

# コミュニティビジネス科

(テキストNO. 03)

特定非営利活動法人 えふネット福岡  
専務理事 蓼原 典明

# SB事例による事業発展のチャンス発見

1. SBとCBの違いの理解（事業性と社会性のバランス）
2. SB事業スキームの実現に必要なコーディネーター
3. 経済産業省 SB先進事例55選に学ぶ

[http://www.meti.go.jp/policy/local\\_economy/sbcb/sb55sen.html](http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/sb55sen.html)

4. 企業CSRによるSB参考事例

◆味の素、ガーナで栄養改善活動を支援

<http://www.social-market-press.jp/headline/1092/index.html>

味の素は、国際NGOのケア・インターナショナルジャパン、日本フォスター・プラン協会とともにガーナでの栄養改善を目的としたソーシャルビジネス

◆ニチバン、緑の地球を守る「巻心エコキャンペーン」を実施

<http://www.social-market-press.jp/headline/1091/index.html>

ニチバンは使用済み粘着テープの「巻心」を回収して段ボールへのリサイクルを行い、その際に生じる資源回収利益金を、マングローブの植林事業を行う

◆スターバックス、「BOOK FOR TWO」を実施

<http://www.social-market-press.jp/headline/1090/index.html>

スターバックス コーヒーは、利用者が持ち寄ったユーズド本を回収して慈善活動に役立てるキャンペーン「BOOK FOR TWO」を、今年も12月1日よりスタートする

# SB事例による事業発展のチャンス発見

## ◆アメリカン・エクスプレスの社員エンゲージメント向上プログラム

<http://www.social-market-press.jp/headline/1089/index.html>

アメリカン・エクスプレス・インターナショナルは、社員参加型啓蒙活動「ペイント・マーチャント・ブルー」を10月21日に実施した。

## ◆アキレス、限定モデル販売でピンクリボンを支援

<http://www.social-market-press.jp/headline/1088/index.html>

アキレスは、CSR活動の一環として、乳がんの早期発見の大切さを啓発する”ピンクリボン活動”を支援する。

## 5. 身近なSB事業の紹介

### ①. リーフラス株式会社

スポーツサービスとソーシャルビジネスで、地域に貢献

### ②. 株式会社新出光

太陽光発電等新エネルギーの拡大によるエネルギー自給率の改善  
未来型エネルギー社会創出福岡地域協議会

### ③. 無添加ハウス

アトピー患者が作った無添加ハウス ※ 女性の感性を活かしたSB

# 行政、国の公募・補助金制度について

## 1. 国の公募事業、行政の委託事業についての留意事項

- ①. 事業完了後の入金が原則。概算払いの制度があるか確認。
- ②. 保証人・保証金、委託契約履行保証保険の制度の理解。
- ③. 報告書の内容の評価を高める努力が必要。
- ④. 研究・調査等の委託事業の範囲で妥協せず、継続できる事業と成りえる事業の芽を育てる。
  
- ⑤. 市町村向け募集、一般民間組織向け等、募集要件の確認（活動実績等）
- ⑥. 補助率の確認と補助費目内容の確認
  - ・ 10分の10（通常は、市町村）。 2分の1、3分の1等（一般民間組織）。
  - ・ 人件費が対象になっているか？。
  
- ⑦. 採択に向けての情報収集と分析
  - ・ 委託要件の理解により、目的・狙いの確認
  - ・ 過去の採択内容と、採択地域等の分析
  
- ⑧. 福岡県の推薦、行政の申請に向けての手続きの理解

## 1. 会計処理は、民間企業(株式会社等)と同じ処理が必要

- ①. 事業計画を長期・中期・短期で考え、事業スキームを常にプロデューサー(代表者)は考える。  
⇒ 事業性・社会性・発想力・革新性
- ②. 決算処理、事業報告の提出等NPO法を遵守した処理が必要。  
⇒ 決算処理: 決算月の翌々月末迄に所管の税務署に決算書報告。  
⇒ 事業報告等は、決算月から3ヶ月以内に県庁又は内閣府に提出。
- ③. 日々の会計管理は、キャッシュフローで管理する。  
⇒ 法人に保有されている現金の入出金を管理する。  
⇒ EXCELシート等で適時管理を行い、現状を把握する。
- ④. 見積書・納品書・検収書・請求書・領収書等会計処理に必要な伝票の管理。
- ⑤. 契約書等、契約に必要な書類の整備・整理等管理

