

テーマ: 1. 地元企業と学生を繋ぐサービス「学生応援カフェ」の提案
2. 長岡の食材を生かした食事メニュー「寺泊蒸気海鮮」の提案

氏名: 間嶋晃洋

1. 受講動機

※ 受講しようと思ったきっかけ

考えているアイデアを、新規事業開発の技術を習得したうえでブラッシュアップし、可能なら実現させたいと考えたから

2. 研究内容

※ 研修分野とその理由

研究分野

1. 人材確保が課題で学生との接点を求めている企業と、長岡で就職したい気持ちはあるがどんな企業があるかを知らない学生、を繋ぐ仕組みやサービスを作る。
2. 寺泊の海産物と長岡のコメを使った新たな食の名物「寺泊海鮮蒸し」を作る。

理由

1. ながおか・若者・しごと機構のミッションは、若者の地元定着。地元企業の喫緊の課題である人材確保を目的に、地元企業と長岡の学生を繋ぎ、実施主体の若者しごと機構、場所を提供するミライエ長岡、も含めた4者にとってメリットある仕組みやサービスをつくりたいから。
2. 中国・深センを訪れた際、海鮮蒸しとコメの雑炊を食べる機会があり、とてもおいしかった。それをヒントに、寺泊の海産物と長岡のコメを使った海鮮蒸しを検討。寺泊の特徴的な料理はイカ焼きくらいしか思い浮かばないが、寺泊を訪れた観光客向けの名物料理にできないかと考えたから。

3. 研究結果

1. まちキャン協賛企業4社及びミライエ長岡にあるカフェ「BOOK MARKS CAFE」でヒアリングを行った。そこでいただいた意見を取り入れることで、より実現できそうな案としてブラッシュアップできた。
2. 実際に自宅で海鮮蒸しを2回実験して検証した。また、寺泊支所産業建設課の小林隆課長の協力を得て、寺泊の魚市場通りの店の状況、民宿・ホテルの意向を聞いたほか、深圳を訪れた際にお世話になった方を通じ、現地の状況を聞いた。

4. まとめ

1. 市内企業、市内カフェ、ながおか・若者・しごと機構が連携し、市内学生を対象に「長岡学生応援カフェ」の利用を提案する。まずは、高校生が集まるミライエ長岡で、ミライエ内のカフェの協力を得て、試験実施していく。
2. 寺泊の新たな名物料理を目指して、「寺泊蒸気海鮮」を提案する。寺泊地域の飲食店に採用を検討してもらう。

5. 参考文献

長岡市 HP 人口関係資料

ながおか・若者・しごと機構 学生数等調査、若者意識調査

長岡市産業立地課作成 市内学生の進路状況

◆ビジネスモデルキャンバス



効率性 ←

→ 価値

<p>⑧KP Key Partners (パートナー)</p> <p>【仕入先・協業先】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ミライエ長岡内のBOOK MARKS CAFE 	<p>⑦KA Key Activities (主要活動)</p> <p>【価値提供のためにやるべきこと】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業の動画を学生からみてもらい、企業の特徴を知ってもらう。 ・動画を見て企業の特徴に答えたら、コーヒーが安く飲める。 	<p>②VP Value Propositions (価値提案)</p> <p>【USP】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学生が市内企業を知れる。 ・市内企業のことを知る学生を増やす。 <p style="text-align: center;">↓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会社を知ってもらうことで就職の際に候補となる企業の1つに入る。 ・自社への就職につなげる。 <p>【USPの裏付・特徴】</p> <p>【価格】</p>	<p>④CR Customer Relationship (顧客との関係)</p> <p>【プロモーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学生活動を応援する企業 ・地元就職を促進する共同パートナー ・ミライエを利用する学生 	<p>①CS Customer Segments (顧客セグメント)</p> <p>【理想のお客様像】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内企業で人材不足・知名度向上を望む企業 ・市内企業への就職に関心がある高校生、大学生 <p>【ニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商工会議所の要望は「人材不足解消」が第一の要望
<p>⑨C\$ Cost Structure (コスト構造)</p> <p>【製造原価】</p> <p style="text-align: right;">【経費】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・LINEの配信作業 ・チラシの作成 (ミライエ館内テーブル上の三角ポップ、カフェカウンターでの紹介) 		<p>⑤RS Revenue Streams (収益の流れ)</p> <p>【売上計画・利益計画】</p> <p>自社をPRしたい企業から協賛金をもらい、そのお金で学生がミライエ長岡のカフェで、特別価格でコーヒーが飲めるよにする。</p> <p>(通常) コーヒー1杯600円 ⇒学生応援セット300円 (ドリンク+クッキー)</p>		

