

平成16年度

関東圏におけるコミュニティビジネスの実態調査報告

コミュニティビジネスの事例研究と中間支援機関のあり方

社団法人 中小企業診断協会東京支部

コミュニティビジネス研究会

【目次】

はじめに

第1章 事例報告

第2章 アンケート結果報告

第3章 提言座談会

第4章 提言

あとがき

まえがき

2004 年度の中小企業白書に[地域の実情にあったサービス、雇用を生み出す地域貢献型事業]としてコミュニティビジネスが取り上げられている。生活白書にいたっては「人のつながりが変える暮らしと地域 新しい【公共】への道」として、まさにコミュニティビジネス一色といった感じである。行政が新しい話題や、モデルで先をいくことは無い？ それは社会が・地域が求めているからであろう。

ではなぜ今、改めて地域コミュニティと言うことがいわれているのだろうか？ ということである。わが国はバブル崩壊後、失われた 10 年という言葉のもとに 13 年にも亘って経済的に苦しんできた。その間、様々な手法で行政も地域もてこ入れをしてきた。が、その効き目は薄く、国全体で 1200 兆円といわれる多くの借金を抱えただけとなった。しかし、今になってみるとそれは過去の成功物語の手法ではなかったのか？ もっと他の方法は無かったのか？ と多くの人考えるようになった。

企業はリ・ストラクチャリングで生き返り、一部の規制は緩和され、それなりの効果も出るようになって来た。様々なところで経済一辺倒だけでない暮らし方が求められるようになってきている。もう旧来のやり方ではやっていけない、21 世紀の社会の仕組みは新しいものでなければならないと言う声が上がった。となるとその鍵は人であり、地域でないか！ というところにコミュニティビジネスに関心もたれる 1 つの根拠がある。

現在、65 歳以上のシニアは 18%、団塊の世代が 60 歳になる 2006 年から順次その比率は加速し、これが 2015 年には 30% 近くになるという。世界で名だたる老人国家の出現となろう。地域においては既存の町内会も・商店街も機能しなくなってきたところも多い。今までのしくみと構造では新しい社会は創れない。そして、これから団塊の世代が大挙して地域に戻ってくるが、その人達がもし何もしなければ [単なる家の櫃つぶし] に代わってしまうという不安から、いまその対策をとっておかねばの「べき論」とあいまって、地域の再生が必須となって来た。

先進地域といわれる行政では既にこの流れを先取りし、様々な地域行政における改革を進めている。幸いにして、地域には仕事に健康に、元気はつらつな“女性群”がいる。この人達に企業活動で培ったレベルの高いビジネススキルをもつシニア男性群をマッチングさせ、様々な地域活動を起こさせようと仕組みづくりをしている。ボランティア講座や、趣味の講座、生涯学習の仕組みづくり、市民運動の活性化の支援などなどその種は多彩である。その中でも特に力をいれているのが、その人達に地域でビジネスをはじめてもらい、雇用の創造と地域の活性化につなげようと狙っているものである。これがコミュニティビジネスの創出である。

企業ビジネスとボランティアの中間ポジションに位置するこの地域型ビジネスを研究テーマに、平成 16 年 4 月東京支部内に<コミュニティビジネス研究会>を立ち上げた我々グループは、今回東京支部調査事業として、このコミュニティビジネスの実態調査に取組

んだ。この形態ビジネスは NPO 団体を中心として、個人・企業・地域団体など様々な人達が事業展開しており、その数 数万とも言われる。(2002 年内閣府データ推計では経済的効果は 1 兆円強とも言われているが定かではない)

その数多い中から今回は関東地区を中心に 26 企業・団体の実態調査をおこなった。中小企業診断士としての目で経営者・幹部へのヒヤリング及び事業所などの訪問を行ったところ、さまざまな驚きを発見した。それぞれの企業・団体が種々の課題の中にあって、なかには創業間もないベンチャー型でありながら、立派に事業を成立させていることである。コミュニティビジネスはややもすると、後発であり、狭い地域で行うという限定されたビジネス形態であるため、いきおい隙間ビジネス、又は新しいビジネスモデル—それだけ経営・マーケティングは難しい—になりがちであるが、それを見事に乗り越え、事業展開に結びつけている。これはやはり卓越した経営者・リーダーの資質によるところが大きいであろう。

コミュニティビジネスを担っているのは NPO 形態が多いということもあり、個人企業というよりは仲間で取組む事例がおおい。いきおい立場は対等ということで、フラットな形になりがちで縦の組織ができにくく、それは一見良いようであるが、組織を効率的にまとめていくのは至難のわざである。勿論、ビジネススキルはばらばら、組織としてのトータル力はおしてしるべしとなる。

取材をした 26 企業・団体はデータによれば、その実態は平均を大きく上まわっており、正に先進コミュニティビジネス企業といえる。既に立ち上げているがうまく歯車が回っていない企業、立ち上がったばかりの企業、これからビジネスを立ち上げようとする人達などにとって、経営者の考え方、経営課題の取組み、マーケティングの進め方、財務問題など多くの課題にどうとりくみ、それを解決、又保持しつつ、経営にたちむかっているか、すばらしきお手本となるであろう。

企業家にも中小企業診断士にも、この取材先企業のエキスを決して平均で見て欲しくない。一社一社それぞれ違ったテーマを抱えながら、地域とビジネスへの熱き思いの中で立派に事業展開している。それは「なに」なのか！じっくりごらんいただきたいと思う。

最後に、この報告書の発刊にあたり、この調査事業のテーマを与えていただいた、東京支部古屋支部長、角田副支部長、梅津研修部長に厚く御礼申上げるとともに、率先してこの報告書作成・編集の進行取りまとめに真摯に取り組んでいただいた藤崎学プロジェクトリーダー及び編集委員の方々に心から感謝申し上げます。

2005 年 1 月
中小企業診断協会東京支部
コミュニティビジネス研究会
代表 関本征四郎

取材先・執筆者一覧表

事業分野	順番	組織形態	名称	執筆者
高齢者福祉・介護	1	協同組合	シニアハウス柏	加藤聡
	2	任意団体	全国マイケアプラン・ネットワーク	榊原和加子
	3	株式会社	イムノエイト	樋口章
	4	NPO	コミュニケーション・スクエア21	原田弘子
	5	NPO	コネット湘南	佐藤信一
障害者福祉	6	NPO	ちばMDエコネット	岩本亨
	7	NPO	福祉パソコンの会	藤原貴也
地域内交流活性化	8	任意団体	湘南ひらつか七夕市民の会	後藤武史
教育	9	有限会社	優伸	木村泰三
	10	NPO	スクール・アドバイス・ネットワーク	小島琢矢
	11	NPO	未来っ子クラブ	塚原美樹
情報交流促進	12	NPO	Com-Work	今宿博史
環境保全・交流	13	NPO	えがお・つなげて	高田裕司
	14	NPO	ワンデイワン	安田平八
子育て支援	15	NPO	日本子育てアドバイザー協会	兼子俊江
	16	NPO	北町ボランティア活動センター	筈川季之
文化・芸術・スポーツ	17	任意団体	カジュ・アート・スペース	出川克己
	18	NPO	ニッポンランナース	藤崎学
	19	株式会社	フラワーコミュニティ放送	中村信昭
他団体の活動支援	20	NPO	北区地域情報化推進協議会	青木弘文
地域産業の振興	21	NPO	サンクスネイチャーバスを走らす会	住田俊二
商店街活性化	22	任意団体	国立富士見台人間環境キーステーション	田中尚武
	23	任意団体	すぺーするっかく	藤原義行
	24	任意団体	井戸ばた倶楽部@nishiya	河合史門
安全・安心	25	株式会社	レスキューナウ・ドット・ネット	今井雅文
観光資源の振興・交流	26	個人事業主	澤の屋旅館	関本征四郎

第 1 章

事例報告

シニアハウス柏

．事業の目的

1．キャッチコピー

「元気な年寄りが集まって、困っているお年寄りを助ける」

「高齢者の自立と助け合いによる地域づくり」

2．事業内容

(1) 弁当宅配事業 (2) 家事援助事業 (3) 介護用品販売事業

．概要

1．名称：高齢者協同組合 シニアハウス柏

2．所在地：〒277 - 0005 千葉県柏市柏 5 - 4 - 5

3．電話：04 - 7162 - 2311 URL：なし

4．代表者：理事長 徳丸 美恵子

5．設立年月日：1998年5月

6．設立資金：15百万円(有) 高齢者給食センターかしわ)

7．従業員数：約80名(会員：約340名)

．設立の経緯

1．“自立と助け合い”をコンセプトに

弁当宅配事業部門である「(有)高齢者給食センター かしわ」の代表である三ツ松要氏は、市民生協を立ち上げた経験をもっている。千葉県を拠点とした「生協エルコープ」の理事長を歴任している。

将来増加する高齢者に対応すべく、「若者に頼らず、元気な高齢者が、困っている高齢者を助ける」という「自立と助け合い」をコンセプトとして、高齢者の問題を解決しようという理念を持っていた。そこで最も生活に密着した給食サービスは、高齢者からの需要があると判断し、弁当宅配事業を始めた。知人のお宅を訪ねた折、高齢の奥さんが足を悪くして、台所に立てなかったことを目の当たりにしたことがきっかけになっている。

2．有限会社でのスタート

立上げに際しては、非営利組織での設立を考えていた。しかし特殊非営利活動促進法(NPO法)が施行されておらず、NPOでの設立はできなかった。そこで、出資配当をしないことで15人が集まり、15百万円の出資金で有限会社を設立した。市役所の近隣で、市の中心部に近いところに建物を借り、調理場に改装した。従って有限会社の形態であるが、設立当初から配当を行ったことはない。

三ツ松氏が生協時代に培った食品事業の運営ノウハウを有したことや、豊富な人脈から、新鮮で安全な食材を安く入手できる条件もあった。

3．高齢者の大きなパワー

調理、配達も自分達高齢者でやりたいと、「50歳以上」と限定して応募者を募った。定年退職者や年金受給者が集まり、潜在的な高齢者の大きなパワーを感じた。

・具体的な活動内容

1．弁当宅配事業

(1) 概要

1996年「(有)高齢者給食センター かしわ」として設立・営業開始した。その後1998年5月「高齢者協同組合 シニアハウス柏」の設立時に、その傘下に入り事業部門となる。柏市全域の高齢者を対象に、平日・休日の昼食・夕食の弁当宅配を行っている。売上高:約70百万円/年。現在1日平均の給食数は約300食(平日は370~380食)。

(2) 品質

管理栄養士がつくった献立によって、ベテランの調理師が“家庭の味”に調理している。1食当たり約600Kcal,塩分3g以下の計算された内容で、高齢者向けの健康メニューになっている。食材は生協など安心できる仕入先から調達している。また弁当はご飯の美味しさが一番ということで、ご飯の質・味を最重要視し、天日干しの茨城県産のコシヒカリを使用。昼食・夕食それぞれの毎日の献立を、1箇月まとめて献立表にして届けている。



宅配弁当

(3) 価格

基本となっている弁当は、定価600円で「江戸弁」と呼ばれる二重箱に入っている。副菜を増やした700円,800円の弁当も準備している。開業以来8年間据え置いているが、消費税のアップの時、味噌汁(50円)を別枠とした。

(4) 宅配

当日注文は、昼食は10時、夕食は3時までに電話でオーダーを受けており、注文を受けたものは、1個の宅配にも対応している。もちろん予約注文も受付けている。本年4月から土日の休日配達を始めた。

(5) 販促

特に販促活動を行っておらず、ほとんど口コミによっている。市の高齢福祉課などの紹介を受けた高齢者が利用を申し込んでくることもある。

(6) 従業員

全員高齢者(平均65~66歳)で、1日4時間勤務で2シフト・週休2日制。高齢者に働きやすく長続きするよう配慮されている。時給制(750円)である。過去の職歴は忘れて一人の高齢者として、お互いが助け合って、和気あいあいで働いている。高齢者の社会参加の趣旨に合致している。

(7) 交流

配達時や家庭からの弁当箱回収時に、高齢者との双方向のコミュニケーションを大事にし、心の通い合う交流を大切にしている。狙いとする「高齢者の自立と助け合いによる地域づくり」が現場に徹底されている。

2．家事援助事業

(1) 概要

「たすけあいの会」の名称で立ち上げた会員制の軽作業家事の援助事業である。1998年5月「高齢者協同組合シニアハウス 柏」の設立時にスタートさせ、弁当宅配事業と並んでもうひとつの柱に位置付けている。会員になるには出資金(1,000円)、年会費(2,000円)必要。売上高：約7百万円/年。

(2) 活動

登録された高齢者のヘルパー(協力員)約35名および5～6名のコーディネータがこの事業に携わっている。会員から掃除・洗濯、買い物、窓拭き、ごみだし、通院介助、話し相手、草取り、植木の手入れ、障子張り、網戸の張替えなど、軽作業の家事援助の依頼を受ける。依頼を受けるとコーディネータがヘルパーとの連絡・派遣の調整を図る。利用料金は、会員は1時間900円(一般1,200円)、交通費は実費。柏市の発行している軽度生活援助券(75歳以上の一人暮らしの高齢者に対し軽易な作業を援助するもの)を利用できる。それを扱う団体の中では「シニアハウス柏」が一番の実績を上げている。

3. 介護用品販売事業

介護用品のカタログ販売である。会員や希望者にカタログを届け注文に応じている。同時に眼鏡、補聴器、薬、無農薬茶などの斡旋を行っており、注文を受けるとお弁当と一緒に配達している。

. 成功の秘訣

1. リーダーの「お年寄り」へのこだわり(初心貫徹)

「年寄りが、困っているお年寄りを助ける」のコンセプトで、常に高齢者の“生活そのもの”にスタンスを置いている。頑固に理念を変えなかった強力なリーダーシップと、食品関連の経験豊富なリーダーがいることである。

弁当宅配事業では、お年寄りの“自分の食事”に特化し、口コミによる拡販、品質の確保、価格の維持、きめ細かな配達、双方向の交流など地道な努力を継続してきた。いたずらに販路拡大を図り、一般の事業所向け給食業者などと競争しなかった。

2. 需要予測とニーズの把握

高齢化のスピードが速いこと、高齢者の核家族化や一人暮らしが進むことを見越し、需要予測(ニーズの大きさの把握)を立てたこと。設立当時の柏市の高齢者割合が、全国平均を4ポイント下回り、「若者の街」といわれていたが、高齢者の実数が3万人以上いることに気づきターゲットとした。

3. 自律的な高齢従業員

従業員は、平均年齢は約65歳で、職業経験・社会経験をもつ自律的で、使命感ある高齢者である。組織はフラット型組織。一人一人が自分の職務に責任を持ち、他者をカバーし合う自律的行動がとれることで、スムーズな運営管理が出来ている。

4. 行政の協力

柏市の高齢福祉課、高齢支援課などとの情報交換が出来ることで、顧客拡大などにつながっている。

．今後の展開



調理場での弁当づくり

1．需要拡大への対応

高齢化がますます加速し、高齢者の一人暮らしや老夫婦だけの家族化が急速に進む。その需要拡大に対応できる生産体制の増強の必要な時期が2～3年先にある。現在の建屋(2階建 延べ面積約165㎡)では無理があり、調理設備の増強・合理化、事務所(談話室含む)スペースの確保など事業所の拡張および更新。さらに宅配運搬作業の合理化などがある。

2．ネットワーク化

柏市周辺地域の市町村で展開されている、高齢者による同様な運営形態の給食事業者との連携、ネットワーク化を図る。さらに経営、運営に関する先駆者として運営ノウハウ提供など指導力の発揮。

．現在抱えている課題

1．後継者づくり

「(有)高齢者給食センター かしわ」の代表者の後継者のことをそろそろ考えなければならぬ時期に来る。今後募集する人達の中から選ぶようとしているが適任者が見つかるかどうか。

2．生産能力の増強

今後の高齢者の増加、一人暮らしの高齢者の急激な増加に対応するため、生産能力の増強を図ること。現事業所は拡張の余地がなく立地、建物、設備を含めた検討が必要である。

3．事業計画の立案

給食事業の需要予測、それに合わせて生産能力の増強を進めるための事業計画(特に資金調達、採算について)を立案すること。

．中間支援機関に望むこと

1．経営全般に関する相談

将来の事業計画、資金調達、運営方法など経営全般についての相談

2．情報発信に関する支援

情報誌、献立表など情報発信媒体の制作やホームページづくりの支援

3．顧客管理の指導

顧客満足を追求するための、小回りの効く顧客管理のスキルアップの指導

4．拠点の設備の利用

事務所、談話室などレンタルスペースおよびパソコンなど事務機器の利用

全国マイケアプラン・ネットワーク

．事業の目的

介護保険制度は 2000 年度から始まった。自己選択・自己責任といわれながら、いざ使おうとすると使いづらい。介護保険を真に利用者主体のしくみにするには、「ケアプランの自己作成の道がある」と立ち上がり、その普及をめざした活動をしているのが、全国マイケアプラン・ネットワークである。

介護保険のケアプランの作成は、多くの人は居宅介護支援事業者(ケアマネジャー)に依頼している。しかし、本人が作成することもできる。現状ケアマネジャーは、50 人を超える大勢のケアプランを扱っている場合が多く、個々のケアプランに個別に対応できているかという、難しいところがある。利用者が自分に最適な介護サービスを利用するために、ケアプランの自己作成を支援し、普及啓発する事業である。使いやすい介護保険をめざして、相談、情報交換の場作り、執筆、講演活動などを行っている。

．概要

- 1．名称：任意団体 全国マイケアプラン・ネットワーク
- 2．所在地：〒183-0003 東京都府中市朝日町 2-6-11(島村方)
- 3．電話：090-8451-4540 URL： <http://www.mycareplan-net.com>
- 4．代表者：島村 八重子
- 5．設立年月日：2001 年 9 月 23 日
- 6．設立資金：50 万円
- 7．収入高：2003 年度 80 万円
- 8．従業員数：専従者 4 名、ボランティア 50 名、会員数 100 名
- 9．その他：インターネットを利用した全国展開型組織

．設立の経緯

2000 年 10 月 18 日、朝日新聞「論壇」に代表の島村八重子さんが、「ケアプランを自分で立てよう」と投稿した。

「介護保険が施行されて、半年。介護保険への苦情もケアプランを作っている介護支援専門員(ケアマネジャー)のあり方に多くは向けられているようだ。しかし、ケアプランは利用者が自己作成してもかまわない。むしろ当事者の生き方を尊重したプランを自己作成したほうが、自己責任をうたう介護保険の趣旨に合っているのではないだろうか。役所への提出書類もポイントを抑えれば不可能な作業ではない。役所の窓口は大方自己作成に消極的であるが、もっと自己作成に支援の手を差し伸べてもよいのではないか。自己作成者が増えれば、ケアマネジャーは自分でプランを立てられない利用者支援に力を発揮することができ、介護保険の諸問題も解決されていく。ケアプランは自分で立てよう。」

こういった趣旨の投稿に賛同する人たちを集めて、2001 年 6 月、自己作成のメーリングリストを立ち上げた。9 月、顔合わせを企画したところその席で、「全国マイケアプラン・ネットワーク」という団体が結成され、島村さんが代表を務めることになった。

・具体的な活動内容

1. 情報交換の場づくり メーリングリスト、会合、会報、ホームページ

会員は、メーリングリストで日々の情報交換を行っているが、直接の顔合わせの場として、自己作成者の会と拡大会合がある。

自己作成者の会は、毎月一回、介護の現場で家族らの介護の渦中にいる人たちが集まってくる。東京で開催しているが、長野県や静岡県からも会合を楽しみにやってくる。介護現場の現状や悩みを情報交換する貴重な場となっている。隔月で同日時間をずらして、福祉・医療の専門家のほか、ケアプランを自己作成することに賛同する人たちの会合 - 拡大会合も開いている。地域



自己作成者の会

の人間関係が希薄で孤立しがちな介護者もい

るが、ここへ来て経験者や専門家の声を聞き、なにがしかのヒントを得て帰っている。会報も年に何回か発行している。

情報発信のためにホームページもある。2002年8月に立ち上げたホームページは、全国マイケアプラン・ネットワークの活動を概観できる。

2. ケアプランの自己作成ソフト「とき」の無料配布

自分でケアプランを立てるということは、サービスの月間予定表やコスト計算表も自分で作成しなければならない。ケアマネジャーにはソフトが行渡っているが、自己作成者にはない。少々煩雑な計算を毎月行うのは面倒な作業だ。利用サービスの自己作成支援ソフトは、システムの専門家がボランティアで開発し、2003年1月「とき」と命名され、ホームページから無料でダウンロードできる体制になっている。自己作成者の会を通して使用しながら練り直し、何度もバージョンアップが行われている。

3. 自己作成マニュアル「あたまの整理箱」

複雑な介護保険制度と自己作成のケアプランの支援。会あての電話相談や自己作成の会では個別対応していたものの、説明にも手間取っていた。何かよい対処方法はないかと、考案されたのがマニュアル「あたまの整理箱」である。

自己作成ワークシート式マニュアル「あたまの整理箱」は自分でケアプランを立てるにはどうしたらいいかという手順を丁寧に解説してある。福祉の専門家のアドバイスもとりいれて、単に介護保険手続きだけでなく、「自分らしい生活を手にするにはどうしたらいいか」という大きい視点で介護をとらえられるようになっているのが特徴だ。

これも自己作成ソフト同様、ホームページに公開している。自己作成者の会の中で実際に使い、介護に関するノウハウを蓄積しながら改良が重ねられた。2004年6月製本版もでき、500円+送料で販売されている。

また、介護保険の概要については、島村さん著作の「介護のための安心読本～わが家のベストケアプランをつくらう～」(春秋社)が刊行されている。

4. シンポジウムの開催

年1回、シンポジウムを開催している。

2003年9月7日、第1回は、東京・ウィメンズプラザのホールを会場に「ケアプランを自分で立てるといふこと～自己選択・自己責任の時代に向けて～」という演題で開催された。参加者130名。島村代表の「全国マイケアプラン・ネットワークの活動紹介」から始まり、京都で活動している小國英夫氏により「マイケアプランとは」という基調講演があった。その後、厚生労働省老健局介護保険指導室長や自己作成者によるパネルディスカッション「ケアプランを自分で立てるといふこと」があり、会場からの質疑応答で幕を閉じた。



第2回シンポジウム

第2回は、2004年6月13日、「自分らしいケアプランを立てよう～真に利用者主体のケアプランを立てるために、利用者ができること・ケアマネジャーができること～」と題して開催された。参加者146名。厚生労働省老健局総務課長、ケアマネジャーや自己作成者の講演・発表の後、「自分らしいケアプランを立てよう」という題で、パネルディスカッションや質疑応答が行われた。

5. 講座の開催

複雑な介護保険の理解とケアプランの自己作成支援のために講座を開催している。会の活動が雑誌に掲載されたり、島村代表が日本ケアマネジメント学会で発表したりすることで知名度があがり、講座依頼も増えている。「あたまとの整理箱」を利用して、自分の暮らしを考えケアプランをたて、自己作成支援ソフト「とき」で介護サービス計画書を作っていく講座である。マニュアルとソフトが揃い、ケアマネジメントに主体的にかかわり、自分らしい生活を手に入れる体制づくりが推進しやすくなってきた。

・成功の秘訣

島村さんの朝日新聞「論壇」への投稿で、自己作成に関心をもち、専門分野で活躍中の意識の高い人が集まったことが大きい。もちろん、島村さん自身が意識の高い人の筆頭であり、メーリングリストやホームページを苦もなく自ら立ち上げ情報発信し、行動を起こし、多くの人を巻き込んでいったことが成功の一番の秘訣である。

発会時に、「活動するなら資金が必要」と助成金の確保を的確に助言してくれる会員がいた。助言のまま、住友生命社会福祉事業団が支援する「コミュニティケア活動資金助成プログラム」に応募し、活動もおぼつかぬ頃だったが、プレゼンにて組織立ち上げの熱意がかわれ、第二次選考を通りぬけ助成金を獲得した。

医療・福祉の専門家や学者、自己作成支援ソフトを無償提供してくれるシステム専門家など、各界の専門家が「介護保険」という時代の波にのり、支援の手をさしのべてくれた。

発会当初は、介護保険の導入初期であり、マスコミに取り上げられて活動が紹介されたことも大きい。2001年の発会時は、日本経済新聞で紹介され、同年12月、朝日新聞にも取り上げられ、全国から問い合わせが殺到し、支援者の数は増えていった。

．今後の展開

介護保険のバリアをなくすために市民から情報発信していく

厚生労働省が2005年の介護保険制度改正にむけて、「情報開示の標準化」をめざす検討会を開いている。今年島村さんは、その検討会のひとつである「居宅介護支援部会」の委員に任命された。会の活動が認知され、利用者の立場からの意見を求められている。

行政への働きかけの一方で、勉強会の開催などで、利用者の介護保険やケアプランの自己作成を支援し、普及啓発活動に力を入れていく。十年後、親の介護を終えて、自分たちが介護保険を利用する時代に、主体的に関われるように介護保険利用の仕組みづくりを構築していきたい。

．現在抱えている課題

1．組織の拡大に伴った内部体制づくり

創業三年目に入った。今までは代表の島村さんが何でもこなし、熱意だけで何とかやってきた。会員数が百人を超えたあたりから、会員管理も煩雑になった。会計処理を専門でやってくれる人材もほしい。そろそろ専従の事務員が必要となっている。また、講座を行っているが、一部の人材に頼っており、負担が大きくなっている。

事務局を設置して、組織として飛躍するかどうかの転換点にきている。会報、あたまの整理箱など、会の書類も増えてきた。動く事務所と称しているが、印刷には、ボランティアセンターの印刷室にコピー用紙を運び、持ち帰るのも大変である。会員の会合は都内のNPO 関連施設などを適宜利用している。今後、活動拠点を確保し、事務局体制を採用して、選任のスタッフをおくかどうか、さらにはまた、給与をはらう体制にするかどうか、課題である。

2．ボランティアのモチベーション

「全国マイケアプラン・ネットワーク」としての活動を継続・拡大していくと、単なるボランティアの活動ではなく、組織的な活動を社会が期待するようになる。ボランティア精神で行われる活動に、その対価として金銭をやりとりするのは抵抗がある。一方で自己作成者の会の人の多くは、要介護者を抱えた生活をしている。継続性が期待され活動が拡大していくと、活動できる人は限られているため一部の人の負担が大きくなっている。

．中間支援機関に望むこと

1．活動拠点の支援

インキュベータ施設、共同オフィスなど、電話サポートがあり、パソコンが使用でき、会議室・ロッカーなどを貸与してくれる活動拠点があれば支援してほしい。

2．販路開拓支援

自前で「あたまの整理箱」というマニュアルと「自己作成支援ソフト」を開発したものの、販売経路をもっていない。雑誌掲載やホームページなどにより申し込みがあり、講座を開いているが、どういう経路で販売網を確立していくかを支援してほしい。

3．国や自治体との連携支援

介護保険の使い勝手をよくしていくためには、地域密着型で行政にどう働きかけ、連携していくかを支援してほしい。

イムノエイト株式会社

・事業の目的

「キュアからケアへ」

地域に密着した「タウンヘルスケアステーション」構想の実現を目指す。

鶴見区を中心に薬局 8 店舗・介護事業所 1 店舗を展開。全店で保有する「カルテ」を基に、顧客一人ひとりに合わせた医療・薬局・介護の総合管理サービスを提供する。

また、「介護は一人の患者だけでなく、ひとつの家族のニーズである」との考えから、地域に根ざした「家族のかかりつけ薬局」と介護事務所を中心に医療との連携をめざした「タウンヘルスケアステーション」としての拠点を目指す。

・概要

- 1 名称：イムノエイト株式会社
- 2 所在地：横浜市鶴見区市場富士見町 8-2（本社）
- 3 電話：045-504-2871 URL：<http://www.immuno8.com>
- 4 代表者：代表取締役社長 谷口 郁子
- 5 設立年月日：平成元年 12 月 1 日
- 6 資本金：5000 万円
- 7 売上高：958 百万円
- 8 従業員数：60 人（常勤）

・設立の経緯

医・薬分離推進の政策から調剤薬局の持つ役割はその重要性が高まっている。しかしながら一般に調剤薬局は病院等に隣接して開業するいわゆる「門前薬局」の立場に甘んじていることが多い。より地域に密着した存在となるには「点」の出店から「面」へ展開、ネットワーク化が必要である。

少子高齢化の進展・介護保険の導入などにより介護事業には多くの企業が参入したが、玉石混交の状態から淘汰が始まっている。利用者にとって介護事業者に求めるものは「信頼と安心」であり、その信頼感は医療との連携によって担保され生ずるものである。

以上の現状から、同社は医療機関の集中している鶴見区に調剤薬局をドミナント出店したうえで介護事業所を隣接開業することで、医療・薬局・介護で情報を共有し、利用者一人ひとりに合わせたより効果的で地域に根ざした総合管理サービスを提供することを目的に事業をスタートさせた。

また、社長の谷口郁子氏は平成 14 年度世界優秀女性企業家賞を受賞しており、女性の社会進出支援に熱心に取り組んでこられた。同社の「タウンヘルスケアステーション構想」にも女性の就労支援・男女共同社会の実現の視点が盛り込まれている。

・具体的な事業内容

1 地域密着の調剤薬局チェーン

地域のかかりつけの薬局（地域薬局と称す）を目指すという方針の下、直営およびフランチャイズにより調剤薬局を出店。鶴見区の店舗には10万件のカルテを保有する。個人の薬歴を蓄積していくことで一人ひとりにあった効果的で安全な信頼の置けるサービスの提供を実施する。

また、個人だけでなく世帯単位でのデータベースの構築することで、より地域に密着した「家族ぐるみのかかりつけ薬局」を目指す。



調剤薬局玄関

2 ケアサービス・介護事業所



介護支援事務所

「介護は一人の患者だけでなく、ひとつの家族のニーズである」という理念から地域に根ざした介護事業を展開。同社の調剤薬局に隣接地に介護事業所を開設し、地元の利用者の拠点としての機能をもつ医療とも連携した「タウンヘルスケアステーション」構想を推進している。

3 商店街との連携

駅前商店街に調剤薬局と介護支援事業所を開設し、商店街を地域の医療や高齢者介護の中心地に据える「タウンヘルスケアステーション」構想の実現を目標とする。

高齢者にとって安全で優しい「まち」である商店街の中で、薬や介護用品の購入ができ、人のつながり・交流が生まれることにより商店街に活気をもたらす。また、デイケアステーションとして、介護事業とともに託児所等を整備することで女性の社会参加の支援・就労機会の提供を行う。

これらの事業は同時に商店街の空き店舗対策にも対応できる。商店街の活性化に貢献するととなり地域と一体化した事業推進を図っている。

．今後の展開

タウンヘルスケアステーション構想

1 少子高齢化社会への対応

わが国は諸外国に例を見ない速さで人口の高齢化が進んでおり、21世紀の半ばでは国民の3人に一人が65歳以上という超高齢社会の到来が予測される。一方で結婚や出産年齢が年々高まり、産まれてくる子供の数も減少している。

また、内閣府の男女共同参画局の資料によれば、欧米と比較したわが国の出生率の差が女性の労働環境の整備と著しく関係していることがうかがえる。

そこで同社の「タウンヘルスケアステーション」構想では介護福祉事業と同時に女性の労働機会の拡大・子育て支援等を促進する事業を行う。

2 事業目的

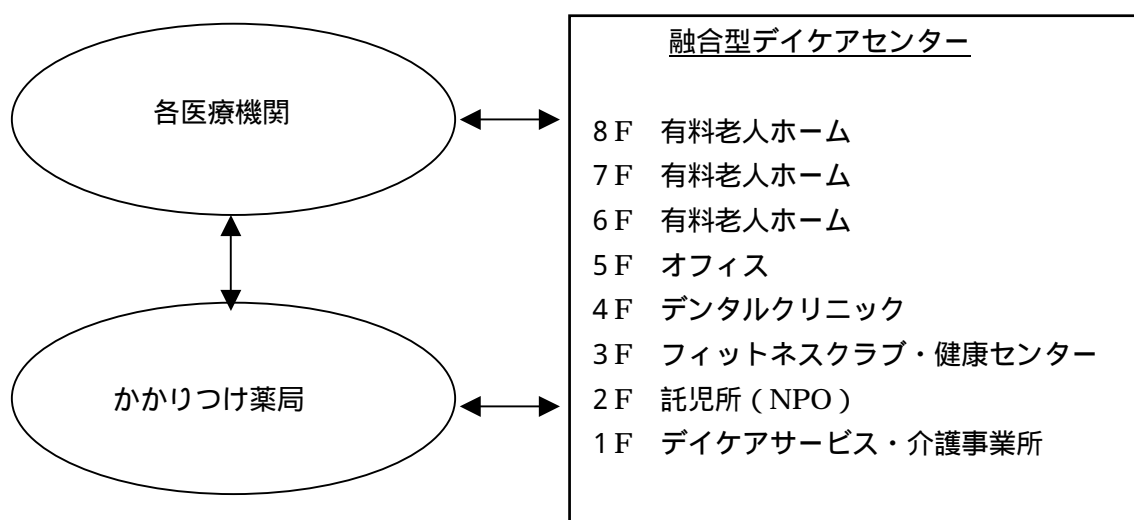
- (1) 商店街との連携による地域活性化
- (2) 介護福祉事業の拡大による、高齢化社会へ適応
- (3) 高齢者の寝たきり防止等のために向けた体力回復・健康支援
- (4) 女性の労働機会拡大・子育て支援
- (5) 地元地区内での世代を超えたコミュニケーションの醸成

3 融合型デイケアセンターの設置

融合型デイケアセンターを設置し、各医療機関・調剤薬局と連携して「タウンヘルスケアステーション」を形成することで地域コミュニティのヘルスケア拠点となることを目指す。

また、託児所と老人ホーム・介護事務所等を併設することで、「高齢者」「子育て夫婦」「子供」の世代を超えた交流をはかり、幼老統合ケアにのっとったコンセプトのデイケアセンターとする。

タウンヘルスケアステーション構想



4 融合型デイケアセンターの機能

- (1) 高齢者を対象としたデイケアサービス（入浴・食事・機能訓練等）の提供
- (2) 女性の就労機会の提供
- (3) 託児所の設置。駅前商店街内という好立地の利便性を活かして働く女性の子育てを支援する。
- (4) 健康支援フィットネスクラブにおいて、通所型のリハビリテーション・体調・体力に合わせた健康づくりプログラムの作成、筋肉トレーニング教室等を実施する。
- (5) 介護支援事業所ではケアプランの作成・派遣、介護用具の販売・レンタルを行う。
- (6) デンタルクリニック
- (7) 老人ホーム
- (8) 幼老統合ケアの実現

5 タウンヘルスケアステーションの事業効果

- (1) 融合型デイケアセンターで家庭内での介護・育児等の負担を軽減することで、女性の社会進出を促し、就労機会を創出することで地域活性化を図る。また、女性の労働環境の整備により少子化への歯止めにもつながる。
- (2) 託児所と高齢者関係施設が近接しているデイケアセンター内でコミュニティー作りを推進する。高齢者・子供・若年夫婦等でレクリエーション等の共同作業プログラムを実施することで世代を超えた交流をはかり、高齢者の生きがいづくり、地域ぐるみでの子育て等に寄与する。
- (3) 介護支援事業所・デイケアサービス・各医療機関との連携により通所型リハビリテーションを実施。また筋肉トレーニング教室で寝たきり防止プログラムや一人一人のデータに基づいた体力増進プログラムを実施することにより、高齢化への対応・医療費抑制につながる。

・現在抱えている課題

- (1) 人材の確保・育成 スタッフの層を厚くしたい。
- (2) 効率的な宣伝広告手法の確立

・中間支援機関に望むこと

- (1) 行政と民間の連携支援
- (2) ネットワークシステムの構築支援

コミュニケーション・スクエア 21

・事業の目的

コミュニケーション・スクエア 21 (CS21) は、高齢者も子供も、男性も女性も、障害のある人もない人も、あらゆる人々が快適に安心して暮らせることが当たり前になるノーマライゼーション社会の実現を目指している。この事業目的は、現在、以下の2つに具体化されている。

1. 高齢者の第2の人生をサポート

日本は、今世紀中に高齢者世帯が3分の1にも達するという、超高齢化社会を迎えている。しかし、健康で元気な中高年(シニア)であっても、活躍の場は驚くほど少ない。少子化が進む日本において、シニアは労働、消費の両面において、重要な社会の担い手であるはずである。こういったシニアに仲間や情報を提供し、より充実した第2の人生をサポートする。

2. バリアフリー社会の実現

障害を持つ人が暮らしやすい社会を実現するための、ハード(物理面) ソフト(心) 普及に向けたニーズ収集とその啓発活動。

・概要

1. 名称：特定非営利活動法人 コミュニケーション・スクエア 21
2. 所在地：〒160-008 東京都新宿区三栄町 17
3. 電話：03-3350-138 URL：www.npocs21.com
4. 代表者：理事長 叶内 路子
5. 設立年月日：1999年1月
6. 設立資金：なし
7. 収入高：2003年度1200万円、2004年度700万円(見込み)
8. 従業員数：常時雇用者3名、会員数280名
9. 行政との協働：新宿区登録NPO(助成金、イベント支援) 東京都産業労働局との人的交流

・設立の経緯

理事長の叶内路子氏は、20代の頃大病をわずらった。臨死体験、4度の手術を経験した中で、回復の力になったのは何よりも「必要な人との出会い」であった。人は支えあって生きていくものであり、決してひとりでは生きていけない。年をとれば体力は落ちてくるが、心の通う仲間とともに、いきいきと幸せを感じることができれば、身体の痛みさえ忘れることができる、という信念を持つようになった。また、市場調査会社の勤務により、「シニアこそが次世代の消費リーダー。モノづくりに対する彼らの率直な意見に耳を傾けることこそ、高齢化社会をより快適な社会にすることにつながる」と確信していた。

そこで、超高齢化社会が進展している現代において、シニアの能力活用とバリアフリー社会の実現をビジネス化することを思い立った。これらは結果的に、ハンディキャップを

感じさせない社会の実現と、社会的弱者とされている人々が、生きていく上で人間として果たさなければならない社会的義務の遂行をサポートすることにもつながる。

叶内氏は、シニアと企業を結ぶパイプ役として、CS21の立ち上げと同時に、有限会社ユニバーサル・ネットワークというマーケティングリサーチ会社を創業した。ユニバーサル・ネットワークが企業からの依頼を受け、CS21や外部のプレーンとともに、シニアや障害者のニーズを収集する、というスキームが基本となっている。

．具体的な活動内容

1．調査受託

現在、事業収入の柱となっているのは、シニア世代のマーケット調査である。会員などのネットワークを生かして、収益の従来手法では情報収集が困難なシニア世代の生の声を企業に届けている。これまでの主な実績は以下の通り。



シャワーチェア（例）

(1) 福祉器具(シャワーチェア)の評価基準作り / 独立行政法人『製品評価技術基盤機構』より受託。

(2) アクティブシニアの生活意識記録 / 博報堂エルダービジネス推進室より受託。

(3) 看護職員の実態調査 / 東京都より受託。

(4) 子育てに関する座談会 / 東京都より受託。

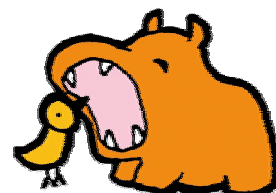
(5) 『シニアが期待するデジタル機器』についての座談会 / IT関連企業より受託。

(6) 東京駅トイレ・バリアフリー度調査 / 自主調査

2．ピポマーク

ピポマークは、「どうぞ」「ありがとう」「Please」「Thank you」、ノーマライゼーション社会のシンボルマークとして、商標登録を行った。このピポマークの普及を通じ、ノーマライゼーション社会実現のための啓発活動を始めたところである。商標ビジネスは立ち上がったばかりだが、湘南ピポハウスを通じて、朝日新聞社のノベルティグッズに使用されている。

