

平成１８年度マスターセンター補助事業

コミュニティビジネス事業者・創業予定者のためのチェックリスト

調査研究報告書

平成１９年１月

社団法人 中小企業診断協会 岡山県支部

はじめに

第1章 コミュニティビジネスとは

第2章 コミュニティビジネス研究会について

第3章 コミュニティビジネス研究会の活動について（視察報告）

- （1）NP0 法人ふれあいサポートちゃていず
- （2）NP0 法人たいむ・カプセル
- （3）有限会社アリストぬまくま
- （4）有限会社百島農園
- （5）NP0 法人コミュニティサポートセンター神戸
- （6）NP0 法人かさおか島づくり海社

第4章 チェックリストの活用スキーム

第5章 チェックリスト・自己診断票

第6章 岡山県下のCB支援先、支援施策一覧

第7章 チェックリスト・自己診断票の事前送付結果

おわりに

はじめに

わが国は戦後、特に 90 年代に至るまで一貫して成長を続け、今や経済大国になりました。しかし、このように豊かになった反面、失ったものも多くあります。生活様式の面でとらえるといわゆる核家族化や都市化が進み、近所つきあいや地域での諸活動（祭り、町内会等）も低調になっています。逆に、子供のいじめ問題、幼児の虐待、独居老人の孤独死、少年犯罪の増加や治安の悪化等が問題となり、いわゆる「コミュニティの崩壊の危機」が指摘されます。

一方、経済社会情勢の変化から、新たなサービス等の要求も生まれています。例えば高齢化に伴う介護や支援、女性の社会進出に伴う子育て支援、身障者の社会参加をサポートするシステム、さらに引きこもりや落ちこぼれ、学級崩壊、学力低下という子供を巡る諸問題の対応等、経済社会の急速な変化を背景にして多くの要求が生まれています。

新たなニーズが出現した場合、従来はそれがマーケットベース（採算）に乗るなら企業（営利企業）が、それが難しければ公的主体、即ち行政が対応してきました。

しかし、新たな地域的課題（ニーズ）は、いわゆる採算性に乗りにくい（むしろ乗らない）ものが多く、伝統的には行政の出番ですが、行政は中央・地方とも膨大な財政赤字に直面しており、手がまわらないのが実情です。

このため、これら新たな地域的課題を抱える地域そのものが、その地域の住民が、自らあるいは協力して、主体的にこれらの課題を解決していくこと、即ち「コミュニティビジネス」の出現が期待されるようになりました。

そこで、中小企業診断協会岡山県支部の有志により「コミュニティビジネス研究会」を発足しました。最初に県内及び近県におけるコミュニティビジネスの事例や取り組みを実際に目で見ることから始め、その後具体的な研究テーマの絞込みを行いました。今後の活動について「コミュニティビジネス事業者に対してどのような役立ち方ができるか」という観点から討議を重ねた結果、特定分野を対象とするのではなく共通分野を対象としてその支援のあり方を研究する「中間支援組織&支援ツールチーム」と早急な手当てが必要と思われる農業分野に関する「農業チーム」という2つの分科会を設置して、取り組むこととしました。

今回は「中間支援組織&支援ツールチーム」でコミュニティビジネス事業者や、これからコミュニティビジネスを始めようとする方に対して、課題や検討すべき着眼点がわかるようなチェックリスト及び自己診断票を作成しました。

活用のスキームは本文に掲載していますが、当該者がチェックリスト・自己診断票に記入し当方コミュニティビジネス研究会に郵送してもらい、送られてきたチェックリスト・自己診断票に対して研究会のメンバーが電話相談・アドバイス・経営診断等を行うというスキームのなかで活用したいと考えています。

社会的な背景で「コミュニティビジネス」の出現とその活動が期待されており、今回作成しましたチェックリスト・自己診断票がお役にたつことを念じています。

第1章 コミュニティビジネスとは

1. コミュニティビジネスの定義

コミュニティビジネスはまだ新しい概念のため、「コミュニティビジネスとは〇〇である」という定義は存在しません。コミュニティビジネスを支援する組織が定義するものは概ね同じ方向性で捉える傾向にありますが、細部までは統一されていない現状です。

まず、支援機関による定義をいくつかご紹介します。

(1) 岡山県産業労働部新産業推進課（ホームページ）

地域の身近な課題に対応するために、地域住民が主体となってビジネスの手法で継続的に取り組みことにより、課題を解決するとともに新たな雇用を生み出すなど「地域を活性化する事業」です。

(2) 中小企業白書2004年版

①地域住民が主体である、②利益の最大化を目的としない、③コミュニティの抱える課題や住民のニーズに応えるため財・サービスを提供する、④地域住民の働く場所を提供する、⑤継続的な事業または事業体である、⑥行政から人的、資金的に独立した存在である、等が挙げられる。

(3) コミュニティビジネスはじめませんか？

（独立行政法人雇用・能力開発機構岡山センター／岡山県）

地域住民が主体となって地域の課題をビジネスの手法を使って解決していく事業活動です。

(4) コミュニティビジネス創業マニュアル（関東経済産業局）

地域の抱える課題を、地域住民（市民）が主体となって、ビジネスの手法を活用しつつ、それらを解決していく、ひとつの事業活動

本稿においては上記を踏まえてコミュニティビジネスを以下のように定義します。

「地域住民（市民）が、地域をより住みよいまちにするために、ビジネスの手法を活用して①地域課題の解決、②住民ニーズの充足、③働く場所の確保などを継続的に行う事業活動」

上記定義を説明しますと、コミュニティビジネスの実施主体である「地域住民（市民）」とは個人・民間企業・NPO・ボランティア団体など多様な存在を指します。行政以外全てと考えてよいでしょう。

事業の目的である「地域をより住みよいまちにする」とは、地域の活性化やバリアフリーのまちづくりなどが考えられます。企業であれば事業目的は利益の最大化が前提ですが、コミュニティビジネスでは利益の最大化は前提ではない、この部分が大きな違いと言えます。

事業目的の達成のための事業として、①～③を挙げています。これは全てを満たすことが必要ではなく、どれか一つ以上を満たしている事業がコミュニティビジネスであるという意味です。これも利益のための事業内容ではなく、先に事業内容があるところが企業とは異なる点です。

ただし、コミュニティビジネスは「継続的に行う事業」ですので、売上や利益が不要であるといっているわけではありません。あくまでも利益の最大化を求めないだけで、設備投資や従業員教育、商品開発、人件費の確保、事業の発展などのため提供する商品・サービスの対価は得る必要があります。この点がボランティアとは大きく異なる点です。

以上からコミュニティビジネスとは、企業活動と地域活動（ボランティア・社会貢献活動）の中間

的な位置づけにあることがわかんと思います。この中間的な位置づけは従来存在しなかった、もしくは顕在化しなかった領域であるといえます。ではなぜこの中間的な領域への取り組みが必要となったのでしょうか。

2. コミュニティビジネスが注目されるようになった背景

コミュニティビジネスの起源は1980年代イギリス・スコットランド地方の「コミュニティ協同組合」で、その後日本では1994年頃からコミュニティビジネスという言葉が使われ始めました（中小企業白書2004年版）。

コミュニティビジネスが注目されるようになった理由は、社会環境が大きく、かつ急激に変化し、従来のシステムや考え方では地域の課題やニーズを解決できなくなったからです。社会環境の変化はさまざまなところで起こっていますが、地域にとって特に大きな影響を与えていると考えられるのが、①少子高齢化・人口減少社会、②地域コミュニティの希薄化、③ライフスタイルの変化、④行政の財政難・小さな政府の実現です。以上を少し具体的に見ていきたいと思います。

（1）少子高齢化社会

国立社会保障人口問題研究所・日本の将来推移人口（平成18年12月推計）によると、高齢化率は2007年に20.2%、2030年推計では31.8%となっています。また合計特殊出生率は2007年に1.26、2030年推計では1.24となっています。WHO（世界保健機関）によれば高齢化率が7%を超えた社会を「高齢化社会」14%を超えた社会を「高齢社会」と呼び、日本では昭和45年に高齢化社会、平成6年に高齢社会となりました。少子化の進行も深刻で、人口減少に歯止めがかからない状況となっています。同書の推計によれば平成67年（2055）には総人口が8,993万人と推計されています。特に高齢化率においては地方部で高い傾向にあり、地域への影響は極めて大きいと考えられます。

図表1：日本の高齢化率の推移予測（中位推計）

2010年	2020年	2030年	2040年	2050年	2055年
23.1%	29.2%	31.8%	36.5%	39.6%	40.5%

国立社会保障人口問題研究所・日本の将来推移人口（平成18年12月推計）から作成

（2）地域コミュニティの希薄化

核家族化や職住分離、都市への人口集中、自動車社会の進展や、人々の価値観の変化などから地域での近所づきあいや助け合い、町内会活動などが低調となる傾向にあります。地域コミュニティの希薄化、もしくは地域コミュニティの崩壊が進行しつつあります。地域コミュニティの希薄化は児童・高齢者虐待や少年犯罪の凶悪化、治安の悪化などの社会問題に少なからず影響を与えていると考えられます。また地方部では若年層の流出もあいまって、地域コミュニティの担い手不足も懸念されています。

（3）ライフスタイル・価値観の多様化

地域コミュニティの希薄化と関係しますが、人々のライフスタイルや価値観が多様化しています。傾向的には「集団」から「個の尊重」が重視される時代へ変化していると言えるでしょう。男女共同参画社会、勤務形態の変化、商品・サービスの供給過多、趣味の多様化など人々の社会観やニーズは十人十色となりつつあります。

（4）自治体の財政難・小さな政府の実現

多くの自治体で財政難は深刻な事態であると言えます。サービス低下が避けられない自治体が今後増加する可能性があります。全体的に見ても、「官から民へ」、小さな政府の実現へ向かっていると考えられます。

図表 2：岡山県下自治体の財政力指数（市部のみ）

	財政力指数	経常収支比率	公債費負担比率
岡山市	0. 7 1 3	9 4. 2	2 1. 6
倉敷市	0. 7 9 8	8 7. 8	1 4. 6
津山市	0. 5 1 0	9 7. 0	1 7. 2
玉野市	0. 5 3 7	9 8. 0	1 5. 1
笠岡市	0. 4 9 9	8 9. 4	1 7. 7
井原市	0. 4 0 7	8 5. 5	1 1. 4
総社市	0. 5 4 2	8 8. 0	1 5. 5
高梁市	0. 2 6 8	9 4. 4	2 3. 3
新見市	0. 2 3 3	9 1. 2	2 5. 6
備前市	0. 4 8 4	8 8. 9	1 3. 3
瀬戸内市	0. 5 0 2	9 1. 4	1 4. 4
赤磐市	0. 4 4 6	9 1. 9	1 2. 9
真庭市	0. 2 9 0	9 7. 0	1 7. 6
美作市	0. 2 4 8	9 4. 5	2 0. 9

平成 16 年度市町村別決算状況より作成

出所：岡山県ホームページ：市町村課

社会環境の変化から、新たなサービスの必要性や、新たなサービスを提供する担い手の出現（コミュニティビジネス）が期待されるようになりました。例えば高齢化に伴う介護支援やいきがづくり、過疎化に伴う地域振興、地域コミュニティの希薄化に伴う子供の安全対策、若年層の流出を防ぐ地域での雇用創出などです。これらは採算性に乗りにくいものも多く、公共性が高い分野であると言えますが、地域にとっては必要不可欠であるものです。

コミュニティビジネスが期待される背景には、自治体の財政難の問題もありますが、ライフスタイル・価値観の多様化のなかでは自治体の画一的なサービスでは限界があるともいえるでしょう。やはり地域のことを最もよく知る地域住民こそが、多様なニーズの充足や地域課題を解決できるサービスを提供するのに適任であり、行政はコミュニティビジネスを支援する形が良いのではないかと考えられます。

財政用語の説明（岡山県ホームページ：市町村課財政班より）

URL : <http://www.pref.okayama.jp/kikaku/sichoson/zaisei/yougosetumei.htm>

※財政力指数

地方公共団体の財政力を示す代表的なもので、（基準財政収入額÷基準財政需要額）の数値の過去3カ年平均を示したものです。数値が「1」を超える団体は、国から地方交付税の交付を受けません。また、「1」に近い団体ほど財源に余裕があるということになります。

○基準財政収入額・・・団体の標準的な一般財源の収入として算定された額

○基準財政需要額・・・団体が標準的な水準で行政を行うために必要な経費のうち、一般財源で賄うべき額を一定の合理的・妥当な水準による方法で算定した額

※経常収支比率

人件費、公債費といった、義務的に支出せざるを得ない経常的経費に、地方税、地方交付税といった経常的に収入される一般財源が、どの程度充てられているかを見るための比率です。財政構造の弾力性を判断する指標として用いられ、数値が大きくなるほど弾力性が失われていることになります。このような場合には、市町村において新規の財政需要が生じたときでも、これに弾力的に対応して、新たな支出を増加することが難しいということになります。

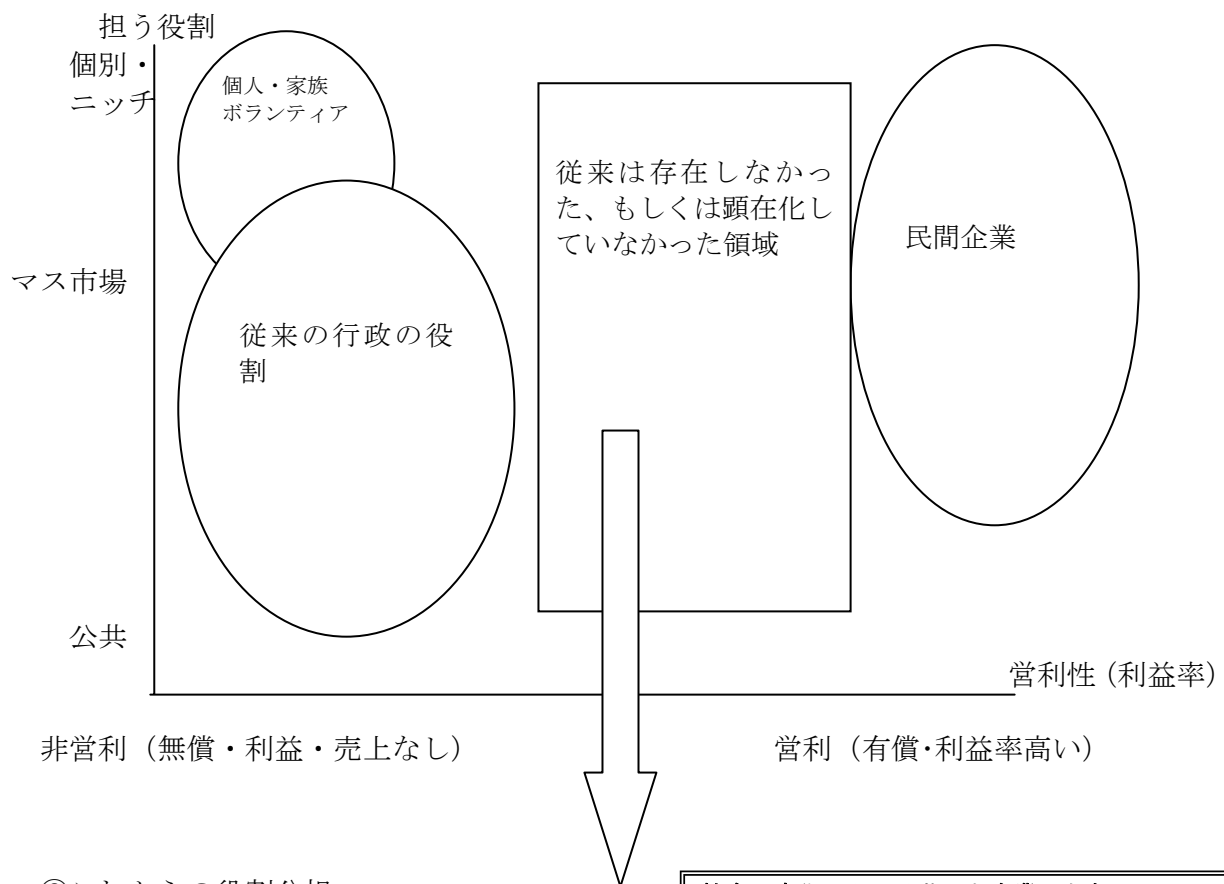
※公債費負担比率

公債費に充当された一般財源が、一般財源総額のどれくらいの割合を占めているかを判断する比率です。比率が小さい方が望ましいのですが、将来の財政負担を軽減するために行った地方債の繰上償還も含まれるため、この場合も数値が大きくなります。

