

事業全体の流れ

《事前準備》→「自己分析シートの作成」

- ・参加希望単会に事前に自己分析シートを作成していただきます。
- ・自己分析シートに基づき、委員会にてペアリングを行います。
- ・単会同士の地域資源をAIを利用して組み合わせ、委員会にてマッチングシートを作成します。
- ・マッチングシートは全てのペアリング分をオンライン上に保存し、参加単会に確認していただきます。

《事業当日》→「マッチングロードマップの作成」

- ・事業説明 **10分程度**
- ・まずはお互いの単会の自己紹介、単会の紹介、地域の紹介を行っていただきます。（自己分析シートを用いて）**10分程度**
- ・マッチングシートを元に参加者にはどの組み合わせがいいのか討議を行っていただきます。**20分程度**
- ・決定した組み合わせに基づき、今後1年間（またはその先も）お互いの単会が何をしていくのかのアクションプランを四半期ごとに決めていただきます。**40分程度**
- ・SNSグループ作成、総括。**10分程度**

《事業後》→「ロードマップに基づいた地域間交流の推進」

- ・SNSグループで交流を図り、ロードマップに基づく内容を実行していただきます。委員会メンバーも同SNSグループにオブザーブしながら継続してサポートします。
- ・1年後の全国大会でアクションプランの結果を元にリアル単会交流をしていただきます。



YEG, BE NOBLE

～ 我ら希望の魁 共に前へ～

◆自己分析シートの役割

単会の地域情報を整理し、目的や方向性が合致するマッチングパートナーを明確にする。
自身の地域における活動やリソース（資源）、地域の課題等を把握し、参加単会と目的や方向性が一致するかどうかを簡単に判断できるようにする。

◆自己分析シートの活用方法

- ・参加単会は、事前にGoogleフォームにてプロフィールを入力する。
（効果）単会の地域情報を整理し、マッチング希望相手との相性度を高める。
- ・入力した自己分析シートは、事前にすべての参加単会に開示する。
（効果）お互いの地域資源等やニーズが明確になり、効率的に情報交換できる。
- ・生成AIを活用して、ペアリング単会における地域資源等を掛け合わせたいくつかの取り組み候補をマッチングシートとして事前に提示する。
（効果）固定観念に捉われない斬新な地域資源等のビジネス展開について検討できる。

GoogleFormの入力事項イメージ

①基本情報（単会名）

（記入例：北陸信越ブロック・石川県連・加賀YEG）

②基本情報（会員数）

単会の会員数を選んでください

- 50人以下
 51人～100人
 101～150人
 151人以上

③あなたの地域について教えてください

（記入例）伝統的な温泉観光地で九谷焼や山中漆器等の伝統工芸が盛んな地域。
 カニのシーズンには、北前船で知られる橋立漁場で沢山のカニが水揚げされます。
 北陸新幹線敦賀延伸により首都圏からの利便性も向上。

④あなたの地域の資源を教えてください。

（記入例）温泉、九谷焼、山中漆器、カニ（期間限定）
 （注意）固有の商品名での回答不可

⑤パートナー単会等に提供可能なリソースとスキル・知識等を教えてください

（記入例）地元若手事業者とのネットワーク。地元の観光資源、伝統工芸、地域文化の知識

⑥パートナー単会等に求める条件はありますか？

（記入例）地域資源や伝統を尊重しながら、新しいビジネスモデルや商品開発を目標に出来る

⑦希望するパートナー単会等がありますか？また、その理由もお書きください。

（記入例）〇〇ブロック・〇〇県連・〇〇YEG。
 伝統的な温泉観光地で、数十年前に新幹線開通を経験しているから



自己分析シート（記入例：加賀 YEG）

1. 基本情報

- ・ 単会名：加賀商工会議所青年部（北陸信越ブロック・石川県連）
- ・ 所在地：石川県加賀市小菅坂町1丁目130番地 クロスガーデン加賀3階
- ・ 連絡先：0761-73-0001/ kaga@kagaworld.or.jp

2. 活動エリアと地域の特徴

- ・ 活動エリア
 - ・ 加賀市全域
- ・ 地域の特徴
 - ・ 伝統的な温泉観光地、伝統工芸、農業が盛んな地域
 - ・ 北陸新幹線の敦賀延伸による首都圏から利便性向上
- ・ 地域の課題
 - ・ 若年層の人口減少による少子化、空き家急増も問題
 - ・ 観光客の減少、北陸新幹線延伸効果の最大化
 - ・ 地域産業や伝統工芸の後継者不足が深刻
 - ・ 中小企業やスタートアップ企業の支援体制の強化
 - ・ 地域のDX化や新規事業の創出の遅れ
- ・ 地域の強み
 - ・ 地元根差した様々な伝統工芸や観光資源
 - ・ 若手起業家のネットワークを活用した新規事業展開の可能性

