

**地域の課題を解決する  
コミュニティビジネス (CB)  
あなたのビジネスアイデアに“戦略”はありますか？**

2008年9月20日開講

特定非営利活動法人 えふネット福岡  
専務理事 藤原 典明

## あなたのビジネスアイデアに“戦略”はありますか？

⇒ 事業を起業し、継続的に経営するには“戦略”が必要

### セミナー参加の約束

1. 目的を持って参加しよう。
2. 受講後、必ず振り返り、自分の事業プランを考えよう。
3. お友達ネットワークを広げよう。
4. 時間を守ろう。
5. 約束を守ろう。
6. 批判・否定をしない。
7. 良い面を見つけよう。
8. 起業する意思を強く持とう。

## 一人2分以内での自己紹介

※ 時間を守ろう！！長いと嫌われます。

### 自己紹介のポイント

1. 名前。住んでいる地域。年齢。
2. 現在の職業、行っていること。
3. CBとして何をしたいと思っているか。
4. このセミナーに期待すること。
5. 今、一番関心・興味を持っていること。

### コミュニケーション・ゲーム

※ パートナーの大好きな果物は何？

- 確立した定義があるわけではありませんが、一般的には地域住民が中心となって、コミュニティの多様で個別的なニーズに応えるために地域において展開する適正規模な事業のことを指しています。利潤の最大化を目的とするのではなく、あくまで生活者の立場に立って地域が抱える課題の解決を図っていこうという社会性の高い事業と言えます。 課題解決型の住民参加公共事業
- 地域住民に有益なコミュニティビジネスが運営されていくことは 地域を元気にするために非常に重要なことです。 21世紀型新社会システム

## [今後の期待]

- 「コミュニティ」と「ビジネス」のバランスが必要
  - ⇒ 課題解決型持続可能事業の創出
  - ⇒ 地域活性化をサポートする社会システムの創出
  - ⇒ 新規の雇用の創出
  - ⇒ 中間調整能力を持つ事業型NPO法人の育成
  - ⇒ コミュニティビジネス起業セミナー等による事業創出チャンスの施策
  - ⇒ 地域力・人間力の高まり

コミュニティビジネスは、地域の課題を解決する  
社会性の高いビジネス。  
起業家は“社会起業家”でなければならない  
Social Entrepreneur

地域の課題を解決するため、自身の経験・知識等を活用し、他に依存する考えではなく、自立した考え方をもち、地域・行政・企業・大学等の地域資源を活かした解決策を創出しようとする経営者。

その経営者に必要な資質は、信頼感・協調性・行動力  
そして、社会的な価値を重視する考え方。

自分の考えるコミュニティビジネスは、どんな位置の  
事業ですか? 立ち位置を決める!!。

1. 事業規模は?。生活を支える規模?、生き甲斐重視?。
2. 雇用する人数は何人?。
3. 欲しい収入は?。
4. なぜ、コミュニティビジネスを思い起しましたか?。
5. 一緒に取り組めるパートナーは居ますか?。
6. 時間は取れますか?。調整できますか?。
7. 自己資金は用意できますか?。

※ CB事業範囲は、ボランティア的 ~ ビジネス迄 幅が広い

# 地域が自立して街づくりができる時代が 21世紀に到来！！ (21世紀の地域経営とは?)

20世紀は、国・市町村が主体となり都市計画を立案し予算化され、住民は提供された社会システムで生活をする。

また、住民からの過大な公共事業の要求も?否定できないのでは。

⇒ 住民は与えられた社会システムを利用する立場。

この場合は、住民が自立して考える必要が限られ、行政に依存した考えがベースになってきた行政依存型社会。 ⇒ 20世紀型自治体経営の弊害

21世紀は、住民及び地域が主体となり自立した街づくりを考えられる時代。

国・市町村は、地域リーダーが考える街づくりを支援するソフト面の整備を行い、地域・企業・大学・行政・NPOが協働して取り組む活動を支援。

⇒ 住民意識の変革による、自立した新社会システムを創出する時代。

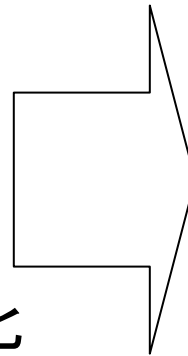
この場合は、地域・住民が自立して考えることが基本となり、住民参加型の新社会システムを創出し、生活の満足度を高める自立型社会。

# [講座1] 社会の変化

## 1. 社会の変化

### 〈 従来の社会 〉

- ・高度成長
- ・右肩上がり、人口増加
- ・不景気下での失業
- ・大量生産、大量消費
- ・画一化
- ・核家族化、都市化
- ・コミュニティ崩壊、治安の悪化
- ・カネ、モノ中心
- ・仕事中心の生き方
- ・大きな政府、中央集権
- ・巨大な財政赤字(特に年金等)



### 〈 これからの社会 〉

- 低成長時代
- 少子化、老齡人口増加
- 労働世代縮小、女性の社会進出増
- 多品種少量消費
- 多様、個の消費
- 世帯数変化小、U/Jターン
- コミュニティ再生の要請
- それなりの充足、心の時代
- 自己実現、生き甲斐の重視
- 小さな政府、地方分権
- 待った無しの財政再建

[関東経済産業局資料]



