

コミュニティビジネス支援指針

平成18年3月

地域ビジネス総合支援協議会

愛 知 県

はじめに

コミュニティビジネスは、市民活動と通常のビジネスの中間に位置する新しい事業形態として、地域において生活に必要なサービスをつくり出すといった機能のほかに、若者、高齢者、女性、障害者等の能力発揮の場としての雇用吸収や、地域経済の活性化、コミュニティの再生などが期待されています。

そして、今後は、縮小していく行政に替わり、公共サービスを供給する主体として、自ら行動する市民・住民を育てていくという機能が重要となります。

しかしながら、それらの大きな期待に対し、現実のコミュニティビジネスは未だ小さく、それを支える社会の仕組みも十分ではありません。

そうした中、愛知県においては、平成16年度より主に地域における雇用創出効果に注目し、コミュニティビジネスを「地域ビジネス」と称して、支援施策を実施してまいりましたが、本年度、「地域ビジネス総合支援協議会」を設置し、支援のための指針を策定することといたしました。

コミュニティビジネスを「地域ビジネス」と称して取り組みを行ってきた背景には、コミュニティビジネスという名称が定着していなかったことと、地域における課題解決のための、地域密着型サービスにより、地域雇用を創り出すという観点から、あえて地域ビジネスという呼称を使用していました。

しかしながら、コミュニティビジネスという名称が定着し、一般名詞化してきたこと、今後は全庁的、全県的に取り組みを広げていくため、共通の理解を得やすい名称である必要があることなどから、名称をコミュニティビジネスに統一し、本指針も「コミュニティビジネス支援指針」といたしました。

また、雇用効果だけでなく、むしろ産業面としての意義、とりわけまちづくりへの効果に注目すべきとの観点から、産業労働部内の所管も、労働関係課から産業関係課へ移管します。

本支援指針では、コミュニティビジネスを支援するのは、企業も含む地域住民ひとり一人であり、それぞれが事業者として、サービスの顧客として、そして支援者としてコミュニティビジネスに関わっていくことが、コミュニティビジネスを活性化させる最も効果的な手段であり、行政はそのための仕組みづくりや情報インフラ整備等の環境整備を行うべきだと提言しています。

この支援指針により、愛知県におけるコミュニティビジネスに対する理解・認知が広がり、多くのコミュニティビジネスが誕生し、若者や高齢者、女性、障害者の方々がいきいきと働く、豊かで暮らしやすい地域が築かれることを期待します。

平成18年3月
地域ビジネス総合支援協議会
愛知県産業労働部

目 次

第1章 コミュニティビジネスの概要

1 コミュニティビジネスを生む社会的背景	1
(1) 社会構造の変化	1
(2) 経済構造の変化	2
(3) 行政の役割の変化	2
2 コミュニティビジネスの概念について	3
(1) 定義	3
(2) 担い手	3
(3) 事業例	5
(4) 特徴	6
3 コミュニティビジネスに期待される効果	7

第2章 コミュニティビジネス支援の指針

1 愛知県のコミュニティビジネスを取り巻く状況	8
(1) コミュニティビジネスの発展を阻害する要因(課題)	8
(2) コミュニティビジネスの発展を促進する要因	9
2 コミュニティビジネス支援指針の内容	12
(1) コミュニティビジネスを活性化させるために	12
(2) コミュニティビジネス支援の指針	14

第3章 コミュニティビジネスの事例紹介

社会福祉法人むそう(半田市)	23
株式会社コミュニティタクシー(岐阜県多治見市)	26
立田ふれあいの里(愛西市)	28
にっぽんど真ん中祭り組織委員会(名古屋市)	30
特定非営利活動法人NPO愛知ネット(安城市)	32
特定非営利活動法人Mama's Cafe(岐阜県多治見市)	34
ゴジカラ村(愛知郡長久手町)	36

第4章 コミュニティビジネス支援施策一覧

1 補助金・助成金・委託	38
2 研修・セミナー・相談等	39
3 インキュベーション施設	40
4 融資	40

参考資料

・コミュニティビジネス支援指針策定の経緯	43
----------------------	----

第1章 コミュニティビジネスの概要

1995年に起きた阪神・淡路大震災では全国から多数のボランティアが救助や復旧のために活躍しました。これを契機にボランティア活動をはじめとした民間の非営利団体による社会貢献活動が活発化することになり、その重要性が認識されました。そこで、この活動を支援するための法律として1998年に特定非営利活動促進法が成立し、現在では全国で24,763（平成17年12月末）、愛知県では815のNPO法人（平成18年2月末現在）が保健・医療・福祉やまちづくり、環境保全など17分野で活動をしています。

そして、最近では、この市民活動にビジネスの手法を導入して、地域に元気を取り戻す活動である「コミュニティビジネス」が注目されています。「交流やふれあいのある地域」、「助け合いができる安心の地域」、「顔の見える関係の中で働く場がある地域」、「環境と調和した持続可能な地域」、そんな地域づくりをするための活動が全国各地で行われています。

しかし、「コミュニティビジネス」という言葉は耳にしても、その概念や定義が非常に曖昧で分かりにくい、あるいは、具体的な姿が見えないといった声をよく聞きます。ここでは、コミュニティビジネスが生まれた社会的な背景や概念、期待される効果について考えていきます。

1 コミュニティビジネスを生む社会的背景

(1) 社会構造の変化

高度経済成長期においては、画一的な価値観の基で、大量生産・大量消費といったモノを中心とした「物質的な豊かさ」が求められてきました。しかし、生活水準が向上し、成熟した社会となった今、個性や自分らしさ、ゆとりや癒しといった「心の豊かさ」を重要視する傾向が強くなっています。価値観の多様化・高度化が進んでおり、個々の多様な価値観やニーズに合ったきめ細かなサービスが求められています。

一方、少子高齢化や都市化の進展と共に家族形態も変化しており、夫婦や子供からなる核家族や単身高齢（夫婦）世帯が増加しています。これまでの地縁・血縁関係によるコミュニティが持っていた助け合い、相互扶助の機能が薄れてきています。このため、子育てや介護に悩む家族、増加するひきこもりや不登校・ニートといった若者、多発する犯罪など、地域には様々な問題が生じています。漠然とした不安や何とも言えない閉塞感が地域を覆っています。

こうした中で、人々が安心して安全に地域社会で暮らしていくためには、従来の地縁・血縁関係に加え、新たな人間関係に基づくコミュニティづくりが必

要とされています。

(2) 経済構造の変化

経済のグローバル化が進み、国境を越えた人や資金の移動が活発化する中で、企業間競争はこれまで以上に激しくなっています。製造業の一部では、最近の景気回復や企業業績の好調を反映して、高付加価値品などの生産拠点を国内に増設させている一方で、汎用品などについては人件費の安い海外での生産を進めており、価格競争力を失いつつある繊維・陶磁器などの地場産業が盛んであった地域では、地域経済の衰退や地域の雇用が失われています。

また、モータリゼーションの進展や郊外型大型商業施設の増加などにより、私たちの消費生活スタイルは変化しており、対応が遅れている中心市街地の商店街は衰退しています。地域で暮らす人々の日常生活に必要な生活支援サービスは急激に減少しており、高齢世帯の孤立化という問題も生じています。

こうした中で、地域に賑わいと活力を取り戻し、就労機会が不足している人々の雇用を創出するためには、地域の資源を最大限に活用しながら地域内での循環を促す新たな経済活動の仕組みを構築する必要があります。

(3) 行政の役割の変化

高齢化の進展による社会保障費の増加やバブル経済の崩壊による税収減など、国・地方の財政は大変厳しい状況となっています。このため、国は行財政改革や規制緩和を進めることで、小さな政府づくりと民間主導による経済再生を目指しています。地方自治体においても、行財政改革を行うことで行政コストの削減を図りつつ、地域の特性を生かしたまちづくりを進めていかなければなりません。

また、県民の高度化・多様化したニーズに応え、地域社会における諸問題を解決するためには、これまでの行政が行ってきた画一的・公平・平等の行政サービスではその需要を満たすことが難しい時代になっています。

こうした背景の中で、行政のスリム化によりコストを削減しつつ、県民の多様なニーズに対応したサービスを提供していくためには、官から民への業務委託を進め、民間企業や市民活動の創意工夫を生かすなど、行政と県民の協働による新たな公益サービスを提供していく必要があります。

2 コミュニティビジネスの概念について

このように社会・経済構造や行政の役割が変化している中で、NPOなどに象徴される市民活動は、新しい社会・経済主体としての存在感を拡大させています。また、継続的な事業を行いうる組織形態としても注目をされています。

コミュニティビジネスは、こうした市民活動の側面を持ちながら、地域の様々な課題に対してビジネスの手法を導入して、課題解決を図る事業活動と言えます。

(1) 定義

ここでは、コミュニティビジネスを

**地域課題の解決やニーズの充足を
地域住民が主体となって、
ビジネスの手法を用いて継続的に行っていく事業活動**

と定義します。「コミュニティ」と「ビジネス」という2つの視点の融合を目指す新しい事業活動と考えます。

「コミュニティ」、「地域」とは、「人々が共同体意識を持って共同生活を営む一定の地域、およびその人々の集団。地域社会。共同体。」をいいます（「大辞林」三省堂）。ここでは、「等身大の地域生活圏」として捉えた暮らしの場に密着した地理的な一定の範囲をいいます。

「ビジネスの手法」とは、これまでのボランティアを中心とした市民活動が、サービスの相手に対して、対価を徴収することなく、無償で行っていたのに対して、コミュニティビジネスは、継続的に事業を行うために必要な対価を得て、有償で行う事業活動を意味します。

(2) 担い手

コミュニティビジネスは、課題解決や事業の目的によって様々な組織形態で行なわれています。

**NPO 法人
ワーカーズコレクティブ・消費生活協同組合・企業組合
などの協同組合組織
営利企業(有限会社、株式会社)
任意団体 など**

例えば、公益性が高く、行政サービスを代替・補完する事業や行政との

協働事業など、多くの住民やボランティア等を巻き込んで事業を行っていく場合には、NPO法人が適していますし、比較的限られた対象者の中で相互扶助の精神に基づき、協同して事業を行っていく場合には協同組合組織が相応しいと考えられます。また、最初から収益性が見込まれる分野や出資による資金調達が可能な事業など大きな資金を扱う場合には、有限会社や株式会社などの営利企業体で行うことが適しています。

「コミュニティビジネス」と「NPO」は、よく混同されますが、コミュニティビジネスは事業の性質をさしており、その事業主体はNPOに限られるものではありません。NPOは組織の形態であり、民間非営利組織という意味です。

現在、コミュニティビジネスの主体の大半がNPOであるという現状ではありますが、これは今までNPO法人以外の法人格の取得が困難であったことによると考えられます。他の法人格の取得も容易になってきていることから、今後は、営利法人格を含む様々な法人形態の事業者が増えてくるものと予想されます。

(3) 事業例

地域の課題やニーズはその地域によって異なっていますが、いくつかの種類化することができます。高齢者生活支援、環境、子育て支援、まちづくりなど様々な分野の事業がコミュニティビジネスに該当すると言われています。

事業分野は一つの場合もあれば、いくつかの事業を組み合わせる複合的に実施されている場合もあります。

	事業分野	事業及びサービス内容
1	高齢者生活支援	高齢者向け総合サービス、配食サービス、移送サービス、福祉タクシー、買物代行、宅配サービス、在宅・訪問サービス（理・美容）、宅老所、訪問介護ステーション、グループホーム・共同住宅 など
2	障害者生活支援	手話通訳、同伴、介助、販売支援、在宅勤務支援（他、上記高齢者向けサービス）など
3	健康づくり支援	健康の増進と維持のための運動指導・セミナー開催、リラクゼーション運動指導等の講師派遣、栄養指導、健康料理教室 など
4	地域環境整備、資源リサイクル	環境保全活動、地域美化、資源回収、廃家電・パソコンリサイクル、古着回収、公園管理など
5	子育て支援	保育所、保育サービス、ベビーシッター、子育て情報提供、食事サービス、フリースクール など
6	地域情報発信、ネットワークづくり	タウン誌発行、インターネット情報発信、情報インフラ整備、地域通貨、コミュニティ施設運営、地域FM放送、異業種・異世代・異文化・地域間交流活動 など
7	まちづくり	歴史的支援を活かした地域づくり、地域パートナーシップ構築、伝統行事・祭りのサポート事業、防災・防犯 など
8	地域資源活用	歴史的建造物活用、地域資源の発掘、地域独自の商品づくり、伝統技術・技能の伝承、地域観光促進活動 など
9	創業支援、雇用促進	チャレンジショップ、ベンチャースクール、コンサルティング、高齢者就労促進活動、事業マッチングサービス など
10	生活関連良品販売	フェアトレードショップ、エコショップ、自然素材を使った良品販売 など
11	環境・安全配慮型飲食サービス	安全な食材を使ったレストラン、コミュニティレストラン など
12	地域教育、生涯活動、情報教育	コミュニティスクール、セミナー開催、パソコン教室、青少年健全育成、高齢者社会参画推進活動 など
13	その他	在日外国人支援、便利屋 など