どうぞ P:P ありがとう



共生のシンボル
「ピポ」マーク

3．ノーマライゼーション社会に向けての啓発活動



新宿区立の中学生が疑似体験

また、ノーマライゼーション社会の実現に向けた、各種啓発活動も行政や企業から受託している。これは、一般の人々が障害者や高齢者の疑似体験を通じて、街のバリアフリー度を体感したり、チェックしたりする活動と、啓発講座の開設がある。講座受託実績としては、新宿区生涯学習財団から「ノーマライゼーションの町を目指して」、日本能率協会マネジメントセンターから旧運輸省補助事業と

して「観光ワーキングセミナー」などがあり、三井住友海上福祉財団からは、「人と自転車の共生プロジェクト」に対し、研究助成金を受けている。

4．ユニバーサルスポーツの普及活動



ピポ・ユニバーサル・ミニ駅伝

CS21は、すべての人々の心のバリアフリーを目指し、ユニバーサルスポーツの普及活動にも取り組んでいる。障害者、健常者、高齢者、小学生などがたすきをつなぐ「ピポ・ユニバーサル・ミニ駅伝」や、「ユニバーサルラン」、「ユニバーサルウォーク」などである。これは、CS21が主催し、東京都や新宿区、朝日新聞社などが後援、トヨタ自動車や大成建設などの大企業も協賛に名を連ねている。

5．ピポ旅くらぶ

また、叶内氏は、旧運輸省の補助事業として「観光ワーキングセミナー」に講師を派遣したのをきっかけに、「旅は全ての人にとっての癒しであり、21世紀には高齢者、障害者にとっても旅を楽しめるような環境づくりこそが、求められる。」と確信した。そのため、2004年秋から、高齢者や障害者の旅行を企画、実施している。

．成功の秘訣

2004年度の収入高は、2003年度の半分程度を見込んでおり、経済的には成功しているとは言いがたい。しかし、6年にもわたりCS21の活動が継続している理由としては、「ノーマライゼーション社会の実現」、「心のバリアフリーの実現」という、CS21の理念の正当性と、叶内氏自身の熱意、行動力が大きなウエイトを占めている。この理念と叶内氏のパーソナリティが、支援者、協力者との出会いを生んでいる。

．今後の展開

1．収益性の改善

設立以来の赤字が続いており、財務内容の改善が急務である。これまでは、NPO法人ということでボランティア的色彩が強く、また、まわりにビジネスモデルもなかったため収益性については確たる方針を定めることができなかった。そのため、設立7年目を迎える2005年は、理念は堅持しつつ、マネジメント力の強化と本格的な財務状況の建て直しを図る。

2．理念実現のためのコーディネータ機能

中期的には、「ノーマライゼーション社会の実現」、「心のバリアフリーの実現」のためのコーディネータ的役割を目指している。ユニバーサル・ネットワークやCS21の理事だけが活動を企画するのではなく、会員や理念に共感できる個人が起業家となれるような環境づくりに力を入れていきたいと考えている。

3. CS21を全国各地に

理念を同じくする仲間が、市原と湘南にもCS21を設立し、活動を行っている。長期的には、日本全国に同様の組織が発足し、ネットワークとして活動を行っていきたいと考えている。

. 現在抱えている課題

1. 人材

(1) マネジメント人材

叶内氏を含め、理事の中にマネジメント経験が豊富なメンバーが不在である。そのため、組織運営が非効率であり、一部のメンバーに負荷が集中している。

(2) ビジネスの立ち上げができる人材

ビジネスシーズはあるものの、それをビジネス化できる人材が不足している。常用雇用者や理事は事業化のためのスキルがなく、事業化に対する意欲があまり高くない人も存在する。叶内氏自身は人脈や営業経験を有しているが、現在の活動ほとんどすべてを取り仕切っているため、ビジネス化に向けた時間、体力を捻出することができない。

(3) メンバーの自律性

これまで、会員数の拡大に力をいれてきたため、メンバーの「ノーマライゼーション社会の実現」、「心のバリアフリーの実現」というCS21の理念に対する理解や、貢献意欲にばらつきが大きい。また、会員はボランティア感覚の人が多く、会員自身の自律的活動にはつながっていない。

. 中間支援機関に望むこと

1. メンバーとしての参画

「ノーマライゼーション社会の実現」、「心のバリアフリーの実現」の理念を共有し、メンバーとして活動に参画してほしい。共生社会を目指し、協働、共創していきたい。

2. 経営全般のサポート

経営経験がないため、経営全般、特にマネジメントと収益力強化、営業活動面を手伝って欲しい。形式としては、外部からのアドバイスではなく、できれば専門家の派遣など、内部に深く入り込んだ形のサポートを希望する。

コネット湘南

．事業の目的

少子高齢化の進展で一人暮らしが増える中、21世紀は「心の時代」になる。真の豊かさとは何かを探ること、そして心豊かな社会を実現することが強く求められている。

あらゆるものの多様性を受け入れ、温かく包み込んだ相互扶助のある生活の場としてのコミュニティがあれば、高齢になって、たとえ一人暮らしになったとしても、住み慣れた地域で安心して、自分の人生を完結することが可能になる。そのために、高齢者の自立と地域住民との共生を図るためのコミュニティハウスを作り、ハウスの中には高齢者と地域住民との交流を図るため、学習会等をするサロンをつくる。コネット湘南では、このような新しいスタイルのコミュニティハウスを開設するとともに、既存の福祉施設の中にも同様なサロンをつくり、地域の中に広めていくことを目指している。



コネット湘南の看板

．概要

- 1．名称：特定非営利活動法人コネット湘南
- 2．所在地：〒251-0037 藤沢市鵜沼海岸5丁目11番15号
- 3．電話：0466-30-0361 URL http://www.geocities.jp/npo_conetsn/
- 4．代表者：加藤 三仁
- 5．設立年月日：2002年10月
- 6．資本金： -----
- 7．事業収入：15,000千円
- 8．従業員数：20名
- 9．行政との協働：(1)藤沢市から「業務委託入札参加資格決定通知書」をうける。
(2)「e - 地域ビジネス助成事業」の審査に応募し、助成金 1,000万円の交付決定をうけた。

．設立の経緯

代表を務める加藤三仁さんは、創業前、ゴルフ場経営の会社に勤務していた。エンジニアとしての技術を活かし、ゴルフ場のコンピュータシステムの設計、導入、メンテナンスとともに社員教育などに携わっていた。千葉県にゴルフ場を立ち上げた際、そのゴルフ場の副支配人になった。その後バブルがはじけ、自ら設計し省力化を図ったコンピュータシステムの導入が裏目に出て、リストラに遭い会社を辞めることとなった。

コミュニティビジネスを始めようとしたのは、人材派遣会社に勤務していたときの知人

の助言がきっかけだった。コミュニティビジネスをしたいという思いが湧いた。経験はなかったが面白そうだと思った。それがどういうものか、やってみないことにはわからないので自分で始めてみた。

1998年9月、社団法人コミュニティネットワーク協会湘南支部として発足した。

2002年10月、特定非営利活動法人「コネット湘南」となったことを機に、各種のリサイクル事業に進出する方法について模索していた。中古パソコンをリユース(修理・再生)して途上国の学校に寄贈する案件が持ち込まれたので、それを「国際協力事業」として具体化し現在も積極的に推進中である。

．具体的な活動内容

1．コミュニティ事業

地域の高齢者が、使命感に燃え、生きがいをもって活動し、地域住民が交流する拠点としてのコミュニティハウスづくり事業。

2．介護支援等事業

最初は、便利屋的ビジネスからスタートした。家事代行サービスとして、個人宅への派遣、掃除、窓拭き、庭の手入れ、子守り、犬の散歩など各種サービスを取り揃え、サービスの提供を行う人を「コネットさん」と呼ぶ。

また、パソコン教室、ウクレレ教室、書道教室、英語教室を開設し、カルチャースクール的な活動も行う。コネット湘南のパソコン教室でパソコンを学んだ人や、地域活動に励んでいる人たちによって、「コネット湘南友の会」が組織され、日ごろのコミュニケーションを図っている。



コネット湘南の元気なシニアたち

3．国際協力事業

日本国内で不要になったパソコンを、家庭・企業に呼びかけて収集し再生する。リユースの作業は、清掃・修理をした上で試運転を行い、英語のソフトをインストールするが、どの工程も軽作業であり、しかも頭脳を使うのでシニアの活性化としては最適である。これを、パソコン機材が高価なためにIT教育が遅れている途上国に寄贈し、その国のIT教育に役立てる。

各機関を通じて途上国の学校からの要望を集め、順次寄贈している。2003年までにスリランカ、パキスタンに約300台寄贈した。2004年はカンボジアの学校向けに40台を寄贈したが、6月にカンボジアの総理大臣より「建国功績賞」として感謝状とメダルが贈呈された。

4．「e-地域ビジネス助成事業」に関わる助成金交付の決定

2004年7月29日、当該助成金の交付決定の通知があった。

本事業は、(財)地域総合整備財団が総務省と連携して推進している助成事業で、全国の108市町村から136件の応募があった。(2000年度)e-地域ビジネス推進委員会において審査の結果、藤沢市(コネット湘南)を含む11件が選定された。

対象となったコネット湘南の助成事業は上記国際協力事業であるが、それをIT化することによって事業の拡大、効率化、国際化を図ることを目指している。

具体的には、高性能のサーバーを新設し、機材管理、リユース技術の集積に役立てる。

さらに、インターネットを通じて途上国に対する技術供与・部品調達を効率的に進めるとともに、パソコンを寄贈した学校と国内学校を結び国際交流に貢献する。

5. 地域の子供たちのための活動

コネット湘南では、使用不能となったパソコンの故障部品を分解してパネルに配置し内部構造がわかるような理科教育用の教材を作っている。現在までに、この教材用パネルを地域の小中学校に10数台寄贈している。今後、さらに約150台の寄贈を計画しているとのことだ。

. 成功の秘訣

1. 加藤三仁代表の人望とリーダーシップの発揮があること。

2. 地域のニーズや情報を集めることから始め、地域ニーズ適合したものに組み込み、家事代行サービスや各種教室を開くことにより一步一步、地域の信頼を獲得していったこと。

3. ハードの技術がありインターナショナルであること、および生産性

のある目的を持ったコミュニティであり、人のため子供たちのために、日本のものを有効活用するというビジョンの共有と使命感があること。

4. OBの集まりであり、会社経験を持った人たちの集まりであるので、各メンバーの自主性に任せた運営をしても間違いが少ないこと。

5. いろいろな分野で培った経験、知識、技術、ノウハウが生かされていること。

6. 行政との連携及びマスコミに取り上げられたことにより知名度が向上したこと。



パソコン内部構造パネル

. 今後の展開

湘南技術センター構想を描いている。

1. 藤沢市は、観光都市であるとともに、多くの工場が存在する工業都市でもある。それらの工場は技術者、技能者を抱えている。

2. 今後の高齢化時代には、定年を迎える技術者が急激に増加することが予想される。

3. 技術者OBの活用を考える。創造力ある若年層が研究・開発を担当、シニア層が運営・保守・修理の仕事を受け持つといった棲み分けを図ることが望ましい。

4. シニアの活用のためには、再教育をした上で働く場を与えることであるが、現在

この機能をコネット湘南で果たしている。現在の活動を試金石として、将来は「湘南技術センター」の設立に結び付けたいと考えている。

5. 湘南技術センターの機能

- (1) 作業用機器の装備：訓練、製作、修理等の作業に必要な作業台、工具、工作機、測器などを備える。
- (2) 教室：資格取得等の座学
- (3) コーヒーハウス：技術者OBの集會場で新起業、新製品のアイデアを生み出す。
- (4) 青少年の技術教育：モノに触れ、工作を学ぶことにより技術の芽を育てる。

. 現在抱えている課題

コネット湘南では、現在展開中のパソコンのリユースに加え、さらに一般家電製品のリユース事業への発展を検討している。

また、「e-地域ビジネス助成事業」から助成金1,000万円の交付決定を受けたことに伴い、高性能サーバーを新設し、機材管理・リユース技術の集積、及びインターネットを通じた国際交流に貢献する構想を描く。当該サーバーの活用により、新規事業の展開を視野に入れる。しかし、新事業の展開にあたり、クライアント情報の収集・入手が難しい、人員の不足、販売のノウハウがないなどが当面の問題である。

そして、事業機会の評価（市場性、収益性、競争性、実現性の評価）情報の収集、販売力・提案力・交渉力の強化、販売管理などマーケティング戦略を踏まえた事業の推進および家電関係の修理技術の習得などが課題である。

. 中間支援組織に望むこと

コネット湘南では、メンバー全員の「ビジョンの共有と使命感」が牽引車となり、今日まで事業を推進してきた。企業のOBなどの人材が集まり、その優れたマンパワーで出来ることから一つひとつ等身大の事業を展開してきた。

今後、高性能サーバーの活用による「e-ビジネス」への進出、パソコンに加えて家電製品のリユース、その他取り扱いアイテムの拡大など、等身大の枠を一步踏み越え、新分野・新事業への展開を図ることとなる。そのため、家電製品のリユース技術の研修および新分野・新事業への展開に向けての地域需要の調査と伝達、情報収集と提供、情報ネットワーク形成（行政・企業・NPO・個人とのマッチング）、クライアントへのアプローチ・提案力・販売力・交渉力強化のための研修会の実施、活動拠点としてのインキュベート施設やレンタルスペースなどの提供、行政への橋渡し役として業務委託事業の発掘、場所提供などの支援を望んでいる。

ちばMDエコネット

．事業の目的

障害の有無にかかわらず、同じ条件で生活を送ることができる成熟した社会を目指す営みのすべてをノーマライゼーションという。社会的に不利を受けやすい人々が、社会の中で他の人々と同じように生活し、活動することが社会の本来のあるべき姿であるという考え方である。ちばMDエコネットは、環境の再生、創造活動を行うグラウンドワーク活動を通しノーマライゼーションの実現を目指して活動している。具体的には、地元企業や行政とパートナーシップを組んだ農園運営。障害の有無に関わらずともに働く場所&市民活動の拠点としてのカフェの運営等々である。これらを連携させ、障害のある人の社会参加の機会を増やすとともに、多くの地域住民が活動に参加し、障害がある人もない人も全く区別の無い、「共生」を実現している。

．概要

- 1．名称：特定非営利活動法人 ちばMDエコネット
- 2．所在地：〒273-0005 千葉県船橋市本町 4-31-23
- 3．電話：047-426-8825 URL：<http://www.mdeconet-cit.org>
- 4．代表者：理事長 山田 晴子
- 5．設立年月日：1999年10月18日
- 6．設立資金：38.8万円
- 7．収入高：2002年度1,133万円、2003年度757万円
- 8．従業員数：3名
- 9．行政との協働：

カフェの運営(平成14年度千葉県NPO活動提案募集事業02年9月～03年3月)
ノーマライゼーション相談事業(千葉県との協働事業04年4月～05年3月)



．設立の経緯

1982年に山田代表の末息子 晶生氏が知的障害を持って生まれたことがきっかけとなった。障害を持っていても、健常者から指導されるのではなく「共に学び、共に生きて欲しい」との強い願いで、小中学校を地域の普通学級に通わせた。高校は、一浪したあと定時制で学んだ。80年代半ば頃から、同じ願いを持つ親子、教師、市民でグループ活動を始めた(現在の「共に育つ教育を進める千葉県連絡会」)。毎年夏、そのグループのメンバー30人くらいで房総の海に行った。昼は子供たちと共に海で遊び、夜は大人たちが酒を飲みながら語り明かした。「学校卒業後何をしようか?」が必ず話題と



コミュニティカフェ<ひなたぼっこ>

なった。グループは1996年に初めて「グラウンドワーク」を知った。それは「住民が中心となって、地域の環境(グラウンド)を、自分たちで汗を流して(ワーク)再生創造していく活動。そして住民・行政・企業の3者が対等のパートナーとして取り組むもの」だということ。子供たちが卒業後も地域で活動するにはぴったりだと思った。知的障害を持つ人たちが、住民と一緒に川をきれいにしたり、公園を清掃したり、街づくりに参加したら、きっとみんなが暮らしやすい町ができる。その思いが1年後の1997年夏「ちばMDエコネット」を生んだ。

・具体的な活動内容

1. 公園清掃活動

1998年6月から、船橋市の委託を受け、毎月2回(第2、第4土曜日の午前中)馬込児童遊園の清掃を行っている。この活動が「ちばMDエコネット」の活動の第一歩となった。今でも毎回ボランティアを含む4、5人で続けている。

2. 農園活動

1999年1月、船橋市内の300坪の遊休農地を借り「友幸(ゆうこう)農園」と名づけ、毎月2回(第2、第4日曜日)の農作業を開始した。農園には野菜、果樹を植えた。ブルーベリー、ぶどう、里芋、さつま芋、落花生、ブロッコリー、ラディッシュ、かぼちゃ、といった作物を有機無農薬で育て収穫している。2003年12月に金杉町の200坪の新農園に移り、現在に至っている。農園の作業にはボランテ



友幸農園 2004年収穫祭

ィアを含め、毎回10人前後の参加があり、2003年は累計で約200名が参加した。ここで収穫した作物は、コミュニティカフェ<ひなたぼっこ>で提供されている。また農園で講習会やイベントも実施しており、2003年は累計で約400名が参加した。

3. ドキュメンタリー映画「ひなたぼっこ」上映活動

1999年2月遊休農地での取り組みと、知的障害を持つ5人の若者たちの普通高校での生活をテーマにドキュメンタリー映画「ひなたぼっこ」を企画した。記録社との共同制作により、1年半かけて撮影し、2000年秋に完成した。文部科学省選定、千葉県推奨優良映画に指定された。2000年10月28日に千葉市で開いた完成試写会を皮切りに、今まで全国80ヶ所で上映会を実施した。2001年3月「ボックス東中野」にて上映。それがNHKテレビ「おはよう日本」などマスコミで取り上げられ、全国から数多くの問い合わせがあった。上映の希望も多く、それに対応して全国各地での上映会も積極的に行っている。鑑賞者は、2004年10月までの4年間累計で15000名以上に達した。どの会場でも、知的障害のある若者たちが地域で生きる姿が共感を呼び、「『ノーマライゼーション』の思い」が実現していることを感じてもらっている。要望を受けて2003年夏にはビデオ化し、販売も開始した。この上映活動による収益により、後述するコミュニティカフェを借りた。

4. コミュニティカフェ<ひなたぼっこ>での活動

2002年9月1日、船橋駅からほど近い商店街の一角に開店した。墓石等の展示場だったビルの1・2階を借り、改装を必要最小限に抑え、テーブル等も既存のものを譲り受けた。知的障害を持つ若者と障害を持たない人とがともに働く場所、自分にあった働き方を見つけて出発する場所として位置づけ、活動を始めた。この取り組みは平成14年度千葉県NPO活動提案募集事業に選ばれ、開店から6ヶ月間は県の委託事業として運営した。その間カフェでは様々な学習会、イベントを行い、市民活動の情報発信、情報交換の場として注目されるようになった。2003年4月からは自主運営しており、地域住民の交流の場、市民活動の拠点となっている。

一方で、2003年4月から日本財団の助成を受け、農園とカフェとの連携を積極的に進めている。具体的には、農園でできた無農薬の作物をカフェで利用し、地域の人たちに活動内容をより一層理解してもらえよう努めている。また、地元商店街や他の市民活動団体との協働イベントにも積極的に参加し、地域住民との交流を深めている。

カフェの2階には船橋市で活発に活動している6つのNPOの協働事務所があり、それらのネットワークの拡大とともに街の活性化に貢献している。

5. ノーマライゼーション相談事業

障害のある子を持つ親の相談をよく受けていた。経験してきた人が当事者の話を聞きアドバイスし、必要に応じて専門家を紹介するという活動である。これを発展させて事業化した。2004年4月1日より「千葉県とNPOとの協働事業」としてスタートした。事業化に当たって障害を持つ人自身とその家族の、「自分らしく地域で生きるノーマライゼーションへの願い」を共有することを目的として掲げた。障害のある子を持つ会員（主に母親）に14回の研修を受けてもらい、相談担当として養成した。事業化後7ヶ月で約100件の相談を受けた。相談以外の活動として、課題解決に向けたセミナーを実施している。セミナーは子育て・教育・雇用等個別相談事業を通じてニーズの高いものをテーマに計画した。7月に「障害のある子が生まれて」と題して第1回を開催。続いて8月「教育のノーマライゼーション」、9月「障害のある子の学校生活は?」、10月「障害のある子が中学校を卒業したら」をテーマに取り上げた。協働事業の中間報告のために、11月21日「ノーマライゼーションを次世代へ」と題して、千葉県教育会館にてフォーラムを開催した。

. 成功の秘訣

1. 強い意志

「障害のある人もない人も共に活動し、一緒に楽しむ」社会を実現したい。障害のある子を育てる人たちがグループで、この思いを強く持ち続け、一步一步目標に向かって前進している。社会からは、なかなか理解が得られなかったが、理念はだんだん受け入れられるようになった。山田代表はこの活動が「全ての人にとって必要なはず」と心から思っている。そして、「常に仕掛けていきたい。障害があっても共に学べるよう、卒業してからもともに生きていけるよう。」自分もかかわって時代の流れを創っていききたい、と強い意志を持っている。

２．堂本知事の誕生、NPO活動の積極推進政策

2001年3月千葉県に堂本知事が誕生した。堂本氏は参議院議員時代、NPO法の成立に深くかかわった。その実践を千葉県でしようと、就任早々にNPO活動推進課を創設し、県民からも公募して「NPO推進懇談会」を設置した。この委員が公募され、山田代表が応募し、委員の一人になった。そして県庁と一緒にNPO施策づくりにかかわった。また「健康福祉千葉方式」に基づく福祉計画づくりにも参画した。これは、施策の企画段階から当事者を含む民間と行政が一体となって検討し、一つの具体的な方向性を固めていく。従来の高齢者、障害者、児童等の対象者別の施策ではなく、全ての対象者への施策を可能な限り横断的に取り組んでいくというものである。

．今後の展開

１．農園活動の基盤安定

2003年11月より、新しい場所での活動を開始した。より一層、農園運営のノウハウを蓄積すると共に必要な整備をして、将来的には観光農園事業に発展させたいと考えている。

２．その他

コミュニティカフェ〈ひなたぼっこ〉を通じた地域住民とのさらなる交流の推進等により、活動全般でさらなる付加価値提供の可能性を追求しつつ工夫をしていく。

．現在抱えている課題

１．資金面

事業の収支は累積で約60万円の赤字になっている。助成金や市民債権の発行、サポート会員制度等により何とか経営を維持している状態にある。事業収入を増加させ、運営基盤を安定させたいと考えている。

２．専任スタッフの確保

資金面の事情もあり、専任のスタッフを雇用することができないため、一部のスタッフの負担が重くなっている。このままの状態を続けていくことは難しいので、雇用して運営できるようにしたい。そういう意味で、1999年発足当初から続く今の体制を見直す時期にきている。

．中間支援機関に望むこと

１．経営活動へのアドバイス

いろいろな団体の経営状態等を実際に見ている方からの、現状の評価や類似団体との比較、広い視野に立ったアドバイスが欲しい。一般論ではなく、実際の活動状況を深く理解してもらった上で、第三者の目から見た具体的な話を聞きたい。

２．事業運営のアドバイス

経営全般、会計・税務について専門的な知識を持つものがないため、支障をきたしており「素人運営のほころび」を感じている。専門家の派遣等により、現在の事業運営の課題を整理しなおし、明確にして解決に向けてのサポートが欲しい。また、事業計画の立案から推進までもバックアップして欲しい。

福祉パソコンの会

・事業の目的

障害者およびシニアの初心者に対して、パソコンを用いた様々な社会参加、自立支援、福祉の増進への寄与を目的に掲げ、始められた。

現在は、次の4つの事業を展開している。パソコン学習会事業、パソコンサポート事業、広報事業、他の障害者団体との交流および情報交換。

障害を持つ人たちと中・高年者にパソコンを基礎から指導し、彼らの活動の幅を広げるため、また新たな趣味としてなど、パソコンを通じて新しい可能性の扉を開いて欲しいとの思いを抱きながら活動を続けている。



福祉パソコンの会のロゴマーク

・概要

1. 名称：特定非営利活動法人 福祉パソコンの会
2. 所在地：〒179-0074 東京都練馬区春日町 4-36-17
3. 電話：03-3577-1963 URL：<http://www.jah.ne.jp/fukushi-pc/index.html>
4. 代表者：理事長 山口栄一、副理事長 岸本嘉夫
5. 設立年月日：1994年4月
6. 収入高：約390万円（2003年度）
7. 従業員数：20名（ボランティア含む）

・設立の経緯

障害者の社会参加と自立＝バリアフリー社会実現の一翼を担っていくため、1994年4月に障害当事者グループ「福祉パソコンの会」は生まれた。

障害者や高齢者はパソコンに対して、ハンディを補う生活道具やコミュニケーションツールとしたい、高いお金を出して買ったので何とか使えるようにしたいなどという思いを持っていた。そのようなニーズに応えるため、自主運営での「パソコン学習会」が始まった。その時の会場は個人宅で、参加者も当初は3人だけだった。その後人数が増え続け、手狭になった学習会場は区の協力などにより徐々にスペースも広がってきている。

2004年現在、パソコンボランティア20名、受講者30名、あすなるパソコンクラブ会員42名を数えるまでになった。

しかし、残念ながら公的助成はまったく受けられず、会費とカンパのみで自主運営してきた。PCも当初は一世代前のものを使っていたが、徐々にマシンのグレードアップを行い、現在は10台の新機種を利用している。

97年4月の総会において、「福祉パソコンの会」を「障害者の社会参加と自立」のためのNPO（非営利組織）と規定した。以来、4年あまり続けてきた地域型の障害者向けパソコン学習会を、障害者と健常者が共に理解を深めあえるよう、対象を一般シニアにも広げてきている。また、新たに「パソコン&ねっとわーく＝インターネット」ならではの下記活

動にも着手した。

1. PC サークル(パソコン学習会)とそのオンラインサポートメーリングリスト、2種の目的以上への登録
2. パソコンなんでもサポート(会員無料)
3. 情報発信(ホームページ&メーリングリスト)

就労に関しては、障害者の在宅就労を支援する「WeCAN!」に加入している上、その他の関連団体・企業との連携もしている。

1999年10月には、念願の「特定非営利活動法人(NPO法人)」の認可も取れた。

2001年にはPCサークル(学習会)修了者の熱意により、更にパソコンの勉強をするために、自主サークルとして「あすなるパソコンクラブ」が発足し、PCサークルからアドバイザーを派遣して支援するようになった。

2004年には自主サークルとしての活動に限界が見られた「あすなるパソコンクラブ」を福祉パソコンの会の事業の一環として組み入れ、新たな試みも始まりつつある。



前列が理事長の山口栄一氏
後列左が副理事長(事務局長)の岸本嘉夫氏
後列右は理事で学習会チーフの植木勇雄氏

・具体的な活動内容

1. パソコン学習会事業

(1) パソコン学習会(PCサークル)

毎週土曜日午後1~4時まで、年間約42回実施している。主として、障害者、高齢者を対象とした活動を行っている。場所は、練馬区光が丘駅の近くにある旭町南地区区民館を利用。一回の参加人数は20名前後で、主として、障害者および高齢者のパソコン初心者を中心だが、年間コースの講習会は、恐らく日本で唯一だと思われる。

(2) IT講習会

旭町南地区区民館の事業として、年度内で合計12回実施している。地域住民のパソコン初心者を対象としたIT講習会。年間の参加人数は40名前後。

(3) あすなるパソコンクラブ

PCサークルの学習修了者で、さらにパソコンに興味を持ち学習を希望する人たちのための学習会。年度内で合計12回実施している。場所は同じく旭町南地区区民館を利用。2004年現在、会員は約42名。テーマを36程掲げて、パソコン学習会では学べなかった高度なことなどを学習する機会を提供している。

2. パソコンサポート事業

パソコン全般のサポートで、主に派遣パソコンボランティアとメーリングリスト上の質疑応答にて行われている。派遣を依頼した方の自宅を訪問したり、電話にて解決することもある。障害者および高齢者からの依頼がほとんどで、派遣パソコンボランティアは5名程在籍している。

3. 広報事業

情報発信の手段として、ホームページおよびメーリングリスト上で、情報の受発信を行なう。障害者および高齢者を中心に、会員は90名程である。

4. 他の障害者団体との交流および情報交換

NPO法人「WeCAN!」の団体会員および他の友好・協力団体とも協力している。

. 成功の秘訣

1. 熱心なパソコンボラの存在

まず第一に、パソコンボランティアの先生方が非常に熱心であることが挙げられる。初心者の方に対する接し方、教え方が素晴らしいため脱落者もなく、スムーズな運営ができている。



実際のパソコン学習会の活動風景
(画面を指しているのがパソコンボラの方)

2. 独自の進め方

一年で終るようにカリキュラムを組んでおり、毎年新しい参加者を受け入れていることは、評価が高い。また、PCのOSによってコースが分けられているが、その中でも進度の遅い人に合わせているということも、成功要因の一つといえるだろう。できる人には物足りないかもしれないが、落ちこぼれを作らないという方針で進めている。敢えてレベル分けをしていないため、同じグループで自然発生的にお互いの助け合いが生まれていることも、成功の秘訣だと感じている。

. 今後の展開

おかげさまで毎年希望者が非常に多い。一時30人以上の参加者を受け入れたことがあったが、パソコンボラの数に限られており、参加者からも苦情が出てしまった。今では、参加者を毎年20名前後に限定しているが、抽選に洩れた方が翌年また受けに来ることも多い。このようにニーズが高いが、需要がある限りは続けて行きたい。

しかし一方では、あまり欲張らずに地道にやっていきたいとも考えている。完全なボランティアでもないが、ビジネスでもないの、手広くやるつもりはない。まずは足をしっかり固めようと思っている。

また、現在練馬区周辺に住まれている方しかサポートできていない状況だが、将来同じような動きが全国に広がっていけば素晴らしいと考えている。

. 現在抱えている課題

1. 人事・労務

ボランティア意識が高く、パソコン技能を持った人材がいない。人数的にぎりぎりまで回しているの、できればあと5~6人くらい欲しい。一部の方に過度の負担が掛かってしまっているのが現実である。

また、事務局の後継者となる人材がない。現在の事務局長が体を壊し、思うように出歩けない状況となってしまった。代わりに動きまわってくれる人材がないのが問題で、後継者をどうするかが当面の課題である。

2．財務

公的な補助金などはほとんど受けられない。最近では、新規事業であるかどうか条件になっていることが多い。我々のように地道に展開しているところは無視されている状態である。パソコンのソフトウェア一つ取っても、新しいものが次々に出て、同じものを使い続けて行くということは難しい。会費や寄付だけではとてもまかなえるはずはないので、資金集めは昔から今も変らぬ課題である。

3．場所の確保

現在練馬区の旭町南地区区民館のご好意により優先的に場所の提供を受けているが、近い将来改装の予定があり、その間の場所の確保は課題となっている。対象が障害者なので車椅子の方も多いが、未だにバリアフリーの環境は非常に少ない。学校でさえ、バリアフリー化されているところの方が少ないのが現実である。



練馬区の旭町南地区区民館の会議室
(バリアフリー対応施設はまだ少ない)

．中間支援機関に望むこと

1．資金提供へのアドバイス

公的な補助金や助成金は、新しくできた団体に対しては多い一方、地道に活動を続けている団体に対するものはほとんどないのが現状である。また、それらの募集条件に学習会機材の更新やソフトウェアの更新がないため、非常に厳しい財政状況を強いられている。営利目的ではなく、福祉事業を展開しているので、そのあたりを分かって欲しい。また、我々のような活動に対する補助金、助成金があるのであれば教えていただきたい。

2．行政に対する橋渡し

NPO 団体が、自治体などの補完事業を行っているという現実をもっと理解して欲しい。現実的に、良い形での役割分担、お互いがサポートしあえるような協業体制ができるよう活用してもらえればと思う。

また、全国各地で同じような活動が広がっていけばと考えているが、常に問題となるのは、主体となって進める中心人物がない、開催する場所を確保するのが難しいということである。これはぜひとも、自治体を始めとする皆様方にも考えていただき、協力してもらえればと思う。

湘南ひらつか七夕市民の会

・ 事業の目的

遠い昔から語り継がれてきた星と星との出会いの美しい物語、この夢の世界を人と人との出会いの場に再現したい、天の川のまちはきっと人と人とのふれあいを大切に優しさあふれるオアシスに違いない、その天上の街ユートピアをここ平塚に再現したいとの思いを抱き続けているものた



ちの夢の実現が究極の目的である。今年平成16年(2004年)でとうとう「湘南ひらつか七夕まつり」は54回目を終えた。昭和26年から1度も中止していない。このまつりを途絶えさせないのも我々の目的である。今、日本全土の商店街中、衰退又は停滞している商店街が87.7%、繁栄している商店街は2.3%しかない。その2.3%の中で生き残りたいとの思いを込めて奮闘している。リーダーは後姿で指揮を執らねばならない。子供たちの教育も同じである。汗をかき、その成果として繁栄する街づくりを体を張って推進している親の姿に勝る教育はない。

このひとつづくりも我々の目的である。いい人材が育てば、必ずや地域社会、街づくりに貢献するに違いない。いい街が出来、地域が繁栄すれば、国は栄える。われわれの目的は国づくりに通じる。

・ 概要

1. 名称：平塚市認可団体「湘南ひらつか七夕市民の会」
2. 所在地： 〒254-0046 神奈川県平塚市立野町17-20 錦織貸事務所
「平塚湘南ロータリークラブ」内
3. 電話：0463-61-6494
4. 代表者： 会長 後藤武史(自宅〒255-0005 神奈川県中郡大磯町西小磯1
329-5、) E-mail: oiso_take@yahoo.co.jp
5. 設立年月日：平成6年4月1日
6. 設立資金：30万円
7. 収入高：2001年度400万円、2002年度500万円、2003年度
600万円

- 8．従業員数：専従者5名、ボランティア90～100名
- 9．行政との協働：平塚市商工観光課、平塚商工会議所、平塚市議会、平塚商店街連合会との協働作業で、七夕期間中のイベント企画・実施、「祭りの広場」の催し物企画・実施

．設立の経緯

当事業の発端は、平塚市商工観光課から、湘南ひらつか七夕まつりの祭りづくり、イベントづくり、祭りの総合プロデュースへの協働を依頼、委託されたことに始まる。平塚市は、当時の全国の自治体同様、小さな行政、業務の効率化、アウトソーシングによる歳費の削減を図っていた。この街の歴史と伝統の象徴、50年続いた文化遺産、今やこの街へ七夕まつりが期間中毎年300万人の来街者を呼んでくれる重要な地域の観光産業となっている。それだけ、催し物、イベント、エンターテインメントショーも年を追って、高度で、センシティブ、楽しめるものになっている。経費も増高の中で、出来るものは民間にやらせようというわけで平塚市の認可団体のお墨付きを頂いたわけである。

．具体的な活動内容



1．よさこいソーラン1000人競演、演舞「星舞フェスタ」の開催

平成12年迄の七夕竹飾り主体の静に動を加えるべく、平成13年からよさこいソーラン「星舞フェスタ」演舞パレードを開始した。ダンス教室教師・インストラクター・生徒・児童等メンバー100名、2チームをメインに他は公募し合計7チーム350名で実施、これが高く評価された。いずれ5年以内には20チーム1000名にしようと思っていたら、2年目で980名出場となった。

準備には春先3月から取り掛かり、チームの公募、販売用のTシャツ発注制作のためのデザインの検討、販売用の七夕うちわのデザインの検討、このうちわの裏面に掲載する個店の宣伝取り、ガードマンは自前で当会からも出さねばならないので、毎年リストアップ者がボランティアで50名程ほぼ常連が加勢してくれる。Tシャツやうちわの販売は、主に女性ボランティアが50名程加勢してくれる。Tシャツやうちわの製作、宣伝取りは専従

者5名と上記ボランティアの中の有力者が協力してくれる。開催2年目の平成14年から「星舞フェスタ」が「湘南ひらつか七夕まつり」の代表格メインイベントに定着してしまっただが、4年目の今年は、近郷近在のみならず遠来の来街客にも知られるようになり、観客を一手に受けて今年も7月1日(木)～5日(月)期間中の中日の7月3日(土)のゴールデンタイムに開催した。これだけ有名になると出演者の選考が大変で、今年は2000人の応募者から1250名に出場してもらった。今まで、国道を遮断して、路上演舞パレードだったが、今年は趣向を変え、2ステージとし、ワンステージ目は、12:30から15:00迄、市民プラザ前の国道を500メートルに亘って交通遮断して創った「祭りの広場」の国道路上での23チームの大演舞、ツーステージ目は、16:00から18:00迄JR平塚駅前ロータリーと駅前大通に面するMN広場に作った特設ステージ上での18チームの大演舞を行った。1チーム50名の所要時間は6分で、3分が前チームの退場、次のチームの入場、アナウンサーによる紹介、残りの3分が演舞である。出演者の夢は、300万人が集まり、仙台、岐阜と並ぶ日本の3大七夕まつりの桧舞台でよさこいソーランを踊りたいという事である。映像が、電波で放映されるので、チャンスがあるかも知れない。今年の観衆と主催者側の目は「Soul Flowers」チームに釘付けであった。中国の売れっ子「女史12楽坊」の演奏する音楽でよさこいソーランを踊ったのであるが、その踊り手12人全員が揃って絶世の美女軍団であった。「2004湘南森本連」チーム100名はアメリカから日本のよさこいソーランNo1を探しに来たスカウトに認められ、全米1を誇る踊りの「オレゴンフェスティバル」に招待された。

子供や孫のステージ上の晴れ姿をカメラに収めようと必死な出演者の親族知人、1250人の踊り手の踊りを楽しみに来た遠来の来街者、偶々通りかかった七夕見物客。すばらしい踊り手には、感動に正比例して、どよめきと拍手が起こる。それを聞いて、材木をホームセンターで購入し、トンカチと電動ドライバーでステージを手作りした筆者たちにもその感動が伝わる。来年はもっといい木材でもっといいステージを作ろう。まつりももっと、楽しんでもらえるものにしようと思う。

財務経営面から見ると、うちわは1本100円で年により違うが2～3万本売れる。Tシャツは1枚1500円で1500枚位。星舞フェスタ出演チームからは1チーム当たり5000円ガード代、舞台装置材木代、アナウンサー代、音響設備代として負担して頂いている。あとは補助金(支援金)である。

・ 成功の秘訣

1. イベントづくりのノウハウ保有

当会会長の筆者は、サラリーマン時代営業本部で全国特約店社長数百名を集めて毎年1回、年次総会兼イベント兼接待大会を企画遂行した。開催場所には毎年特にこだわり、京都で開催した時は、総勢300名と大勢だったので、2日目はゴルフ組、観光組に分け、ゴルフ組は琵琶湖畔の超高名会員オンリーコース、観光組は1年掛けてそれなりの名刹古跡は一通り全て視察し、到達した結論が、1人なら往復はがきで先方指定日に行けば見せてもらえるかもしれない程見るのが難しい宮内庁所有の桂離宮と修学院離宮にした。何故それが一度に同時に150人も入れたかを話すと長くなるが、要は成せば成るである。

ついでに言うと、1日目は、嵐山、渡月橋脇の料亭「嵐亭」で昼宴席、その後、かつての

南朝の御所だった「天竜寺」を借り切って、年次総会、ご住職の訓話、花見の茶会としゃれた。夕刻は、北の政所「ねね」の菩提寺「高台寺」の真向かいの料亭「京大和」とした。「京大和」の表門玄関から4つの別邸までの長い石畳には、当日先斗町の西の郭(くるわ)の舞妓と芸者は全部借り切ってずらりと並んでお迎えさせた。表門脇に、特設ステージを作り、ピオラとチェロとベースの演奏でムードを醸成した。座敷では、舞妓、芸者の踊り、謡の他、ドイツ人の尺八演奏も評価が高かった。