## 2. 資金調達

- ①. 自己資金が基本 “国・行政の委託事業: つなぎ資金の調達等 ”
- ②. 事業実績、担保能力
- ③. 銀行等融資、市民ファンドの活用

## 1. メディアの理解

### ①. ローテクメディア

- ・パンフレット、チラシ、新聞、雑誌等活字メディア

### ②. ハイテクメディア

- ・インターネット、ホームページ、BLOG、映像

### ③. ローカルメディア

- ・フリーペーパー、市民放送局、CATV、口コミ、講演

### ④. マスメディア

- ・テレビ、ラジオ

様々なメディアの特徴の理解と、メディア・リテラシーの現状認識  
情報の信頼性が重要であり、SBの広報に適したメディアは何？。

インターネット等IT活用、新聞記事、CATV、口コミ、講演、事業実績  
により、広報の効率化を高める工夫が必要。

## 1. SBは事業!。事業活動に営業は必須。

①.一般民間企業の営業と同様の営業力は必要

## 2. 営業は心理学。

## 3. 人を動かす。ディール・カーネギーの教え

[人を動かす3原則]

- ・原則1 批判も避難もしない。苦情も言わない。
- ・原則2 率直で誠実な評価を与えよう。
- ・原則3 人の立場に身を置く

## 4. 営業のプロセス

①. 商品力、市場性、企画力、表現力、人脈等

②. 見込顧客の発掘 ～ 注意 ～ 興味 ～ 説得 ～ クロージング

③. 企画・提案・プレゼン・見積・業務遂行・ホロー

## 5. 戦略的な営業

①. 30%の理論。100社訪問⇒30社見込顧客⇒10社見積⇒3社検討⇒1社成立

②. 見込顧客の分析 (地域・社会貢献事業の目的分析)

③. 見込顧客とのwin-winの関係の提案

# 効果的なプレゼンの知恵

## 1. プレゼンテーションを行うことは、表現力と説得力を試すこと!。

- ①. プロジェクターを使う場合は、必要以上に会場を暗くしない。
- ②. 参加者が多い場合は、プロジェクターを使わない。
- ③. 説明する立ち位置を適当に変える。(右・左と歩く)
- ④. 視線を参加者の中で、理解して来ている人に向ける。
- ⑤. 眠そうな参加者に、意図的に視線を向ける。
- ⑥. 自分で満足しない。
- ⑦. 参加者の反応を把握し、説明の流れを柔軟に創る。
- ⑧. あらかじめ、詳細には説明の内容を決めない。参加者は、当日しか解らない。当日の参加者を見て考える位の気持ちの余裕が必要。
- ⑨. 事前に参加者のデータ(性別・年齢等)が解れば、データに合う説明をする。
- ⑩. 説明の時間を守る。

重要

プレゼンが不得手では、せっかくの企画・事業計画も相手に伝わらない。



共通点を探し、グループの合意形成を行う。

1. グループ・メンバー各自のSB事業スキームを抽出  
⇒ 例えば、「コミュニティ・レストランをしたい。」  
各自30秒を限度に、ポイントを説明 ※ 1項目 / Post-it 一枚
2. 共通のSB事業スキームを集める ※ 島づくり  
⇒ 福祉、街づくり、防犯、商店街、子育て、省エネ、新エネ等  
事業スキームのカードを集めて、検討する事業テーマを設定
3. 事業スキームの関連性を見つけよう ※ 合意形成に向けて  
⇒ 一緒に取り組める事業、共通の地域での取組等
4. 共通のSBテーマを発表  
⇒ グループとしてのSB事業化テーマの決定

## SBの事業イメージと創業プランの作成

- ⇒ 批判、批評をしない受容性
- ⇒ 右脳活用による発想の転換
- ⇒ 協調、建設的な創業成功アイデアによる討議

### [グループ・ワーク課題]

- ※ 事業を必要とする地域課題は何ですか？。
- ※ 事業を行うフィールド(場所)はどこですか？。
- ※ 事業を実現するために、必要な資源・条件は何？。
- ※ 収益を確保するサービスは何？、その対価は？
- ※ 行政・国の施策はないか？
- ※ 企業との協働の可能性はないか？
- ※ 事業に必要な資金計画は？、収支計画は？