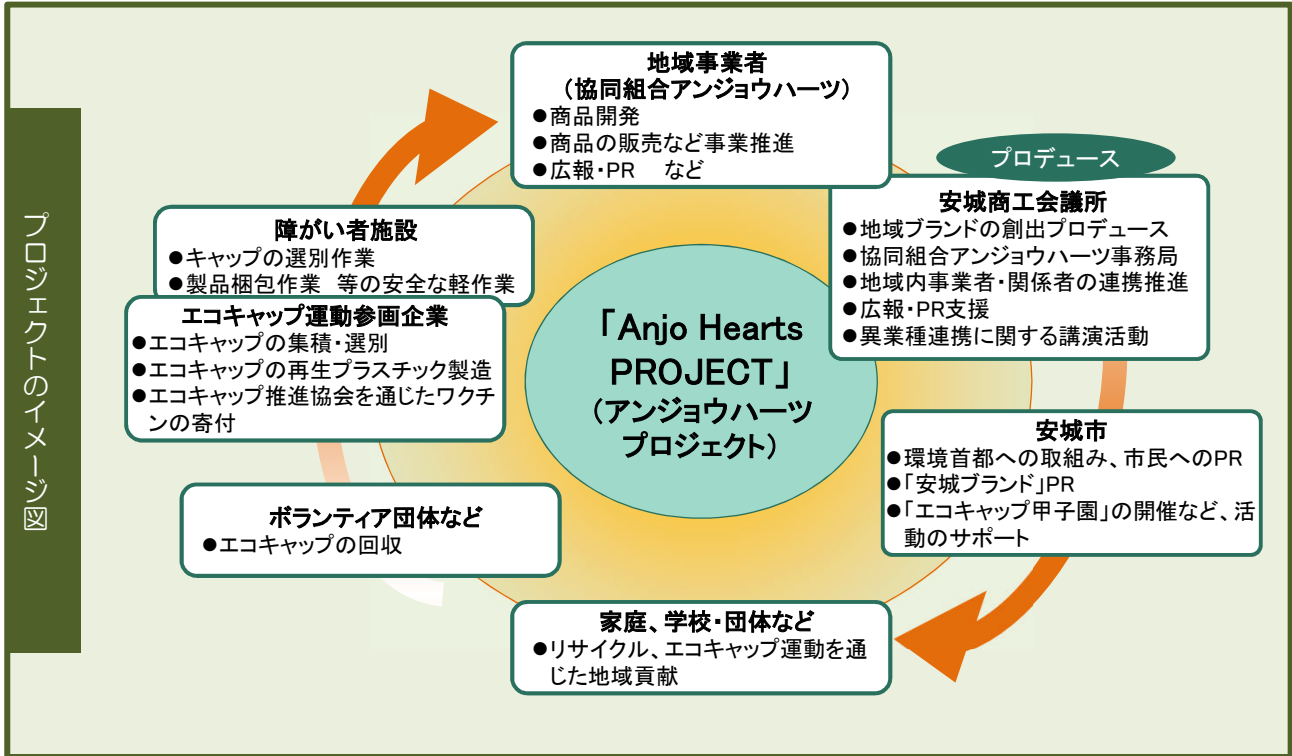


平成25年8月の「24時間テレビ」でも採用された「キャップアートパネル」。色を揃えたペットボトルキャップをパネルに嵌め込んで絵を描く。Anjo Hearts PROJECTでは、連結するパネル(写真右下)を販売している。



安城商工会議所
異業種連携とエコ運動による地域ブランド開発「Anjo Hearts PROJECT」

2. 支援組織・連携スキーム



プロジェクトのイメージ図

(1) 異業種連携による「ものづくり」と「ことづくり」

前述したように、本プロジェクトでは異業種間の連携がキーとなっている。例えば、「キャップアートパネル」事業では、描きたい絵柄をキャップで表現するために“ドット絵”に変換する必要があるが、そのドット絵を自動的に作成する変換ソフトをメンバーのIT企業が開発した。

二村主査は、当初から異業種連携を目指しており、平成22年の参画事業者募集の際には、＜募集業種＞として、プロダクトデザイナーなどデザイン業者や広告業者、IT業者なども含めている。結局16社が参画してプロジェクトがスタートしたが、その業種内訳は目論み通りバラエティに富んでおり、また、若いメンバーの参画を促すことにもなった。

(2) 社会貢献の仕組み

本プロジェクトでは、社会貢献活動も重要ポイントとなっている。貢献の仕方は3通りある。まずは、組合理事長の会社であるフジイ化工株式会社が回収したキャップ880個を再生プラスチックにすると、同社から1人分のワクチンが寄付される。また、「Anjo Hearts PROJECT」の商品を1つ販売するごとに1人分のワクチンが寄付される仕組みとなっている。（※現在は日商を通じた東北復興支援に充当）