宿泊はそのときは一番良かった「全日空ホテル」にした。

豪華客船「クイーンエリザベス2世」号に同じお客さんを招待し、クイーンズホールで女王陛下の黄金の胸像の前で、イギリス人のキャプテンとディナーを共にした事もある。

2. もてなしの心(ホスピタリティ-)が肝要

イベントづくりの真髄は、目で見てきれい、耳で聴いて素晴らしい、鼻に香しい、食べておいしい、手で触っていい感じ、五感全てを満たさねばならない。

. 今後の展開

1. 今日本が一番必要としているアジアでの友好国、友好都市を七夕文化で築く

最近、中国の日本領海侵犯、中国指導層によるわが国首相の靖国参拝批判、北朝鮮による拉致、テポドンの問題、イラク復興支援自衛隊の駐留延期の可否等避けて通れない難問が山積している。今国会で議論されている、主要な法案は、(1)イラクへの自衛隊派遣を継続するかどうか、(2)有事法案ではもしテポドンが発射されたら8分で日本本土へ着弾するので、発射を確認したら、宇宙圏と大気圏で即迎撃ミサイルを発射する権限を自衛隊に与えるかどうかである。中国との問題も相当議論になっているらしい。(3)三位一体の税源を自治体に委譲するかどうかである。主要な部分は、日本を取り巻く国際問題である。ASEAN(今はインドネシア、マレーシア、タイ、フィリピン、ブルネイ、シンガポール、ベトナム、ラオス、ミャンマー、カンボジアの10カ国)は1967年8月8日バンコクでインドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイの原加盟国5カ国でスタートした。やっと昨年、東京でASEAN諸国連合が開催されるまで漕ぎ着けたが、まだまだ時間が掛かる。かつてローマ帝国は「全ての道はローマに通じる」と、国づくりを同盟国作りから着手、そのための道路作りから始めた。日本外交もこれに学んだのかアジア諸国に、道路や、橋梁はどんどん作っているが結果を出すには結構時間を要するようだ。日本は、アジアの中に同盟国を創らねばならない。その為には日本とアジア諸国の都市間の友好同盟が強力な布石となる。七夕文化が格好の文化を媒体とした友好都市構築のきっかけとなる。是非実現したいと思っている。

. 現在抱えている課題

1. ミャンマーを舞台とした「血の絆」を「七夕期間中」に上映したい。乞う協力。

. 中間支援機関に望む事

1. 平塚市で七夕街の入り口と出口に「アーチ」を造って欲しい。横浜中華街、大磯ロングビーチ等きちんと「アーチ」が1年中宣伝してくれる。
2. 七夕期間中、老人、障害者、幼児用に階段状の観覧席を組み立てて欲しい。

優伸スクール

・事業の目的

(有)優伸は、子供たちの「優しさ」と「思いやりの心を持つ」人格形成を基盤に置き、学業の面で生徒の自律的な学習をサポートすることにより成績を向上させて、希望した進学校に合格できる力をつける地域に密着した少数精鋭の学習塾の経営をめざす。

・概要

- 1．名称：有限会社 優伸 (優伸スクール)
- 2．所在地：〒247-0006 横浜市栄区笠間5 - 35 - 3
- 3．電話：045-894-6066
URL <http://www.yushinschool.com/>
- 4．代表者：朝立浩史
- 5．設立年月日：2000年10月12日
- 6．資本金：600万円
- 7．売上高：4,200万円
- 8．従業員数：役員2人、社員1人、時間講師 10人



写真1「優伸スクール」全景

・設立の経緯

「私は大学を卒業して、大手高校受験塾の看板講師をしていたのですが、その塾ではテスト対策に明け暮れ、また、新しい生徒の確保にエネルギーを注ぐということが日常でした。従って、冷静に考えると生徒の方を向いていないということに気がついたのです。そこで、生徒一人ひとりをしっかり育てる理想の塾を目指して、ここを立ち上げたのです」と熱っぽく語るのは、創業社長であり、優伸スクールの塾長である朝立浩史氏である。

学習塾に取って、生徒の成績を向上させ本人や親が望む志望高校にひとりでも多く合格させるということは、当然のことである。しかし、朝立氏はそれだけでよいのかと自問自答してきた。そして、まずは子供の人間力の向上が最も大切だと気づいて、2000年に優伸スクールを立ち上げた。朝立氏が最も意識するのは、「優」、即ち、子供の優しさが何より大切だと説く。

昨今、「キレル」という状態になる人が多いが、それは子供の頃の人格形成に問題があることが多いといわれている。本来なら幼い頃からの家庭での躰、そして学校でのよい人間関係を通して、個人の人格が形成されるものなので、成人になるころには人間力が備わっている筈である。しかし、今日では十分な躰や友達を通じた人間関係が出来ていないのが実態であるといっても過言ではない。「キレル」人は少年時代に問題があることが多い。

そもそも、人の人間力が形成される根底は人を思いやる心、許せる心という優しさであり、決して「甘さ」ではない。むしろ、自分を厳しく見つめながら、相手には「Tenderness」即ち、優しい気持ちで接することが出来る人間が真の優しい人間である。そのような子供をひとりでも多く育てていきたいというのが、優伸の理念である。

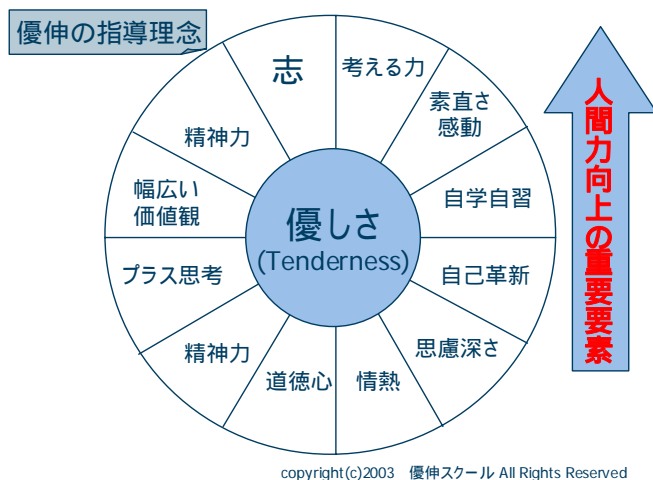


図1「優伸の指導理念の概念図」

のマインドが高揚する。講師と生徒のフェイス・トゥ・フェイスの真剣勝負が大事になってくる。

それだけに、講師たちは、厳しく自らを律して自己研鑽に余念がない。研修は講師陣を生徒に見立ててその前に立ち、模擬授業をするという実践さながらの形式で深夜遅くまで行なわれる。この緊張感漲る研修は、講師間の切磋琢磨には効果的である。「これが優伸スクールの強みです」と朝立氏は大いに自慢する。それが、優伸の指導理念を益々強固なものにしていく。

生徒の日々の学習進度や取り組み姿勢に始まり、それぞれの模擬試験成績の結果分析などを講師全員で討議するという熱い研修も頻繁に行なわれている。

・具体的な活動内容

1. 事業

- (1) 「小学部」「中学部」があり、各コースとも通常の授業の他に、春期講習、夏期講習、冬期講習がある。
また、「レギュラーコース」というクラス指導のコースの他、「個別指導コース」「ハイレベル受験コース」等、内容もバラエティに富んでいる。
- (2) 定期テスト対策、問題演習、個別指導、無料添削、自習室の開放等の内容の濃い学習指導を展開している。
- (3) 保護者とのコミュニケーションの充実
地域に根ざした塾らしく、塾での子供の様子を親が知り、家庭での様子を塾が知る。これ

優伸の指導理念をみると、それが歴然とよくわかる。

各教室にはこの指導理念が貼ってあるが、生徒も日々それを意識することはもとより、授業をする講師も常々この理念を自問自答しながら教壇に立つ。

朝立氏は、講師と生徒が学習の場を通して日々接している中で、講師の考え方や取り組み姿勢が生徒に大きく影響してくることを目の当たりにしている。それぞれの講師の熱い思いが生徒にストレートに伝わり、生徒



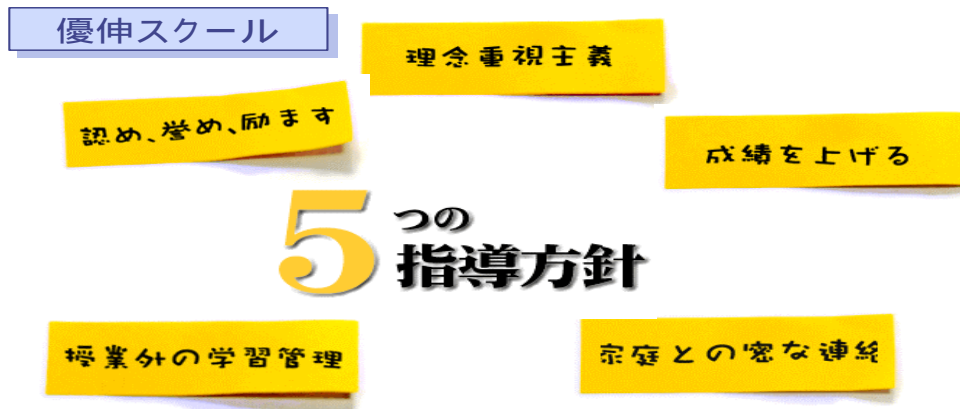
写真2「朝立塾長の講義風景」



写真3「優伸」の授業風景

が円滑にできることによって、生徒の力を伸ばす手が打てる。そのためには、保護者との面談、懇談の他、電話、手紙等のあらゆる機会を利用して、塾と家庭とのインタラクティブな関係を作り続けている。

2.指導方針（優伸スクールの5つの指導方針）



copyright (c)2003 優伸スクール All Rights Reserved

(1) 理念重視主義

「こういう人に育ってほしい」という人格形成をしっかりと意識した指導を心がけ、点数至上主義的な考えを極力排除することを意識している。

(2) 成績向上

理念重視主義を掲げても、学力・成績が上がらなければ、塾の責任は果たせない。そこで、地元、神奈川方式における進路指導を念頭に、教材の選定・作成を題材に学力アップの高いノウハウにより、生徒一人ひとりのレベルにあわせてハンズオンハンドの丁寧な指導を行なう。これも、地域性を生かした少数精鋭の学習塾ならではの指導技術である。

(3) 認め・誉め・励ます

人間の成長には自信が重要である。日々、否定されている子供は自分に自信が持てない。優伸では、「生徒を認める」ということを非常に意識する。そして、小さな成長を見逃さず、「誉める」ことを心がける。そして、「励ます」ことで、生徒は自信を持ち、更に成長しようとする善循環が、牽いては自立的な学習が可能となり成績の向上が図れる。

(4) 授業外の学習管理

成績は、塾の授業を受けていれば上がる、というものではない。当然ながら、学校での学習、家庭学習、塾での学習のバランスよく取れていることがポイントとなる。優伸スクールでは、生徒に効果的な宿題を課し、理解不足の部分を早出や居残りで講師が丁寧に指導する。生徒の理解をとことんまで深めるという「放っておかない」指導を心がけている。これも、少人数の塾ならではの丁寧な指導の賜物である。

(5) 家庭との密な連絡

塾での様子を家庭が把握し、家庭での様子を塾が把握する。これがあって初めて生徒の力を伸ばす有効な手が打てる。そのため、面談・説明会・懇談会・電話・手紙などで生徒の状態を常に家庭に報告し、家庭からもいつでも気軽に連絡や相談を受けている。

・成功の秘訣

塾立ち上げ後、4年が経過した。まだ、成功という実感はないが、朝立氏によれば目下の最大の強みは、講師のレベルの高さだと断言する。講師陣は朝立氏のメガネに叶った精鋭が採用され、月に一度は全講師による研修会が開催されている。内容は、模擬授業による授業方法の研鑽、指導理念の確認や指導技術の研究や入学試験の傾向と対策等をテーマに大いに議論する。このように優伸では日頃から、講師相互のレベルアップに力点を置く。

だからこそ、地元の家庭から「安心して子供を託せる」と強い支持が得られている。

優伸の指導技術の高さは口コミ効果で同業の塾の間でも定評があり、他校の講師が指導方法の相談や見学に訪れることもしばしばあるという。

この高い講師のレベルを維持・向上し続ける持続力が課題となる。

・今後の展開

1．中期的な計画：横浜市内の他地区で、地域の生徒を対象にして教室の展開を検討中である。

2．おとな向けの生涯学習：少子高齢化社会の到来が現実となった今日、地域に居住する「おとな」への生涯学習を提供したいと考えている。

3．最終的な夢：「世界中の子供たちのために新しい教育を作り上げたい」と途轍もなく大きな望みを抱いている。その夢はまだ獏としているが、朝立氏は世界中の子供の心は同じと信じている。だから、地道に子供たちと接することが出来れば、きっと世界の子供達に「優しさ」の心を持たせることが出来るだろうと大きな夢を語ってくれた。

・現在抱えている課題

地域に根ざして熱い想いで創設した優伸であるが、悩みは「カネ」「ヒト」である。

目下、借入金はなく黒字での経営を続けているが、今後の発展のため、他の教室を作る際には借入れが必要となる。普段は金融機関との付き合いはほとんどないため、将来的な資金調達の円滑性が課題である。

また、塾に取っては人材がいのちである。塾の発展を考えると、朝立氏の右腕となって塾の経営を支えてくれる人材の採用と、常に質の高い講師人材を確保できるかが「ヒト」に関する課題となる。

・中間支援機関に望むこと

優伸の朝立社長の友人の公認会計士が時々、経営全般の相談に乗っている。それでも、中間支援機関に期待する内容は、「カネ」と「ヒト」に関することである。

「カネ」の面では、助成金・補助金の申請、融資先の紹介等、資金調達に関する件、「ヒト」に関する件は、人材の採用、研修等の人材の確保・質的向上となっている。

スクール・アドバイス・ネットワーク

．事業の目的

公教育の活性化が使命である。2002 年度から、「総合的な学習の時間」および「完全学校週5日制」が実施された。これらを公立小中学校がスムーズに実施できるように、協力者をコーディネートするなどのサポート活動を行っている。総合的な学習を通して、生徒の学ぶ意欲の喚起、キャリア観の育成が目的である。

さらに、学校・教育を通じた地域コミュニティの新たな再編、活性化を目指している。

．概要

- 1．名称： 特定非営利活動法人 スクール・アドバイス・ネットワーク
- 2．所在地： 東京都杉並区本沼 2-21-10
- 3．電話： 090-2279-7767 URL：<http://www2.sshin1.net/s.a.net/index.htm>
- 4．代表者： 理事長 生重 幸恵（いくしげ ゆきえ）
- 5．設立年月日： 2002 年 10 月 28 日
- 6．正味資産： 63.6 万円（2004 年 6 月 30 日現在）
- 7．収入： 662 万円（2003 年度）
- 8．従業員数： 有償理事 3 名、スタッフ 2 名
- 9．行政との関係： 杉並区や東京都から学校教育コーディネーターなどの様々な受託

．設立の経緯

生重理事長は、1998 年度から 2001 年度まで、杉並区立天沼中学校で 4 年間 P T A 会長を務めていた。この期間、同中学校では前倒して総合的な学習に取り組んでおり、生重理事長はボランティアで人材探しなどの手伝いをしていた。その中で、実際の社会体験などをした子供たちが学ぶ意欲を高めるなどの成果があり、総合的な学習の必要性を感じた。ただ、学校の先生は忙しいため、コーディネートする外部人材の必要性を感じたのが最初のきっかけである。

さらに、1999 年度の「杉並区 21 世紀ビジョン審議会」、2000 年度の「杉並の教育を考える懇談会」に参加し、どうして子供たちは生きる力に乏しいのか、どうすれば学校が子供たちにとって楽しい学びの場所になるのか、といった基本的なことをじっくりと話し合った。

これらの審議会等の成果を基に作成された行動計画が、2002 年度からスタートした「杉並区教育改革アクションプラン」である。この中で、同年にスタートした「総合的な学習の時間」と「完全学校週5日制」をサポートするための人材として、学校教育コーディネーターを配置することが決められた。生重理事長は天沼中学校を含む 5 小中学校のコーディネーターとなったが、一人でできることの限界を感じ、2002 年 10 月に仲間が集まり NPO 法人化した。お金の管理、書類作成など、適材適所で人員を配置したスタッフに支えられ、仕事の幅がますます広がってきている。

．具体的な活動内容

1．学校教育のコーディネート

2002年に日本で初めて杉並区に小中学校支援のための「学校教育コーディネーター」が導入された。子供たちが楽しく学び、成長できるような支援を行うことにより、学校の活性化を図ることが目的である。総合的な学習や選択科目（中学校のみ）、部活、土曜日の子供たちの受け入れなどを行う際に、地域住民の力を活用するための支援を行っている。

スクール・アドバイス・ネットワーク（以下「当NPO」）では、杉並区から委嘱された3名のコーディネーターがあり、全部で11校（うち生重理事長は6校）に携わっている。杉並区教育委員会より、委託費として、拠点校で年間22万円、推進校で年間6万6千円が支給されている。コーディネーターの主な活動内容としては、総合的な学習の内容について先生の相談にのったり、企画を出したり、地域の外部講師を招聘する、などである。



茶道体験

当NPOに常時携わっている外部講師の方は、茶道、華道、書道などの講師70～80名にもなる。他に、国際理解の一環として週刊サッカーマガジンの編集長の講演など、単発のゲストティーチャーの方々多数に携わっていただいている。

これらの活動を通じて、総合的な学習こそが、「生きる力」を育てることになるのではないかと生

重理事長は考えている。最近のフリーターの増加は、子供の就労観、

キャリア観に問題があるが、学校教育はこれに対して取り組めて来なかった。この問題は日本を追い込むことになる重要な課題であり、「生きる力」とは結局は就労観・キャリア観なのではないか。総合的な学習において、面白い大人にめぐり合うことによってキャリア観の形成にもつながる。学ぶことが面白い、大人になるのは捨てたことではない、仕事にきちっと就くことが面白い、ということ、総合的な学習のなかで学ぶことができる。たとえば、オルカ（シャチ）の生態の研究者として有名なポール・スポング博士による授業を行った際には、何人かの生徒が、将来、地球環境を守る研究者になりたいとの感想を持った。また、子供が地域での職業体験をするためのプログラム「ドリームズ・カム・トゥルー」も実施している。

お年寄りとの交流も都会の子供にとっては貴重な体験である。地域の昔のことや戦争体験をお年寄りに語ってもらっている。話したお年寄りのほうも、逆に元気になって帰っていただいている。学校って、お年寄りに限らず、大人を元気にさせる場所ではないかと生重理事長は考えるようになっている。

2．人材育成

学校教育で必要とされる人材の育成も行っている。この事業は、「すぎなみコミュニティカレッジ」での公募に企画を応募したもので、審査に通った上で、企画運営費として委託金が区より支給された。

2002年度は、「わくわく！科学実験教室インストラクター養成講座」を開催し、26名が参加した。現在は、5名程度がインストラクターとして活躍している。さらに2003年度は、「実践に学ぶ！学校図書室ボランティアのコツ」と「英語楽ボランティア養成講座」を開催し、それぞれ40名の参加者があった。現在、図書館ボランティア、英語ボランティアとして、それぞれ17,8名程度が各小中学校で活躍している。

教員研修も行っている。東京都の教員向けに企業とのパネルディスカッションを開催したり、杉並区では経済同友会と経営者の視点でグループディスカッションを行ったりしている。

3. 事業企画

学校、行政、企業を巻き込んだ三位一体での事業を数多く企画している。たとえば、「花咲く杉並 エコ・ボラキャンペーン」は、杉並区が行っているエコシールと、さわやか福祉財団が行っているボランティアパスポートをジョイントさせた企画であり、現在、区内の10校の小中学校が参加している。参加校は、レジ袋を辞退するともらえるエコシール(1枚4円の価値がある)を学校単位で収集する。また、ボランティア活動をすることでボランティアパスポートにシールを貼り、その結果、アメリカン・エクスプレス財団より寄付金が出される。これらで集まったお金を利用して、学校に花壇を作るなど、学校に還元している。また、市民もエコシールの寄付という形で参加が可能となっている。



生徒代表との打ち合わせ
(右端が生重理事長)

通常は協同が難しい関係であっても、「子供のために協力してほしい」という呼びかけをすると、協力者が増える。これによって、学校は総合的な学習の一環として子供の環境への意識、思いやりをはぐくむ活動が出来、収益金を学校のために利用することが出来る。また、企業や行政も従来からあるプログラムの活性化につながり、三者すべてが利益を得る企画となっている。

. 成功の秘訣

1. 積極性、つながりを大切にする

以前、フリーでマーケティングの仕事をされていた生重理事長は、知らない人と話すのは得意とのこと。最初から人脈があったわけではなく、はじめてから急速に人脈が広がったという。講演会やテレビなどで興味を持った人にはすぐに連絡を取った。「より多くの子供たちにとって学校が楽しい場所であるように」という原点を話せば、知らない人でも、「学校教育の役に立つなら」と真摯に受け止めてくれる人が多かったという。さらに一人ひとりとのつながりが次のステップにつながっていった。「人とのつながりは財産だと思っている」という生重理事長の真摯な態度が、人脈形成に大いに役立った。また、自分の人脈の中でつなげてあげたほうがよいと思った人同士をつなげるなども行っている。「自分の

ところだけがよくなれば世の中がよくなるわけではない。まじめな使命を持ってやっていると、お互いに発展していきたい」という。自分のところだけでなく、他もよくなってほしいという理事長の考えに共感する人が多いからこそ、成功したのだと考えられる。

2. よいものに対する勘、目利き

「この授業っていいな」とか、「こことつながりたい」というのは、生重理事長は第一印象でわかるとのこと。その上で実際の授業を見に行くなどの手間を掛け、確認作業をしている。これによって質の高い人材を提供でき、信頼につながっている。

. 今後の展開

学校に全国的に有名な人を呼ぶのではなく、地域社会にいる人に来てもらうほうがスムーズに行く。企業の持っているIT研修などのプログラムも、1社に集中してしまうと企業側も対応できないが、対応できる多くの企業を柔軟にアレンジしていく。このように地域毎に活用できる人材情報を情報プラットフォームとして整備していくことが狙いである。既に杉並区、渋谷区、世田谷区、小平市などでは仲間が出来ており、進んでいる。この取り組みを全国に広げ、地域の情報プラットフォームをネットワーク化していきたい。

来年度から行うこととしては、杉並区からの委託で、中高生のキャリア教育を行う予定である（現在は個人的にやっている）。また、東京都からの委託で、学校教育コーディネーターの養成を行う予定である。

. 現在抱えている課題

1. 会員が少ない

当NPOは、外部講師等で関与している方々は非常に多いが、会費を支払っている会員は10名程度しかいない。財政を安定させる意味でも、会員を増やしたいと考えている。

2. スタッフのスキルアップ

魅力的で説得力のある企画書やチラシ・ポスターを作成するスキルをアップしていきたい。ただ、これは外部に委託するものではなく、理事長自らがマンツーマンで指導していきたいと考えている。

. 中間支援機関に望むこと

当NPOでは、現在の活動はすべて自前のスタッフで行ってきているが、特に大きな問題は生じていない。お金の面では税理士に委託しており、マネジメント面でも特段の問題はない。

未来っ子クラブ

．事業の目的

コミュニケーションをうまく取れない子供が増えているという。勉強はできる、けれど友達との関わり方を知らない。「未来っ子クラブ」は理事長の森さんが、そんな現代の子供たちの姿に触れ、いつでも、どこでも生きられる心と力を子供たちにつけさせたいとの思いで設立された小学生のための学習と保育の場である。今の成績だけではなく将来伸びる知の基礎体力を子供たちにつけさせたいとの考えから、しつけ、習慣、社会適応能力、対人能力、コミュニケーション能力、お金の学など、子供の総合的な人間教育を目的としたユニークなプログラムで活動を展開している。

．概要

- 1．名称：特定非営利活動法人 未来っ子クラブ
- 2．所在地：〒274-0063 千葉県船橋市習志野台 2-12-17
- 3．電話：047-461-7550 URL：<http://www.miraikko.com>
- 4．代表者：理事長 森 巖
- 5．設立年月日：2003年4月1日（NPO認可：2003年10月1日）
- 6．設立資金：0円
- 7．収入高：2003年度70万円、2004年度260万円予定
- 8．従業員数：常勤2名、非常勤1名、ボランティア約10名

．設立の経緯

理事長の森巖さんは30年来、地元で小中学生向けの学習塾経営を行ってきた。東京のベッドタウン、公団が立ち並ぶ習志野台は当時、船橋市内でも有数の新興住宅地であり、近辺には小学校が次々と新設され、子育て世代が流入してきた。そのような背景の中、学習塾はある意味、放課後の子供たちの生活の場でもあったと言える。時代は変わり、かつての学習塾の卒業生たちはすでに子育て世代となった。地元に戻って家庭を築いている者も少なくない。森さんは卒業生たちにひさしぶりに会い、話を聞くと子育て面での悩みを抱えていることを感じた。共働き家庭は今後ますます増えていくはずだ。しかし、かつてのように地域全体で子供たちを見守るといったことは今では見られない。子供たちをどうやって健全に育成していけばよいのだろうか。学校も家庭も子供たちに本当に大切



子供たちの手描きによる外壁

なことを教える場になっていないのではないか。それだったら、塾のとなりの建物の空きスペースを利用して自分たちの手で……。森さんのそんな思いから「未来っ子クラブ」は始まった。

塾の空きスペースを利用できたので、特別な設立費用は必要なかったが、電気代、水道代、コピーなどは塾からの無料提供となった。娘さんの則子さんとの共同作業で2003年4月教室開講に向けて準備を始めた。子供の世話を全面的にしてくれる常勤の先生を募集したところ、設立の趣旨に賛同して40人もの応募があったという。その中から森さんが最適と考えた岡本先生を採用した。現在は岡本先生が常勤で子供たちの世話と指導を行い、森さんと則子さんが週に何度か指導を行う形で運営している。

学校の学科である国語、算数などの勉強のほか、コミュニケーション、創作、お金学などに力を入れたオリジナルのプログラムを試行錯誤しながら作り、2003年4月に実際に運営を開始。学習をする塾としての位置づけと、生活の場、保育の場としての位置づけをミックスしたような今までにない新しいタイプの子育て機関の誕生である。森さんの趣旨に賛同してくれた知人約10名を発起人に、2003年10月には千葉県からNPO法人としての認可が下り、正式にNPO法人としての活動が開始された。

．具体的な活動内容

1．コミュニケーション力の育成

21世紀に生きる「未来っ子」に必要な能力は、語学や国際感覚を身につけることだけではないと森さんは考えている。むしろどんな時、どんな場面、どんな所でも適応していける力をつけることである。

「未来っ子クラブ」では子供たちの遊びの中で、じゃんけんを基本的に禁止している。子供同士で何かを決めるとき、じゃんけんで決めるのはたやすい。しかし、敢えてじゃんけんを使わずに対話で決める。そうすることで、子供たちは人の気持ちを理解し、お互いを尊重することを学んでいく。

「おやつなどもわざと人数分より多めに出して、それをどう分けるかを子供たちに話し合わせるようにしています」と岡本先生は話す。子供たちにコミュニケーション力を養わせたいという「未来っ子クラブ」の指導方針は徹底している。



子供たちの宿題を見る岡本先生

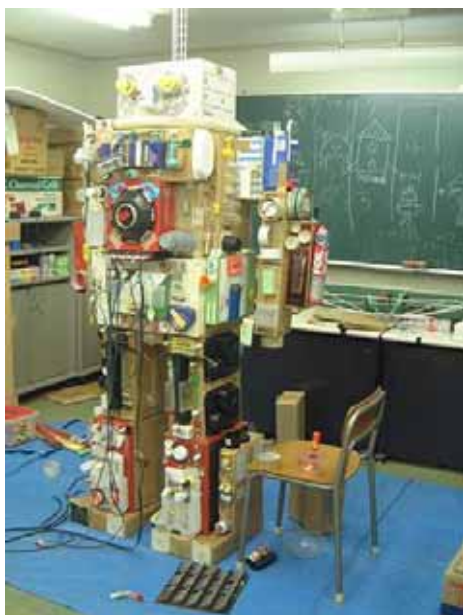
2．自分を信じる力をつけること

岡本先生は大学の教育学部を卒業し、教師になりたいという思いを持ちつつも、卒業後は劇団活動を行っていた。その後、小学生の塾講師を体験するが、親の考えだけで中学受験に取り組まされる子供たちの姿を見て、何かが違うと思いつけていたという。教室のプログラムは森さんと岡本先生が相談しながら決めていくが、劇団活動をしていたという岡

本先生ならではの、ユニークなアイデアが生きたプログラムが生み出されている。

「子供の頃、大きなロボットを作ってみたくて思っていたんですよ。」

教室の創作スペースには、天井まで届きそうな大型のロボットが堂々と置かれていた。ダンボールや不用品を家庭から持ち寄って1カ月以上かけて子供たちが製作しているものだ。その創作のスケールの大きさには本当に驚かされる。学校ではカリキュラム上、このような創作に長期間かけて取り組むのは難しい。また、個々の家庭でこのような大作を作るのはスペース的に不可能だろう。けれど「未来っ子クラブ」なら取り組める。この作品はこのあと、全面を黒く塗り金のスプレーを施した後、「ハンズ大賞」という創作のコンクールに出展されるという。



天井まで届く巨大なロボット

このほかにもユニークな取り組みとして「未来っ子クラブ」では、「欽ちゃんの仮装大賞」への出場を行っている。2004年の5月には決勝に進んだ子供たちの演技がテレビ放映され、出場した子供は学校でもクラスの人気者になったようだ。2004年末の取材時点でも、2組の子供たちが次の「欽ちゃんの仮装大賞」への出場準備中であり、仮装のための工作物が作られていた。

「大切なことは子供たちが自分に自信を持つことです」と森さんは話す。

学校での教育はある意味、紋切り型であり、従来からの学科を学ぶ域を抜け出していない。その中で置いていかれてしまう子供たちもいるだろう。子供たちにとって、普通の学校、普通の家庭では取り組めないことにチャレンジすることは、目標に向かって輝くことであり、自分の力を信じるきっかけになるに違いない。

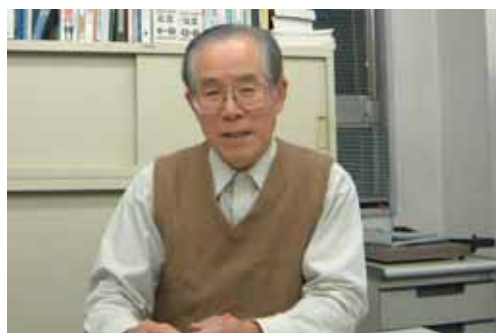
3. 社会で生きていくための準備

森さんは子供たちに学ばせたいことのひとつとして「お金学」というテーマをとっても大切に考えている。

「日本ではお金というと、なぜか汚いものというイメージを持っている人が多いけれど、実はお金について小さい時から学ぶということは、生きていく上でとても重要なことです。」

たしかに、「お金」について具体的に学ぶ機会というのは今の学校教育においてはほとんどない。アメリカなどでは小さいときからビジネスやお金について学ぶというが、日本の教育にはすっぱりと欠けている部分である。

「お金は社会という生体に流れる血液です。お



理事長の森さん

金の流れを追いかけることから、お金の働きを知り、社会のしくみが身近に見えてきます。そこで自分は・・・将来、こうしたい、こうなりたい。そのためにはどんな勉強が必要なのか・・・と、自分の生き方を探ることが始まります」と森さんは話す。

現在は高学年の子供たちに向け、森さんが「お金学」をたまに教えているとのことだが、今後、もう少し体系立てて「お金学」のプログラムを作成していきたいと考えているそうだ。

・成功の秘訣

現在、設立から1年半。まだまだ、入会してくる子供たちは少ない。しかし、森さんに焦りのようなものはなく、この立ち上げ期間を活用して着実に独自のプログラムを作成している段階とも言える。このように「未来っ子クラブ」が余裕を持って活動に取り組めるのは、森さんが塾経営を行っており、その空きスペースをうまく活用した形で事業を立ち上げたことに起因している。電気、水道、コピー代などにおいて塾に運営資金を頼っている面もあるが、相乗効果を考えればさほどの持ち出しにはならない。また、森さんの塾で子供たちに勉強を教えている先生がたが、「未来っ子クラブ」の子供たちにボランティアで勉強を教えることもあるのだそうだ。

森さんの娘さんの則子さんが、パンフレット制作やホームページ制作のスキルを持っていたことも成功要因のひとつであろう。費用をかけずに自分たちで宣伝ツールを作成できるというのは、売上を確保できない初期段階においては重要なことだろう。

・今後の展開

設立して1年半の「未来っ子クラブ」は、やっと本格稼働のための準備が整ってきた段階とも言える。最近、則子さんが手作りで「未来っ子クラブ」のホームページを立ち上げた。言葉だけではなかなか説明しにくい活動内容だけに、ホームページの存在はマーケティング面で重要な役割を果たしていくだろう。今後は入会してくる子供たちの数を増やし、安定した経営基盤を築いていくことで、ますます面白い子育ての場を作っていけることだろう。

・現在抱えている課題

森さんの経営する塾の存在のおかげもあり、現在のところさほど深刻な課題は抱えていない。しかし、独自に採算のとれるNPOになっていくためには、マーケティング活動が鍵になる。入会する子供の数はまだ少ない。この数を増やすことが課題とも言える。パンフレット、ホームページなど宣伝ツールは整いつつある。口コミがもう少し広まってくれば、「未来っ子クラブ」の本当の良さが地域の子育て世代に理解され、入会者数も増えてくるのではないかと。

・中間支援機関に望むこと

現在のところ、特に望むことはない。補助金などの申請についても自分たちでやっていると考えている。ただ、情報を得る面で支援があるといいかもしれない。

特定非営利活動法人 Com - Work

・事業の目的

1．キーワード、キャッチコピー

シニアが社会のチョット現役で活躍できる場所がほしいね
“パソコン・シニア・出会い・学習・生き甲斐”
みんな集まって、学び合って、助け合って、生涯現役しましょう

自立を目指す高齢者、および女性に対して、コンピューターやインターネットなどの情報技術を活用した活動に関する啓発的事業を行い、活気ある長寿社会と元気な街づくりに寄与することが目的である。

2．事業内容

【特定非営利活動に関わる事業】

- (1) コンピューターとインターネット活用推進事業
- (2) 地域社会が必要とするコンピューターとインターネット活用支援事業
- (3) 必要な調査研究、情報収集および提供
- (4) 会報の発行
- (5) その他この法人の目的を達成するために必要な事業

【収益事業】

- (1) コンピューターを利用した名刺やホームページ作成などの高齢者および女性の就業対策事業
- (2) 商店および商店街などの高度情報化提供事業
- (3) 他 NPO などの団体などがアウトソーシングする業務の受託事業

・概要

1．名称：「特定非営利活動法人 Com Work」

2．所在地：東京都墨田区吾妻橋 1 - 8 - 9

3．電話：03-5829-2314(&Fax)

URL：http://www.comwork.jp/ e-mail：info@comwork.jp

4．代表者：会長 小浅 邦子

5．設立年月日：1997年11月 設立。

2001年3月21日 NPO法人登記。

6．資本金：なし

7．収入高：【非営利活動】150万円 【収益事業】50万円

8．従業員数：20人（会員数 80人）

・設立の経緯

コムワークは、1997年11月にパソコンを使って何かをしてみようという意欲的なシニ

アが集まり、東京都品川区旗の台で社団法人長寿社会文化協会（通称WAC）の活動ポイントとして誕生した。年はとって時代には遅れない仕事をして、社会の一員として現役であり続けることは老後の生き甲斐となつてこれからの高齢化社会を、きっと明るくそして輝かしいものにするに違いないとの信念であった。老若の差別をなくしたいとの思いも強かった。

“シニアもコンピューターで仕事を！”の夢から、Com Workと名付けられた。

・活動内容



小浅 会長



パソコン教室風景（吾妻橋教室）

1 活動内容 最初はパソコンを使えないメンバーも多く、従って仲間に教わったり、また自分で勉強しながら名刺を作ったり、パンフレットを作ったり、データ入力したりと簡単そうな仕事からスタートした。自然とメンバーも積極的にパソコンに向かうようになり、みんなの勉強熱も高まったのである。

徐々にメンバーのレベルも上がり、お互い教え合うことから勉強会のノウハウも蓄積された。そうなる外部の人から「教えて欲しい」という依頼も来るようになり、「教えられていた人」が「教える人」に変化していった。また、メンバーになり活動したいと言う希望者も出て、新会員の増加にもつながっていくこととなった。引き受ける仕事の内容もメンバーの成長と新会員の増加で多様化するに至っている。

2 事業の内容

(1)「パソコン教室」(非営利活動)

パソコンで文書を作る(ワード)

デジカメで写真を撮る

住所録を作成する

ホームページ作り

インターネットや、電子メールを楽しむ
オリジナル名刺を作る

家計簿・請求書・名簿作り(エクセル)

パソコン検定も受けられます

(2)「NPO事業」(営利活動)

ホームページ作成・管理

名刺作成、お引き受けします

データベース構築・運用管理

等

3 「パソコン教室」

- (1) 吾妻橋教室・墨田区吾妻橋 1-8-9 (03-5819-2314)
- (2) 大崎教室・品川区大崎 2-12-1 アイアカデミー 3 F (03-3490-1491)
- (3) 六本木教室・港区六本木 4-7-14 みなと NPO ハウス (03-5414-3039)

Com-Workは、パソコンを中心に「教え」「教えられ」て、コミュニケーションを深めていくことが狙いであり、同時にパソコンをシニアが便利に活用するための集まりである。そのため、メンバーの多くは中高年が中心ではあるが、年齢の壁は一切ない。今後は、女性層の拡大と商店街メンバーの積極的参加を求めていくとのことである。

「パソコン教室」の運営については、入会金 3千円 年会費 3千円で運営されている。ボランティアではあるがこれだけでは維持できないので、コムワーク独特の運営方法として使用されているのが **おしえ手カード** (現時点で 100 万円以上の発行実績がある) である。

「おしえ手カード」は、パソコン講座受講料であり、「1組 10枚 5千円」で販売している。3枚で 1講座=90分 が標準である。

会員は入会時に「おしえ手カード」を購入する。

教室で希望時間の枚数を提出する。

講師役の会員には、受け取ったカードに応じて講師料が支払われる。

会場・パソコンの提供者にもカード枚数に応じて使用料が渡される。

カードの売上げから の支出を差し引いた残りが、奉仕活動した会員の交通費やコムワークの諸経費に充てられる仕組みである。

習うことで「教えられる」側から「教え手」となり講師料が手に入る仕組みだ。



Panasonic			
入金日	・ ・	担当	
使用年月日	・ ・	教室	
利用者氏名			
教え手氏名			
事務局処理	・ ・	担当	

4 営利事業としては、現在は、品川区の受託事業が中心である。事業の受託は NPO にて行い受注額の 20%はNPOの諸経費に充てる、80%を「請負外注費」として経費処理する。そして、営利部門が作業を請け負うのである。主なものは、

- (1) 品川区産業振興課のホームページ作成、管理事業。
- (2) 品川観光協会のホームページ「かわらばん」の作成・管理。
- (3) 品川区受託事業として、品川区内の商店街連合会加盟 4,800 店 (70 商店街) のデータベース作成を受注 (05 年 3 月納品)。
- (4) 加盟店に対しての「アンケート」方式で情報を集め、個店毎のデータを収集し、入力した (担当者 4 人で行った)。

・成功の秘訣

コムワーク会長 小浅 邦子さんのお話では、97年当時と一緒にスタートした仲間のパソコン教室グループの多くがなくなってしまうと言う。

1. 会長のバイタリティで粘り強く、徹底してコミュニティの中に入って行く。これを「バイ菌作戦」だと表現されていた。とにかく“蔓延させること”だとおっしゃる。スタッフのチームワークがよく、小浅会長、曾根清次事務局長、宮崎寛子会計の「言いたいこと言い合う仲」もグループの特徴だ。
2. 長く続いてきた理由の第二は、教室が経済的に安く、しかも安定的に長期に借りられていること（「パソコン教室」浅草・六本木とも 使用料・月額 = 3万円）。そのため会員・メンバーの誰かがいつも常駐できるので安心して遠方からでも参加できる（茨城や大田からの参加もある）。
3. コムワークが、（社）長寿社会文化協会（WAC）の活動ポイントであることも成功の秘訣の一つであろう。曾根氏はWACの事務局長であり、小浅会長はWAC東京地区センター代表の立場でもある。WACの全面的支援があることは大きい。