資料出所：「地域を豊かにするコミュニティ・ビジネスのビジネスモデルに関する調査研究」（平成14年3月関東経済産業局）

(4) 特徴

コミュニティビジネスには次のような特徴が見られます。

ア 実体験による「想い」を市民の「共感」を得て実現する事業

コミュニティビジネスは、高齢者介護など自らの実体験が契機となって、身近な生活上の問題を解決したいという熱い「想い」や本当に地域のためになるサービスを自ら提供したいという「志」から始まり、賛同者や協力者を増やしながらか、市民の「共感」を得て行われる事業という特徴があります。

イ 身の丈のスモールビジネス

コミュニティビジネスはその理念の実現をビジネスの手法を活用して行うものであり、単に事業の拡大を目指すものではありません。この意味では、等身大のスモールビジネスであり、比較的小資本で始められる事業活動であると言えます。

ウ 公益性と事業性を合わせ持つ事業（市民活動と通常のビジネスの中間的な領域）

事業を進めるための財源、収入を会費や寄付金、補助金や助成金だけに頼るのではなく、自らも事業による対価収入を得ながら活動を行っています。

エ 利益の最大化ではなく、地域の全体利益を目的とする事業

通常のビジネスは、自らの利益の最大化を目的として、構成員にその利益配分を行うために事業活動を行っていますが、コミュニティビジネスは、地域課題の解決という地域全体の利益を目的として、得た利益を分配せずに事業の拡大や充実に再投資していきます。

オ お互いが顔の見える関係の中で行われる事業

サービス提供者と消費者、事業主体と地域住民の境が無く、お互いが顔の見える関係の中で、人々を巻き込み、協働して行う事業活動です。

カ 事業者同士など横の連携を活かした事業

地域課題を解決したいという「想い」からスタートするため、組織運営や資金調達などのマネジメント力が不足しているケースが見受けられます。これを補うため、専門家を交えての勉強会や先行事業者からのノウハウ提供、あるいは顧客の融通・紹介など、志を同じくする者同士の横のネットワークを生かした活動展開を行っています。

キ 地域資源（人、モノ、金、情報・ネットワーク）を活用した事業

地域の「人」「モノ」「金」「情報・ネットワーク」といった資源を有機的に組み合わせて、旨く活用することで、地域の課題を解決していく事業です。

3 コミュニティビジネスに期待される効果

コミュニティビジネスには、地域の課題解決のみに留まらない様々な効果が期待されています。

(1) 地域課題の解決やニーズの充足

通常の営利企業や行政のサービスでは提供されない、あるいは、解決できない地域の課題やニーズに対して、地域住民の創意工夫によるきめ細かなサービスを提供することができます。

(2) 地域コミュニティの再生

顔の見える関係の中で、住民が協働して事業を展開することで、薄れつつある地縁・血縁関係によるコミュニティに、新たな人間関係に基づくつながりや交流を作り、コミュニティを再生することが期待されています。

(3) 地域経済の活性化

地域にある未活用資産（商店街の空き店舗や廃校舎、農産物、歴史的資源など）を掘り起こし活用することで、地域内での循環が生まれ、地域経済を活性化することが期待されています。

また、地域の中小企業が地域とのつながりを深め、地域に貢献する事業を実施することも期待されています。

(4) 行政コストの削減や未来コストの低減

地域住民との協働により公益サービスを提供することで、行政単独で実施するよりもコストを削減するとともに、豊かな暮らしやすい地域社会を作り出すことで、将来かかるであろうコストを低減することができます。

(5) 新たな雇用形態の出現

これまでの日本的雇用慣行では就業が進まなかった女性や障害者の能力活用場として、あるいは、団塊世代を始めとした高齢者のいきがいや社会参加の場として期待されています。また、地域の中で働く場ができるため職住接近の働き方をすることができます。さらに、最近では引きこもりやニートといったこれまでの社会の仕組みに馴染めない若者の新たな雇用や社会訓練の場としても、その役割が注目されています。

(6) 多様なライフスタイルの実現

これまでのように所得を得るために働くというだけでなく、自己実現といった個々人の思いを具現化するための活動の場が求められています。コミュニティビジネスには、フラットな組織の中で個人の力を活かす新たなワークスタイルを実現するための、あるいは、働く時間や場所を主体的に選択することによって多様なライフスタイルを実現するための役割が期待されています。

第2章 コミュニティビジネス支援の指針

1 愛知県のコミュニティビジネスを取り巻く状況

第1章で述べたように、様々な時代背景からコミュニティビジネスは現在の社会に必要とされており、大きな期待が寄せられています。

しかしながら、本県においてコミュニティビジネスは質・量ともに十分とは言えず、事業体として成長していく社会環境が整っていません。

未だコミュニティビジネスに対する統計データ等が整備されていないことから、はっきりした実態はつかめていないのが現状ですが、事業主体の組織形態としては、愛知県が平成16年度に実施した「地域ビジネス実態調査」(回答団体180団体)によると、コミュニティビジネス事業者のうちNPO法人が約75%、株式・有限会社等営利法人が約4%でした。また、愛知労働局が平成15年度に実施した「愛知県におけるコミュニティビジネスの実態について」(対象団体699団体)によると、NPO法人が約60%、株式・有限会社等が約15%でした。

平成15年横浜市の調査では、NPO法人32%、株式・有限会社25%、平成15年東京市町村自治調査会の調査では、NPO法人54%、株式・有限会社14%であったことを考えると、全国的に見て、NPO法人の割合がやや高いことが推測されます。また、規模の大きい事業者がいる反面、規模の小さい事業者も多いことが特徴となっており、NPO法人で事業基盤の弱い事業者が多いことが推測されます。

(1) コミュニティビジネスの発展を阻害する要因(課題)

ア 社会的理解・認識の不足

課題の1つ目は、その社会的理解と認識の不足です。

コミュニティビジネスの担い手の一つであるNPOについては、平成10年の特定非営利活動促進法の施行以来、着実にその法人数を伸ばし、社会の認識も広がっていますが、コミュニティビジネスについては、その担い手の多様性(NPOだけでなく、営利企業や企業組合等も事業主体である)や事業形態の多様性から、その社会的理解が進んでいません。

NPOの知名度が先行したために、コミュニティビジネスはNPOの行う事業を指すものと捉えるような誤解も起こっています。

また、その社会的意義についても一般の県民や企業等からは十分に理解されていない状況にあります。

コミュニティビジネスは、多くの地域住民との関係性の中で、ビジネスを成長させ、事業性を実現していくビジネスモデルであり、担い手だけでなく、サービスの受給者(顧客)や協力者、支援者(ボランティア、資金

提供者)等が、その意義を理解し、多く関わることで事業を成立させることができるものです。

したがって、担い手がいくら優れた事業モデルを持っていても、周りの地域住民に理解がなければ、十分な成長は望めません。

このような認識不足がコミュニティビジネスの発展を阻害する一つの大きな要因となっています。

イ コミュニティビジネス事業者側の体力・情報不足

2つ目はコミュニティビジネス事業者の体力・情報の不足により、地域の資源(情報、人材、資金等)を有効に活用できていないという点です。

通常のビジネスを営む小規模事業者(主に中小企業)については、事業ノウハウも人材育成ノウハウも多く存在しますが、新しい事業モデルであるコミュニティビジネスでは、事業者に蓄積したノウハウやビジネスモデルを情報発信・循環させる手段と体力がないために、それらが流通していません。そのために事業化は常に試行錯誤であり、それを推進する人材にも乏しい状況です。

また利益が出にくい事業モデルが多い(収益性の低い社会ニーズへの対応が中心である)ことやその成長性を表すモデルが存在しないために、金融機関からも融資を受けることができません。

低収益であることから、活動拠点の確保も情報発信手段の確保もままならず、事業の発展・拡大が困難です。

ウ 行政及び関係機関の支援の不足

3つ目は官民を合わせた支援制度がまだ少ないということです。

通常の小規模事業者(主に中小企業)には、有利な融資制度や相談・指導などの支援があります。また、ベンチャー企業等には投資や融資に加え、安価なインキュベーションオフィス等を提供するような支援もあります。

その一方で、コミュニティビジネスは、法人格の種類や事業の内容によっては、それらの支援の対象にならない場合もあり、事業者すべてを網羅する支援策は極めて少ない状況です。

さらに、コミュニティビジネスの特性を理解し、支援情報をまとめて提供してくれる専門機関もないため、必要な情報が事業者に届かないという悪循環にあります。

(2) コミュニティビジネスの発展を促進する要因

その一方で、時代や社会情勢からコミュニティビジネスを促進する動きも多く起こっています。

ア 企業や行政では対応しづらい地域課題（ニーズ）の増加

ライフスタイルや価値観の多様化による住民ニーズの複雑化を受け、企業が行う営利ベースのサービス（採算のあうサービス）や行政が行う平等・均一のサービスだけでは、地域課題を解決することができなくなっています。

そうした中、いち早く地域課題に気がついた住民が、やむにやまれず自分たちのできる範囲に対してサービス提供を始めることで、コミュニティビジネスが発生しています。そういう点から、コミュニティビジネスは時代の要請により、起こるべくして、起きてきたビジネスの形態であるともいえます。

イ 行政サービスのアウトソーシングの促進

現在の累積赤字や将来の人口減少による税収の減少を見越し、国と地方ともに、小さな政府（効率性が高く、規模が小さい）を目指した行財政改革を進めており、その一環として行政のアウトソーシングが促進されています。

これは、民でできることは民にということで、社会に必要な公共的サービスであっても、行政でしかできないことを除き、民に事業委託のような形で委ねていくことであり、その受け皿として社会サービスの提供能力を持った事業者が必要とされています。

もとより行政のサービスは地域課題の解決のためのものが中心であり、通常の営利事業を行う事業者では実施できない、コミュニティビジネスにしかそのノウハウが蓄積していないサービスも多く存在します。

そこで、行政からの事業委託がコミュニティビジネスを育て、促進することが期待されます。

ウ やりがい就労を求める若者の増加

近年の若者の就労意識の特徴として、経済的に報われることより、仕事の達成感、やりがいを求める傾向にあり、社会に役に立つ仕事をしたいという意識が強いと言われています。そういった若者にとっては、直接地域課題の解決を仕事とするコミュニティビジネスは、経済的な見返りは少ないものの、まさに社会貢献を仕事にできる理想的職場であるとも言えます。

さらにコミュニティビジネスは、地域住民を中心に、後述するように主婦層や企業OBなどの多様な参画者が多く関わっているため、いわゆるコミュニケーション能力等の乏しい若者（フリーター、ニート等）にとって、それらの人間関係力を鍛える訓練の場としても活用できる場です。

そういった若者人材の参画が、コミュニティビジネスを支え、成長させる力になることが期待されます。

エ 能力発揮の場を求める女性・高齢者・障害者の増加

女性は出産・育児の期間に一旦離職すると、その後就職しようとしても能力に見合った職場に採用されず、パート、アルバイトといった待遇や責任の低い立場でしか働けない現状があります。

また、高齢者についても、定年退職後に再雇用等されても、必ずしも従来のように蓄積された能力を活用できる職場に配属されるとは限らず、そのキャリアが十分には活かされない現状があります。

そこで、これらの女性・高齢者がその能力を活かし、希望にあった柔軟な働き方のできる場として、コミュニティビジネスを選択する事例が増えています。

さらに、障害者については、障害者自立支援法の制定等により、さらなる経済的自立が求められていますが、一般企業への就職はまだ十分ではありません。しかしながら障害者は、利益や効率を優先する職場では弱者ですが、地域課題の解決を優先し、それぞれの特性にあった働き方を優先させるコミュニティビジネスにおいては高齢者介護等の分野や、地域情報支援（IT）などの分野で戦力として期待されています。

こうした、通常のビジネスでは十分に能力を発揮できない人々が積極的に参画することにより、コミュニティビジネスの成長が促がされることが期待できます。

オ 企業のCSR（社会的責任）意識の高まり

企業の社会貢献活動については大企業を中心に従来から取り組まれているところですが、最近ではCSR（企業の社会的責任）としてさらに重視される傾向にあります。

これは企業も地域社会の一員として、地域に対し社会的責任を負担すべきという考えであり、今後、大企業、中小企業を問わず求められていくものです。そういった流れの中、企業に地域課題の解決に取組みたいと考えた場合、企業内にそういったノウハウがないため、企業に代わり、また協働して取り組むパートナーが必要となってくることが予想されます。

