

平成16年度国土施策創発調査

観光コミュニティビジネスの創出育成を
通じた遊休地域資源の活用手法に
関する調査報告書

平成17年3月

経済産業省 関東経済産業局

本 編

1 章

調査概要

1 - 1

調査の趣旨と目的

1. 調査の趣旨

全国的に景気立ち直りの兆しが見えつつある昨今であるが、地域では、依然として観光客の減少、日帰り観光化の増加や中心市街地の衰退等、疲弊状況が一層進行しているケースが多い。これらの地域では外部から人を呼び込むことが急務とされているが、優れた地域資源（地場産品・観光スポット・豊かな森林資源等）を保有しているものの、それが地域の魅力として有効に機能していない場合が多い。

例えば、千葉県佐原市は、かつては北総の商業都市として栄え、重要伝統的建造物群保存地区として指定を受けた蔵造りや商家造りの街並み・水郷地域の風景・香取神宮・山車会館・伊能忠敬記念館・佐原の大祭等数々の祭り・佐原市立水生植物園等の地域資源が存在するが、中心市街地等商店街の空き店舗数はここ7年で3倍近くに増加し、観光の日帰り化・トイレ休憩地化が進んでいる。また、千葉県中部以南の地域においては、河川・里山・田んぼなどの身近な自然環境や農村地域が残り、豊かな未利用資源が残存しているが、過疎化の進行に歯止めをかけられないでいる。

こうした地域においては、新たな地域資源の獲得はもちろんであるが、地域に存在する遊休資源（モノ・人材）を掘り起こし、地域の魅力に転換していくことが必要である。これを実現するためには、様々な障害を乗り越える必要があると考えられるが、参考事例調査や、連携主体による様々な切り口によるアプローチ、モデル事業の実践等を通じて、その手法を明らかにしようというのが本調査の趣旨である。

2. 調査の目的

現在、地域においては、優れた地域資源を保有しながらも、それが地域の魅力として有効に機能せず、疲弊状況を招いている。また、地域資源は、歴史的遺産や建造物だけでなく、地域の生活文化や地域で活動している個人や団体も地域資源である。

一方、行政や企業では解決できない地域の課題を解決し、豊かな地域社会を形成する新たな手法としてコミュニティビジネスが注目されており、その役割は年々重要性を増している。さらに、地域住民による地域発のベンチャービジネスであるコミュニティビジネスは、創業機会・雇用の創出等の経済効果による地域経済活性化の有効なツールとして期待されている。

本調査では、都市観光に力を入れている佐原市をモデル地域として、観光コミュニティビジネスを創出・育成して、都市部において、これまで地域に埋もれ、活用されていなかった遊休地域資源に、+ α の要素を加えたり、コラボレーションにより、魅力ある地域資源として活かす仕組みや手法を検討することを目的とする。

■調査の目的

観光コミュニティビジネスを創出・育成して、都市部において、これまで地域に埋もれ、活用されていなかった遊休地域資源を、+ α の要素を加えたり、コラボレーションにより、魅力ある地域資源として活かす仕組みや手法を検討していく。

- ・本調査の考え方は、問題意識から仮説を設定して、それを検証する形ですすめた。

佐原市の現状

- ・千葉県佐原市は、かつては北総の商業都市として栄えたが、年々その商圏を縮小し、活力を減退させ、商店街空き店舗が増加している。しかし、観光資源としては、重要伝統的建造物群保存地区として指定を受けた蔵造りや商家造りの街並み・水郷地域の風景・香取神宮・山車会館・伊能忠敬記念館・佐原の大祭等数々の祭り等が存在する。更に水稻・畑作・畜産の産業や筑波国立公園・佐原市立水生植物園など、緑の資源にも溢れた地域であり、地域の再興のための潜在力を秘めている地域と推察される。
- ・また、千葉県中部以南は、河川・里山・田んぼなどの身近な自然環境や農村地域が残り、これらの遊休地域資源を活かした環境学習や自然体験活動を基軸とした活性化により、衰退した地域を再興できるポテンシャルを秘めた地域といえる。

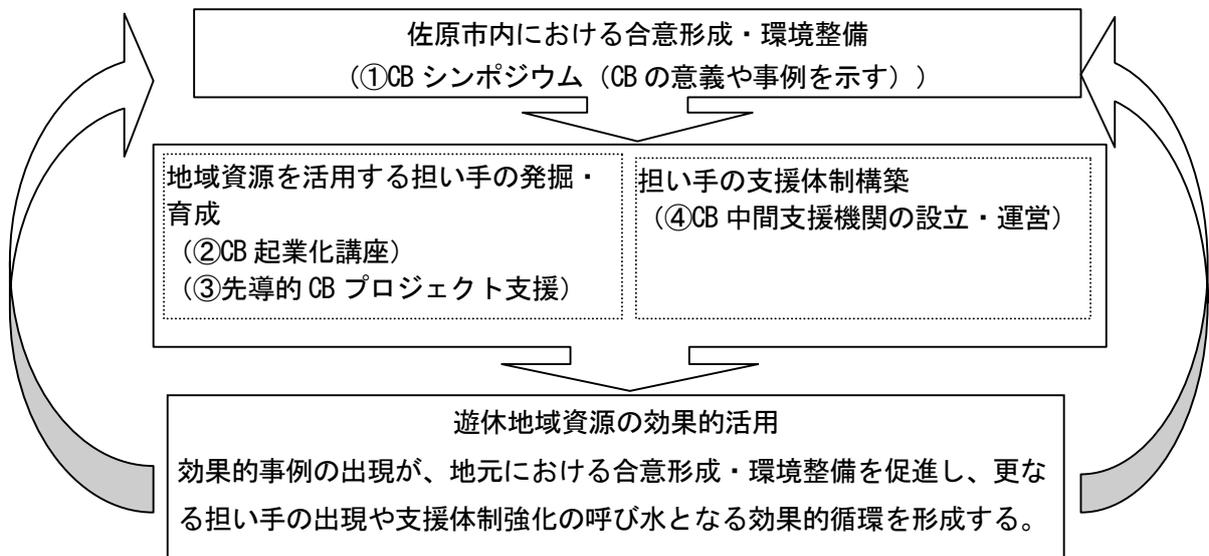
佐原市の持つ課題

- ・地域資源を活性化し地域の魅力として転換していく手法が欠けているため、地域資源（地場産品・観光スポット・豊かな森林資源等）を保有しているものの、それが地域の魅力として有効に機能していない。

問題意識（仮説）

- ・有効活用可能な遊休地域資源を生かす手法を解明することができれば、地域は再生できる！

- ・佐原市には、活用可能な地域資源（地場産業・観光スポット等）は、既に豊富に存在する。それを活かすモデルとは、次のようなものである。



本調査では、千葉県佐原市をモデル地域として選定し、遊休地域資源を活用する担い手として、観光コミュニティビジネス創出・育成に基づくモデル事業を実施し、その効果を検証した。

1. 普及啓発・環境整備促進モデル事業

- ・普及啓発・環境整備促進モデル事業では、地域へのコミュニティビジネスの普及啓発を目的とし、併せてコミュニティビジネスの創出育成の環境整備を進めることを目的に事業を展開した。
- ・具体的には、基調講演と事例発表からなるコミュニティビジネスシンポジウムを開催した。