市内企業 × 市内カフェ × ながおか・若者・しごと機構

学生のまち長岡

学生応援カフェの提案

2024年(令和6年)1月22日

間嶋 晃洋

(ながおか・若者・しごと機構 事務局長 / ミライエ長岡企画推進室 事業担当課長)

テーマ：1. 地元企業と学生を繋ぐサービス「学生応援カフェ」の提案
2. 長岡の食材を生かした食事メニュー「寺泊蒸気海鮮」の提案

氏名：間嶋晃洋

1. 受講動機

※ 受講しようと思ったきっかけ
考えているアイデアを、新規事業開発の技術を習得したうえでブラッシュアップし、可能なら実現させたいと考えたから

2. 研究内容

※ 研究分野とその理由

研究分野

1. 人材確保が課題で学生との接点を求めている企業と、長岡で就職したい気持ちはあるがどんな企業があるかを知らない学生、を繋ぐ仕組みやサービスを作る。

2. 寺泊の海産物と長岡のコメを使った新たな食の名物「寺泊海鮮蒸し」を作る。

理由

1. ながおか・若者・しごと機構のミッションは、若者の地元定着。地元企業の喫緊の課題である人材確保を目的に、地元企業と長岡の学生を繋ぎ、実施主体の若者しごと機構、場所を提供するミライエ長岡、も含めた4者にとってメリットある仕組みやサービスをつくりたいから。

2. 中国・深センを訪れた際、海鮮蒸しとコメの雑炊を食べる機会があり、とてもおいしかった。それをヒントに、寺泊の海産物と長岡のコメを使った海鮮蒸しを検討。寺泊の特徴的な料理はイカ焼きくらいしか思い浮かばないが、寺泊を訪れた観光客向けの名物料理にできないかと考えたから。

3. 研究結果

1 まちキャン協賛企業4社及びミライエ長岡にあるカフェ「BOOK MARKS CAFE」でヒアリングを行った。そこでいただいた意見を取り入れることで、より実現できそうな案としてブラッシュアップできた。

2 実際に自宅で海鮮蒸しを2回実験して検証した。また、寺泊支所産業建設課の小林課長の協力を得て、寺泊の魚市場通りの店の状況、民宿・ホテルの意向を聞いたほか、深洲を訪れた際にお世話になった方を通じ、現地の状況を聞いた。

4. まとめ

1 市内企業、市内カフェ、ながおか・若者・しごと機構が連携し、市内学生を対象に「長岡学生応援カフェ」の利用を提案する。まずは、高校生が集まるミライエ長岡で、ミライエ内のカフェの協力を得て、試験実施していく。

2 寺泊の新たな名物料理を目指して、「寺泊蒸気海鮮」を提案する。寺泊地域の飲食店に採用を検討してもらう。

5. 参考文献

長岡市 HP 人口関係資料

ながおか・若者・しごと機構 学生数等調査、若者意識調査

長岡市産業立地課作成 市内学生の進路状況

研究テーマは2つ設定

1. 地元企業と学生をつなぐサービス

「学生応援カフェ」の提案

(説明約7分)

2. 長岡の食材を生かした食事メニュー

「寺泊蒸気海鮮」の提案

(説明約3分)