・今後の展開

シニア対象の「パソコン教室」であることによるリスクも無視できない。高齢者であるが故の「持病・病気」により急に来られなくなる、また理由なく参加が途絶えてしまうこともあるなど継続性が課題ではある。

事業を受託した場合の配慮としては、必ず“ダブルスタッフ”でメンバーを選任しておく必要がある、とのことであった。まだまだ地域には、とくに会社をリタイアした男性が「引きこもり」状態で表に出てこないケースが多く、「パソコン教室」の潜在需要は十分であり、地道に活動を続けていく方針である。

・現在抱えている課題

1. 会員が増えない、むしろ減り気味であること。これからは益々、どのようにして引きこもりの男性を“地域デビュー”させるかが課題。「高齢者である」との意識を男性に持たせないようにすることであり、女性・子どもの参加が重要である。
2. 商店街とパソコンとの結びつきが課題である。増加するシニア層がパソコンを必需品とすることで新しい商店街とのつながりも生まれてくる。「託老所」を商店街に設置する、街に出て“モノづくり”などのイベントに優先的に参加してもらう、街から危険を排除するなど、その「仕組み作り」もコムワークの今後課題である。
3. シニア対象に「パソコン教室」を主宰している組織は全国的にも数多くある。シニアネットとしてのネットワーク作りも課題である。

・中間支援組織に望むこと

・助成金・補助金の申請支援 ・社会保険等の手続き支援（若い人がスタッフとして参加し易いように） ・業務委託事業の発掘支援 ・スポンサーシステム確立支援 ・情報ネットワーク形成の支援活動などに期待したい。

えがお・つなげて

・事業の目的

「えがお・つなげて」は、農をはじめとした地域共生型のネットワーク社会を創ることを目的に、「村・人・時代づくり」を行っていくためのNPO法人である。

活動エリアは山梨県白州町を中心とした南アルプス・ハケ岳周辺をメインとしている。

2003年4月から山梨県須玉町の増富地区にある町営の日帰り温泉施設「ラジウム鉱泉みずがきランド」の運営を町から委託され、さまざまなグリーンツーリズム（都市農村交流イベント）の拠点としている。

・概要

- 1．名称：特定非営利活動法人 えがお・つなげて
- 2．所在地：〒408-0313 山梨県北巨摩郡白州町横手 2910-2
- 3．電話：0551-35-4563 URL：<http://www.npo-egao.net>
- 4．代表者：代表理事 曾根原久司
- 5．設立年月日：2001年2月20日（設立認証は2001年6月）
- 6．事業高：
2001年度 300万円、2002年度 1,300万円、2003年度 1,700万円、2004年度 2,300万円予定
- 7．従業員数：理事 13名 会員数 70名 ボラバイト（登録制）約 100名
*ボラバイトとは、有償ボランティアのこと
- 8．行政との協働：山梨県、市町村、（財）ふるさと財団などと多数連携あり

・設立の経緯

現在代表理事である曾根原氏は、コンサルタントとしての活動をしていく中で、地域分散型のネットワーク組織をつくらうという企画を胸に抱いていた。

それまで住んでいた東京から、山梨県白州町に移住し、鍬1本、100坪の借地から農業をはじめた。そして、地域の中に入り、一部は開墾し、次々と農地を借り、一時は2町歩（6,000坪）の田畑を所有し、すべてが無農薬有機栽培を行い、地域の仲間たちと「白州田舎倶楽部」を設立し、オーガニックレストランの開設、無農薬有機野菜の無人販売スタンドでの販売、天日乾燥の米、手作り味噌販売などのさまざまな商品を発案していた。

白州田舎倶楽部の活動を開始してから5年経ち、個人の集まりでは太刀打ちできない状況に広がりを見せてきたため、法人化（NPO法人）への道を歩んでいった。

・具体的な活動内容

「えがお・つなげて」の中心は、各委員会（プロジェクト）と研究会の活動である。研究会は自分のやりたいことを一人でも立ち上げられる制度、一方委員会は、理事1名と会員2名以上の参加が前提となり、事業計画書を提出し、理事会にて承認されれば設立できる。現在このような委員会が現在7つあり、様々な活動を行っている。

日本へ帰ろう委員会
 バイオマスエネルギー委員会
 やまなしまちづくりサポセン委員会
 インターネット委員会
 えがお食品委員会
 えがお交流委員会
 日本NPO新聞委員会

1. 日本へ帰ろう委員会

「えがお・つなげて」は2001年の設立当初より、完全無農薬の青大豆を利用した「味噌仕込会」や、「えがおファーム」「こどもファーム」といった農業体験の場の提供、「大豆の種まき」「お田植え祭」など多くのイベントを開催し、都市と農村を結ぶ交流事業を活発に展開してきた。

創立3年目には、得意とする都市農山村交流イベントを核に地域活性化モデル事業として「日本へ帰ろう」(にほんへかえろう)を立ち上げた。全国共通の課題ともいえる中山間地域活性化への手がかりとしての活動である。

この事業は、山梨県須玉町の町営温泉施設「みずがきランド」(「えがお・つなげて」は、2004年4月から「みずがきランド」を須玉町より3年間委託運営することになった。)を都市農山村交流センターと称して活動拠点とするものである。

この地域での都市農山村交流のイベントをやりやすくするために、農地法の適用除外を中心とした構造改革特区「増富地域交流振興特区」として須玉町と協働で申請し、国から第1号の認可全57箇所の一つに認定された。(2003.4.16)

また、地域の方々と一緒に増富グリーンツーリズム推進協議会も結成された。



都市農山村交流キャンプの様子

現在この委員会で行っているのは、主に以下の事業である。

- (1)みずがき鉱泉ランドの運営
- (2)各種都市と農村の交流プログラムの実施、

都市農山村交流キャンプ(都市と農村の子供たちの交流と自然体験)

大豆オーナー制度と手前味噌仕込み会(大豆づくりからそれを使った味噌作りまで)



大豆オーナーの作業風景

森の天然酵母のパン作り

森林お助け隊（森の手入れのお手伝い）

(3)増富地域の遊休農地を復活させたえがおファームの運営、農産物の販売

2．バイオマスエネルギー委員会

主に林業資材を原料に発電や暖房などのエネルギーへの変換技術を研究しながら、実際に、これが普及していく方向性を探っており、「木質バイオマス発電」の試作機の製作などいろいろなプランが現実味を帯びてきている。

3．その他の活動

その他定期的に「えがお交流会」が各地で開催され、「日本NPO新聞」が発行されるなど、多岐にわたる活動が行われている。

最近では、他地区の地域の活性化支援のための活動（まちづくり・地域づくりのノウハウのコンサルティング）にも多く携わっている。

．成功の秘訣

1．たぐいまれな企画力と実行力

もともとコンサルタントであった曽根原氏が、「今おかれている環境分析を行い、それぞれの特徴（長所・短所等）を明確にし、将来のある時点においてその特徴が効果的に発揮されるよう行動の計画を設計する」という発想をもってNPO法人の運営に携わっている。

また、常に率先垂範で物事を行うという実行力とリーダーシップがある。

2．無理がない活動のポリシー

できる人ができることを考え、それぞれが好きで得意な分野、自分に合う分野で自由に進めていく、無理をせずにいつも笑顔で活動するNPOということで「えがお・つなげて」という名がつけられた。また、前述の委員会・研究会活動のポリシーがある。

3．協力体制の多様さ

さまざまな交流の機会を自ら作り出し、また、出会いの機会を十分に活かしている。また、公的団体の支援（補助金や、後援）をうまく活用している。そのための情報も入手している。

．今後の展開

2004年8月から山梨県大月市の遊休農地の活用策（大月エコの里）のコーディネーターを行い、構造改革特区の申請、新たなNPOの設立支援（NPO法人おおつきエコビレッジ）などを行った。今後は、従来からの活動に加え、このようないわば、日本の地域再生モデル事業の中間支援組織のような活動がどんどん増えていく予定。

また、コミュニティファンドならびにコミュニティファンド・マーケットの設立準備も現在すすめている。

・現在抱えている課題

とにかく人材である。それもNPO型（市民事業）のマネジメントができる人材を熱望している。

活動を続けるにつれ、関係する人達から様々な要請があり、事業もどんどん広がっていき、こちらが行うことの質を落とすわけにはいかない。問題となるのは、質を維持し、プロジェクトをマネジメントできる人材である。

市民事業のマネージャーは、企業のマネージャーと比べて多様なものを管理する手腕が求められる。活動するのはボランティアだったり、お金も補助金の活用や寄付金だったり、様々ある。そんな中でマネジメントが行える人材が必要

経営資源はヒト・モノ・カネが並列だった。今はヒトが重要視される。

それは、システムが定められているのではなく、これから作ろうとしているからだ。

なので、それが実現できるヒトがいちばん大事である。

お金は調達することは可能だが、それを活かす人材がなければどうしようもない。

・中間支援組織に望むこと

中間支援組織には3つの機能が必要だと考える。

1. エジュケーション・マネジメント（教育支援）
2. ファイナンシャルのしくみづくり（コミュニティファンドなど）
3. インフラ（法律・条令、補助金、規制）をアドバイスできる。利用しやすい環境をつくる

従来は、情報提供や事務局機能のレベルだったが、これからはそうではなく、上に挙げた3つの事項を同時にできるところが望まれる。

潜在需要は多いのだが、非営利分野を事業として遂行できる人材が絶対的に不足している。

また、ひとづくりがメインとなるはずなので、人材育成をベーシックに置きながら販売管理、資金管理をサポートできることが望まれる。

中小企業診断士にもまさに活躍の場がある。

以上

特定非営利活動法人 ワンデイワン のグリーンツーリズムと国民宿舎

・事業の目的

村おこし、中伊豆町の活性化のため

1．キーワード

ウエルネス・グリーンツーリズム・生涯学習

2．事業内容

(1) グリーンツーリズム

都市と農村の交流のために、わさび田体験、田植え体験、椎茸栽培、大豆から豆腐製造、味噌づくり、蕎麦うち体験、地元の野菜、イノシシ狩りなど

(2) ウエルネス

健康産業、温泉利用、静岡県指定のハルマバレーコート。テニスコートを保有。

(3) 子供の体験総合学習

近隣の山・川・海を利用して、子供に学習体験させる。

(4) 国民宿舎経営

上記の事業を実行するための拠点として、宿泊する施設。

・概要

- 1．名称 特定非営利活動法人 ワンデイワン
- 2．所在地 静岡県伊豆市冷川 1524-691
- 3．電話 0558-83-1155、F A X、0558-83-0371、E-mail、shukusha@izu.co.jp
- 4．U R L <http://e47.jp/n/y>
- 5．代表者 理事長 井上 亘
- 6．設立年月日 平成 14 年 12 月 NPO 認可。平成 15 年 2 月法人登記
- 7．売上高 115,024 千円 / 15 年度
- 8．従業員数 7 名 他にパート 14 名



国民宿舎中伊豆荘 全景



井上亘理事長

・設立の経緯

国民宿舎「中伊豆荘」は1965年11月に伊豆スカイライン開通とともにオープン。県の借入金償還が終了したのを期に1988年4月に建物の無償譲渡を受け、県営から町営へと移行した。その後テニスコートの完成、トイレの改修、客室改修、温泉引き湯、浴室修理、温泉入浴施設「万天の湯」の新築、ロビー・フロントの改修など施設の整備を行っている。

中伊豆町の直営で、2001年まで連続8年間赤字経営が続いていた。2001年6月町議会議定例会で、一般質問を受け、町長が中伊豆荘運営委員会に諮問。経営の目的を単なる旅館業でなく、町の政策に活かされるような利用方法の確立を図り、民間経営の中で町の政策であるグリーンツーリズムを活かせる宿と言う方向が出された。

2002年4月より、全国初の国民宿舎運営をNPO（中伊豆荘運営NPO設立準備委員会）へ委託。2002年12月に静岡県認証を受け、「NPOワンデイワン」を設立。2003年4月から2006年3月までの3年間、町とNPOワンデイワンは管理運営業務委託契約を締結し、利用料金制をとっており、委託費は支払っていない。

一方、NPOワンデイワンの理事長となった井上亘氏や一緒になって、この事業に取り組んだ幹部の人々は1990年ころから、「わさび田オーナー制度」を始めていた。それは一般の都会の人に3.3㎡のわさび田を貸して、植え付けから収穫までやってもらう。そして年に3回ほど中伊豆へ来て、空気・水・土また鳥とかに親しんでもらう。自主的な試みである。1998年4月、中伊豆大楽校が結成された。中伊豆の水・山・土、大地とその恵み（食）を楽しむための学校である。（農業体験学校 楽しい学校だから大楽校）

1996年10月中伊豆型グリーンツーリズム・モデルを進めるにあたり、農業体験の責任者に町から井上氏が指名された。

2000年、県は広域観光イベントの伊豆新世紀創造祭りを立ち上げた。中伊豆町は中伊豆大楽校を中心に山葵や椎茸などの農業体験に、稲刈り、田植え、炭焼き、園芸、木工など、昔からある自然の資源、地域の強み資源を生かした農山村体験を実施して、大成功を収めた。

2001年6月、商工会、観光協会、山葵組合、宿泊組合、民間施設、町当局が一体となって、中伊豆グリーンツーリズム推進協議会がたちあがった。続いて個人参加も含めてグリーンツーリズム実行委員会も出来、農業体験受け入れ、特産品開発、自然体験メニュー、農村体験メニューが次々と開発されていった。

こうした環境のなかで、グリーンツーリズムを中心に据え、NPOの設立となった。

ワンデイワンは一日一善、一日に一つのことを、と言う意味だ。

・具体的な活動内容

1. NPO法人ワンデイワンの設立趣旨

「高度経済成長後の今日、農山村と都市の役割が明確化されて来ています。情報文化の交流ははなれていてもITにより推進できますが、人と人が心からつながるためには情報の交換と共に人と人との直接的な「ふれあい」による交流が必要なことは言うまでもありません。中伊豆町では、グリーンツーリズムを通して都市住民との交流を推進しております。自然環境豊かな町の農林業における生産物の提供や、住民が持つ田舎力（それぞれの専門性）と、滞在環境を活かし、訪れる人々にさまざまな体験を提供する。そこから、人

と人のふれあい生まれ、都市との交流の促進、住民活力の創出、健全な町づくり、社会教育の推進、環境保全等の公益の増進に寄与することを目的とします」

2. グリーンツーリズム

- (1) 都市住民との交流
- (2) 特定都市・学校との交流
- (3) 滞在環境の提供

農業体験 わさび田体験、田植え体験、椎茸栽培、

森林体験 森林整備、間伐、下刈り、

自然体験 自然、生物、昆虫観察、イノシシ狩、

生活体験 大豆から豆腐製造、味噌づくり、蕎麦うち体験、

3. ウエルネス

温泉保養

自然保養

健康産業

農山村の保護再生を目的とした環境保全

食文化の伝承・体験

静岡県指定のハルマバレーコート。テニスコートを保有・活用

テニス・ゲートボールの振興

4. 生涯学習

子供の体験総合学習

近隣の山・川・海を利用して、子供に学習体験させる。

郷土芸能の伝承支援 三番叟・鳥刺し

5. 国民宿舎経営

上記の事業を実行するための拠点として、宿泊する施設。

グリーンツーリズム・里山体験を軸として、認証されたNPO法人であるが、経営的には町から委託を受けた国民宿舎「中伊豆荘」を採算ベースに乗せなくてはならない。

委託経営の条件は、固定資産設備の改修・建築・修繕の投資は町が行う。但し建物設備の修繕資金として、年間600万円を町に支払う。リース料480万円/年を負担する。土地は静岡県所有。建物・設備は中伊豆町所有。委託料としては無料。

(先般の台風22号によって、各所に大損壊をうけ、修理補修が必要になって困っている)

町直営時代の従業員は解雇または転任。委託契約で行っていた各種契約を解除。その委託契約料金が、町当局との契約で、相当杜撰なものであったらしい。それらを解約して、NPO法人が報酬を払って雇う形に変えたことによって、大きな経費節減が出来た。

1994年より2001年まで、毎年1000万円から2000万円の赤字を計上していたものが、NPOワンデイワン経営に変わってから、2003年度において50万円の利益を計上できた。

しかし、宿泊客数、休憩者数ともに減少であり、費用の節減によって得られた利益である。伊豆半島でも最高の眺望の富士山、自然の環境に恵まれた立地、素朴な伊豆の人々のもてなし、これらをこれから活かしていかななくてはならない。

・成功の秘訣

井上理事長はこう語る。

「皆さんの協力のお陰です」

中伊豆町の老人クラブ、町の人々、従業員の皆さん、静岡県、町、行政、皆の協力があったと言う。また、NHK テレビが2回放映してくれた。その他週刊誌や新聞でも、此方から働きかけたわけではないけれども、広報・宣伝をしてくれました。と。

しかし、取材の筆者の感想では、井上理事長のお人柄。それによる協力者の一致協力に尽きると思う。

・今後の展開

建物の見直し、改装計画を早く立てなくてはならない。それには設計段階で、どのような経営方針、経営戦略で今後どのように臨むか。周到的な検討を必要とする。

現状のところ、台風 22 号による被害を、先ず、修理しなくてはならない。

今後の経営戦略を立てるにも、来客数の減少を、営業強化などで、カバーできるか。(現状は営業マンは一人もいない) 疑問であり、戦略の必要性を感じている。

・現在抱えている課題

先述の如く、一応赤字経営を黒字化したものの、来客数の減少は続いており、その抜本的解決策は講じられていない。

1. 事業運営 収入の低迷。伊豆のあの立地での、現時代環境による集客の困難。
2. 人材 営業面での人材なし。フロント業務の営業力不足。
3. モノ 商品開発は名産品をしているものの、競争力不足。
4. 資金 特に不足はしていない。
5. 情報 情報収集の範囲が限られている模様。
6. ノウハウ 経営ノウハウ、営業ノウハウの不足
7. その他 行政との協働が基で始まった事業であるが、2004 年 4 月 1 日より修善寺町、土肥町、天城湯ヶ島町と合併し、伊豆市となった。

このため、従来の中伊豆町だけのときとは、同様な協働が出来るか否か。

・中間支援機関に望むこと

民間企業としての経営改善を出来るよう、経営コンサルタントに相談し支援を仰ぐことが望ましい。

理事長個人が考えても、なかなか組織として、コンサル依頼に踏み切ることが困難なのであろう。このことは中小企業診断士として、診断支援の手を差しのべたくとも限界を感じるところである。



日本子育てアドバイザー協会

．事業の目的

- 1．キャッチコピー
子育てアドバイザーはお母さんの子育てを「知恵」と「心」の両面から支える人たちです。
- 2．事業内容
子育てアドバイザー養成事業・相談事業

．概要

- 1．名称：特定非営利活動法人 日本子育てアドバイザー協会
- 2．所在地：〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 1-19-18-1103
- 3．電話：03-3486-9351 <http://www.kosodate.gr.jp> e-mail:info@kosodate.gr.jp
- 4．代表者：理事長 木下 敏子
- 5．設立年月日：2002年4月1日
- 6．資本金：0円
- 7．売上高：2002年度3,075万円 2003年度3,200万円
- 8．従業員数：専従者7名
- 9．行政との協働：千葉市からの委託事業＝子育てひろば事業

．設立の経緯

- 1．ベビーシッター事業で知った現代母親の悩み
日本子育てアドバイザー協会の設立は、現協会副理事長である小谷野公代氏の日本の子育て環境に対する問題意識に端を発する。小谷野氏は外国で子育てを経験し、帰国後、幼児を抱える母親に心の余裕がない日本の子育て環境に強い疑問を持った。ゆとりと規律ある子育て環境の創出をめざして、1982年に乳幼児のベビーシッター、ベビージャーナル(幼児の家庭教師)の派遣事業を開始した。
小谷野氏はベビーシッター業を経営するなかで、新たに「子供だけでなく、自分もケアして欲しい」という母親の切実なニーズに気がついた。気軽に育児の相談ができる人が身近にいないことで、育児に自信がもてず、不安ななかで子育てをしている母親はあまりにも多い。元来子育ては「社会全体」で行ってきたといえるが、核家族化の進展でその絆がうすれ、子育て中の母親は孤立しがちである。
- 2．任意団体 子育てアドバイザーネットワークの設立
子育ては楽しいものであり、子供の成長に母親の心のゆとりは非常に大切である。そのためには子育て経験が豊富で、適正な知識を持った人が日常的な相談にのって、子育て中の母親をサポートするしくみが必要である。1999年、小谷野氏は小児科医で家族療法の権威である現協会理事長の木下敏子氏をはじめ、モンテッソーリ幼児教育コンサルタント、児童相談所調停員・母子カウンセラーなど、分野や立場は異なるが子育てに深く関わる専門家と共に「任意団体 子育てアドバイザーネットワーク」を設立した。この年、団体の活動が評価されて東京都中小企業活性化対策補助事業補助

金を受け、事業を展開させる運営資金とすることができた。2000年、子育てアドバイザー養成講座を開講して、子育てをサポートできる人材養成をはじめた。

3. NPO法人化への取り組み

2001年はNPOを研究して、社会貢献とビジネスを両立させるしくみづくりに取り組んだ。NPOに注目した理由は、アドバイザーとして育成した人材に、地域で活躍してもらうための雇用の場を提供するためである。青少年に雇用の機会を与えて社会復帰させようという米ジューマ・ベンチャーズの考え方を参考にしている。2002年4月、子育てアドバイザーネットワークはNPO法人日本子育てアドバイザー協会として認可され、「子育ては社会全体で行う」というポリシーで活動を展開している。

. 具体的な活動内容

1. 人材養成事業

(1) 子育てアドバイザー養成講座

地域の子育て支援に活躍できる人材を養成することを目的とする。協会のもう一つの事業である相談事業は、養成した人材が活躍する場の提供を目的としている。

子育てアドバイザーとは、「妊娠中から思春期の子供を持つ親の日常的な相談にのる人」である。親の話をよく聞き、励まし、時にはヒントや知恵をあげることで、親に子育てのゆとりと

自信を取り戻させる。そのため子育てアドバイザーには、子育てに関する知識と共に、不安でいっぱいの子育ての相談にのれるカウンセリング技法が求められる。

子育てアドバイザー養成講座は3つの課程からなる。初級(自分を知るために) 中級(相手を知るために) 上級(カウンセリング技法)で、各過程とも12時間(2時間×6回)の講義・演習である。カリキュラムは、協会が子育てやカウンセリングなど関連する分野の専門家を交えて考案したオリジナルな内容である。受講生のプロフィールは、保育士など有資格者、主婦(もと有資格者)、先生と呼ばれる人、が多い。有資格者が多いので、アドバイザー養成では専門分野が強すぎることで「指導的」になりがちな弊害を取り除くことも重要となる。

全課程を修了した受講生には、適正、筆記、面接で資格認定テストを実施し、試験に合格したものを協会が子育てアドバイザーとして認定する。認定テストの目的は、子育てアドバイザーとしての資質を評価することである。人の評価をすることになるので、テストには非常に神経を使っている。

人材養成の課題は、認定者のその後のスキルの維持、また能力のバラツキの是正である。ブラッシュアップ講座などを開講してサポートしている。子育てアドバイザー認定者がさらにスキルアップを目指す講座として「スーパーアドバイザー養成講座」を開講している。修了、認定取得すると、地元で活動中の子育てアドバイザーに指導、助



副理事長 小谷野 公代氏

言、援助を行うことができる。スーパーバイザーの活動が子育てアドバイザーの質を高めることにつながるため、スーパーバイザーの輩出は重要な取り組みといえる。

養成講座の運営は、小谷野氏が代表取締役をつとめる(株)キンダーネットワークが受託している。東京都渋谷校、群馬県前橋校の2会場で開講し、これまでの受講者数は延べ3,200名、子育てアドバイザー認定者数は約800名である。



協会事務局のようす

(2) 社内研修

ミルクメーカーの栄養士、大手スーパーベビー売場販売員向けの社内研修を行っている。企業が子育てアドバイザーの認定取得を社内研修の一環として実施する背景には、子育て環境の変化がある。子育て中の母親と接する現場では、幅広く子育てについてのアドバイスが求められるようになってきた。ミルクメーカーの栄養士に向けられる母親からの相談も、栄養相談に限定されることはなくなった。担当者が子育てアドバイザーの認定を受けることで、より質の高いサービスの提供が期待できる。

子育て環境の変化がある。子育て中の母親と接する現場では、幅広く子育てについてのアドバイスが求められるようになってきた。ミルクメーカーの栄養士に向けられる母親からの相談も、栄養相談に限定されることはなくなった。担当者が子育てアドバイザーの認定を受けることで、より質の高いサービスの提供が期待できる。

2. 相談事業

子育てアドバイザー認定者を地域の子育て現場に派遣して、実際に母親たちとふれあうなかで子育てのサポートを行う事業である。活動は大きく次の3つに分けられる。

(1) 「大手スーパー 赤ちゃん休憩室」

消費者に質の高いサービスを提供する企業と提携して、スーパー内の赤ちゃん休憩室でアドバイザー活動を行う。現在ジャスコ品川店・津田沼店・東雲店・新吉田店で実施している。

企業との連携としては、このほかにもカルチャーセンターでの「子育てしゃべり場」などユニークな講座で母親をサポートしている。

(2) 「保育園 地域子育て支援政策」

地域に根ざした保育園で、母親たちから子育て相談を受ける活動である。養成講座講師による保育園・幼稚園・学校での講演活動も行っている。

(3) 「行政委託事業 千葉市子育てひろば事業」

千葉市から委託され日本子育てアドバイザー協会が運営している事業である。「母と子のつどいの広場」で子育ての相談に応じるといふかたちで行っている。

. 成功の秘訣

1. 企画力

小谷野氏が20年間ベビーシッター事業を営むなかで育んできた養成スクールのノウハウが、子育てアドバイザー養成講座に活かされたといえる。ベビーシッター事業では、独自にベビーチューター・プロ養成スクールを開講した。専門的な訓練を受けたベビーチューターを信頼できる人材として派遣するシステムである。この「人材養

成・認定」と「相談事業(仕事の提供)」を統合したシステムのノウハウを子育てアドバイザーに活用したことで、特異性のあるビジネスモデルがつけられたといえる。

2. 時代の要請

ベビーシッター事業のなかでアンテナを高くはって、人が変わっていくこと、特に親の変化に敏感でいたことである。それを機敏にキャッチし、そこに他分野専門家の知恵を合わせることで、時代の要請にすばやく応えることができたといえる。

. 今後の展開

今後の展開は次のとおりである。

- (1) 養成講座を全国に展開する(現在は2ヶ所)。
- (2) 認定子育てアドバイザーを全国に10万人創出する(現在800名)。
- (3) 「子育て講座」を開催する。「企業向け親講座」として父親講座が企画され、2005年には実施される。

これらにともない10年後の事業規模は10億円に拡大したい。

. 現在抱えている課題

1. 事業の全国展開

養成講座を他府県に広げ、さらに大きく事業を展開していきたい。しかし全国展開させるためのノウハウがなく、歯がゆい思いをしている。関東近県以外から集まる受講生が事業意欲をもって地域展開の拠点となってくれるよう育成する、ノウハウを持つ事業パートナーをもつ、企業とのマッチングの機会を増やすなど考えてはいるが、明確な方向性と方法を打ち出すことはできていない。

2. 経営力強化

経営についてわかる人材がいない。現在は組織が小規模なので表立った問題は特にない。今後事業を飛躍させるためには、経営力強化のための抜本的な取り組みが必要であるが、相談者もなく、具体的な解決策は出ていない。

3. 人材管理

相談事業は子育てアドバイザーの派遣に関わる人の管理が難しい。派遣形態は有給、時給、ボランティアがあり、年齢層も20~70歳代と幅広い。また各人の仕事のサイクルが異なり、仕事に対する意識も多様である。子育てアドバイザーとしての独自の働き方の手本を作りたいが、パターン化することはできない。受け入れ先に最適な人材を派遣できるようにすることが、今後の大きな課題といえる。

. 中間支援機関に望むこと

1. 相談業務

人材不足もあり今後の事業戦略が立てられない状況にある。事業拡大・発展のための相談相手になり、戦略策定にかかるアドバイス・ヒントが是非とも欲しい。

2. 情報提供

事業を発展させるには企業との連携が不可欠である。協力関係を築ける企業とのマッチングを図りたく、中間支援機関のフィルターをとおした企業の紹介を期待したい。

北町大家族

・事業の目的

テーマは「愛・感謝」そして「報恩」。

こうしたテーマの下、優しい地域社会の創造を目指す「NPO 法人北町大家族」は、東武東上線沿線の東武練馬駅南口に位置するニュー北町商店街の中にある。同法人では、高齢者に憩いの場を提供するためのミニデイホーム「北町いこいの家」と、乳幼児親子の広場として賑わいをみせる「かるがも親子の家」を運営している。

同法人の活動の特徴は、全く異なる世代を対象とした触れ合いの場を提供していることである。これらの活動は、地域住民の人と人とのつながりを深めることに大きく貢献している。

また、商店街カード事業と連携した地域通貨「GAW」(ガウ)を発行し、商店街の活性化を図っている。

・概要

1. 名称： 特定非営利活動法人 北町ボランティア活動センター (NPO 北町大家族)
2. 所在地： 東京都練馬区北町 2-30-19
3. 電話： 03-3931-0707 URL www.nerima.jp/daikazoku/
4. 代表者： 理事長 村上孝子
5. 設立年月日：2000年7月
6. 資本金： なし
7. 収益高： 700万円(助成金500万円含む)
8. 従業員数：ボランティア20名
9. 行政との協働：練馬区からの委託事業=生きがいディサービス

・設立の経緯

「北町いこいの家」は、2000年7月、商店街会館の2階に北町ボランティアセンターがオープンしたことが契機となっている。

同センターでは当初、「高齢者・障害者・妊産婦の方々向け宅配業」「高齢者電話相談室」などを中心に行っていた。

それは、当時大手GMS「サティ」が、池袋西武百貨店の約4分の3の規模に達する大型店を駅前に出店してきたことが背景にある。

商店街振興組合の会員は、このままでは商店街が廃れてしまうという強い危機感を持ったのである。

しかし、大手小売店と品揃えや広告等で、真っ向から勝負することなど到底できない。それならば、消費者にとっての商店街の価値を見直して、地元ならではのことをやってみよう、ということになったのである。

そこで商店街会員同士で色々とし恵を出し合った結果、今までお世話になった高齢者の方々に恩返しをする形で何か新しいことができないかを考えた。そして、高齢者の皆さん

に向けサービスを提供し、商店街自体の活性化につなげて行こうと考えたのである。

ちょうどその年、介護保険制度が実施されたという時代の流れも、活動を後押しした要因の一つとなっている。

一方、「かるがも親子の家」は2001年4月に地域育児支援事業としてオープンした。オープンの1年ほど前頃から、児童虐待が社会問題化しはじめた時期であった。そのような社会背景の中、北町からは被虐待児を1人も出したくないとの思いがこもっている。

北町ボランティアセンターは、2001年10月に商店街カード事業と連携した地域通貨「ガウ」の発行を開始した。こうして活動領域を拡大し、商店街の活性化を図っている。

同センターが商店街振興組合から分離し、NPO法人化したのは2001年7月であり現在に至っている。

．具体的な活動内容

1. 「かるがも親子の家」

「かるがも親子の家」は毎週火、水、木の週3日間、ニュー北町商店街の並びにある「北町アートプラザ」で午前10時から午後3時まで開かれている。

参加費は無料で、0才から3才までの乳幼児とその母親を対象としている。

毎回20名ほどの参加者が利用するアートプラザは、60畳の大広間と舞台があり、とても広々としている。

その広間では、子供たちが所狭しと駆けずり回り、またある子供は本を読んだり、おもちゃで遊んだり、のびのびとして賑やかな空間となっている。

遊び道具や絵本は、集まってきた子供たちにとって事欠かないくらい十分に揃っている。この財源は助成金に拠るところが大きい。助成金は「かるがも親子の家」が、「こども未来財団」の「敬宮愛子様 ご誕生記念 親子よろこびの広場事業」に指定されたことで、3年を限度に毎年受けられるようになったのだ。

子供たちのその横では、母親同士が子育て談義や世間話をしている。日頃抱えているちょっとした悩みを相談したり、スーパーのお買い得情報を交換するなど、母親たちのコミュニケーションの場としても活かされている。

このように、この集まりには特に決まったメニューはなく、来たい時に来て帰りたいときに帰るといった具合だ。まさに親子の自由な広場として有効に活用されている。

運営を支えているのは、商店街のおかみさんたちと地元のボランティアの方々である。彼女達は、若い母親達にとってはとてもありがたい存在のようだ。時々子育てについての相談にもなっているという。専門家による無料相談会も開催している。

季節の変わり目ごとには、フリーマーケットが開かれている。そこでは、子ども達の成長によって着ることができなくなった古着やおもちゃなどが出品されている。価格は100円から高くても数百円程度と、とてもお買い得で、毎回好評とのことである。ここでは、どうせ捨ててしまうのだったら、ただ同然でも誰かに使ってもらいたいとの思いがある。



北町アートプラザ

「モノ」に対しても愛着を持つ精神があふれているのである。

2. 「北町いこいの家」

「北町いこいの家」は毎週月、金の週2回、同じく「北町アートプラザ」で10時から午後3時まで開かれている。

参加料は昼食代込みで500円、食事なしで100円となっている。対象者は65才以上の高齢者であれば、どこから来てもらってもかまわないことになっている。

「高齢者への生き生きサービス」が趣旨となっているため、活動の内容は実にバラ



ボランティアのみなさん

エティにとんでいる。自由におしゃべりしてもらう時もあるが、毎回趣向を変えてプログラムを組んでいる。

例えば、カラオケ教室、ダーツ・輪投げ遊び、フラダンス、うどん打ち、映画鑑賞などである。

近頃は、ただ参加するだけでなく自分の得意とする分野を皆さんに教えたいと、先生役を申し出る方が何人も現れているようだ。

活動3年が経過し、参加者同士の生きがいあふれる環境が整う中、世代間の交流も活発にするための試みを始めている。「かるがも親子の家」との共同イベントの開催である。初めての試みとして、うどん打ちを親子三世代が集まっ

て楽しむ企画を実施した。

今後もこうした合同企画を行っていく予定である。

3. 地域通貨「GAW」(ガウ)

地域通貨「GAW」(以下、ガウ)は商店街カード事業と連動する形で始まった。商店街組合加盟店60店舗中およそ50店で利用が可能であり、近隣の商店街へもガウの取扱いを打診している最中である。

ガウの種類は500ガウと100ガウの2種類ある。

商店街カードのポイントが溜まると、500円のキャッシュバックか500ガウをもらえる仕組みになっている。店舗の中には、ガウで商品を購入するとカードポイントを2倍にしてくれるところもある。

ガウは、商店街のイベントに参加することなどでも入手することができる。例えば、フリーマーケットの出店料として1000円もらう代わりに、1000ガウを渡すという具合だ。イベントの景品やボランティアの対価として渡す場合もあるようだ。

ガウは、NPO本部で現金と交換することができる。ただし、イベントで手に入れたガウは取扱店で商品と交換する以外に、そのまま現金には換金できないことになっている。ガウは商店街で利用してもらいその活性化のために始まったからである。

現状では、一部の店舗を除いてはすぐに換金してしまうことはなく、しばらく使いまわしていることが多いようだ。一応、有効期限はガウの券面に記載されている。

ガウ発行の初期費用は20万円ほどで、これまでの発行総額は300万円以上になる。

．成功の秘訣

1．心を重視した活動

北町大家族の事業が成功を治めている最も大きな要因は、心を重視した活動を行っていることである。テーマにもあるように「愛・感謝」「報恩」といった精神が基本にある。

委託事業を除いて、村上理事長をはじめ活動している人のすべては、ボランティアである。こういった人たちを集めるときにも愛を持ち、勇気を持って声をかけているとのこと。そうすれば愛をもって返してくれるそうだ。

2．人との縁を重視

人との縁を大切にしており、どんな人をも受け入れる精神をもっている。今回はじめて参加した人も、途中で来なくなってしまっ、また来た人にも同じように歓迎している。それは、ボランティアとして手伝いに来る人に対しても考え方は同じである。

3．支援対象は三世代

三世代にわたる支援対象層が、活動の拠点である商店街の中に毎日集まる仕組みになっていることである。このことは商店街の活性化はもちろん、商店街発の「優しい地域社会の創造」に貢献しているのである。

．今後の展開

「かるがも親子の家」と「北町いこいの家」の合同企画を増やしていくことと、高齢者に対し新しいサービス提供することを検討中である。

「自転車タクシー」のようなものを導入して、体の不自由な方や部屋にこもりがちな高齢者が外出しやすい仕組みを作っていきたいとの思いがある。

．現在かかえている課題

1．資金

現在は「こども未来財団」から年500万円の助成金を得ているが、期間は3年を限度としている。現在の収入源の約3分の2を占めているため、それに変わる新しい助成機関を探さなければならない。

2．サービスノウハウ

今後の展開にもあるように、高齢者向けの「自転車タクシー」など、新しいサービスを提供していきたいとの思いがある。しかし、現時点では構想の段階であり、この取組みを成功させるためのノウハウは持っていない。ボランティアだけで知恵を絞っても限界があると感じている。これまで以上に地域一体となった取組みが必要となるため、自治体や中間支援機関に画期的な仕組みを提案して欲しいと考えている。

カジュ・アート・スペース

.事業の目的

“ 地域密着の小さな文化施設 ”

「カジュ・アート・スペース」は、主宰者の専門分野である染織教室の開催と地元アーティストに活動や発表の場を提供する地域密着の小さな文化施設である。

「鎌倉」という地が持つ潜在資源、豊富な自然、多くの文化人や芸術家、民度の高い地域住民などの資源を、敷地 170 坪、築 70 年 50 坪の古民家に集約し、住民と文化芸術との交流の場として、地域コミュニティと地域文化の向上に貢献している。

「カジュ」は古民家を取り巻く「花」と「樹」を意味する。

.概要

1. 名称：任意団体
カジュ・アート・スペース
2. 所在地：〒248-0002
鎌倉市二階堂 56-1
3. 電話：0467-23-3663
E-Mail：khaju@pastel.ocn.ne.jp
URL：<http://khaju.com/>
4. 代表者：代表 たなか牧子
5. 設立年月日：1997 年 2 月
6. 設立資金：350 万円
7. 売上高：公表せず
8. 従業員：1 名。他に補助者数名あり



「カジュ」の家屋外観

.設立の経緯

“ 染織のスタジオ探し ”

主宰者のたなかさんは女子美大出身の染織専門家。当地の草花で染めた糸を使った織物技術を、地元の方々に伝えたいとスタジオ探しを始めたのが 1997 年。

友人知人から情報を集め、市内を探し回ったが、心に適う物件が見つからず、諦めかけていたとき、自宅からすぐ近くの緑豊かな古民家の存在を知り、一目ぼれして、「わたしや狂った。清水の舞台から飛び降りた。この家に人生かけてやる～」と自分の経済力を顧ず、借りてしまったそうだ。今から 7 年前のことである。

1. 地元アーティストの参加

契約後、この古民家が染織スタジオとしては広すぎるため、地元アーティストと共同利用できないかと考え、近くに住む友人で「カジュ」の顧問役の建築家・波多周ご夫妻に相談した。最初に手を上げてくれたのが、はからずもピアニストである波多夫人、急遽、布団部屋を防音室に改造し、ピアノを運び入れ、ピアノ教室が始まった。