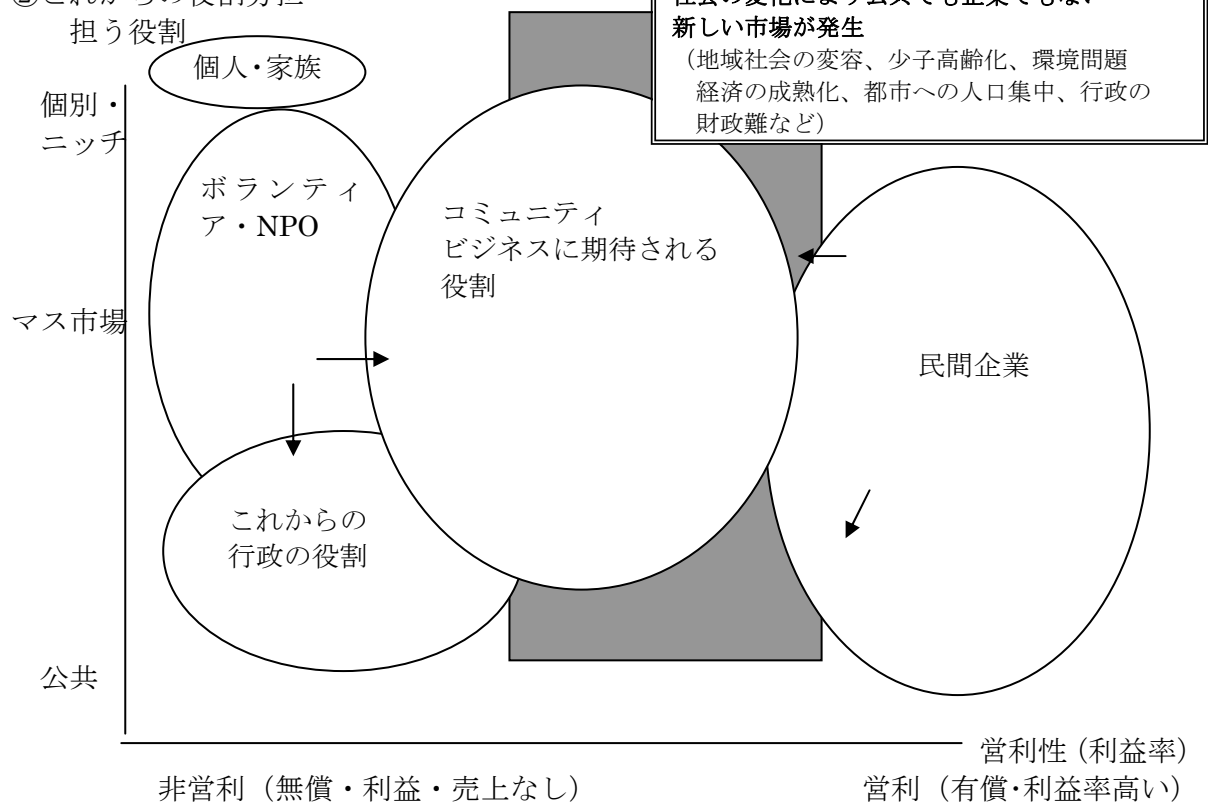
なお、類似の指標として、繰上償還分を含まない「公債費比率」がありますが、こちらは算定方法がやや複雑になります。

図表3：コミュニティビジネスのポジション

①従来の役割分担



②これからの役割分担



3. コミュニティビジネスの活動分野

(1) コミュニティビジネスの活動分野

コミュニティビジネスは比較的採算性に乗りにくい公共性の高い分野を担うと説明しましたが実際にどのような事業を行っているのでしょうか。図表4に実際の活動分野例を示します。

図表4：コミュニティビジネスの活動分野（例）

活動分野	具体的な事業内容（例）	当研究会視察先
保健・福祉	介護サービス、福祉移送サービス、食育	NPO 法人たいむ・カプセル
ものづくり	特産品、パンづくり、コミュニティレストラン	北木島のみそを伝える会
農業	産直市場、果物づくり、野菜づくり	(有)百島農園 (有)アリストぬまくま
まちづくり	伝統・歴史・伝承の活用、商店街振興	きらり和気 NPO 法人かさおか島づくり海社
環境	リサイクル、堆肥づくり、風力・水力発電	NPO 法人コミュニティサポートセンター神戸
IT	パソコン教室、SNS 運営、地域ポータルサイト	NPO 法人ふれあいサポートちゃていず
就業支援	障害者雇用、作業所、技能習得	NPO 法人コミュニティサポートセンター神戸
生活支援	宅配サービス、一時保育、子育て支援	NPO 法人ふれあいサポートちゃていず NPO 法人たいむ・カプセル
観光・交流	観光案内、観光ホームページ、土産物	NPO 法人かさおか島づくり海社
行政受託	駐車場管理、公施設管理	NPO 法人コミュニティサポートセンター神戸
中間支援	コンサルティング、補助・助成	NPO 法人コミュニティサポートセンター神戸 NPO 法人ふれあいサポートちゃていず

コミュニティビジネスは活動分野（例）を見るとおり活動内容は多岐にわたります。地域の課題やニーズにより必要とされる活動分野は異なることでしょう。繰り返しになりますが、上記の活動は採算性が高い分野ばかりではありません。通常のビジネスと同様もしくは近い活動領域もありますが、これらは活動を通じて、地域や高齢者・障害者の雇用を促進する、過疎化した地域の再生などの地域貢献を目標としたものであり、コミュニティビジネスの一分野と考えることができます。

(2) コミュニティビジネスの取り組みの割合

実際のコミュニティビジネス事業分野別取り組み割合はどのようになっているのでしょうか。(株)日本総合研究所「社会的起業家の実態に関する調査」（2003 年 12 月）によれば以下の結果となっています。

図表 5：コミュニティビジネスの取り組みの割合

高齢者福祉	39.3%
障害者福祉	35.5%
地域内交流活性化	31.9%
教育	31.3%
情報交流促進	27.7%
環境保全	25.4%
子育て支援	24.7%
文化・芸術・スポーツ振興	24.1%
他団体の活動支援	23.9%
地域産業の振興	17.3%
健康増進	15.3%
就労支援	13.3%
商店街活性化	11.4%
観光資源の振興	11.0%
特産品の普及	9.6%

中小企業白書 2004 年版（㈱日本総合研究所「社会的起業家の実態に関する調査」（2003 年 12 月））をもとに作成

事業に取り組んでいる割合を見ると福祉分野（高齢者・障害者・子育て）が最も高くなっています。これは少子高齢化社会や地域コミュニティの希薄化などの社会動向と大きく関連があると考えられます。地域産業の振興や商店街活性化、観光資源の振興、特産品の普及などは福祉・教育・環境保全に比べ、ビジネスとしても成立する事業とも考えられますが、地域活性化や再生に向けたコミュニティビジネスとして認識されていることがわかります。

4. コミュニティビジネスが地域に与える影響

コミュニティビジネスは地域にどのような影響を与えているのでしょうか。㈱日本総合研究所「社会的起業家の実態に関する調査」（2003 年 12 月）によれば以下の結果となっています。

図表 6：コミュニティビジネスの活動が地域に与えた影響

自分の事業に対する理解者が出現	56.5%
事業に携わることによる自らの充実	51.2%
地域内での住民の交流が活発化	38.8%
地域の人々の生きがいの創出	37.2%
地域における自らのネットワークの強化	36.1%
地域住民の生活の利便性向上	29.4%
新しい雇用の形態の創出	21.1%
地域に雇用の受け皿の創出	17.2%
自分と同様の事業を始める人が出現	16.6%
障害を持つ人の就労機会の創出	10.1%
自らの収入が増加	8.6%

中小企業白書 2004 年版（㈱日本総合研究所「社会的起業家の実態に関する調査」（2003 年 12 月））をもとに作成

上記調査によればコミュニティビジネスが地域に与えた影響としては、コミュニティビジネスをはじめた本人の充実が最も高い結果となっています。公共的で地域貢献の色合いが強いという特性上から取り組む本人の「やりがい」や「他者の共感や信頼関係」など精神面での充実が大きい結果となりました。地域への効果として最も高かったのは地域コミュニティの再生に関することです。2.（2）でご説明した「地域コミュニティの希薄化」という地域課題を解決している結果となっています。他に利便性向上や雇用創出の効果を地域にもたらしている結果となっています。コミュニティビジネスは地域社会に大きな効果をもたらしているといえます。

5. コミュニティビジネスとビジネス、ボランティアの違い

コミュニティビジネスは新しい概念であるためビジネスやボランティアとの明確な線引きはありません。実際の活動内容を見ても、介護を例にとればコミュニティビジネスともビジネスであるともいえます。またコミュニティビジネスと有償ボランティアも同様であると考えられます。

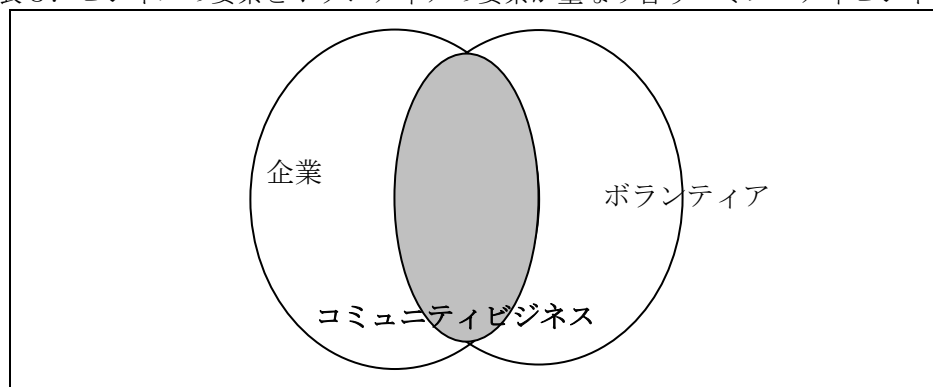
コミュニティビジネスは業種・業態、営利・非営利という形式的な枠組みではなく、「地域の課題やニーズ、働く場所を継続的に提供する」考えが事業活動に含まれているか、そうでないかによって判断されるべきだと考えられます。そのため株式会社が自社の事業で地域雇用を促進しているのであればコミュニティビジネスであるともいえますし、ボランティア団体が継続的にサービス提供を行うこともコミュニティビジネスであるともいえます。よってコミュニティビジネスの担い手は会社、NPO、ボランティア団体、個人事業主など多様な存在となります。

図表 7. ビジネス・コミュニティビジネス・ボランティアの違い（例）

活 動	ビジネス	コミュニティビジネス	ボランティア
介 護	地域に顧客となる高齢者が多いため、介護サービスを提供する。 ↓ 収益の見込みのもとサービスを提供 （有料） 【継続性あり】	地域にひとり暮らし世帯が多いことが課題であるため介護サービスを提供する。 ↓ 地域課題の解決に向けサービスを提供 （有料） 【継続性あり】	地域にひとり暮らしが多いことが課題であるため身のお世話をしあえる。 ↓ 地域課題の解決に向けサービスを提供 （無料ないし経費のみ） 【継続性は個人次第】

企業においても地域（社会）貢献や CSR（Corporate Social Responsibility）の取り組みを行うところも多くなっていますし、ボランティアにおいても従来補助金や会費収入のみに依存していた体制を見直す動きもあり NPO 法人化も見られます。ますます 3 者（コミュニティビジネス・ビジネス・ボランティア）の境目はあいまいになっていくと考えられます。

図表 8. ビジネスの要素とボランティアの要素が重なり合うコミュニティビジネス



6. にぎわいビジネス

コミュニティビジネスの活動領域は多様であることがわかりますが、活動を類型化したものとして「にぎわいビジネス 4 分類」があります（中小企業白書 2006 年版）。

図表 9. 「にぎわいビジネス 4 分類」

	分 野	取 組
(1)	【まちの魅力】 まちの魅力を高める ビジネス	「観光・交流」「祭事・イベント・文化活動」「景観整備・ 装飾」「清掃・安全・安心」「まちおこし」
(2)	【生活支援】 まちの居住地を高める ビジネス	「高齢者の生活支援」「介護・福祉系サービス」「託児・ 子育て支援」「給食・配食」
(3)	【経済活力】 まちの活力を高める ビジネス	「起業・就労支援」「商業インキュベータ」「主婦・高齢 者が主体となったビジネス」
(4)	【交通便利】 まちの利便性を高める ビジネス	「まちなかへのアクセス」「まちなかの回遊」

出所：中小企業白書 2006 年版

にぎわいビジネス 4 分類をみると地域社会の活性化において必要な主要分野であることがわかります。コミュニティビジネスは地域社会の活性化に必要な分野の担い手であるといえます。

7. コミュニティビジネスの課題

本報告書のコミュニティビジネスチェックリストおよび自己診断票を用いてコミュニティビジネス事業者、創業予定者の方に課題を見つけていただくわけですが、本章の最後として事業の運営に係る課題について述べたいと思います。

㈱日本総合研究所「社会的起業家の実態に関する調査」（2003 年 12 月）によれば、事業運営に係る課題として、①スタッフ不足（48.9%）、②事業収入の低迷（45.0%）、③一部のスタッフの過度な負担（42.0%）、④賃金の低さ（30.0%）、⑤収益重視事業の不足（23.9%）が挙げられています。上記の課題は多くのコミュニティビジネスの特性（公共性が高い、地域課題の解消やニーズ充足が目的など）からくるコミュニティビジネス事業者共通の課題であると考えられます。人材面や収益面という事業を継続していく上で最も重要な課題の克服がコミュニティビジネスを成功させる鍵となりそうです。

第2章 コミュニティビジネス研究会について

本章では、中小企業診断協会岡山県支部コミュニティビジネス研究会の発足経緯ならびに活動について記すこととします。

1. 発足経緯

中小企業診断協会岡山県支部では、従来から県内の企業・地域の課題解決に資する各分野の研究会活動を鋭意推進してまいりましたが、コミュニティビジネス研究会は、地域の細やかなニーズをとらえたビジネスや農業系のビジネスの可能性についての研究を目的として、平成17年6月に高瀬理事の呼びかけに呼応した13名の会員によって発足しました。

2. 活動(初動段階)

研究会を立ち上げたものの、具体的な研究テーマは絞りきれておらず、最初から猪突猛進とはいきませんでした。そこで、会の活動としてはまずは最初の数ヶ月で「ものづくり（農業）系」・「まちづくり系」・「介護系」の3分野についての県内及び近県の先進的な事例や取り組みを実際に目で見ることから始め、その後具体的な研究テーマの絞り込みを行うこととしました。

初動段階といえる約半年での視察先は図表10のとおりです。

図表10. コミュニティビジネス研究会の初動段階での視察先

回	視察日	視察先	事業内容
①	H17.6.25	アリストぬまくま（福山市沼隈町）	農水産物の自由市場
		星の郷（井原市美星町）	農産物の青空市場
②	H17.7.30	ふれあいサポートちゃていず（備前市日生町）	子育て支援
		きらり和気（和気郡和気町）	地域活性化・まちづくり
③	H17.10.1	たいむカプセル（岡山市東花尻）	介護・子育て支援
④	H17.11.5	百島農園（尾道市百島）	いちご栽培による島おこし

後の章でいくつかは詳しい視察報告を掲載していますが、各視察先で各会員の胸に印象深く残ったことは、事業それぞれに「私がこの地域を何とかしたい！」といった熱い想いや使命感が込められており、各代表の方からはそれがヒシヒシと伝わってきたことでした。

ただ、その想いや使命感が強いがゆえの悩み、例えば、地域住民の助け合いというボランティア的側面と利益を追求してゆくビジネス的側面のバランスの難しさ、立ち上げた当初の仲間と理念を共有し続けていくことの難しさ、またスタッフの育成や後継者をどうしていくかといった問題等々については、皆さんが揃って悩んでおられる姿も強く目に焼きついています。

3. 活動(本格活動段階)

当初予定していたひととおりの視察を終えて、今後の活動について「コミュニティビジネス事業者に対してどのような役立ち方ができるか」という観点を抑えながら討議を重ねた結果、早急手当が必要と思われる農業分野に関するコミュニティビジネスの研究を行う「農業チーム」と、特定分野を対象とするのではなく共通分野を対象としてその支援のあり方などを研究する「中間支援組織&支援ツールチーム」という2つの分科会を設置して、更なる研究の深堀とスピードアップを行うこととしました。

「中間支援組織&支援ツールチーム」の活動としては、中間支援組織の先進事例として名高い兵庫県神戸市東灘区の「NPO 法人コミュニティ・サポートセンター神戸（CS神戸）」の視察を行うとともに、コミュニティビジネス事業者や、これからコミュニティビジネスを行おうとする人に対して、課題や検討すべき着眼点がわかるような問診票（チェックリスト）の作成を進めていきました。

CS神戸の視察については第3章にて、またチェックリストについては第5章にて詳しく掲載しています。

第3章 コミュニティビジネスの活動について（視察報告）

1. NPO法人ふれあいサポートちゃていず
2. NPO法人たいむ・カプセル
3. 有限会社アリストぬまくま
4. 有限会社百島農園
5. NPO法人コミュニティサポートセンター神戸（CS神戸）
6. NPO法人かさおか島づくり海社

NPO 法人 ふれあいサポートちゃていず

【備前市：子育て支援】



ちゃていず内のパソコン相談所

1. 法人概要

所在地：〒701-3204 岡山県備前市日生町 1262-1

代表者：湊 照代

設立年月日：創業 平成 12 年 9 月、創立 平成 15 年 5 月(法人化)

スタッフ数：10 人

主な事業内容：a. 子育て支援事業 b. 福祉事業 c. 就労支援事業 d. 中間支援事業

事業規模：収入;第 1 期(H15 年度)2,800 千円、第 2 期(H16 年度)8,500 千円

URL：http://www.optic.or.jp/com/chatys/chatys.html

2. 設立の動機

代表者が子育て中であった平成 12 年頃は地域に子供を持った人の集まる場所がありませんでした。そこで女性有志 3 人が協力し過去に食堂だった代表者の自宅を改装してコミュニティカフェ「ほっとちゃてい」をオープンし、読書会や編み物教室を開き母親と子どもが集まれるようにしたのが動機です。

3. 施設の概要

平成 16 年 11 月に商工会等の協力を得て、過去にスーパーだった 2 階建て空き店舗へ移転し、コミュニティ施設「夢ほっとプラザ」としました。

1 階は a. 食事ができるカフェ b. イベントやおしゃべりなど交流のスペース

2 階は a. パソコン教室 b. 各種講座が開ける会議室 c. 子供たちの勉強・読書や遊びに使える畳のコーナーなどがあります。

4. 事業活動の状況（コミュニティビジネスとしての活動）

（1）子育て支援事業

①子ども預り

講座・研修時の子ども一時預りや室内遊び場を提供しています。子どもの来場数は月間延べ 350～400 人です。

日生町より「子ども委託事業」として年間 2,000 千円の補助を受けています。

②子どもイベント企画

子ども達が主体となり自ら活動できるようなイベント企画を提供し支援しています。

企画例は「入園入学おめでとう会」「1 日寺子屋」「子ども先生塾」など、延べ参加人員約 200 人、子ども参加数約 50 人です。

③出張読み聞かせ

子育てサークル、幼稚園、小学校に出張して「読み聞かせ」を行います。地元の小学校で始めたのがきっかけです。

「読み聞かせ」講習・研修会を年間 7～8 回行い、絵本読み・パネルシアター・紙芝居・エプロンシアターなどの使い方を習得してもらっています。

(2) 福祉事業

①コミュニティカフェ

カフェ「ほっとちやてい」は喫茶だけでなくランチや麺類を提供し母親たちが子供と食事をしながら情報交換ができるレストランとしています。主なメニューは次の通りです。

・朝食；和めし(500 円)、軽食(400 円)・昼食；日替りちやていランチ(700 円)、・セットもの；うどん、ラーメン、ケーキ(450 円~700 円) その他；ドリンク・単品(200 円~500 円)を合計約 30 品揃えています。