## 1. コミュニティビジネス（NPO法人、株式会社等）

地域の課題をビジネスの手法を取り入れ事業化する。

事業として継続することを前提とした経営感覚が必要。

キーワードとしては、

・稼ぐ ・雇用 ・経営 ・計画 ・企画 ・営業 ・責任等々

## 2. ボランティア（NPO、市民グループ、個人）

個人の都合の良い時に、可能な時間協力する形態を示す。

多くの場合、無償での協力がボランティアと理解されている。

キーワードとしては、

・無償 ・都合の良い時に可能な協力 ・責任は問えない等々

※ 全国的に、CBとボランティアが区別されてなく、事業性が劣る

コミュニティビジネスでの地域資源は、日頃、何気なく生活している環境下では発見されない事がある。 何故！！。

[コミュニティビジネスでの地域資源とは？]

- ・商店街の空き店舗（通称:シャッター通り）
  - ⇒ 企業として見れば“－”の資源となるが、安く賃貸されたり、新しい発想が受け入れられたりする。
- ・高齢者、高齢化地域
  - ⇒ 経験が豊富、時間とお金に余裕
- ・障がい者
  - ⇒ 障がいを個性と捉え、健常者以上の結果を表わす可能性。
- ・過疎地、離島
  - ⇒ 都会にない自然、農作物、魚介品、人情とか。

“－”を“＋”に思考を変化させることで、地域の資源は発見できる。

地域力とは、地域の社会システムを地域に住む人たちが自らの力で考え創出する知恵と努力の基盤により成り立つ力です。その鍵は、地域リーダーの存在です。

## [地域力の低い生活地域]

- ・地域住民は、自分勝手な生活を行い、コミュニティが破壊。
- ・人助け、助け合い等の日本古来の文化が消滅した地域。
- ・空き巣、悪のたまり場等犯罪の多い地域。
- ・苦勞して築いた個人の財産価値が下がる一方の地域。

## [地域力の高い生活地域]

- ・地域住民が助け合いの精神を持って生活する地域。
- ・地域が活性化する良好なコミュニティを形成する地域。
- ・空き巣等の犯罪が無くなった、犯罪を抑制する地域。
- ・個人の財産価値が高まり、子ども達や若者が住みたい地域。

1. 社会的な意義は何か?。地域課題を解決?。  
⇒ 自立した地域活性化を担う意識。
2. 受益者は誰か?。誰の役に立っているのか?。  
⇒ サービスの継続が必要。
3. 民間企業が事業化しない理由は何?。  
⇒ 収益のみを目的としない。高い専門性。
4. 事業を立ち上げる上での課題は何?。  
⇒ 経営力、企画力、協調性、営業力、人脈等。
5. 企業人と地域人の違いとは?。  
⇒ 肩書き、企業経験の自慢が失敗の原因。
6. ボランティアの有償・無償の理解とは?。  
⇒ 責任意識・責任所在を要求不可。  
⇒ 協力者の生き甲斐を重視。

7. 人と人の和、協働の精神。批判ではなく信頼関係。
  - ⇒ 批判することより、相手の良さを知る努力
  - ⇒ CBは事業!。信頼関係が不可欠な条件。
8. 企業・行政との協働の考え方。責任を持つ意識。
  - ⇒ 仕事(活動)の実績の蓄積
  - ⇒ 仕事としての遂行責任意識。
  - ⇒ 委託事業:保証人(法人)、履行保証保険。
9. 新規雇用は何人?。報酬を得る、支払える事業。
  - ⇒ 生活が支えられる事業の創出。
10. 収支計画(キャッシュ・フロー管理の経営)。
  - ⇒ 簿記程度の知識は必要。
  - ⇒ 月次での入出金管理が必要。
  - ⇒ 事業運営資金の調達・対策が必要。

11. 地域・行政・企業の役割の理解と協働への認識。
  - ⇒ 役割を理解した上での協働が重要。
  - ⇒ CB起業の代表者(プロデューサー)は、中間調整役となる意識が必要。信頼関係。
12. 国・行政の補助金・公募の正しい理解。
  - ⇒ 補助金・公募の目的、条件を理解。
  - ⇒ 数十万～1,000万円規模があり、事業計画書・プレゼンが必要。
  - ⇒ 法人の活動実績(一般的には2年間)が必要。

コミュニティ(地域)の課題を解決するビジネス！  
起業実現の為に、  
お互いの信頼を機軸に、事業継続・新規雇用創出を目指す。

## 1. 福岡悠友クラブ～つくるを楽しむ～

福岡悠友クラブでは、主に講習会や出前講座を行っており、手作りの楽しさを伝え、また、仲間作りをお手伝いしています。

※ 九州発ソーシャルビジネス応援放送局

[http://so.kyushu-tv.net/program/program\\_302.html](http://so.kyushu-tv.net/program/program_302.html)

## 2. Hakata Cross You ～日帰りからのぶらり韓国留学～

Hakata Cross Youでは、日本に一番近い国、韓国との相互交流を深めてもらうために、韓国に興味を持つ方への情報提供、韓国語留学の手配などの事業を行っています。

※ 九州発ソーシャルビジネス応援放送局

[http://so.kyushu-tv.net/program/program\\_297.html](http://so.kyushu-tv.net/program/program_297.html)

- 葉山ヘルスケア省エネ共和国(宗像市葉山住宅地)

1970年に住宅地開発された葉山地区の住民は、520世帯約1400人。

葉山ヘルスケア省エネ共和国 (健康に、省エネも考えて)

⇒ 葉山省エネ共和国の建国 平成17年2月24日建国

(大統領、省エネ大臣の役職を任命)