受講動機は

以前から考えていたアイデアを、新規事業開発のスキルを学んだうえでブラッシュアップし、可能なら実現したいと考えたから

◆ビジネスモデルキャンバス

「学生応援カフェ」

← 効率性			→ 価値	
<p>⑧KP Key Partners (パートナー)</p> <p>【仕入先・協業先】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ミライ工長岡内のBOOK MARKS CAFE 	<p>⑦KA Key Activities (主要活動)</p> <p>【価値提供のためにやるべきこと】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業の動画を学生からみてもらい、企業の特徴を知ってもらう。 ・動画を見て企業の特徴に答えたら、コーヒーが安く飲める。 	<p>②VP Value Propositions (価値提案)</p> <p>【USP】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学生が市内企業を知れる。 ・市内企業のことを知る学生を増やす。 <p style="text-align: center;">↓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会社を知ってもらうことで就職の際に候補となる企業の1つに入る。 ・自社への就職につなげる。 <p>【USPの裏付・特徴】</p> <p>【価格】</p>	<p>④CR Customer Relationship (顧客との関係)</p> <p>【プロモーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学生活動を応援する企業 ・地元就職を促進する共同パートナー ・ミライ工を利用する学生 	<p>①CS Customer Segments (顧客セグメント)</p> <p>【理想のお客様像】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内企業で人材不足・知名度向上を望む企業 ・市内企業への就職に関心がある高校生、大学生 <p>【ニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商工会議所の要望は「人材不足解消」が第一の要望
<p>⑨C\$ Cost Structure (コスト構造)</p> <p>【製造原価】</p> <p style="text-align: center;">【経費】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・LINEの配信作業 ・チラシの作成 (ミライ工館内テーブル上の三角ポップ、カフェカウンターでの紹介) 		<p>⑤RS Revenue Streams (収益の流れ)</p> <p>【売上計画・利益計画】</p> <p>自社をPRしたい企業から協賛金をもらい、そのお金で学生がミライ工長岡のカフェで、特別価格でコーヒーが飲めるよにする。</p> <p>(通常) コーヒー1杯600円 ⇒学生応援セット300円 (ドリンク+クッキー)</p>		

長岡は学生のまち

市内の高等教育機関の学生数

①4大学1高専	5,050 人	…約8割が市外から進学	人口千人あたり19.4人
②15専門学校	1,698 人	…約6割	〃
計	6,748 人	…長岡の人口約26万人の2.5%	
③12高校	約7,000 人	…県立普通科5校、農業・商業・工業高校あり、私立3校	
合計	約13,700 人	……長岡の人口の5%	



地方都市の中では学生数が多いまち。

長岡は学生のまち

卒業後は多くが市外へ転出

- ①4大学1高専 R4卒業生1,494人 うち就職869人の就職先は9割超が市外
- ②15専門学校 R4卒業生765人 うち就職644人の “ 7割弱 ”
- ③12高校 R4卒業生約2,300人のうち約1,500人、約7割が市外へ進学

このうち市内へのUターン就職は毎年500人弱(推計)

就職先として長岡が選ばれていない

長岡市人口の社会減が継続

R元▲539人 ⇒ R2▲559人 ⇒ R3▲753人 ⇒ R4▲340人

長岡には学生がたくさんいるのに

長岡の企業に就職していない・・・



**ここが長岡のボトルネック
長岡の人口減少の課題**



地元就職の促進が必要

「就職」に着目したときに・・・

皆さん

「就活カフェ」

ってご存じですか？

「就活カフェ」とは

- ・企業がスポンサーとなり、学生が無料または低額で利用できるカフェ
- ・企業のメリットは「認知度の向上」と「学生とのマッチング」

1.時代の波に乗る就活カフェ



就職活動をする学生にとって、とても利便性の高い「就活カフェ」。ここ数年でその数が急速に拡大しています。

1-1.そもそも就活カフェとは？

就活カフェとは、

- 就活相談や資料コーナー、コピー機など就活生向けのサービスがある。
- 学生(就活生)の利用料金が安い。なかには無料のものもある。
- Wi-Fiや電源を無料で利用できる。

などの機能を有したカフェのことです。さまざまなサービスを安価で利用できるとあって、就職活動をする学生にとってとても利便性の高いスペースです。

POINT!

就活カフェのビジネスモデル

就活カフェは、企業から運営資金としてスポンサー料を協賛する形で運営されています。企業にとってのメリットは、学生の集まる就活カフェを採用活動の場として利用することによる「認知度の向上」や「学生とのマッチング」が主にあげられると思います。