2. 担い手発掘・育成モデル事業

- ・遊休地域資源の活用の担い手となる既存コミュニティビジネスの発掘やコミュニティビジネス予備軍の掘り起こしとその育成を目的とした。

①コミュニティビジネス起業化講座

- ・観光コミュニティビジネスの発掘・育成を目的として開催した。通常のコミュニティビジネス起業化講座と踏むべきステップは同じであり、その土地における代表的課題を解決しようとする提案は、受講生からの提案に含まれてくる。

②先導的コミュニティビジネス支援（成功事例の創出）モデル事業

- ・その地域を象徴するようなテーマであり、かつ、他の案件とのコラボレーションが可能となるテーマを開催した。

3. コミュニティビジネス中間支援機関設立支援モデル事業

- ・コミュニティビジネス中間支援機関設立支援モデル事業では、平成17年1月に設立された第3セクターのまちおこし会社である「株式会社ゼットやっぺい社」に対して、中間支援機関のための環境整備支援を行うとともに、中間支援機関を機能させるため、行政、商工会議所、企業等の既存機関との連携づくりを行った。

2章

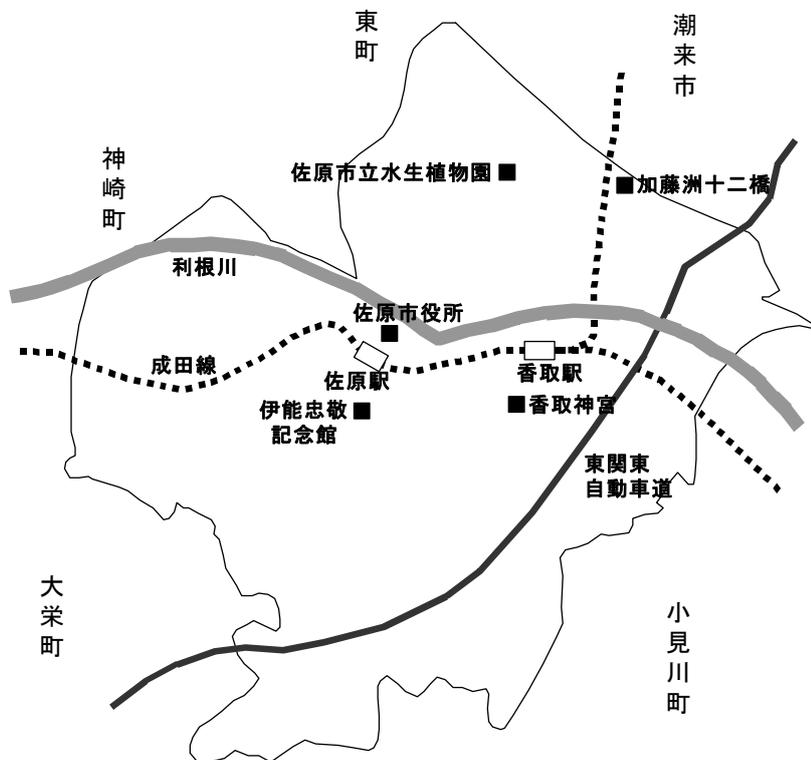
佐原市の地域資源と地域課題

2-1

佐原市の位置

▶佐原市の位置

総土地面積 11,988 ha
総人口 47,798 人(平成 16 年 12 月 1 日)
総世帯数 15,844 世帯(平成 16 年 12 月 1 日)
就業人口 第1次産業 2,362 人(9.7%)
第2次産業 6,012 人(24.8%)
第3次産業 15,859 人(65.4%)
(平成 12 年国勢調査)



- ・佐原市のまちの特性、特産、イベント、観光資源などの地域概要は以下のとおりである。

【北総の小江戸】

- ・千葉県の北東部、茨城県に接する。江戸時代より利根川舟運で繁栄した商業都市で、北総地域の中核都市。市街地には往時の面影を残す江戸時代から昭和初期の蔵造りや商家造りの古い町並みが残る。肥沃な耕地に恵まれた首都圏の食料供給基地また、水と緑あふれる水郷の里として発展した。
- ・佐原市の歴史は古く、香取神宮の神事に使用する土器「浅原（サワラ）」を奉納していたことが地名の由来とも言われている。また、江戸時代には、利根川水運の発達により、産物の集積地として発展し、「北総の小江戸」と言われ、伊能忠敬のゆかりの地でもある。

【町並み景観整備】

- ・小野川周辺と香取街道沿いの歴史的町並みは、重要伝統的建造物群保存地区および水郷・日本の残したい音風景百選に選定された。今後も観光資源として整備を進める。

【特産・地酒】

- ・いかだ・すすめ焼、和傘、張子、ラフィア、さつまいも（千葉県一の栽培面積）、水郷梨、早場米、落花生、芋菓子（焼き芋パイ、芋きんつば、芋アイス）、草だんご（香取神宮参拝土産）
- ・酒：東薫、雪山

【イベント】

- ・香取神宮神幸祭（4月）
- ・あやめまつり（5～6月）
- ・八坂神社祇園祭（7月）
- ・はす祭り（7～8月）
- ・水郷佐原花火大会（8月）
- ・諏訪神社秋祭（10月）

【世界一・日本一】

- ・世界一の花菖蒲・ハス栽培日本一（佐原市立水生植物園：400種・花菖蒲、花蓮など）
- ・山車の人形の大きさ日本一（佐原の大祭）

【観光】

- ・香取神宮（国指定重要文化財）
- ・佐原市立水生植物園（水と緑の自然環境を生かした植物園で、壮大に広がる園内にはアヤマ、カキツバタ、花菖蒲100万本と色とりどりの花が咲き誇る）
- ・加藤州十二橋（十二橋巡りの舟がある）
- ・伊能忠敬旧宅・伊能忠敬記念館（国指定史跡の旧宅と遺品展示記念館）
- ・水郷佐原山車会館（山車祭りに使うケヤキで作られた山車2台を常設展示）
- ・佐原の大祭山車祭（山車が各町内を練り歩く。佐原の大祭は例年夏と秋に開かれる。夏祭りは山車10台、秋祭りは山車14台）
- ・佐原地区の土蔵や商家の町並み（南北500m、東西300m地区を平成8年に重要伝統的建造物群保存地区選定）
- ・市街地を流れる小野川とその周辺に残る歴史的な町並み（江戸後期から昭和初期にかけての町並み）
- ・東国一の宮で旧官幣大社である香取神宮と杉木立
- ・へら鮎釣りのメッカ横利根川
- ・千葉県立大利根博物館（水郷地帯の自然、風俗、農機具などを展示）
- ・地図の町・さわら（江戸時代に実測日本地図を作成した伊能忠敬を育んだまちとしてイメージアップを図る）
- ・香取神宮の森（幹周り3m以上の杉の巨木が林立し、イヌマキ、モミノキの大木が見られる）
- ・神道山総合公園（古墳、自然環境を生かした公園）
- ・香取神宮宝物館（神宮に残る宝物、資料を展示）

