

Village Market Tsukuba

1 目的

解決を目指す課題・背景

近年我々の買い物といえばネットだったり大型ショッピングモールだったり昔から大事にされていた人々、地元との繋がりを忘れてしまっています。そして食も同様、自分達の食べている物がどこから来て、誰が作っているのかという事が不透明になり、それにより残さずに食べるといった大事に食べ物を頂くという大事な部分が欠けてきていると感じています。

そこで私達は2021年よりEarth Day Every Dayをテーマに地球や環境の事も考えたコミュニティと共に歩むファーマーズマーケット Village Marketを始めました。

持続可能な農業、再生型農業に取り組む小規模農家さんを支援する事は地域社会と地域経済の強化につながります。自分の食べる物がどこから来るのか知ることによって情報に基づいた選択をすることができます。人々の繋がりがやコミュニティの感覚を生み出し、持続可能性に重要な役割を果たします。マイバッグ、マイ容器などの声掛けをしてゴミ削減を心がけ、キレイな街作りに貢献します。地域のプログラムやマーケットを通じて地域で困っている方たちを支援し誰もが食材を手に入れられるようにします。(きずなボックス、子ども食堂、トイドライブ)

SDGsとの関連性



つくば市にある4カ所の公園を使用させていただき、地域密着マーケットの毎週開催することでコミュニティ/文化が出来上がってきていて、地元の皆様にも愛されるマーケットになっている。そして寄付なども募り困っている方達の支援も。



マーケットにてマイバック、マイ容器、マイカップなどの持参を推奨し、水の給水スポットとして登録もしてなるべくゴミの削減に努めています。半分以上の方が協力して下さるまで成長中。



マーケットでは持ち帰り用のプラスチック袋の使用やプラスチックカトラリーの使用を禁止したりと地球環境に影響を及ぼすプラスチックの削減などに努めています。

取組内容

①方法

Earth Day Every Dayをテーマに地球に優しいファーマーズマーケットをスタート。

2021年10月17日 第一回目Village Market開催、その後毎週開催まで成長。マーケットでは持続可能な農業、再生型農業に取り組む小規模農家さんをサポートできるように努め、飲食店にはマイバック、マイカップ、マイ容器などの推奨にも協力していただき一人でも多くの方に地域の活性、地球に優しい事の声掛けをしています。マーケット内には他にはきずなボックスを設け食品の寄付を募り、毎月フードバンク茨城さんや子ども食堂に寄付したり、歯ブラシ回収、コンタクトレンズの空ケース回収、ペットボトルキャップ回収などができるようにボックスを設置し、プラスチック削減とともに困っている方への寄付に努めたり、クリスマス時期にはトイドライブを実施、恵まれない子供たちが少しでも笑顔になれるようにプレゼントを集めお届けしたり、とできる事を少しでも多く取り入れいろいろな方に知って頂く事の大事さも感じながら取り組んでいます。

②主体

Village Market実行委員会（Yuki,Emika,George三人）

③対象者

つくば市内、近隣市町村及び関東近隣の市民



④時期・期間

毎週日曜日（第5日曜日は除く）

⑤場所

- 第1日曜日 中央公園
- 第2日曜日 学園の杜公園
- 第3日曜日 大清水公園
- 第4日曜日 研究学園駅前公園



汎用性（他の人も実践しやすい取組か）

Instagramを利用して1万人以上のフォロワーの方に投稿によりプラスチック削減やフードロス削減、フードバンク、トイドライブ、コミュニティーの大切さを常に協力いただけるようにお声掛けしております。

実際マーケットにはきずなボックス、リサイクルの回収ボックス、水の給水スポットなどを設置したりとお客様が気軽に寄付、リサイクルできるような環境作りをしています。

連携の有無（多様な関係者との連携が図られた取組か）

主催 Village Market実行委員会

協力 つくば市

ホテル日航ホテル（Village宿泊パッケージ）

my mizu

HOYA（株）アイケアカンパニー（コンタクトのアイシティ）

Terracycle（歯ブラシ回収）

フードバンク茨城

持続可能性

3年目に突入し近隣住民の方々が安心して食品が買えるマーケットになり始めています。地球に優しくというテーマに沿い印刷物もほぼなく、すべてをデータ、宣伝もSNSのみなのでコストもまったくかけないように運営しております。とにかくコミュニティーを大事にし、このマーケットで子供が育っていくような何年も続いていくマーケットになるように、そして素敵な公園がたくさんあるつくば市の一つの楽しみ、顔、観光地にもなり得ると考えていますのでその気持ちで頑張っていきます。

新規性・その他

つくば市で毎週開催されているファーマーズマーケットはありませんでした。丸2年が経ち常連のお客様や子どもたちの笑顔を毎週見て私達3人は元気をもらっています。毎週日曜日にはつくば市は笑顔であふれています。毎週の食品の寄付、クリスマスの時のトイドライブ、リサイクルの回収、マイカップ持参など今まで触れてこなかったかもしれないような事もこのマーケットから学び、率先して協力してくれる方が増えています。そういった小さな事でも1人でも多く増えていけば世の中は変わると信じています。その為のプラットフォームになればと思っています。

取組の成果 (課題解決の程度・波及性)

マーケットで飲食を提供している出店者さんからはつくばでのマイカップ率はどこよりも高い、マイタッパーでお弁当を買いに来てくださるなどの声が届いております。フードバンク茨城さん、子ども食堂さんからは毎月の寄付の量に驚かれる程集まっています。5年は続けないとほとんど頂けないと言われる感謝状も1年半で頂きました。

この活動にも共感をしていただけたようでJapan Timesにもインタビューされ全国の新聞、ウェブサイトに掲載されました。それを読んで都内からも外国のお客様がいらっしゃいました。

SNSフォロワー数 10700人
 マーケット開催数 64回
 出店者数 約300店舗
 参加お客様数 10000人以上



今後の展望

今後も毎週開催を実施し、より多くの方に体に良い食品が届くように、そして地元やスモールビジネス、農家さんをサポートできる土台を作り、地球にも優しく、お互いを助け合うコミュニティができるように斬新で画期的なアイデアを出しながら町の活性化にも繋がる面白いマーケットになるようにやっていくつもりです。

遠方、外国からもお客様が来ていただけるようなマーケットに。

もっともっとマイカップ、マイ容器、マイバックなどが普及していくようにし、最終的にはゴミゼロになるように。

子ども達のみならず大人達の学びの場所にもなるようなマーケットに。(地球の事や、海の事、ゴミの問題、そして何ができるかなど)