そのパートナーとして適当なのがコミュニティビジネス事業者であり、企業との協働によって、企業の資金的、物的、人的支援が期待できることから、こうしたCSR意識の高まりがコミュニティビジネスの活性化につながることを予想されます。

2 コミュニティビジネス支援指針の内容

上記のように、コミュニティビジネスには、様々な課題が存在する反面、社会的要請や意識変化により、これを促進する動きもでてきています。

そこで、そうした課題を克服しながら、促進要因を活用した支援の方策が必要とされています。

(1) コミュニティビジネスを活性化させるために

ア 理解の促進 - コミュニティビジネスを知ろう

コミュニティビジネスは、事業者、支援者、顧客が地域の一員として関係しながらビジネスを発展していくものであり、ともに学び、ともに成長していくことで、事業性を強化していくビジネスモデルを持っています。

コミュニティビジネスの提供するサービスや商品は利益追求のためでなく、地域課題の解決を目的としており、その対価単独では採算の合わないものが多いため、そこに支援者として寄附等の資金や施設等の物品を提供する者や、ボランティアとして労務を提供する者が参画することに加え、顧客が価格の安さ以外の地域に対する価値を見出して、コミュニティビジネスの提供するサービス、商品を選択するように行動することで初めて、事業を継続・成長させることができるのです。

そのためには、事業者以外の住民が、顧客となり、支援者となるように、コミュニティビジネスの意義や地域への効果につき、正しく理解することが必要であり、そのミッションや事業を知る機会を増やしていく必要があります。

そのためにはわかりやすく、身近な事例の紹介や、コミュニティビジネスの現場を見学したり、体験したりする機会の拡大が必要です。

イ 参加の促進 - 仲間を見つけ、ともに学ぼう

コミュニティビジネスには十分なビジネスモデルやマニュアルが存在せず、また、地域の特性にあわせて様々な事業例が想定されることから、一人のビジネスに精通した人間が事業を始めるというよりも、同じような課題解決を目指す人々が、仲間をつくり、ともに学習していく中で、事業プランを練り上げ、必要な資源を集めて起業するケースが多いという特性があります。

そこで、各地域で仲間づくりや学習の場を設けることにより、志ある者が集い、触発されながら事業者に成長していく仕組みをつくることが重要であり、その場はできるだけ身近にあることが望ましいと言えます。

ウ 支援の促進 - まちづくりの観点からの支援の仕組みづくり

事業の芽が出て、活動が始まると、資金、活動拠点、人材などの様々な

課題が発生してきます。

しかしながら、そういった時に活用できる地域資源や支援機関は通常のビジネスを行う小規模事業者等に比べてまだ少ない状況にあるとともに、その存在を知らない事業者が多い状況にあります。

そこで、小規模事業者（中小企業）やベンチャー企業向けの事業メニューや、商工会・商工会議所、中小企業支援センター等の支援窓口等で、法人格の種類に応じて、コミュニティビジネス事業者にも利用できるものを周知するとともに、コミュニティビジネスの特性（地域経済を支える新たなビジネスであり、低収益でも社会的な存在価値は高い）を支援の担当者等に理解してもらうことが必要です。

また、コミュニティビジネスを支えるのは、地域に潜在する様々な資源（人材、資金、施設、情報等）であり、それらを発掘、活用、循環させる仕組みを、地域・民間主導で構築していくことが重要です。

その際に留意すべきなのは、その主体はあくまで地域の住民、NPO、企業等であることが重要で、行政はその側面支援に努めるべきということです。

それは、コミュニティビジネス自体が、公共に依存することなく、住民自らでできることは住民自らで行おうとする意識や流れの中から生まれてきたものであり、その意識こそが今後育てていくべきものであるからです。

しかしながら、逆に、その地域循環の仕組みの立ち上げや、機能し始めるまでの間は行政の関与や支援が必要です。

そういった資源の発掘や創出には、行政の果たす役割が大きく、特にコミュニティビジネスを支援する目的での空き施設の提供等は効果が高いと考えられます。

さらに、行政がコミュニティビジネスを支援するポイントとしては、今後、地域全体のまちづくりという観点から、行政の公共サービスをアウトソーシングできるようなコミュニティビジネス事業者を育成するという趣旨で、地域特性に応じた戦略を持って、特定の事業分野に対し助成金等も含む支援を行うことが重要です。

また、今後の高齢社会に対応するため、商店街等に商業以外の生活に必要な様々なサービス提供機能を付与することで、効率的で適正規模の生活圏（歩いて暮らせる街）を構築するという観点から、空き店舗対策等により、コミュニティビジネス事業者の育成、誘致を進めていくことも必要になってきます。

(2) コミュニティビジネス支援の指針

前述の目的を実現するためには、社会全体でコミュニティビジネスを支援し、育てていく仕組みが必要です。その際、必要となる支援機能として下記の3つが考えられます。

「**シンクタンク機能**」...地域課題を整理し、活用できる地域資源を洗い出し、地域課題の解決のシナリオを作るためには、民間と行政の協働により、情報収集、事例研究などの調査研究が必要です。そのための研究の場の設置や、情報の収集・整理の仕組みが必要です。

「**マッチング機能**」...情報発信の手段に乏しいコミュニティビジネス事業者にとって、顧客や支援者と出会うことのできる場は非常に重要です。事業者と顧客または支援者としての住民との出会い、支援機関としての行政や商工会・商工会議所、金融機関等との出会い、ビジネスパートナーとしての企業との出会い、マスコミとの出会いの場を、地域ごとに定期的に創出する仕組みが必要です。

「**信用付与機能**」...発展途上にあるコミュニティビジネスにとって、行政等からの信用付与は大きな事業促進の足がかりになります。地域課題の解決のために効果の高いものや、ビジネスモデルとして先進的であったり、独創的であったりするものについては、積極的に価値を認め、評価の結果を広く公表することで、信用を付与する仕組みづくりが必要です。

これらの機能を、行政、経済団体、金融機関、企業、NPO等が連携して担っていく必要がありますが、その際に重要な役割を果たすのが、インターメディアリー（中間支援組織）です。

これらの組織は、コミュニティビジネス事業者を支援することを目的とする専門支援組織であり、地域のコミュニティビジネス事業者の実態に精通し、その支援ニーズを最もよく把握しています。

本県には力のあるコミュニティビジネスの支援組織が既に多数存在し、自主的に多くの支援事業を展開しています。

そこで、こうした支援組織の持つノウハウと行政の公共資源を活用した具体的な施策の方向として、下記の仕組み・施策を提案します。

ア 地域の資源を循環させ、コミュニティビジネスを支援する仕組みを創る **- 地域資源バンクの設置**

コミュニティビジネスを支える地域資源については、人材、資金、施設、情報等が考えられますが、活用の仕組みが整っていないために十分に発掘・活用されていないのが現状です。また、今後の人口減少等を考えると、こうした限られた資源を活用するだけでなく、地域内で循環させる仕組み

が必要です。

そこで、コミュニティビジネス支援組織や行政が中心となり、経済団体、金融機関等と連携し、企業やNPOを巻き込みながら、地域資源の循環の仕組みを創り、それぞれの特性に応じて役割を分担することが必要です。

具体的には「人の循環の仕組み」「情報の循環の仕組み」「資金の循環の仕組み」「施設等の循環の仕組み」を別々に運用しながら、相互に情報交換してゆるやかに連携する体制をつくります。そして、その情報ネットワーク組織を「地域資源バンク」と称することとします。

その連携の結節点として、学識者、コミュニティビジネス支援組織、経済団体、労働団体、金融機関等で構成する「コミュニティビジネス事業評価委員会(仮称)」を設置し、コミュニティビジネスの優良事業の発掘・選定・顕彰及び情報発信を行いながら、地域資源バンクの運営を支援していきます。

また、委員会の事務局(同時に地域資源バンクの連携窓口)を産業労働部に設置し、委員会の庶務と市町村への働きかけ(市町村担当者会議の運営)支援情報の収集・管理と情報発信(情報センター機能)及び庁内部局の施策調整(創業支援、NPO支援、生涯学習施策等のコミュニティビジネス支援への誘導)を行っていきます。

(ア) 人材を循環させる

人材は、コミュニティビジネスを成立させる最も重要な要素であり、核となるものです。事業を主導するリーダー人材から、それを補助する様々な専門能力を持つ人材まで、様々な人材が必要です。それらを一から養成することも大事ですが、様々な能力を持った企業の人材や行政の人材等をコミュニティビジネスの現場に巻き込んでいくことも重要です。

特に、愛知県においては、平成13年度より県職員の研修の一環として、NPOへの派遣研修を実施していますが、今後は、大幅に拡充する方向で検討中です。

一方で、余暇を利用してコミュニティビジネスの現場に関わることで、職業とは別の観点での自己実現が図れることから、企業、行政からのコミュニティビジネス等への参画希望者が増加しているとともに、企業等にとっても人材の活性化につながるとして、研修の場としてコミュニティビジネスの現場を活用したり、余暇時間における社会貢献活動を奨励したりしています。

こうした人材とコミュニティビジネスをマッチングできるような情報提供を行うことで、企業人材、行政人材の循環を促します。

また、出産・育児のために退職した女性や定年退職した高齢者、仕事に

報酬よりも、やりがいや自己実現を求めている若年者や障害者等についても、能力発揮の場としてコミュニティビジネスを志向していることから、その担い手としての活用を促進する必要があります。

さらに、教育の一環として起業体験を奨励する大学も増加しており、研究室やゼミ単位、または学生団体として、商店街等において実際にコミュニティビジネスを起業する例もあります。こうした大学や学生団体もコミュニティビジネスの担い手として期待でき、連携を強化していく必要があります。

そして、コミュニティビジネスはビジネスノウハウがオープンで持ち出し自由であることから、コミュニティビジネスの現場で育成された人材が新たなコミュニティビジネスを起業するという好循環を生み出すことも期待できます。

こうした、人とビジネスの好循環を促進するためには、コミュニティビジネス事業者の人材育成機能を高める必要がありますので、県において、コミュニティビジネス事業者に若者、女性、高齢者等を受け入れて現場研修を行うことをモデル的に委託する「**コミュニティビジネスインターシップ事業(暖簾わけ促進事業)**」を実施し、その人材育成能力の向上を図り、人の循環を促進します。

(イ) 情報を循環させる(ネットワークをつくる)

コミュニティビジネスについては、活用できる支援制度が少ないことに加え、それらの情報が整理されていません。

通常のビジネス事業者やベンチャー事業者については、支援施策も体系づけられ、商工会・商工会議所、中小企業支援センター等でワンストップの相談が受けられますが、コミュニティビジネス事業者は、法人形態や事業分野も様々であるため、支援施策が体系づけられておらず、ワンストップで総合的に相談を受けられる窓口はありません。

そこで、県において、コミュニティビジネスに活用できる国、県、市町村、各種団体の支援施策の情報を一元的に収集、発信する機能を整備することで、支援情報の循環を促します。

また、コミュニティビジネスの正しい認知を広げるためには、優良事例を発掘し、その事業内容やノウハウを発信することが重要です。そこで、前述の**コミュニティビジネス事業評価委員会(仮称)**において、優良事例の選定、顕彰を行い、それらの事例をパンフレット等に掲載し、周知を図ることで、コミュニティビジネスへの認知・理解を広げます。

さらに、コミュニティビジネス事業者と住民、民間企業、商工会・商工会議所等の顧客・支援者、またはコミュニティビジネス事業者同士の交流

を促すために、地域単位で出会いの場を設定することも有効です。

そこで県内3地域において「**コミュニティビジネスマッチング交流会**」を開催し、事業者情報の循環を図り、ネットワーク化を促進します。

一方、平成18年2月4日(土)5日(日)の2日間、名古屋市において全国初の「**コミュニティビジネス全国サミット in あいち**」が開催され、全国のコミュニティビジネス事業者の情報共有とネットワークが図られたところです。こういった全国ネットワークも活用して、情報の循環や事業者ネットワークの構築を促進します。

(ウ) 資金を循環させる

コミュニティビジネスが、事業性を高めていくためには、公的助成・補助金や寄付・会費等への依存をできる限り抑えながら、事業規模の発展に応じて民間資金市場から資金を調達できることが重要です。しかしながら、コミュニティビジネス事業者にとって、現在の既存金融機関からの融資等による資金調達は容易ではありません。

まず、NPO等非営利法人に対する融資メニューが限られていること、そして、コミュニティビジネス自身が通常のビジネスと比べ発展の速度が遅く、発展段階モデルもないことから、金融機関から見れば、採算性が見込めず、融資が実行されない状況にあります。結果、代表者個人がリスクを抱えて資金を調達することとなり、事業拡大の障害になっています。