そこで、まずは告知宣伝からと、近隣 30 軒にチラシを持って挨拶し、さらに 200 軒の

ポストにチラシを配布した。その甲斐あって、徐々に「カジユ」の存在が地域に知れ渡り、お琴教室、書道教室、絵描教室などが開かれていった。

そして、2004年の今、10教室、生徒数合計150名が「カジユ」に参加している。

2. コラボレーションの発生

活動が積み重なるとともに、各種教室の先生方や受講者の方々の交流が深まり、自主的に展示会、講演会、音楽会、そして文化祭的なカジユ祭などが開催されていく。

「カジユ」の古民家が、文化芸術を共通基盤として、共感し合える方々の出会いの場、交流の場、創作の場となっていた。

長年、空家で庭周りはジャングルのような古民家が、年代の違う様々な人々が集う地域のコミュニティーへとみごとな変身を遂げていった。

たなかさんの話を聞き、機関紙「カジユ通信」を読むと、多種多様、そして多芸な方々が「カジユ」の古民家を介し、交流を深めコラボレーションを行っている様子が良くわかる。「カジユ」の活動内容を知れば知るほど更なる新しい発見があるのではないかとワクワクしてくる。そして、「カジユ」が、すごい人脈、すごいネットワークを持っているのに驚かされる。



カジユ祭風景

3. 地域活性化に貢献

地域の活性化には地域住民の交流が不可欠だ。古都鎌倉で、裏路地のスモールビジネス「カジユ」が地域の活性化を着実に推進する。

彼女は、「鎌倉には公的施設やハードは少ないけれど、空いている民家やお寺など再生可能な場が点在している。そういう場所をうまく生かしていけば地域の活性化、鎌倉らしいまちづくりができるのではないか」と語る。

2004年夏現在、カジユ友の会会員は約100名。内訳は、鎌倉在住者6割、隣町の藤沢、逗子、葉山で残り4割である。

. 具体的な活動内容

1. 染織教室

主宰者たなかさん自身の教室である。「カジユ」の草花から染めた糸や布による創作品を「花樹」ブランドと銘打って鎌倉市内の協力者のお店で展示販売を行っている。

2004年現在生徒数25名。開設以来の延べ生徒数40名である。

2. 貸しスペース

(1) 教室開催

料金について

10帖	洋室	午前の部 (9:30 ~ 12:30)	3,200 円
10帖		午後の部 (13:00 ~ 16:00)	3,200 円
6帖	洋室	午前の部 (9:30 ~ 12:30)	2,700 円

6帖 午後の部(13:00~16:00) 2,700円

現在開催中の教室

- a) ピアノ教室、b)お琴・三弦教室、c)こども造形教室、
- d)大人のための絵画教室、e)オカリナ教室・ケーナ教室、
- f)均整整体法、g)書道教室、h)ボーカル教室、i)建築相談

(2) 展示会・会合など

料金について

10帖 洋室 9:30~17:00 8,000円(平日) 9,000円(土日祝日)

3. 各種ワークショップ、講演会などの開催

「カジユ」会員である税理士による会社設立に関する話、琴演奏家によるコンサート、茶道家による茶会などのイベントが最近開催された。

4. カジユ祭の開催

「カジユ」に参加する方々の文化祭、「カジユ」での活動の発表の場である。展示、演奏、そしてフリーマーケットなどが行われる。

5. 2004年8月後半の「カジユ」の活動予定。(機関紙2004年夏号より)

教室	講師	時間	授業料
8/20(木)草木染め	たなか牧子	10:00~15:30	4,500円+材料費
8/21(土)布わらじ 衣生活ネット花・横須賀		14:30~16:30	1,700円+1,000円
8/23(月)書道教室公開講座	武田美智子	10:00~12:00	無料
8/24(火)~8/25(水)夏休みこどもキャンプ			10,000円
8/29(日)アロマテラピーレッスン	木田順子	10:00~12:00	4,500円
8/30(月)メイクアップレッスン	浦野直美	10:00~12:00	2,000円
8/30(月)メイクアップレッスン	浦野直美	13:00~15:00	2,000円
8/30(月)ボーカル教室公開レッスン	秦野直美	13:15~17:00	無料
8/31(火)大人のための絵画教室	川崎智子	10:00~15:30	無料
8/20~31 建築相談	波多周		2,000円

.成功の秘訣

主宰者の熱い思いとネットワーク

「カジユ」が挫折せず7年間続いている成功要因は、なんと言っても、たなかさんのこの活動に対する「熱い思い」である。

そして、「熱い思い」と「レッスンもさることながら、この家に来ることが楽しみだ」と受講生に言わせる「築70年の古民家」が、めぐり合い、共鳴し合って、多くの賛同者を創り出し、ネットワークを形成して、いま在るように思われる。

ここには、ヒト、モノ、カネ、情報と言われる経営資源が「カネ」を除いて力強く存在する。



染織作業風景

しかし、開設以来、資金難は解消せず、染織教室の授業料収入、教室貸のテナント収入、作品の販売収入などで、たなかさんの生活費、古民家の家賃・光熱水費などを賄うのは厳しいというのが実態のようだ。「カジユ」の経済的基盤はまだ弱く、将来への積立などへは手が回らないのが実情だ。

たなかさんは、「何とかやっているのは赤字ではないから」と明るく言うが、先々に対する不安を解消するには、現在の枠を飛び越えた組織作りと企業的経営感覚を取り入れた運営を模索しなければならないのかもしれない。

・今後の展開

ボランティアの定着

ボランティアスタッフの定着を図ること。そして、現在、始めている廃油による石鹸づくりなど、身近に存在する廃棄物の再生を、関心の在る方々を集めて、「カジユ」のコアとして育てたい、と今後の一端を語っている。

・現在抱えている課題

課題は資金

なんと言っても、課題は資金難の克服。開業以来、慢性的な資金不足に悩まされている。

今後は、担保が原則不要で、女性起業家に門戸を広げる「市民バンク」などの活用も検討課題の一つだそう。

今年、鎌倉 NPO センターのコンペに参加し、その活動が評価され、助成金 8 万円を獲得した。

助成金の一部は、8 月実施の「カジユ」施設内で行う地元子ども達を対象とした自然体験学習「夏休み子どもキャンプ」の経費に充当し、参加者とその父兄に喜ばれた。

これからも行政あるいは各種財団等で行う補助金などの支援プログラムに、積極的に応募して行くことも検討課題の 1 つであるという。



布わらじ教室風景

・中間支援機関に望むこと

情報ネットの構築

今、切実に思うことは、創作品を発表、販売できる場がほしいと言うこと。「カジユ」で創作された作品を、地域を越えて知らせたい。そこで、「カジユ」と顧客とをつなぐ情報ネットワークの構築を検討中だ。

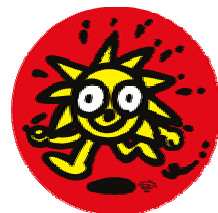
マーケティング、販路拡大、販売管理、会計処理までを少人数で管理可能なシステムが、支援機関の協力を得て構築できれば「カジユ」の将来は明るいと、主宰者たなかさんは語ってくれた。

ニッポンランナーズ

・事業の目的

スポーツ界は、現役を退くと長年培ってきた才能や技を発揮できる場はそう多くはない。「スポーツ」というキーワードを手がかりに、総合型地域スポーツクラブの運営、競技選手のサポート、セミナーの開催など、さまざまな活動に取り組むことで、スポーツに従事する人々の活動の場が沢山作れるのではないかと始めた。

理事長の想いは、「スポーツを“文化”として位置付け、音楽やアートに親しんだり感動したりするのと同じように、心豊かに過ごしたい人々のための生活の一部にしていきたい」そして、「頂点を目指すアスリートとスポーツを楽しむ人々が相互に理解し、助け合いたい」という2つの理念の展開である。



**NIPPON
RUNNERS**

ニッポンランナーズの口
ゴマーク「太陽くん」

・概要

1. 名称：特定非営利活動法人 ニッポンランナーズ
2. 所在地：〒285-0014 千葉県佐倉市栄町 19-5-706
3. 電話：043-481-0711 URL：www@nipponrunners.or.jp
4. 代表者：理事長 金 哲彦
5. 設立年月日：2001年12月28日
6. 設立資金：33万円
7. 収入高：2002年度1800万円、2003年度2300万円、2004年度1800万円予定
8. 従業員数：専従者4名、コーチングスタッフ21名、ボランティア約10名
9. 行政との協働：佐倉市からの委託事業＝中・高齢者リフレッシュ体操教室 全8回
佐倉市民運動会実行委員会、佐倉マラソン実行委員会への参加

・設立の経緯

2001年9月リクルートランニングクラブの廃部に端を発する。当時の監督の金哲彦氏が、同年2月の休部を期に「スポーツ選手の活動の場づくり」のために準備プロジェクトを立ち上げた。トップ選手のみではなく地域の市民や子供、高齢者などにスポーツをすることができる場を提供して、楽しむスポーツの環境づくりを目指した。実業団でトレーニングを積んだ選手が、その後歩む道としては、指導の専門家として活動するばかりではない。地域で子供に走り方を教えたり、高齢者にストレッチなどを指導したりする役割があるのではないかと。長年培った運動のノウハウを捨てて、別の道に進むのはもったいないとの思いからであった。

立上げは金監督が所属した早稲田大学競走部出身のスタッフ合計3名で行い、佐倉市に拠点を持つ順天堂大学陸上競技部の沢木総監督などが手伝った。準備段階では、数回のセミナーや月1回のジョギング会を開催した。また、2001年12月NPO発足後は、翌年3月開催の佐倉マラソン出場を目指す人を対象としたランニング教室を1、2月にわたり開

催した。100人が参加し、一人月2000円で実施したが、このメンバー100人がベースとなって4月よりニッポンランナースクラブを立ち上げた。入会金5000円、月会費5000円の正会員とクーポン会員（10枚で13,000円）を組織化してスタートした。

幸いにも初年度に、スポーツ振興くじ“toto”から800万円と笹川スポーツ財団から200万円の助成金を受けることができた。初年度の会費収入600万円とその他全国ランニング教室の開催などで200万円、合計1800万円の収入を確保して順調な滑り出しとなった。しかし、“toto”は当初5年間の助成のはずが、くじの売上減のため2年間で打ち切りとなってしまった。それでも2年目は総会員数が420人（内正会員100人強）と増加し、会費収入が1000万円となった。3年目は地元住民の会員が増加して内容が充実し、会費収入を1200万円と見込めるようになった。（2004年9月現在のクラブ会員数446名）

正会員の会費は年間6万円と安くはない。趣味のランニングにコーチは無用のイメージがあるが、本来走り方は奥が深く、トレーニングメニューや故障の防止など、きめ細かな指導が大切である。これからは、クラブに在籍するメリットをどうつけるか、「存在意義」や「所属することの誇り」をどう形成するかにかかっていると考えている。

．具体的な活動内容

1．ランニング部門

毎週2回、水、土曜日の9:30～11:30の2時間実施している。場所は岩名陸上競技場、佐倉城址公園、上座総合公園を利用し、全体・レベル別・個人別と分けて本人の体調に合わせて指導する。年齢、走力、目標など全てがバラバラだが、共通点はいつまでも楽しく走りたいという気持ち。本人に合わせて10名のコーチ陣が的確なアドバイスをするのが特徴である。会員数231名。現在は、この部門がクラブの主力部門となっている。



佐倉城址公園での練習会のメンバー

2．アスリート部門

ランニング部門の上級者用がアスリート部門である。現在の会員数は11名、練習は毎日行われ、トライアスロンでアテネ五輪代表となった中西真知子選手が所属している。

3．バレーボール部門

佐倉市の隣、八街市で活動していたバレーボールクラブが原点である。全国大会での優勝を目指す小学生の男女のクラブ「ホッパーズ」「フェリアーズ」が、毎週、月・水・土を練習日として活動している。女子の「フェリアーズ」は、今年第20回関東小学生バレーボール千葉大会で準優勝し、関東大会への出場切符を手にした。男子の「ホッパーズ」は、惜しくも第3位であった。中学に進むとバレーボールができなくなるが、進学しても指導が受けられるように中学・高校生部門「ヤングクラブ」を設立した。全国ヤングクラブ交流大会にも初参戦するなど大きな一歩を踏み出した。大会出場を目指すのではなく、楽しんでバレーボールをやりたい子供たちのために2004年より「スターズ」が誕生した。

以上の3つの部門がバレーボール部門を構成している。設立当初7名でスタートしたが、現在の会員数は85名、コーチングスタッフは5名である。

4．土曜スポーツ探検隊



キャンプ地は伊豆半島天城湯ヶ島
な学校から参加しており、学年で区切らないために、学校とは違う子ども達の交流が生まれている。

小学生を対象に毎週土曜日 9:30 から 2時間、年間を通じて各種のスポーツに楽しんでいる。2002年4月より学校の週休二日制を機会に始めた。最初は折込チラシを25,000世帯に配ったが、問い合わせがあったのは10件、4人でのスタートであった。今までに、体操、トライアスロン、ドッジボール、一輪車、柔道、バレーボール、スキー、サマーキャンプなどを実施している。現在の会員数は55名で月会費は3,000円である。さまざま

5．ステイヤング

月2回中・高齢者へのスポーツ指導を行う。内容は、ウォーキングやストレッチ体操などで、ステイヤング会というクラブからの指導依頼がきっかけであった。定期的な活動を続けていくことにより、市より「中・高齢者リフレッシュ体操教室」の運営を委託されることとなった。月2回、計8回開催した。現在の会員は60名である。将来はニッポンランナーズの主力事業にしていきたい。

．成功の秘訣

1．専属のスタッフ

人を指導することは高度な職業であり、片手間ではできない。24時間どのように指導したら良いか考えるスタッフを置けたことが最大の成功要因である。クラブの運営に1名、各事業の指導に2名（現在3名）置いている。

2．金哲彦さんのネームバリュー

理事長の金哲彦さんは、箱根駅伝でも有名な選手でリクルートランニングクラブの監督も務めており、人脈が広い。金さんのネームバリューでさまざまな依頼が舞い込むケースがあり、そこを土台にして活動を広げることができた。

．今後の展開

1．ステイヤングの拠点増加

現在はユウカリが丘地区でのみ開催しているが、今年からは佐倉地区でも実施する。将来は、佐倉地域の京成線一駅毎に教室を開催したい。月2回の開催で、月会費も2,000円程度として会員の負担を少なくして気軽に参加できるようにしたい。指導に際しては特に高度の技術を必要としない。運動生理学や運動理論等、自分達が行ってきた競技に対しての知識をもとに十分指導できる内容である。したがって専門のスタッフを置く必要もない

ために常勤のコーチングスタッフが、シフトを組んで指導に当たっている。何よりもスタッフのコミュニケーション能力の向上に役立つので、スキルアップに繋がると思っている。

2. 行政への提案

(1) 佐倉マラソンの運営

現在は参加者 3,000 人、参加費が 3,500 円で、運営はボランティア 420 人が支えている。行政の補助金が無ければまったくの赤字である。この事業運営を佐倉市より受託して、魅力ある大会に変えて収益が上がる事業にしたい。市民を巻き込んで愛される大会にしたい。例えば佐倉城址公園から商店街を経由する道路をマラソンコースにし、5 km 走やハーフマラソンなどをやりたい。交通規制の問題など課題は多いが街の活性化のためにも実現したい。

(2) 指定管理者制度の活用

活動の拠点としている岩名陸上競技場は、財団法人が管理する公共施設である。今後は、民間の組織が公共施設を管理できる指定管理者制度も導入されるので、利用されていない時間帯を有効利用するために、我々が指定管理者として運営主体の一部となればと考えている。常時施設が利用できる環境を整えて近隣の大手企業の工場の福利厚生施設として従業員に使ってもらえば、企業も自前の施設が不要になり一石二鳥だと考えている。また特別なイベントがなくても地域の住民が一人でも利用できるようにしたい。

. 現在抱えている課題

1. 総務・労務

設立当初は事業を軌道に乗せることばかり考えて、がむしゃらに進んできた感があるが、3年目を迎えスタッフが安心して働ける環境を整えることも平行してやっていかなくてはならない。若い人が多いので、これから結婚などを控えている。安心して働けるようにするため、総務・労務関係についてももっとしっかりとマネジメントして行きたい。

2. 会計内容の公表

どこまで会計内容を公表しなければならないか分からない。オープンに運営したいと思うが、必要以上に公開しても混乱を招くようではいけないので悩んでいる。

. 中間支援機関に望むこと

1. 活動へのアドバイス

NPOの多くは、「自分たちは一生懸命やっているのにどうして分かってくれないの」と、視野の狭くなっている団体が多いのではないだろうか。同じ考えの人達だけで話をするのではなく第三者の意見を大切にしていきたい。周りの人たちはどう思っているのか知りたい。自分たちが考えるアイデアが受け容れられるものなのかどうか市民の側からの助言が欲しい。各方面からの活動に対するアドバイスが欲しい。

2. 組織運営のアドバイス

競技者が、晩年もその延長線で食べられる人は一握りである。現在は、折角培ったノウハウを活かす場がなく、別の職業について生活するケースが多い。スポーツで食べられる組織を作りたい。佐倉で成功事例を作り、フランチャイズチェーンのように全国展開したい。そのためにも、何処でも通用する組織運営を確立したいのでその方法を模索している。

コミュニティ FM 放送局 フラワーラジオ

・事業の目的

1. コミュニティ FM 放送局 みんなをむすぶコミュニケーション 元気でやさしいフラワーラジオ
2. 鴻巣市のコミュニティ FM 放送事業、映像制作事業、広告代理業など

・概要

- 1 名称：株式会社 フラワーコミュニティ放送
- 2 所在地：〒365-0039 埼玉県鴻巣市東 1 - 1 - 25 FBM ビル 5F
- 3 電話：048 (543) 7767 <http://www.fm767.com>
- 4 代表者：神成 裕 (かなり ゆたか)
- 5 設立年月日：1998 年 2 月 26 日
- 6 資本金：6000 万円
- 7 売上高：1 億 5000 万円 (コミュニティ FM 事業 約 2000 万 その他)
- 8 従業員：8 人 (ほかボランティアなど 50 人程度)

・設立の経緯

- 1 設立の 2 ~ 3 年前から鴻巣市民有志のなかに神成氏を中心として、郷土鴻巣に FM 放送局を作りたいという動きが起こり、湯川れい子講演会などを積み重ね、コミュニティ放送の意義、必要性を市民にアピールしながら、設立運動を展開していった。
- 2 神成氏は、介護事業 (複合介護サービス拠点『ケアセンターそよ風』を全国的に展開中) と臨床検査事業を軸に、「医療・健康・福祉」分野で活躍する、年商 173 億余 (2003 年 5 月) の株式会社メデカジャパンの社長でもある。この事業へのかかわりの動機は「地域貢献」とのこと。
- 3 設立準備とともに、資金計画、番組審議会などを同時並行的にスターとさせ、第三セクターとしての可能性も市と協議していたが、電波申請の急用性などに押されて、株式会社としてスタートした。
- 4 株主には、株式会社メデカジャパン、三洋紙業株式会社、株式会社埼玉新聞事業社、三国フーズ株式会社、中央化学株式会社、武蔵野銀行、埼玉県信用金庫、あさひ銀りーす株式会社、オリックス株式会社、日本火災海上保険など 54 社。

認可が下りるまでも、数々の困難があったが、仮免許、試験放送を経て、平成 10 年 4 月 25 日に『フラワーラジオ』として開局した。開局時は出力 5 W。平成 12 年 7 月に出力 10W へ増力。周波数 FM76.7MHz。

・具体的な活動内容

- 1 コミュニティ放送事業 ヤマト福祉財団や地元の福祉協議会と連携しながらの企画も行うなど、「健康」や「福祉」といったテーマを重点とした番組編成をコンセプトに放送が始まった。現在は、フリートークやニュースなどで福祉・健康は重視するテ

ーマであるが、番組《ラジオ広報こうのす》で、鴻巣市の施策や行事、市民生活に関する日常的な生活情報をタイムリーに届けたり、小中学校の音楽会や敬老会の取材、放送したりとあくまで地元の暮らしに密着した情報を発信している。

朝 6 時から演歌で始まり、地元ニュースで起きるといふ年配の方、朝の仕事へ行く前に地元のニュース、日中は主婦、鴻巣在住者・在勤者向けに商店のお買い物情報や道路・天気情報など、夕方になって中学生高校生が帰宅するころは、リクエストを中心にした番組、夜 8 時ころには地元の出来事と演歌で眠りに入る年配者などなど。リスナーを見極めた番組づくりでファンが増えている。



スタジオ風景

2 映像関連の制作

放送番組の制作販売、映画、芸能、イベントの企画や公演、映像及び録音物の制作・販売や賃貸など。たとえば市の特別養護老人ホームの入居者の方が口ずさんでいた「うめぼしのうた」をもとに制作・販売した CD やビデオ（この歌を BGM に行う高齢者の機能回復「元気体操」を収録）は、市内の福祉施設や幼稚園・小学校はもちろん、北海道から沖縄までの施設で多く採用されているとか。

3 スコッチプリント事業

お店や会社のシャッターのプリント仕上げ・ファストフーズの屋外看板や垂れ幕などのプリントなどの企画・制作。

4 新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、屋外、交通などの広告取り扱い

主な CM スポンサーは、鴻巣市、鴻巣郵便局、鴻巣保護司会、観察協会鴻巣支部、メデカジャパン、遠忠屋、保りか和、鴻巣高校、鴻巣中学校、関東総合通信局、来集軒、竹沢木材、小島工務店、山本青果、鴻巣青年会議所（JC）、伊藤畳店、秋元人形店、久保田燃料店、アイダ設計、彩香食品、関東福祉専門学校、三国フーズ、十文字女子大学、リプルブックス、タナベ建設、サイド商会、松沢自動車、ラヴィリオ、リバープランツ、ガーデンパレス、フランスベット、白十字、自由民主党、民主党、鴻巣吹上地区薬剤師会、アイフル、JICA、両毛観光協会、ヒライ贈商、大和屋などである。

5 その他

録音物、パンフレット、出版物の企画・制作。Web の企画・制作。さらには店舗や会館などの設計・施工・管理。

もちろん放送関連技術者の指導・育成、放送関連技術の開発・販売、コミュニティ放送関連の機器の開発・販売・貸与なども行っている。イベントに伴うグッズや日用品雑貨等の販売もやる。

・事業成功の秘訣

1. フラワーコミュニティ放送としては、開局以来7年が過ぎて、やっと単年度で収支トントン、累積の赤字も少なくなってきたという状況だが、日本全体のコミュニティ放送会社（全国で166局＝平成16年9月末現在）全体でみても本年度やっと黒字、ほとんどの局は苦しい展開というのが実態である。

コミュニティ放送局の歴史は、1991年（平成3年）の旧郵政省の構想発表に始まるが、1992年（平成4年）1月に制度化。同年12月のFMいるか（函館山ロープウェイ・北海道函館市）の開局が、全国初のコミュニティ放送局としての始まり。免許された送信電力は、わずか0.1Wであった。

2. 開局にあたって、まずは電波があるかどうか、第一義。日本全体では理屈上3300のコミュニティ放送が想定できるが、実際には東京北区、足立区、埼玉県川口などは開局できる電波が無く、申請が通らないとか。
3. この電波があるかどうかの調査に相応の金がかかる。免許が下りるには、技術や施設、人の問題もあるが、企業体として5年ほどで黒字になるか、やっていけるかという経営の面の審査もある。（5年ごとに監査がある）設立までにも小規模小地域範囲ゆえの課題は多いのだ。さらに設立後の運営、経営にもゴーイングコンサーンとしての内容が求められる。
4. 実際的に、規模によるが施設・機材設備に資金が要る。今約5000～6000万円だといわれている。
5. そして資金面。この事業がコミュニティビジネスとして成功するかどうかは、この点が重要。形態として3タイプ及びその混合型が考えられる。(1)自治体の防災・安全政策および行政情報広報と組んだ第三セクター方式、(2)地元企業のバックアップを基盤とした経営形態、(3)市民の共同出資やボランティアの応援を基にしたNPO（特定非営利活動法人）などの形態である。

・今後の展開

- 1 総務省が進めている放送のデジタル化の問題にどう対応するか。大手のテレビ・キー局でも資金調達は簡単ではない。まして小さなコミュニティラジオ放送局でのアナログからの移行は容易ではない。悩ましい問題である。
- 2 3300を想定したコミュニティ放送区域だが、市町村合併で集約・統合が進む。狭い電波領域で隣の町のFM局と周波数が同じということはどうなるのか。さらに合併に伴う予算の縮小、補助金のカット、助成金の削減が進めば、この不況のなかで廃止になったのは琴平FMだけといわれたコミュニティ放送局もどうなるか。ここ2～3年で地図が変わるだろう。

- 3 放送内容については、地域密着度をもっと高め深めたい。例えば、だれだれさんちに犬が何匹生まれたよ、など。そうすればもっと住民の役に立てるラジオになる。
- 4 ただ地域の天気予報、災害、安全情報も高めたいが、実際問題として、朝7時ころに出社、夜8時には退社という人的な体制で、いないときに災害が発生したらと思うとお寒い状況。想像しただけで震える。

この中越地震では、地震発生から3～4日で長岡にFM放送局が立ち上がったそうだから、行政からの災害時の情報体制といった切り口では、日常的な意味や価値を問われかねない面もある。

・現在抱えている問題

- 1 もともと営利が目的という視点を持ってないので、アンケートの質問がずれていると感じられた。もちろん赤字の事業でいいわけではないが、だんだんファンや支持者も現れ、地元密着の効果がでているのかな。永くかかる事業である。
- 2 スポット広告でも、J-WAVEなどの首都圏FM放送の広告単価と大きく違うし、同じコミュニティ放送でもエリアの特性からさまざま。カバーできるマーケットの範囲が違う、質が違うからだ。このような広告や放送料だけで事業が成り立つところは、おそらく全国どこのコミュニティ放送局も難しく、付帯事業など幅広く展開することが必要である。
- 3 とくに、中小企業診断士など外部の専門家やコンサルタントなどの支援は必要と感じていない。

参考文献：日本コミュニティ放送協会『日本コミュニティ放送協会 10年史～未来に広がる地域の情報ステーション』平成16年5月12日刊

特定非営利活動法人

北区地域情報化推進協議会

．事業の目的

1．目的

北区地域情報化推進協議会は「地域の産業活性化は、まちの活性化から」、「教えられた人が教える人になる」を合い言葉に草の根からまちの情報化を進め、地域社会の活性化に貢献して、市民間の情報格差を是正し、地域の活性化を積極的に推進することを目的に設立。土日祭日も夜まで市民に開放し、情報集積と交換の場、市民情報サロンとしての機能も持ち、豊かであるおいのある地域社会や市民生活を実現するために、市民が主体となって取り組み、ネットワークを広げている。

2．事業内容

- (1) 住民を対象としたパソコン、インターネット講習会及び相談・普及活動などの事業を企画し実施
- (2) さらに市民の生活の利便と情報交流の活性化をねらいに区内のさまざまな情報を盛り込んだ「地域データベース」構築推進
- (3) 北とぴあ 4 階に設置された「地域情報化推進センター」を地域情報の集積拠点とし地元企業や行政とパートナーシップを図りながら各事業を実施

．概要

- | | |
|------------|---|
| 1． 名称 | 特定非営利活動法人 北区地域情報化推進協議会 |
| 2． 所在地 | 〒114-8503 東京都北区王子 1-11-1 北とぴあ 4 階 |
| 3． TEL&FAX | 03-5390-1233 |
| 4． E-mail | jyokyo@kitaku.net |
| 5． URL | http://npo.kitaku.net/ |
| 6． 代表者 | 三 浦 正 久 様、 |
| 7． 設立年月日 | 平成 12 年 5 月 15 日 |
| 8． 売上高 | 3 0 0 0 万 (1 5 年度実績) |
| 9． 従業員数 | 会員 35 名 業務関係者 30 名 |
| 10． その他 | |

．設立の経緯

平成 9 年策定された「北区産業活性化ビジョン」において地域の活性化を図るためには、地域の情報化が不可欠であるとの提言がされた。

前後して「地域の産業活性化は、まちの活性化から」という認識をもった経営者が、インターネットなどを通して新たな繋がりを持ちはじめました。

また市民サイドでも、区内における市民の情報リテラシーの向上を目的に、ボランティアによるインターネット講習会の開催が北区王子の北とぴあを会場にして延べ千

人以上に対して講習会を実施していた。

こうした活動を継続させていくには、行政や企業も共にサポートしていくことが求められ、地域を良くしようとする想いや力を結集させること、その「場」づくりが求められてきた。

そこで市民間の情報格差を是正し、地域の活性化を積極的に推進することを目的にして、非営利特定活動団体としてNPO北区地域情報化推進協議会を設立した。

・具体的な活動内容

1．活動概要

- (1) 行政と地域住民の協働を通じた、コミュニティの活性化。
- (2) 商店街と連携した地域情報の受発信を通じ、人的交流を広げるまちづくりの推進。
- (3) 「市民活動推進機構」と連携した、NPO・ボランティア活動の情報化促進。
- (4) “サービスの外部委託化”など、行政が企図している新たな公共サービスのあり方の検討と、その具現化。

2．具体的事業内容

(1) 行政からの委託事業

地域データベース構築事業

地域ポータルサイト運営

地域生活データベース構築

- ・地域データベース
- ・人材データベース
- ・市民活動団体等のデータベース

(2) 地域情報化支援事業

パソコン・インターネット等講習

地域住民，商工業者，各種団体向け講習会を実施する。

情報化相談・作業支援

地域住民、商工業者、各種団体に対して、情報システム構築・インターネットサイト運営・情報化人材育成等に関する助言や作業代行などの支援を行う。

情報化推進拠点づくり

インターネットのみならず、CATV・FM波・紙媒体などを使った住民自らの情報発信を支える拠点を創出する。「北区子ども感動コミュニティ機構」に協力して、子どもと大人の地域情報発信活動を推進する。

商店街ホームページ作成支援事業

携帯情報端末を活用したコミュニティづくりの研究

(3) 情報交換支援事業

「北区地域情報化推進センター」利用者向けサービスや相談

- ・コンテンツサービス
 - ウェブメール、メーリングリスト、コミュニティサイトの運営
- ・会員交流

自分が「教えられる」ものを見つける働きかけをしながら、会員同士の情報交流を促進する。

・ 相談・アドバイス

メールサーバーなどの運用・管理

(4) 地域事業者間の情報交流支援事業

地域に根ざした産業（コミュニティビジネス）の育成を、情報化の観点から継続的に支援できる仕組みを構築する。

「創業支援施設構築」への協力

商工会議所北支部事業（笑顔の掛け橋プロジェクト）への協力

「まちなか工房」の運営支援



初心者・入門者向けから、もう一步進んだステップアップ講習まで、インターネットを使うために必要な知識を身に付けられる



「まちなか工房」は、市民の誰もが、何時でも気軽に立ち寄って、ものをつくり、直し、ノウハウを交換する創作拠点となることを目標に、半年間実験的に運営。達人と共に、ものづくりや修理の工夫を学ぶ「ものづくり体験」シリーズも開催。実際のものづくりや知恵の交換を通じて、自立することの喜びを感じ取っていただき、まちの元気に貢献

・ 成功の秘訣

1. 地域活動・北区行政との綿密な連携

地域住民活動，商店街活動，行政を巧く巻き込んで行政から業務受託して、事業の安定化を図りながら、北区のコミュニティビジネス，SOHO事業者への支援を行っている。特に北区商店街連合会との連携が深い。

2. 中心者が本気になって事業を展開

事務局長の方はコミュニティビジネス，SOHOの運営・相談に乗るため、脱サラして事業に参加している。その姿に感動して会員・関係者が事業を支える努力している。

3. NPO理事長と事務推進者は別

協議会理事関係者と事務推進者は一体である場合が多いが、本協議会は事務局長がNPO理事でなく、事務局として業務を行っている。

・ 今後の展開

北区地域情報化推進としてデータベース構築，パソコン教室開催，パソコン相談を行ってきたが今後の展開としては行政と地域住民の協働を通じた、コミュニティの活性化。商

店街と連携した地域情報の受発信を通じ、人的交流を広げるまちづくりの推進。地域に根ざした産業（コミュニティビジネス）の育成を、情報化等々の観点から継続的に支援できる仕組みを構築する。

例えば・「創業支援施設構築」への協力

- ・商工会議所北支部事業（笑顔の掛け橋プロジェクト）への協力
- ・「まちなか工房」の運営支援

．現在抱えている課題

1．事業運営面

安定した収益事業の柱がまだ少ない。特に地元SOHO，起業家・コミュニティビジネス者への支援・サービスが事業化となっていない。

2．資金面

行政からの委託料は事業完了後に入金となるが、支払いはその都度のものが多く、資金繰りが課題になっている。

3．販売・営業面

販売・営業面のノウハウを持った人材が少ない。

．中間支援機関に望むこと

1．経営・営業ノウハウ等の提供

本協議会は地域CB団体への中間支援的任務もあるので、SOHO，個人企業への経営・営業ノウハウ等の提供が必要であり、その面での中間支援機関からの支援がほしい。

2．情報提供

コミュニティビジネス情報の提供並びに情報交換を行って行きたい。

3．資金提供

低利での資金提供・CBファンド等の支援が必要。

NPO「サンクスネイチャーバスを走らす会」

・事業の目的

目黒区の東急自由が丘駅から北に少し離れた目黒通り付近のお店やスポーツ施設が共同で運行する、お客やスタッフの送迎バスが「サンクスネイチャーバス」である。地域のお店や個人のサポーター会費で運営されており、誰でも無料で乗ることができる。

このバスは、食用油のリサイクル燃料を軽油に混ぜて使用しており、省エネルギー、資源のリサイクルにも貢献している。

「サンクスネイチャーバスを走らす会」では次の3点を会の趣旨として掲げている。

- 地域のコミュニティバスで人と人をつなぐ
- リサイクル燃料で省エネルギーを推進
- パーク&バスライドのまちづくりを提案

・概要

1. 名称：NPO 法人「サンクスネイチャーバスを走らす会」
2. 所在地：東京都目黒区自由が丘 3-17-1-402
3. 電話：03-5729-2511 URL：www.thanksnaturebus.org/
4. 代表者：栗山雅則会長 <(株)栗山企業代表取締役>
5. 設立年月日：1995年12月「サンクスネイチャーバスを走らす会」発足
2003年12月NPO法人の認証を取得
6. 資本金：当初、発起人4人が15万円ずつ出資
7. 売上高：経常収入1,401万円(2003年度)。うち約90%が会費収入。
8. 従業員数：常勤従業員はゼロ。事務局員が週に延べ3名
9. その他：廃食用油のリサイクルで「リサイクル目黒」(区の外郭団体)と関係が深い。ただし、行政から補助金等は得ておらず、業務の受託もしていない。

・設立の経緯

1994年に目黒通り八雲3丁目交差点付近に開店したガーデニングショップ「サンクスネイチャー」の斉藤光彦社長が、「お客さんやスタッフのための“足”があったら便利だが、地域のみinnで協力すれば実現可能ではないか」と考えた。斉藤社長は、地元の高級スーパー「ザ・ガーデン自由が丘」の島田孝克会長、テニススクール「自由が丘インターナショナルテニスカレッジ」の栗山雅則社長、「後楽園ボウル&ゴルフ」の油田一昭マネージャーに呼びかけ、この4人が発起人となり、共同の送迎バス実現に向け1994年12月に活動を開始した。

1995年1月に「連絡協議会」を設立。共同の送迎バスは商店会のないこの地域のネットワーク作りにもなるとして、バスの構想に賛同する店や施設が増加してきた。

「どうせ走らせるなら、普通の軽油ではつまらない」と考えているときに、廃食用油をリサイクル燃料にする染谷商店のプロジェクトと出会い、「てんぷら油のリサイクル

燃料で走るサンクスネイチャーバス」の構想がまとまった。

1995年12月：「サンクスネイチャーバスを走らす会」が発足。19社がサポーターとして会員になった。

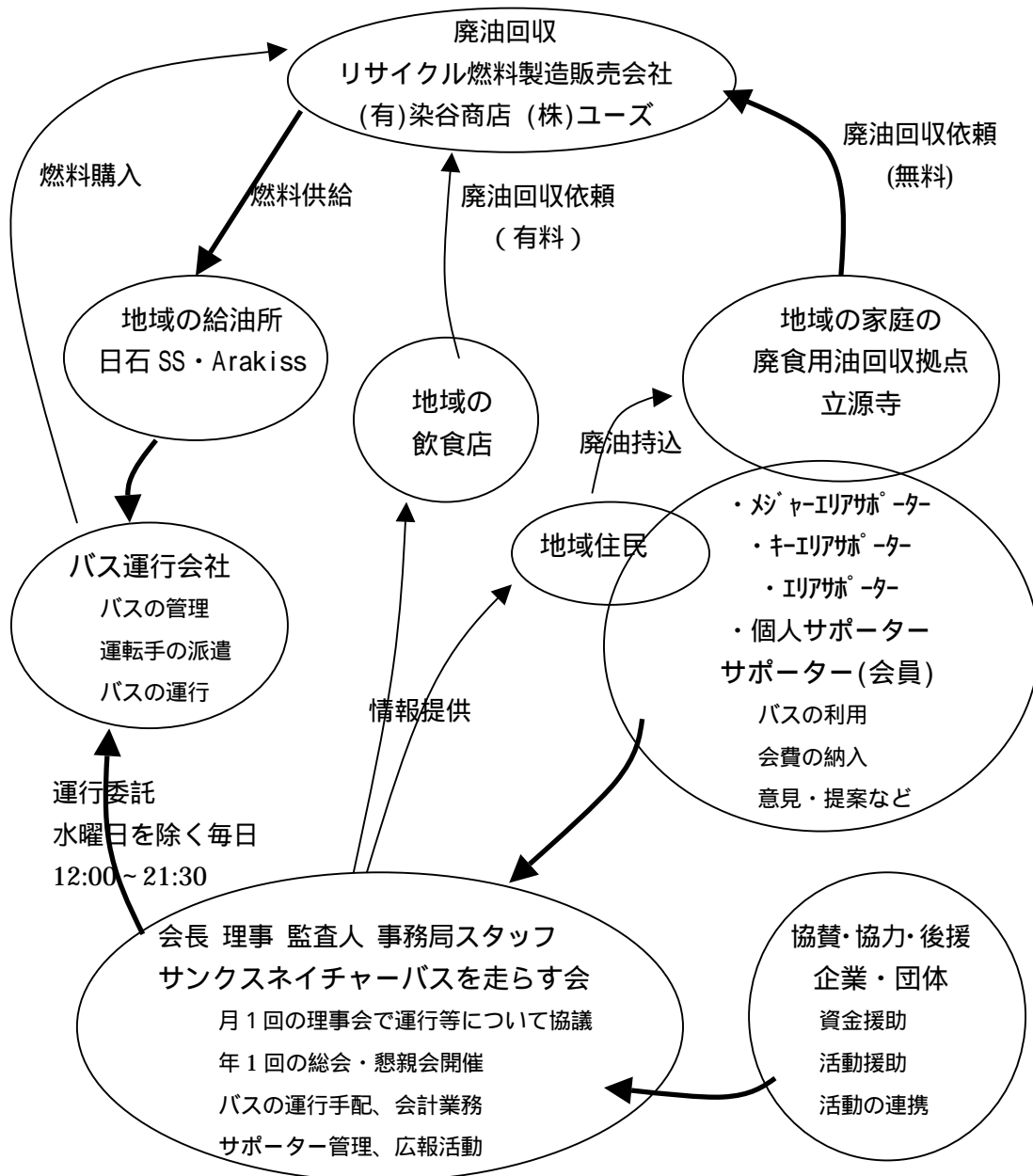
1997年4月：「安心・安全・安定運行」をモットーに、サンクスネイチャーバス（八雲ルート）の運行を開始。