②園児・小・中学生向け給食

食材のバランスを考えた食育給食を提供(園児・小学生 350 円、中学生 400 円)しています。

③高齢者向け弁当宅配

65 才以上の高齢者とその家族向けに弁当(550 円)を配達しています。

(3) IT 支援事業

地域のパソコン相談所として、パソコンを 10 台設置し操作やトラブルの相談に応じています。基本相談料は 30 分 500 円です。対応者は高校 2 年生で利用者が多くスタッフを募集している状況です。高齢者の利用が多く月間延べ約 100 人になります。

(4) 中間支援事業

①コミュニティビジネス経営講座

岡山県からの受託事業である「コミュニティビジネスの創業」について演習を主体に講演・見学を折込み更に宿題を課すなど内容のある延べ 4 日間の講座です。

②キャリアサポート(人材育成)

地域社会を担いコミュニティビジネスに寄与する人材を育成するために「子育てサポーター養成」「読み聞かせ人材養成」「体験活動支援コーディネータ養成」「コーチングセミナー」など行っています。

(5) 広報活動

「ちやてい通信」によるイベントや行事案内、講師の紹介、地域の話、料理レシピなどの紹介「ちやてい弁当配達します」による弁当の月間メニューや弁当の申込案内、カフェのメニュー案内を楽しいイラスト入りで作られた広報紙は事業の推進に大きく寄与しております。



活動風景（岡山県ホームページより）

4. 地域社会への貢献

旧日生町は平成 17 年 3 月に備前市と合併し、現在の備前市の人口は 42 千人です。

旧日生町の人口は約 8 千人で漁業の町です。地縁・血縁の濃い土地柄ですが世代の移りかわりとともに横のつながりが希薄になってきました。

代表者が子育ての中で現状に強く問題意識を持ち、母親と子どもたちのふれあいの場を作ったことは地域にとって大きな一石となりました。

代表者の熱意とご主人をはじめとするスタッフ一同の努力が地域での理解を得てその輪が広がりました。また日生町や商工会の支援が適切で空き店舗を活用することにより町並みの活性化に寄与しています。「ちやていず」は地域社会のリーダー的存在としてその貢献度は大きいものがあります。

5. コミュニティビジネス事業者としての課題

代表者は地域での認知度は低く 100 人程度との評価です。しかし社外でのイベント、宅配弁当、出張読み聞かせ、広報紙を通じ、また新聞やコミュニティビジネス関係誌に掲載・引用され知名度は急速に上っているものと思われます。

収入は、例えば研究会が訪問した時の宅配弁当は 30 食であり、50 食にならないと採算ラインに乗らないとのことでしたが平成 18 年 3 月の新聞報道では 50 食に達しており努力の成果が現れています。

事業者がこれまでの熱意を持ち続けたならば問題はないと推察します。

6. 視察の感想と中小企業診断士としての提言

「ちやていず」は岡山県ではコミュニティビジネスのリーダー的存在であり、事業は当分の間急速に拡大すると思われます。これまでに獲得されたノウハウを県内各地へ広げる仕組みを作りたいものです。診断士の立場からコミュニティビジネス拡大の支援が可能でしょう。事業が拡大する場合の課題は人材が適切に補充できなければなりません。常に事業規模と必要な人材・人員と収支を検討し内部体制に不安のないようにすることが重要です。食品を扱う場合は細心の注意が必要であり、問題が起こると企業の致命傷になります。特に従業員が増加する場合は衛生管理に一層留意することです。



湊代表より説明を聞く

NPO 法人 たいむ・カプセル

【岡山市：民間子育て・家族サポートハウス】



1. 法人概要

住 所：〒701-0135 岡山県岡山市東花尻 396-1

代 表 者：理事長 坂本 悠

設立年月日：平成 11 年 4 月（創業）、平成 12 年 7 月（法人化）

主な事業内容：0 歳から高齢者までのデイサービス、居宅介護指定事業所

URL：http://homepage2.nifty.com/timecapsule/index/

2. 事業活動の状況

当施設の特徴を『富山型デイサービス』と坂本理事長はおっしゃっています。富山型とは、平成 5 年に富山県で 3 人の看護師が始めた「0 歳から高齢者まで、いつでも、誰でも、必要なだけ、利用者が必要としている介護や保育を提供する」デイサービスをいいます。定期・一時預かりのほか、給食・入浴・送迎サービスも行いますし、当日からの利用もできます。

日本はタテ割り福祉社会で、福祉の現場では、児童施設は子どものみ、老人ホームは高齢者のみ、障害者施設は障害者のみと分けてケアしているのが一般的です。しかし、代表者の坂本さんが大学時代に北欧で見た『子どもも、高齢者も、障害者も、同じ場所でケアしている』という福祉のあり方でした。それを日本でも「富山型」となって実現したのです。

『自分も「富山型」デイサービスを行う施設を運営したい』という「統合ケア」が坂本さんの思いであり、それが、NPO 法人 たいむ・カプセルの原点になっています。

既存の福祉制度では実行できない、これまでにない介護や保育サービスを行っている施設としてマスコミにも多く取り上げられ、さらに、口コミの力も加わり、利用者は確実に増加しています。設立当初は、坂本さんの自宅を施設に当てていましたが、利用者が増え収容しきれなくなったため、平成 16 年 6 月、自宅近くに新しい施設を建て、29 名（視察当時）のスタッフにより、家庭的な雰囲気とその人らしさを大切にしたデイケアサービスを行っています。現在、毎日約 40 人の利用者がいます。具体的な事業内容は、次の通りです。

（1）たいむ・カプセル保育園・・・生後 2 週間から学齢児童まで 一時預り、延長保育・宿泊も可

（2）デイサービス たいむ・カプセル・・・介護保険通所指定事業所 定員 5 名 9：00～17：00

（3）地域支援センター

①居宅介護指定事業所・・・家事援助、身体介護、移動介護、日常生活支援 24 時間利用

②デイサービス・・・対象者：身体障害者、知的障害者、児童 利用時間 9：00～17：00、

（4）24 時間介護・・・介護保険対象者 2 名、支援費対象者 1 名

（5）その他・・・電話相談（24 時間対応）、 カフェバー「須ゆ弥（しゅみ）」経営

また、子育て相談、講演会、絵本の読み聞かせ、園芸栽培、音楽鑑賞会、バス遠足等、年間を通して行事も盛りだくさんです。

3. 地域社会への貢献（コミュニティビジネスとしての活動）

近隣（コミュニティ）には誰でも利用でき、安価で、24 時間開設している施設が他にないため、利用者は増える一方です。

子ども、高齢者、障害者に関わらず、家庭的な雰囲気とその人らしさを大切にサービスを通じて、コミュニティのあらゆる人が共に生活することができる場を提供し、支援していることは、地域社会への貢献度は大といえるでしょう。

また、新たに、ベビーシッター派遣、ワンコイン（500 円）タクシーによる自宅からの買物往復支援、メール電話相談室の開設など、新しい事業にも取り組み、地域に喜ばれています。

4. コミュニティビジネス事業者としての課題

坂本理事長は、自らを『社会企業家』と称され、『営利を目的とする』と明言されています。

NPO 法人 たいむ・カプセルは、受益者負担が原則です。

そうでなければ、無償のボランティアでは事業が継続しないと考えるからです。その結果、スタッフの給料も、設立 3 年目には最低賃金をクリアしました。日中の預かりは、障害のある子供が支援費、高齢者は介護保険のデイサービスでの対応が原則ですが、保護者の急用による子供の泊まりや、保育園の延長保育で対応しきれない際の夜間預かりなどは、自主事業となります。スタッフの負担は軽くないが、『明日の百人より、目の前の一人を支えたい』という情熱に支えられてきています。今後もスタッフのモチベーションを高めるため、待遇改善に苦慮されています。

次の一步への起爆剤として、更なる行政などからの資金面の補助は必要であるといえます。今までは、補助金・助成金や政府系金融機関の融資を効果的に活用したことと、坂本理事長の理念に賛同された方々の会費や寄付金などでまかなってきました。

平成 14 年から新施設を建設するため総額 4 千万円以上を目標とした「100 円募金」を始めています。我々が視察した 15 年 10 月の時点で、現施設の近くに用地確保の目途をつけ、約 450 万円の募金が集まり、私募債も 200 万円発行していますが、未だ、募金の目標額に届いていません。坂本理事長は次の大きな夢に向けて資金集めに追われる日々です。資金繰りにはいつも苦労されているようです。

坂本理事長は、45 歳を超え『次代を担う後継者の育成も課題の一つ』とおっしゃっています。

現在、坂本さんがサービスの現場に出ることはほとんどないそうですが、そこには若い世代を育てたいという坂本さんのお考えがあるからと思われる。



坂本理事長

5. 視察の感想と中小企業診断士としての提言

施設やサービス提供の状況を見学し、坂本理事長の説明を聞いているうちに、坂本さんの福祉に関する熱い思いと、きめ細かな支援・サービスの提供、加えて積極的な行動力によって、「よそ者（坂本さんは島根県出身）」にもかかわらず、コミュニティに駆け込み、地域社会に貢献している様子を知ることができました。

身体、知的、精神と、障害者福祉でも縦割りとなっている現行制度を、市町村中心に一元化する方向が見え始めています。

これも当施設などが、パイロット役を果たしたからだと思います。

今後の提言としては、更に施設が拡張し、事業規模も拡大してくれば、今までの坂本理事長の仕事に対する姿勢や志に共感した者たちの同志的集団では、十分に機能しなくなる恐れがあります。その対策には、経営の近代化、言い換えればマネジメントの確立が必要となります。

具体的には、向こう 3～5 年間の中長期事業計画を立て、それを更に単年度ごとに細分化し、年度別の収支計画、資金計画、を立てた後、必要とする人材の数や資金量を把握します。期末には、計画に対する実績を比較、差異分析をして対策を講じることが肝要です。



活動の様子

【コミュニティビジネス研究会視察】

有限会社

アリストぬまくま

【福山市：自由市場】

1. 法人概要

住 所：〒720-0313 広島県福山市沼隈町常石 1796

代 表 者：支配人 寺岡 正志

設立年月日：平成 8 年 4 月 ハーブ館、ハーブガーデン、
そば打ち道場としてスタート
平成 12 年 7 月 自由市場 開設

資 本 金：850 万円

スタッフ数：4 名

主な事業内容：沼隈町内でとれた野菜、花、漬物及び加工品、魚類の販売

事業規模：総売上高 H16/6 月期 160 百万円、H17/6 月期 194 百万円、H18/6 月期 210 百万円

URL：aristo@wonder.ocn.ne.jp



2. 事業活動の状況

(有) アリストぬまくまは平成 8 年 4 月、旧沼隈町の第 3 セクター事業として設立されました。沼隈町は福山市の南西部に位置する沼隈半島の南半分にあり、大半が山間部でそして瀬戸内の海に面しております。このような環境を活かして老若男女の働く場の確保と人の集う場所として設立されました。スタート時はハーブの栽培と販売を目的とするハーブハウス、地元でとれるそば粉を使ったそば打ち道場「そば処ぬまくま」、多目的公園、ハーブガーデンの構成で出発いたしました。平成 12 年 7 月、地元でとれる野菜、花、魚類などの産直市場として新たに事業を拡大いたしました。半島で山間部と言う環境下にありますが、従来より野菜、果物、花などの栽培が盛んな所です。しかし地元農家の高齢化が進んでおり、お年寄りに生きがいの持てる農業の環境づくりが求められていました。他の直売所と比べて当自由市場の利点は、本事業に地元の漁師の方々が賛同し地元の魚を自由市場へ出荷したことです。

- (1) 現在の出荷登録者数 361 名
・・・沼隈町在住者であること
(うち約 10%が漁業関係者)
- (2) 年会費 1,000 円
- (3) 販売手数料 一律 10%
(毎月 20 日締め、翌月 1 日現金振込み)

現在、上記の状況で運営されています。鮮魚と花で総売上高の約 50%弱を占め、集客の核となっています。また沼隈町外からのお客様が多いのが特徴です。H13/6 月期（第 1 期）の総売上高は 73 百万円でありましたが、H18/6 月期（第 6 期）の総売上高は 210 百万円となっています。



ハーブ園の風景

3. 地域社会への貢献（コミュニティビジネスとしての活動）

いずれの形であれ、農業に携わっている人々のやりがい、活性化は自らが栽培した作物がリーズナブルな価格で売れてお客様に喜んでもらい収入が入ることです。地元沼隈町の農業を行っている方々の大半が高齢化を迎えている中で、自分の体力の範囲内そして楽しみながら工夫と技術を凝らして農業に励み地元の市場で作物を直接売れることは今日、生きがい働きがいの大きな源となっています。また鮮魚類ではスーパーに並ばない地元の四季折々の魚が出荷されており、漁師さん達のニッチの販売ルートとして軌道に乗るとともに、消費者にとっても地元の味を楽しめる魅力ある市場となっています。

4. コミュニティビジネス事業者としての課題

寺岡支配人の強いリーダーシップと出荷組合幹部の一致協力により販売戦略の立案、出荷者に対する指導、バーコードによる販売処理とデータ分析、駐車場の改善対応など明確で積極的な経営展開がなされており、今後一層の発展が期待されます。しかし一方、様々な制約がありますが、次の課題解決が更なる発展のため必要と思われます。

①自由市場のある立地、出荷品目のバランス、特産品（オリジナル）が少ない、販促キャンペーンと PR のやり方などの課題があり、売上の大半が午前中に集中して午後の来客数 品揃えが貧弱となり、殊に品切れによる販売機会ロスが見受けられます。何処にでもある野菜から、「アリストぬまくま」に行けば買える消費者の欲しい野菜、果物、花、鮮魚の品目をどのように増やすか、方向感を決めて開発の工夫が大事です。

②商品の調理方法、保存の仕方など事例、楽しみ方などの解説がお客様向けにもっと必要です。

ワンポイントアドバイス Paper を用意するなど、お客様にチエをつけてあげて下さい。

5. 視察の感想と中小企業診断士としての提言

（１）農産物、魚介類などの地産地消が叫ばれていますが、流通、高齢化、担い手不足、価格の安い海外産品の流入などの課題があり、なかなか言葉通りとなっていないのが実情です。しかし当自由市場では今日までの販売実績が示す通り着実に発展を遂げられ、地元の農家の方々のニーズに応えられると共に消費者の支持も得られています。改めてリーダーの先見力、戦略・計数力、メンバーを説得する力が優れた結果であると判断しています。

（２）福山地域においても耕作を放棄した農地が徐々に増加しています。農業従事者の高齢化及び担い手不足が大きな理由の一つですが、平成 19 年より団塊の世代の人々の大量定年退職が始まります。沼隈地区の農業従事者に新たな参入者、中高年或いは若手の層をどう迎え入れるか、この工夫は新しい農作物生産（沼隈のオリジナル品開発）チャレンジの糸口でもあります。福山市は地方都市に例の少ない園芸センターを有し、バイオテクノロジー他の農業技術の研究・開発を図っています。こういった公的機関の協力を得、高度な技術を活用することが大事です。

【コミュニティビジネス研究会視察】

有限会社 百島農園

【尾道市：農業】



1. 法人概要

住 所：〒722-0061 広島県尾道市百島町 1559

代 表 者：代表取締役 藤田 武士

設立年月日：平成 11 年創業 個人にてイチゴ栽培に取組
平成 12 年 9 月 法人設立

資 本 金：300 万円

スタッフ数：社員 3 名 パート 5 名 合計 8 名

フランチャイジー先 1 先

主な事業内容：自社ブランドイチゴ 「瀬戸の島いちご」の栽培と販売

栽培品種 とよのか レッドパール 幸の香など

フランチャイジーに対し栽培ノウハウ指導と自社で育てたイチゴの苗の提供

百島に定住者招致と受入れの為の活動、安い家賃の借家の確保

事業規模： イチゴビニールハウス 18 棟 合計 33a

平成 16 年度 総売上高 推定約 20 百万円

2. 事業活動の状況

（１）藤田社長は尾道市百島町の出身で学校卒業後、大阪の大手電機メーカーに就職され営業関係の仕事永年担当し部長職で活躍されておられました。平成 8 年頃定年退職され老後をゆつたりと暮らされる方針で郷里百島に帰られると、百島の過疎化高齢化の進む状況に改めて愕然とされ、このままでは地図から百島が消えしまうとの思いから百島の活性化にはどんな事業が良いか種々模索されました。

（２）かつては百島全体に住民 3000 人が在住していたが今日では 710 人、同じく生徒 640 人が 20 人、新生児はゼロ、畑は荒れ放題、加えて高齢化率約 60%の状況とのことです。以前の百島はミカンの栽培が盛んであったが、価格の低迷とミカンは重量があるため殊に厳しい労働となることから、次第にミカン栽培は休止されていきました。

（３）こういった百島の悪条件でも事業としてクリアー出来、しかも郷里の気候風土を活かし、健康的で生きがいの持てる事業が何とか見つからないか種々研究された処、価格/重量比でさくらんぼ（山形産佐藤錦）に次いで 2 番目に良いイチゴの栽培と言う結論に至られた。

（４）農業経営の経験のまったく無い藤田社長はいろいろ情報を収集し検討の結果、岡山県の農業試験場が技術開発した高設水耕（養液土耕）栽培のやり方が一番良いと判断され、その後 2 年間専門施設に通いながら勉強をされイチゴ栽培の技術をマスターされました。