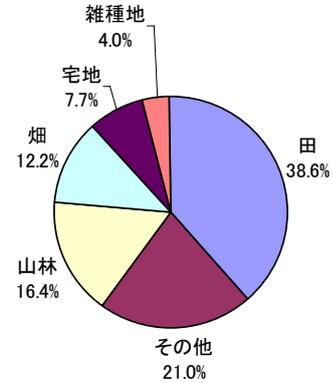
【出身者】

- ・伊能忠敬（江戸後期の測量家）
- ・長谷川裕一（漫画家）
- ・熱田貴（ソムリエ）

(1) 土地

面積 119,88 km²

平成 11 年度地目別土地面積は右図のとおり



(2) 平成 16 年 12 月 1 日現在の人口と世帯数

人口 47,798 人 (-30)

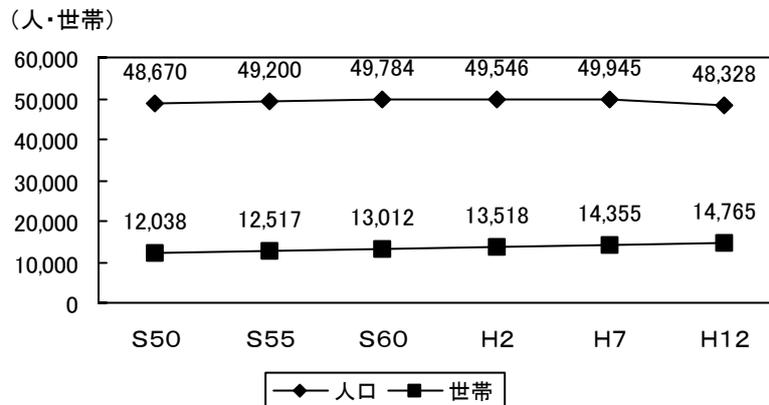
男 23,627 人 (-7)

女 24,171 人 (-23)

世帯数 15,844 世帯 (-6) () 内は前月対比

(3) 減少に転じた人口、増加する世帯数（国勢調査）

- 平成 12 年国勢調査では佐原市の人口は減少に転じたが、世帯数は増加しており、核家族化が進んでいることが伺われる。



(4) やや高齢者比率が高い人口構造

- 佐原市の若年人口、生産年齢人口、高齢人口の構成比は、それぞれ 14.3%、71.5%、21.6%である。千葉県、茨城県に比べて高齢人口がやや高くなっている。
- 年齢5歳区分の分布構成を見ると、50～54歳に大きな山がある。今後、5～10年の間に定年を迎える層が多く、退職者に対する対応が必要となる。

	0～14歳	15～64歳	65歳以上	平均年齢	
佐原市	14.3	64.0	21.6	佐原市	43.8
千葉県	14.2	71.5	14.1	千葉県	40.3
茨城県	15.4	68.0	16.6	茨城県	41.0

- ・佐原市の主要産業の概要は以下のとおりである。

1. 農業

- ・佐原市の自然的・地理的条件は、利根川を挟み南北に二分され、南部は関東ローム層に覆われた畑作地帯、北部は三角洲等により形成された水稻の単作地帯となっている。北部の水田地帯は昭和30年代から大規模なほ場整備が進み、用排水施設が完備されている。一方、南部の畑作地帯ではこれらの施策が実施されなかつたため、干ばつの被害や大雨による冠水被害を受けることがある。
- ・佐原市の農業は、水稻・畑作・畜産に大別され、昭和30年代以降の高度経済成長と消費型生活への移行によって、農家人口は減少し、後継者不足による農業労働力の高齢化が進み、兼業化の進行による農業経営の粗放化さらには、地力減退・農業機械への過剰投資による収益性の停滞等で、他の産業に比べて農業の社会的相対的地位は年々低下を続けている。

農家戸数 (主業農家・準主業農家)	2,804戸	(千葉県農林水産統計年報 調査期日H14.1.1)
農家人口 (主業農家・準主業農家)	13,581人	(千葉県農林水産統計年報 2000年世界農林業センサス確定値)
農業従事者数 (自営農業に従事した世帯員数)	8,187人	"
総面積	11,988 ^㉗ _㉘ ha	
耕地面積	5,620 ^㉗ _㉘ ha	(千葉県農林水産統計年報 調査期日H14.7.15)
林野面積	1,915 ^㉗ _㉘ ha	(世界農林業センサス林業地域調査 調査期日H12.8.1)
農業産出額	1,231千万円	12.31)
生産農業所得	479千万円	"
生産農業所得率	38.90%	"
耕地10a当り生産農業所得	85千円	"
基幹的農業従事者1人当り生産農業所得	1,873千円	"

農業産出額及び生産農業所得状況

(単位:千万円)

年産	米	麦類	雑穀・豆類	いも類	野菜	果実	花き	工芸作物	その他
平成12	535	0	9	330	124	32	4	5	2
平成13	521	1	7	296	122	29	4	5	1
平成14	529	2	9	274	139	29	4	5	0
年産	①耕種・計	②養蚕	③畜産	④加工農産物	合計	生産農業所得	生産農業所得		
平成12	1,041	1	145	1	1,188	582	49.00%		
平成13	986	1	185	1	1,173	465	39.60%		
平成14	991	0	239	1	1,231	479	38.90%		

- ・稲作は、昭和44年以降生産調整が続けられ、平成16年度からは水田農業構造改革対策が実施されているが、農業者の稲作志向は依然として強く、水田の大部分が湿田であることとあいまって、他の作物への転換が進んでいない。このため、今後は良質米の確保と生産コストの低減を図る一方、転作物物の定着化確立のために、地域特性に即した転作条件整備を積極的に推進する必要がある。
- ・畑作は、南部台地を中心に、食用甘しょ・にんじん・ごぼう・だいこん等の露地野菜と施設野菜、日本なしが栽培されているものの、地力の低下・連作障害・産地間競争等の厳しい状況にある。今後は、地域の生産条件に適した産地化をさらに進めるため、地力の増強・栽培技術の改善・価格の安定化・流通機構の整備を図る必要がある。
- ・畜産は、米・甘しょに次いで高い生産額を示し、従来の小規模飼養から、多頭羽飼養へ移行。反面、畜産公害等の新たな問題も顕著となっている。また、飼料・畜産価格の不安定は、収益性をも低下させており、このような中で自立経営を図るためには、飼養規模の適正化・家畜資質の向上・畜産経営環境整備に努めるとともに、飼料作物栽培の合理化等耕種部門との有機的結合を図りながら、地域社会・地域農業と調和のとれた畜産経営を推進する必要がある。

畜産の飼養個数及び飼養頭数 (単位:戸・頭・羽)