「就活カフェ」



3rd CAMPUS FREE COFFEE
SHIRU CAFE®

最大手の「知るカフェ」は全国に21店舗

店舗一覧

大学内外に21店舗オープン。ご契約期間は全国すべての店舗をいつでもご利用いただけます。



早稲田大学



慶應義塾大学前店



東京大学（本郷）前店



東京大学（駒場）前店



東京工業大学前店



一橋大学前店



東京理科大学（神楽坂）店前店



BiZCAFE千葉大学前店



同志社大学前店



京都大学前店



神戸大学前店



関西大学前店



大阪大学前店



立命館大学（衣笠）前店



立命館大学（びわこくさつ）店



関西学院大学（上ヶ原）前店



BiZCAFE関西学院大学神戸三田店



みなと銀行学園都市店



みなと銀行武庫川女子店



名古屋大学前店



九州大学前店

学内…大学の敷地内にある店舗です。

学生生活に溶け込んだ
「知るカフェ」だからこそできる
採用課題解決方法

学生生活に溶け込んだ「知るカフェ」だからこそできる、新しい新卒採用を実現します。リアル店舗を接点にリアルな学生の声を聞き、就活が本格化する1.2年生の早期から長期でブランディングし、エンゲージメントを高めます。少人数×対面に強みを持ち、オンラインも充実。