循環型社会を地域と共につくるスーパーマーケット

1 目的

解決を目指す課題・背景

日本で2021年度には523万トンの食品ロスが出ている。また、スーパーマーケットで販売している容器包装は、購入後に廃棄される場合が多い。食品ロス・容器包装ともに、廃棄される場合には焼却されて二酸化炭素排出増加につながっている。

食品を販売しているスーパーマーケットとして、事業者内で廃棄を減らすとともに、日本での食品ロス量の約半分を占める家庭での食品ロス削減と、販売容器のリサイクルを呼びかけ、限りある資源の無駄にならないような消費と二酸化炭素の排出量削減を目指すことは社会的な責務である。

SDGsとの関連性



上流の生産から下流の消費まで関わる小売業として、地域と共にエシカル消費や循環型社会を推進している。



地球温暖化の主な原因となる二酸化炭素を実質ゼロとするために、食品ロスの削減や容器包装のリサイクルで廃棄を削減し、燃焼による二酸化炭素排出量を減らしている。



食品残渣を再利用した堆肥を活用することで、循環型社会につなげている。

取組内容

カスミが実施している、5ADAY食育学習で、食品ロス削減（対象：園児・小学校3年生）、リサイクル促進（対象：小学校3年生）の啓発コンテンツを加えて実施した。2023年度に、つくば市内では保育施設、小学校、カスミ各店舗などを会場として、300人以上の園児（4～5歳児）と、1200人以上の3学年児童に授業を実施する見込みとなる。

園児用 食品ロス 食育学習～つくば市版

紙芝居で食品が出る原因について学び、ひとつの農産物（バナナ）に焦点を当て、生産者の苦労や食材の魅力を知ること、食べ残しを減らすことにつなげる。協力業者からの提供のバナナを配布し、段ボールコンポスト（つくば市環境衛生課提供）を配布しバナナの皮から始めて保育施設内での野菜・果物残渣を堆肥化することで、食の循環体験につなげる。

食品ロス学習紙芝居



熟れる前の青バナナ



3年生用 食育・スーパーマーケット学習

<食品ロス削減>

食品ロスの概要を説明し、食品ロス削減のために事業者として取り組んでいることと、消費者としてできることを実際のスーパーマーケット見学を通じて紹介した。

食品ロス



日本の食品ロスは？

523万トン

2021年度



<リサイクル促進>

リサイクルの重要性をカスミ手作りの教材で説明し、店舗を会場とした場合には、店頭でリサイクルBOXに実際に資源投入体験をしていただいた。出前授業の場合には、リサイクルの重要性についての説明の後に、リサイクル資源加工の過程で作られるペレットを実際に見るなど、実物を取り入れて関心を高めた。

店頭リサイクル



リサイクルBOX 投入体験



汎用性（他の人も実践しやすい取組か）

食育学習としてプログラム化したことで、カスミの食育・健康サポート従業員が出店地域で広く実施している。

（社）ファイブ・ア・デイ協会（野菜・果物の摂取啓発を呼びかける社団法人）会員の他企業に授業の概要を共有することで、他のスーパーマーケットによる消費者啓蒙活動の拡大につながっている。

連携の有無（多様な関係者との連携が図られた取組か）

教材の媒体作成協力：ファイブ・ア・デイ協会、日本アクセス、つくば市環境衛生課、資源リサイクル関係業者

バナナ提供協力：日本アクセス

実施主体：カスミ本社、学習の実施店舗、出前学習の場合には近隣店舗

持続可能性

カスミが2003年度から20年間実施している食育学習のプログラムに取り入れることで、社会課題の解決につながる活動として広く支持を集めることができ、継続につながっている。

小学校3年生は教育課程でスーパーマーケットの学習をするため、例年社会科学習としてカスミ店舗への見学件数は従来多いが、食品ロス削減・店頭リサイクルのコンテンツを入れることで、企業としても廃棄コスト削減、リサイクルBOXへの異物混入防止の啓発につながり、持続可能な取り組みにつながっている。

新規性・その他

園児向けに食品ロス学習を取り入れているプログラムは見られない。子どもが楽しく学べる教材媒体を用意したとともに、保育施設の食べ残し状況を聞き取って学習に取り入れるなど、子ども達が「じぶんごと」として感じられるような授業を行うようにしている。

小学校3年生のスーパーマーケット見学は各企業で実施されているが、食品ロス削減・店頭リサイクルについて強化している学習への取組みは見られない。

取組の成果（課題解決の程度・波及性）

2023年度につくば市内での実施見込み

園児向け食品ロス学習：4～5歳児300人以上

3年生児童：1200人以上

【食品ロスについて】

実施後のアンケートで、「給食での残飯が減った」「苦手な食材を頑張って食べようという姿が見られた」「もったいないという気持ちが芽生えた」などの先生方からの声を多くいただいている。3年生のお子様方からの手紙では、食品ロスの問題を初めて知ったという驚きの声が多くみられる。

【リサイクルについて】

学習日に初めてリサイクルBOXに資源を入れたという子ども達が半数近くを占める場合が多い。リサイクルに適さない資源を持参される場合もあり、家庭でのリサイクル取組みへの意識の差が反映されている。ルールを守ることで資源循環が効率よくすすむことの普及啓蒙や、店舗従業員にとっても異物混入対策としての意義がある。

食品ロス削減、リサイクルともに、通常営業しているスーパーマーケットを見学しながら実施することによって、売り場で見ている一般のお客様や、ご家庭への波及効果も期待される。

今後の展望

食品ロス削減、店頭リサイクルともに、啓蒙活動を継続していくことが大変重要なので、2024年度も引き続き同様のプログラム実施を予定している。

未来の消費者となる子ども達が、より持続可能な消費生活を送れるように、小売業の立場からできる啓蒙活動を拡げていきたい。

畑で野菜を作って子ども食堂に届ける

1 目的

解決を目指す課題・背景

近年、貧困問題の深刻化によって、食べ物を自由に手に入れることができない家庭や、親が仕事で忙しくて子供が一人でご飯を食べる「孤食」が増加傾向にある。

つくば市でも開催されている子ども食堂は、困窮家庭に無償・安価で食事を提供したり、地域の人とのコミュニティを形成する場として地域に根づいている。

そこで、この子ども食堂にどうにか貢献できないかという思いから、学校の余っていた土地を畑にして野菜を育てたり、植わっていた果物の木から果物を収穫し、得られた食材を子ども食堂に寄付している。



