



# 地域の資源と課題を お金と雇用に变える

---

ソーシャルビジネスカンパニー  
株式会社MNH

---

# 1-1. MNHについて

若い人たちが雇用されるだけでなく、自ら経営者となる社会起業家を育て、彼らが新たな若者を雇用していく新しい社会モデルの創出と全国波及を目指すソーシャルビジネスカンパニー。

日本最大の生活雑貨メーカー「ノルコーポレーション」の創業者であり現会長の菅喜嗣が、「自分自身の20代の何も無い頃に創業し成功できたワケを、できるだけ多くの若い人にシェアしたい」と2008年10月に設立。

2010年に多摩地域でNPOの事務局長を務めていた小澤尚弘が入社。より広範な人々の協力を得るため、コーディネート&実践型人材育成を重視したスタイルへ軌道修正。

現在、地域の活性化、社会貢献に関心の強い行政、大学、金融機関、NPO、CB、一般企業と連携し「地域の課題解決をお金と雇用に変える筋の良いモデルとノウハウ」を確立中。

## 1-2. MNHの考える社会課題

### MNHの取り組む社会課題 ⇒ 若者の雇用

#### A) 地方在住・出身の若者

解決の担い手は未来の大人（若者）。一度外に出てしまうと地元の良い仕事がないので戻ってこれない現状があります。

#### B) 都市部の思いの強い若者

社会問題を解決したいという思いのある若者がいるが、その受け皿となるNPOやソーシャルビジネスがない。

#### C) 就職弱者の若者（都市・地方共通）

ニートやひきこもり、中卒、高校中退等の若者は、自分自身の問題だけでなく、様々な外的要因によって社会からはじかれてしまう人たちも多くいます。

## 1-3. MNHのミッション

---

- ①地域や日本に貢献したい心を持つ若者に
- ②“地域の資源と課題をお金と雇用に変える筋の良いモデルとノウハウ”を
- ③わかりやすく伝えます。

⇒地域に貢献しながら自らの働く場所を創造する若い社会起業家を1000人誕生させる。

## 1-4. 具体的なモデル（手段）

---

### その一つが「若者地域商社モデル」

今、MNHが取り組んでいるモデル。先行モデルはないが、実は一番成功確率が高くやりやすい。

⇒多摩ではMNHが若者地域商社第一号として実践中

※代表例：天狗の鼻 棒かりんとう

⇒東北地方ではグループ会社「東北に若者の雇用をつくる株式会社」を設立

※代表例：出羽三山 黒かすてら

## 2-1. 若者地域商社の定義

---

- ① 地域にある資源を社会的大义スキームで結びつけ
- ② 上手な商品戦略により出口（=売れる事）を保証し
- ③ 地域にお金と雇用をうむ
- ④ 若者が主体のコーディネート会社