○ 高齢化が進む福岡県宗像市のベッドタウン

地域、企業、行政が協働して取り組む、まちづくりのモデルケースを目指す。

- [葉山くらしの友] ○健康と省エネに関するの情報冊子を全世帯に配布
- [共和国の憲章] ○高齢者から子ども達まで、安心して快適に暮らせる「葉山」  
健康で明るく楽しい「葉山」  
住んでみたい、住んでよかった「葉山」にしよう。
- エネルギーやエコロジーを考え、  
便利な生活を、少しでも手間をかけ、  
地球を長生きさせ、子孫に残そう。

自立した地域のモデル ⇒ 葉山ヘルスケア省エネ共和国

[http://shimin-media.kyushu-tv.net//\\_236.html](http://shimin-media.kyushu-tv.net//_236.html)



九州を元気に!!。がスローガン。九州が元気になる為には、地域・地域企業が元気にならないといけない。地域力を高める。

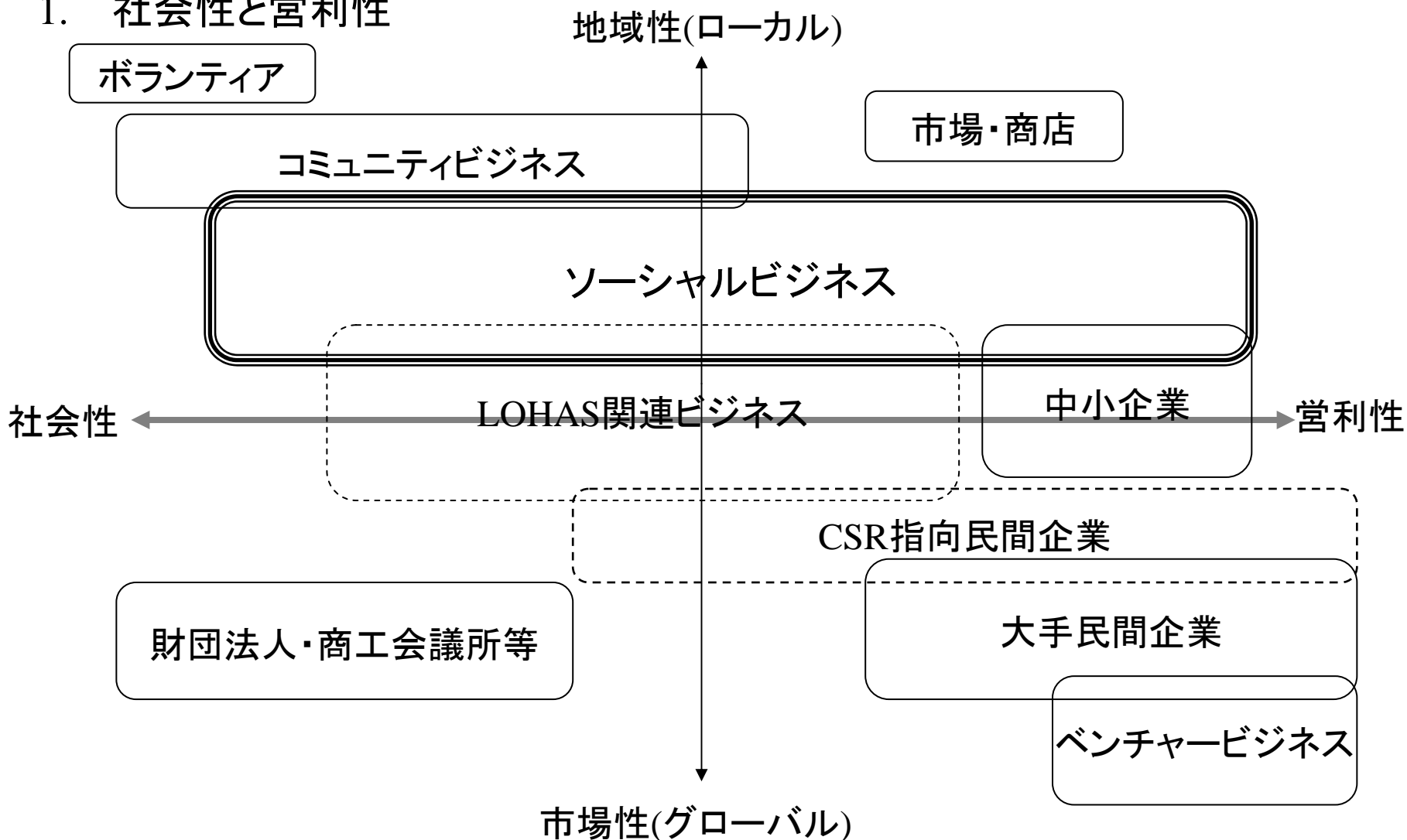
[地域活性化プロデュース事業]