SDGsとの関連性



子ども食堂の方たちが私たちが作った食材を使い、食事を提供することによって、貧困家庭の子供へ、無償・安価な食事を提供する。



わたしたちが寄付した食材などを使用して、子ども食堂の方たちが、貧困家庭の子どもたちにバランスを考えた食事を提供する。



子ども食堂という地域のコミュニティーの場に食材を提供することによって、友人が増えたり、困ったときに相談できる人を見つけることができる。また、地産地消にも繋がったり、貧困家庭の人たちも食べ物を手に入れられ、安心して街に住み続けられる。

取組内容

①方法

茗溪学園の元々廃材置き場だったスペースを、石を取り除くところから開拓し、肥料や頂いた馬糞などを使用して、土壌改良を行った。そして、近くのホームセンターで種を買い、育てている。

②主体

茗溪学園中学校・高等学校JRC同好会farm projectの十数人

③対象者

子ども食堂を利用する人

④期間

2021年10月に地域の子ども食堂と連携し始め、学校で栽培している野菜や果物を子ども食堂や、子ども食堂が仲介して必要としている地域の方々に寄付し始め、2023年11月現在約2年活動を続けている。

⑤場所

茗溪学園



廃材置き場だった時の写真



畑にしたあとの写真



収穫して子ども食堂に送る柿

汎用性（他の人も実践しやすい取組か）

この活動で育てた・育てている野菜は、プランターで育てられるものや、一般的な肥料で育てることができるものであり、特別なものを使用しなくても手軽に、栽が可能である。そして、木から収穫した柿などは、昔からの住宅では植わっていることも多く、比較的身近な存在といえる。

また、子ども食堂に寄付をすること自体も、現在は多くの子ども食堂があり、自分が育てた野菜でなく、既製品でも非常に需要があるため、とても簡単に行うことができる。

連携の有無（多様な関係者との連携が図られた取組か）

これまでに活動で繋がった方々：

つくば市環境衛生課・やさと農場の社長・子ども食堂「竹園土曜広場」・土浦ユネスコ協会・NPO法人シャローム・Koinonia Education Center（ケニア）・Raffels Christian School（インドネシア）・Thai Science Project Exchange（タイ）

今年新たに繋がった方々：

ワニナルプロジェクトの皆様

・子ども食堂の方たちと一緒にワニナルフェスニ参加することになり、フェスに参加した多くの方たちとつながることができた。

・畑のために土地を無料で提供してくださった。

持続可能性

私達は、すべての土を農業用のものに入れ替えたわけではなく、元々あった土（元資材置き場）を活かして、それをベースに肥料や、土を加えることによって、栽培をしたり、その肥料も化学肥料は一切使わず、天然由来のもののみを使用したりし、環境をできるだけ害さず、より安価で栽培できるような工夫をしている。

さらに、将来的に堆肥にするため、落ち葉や取り除いた雑草などを全て溜め込んで、再利用しようとしている。

新規性・その他

この活動は、地域を支援する活動であることはもちろんのこと、農業の知識の習得や、支援先を通じて社会を知る機会、地域の方々と繋がるとても大切なプロジェクトとなっている。農業の知識があまりない中、この活動を行えているのは、連携することのできた方々のご支援があったからこそである。初めてのことが多く、作物がうまく育たなかったり、収穫直前で鳥などに食べられてしまうこともあるが、試行錯誤を続け、私たちは日々この活動を行っている。

取組の成果（課題解決の程度・波及性）

この取り組みによって、以下のことを得ることができた。

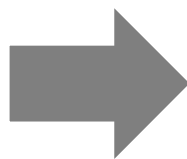
- ・計画性をもって行動する能力
- ・どのように栽培すれば、生産性を高められるかななどの思考力
- ・自分一人のアイデアや知識に囚われず、様々な人の意見・アイデアを取り組むことの偉大さ
- ・社会の一員として、社会問題に意識を向けることの大切さ

活動の成果としては、学校に植わっている柿やキウイの木から、20kg 以上の柿や、たくさんのキウイや、畑で取れたものを寄付することができた。また、さらなる寄付のため、畝を7レーン増やし、新たな土地の開拓、土壌の改善も行うことができた。

そして関係者への影響として、子ども食堂への寄付によって、子ども食堂を利用する人の、食事づくりを助けられただけでなく、食事の場によってできるコミュニティの形成にも貢献することができた。

また、私たちは学校の先生の繋がりのおかげで、国内の難民の方々に採れた野菜を提供したり、提供する手伝いをしたりした。一方的に支援を行うだけでなく、支援先を通じて様々なことを学ぶこともできている。

下の写真：学校で収穫した柿を使用して子ども食堂で提供されたお弁当



今後の展望

- ・農業の知識を増やして、より多くの作物を生産できるようにし、現在1ヶ所の子どもの食堂へしか寄付できていないため、より多くの子ども食堂へ寄付していく。
- ・学校外の方ともこの活動を通して関わり、畑だけでなく既製品を寄付するなどの方法を探っていく。
- ・この活動をより多くの茗溪生に広め、より多くのアイデアを持って、大規模な活動をおこなっていく。
- ・直接、子ども食堂へ調理を手伝いに行き、地域の方とのコミュニティを築く。
- ・子ども食堂で、食事の提供に関わるだけでなく、その他の活動（定期的に行われている催しものなど）にも積極的に関わっていく。



EAT and kamiGO

1 目的

解決を目指す課題・背景

つくば市の最西端にある「上郷」地域は、合併前の豊里地区の市街地で栄えていましたが、現在では人口減が続いています。

「上郷」という地域がこれからも自立し続けるために、「上郷市街地活性化協議会」では、自分たちが住む地域は自分たちで楽しくする・住みやすくすることを目標に、地域特有の「食」や「文化・歴史」を自ら知り、「上郷」の内外にPRする活動を精力的に行っています。

これらのPR活動に、経済循環に直結するような取り組みをプラスすることが「上郷」地域の、経済的自立、ひいては持続可能なまちづくりにつながるのではないかと考えました。