2003年12月：「走らす会」がNPO法人の認証を取得

2004年9月：第二の「駒沢公園ルート」を運行開始。

．具体的な活動内容

1. 「サンクスネイチャーバスを走らす会」とネットワーク



2. 事業内容

(1) バスの運行

自由が丘駅から会員のお店や施設を巡回する無料の送迎マイクロバスを運行している（みずほ観光、日の丸リムジンに運行を委託）

運行は水曜日を除く毎日、12時から21時台まで、「八雲ルート」は30分ごと、「駒沢公園ルート」は40分ごとに循環している。

ルート上には決まったバス停があるが、バス停以外の場所でも乗降は可能。

バスの車内にはチラシを置くスペースがあり、サポーターのお店などがチラシを置いて宣伝スペースとして利用している。



サンクスネイチャーバス
（立源寺横の駐車場で休憩中）

(2) 廃油の回収・燃料化

染谷商店が独自に開発したプラントで製造した V.D.F. (Vegetable Diesel Fuel) を 2、軽油を 8 の割合で混合したものを、バスの燃料として使用している。給油は、地域の「日石 SS・Arakiss」の協力を得て行っている。

1998 年 3 月から地域の立源寺が家庭からの廃油の回収拠点として協力しており、一定量集まると染谷商店が無料で回収している。

住民からの要望により、個人宅の回収拠点も 3 箇所設置した。

(3) 会員 = サポーター

次表のとおり 4 種類に区分される

サポーターの種類	バス停の設置	チラシ・ポスターでの取り扱い	バス車内のラックにチラシ等を入れることができる	会費	メンバー数 (2004 年 9 月現在)
メジャーエリア～		最大のスペース		157,500 円/月	4 (理事として運営に参画)
キーエリア～		2 番目に大きなスペース		52,500 円/月	6
エリア～		掲載する		10,500 円/月	33
個人～				6,000 円/年	39

. 成功の秘訣

- (1) 「設立の経緯」にもある通り、「自分たちのために楽しくやろう」として始めたこと
- (2) 「友達になろう」をモットーにネットワークを広げてきたこと



自由が丘駅に近い「コンサートホール」停留所

右側の緑の三角が停留所の目印で、左が路線図。時刻表は後ろの壁に貼ってある。

(3) 廃油のリサイクル使用と交通混雑の低減という社会貢献の意義を持たせることができた。

(4) 「自分たちができないことはしない」との基本方針の下に、バスの運行や油の精製などはネットワークを通じて知ったそれぞれの専門家に任せてきたのが良かった。

(5) バスが 30 分で一周できるという運行範囲・地域の規模が共同運行の構想に適合した。

・今後の展開

- (1) まずは 2 本目の駒沢公園ルートの運営を安定させることが第一。
- (2) 交通事情と運転手の労働条件と乗客の利便性の 3 条件のバランスを取っていきたい。

・現在抱えている課題

現在特に課題があるわけではないが、これからやりたいこととして、下記の 3 点がある。

- (1) NPO という組織形態に相応しい運営方法を確立していくこと
- (2) 「パーク&バスライド」の提案を通して、地域の交通整理に貢献していくこと
- (3) V.D.F. をさらに広くアピールしていくこと

・中間支援機関に望むこと

社会貢献の意義を社会に対してさらに広く浸透していきたいので、中間支援機関としてもそういうスピリットをもって活動してほしい。

なお、この社会貢献の点では、1999 年 2 月に(財)省エネルギーセンターの「地域省エネ実践活動優秀事例賞」を受賞したほか、2004 年 11 月 29 日には、環境省の「大気環境保全活動功労者表彰」を受賞した。



「地域省エネ実践活動優秀事例賞」の表彰状（事務局オフィスにて）

くにたち富士見台人間環境キーステーション

．事業の目的

「くにたち富士見台人間環境キーステーション（略称KF）」はJR南武線谷保駅北口地域において、3つの商店会（3商連）と一橋大学、国立市、そして市民がお互いに協力し合って、地域の商業や文化の活性化を目的とする産（商）官学民の協同プロジェクトである。「『教育』と『思いやり』で育むコミュニティ」をキーワードに2003年春発足以来、国立市富士見台にある様々なリソースを活用し、元気な商店街と楽しい地域コミュニティの再生・活性化を目指し、空店舗活用を中心に様々な活動を展開している。

なお、2004年度の文部科学省の「大学支援プログラム（特色GP）」にも採択され、地域に根ざした取り組みが評価されている。一橋大学からは、大学の名声に貢献したゼミ・学生を表彰する「学長表彰」（第2回）にも選ばれている。

．概要

- 1．名称：くにたち富士見台人間環境キーステーション
- 2．所在地：〒186-0003 国立市富士見台1-7-1-1号棟103
- 3．電話：042-573-1141 URL：準備中
- 4．代表者：内藤哲文（理事長）
- 5．設立年月日：2003年3月5日
- 6．立上げ費用：1,500万円（国立市、東京都、3商連が中心。商工会、エコールキューリネールも寄付）
- 7．売上高：253万円（2003年度/180日営業日）
- 8．売上目標：800万円（2004年度予算/「Cafeここたの」600万円弱、「KFまちかどホール」200万円弱、他30万円）
- 9．従業員数：「Cafeここたの」店長1名+パート3名 事務局1名など計9名

．設立の経緯

「くにたち富士見台人間環境キーステーション」の設立は、2003年の3月であるが、それには長い胎動期が必要であった。その2年前より谷保駅北口の3商連と国立市産業振興課、地元一橋大学教授陣の間で、谷保駅北口周辺の商業振興を目的に研究会が開かれていたが、活性化の内容については、学生も含めた産学官協働の組織で調査研究を行うこととし、以後「商店街振興モデル研究事業」の名のもと月1回研究会が開かれ（1年後には週1回の一橋大学の学内研究会もスタート）、その研究成果が「人間環境キーステーション構想」（2002年1月）に結実したのが具体化への第一歩であった。当初は教授と学生有志の参加であったが、2002年4月には一般教養課程に「まちづくり」授業が開講、正式授業にも組み込まれ弾みがつくこととなった。同授業は、国立の地域に出てビジネスモデルを立ち上げることが趣旨で、実際に学生たちと上記関係者筋とで、地域の活性化のためのアイデアや施策等について熱い議論が展開された。学習を積んだ学生たちの研究成果（カフェ・まちかど教室等のプラン）が賛同を得て、机上のビジネスモデルを学生たちで事業化させ

てみてはということになったのである。こうしてむっさ 21 商店会内の空店舗を活用し、地域活性化プランが実現することになる。

学生たちもこれに応えて、有志がサークル「Pro-K(ぷろっく)」結成し、本格的に取り組む体制を整えた。1年で終了する授業では継続的な活動がしにくいということと、周囲からの信用の獲得を意図した、いわばコミュニティ・ビジネスへの離陸である。

KFは3月の設立に続いて、3つの空店舗(管轄は国立市産業振興課)の改装に取り掛かることになるが、ここでも学生たちが積極的に参加、長野県朝日村に出向きカラマツ間伐材の伐採、加工等を体験学習し、カフェの内外装を店主とともに自分たちで行ない、「Cafeここたのさくら」(2004年3月に「ここたの」に改名)が8月に正式オープンとなる。当初まかされた空店舗はこの「Cafeここたのさくら」と事務所の2店舗であったが、現在「まちかどホール」(2004年2月オープン)にプラスして「くにたちNPO活動支援室」(管轄は国立市政策推進室)の事務局とも何らかの形で連携している。

もう1つの「まちかど教室」のビジネスプランについては、空店舗改装に先立って2002年の冬より始め、当初は一橋大学の諸先生が講師であったが、現在は枠を広げる意味で「100人委員会」をつくり他大学・専門学校などの諸先生100人登録を目標に講師陣の充実を図っている。地元の商業者による料理や手芸の教室、木工(朝日村の間伐材の活用等)や紙飛行機などの工作教室など「趣味のものづくり」にも取り組んでいる。

・具体的な活動内容

むっさ21内にある4つの空店舗(うち「くにたちNPO活動支援室」は運営協力)を中心に以下のように学生(「Pro-K」)が中心に、各種多彩な活動を展開している。



形を整えた4つの空店舗

1. Cafeここたの

「ここに来ると楽しい」から名付けられたカフェ。「光と緑」をテーマにした店内はカラマツを使い雰囲気は優しい。サイフォンで入れる有機栽培のコーヒーや日替わりの「今日のここたのサンド」、選べるケーキが好評で、癒しのスポットとして、住民の人気を得ている。食材にもこだわっており、朝日村や「地域自給くにたち」との連携で、身元の確かな野菜や果物をできる限り使って行こうとしている。

2. KFまちかどホール

空店舗を利用した有料の多目的ホール。4枚の可動式パネルで自由にレイアウトが可能で、コンサートや多様な講座、ギャラリー、貸しスペースとして利用でき、市民の文化活動の拠点となっている。

3. まちかど教室

一橋大学を初めとする大学の授業が気軽に聴くことができたり、子供から大人まで楽しめる工作教室が開かれたりする新しい体験学習の場。「KFまちかどホール」や隣接する団地の広場を活用した多彩なプログラムが売り物で、KF活動の「顔」となっている。

4. エコスポット

商店街3カ所に設置された空缶・ペットボトルの回収機。リサイクルを推進すると同時に、商店街の集客にも一役買っている。ポイントがたまると商店街で商品券として使える仕組み。

5．くにたちNPO活動支援室

各種のNPOが会議や、資金集めのバザーを開いたりする市民活動の拠点。NPOとの協同もKFの重要な活動の一つである。

6．エコマネーKUNY

地域通貨の一種であるボランティア交換通貨「エコマネー」を実験中。各種のイベントをからませて、交流の輪を広げ、地域を活性化させるべく頑張っている。

7．地域情報誌 やほナビ

学生が中心になって編集している商店街や地域行事の情報発信紙。2,000枚を近隣団地、商店街、大学、公民館に配布。広告も取り、印刷費に充当している。

8．お買い物サポーターズ

高齢者向けの代行業。事務所で電話注文を受け、学生が配達する仕組み。家具の移動、ゴミ出し、パソコンの接続などの雑用も引き受ける。料金は1回300円。

．成功の秘訣

地方分権の流れの中で地域産業の活性化は急務であり、行政の主導力が発揮されたことが背景的には大きい。一橋大学には地域に出て欲しいという行政側の思いと、独立法人化を控えて、地域に出たいという一橋大学側の思いが一致し、空店舗問題に両者が乗り出した結果の成功であるが、その秘訣は学生側に焦点を当てれば、以下のように整理できよう。

1．モチベーションが高い

大学、学生、行政、商店街等の連合体であるが、大きな道、目指すところが同じという点がまず挙げられよう。全者が「人を呼びたい、地域に活気を取り戻した」という思いで一致している。商店街も学生たちのアイデアと行動力には大いに期待し、前向きに応援しており、行政も特にハードの整備面で後押しに懸命であった。学生たちは「使われている」といった感じは持ったことはないということだし、ソフト面は自分達が主体的に動けるといことで、楽しみながら活動している。商店街側には当初、大学の研究モルモットになるのではないかという危惧もあったようだが、それも杞憂に終わり、お互いが信頼感の上で各自の責務を果たしている。

2．熱意ある学生が活躍

一橋大学ということであろうか「Pro-K」は経営管理や組織運営に関心の高いサークルである。結果、日々の売上管理や組織維持にも、人一倍興味を持って真剣に取り組んでいる学生が多い。また学生間のネットワークも生きていて、一橋大学以外の大学や専門学校（武蔵野美術大学、多摩美術大学、東京都立大学、日本大学等）の学生たちも専門知識を持って事ある毎に駆けつけている。

3．諸NPO等との連携を志向

理事会には各商店街（会）、大学教授、学生（Pro-K）のほかに地域のNPO等も名を連ねている。「地域自給くにたち（地場野菜の供給）」、「どんなくにたち（PR誌編集）」などである。また長野県朝日村とも関係が深く、りんごジュースや柿ドレッシングの販売

提携、現地クラフト体験館での工作技術の研修、工作材料の提供、Pro-Kの合宿受け入れ等々支援体制が整っている。朝日村の物産コーナーもある。

．今後の展開

「まちかどホール」の稼働率を上げること、事務局としている店舗（センター）を例えばレンタルボックス（棚貸し）の店舗にするなど物販店化すること、店舗展開している通路そのものを木材を使ったプロムナードに改装することなどが、今後の考え所である。また賛助会員募集も本格化させ、経営基盤をより強固にしたいということである。さらに「大学支援プログラム（特色GP）」を活用し、有給の専従者の拡充を図るなどとしている。

朝日村とも販路開拓への協力、高原野菜やマツタケ狩りなどのイベント、スキーなどの観光を通じて、連携をより深める方針である。

．現時抱えている課題

以上見てきたように、授業から離陸した学生たちのサークル「Pro-K」が中心なって活発な活動を展開しているが、課題も多い。学生特有の「理想と現実の隔離」については、3商連側はできる限り支援していく覚悟のようであるが、学生側からは以下のような課題が挙げられている。

1．人手不足 現在参加学生は「Pro-K」を中心に34名であり、ローテーションを組んで活動しているが、「まちかどホール」には学生のほかに運営担当者がいないなど手一杯の状態である。授業との兼ね合いでやり繰りも難しい。

2．資金不足 行政からの家賃・光熱費補助もあり、現状を回すには何とかなっているが、冷蔵庫が壊れたらその時点でお手上げになるなど、利益の蓄積がなく、リスク対策費がゼロである。

3．ネットワーク構築の困難さ 商店街(会)とは信頼感もありうまく行っているが、他の団体・NPOなどと積極的に結びつきを図っていけば行くほど、付き合い方が難しく、大人の付き合いには慣れない。

4．ノウハウの蓄積と伝達の困難さ 「Pro-K」のモットーは3C（コミュニケーション、コーオペレーション、クリエイション）方針は「とにかくやってみる、不適材適所」であり、まず身体で仕事を覚えることを目指している。また事業以外にも目を配るために組織継続を担当するなど、ノウハウの習得には色々工夫を凝らしているが、学生は4年で卒業（実質は就職活動もあり3年）するので、折角蓄積した先輩達のノウハウも伝達が難しいのが悩みである。

．中間支援機関に望むこと

中小企業診断士の仲介で「商店街パワーアップ作戦」に応募し研修を受けたが、これは学生と商店街との関係を深める上で大変効果があり、また大学の実験台でないというPRにもなった。今後支援機関に望むことは、情報提供以外に、学生は経営にはノウハウがないのでその支援をして欲しいこと、また商店街、特に個店は変革の時期を迎えているが、まち起し、地域づくりの面から支援して欲しいという要望が行政側から出された。学生側からはNPOとの連携の仕方などの研修開催に支援してもらえたらということである。

すぺーするっかく

．事業の目的

いま地域の市民グループ活動は、いたるところで地域にあった形で展開が図られている。この横浜市神奈川区にある市民活動グループ「すぺーするっかく」の代表湯川厚子さんの事業経営の理念によると、市民グループを母体として地域の活性化に貢献しよう。それに必要な物・質両面から活動しやすい環境を作ることを考えてきた。「自分たちの活動の拠点にしてもらいたい」という気持ちから、「みんなのたまり場・すぺーするっかく」が運営されている。

そのポイントは次の3点になる。

- 1． 市民グループ活動の支援をする
- 2． コミュニケーションの場を作る
- 3． 空き店舗の有効活用を図る

商店街の活性化に協力する、それには商店街協同組合との連携をはかる



商店街「ふれあい通り」の風景

．概要

- 1． 名称：すぺーするっかく
- 2． 所在地：〒221-0802 横浜市神奈川区六角橋 1-11-16
- 3． 電話：045-401-8320 URL：<http://www.rokuchan.com/^tamariba>
- 4． 代表者：すぺーするっかく運営委員会 代表 湯川厚子
- 5． 設立年月日：2003年2月23日
- 6． 設立資金：6,500,000円（店舗改装費）
- 7． 収入高：平均 250,000円/月
- 8． 従業員数：運営委員会12名、事務所代行 2名、ボランティアスタッフ 18名
- 9． 行政との協働：横浜市からの財政援助、市および区との地域振興に協働

．設立の経緯

平成8年より湯川さんを代表として地域の市民活動グループをつくり、市民活動をすすめてきた。その活動をするうえで活動拠点を設けることを考えてきた。2002年に横浜市の市地域振興策に基づいて神奈川区の地元商店街とこの市民グループとの紹介がおこなわれた。5年来放置された空き店舗を利用した借用プランが大屋さんにもOKになったわけである。

商店街の所在地は横浜市の中心地から北よりに少し離れた東横線の駅「白楽」の駅前どおりである。ここには南北方向に「六角橋大通り」と「ふれあい通り」の二本のとおりがある。この通りをはさんで約170店舗があり、特に後者は狭い路地裏風であり、自転車の通行も出来ないほどである。商店街の通りに面した造りは4、50年前の懐かしい面影を残し

ている。商店街としては、街に活気を取り戻したいという要望に応じてこの「みんなのたまり場」がオープンしたのである。

当初の運営は市民グループで「プロジェクトR（空き店舗を考える市民グループの会）」を結成し、マスタープランを作るなど推進してきた。活動が軌道に乗ってきた現在は「運営委員会」に移行している。これにボランティアスタッフが参加している。湯川代表によると、今後は商店街の振興活動に協調すると同時に市民グループの活動を別途に展開していくということである。

六角橋商業協同組合の石川代表理事は、この市民グループが参加することにより商店街に活気が高まることを期待している。周辺地域の人たちが単にショッピングだけではなく商店街に出入りすることが好影響をもたらす。

また、興味あることは、活性化の一環として当協同組合が行っているイベントである。名づけて夜のフリーマーケット「ドッキリヤミ市場」といわれている。これは商店街の活性化の一環として、日時を限って他所からの参加者に通りを開放している。いろいろなイベントと変わった出店があることで人気がある。

．具体的な活動内容

店舗は商店街の入り口寄りにあり、2階建てである。（各階約26㎡）

「みんなのたまり場・すぺーすろっかく」における事業内容を具体的にみると、二つに大別できる。一つは建物の1階を使って、さまざまな商品を陳列販売するレンタルボックスが構えられている。付随してパソコンを手軽に使いたい人のためにパソコンコーナー、手作りチラシづくりなど印刷にプリント工房がおかれている。

他には、2階の広いスペースはそのまま使って、さまざまなイベントや市民グループ集會に利用できるようにしている。

さらに、これらの業務サポートとして事務所代行（有料）を行っている。

1． レンタルボックス

店内にはボックス・クリアケース・メッシュ棚など約70近くの区画割り（レンタルボックス）が設けられている。出店者（製作者）がこの共同売場を借りて自分の商品を販売をするという「道の駅」的な発想である。それは「私の小さなお店」というたい文句にあるように飾りつけは出店者の自由である。

商品は大きく分けて、手作り品 海外の民芸品、国内地域の産物である。

出店規約は申し込み方法、売上げ清算など定められている。現在約80名ちかくの出店者がいる。

2． パソコンコーナー

情報化社会への対応として主婦層や初心者などを対象に、パソコン教室の開催と実際に利用できるように便宜を図っている。

代表の湯川さんと「すぺーすろっかく」入口



3． プリント工房

プリント機械を1台においてA1サイズまでの印刷が出来るところが強みである。手作り

のチラシや資料などの印刷物は比較的多量で短期間に安価に作り上げたいというニーズに応えるものである。きめ細かい経営姿勢が見られて便利なサービスである。

4. たまり場 アートギャラリー

店舗の2階(約26㎡)のスペースをいろいろなイベントに貸し出している。20名程度のグループの集まり・セミナー・若い母親と子供の集まりなどに使われる。

1年目(2003年)は夏休み子供教室、ボーイスカウト、国際交流グループ活動など5つのグループ事業を手がけている。2年目には夏休み子供教室(工作、自然科学教室)、高齢者の英語教室、子供たち向けにハロウィンの催しなどを行っている。来年は商店街のオカミサンを対象に年金講座を開こうなどの計画も考えているようだ。

5. 事務所代行

主として3つの業務を行っている。

- (1) 登録している市民活動グループ(現在8つ)の事務所代行。

グループ活動にはメンバーや参加者への対応が必要である。電話やFAXまたレターケースの設置などによる事務代行を行う。

- (2) レンタルボックスの管理

レンタルボックスの販売代行から清算業務などを行う。

- (3) 事務機器の利用者サポート

パソコンやプリンターの利用者へのサポートなどである。



「たまり場」におけるイベント風景

. 成功の秘訣

1. ニーズのマッチング

立ち上げ時に市行政機関が市民グループと商店街の仲立ちをつとめた。それぞれのニーズがうまくマッチングしたことがその後の展開に良い結果をもたらしている。狙いは空き店舗をなくすることそれにはどうするかという方法を検討した。商店街と2人3脚で進めてきた。必要な資金(約650万円)は商店街や行政の助成金を当てることが出来た。

2. チームワーク

代表のすばらしいリーダーシップとそれをサポートする市民グループメンバーの協力があつた。運営委員会をもとに着実な実行体制を取っていることである。また近くの神奈川大学の学生がボランティアスタッフとして参加し、そのチームワークの良さもあげられる。

3. 着実な事業展開

事業規模は比較的小さいが内容は地元の要望に対応している。

・今後の展開

2003年2月に立ち上げてこれまで約2年間が経過した。まだ導入期であるが着実な運営を進めてきた。2004年に推進体制を市民グループ「プロジェクトR」から「推進委員会」に移行させた。この導入期を3年間とすると来年(2005年)は次の3カ年のマスタープランづくりの年になる。

今後の展開のポイントとして、

1. 事業規模の拡大

「レンタルボックス」と「みんなのたまり場」という二本の柱は変わらない。今後の主体は後者の規模を拡大していく方向になるとみられる。地域の内外にわたり交流の範囲を広げることである。年齢層は児童・若い母親と子供・高齢者層などに分けることが一般的であるが、さらに多様性が求められる。たとえば、今後は30～40代の父親を対象としたイベントを計画することも検討する。

2. 交流の窓口という役割

県・市・区などの他グループとの交流窓口となる。現在もこの役割を果たしているが、今後は地元住民や神奈川大学などに加えて他地域との結びつきを深めることが一層必要になる。

・現在抱えている課題

1. 収入の低いこと

現在は市からの助成金をいれて収支バランスをとっている。代表の説明によると、運営委員への手当てやスタッフへの報酬アップなどを考えた改善策を講ずることが必要である。

2. 集客力のアップ 知名度アップ

空き店舗を有効活用を目指した市民グループの活動は六角橋地域の住民を対象とした活動である。したがって、規模は限られてきた。今後は地道な活動を通して外に活動の輪を広げていくことになる。これがまた前項の課題解決に繋がる。

・中間支援機関に望むこと

立ち上げる時には行政機関のサポートにより進めてきた。今後もこの絆をもとに行政にアドバイスを求めて現在抱えている課題の解決を図ること望まれる。

次のような事項が行政機関に望むこととしてあげられる。

1. 資金的な援助の継続
2. 知名度の向上支援
3. 情報の提供
4. テーマに応じた専門家の紹介
5. 他のグループとの交流仲介

井戸ばた倶楽部@n i s h i y a

・事業の目的

商店街の空き店舗を利用して、地域の住民が自分の作品を展示し、販売する空間を創出したものである。目的は2つあり、空き店舗の活用による商店街の活性化と、市民コミュニティの場を商店街に創作すること、である。キーワードは3つあり、

井戸端・・・井戸端会議のような交流

倶楽部・・・多くの人の自由な「倶楽部活動」

@nishiya・・・@で地域と結合

である。

・概要

- 1 名称 井戸ばた倶楽部@nishiya
- 2 所在地 神奈川県保土ヶ谷市西谷町 760
- 3 電話 045 - 371 - 6872 (Fax 045 - 371 - 6645)
URL <http://nishiya.vis.ne.jp/idobata.htm?log=log2>
- 4 代表者 田邊 智 運営委員長
- 5 設立年月日 2000年12月2日
- 6 補助金 300万円
- 7 売上高 700万円
- 8 従業員数 委員長のほか4名
- 9 行政との協同 店舗の改装工事と店舗賃借料については、横浜市（経済局）及び神奈川県
の空き店舗活用事業補助金の交付を受けた。

・設立の経緯

平成11年ごろから、西谷商店街の活性化、ことに空き店舗の有効活用が地域住民の話題となった。商店街からは「休憩所」「リサイクルセンター」「アンテナショップ」「託児所」など多くの案がだされた。真剣な討議と調査の末、一つの店舗を複数のフリースペースに仕切ることにより、利用者が自由に使えるレンタルスペース・レンタル棚を設けてはどうか、という案が支持を集めた。どうせなら、来街者の休憩所も組み合わせた施設にしようという意見も取り入れられた。

従来は、薬局であった建物が、店舗移転のため、車庫として使用されていたものを、所有者の理解と厚意により、商店街が借り受けることができた。

平成11年4月に、西谷商店街の会員で構成される「空き店舗活用検討委員会」が設立された。委員会は、文化団体（169団体）や保土ヶ谷区のフリーマーケット出店者（115名）にアンケートを実施し、今回の企画に対するニーズを探った。その結果、68の団体・出店者から、そのような店があれば利用したいとの回答を得た。同時に、アンケート回答者約20名に直接お話を伺い、貴重な意見を企画に反映させた。

平成 12 年 10 月、この企画の運営についても多くの人意見を出し合いながら検討することができるように、運営委員会が設置された。この委員会は、商店街商業者・文化活動者・フリーマーケット参加者・区役所職員など 12 名で構成されている。また、オブザーバーとして経営コンサルタントも参加している。

同年 11 月、上記建物の改装工事が行われ、12 月 2 日にグランドオープンの運びとなった。

・具体的な活動内容

1. 事業の柱

に記した目的を達成するため、当店では、2 つの柱をおいている。一つは、レンタルスペース・レンタル棚・展示壁面などのレンタル事業であり、もう一つは、各種教室の開催である。

2. レンタルスペース・レンタル棚・展示壁面などのレンタル事業

レンタルスペース

当店には、奥行き 1.5m のブースのレンタルブースが 5 つある。すなわち、幅 1.5 m のブースが 3 つ、幅 1.8m のブースが 2 つである。これらのブースを出店希望者に貸し出す。

利用の仕方として、すでにビジネスをしている方が、アンテナショップとして利用することもできるし、新しくビジネスを始める方がチャレンジショップとして使うことも可能である。最近では、主婦やビジネスマンの趣味を生かした起業が話題になるが、その一つの足がかりとして活用されることもある。

出店料は、前者が 12,500 円 / 月、後者が 15,000 円 / 月である。そのほか、管理費として、売上の 5 % を頂いている。

レンタルスペースの出店内容は、フラワーバスケット、野鳥・動物などの木彫、レディス・キッズカジュアル、などである。リサイクル品以外は、基本的にどのようなものでも受け付ける。

レンタル棚

レンタル棚は、50cm 角のものが全部で 55 ブース。4 段に別れ、ゴールドゾーンにあるかどうかで出店料は 4 種となっている。すなわち、中段は 2,500 円、上段・下段は 2,000 円、最下段は 1,000 円となっている。

オープン当初、41 スペースであったが、出店希望者が多く、ストックスペースであった最下段もブース化したものである。管理費として、売上の 5 % を頂いている点はレンタルスペースと同様である。

レンタル棚の出店内容として、ビーズアクセサリ、陶器、ミニカー、人形の服、和風小物、ドライフラワー、押し花、沖縄健康食品、薬用入浴剤、手作りネクタイ、アイデア玩具などのほか、商栄会（西谷商店会）の逸品（食品、入浴グッズなど）もある。

売上の面から見ると、輸入雑貨がよく売れている。

展示壁面

展示壁面は 2 箇所。絵画、写真などの展示・販売に活用される。5,000 円 / 月で貸

し出している。これも、管理費として、売上の5%を頂いている。

以上、レンタルスペース・レンタル棚・展示壁面のオープン後の出店率はほぼ100%となっている（それは、当店ホームページのブース予約状況を見ても分かる）。

3. 各種教室の開催

中央スペースの活用

当店の中央スペースには、交流テーブルが置かれている。テーブルには、10人ほどの着席が可能である。当店では、このテーブルを囲んで、各種教室を開催している。開催は、月に3回から4回。

開催された講座

ハンギングバスケット教室・アクセサリー教室・ドライフラワー教室・パソコン教室・トールペイント教室・トピアリー教室・子供ビーズ教室など。

講師

講師は出店者が行う。

料金

500円/時間

4 その他

営業時間は、午前10時～午後6時（会議スペースは午後9時まで）。休日は、年末年始のみである。

店番は、田邊智氏のほか、半日1,000円で出店者の応援を得ている。田邊智氏は無給でこの事業に打ち込まれている。

店内には、そのほか、インターネットが2台あり、無料で利用することができる。また、車椅子でも入れるトイレがある。



店舗外観



講習会

. 成功の秘訣

1 地域住民主導の事業運営であること

空き店舗を利用した、レンタル事業はさほど珍しいことではない。しかし、そのような事業は、商店街主導のものやオーナー・店舗所有者主導のものなどが多かった。しかし、前者は出店者にとって、規則やしがらみによる拘束が強い。また、後者は出店料が高いなどの問題がある。当店は、地域住民が主導した事業である点に特色がある。出店

者にとって、比較的気軽に商品を提示できる形態である。そして、地域に密着した視点で、近隣住民が求めている商品を提供できるところが当店の強みである。

2 徹底した市場調査

前述のように、当店の企画は単なるアイデアにとどまらず、数多くの文化団体やフリーマーケット出店者にアンケートを実施している。しかも、アンケート回答者約 20 名から直接意見を聴き、事業に反映させている。このように、出店者のニーズを的確に捉えることが、ブースの出店率が極めて高いことの理由であろう。

3 トрендへの合致

近年、主婦やビジネスマンの趣味や余暇を利用したの起業がトレンドとなっている。一時「週末起業」などという言葉が流行したのもその現われである。当店のようなレンタルスペース・会議室を利用して、ビジネスを立ち上げてみたい、そのテストをしてみたいというニーズが存在する。当店のような業種・業態はそのようなニーズに的確に対応するものである。

・今後の展開

当店に対する地元の評判はきわめて高い。店舗の連続性が復活し、閉店後もライトアップされるので、夜も周辺が明るくなったとの声もある。今後も地元で支持され、順調に売上を伸ばしていくと予想される。また、当店のシステムを学習しに来る来店者が多く、当店のシステムをとりいれた店舗がいくつもある（武蔵新城、天城町、厚木など）。その意味でも、当店のビジネスには一層の広がりを感じさせるものがある。

・現在抱えている課題

非常に順調に運営されているが、田邊氏からお聞きした課題として、以下の 2 点を記すことにしたい。

1 地域住民の交流の拠点とする

地域住民が、気軽に入ってきて話し合いができる空間にしたい。いま、女性が中心なので、男性も取り込み、「おじさんの溜まり場」として、2号店、3号店を作りたい。

2 ホームページとの連動

地域性を前面に出しているのに、全国に発信するホームページとの連動はなかなか難しいが、前向きに努力したい。

・中間支援機関に望むこと

当店は、あくまで地域住民主導で運営してきた。田邊氏によると、現在のところ、中間支援機関、行政、商店会などに頼ることなく、続けていきたいとのことである。

レスキューナウ・ドット・ネット

．事業の目的

株式会社レスキューナウ・ドット・ネット (rescuenow.net) (以降、レスキューナウと称す)は、住民一人ひとりがあらゆる危機に前向きに立ち向かい、被害を最小限に食い止めることができる そんな個人と社会の実現を目指している。

rescuenow.net

レスキューナウ・ドット・ネットの
ロゴマーク

．概要

- 1．名称：株式会社レスキューナウ・ドット・ネット
- 2．所在地：〒141-0031 東京都品川区西五反田 5-6-3
- 3．電話：03-5759-6775 URL：http://www.rescuenow.net/
- 4．代表者：市川 啓一
- 5．設立年月日：2000年4月1日
- 6．設立資金：1000万円（設立当時） 2億7695万円（2004年11月現在）
- 7．収入高：1億3000万円（2004年3月）
- 8．従業員数：専従者10名（スタッフ総勢22名）（2004年11月現在）
- 9．行政との協働：災害時情報支援協定を以下の公共機関と結ぶ
 - ・西東京市社会福祉協議会(2001年6月15日締結)
 - ・静岡県「災害時における情報伝達要請に関する協定」(2002年5月1日締結)
 - ・練馬区「災害情報支援に関する協定」(2002年5月30日締結)
 - ・横浜市「緊急情報の発信に関する協定」(2002年6月1日締結)

．設立の経緯

社長の市川さんは、幼少期をチェコスロバキアという共産圏の中で生活していたせいか、子供の頃から危機管理や災害救援という分野に強い関心を持っていたようだ。小学校での消防車の写生会において、皆が停まっている消防車の絵を書いている中、市川少年だけが、火災現場を想像して消防車と消防士さんが消防活動を行なっている絵を書いていたということからもそれをうかがい知ることができる。その絵、実は今、オフィスの真ん中に掲げられている。レスキューナウの原点がそこにあるということだ。



社長の市川さん（職場で）

起業する実質的なトリガとなったのは、阪神淡路大震災である。その時、市川さんは、何もできない自分が情けなく悔し涙を流した。その悔しさが忘れられず、その後救命技能講習を受けたり、地元の消防団に入ったりしていたのだが、何か役に立ちたいという思いは募るばかり。そして本業でも救援活動に関わりたいたいと思うようになっていった。当時、日本IBMに勤めていた市川さんは、35歳に独立したいと考えていたこともあり、「救援活

動とITを融合させれば、災害情報に革命を起せる」と2000年4月にレスキューナウを起すに至った。

・具体的な活動内容

レスキューナウは、現在、以下の7つのサービスを個人及び企業向けに提供している。

1．危機管理情報配信サービス『マイレスキュー』

マイレスキューは、個人の危機管理に役立つ情報を個人の携帯電話へカスタマイズして配信する。身近な災害や事故を常に把握することで意識を変革する全く新しいタイプのサービスである。

火災・鉄道・気象・フェリー・フライト運航情報など各種の情報源をもとに、レスキューナウがお客様個々のニーズに合わせてカスタマイズし、必要な情報をEメールでリアルタイムに配信する。

2．災害情報支援サービス

災害情報支援サービスは危機管理に役立つ情報をリアルタイムに提供する画期的なサービスだ。注意報・警報や地震の発生、鉄道事故や重大テロの発生などを、各種情報源を元に、レスキューナウ危機管理情報センター（通称、RIC24）がお客様に代わって24時間監視する。

3．安否確認サービス

被災時に携帯電話のEメール機能を利用してお客様の安否を確認するサービスを手軽な価格で提供する。

被災後すぐに行なわなければならないのは、速やかな「安否確認」である。今誰が負傷しているのか、誰が復旧作業に加わるのか、応援はどれくらい必要なのか、顧客への連絡はどうするのかなどの復旧計画は、すべて安否が確認できた後に分析し、計画できることだ。安否確認を行なうシステムを導入しているかどうか、それは今や危機管理を真剣に考える企業にとっては必須のものとなっている。

4．海外災害情報配信サービス「3rdWATCH GLOBAL」

海外で日々発生する様々な緊急事態を、いち早くお客様にお伝えするサービスだ。「3rdWATCH GLOBAL（サードウォッチ・グローバル）」では、時事通信社のネットワークから収集された膨大な情報の中から、危機管理に関連する情報のみをピックアップし、24時間お伝えする。

海外に事業展開されている組織だけでなく、海外から日本に単身赴任等で来ている方が自国で起こった緊急事態を知るために、といったご利用にもお勧めだ。

5．危機管理情報データ配信サービス

お客様が運営しているウェブサイトや、携帯メールサービス、電光掲示板などにレスキューナウが収集した危機管理情報をリアルタイムでHTTPやFTP通信により配信する。全国主要鉄道運行情報など、危機管理情報センターを運用しているレスキューナウが提供する情報を企業ビジネスの付加価値サービスとして活用することもできる。

6．防災用品オンラインショップ『SHOPRESCUE』

危機管理の第一歩は計画的な防災用品の整備から始まる。ショップレスキューでは、

過去の災害に学んだ本当に役立つ防災用品を厳選してお届けするオンラインショップだ。

7. 緊急情報発信支援サービス「3rdWATCH」

非常時における市民や関係者に対する情報伝達を簡易に行える ASP サービス、それが「3rdWATCH (サードウォッチ)」だ。

地震や洪水などの自然災害、あるいは工場、発電所での不慮の事故、さらには、欠陥商品による被害など、市民や消費者に対して迅速な「情報発信」・「情報公開」が求められる時代となった。このような時代にあって必須なサービスである。



災害情報の収集と配信に 24 時間働くメンバ達

・成功の秘訣

1. 自分で汗を流す

会社を設立した直後、有珠山が噴火。市川さんは、社員 1 人とともに現地へ出かけた。その後何度も有珠山に向かった。以降、三宅島、神津島などの災害に対する支援活動に次々と参加し、その現場活動の中で災害情報ビジネスを展開していくノウハウとすばらしい人脈を得ることができた。この経験が、市川さんを防災における第 1 人者とならせた。今では、様々な場面に向かいにいけるようになっている。起業前に市川さんはある偉大な実業家の方に「泥にまみれて汗だくで這いつくばって現場で仕事をして来い、それから腹の底で考えろ」と助言されたそうだ。まさにそれを実行に移したことが今の成功に結びついたといえる。

2. 24 時間 365 日ノンストップ「危機管理情報センター」

レスキューナウの最も強力なアドバンテージは、24 時間 365 日ノンストップ「危機管理情報センター」だ。大災害から身近な事故まで、インターネットを駆使して日本全国の豊富な情報源から収集した情報をリアルタイムで発信し、データベース化も行っている。他に類を見ないシステム & コンテンツは始動するや否や広く耳目を集め、各方面から高い評価を得ると同時に、これを核としたビジネスが急加速で実現している。

．今後の展開

1．公共機関との情報支援協定締結の進展

レスキューナウが現場で得たノウハウを活かして、災害時に自治体・関係機関・メディア・住民・支援者・全国の市民が自由に情報を受発信できる「全国災害情報支援ネットワーク」の構築、及び自治体との情報支援協定の締結に注力していく。この画期的なシステムが実現すれば、防災や災害救援は大きく前進するだろう。

2．企業防災への適用

現在、法人のお客様には、報道メディア関係、警備関係等、災害情報を直接仕事に利用する企業が多い。しかし、近年「業務継続計画(BCP)」という言葉が脚光を浴びている。BCPとは、被災後短時間で業務再開を目指すリスク管理の手法である。企業のBCPに対する取り組み状況は、今や企業評価基準指標の一つとなるまで成長しつつある。今後は、レスキューナウが提供するサービスの必要性が企業全般で認知されてくると考えられ、企業防災の市場での更なる飛躍を目指している。

．現在抱えている課題

1．地域社会における防災情報流通に対する認識の向上

住民や企業においては、まだまだ災害情報は、公共機関から与えられるものとの認識が強い。またその裏返しで、公共機関は自らが主導して全ての情報を提供しなければならないと考えている。レスキューナウが目指す民産官が連携して構築する「全国災害情報支援ネットワーク」を実現するためには、この認識を打破していかなければならない。

2．人材育成

新しい市場で他に類を見ないシステム&コンテンツを活用してビジネスを継続していくためには、いろいろな「こと」を次から次へと興してしく必要がある。この「こと」を企画してマネジメントしていく人材をひとりでも多く育成していかなければならない。しかし、新規性が高い分、人材育成が難しいのが現状である。

．中間支援機関に望むこと

起業以来、ベンチャキャピタルなど多くの機関や顧問契約を交わしたコンサルタントによって、資金面では助成金・補助金の獲得、融資先の紹介、経営運営面では事業評価、財務管理の支援を得ている。また、労務面においても採用、人材確保、人事制度、社会保険等の手続き、勤怠管理で多くの支援を得ている。

レスキューナウは、ビジネスの新規性から多くの注目を浴びたこともあり、このように支援機関には恵まれているが、がんばる起業家に対して、レスキューナウと同様の支援が得られる場を提供することが望まれる。

レスキューナウでは、さらに人材育成や販売時の提案力や交渉力の強化に資する支援を求めているが、これには業界の経験や知識が支援機関に必要となる。今後は、業界OB人材など業界に精通したコンサルタントを数多く登用することが望まれる。