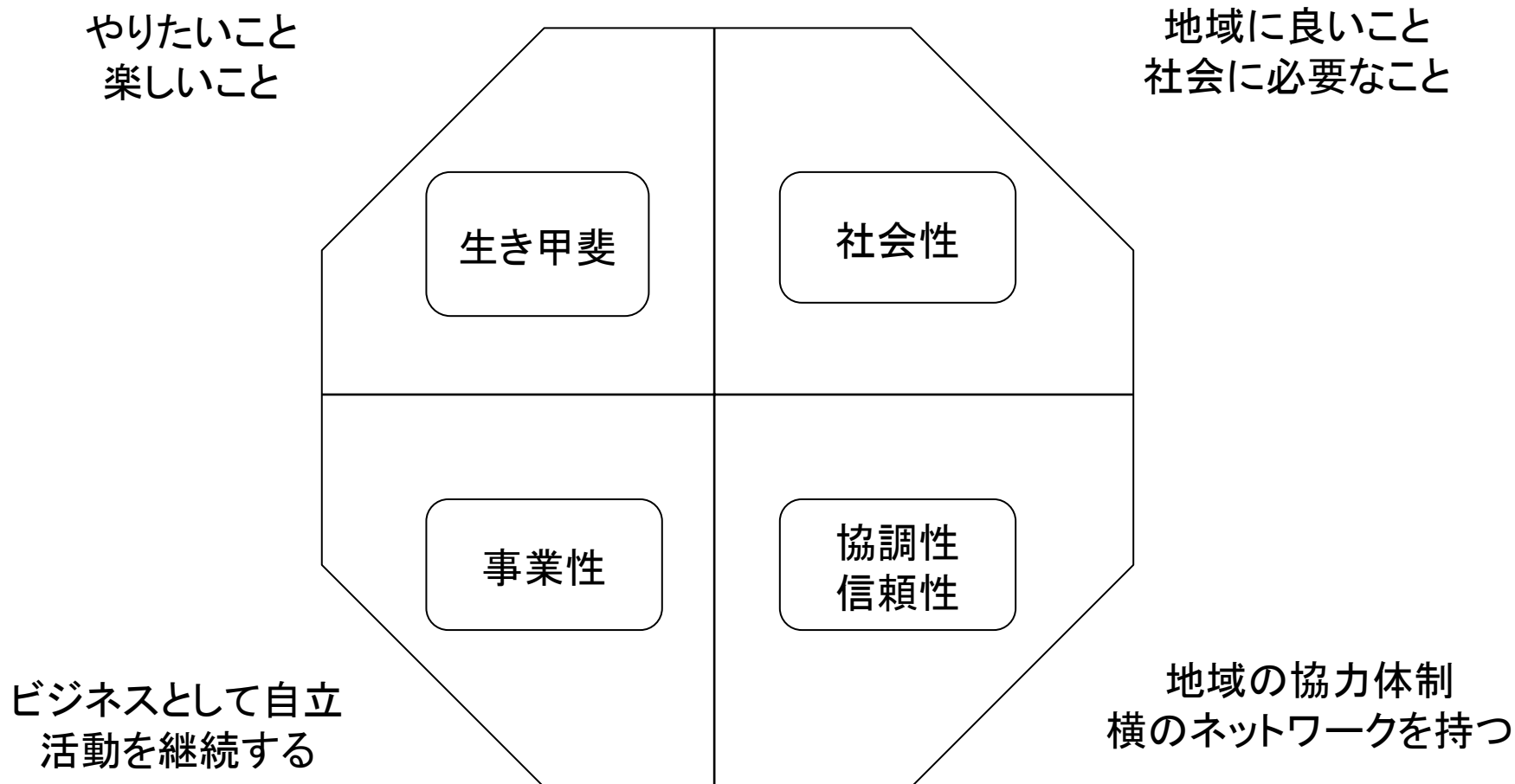
- ※ CB ⇒ ソーシャルビジネスに立ち位置
- ※ 中間調整役
- ※ 地域メディア “インターネット放送局”
- ※ 国・行政の委託事業 “公募へのチャレンジ”
- ※ 独自事業の立ち上げ “委託事業との関連”
- ※ ホームページ等IT技術の活用
- ※ 講演等による告知
- ※ メディアとの関係
- ※ 企業CSR
- ※ CB起業支援

## [講座2] CBを起業する理念

1. **CB起業は、新社会システムの創出と定め、新規雇用を目指す事業**
  - ①. 事業アイデアには、柔軟な発想力が必要。
  - ②. 営利目的を主体の民間企業との違いを理解。  
⇒ NPOであれば、得た利益での非営利活動を行うこと。  
⇒ 民間企業のような利益優先の雇用条件にしない配慮と仕組み創り。  
その仕組みを維持することの責任の共有。
  - ③. 優秀な人材(財)が必要な事業。  
⇒ 優秀な人材(財)は、高い人件費が必要との認識を持つ。  
生活ができるだけの人件費を確保する意識の共有。
  - ④. 男性・女性の雇用条件の差別は必要としない。
  - ⑤. 地域・民間企業・行政の役割の理解と協働の推進。
  - ⑥. 資金調達は、行政の補助金・銀行等金融機関に頼らない。
  - ⑦. 国の公募事業には、積極的にチャレンジする。但し、資金繰りに注意。
  - ⑧. 月次の資金繰りは、キャッシュフローにより管理をする。
  - ⑨. 指示待ち人間では進めない。自らの活動の場を自らが見付ける意識。
  - ⑩. 定年のない、生きがいビジネスとしての魅力的な活躍の場創り。