（５）平成 11 年からイチゴ栽培を始められ、現在では法人概要に記載のと通りの活動状況です。

（６）経営方針として

①イチゴという商品を作る製造業の視点を常に持つ。

②おいしい、鮮度が良い、コスト競争力を持つ、ニッチのダイレクト営業を行う。

③島のハンディを考えてクロネコヤマトの全国一律運賃システムを使う。インターネット、メールで発注してくれる先以外は取引しない。

④徹底して中古品、リサイクル品を使う。コストダウンと IT 化、機械化による省力化を図る。

⑤80 歳でも出来る農業を目指す。フリータイム労働、働きがい、生きがい、やる気を持てる農業を

目指す。→ハウス1棟を任す。1株ごとの契約栽培。1株当りのフィーの最低保証と出来高、成果によるバックシステム。

⑥福山市内、尾道市内のケーキ屋さんを調べてダイレクトセールスを実行。ケーキの大きさに合ったイチゴの販売を行い双方にメリットがある。

(7) 百島への移住者の状況

平成17年11月、Iターンの方2名が定住

平成18年にもIターン応募があり、2～3名が定住された様子

3. 地域社会への貢献（コミュニティビジネスとしての活動）

今までの百島には働き場所が無く、現金収入を得る道もまた無く、高齢化と過疎が進む状況をやむなく受け入れる状況しかありませんでしたが、藤田社長の活動により地元のお年寄り、家庭の主婦、Iターン移住者の働ける場所が生まれたことは地元にも明るい変化となって現れています。イチゴハウスが1棟1棟増加し一帯が太陽の光を受けて白く輝いて見えるのも印象的です。イチゴ栽培について農協を通さずに独立系の事業者としてダイレクトマーケティングにより売上げを伸ばされ、生産、販売、労務（働き手の状況改善）のバランスのとれた経営が着実なペースで展開されております。



作業風景

4. コミュニティビジネス事業者としての課題

藤田社長の高い経営手腕が遺憾なく発揮され中期経営計画の下、着々と事業が展開され立派な経営が出来ていることは心から賞賛に値するものです。しかし今後、寒冷地を活用したイチゴ作りのフランチャイジーを増やす計画又、百島の塩田跡地を利用したイチゴハウスの増設計画など栽培面積及び労務作業の拡大に合わせた手当と売上げの増強をいかに図るか大きな課題となってきます。事業規模の拡大にマッチした後継者の育成、イチゴ栽培技術の更なる革新のため技術者の確保と養成など人材育成・増強が企業としての生命線となってきます。

5. 視察の感想と中小企業診断士としての提言

地域の社会的問題を痛感され、サラリーマン時代に培ったノウハウにより問題解決を先頭に立って果敢に推し進められていく姿、生きざまに感動をいたします。

イチゴ生産、販売の独立系のコミュニティビジネス事業者としていわば前例の無い道を切り開かれていると判断しております。ゴーイングコンサーンベースで10年以上の経営展開を視野に入れたビジネスモデル作りとこれを支える人材育成策を早期に纏められ、実行をされることを切望いたします。



記念撮影（中央が藤田社長）

NPO 法人

コミュニティ・サポートセンター神戸 (CS神戸)

【神戸市：中間支援団体】



森田ビル（2～3階がCS神戸）

1. 法人概要

住 所： 〒658-0051 神戸市東灘区住吉本町2丁目13-1 森田ビル

代 表 者： 理事長 中村順子

設立年月日： 平成8年10月

スタッフ数： 常勤スタッフ9人、非常勤スタッフ約30人、ボランティア約100人

主な事業内容： 支援事業、自主事業、受託事業、その他（生きがいごとサポートセンター神戸東<ワラビー>）運営事業）

事業規模： 1億1284万円（平成17年度決算）

URL： <http://www.cskobe.com>

2. 事業活動の状況

CS神戸の事業は、支援事業、自主事業、受託事業の3つの柱から成り立っています。これらの活動を通じて得られた仲間・知識・経験・ネットワーク・収益などが相乗効果を生み出して、さらに地域や社会のニーズに応える活動を展開してきています。

(1) 支援事業

CS神戸は発足当初から中間支援団体として、NPOグループの立ち上げや運営相談の要望をもつ個人、団体を支援するインキュベート機能（孵化するように活動が軌道にのるまで支援する）を果たすべく、次の活動を行っています。

- ①NPO やコミュニティビジネスの立ち上げ…相談、仲間づくり、NPO 法人設立、コンサルティングなど
- ②人材の養成…市民・行政職員・企業向け講座の企画・講師派遣など
- ③ボランティア コーディネート
- ④調査事業…地域のニーズ及びシーズに関する調査（例、三田地区 「まち」と「もり」の調査）
- ⑤情報の受発信…機関紙の発行、ホームページなど
- ⑥共同事務所…当センターの三階スペースを、市民活動団体の活動拠点としてシェア方式で貸与
- ⑦資金助成…市民活動サポート基金 3000 万円を預かっていて、年間 100 万円（総額）程度の助成（1 団体年間最高 50 万円まで、継続助成 2 年まで）
- ⑧ ネットワーキング…NPO 法人交流会、大学・企業との連携、各種行政委員会参加など

(2) 自主事業（CS神戸の提案による事業）

地域に密着した「共生循環型のまちづくり」の理念から、自らも事業を行い直接参加するものです。支援するだけでなく、NPO の社会的基盤を強化するため、下記の様々なプログラムを行っています。研究や調査を通じて NPO の知識を広げ、講習会や講座を開催し、NPO のスタッフや興味のある方々にマネジメントなどのノウハウを広く提供し、事業を通じて共同で運営している企業や行政、民間の方々に NPO らしい運営の在り方を提案していきます。

- ①相談・研修事業…地域貢献活動や、コミュニティ事業を行なう個人及びグループを支援するための相談・研修事業。時間帯、期間、メニュー、見学先等を自由に選択できる見学、体験コース
- ②研修・講座事業…対象を一般市民、行政職員、企業（労組）職員向けと 3 コースに分け実施

- ③トータルな生活支援サービス…介護保険以外の生活支援（ゴミ出し、草抜き、墓掃除など）
「ほのぼの朝喫茶」 モーニングサービス 200 円 第 2・4 木曜 7～9 時開店（事務所空スペース利用）
- ④市民参加型コミュニティ活動支援…生きがい対応型ミニデイサービス「たるみ・ともの家」
「保育ルームぴっぴ」：地域農園と提携し地域とともに子育て
- ⑤くるくる発電所（太陽光市民発電所）事業…循環型まちづくりのための普及・啓発
- ⑥その他の事業…「神戸市 NPO マップ」調査事業。講師の派遣、機関紙の発行など

（3）受託事業（行政、その他団体から）

- ①指定管理者制度に基く施設管理…東灘区民センター小ホール、J R 住吉駅前駐輪場の管理運営
- ②「防災講座」のビデオ撮影事業…京都大学防災研究所より受託

（4）その他の事業「生きがいごとサポートセンター神戸東（ワラビー）」運営事業

厚労省認可の無料職業紹介所として、県の補助を受けて、コミュニティ・ビジネスの持つ社会的役割を重視し、求職者の潜在力の開発や、求人側の社会貢献が実現できるよう、相談、研修、起業支援、専門家のコンサルテーション等総合的な支援を行っています。



CS 神戸事務所の様子

3. 地域社会への貢献 （コミュニティビジネスとしての活動）

当センターは、阪神淡路大震災の翌年、東灘地域において「自立と共生に基づく新しいコミュニティづくり」を支援する中間支援団体として発足し、組織化・グループ化をサポートしてきました。

中村理事長によると『「あなたは地域のために何ができますか」という問いかけを合い言葉に、自らの発想と行動で活動する人々を支援してきた』そうです。機関紙「市民フロンティア（10 周年を迎えて）」によると、設立以来 10 年間に、支援事業で 86 の地域団体等の設立・運営のサポートを行ったほか、自主事業・受託事業でも 112 件と、地域社会に貢献してきました。

しかし、震災後 10 年以上を経過した今では、『地域の人たちと協働して、個人が活かされる「より良い地域社会の実現」を目指し、福祉の充実、環境の整備等、便利で安心して住めるまちづくりに取り組む団体を支援し、自らも、この目的にあう活動を行う』と、活動分野を広げています。

4. コミュニティビジネス事業者としての課題

当センターは、設立 11 年目を迎え、人的にも、資金的にも基盤が固まっているので、事業運営面でのさしたる問題点はないと思われます。

しかし、「生きがいごとサポートセンター神戸東（ワラビー）」運営事業が、17 年度までは委託事業（震災復興基金より年間 2200 万円の支援を受けた二年間ごとの委託事業）でしたが、18 年度からは一般財源（単年度ごとの補助事業）となりました。

ワラビーの村上センター長によると『補助事業になると極端に言えば、来年度も継続して補助金が出るか否かは不透明ですし、補助金が「後払い」です（中間払いはない）ので、資金面の体力が必要となり、より活動の強化が要請される』とのことでした。

5. 視察の感想と中小企業診断士としての提言

当センターがコミュニティビジネスをここまで充実させてきたポイントは、次の 3 点が挙げられます。これらを相互に機能させて、事業を推進してきたことで、現在のコミュニティビジネスとしては異例の事業規模となってきたものと思われます。

- ①震災復興という極限状態の環境の中で、地域で自立・共生しなければという強い使命感があった。
- ②地域の課題、ニーズを汲み上げながら、理事長とスタッフが生み出した豊富なアイディア、人的ネットワーク、行動力が、これまでの活動を支えている。
- ③受益者負担等、組織を維持するための収益を常に考えながら事業を行っている。

岡山県と神戸市東灘区とでは、コミュニティが置かれた環境・境遇・風土に、異なる点が多々ありますものの、我々中小企業診断協会岡山県支部コミュニティビジネス研究会のメンバーが、今後、コミュニティビジネスの中間支援活動を行う上において、参考になる点が随分多くありました。



中村理事長、村上ワラビーセンター長より説明を聞く

NPO 法人

かさおか島づくり海社

【笠岡市：まちづくり】



1. 法人概要

所在地：〒714-0301 岡山県笠岡市北木島町 9768-29

代表者：鳴本 浩二

設立年月日：活動開始 平成 14 年 8 月、創立 平成 18 年 9 月（法人化）

URL：<http://www.shimazukuri.gr.jp/>

2. 事業活動の状況

（1）島おこし海援隊

島おこし海援隊は、①島地部と笠岡市役所とつなぐパイプ役、②島民が行う島づくりを支援するアドバイザー、③島の人たちと協働して島の活性化を図る実働部隊として発足しました。最初は、各島へ行って地域の草抜き活動など地道な活動からスタートし島の住民から信頼を獲得しました。島の住民と一緒に考え、汗をかきながらいろいろな活動を進めていきました。島の運動会を開催し、インターネットによる PR を含めて島おこし海援隊が中心になって行ってきました。NPO 法人かさおか島づくり海社の前身電脳笠岡ふるさ島づくり海社が設立され、後方支援をする裏方にまわるようになりました。

（2）空き家対策

空き家を賃貸し過疎の解消と島おこしに役立てようと平成 15 年 10 月からインターネットにて呼びかけを行ったのが始まりです。その後、テレビに取り上げられた影響で月数十件以上の問い合わせがあり、島の人たちと付き合いができ、行事等の積極的な参加ができる人を選んでいきます。他方で島特有の問題として医療機関の不十分さなどがあるので実際にヒアリングをして、島への見学ツアーを実施して実際に見に来てもらい理解をしてもらっています。この空き家対策のおかげでいろいろな人が移り住んで各島での活性化に役立っています。そしてホームページでは、島暮らしの新しいライフスタイルの提案を行っています。

（3）しまべん事業

笠岡諸島それぞれの独自の色を出した弁当を作っています。真鍋島にある「マナコッチハウス」がしまべんの中心となっています。「マナコッチハウス」の料理長は、東京で板前をしていた方で空き家対策にて真鍋島に移り住みました。さまざまなイベントへ出店をして、販促、PR 活動を行っています。このしま弁事業が軌道に乗ると新しい雇用創出が期待できます。



しまべん

（4）映画誘致事業

島のロケ地を PR し映画やテレビドラマのロケを誘致することで、島の PR や観光客誘致につながります。また、撮影隊の長期滞在による経済効果も期待ができます。平成 17 年 9 月に映画ロケを初誘致し真鍋島で撮影が行われました。平成 18 年 10 月 7 日全国ロードショー「旅の贈りものー0:00 発」。

(5) 島のお達者便

本島のスーパーと提携し、手数料を支払えばスーパーと同じ値段で品物が家まで配達されるというシステムをつくりました。スーパーから購入できるため品数も豊富で安価で商品を購入することができ島の住民には大変好評です。

3. 地域への貢献

鳴本代表、島おこし海援隊を中心に医療・福祉、観光、産業、情報発信の取り組みを行ってきました。高齢化が進む島においては医療機関の充実が急務でしたが、徐々に笠岡市を動かして診療所や介護施設を増やしています。インターネットのホームページやブログを駆使して鮮度の高い情報を発信しており、全国各地の人が笠岡諸島の情報を見ることができます。また、「島おこしどっと混む」という通販サイトも立ち上がっているのも笠岡の特産品を購入することができます。



ホームページ

4. コミュニティビジネス事業者としての課題

各事業について課題があるようです。しまべん事業においては、全ての弁当の種類の定期的な受注確保が困難であるようです。また島なので移動手段をフェリーに頼らないといけないため商品の輸送費や出店に関する人件費なども割高になってしまうようです。空き家対策については、島に移住したが生活になじめない方もいて、少数ですが島を出ていった人もいました。島の人たちとの交流ができないことが問題のようで、移住する人々の期待と実際住んでみたときのイメージにギャップがあったようです。空き家となっている民家を貸す家主が少なく、問い合わせの需要に対して、空き家の供給が不足しています。

5. 視察の感想と中小企業診断士としての提言

島おこし海援隊の方々はマスコミやインターネットを上手に使った情報発信をしており、映画誘致はしっかりした方向性のある取り組みであると思いました。計画を立て活動をしながらかheckし調整するPDCA活動ができていたようでした。

新しい特産品として考えているゴーヤと笠岡諸島がどうも繋がらない感じです。特産品としてどのように育てていくかが今後の課題です。そしてやはり笠岡諸島は映画のロケ地になる土地なので観光が一番ではないかと思います。全国の小中学校のキャンプ、修学旅行や観光客誘致を活発にして静かで穏やか且つ活力のある島にしてもらいたいものです。

第5章 コミュニティビジネスチェックリスト・自己診断票の活用スキーム

1. コミュニティビジネスチェックリスト・自己診断票の活用方法について

これからコミュニティビジネス事業者の方、これからコミュニティビジネスを始めようとされている方がチェックリスト・自己診断票をご活用いただくにあたり、自らの現状をチェックできるとともに、チェックおよび自己診断の結果に基づいて、中小企業診断士が助言・診断を提供いたします。コミュニティビジネスチェックリスト・自己診断票の活用スキームは次ページのとおりでです。

2. 本冊子の入手方法

現在コミュニティビジネスに取り組んでいる方には直接郵送しておりますが、以下の機関等で取り扱っております。(無料配布：取扱先は予定です。)

(社) 中小企業診断協会岡山県支部

〒700-0803 岡山市北方 1-1-9

TEL : 086-225-4552 FAX : 086-225-4554

岡山県産業労働部新産業推進課

〒700-8570 岡山市内山下 2-4-6

TEL : 086-226-7381 FAX : 086-225-3449

(財) 岡山県産業振興財団 岡山県中小企業支援センター

〒701-1221 岡山市芳賀5301 テクノサポート岡山内

TEL : 086-286-9626 FAX : 086-286-9627

岡山商工会議所 シニアアドバイザーセンター

〒700-8556 岡山市厚生町 3-1-15

TEL : 086-232-2266 FAX : 086-232-5269

岡山県商工会連合会

〒700-0817 岡山市弓之町 4-19-401

TEL : 086-224-4341 FAX : 086-222-1672

岡山県中小企業団体中央会

〒700-0817 岡山市弓之町 4-19-202

TEL : 086-224-2245 FAX : 086-232-4145

倉敷商工会議所 シニアアドバイザーセンター

〒710-8585 倉敷市白楽町249-5 倉敷商工会議所内

TEL : 086-424-2111 FAX : 086-426-6911

津山商工会議所 シニアアドバイザーセンター

〒708-0022 津山市山下30-9 津山商工会議所内

TEL : 0868-22-3141 FAX : 0868-23-5356

3. コミュニティビジネスチェックリスト・自己診断票の活用スキーム

(1) 報告書をご一読いただき、報告書にあるチェックリスト・自己診断票にご記入下さい。

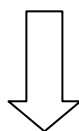


(2) チェック・自己診断できましたら、その結果を以下まで郵送またはFAX下さい

〒700-803 岡山市北方1-1-9

(社) 中小企業診断協会岡山県支部コミュニティビジネス研究会

電話：086(225)4552 FAX：086(223)5966



(3) お送りいただいたチェックリスト・自己診断票により電話相談・アドバイス、経営診断を行います(無料)。ご希望に応じて事業所まで伺うことも可能です。



(4) 中小企業診断士による無料アドバイス・コンサルティング

(創業者の方)

創業に向けた具体的な助言・アドバイス・コンサルティングを行います。

(事業者の方)

現在の課題を抽出し、発展に向けた経営戦略・人事・マーケティング等のコンサルティングを行います。



創業へ



さらなる発展へ

第5章 コミュニティビジネスチェックリスト・自己診断票

【現在コミュニティビジネスに取り組んでいる方向け】

- ・コミュニティビジネス自己診断チェックリスト
- ・自己診断票

コミュニティビジネス自己診断チェックリスト

(現在コミュニティビジネスに取り組んでいる方向け)

このチェックリストは、コミュニティビジネスを現在行っている個人および事業者の皆さんが経営上や事業遂行上の課題を発見し、認識し、整理し、自己診断することを目的に作成しています。

はじめに

まずはあなたの（法人）名称や事業内容等について教えてください。

※チェックリストを中小企業診断協会岡山県支部コミュニティビジネス研究会に郵送いただいたときに基礎データとして使用します。

1. あなたの法人名または個人事業名
2. 代表者名
3. 住所
4. 電話番号・FAX 番号
電話
FAX
5. 事業開始日（設立年月日）
6. あなたの実施している事業内容
7. 今回ご記入いただいた方（担当者）および記入年月日
ご記入いただいた方
記入年月日

○チェックリストの活用方法について

※これからチェックする前に必ずお読み下さい。

1. チェックリストはコミュニティビジネス経営にとって必要と思われる5項目（思いや情熱、地域ニーズや地域資源、人材、提供する商品・サービス、収入・資金調達）を用意しています。