下町の外国人もてなしカリスマ 澤の屋旅館

.事業の目的

大きなシティホテルやビジネスホテルなどの新しいやり方に押され、不振を極めていた日本旅館を再構築した。言葉・設備・和式・規模などの障害を逆手にとり、下町で12部屋を経営するちいさな日本旅館で外国人宿泊客を誘致する事に成功、衰退の一途をたどっていた旅館を再生させ、地域全体で外国人宿泊客をもてなす。

.概要

- 1.名称 澤の屋旅館
- 2.所在地 〒110-0001 東京都台東区谷中 2-3-11
- 3.電話 03-3822-2251 URL <http://www.sawanoya.com>
- 4.代表者 澤 功
- 5.設立年月日 1949年創業
- 6.資本金 なし
- 7.売上高 平成15年度 33,500千円
- 8.従業員数 7人(パート社員含む)
- 9.行政との協働 とくになし

.設立の経緯

東京オリンピックなどで大盛況だった旅館を義母から引き継いだものの、大阪万博の境に衰退の一途をたどり、ついには宿泊客ゼロの日が3日続いた。意を決して、それまで奨めてくれていたジャパニーズ・イン・グループ創業者矢島旅館を見学、そのお客の多さに押されて外国人客受け入れを決意、早速にグループに加盟営業を開始した。

.具体的な活動内容

1. 澤の屋の事業実績

言葉の問題、設備のこと、外国人宿泊客との様々なトラブルを抱えながら、宿泊者数は順調に増加し、過去23年間で80カ国、のべ11万人を超える実績を残している。年度別や国籍別宿泊者数をみると

年別宿泊延べ人員及び客室稼働率				
	外国 人数	日本 人数	合計 (人)	年度平均 稼働率%
1982	230	3,964	4,194	64.8
1990	5,697	1,093	6,790	93.3
1992	6,429	576	7,005	94.7
1995	5,064	1,005	6,069	88.0
2000	5,387	923	6,310	93.4
2003	5,009	1,290	6,299	92.5

外客宿泊者数の国籍別順位				
	1位	2位	3位	4位
1982	アメリカ	オーストラリア	イギリス	カナダ
1990	アメリカ	イギリス	オーストラリア	カナダ
1992	アメリカ	香港	オーストラリア	イギリス
1995	アメリカ	オーストラリア	香港	イギリス
2000	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
2003	アメリカ	イギリス	フランス	オーストラリア

2. 予約方法の実際

外客からの予約方法は最初のころは手紙が主流。それから電話、FAX となり今ではe-mailが多くなって来た。2003年度では電話734件52.5%、e-mail403件28.9%、FAX91件6.5%、直接38件2.7%、手紙5件0.0%、宿泊時予約その他128件9.1%合計1399件

「外客からの直接予約は2003年は94.71%にも達しました。エージェントからは殆どありません。部屋数が少なく、団体客を取ってないせいもあるが、それにしてもリピーター客が30%を越すことは本当にありがたく、嬉しいです」と澤氏は語る。

3. 文化、習慣の違いを理解する

「外客の受け入れを始めてから3年間ぐらいはもう大変でした。次から次へとアクシデントが起きるのです。しかし、外国に関する関心が高まるにつれ、そうしたアクシデントは文化や習慣が違うからで、外客に悪意があるわけでないこととわかり、気が楽になりました。

共同浴室の栓を抜くのは次の人のためにきれいにしようとするためであり、畳の上に洗濯物を広げた人の国では草の上で洗濯物を乾かしている風景をテレビで見ました。宿泊料を負けると粘る人の国では値切るのが当たり前で、いい値でものを買う人はばかにされていると聞いたこともありました。

畳の上をスリッパで歩く人の国では、素足になる習慣がないことも知りました。便所の汚物入れに水を入れて持ち込んで、床をびしょびしょにした人の国では、後始末に紙を使わず水ですると聞いて驚かされたこともありました。和式便所の金かくしに汚物が乗っていたり、周りにはみ出していたり、これは扉に向かってしゃがむから、どうしても金かくしのところに汚物がつきます。アジアの人にとっては扉を背に用をたすと言うことは怖くて出来ないということがわかるまで時間がかかりました。いろいろな文化や習慣の違いに遭遇した結果、それは単に日本と違うだけで、良い、悪いとか、上下関係ではないのだと考えられるようになりました」と澤氏は話している。

.成功の秘訣(澤の屋の魅力)

1. ファミリー経営

外国のお客さまはファミリーラン(家族経営)の宿だから来たよとよく言ってくれるそうだ。澤の屋ホームページには家族の写真が一面に載っている。そしていまや

有名なオカメインコのレオンも一人前である。お得意さんは「澤の屋はいつも同じ顔触れで、家にいるようにくつろげるし、小さな宿の方が、その国の文化や生活に接することができるからくるんだよ」と言ってくれるという。



澤の屋家族



オカメインコ レオン

【私達が皆様をお迎えいたします。おっと、忘れてはいけない私達の家族オカメインコのレオンも待っています。 澤の屋 HP より 】

「そのままの形で経営しているせいでしょうか、14年前に泊まったドイツのお客様が、私と家内とオカメインコのレオンと一緒にフロントでとった写真を、大きく引き伸ばしてもらって来てくれたりもします」「小さな宿に行くのは、居酒屋でその主人と話したくて行くのと一緒で、大きなホテルでは快適な部屋で、人に煩わせられない時に行くのだと言われました」と澤氏は言う。

2. 情報が一番のサービス

澤の屋ではチェックインの時に一番に近くの町のマップをお渡しする。夕食を出さないでそのレストラン、食堂を紹介するせいもあるが、外国のお客様はとにかくまちの情報を欲しがらる。スリランカの母娘のお客さんに、オリエント・バザールの場所を聞かれ、わからなくトラベルフォン(外国人旅行者のための無料の電話サービス)に問い合わせたり、

「関東大震災の資料はどこにありますか」

「柔道の嘉納治五郎の墓はどこですか」

「歌舞伎の一幕見をしたいのですが」

「日本人と暮をうちたいのですが」

「空手道場で練習してみたいのですが」

「両替の利率の良い銀行はどこですか」

なかには

「主人は寿司、私はうどんを食べたいのですが、一緒に注文できるレストランがありますか」など、様々な質問があると言う。

いつの間にか澤の屋のフロントには情報の詰まったファイルが6冊置かれるようになった。外国のお客さんに【この旅館の一番のサービスは情報が揃っていることだといわれるのが嬉しい】と澤氏。街のコンシェルジュの活躍如何！である。

息子さんが担当のホームページには英文と和文があり、様々な情報が満載だ。

Visit Japan Campaign [English web site](#)

では日本の文化・伝統だけでなく、先進的な情報も多く載っており、又澤の屋手づくりの地域情報が所狭しと載っている。我々が見ているだけでも楽しい。

3. インイクスペンシブ(inexpensive)な宿は安宿ではない

澤の屋を利用する外国のお客さまは個人旅行の観光客が殆どで、ガイドブックを持つと言う。色々ガイドブックがあるがその中の一冊(フロマーズ)の宿泊施設の分類で料金欄には

「ベリーイクスペンシブ」very Expensive

「イクスペンシブ」Expensive

「モデレート」Moderate

「インイクスペンシブ」In Expensive

の4段階が載っている。

澤の屋は1人で4935円、2人で9240円、朝食は和食945円洋食315円(夕食はなし)の料金でやっており、時に安宿と紹介されることがあるので、澤氏が調べると「インイクスペンシブ」には費用をおさえるという意味があり、「安くて粗悪な」意味がある「チープ」cheapとは区別されていると言う。ガイドブックには「澤の屋は古い町並みの残る住宅街にあり、家族経営で息子の獅子舞を見ることが出来る。又、町の人達との交流やイベントへの参加を奨められる」と紹介されている。

そして、ベリーイクスペンシブの頃の帝国ホテルは、東京で一番知られたホテルで非の打ち所のないサービスと設備について詳しく書かれている。又、ガイドブックで驚かされるのは、「この宿は冷房音がやかましく、その上主人は親切でないから親切を求めていかない方が良く」と書かれているところもある。外国人がガイドブックを信頼する所以であろう。

「日本で今、宿のランクを星の数で表したらと言う動きがあるが、これは誤解を招くので反対、うちは家族経営と情報サービスをモットーに出来るだけ宿泊料を押さえ、インイクスペンシブな宿として胸を張ってやっていこうと思います」と澤氏は言う。

4. ホスピタリティは疲れない!

日本のお客さまはとにかく上げ膳・据え膳で過剰なサービスを求める。酔っ払い客はなおひどい。サービスとは 奴隷のごとく奉仕する と訳した人もいる様だが、澤の屋で毎日毎日忙しい日を送り、既に20年にもなる外国人客の接客はそれほど疲れないと澤氏は言う。

そんな時、立教大学院の澤田さんという人が澤の屋が外国のお客さまからいただいた礼状を分析してくれた。礼状の「サンキュー、フォー」のあとに続くことが何であるか調べたら「ホスピタリティ」「カインドネス」の言葉が多く「サービス」と言う言葉は殆どなかったと言う。

ホスピタリティは病院のホスピタルから来ている言葉で看護婦さんが患者をもてなすような待遇で、立場は対等の意味という。欧米の人はほめ上手、「グッド」「パーフェクトリー」など、たくさんのほめ言葉を言ってくれ、何回も泊まったり、たくさんの友達を紹介してくれたりする。「まるでお客様に喜ばされて商売をさせていただいて

いる様です。こんなお客様に対して、私はどうしても対等だとは思えないので、対等より少し下という気持ちで毎日お迎えしています」と澤氏。

5. 街が澤の屋お客さまをささえている

「20年前の最初のころ、街の人は外国人が珍しく、又接客に戸惑っていることもありましたが、今では皆さん大歓迎、すっかり打ち解けて友達になり、そのお客様の国と自宅を訪問したり、と国際交流が来ています。澤の屋で夕食がないので、街の食堂、レストラン、居酒屋などのマップをお渡しして紹介をしたり、滞在に必要な文房具や洗濯屋さん、酒屋さんなどや、豆腐、アイスクリーム、飴などの手づくりの店、伝統工芸の店などいろんなお店をご案内します。

又、ここは下町のよさがそのまま残っているところでもあり、様々な地域のイベント、祭りがあります。ひな祭り、端午の節句、菊まつりなど多くのお知らせをし、宿泊時のお客様とご一緒に参加します。今やそれを楽しみに来日されるお客様もお見えです」と語る澤氏は嬉しそうである。



Cherry Blossom Viewing

外国宿泊客との花見宴風景

澤の屋が外国人客を受け入れたことで、多くの外国人がこの町に来、そしてたくさんの店を利用している。澤の屋だけでなく町と一体となったコミュニティのビジネスが出来上がっている。

. 今後の展開

澤氏は言う。「私の代においては当館は大きくなるうとか、支店を出して事業を拡張しようとは思わない。なぜなら、今当館を利用してくれている外国人宿泊客はこのファミリーラン(家族経営)だからきてくれている。もしこれがそうでなくなったらうちの魅力はなくなる」

「それよりも日本中で小さな日本旅館経営で悩んでいる人は大勢いる。言葉や、外国人の習慣など様々な課題を先に考えてしまうからだと思われる。その方たちにうちの経験を公開し、立ち直ってもらいたい」

澤氏が観光カリスマに選定された理由は「倒れ掛かった下町の小さな旅館を、積極的に外国人旅行者を受け入れることによって再生するとともに、全国各地で外国人旅行者の待遇方法などを説明して、宿泊施設が外国人旅行者を受け入れる際に抱く危惧を払拭することに努め、外国人旅行者の受け入れ促進の啓蒙を図っている」となっている。澤氏にとってのこれからは、小さな日本旅館経営の伝道師としての自覚が大きい。

. 中間支援機関にのぞむこと

特にないとお答え。

第2章

アンケート結果報告

中間支援機関の役割調査票集計結果報告

担当：河合史門
原田弘子

調査の要領

- ・調査時点 2004年10月～12月
- ・調査対象 関東地区のコミュニティビジネス26件
(事例に紹介された個人・法人・団体)
- ・回収数 25件

C B調査研究事業アンケート集計結果のまとめ

1. 事業概要

今回のアンケート回収25件において、特徴的なことがらを挙げる。

まず、「常用雇用者が0人」の団体が40%もあったということである。コミュニティビジネスの主体は、地域に住む主婦、シニア、学生、求職者などであろうことがうかがえる。現在のコミュニティビジネスのおかれた状況を示唆しているといえる。

もっとも、25件の規模は常用雇用者0人が40%のほか、1～5人未満が24%を占める一方で、20人以上を常用雇用する団体が16%を占め、規模の面での二極化が見られた。単純に比較はできないが、NPOのメンバー構成は常勤・非常勤を含め、1～5人規模が全体の43%を占めている(出所：企業診断2005年1月号関本征四郎氏「コミュニティビジネスへの期待と課題」より)ことに比べても、偏りの多い結果となった。

また、年間事業収入の規模をみると、今回の25件は成功事例が多いといえよう。2003年度のNPOの事業収入は、平均値18,213千円、中央値3,720千円であるのに対し、今回の25件の事業収入は、平均値60,330千円、中央値12,000千円である。そして、今回の25件には、1億円以上の事業収入をあげている団体が3件入っている。

その意味で、今回の調査に協力して下さった25団体の、コミュニティビジネス全体における位置づけに注意する必要がある。

2. 現在抱えている課題あるいは問題点

アンケートと自由記述をあわせ読むと、コミュニティビジネスの抱える課題は、やはり、ヒトの問題と資金面の問題が大きいように思われる。

人の問題は、マネジメント面の悩みでも、経営面の悩みでも、トップに出てくる。前者では、人材の育成がうまく行かない(25%)、後者では、経営についてわかる人材がいない(30%)である。コミュニティビジネスにおいても、通常のビジネス以上に、経営手法にたけた人材の必要性を感じた。

次に資金の問題について。まず、今回の25件は、資金調達方法について、助成金・補助金の活用が53%もある。しかし、これは、当該25件が上記のように比較的規模が大きく、成功している事例が多いこととの関連で理解すべきであろう。通常のコミュニティビ

ビジネスにおいては、会費収入に依存している団体がほとんどであるといわれている。

資金面での悩みに関しては、設備資金不足、借入れ難、会費・寄付の不足とほぼ同じパーセンテージで挙げられている。コミュニティビジネスの立ち上げから運営まで、つねに資金に関しては悩まされるということであろうか。

3．中間支援機関に望むこと

これについて、アンケートと自由記述をあわせ読むと、情報関連の支援が大きい印象を受ける。もっとも、25事例の業種・規模はかなりのばらつきがあるので、ひとくちに「情報関連の支援」と言っても、各団体が望むところは差異があるのではないと思われる。中間支援機関のきめ細かな手助けが必要とされることを感じた。

また、「相談の希望形式」において、43%が専門家の派遣を希望している。また、自由記述欄では、コミュニティビジネスの中に入って一緒に活動してほしいという意見もあった。今後の支援のあり方を考えさせるものであった。

4．全体を通じて

今回のアンケートにおいて、25件という母数の少なさが一つの限界ではあった。また、アンケートの回答もこちらの予想していないものがあつたのか、「その他」に多くの回答が集中してしまう項目もあった。しかし、総じて、今回のアンケートは、成功している（あるいは成功しつつある）コミュニティビジネスの特徴をよく表わしていたように思う。

最後に、コミュニティビジネスにおいては、通常のビジネス以上に、強い理念・ビジョンに突き動かされる部分があると思われる。また、地域に根ざした公共性によって支えられる部分もあると思う。このような精神的バックボーンに関しても、アンケートの質問項目に入れてもよかったかとは思われる。しかし、それらは、事例の取材の本文によく現われているので、そちらから読み取っていただきたいと考える。

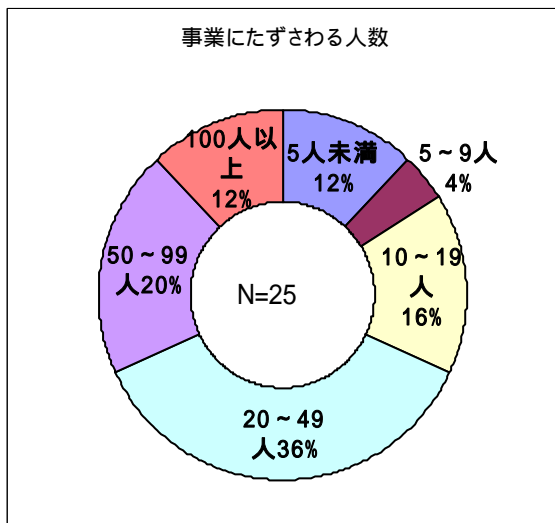
（文責；河合史門）

主な調査結果

1 事業概要

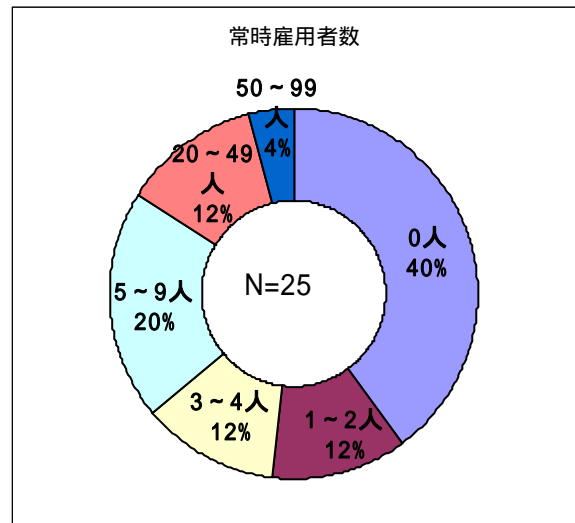
(1)事業に携わる人数

事業に携わる人数は20人～49人が、36%と最も多く、次に50人～99人が20%であった。



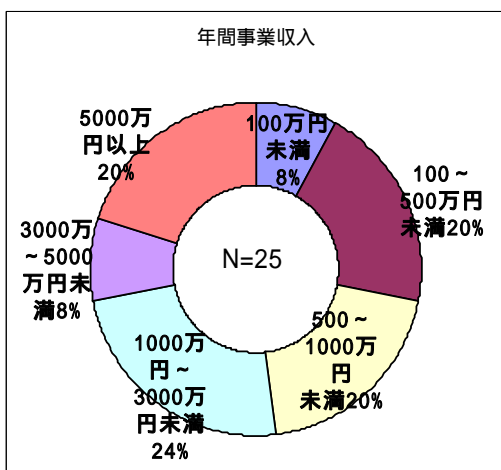
(2)常用雇用者

(1)のうち、常用雇用者は(毎日5時間以上有給で勤務する人)は、5人未満が64%と最も多い。(1)と考え合わせると、比較的少数の常用雇用者が、それ以外の雇用者とともに、ビジネスを展開していると解される。



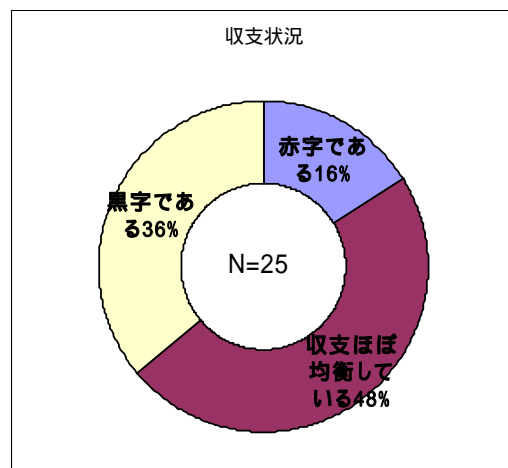
(3)年間事業収入の規模

年間の事業収入は、1000万円～3000万円未満が24%で最も多いが、100万円～500万円未満、500万円～1000万円未満も各20%である。業種の広がりに応じばらつきがあり、年度によっても違いがあると考えられる。



(4)収支の状況

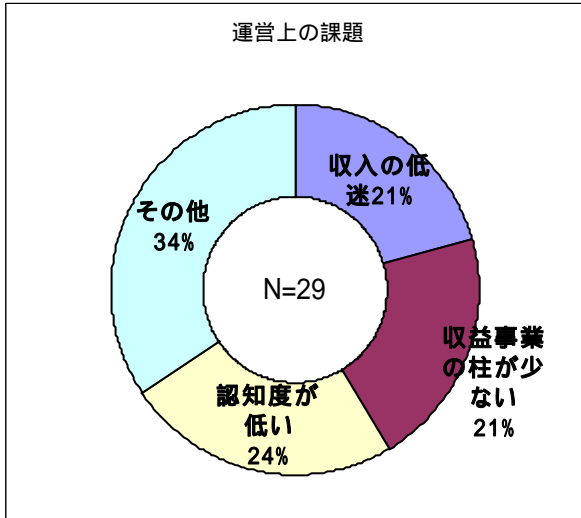
収支の状況については、収支は均衡しているが48%であるが、黒字が36%である。



2 現在抱えている課題・問題点

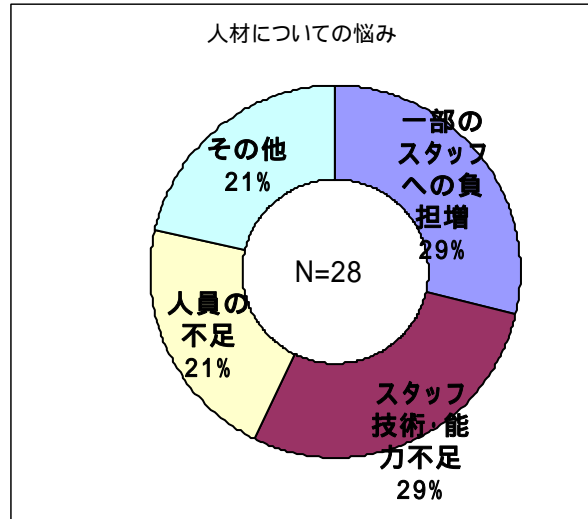
(1) 事業運営上の課題

運営上の課題としては、認知度が低い
が24%であるが、収入の低迷、収益事
業の柱が少ないも各21%ある。その他
も34%もある。課題もばらつきがある
ことがうかがえる。



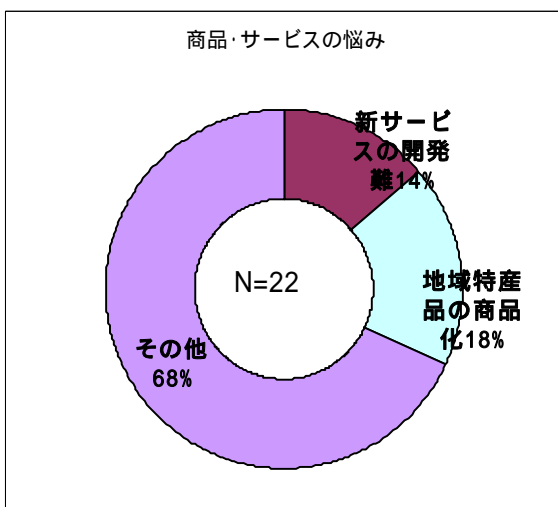
(2) 人材についての悩み

人材についての悩みに関しては、一部
のスタッフへの負担増とスタッフの技
術・能力不足が29%を占めている。



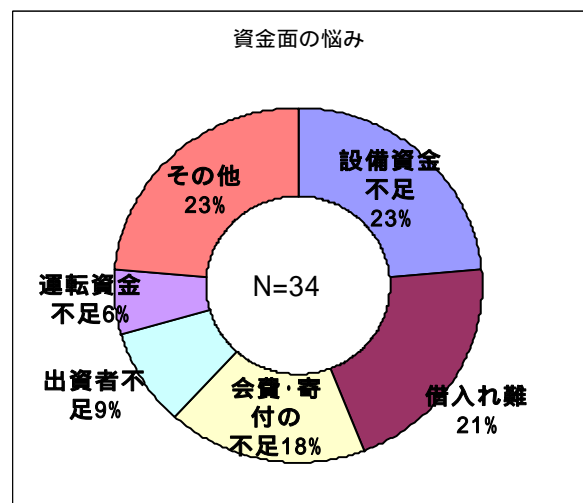
(3) 商品・サービスの悩み

商品・サービスの悩みに関しては、地域特
産品の商品化(18%)・新サービスの開発難
(14%)が10%台であったのに対し、その
他が68%と圧倒的である。



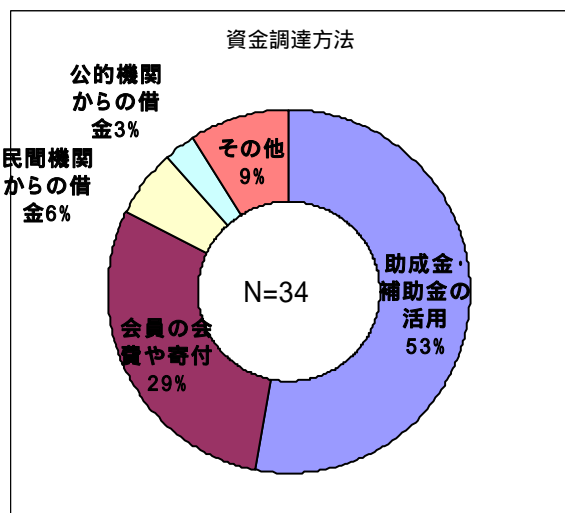
(4) 資金面の悩み

資金面の悩みに関しては、設備資金不足
が23%と最も多いが、借り入れ難
21%、会費・寄付の不足18%と続く。その他も
23%である。



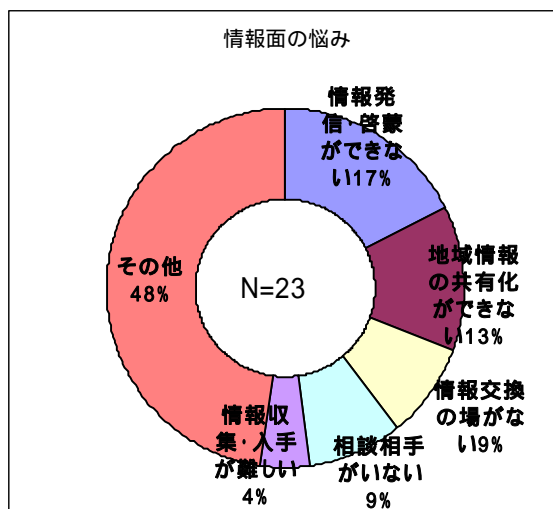
(5) 資金調達方法

資金調達方法に関しては、助成金・補助金の活用が、53%と大半を占めている。コミュニティビジネスの特色であろう。



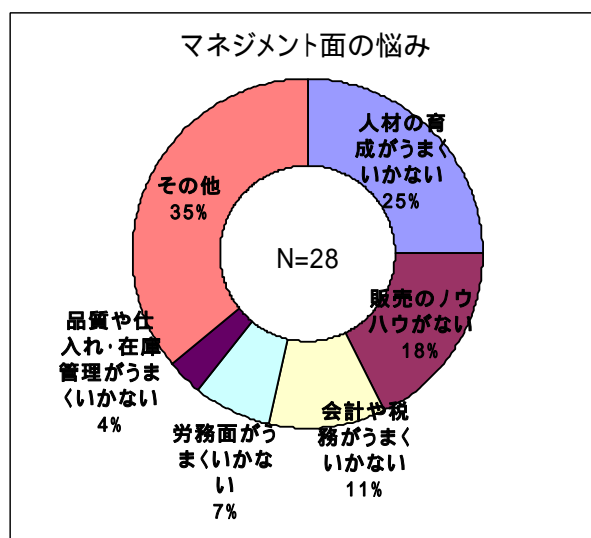
(6) 情報面での悩み

情報発信・啓蒙ができないが17%で最も多いが、地域情報の共有化ができない(13%)がそれに続き、情報交換の場がない(9%)、相談相手がない(9%)などもある。その他も48%あり、情報面での悩みは多様化していると考えられる。



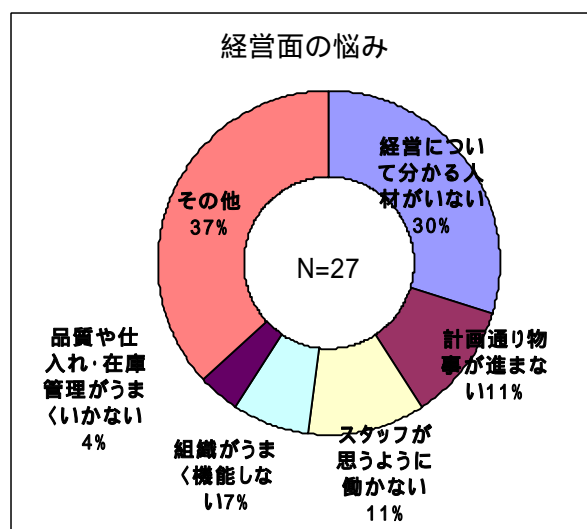
(7) マネジメント面での悩み

人材の育成がうまく行かないが25%でトップであるが、販売のノウハウがないが18%がそれに続く。



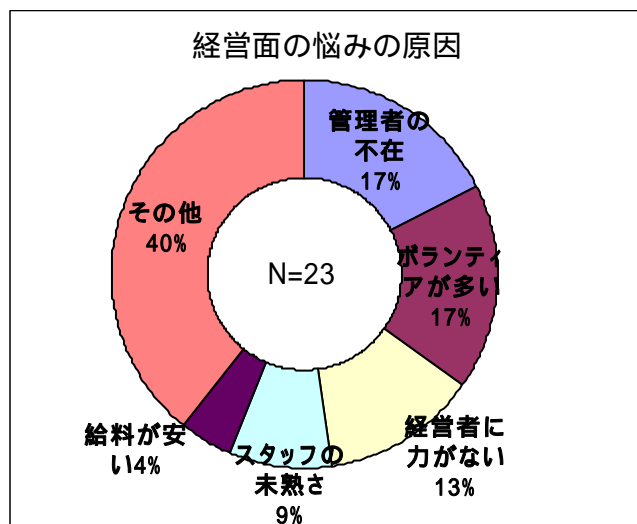
(8) 経営面での悩み

経営についてわかる人材がないが30%とトップであるが、そのほかの計画通り物事が進まない、スタッフが思うように働かないも11%ある。ヒトに関する悩みが大きいことをうかがわせる。



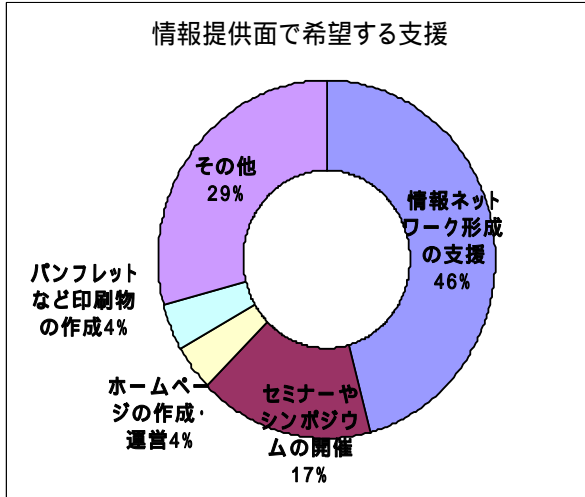
(9)その原因

管理者の不在とボランティアが多いがともに 17%であるが、その他が 40%もある。経営面での悩みの原因が複雑であることがうかがえる。

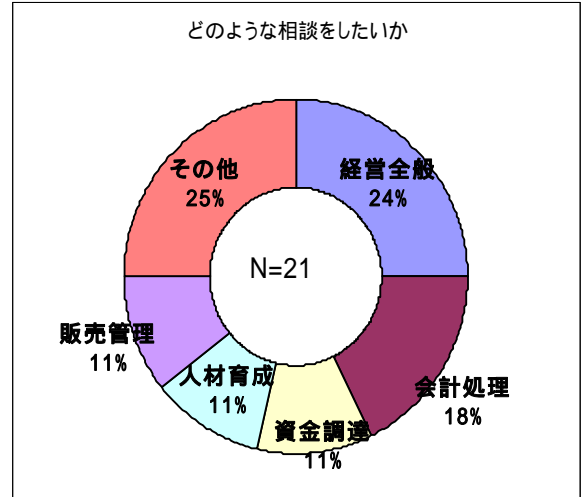


3 中間支援機関に望むこと

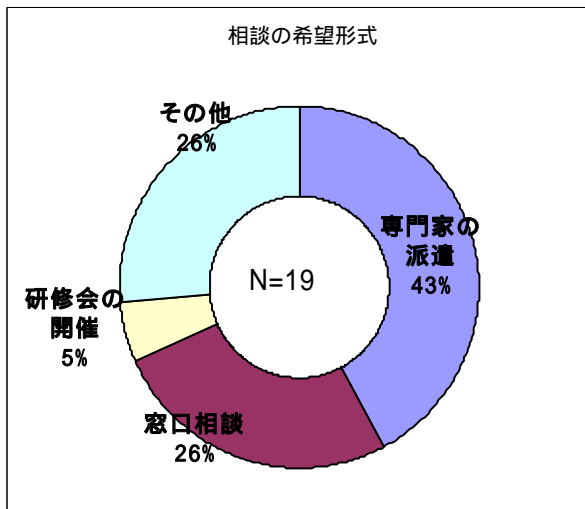
(1) 情報提供・情報発信で希望すること
 情報ネットワーク形成の支援が46%と最も多い。



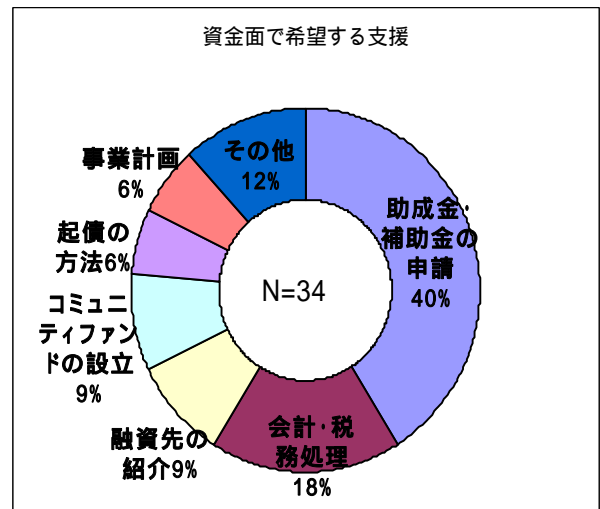
(2) どのような相談をしたいか
 経営全般が24%と最も多いが、会計処理(18%)・資金調達(11%)と続く。カネに関する相談が多いともいえる。



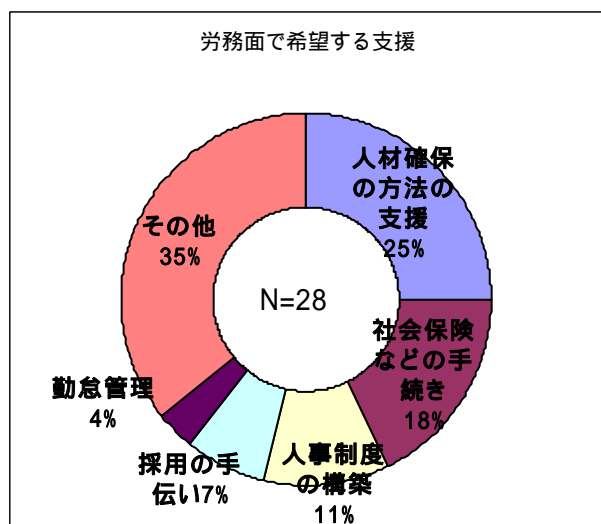
(3) 相談の希望形式
 専門家の派遣は43%の方が希望しており、続く窓口相談(26%)を大きく引き離している。現場における直接的な相談・指導でなければ実効性がないとの考えからであろう。



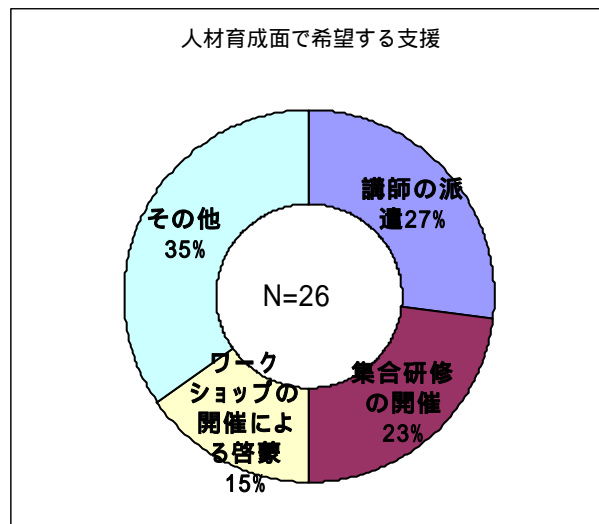
(4) 資金面で希望する支援
 助成金・補助金の申請が40%と最も多い。



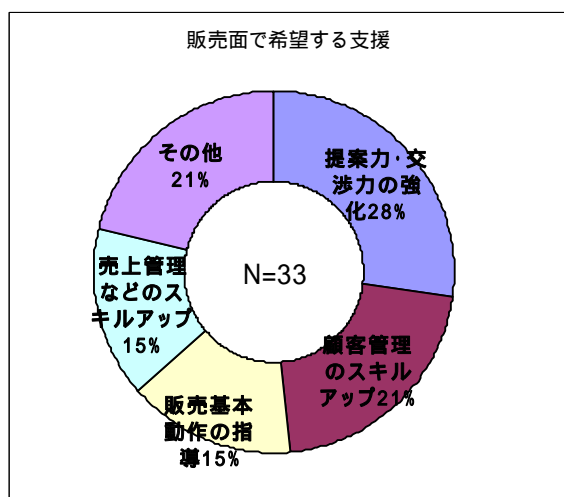
(5) 労務面で希望する支援
 人材確保の方法の支援が25%と4分の1を占めている。



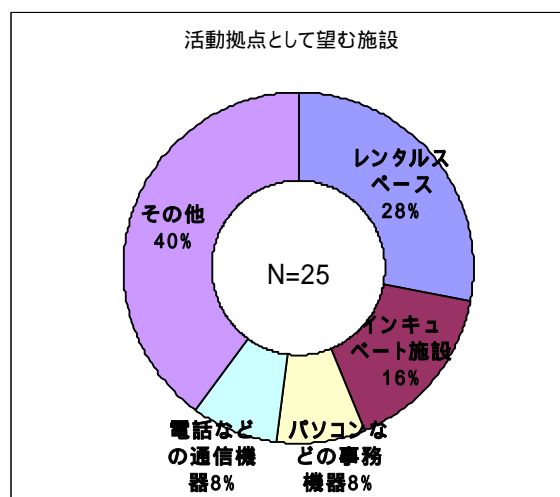
(6) 人材育成面で希望する支援
 講師の派遣が27%、集合研修の開催が23%であり、人材育成のための研修に対するニーズが強いことがうかがわれる。



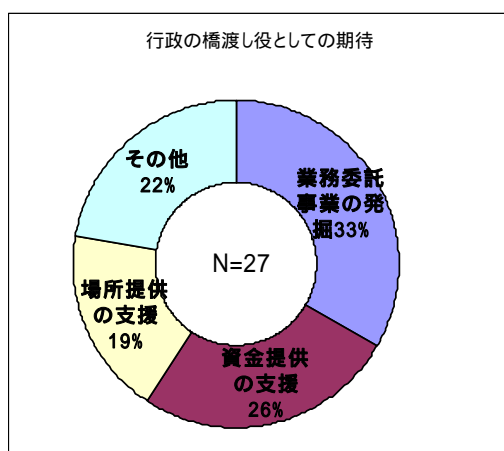
(7) 販売面で希望する支援
 提案力・交渉力の強化が28%と最も多い。これに、顧客管理のスキルアップ(21%)が続く。