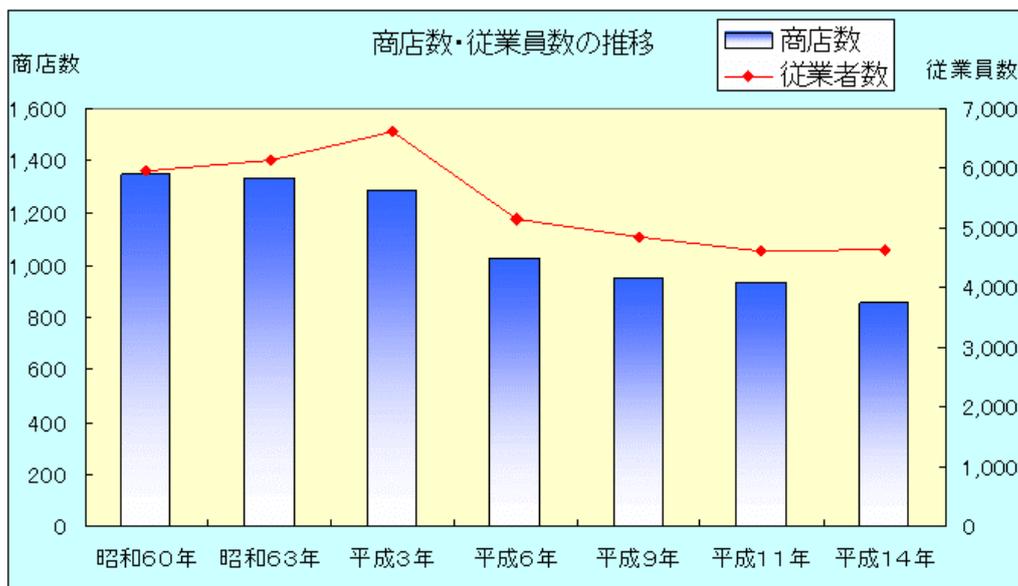
	乳用牛		肉用牛		豚		鶏	
	飼養戸数	飼養頭数	飼養戸数	飼養頭数	飼養戸数	飼養頭数	飼養戸数	飼養頭数
平成12	7	156	9	449	24	20,155	8	73,300
平成13	10	250	20	580	30	25,800	1	1,440
平成14	10	230	20	560	30	26,000	1	1,400

2. 漁業

- ・漁業は利根川・与田浦川を中心にわずかではあるが、内水面漁業が営まれている。近年、就業者の減少や環境汚染の進行、外来魚の増殖等により漁獲量は年々減少する傾向にある。
- ・市内の内水面は、釣り客にとっては人気が高く、観光的側面を重視した漁業振興を図ることが必要。

3. 商業

- ・かつては、北総の商業都市として栄えた佐原市も年々その商圈を縮小しており、それに伴い活力を減衰させ、空き店舗も増えつつある。
- ・事業所数、従業員数の動向を見ると1店舗当りの大型化（大型店のロードサイド進出）が進んでおり、既存の地元商店の衰退が同われる。
- ・一方、佐原駅前においては、大型店が相次いで撤退するなど、空き店舗の床面積割合が高くなっている。
- ・平成12年度に重要伝統的建造物群保存地区や豊かな水辺環境を活かし、観光・レジャー・文化等が融合する街づくりを目指した「中心市街地活性化基本計画」を策定。平成14年5月1日には、佐原商工会議所がTMOとなり、また、同年4月1日には第三セクターのまちおこし会社（株）ふれきめらを設立。
- ・平成17年1月には、佐原市で2つ目の第三セクターのまちおこし会社（株）ゼットやっぺい社を設立した。



資料：商業統計調査、佐原市ホームページ



佐原駅前の商店街



撤退した大型店

4. 工業

- ・ 中小・零細の企業（事業所）は散在するものの、大規模・近代的な企業は少なく、生産力は低い水準で推移し、雇用面でも若年層の就業機会を充足するものではない。
- ・ 事業所の業種構成は、「食料品」が23.0%を占め、以下、「電気機械」、「プラスチック」となっている。千葉県、茨城県と比べて、「食料品」に特化した業種構成である。

区 分	平成14年		
	事業所数	従業員数	製造品出荷額等
総数	86	1,720	2,254,314
食料品	25	823	1,296,347
一般機械	6	123	261,358
出版・印刷	6	89	90,290
窯業・土石	6	76	74,973
プラスチック	6	49	29,875
金属製品	5	105	142,665
衣服	5	48	13,862
電子部品・デバイス	4	127	98,376
電気機械	4	83	74,610
木材・木製品	4	60	70,152
その他	3	29	14,633
家具・装飾品	2	X	X
パルプ・紙	2	X	X
情報通信機械器	2	X	X
精密機械	2	X	X
飲料・たばこ	2	23	33,994
化学	1	X	X
輸送用機械	1	X	X

資料：工業統計調査、佐原市ホームページ

5. 観光

- ・ 観光資源としては、水郷の自然を構成する水生植物園のあやめ・加藤洲十二橋・利根川・与田浦、文化・歴史資源として香取神宮等の神社・伊能忠敬の旧宅等がある。また、「重要伝統的建造物群保存地区」に選定された小野川沿いとその周辺の町並み・伝統の祭りがある。
- ・ 首都圏を中心に年間約403万人（平成14年）の観光客を集めている。
- ・ 歴史的文化的観光資源を活かし、本宿耕地地区の農業公園・中心商業地区との連携をはじめ、豊かな森林資源の活用や観光農業等との連携、様々なイベントを含めた地域資源の発掘など、産業の連携やネットワーク化による観光地づくりが求められる

1. 既存の主な地域資源

(1) 主な観光資源

【観福寺】

川崎大師(神奈川県)、西新井大師(東京都)と並び、関東の三大厄除大師として知られ、今も多くの人の信仰を集める名刹。この寺を中心として周辺一円の寺院を巡拝する札打ちは250年の伝統がある。また、寺宝には国指定重要文化財の釈迦如来、薬師如来、十一面観音、地藏菩薩の4体の銅造りの懸仏(かけぶつ)のほか、曼荼羅や中世の古文書など貴重な文化財が多い。伊能忠敬と伊能家一族の菩提寺でもある。

【伊能忠敬旧宅】

実測日本地図を初めて完成させた伊能忠敬が30年余りを過ごした商家(史跡)。母屋は1793年(寛政5)に忠敬自身が設計したもの。庭から忠敬の書斎を見ることができる。



【佐原市立水生植物園】

アヤメとハスを中心とする水郷地帯の植物園。6月1日~30日のあやめ祭り期間には舟巡りもできる。



【千葉県立大利根博物館】

利根川の自然と歴史がテーマの博物館。館内には3つの展示室があり、第1展示室はナウマン象の頃の地質時代から中世までの東下総(ひがししもうさ)地方の歴史を、第2展示室は近世以降の利根川水系の文化をメインに、高瀬船の模型、田下駄(たげた)や水車などの農具などを展示。第3展示室では企画展、巡回展が行われる。屋外には大型排水ポンプなどの展示物や自然観察園もある。

【香取神宮】

香取神宮は祭神に経津主命を奉り、創建は神武天皇8年と伝えられている。古来より国家鎮護の神として崇拝され、『神宮』の社号を持つ下総の国一の宮である。現在の社殿は元禄13年(1700)徳川綱吉によって造営されたもので、本殿・楼門は国の重要文化財の



指定を受けている。宝物館には、国宝の海獣葡萄鏡をはじめ多くの文化財が展示されている。

【佐原の大祭】

『佐原の大祭』は、7月中旬の金・土・日曜日の3日間で行われる八坂神社祇園祭と10月第2土曜日を中日とする3日間に行われる諏訪神社秋祭りの総称をいい、関東3大山車祭りの一つと称されている。（平成15年1月16日に「佐原の山車行事」が国の重要無形民俗文化財」としての指定答申を得た）。

佐原には24台の山車があり夏祭りには10台、秋祭りには14台の山車がそれぞれ曳廻される。



【水郷佐原山車会館】

毎年7月9～17日の間の金・土・日曜と10月第2土曜を中日とする金・土・日曜に行われる佐原の大祭は、約300年の歴史がある関東有数の山車祭り。館内では祭りの様子を3面パノラマによるビデオで放映し、大祭に繰り出す山車24台のうち、交替で2台を展示。高さ7mの山車は迫力満点。祭礼に関する資料もある。