更に、軽作業を発注することにより、障がい者施設の仕事を創出している。このように、地域産業振興を超えて社会貢献を目指しているところが、本活動の特徴でもある。



アンジョウハーツメンバーのIT企業、有限会社アップフィールドの上田社長。上田社長はドット絵変換ソフトの開発者でもある。

上田社長は、「活動を通じて展示会に出展したり、TV出演をしたりと、自社だけでは経験できない活動をさせてもらっている。また、会社と私個人の信用にも繋がっていると感じる。」と話してくれた。



写真左から：フジイ化工株式会社の藤井清光・専務取締役と安城商工会議所の二村主査。

フジイ化工株式会社は、地域の「エコキャップ」運動の中心的存在で、キャップを回収して再生プラスチックを製造している。また、本プロジェクトに材料を提供するなど、活動全体のキーとなる企業でもある。

安城商工会議所 異業種連携とエコ運動による地域ブランド開発「Anjo Hearts PROJECT」

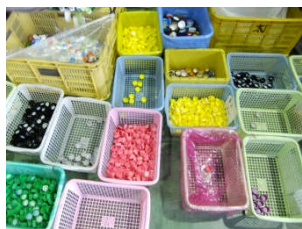
3 成果

① エコ運動を活用した商品開発と新産業育成

再生プラスチックを活用して開発した商品はそれぞれ着実に売上を上げ、産業として育っている。ロケット燃料は年間85セット販売を確保しているし、「キャップアートパネル」は好調な販売を続け、平成26年度は8ヵ月だけで6万枚販売したそうである。完全オーダーメイドの「きゃぶらも」は10件のノベルティ受注を獲得し、好スタートを切っている。

② 地域内連携の強化と安城の知名度向上

活動を通じて、組合メンバー企業間だけでなく、他の事業者や行政、市民との繋がりが強くなった。交流が促進された結果、企業にチャレンジ意欲が芽生え、設備投資意欲も向上するなど、ものづくりの都市安城にとって、良い影響が表れている。



「エコキャップ」運動は、ペットボトルのキャップを回収後、種類別・色別に選別するという手間のかかる作業が必要となる(写真左)。キャップの選別作業や製品の梱包作業を域内の障がい者施設に委託することで、地域貢献にも一役買っている。

写真右は、キャップの再生プラスチックを材料に作られた「きゃぶらも」の開発商品。



また、「キャップアート」がTVなどのマスコミで採り上げられ、「安城」の知名度も少しずつ上がってきている。行政・経済界・市民は協力して、安城を【環境とものづくりの都市】として、全国に浸透させたいと頑張っている。

③ 本体事業への好影響

プロジェクトの参画企業は皆、本体事業への好影響を感じているという。「エコキャップ」活動と「Anjo Hearts PROJECT」の2つのプラットフォームに乗ることにより、知名度も向上し社会的信用度も上がった。また、地域から社会貢献を認められることで社員の生きがいにも繋がり、社員教育の面でも大きな効果をもたらしているとのことである。

4 今後の計画

① 連携によるOEMの共同受注

二村主査が今後進めたいのは、メンバー企業の水平・異業種連携によるOEMの共同受注の増加である。「Anjo Hearts PROJECT」による安城ブランドの知名度向上により、新分野での取引や新規取引先を開拓したいと考えている。既に平成25年度に3件の共同受注を獲得したが、もっと押し進めたいと思っている。そのために、準組合員制度を導入して、受託幅を広げたいとも考えている。

② プロデュース機能の強化

現在、安城商工会議所はプロジェクトの事務局を務めているが、二村主査は、受注処理と顧客対応など事務機能のアウトソーシングを考えている。それにより、会議所はよりプロデュース機能に専念し、先に述べたOEM受注などを推進する計画である。「日本一の異業種連携体の組成を目指す。」という組合の掲げる夢を実現するために、様々な事業を展開して活動を支えるつもりである。

5 地域活性化のポイント

- ① 「環境先進都市」という安城市の地域特性を活かして、会議所が、地域に相応しい「ものづくりのプロデュース」を推進している。
- ② 経済振興を超えて、社会貢献・地域貢献にも広がるプロジェクトであるため、行政や市民の理解も得られ、マスコミへの訴求力も強い。
- ③ 以前よりエコ運動を推進している社会貢献意識の高い企業を巻き込み、プロジェクトのキー企業としている。
- ④ リサイクル工場や金型製造などの製造業だけでなく、デザイナーやIT企業、不動産業者など異業種連携を組むことで、相互反応を誘発し、新しい発想のものづくりに結びつきやすい。
- ⑤ 世の中になかった製品を開発・市場化することで、価格競争に陥らない販路開拓が実現できている。