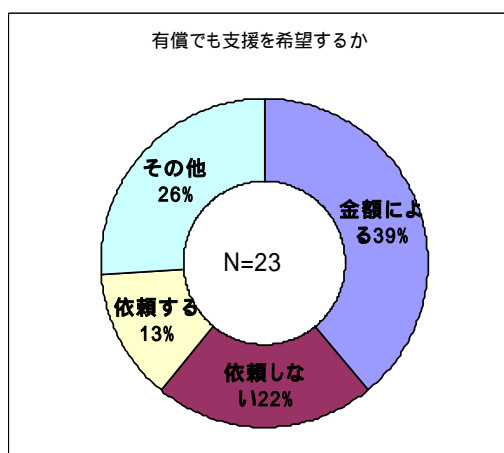
(8) 活動拠点として望む施設
 レンタルスペースが30%と最も多い。ただし、その他も44%あり、多様化がうかがえる。



(9) 行政の橋渡し役としての期待
業務委託事業の発掘が 33% と最も多い。



(10) 有償でも支援を希望するか



(11) その他中間支援期間の望むこと

- ・ スポンサーシステムに期待
- ・ 事務だけをやってくれる人材等がいればうれしいです
- ・ 協働
- ・ 使命の実現のためにメンバーとして活動に参画して欲しい
- ・ 身近にNPOで創業したいという希望者が増えており、その人々への支援が望まれる
- ・ 責任者は思いあまることもあるが、仲間にそれを言えない事もあるので、話を聞いてあげると良いと思う
- ・ NPO 団体が自治体などの補完事業を行うことをもっと理解して、活用してもらいたい
- ・ 社会貢献の意義を社会に対してさらに浸透していきたいので、そういうスピリットをもって活動してほしい

単に、理論だけではなく共に闘う人を求めていることがうかがえる。

アンケート調査票の内容

2004.9.10
中小企業診断協会東京支部
コミュニティビジネス研究会

中間支援機関の役割調査票

CB調査研究事業の取りまとめにあたり、下記事項のアンケートにお答えいただきたくお願い申し上げます。取材者の質問にご回答いただければ幸いです。

事業概要

1. 事業に携わる人員は何人ですか。(パート、ボランティアを含む)
a) 5人未満 b) 5～9人 c) 10～19人 d) 20～49人 e) 50～99人 f) 100人以上
2. その内、常用雇用者(毎日5時間以上有給で勤務する人)は何人ですか。
a) 0人 b) 1～2人 c) 3～4人 d) 5～9人 e) 10～19人 f) 20～49人
g) 50～99人 h) 100人以上
3. 年間事業収入の規模はどのくらいですか。
a) 100万円未満 b) 100～500万円未満 c) 500～1000万円未満 d) 1000～3000万円未満 e) 3000～5000万円未満 f) 5000万円以上
4. 収支の状況はいかがですか。
a) 赤字である b) 収支はほぼ均 c) 黒字である
 衡している

現在抱えている課題あるいは問題点
具体的にどのようなことでお困りかお聞かせ下さい。(複数回答可)

1. 事業運営上の課題はなんですか。
a) 収入の低迷 b) 収益事業の柱 c) 認知度が低い d) その他 ||
 が少ない
2. 人材についての悩みは何ですか。
a) 人員の不足 b) 一部のスタッフ c) スタッフの技術・ d) その他 ||
 への負担増 能力不足
3. 取扱う商品・サービスなどでお困りのことはなんですか。
a) 新商品開発難 b) 新サービスの開 c) 地域の文化資 d) 地域特産品の e) その他 ||
 発難 源の発掘難 商品化
4. 資金面でのお悩みはどんなことですか。
a) 設備資金不足 b) 運転資金不足 c) 借入難 d) 会費・寄付の不 e) 出資者不足 f) その他 ||
 足
5. 資金の調達方法はどのようにしていますか。
a) 会員の会費や b) 出資者の募集 c) 公的機関からの d) 民間機関から e) 助成金・補助金 f) その他 ||
 寄付 借金 の借金 の活用
6. 情報面でお困りのことは何ですか。
a) 情報収集・入手 b) 情報発信・啓蒙 c) 情報交換の場 d) 地域情報の共 e) 相談相手がい f) その他 ||
 が難しい が出来ない がない 有化が出来ない ない
7. マネジメントの面でお困りのことは何ですか。
a) 会計や税務が b) 労務面(手続・ c) 人材の育成が d) 販売のノウハウ e) 品質や仕入・在 f) その他 ||
 上手く行かない 時間管理など)が 上手く行かない がない 庫管理が上手く行 かない
 上手く行かない
8. 経営面でのお悩みは何ですか。
a) 事業計画が作 b) 経営について c) 計画通り物事が d) 組織が上手く機 e) スタッフが思うよ f) その他 ||
 れない 分かる人材がい 進まない 能しない うに働かない

次頁へ続く

9. 上記 - 8. の原因は何だと思えますか。

- a) 管理者の不在 b) スタッフの未熟さ c) ボランティアが多い d) 給料が安い e) 経営者に力がない f) その他 ||

・ 中間支援機関に望むこと

中小企業診断士などの専門家その団体にどのようなことを期待しますか。(複数回答可)

1. 情報提供や情報の発信について、どのような支援を望みますか。

- a) セミナーやシンポジウムの開催 b) ホームページの作成、運営 c)パンフレット等印刷物の作成 d) 情報ネットワーク形成の支援 e) その他 ||

2. どのような相談をしたいですか。

- a) 資金調達 b) 会計処理 c) 労務管理 d) 人材育成 e) 販売管理 f) 品質、仕入在庫管理

- g) 経営全般 h) その他 ||

3. 上記 - 2. の相談は、どのような形式を望みますか。

- a) 窓口相談 b) 専門家の派遣 c) 研修会の開催 d) その他 ||

4. 資金面や会計面ではどのような支援を期待しますか。

- a) 助成金・補助金の申請 b) 融資先の紹介 c) コミュニティ・ファンドの設立 d) 起債の方法 e) 事業評価 f) 会計・税務処理
g) その他 ||

5. 労務面ではどのような支援を期待しますか。

- a) 採用の手伝い b) 人材確保の方法の支援 c) 人事制度の構築 d) 社会保険等の手続き e) 勤怠管理 f) その他 ||

6. 人材の育成のためには、どのような形式の支援を望みますか。

- a) 集合研修の開催 b) ワークショップの開催による啓蒙 c) 講師の派遣 d) その他 ||

7. 販売面ではどのような支援を期待しますか。

- a) 販売の基本動作の指導 b) 顧客管理のスキルアップ c) 提案力、交渉力の強化 d) 売上管理等のスキルアップ e) その他 ||

8. 品質・生産管理、仕入在庫管理、経営全般については、具体的にどのような支援を期待しますか。

()

9. 活動拠点として、どのような施設や設備があればいいと思えますか。

- a) インキュベーター施設 b) レンタルスペース c) パソコンなどの事務機器 d) 電話などの通信機器 e) その他 ||

10. 行政との橋渡し役としてどのようなことを期待しますか。

- a) 業務委託事業の発掘 b) 場所提供の支援 c) 資金提供の支援 d) その他 ||

11. 上記1～10の支援を受けた場合、有償でも依頼しますか。

- a) 依頼する b) 金額による c) 依頼しない d) その他 ||)

12. その他中間支援機関に望むことがあれば、教えてください。

()

以上

注) 上記質問事項で特に該当するものがない場合は、その他の欄に「特になし」とご記入下さい。

アンケートの質問にご協力頂きましてありがとうございました。

第 3 章

提言座談会

提言座談会

【開催日時】 2004年11月22日 15時10分～16時40分

【開催場所】 中小企業診断協会東京支部会議室

【討論参加者(五十音順)】 青木弘文先生、今宿博史先生、
関本征四郎先生、田中尚武先生、藤崎学先生(司会)、安田平八先生



藤崎：各先生方に資料を読んでいただきましたので、今から1時間程度の座談会を開催いたします。今回の座談会の目的は、「診断士がコミュニティビジネスに対してどういう関わり方をすべきか」を提言することにあります。現状把握、課題整理、提言という順番で話を進めたいと思います。

コミュニティビジネスの課題

藤崎：まずは、青木先生、気がついた課題についてお話ください。



青木：まず、資金面の悩みについてです。NPOへの融資が難しいということが言われています。また、補助金も仕事からもらうので、それまでの資金のめどを立てておく必要がある、という課題があります。一部の民間会社の中にはボランティアにお金を出すところもあるので利用する方法もあります。こういった課題に対するつなぎ融資などが必要です。また、コミュニティビジネスを株式会社で運営すると、最終的には出資者の意見に

左右されてしまいます。最初はコミュニティのためで始めても、私的な機関になってしまうことがあります。うまくいっているところは、この点にも注意をしています。

人の問題ですが、うまくいっている所は、中心になる人のマネジメントがよい。マネジメントが悪いと一時盛り上がりますが長続きしません。

商品開発の面では、開発・サービス提供にユニークさやアイデアが必要となります。そのためには、診断士・コンサルタントなど斬新的なアイデアを持った人からヒントを得る必要があります。

事業運営の面では、ボランティア出身の人が多く、経営や運営などでビジネス性を重視するというシビアな面が少ないと思います。NPO事業の継続性を考えれば、仲間内では言いにくいことも、コンサルのような第三者を入れて、はっきり言ってもらったほうがよいのではないのでしょうか。

情報提供の面では、新商品の開発などのヒントとして、ビジネスチャンスがどこにあるかを知る必要があります。そのための情報提供を欲しています。診断士の意見がヒントになることもあります。

コミュニティビジネスを支援する上での注意点

田中：普通の会社との違いで言えば、コミュニティビジネスでは、ビジョンや理念、思いが強いわけです。まずは診断士が理念、思いを理解することが前提となります。それをしないと、「お金儲けにきたのか」と言われてしまいます。

課題および中間支援機関へ望むことのまとめ

藤崎：課題としては、人、物、金、情報が大きいと思いますが、そのほか、ノウハウ、拠点など、ばらけて結構たくさんあります。これは単なる事業経営ではないことを示していると思います。このような、バラエティに富んでいるすべての課題を抽出しておく必要があるのではないのでしょうか。(コミュニティビジネスが現在抱えている課題・問題点、および中間支援機関へ望むことは、最後に掲載しています)

田中：経営には森と木がありますよね。今おっしゃったことは、木を見ることです。木を見てもう一回森を見る、経営全体を見る、仕組みを作ることが一番大切なことです。で、もう一回それを木に戻す。木と森と木の両方見るという経営品質の考え方ですね。コンサルとしては、単なるホームページの改善ではなく、ホームページはなぜ必要でどういう目的か、経営の中の一部である、という視点が必要ですね。

藤崎：われわれが気づけなかった点としては、販路の拡大、知名度向上、全国展開などがあります。

青木：コミュニティビジネスで全国展開というのはどうでしょうか。別の地域とのネットワークというのはあるのでしょうか。

安田：コミュニティビジネスには、全国ネットと地域密着と両方あります。

藤崎：全国展開とは、フランチャイズ制ではありません。SOHO 三鷹モデルは各地域で展開されています。ビジネスモデルを広げる、という意味です。

関本：まずは地域で受け入れられることが前提になりますよね。

青木：NPOでは販路がネックとなります。販売を専門にする人が多くはいません。普通の商品ではないので、口コミ等で広げる必要があります。販売は基本ですね。売上が増えれば運営もうまくいくわけですから。

安田：日本子育てアドバイザー協会はフランチャイズで考えています。全国ネットワークを考えています。

コミュニティビジネスに関わるには覚悟が必要



関本：コミュニティビジネスは隙間ビジネスか、ニュービジネスモデルか、既存業界で自分の思いでビジネスをやっているのかで、随分違うと思います。隙間、ニュービジネスはものすごく難しいですね。成功確率も極めて低い。やっている方はこういったことを分かってやっているのでしょうか。簡単に言うけれども、ものすごく難しいことをやっているのです。誰でも考えることはいろんな会社がやっていますよね。大変なことだと思います。

診断士にとってみれば、隙間やニュービジネスは、育つかどうか分からないのだから、お金にならないですね。これにどう診断士としてかかわっていくべきかというのは非常に大きな問題だと思います。

藤崎：今日のテーマはまさにそこなのですよね。

関本：ボランティアでやるか、最初から有料でやるか、成功報酬でやるか、限りなくボランティアに近いお金でやるか、この4つしかないと思うんですよ。これにどう取り組んで

いきますか。覚悟がないのに手を出してはいけませんよ。

コミュニティビジネスの果たす役割は今後広がっていく



今宿：今のコミュニティビジネスは、どこかで変わると思います。今度、株式会社や有限会社の制度が変更され、最低資本金もなくなりますね。今の資本主義のシステムが大きく変わると思います。特に消費財は、企業では対応できないので、どんどんコミュニティがやるようになるのではないのでしょうか。その中のひとつのキーワードとしてコミュニティビジネスがあると考えています。

藤崎：国内型の事業は、ローカルへ落ちていくわけです。そういうビジネスは、ほとんどコミュニティビジネスになるのではないのでしょうか。小売であれ、サービスであれ、製造業であれ。

今宿：ファッションの世界では、お年寄り用のユニバーサルファッションという世界があります。これは、大企業のデザイナーでは作れないのです。大企業が企画・生産したものをユニバーサルファッションとして売っても、お客さんが買わない。これからは、デザインの経験のある人が地域デビューする中で、ファッションがいろいろ生まれてくると思うんです。国内工場に発注して生産してもいいし、中国に発注してもいいですが、地元の人に買ってもらうことで、十分ビジネスは成り立つ時代になるのです。これも広い意味ではコミュニティビジネスだと思います。

診断士もコミュニティビジネスのメンバーになって入り込む

青木：診断士がコミュニティビジネスのメンバーになって、ノウハウを提供し、利益が出れば、自分も収入になります。自分が住んでいる地域でいっしょになってやっていくことが出来ます。会社の場合は、従業員になってというのは難しいですが、コミュニティビジネスの場合は NPO が多いので、入ったり出たりが柔軟に出来ます。常勤雇用者にもなれるし、経営者にもなれるし、中心者にもなれます。比較的自由自在にかかわることが出来ます。ここが会社とは違います。

関本：覚悟が必要ですね。時間とお金の。

青木：私は板橋のほうで実際に時間を使って関わっています。

関本：アンケートの中でも関わってほしいという意見がありましたね。

藤崎：診断士にとって最初からビジネスにはならないですね。すぐには儲からないかもしれないけれど、志をともにした人と意気を感じてやり始めて、だんだんやっていくうちに儲けさせてもらうかもしれない。

安田：診断士としても、何でも商売にしようということではなく、意気を感じて自己実現ということと、社会的な高邁な思想・理想、この二つでしょうね。

コミュニティビジネスは、地域デビューの場

田中：成熟社会になって、マズローを持ち出すまでもありませんが、人は自己実現の場を求めているのですよね。診断士も商売だけやっているのではさびしいと思います。(笑い)自分の地域にデビューするのは一番難しいですが、そのいいチャンスですよ。

藤崎：私も自分の地域に関わっていますが、実際に商売になるような関わり方は出来ません。地域で何かやりたいんだけど地域で出来るのが何かあるかという、なんとなく難しいなあと。でもそこに関わっていきたい。

安田：やっぱり志ですね。自分と志を同じく出来るなら、そういうかわりも出来る。でも、自分の住んでいるところはやりにくいよ。

地域の経営駆け込み寺



藤崎：最終的には我々もビジネス化していきたいですね。色々な問題があって困っているのは事実です。一つのやり方として、経営駆け込み寺みたいなものを地域に作るのはどうでしょう。組織として作ってみる。個人としてのアプローチが今まで議論してきたようなやりかたしかないのだとすると、組織化し、経営駆け込み寺みたいなものを作って、相談に来たものをサポートし、それをビジネスにしていくことは考えられないでしょうか。

関本：来年の大きな課題ですね。

藤崎：文京 NPO で無料相談会などをやっていらっしゃいますよね。

安田：現実には、そういう機会を作っても、駆け込んでくる業者は少ないです。一般の中小企業者でも。相談になかなか来ないですね。日本人の癖でしょうか。駆け込み寺の構想自体はよいのですが、運用が難しいですね。

青木：板橋区では駆け込み寺的に創業支援室を開設して、創業者、コミュニティビジネス関係者に資金取得・事業計画・販売方法等の相談を診断士が行っています。相談の中からコミュニティビジネスが立ち上がった事例もあります。

コミュニティビジネスは大転換期の最先端にいる

田中：今まではグローバルから見て、全体から見た個でした。そうではなくて人間は、自分がいて、足りないところは家族や地域がフォローし、さらにナショナルスポンサーが応援するということですね。ですから、逆転している。加藤敏晴さんの言う地域通貨も、まず真ん中に自分がいて、できないことを周りがサポートし、さらにできないことを企業やナショナルスポンサーが行う。こういう方向に変わりつつある。経済的なシステムも、コミュニティビジネスが中心にあって、足りないことをナショナルスポンサーがやる。大転換期ですね。大きな転換期の最先端にいる、そういう意識であれば我々も誇りを持ってできます。ナショナルスポンサーなんてなくなっていくはずなんです。今は分社化されていくのも大きな流れですし、これからは地域と一体でなければ。

安田：そういう大きな流れで捉えるのも一つの提言ですね。果たしてそうであるかは分かりませんが。

関本：50 年前の私の田舎である新潟の農村もそうでしたよ。50 年前の田舎は皆まさにそう。自分や部落が中心で暮らしてきたわけです。

安田：現実を見て精神的なことを言ってもなかなかできるものではないです。今のような発想転換があって、初めて志を持つことが出来ます。一般的な中小企業にわれわれがコンサルする場合も同じですね。儲かっていなければ最初からいくらと言えないでしょう。で

も儲けさせてあげようと思えば、ただでも助言することもあります。それは、社長との人間関係ですね。

田中：市場経済か地域経済かというせめぎ合いですね。アメリカ型でいくかヨーロッパ型でいくかという。どっちがいいのか。

藤崎：二本立てかもしれないですね。ダブルスタンダードだっていい。

今宿：並列ではないでしょうか。大企業や大メーカーは今後も存在しますし、また無くては困るのです。コミュニティを核とした新しい“場”が形成され、市場経済を変貌させる流れになっていくと思います。

関本：田中さんのおっしゃるよう行政も変わっているのですよね。ほんの一部の行政が関わりはじめています。

田中：市場経済を考えると、また公共事業に戻っていくわけですが、それは破綻していると思います。地域から考えるということが主流になってはいないが、萌芽が出てきている感じはします。そういう経済学者も多いですね。

今宿：ネットワークの深耕の結果、今後の市場経済はこういう方向性をもつ、と予測しているのではないのでしょうか。

田中：特に高齢化してくると。地域がしっかりしないと生きていけないですね。

政策提言を行う



田中：今回のデータを研究することで、原理原則が言えますよね。コミュニティビジネスはこうあるべきだ。こういうノウハウが欠けているからこうすべきだなど。データをもとにしたノウハウの蓄積ができるはずですね。中間支援組織となるべきデータは、東京のごく一部だけで集めましたが、全国の診断士の方々と共有して協力すれば相当なことができる。それを駆け込み寺で利用するのも一つですが、国民生活局や関東経済産業局などの行政に対して政策提言をすることもぜひやりたいですね。行政に対して、我々が一番現場をよく知っているので、こういう政策を作ってい

くべきだと。

藤崎：そういうこともあってもいいのではないのでしょうか。これも一つの提言ですね。

安田：ある企業の方が、「審議会に出席しているのですが、国は私たち中小企業者の提言をよく聞いてくれるようになりました」と言っていました。我々中小企業診断士としては、関東経済産業局や経済産業省などの国に対して提言するべきでしょうね。行政の末端に持っていったらだめなんですよ。

藤崎：今までの議論で、以下の3つが提言として出てきました。

個別に各企業に自ら飛び込んでボランティアからやるよりないのではないかと。

組織化して駆け込み寺はどうだろうか。

事例を全国的に集めて政策提言したらどうか

そのほか、何かありますでしょうか。

協会もコミュニティビジネスへ積極的に関わっていくべき



安田：駆け込み寺構想は、診断協会がやるべきという提言は出来そうですね。診断協会はコミュニティビジネスに対して何もやっていないですから。ポスターにあるような「チャレンジする中小企業」から、「チャレンジするコミュニティビジネス、アシストする診断協会」へ。診断協会本部として、全国ベースで駆け込み寺の機能組織を設けたらいかがでしょうか。それに応えてボランティアでお手伝いする中小企業診断士は沢山いると思いますよ。それこそ中間支援組織の大きな柱になるでしょう。

また、診断協会の立場で、厚生労働省や経済産業省に対する政策提言を行っていくことは、これから発展するであろうコミュニティビジネスにとって大きな支援になり、また診断協会の存在価値を世間に知らせることにもつながります。

藤崎：今回の座談会の内容と事例を踏まえて、田中先生に提言をまとめて頂くことにしたいと思います。よろしくお願い致します。

本日は、長時間にわたり貴重なご意見を頂きまして有難うございました。

【現在抱えている課題・問題点】

人 28

スキル・ノウハウ不足 17

- ・経営知識 4
 - 事業計画（資金調達・採算）、事業性評価
- ・販売・営業面のノウハウを持つ人材 3
- ・マネジメントができる人材 3
- ・ビジネス化・事業化できる人材 2
- ・企画書・ポスター作成のスキル、パソコンスキル、新サービスのノウハウ
全国展開のノウハウ、人材育成

人手不足 6

- ・人手、スタッフ不足 3
- ・代表の後継者、事務局の後継者、人材採用

組織運営 3

- ・組織・体制作り、NPOにふさわしい運営方法の確立、労務の充実

意識 2

- ・メンバーの自立性、ボランティアのモチベーション

金 13

資金調達 7

- ・資金調達、資金不足 4
- ・補助金の獲得 2
 - 地道に活動しているところは新規事業でないので補助金が受けられない
- ・資金繰り（委託料が完了後の入金）

収入面 6

- ・収入不足、収入増加 3
- ・付帯事業による収入、安定した収入の柱、会員収入が少ない

情報 1 1

情報発信 5

- ・アピール、知名度アップ 4
- ・会計内容の公表

ネットワーク作り 2

その他 3

- ・クライアント情報の入手が難しい、個人情報のセキュリティ、ノウハウ蓄積物 3
- ・生産能力増強のための立地・建物・設備、活動場所の確保、商品の競争力不足

【中間支援機関に望むこと】

経営スキル 1 6

- ・営業力、販売力、販路 5
- ・経営ノウハウ全般 3
- ・事業計画、戦略策定 3
- ・組織運営方法 2
- ・顧客管理、マネジメント、マーケティング調査

情報 1 1

- ・情報ネットワーク形成支援 3
- ・情報提供 3
- ・他企業とのマッチング 2
- ・情報発信、知名度向上、専門家紹介

金 7

- ・助成金・補助金の申請支援 4
- ・コミュニティファンド 2
- ・資金調達

活動拠点 4

人材教育、育成 3

行政 3

- ・委託事業発掘 2
- ・国・自治体との連携

第三者としての経営活動へのアドバイス 3

参加形態

- ・メンバーとして参画
- ・専門家派遣など内部に深く入り込んだサポート

その他

- ・社会保険等の手続き支援
- ・法律、条令、規制

第 4 章

提言

提 言

中小企業診断士はコミュニティ・ビジネスにどう関わっていくべきか

研究会調査プロジェクト - 文責：田中尚武

コミュニティ・ビジネスについては、まだ定まった定義はないとはよく言われることであるが、筆者にはエコマネー提唱者加藤敏晴氏の説明がわかりやすい。すなわち氏は「コミュニティ・ビジネスを地域密着型で、住民が主体となるビジネス、それも非営利活動を含めた広い事業と定義付け、これまで行政と企業にまかせていた地域コミュニティの課題解決を、住民の発想で、自らの手で解決していくほうが的外れがなくいくことが多い」と語っている(講談社刊 + 新書/マイクロビジネス)。さらに、加藤氏は、コミュニティ・ビジネスの定義・機能として、・地域の課題をビジネスチャンスとして捉える ・コミュニティ価値を経済価値に変換する ・社会的にイノベーションを起こす、そのために新しいビジネス・モデルをつくる ・担い手は市民起業家・NPO ・コミュニティ活動をファイナンスするとともに、地域経済を活性化する、を挙げている。介護しかり、子育てしかり、ごみ問題しかり、まちづくりしかり、環境づくりしかり、確かにコミュニティ・ビジネスの芽は多種多様、これまでの行政や企業よりは地域住民の発想で取り組んだ方が効率的といえる課題も多い。

今回の研究でも実に多彩な事例が紹介されているが、我々中小企業診断士は、このコミュニティ・ビジネスをどう捉えたら良いのであろうか。以下に若干の整理を試み、どう関わっていったら良いのかを考えたい。

1. 新しい経済コミュニティの誕生

コミュニティ・ビジネスを考える際、20世紀型ビジネス・システムと21世紀型ビジネス・システムの違いをしっかりと認識しておく必要がある。これも加藤氏の解説であるが、20世紀型ビジネスモデルは「営利」が中心にあり、それがカバーできない部分を行政等がサービスという形で「非営利」としてフォローし、社会的ダイナミズムを生んできたが、21世紀型ビジネス・システムは、逆に「非営利」が中心にあり、地域課題を解決していく、そしてそれだけではカバーできない部分を企業が「営利」の形で取り組んでいくとしている。その「非営利」の部分が担うのが、変容せざるを得ないが引き続きの行政サービスであり、新しいビジネス・スタイルであるコミュニティ・ビジネスというわけである。ボランティア経済(エコマネー等)をコアに、コミュニティ・ビジネスがフォローし、さらにナショナル&グローバル・ビジネスがフォローしていくとも言える(次ページ図1参照)。

一言付け加えれば、コミュニティ・ビジネスの担い手は、「企業家精神」を持っていることは当然であるが、市民社会を自立させようとする「篤志」の心を持つ「市民起業家」であることは言うまでもない。「市民企業家」たちが地域社会を基盤に「新しい経済コミュニティ」すなわちコミュニティ・ビジネスを生んでいるのである。本事例でも「市民起業家」の存在は数多く立証されている。

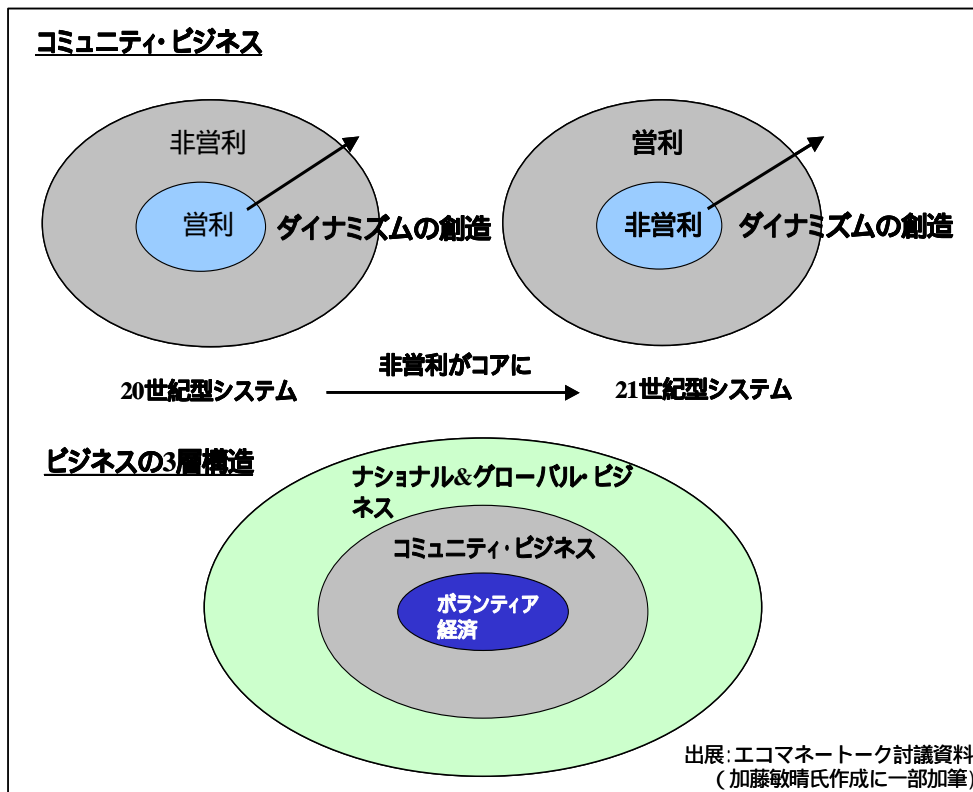


図1 コミュニティ・ビジネスの構造

2. コミュニティ・ビジネスによるコミュニティの再生

地域の衰退、コミュニティの崩壊云々に関しては、いまさら指摘すべきこともないが、

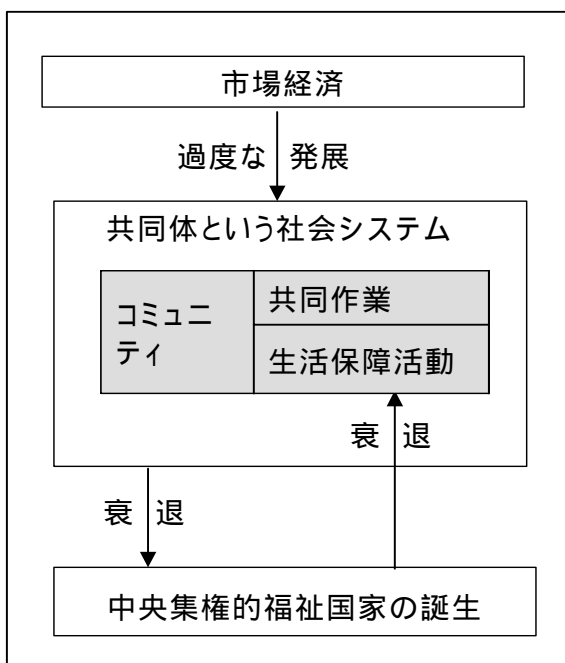


図2 コミュニティの衰退

筆者はその原因を以下のように整理している。すなわち市場経済の過度な拡大により、村に代表される共同体（家族やコミュニティ）という社会システム内で、自発的に処理されていた共同作業（地産地消などの生産活動）や相互扶助による生活保障活動（子育てや福祉・医療等）が衰退し、それを補うために税金による政府の代替が進展、結果として一元管理的な中央集権的福祉国家の誕生によりコミュニティがその機能を必要としなくなり衰退したと考えている（図2参照）。関心のある方には神野直彦「地域再生の経済学」の一読をお勧めする。

また都会では、職と住が切り離され、同時に男性は職場へ、女性は家庭へといった男女分業システムが発達し、特に男性は会社人間として、地域とはかけ離れた存在と

なっている。

コミュニティ・ビジネスは、地域の課題を地域の住民が自ら解決していくモデルであり、コミュニティ・ビジネスが発展していけば、今まで地域との関連性も希薄であった男性社会人も地域との関係性が深まり、「自己実現」の場を得ることができる。結果として、地域の復活、地域コミュニティの活性化に大いに貢献することとなる。とくに、団塊の世代が続々とリタイアする時期を目前にし、その「新」住民の「知的資本」を埋蔵させて置くことなく、新たなビジネスを地域に創造し、新たな価値を社会に供給していくコミュニティ・ビジネスは、その意味でも現代的意義を大きく有しているといえよう。

3 . 中小企業診断士の関わり方

前段ではコミュニティ・ビジネス誕生の背景と意義を整理した。これを前提に中小企業診断士のコミュニティへの関わり方を考えてみたい。

(1) スピリットの共有が必要である

ここで言うスピリットとは「企業家精神」だけに留まらず「篤志」の心をも意味している。すなわち、コミュニティ・ビジネスでは、金儲けというよりは社会貢献手段としてのビジネスという意味が強く、当然将来へのビジョン、それを支える理念・思いが強い。「メンバー全員の『ビジョンの共有と使命感』が牽引車」(コネット湘南)という訳である。我々診断士がコミュニティ・ビジネスに関わる際は、まずこのことを理解したい。付言すれば、自分自身はその活動をビジネスとは理解してなく、コミュニティ・ビジネスという言葉さえ嫌うことが多いのも事実である。事例の「中間支援組織に望むこと」の中にも「社会貢献の意義を社会に対してさらにひろく浸透していきたいので、中間支援機関としてもそういうスピリットをもって活動してほしい」(サンクスネイチャーバスを走らす会)、「『ノーマライゼーション社会の実現』『心のバリアフリーの実現』の理念を共有し、メンバーとして活動に参画してほしい。共生社会を目指し、協働、共創していきたい」(コミュニケーション・スクエア21)とあるのはそのことを意味している。診断士がコミュニティ・ビジネスに関わる前提と言えよう。

(2) 経営支援の領域は広い

「いろいろな団体の経営状態を実際に見ている方からの、現状の評価や類似団体との比較、広い視野に立ったアドバイスが欲しい。一般論ではなく、実際の活動状況を深く理解してもらった上で、第三者の目から見た具体的な話を聞きたい」(ちばMDエコネット)のように、事例を見てみると、我々診断士に対する願望は種々様々であり、「中小企業診断士にもまさに活躍の場がある」(えがおつなげて)というエールさえ頂いており、ある意味では腕の振るい甲斐がある分野だと言えよう。いわゆるヒト・モノ・カネ・情報を始め、ノウハウ・体制・販売・拠点等経営の細々したことへの支援依頼には誠意をもって応えるのは当然であるが、ここで注意したいことは、コミュニティ・ビジネスの経営スタイルは、NPOや任意団体の形式をとっていることも多く、組織としては未熟なことが特徴的に指摘できることである。経営コンサルとしての診断士は、経営を価値創造のプロセスとして考え、組織を森と木のごとく捉え、木(経営コンテンツ)を見ると同時に森(経営システ

ム)を見ることを忘れてはならないであろう。中小企業はおろか大企業でもこのことは大事であり、言うは易く行うは難しいことでもあるが、特にコミュニティ・ビジネスの場合は、組織の成熟度が低いことが多いため、絶対的に必要なことである。目の前の小さな果実を欲しがる者に、幹を育てることが、結局は大きな果実が手に入ることをもよく説きたい。「同じ考えの人たちだけで話をするのではなく第三者の意見を大切にしていきたい。周りの人たちはどう思っているのか知りたい。自分たちが考えるアイデアが受け入れられるものなのかどうか市民の側からの助言がほしい」(ニッポンランナーズ) という要望への回答にも通じるはずである。

またコミュニティ・ビジネスのすべては、収益力や、運転資金を課題に挙げていると言っても過言ではないと思うが、それに際してFPO(For Profit Organization/NPOに対する概念で利益団体を意味する)との連携構築も診断士としてはこれからは重要なものとなろう。アメリカにシニアネット(SeniorNet)というシニアのデジタル・デバイド解消を目的としラーニングセンターを運営しているコミュニティ・ビジネスがあるが、このビジネスモデルはIBM、eBay、Microsoftなどと戦略的に提携し、自らオンライン・コミュニティ(幅広い参加型サロンと製品やサービスの販売)というFPOを運営し、そこで挙げた収益をNPOに回している。これからはこうしたNPO(法人、任意を問わず)とFPOとの連携構築(自らFPOを運営、あるいは外部FPOと連携)も、多くの企業と関わっている診断士として、支援視野に入れる必要があろう。「事業を発展させるには企業との連携が不可欠である。協力関係を築ける企業とのマッチングを図りたく、中間支援機関のフィルターをとおした企業の紹介を期待したい」(ニッポン子育てアドバイザー協会)、「スポンサーシステム確立支援」(Com-work)という要望もこれからは増えると思われる。

(3) 支援能力の組織化からアドボカシ へ

最後に個人としての診断士ではなく、組織としてのコミュニティ・ビジネスへの関わり方をについて述べたい。我々診断士は、中小企業診断協会という全国的な大組織に属している。その構成要員である診断士の知恵とノウハウを一つに結集すれば相当のことができるはずである。

今回、東京地区で活躍する診断士個人、あるいはそのネットワークを通して、先進的な事例が26例も収集・分析することができた。これを全国規模に拡大し、さらに事例研究を重ねれば、そこからコミュニティ・ビジネスの実態と課題、それに対する対処法・支援策が必然的に浮かび上がるはずである。データから入り、潜在要因を顕在化しナレッジとする、コミュニティ・ビジネスという新しいモデルに対して今その時期が来ているのである。東京支部から始まったコミュニティ・ビジネス研究会であるが、これを全国組織に組織替える、あるいは地区支部と連携することも喫緊の課題であろう。

組織は個人の集まりであり、組織がその能力を高めるには、結局は個人の能力向上しかない。そのための組織の使命は、組織的能力の創造に対して一連の仕組み(プロセス)を構築することである。新しい時代を切り開くコミュニティ・ビジネスの、研究と支援に向けての環境整備を図ることが中小企業診断協会に求められる。

その先には行政に対するアドボカシ(政策提言)機関への発展が視野に入る。言う

までもないがアドボカシーには三つのタイプがある。すなわち 研究所のような政策専門集団型、NPOが自らのミッション実現のために政策を提言していく政策提言NPO型、中間セクターとして活動しているインターメディアリー型である。中小企業診断協会は、多分このインターメディアリー型を志向することにはなるが、全国規模での現場からのデータをバックに、支援ノウハウを蓄積した中間セクターは、行政に対しても大きな提言力を有すると同時に、力強い政策遂行応援団となるはずである。

「国や自治体との連携支援。介護保険の使い勝手をよくしていくためには、地域密着型で行政にどう働きかけ、連携していくかを支援してほしい」(全国マイケアプラン・ネットワーク)、「行政に対する橋渡し。NPO団体が、自治体などの補完事業を行っているという現実をもっと理解して欲しい。現実的に、良い形での役割分担、お互いがサポートしあえるような協業体制ができるよう活用してもらえればと思う。また、全国各地で同じような活動が広がっていけばと考えているが、常に問題となるのは、主体となって進める中心人物がいない、開催する場所を確保するのが難しいということである。これはぜひとも、自治体を始めとする皆様方にも考えていただき、協力してもらえればと思う」(福祉パソコンの会)などの声に対して傍観者でいることは許されない。行政への橋渡しはもちろんこと、政策集団としての活動も我々診断士には大いに期待されているのである。

以上

参考文献

- ・ 加藤敏晴(2000)「マイクロビジネス」(+ 新書) 講談社
- ・ 加藤敏晴(2000)「コミュニティ・ビジネスとNPO」エコマネーネットワーク討議資料
- ・ 神野直彦(2002)「地域再生の経済学」(中公新書) 中公出版

あとがき

2004年8月6日に第1回委員会を開催して以来、約5ヶ月にわたり活動を行った。当初の目的は、身近な事例を取材してそこからコミュニティビジネスが抱える課題が何か捉えられないか、そして手助けとなるようなことを提言できないものか、といったことであった。

多くの先生方の積極的なご参加を得て、26事例もの取材ができたことは今後の活動の基盤づくりになったのではないかと考えている。

今回の報告書は、事例以外にもアンケートの集計結果や提言の座談会、そして提言と当初の目論み以上の成果を上げることが出来た。これもひとえに、取材された先生方の納期に対する絶大な協力と、アンケート集計や座談会での討議と議事録の取り纏め、提言作成、編集、印刷、会計の役割を多くの先生方に分担していただいたお陰である。

手前味噌ながら、大変内容の濃いものが出来上がったと自負している。中小企業診断士としてコミュニティビジネスにどのように関わるべきか。また、それを束ねる中小企業診断協会はどうあるべきかを真剣に論じた。是非、隅々までじっくりお読みいただいて、各地区での活動の一助にしていただければ幸いである。

内容の一部には勝手な主張とお感じになられる部分があるかもしれない。是非、諸先輩のご批判を頂戴したいと思う次第である。

当研究会として、新たな課題も見えてきた。来年度に向けて自らに課したテーマにどのような取り組みをするかを考えていく必要がある。

(編集後記：藤崎 学)

【編集委員】

協会窓口・印刷担当	今宿 博史
事例編集担当	樋口 章
アンケート集計担当	河合 史門
	原田 弘子
座談会議事録担当	小島 琢矢
提言作成担当	田中 尚武
会計担当	塚原 美樹
編集責任者	藤崎 学