一方、信用金庫等の地域金融機関がリレーションシップバンキングを促進する中で、社会責任型貸出しとして、コミュニティビジネスのような地域密着型ビジネスに門戸を開く傾向も現れてきています。

さらに、市民自らが、自らの意思で、社会貢献事業に投資・融資することを仲立ちする仕組みとしての、市民バンク、コミュニティバンクといった市民金融組織が全国で活動を始めています。これは、コミュニティビジネスを支える資金の循環を市民自らの手で作り出す有効な手段です。

本県においても、平成17年10月23日に若者による市民金融組織である「**コミュニティ・ユース・バンク momo**」が、11月19日には愛知県中小企業家同友会が中心となった市民金融組織である「**愛知コミュニティバンク**」が設立され、ともに平成18年度より融資を開始する予定になっています。

こういった市民金融組織等の取り組みを広く周知し、既存の地域金融機関との連携を促進することで、民間主導の資金循環を活発化させます。

また、将来的な課題としては、こうした間接金融に加え、私募債発行などによる市場から直接資金を調達する仕組みや、地域通貨の活用による資金循環についても検討する必要があります。

(エ) 施設等を循環させる

コミュニティビジネス事業者にとって、活動拠点の確保も事業実施にあたっての重要な課題です。もともと収益性の低いビジネスモデルが多いので、賃借料等の固定費は大きな負担です。

その一方で、行政合理化による組織の統廃合等で、国、県、市町村の空き施設は多数存在していますが、必ずしもすべてが有効に活用されているわけではありません。また、企業等においても事業規模の合理化、適性化により同様の空き施設を抱えています。

こういった空き施設を、コミュニティビジネス事業者に安価で提供し、事業活動拠点として活用させる例が、近年増加しており、コミュニティビジネス活性化に寄与しています。また、リユースパソコンや不要備品をNPO等に提供する企業等もあります。

例えば、名古屋市においては、廃校になった小学校の校舎を改装し、**地域密着型ビジネス支援施設**として整備し、平成18年4月から運用を開始する予定です。また、官民のNPO支援センター等でインキュベート施設を整備する例も見られます。

また、商店街においては空き店舗対策が重要課題になっており、従来のような小売店舗以外のサービス業種を導入するために各種の支援策が整備されてきています。こうした空き店舗等もコミュニティビジネスの重要な資源になります。

そこで、こうした施設等の有効活用例を広く普及し、各地域における自発的取組を促進することで、施設等の循環を促進します。

イ 既存の施策を活用する

県等が行う施策の中で、コミュニティビジネスの促進や支援を直接の目的とはしていないが、結果として、コミュニティビジネスの発展に寄与する施策も多数あります。そういった施策の活用をコミュニティビジネス事業者に促がしたり、担当部局や市町村等に対し、施策実施に当たってコミュニティビジネス支援の視点を加えてもらうことで、コミュニティビジネス事業者にとって大きな力になります。

そこで、施策を所管する関係機関と連携をとりながら、効果的な施策の運用を図っていきます。

(ア) 出会い、学びの場の設置 - NPO、生涯学習施策の活用

コミュニティビジネスは、前述のように、地域課題の解決を目指す方々が、仲間をつくりながら、ともに学習して、事業を起こしていく場合が多数です。したがって、コミュニティビジネスの芽を育てるためには、地域

の課題に気づき、解決を図ろうとする意欲のある方々が、集い、出会い、ともに学習する場を作っていくことが重要です。

そうした観点から見ると、現在行われている、NPOサポートセンター等におけるNPO、ボランティアに関するセミナーや、生涯学習施設等における各種セミナーは、こうした出会いと学びの場として活用することが可能です。

ただし、その際に留意することは、NPO支援施策では、社会課題の発見・解決に向けての社会運動的な面が強調され、その事業性が重視されておらず、その点に関しての情報やノウハウが少ないということです。

さらにNPOの中にはボランティア団体が発展した形態の団体が多く、対価を徴収することに罪悪感を持つ「ボランティア神話」が根強く残っていることが、事業性が重視されない理由の一つにあります。

しかしながら、NPOが組織として継続的かつ安定的にサービスを供給していくためには、資金的安定は不可欠であり、今後、NPO支援の面でも、その事業性が重視されていくことが予想されます。

また、生涯学習施策についても、従来はどちらかというところ参加者の趣味的興味が優先され、カルチャー的なセミナーメニューが多く、直ちに組織・グループ化や活動、事業実施に結びつくことは少ない状況でした。

しかしながら、社会貢献志向の高まりから、自分の身につけた知識や技術を直接社会に活かしたいという欲求は増加しており、より実践的なメニューが求められる傾向にあります。また、生涯学習活動の中でも、公民館等は、地域の様々な団体により活用されており、まさに地域課題を発見するのに適した施設です。

そこで、NPO支援施策や生涯学習施策にコミュニティビジネス育成の視点を加え、NPO支援や生涯学習の場をコミュニティビジネスのための出会い、学習の場として活用していきます。

(イ) 事業ノウハウ、資金、活動拠点の支援 - 創業支援、商店街支援の活用

商工会・商工会議所などを中心として、創業支援の取り組みが盛んに実施されていますが、これも通常の小売業やサービス業が中心であり、その前提をもとに事業ノウハウの提供、資金融資、アドバイザー派遣等の各種の支援施策が用意されています。一方、ベンチャービジネスといったITを中心とした最先端技術等を使用した高収益なビジネスモデルへの支援も拡大しています。

しかし、小さいながらも、今後もっとも市場の拡大が期待できる分野が生活密着型であるコミュニティビジネスであり、人が生活し続ける限り、そのニーズがなくなることはありません。

そうした流れの中で、商工会・商工会議所の創業支援メニューの中に、介護事業等のコミュニティビジネスの分野が含まれてきたり、コミュニティビジネスとベンチャービジネスの両方の要素を持った「ソーシャルベンチャー」といったタイプの事業も見られるようになってきました。

本年度、県において県内の商工会・商工会議所を対象とした「地域ビジネス支援者研修会」を5地域において、各2回開催し、コミュニティビジネスの事例や支援における留意点などについて説明することで、コミュニティビジネスへの理解を促進しました。

こうした流れを継続し、既存の中小企業支援機関に働きかけることで、創業支援、ベンチャー支援施策の中にコミュニティビジネス育成の視点を加えていきます。

また、中心市街地活性化対策や商店街振興施策においても、小売業だけでは人の賑わいを取り戻せないことから、新しいサービス業の形態であるコミュニティビジネスを商店街の活性化に活用しようという動きも活発化しています。

さらに今後の人口減少、超高齢化、公的資金の減少等を考えると、商店街等を含む中心市街地に、生活に必要なサービス機能を集約し、効率的な生活圏を形成することが必要となることから、それぞれの地域で特性に応じて、必要とされる生活支援機能をコミュニティビジネスで作り出し、商店街等に効果的に配置するような、まちづくりの視点を持った戦略的促進施策が必要とされてきます。

そこで、商店街の空き店舗対策として、地域において必要な生活支援サービスを空き店舗等に誘導し、育成することで、歩いて暮らせる街のモデルを作り出せるような支援のあり方を検討していきます。

(ウ) 雇用・就業の場として拡大・整備 就業促進策の活用

就業促進の観点からも、コミュニティビジネスの起業や就業を念頭においた施策が実施されています。厚生労働省では、コミュニティビジネスによる起業を促進し、雇用を創出する観点から「地域創業助成金（創業経費や雇用者の人件費への助成）」を設けているほか、特に高年齢者の起業を促進するため、「高年齢者等共同就業機会創出助成金（45歳以上の高年齢創業者が3人以上で新たに設立した法人を対象に創業経費や運営経費への助成）」を設けています。

さらに、公共職業訓練の分野においても、創業訓練を実施しており、本県においては、平成17年度から県立名古屋高等技術専門学校において訓練コースに「創業訓練科」を設け、コミュニティビジネスによる起業を目的とした職業訓練を実施しています。

前述のように、コミュニティビジネスは女性・高齢者の能力発揮の場として期待されるとともに、社会人基礎能力が不足する若者の社会訓練の場としても活用できることから、雇用・就業対策や職業訓練の観点からの施策の活用も促進していきます。

(エ) 地域資源を活用した地域経済の活性化

特区・地域再生制度の活用など

地方分権の流れの中で、「自主・自立・自考」の取組みによる地域経済の活性化、地域における雇用機会の創出その他の地域の活力の再生を目指した地域づくりの取組みが求められています。

構造改革特区・地域再生といった制度により、国においては、地域の創意工夫に基づく自主的・自立的で持続可能な地域づくりを様々な形で支援する中で、民間、NPOの自由な活動を促し、地域の活性化につなげていくこととしています。

とりわけ、特区制度の活用により国の各種規制の緩和を図り、民間やNPOなどの取組みを促しながら地域資源を生かした地域産業の振興、観光交流の促進などに取り組む動きや、地域再生制度の活用により、NPOの主体的な活動を支援する動きも活発です。また、地域再生制度の中には採算ベースに乗りにくい公益的な事業に取り組む民間事業者を支援する仕組みもあり、こうした制度の活用はコミュニティビジネスの発展に効果的です。

地域づくりの主体は市町村であり、県は広域的な連携の促進や施策の方向性の調整等により後方支援を行うことから、これらの制度を活用する中で、地域資源の活用による持続的な地域経済活性化の手法としてのコミュニティビジネス振興の視点の導入や、コミュニティビジネスに取り組む主体の育成等に市町村が積極的に取り組めるよう、情報提供等の働きかけを行っていきます。

第3章 コミュニティビジネスの事例紹介

この章では、愛知県内を中心とするコミュニティビジネスの好事例を紹介します。ここでは、コミュニティビジネスの中でも、特に事業性(採算性)に優れていたり、事業モデルが革新的であるものを取り上げており、介護事業のようにコミュニティビジネスとしてイメージしやすいものはあえて取り上げておりません。

また、一般的な活動分野別(福祉、環境、教育等)の分類を行わず、資金調達の方法や事業モデルの性格等で分類をしております。

1 公的資金活用型

障害者支援費制度の公的資金による収入を活用して新たな事業を生み出しているビジネスモデル

社会福祉法人むそう

2 独立採算型

新しいサービスや商品、文化を創造することで、事業収入中心の運営を実現しているビジネスモデル

株式会社コミュニティタクシー

立田ふれあいの里

にっぽんど真ん中祭り組織委員会

3 先導事業創造型

行政よりも先にニーズを発見して事業モデルを作り、行政からの事業委託や補助を誘導するビジネスモデル

特定非営利活動法人NPO愛知ネット

特定非営利活動法人 Mama's Cafe

4 複合組織型

事業特性に応じて、学校法人、社会福祉法人、特定非営利活動法人、株式会社等を使い分け、トータルの運営で目指すべき社会づくりに取り組むビジネスモデル

ゴジカラ村

社会福祉法人むそう

〔 障害者自立施設を活用した中華料理店の経営やアジア雑貨の販売
など革新的な事業モデルで、障害者に新たな就労訓練の場を提供 〕

1 組織の概要

企業名	社会福祉法人むそう
代表者	戸枝 陽基
所在地	半田市長根町 3-1-11
設立	平成 11 年 4 月 1 日任意団体 平成 12 年 3 月 24 日 NPO 法人ふわり認証 平成 15 年 8 月 18 日社会福祉法人むそう認可
事業内容	通所授産施設、ホームヘルプサービス、レスパイトサービス、 デイサービス、グループホーム、成年後見事業
従業員数	26 人（正社員 25 名、パート 1 名）アルバイト 80 人
年間売上高	約 1 億 9 千万円
事業理念	住み慣れた地域で誰もが（障害のある方も）一市民として役割を果たしながら、豊かに暮らして続けていける地域システムを目指して

2 事業内容

これまでの収容型施設の概念から脱却して、地域にある資源を活動拠点として利用することで、どんなに障害が重くても、自己実現を生まれ育った地域で、最後までできるよう障害のある方の自立に向けた支援をしています。地域で障害のある方とご家族が安心して生活を楽しむために「必要な時に・必要な人に・必要なサービスを」をモットーに、支援費制度の対象となるホームヘルプサービス、グループホームのほか、障害のある方も生まれ育った地域で豊かに生きていくための支援を行っています。

通所授産施設アトスクウェアでの各種事業

中華茶房うんぷう、アジア雑貨、お弁当、アトスペースむく、たまごハウスびよびよ、喫茶なちゅなど、雇用されることが困難な人に通所により必要な訓練を行い、社会生活に必要な所得を獲得するための機会を提供することで、労働を通じた自立を支援するとともに、地域社会の人々とのよりよい関係づくりを目指しています。