## 2-2. 若者地域商社のねらい

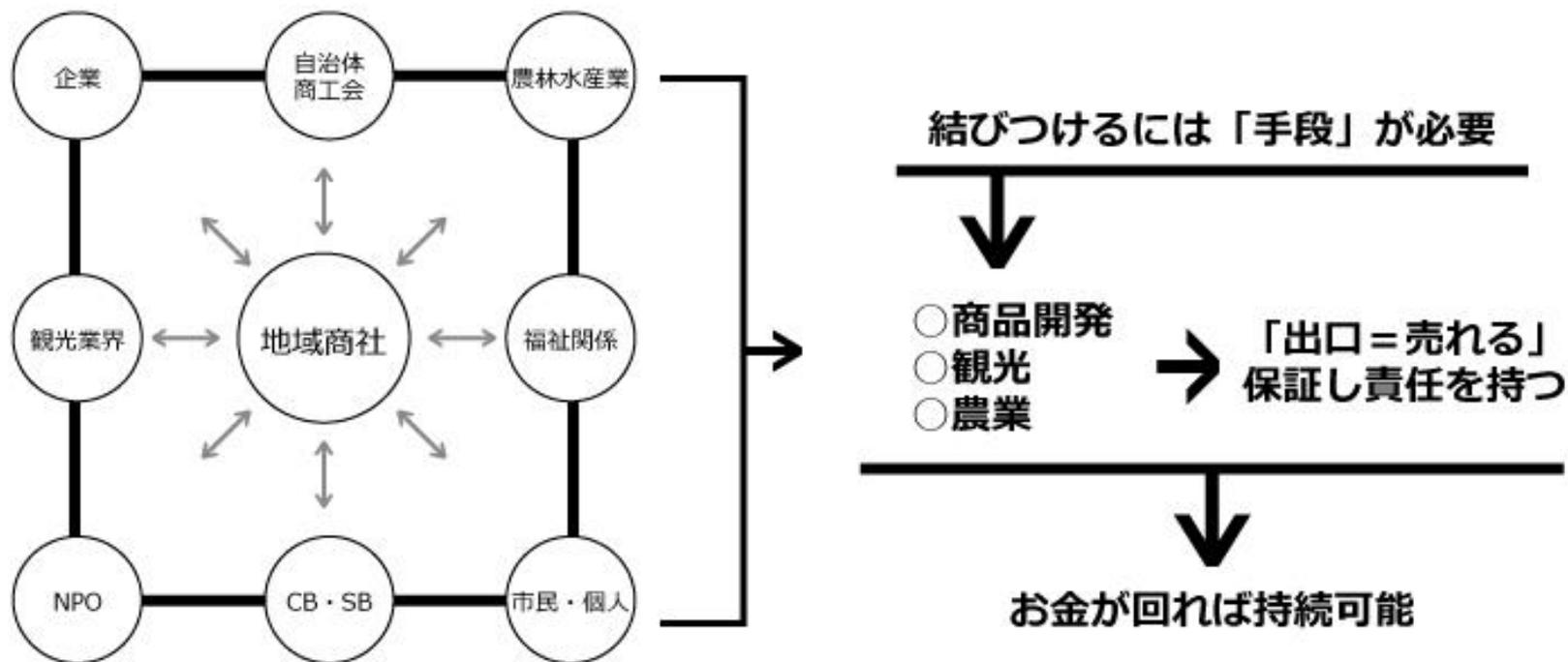
### ■ねらい

- ①若い社会企業家の教育・育成（+生活の保証）
- ②地域の継続的雇用増
- ③地域経済、コミュニティ（人のつながり）の活性化

### ■将来像

- 具体的事業をたくさん集積し、事業規模を拡大する。
- 雇用人数の最大化を目指す。
- 地元のネットワークの中で信頼を獲得し経済的な実力をつけたあとは本人や地域の特性に合わせ、農業、観光、福祉、六次産業などで独立も可
- 実力次第で収入を上げ、地元の子供たちの人気職業にする。
- 全国に普及させ世の中を変える。