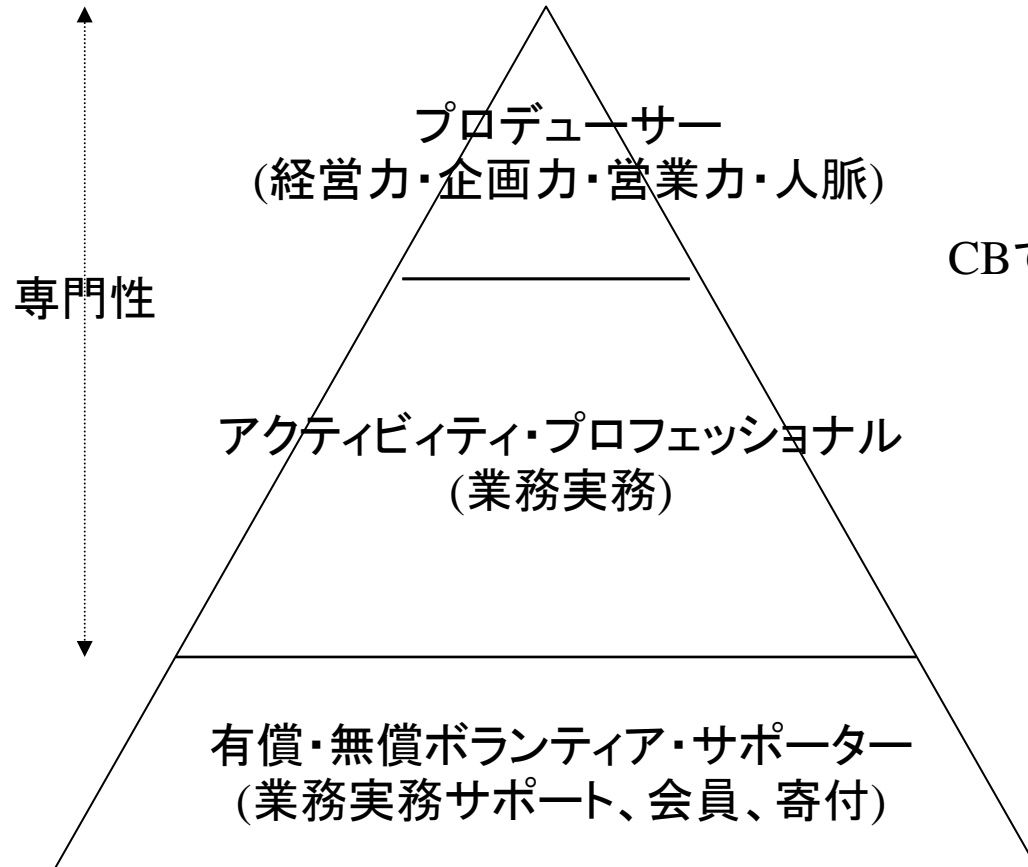
## 1. 社会性と営利性



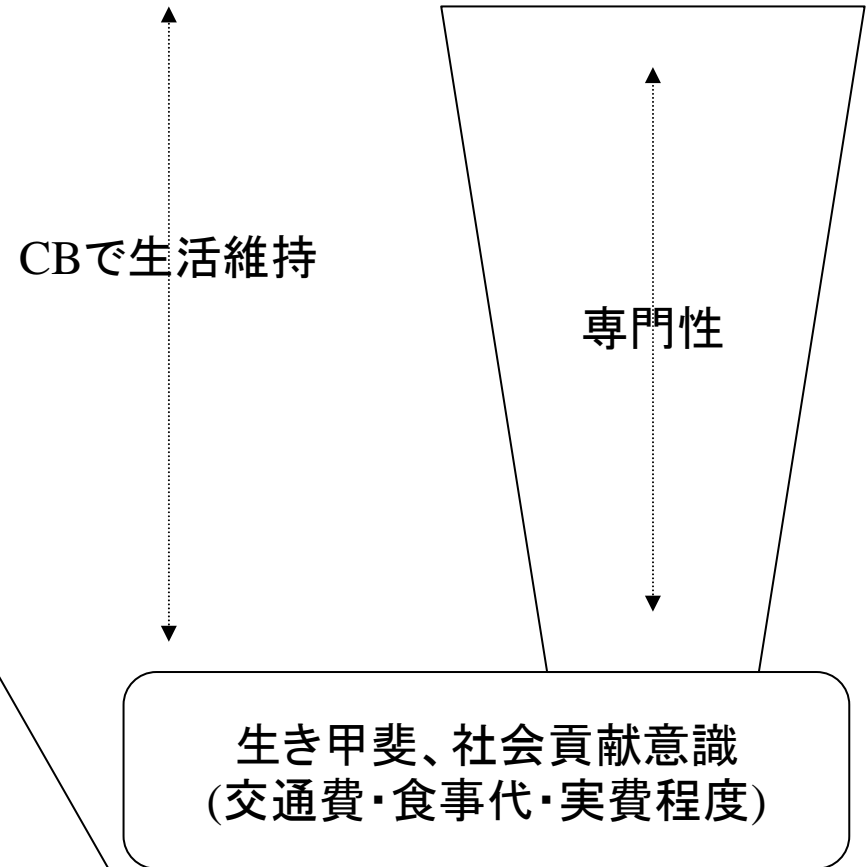


[NPO法人コミュニティビジネスサポートセンター資料]

## [CB運営組織]



## [報酬のあり方]



信頼関係が築かれた協働パートナー: 地域・行政・企業

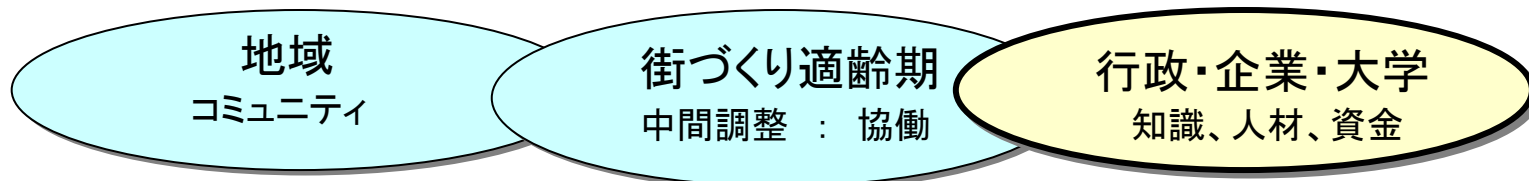
# 期待の人財：団塊世代と称される！！ (地域活性化の主演) ⇒ “第2の人生”