【小野川】

小野川沿いは、河港商業の中核として栄えたので、沢山の船着き場がある。周辺や近隣から物資を集め江戸へ運び、江戸から呉服や砂糖・塩等の日常品を運び近隣に売り捌いた昔ながらの商家が立ち並んでいる。平成8年に国の選定を受けた重要伝統的建造物群保存地区となった。



【樋橋（とよはし）別名 ジャージャー橋】

江戸時代の初め、佐原村の灌漑用水を本宿側から新宿側へ送るために木製の大きな樋を作り、小野川に架けたのが始まり。その樋に板をかけて人が通れるようにしたので樋橋という名前に。また樋から水が「ジャージャー」流れ落ちたので、ジャージャー橋ともいわれ、日本の残したい音風景百選に選ばれている。



(2) 佐原は映画・CM等の映像の宝庫

	題名	種類	制作年	主演	監督	備考
1	船頭小唄	映画	1923		伊藤大輔	
2	水藻の唄	映画	昭和初			
3	人の世の姿	映画	昭和初			
4	潮来花嫁さん	映画				
5	昨日の女 今日	映画	昭和初			
6	栄冠に涙あり	映画	1931			
7	愛憎峠	映画	1934	夏川大次郎・山田五十鈴(デビュー年作品)	鈴木重吉	日本最後の無声映画
8	利根の朝霧	映画	1937			
9	情炎	映画		水戸光子・杉村春子		
10	ひめゆりの塔	映画	1953	津島恵子・香川京子・岡田英次・殿山泰司	今居正	「ひめゆりの塔」映画化第1回
11	ひばりの娘船頭さん	映画	1955	美空ひばり・片山明彦・桂小金治・沢村貞子	萩原徳三	
12	大利根の対決	映画	1955		冬馬泰三	
13	おぼこ船頭さん	映画	1957	二谷英明		
14	天保水滸伝	映画	1958	高田浩吉・鶴田浩二・小暮美千代	渡辺邦夫	
15	愁海どう	映画	196?	高峰三枝子		
16	路傍の石	映画	1964	淡島千景・池田秀一・佐藤慶	家城巳代治	
17	大学の石松	映画		高倉健・中原ひとみ		
18	無法松の一生	映画		勝新太郎		佐原駅が小倉駅として登場
19	鉄火場慕情	映画		松原智恵子・村田高広・内田良平・梶芽衣子	小澤啓一	
20	日本一のヤクザ男	映画	1970	植木等・ハナ肇・司葉子	吉沢憲吾	
21	男一匹ガキ大将	映画	1971	酒井修・青山良彦・笠智衆	村野鐵太郎	
22	岸壁の母	映画	1976	中村玉緒・江藤潤・二葉百合子・林寛子	大森健次郎	
23	白い手	映画	1990	南野陽子・哀川翔・石黒賢・小川ようこ	神山誠二郎	
24	死の罫	映画	1990	松坂慶子・岸部一徳・木内みどり	小栗康平	カンヌ映画祭グランプリ
25	でべそ	映画	1995	片岡鶴太郎・川上麻衣子	望月六郎	
26	夏時間の大人たち	映画	1996	岸部一徳・根津甚八・石田えり	中島哲也	トロント映画祭招待作品
27	うなぎ	映画	1997	役所広司・清水美砂・哀川翔・賠償美津子	今村昌平	カンヌ映画祭グランプリ
28	絶唱	TV		渡辺まりな		
29	次郎物語	TV	1955	小暮美千代・池内淳子	清水宏	
30	隠密剣士	TV	1962	大瀬康一	船床定男	
31	でっかい青春	TV		夏木陽介		利根川の土手(中学校のあたり)
32	龍角散トローチ	CM	1979	村地弘美		「と日記には書いておこう」シリーズ
33	魔笛	TV	1983	浅丘ルリ子・石井めぐみ・山内明	出目昌伸	化
34	歳月	TV	1983	中井貴一・島田陽子・松本伊代・船越栄一郎	北村充史	
35	たけし君ハイ	TV	1985	木ノ実ナナ		
36	ハナマルキ	CM		吉村作治		
37	海の夕映え	TV		中井貴一		
38	文学賞殺人事件	TV	1990	萬田久子・島村佳江・河原崎長一郎	中務忠	月曜女のサスペンスシリーズ
39	なんばしよっと	TV	1992	桃井かおり		ロケ地 観福寺
40	鰻	TV	1993	中村礼子・川原永詞・加瀬尊朗	早川和良	
41	NTTドコモ	CM	1994	陣内孝則		九州地方で流れたCM
42	さすらい刑事 旅情編4	TV		宇津井健・なづら健一・河合奈保子	黒澤直輔	水郷の花嫁・過去を捨てた女
43	消えたわが子	TV	1994	大竹しのぶ・加藤治子		花王ファミリスベシヤル
44	学校の怪談R	TV	1996	知念里奈	小松隆夫	ロケ地 佐原中学校・淑徳女子高
45	川内(せんで)がらっぱ	ビデオ	1996	山口悦郎・橋本綾乃(子役)	大江利哉	ハイビジョン作品
46	今その時が新しい	TV	1996	江守徹		伊能忠敬のドラマ
47	演歌のすみれー番勝負		1996	浅野ゆう子・松岡昌宏・国生さゆり	生野慈朗	
48	若葉のころ	TV	1996	キンキキッズ	吉田健	ロケ地 オデオン座
49	蔵	TV	1995	鹿賀丈史・松たか子・檀ふみ・大滝秀治	大山勝美	テレビジョンATP賞96年グランプリ
50	おこるでかし!	TV	1997	的場浩司・大塚ねね・高橋由美子・松方弘樹	高橋伴明	横山やすし一代記
51	春燈	TV	1997	藤竜也・江波杏子・松たか子・真野響子	大山勝美	
52	ウルトラマンガイア	TV	1998	吉岡毅志・渡辺裕之	根本実樹	マリネットの夜・サイモザード
53	新腕におぼえあり	TV	1998	高嶋政伸		ロケ地 観福寺
54	權	TV	1999	松たか子・仲村トオル・加賀まりこ	大山勝美	宮尾登美子の小説をドラマ化
55	金田一耕助シリーズ	TV	1999	古谷一行・谷啓・山本陽子		
56	麒麟ビール	CM	1999	中山美穂		

2. 潜在的な地域資源

(1) 地元の人しか知らない隠れた地域資源もある

- ①佐原にはオオタカやハヤブサ等、猛禽類がたくさんいる、知る人ぞ知る場所がある。
- ②日本広しと言えども、川に太陽が沈む光景を見られるビューポイントはなかなかない。
- ③昔の農村風景が残っている。
 - 川があり、上流にはタナゴやメダカが生息する所が沢山ある。
 - 大倉には梨園があり、5月には山の斜面に綺麗な花が咲き、秋には梨狩りができる。

(2) 地元の人でも気がつかない地域資源もある

- ・地域資源には、地元の人でも地域資源と気が付かないものがある。普段の生活の中で地元の人にはあたりまえと思っているが、外部から見るととても魅力的に感じるものがあり、これも、大切な地域資源となる。