SDGsとの関連性



雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業が促進され、住民が定着する可能性がある。

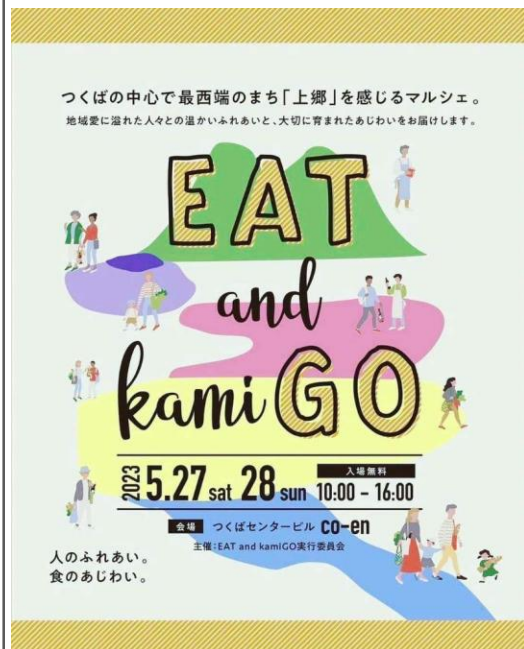


「上郷」地域の経済、社会、環境面が成長することで、都市周辺部・農村部と都市部との良好なつながりが続く。



多様なバックグラウンドを持つ人（上郷市街地活性化協議会員、R8アイディアソン参加者、イベント参加者など）の、さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップが形成される。

取組内容



- ①方法 地元住民や地元外の人で「上郷の魅力」を共有し、中心部でイベントを開催し、中心部に住むつくば市民に伝える。
- ②主体 EAT and kamiGo実行委員会（上郷市街地活性化協議会員、TX沿線のつくば市民）
- ③対象者 つくば市の中心部に住む方、つくば市民
- ④時期 2023年5月27日(土)、28日(日)
つくばぱんまつり同時開催
- ⑤場所 つくばセンタービル（co-enイベントスペース）



汎用性（他の人も実践しやすい取組か）

- ・取り組みやすい
- ・主客力のあるイベントと同日開催すると集客に悩むことがない（今回は「つくばぱんまつり」と同日に開催することができました）

連携の有無（多様な関係者との連携が図られた取組か）

- ・「上郷」地域住民：上郷地域活性化協議会
- ・TX沿線のつくば市民
- ・つくば駅周辺のエリアマネジメント団体：
つくばまちなかデザイン株式会社
- ・行政：つくば市周辺市街地振興課
- ・地元のイベント主催者：つくばぱんまつり実行委員会

持続可能性

- ・持続的に取り組める
- ・集客が見込めるので、出店料を徴収することができる

新規性・その他

取組の成果 (課題解決の程度・波及性)

- 「上郷」の存在を知ってもらうことができた
- 「上郷」の「食」を知ってもらい、実際に「行ってみたい!」と思ってもらえた
- 素直に「おいしい」と思える「食」を知ってもらったことで、友人・知人への口コミが期待できる
- 上郷の「食」が購入できる場所を伝えることができたので、実際に現地に行くことはなくても、上郷産のものが購入される可能性が高まる

今後の展望

- 知る⇒行くを促すために、今回出店した店舗をめぐるスタンプラリー等の企画を同時開催する
- 「上郷」の魅力は、「食」のほかにも「文化」や「歴史」もあるので、文化や歴史バージョンでも同様のイベントを開催する
- 「上郷」地域以外のR8地区でも応用可能
- 市民だけではなく、市外の方や外国人向けに開催を検討するとおもしろそう(新たな発見がありそう)

多国籍子育て支援「にほんごでおしゃべり！」

1 目的

解決を目指す課題・背景

◆外国籍親子の孤立解消と言語の壁を軽減し、日本人も含めた多国籍な親子のつながりを作る

妊娠、子育て中の外国籍親子は、日本に来て、友達もいない、生活もわからないなど、不安を抱えている人が少なくありません。特に、父親が出勤し、小さな子どもと過ごしている母親は、孤立し、寂しい思いをしていることも聞いています。新型コロナウイルス感染症蔓延のため、気軽に出かけておしゃべりをする場も激減してしまいました。日本の生活に馴染むべく日本語の勉強をしても、それが通じるのか実践する場は少なく、なかなか実用に進めずにいる人も珍しくないようです。思い切って日本人親子達との交流の場に参加しても、会話が盛り上がるにつれ、日本語が難しくなってしまう、理解できなくなったり、逆に英語だけでの会話になってしまったりと、丁度良い環境を探すのが困難なのが現状です。

一方、日本人は、外国籍の方を支援したくても英語が話せないため、声をかけるのをためられる人も多くいます。

そこで「やさしい日本語」という新たなコミュニケーションツールによる取り組みを考えました。やさしい日本語は、平易な単語と文を使うため、日本語を学び始めた人も理解しやすいです。英語が話せない日本人もすぐにコツを覚えることができるため、気軽に支援に参加することができます。やさしい日本語でおしゃべりする場を作ることが、外国籍親子の孤立や不安の解決につながると思いました。

SDGsとの関連性



多国籍なママ、パパ、子どもたちが安心して自由に参加できる居場所をつくり、日本語で話したい外国籍のママやパパたちが、日本国籍を含む多国籍の仲間と自由に安全におしゃべりできる場所を提供します。



多国籍なママ、パパ、子どもたちが日常生活で必要な情報や体験を得ることができるよう、安心安全な暮らしに繋がる情報や体験を提供します。



日常生活および災害時の孤立を防ぎ、心穏やかに暮らすためには、日ごろのフレンドシップが非常に重要です。楽しく参加しやすい場を作り、仲間づくりにつなげます。

取組内容

◆おしゃべり会

①方法：主にオンラインで、やさしい日本語を共通言語とした対面交流「にほんごでおしゃべり！」を開催しています。参加者同士の交流、悩みの共有、情報交換やニーズを踏まえたミニ講座などを行い、日本語会話を練習する場も担っています。母国の文化紹介などで、参加者と支援者を区別せず皆が作っていくコミュニティを目指しています。資料や説明には、やさしい日本語、ルビ、英訳をつけ、誰もが理解できるように努め、誰一人取り残さない取り組みをしています。

②主体：運営には、助産師、日本語教師、防災士、地域の学生、子育て支援経験者、海外での子育て経験者など、様々な業種の者が携わり、それぞれの経験や専門分野を活かしています。また、参加者の日本語能力に配慮することを心がけています。

③対象者：日本（主につくば市）に住んでいる外国籍親子、国際交流を望む日本人親子

④開催頻度：毎月2回、午前中に1時間程度

⑤開催場所：オンラインが多いですが、対面開催も増やしています。

運営メンバーの施設や、気候の良い時は公園などのパブリックスペースを使用しています。

⑥発展：Conversation Partnersを始めます。

日本語を学びたいママと日本人ママをマッチングし、一対一で気軽におしゃべりする取り組みです。

◆イベント

①方法：おしゃべり会より規模の大きいイベント。2021年～2023年は防災をテーマにしました。

②主体：防災士を中心としたおしゃべり会のメンバーに加え、3年連続でつくば市国際交流協会と共催。また、専門業者（地震体験車）への依頼や、つくば市中央消防署とつくば市社会福祉協議会からもご指導、ご協力を賜っています。