3. 提供可能なリソースとスキル・知識

- ・ 提供可能なリソース
 - ・ 地元若手事業者とのネットワーク
 - ・ イベント企画実施ノウハウ
- ・ 提供可能なスキル・知識
 - ・ 地元の観光資源の知識
 - ・ 地元の伝統工芸や地域文化の知識
- ・ 地域（各種団体）との連携
 - ・ 加賀商工会議所、加賀市役所、観光協会、伝統工芸団体
 - ・ 加賀青年会議所、山中商工会青年部、加賀ロータリークラブ

4. 目的や方向性

- ・ 活動の目的
 - ・ 地域産業を次世代に引き継ぎ、持続可能な経済発展を目指す
 - ・ 若者が活躍できる環境を整備し、若年層の定着を促進する
 - ・ 地元企業と新ビジネスモデルの創出を推進する
- ・ 長期的なビジョン
 - ・ 加賀市を若手起業家が集まる活気あるビジネス拠点となり
 - ・ 次世代リーダーが地域経済を牽引する。

5. マッチングパートナー（単会）の条件

- ・ 地域若手起業家や中小企業の成長に関心をもち、挑戦できるパートナー
- ・ 地域資源や伝統を尊重し、新しいビジネスモデルや商品開発を目指すパートナー

ペアリングする際に考慮する点

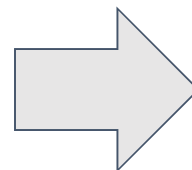
- ①事前に希望単会（具体的な単会名、特定の地域資源等・特徴を持っている単会、特定の地域にある単会、同スケールの単会）を回答した単会は、希望単会とペアリングする。
- ②どこでもよいと回答した単会は、相性度の高いと思われる単会同士でペアリングする（ChatGPTとplantUMLというAIツールを使い、相関関係を図式化し、相性の良い単会を組み合わせる。）
- ③全国大会での事業当日に参加を希望してきた単会については、ランダムにペアリングする。
- ④事前にペアリング相手の変更を依頼してきた単会については、希望を聴取したうえで、ペアリング先を再調整を行う。当日の変更希望がある場合には、ランダムにペアリングする。

マッチングシートの作成方法

〇〇単会の自己分析シートの結果



△△単会の自己分析シートの結果



生成A Iへの質問（プロンプト）例：

- ①この2つの地域の地域資源を掛け合わせて何か新たなコラボレーション商品を提案してください。
- ②その商品例をスプレッドシートに表にしてまとめてください。



次ページの表が出力されます。



YEG, BE NOBLE
～ 我ら希望の魁 共に前へ～

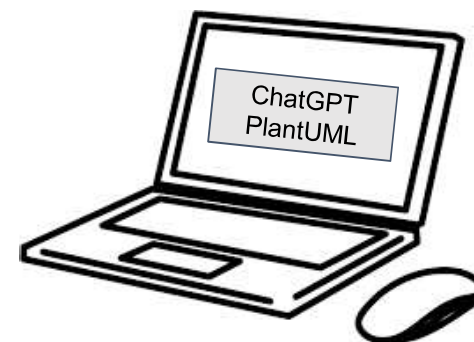
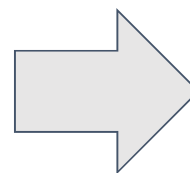
事前配布資料① マッチングシート（地域資源シート）

GoogleGeminiの出力結果

取り組み名	内容	販売方法
渦潮と卓袱の味わいツアー	〇〇の渦潮観光と△△の卓袱料理を融合したツアー。鳴門金時や長崎の食材を使用した料理を提供。	観光ツアー
カステラと金時のハイブリッドスイーツ	〇〇金時と△△カステラを組み合わせた新スイーツブランド。芋カステラやカステラタルトなどを開発。	オンライン販売、観光客向け
〇〇踊り×△△文化フェスタ	〇〇踊りと△△の文化を融合したフェスティバル。伝統舞踊や音楽、食文化を組み合わせたイベント。	フェスティバル・イベント
〇〇×△△ 食の旅セット	〇〇金時や△△の特産品を詰め合わせたセット商品。料理レシピや動画ガイドも提供。	オンライン販売、ギフトセット