ホームヘルプサービス

ライフプランや自己実現を踏まえて作成する個別支援計画に基づいて、障害者の日常生活支援のための身体介護、家事援助、移動介護を行い、介護者の負担軽減や本人の社会参加を支援しています。また、常に支援を必要とする人のための生活上の相談や助言を行っています。

グループホーム

親が亡くなった後でも障害のある方が自分の生まれ育った地域で暮らし続けて行くために、障害のある方が共同生活を送る場所を提供し、その生活をサポートしています。

デイサービス（知的・児童）

知的障害のある方の障害の状況に合わせた通所によるリハビリテーションや余暇文化活動など各種サービスを提供しています。また、養育を必要とする児童のために、子供同士で遊べる環境や親以外の大人と接する場所を提供しています。

レスパイトサービス

障害のある方を介助している家族等がその負担を軽減するために、一時的に利用できる支援や障害のある方の社会参加のための支援を私的契約サービスで提供しています。

成年後見事業

財産の管理やサービスの契約など障害のある方が意思判断が困難な時に、本人に代わって後見人が代理をすることで権利を保障する事業をNPO法人地域福祉サポートちたに依頼し、その補助的業務を行っています。

【主な事業内容】

事業名	サービスの内容	その他
通所授産施設 (アートスクウェア)	原則 18 歳以上の知的障害者を対象とした就労の場として、 「中華茶房うんぱう」というこだわりのラーメン屋を経営 テニーズコレクションとのタイアップによるアジア雑貨の 販売 平飼い自然養鶏の実施、自然養鶏卵「なちゅらん」の販売 地域のたまり場を提供する「喫茶なちゅ」の経営 見学者やスタッフのための弁当づくりと配達	年間売上 9,000 万円
余暇支援・イベント	スポーツクラブ、陶芸教室など休日等を利用した余暇や文化的 な活動を月 10 日程度実施 お祭りなど地域で行われるイベントへの参加	
ホームヘルプ	身体障害者、知的障害者(18 歳以上) 児童を対象に、 散歩、入浴、食事、排泄などの身体介護 外に遊びに行く・社会参加などの移動 洗濯、掃除などの家事援助 長時間に渡って見守りの必要な人への日常活動援助(身体)	年間売上 5,300 万円
デイサービス(知的) (児童)	18 歳以上の知的障害者を対象とする余暇文化活動とりハビリ テーションの実施 小学 6 年生までの児童を対象とする養育	年間売上 120 万円
レスパイトサービス (私的契約サービス)	短時間預かりから宿泊まで、利用者主体のサービスの提供 移送サービスや施設利用時の送迎	年間売上 3,000 万円
グループホーム	住み慣れた地域での暮らしをサポートする住居の提供 世話人を中心に、ホームヘルパーを利用した生活支援の実施	年間売上 1,700 万円
成年後見事業	財産管理、サービス契約、書類の預かり、身の上監護補助 NPO法人地域福祉サポートちたとの連携	

3 創業の経緯

理事長の戸枝さんは、大学を卒業後、半田市の社会福祉事業団に就職。知的障害者の施設で主にケアワーカーとして働いていましたが、「本来、障害のある方を社会に対して自立させていくための施設のはずが、現実では 1%しか自立ができていない。これでは障害者を指導、訓練しても、親元を離れての自立した生活はできない」と施設福祉のあり方に疑問を持つようになり、「昼は働く場所があって、親がいなくても普通に生活が営める仕組みがやってみたくなった」ことから、障害のある方の親たちの賛同も得て平成 10 年に退職。その後 1 年間の準備期間中に IT の勉強や、経営、経理、営業など今までに縁のなかった勉強をしながら、平成 11 年 4 月 1 日に任意団体「ふわり」を設立。翌平成 12 年には特定非営利活動法人の認証を経て、平成 15 年に社会福祉法人むそこの認可を取得しました。

4 地域との連携

遊休施設の活用

半田市板山地区の公民館裏にある移転によって使われなくなった保育所の土地建物を市から年間 6 万円で借り受けて、改装を行い、喫茶店「なちゅ」として活用しています。「なちゅ」では駄菓子も販売しており、学校帰りの子供たちが立ち寄るなど地域住民との交流の場になっています。

また、地元の厚意により広い空き地を無償で借りて、平飼いの自然養鶏事業を行っています。事業ノウハウについては、地元の南知多町や北海道の養鶏業者から技術指導や

資材の提供等を受けて、自然養鶏卵「なちゅらん」の生産をしています。

サポーターやヘルパーなど地域人材の活用

ふわり・むそうにはホームヘルパーの他にも、障害者の介助支援に関わっているサポーターや将来福祉の現場での仕事を志す日本福祉大学からのインターンシップ研修生、調理や洗濯の手伝いなどに関わっている主婦など数多くの地域の人々がその活動を支えています。

地域行事への参加

むそうでは、障害のある方は、地域で暮しており、むそうはその生活の一部であることから、祭りや防災訓練を法人内で行なうのではなく、地域と共同で行なう、もしくは地域にある祭りや訓練に参加させていただくことにより、障害のある方も同じ地域で暮らし続けていくことを知っていただく機会を作っています。

5 現在の課題

障害のある方がグループホームやホームヘルプ、送迎サービスを利用することで、当たり前前に地域で生活することを支援し、その生活を支えるために、また一市民として働く場所を確保し、余暇活動の場が選べる生活がようやくできるようになりました。また、それを支える支援として、相談支援や、医療との連携、親亡き後の障害のある方の権利を守る成年後見制度などが整いつつあります。この一連の仕組みを「地域生活支援システム」と位置づけており、その精度をいかにあげていくのかが課題となっています。また、この仕組みが広がっていかねば制度にならず、障害のある方が住みなれた地域で暮していくのは難しいと考えています。

地域の方に、障害のある方が暮らしやすい地域やシステムは、お年寄りにとっても子どもにとっても暮らしやすく、誰もが住みやすい地域であることをより多くの方に知っていただくことも課題の一つです。そのためには、障害のある方だけに関わるケースワーカーとしてではなく、障害のある方と地域の環境やそこに一緒に住んでいる市民の方をつむぐソーシャルワーカーとしての人材が必要であり、その人を養成していくことが課題と考えています。

6 今後の展開

障害や年齢の区別に関わらず、様々な案件について相談できる窓口があり、それぞれの専門知識を持った人が配置されていれば、障害のある人もその家族も困った時に救われると考えており、そんな支援センターを地域に作っていくことを目指しています。

株式会社コミュニティタクシー

〔 市民出資のタクシー会社により、お客様本意のサービスを追求し、地域の生活者にとって真に使いやすい新しい移動手段として黒字化を達成 〕

1 組織の概要

企業名	株式会社コミュニティタクシー
代表者	岩村 龍一
所在地	岐阜県多治見市虎溪山町 3-117-3
設立	平成 15 年 1 月 20 日
事業内容	一般乗用旅客自動車運送業、一般貸切旅客自動車運送業、便利屋サービス事業、訪問介護事業
従業員数	56 人（正社員 32 名、パート 24 名）
年間売上高	約 2 億 5 千万円
事業理念	ありがとうのハートフルキャッチボール

2 事業内容

地域の生活者にとって真に使いやすい足となる新しい移送手段の創出と、機動力を生かした各種の生活支援サービスの提供で、地域住民の生活環境の向上や高福祉社会の形成に寄与する地域に密着したコミュニティビジネスを確立することを目標に、一般タクシー事業を中心に次の 3 つの事業を行っています。

一般タクシー事業

「近距離では乗りにくい」、「タバコ臭い」など従来のタクシーのイメージを払拭し、「ハートフルドライバー」と名付けた乗務員が徹底したお客様本意のサービスを提供しています。ドライバーが自らの手でドアを開ける「ドアサービス」や雨天乗降時の「傘サービス」を実施。また、地球環境にもやさしいハイブリッドカーを中心に全車小型車（禁煙車）を導入し、運賃は自動認可運賃の中でも低料金を実現しています。

福祉介護サービス事業

社会福祉士やホームヘルパー資格を持つドライバーによる移送介護業務だけではなく、訪問介護事業、ケアプランの作成、デイサービスの設立運営など、介護保険の枠にとられない生活支援サービスを株主企業と提携して提供しています。

便利屋サービス事業

草刈り、庭木の剪定、マンションの外回り清掃、買物同行、水回り修理など高齢者世帯や子育て世帯からの相談・依頼に基づき、高齢者を中心とした登録スタッフによる日常生活の「ちょっとした困り事」を解決する事業を行っています。

【主な事業内容】

事業名	サービスの内容	その他
コミタク (一般タクシー事業)	低料金（初乗り 1.5km540 円、業界平均より約 15%安い） ハイブリッドカー導入（小型 18 台中、プリウス 8 台） 徹底したお客様本意サービス（ドアサービス・傘サービス） 70 歳以上は料金 1 割引（シニアカードの発行、市内シェア 22%） 全車禁煙（協力）車 駅待ち、流しはしない 業界未経験者の積極採用とパート運転者の雇用（高齢者、女性）	月間売上 1,800 万円
介護タクシーサービス (福祉介護サービス事業)	社会福祉士、ホームヘルパー資格を持つドライバーによる移送介護業務 建設会社（株主企業）との共同によるデイサービスの設立運営	月間売上 80 万円
ラクシーホームサービス (便利屋サービス)	草刈り・草取り、庭木の剪定、水回り修理等日常生活の「ちょっとした困り事」のホームサービス 料金は時給単価 1,500 円 × 作業時間 × 作業人数で設定 コミタクの認知度と共に問合せが急増	月間売上 180 万円

3 創業の経緯

東京多摩市の運送業者が行っていた「まごの手サービス（便利屋サービス）」に出会い感銘を受け、地元貨物運送事業者9社で設立した協同組合において、「便利屋サービス」などの事業を立ち上げました。そうした中、便利屋サービスとの相性の良さや既存のタクシー業界への不満、また、高齢化社会に対応した新しい移送サービスの必要性を感じ、規制緩和も手伝って、タクシー事業への新規参入を決意しました。

平成15年1月に会社を設立し開業3年を経過した現在、多治見地区の市場シェアは2割を超え、順調に売上げを伸ばしている。昼間は通院・買い物目的の高齢者が半数を占めており、夜間は居酒屋・スナック等の飲食店客が主流となっています。

4 地域との連携

市民から出資を受ける

利用者自らが利用者のために創る「市民タクシー構想」に基づき、出資を募った結果、地元中小企業経営者を始め、飲食店主、自営業者、会計士、司法書士、社会保険労務士、主婦などから出資を受けた。平成15年9月現在、資本金は2,500万円、株主は73名となっています。

他業種との連携

タクシー事業に固執することなく、結婚式場からマイクロバスの運転手派遣や維持管理といった業務を請け負うなど、便利屋サービスとも絡めて他業種との連携を進めています。

5 現在の課題

創業3年を迎え、黒字化が実現したが、キャッシュフローは依然として厳しい状態が続いており、また、各事業とも需要は増えつつけているが、設備資金調達と人員確保が極めて困難で、急成長は望めない状況である。

さらに、「コミタク」が浸透するに従って、サービスに対するお客さんの期待も高まっているために、その期待にどう応えていくかが課題となっている。

6 今後の展開

小型乗り合いバスや会員制タクシーなど、バスより利便性が高く、タクシーより安価な乗り物により地域住民のコミュニティ性を重視した、市街地と郊外住宅地を結ぶ新交通システムの開発を進めていきたい。

また、タクシーの電話受付窓口である「コールセンター」の機能を拡充し、地域住民のどんな相談にも応えられる「街のコンシェルジュサービス」を実現したい。

現状に満足することなく、タクシー、バスなど、地域の“足回り”を担いながら、地域で困っている人の助けとなるような「生活支援企業」を目指すとともに、行政でもボランティアでもなく、民間企業が地域の問題を解決するビジネスモデルを構築し、全国に普及させたい。

立田ふれあいの里

地域住民主体の組織運営で、地産の農産物や特産品を販売。初年度から黒字化を達成し、地域経済の活性化や住民同士の交流に貢献。

1 組織概要

運営主体	「立田ふれあいの里」運営連絡協議会
代表者	会長 伊藤仁
事務局	立田村商工会（事務受託）（平成18年4月より愛西市商工会）
所在地	愛西市森川町井桁西27
設立	平成16年4月26日
会員数	150名
内部組織	朝市部会、商工部会、生活改善部会

2 事業概要

愛知県の最西部にある旧立田村(現愛西市)は、平成17年4月1日の佐屋町、佐織町、八開村との合併を前に、平成16年12月19日に「立田ふれあいの里」を開設しました。