③対象者：外国籍向けの内容ですが、国籍を問わずどなたでも参加していただいています。

日本人と外国籍の人々が一緒に学べる機会として、「誰一人取り残さない防災教育」を目指しています。

④開催頻度：年1回

⑤開催場所：2021年はコロナ禍のためオンライン開催、2022年と2023年は筑波大学グローバルヴィレッジコミュニティステーションにて開催。



汎用性（他の人も実践しやすい取組か）

やさしい日本語は、少しのコツですぐに実用できて、誰もが取り組みやすいコミュニケーションツールです。英語が苦手な方も、おしゃべり会を通してやさしい日本語について知っていただければ、実生活でも役立つ場面があると思います。日本語学習者だけでなく、母語が日本語の人にもやさしく、子どもにも伝わりやすい、思いやりのある言葉です。

連携の有無（多様な関係者との連携が図られた取組か）

運営には、助産師、日本語教師、防災士、地域の学生、美容関係者、子育て経験者など、様々な業種の者が携わっています。

防災イベントは、つくば市国際交流協会と共同開催しています。

2022年は地震体験車を専門業者に依頼し、2023年はつくば市中央消防署とつくば市社会福祉協議会にご協力いただいています。

2021年と2022年は筑波大学社会貢献プロジェクトに採択していただき、プロジェクトの事業としても活動しました。

多文化共生に力を入れている団体や企業と連携し、参加者のニーズに応じた、有益で安心安全な暮らしに繋がる情報や体験を提供します。

持続可能性

◆子育て支援から子育てコミュニティへ：団体発足時から、支援者と被支援者の区別なく、皆で作っていく会を目指していましたが、「子育てコミュニティ」と称することで、より対等でメンバーの積極的参加を促進できる形態にしたいと考えています。おしゃべり会は、母親の就職や子の成長、引っ越しなどによりメンバー構成が流動的になりがちですが、コミュニティとなることで、メンバーがその一員として自由かつ自発的に会に関与し、助け合い、活発に活動できるようにします。

◆他団体との連携：現在、イベントはつくば市国際交流協会と共催というかたちで連携しています。大きなイベントになると資金や広報力、人員が必要なため、これからも多方面とのつながりを大切にして、多くの方に知ってもらい、持続可能な取組を行っていきます。

新規性・その他

外国籍向けの英語を使用した講座はよく見かけますが、やさしい日本語を用いた外国人支援の場はまだ少ないようで、あまり見当たりません。やさしい日本語を用いるという点で新しい取り組みです。

イベント開催時、母国語の必要性を考慮すると、英語以外にも多言語での対応が必要になりますが、そのようなイベントは、少人数の運営では準備に時間がかかり、実現が難しいのが実情です。一方、やさしい日本語であれば、どの国の人も対象にでき、どなたにも参加していただくことができます。外国籍の方は日本語を学ぶことができ、英語ができない日本人でも支援に携わることが可能です。わかりやすい言葉のため小さい子どもにも伝わりやすいです。やさしい日本語はあらゆる人の共通の言葉として、皆に公平に機会を提供します。

取組の成果（課題解決の程度・波及性）

◆目の前の課題解決を小規模でも確実に…おしゃべり会
ご自身の知りたいこと、話したいことなどで会話が弾んでいます。国際交流に積極的な日本人親子の参加もあり、会をきっかけに個人的に仲良くなったり、とても親切にいただいたなどのご報告を受けています。ほかの外国籍のママにも紹介したいとも言っています。安心して楽しく話せることに重きを置いているため、日本語の文法的なことは、参加者から質問されたときや会話の中で必要な際に適宜補足している程度ですが、参加者からは学びになるとの声をいただいています。参加人数を増やすことが団体の課題の一つですが、目の前の参加者さんを大切に、個々人のニーズに応えることで、小規模でもあってもより多くの安心と幸福に繋がるよう取り組んでいます。

◆多くの方への発信…防災イベント、表彰、学会発表

防災イベントは参加対象の制限をなくし、「防災に役に立つ」というフィードバックが得られ、半数以上がやさしい日本語での次回防災講座を希望していました。また、学会発表や表彰などにより、問題提起と多面的な解決に向けての働きかけを広く発信しています。



今後の展望

◆多国籍な子育てコミュニティとして
地域や仲間とつながり、孤立を予防する。
メンバーが知りたいことを知り、やりたいことが叶えられる。
主体的に企画し実行することで、楽しさや学び、充実感を得る。
居場所があることにより安心感を得る。

これからも、団体の目的である「安心して自由に参加できる場所づくり」と「必要な情報を入手するための手助け」を基本に、多国籍な親子を中心とした子育てに関わる全ての人が、安心して参加し、自主的に活動できるコミュニティを目指してまいります。地域や仲間とのつながりは、精神的な安心や必要な情報をもたらすだけでなく、緊急時や災害時の共助の面からも大切です。

◆他団体や専門家との連携、協働
地域の団体や専門家と積極的につながり、一緒に活動することで地域を活性し、盛り上げる。

外国籍の家族を取り残すことなく、つくばのどの家族もが地域で助け合い、心地よく暮らしていけるよう取り組んでまいります。

地元を元気に！ライフプランコンシェルジュカンパニー制度

1 目的

解決を目指す課題・背景

茨城県を中心とした地方の地域密着型の小規模保険代理店が、各地域で安心して事業を継続し、地元の発展に貢献できるようサポートする事業を行っている。今後も、中小企業が手を取り合って発展してゆける仕組み作りを試行錯誤しながら、おこなってゆきます。

〈背景〉

①地方の少子高齢化・・・個人事業主や小規模事業者は、信頼できる地元の若手へ大切なお客を託すことが難しくなっている。ベテランとの金融知識の差が大きく、後継者を見つけることは容易ではない。

②保険商品の多様化・複雑化とコンプライアンスルールの煩雑化・・・適切な商品を提案するためには各個人の商品知識を深く持つことが必要。しかし、個々のキャパを超えてしまい、適切な提案ができていないと切り切れない。