マッチングシートの作成方法

取り組み名	内容	販売方法
渦潮と卓袱の味わいツアー	〇〇の渦潮観光と△△の卓袱料理を融合したツアー。鳴門金時や長崎の食材を使用した料理を提供。	観光ツアー
カステラと金時のハイブリッドスイーツ	〇〇金時と△△カステラを組み合わせた新スイーツブランド。手カステラやカステラタルトなどを開発。	オンライン販売、観光客向け
〇〇踊り×△△文化フェスタ	〇〇踊りと△△の文化を融合したフェスティバル。伝統舞踊や音楽、食文化を組み合わせたイベント。	フェスティバル・イベント
〇〇×△△ 食の旅セット	〇〇金時や△△の特産品を詰め合わせたセット商品。料理レシピや動画ガイドも提供。	オンライン販売、ギフトセット



- ①ChatGPTを使って上記マッチングシートをPlantUMLに入力できる形式に変換する。
- ②変換したデータをPlantUMLに入力し、マインドマップ図を作成する。



次ページの表が出力されます。

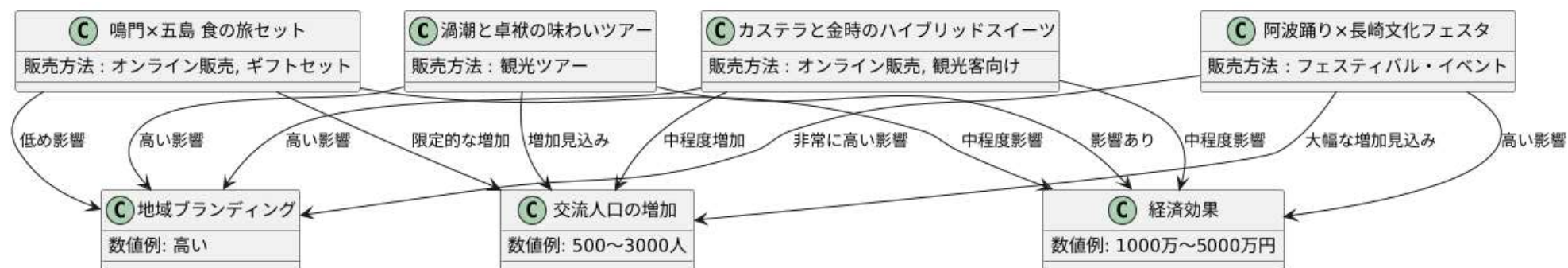


YEG, BE NOBLE
～ 我ら希望の魁 共に前へ～

PlantUMLは、テキストから要素間の関係やシステムの流れ、構造を可視化する設計図を作成するツール。

事前配布資料② マッチングシート（関連シート）

〇〇と△△の地域資源をコラボレーションした新しいプロダクトの経済効果、地域ブランディング、交流人口の増加に対する相関関係を分析し、基準相関図を作成します。



基準相関図はPlantUMLを用いて出力します。

マッチングロードマップの作成

ペアリングした単会同士で、今後の交流アクションプランをロードマップという形で作成することにより、継続的なビジネス交流を目指します。

【マッチングロードマップの役割】

- ①どのように地域資源等を活かしていくのか、方向性を決めます。
- ②1年後の全国大会でのゴールを決めます。（ゴールのあり方は様々です。事例を参考にしても、事例にとらわれず当該単会間で決めていただいてもOKです。）
- ③3か月後、6か月後、9か月後、1年後までのアクションプランを決め、それに基づき交流を進めてもらえるようにします。

マatchingロードマップ

単会名 (単会名を記載してください)
 単会名 (単会名を記載してください)

ゴール設定 (1年後の2単会の交流の形をイメージして記載してください。)
 例) 単会メンバーの飲食店で相手の地域の特産品を使った食事をきっかけに継続的に訪問しあう。

フェーズ	アクションプラン (やることと目的を記載してください) (下記の記載は例です。)	目的を記載してください。	フェーズ1 (3か月以内)			フェーズ2 (6か月以内)			フェーズ3 (9か月以内)			フェーズ4 (1年以内)		
			いつやるか	何をやるか	やることの詳細	いつやるか	何をやるか	やることの詳細	いつやるか	何をやるか	やることの詳細	いつやるか	何をやるか	やることの詳細
1	互単会の訪問の実施 観光ツアーの企画													
2	工業製品の加工 伝統工芸品の魅力の再構築													
3	商品販売、商品開発の合意 地域のフェス等での商品販売													
4														
5														

- ・マatchingロードマップはGoogleドライブに用意されたファイルへの入力により行う
- ・ロードマップは、単会交流の目標、1年後のゴール、4半期ごとに何をするのかを簡単に記載する

事業当日 当日配布資料 マatchingロードマップ記載方法

マatchingロードマップ

単会名 (単会名を記載してください)
 単会名 (単会名を記載してください)

ゴール設定 (1年後の2単会の交流の形をイメージして記載してください。)
 例) 単会メンバーの飲食店で相手の地域の特産品を使った食事をきっかけに継続的に訪問しあう。