2. まず項目の着眼点を読んで、その後各項目にチェックして下さい。またチェック項目ごとにも着眼点を記載していますので参考にして下さい。

3. チェック項目ごとにチェックしてみてください。チェック項目によっては複数にチェックできるものもありますので、そのときには複数項目にチェックして下さい。

4. チェック項目の中には空欄（□ ）のところがあります。記載している選択肢以外のものがありましたら空欄に内容を記載して下さい。

5. 項目およびチェック項目の選択肢はどの項目を選べば良い（たとえば「できている」「ある」といった項目が良い）ということはありません、つまり正解があるわけではありません。どのようなチェックが好ましいかはコミュニティビジネスの事業特性や地域特性などによって異なります。現状を素直にチェックしていただくことが良いと思われます。

6. チェックしていただいて現状を再確認して下さい。

7. チェック項目の中で今まで検討したことがない項目があった場合には、あなたやあなたの事業にとって必要かそうでないかを検討してみてください。

8. 全ての項目にチェックが終わりましたら、自己診断票であなたの事業や経営について自己採点をして下さい。採点用の項目に1点から5点までで記入してください。採点の基準はありませんので、各項目の着眼点を参考にしながら、あなたの事業の目的や理想から考えて採点して下さい。

項目1. あなたの事業にける思いや情熱について

(この項目での着眼点)

コミュニティビジネスを行う上で最も根本的で、かつ重要なことは「思い」や「情熱」であると考えられます。あなたの「思い」や「情熱」は、あなた自身だけでなく、出来るだけ多くの人々が理解し、共感できるものであれば協力者や支援者も多くなるのではないのでしょうか。あなたの「思い」や「情熱」はあなた自身、そして周りを動かすものですか？

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(1) あなたが事業を始めるにあたり影響を受けた社会動向や価値観がありましたか。	☐ ある（具体的に） ☐ ない	あなたの事業は社会動向や今日的な価値観に裏づけされたものですか。
(2) あなたの事業にける思いや情熱について最も近いものはどれですか	☐ 取り組み以来、一貫して思いや情熱を持ち続けている ☐ 事業に対する思いや情熱の意識に波がある（やる気が旺盛であったりそうでなかったり） ☐ 当初自分が持った思いや情熱を最近疑問に感じることもある ☐ 事業に対する思いや情熱は低下ぎみである ☐ 取り組み当初の思いや情熱は変化した 具体的にどのように変化しましたか。 （ ）	今、そして今後も達成すべき目的への情熱は維持できますか。
(3) あなたは一緒に取り組んでいる人（従業員やボランティア、パートナーなど）に思いや情熱をどのように伝えていますか。	☐ 朝礼や会議で ☐ 事務所などに掲示 ☐ 採用時の面接で ☐ 社内報で ☐ 経営理念やビジョンにより ☐ ☐ ☐	あなたの情熱や思いをどのように社内（職場内）で伝えていますか。繰り返し、分かりやすく伝えることができますか。

(項目1は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(4) あなたと一緒に とりくんでいる人(従 業員やボランティア、 パートナーなど)はあ なたの思いや情熱を 理解していますか。	☐ 全員理解・共感してくれている	あなたの情熱や思いは独りよ がりのものではありません か。
	☐ 半分くらいの人が理解・共感し てくれている	
	☐ わからない	
(5) あなたは自分の 思いや情熱を利用者 (顧客)、地域の関係 者などにどのように 伝えていますか。	☐ 広報誌を発行	あなたの情熱や思いは明確に なっていますか。また他者に 伝えるための文章化、ビジュ アル化はできていますか。ま た伝えるための活動を行って いますか。
	☐ チラシ・パンフレットの配布	
	☐ ホームページを公開	
	☐ 地域の活動に参加・協賛	
	☐ 視察の受入れ、公共機関の取 材・ヒアリングなどへの協力	
	☐ 寄付・ボランティア活動	
	☐ 出張や窓口による説明、相談の 受付	
	☐ 事務所などへの事業内容の掲示	
	☐ 商工関係、NPO、ボランティ アなどの会合に参加	
	☐ 行政や関係機関へPRしている	
	☐ 広告	
	☐	
	☐	
☐		
☐		

項目2. 事業の地域でのニーズや地域資源の把握について

(この項目での着眼点)

コミュニティビジネスは地域のニーズや地域の課題をビジネス手法を用いて解決することであると定義されます。あなたは事業を進める上で、ニーズや課題をどの程度認識していますか。またどのような手法で把握しましたか。

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(1) あなたは事業のニーズや地域の課題を把握出来ていますか。	☐ 出来ている	ニーズや課題をどこまで把握できていますか。
	☐ 概ね出来ている	
	☐ 不十分である	
	☐ 把握していない、出来ていない	
(2) 事業のサービス提供対象地域はどの範囲かを明確にしていますか。	☐ 明確にしている (対象地域) ☐ 小学校区 ☐ 中学校区 ☐ 市町村 ☐ 岡山県 ☐ 全国	提供するサービスに応じた提供範囲を決めていますか。
	☐ 明確にしていない	
(3) 事業が対象とする顧客(利用者)の年齢層を明確にしていますか。	☐ 0～10歳	あなたが提供する商品やサービスはどの年齢層において利用されるものですか。
	☐ 11～20歳	
	☐ 21～30歳	
	☐ 31～40歳	
	☐ 41～50歳	
	☐ 51～60歳	
	☐ 61～70歳	
	☐ 71～80歳	
☐ 81歳～		

(項目2は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(4) 事業が対象とする顧客(利用者)はどのような生活環境または価値観を持つ人たちですか。	☐ 子育て中のママ	あなたの提供する商品やサービスはどのような生活場面のニーズを満たすものですか。またどのような価値観をもった人たちを対象としていますか。
	☐ 障害者(児)	
	☐ 定年後のサラリーマン	
	☐ 健康面を重視する人	
	☐ サラリーマン・OL	
	☐ 富裕層	
	☐ デジタルデバイド	
	☐ 環境保全に熱心な人	
	☐ 観光客	
	☐ 核家族	
	☐ 社会貢献意欲の高い人	
	☐ 一人暮らし世帯	
	☐ 高齢者世帯	
	☐ 介護予防	
	☐ 共働き世帯	
	☐ 保守的・伝統的な人	
	☐ 移動手段がない	
	☐ 低所得者層	
☐		
☐		
☐		
☐		

(項目2は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(5) あなたは事業のニーズや地域の課題をどのように調査・分析していますか(しましたか)。また事業のニーズや地域の課題を把握するために他にどのような手段が考えられますか。	☐ アンケート調査	ニーズや課題を把握するためにどのような方法を実施しましたか。
	☐ 関係機関へのヒアリング	
	☐ 行政などの統計データ	
	☐ 利用者・顧客の声	
	☐ 自分自身および一緒に取り組んでいる人の経験や知識	
	☐ 同業者、先進事例	
	☐ 書籍	
	☐ 地域（コミュニティや団体など）の声・意見	
	☐ 社会動向、マスコミ	
☐ その他		
(6) あなたの事業を推進する上で活用できる地域資源を把握していますか。	☐ 把握できている	単独では困難な課題やニーズに対して連携していますか。
	☐ 把握できていない	
(7) 地域資源をどのような方法で把握していますか。	☐ 行政（C B 担当）	連携できるパートナーをどのように探していますか。
	☐ 商工会議所・商工会	
	☐ ボランティアセンター	
	☐ 同業者	
	☐ 地域組織	
	☐ ホームページ	
	☐ 団体での会合	
	☐ 仲間や知人からの紹介	
	☐	
	☐	

項目3:あなたの事業の経営について(その1:「人材面」)

(この項目での着眼点)

ここからあなたの事業の経営についてチェックしていきます。「人材」「提供する商品・サービス」「収入・資金調達」の3つの視点から確認します。まずは「人材」についてです。おそらく小さな事業であっても何人かの人と事業を推進していると思います。一緒に事業を推進する「人材」は一緒になって力を発揮できていますか。また仕事に満足していますか。また人が成長できる組織となっていますか。

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(1) あなたの事業での有給の従業員（職員）は何人いますか	☐ ひとり（あなたのみ）	あなたの事業では有給従業員の割合がどのくらいが良いと思いますか。
	☐ 2～10人	
	☐ 11～20人	
	☐ 21人以上	
	☐ あなたを含め0人	
(2) ボランティアスタッフは何人いますか	☐ 0人	あなたの事業を応援するボランティアスタッフがどれくらいいますか。
	☐ 1～10人	
	☐ 11～20人	
	☐ 21人以上	
(3) あなたの事業の方向性や、やり方はどのように決めていますか。	☐ あなたのみが決める	あなたの事業の意思決定は事業を円滑に進めるのに適していますか。
	☐ 数人の経営陣で決める	
	☐ 従業員を含めた合議制で決める	
	☐ 職務権限を決めている	
	☐ 場合によって異なる	
(4) あなたと一緒に取り組んでいる人々（以下「従業員」といいます）が働く主な動機（働くきっかけ）はどのようなものですか。	☐ あなたの思いや情熱に共感して	金銭以外の動機づけが仕事の成果に大きな影響を及ぼします。従業員が取り組む理由を理解できていますか。
	☐ 収入（副収入）のため	
	☐ ボランティアとして	
	☐ あなたの知り合いだから	
	☐ あなたの身内だから	
	☐ 技術や技能の習得のため	
	☐ 主に定年後の社会貢献として	
	☐ 事業分野に興味があるため	
	☐ 学生等の社会経験のため	
	☐ どのような動機なのかを知らない、わからない	

(項目3は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(5) 従業員の動機を、あなたは満足(充足)させていますか	☐ 満足させている	従業員満足という概念を理解できていますか。
	☐ 概ね満足させている	
	☐ 満足させていない	
	☐ わからない	
(6) どのような理由で満足させることが出来ていない、またはより満足度を高めるためには何が必要だと考えていますか。	☐ 収入または利益が不足している(業績を向上させる)	従業員満足を高めるうえで不足していることを把握できていますか。不足する理由は従業員にとって納得できるものですか。
	☐ 始まって間がないため事業実績があまりない(事業実績を増やす)	
	☐ 従業者が技術や技能を取得できる機会がない(機会をつくる)	
	☐ 従業者が達成感を感じる機会がない(成果や現状を確認する)	
	☐ 利用者(顧客)との接点が少ない(接点を増やす)	
	☐ 地域のニーズや問題解決をどのくらい達成できているかわからない(達成度を測る)	
	☐ マスコミ等で紹介されない(新聞などに投稿する)	
	☐ 地域での認知度が低い(地域でのPRにつとめる)	
	☐	
(7) あなたの事業を推進する上でどのような人材が不足していますか。	☐ 経理・会計・税務ができる人	事業を進め、ニーズを充足する上で必要となる人材を把握できていますか。
	☐ 事業に必要な有資格者	
	☐ 法律に詳しい人	
	☐ 経営に詳しい人	
	☐ 販売・営業ができる人	
	☐ 広告・広報ができる人	
	☐ 地域の現状に詳しい人	
	☐ 専門技術に詳しい人	
	☐ 作業・ボランティアスタッフ	
	☐	
	☐	

(項目3は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(8) 人材(質および量)が不足している場合、もしくは人材を増やす場合にはどのような手段を行っていますか(考えていますか)。	☐ ボランティアを募集する	不足する人材を獲得するための方策はとられていますか。
	☐ 外部の専門家に依頼する	
	☐ 内部(社内)の人材を育成する	
	☐ 新規に採用する	
	☐ 行政や支援機関に相談する	
	☐ 身内や友人に協力してもらう	
	☐	
	☐	
(9) あなたや従業員は、事業の継続・発展に必要な知識、技術、技能をどのように取得していますか	☐ 書籍・専門誌・雑誌	従業員満足を高め、また事業や人材のレベルアップを図るうえで人材育成(教育)は不可欠です。
	☐ ホームページでの情報収集	
	☐ コンサルタントなどの専門家の活用	
	☐ パンフレット・リーフレット	
	☐ 同業者や団体での会合への参加	
	☐ セミナー・講演会への参加	
	☐ 商工会・商工会議所での相談・指導の活用	
	☐ 市役所・町村役場・関係機関の制度・施策の活用	
	☐ 内部(職場)での研究会・勉強会の開催	
	☐ 異業種交流会への参加	
	☐ 専門学校・技能取得のための支援機関の活用	
	☐	
	☐	
	☐	
☐		

項目4:あなたの事業の経営について(その2:「提供する商品・サービス」)

(この項目での着眼点)

対象とする地域に、ニーズに合致した商品・サービスを提供することが事業を成功させ、また地域の課題を解決するためには不可欠です。

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(1) あなたが提供する商品やサービスの強み(顧客・利用者が購入する理由)はどのようなものですか。	☐ 地域にあなたのところしか供給していない。	提供する商品やサービスが選ばれる理由を把握していますか。
	☐ 低価格である	
	☐ 品質が高い (おいしい、きれいなど)	
	☐ 立地が良い	
	☐ 広く知られている	
	☐ 地元での人間関係がある	
	☐ 珍しい	
	☐ 特定対象者に特化している	
	☐ 行政等の支援がある	
	☐ 流通経路が多様である	
	☐ 高齢者や障害者を雇用している	
(2) あなたの事業が強みをもつことができる理由はどのようなことですか。	☐	
	☐ ボランティアが多い	選ばれる商品やサービスを提供できるため体制や環境が整備されていますか。
	☐ 地域のニーズに合致している	
	☐ 地域に一つもしくは少数のサービスである	
	☐ 知り合いなどの紹介が多い	
	☐ 地域住民が必要だと感じている	
	☐ 専門家などの協力者が多い	
	☐	

(項目4は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(3) 提供する商品やサービスで今後改善するポイントはどのような面ですか	☐ 品質の向上	絶えずレベルアップするためにどのような改善策が必要ですか。
	☐ 価格設定	
	☐ 広告・P Rの強化	
	☐ 対象ニーズの絞込み	
	☐ 販売や提供地域の広域化	
	☐ 営業先の拡大、強化	
	☐	
	☐	
	☐	

項目5:あなたの事業の経営について(その3:「収入・資金調達」)

(この項目での着眼点)

コミュニティビジネスは、ボランティアや地域活動とは違い、収益や資金調達が欠かせません。あなたの事業は事業を継続、発展させるだけの収益を生んでいますか。また事業を運営するための資金調達は円滑ですか。

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(1) 法人格を取得していますか。	☐ 取得している ☐ 取得を考えている (具体的には) ☐ 株式会社 ☐ NPO法人 ☐ 社会福祉法人 ☐ 協同組合 ☐ 企業組合 ☐ 合同会社 ☐ ☐	どのようなメリットを求めてどのような法人格を取得しましたか。
	☐ 取得していない	
(2) 法人格を取得したメリットはありましたか。またこれから取得しようと考えている場合にはどのようなメリットがあると考えていますか。	☐ 社会的信用が高まる	法人格を取得するメリットとデメリットを理解できていますか。
	☐ 資金調達がしやすい	
	☐ 従業員を確保しやすい	
	☐ 取引上有利	
	☐ 寄付金・補助金を獲得しやすい	
	☐ 官庁の委託を受注しやすい	
	☐ 経営管理(労務・経理など)の体制をつくることのできる	
	☐	
	☐	

(項目5は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(3) 会計書類は作成していますか。	☐ 現金出納帳	経営を行う上で必要な会計処理を適切に行う必要があります。
	☐ 売掛・買掛台帳	
	☐ 損益計算書（資金収支計算書）	
	☐ 貸借対照表	
	☐ 固定資産台帳	
	☐ キャッシュフロー計算書	
	☐ 資金繰表	
	☐	
	☐	
(4) 現在のあなたの事業は期待した収益を確保出来ていますか	☐ 出来ている	現在の収益は今後事業を継続していく上で必要額に達していますか。
	☐ おおむね出来ている	
	☐ 出来ていない	
	☐ そもそも収益は考えていない	
	☐	
(5) 現在のあなたの事業の収入はどのような内訳になっていますか。	☐ 販売収入（利用収入）	社会貢献やボランティアのウェイトが高い場合と収益事業のウェイトが高い場合では収益内訳が異なります。
	☐ 補助金・助成金	
	☐ 運用益・利子収入	
	☐ 寄付金（物品含む）	
	☐ 会員会費	
	☐	
	☐	
	☐	

(項目 5 は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(6) 現在の収益が期待したほど確保できていない場合の原因はどのように考えていますか	☐ 顧客数（利用者数）が少ない	収益を確保できない原因を把握できていますか。それはコミュニティビジネスの特性からくるものですか。それとも経営上の課題からですか。
	☐ 事業特性上、低価格・低利益でしか提供できない	
	☐ 収益事業として柱となる事業がない	
	☐ 補助金がもらえない、一部しかもらえない	
	☐ 行政や関係機関からの援助や支援がない、不足している	
	☐ 人件費が高い	
	☐ 提供する商品・サービスに改善の余地が大きい	
	☐ 土地・建物などの管理費が高い	
	☐ PR 不足である	
	☐ 本人・従業員などの技術が不足している	
	☐ 既存の商品・サービスと変わりが無い（差別化できていない）	
	☐ 資格制度や法律上の制約がある、影響を受ける	
	☐ 提供できる地域が限定されている（販路がない）	
	☐ 事業が発展させている段階のため	
	☐ 法制度変更の影響のため	
	☐	
	☐	
	☐	
	☐	
	☐	
	☐	

(項目 5 は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(7) 現在の収益が期待したほど確保できていない場合にどのような方法で対処していこうと考えていますか。もしくは対処しましたか。	☐ チラシ・広告の配布	収益を確保できない原因に対してどのような対処を行っていますか（行う予定ですか）。その対処は長期的視点からのものですか、それとも短期的視点からのものですか。
	☐ 商品・サービスの改良	
	☐ 営業時間の拡大	
	☐ 提供エリアの拡大	
	☐ 補助金・助成金の獲得	
	☐ 人件費の削減	
	☐ 有力者の紹介	
	☐ 新商品・サービスの開発	
	☐ 地元密着度の強化	
	☐ インターネットの活用	
	☐ 価格の引下げ	
	☐ 商品の増量	
	☐ 営業活動の強化	
	☐ 同業者や関係者との関係強化	
	☐ コンサルタント等の外部人材の活用	
	☐ ボランティアの活用	
	☐ 新たな収益源の確保	
	☐ 行政等の支援機関の活用	
	☐	
	☐	
☐		
☐		
☐		