街づくり適齢期は、社会人としての豊富な知識や経験、人脈を持ち地域の活性化に取り組む世代。

高齢者、シニアと言った消極的な立場を迎えるのではなく、積極的に地域活動に役立ち自分の生きがいや存在感を高める魅力的な世代。

地域活性化に役立つ地域リーダー

“街づくり適齢期”

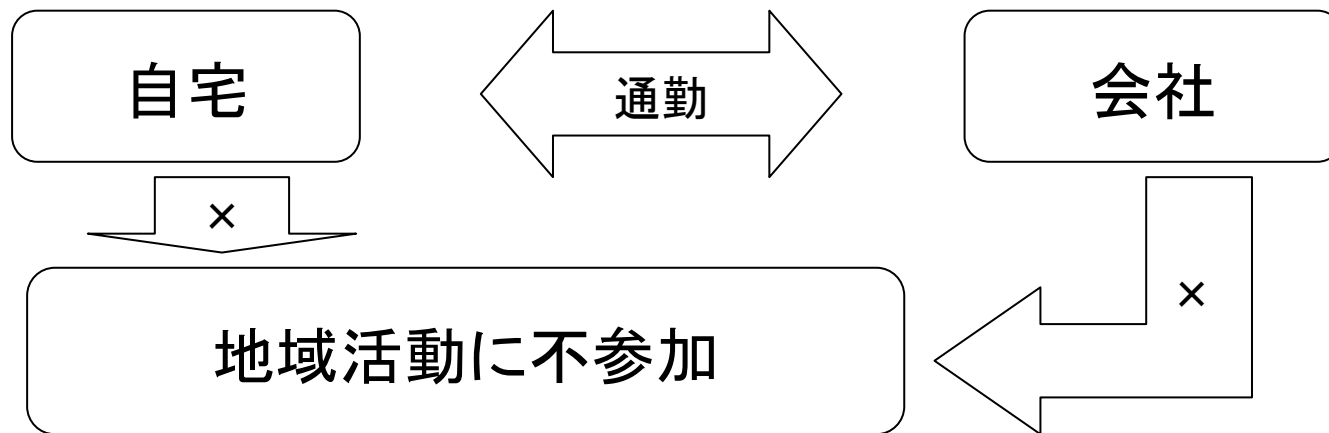


それぞれの役割を理解  
批判ではなく、前向きな協調と創意工夫

21世紀は、産・官・学・民が協働した新社会システムを創出

## 1. 企業人のキーワード

- ・年功序列社会 ⇒ 学歴社会
- ・上下関係(上司、部下)
- ・指示、命令 ⇒ 報告、連絡、相談
- ・収益重視、経費削減意識の徹底
- ・仕事人間の大量生産(育成)社会
- ・企業の中での人間関係  
⇒ 定年になると何故か人間関係が疎遠になる
- ・オイルショック、高度成長時代を経験



## 1. 地域人のキーワード

- ・平等社会 ⇒ 学歴、年齢、経験、性別等
- ・多様な人間関係
- ・指示、命令系統がない ⇒ 強制力が不足(任意)
- ・自立意識が乏しい
- ・公民館活動等地域に差がある
- ・町内会組織等旧来の自治組織が存在
- ・高齢者、少子化の地域課題が多く懸念

地域課題の解決

解決手法

コミュニティビジネス

キーワードの違いを理解し、企業人から地域人へのスイッチが必要



## [講座3] 事業計画書作成のポイント（その1）

事業計画書（ビジネスプラン） 記入様式はデータ配布

1. 事業区分
2. 事業名
3. 団体概要
4. 直近3期間の財務データ
5. 資金調達の予定
6. 株主の状況（法人格が有限・株式会社の場合）
7. 協力者関係
8. 事業コンセプトと商品・サービス等の説明
9. 商品・サービスの概要と技術的要素
10. この事業が必要とされる社会的背景
11. 類似の商品・サービス
12. 類似商品・サービスとの違い(優位性)
13. 類似商品・サービスとの違い(弱点)
14. 知的財産権の取得の状況(特許出願等)

## [講座3] 事業計画書作成のポイント（その2）

### 事業計画書（ビジネスプラン）

15. この事業に関連する代表者等の経験や能力・資格
16. 自社の特徴と今後の問題点
17. 受益対象者(顧客)
18. 受益対象者規模・対象エリアと受益者の状況
19. 商品・サービス提供価格設定方針
20. 告知(普及)方法、販売計画
21. 事業実施上の問題点・リスク
22. 技術・商品・サービス内容、普及(販売)方法、告知(PR)方法等を含めた事業全体の優位性
23. 現在の事業進捗状況と今後の事業展開の予定
24. 収支計画

コミュニティビジネスは、継続させなくてはならない事業と考えること!!