スマホ入力イメージ →



← 1年後のゴールを設定

フェーズ	アクションプラン (やることと目的を記載してください) (下記の記載は例です。)	目的を記載してください。	フェーズ1 (3か月以内)			フェーズ2 (6か月以内)			フェーズ3 (9か月以内)		
			いつやるか	何をやるか	やることの詳細	いつやるか	何をやるか	やることの詳細	いつやるか	何をやるか	やることの詳細
1	互単会の訪問の実施 観光ツアーの企画										
2	工業製品の加工 伝統工芸品の魅力の再構築										
3	商品販売、商品開発の合意 地域のフェス等での商品販売										
4											
5											

↑ アクションプランの
目的を記載

- 単会訪問
- 観光ツアーの実施
- ワーケーション・相互長期滞在
- 特産品等の試食会の実施

プルダウンでやることを選択
 または自由記載
 (選択肢はアクションプランによって変わります)

- 相互地域の工場見学
- 産学連携による技術交流
- 技術交流発表会の実施
- EXPOや技術展覧会などへの共同出展
- 伝統工芸品の加工、販売方法の試作
- 互単会の店舗での販売

- 地域の情報交換
- 互いの地域へ情報発信
- 各イベントへの協力・共同開催
- 試食会の実施
- フェス等への出店
- 試作品の製作
- YEG各種大会での販売



← カレンダーから
いつやるかを選択

↑ アクションプラン
自由記載欄



マッチングロードマップ

甲会名 (甲会名を記載してください)
 甲会名 (甲会名を記載してください)

ゴール設定 (1年後の2甲会の交流の形をイメージして記載してください。)
 例) 甲会メンバーの飲食店で相手の地域の特産品を使った食事をきっかけに継続的に訪問しあう。

フェーズ	アクションプラン (やることと目的を記載してください) (下記の記載は例です。)	目的を記載してください。	フェーズ1 (3か月以内)			フェーズ2 (6か月以内)			フェーズ3 (9か月以内)			フェーズ4 (1年以内)		
			いつやるか	何をやるか	やることの詳細	いつやるか	何をやるか	やることの詳細	いつやるか	何をやるか	やることの詳細	いつやるか	何をやるか	やることの詳細
1	互甲会の訪問の実施 観光ツアーの企画	例) 地域の食材を味わう 例) 観光名所の魅力発見 例) 地域のイベントを知る	4/1	甲会訪問	会長が相手の甲会を訪ねる	6/1	甲会訪問	甲会メンバーも店長を訪問する	10/1	観光ツアーの企画	訪問を通じて見えてきた魅力を伝える	2/13	特産品等の試食	相手の甲会の食材を試食する
2	工業製品の加工 伝統工芸品の魅力の再構築	例) 自地域の製品を加工できるか 例) 伝統工芸品を新造できるか 例) 伝統技術(盛り等)を知る	4/1	相手の地域の工場訪問	加工技術を持つ工場を訪問する	6/1	伝統工芸品の加工体験	実際に加工し、試作品を作る	10/1	技術交流を深める	販売実地を有する甲会での試食	2/13	甲会への試食	全国大会で販売する。
3	商品販売、商品開発の合意 地域のフェス等での商品販売	例) 地域の資源を深く知る 例) フェスの概要 例) 商品の製造所見学	4/1	試食会の実施	地域の食材を味わう	7/1	試作品の製作	事業表を決定し、試作品を作る	10/1	フェス等への出展	相手の甲会のフェスで販売する	2/13	YEG各種大会への出展	全国大会の物産展で販売する
4														
5														

目的は必ず記載
(何のためにそのアクションをするのか)

・必ずしも全てのセルを埋める必要はありません。
 ・少なくとも各フェーズごとに2～3のアクションプランを考えてください。
 ・Googleドライブ上のファイルに入力してもらいますので、全てのペアのマッチングロードマップをデジタルブックに掲載します。

事業当日

1年間のアクションプラン例

全国大会後

試作品の
開発

相互地域の
工場見学

地域の情報交換

歴史や文化の
相互理解・共有

3カ月後

試作品の
ブラッシュアップ

産学連携による
技術交流

互いの地域へ
情報発信

相互の地域への
訪問と交流

6カ月後

商品化へ向けた
マーケティング

技術交流発表会
の開催

各イベントへの
協力・共同開催

ワーケーション
相互長期滞在

9カ月後

販売先の開拓

エキスポや技術
展覧会などへの
共同出展

友好協定や災害
協定の締結等

ビジネス交流・
文化交流の開催

持続的な
交流へ

次年度
全国大会にて
再度交流