運営は、地域住民が中心になって組織した「立田ふれあいの里」運営連絡協議会が当たっており、「おいしい 楽しいが いっぱい」を合言葉に、地元で生産された新鮮な野菜や花などの農産物や、特産品のレンコンを使用したうどん、ソフトクリーム、どら焼き、パンなどを販売して好評を博すとともに、開設当初からの黒字化に成功しています。

こうした住民の主体的な取り組みは、生産や販売の増加による地域経済の活性化のみならず、住民意識の高揚や、地域間あるいは住民同士の交流の拡大につながっています。

3 施設内容

建物全体は、この地方独特の「水屋」（洪水に備えて土地を高くして建てた家）をイメージした和風造りで、屋根は日本瓦を使用し、石積みで黒い塀の落ち着いた風情をかし出しています。

なお、「立田ふれあいの里」は平成17年8月に国土交通省の「道の駅」に認定されました。

【主要施設】

産直施設(170㎡)：朝市部会のメンバーが育てたとれたての新鮮な野菜や季節の花が店頭を飾っている。

地域特産品供給施設(160㎡)：レンコンうどん、レンコンラーメン、あいさい弁当など、おいしいメニューが盛りだくさん。みそかつ定食も人気がある。

パン厨房(65㎡)：商工部会のメンバーが焼いたもちもちふわふわの手づくりパンを販売。レンコンパンもある。

実演厨房(65㎡)：生活改善部会のメンバーが考案したレンコンの蒲焼き、レンコン五平餅など、ヘルシーな食事や総菜などが賞味できる。

観光情報施設(30㎡)：地域の道路情報や観光情報が入手できる。

休憩所(130㎡)：のどかな田園風景が一望できる。

(敷地面積 = 12,700㎡、駐車場 = 大型車19台・普通車50台・身障者用2台、建物延面積 = 638㎡)

4 開設の経緯

昭和62年に立田村商工会を中心に、地域の潜在力を引き出す内発的な産業振興を目指して「立田の風をおこそう」研究会が発足しました。これを契機に、地元生産農家の有志34名が毎週日曜日に開催した朝市が、近隣の評判となり、後の「立田ふれあいの里」運営連絡協議会の母体となる朝市部会が成立しました。また、地元の特産物であるレンコンを食品として加工し、付加価値を高める方法を模索する「生活改善グループ」の活動成果も次第に地域住民の間で受け入れられるようになりました。

平成9年には立田村が地域特産品の販売拠点の設置の検討を始めるに至り、地域住民の長年の思いが、平成16年12月19日「立田ふれあいの里」の開設として結実しました。

5 地域との連携

施設の管理運営は、地域住民の代表者で構成する「立田ふれあいの里」運営連絡協議会が愛西市から指定管理者として受託しており、協議会の独立採算のもとで、地域住民の声が施設の運営に反映されるようになっていきます。

農産物は、95%以上が地元産、すべて生産者の名前付きで、早朝に生産者自身が売り場に並べ、夕方に残りをすべて引き取るというシステムを採用、年間で延べ約160品目に及ぶ新鮮な路地野菜が箱単位で並べられています。値段も生産者自身が決め、85%は生産者の収入に、15%は協議会の収入になる仕組みである。開設に伴い、売上増だけでなく、高齢者が生産現場に復帰して元気を取り戻したり、地域間で情報を交換しながら新商品・新品種の開発や、糖度を計る機械の導入等に意欲的に取り組むなど、地域産業の振興や住民同士の交流拡大に大いに貢献しています。

また、特産品のレンコンの付加価値を高め食品や加工品に仕上げる試みも順調に進み、地域内での生産・加工・販売という経済の好循環が、住民意識の高揚につながっています。

6 現在の課題

「立田ふれあいの里」は、愛知・岐阜・三重県境が交錯する県道佐屋多度線沿い、国営木曽三川公園のすぐ東という好立地やマスコミ等で大きく取り上げられた効果もあり、当初の売上見込みの1日55万円に対し、平成17年4月から12月の実績はほぼ倍の100万円をあげ、協議会の収支についても、16年度に続き17年度も黒字が見込まれています。

また、商品の値段や新鮮さ等から消費者にも大変好評で、レジを通った人の数は1日当たり平均で約800人にのぼり、雇用面では、新たに28人分を創出し、農産物の生産・加工に伴う経済効果と併せ、地域の活性化に大きな効果を及ぼしています。

協議会は、この好調な出足を持続するために、引き続き新鮮な良いものを、より安く消費者に提供することを基本に、新たな特産品の開発と加工品の付加価値の拡大に努めることとしています。

7 今後の展開

協議会では、ビジネスとして成り立つだけでなく、地域の振興・発展に寄与し、利用者に喜んでもらえる施設を目指して、農産物の直売施設を中心に、「ナンバーワンでなく、オンリーワン」を、そして「真心を売る」心意気で、「ここにしかない」ものを地域住民と協働・連携して創り上げていきたいとしています。

さらに、長期的には、家族が一日ゆっくりと楽しむことができるよう、イチゴ狩りやレンコンの体験掘り等の観光農園や、釣り堀、さらにドライブで疲れた体を癒すための足湯などを併設することも検討していきたいと考えています。

にっぽんど真ん中祭り組織委員会

「踊りで感動が伝えられる祭りを名古屋でもつくりたい!」と学生が始めたどまつりは今や 197 万人が参加する名古屋の夏の一大イベントに

1 組織の概要

企業名	にっぽんど真ん中祭り組織委員会
代表者	会長 岡田 邦彦 専務理事 水野 孝一
所在地	名古屋市中区栄 4-1-1 中日ビル 7 階
設立	平成 11 年 2 月 22 日実行委員会設立 平成 13 年 3 月 22 日普及振興会設立 平成 15 年 2 月 19 日普及振興会が組織委員会に改組
事業内容	にっぽんど真ん中祭りの運営
従業員数	6 人 (正社員 6 名)
年間売上高	約 2 億円
事業理念	其々の地域文化に誇りの持てるコミュニティづくりを推進する 人類共通の世界文化を目指す 世界の地域文化が集い、誰もが創る全員参加型の祭りを目指す

2 事業内容

にっぽんど真ん中祭り(略称:どまつり)は、「ひとと地域の活性化」「文化の継承と創造」という2つの目標を掲げ、「観客動員ゼロ」をコンセプトに、誰もが参加者になれる名古屋の夏のイベントです。「踊りの曲の中に地元の民謡を取り入れること」、「鳴子を持って踊ること」という2つのルールに基づいて、各チームがオリジナルの音楽、衣装、メイク、振付で踊りを披露しており、それを支える組織委員会の活動内容は次のとおりです。

「にっぽんど真ん中祭り」の主管

名古屋の繁華街「栄」地区の久屋大通公園に設置されたメインステージの他に、市内 20 か所に地域の住民が主体となって開催される「地域会場」が設けられています。第 7 回目の開催となった 2005 年には参加人数が 20,000 人、住民によるボランティアがおよそ 6,000 人、観客動員数が 197 万人となっています。

開催回・年	第 1 回 H11 年	第 2 回 H12 年	第 3 回 H13 年	第 4 回 H14 年	第 5 回 H15 年	第 6 回 H16 年	第 7 回 H17 年
参加チーム	26	54	78	105	160	160	175
参加人数	1,500	3,000	6,000	10,000	15,000	18,000	20,000
観客動員(万人)	32	50	84	102	142	144	197
参加地域	県内 (市町村)	6	11	19	40	70	34
	県外 (都道府県)	7	10	10	13	13	17
	海外 (チーム)	-	1	2	2	3	6
会場数	4	6	8	10	16	17	20

H17 年は、市町村合併による県内市町村総数の減少あり(H17 年 6 月 15 日現在)

「にっぽんど真ん中祭り」に関する普及活動

映像や写真だけでは伝わりにくい祭りの楽しい感覚を伝えるため、東海 3 県の全市町村に「どまつりキャラバン隊」による普及活動を実施しています。

「にっぽんど真ん中祭り」に関する収益活動

どまつりの運営資金は、企業からの協賛金、参加チームからの参加費、組織委員会会費の他、振付ビデオや CD、鳴子等の販売を行い、その収益を活動に充てています。

「にっぽんど真ん中祭り」に関する交流活動

チーム間や地域間の交流促進を目的に、各地域に支部を設置しており、今では愛知県内6支部と岐阜・三重各1支部の計8支部が、活発な活動を展開しています。

3 創業の経緯

平成8年6月、北海道の「YOSAKOIソーラン祭り」に参加した名古屋の学生たちが、「踊りで感動が伝えられるような祭りを名古屋でもつくりたい！この感動を名古屋から発信したい！」と願い、平成11年2月に現組織委員会専務理事の水野さんを代表とする実行委員会が設立されました。手書きの名刺を持っての飛び込み営業で資金集めに奔走するも、堅実な名古屋企業の壁は破れませんでした。民間の研究所による「経済効果40億円」というレポートが契機となり、500以上の企業や個人から予算の1,300万円を集め、同年8月に第1回「にっぽんど真ん中祭り」が開催されることになりました。

4 地域との連携

チームづくりを通してのコミュニティづくり

どまつり参加チームは、活動を通じて地元の民謡や地域の歴史・伝統などに触れ、2つとして同じところのない地域のよさを再確認するとともに、地域の人々と連帯感や信頼関係を築くことで、自分の地域に誇りを持てるコミュニティづくりを推進しています。

ボランティア、民間企業、商店街、行政との連携

学生や市民たちの自発的な発想と行動から生まれたどまつりは、参加者だけではなく、住民によるボランティアを始め、民間企業、商店街、行政等のバックアップを得て、地域を挙げた一大イベントとなっています。

5 現在の課題

回を重ねるごとに認知度が高まり、県内屈指の祭りに成長したどまつりですが、その規模の大きさゆえに、利害関係者が踊り手や観客などの参加者のみならず、民間企業、商店街、行政、メディアなど多岐に渡り、それらを調整しながらよりよい祭りとして成長させていくための、関係者間の合意形成の図り方など、非常に難しい問題に直面しています。

6 今後の展開

平成11年のスタートから現在までの貫かれた思いが平成15年の第5回の開催を契機に、「五十年構想」としてまとめられました。

其々の地域文化に誇りの持てるコミュニティづくりを推進する

人類共通の世界文化を目指す

世界の地域文化が集い、誰もが創る全員参加型の祭りを目指す

を基本理念として、メディアや行政との対話を進めながら、地域文化の重要性や人のネットワークの意義を唱えることにより、各チームやその地域社会との協力体制を構築し、「地域に根差したチームづくり」を進めながら、文化の継承、新文化の創造を推進し、人・地域の活性できる環境の充実に取り組んでいきたいと考えています。そして、名古屋を中心とした地域の祭りから、やがては日本を代表する世界の祭りに成長させることを目指しています。

特定非営利活動法人NPO愛知ネット

安否確認システム「あんぴメール」や外国人との電話通訳システム「いっつもトーク」などの新たな公共サービスを次々に生み出し、行政施策化を誘導する事業モデルで成長

1 組織の概要

企業名	特定非営利活動法人NPO愛知ネット
代表者	天野 竹行
所在地	安城市東栄町 1-7-22 内藤ビル 2階
設立	平成 11 年 4 月（平成 12 年 1 月 NPO 法人認証）
事業内容	防災・災害救援事業、防災に関する啓蒙啓発事業、在日外国人支援事業、市民活動活性化支援事業
従業員数	18 人（正社員 5 名、パート 13 名）
年間売上高	約 5 千万円
事業理念	防災、災害救援のための地域市民に対する情報サービス支援を中心に、個人の地域情報の利用向上と市民活動団体の情報化支援のために、インターネット活用の普及等、社会活動における情報化の推進に関する事業を行い、地域ネットワークを形成することにより、地域の防災に対する意識の向上を通じて、社会全体の利益の増進に寄与する。

2 事業内容

愛知県内並びに日本全国において防災、災害救助のための災害情報ネットワークに係る問題（災害時の情報不足と情報システム停止等）の改善、解決を図り、地域の防災に対する意識向上と社会全体の利益増進に寄与することを目的として、次の4つの事業を行っています。

防災・災害救助に関する事業

平成 14 年 2 月の東海・東南海地震強化地域の拡充に伴って、地域の防災活動に関するニーズは増加しており、その内容も地域や個人単位で多様化しています。このような中、防災訓練や安否確認システム「あんぴメール」など各種の啓蒙・訓練、情報伝達に関する事業を行い、地域に根ざした実行性のある活動を展開しています。

防災に関する啓蒙啓発事業

地域住民への防災の啓蒙を目的として、各種の講演会、講習会、シンポジウム、研修、訓練などを開催しています。

在日外国人の支援に関する事業

災害時に要援護者となりうる在日外国人への連携・支援を行うことを目的として、特にポルトガル語、スペイン語を母国語とする方々を対象に、日本で生活する上での障害となっている言葉の壁を乗り越えるための支援を行っています。

