

「社内改革」のハジメかた

～みんなの中にある「改革」を見える化する～

【目的】

企業の持続的な成長には、外部環境の変化に合わせて自身も変わり続ける必要がある。

ただし、重要なのは、その改革・変化を競合より先に自らの意思でやるのか、それとも業界の変化に置いて行かれそうになってからやるのか。

変わり続ける姿勢、チャレンジし続ける姿勢は企業の競争力だけでなく、魅力度の向上にもつながるはず。

十勝最古の建設会社に取り組む社内改革プロジェクトにおいて、

改革って誰がやるの？どうやるの？そもそも必要なの？、、、という0地点から始まる、「社内改革」の実現に向けたプロジェクトチームの、ドキュメント(広報)及びロールモデルとなるアクションを企画・実践します。

【参加者】大学生 5～10人(4～5人程度/1グループ)

【アウトプット】

- ① プロジェクトチームの取り組みの効果的な広報手段の検討・実施
- ② 「社内改革」のモデルとなるアクションの企画・実施

【実施内容・スケジュール】

1. オンライン MTG・・・6月中旬～7月中旬

① キックオフ MTG・・・6月中旬

萩原建設の概要・プロジェクト実施の背景

② ワーク・インタビュー・・・～7月末（複数回実施）

・業務改革推進室のミッションと課題の把握

・プロジェクト広報の実施方法、ロールモデルの検討

・プロジェクト広報の実施

2. フィールドスタディ・・・8月上旬 or 下旬で6泊程度（参加数に応じて複数回実施）

ロールモデルとなるアクションの実施に必要な素材・情報の収集等

3. オンライン MTG（複数回実施）

ロールモデルの完遂に向けた進捗確認及びアクションの伴奏、プロジェクトの効果検証

キャズムを超える！とちち有機農業 2.0 へのチャレンジ

【目的】

十勝型大規模農業において有機農業への取り組みは不可能と認識されている。

しかし、政策・消費者の要求が高まるなか、日本を代表する産地として、これに背を向けることはできず、また、その取り組みは本質的（十勝型大規模農業での有機栽培）なものでなければならない。

この課題に対して(株)アグリシステムが行うアクション、“北海道オーガニックデザイン”の一部を担い、大学生・消費者等の視点を用いて、有機農業に取り組む生産者の増加に向けた取り組みを効果的なものに行います。

参加する学生は、生産者・中間事業者・消費者の構造を前提とした、問題・課題の認識・発掘、解決へのアプローチを行います。

【参加者】大学生 5～10人

【アウトプット】

- ① コンセプトブック内の1テーマを担当
- ② コンセプトブック発表イベントに登壇

【実施内容・スケジュール】

1. オンライン MTG・・・6月下旬～7月中旬（複数回実施）

- ①キックオフ MTG
- ②フィールドスタディに向けた準備・確認

2. 実需者ヒアリング・・・7月中旬

都市圏での消費者(企業)側の期待や課題をヒアリング

3. フィールドスタディ・・・8月20日以降で、6泊程度

生産者へのインタビューを通じて、隠れた課題やモチベーションを探る

4. 記事作成・・・～10月

5. コンセプトブック発表イベント（生産者向け）へ登壇・・・1月

イベント内でのトークセッションで、滞在期間中で得た自身の体験・気づきを地元の参加者へ公表・共有