自己診断票(現在コミュニティビジネスに取り組んでいる方向け)

項目 1. あなたの事業にかける思いや情熱について

項 目	点数 (1 - 5)
(1) あなたの事業にかける思いや情熱は引き続き高いレベルですか？	
(2) あなたの事業にかける思いや情熱は他者を巻き込める魅力あるものですか？	
(3) あなたの事業にかける思いや情熱を他者に積極的に伝えようとしていますか？	
合 計	

社会貢献度の高いコミュニティビジネスではあなたの思いや情熱が説得力をもつものであれば多くの応援団を獲得できるはずです。商品の品質やサービスと同じようにあなたの事業の大きな力であると思います。あなたの自己診断はいかがでしたか。

- ☐ 自分の思いや情熱は高く、かつ多くの支援者を得ている。
- ☐ 自分の思いや情熱は高いが、他者へ分かってもらうことが重要。
- ☐ もう一度考え直した方が良いかもしれない。

項目 2. 事業の地域でのニーズや地域資源の把握について

項 目	点数 (1 - 5)
(1) 地域のニーズや課題をしっかりと認識できていますか？	
(2) 地域のニーズや課題を認識するために調査・研究を行っていますか？	
(3) 地域資源を把握し、活用していますか？	
合 計	

あなたの事業がたとえ素晴らしくとも地域のニーズに的確に応えられなければあなたの事業の目的を達することはできません。一般論ではなくその土地でのニーズを捉えている事業は地域にとって必要不可欠なものと言えるでしょう。またあなたの思いや目的を達するために必要なパートナーが意外と近くにいるかもしれません。一緒に連携することであなたの力はより強くなります。あなたの自己診断はいかがでしたか。

- ☐ しっかりとニーズを把握し、連携できるパートナーもいる。
- ☐ もう一度地域のニーズをしっかりと把握してもよいかもしれない。
- ☐ ニーズは把握できているので、連携も検討してみる。

項目 3：あなたの事業の経営について（その 1：「人材面」）

項 目	点数（1－5）
（1）働く（協力する）動機を把握していますか？	
（2）従業員満足について理解していますか？	
（3）必要な能力や人材を把握していますか？	
合 計	

どんな事業を行うにせよ結局のところ人材の良し悪しで結果が大きく異なります。経営者としてあなたが従業員の力や意欲をどれだけ引き出すことが出来るかが勝負の分かれ目でしょう。また事業の発展や環境変化によって必要となる能力も異なります。少し先のことも考えて今から検討する必要があります。

- ☐ 従業員の動機にあったモチベーションを高める方策を行っている。
- ☐ モチベーションは高いが、先のことまでは考えていない。
- ☐ 一緒にがんばるパートナーとは考えているがやりがいや動機までは考えていなかった。

項目 4：あなたの事業の経営について（その 2：「提供する商品・サービス」）

項 目	点数（1－5）
（1）商品・サービスに優位性がありますか？	
（2）優位性の根拠を理解していますか？	
（3）今後改善すべきポイントを把握していますか？	
合 計	

あなたが取り扱っている商品やサービスを顧客（利用者）が購入（利用）してくれるのには何らかの理由があります。顧客は喜んで購入してくれているのでしょうか。またより喜んでもらえるためにはどのような面を伸ばすべきですか。

- ☐ 商品・サービスは喜んで買って（使って）もらっている理由は分かっている。
- ☐ 商品・サービスは買ってもらう理由は分かるが喜んでとまでは思わない。
- ☐ 今後改善してより良いものを提供したいと思っている。

項目 5：あなたの事業の経営について（その 3：「収入・資金調達」）

項 目	点数（1－5）
（1）計算書類は整備されていますか？	
（2）収益性は確保されていますか	
（3）収益性向上策を検討していますか？	
合 計	

事業を持続・発展していこうとすれば資金面の充実は不可欠です。収益性についてはあなたのコミュニティビジネスの取り組み方により異なりますが、少なくとも持続させるだけの収益や資金が必要です。

- ☐ 経営に必要な会計は把握でき、収益についても考えている。
- ☐ 収益を重視する訳ではないが事業の継続に必要な資金は得ている。
- ☐ 収益面に不安があり今後重要な検討事項である。

【これからコミュニティビジネスを始めようとしている方向け】

- ・コミュニティビジネス自己診断チェックリスト
- ・自己診断票

コミュニティビジネス自己診断チェックリスト

(これからコミュニティビジネスを始めようとしている方向け)

このチェックリストは、これからコミュニティビジネスを始めようと考えている方がどのような点に留意すべきか、検討すべきかを提示することを目的としています。

はじめに

まずはあなたが予定している（法人）名称や事業内容等について教えて下さい。

※チェックリストを中小企業診断協会岡山県支部コミュニティビジネス研究会に郵送いただいたときに基礎データとして使用します。

1. あなたの法人名または個人事業名

2. 代表者名

3. 住所

4. 電話番号・FAX 番号
電話

FAX

5. 事業開始予定日（設立予定年月日）

6. あなたの考えている事業内容

7. 今回ご記入いただいた方（担当者）および記入年月日
ご記入いただいた方

記入年月日

○チェックリストの活用方法について

※これからチェックする前に必ずお読み下さい。

1. チェックリストはこれからコミュニティビジネスを始めるにあたり、チェックが必要と思われる5項目（思いや情熱、地域ニーズや地域資源、人材、提供する商品・サービス、収入・資金調達）を用意しています。

2. まず項目の着眼点を読んで、その後各項目にチェックして下さい。またチェック項目ごとも着眼点を記載していますので参考にして下さい。

3. チェック項目ごとにチェックしてみてください。チェック項目によっては複数にチェックできるものもありますので、そのときには複数項目にチェックして下さい。

4. チェック項目の中には空欄（□ ）のところがあります。記載している選択肢以外のものがありましたら空欄に内容を記載して下さい。

5. 項目およびチェック項目の選択肢はどの項目を選べば良い（たとえば「できている」「ある」といった項目が良い）ということはありません、つまり正解があるわけではありません。どのようなチェックが好ましいかはコミュニティビジネスの事業特性や地域特性などによって異なります。現状を素直にチェックしていただくことが良いと思われます。

6. チェックしていただいて現状を再確認して下さい。

7. チェック項目の中で今まで検討したことがない項目があった場合には、あなたやあなたの事業にとって必要かそうでないかを検討してみてください。

8. 全ての項目にチェックが終わりましたら、自己診断票であなたの起業の準備状況について自己採点をして下さい。採点用の項目に1点から5点までで記入してください。採点の基準はありませんので、各項目の着眼点を参考にしながら、あなたの事業の目的や理想から考えて採点して下さい。

項目1. あなたの事業にかける思いや情熱について

(この項目での着眼点)

コミュニティビジネスを行う上で最も根本的で、かつ重要なことは「思い」や「情熱」であると考えられます。あなたの「思い」や「情熱」は、あなた自身だけでなく、出来るだけ多くの人々が理解し、共感できるものであれば協力者や支援者も多くなるのではないのでしょうか。あなたの「思い」や「情熱」はあなた自身、そして周りを動かすものですか？

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(1) あなたの事業にかける思いや情熱について最も近いものはどれですか	☐ 事業開始までの期間一貫して持ち続けている	あなたの思いや情熱は引き続き高いレベルで維持できますか。
	☐ 事業に対する思いや情熱の意識に波がある（やる気が旺盛であったりそうでなかったり）	
	☐ 当初自分が持った思いや情熱を最近疑問に感じることがある	
	☐ 事業に対する思いや情熱は低下気みである	
(2) あなたが事業を始めるにあたり影響を受けた社会動向、社会動態、価値観がありますか	☐ ある(具体的に)	あなたの事業は社会動向や今日的な価値観に裏づけされたものですか。
	☐ ない	
(3) あなたが行おうとする事業内容はどのようなものですか	☐ まちづくり	あなたの行おうとする活動内容はどのような分野になりますか。
	☐ 農業	
	☐ 介護・高齢者福祉	
	☐ 子育て	
	☐ 障害者福祉	
	☐ 中間支援	
	☐ 環境	
	☐ I T	
	☐ 観光・交流	
	☐ 就労支援	
	☐ 食品加工	
	☐ 特産品	
☐		

(項目1は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(4) あなたと一緒に とりくんでいる人(従 業員やボランティア、 パートナーなど)はあ なたの思いや情熱を 理解くれそうですか。	☐ 全員理解・共感してくれそうだ	あなたの情熱や思いは独りよ がりのものではありません か。
	☐ 半分くらいの人理解・共感し てくれそうだ	
	☐ わからない	
(5) あなたは一緒に 取り組んでいる人(従 業員やボランティア、 パートナーなど)に思 いや情熱をどのよう に伝えていく予定で すか。	☐ 朝礼や会議で	あなたの情熱や思いをどのよ うに社内(職場内)で伝えて いきますか。繰り返し、分か りやすく伝えることが重要で す。
	☐ 事務所などに掲示	
	☐ 採用時の面接で	
	☐ 社内報で	
	☐ 経営理念やビジョンにより	
	☐	
	☐	
(6) あなたは自分の 思いや情熱を利用者 (顧客)、地域の関係 者などにどのような 手段で伝えていきま すか。	☐ 広報誌を発行	あなたの情熱や思いは明確に なっていますか。また他者に 伝えるための文章化、ビジュ アル化はできていますか。ま た伝えるための活動を行って いますか。
	☐ チラシ・パンフレットの配布	
	☐ ホームページを公開	
	☐ 地域の活動に参加・協賛	
	☐ 視察の受入れ、公共機関の取 材・ヒアリングなどへの協力	
	☐ 寄付・ボランティア活動	
	☐ 出張や窓口による説明、相談の 受付	
	☐ 事務所などへの事業内容の掲示	
	☐ 商工関係、NPO、ボランティ アなどの会合に参加	
	☐ 行政や関係機関へPRしている	
	☐ 広告	
	☐	
	☐	
	☐	
☐		

項目2. 事業の地域でのニーズや地域資源の把握について

(この項目での着眼点)

コミュニティビジネスは地域のニーズや地域の課題をビジネス手法を用いて解決することであると定義されます。あなたは事業を進める上で、ニーズや課題をどの程度認識していますか。またどのような手法で把握しましたか。

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(1) あなたは事業のニーズや地域の課題を把握出来ていますか。	☐ 出来ている	ニーズや課題をどこまで把握できていますか。
	☐ 概ね出来ている	
	☐ 不十分である	
	☐ 把握していない、出来ていない	
(2) 事業のサービス提供対象地域はどの範囲かを明確にしていますか。	☐ 明確にしている (対象地域) ☐ 小学校区 ☐ 中学校区 ☐ 市町村 ☐ 岡山県 ☐ 全国	提供するサービスに応じた提供範囲を決めていますか。
	☐ 明確にしていない	
(3) 事業が対象とする顧客(利用者)の年齢層を明確にしていますか。	☐ 0～10歳	あなたが提供する商品やサービスはどの年齢層において利用されるものですか。
	☐ 11～20歳	
	☐ 21～30歳	
	☐ 31～40歳	
	☐ 41～50歳	
	☐ 51～60歳	
	☐ 61～70歳	
	☐ 71～80歳	
☐ 81歳～		

(項目2は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(4) 事業が対象とする顧客(利用者)はどのような生活環境または価値観を持つ人たちですか。	☐ 子育て中のママ	あなたの提供する商品やサービスはどのような生活場面のニーズを満たすものですか。またどのような価値観をもった人たちを対象としていますか。
	☐ 障害者(児)	
	☐ 定年後のサラリーマン	
	☐ 健康面を重視する人	
	☐ サラリーマン・OL	
	☐ 富裕層	
	☐ デジタルデバイド	
	☐ 環境保全に熱心な人	
	☐ 観光客	
	☐ 核家族	
	☐ 社会貢献意欲の高い人	
	☐ 一人暮らし世帯	
	☐ 高齢者世帯	
	☐ 介護予防	
	☐ 共働き世帯	
	☐ 保守的・伝統的な人	
	☐ 移動手段がない	
	☐ 低所得者層	
	☐	
	☐	
☐		
☐		

(項目2は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(5) あなたは事業のニーズや地域の課題をどのように調査・分析していますか(しましたか)。また事業のニーズや地域の課題を把握するために他にどのような手段が考えられますか。	☐ アンケート調査	ニーズや課題を把握するためにどのような方法を実施しましたか。
	☐ 関係機関へのヒアリング	
	☐ 行政などの統計データ	
	☐ 利用者・顧客の声	
	☐ 自分自身および一緒に取り組んでいる人の経験や知識	
	☐ 同業者、先進事例	
	☐ 書籍	
	☐ 地域（コミュニティや団体など）の声・意見	
	☐ 社会動向、マスコミ	
☐ その他		
(6) あなたの事業を推進する上で活用できる地域資源を把握していますか。	☐ 把握できている	単独では困難な課題やニーズに対して連携していますか。
	☐ 把握できていない	
(7) 地域資源をどのような方法で把握していますか。	☐ 行政（C B 担当）	連携できるパートナーをどのように探していますか。
	☐ 商工会議所・商工会	
	☐ ボランティアセンター	
	☐ 同業者	
	☐ 地域組織	
	☐ ホームページ	
	☐ 団体での会合	
	☐ 仲間や知人からの紹介	
	☐	
☐		

項目3:あなたの事業の経営について(その1:「人材面」)

(この項目での着眼点)

ここからあなたの事業の経営についてチェックしていきます。「人材」「提供する商品・サービス」「収入・資金調達」の3つの視点から確認します。まずは「人材」についてです。おそらく小さな事業であっても何人かの人と事業を推進していると思います。一緒に事業を推進する「人材」は一緒になって力を発揮できていますか。また仕事に満足できそうですか。また人が成長できる組織となりそうですか。

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(1) あなたの事業で何人の協力者が必要ですか	☐ ひとり (あなたのみ)	あなたの事業ではどのくらい の人数が必要ですか。
	☐ 2～10人	
	☐ 11～20人	
	☐ 21人以上	
(2) ボランティアスタッフをどのくらい募集しますか	☐ 0人	あなたの事業を応援してくれる ボランティアスタッフがどれくらい いると思いますか。
	☐ 1～10人	
	☐ 11～20人	
	☐ 21人以上	
(3) あなたと今後一緒に取り組んでいる人々(従業員、ボランティア、パートナーなど。以下「従業員」といいます)が働く主な動機(働くきっかけ)はどのようなものだと思いますか。	☐ あなたの思いや情熱に共感して	金銭以外の動機づけが仕事の 成果に大きな影響を及ぼしま す。従業員が取り組む理由を 理解できていますか。
	☐ 収入(副収入)のため	
	☐ ボランティアとして	
	☐ あなたの知り合いだから	
	☐ あなたの身内だから	
	☐ 技術や技能の習得のため	
	☐ 主に定年後の社会貢献として	
	☐ 事業分野に興味があるため	
	☐ 学生等の社会経験のため	
	☐	
☐		
☐		
☐ どのような動機なのかを知らない、わからない		

(項目3は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(4) 従業員を満足させるためにはどのような要因が必要だと考えていますか。	☐ 業績を向上させる	従業員満足を高めるうえで不足していることを把握できていますか。不足する理由は従業員にとって納得できるものですか。
	☐ 事業実績を増やす	
	☐ 従業者が技術や技能を取得できる機会をつくる	
	☐ 利用者（顧客）との接点を増やす	
	☐ 地域のニーズや問題解決をどのくらい達成できているかの実感を示す	
	☐ マスコミ等で紹介される	
	☐ 地域で多くの人知っている事業になる	
	☐	
(5) あなたの事業を推進する上でどのような人材が不足すると考えられますか。	☐ 経理・会計・税務ができる人	事業を進め、ニーズを充足する上で必要となる人材を把握できていますか。
	☐ 事業に必要な有資格者	
	☐ 法律に詳しい人	
	☐ 経営に詳しい人	
	☐ 販売・営業ができる人	
	☐ 広告・広報ができる人	
	☐ 地域の現状に詳しい人	
	☐ 専門技術に詳しい人	
	☐ 作業・ボランティアスタッフ	
	☐	
☐		

(項目 3 は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(6) 人材（質および量）が不足している場合、もしくは人材を増やす場合にはどのような手段を考えていますか。	☐ ボランティアを募集する	不足する人材を獲得するための方策はとられていますか。
	☐ 外部の専門家に依頼する	
	☐ 内部（社内）の人材を育成する	
	☐ 新規に採用する	
	☐ 行政や支援機関に相談する	
	☐ 身内や友人に協力してもらう	
	☐	
	☐	
(7) あなたや従業員は、事業の継続・発展に必要な知識、技術、技能をどのように取得していますか	☐ 書籍・専門誌・雑誌	従業員満足を高め、また事業や人材のレベルアップを図るうえで人材育成（教育）は不可欠です。
	☐ ホームページでの情報収集	
	☐ コンサルタントなどの専門家の活用	
	☐ パンフレット・リーフレット	
	☐ 同業者や団体での会合への参加	
	☐ セミナー・講演会への参加	
	☐ 商工会・商工会議所での相談・指導の活用	
	☐ 市役所・町村役場・関係機関の制度・施策の活用	
	☐ 内部（職場）での研究会・勉強会の開催	
	☐ 異業種交流会への参加	
	☐ 専門学校・技能取得のための支援機関の活用	
	☐	
☐		

項目4:あなたの事業の経営について(その2:「提供する商品・サービス」)

(この項目での着眼点)