市民活動活性化のための支援事業

ボランティア及び市民活動の促進を目的に、指定管理者制度に基づく施設運営を含めて、ボランティアや市民活動を支援するセンターの管理運営を行い、NPOとしての特性やノウハウを生かした事業を展開しています。

【主な事業内容】

事業名	サービスの内容	その他
防災・災害救助事業	災害情報コーディネーター養成 安否確認システム「あんぴメール」事業（震度5以上の災害発生時に自分の安否や居場所を携帯電話の電子メールを使って知らせることができるほか、災害情報収集が可能なサービス） 県・市の総合防災訓練への参加	年間売上 900 万円
防災に関する啓蒙啓発事業	自主防災組織支援事業 公民館防災講座・防災カレッジ地域講座	年間売上 400 万円

事業名	サービスの内容	その他
在日外国人の支援に関する事業	電話通訳システム「いっつもトーク」事業（携帯電話などのイヤホンマイク端子に三者通話セットを接続し、ハンズフリーで電話通訳センターを介し、まるでそこに通訳者がいるように外国人とのコミュニケーションを支援するサービス） 行政通訳養成講座、医療通訳養成講座	年間売上 400 万円
市民活動活性化支援事業	刈谷市民ボランティア活動支援センターの管理運営委託 安城市民活動センターの管理運営委託 指定管理者制度に基づく、秋葉いこいの広場レストハウスの管理運営委託 みかわNPOスクエアの運営	年間売上 3,060 万円

3 創業の経緯

建設会社を営んでいた父親の跡を継ぐために当初は建築設計を学んでいた天野さんでしたが、父親の転落事故をきっかけに機械設計に転向し、年収は3,000万円にまでなりました。しかし、クライアントの要求に応えることへのプレッシャーと儲けることへの疑問から少し嫌気がさしていた頃、障害者のパソコン教室の講師を友人数人とやる話があり、そこで簡単なことを教えただけで大変喜ばれ「ありがとう」という言葉をかけられたことに大変な嬉しさを感じました。そして、教えることをしていると、災害救援団体とのつながりができ、阪神淡路大震災もあって災害情報を流通させることの必要性を感じ、活動を始めることになりました。

4 地域との連携

市民ボランティア活動の支援

11年前の阪神大震災の時、発災から復興まで住民による助け合いが力を発揮しました。今この地域も、東海・東南海地震が危惧されています。市民ボランティア活動支援センターなどを運営し、平時からボランティア活動に関する様々な情報提供や活動団体相互の交流と連携の促進、あるいは市民団体の自立化支援を進めていくことで、いざという時に、地域団体や住民と連携できる絆づくりを構築するとともに、市民の交流の場を積極的に提供しています。

行政との連携

指定管理者制度を含め、行政から市民ボランティア活動拠点の管理運営を受託することで、行政とNPOとのパートナーシップによる新しい形の地域ネットワークの形成を行っています。

5 現在の課題

一つは、被災地で学んだマッチング技術を、最大限地域に活かすこと。被災者のニーズと救援ボランティアのマッチング、言葉が通じない人（災害情報弱者）たちを通訳機能でマッチング、さらにはボランティアを求める人とボランティアをしたい人とをマッチングするということである。今までは「人と人」これからは「人と地域」を結び付ける。このマッチングが、災害に強いまちづくりに必要だと考えています。

2つ目は、NPO活動を行うためには、会費や寄付、事業収入による財源確保が必要不可欠であり、会費や寄付はもちろんのこと、特に自主事業をしっかりしていないと財源難に陥ってしまいます。行政からの委託事業のみに依存するのではなく、自主事業の確立が必要だと考えています。

6 今後の展開

災害救援団体の共通の課題は、災害が起こったときにどうボランティアをコーディネートするかから、今では災害が起こっても被害を最小限で食い止められるよう普段からのコミュニティ活動をいかに地元で作っておくかに移行しています。情報ネットワークを通常は防災を中心としたボランティアネットワークとして活用することで、災害時に有効なインフラとするとともに、地域情報の利用や提供を促し、地域の活性化を図っていききたい。

また、ボランティア団体、市民団体、NPO団体の皆さんが活動しやすい環境づくりを目指して市民活動センターを運営することで、情報と市民活動支援の新しいあり方を提供していきたい。

特定非営利活動法人 Mama's Cafe

子育てママが交流するカフェを運営し、「子育てママが子供と一緒に働ける」事業モデルで新しい子育て支援を実現

1 組織の概要

企業名	特定非営利活動法人 Mama's Cafe
代表者	山本 博子
所在地	岐阜県多治見市太平町 2-39-1 総合福祉センター内
設立	平成 13 年 12 月 (平成 16 年 8 月 NPO 法人認証)
事業内容	子育てママのための飲食 (カフェ) 事業、雑貨販売、教室事業
従業員数	21 人 (パート 21 名)
年間売上高	約 700 万円
事業理念	子育てママのためのリフレッシュプレイス

2 事業内容

「子育てママのリフレッシュプレイス」をコンセプトとして、子育てママの気持ち少し楽になる空間と時間を提供するとともに、子育てママが子供と一緒に出勤して働くことができる、「子育てママによる子育てママのためのカフェ」を運営しています。生き生きと子育てママが社会参加できる場所を目指して、次の3つの事業を行っています。

飲食 (カフェ) 事業

「小さな子供を連れているとゆっくりお茶ができない」、そんな子育て中のママのために子供を遊ばせるプレイスペースをカフェ内に設けるとともに、仲間同士が楽しく交流しながら食事ができるよう手作りワッフルやオリジナルランチ (お子様ランチ、離乳食ランチ) を提供しています。また、地元の料理自慢のセミプロが1日シェフを務め、腕を振るうワンデイシェフランチも提供しています。

雑貨販売事業

洗濯するのが楽しくなるかわいいエプロンや料理するのがワクワクするランチョンマットなど子育てママさんたち手作りの雑貨や他では目にかかれないアウトレット雑貨を販売しています。

教室事業

人形教室やビーズ教室など子供連れで受講できる子育てママのための教室を実施しています (平成 17 年 12 月現在、休止中です)。

【主な事業内容】

事業名	サービスの内容	その他
飲食 (カフェ) 事業	手作りの焼きたてワッフル 月齢に合わせた離乳食、栄養たっぷりのお子様ランチ 地元の料理自慢が1日シェフを務めるワンデイシェフランチ 子供が遊べるプレイスポットの設置	月間売上 60 万円
雑貨販売事業	子育てママ手作りの雑貨、アウトレット雑貨の販売 利益よりも作る喜びを優先した低価格設定	
教室事業	人形教室、ビーズ教室の実施 講師も受講者も子育てママ	

3 創業の経緯

見知らぬ土地での孤独な子育て体験から同じように子育てに疲れ、ストレスを溜めている親を集めた子育てサークルを始めたことがきっかけ。数年間続いたサークル活動に

より多くの仲間ができ、助けられることもありましたが、「ただ子供と楽しいだけでいいのか」と少し物足りなさを感じるようになりました。そうした中、世の中は不況のためにリストラが行われ、きれい事だけではなく「経済的」なことが必要だと思ふようになりました。「家計の足しに仕事をしたいが、子供を預けて働くとなると、時給より保育料の方が高い」、「でもやっぱり子供が小さいうちはそばにいてあげたい」といろいろ考えた結果、「子供を預けて働くのではなく、子供と一緒に働ける場を作る」ことを目的に Mama's Cafe を立ち上げました。

現在では、多治見のある東濃地方だけではなく、恵那や春日井などの遠方からもリフレッシュを求めて来店する子育てママが増えています。

4 地域との連携

公共の施設に場所を確保

多治見市総合福祉センター内に場所を借り受けたことで、センターに通う高齢者（先輩ママをシェフとしてカフェに招く）や障害者（食事のデリバリーサービス）との世代を超えたつながりが広がっています。また、スタッフは託児専門の Mama's Cafe スタッフに子供を預けて働くこともできます。センター内には児童館や公園が併設されているため子供と託児スタッフは安心して時間を過ごすことができます。

地元企業などからの支援

地元企業などから店頭で使用する陶器の皿等の提供を受けています。

5 現在の課題

子育て支援といった福祉的な役割もあるためビジネスとしての効率だけを求めることができず、赤字の状況となっています。その理由としては、店舗スペースがさほど広くないため、提供できる食事の量が限られており原価率が下がらないことや雇用の場をつくるために2人以上で店番をしており人件費が高いこと、あるいは、子育てに関する情報交換をする場所となっているため一組あたりの滞在時間が長く回転率が上がらないことがあげられます。

また、カフェオープン当時のメンバーの子どもが大きくなり、スタッフの世代交代の時期に差し掛かっており、後継者をどう育成していくのが課題となっています。

6 今後の展開

子育て支援や女性の社会参画の場という Mama's Cafe の理念を果たしながら、ビジネスとしても成り立つような経営の道を探っていきたい。

また、多くの能力を持った女性たちが結婚、子育てによってその能力を発揮する場を奪われている現状を考慮し、小さい子どもの母親だけではなく、子育てを終えたお母さんたちにも働く場を提供し、女性の社会参画を進めていきたい。今後は新規事業の立ち上げを予定しています。

ゴジカラ村

（社会福祉法人、学校法人、NPO 法人、株式会社、有限会社など、事業内容にあった法人形態を駆使し、「時間に追われない国づくり」、「共汗共酔の村づくり」を目指す）

1 組織の概要

企業名	社会福祉法人愛知たいようの杜、学校法人吉田学園、NPO法人雑木林物語、ゴジカラ村役場株式会社ほか
代表者	吉田 一平
所在地	愛知郡長久手町大字長湫根嶽 29-15
設立	昭和 56 年 4 月 1 日～
事業内容	デイサービスセンター、特別養護老人ホームなど各種福祉事業、幼稚園、看護福祉専門学校の教育事業、コミュニティ施設など
従業員数	250 人
年間売上高	約 15 億 3 千万円
事業理念	人生をゆっくりと楽しみたい人たちが集まる「時間に追われない国」づくり、多様な世代の人々がともに暮らし、生きる「雑木林」のようなコミュニティづくり

2 事業内容

名古屋の東部、都市化が進んだ長久手町にあるゴジカラ村は、緑豊かな雑木林に囲まれた 4 ヘクタールの広大な敷地の中にある特別養護老人ホームやデイセンターなどの各種福祉事業や幼稚園、看護福祉専門学校の教育事業などを中心に、高齢者と O L や子連れ家族と一緒に生活する共同住宅の運営、定年退職者の語らいの場であるリタイアメントハウスの運営などを行っています。名前の由来となっている「午後 5 時から」の「誰もが本来の自分に戻り、等身大のつきあいがいつもある場所」を目指して様々な事業が展開されています。

各種老人福祉事業

社会福祉法人愛知たいようの杜では、特別養護老人ホーム、ショートステイ、デイサービス、在宅介護支援センター、居宅介護支援事務所、訪問看護ステーション、訪問介護ステーション、グループホーム、ケアハウスといった各種老人福祉事業を行っています。

教育事業

学校法人吉田学園では、カタツムリの動きだけを見て 1 日過ごしても何も言われない、自然と戯れて遊ぶ 2 か所の幼稚園（「愛知たいよう幼稚園」「もりのようちえん」）の他、保健・福祉・医療の専門家を養成するための「愛知総合看護福祉専門学校」を運営しています。

コミュニティ施設事業

NPO 法人雑木林物語・ほどほど横丁では、「ぼちぼち長屋」という寝たきりの高齢者と一緒に、O L や子連れ家族が共同生活を送るコミュニティ施設を運営しています。

その他

定年退職者がゆっくりとこれからのことを語り合うリタイアメントハウス「ガレージサロン」、ゴジカラ村村民の快適な暮らしを守り管理業務を行う「ゴジカラ村役場株式会社」、この他にも築 150 年以上の移築した古民家を活用したみんなの溜まり場を設けています。