学生に近い空間

学生が毎日利用する知るカフェで1年生から直接コミュニケーション接点が作れます。



大学内・至近に
全国20ヶ所以上

知るカフェは大学内店舗を含め全国に20以上の店舗があります。



いつでもご利用可能

お好きなタイミングでいつでもご利用可能です。

大都市に立地。地方都市は少なく、新潟県内にはない

「ながおか・若者・しごと機構」のミッション



ながおか・若者・しごと機構

若者の活動支援、若者の地元定着

教育機関や産業界と連携し、長岡で学び・働き・暮らすことの魅力を伝えることで、若者定着を促進

構成機関

4大学1高専、15専門学校、金融機関、商工会議所など



市内企業と学生をつなぐ取り組みとして
「就活カフェ」を長岡で実現できないか
と考えていた・・・

ミライエ長岡が昨年7月にオープン

学生(特に高校生)が
勉強場所として多数来館



テナントしてカフェが入居
「BOOKMARKS CAFE」



学生とカフェがミライエ長岡に
「就活カフェ」の主体・対象が揃う

この新規事業開発講座で学んだ ビジネスの法則 三方よし の構築



学生

就活カフェをヒントに、
・企業がスポンサーとなり
・学生から企業を知ってもらうしくみ
をつくれませんか？



企業



カフェ

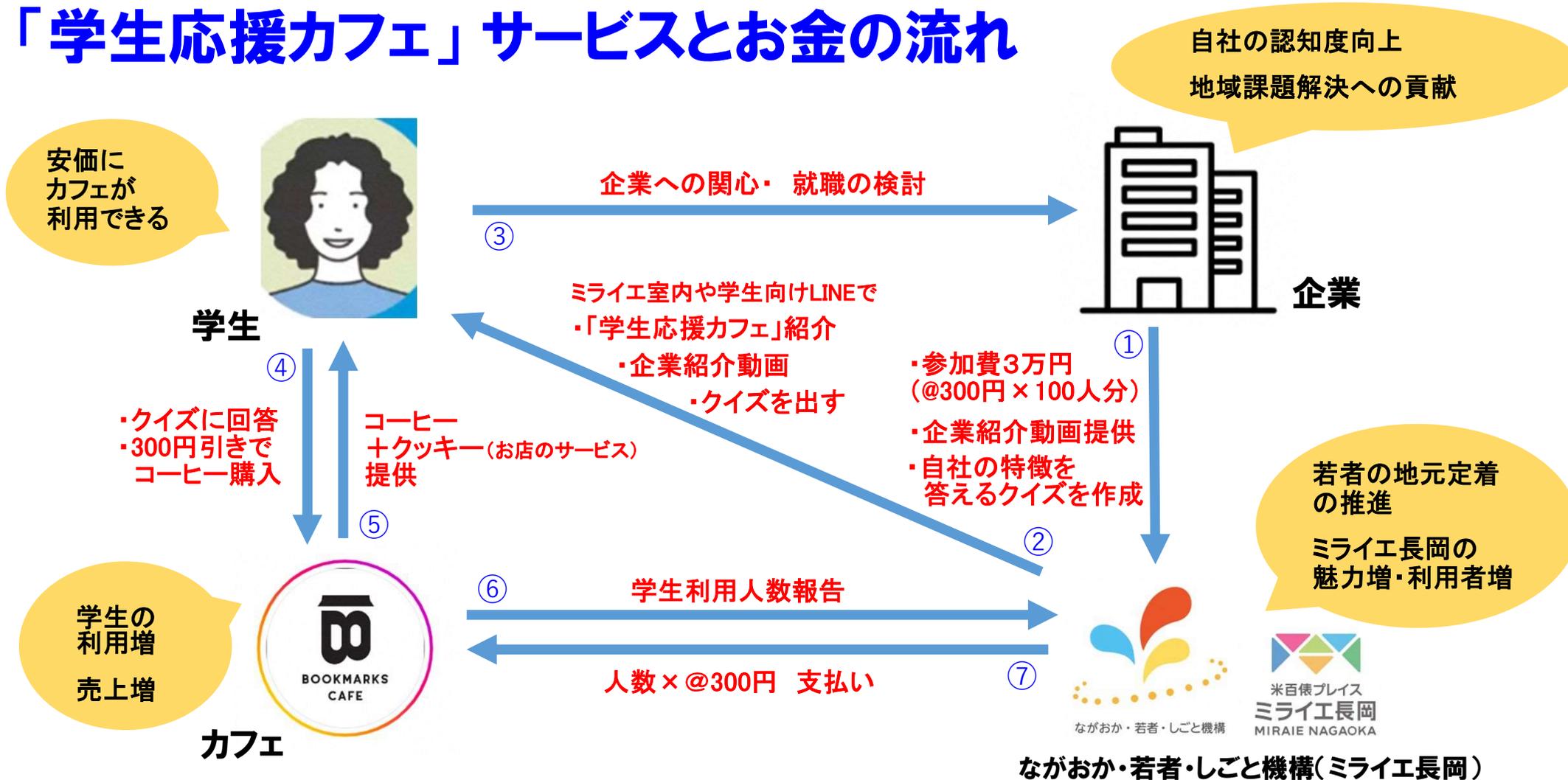
そして、
この4者のメリットを組み合わせ
三方よし(四方よし)の関係
が構築できないか？



ながおか・若者・しごと機構(ミライエ長岡)

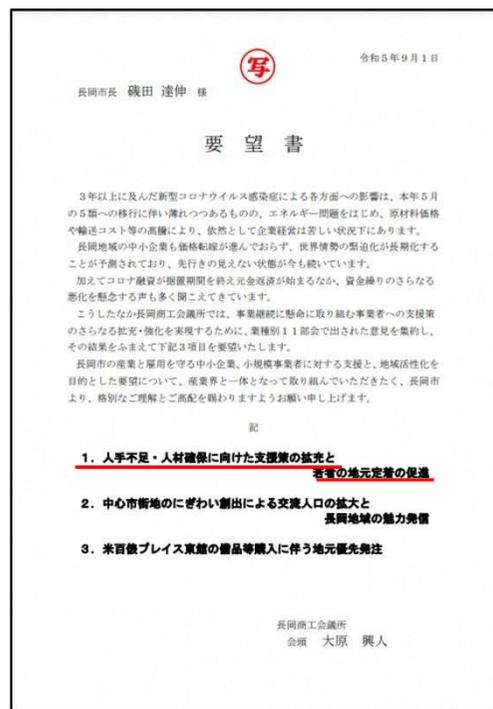


「学生応援カフェ」サービスとお金の流れ



いまやるべき理由① 市内企業の状況

令和5年度 長岡商工会議所から市への要望書



1. 人手不足・人材確保に向けた支援策の拡充と若者の地元定着の促進

人手不足は業種、業態を問わず、今や多くの企業にとって喫緊の課題となっています。少子高齢化の進展により、労働人口が今後も減少していくことは回避できない事実であり、地域の実情に応じた的確な施策の実行が、産業振興には大変重要であります。

とりわけ、運輸、建設業においては2024年問題の克服に向けた対策が課題となっています。若者の地元定着促進については多くの企業が期待していますが、市内4大学1高専の学生の地元就職率は依然として低い水準にあります。こうした状況のなか、県内大学の学生や、県外大学に通う地元出身者にも対象を広げ、他市町村で実施している「地元就職した場合の奨学金返済免除」など思い切った施策が求められています。加えて、女性やシニア層の活躍、外国人材の積極的な活用の推進も併せて要望します。