⇒ 十分に考え、予想し、代表者が自ら事業計画書を作成する。

# [講座3] グループワークによる事業計画書の作成

テーマの選択 (ビジョン: 目的)

特定非営利活動促進法(NPO法)の17分野

- 1.保健、医療又は福祉の増進を図る活動
- 2.社会教育の推進を図る活動
- 3.まちづくりの推進を図る活動
- 4.学術、文化、芸術又はスポーツの振興を図る活動
- 5.環境の保全を図る活動
- 6.災害救援活動
- 7.地域安全活動
- 8.人権の擁護又は平和の推進を図る活動
- 9.国際協力の活動
- 10.男女共同参画社会の形成の促進を図る活動
- 11.子どもの健全育成を図る活動
- 12.情報化社会の発展を図る活動
- 13.科学技術の振興を図る活動
- 14.経済活動の活性化を図る活動
- 15.職業能力の開発又は雇用機会の拡充を支援する活動
- 16.消費者の保護を図る活動
- 17.前各号に掲げる活動を行う団体の運営又は活動に関する連絡、助言又は援助の活動

## 共通点を探そう!!

- グループ・メンバーのCBに向けた想いを抽出  
⇒ 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、想いを説明

## 2. 共通の想いを集める

- ⇒ 福祉、街づくり、防犯、商店街、子育て等  
想いのカードを集めて、共通のテーマを設定

## 3. 想いの関連を見付けよう

- ⇒ 一緒に取り組める想い、共通の地域での取組等

## 4. 共通の想いを発表

## [講座3] 事業計画の作成（自己学習）

1. 自分のCB起業イメージを事業計画書に書く!!。
  - ⇒ 事業計画書を書くことで、事業イメージを具体化する。
  - ⇒ 社会的な意義の再確認
  - ⇒ 収益を得る事業構造と継続可能な事業運営手法

書けない項目があれば、その項目について検討を深める。

ソーシャル・ビジネスへの可能性を探求 ※ 事業性拡大

2. 事業計画の発表 ※5日目の講座
  - ⇒ 事業計画の要点を簡潔に説明する。
  - ⇒ 自分の事業計画と協働できる仲間を探す。
  - ⇒ 大事なものは、社会性と事業性のバランスを説明する。

## [講座4] 事業型NPO法人に期待感高まる！！

### NPOとは？

NPO(特定非営利団体)ですが、ボランティア団体と思われたり、事業をしているところは企業と同じように見られたり、解釈はまちまちのようです。ここで、NPO、協働、コミュニティビジネス等、NPO関係よく耳にする言葉を解説してみました。

- ・ NPO(Non-Profit Organization)とは、民間の非営利組織のことで、福祉や環境、国際協力、人権問題などの社会的な課題に市民が主体的に取り組んでいる団体を指します。NPOに含まれる団体の範囲については、狭義から広義まであり、国内でも海外でも使い方は統一されていません。平成12年度版国民生活白書(経済企画庁編)では、①特定非営利活動法人と②ボランティア団体、市民活動団体を指してNPOの範囲として示されています。ボランティア団体、NPOのどちらかを名乗るかは団体の自由ですが、大多数の団体がNPOというよりボランティア団体であると認識していることから、実情を考慮して「ボランティア団体・NPO」と併記しています。
- ・ 「非営利」といっても収益事業を行ってはならないのではありません。事業で得た利益を関係者で配分してはならないということです。

	市民活動型NPO・NPO法人	事業型NPO 法人 (NPC)
目的	ミッション(社会的使命)の実現	ミッション(社会的使命)の実現 地域活性化・経済活性化
組織目標	有償・無償の社会サービスの提供 (ボランティアとしての参加)	継続的事業経営に必要な事業収益の確保
人的資源	ボランティア	有給専従職員、契約スタッフ、ボランティア
背後にある志向性	市民参加・コミュニティ形成 自己実現、自 発性、柔軟性(対象の非限定)	専門性 成果主義・企画力・戦略性(対象の 限定)組織維持
受益者	一般市民→連帯感、信頼、コミュニティ	一般市民、企業、社会、顧客として対象化
資源調達	会費、寄付金を中心	国・行政の公募事業、企業を対象とする事業 収益が中心

※この表は、極端な例かもしれませんが。現実にはこの両方の性格を備えているNPOがほとんどでしょうが、どちらに重きを置くかによって団体の性格が異なってきます。

## [講座4] CB経営の基本

1. 収益が伴う事業としての認識。  
⇒ 信頼、責任、労務・税務等経営管理
2. 行動の基本。  
⇒ 約束を守る。  
⇒ 時間を守る。時間管理。  
⇒ 連絡が取れる事。連絡を速やかにする事。
3. 行動に計画性を持つ。
4. 事業計画は、短期・中期・長期を立案する事。
5. 人脈ネットワークの構築に力を入れる事。
6. メディア等の告知に工夫する事。
7. 経営者は、自ら率先し営業に力を入れる事。



8. コミュニケーション・ツールの活用
  - ⇒ インターネットによる情報収集力
  - ⇒ メールによるコミュニケーションの迅速化
  - ⇒ ホームページによる情報発信
  - ⇒ ブログによる速やかな情報発信
9. 電子資料の活用
  - ⇒ Word 通常文書、公募等申請書等
  - ⇒ Excel 事業計画、収支管理表等
  - ⇒ Power Point プレゼン資料等
10. プレゼンテーション能力
  - ⇒ 経営者(代表)自らのプレゼンテーション
  - ⇒ 経営者(代表)の説得力