3. 活発な活動をしている市民グループがある

- ・市民・行政・商工団体・観光協会が連携して、まちづくり、観光交流等市民グループが活躍している。
- ・市民、高齢者、女性などが、さまざまな分野で「生きがいづくり」活動を展開している。
- ・こうした地域活動を行っている人や団体も地域資源である。

■活発な活動を行っている団体

NPO法人 まちおこし佐原の大祭振興協会	NPO法人 水郷軟式少年野球協会
NPO法人 地域医療振興会	NPO法人 千葉県マッサージ師会
NPO法人 光寿会	株式会社 ふれきめら
株式会社 ゼットやっぺい社	佐原香取丁子（ようろご）文化の郷
小江戸さわら会小野川と佐原の街並みを考える会	町並み案内ボランティアの会
英語案内ボランティアの会	町並みおかみさん会

4. 佐原市の観光への取組み

- ・佐原市では、都市型観光、まちづくり型観光地づくりを目指して、さまざまな取組み、事業が動いている。

- (1) 佐原市商業進行ビジョン（平成5年3月）
- (2) 観光振興ビジョン（平成6年3月）
- (3) 歴史的町並み観光活性化プラン（平成7年）
- (4) 中心市街地活性化基本計画（平成13年3月）
 - 水郷の小江戸 産業観光で賑わいの復興
- (5) 佐原・戦略ビジネスプラン～TMO構想（平成14年3月）
 - 産業観光での賑わいの再興
 - 4つのリーディングプロジェクト
 - ①プロモーション
 - ②タウントレイル
 - ③小野川舟運
 - ④テナントリーシング
- (6) 小江戸サミット（平成8年より）
 - 佐原市、川越市、栃木市の3市が共通の特性を活かしたまちづくりを展開する
- (7) 観光交流空間づくりモデル事業 地域資源活用構想策定等支援調査（国土交通省）
 - 鹿嶋市、潮来市、佐原市、成田市、佐倉市の5市が連携し、「技」をテーマにパンフレットを作成
- (8) 地域の魅力アップモデル事業 観光立県千葉モデル事業（千葉県）
 - 小江戸さわら江戸まさり～水辺のある歴史的町並みを活かしたオンリーワンのまちづくり～をテーマに、交流人口拡大による中心市街地再生を目指す。
- (9) 全国都市再生調査（内閣官房都市再生本部）
 - 成田トランジット・短期滞在の外国人観光客に対し、佐原に来てもらう実証実験プロジェクトを実施
 - 「全国都市再生イン佐原」の開催
 - ・歴史的な情緒ある水辺を活かした観光まちづくりのさらなる展開を目指す戦略会議

1. 数多くの地域資源を有する佐原市の悩み（課題）

- ・佐原市には前述したように、歴史・文化資源の宝庫である。代表的な地域資源としては、
 - ①歴史文化：香取神宮、観福寺等の神社仏閣、重要伝統的建造物群保存地区、伊能忠敬博物館
 - ②祭　　り：佐原の大祭、佐原囃子、山車会館
 - ③自　　然：水生植物園、水郷筑波国定公園、十二橋めぐり
 - ④映　　像：映画・テレビ・CM等映像の宝庫
 等があるが、まだまだ、いろいろなものがある。
- ・さらに、地元の人しか知らない隠れた地域資源として、
 - ①オオタカやハヤブサ等、猛禽類の生息場所、知る人ぞ知る場所がある
 - ②川に太陽が沈む光景を見られるビューポイント
 - ③日本人の原風景である、タナゴやメダカが生息する川が流れる昔の農村風景がたくさん残っている。
 - ④大倉には5月には山の斜面に綺麗な花が咲き、秋には梨狩りができる大倉には梨園がある。
- ・しかしながら、佐原市には以下のような悩み（課題）がある。

■地域のブランド化がなされていないため損をしている

- ・地域資源が豊富な割には、地域資源の素材の良さがアピールできておらず、佐原市は有名ではない。たとえば、梨や芋などは、佐原市の農家はその作り方を各地に教えてきたが、他の地域が有名になり、佐原市の梨や芋はブランド化されていない。

■地域住民の情報交換の場が不足

- ・佐原市の暮らしや生活の良さを伝える必要があるが、それには、佐原市に長く住んでいる人の意見を聞くことも大切である。例えば、日頃どのように地元農家と交流をしていくか、また、農家の人は何を作っているのかなど、さまざまな年代の人と交流し、活動していく必要であり、地域の人がそれぞれ話し合える場、情報交換の場が不足している。
- ・また、地域住民の中にも利用者入るという視点が必要であり、佐原市情報について、市の内外の人間が共通認識を持っていく必要性がある。

■個々の産業の結びつきが希薄

- ・佐原市では、観光が主要産業となってきている。一方で、駅前等の商店街では空き店舗が目立つ状況になっている。重要伝統的建造物群保存地区でも、商業に結びつくような情報発信する種がないため、観光と商業復活がなかなか結びついていない。

■利用者重視の視点をもつ

- ・「地域の魅力」というと供給者側すなわち地域資源に固執しすぎ、需要側すなわちマーケットの利用者の視点を顧みずに進めることが多いが、「利用者（来訪者予備軍あるいは購買者予備軍）が求めているものを、地域の中を隈なく探して、地域資源を組み合わせることで利用者の欲求に触れるものを生み出す」という発想が必要不可欠である。
- ・魅力ある地域は、利用者（外からの来訪者ばかりではなく地元の人々も含めて）の視点から評価されるものである。

2. 活発な活動をしている市民活動グループが存在する佐原市の悩み

- ・佐原市には、市民・行政・商工団体・観光協会が連携して、まちづくり、観光交流等市民グループが活躍している。たとえば、(株)ぶれきめら、(株)ゼットやっぺい社、小江戸さわら会、小野川と佐原の街並みを考える会、佐原香取丁子（ようろご）文化の郷、町並み案内ボランティアの会、英語案内ボランティアの会町並みおかみさん会など、市民、高齢者、女性などが、「生きがいつくり」活動を展開している。
- ・しかしながら、佐原市には以下のような悩み（課題）がある。

■コーディネーターの不在

- ・佐原市には、まちづくりを中心に活発な活動している団体が数多くある。しかし、それぞれの活動団体をコーディネートする機能がない。

■市民活動を地域の力に転換するサポートが必要。

- ・市民グループも地域資源である。これを地域の力に転換すること必要である。ボランティアからビジネスへ、もう一歩踏み出してもらうためのサポートが必要である。

■市民活動予備軍の掘り起こしが必要

- ・市民活動をやりたいと思っている人は佐原市の中にはもっといる。潜在化している予備軍を如何に掘り起こし、気づきを与えるかが課題となる。

■地域資源の活用に意欲ある人材の育成が急務

- ・佐原市には、まだまだ、世に出ていない地域資源として農産物をはじめ利根川、横利根閘門等多数ある。こうした埋もれた資源を商品化あるいは観光スポットとして売り出す人材が少ない。
- ・また、町並み、山車祭りなどの町おこしに係わっている人たちも高齢化が進展し、後継者育成が課題となっている。従って地域資源の活用に意欲のある人材の育成が急務である。