さらには、企業の人材確保に向けた、求人企業、求職者ニーズを踏まえたマッチング支援など市独自の仕組みを構築していただくとともに、若者が働きやすい環境整備に向けた支援制度の拡充を要望します。

また、長岡市は首都圏からの利便性も良く、教育環境や子育て環境、医療・福祉環境が充実しているにも関わらず、アピール不足もあり「住みやすい街」というイメージが十分に伝わっていないのが実態であります。この点に関しても、一層の情報発信の強化により、定住人口の増加を目指していただく施策の拡充を要望します。

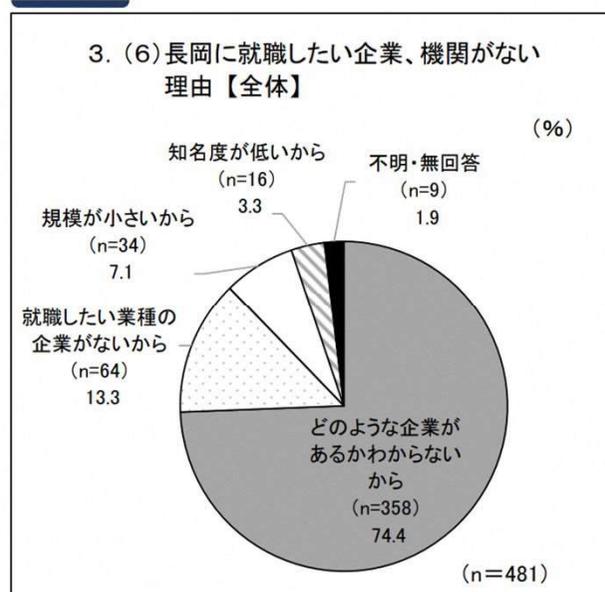
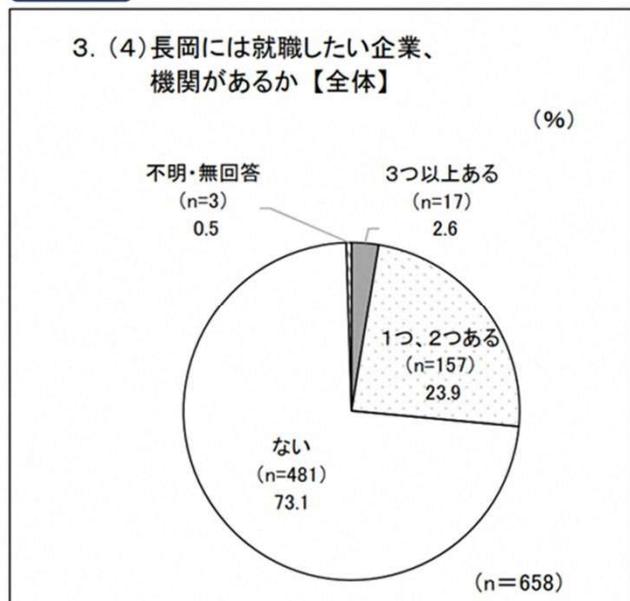
人材確保が一番の課題

いまやるべき理由② 高校生の意識

高校2年生対象 アンケート（令和4年度、ながおか・若者・しごと機構調査）

・長岡に就職したい企業が「ない」学生は、全体の73%

・「ない」理由の74%は、「どのような企業があるかわからないから」



学生から
長岡の企業を
知ってもらうことが
必要

いまやるべき理由③ カフェが協力的

実施にあたっては「BOOK MARKS CAFE」から協力内諾済



(カフェ側からのお話)

- ・学生にも本格的な、ドリップ式の美味しいコーヒーを楽しんでもらいたい。
- ・1杯600円ではあるが、学生向けには安くしてあげたいという思いはある。
- ・ドリップ式のコーヒーは提供に時間がかかるが、その時間も従業員との会話で楽しんでほしい。