また、コンプライアンス順守体制の基盤が不安定。

③DX推進による体制の脆弱化・・・社会が求めているレベルに到達することが難しく、本業に支障が出てしまう。

SDGsとの関連性



- 生活するためのお金や社会制度を個人・企業に対して伝える
- 老後の貧困を防ぐための活動を行う
- 事業者本人の事業を継続するサポート



- 小規模保険事業者が仕事への想いを持ち成長し続けられる環境づくりで、やりがいに
- 事業の継続、成長に貢献



- 地元で頼られる存在になる
- 街の活動に参加、地域の発展に継続して寄与できる基盤をつくる

取組内容

全国の中小企業の経営者とお会いする際に、当モデルについて紹介。
該当しそうな企業（保険事業を営む、または、始める予定の事業者）へ、PRも実施した。

2021.04 「ライフプランコンシェルジュカンパニー制度の名称で始動。 同年に募集を開始。

2022.10 愛知県名古屋市に名古屋支店を開設。
代表者は個人事業主として独立。
そのためのサポートを主におこなうことができた。

2023.04 石岡市に石岡支店を開設。
代表者は個人事業主で年齢を重ねる中で、いつれ自身の顧客を託す後継者を
探していた。開設後は、弊社がカスタマーサポート部分を担い、長年に渡り
代表と顧客を守る体制ができた。

店舗一覧：店舗一覧 | ライフプランコンシェルジュサイト (lifeplan-concierge.jp)



〈カンパニー制度〉



汎用性（他の人も実践しやすい取組か）

企業は、中小企業をライバルと見るのではなく、自社（自身）のクオリティアップを検討し、互いに志を理解し、手を取り合うことを考える。

企業に限らず、自分と相手のスタイルを維持したまま、ノウハウを共有し合うことで、同様のことができると思う。

連携の有無（多様な関係者との連携が図られた取組か）

中小企業の経営者、大手保険会社



持続可能性

本社機能を持つ“弊社”が倒産するまでは持続可能である。しかし、万が一その時が来ても、中小企業同士が共に学び、成長してきた経験と実績があるため、その仲間の中でバトンタッチしてゆけば、持続してゆけるのではないかと考える。

また、個人事業主が従来のスタイルを変えず、自身のペースで生き活きと活動することを大切にしているため、組織に属しているようで、属していない感覚が、精神的に無理がなく、持続できる理由の一つになる。

新規性・その他

弊社の理念「私たちは「ライフプラン」を通じて全ての人たちと幸せを追求し続けます」に共感し、丁寧にお客様の立場で思考できる仲間と共同しています。

一見、フランチャイズの様なモデルですが、合理性よりも人の豊かな暮らしと地域の発展に貢献できる仲間を応援し、守り、共に成長していける関係作りが、このモデルです。

取組の成果（課題解決の程度・波及性）

2事業者が弊社の支社としてこの制度を利用しています。

（石岡支店 / 愛知県名古屋支店）

参考URL:店舗一覧 | ライフプランコンシェルジュサイト (lifeplan-concierge.jp)

成果① 月1回の全社員参加の定例MTGに参加し、互いの近況を報告。各商品の理解を深めることや、活用方法等の事例共有、各々持つ課題を共有・解決することが出来た。

成果② ノウハウの共有が活発にできた。〇〇の商品はこんな人の助けになるよ！等、一人一人の知恵と経験が、一人で商品を学び提案するのではなく、

成果③ DX機能の一部統一により、各社で必要な情報をまとめ、取得することができるようになった。また、イントラも共有することにより、報連相が円滑にゆくようになり、複雑な事務業務が本社へ依頼できるようになった。

成果④ カスタマーサポート部門も共有することにより、お客様へのフォローを会社として手厚くすることができた。

成果⑤ お互いの地域のPR。石岡のお祭りを全国の社員が集まる機会にPR。本社へのポスターへの掲示等、互いを応援する雰囲気ができている。

今後の展望

我々が目指すのは、合理性よりも丁寧にお客様の立場で考えていくことです。「私たちは「ライフプラン」を通じて全ての人たちと幸せを追求し続けます」を理念に、一人ひとりのお客様と対峙し、じっくりと将来のプランを描きます。そして、その時々に適したアドバイスや提案ができ、伴走して行けるスキルを持ち合わせています。

中小保険事業者様には同じ想いを持つ仲間として、そのスキルを私たちと共に学び、磨いていただきます。そして、より多くの人の幸せを追求することで、地域と事業の発展に、そして、仕事のやりがいにつながって頂けたら嬉しいです。

◇常時・・

同取り組みをPRし、支え合える企業を探しています。

直近では、12月に開催される「中小企業 新ものづくり・新サービス展」に出展。取り組んできた成果を展示します。

参考URL：中小企業 新ものづくり・新サービス展 (shin-monodukuri-shin-service.jp)

◇オアシスとしての将来・・・

「金融教育」を目的として、気軽に金融に触れられる機会を考えています。無償でのお金の教室、デジタル冊子の作成、体験イベント等。

仲間が増えるとできることも増えるので、継続して進めてまいります。

※まだ応募できる段階ではないと承知の上で、今回は意気込みをお伝えできればと思い、応募させていただきました！

ワニナルこども支援プロジェクト

1 目的

解決を目指す課題・背景

農業産出額全国第3位の茨城県。その県南に位置するつくば市で、地域がもつ力と農業を志す人の力を組み合わせるアイデアを生み、そして地域を盛り上げる農家のコミュニティ＝「輪」を築きあげることが目的につくば市を中心に活動をするチームです。

私たちが行う活動のひとつ「ワニナルこども支援プロジェクト」において右記課題解決を目指しています。

農家と多くのネットワークを持つ私たちは、さまざまな農家を取材して回る中で、スーパーなどに並ぶ綺麗な農産物と同じくらいに「規格外品」という理由だけで捨てられる農産物の量がいかに多いかを目の当たりし衝撃を受けました。「規格外品」という理由だけで、愛情とこだわりを持って育んだこととその美味しさに正規品と変わりはありません。しかし、農家も活用方法が見出せず、その廃棄に費用や労力が掛かり困っているといえます。

そして、その活用方法を見出そうと悩んでいる中、つくば市内に必要とする人々がいることを知りました。そこで私たちは立ち上がったのです。必要とする人のもとへ届けることで、子どもたちが平等に満腹に機会を与えることができ、そして食品ロスの削減に繋がります。

SDGsとの関連性



必要とする人のもとへ届ける

私たちワニナルプロジェクト主催のイベント開催時に規格外野菜寄付品・日持ちのする野菜・文房具・衣料品・雑貨等を募り回収し、つくば市内こども食堂（みんなの食堂）やフードパントリーに寄付。



子どもたちが平等に満腹になる機会を

出張こども食堂の開催と、私たちワニナルプロジェクトが発行するフリーペーパー「ワニナルペーパー」にこども食堂（みんなの食堂）の情報を掲載し、つくば市役所こども未来課と連携のもと周知活動を実施。