【主な事業内容】

事業名	サービスの内容	その他
各種老人福祉事業	特別養護老人ホーム(介護が必要な高齢者の生活を支え、機能回復訓練も行っています) ショートステイ(家庭での介護が一時的に困難になった場合に必要なサービスを提供しています) デイサービス(家で暮らす高齢者が仲間と一緒に過ごす場所を提供しています。送迎やリハビリ訓練も行っています。) 在宅介護支援センター(長久手町委託事業で、高齢者と介護者と、そしてみんなのためのよろず相談所です。) 居宅介護支援事務所(ケアプランを作成しています) 訪問介護ステーション(家での身の回りの世話をするホームヘルパーを派遣しています) 訪問看護ステーション(病院へ行くことが困難な場合、医師が診療に伺います。また、自宅での療養を支援しています) グループホーム(必要な時には介護サービスを提供しながら、地域の普通の一軒家での生活を支援しています。) ケアハウス(60歳以上専用の管理人付きアパートです)	年間売上 9.0 億円
教育事業	幼稚園(一日中、自然と戯れて遊び、いつもどこかで笑い声が響いています) 愛知総合看護福祉専門学校(保健・医療・福祉の専門家を養成しています。)	年間売上 6.0 億円
コミュニティ施設事業	ぼちぼち長屋(寝たきりの高齢者と一緒に、OLや子連れ家族が共同生活を送るコミュニティ施設を運営。1階に高齢者13人と職員、2階にOLや家族に住んでもらい、家賃はみんな一緒に65,000円。)	年間売上 0.3 億円
その他	リタイアメントハウス(定年退職者がゆっくりとこれからのことを話し合うサロン) ゴジカラ村役場株式会社(村民の快適な暮らしを守る管理業務を行っています。) 古民家(旧足助町から築150年以上の古民家を移築し、いつも誰かが居る溜まり場を提供しています。)	年間売上なし

3 創業の経緯

吉田さんは、昭和30年代の後半以降、日本が高度成長期の豊かさや便利さを求めてひたすら走った時代に、鉄鋼会社で猛烈に働く営業マンとしてサラリーマン生活を送っていましたが、34、5歳の時に「こんなに急いで自分は一体どこに行くんだろう」、「無駄なものや役に立たないものの中に大切なものがあるんじゃないか」と思い至り会社を辞めました。その後、長久手の消防団に加わり、サラリーマン時代には言われることのなかった近所の人からの火を消したときの「ありがとう」の言葉に感動を受け、消防団活動に打ち込みました。

そうした中、長久手の一帯は区画整理が進み、雑木林が段々と消えていく様子を目にして、「子供の頃から身近にあった雑木林をなんとか残したい」という想いが出発点となって、先代から受け継いだ雑木林の土地を生かして昭和56年に「愛知たいよう幼稚園」を作ったことがゴジカラ村の出発点になりました。

4 地域との連携

環境に配慮した地域交流の場

可能な限り昔ながらの雑木林の風景を残したまま、各施設を建設することで、長久手地域の環境保全に寄与しているのに加え、ゴジカラ村に暮らす高齢者への居住空間の提供だけではなく、地域の人たちが集まって交流する場となっています。

地域雇用の創出

ゴジカラ村には施設入所者、通所者、学生、児童が併せて930人いますが、その対応には職員250人が当たっており、また、村内には託児所(有限会社コロボックル)やグループホーム(有限会社空)、給食サービスなど(有限会社ハートフルハウス)の事業を提供する関連会社があり、地域に多数の雇用機会を創出しています。

5 今後の展望

ゴジカラ村の既存施設と隣接する名古屋猪高緑地を利用して、緑をつなげた「まち・緑・人のオアシス」となる雑木林郷計画を進めていきたいと考えています。キーワードは、誰もが自分のできる範囲で汗を流し、誰もが必要とされる「共汗共酔」の村づくり。高齢者が安心して生活できるケア付き戸建住宅や多世代で暮らす木造住宅、住民の健康管理等を行う診療所・ホスピス、自給自足の生活を支える農園とおいしい食事を提供するオーガニックレストランなどを設置していきます。

第4章 コミュニティビジネス支援施策一覧

1 補助金・助成金・委託

名称	対象者、対象事業、対象経費	補助額、補助・支給率	取扱機関
少子高齢化等対応中小商業活性化事業（活性化支援事業）	対象者 商店街振興組合、特定非営利活動法人、社会福祉法人等 対象事業・対象経費 商店街等の空き店舗等を活用して行う、チャレンジショップ事業、保育サービス施設や高齢者の交流施設等のコミュニティ施設を設置・運営する事業に対し、改装費、賃借料等を補助	補助率 1/2 以内	中部経済産業局 流通・サービス 産業課商業振興室 (052)951-0597 (直)
受給資格者創業支援助成金	対象者 雇用保険の受給資格者自らが創業し、創業後1年以内に継続して雇用する労働者を雇い入れ、雇用保険の適用事業の事業主となった場合	助成額 法人等の設立に要した費用及び法人等の運営に要した費用(法人等の設立から起算して3ヶ月以内に支払の発生原因の生じた費用)の1/3。上限は2,000千円。	公共職業安定所
高年齢者等共同就業機会創出助成金	対象者 45歳以上の高年齢者等3人以上が共同で出資して法人を設立し、認定を受けた事業計画に基づき、6ヶ月以上事業を営んでおり、支給申請日現在において高年齢者等を1人以上継続して雇用する労働者として雇い入れている事業主	助成額 法人設立に要した経費及び法人の運営に要する経費(法人の設立登記の日から起算して6ヶ月以内に費用が発生し、支払いが完了した経費)の2/3。上限は5,000千円。	(社)愛知県雇用開発協会 (052)219-5661
地域創業助成金	対象者 (1)創業経費の支援 サービス10分野や地域重点分野で、法人の設立又は個人事業を開始した事業主 (2)雇入れの支援 創業から1年半以内に非自発的離職者を雇い入れた事業主	助成額 (1)1,500~5,000千円を限度として、創業から6ヶ月以内にかかった経費の1/3(限度額は雇入れ数等により異なる) (2)常用労働者300千円 短時間労働者150千円	(社)愛知県雇用開発協会 (052)219-5661
環境コミュニティ・ビジネスモデル事業（委託） H18年度募集 (~H18/4/3)	対象者 企業、企業グループ等の団体及びNPO等の市民団体 対象事業・対象経費 地域において企業・市民等が連携して実施する「環境コミュニティ・ビジネス」の立ち上げに係る関係者間の連携体制の構築や、事業展開に必要な準備作業等に要する経費	委託額 概ね100万円程度~400万円程度	中部経済産業局 資源エネルギー 環境部環境・リ サイクル課 (052)951-2768 (直)

2 研修・セミナー・相談等

商工会議所、商工会連合会による創業塾の開催

創業、起業をお考えの方を対象に、事業を開始するための心構え、ビジネスプラン（事業計画）作成研修、融資制度や創業事例の紹介など、創業に必要な実践的能力を5日間以上、30時間以上で修得させる講座を開催しています。

【問合せ先】

県内8商工会議所（名古屋、豊橋、一宮、豊川、刈谷、豊田、津島、小牧）及び愛知県商工会連合会

名古屋高等技術専門学校による創業訓練科の開催

自ら培った豊かな経験・知識・技術を活かし、創業助成制度や創業融資など、社会的なバックアップ体制も活用して、地域の課題やニーズにあった事業の創業を目指す方々を対象とした、座学・実務研修・創業計画立案までを指導する2ヶ月間の専門プログラムを開催しています。

【問合せ先】

愛知県立名古屋高等技術専門学校（052）917-6711
愛知県産業労働部労政局就業促進課産業人材育成室（052）954-6363

愛知県中小企業支援センター（財団法人愛知県中小企業振興公社）によるベンチャースピリット養成塾の開催

現在、職業についているが、将来、独立して、起業を目指している人、違う業界で事業展開を考えている人、創業のアイデアを思いついた主婦の人、学生でベンチャーを目指している人など、創業の意欲を持つ幅広い方を対象に、創業者等を講師に招いて、創業時の経験談等の講話後、セミナー出席者と意見交換を行い、創業の意欲を盛り上げ、実現をサポートするセミナーを開催しています。

【問合せ先】

（財）愛知県中小企業振興公社中小企業支援センター（052）231-6351（代表）

中小企業大学校瀬戸校による創業支援研修の開催

創業や第二創業（企業内で新たな事業分野の開始）を目指している方に対して、創業のバックアップ実績を有する専門家を招いて、新規事業の成功に向けての幅広い知識、ノウハウを学ぶ2日間の研修を行っています。

また、研修終了後は、開業に向けてのビジネスプランをより確かなものにするために、独立行政法人中小企業基盤整備機構中部支部の中小企業・ベンチャー総合支援センターによる個別指導を受けることができます。

【問合せ先】

中小企業大学校瀬戸校研修担当グループ（0561）48-3400～3401

地域中小企業支援センター、シニアアドバイザセンターによる相談等の実施

創業を予定している個人や、経営革新を目指す小規模企業の方を対象に、創業や経営革新に必要な事業計画の樹立、資金の確保、販路の開拓などの相談に常時対応して

います。その他、支援に必要な情報や人材の蓄積に努め、独立行政法人中小企業基盤整備機構の中小企業・ベンチャー総合支援センターや愛知県中小企業支援センターとも連携をとりながら身近な支援拠点としてワンストップサービスを提供しています。

【問合せ先】

地域中小企業支援センター：県内5商工会議所（一宮、春日井、大府、豊田、豊橋）
シニアアドバイザーセンター：県内2商工会議所（名古屋、岡崎）、愛知県商工会連合会

3 インキュベート施設

名古屋市による地域密着型ビジネス創業支援施設の提供

学校統廃合により利用されなくなった旧本陣小学校(中村区)の教室を整備し、新たに家事代行や子育て相談などの地域密着型ビジネス(コミュニティビジネスなど)を始めようとする方や企業に、事務室として有料で提供しています。

【問合せ先】

名古屋市市民経済局産業経済課 (052)972-2414

愛知県中小企業支援センター（財団法人愛知県中小企業振興公社）による「創業プラザあいち」の設置

中小企業支援センター内に設置した「創業プラザあいち」において、創業を目指す方に創業準備のためのスペース（インターネット回線を備えた12の個別ブース）を提供しています。また、併せて創業関連情報の提供や新事業コーディネータなどによる各種相談、指導などのソフト支援も行っています。

【問合せ先】

(財)愛知県中小企業振興公社中小企業支援センター(052)231-6351(代表)

4 融資

制度名	対象者	限度額	用途	担保等	相談先
(経済環境適応資金) 新事業創出促進	事業を営んでいない個人が同額以上の自己資金を有し事業を開始する者又は開業後5年未満の者(会社、個人)	1,500万円 (新たに開業しようとする個人の場合、自己資金の範囲内)	設備・運転	担保・保証人不要(法人の場合は代表者の連帯保証要)	愛知県産業労働部中小企業金融課 (052)954-6333
新創業融資制度 (~19/3/31)	新たに開業される方(新規開業・雇用創出等・自己資金の各要件に該当する方)	限度額750万円以内	設備・運転	担保・保証人不要	国民生活金融公庫
豊橋市創業支援資金(コミュニティビジネス創出支援資金)	特定非営利活動促進法に基づく認証を受け、登記された団体で市内に事務所を有するNPO法人であること等	限度額300万円以内	設備・運転	担保は原則要(取扱金融機関の取扱による)、保証人要(理事2人以上)	豊橋市産業部商業観光課 (0532)51-2431・2432

参 考 资 料

コミュニティビジネス支援指針策定の経緯

支援指針作成に必要な検討を行うため、コミュニティビジネス支援組織、経済団体、労働団体、金融機関、行政などで構成する「地域ビジネス総合支援協議会」を設置、開催した。

(開催状況)

回数	開催日	内容
第1回	平成17年7月28日	地域ビジネス支援の方向性について検討
第2回	平成17年12月8日	「コミュニティビジネス支援指針(素案)」について検討
第3回	平成18年3月23日	「コミュニティビジネス支援指針」について

[愛知県地域ビジネス総合支援協議会委員名簿]

氏 名	団 体 名 等	職 名	備 考
上田 能徳	愛知県産業労働部	就業促進課長	
浮田 憲一	中部経済産業局地域経済部	地域振興課長	
鏡味 次男	愛知労働局職業安定部	職業対策課長	
小島 邦裕	愛知県産業労働部	中小企業金融課長	
小山 一男	日本労働組合総連合会愛知県連合会	労働政策局長	
関戸 美恵子	特定非営利活動法人起業支援ネット	代表理事	
多田野 光弘	愛知県商工会連合会	広域指導課長	
田中 亨	愛知中小企業家同友会 (コミュニティバンク研究会)	理 事 (代 表)	
戸枝 陽基	特定非営利活動法人ふわり	理 事 長	
中川 正顕	名古屋商工会議所	中小企業振興部長	
服部 晃	愛知県信用金庫協会	会 長	
牧野 秀泰	愛知県経営者協会	企画・海外グループ 課 長	
増田 英次	東海労働金庫	営業統括本部 主席調査役	
村田 元夫	株式会社ピー・エス・サポート	代表取締役社長	
安井 孝治	名古屋市市民経済局産業部	産業経済課長	
山極 完治	東邦学園大学経営学部	教 授	座 長
渡辺 武志	愛知県産業労働部	商業流通課長	

計 17 人、五十音順、敬称略