対象とする地域に、ニーズに合致した商品・サービスを提供することが事業を成功させ、また地域の課題を解決するためには不可欠です。

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(1) あなたが提供する商品やサービスの強み(顧客・利用者が購入する理由)はどのようなものだと考えられますか。	☐ 地域にあなたのところしか供給していない。	提供する商品やサービスが選ばれる理由を把握していますか。
	☐ 低価格である	
	☐ 品質が高い (おいしい、きれいなど)	
	☐ 立地が良い	
	☐ 広く知られている	
	☐ 地元での人間関係がある	
	☐ 珍しい	
	☐ 特定対象者に特化している	
	☐ 行政等の支援がある	
	☐ 流通経路が多様である	
	☐ 高齢者や障害者を雇用している	
	☐	
	☐	
(2) あなたの事業が強みをもつことができる理由はどのような要因からだと思えますか。	☐ ボランティアが多い	選ばれる商品やサービスを提供できるため体制や環境が整備されていますか。
	☐ 地域のニーズに合致している	
	☐ 地域に一つもしくは少数のサービスである	
	☐ 知り合いなどの紹介が多い	
	☐ 地域住民が必要だと感じている	
	☐ 専門家などの協力者が多い	
	☐	
	☐	
	☐	

(項目4は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(3) 提供する商品やサービスで今後改善するポイントはどのような面ですか	☐ 品質の向上	絶えずレベルアップするためにどのような改善策が必要ですか。
	☐ 価格設定	
	☐ 広告・P Rの強化	
	☐ 対象ニーズの絞込み	
	☐ 販売や提供地域の広域化	
	☐ 営業先の拡大、強化	
	☐	
	☐	
	☐	

項目5:あなたの事業の経営について(その3:「収入・資金調達」)

(この項目での着眼点)

コミュニティビジネスは、ボランティアや地域活動とは違い、収益や資金調達が欠かせません。あなたの事業は事業を継続、発展させるだけの収益を生んでいますか。また事業を運営するための資金調達は円滑ですか。

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(1) 法人格取得を考えていますか。	☐ 取得している ☐ 取得を考えている (具体的には) ☐ 株式会社 ☐ NPO法人 ☐ 社会福祉法人 ☐ 協同組合 ☐ 企業組合 ☐ 合同会社 ☐ ☐	法人格取得にあたってあなたの事業や考え方にもっともふさわしいものはどれですか。
	☐ 取得してない	
(2) 現在取得した、これから取得しようと考えている場合にはどのようなメリットがあると考えていますか。	☐ 社会的信用が高まる	法人格を取得するメリットとデメリットを理解できていますか。
	☐ 資金調達がしやすい	
	☐ 従業員を確保しやすい	
	☐ 取引上有利	
	☐ 寄付金・補助金を獲得しやすい	
	☐ 官庁の委託を受注しやすい	
	☐ 経営管理(労務・経理など)の体制をつくることのできる	
	☐	
	☐	

(項目5は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(3) 事業計画（ビジネスプラン）を作成していますか。	☐ 作成している	もし作成していないなら作成を検討してください。また専門家などのチェックも検討して下さい。
	☐ 近々に作成する予定	
	☐ 作成してする予定はない	
(4) 会計書類は作成していますか。	☐ 現金出納帳	経営を行う上で必要な会計処理を適切に行う必要があります。
	☐ 売掛・買掛台帳	
	☐ 損益計算書（資金収支計算書）	
	☐ 貸借対照表	
	☐ 固定資産台帳	
	☐ キャッシュフロー計算書	
	☐ 資金繰表	
	☐	
	☐	
(5) 現在のあなたの事業は期待した収益をどの程度の期間で確保出来ると考えていますか。	☐ すぐにできると思う	収支計画でどれくらいの期間での黒字化を考えていますか。
	☐ 3ヶ月くらいでできると思う	
	☐ 半年くらいでできると思う	
	☐ 1年くらいでできると思う	
	☐ わからない	
	☐ そもそも収益は考えていない	
	☐	
	☐	
	☐	

(項目5は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(6) 収益が確保できると考える根拠はなんですか。	☐ 既にある程度の固定客がいる。	収益を確保できる理由の裏づけがありますか。独りよがりであったり、楽観的すぎるものではありませんか。自分だけでなく、何人かで話し合っ て考えてみてはいかがでしょうか。
	☐ 行政から委託事業を受ける可能性がある（高い）	
	☐ 他にない商品・サービスを提供できる	
	☐ パートナーがほとんどボランティアである	
	☐ 補助金・助成金を獲得できる可能性がある（高い）	
	☐ 制度的・法的にみてある程度収支予測が可能である	
	☐ 地域に不足している商品・サービスである	
	☐ 土地・建物などの管理費が自己所有である	
	☐ 行政や地域からの要望により事業を開始している	
	☐ 親企業（団体）もしくは発注してくれる母体がある	
	☐ 社会的に見て成長性が高い、注目されている領域である	
	☐ 商品、備品など安価で提供してくれる	
	☐ 商品・サービス提供できるのは地域に自社（自組織）一つしかない	
	☐ 他の事業者に比べ安価で顧客に提供できる	
	☐ 地元有力者の支援を得られる	
	☐ 自分やパートナーの特技を活かせる	
	☐	
	☐	
	☐	
	☐	

(項目 5 は次ページに続きます)

チェック項目	該当する□にチェック	着眼項目
(7) あなたの事業の収入はどのような内訳になると考えていますか。	☐ 販売収入（利用収入）	社会貢献やボランティアのウェイトが高い場合と収益事業のウェイトが高い場合では収益内訳が異なります。
	☐ 補助金・助成金	
	☐ 運用益・利子収入	
	☐ 寄付金（物品含む）	
	☐ 会員会費	
	☐	
	☐	
	☐	
(8) 事業を立ち上げ、運営するための資金調達先をどのように考えていますか。	☐ 自己資本	必要な資金は円滑に調達できますか。
	☐ 家族・親戚・友人からの借入	
	☐ 家族・親戚・友人からの出資	
	☐ 金融機関からの借入	
	☐	
	☐	
	☐	

自己診断票(これからコミュニティビジネスを始めようとしている方向け)

項目 1. あなたの事業にかける思いや情熱について

項 目	点数 (1 - 5)
(1) あなたの事業にかける思いや情熱は高いレベルですか？	
(2) あなたの事業にかける思いや情熱は他者を巻き込める魅力あるものですか？	
(3) あなたの事業にかける思いや情熱を他者に積極的に伝えようとしていますか？	
合 計	

社会貢献度の高いコミュニティビジネスではあなたの思いや情熱が説得力をもつものであれば多くの応援団を獲得できるはずです。商品の品質やサービスと同じようにあなたの事業の大きな力であると思います。あなたの自己診断はいかがでしたか。

- ☐ 自分の思いや情熱は高く、かつ多くの支援者を得ている。
- ☐ 自分の思いや情熱は高いが、他者へ分かってもらうことが重要。
- ☐ もう一度考え直した方が良いかもしれない。

項目 2. 事業の地域でのニーズや地域資源の把握について

項 目	点数 (1 - 5)
(1) 地域のニーズや課題をしっかりと認識できていますか？	
(2) 地域のニーズや課題を認識するために調査・研究を行っていますか？	
(3) 地域資源を把握し、活用していますか？	
合 計	

あなたの事業がたとえ素晴らしくとも地域のニーズに的確に応えられなければあなたの事業の目的を達することはできません。一般論ではなくその土地でのニーズを捉えている事業は地域にとって必要不可欠なものと言えるでしょう。またあなたの思いや目的を達するために必要なパートナーが意外と近くにいるかもしれません。一緒に連携することであなたの力はより強くなります。あなたの自己診断はいかがでしたか。

- ☐ しっかりとニーズを把握し、連携できるパートナーもいる。
- ☐ もう一度地域のニーズをしっかりと把握してもよいかもしれない。
- ☐ ニーズは把握できているので、連携も検討してみる。

項目 3：あなたの事業の経営について（その 1：「人材面」）

項 目	点数（1－5）
（1）働く（協力する）動機を把握していますか？	
（2）必要な能力や人材を把握していますか？	
（3）人材育成の必要性を認識していますか？	
合 計	

どんな事業を行うにせよ結局のところ人材の良し悪しで結果が大きく異なります。経営者としてあなたが従業員の力や意欲をどれだけ引き出すことが出来るかが勝負の分かれ目でしょう。また事業の発展や環境変化によって必要となる能力も異なります。少し先のことも考えて今から検討する必要があります。

- ☐ 従業員の動機にあったモチベーションを高める方策を把握している。
☐ モチベーションは高いが、先のことまでは考えていない。
☐ 一緒にがんばるパートナーとは考えているがやりがいや動機までは考えていなかった。

項目 4：あなたの事業の経営について（その 2：「提供する商品・サービス」）

項 目	点数（1－5）
（1）商品・サービスに優位性があると考えていますか？	
（2）優位性の根拠を理解していますか？	
（3）今後改善すべきポイントを把握していますか？	
合 計	

あなたが取り扱っている商品やサービスを顧客（利用者）が購入（利用）してくれるのには何らかの理由があります。顧客は喜んで購入してくれるのでしょうか。またより喜んでもらえるためにはどのような面を伸ばすべきですか。

- ☐ 商品・サービスは喜んで買って（使って）もらっている理由は分かっている。
☐ 商品・サービスは買ってもらう理由は分かるが喜んでとまでは思わない。
☐ 今後改善してより良いものを提供したいと思っている。

項目5：あなたの事業の経営について（その3：「収入・資金調達」）

項 目	点数（1－5）
（1）法人格取得のメリットを理解していますか？	
（2）事業計画はちゃんと立案できていますか？	
（3）収益確保の根拠は第三者が見ても妥当ですか？	
合 計	

事業を持続・発展していこうとすれば資金面の充実は不可欠です。収益性についてはあなたのコミュニティビジネスの取り組み方により異なりますが、少なくとも持続させるだけの収益や資金が必要です。

- ☐客観的な視点で事業計画を作成し、収益面の確保を想定している。
- ☐収益を重視する訳ではないが事業の継続に必要な資金調達は考えている。
- ☐収益面に不安があり重要な検討事項である。

第6章 コミュニティビジネス支援機関、支援制度

1. 支援機関

(1) 創業・経営相談、アドバイスについて

創業に関する相談	(独) 雇用・能力開発機構岡山センター 〒700-0951 岡山市田中580 TEL : 086-241-0067 FAX : 086-241-0902 http://www.ehdo.go.jp/okayama
事業化・経営アドバイス	(財) 岡山県産業振興財団 岡山県中小企業支援センター 〒701-1221 岡山市芳賀5301 テクノサポート岡山内 TEL : 086-286-9626 FAX : 086-286-9627 http://www.optic.or.jp/zaidan/s-center/
	岡山県商工会連合会 〒700-0817 岡山市弓之町4-19-401 TEL : 086-224-4341 FAX : 086-222-1672 http://www.okasci.or.jp/
	岡山商工会議所 シニアアドバイザーセンター 〒700-8556 岡山市厚生町3-1-15 TEL : 086-232-2266 FAX : 086-232-5269
	倉敷商工会議所 シニアアドバイザーセンター 〒710-8585 倉敷市白楽町249-5 倉敷商工会議所内 TEL : 086-424-2111 FAX : 086-426-6911
	津山商工会議所 シニアアドバイザーセンター 〒708-0022 津山市山下30-9 津山商工会議所内 TEL : 0868-22-3141 FAX : 0868-23-5356
中小企業組織化、企業組合の設立に関する相談	岡山県中小企業団体中央会 〒700-0817 岡山市弓之町4-19-202 TEL : 086-224-2245 FAX : 086-232-4145 http://www.optic.or.jp/chuokai/
女性起業家応援セミナー開催	岡山県男女共同参画 推進センター 〒700-0821 岡山市中山下1-8-45 NTTクレド岡山ビル17F TEL : 086-235-3307 FAX : 086-235-3306 http://www.pref.okayama.jp/seikatsu/danjo/
起業家・新事業創出支援 事務所スペースの貸し出し	ビジネス・インキュベーター岡山 (BIO) 〒700-0927 岡山市西古松2-26-22 BIOプラザ TEL : 086-805-7739 FAX : 086-805-7738 http://www.bio.gr.jp/
農業分野の事業化アドバイス	岡山農業改良普及センター 〒700-8604 岡山市弓之町6-1 TEL : 086-233-9848 FAX : 086-224-1187 http://www.pref.okayama.jp/okayama/nogyo/nogyo.htm
	東備農業改良普及センター 〒709-0942 和気郡和気町和気487-2 TEL : 0869-93-1111 FAX : 0869-92-0524 http://www.pref.okayama.jp/tobi/noukai/index.html
	倉敷農業改良普及センター 〒710-8530 倉敷市羽島1083 TEL : 086-425-2111 FAX : 086-421-8253 http://www.pref.okayama.jp/kurashiki/nokai/index.htm
	井笠農業改良普及センター 〒714-8502 笠岡市六番町2-5 TEL : 0865-63-5252 FAX : 0865-63-6345 http://www.pref.okayama.jp/ikasa/fukyucenter/index.htm

農業分野の事業化アドバイス	高梁農業改良普及センター 〒716-8585 高梁市落合町近似286-1 TEL : 0866-21-2849 FAX : 0866-22-4059 http://www.pref.okayama.jp/takahashi/14nogyokai/top.htm#14
	新見農業改良普及センター 〒718-8550 新見市高尾2400 TEL : 0867-72-1177 FAX : 0867-72-0495 http://www.pref.okayama.jp/ashin/fukyu/index.htm
	真庭農業改良普及センター 〒717-8501 真庭市勝山591 TEL : 0867-44-3111 FAX : 0867-44-4046 http://www.pref.okayama.jp/maniwa/fukyu/fukyu.htm
	津山農業改良普及センター 〒708-8506 津山市山下53 TEL : 0868-23-2311 FAX : 0868-23-5962 http://www.pref.okayama.jp/tsuyama/gyoumu/center/center_top.html
	勝英農業改良普及センター 〒707-8585 美作市入田291-2 TEL : 0868-72-0911 FAX : 0868-72-6509 http://www.pref.okayama.jp/shoei/gaiyo/hukyu/hukyu.htm

(2) NPO・市民活動について

ボランティア・NPO 活動相談	(社) 岡山県社会福祉協議会 岡山県ボランティア・市民活動センター 〒700-0807 岡山市南方2丁目13-1 岡山県総合福祉・ボランティア・NPO会館（きらめきプラザ）内 TEL : 086-226-3551 FAX : 086-225-6602 http://www.fukushiokayama.or.jp/vola/
ボランティア・NPO 活動相談 会議室、メールボックス等提供	岡山県ボランティア・NPO 活動支援センター（通称ゆうあいセンター） 〒700-0807 岡山市南方2丁目13-1 岡山県総合福祉・ボランティア・NPO会館2階 TEL : 086-231-0532 FAX : 086-231-0541 http://www.youi-c.com/
NPO 活動相談	岡山 NPO センター 〒700-0821 岡山市中山下1-5-25 TEL : 086-223-1509 FAX : 086-225-1806 http://www.fukushiokayama.or.jp/okayamaken/npo/npo/
快適安心まちづくりに関する 情報提供、交流、情報発信、 人材登録・派遣等	まちづくり推進機構（うぶすな岡山） 〒700-0822 岡山市表町1-4-64-301 TEL : 086-803-3361 FAX : 086-803-3362 http://www.ubusuna.jp/

(3) 金融機関について

資金に関する相談	岡山県信用保証協会 〒700-8732 岡山市野田2-12-23 TEL : 086-243-1121 http://ww1.tiki.ne.jp/~okayamasinpo/
	国民生活金融公庫 岡山支店 〒700-8691 岡山市田町1-11-13 TEL : 086-225-0011
	国民生活金融公庫 倉敷支店 〒710-0055 倉敷市阿知2-9-10 TEL : 086-425-8401

資金に関する相談	国民生活金融公庫 津山支店 〒708-0022 津山市山下18-1 TEL : 0868-22-6135
	国民生活金融公庫 福山支店 〒720-0814 福山市光南町2-2-7 TEL : 084-922-6550
	中国労働金庫 岡山県営業本部 〒700-0086 岡山市津島西坂1-4-18 TEL : 086-254-2611 FAX : 086-254-8174
	中小企業金融公庫 岡山支店 〒700-0826 岡山市磨屋町3-10 住友生命岡山ニューシティビル6F TEL : 086-222-7666

(4) 人材について

求人情報・企業情報提供サイトへの登録（無料）	(独)雇用・能力開発機構 岡山センター 〒700-0821 岡山市中山下1-8-45 NTTクレド岡山ビル18F TEL : 086-231-3671 FAX : 086-231-3963 http://www.ehdo.go.jp/okayama/
管理職、技術職、専門職の雇用に関する相談	岡山人材銀行 〒700-0901 岡山市本町6-36 第1セントラルビル7F ハローワークプラザ岡市内 TEL : 086-222-2900 FAX : 086-231-2847
津山地域での管理職、技術職、専門職の雇用に関する相談	津山人材開発銀行 〒708-0023 津山市大手町4-2 津山第一生命ビル1F TEL : 0868-23-0810 FAX : 0868-25-8609
人材の紹介	岡山公共職業安定所 〒700-0971 岡山市野田1-1-20 TEL : 086-241-3222 FAX : 086-243-9255
	西大寺公共職業安定所 〒704-8103 岡山市河本町325-4 TEL : 086-942-3212 FAX : 086-942-7580
	玉野公共職業安定所 〒706-0002 玉野市築港2-23-12 TEL : 0863-31-1555 FAX : 0863-32-4625
	倉敷中央公共職業安定所 〒710-0834 倉敷市笹沖1378-1 TEL : 086-424-3333 FAX : 086-427-1060
	児島公共職業安定所 〒711-0912 倉敷市児島小川町3672-16 TEL : 086-473-2411 FAX : 086-474-6029
	和気公共職業安定所 〒709-0451 和気郡和気町和気481-10 TEL : 0869-93-1191 FAX : 0869-92-0069
	高梁公共職業安定所 〒716-0047 高梁市段町1004-13 TEL : 0866-22-2291 FAX : 0866-22-0474
	笠岡公共職業安定所 〒714-0081 笠岡市笠岡5891 TEL : 0865-62-2147 FAX : 0865-63-5409
	玉島公共職業安定所 〒710-0252 倉敷市玉島爪崎345-3 TEL : 086-522-8609 FAX : 086-522-8319
	津山公共職業安定所 〒708-8609 津山市山下9-6 TEL : 0868-22-8341 FAX : 0868-25-0264