## 2-3. 若者地域商社の概念図



既存のセクター・業界・産業にある「困りごと」

⇒これを「誰かの困り事」が、ちょっとしたアレンジで「誰かの強み」だったり

⇒それを探し結びつける

⇒さらに、ビジネスとして成立させる

# 3-1. 開発商品の事例その1

## ■天狗の鼻 棒かりんとう (東京・多摩)



## 3-1. 開発商品の事例その2

### ■ 出羽三山 黒かすてら (山形・庄内)



## 3-1. 開発商品の事例その3

### ■ 深大寺だるまかりんとう（東京・調布）

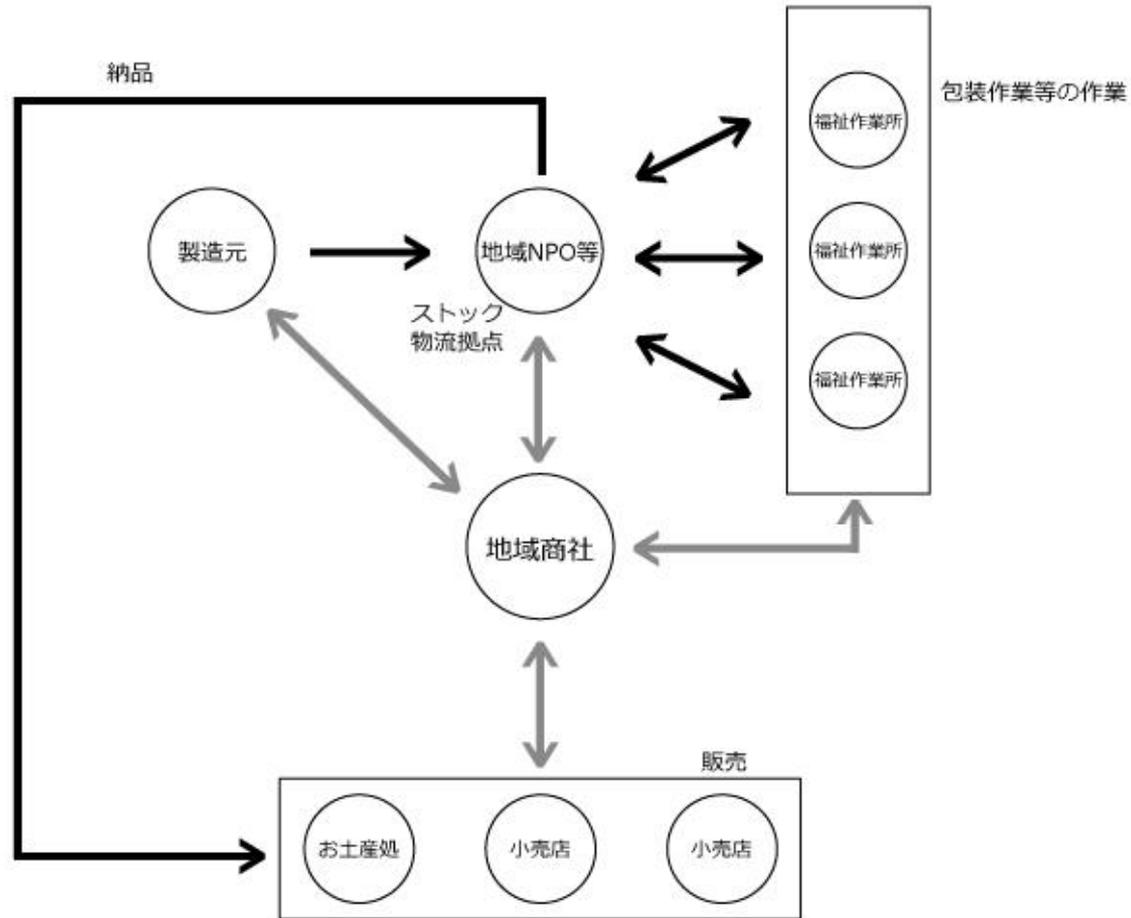


## 3-1. 開発商品の事例その4

### ■つや姫100%おこめのスナック（山形）



## 3-2. 代表例のスキームと特徴



●会社概要

株式会社MNH（エム・エヌ・エイチ）

代表取締役会長 菅 喜嗣  
取締役社長 小澤尚弘

設立：2008年10月

資本金：900万円

所在地：東京都調布市布田1-43-2 グレースメゾン谷中 S301

連絡先

TEL：042-443-1351

FAX：042-443-1352



ソーシャルビジネスカンパニー  
株式会社MNH



地域の資源と課題をお金と雇用に変える

# 天狗の鼻 棒かりんとう

〈若者地域商社モデル〉

---

株式会社MNH

---



# 1-1. 若者地域商社モデル

---

## 手段の一つ「若者地域商社モデル」

今、MNHが取り組んでいるモデル。先行モデルはないが、実は一番成功確率が高くやりやすい。

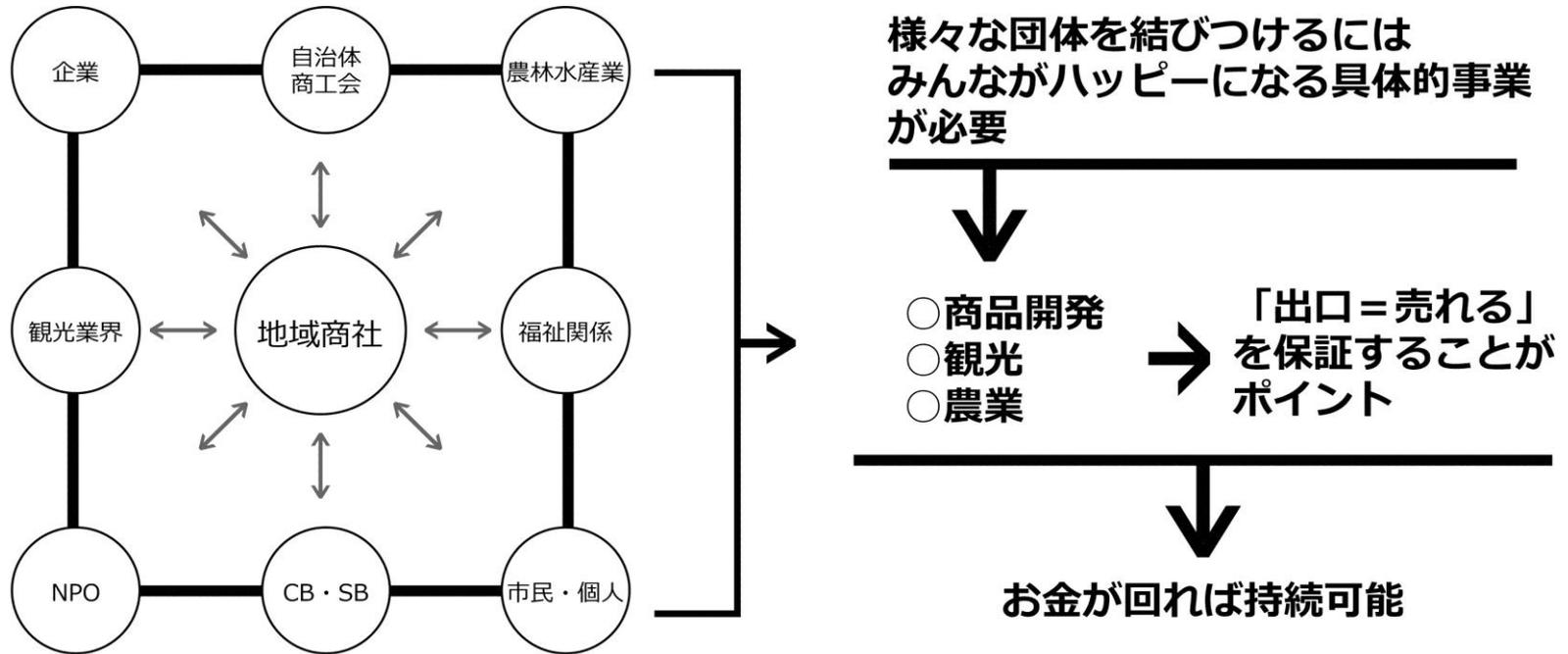
⇒多摩ではMNHが若者地域商社第一号として実践中

※代表例：天狗の鼻 棒かりんとう