お店のサービスは「クッキー」に
クイズに答える方式も問題ない。

今後の展開と課題

2月・3月 試験実施

多くの高校生の来館が予想される

- ①2月の高校生テスト期間中
- ②3月の機構写真イベント中に企業2社の参加を得て実施



下記の課題を検証して、新年度から本格実施

課題

①300円で学生が買ってくれるか？

→学生に人気の「スターバックスカフェ」はコーヒー1杯がショートサイズで350円なので、价格的にはOKだと思うが・・・。

②100人分のカウント方法

→厳密に100人とせず、日ごとに集計し、100人到達したらその日で終了

③同じ企業のクイズへ1人が複数回参加を防ぐ方法

→ 当面は学生の自己申告に任せる。

新年度本格実施

参加企業の確保

ミライエ長岡で1年間通して実施していくこととし、2週間で1社のスパンで行うとしたら、24社の参加企業を得ることが必要

※数社に相談したところ、「協賛金」よりも、取り組みへの「参加費」の方が社内稟議がとおりやすいとの意見を受け、参加費という立てつけとする。

参加カフェの拡大

協力してもらえる市内のカフェの確保

ミライエ長岡のカフェだけだと、ミライエを訪れる学生にしかメリットが生じないことから、ミライエ長岡での事例を確立後、市内の他のカフェにも拡大を検討する。

この4者の協力「四方よし」で



学生

ミライエ長岡で
「学生応援カフェ」
を実現させたい！



企業



カフェ

ぜひ皆様からのご意見・
協力をお願いします。



ながおか・若者・しごと機構(ミライエ長岡)



蒸気海鮮について

2019年(令和元年)に、市長の随行で、マカオ・深圳に出張に行かせてもらった際、深圳での夕食で体験



- ・「蒸気海鮮」は2015年に広東省深圳で発祥。上海・天津・北京等の地域まで展開。
- ・広東省沿海地域特有の海鮮粥(お粥の鍋で海鮮を食べる)と蒸し海鮮を融合した、新しい調理法。

蒸気海鮮について

海鮮を蒸して食べ、落ちた海鮮の出汁で丼にお粥を作って食べる料理

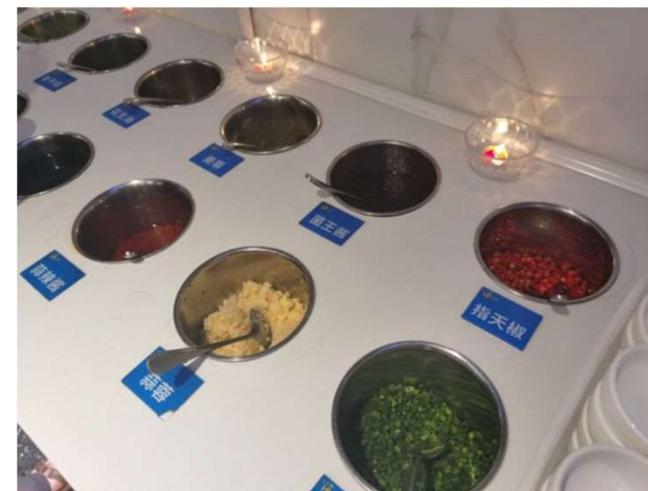
①海鮮を蒸して食べるのが、ヘルシーかつ珍しく新たな体験(野菜もあり)



②蒸す前後で海鮮の色が変わったり、貝が開くなど見た目の変化(インスタ映え)が楽しめるのが特徴



③さまざまな薬味や調味料で自分好みの味にできるのが特徴。東南アジアらしく辛みの聞いた香辛料もあった



蒸気海鮮を長岡・寺泊で

- ・ 海鮮と米を使うなら、寺泊で実施できないかと考えた。
- ・ 中国ではある程度人気があるが、日本国内ではネット検索で数件のみ。珍しさや希少性あり。（東京だと銀座に1件あり）



ネーミングは

「寺泊蒸気海鮮」

現在、寺泊支所産業建設課に相談中。
ある宿泊施設から関心を持っていただき検討中。

自宅でもやってみた

旅先での出来事で勘違いでは？とも思い、自宅でも試してみた。



ある程度再現できました。お粥も海鮮の出汁が出て美味しかった！

「寺泊蒸気海鮮」

寺泊の新たな名物料理になればと、今後も検討していきたい。

検討にあたり

寺泊支所産業建設課

寺泊の観光の状況、寺泊のお店との調整

深圳に拠点のあるコンサルタント会社 様

深圳訪問の際にお世話になる。今回も中国の蒸気海鮮の状況をレポートくださる。

に大変お世話になりました。感謝申し上げます。