### • 成功するための8つのポイント

- ①. キーマンを中心に想いを共有できるパートナーを作る。
- ②. 「経営・経理・営業」の3つの柱を確立する。
- ③. 補助・助成には頼らない⇒自主性、事業性を優先
- ④. 広く地域の異分野ネットワーク(情報源)を作る。
- ⑤. 中長期展望(目標)を明確にする。
- ⑥. 反省、意見交換は定期的に行う。
- ⑦. 「地域のため」という共通意識、ミッションを持つ。
- ⑧. 楽しく、明るく、喜びあるCBを常に念頭に置く。

[NPO法人コミュニティビジネスサポートセンター資料]

## [講座5] 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、せつかくの事業計画も相手に伝わらない。

## 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、事業イメージを常にプロデューサーは考える。
- ②. 決算処理、事業報告の提出等NPO法に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、決算月から三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。

## 2. 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、委託契約履行保障保険の制度の理解。
- 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。

## 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、映像
- ③. マスメディア
  - ・テレビ、ラジオ
- ④. ローカルメディア
  - ・フリーペーパー、市民放送局、CATV

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、CBの広報に適したメディアは何?。

## 1. 効果的な広報

- ①. インターネットホームページ、BLOG、メルマガ、  
情報誌の発行
- ②. 新聞記事への掲載
- ③. CATV市民チャンネル
- ④. 口コミによる告知
- ⑤. 講演等によるプッシュ型の告知
- ⑥. 事業の実績による信頼性が呼び込む告知

## [講座6] CBに必要な営業

1. CB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等以上の営業力が必要
2. 営業は心理学。 常に、相手の気持ちを考える。
3. 人を動かす。 ディール・カーネギーの教えから学ぶ。  
[人を動かす3原則]
  - ・原則1 批判も非難もしない。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 ～ 継続フォロー
  - ③. 企画・提案・プレゼン・見積・業務遂行・フォロー

## 1. 企画書・提案書のキーワード

- ①. 企画・提案書作成の背景(はじめに)
- ②. 現状分析
- ③. 課題の抽出
- ④. 理想的な企画イメージの提示
- ⑤. 理想と現状の差の認識と課題の共有
- ⑥. 課題の解決策の提示と効果の説得
- ⑦. 実現に必要な金額の提示(見積金額)



## [講座6] NPO法人の失敗原因分析

1. 事業に視点が定まっていない。
2. 事業計画が立案されていない。
3. 理事長が名誉職になっている。
4. 理事が組織の代表としての責任を共有していない。
5. スタッフの報酬と期待する責任がバランスしていない。
6. 企業が参入できるサービスに留まっていないか。
7. 組織の進む方向がビジネスになっていない。
8. 事業を推進するリーダーの能力と経験が十分に保持されていない。
9. 人を雇用する責任感がリーダーにあるか。
10. スタッフの関わる意識が報酬のみの動機になっていないか。
11. スタッフの生活面に余裕があるか。
12. 行政依存型経営姿勢
13. 行政の下請け⇒発展性、創意工夫を抑制

## [講座6] CB起業が失敗する要因

1. 十分に報酬を取らず、ボランティア活動になる。  
⇒ 収益を確保する事業計画
2. 「想い」が先走り、無計画に活動を進める。  
⇒ 事業計画書を作成し、計画を振り返る。
3. 代表者個人に負担が掛かりすぎる。  
⇒ パートナーやスタッフとの役割分担、人材の確保。
4. 団体の内部で意見の相違が発生。(内部分裂)  
⇒ ミッションや活動の原点に立ち返り。
5. 軌道に乗り始めて安心、サービスの質の低下。  
⇒ 顧客満足度のチェックを忘れない。
6. 補助金、助成金に頼りすぎ!  
⇒ 自立する体質が重要。
7. 地域(コミュニティ)と上手に付き合えない。  
⇒ 地域の特徴の理解。地域とは持ちつ持たれつの関係。

## [講座6] CBの戦略的な経営とは?

1. 目的・目標を設定する力(リーダーとしての能力)
2. 地域のニーズを発見・分析する力
3. 仲間呼び掛け共感を得る力
4. 組織を設立する力(仲間の確保・体制の構築)
5. 組織を円滑に運営する力(人材育成、業務管理、経営管理等)
6. 課題解決方法の分析と解決策立案能力
7. 事業環境の変化への対応能力
8. 事業の将来を見通す能力
9. 事業計画・企画・提案能力(短期・中期・長期)
10. 資金確保能力
12. 協働し、双方の信頼関係を高める能力
13. 効果的な告知を考える能力
14. 人脈形成能力
15. 営業展開能力
16. 事業を継続的に運営する為の事業評価能力

長い間お疲れ様でした。この出会いを大切にします。

[ご連絡先]

特定非営利活動法人 えふネット福岡 専務理事

事業型NPO法人えふネット福岡 <http://fnet-fukuoka.net/>

温暖化防止福岡市民放送局 <http://stop-ondanka.net/>

九州地域力放送局 <http://fukuokagenki.kyushu-tv.net/>

自立した地域モデル [http://shimin-media.kyushu-tv.net//\\_236.html](http://shimin-media.kyushu-tv.net//_236.html)

〒810-0022 福岡市中央区薬院2-4-15 ボスコ薬院601

蓼原典明 [n.tadehara@fnet-fukuoka.net](mailto:n.tadehara@fnet-fukuoka.net)

携帯電話: 090-7984-1138

電話・FAX : 092-715-1350

携帯メール : [n-tade.n715y118@softbank.ne.jp](mailto:n-tade.n715y118@softbank.ne.jp)

また、お会いできるチャンスを楽しみにしています。