⇒東北地方ではグループ会社「東北に若者の雇用をつくる株式会社」を設立

※代表例：出羽三山 黒かすてら

# 2-1. 若者地域商社の概念図



既存のセクター・業界・産業にある「困りごと」  
 ⇒これを「誰かの困り事」が、ちょっとしたアレンジで「誰かの強み」だったり  
 ⇒それを探し結びつける  
 ⇒さらに、ビジネスとして成立させる



# 3-1. 天狗の鼻 の今ままで

## ■天狗の鼻 棒かりんとう のラインナップ例





## 3-2. 天狗の鼻 の今ままで

---

### ■沿革・2011年

- 2011年4月 発売開始（黒糖・ゆず・塩と甘蜜・ごま）
- 7月 キッコーゴしょうゆかりんとう発売
- 8月 とうふかりんとう発売
- 9月 高尾山薬王院Verを発売  
福祉作業所にアッセンブル作業を依頼
- 10月 はちみつかりんとう発売・昭和記念公園Ver発売
- 11月 よみうりランドVer発売
- 12月 You & Iに在庫管理・納品業務を依頼



## 3-3. 天狗の鼻 の今ままで

---

### ■沿革・2012年

- 2012年2月 オリジナルパッケージ受注開始
- 3月 いちごかりんとう  
酒の華かりんとう発売  
農産加工を福祉作業所に依頼するスキームを開始
- 5月 高尾山薬王院Verのいちごかりんとう発売
- 7月 サンリオピューロランドVer発売
- 9月 栗かりんとう発売  
生姜はちみつかりんとう発売
- 10月 梨かりんとう発売
- 11月 高尾山薬王院で月間 2万袋販売達成



## 3-4. 天狗の鼻 の今ままで

---

### ■沿革・2013年

2013年4月 東京牛乳かりんとう発売

武蔵野とんがらしかりんとう発売



# 3-5. 製造・販売等の流れ