人材の紹介	津山公共職業安定所 美作出張所 〒707-0041 美作市林野67-2 TEL：0868-72-1351 FAX：0868-72-6559
パートの求人	ハローワークプラザ岡山 就職サポートコーナー(岡山パートバンク) 〒700-0901 岡山市本町6-36 第1セントラルビル7F ハローワークプラザ岡山内 TEL：086-222-2900 FAX：086-231-2847
	倉敷パートバンク 〒710-0055 倉敷市阿知1-7-2-505 くらしきシティプラザ西ビル5F TEL：086-421-7411 FAX：086-421-7433
	津山パートサテライト 〒708-0023 津山市大手町4-2 津山第一生命ビル1F TEL：0868-23-0810 FAX：0868-25-8609

2. 支援制度

(1) 補助金、助成金について

地域創業助成金	
対象	地域貢献事業を行う法人を設立又は個人事業を開業し、65歳未満の非自発的離職者を1人以上含む2人以上の常用労働者及び短時間労働者を雇用した場合
内容	新規創業に係る経費の1/3（上限150～500万）、 雇入れ労働者1人当たり最大30万円（短時間労働者の場合15万円）を支給 ※地域貢献事業とは、次の(1)～(10)に該当するサービス10分野と地域が選択する重点分野が該当します。 (1)個人・家庭向けサービス、(2)社会人向け教育サービス、(3)企業・団体向けサービス、(4)住宅関連サービス、(5)子育てサービス、(6)高齢者ケアサービス、(7)医療サービス、(8)リーガルサービス、(9)環境サービス、(10)地方公共団体からのアウトソーシング
取扱機関	(社)岡山県雇用開発協会（TEL 086-233-2667）
受給資格者創業支援助成金	
対象	雇用保険の受給資格者が自ら事業を開始し、事業開始後1年以内に雇用保険の適用事業主となった場合
内容	事業開始の日以降3か月以内に支払った新規創業に係る経費の1/3（上限200万円）を助成
取扱機関	各公共職業安定所（TEL 支援機関一覧参照）
高齢者等共同就業機会創出助成金	
対象	3人以上の高齢者（45歳以上）の出資により設立された法人の事業主であって、高齢者等（45歳以上）を1人以上継続して雇用する労働者として雇い入れた事業主
内容	設立登記の日以降6か月以内に支払った新規創業に係る経費の2/3（上限500万円）を助成
取扱機関	(社)岡山県雇用開発協会（TEL 086-233-2667）
中小企業基盤人材確保助成金	
対象	創業のために経営基盤の強化となる労働者を雇い入れる場合
内容	経営基盤の強化となる人材の雇入れに係る賃金を一部助成、また基盤人材の雇入れに伴い、一般労働者を雇い入れた場合も、一般労働者について賃金の一部を助成
	【基盤人材】 1人あたり1年間で140万円（1企業あたり5人を上限）
	【一般労働者】 1人あたり1年間で30万円（基盤人材と同数まで）
取扱機関	(独)雇用・能力開発機構岡山センター（TEL 086-231-3683）
介護基盤人材確保助成金	
対象	介護分野で新たなサービスの提供を行おうとする事業主が、雇用管理の改善及び介護従事者の教育において中核的な役割を担う特定労働者（社会福祉士、介護福祉士、訪問介護員（1級）、医師、看護師又は准看護師の資格を有し、1年以上の実務経験を有する者）を雇い入れる場合
内容	特定労働者の雇入れに係る賃金を一部助成、また特定労働者の雇入れに伴い、一般労働者を雇い入れた場合も、一般労働者についての賃金の一部を助成
	【特定労働者】 1人あたり6ヶ月で70万円（1企業あたり3人を上限）
取扱機関	(財)介護労働安定センター岡山支部（TEL 086-221-4565）

介護雇用管理助成金	
対象	介護分野の新サービスの提供等に伴い雇用管理改善を行う事業主
内容	雇用管理改善事業(採用に関するもの、人的管理に関するもの、コンサルタントへの委託に関するもの、健康診断に関するもの)と教育訓練に要する経費の1/2を助成(100万円を限度)
取扱機関	(財)介護労働安定センター岡山支部 (TEL 086-221-4565)
企業・市民等連携環境配慮活動活性化モデル事業 (コミュニティ・ビジネスモデル事業)	
対象	地域における企業、市民等が連携した先進的な「環境コミュニティ・ビジネス」を実施する企業や企業グループ、市民活動団体など
内容	概ね100万円程度から400万円程度の事業委託費により活動の展開を支援
取扱機関	中国経済産業局 資源エネルギー環境部 環境・リサイクル課 (TEL 082-224-5676)
商店街コミュニティ施設活用事業	
対象	商店街の空き店舗を活用して商店街振興組合、社会福祉法人、NPO法人等が保育サービス施設や高齢者交流施設等のコミュニティ施設を設置・運営する場合
内容	改装費や家賃補助等について最長3年間補助
取扱機関	中国経済産業局産業部、岡山県産業労働部経営支援課 (TEL 086-226-7353)
中国ろうきん NPO 助成金制度	
対象	既に特定非営利法人の認証を受けた団体、もしくは申請中及び申請準備中の団体
内容	審査により選考し、NPO法人立ち上げ時に必要な諸経費等1団体20万円を限度に助成
取扱機関	中国労働金庫 岡山県営業本部 (TEL 086-254-2611)
専門家派遣事業	
対象	中小企業診断士、税理士等民間の専門家の診断・助言を受けようとする方
内容	事業化に必要な専門化の診断・助言に要する経費支援
取扱機関	(財)岡山県産業振興財団 経営支援部(岡山県中小企業支援センター) (TEL 086-286-9626)
新商人育成支援事業	
対象	商店街組合等
内容	商店街の空き店舗に新規創業者等が出店するときの店舗改装費、設備費、広告宣伝費及び家賃(12か月分)補助
取扱機関	岡山県産業労働部経営支援課 (TEL 086-226-7353)
就業奨励金支給事業	
対象	新たに県内で農林漁業に従事する者で、将来にわたり専業として農林漁業経営を続けていく意志と条件を有する年齢39歳以下の者
内容	後継ぎ型(経営主の経営を継続し、発展・充実するタイプ)10万円 経営分離独立型(経営主と経営基盤を分離して新たに経営を開始するタイプ)10万円 新規参入型(新規に経営を開始するタイプ)30万円
取扱機関	各農業改良普及センター (TEL 支援機関一覧参照)

(2) 融資・保証について

創業支援資金（新事業創出資金）	
対象	新事業創出促進法第2条第2項に掲げる創業者
内容	創業等に必要の建物、設備の取得資金及び運転資金の融資
取扱機関	岡山県産業労働部経営支援課（TEL 086-226-7361）、岡山県信用保証協会業務部
小規模企業設備資金貸付制度	
対象	原則として従業員数20人以下の小規模事業者（創業前1か月（会社設立の場合は2か月）以内の方を含む）
内容	創業者の事業を行なうために必要となる設備等 貸付限度額 4千万円、保証人要、償還期間 7年以内
取扱機関	(財)全国中小企業設備貸与機関協会、 (財)岡山県産業振興財団 資金助成部（TEL 086-286-9697）
新創業融資制度	
対象	雇用創出を伴う事業または技術やサービス等に工夫を加え、多様なニーズに対応する事業を始められる方等（開業資金の1/2以上の自己資金を確認することが必要）
内容	貸付限度 750万円、無担保・無保証人、貸付期間 運転資金5年・設備資金7年以内
取扱機関	国民生活金融公庫各支店（TEL 支援機関一覧参照）、 各商工会、各商工会議所、岡山県商工会連合会、(財)岡山県産業振興財団 経営支援部（岡山県中小企業支援センター）
ろうきんNPO事業サポートローン	
対象	原則法人格取得後3年以上活動しているNPO法人
内容	融資額 無担保500万円・有担保3,000万円、 融資期間 運転資金1年・設備資金5年等、保証人要
取扱機関	中国労働金庫 岡山県営業本部（TEL 086-254-2611）
女性起業家、高齢者起業家支援資金	
対象	女性又は高齢者（55歳以上）であって、新規開業して概ね5年以内の方
内容	設備資金及び運転資金 貸付限度額 ○中小公庫 設備資金 7億2千万円、うち運転資金 2億5千万円 ○国民公庫 設備資金 7千2百万円、うち運転資金 4千8百万円 原則として担保要・保証人要、貸付期間 設備資金15年以内・運転資金7年以内
取扱機関	中小企業金融公庫 岡山支店（TEL 086-222-7666）、 国民生活金融公庫 各支店（TEL 支援機関一覧参照）
新規開業支援資金	
対象	新たに事業を始められる方または新規開業して概ね5年以内の方で、一定の要件を満たす方
内容	設備資金及び運転資金 貸付限度額 7,200万円（うち運転資金4,800万円） 貸付期間 設備資金15年以内・運転資金7年以内
取扱機関	国民生活金融公庫 各支店（TEL 支援機関一覧参照）
新事業創出促進法（個人の創業支援）による信用保証	
対象	事業を行っていない個人（1か月以内に新たに事業を開始する具体的な計画を有する個人または2か月以内に新たに会社を設立し、事業を開始する具体的な計画を有する個人）等
内容	開業及び開業後に必要な設備・運転資金 保証限度額 1,500万円（創業前は自己資金と同額の範囲内） 信用保証料 保証額、保証期間に応じて一定の信用保証料が必要 担保不要・保証人不要
取扱機関	岡山県信用保証協会（TEL 086-243-1121）

(3) 事業化支援について

あぐり・夢づくり事業	
対象	市町村、農林水産団体、異業種との交流を進めるグループまたは生産者等
内容	専門家派遣、新商品開発や販路拡大等に関する補助
取扱機関	岡山県農林水産部農政企画課（TEL 086-226-7408）、 県民局、各農業改良普及センター、市町村
中山間地”協働”モデル事業	
対象	民間団体、グループ
内容	公募方式により中山間地域の活性化に資するソフト事業を委託して実施する。
取扱機関	岡山県企画振興部地域振興課（TEL 086-226-7267）

(4) 相談・アドバイスについて

新規・成長分野企業等支援アドバイザーによる相談	
対象	新規・成長分野企業等支援アドバイザーによる相談
内容	社会保険労務士、中小企業診断士など専門家による無料相談
取扱機関	（独）雇用・能力開発機構岡山センター（TEL 086-231-3671）
岡山県中小企業支援センターにおける相談	
対象	創業を目指す方
内容	経営や技術の専門家、経験豊富でノウハウを持っている退職経営者による相談
取扱機関	（財）岡山県産業振興財団 経営支援部（岡山県中小企業支援センター） （TEL 086-286-9626）
地域中小企業支援センターにおける相談	
対象	創業を目指す方
内容	創業にあたっての課題について、企業経営の経験豊かなコーディネーターによる相談
取扱機関	各地域中小企業支援センター（TEL 支援機関一覧参照）
商工会・商工会議所等の行う経営改善普及事業	
対象	主として小規模事業者
内容	商工会・商工会議所等の経営指導員による経営に関する相談及び指導
取扱機関	岡山県商工会連合会（TEL 086-224-4341） 岡山商工会議所連合会（TEL 086-232-2255）
おかやまボランティア・NPO 活動支援センター（通称：ゆうあいプラザ）における相談	
対象	NPO、これから活動したいという方
内容	NPO に関する相談
取扱機関	（社）岡山県社会福祉協議会 岡山県ボランティア・市民活動支援センター （TEL 086-226-3551）
就農アドバイザー活動事業	
対象	就農を希望する青年等又は就農初期の青年等（就農後3年まで）
内容	市町村の区域を基本単位とし、地域ぐるみで就農を支援する体制づくりを推進するため、地域における信望が厚く、地域の事情・慣習等に精通している方で農業経営や栽培技術、コミュニティ活動等に一定の知識、技能、経験を有する方に「就農アドバイザー」になっていただいています。農業関係だけでなく、地域社会、生活面での具体的な相談に乗っていただけます。
取扱機関	各農業改良普及センター（TEL 支援機関一覧参照）
まちづくり情報ステーション	
対象	県内各地のまちづくり活動
内容	快適安心まちづくりに関する情報提供、交流、情報発信、人材登録・派遣等
取扱機関	まちづくり推進機構（うぶすな岡山）（TEL 086-803-3361）

第7章 チェックリスト・自己診断票の事前送付結果

本報告書を報告するにあたりチェックリスト・自己診断票を事前送付し、創業予定者3名およびコミュニティビジネス事業者1事業者から回答を得ることができました。今後、項目や着眼点等改善すべき点も多くありますが、現行においてもツールとして活用できるように思われます。以下回答結果について記述します。

1. チェックリスト・自己診断票の事前回答結果

全般的に経営上の課題発見に役立ったようです。チェックリストから得られたことが多かったと思われる方や現状の確認に役立ったとコメントがありました。特に創業予定者の方にとっては活用できるツールとなっていました。一方コミュニティビジネス事業者のうち先進的と思われる事業者にとっては少々物足りない印象を持たれたかもしれません。自己診断票についても上記の傾向と変わりありません。

【参考】自己診断票の結果（創業予定者3名）

項目1. あなたの事業にける思いや情熱について

項 目	点数（1－5）		
	Aさん	Bさん	Cさん
（1）あなたの事業にける思いや情熱は高いレベルですか？	5	4	5
（2）あなたの事業にける思いや情熱は他者を巻き込める魅力あるものですか？	5	3	3
（3）あなたの事業にける思いや情熱を他者に積極的に伝えようとしていますか？	3	4	1
合 計	13	11	9

今回ご協力いただいた方3名は同じ創業予定者であるものの、予定している事業は異なります。項目1では共通して思いや情熱は高いものの、他者を巻き込む魅力あるものかについては検討の余地があるという結果となっています。特にCさんにとっては大きな気づきを得る結果となったと考えられます。

項目2. 事業の地域でのニーズや地域資源の把握について

項 目	点数（1－5）		
	Aさん	Bさん	Cさん
（1）地域のニーズや課題をしっかりと認識できていますか？	4	3	3
（2）地域のニーズや課題を認識するために調査・研究を行っていますか？	4	3	3
（3）地域資源を把握し、活用していますか？	3	4	3
合 計	11	10	9

3名とも中間的な結果となっています。コミュニティビジネス事業者として必要であるものの、現在準備中もしくは必要に感じていると推測できます。

項目 3：あなたの事業の経営について（その 1：「人材面」）

項 目	点数（1－5）		
	A さん	B さん	C さん
（1）働く（協力する）動機を把握していますか？	4	4	5
（2）必要な能力や人材を把握していますか？	5	3	4
（3）人材育成の必要性を認識していますか？	5	4	4
合 計	1 4	1 1	1 3

3 名を比べると異なる傾向にあることが分かります。A さんは動機、B さんは能力、C さんは能力と育成について多少の不足を感じていると思われます。

項目 4：あなたの事業の経営について（その 2：「提供する商品・サービス」）

項 目	点数（1－5）		
	A さん	B さん	C さん
（1）商品・サービスに優位性があると考えていますか？	5	5	5
（2）優位性の根拠を理解していますか？	5	5	5
（3）今後改善すべきポイントを把握していますか？	3	3	3
合 計	1 3	1 3	1 3

3 名ともまったく同じ回答となっています。共通して商品・サービスの優位性を持ち創業を考えているものの継続的な改善についてはこれからの検討事項と考えていると推測されます。

項目 5：あなたの事業の経営について（その 3：「収入・資金調達」）

項 目	点数（1－5）		
	A さん	B さん	C さん
（1）法人格取得のメリットを理解していますか？	5	4	4
（2）事業計画はちゃんと立案できていますか？	2	4	4
（3）収益確保の根拠は第三者が見ても妥当ですか？	3	3	3
合 計	1 0	1 1	1 1

A さんは事業計画、B さん・C さんは収益の客観性についてが不足しているようです。

全般的に 3 名の方の結果を見ると、事業にかける情熱（項目 1）が高く、ついで商品・サービス（項目 4）について自信があるようです。一方課題としては、地域ニーズの把握・地域資源の活用（項目 2）、事業計画・収益性（項目 5）という傾向が見られました。

2. チェックリスト・自己診断票で気づいた事項

チェックリスト・自己診断票送付とともに活用して気づいた事項についてを回答者に記載していただきました。この結果でチェックリスト・自己診断票がどのように役立ったかを知ることができました。気づいた事項として回答いただいた主なものは以下のとおりです。

(1) チェックリストで気づいた事項

- ・全体的に課題は多い
- ・人に頼ること（意見を求める事）は悪いことでなく、むしろ積極的に活用すべき
- ・協力者が必要
- ・ビジネスプランの変更の余地あり
- ・PRの仕方を見直そうと思う
- ・法人格でないと資金調達面で不利

(2) 自己診断票で気づいた事項

- ・他の人を巻き込んだ情熱を持ち実行する力が必要
- ・地域ニーズを掘り下げる、実地調査が必要
- ・自分の思いや情熱は自分の中だけで持っていては駄目だ
- ・思いと行動が伴っていない様に感じ自己反省

3. 本チェックリスト・自己診断票の活用方法

本チェックリスト・自己診断票は創業者や創業間もないコミュニティビジネス事業者がこれから経営をしていく上で総合的にチェック・自己診断できるツールとして最も効果があると考えられます。現在順調に事業を経営される方にとっては現状の確認やより高いレベルを目指すための確認ツールとして活用できます。今回本チェックリスト・自己診断票作成にあたり事前にご協力いただいた皆様に感謝申し上げます。

おわりに

今回の報告書は当研究会の分科会「中間支援組織&支援ツールチーム」において取り組んだテーマをまとめたものです。チェックリスト及び自己診断票を作成しただけでなく、コミュニティビジネス事業者、創業（予定）者が記入した結果をもとに当研究会がフォローアップする体制としており、今後の活動のなかでこのチェックリストを役立てたいと考えています。

【執筆メンバー一覧】

入矢	和政	（中小企業診断士）
佐藤	康之	（中小企業診断士）
高渕	宣雄	（中小企業診断士）
信岡	義邦	（中小企業診断士）
藤井	愛也	（中小企業診断士）
松本	直也	（中小企業診断士）
守屋	辰興	（中小企業診断士）