3章

観光コミュニティビジネスの創出育成を通じた 地域資源の活用手法

3-1 観光コミュニティビジネスの必要性

1. コミュニティビジネスとは何か

(1) コミュニティビジネスとは

- ・コミュニティビジネスは、地域で生活する市民のアイデアと熱意により生まれてくるものである。毎日の生活で困っていること、普段気づかない身の回りの地域資源がコミュニティビジネスに取り組みきっかけとなり得る。
- ・全国の各地域においては、様々なニーズとその地域特有の特性をもっている。
- ・コミュニティビジネスは、その地域のニーズを把握し、また特性を生かしながら地域の市民、自治体、企業、NPOなどと協力し、より良い地域（コミュニティ）づくりをおこなう。さらにこのようなコミュニティ創造の中に、新しい仕事や雇用（ビジネス）を創出しようというものである。
- ・つまり、コミュニティビジネスとは、市民が主体となって地域の課題をビジネスの手法で解決し、その活動の利益をコミュニティに還元することによって、コミュニティを再生・活性化するビジネスである。
- ・現在、コミュニティビジネスは、行政や企業では解決できない地域の課題を解決し豊かな地域社会を形成する新たな手法としてまた、創業機会・雇用の創出等の経済効果による地域経済活性化の有効なツールとしても期待されている。



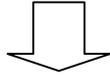
地域の高齢者による伝統的なおやきの製造と販売

(2) コミュニティビジネスの効果

- ・地域の新しい課題解決のためのビジネスの場を形成することで、地域の創業機会、地域雇用を拡大する効果が望まれる。
- ・地域住民自らが主導し実践することで、地域社会の自立・活性化、地域コミュニティの再生の効果が期待され、また活動主体の地域住民は、社会貢献の満足感や、やりたいことを行う自己実現の満足感、生き甲斐が生まれる。

■コミュニティビジネスとは

- ・地域における問題・課題をビジネスの視点で解決するもの
- ・「市民の視点による市民事業、地域事業」の呼称
- ・適正規模・適正利益で活動を維持継続・発展していく活動



■その結果として期待されること

- ・地域の特性を生かした新しいまちづくり
- ・市民参加の地域社会
- ・商店、商店街活性化
- ・雇用の創出
- ・生き甲斐作り
- ・顔の見えるコミュニティの再生
- ・NPO活動の自立化
- e t c

※どの町にもチェーン店、大型店が並ぶような、同じ顔を持つ個性の無い地域から、地域の特徴を生かしたまちづくり、社会を市民が主体となつてつくることのできる。

(3) コミュニティ“ビジネス”と呼ばれる所以

- ・コミュニティビジネスを、「ビジネス」と呼ぶのは、活動をより効率的に、かつ責任を持って継続的に、安定的に行うため、「ビジネスの手法」を採って、事業として運営するためである。ここがいわゆるボランティア活動とは一味違うところである。また、NPOはこのコミュニティビジネスを行うのに相応しい組織形態のひとつである。

■ビジネス ⇒「営利、効率を求める」ビジネス、事業活動 = 使役

■ボランティア ⇒「社会のため、人のため」のボランティア = 公益

↓ これに対して

■コミュニティビジネス⇒「地域を活かし、地域に活かされる」 = 共益

※コミュニティビジネスは一人の力ではできない。

地域の様々な人・立場の知恵や協力が必要となる。

つまり、現在、コミュニティビジネスが盛んに言われる背景は、

「市民のアイデアと行動で地域をよくすることが求められ、

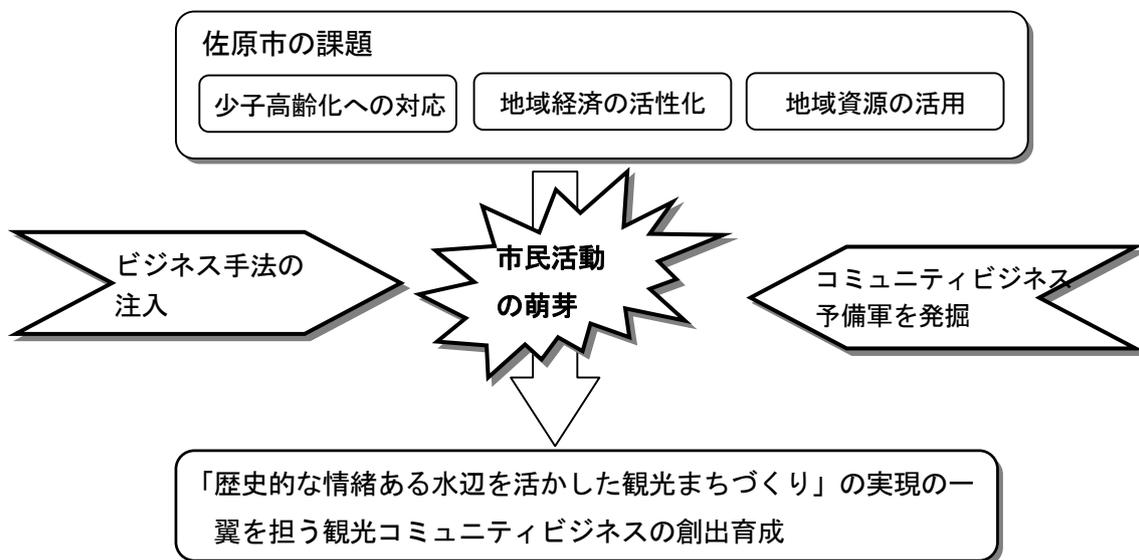
みんなでコミュニティビジネスという手法で

活気と魅力ある地域社会を作ろう!