食品ロスの削減

農家の収穫時に必ず発生する規格外野菜をはじめとする捨てるはずの農産物の寄付を募り回収し、つくば市内こども食堂（みんなの食堂）やフードパントリー等へ寄付。

取組内容

①方法…イベント内で子ども食堂の開催、寄付品の提供、収穫イベント、シェア畑の企画・運営

- ① 私たちが主催する家族みんなで楽しめる“農業×クリエイティブ×スポーツ”の体感型マルシェイベント「ワニナルフェス」において、出張子ども食堂を開催し、小学生までの子どもに対して1食100円でカレーライスなどを提供。これに使用する材料には、正規品と味や品質は変わらないのに見ただけで販売することができない規格外野菜を使用し、農家が抱える問題の一つともいえる規格外野菜の活用を目指している。
- ② 先述のイベント開催時（月1～2回程度）に、主に出店者に対して子ども食堂や子ども支援に対する寄付を募り、規格外野菜を中心に農産物、卵、日持ちのする食品、古着、文房具や雑貨、おもちゃなどを集め、つくば子ども支援ネットへ提供する。
- ③ 地元農家から協力を仰ぎ、畑を利用した収穫イベントを10月に開催。今後は、農地の活用の一環として共同で畑を耕し農作物を育てるシェア畑も開始する。

②主体…ワニナルプロジェクト、つくば子ども支援ネット、地元農家・企業

地域がもつ力と農業を志す人の力を組み合わせるアイデアを生み、そして地域を盛り上げる農家のコミュニティ＝「輪」を築きあげることが目的につくば市を中心に活動をするワニナルプロジェクトが中心となり、つくば市内子ども食堂（みんなの食堂）とのネットワークおよび250の困窮家庭とダイレクトなつながりをもつ「つくば子ども支援ネット」、さらに地元農家・企業と連携を取って活動。

③対象者…主に支援を希望する子育て中の方や子ども本人

- ① イベントに来場した小学生までの子ども。
- ② 支援を希望する子育て中の方や子ども本人が主（みんなの食堂は誰でも利用ができるため地域交流を楽しむ方なら誰でも可）。
- ③ 支援を希望する子育て中の方や子ども本人とその家族。（シェア畑は、支援を希望する方に加えて、地域交流希望者は誰でも可）。

④時期・期間

2023年は、出張子ども食堂を3回、寄付品の提供は月1回以上、収穫イベントは1回実施。

2024年は、出張子ども食堂を月1回、寄付品の提供は月1回以上、収穫イベントは年3回実施を目指す。

⑤場所

- ① 研究学園駅前公園を中心に、つくば市内公園で行う。
- ② 寄付品が集まり次第、随時行う。
- ③ 片倉コープアグリ株式会社様の農地（つくば市要）

汎用性（他の人も実践しやすい取組か）

必要ではなくなり捨てようとしていたはずのものが必要とする人に活用してもらうという活動が主なため、誰にでも実現可能。

まずは、捨てる前に一度立ち止まってもらいたい。

さらに、私たちワニナルプロジェクトは地域の輪を作ることをコンセプトに活動しているので、一人ではできなかったことでも誰かと力を合わせることで止まっていた歯車を動かすことができる。こういった地域の持つ底力を原動力に、連携の輪を広げていきたい。



連携の有無（多様な関係者との連携が図られた取組か）

こだわりを持って農作物を育む地元農家や企業などと連携し、繋がりの少なかった農家同士がネットワークを構築できるよう、誰でも参加できるオープンチャットをチャットアプリにて開設。

さらに、身体を動かすことで共に汗を流し異業種の垣根を越えて交流を深める場として、月1回サッカーを2時間程度楽しむワニナルサッカー部を設立。開始からわずか3ヶ月で所属人数は約80名に上り、様々な方面からの連携が可能。



持続可能性

- 出張子ども食堂で使用する材料は、正規品と味や品質は変わらないのに見ただけで販売することができない捨てるはずだった規格外野菜を使用するため、かかるコストは実質カレーや調理にかかる光熱費。調理は、食品営業許可のある子ども食堂で行う。
- 寄付品を集めるのはイベント出店と同日のため、子ども支援を行う団体が回収に来る際の交通費がかかるが、双方つくば市内であるため少額。
- 収穫イベントは農作物の収穫時期に合わせるため、人員不足の農家にとっては逆に人件費をかけることなく収穫を行えるメリットがある。

新規性・その他

農業自給率が低下の一途を辿る日本において、農業の活性化は最重要事項であり急務である。農業人口も高齢化し、今後農業を担っていく新規就農者を募り農業を持続可能にしていくためには、農家同士のネットワークを構築し連携を強める必要があり、私たちの活動はその一躍を担っていると考えます。

農業産出額全国第3位の茨城県に住む私たちだからこそできることで、未来を担う子どもたちを支え、笑顔を増やしていくべきだ。

取組の成果 (課題解決の程度・波及性)

① イベント1回開催ごとに乗用車のトランク1つ分ほどの寄付品を集めて当日中に提供。日持ちのする食品や雑貨・衣類等は、つくば子ども支援ネットが月1回開催するフードパントリー（食品配布会）にて提供され、毎回約80名ほどの親子が参加。



② つくば市内にある子ども食堂（みんなの食堂）のマップや各食堂の紹介を、ワニナルプロジェクトが制作・発行するフリーペーパー「ワニナルペーパー」に7月から掲載。1万部を発行し、つくば市内・市外及び県外を含めて300箇所近くに設置・配布することで、周知活動を重ねている。

③ 今年10月に開催した収穫イベント「ワニナルぷくぷく祭」では、つくば子ども支援ネットを通して申込みのあった親子61名が参加し、さつまいも掘り大会と試食会を実施。9名ものボランティアのもと開催した。



今後の展望

私たちが主催するイベント「ワニナルフェス」を、地域を代表するイベントに育てる。これまで不定期開催としていたが、2024年からは月1回の定期開催を目指し、SNSを活用した発信・周知活動を強化する。また、“農業×クリエイティブ×スポーツ”というコンセプトに沿って、異業種の垣根を越えた連携を様々なツールを駆使して広めていく。



つくば市内にある子ども食堂（みんなの食堂）のマップや各食堂の紹介を継続し、より多くの必要とする方々に利用していただけるよう認知活動を継続。



買ってみっぺよつくばテストマーケティング自販機

1 目的

解決を目指す課題・背景

■ 会社概要

当社は、起業や副業で「夢」を実現させたい方のお手伝いをしていく企業として、2019年10月につくば市に設立、茨城県内を中心とした経営コンサル事業セミナー事業、CFページ制作・伴走支援事業・HP制作事業を行っている。

SDGsを推進しているつくば市で活動させていただいているため、会社としてつくば市に恩返しができるようなSDGsを取り入れた事業をと考え、企業や地域の方にメリットがある等企画を実行することとなった。

■ 「買ってみっぺよつくば」自動販売機について

つくば市を中心とした中小企業の新しいSDGs配慮商品を販売。購入者が答えたアンケートを元に出品者が商品のテストマーケティングができるという新発想の自動販売機の運営を2023年4月よりスタートした。

設置場所のTXつくば駅前広場は、秋葉原より快速で45分と都内からのアクセスも良く、外国人研究者や留学生が多く行き来する場所、また子育てがしやすい街として若者や主婦がたくさん通ります。そんなつくばの中心であるつくばセンター広場という立地を活かして、SDGsを推進するつくば市の取り組みを行っている、中小企業さんの商品を広く認知拡大していただきたく1期3か月間の期間限定でテストマーケティングを行いアンケートを取り魅力ある商品開発に活かしている。

【買ってみっぺよつくばHPURL】

<https://kattemippeyo.tsurutomanabi.com/>

SDGsとの関連性



つくば市を中心とした中小企業が開発するSDGsに配慮した商品で地元商品の認知拡大と地域の良さを伝え、市内の経済を活性化させる。



つくばセンター広場付近に在住する自動販売機を利用する方が地元の地域資源や素晴らしい商品・お店を知り、魅力あるつくば市についてもっと知ってもらうこと。



商品を作る中小企業、また当社としても限りある資源を無駄にしないよう、商品自体を無駄のない製造方法を行い、簡易包装にすることなど意識をすることによって過剰なものの生産をしないよう心がける。

取組内容

①方法

買ってみっぺよつくば自動販売機について2023年4月1日より、茨城県を中心とした中小企業の新しいSDGs配慮商品を販売。購入者が答えたアンケートを元に出品者が商品のテストマーケティングができるという、新発想の自動販売機の運営をスタートした。

②主体

(株) 鶴と学びが主体となり、つくば市を中心とした中小企業の皆さまの商品を販売している。4月より延14社・33商品をテストマーケティング販売を実施。

③対象者

設置場所のTXつくば駅前広場（ノバホール前）は、秋葉原より快速で45分と都内からのアクセスもよく、外国人研究者や留学生が多く行き来する場所、また子育てしやすい街として若者や主婦がたくさん行き来する。センター広場周辺の住民、つくばセンター広場のイベントに来場した方、つくば駅を利用する方、つくば国際会議場を利用する方、ノバホールを利用する方、献血センターを利用する方など幅広い方に利用頂いている。

④時期・期間

中小企業の新商品を1期3か月間の期間限定でテストマーケティングをしている。四半期ごとに商品を入れ替え、現在第3期を開催中。

①4月～6月②7月～9月③10月～12月④1月～3月

第4期より、商品の入れ替えが早すぎて購入できなかったというアンケート結果を踏まえ、1期4か月に変更する予定。

⑤場所

設置場所のTXつくば駅前広場（ノバホール前）は、秋葉原より快速で45分と都内からのアクセスもよく、外国人研究者や留学生が多く行き来する場所、また子育てしやすい街として若者や主婦がたくさん行き来する。そんなつくばの中心であるつくばセンター広場という立地を活かして幅広く周知を行っている。



汎用性（他の人も実践しやすい取組か）

自動販売機は近年で様々な商品が取り扱われているが、1つの自動販売機で1つの会社の商品を取り扱うことが一般的である。

当社の取り組みは自動販売機をテナントのように活用し、1つの自動販売機で5社の商品を紹介しており、商品はSDGsというコンセプトに基づいてサービスを展開しているため、他社でもできる取り組みではあるが、アンケート機能を付けた商品の紹介という点では実践しづらいものであると考える。

連携の有無（多様な関係者との連携が図られた取組か）

当社の自動販売機はさまざまなつくば市内の企業とコラボしており、設置場所のつくばまちなかデザイン(株)、自販機ラッピングの朝日印刷(株)、動画制作の梅園、一条デザインなど制作チームも市内・県内と様々な企業と連携を行っている。

また、委託事業所は、つくば市の鳥吉本店、筑波山のお土産屋、神橋亭、コーヒー豆、ドライブ、焼き菓子、つくばSweetsなど様々な中小企業と連携している。また、利用者はつくばセンター広場近隣の住民やつくば駅利用者、ノバホール、つくば国際会議場利用者が購入している。

持続可能性

当社はつくば市を中心とした経営コンサル、創業をメインとしたセミナーを実施していることから、市内で起業する、または商品開発する事業者より、商品についてのご相談を受けることが多い。ため、紹介する商品がたくさんある。つくばまちなかデザイン(株)では当社の隣に設置している旨がっつくば（冷凍自販機）との相乗効果でつくば市の良いものを紹介するための情報交換を行っている。

商品の補充は当社で行い、自動販売機の家賃・電気代が必要となるが委託料で賄うことができるため継続的に取り組むことが可能な事業である。

新規性・その他

つくば市初のテストマーケティング自動販売機であり、日経新聞や日経産業新聞、雑誌オレンジページ等に、「つくば新興アイデア勝負」等と掲載された実績がある。

今後もつくば市からの発信で、つくば市を中心とした商品を通じて、つくばの良さやSDGsについて広く周知していきたい。

取組の成果 (課題解決の程度・波及性)

委託者については、商品開発に活かされており、当自動販売機から新商品が開発された事例もある。

自動販売機の機能でアンケート収集を行っているが、利用者に毎月1名プレゼント企画を行っており、プレゼントの住所が市内も多いが、東京、神奈川、埼玉、千葉からもきていることから、自動販売機が徐々に認知されてきていると考えられる。

茨城新聞からの取材を受けたことから今後掲載予定で、当自動販売機について特集して下さるとのお声を頂いている。

今後もつくば駅前にきたら立ち寄っていただけるような魅力ある商品展開をしていきたいと考えている。



今後の展望

- ①自動販売機にAIセンサーを付け、立ち止まった顧客情報の収集を行うことを検討している。
- ②地域に愛される商品を提供したく商品を紹介するマルシェの開催を検討している。
- ③ライブコマースを展開する予定がある。

当自動販売機から素晴らしい商品を沢山紹介したいと考えている。