ということである。

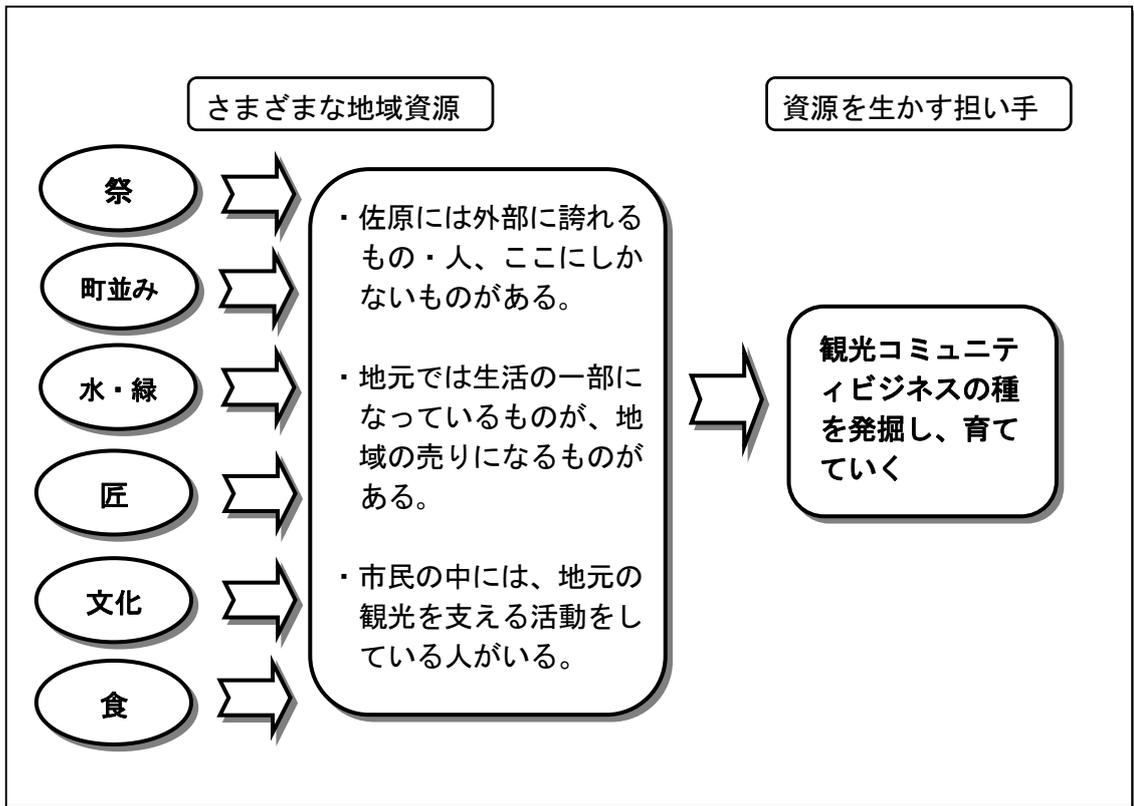
2. 佐原市におけるコミュニティビジネスの役割

- ・市民による地域発ベンチャービジネスであるコミュニティビジネスは、地域経済の新たな担い手としてNPO、コミュニティビジネスといった市民活動が注目されており、佐原市においても、町並み保存など観光関連の市民活動やコミュニティビジネスの予備軍が萌芽しつつある。
- ・こうした市民活動にビジネス手法を導入し、観光関連のコミュニティビジネスに育て上げ、また、地域に埋もれている観光コミュニティビジネス予備軍を発掘することで、佐原市が進めている「歴史的な情緒ある水辺を活かした観光まちづくり」の担い手として活躍を促すことが必要である。



2. 佐原市には観光コミュニティビジネスの創出育成が有効

- ・佐原市の地域課題（観光コミュニティビジネスの舞台）は、地域資源を活用した地域活性化（地域力の醸成）である。佐原市は、観光を核として、観光と他産業のコラボレーションで地域力を創造することが有効である。
 - 観光と商店街、観光と農業、観光と漁業との協働
- ・佐原市におけるコミュニティビジネス創出育成は、観光を切り口として、佐原市が有しているさまざまな地域資源を活かす観光コミュニティビジネスを創出・育成することが有効である。
- ・観光をテーマとして成功事例を導き出し（一点突破）、成功事例から得たコミュニティビジネスの創出育成のプログラムを他に応用する（全面展開）手法で、コミュニティビジネス創出育成に取り組むことも視野に入れる。



3. 観光コミュニティビジネスの創出のポイント

■佐原市で観光コミュニティビジネスを始めるためには

①地域(佐原市)を再確認すること

(人口は?地域の特性は?地域の資源は?)

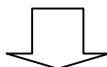
②地元幅広いパートナー、ネットワークを広げる

(市民、NPO、企業、行政、商工会、金融機関、地縁団体などとの協力関係を広げていく)

③社会性+事業性のバランス

(地域のため、そしてビジネスとしての視点を持つ)

◆つまり、佐原のために多くの人が出し、協力し、コミュニティビジネスの視点で佐原市をもっと豊かにしていくことが大切である。



そのためにはまずコミュニティづくりと中心となる「キーマン」を定めることが重要である。

- 佐原市の地域資源を活用して地域の魅力を創出するためには、観光コミュニティビジネスがその担い手となることが有効である。
- 地域資源を地域の魅力に転換する過程の中で観光コミュニティビジネスを如何にして関連させていくか（手法）について、
 - ①地域資源を洗い出す段階（観光コミュニティビジネスの創出）
 - ②地域を盛り上げていく段階（観光コミュニティビジネスの創出～育成）
 - ③地域を売り出す段階（観光コミュニティビジネスの更なる発展）
 にわけて、各地域の事例や今回の調査を踏まえて以下に紹介をする。

地域資源を洗い出す段階（観光コミュニティビジネスの創出）

1. 地域の資源を徹底的に洗い出す

- ・地域資源は、地域に住んでいる住民には、当たり前存在であって特別な価値を見いだすことができないている場合が多い。そこで、まずは従来からある資源を含めて未利用である資源までを徹底的に洗い出すという作業が必要となる。
- ・しかし、全国の成功事例を見ると、最初から売り出していきべき地域資源が決定していたという例は少ない。むしろ、考えあぐねて困窮していたというケースが多い。過疎の進展・高齢化による地域存続の危機感に発して地域活性化の策として何らかの具体的な策を講じなければならなくなったという状況に追い込まれて行った苦肉の策が結果的に功を奏したという場合が多い。「この地域には何も無い」と考えてそのまま無策であれば、その地域は存続し得ない。
- ・地域資源は、地域のいたるところにある。名所旧跡だけではない。地域で活動している人・団体も地域資源である。

※地域資源にもいろいろある

■顕在化している地域資源

- ・顕在化しているが、活用されていない遊休資源を如何に活用するかを検討する。

■地域の人しか知らない秘密の地域資源

- ・広めすぎると価値がなくなる。うまく情報操作をすることが必要。

■地域の人でも認識していない地域資源

- ・気候、風土、日々の生活・・・。
- ・外部の人が気づく場合が多い。

■地域で活動している人・団体も地域資源

- ・観光コミュニティビジネス事業者及び予備軍。

2. 観光コミュニティビジネスの創出を通じた地域資源を洗い出す手法

(1) 地域資源を洗い出す手法1

～外部の人の意見を聞いて地域の日常生活を魅力的な資源にする～

- ・地域の中に住んでいるとなかなかわからないが、外部の人から見ると、とても魅力的な生活習慣がある（外部の人の意見が重要）。
- ・全国の地域では、地元の「食」、グリーンツーリズムなど体験型観光を各地で実施し、成功をしている。
- ・地域の中にも、他地域と比較をして地域資源を語れる人材がいる。たとえば、
 - ①Iターン、Jターン者等地域に移り住んできた方
 - ②さまざまな地域で生活した経験をもつ転勤族（JR、金融機関などの勤務者）または転勤族の妻
- ・Iターン、Jターン者は、地域に魅力を感じて、地域を愛するという想いが強い。さらに、様々な経歴・経験・ノウハウを持っている。

(2) 地域資源を洗い出す手法2

～地域で活動している人・団体を認識する～

- ・市民、高齢者、女性などが、「生きがいづくり」活動を展開している。こうした市民活動家・団体も地域資源である。
たとえば、地域のかつての記憶や歴史を独自に調べている歴史研究家を発掘し、その研究成果から地域資源を再発見することも可能である。
- ・地域内のどこに、どのようなコミュニティビジネス団体がいるのか把握することが必要である。コミュニティビジネスと一口で言っても、活動分野、組織形態は実に様々である。協働の相手、支援の対象であるコミュニティビジネスの実態を把握し、データベース化する。

■高齢者の知恵、ノウハウを活用せよ

①山口県長門市：渋木中区ふれあいハウス運営協議会

- ・イベントでの手作りのコメによる杵つき餅や寿司の販売がきっかけ。「生涯現役」を合言葉に高齢者グループによる生産・加工を実施
- ・高齢者の働く場を創出したことがポイント。高齢者に「まだまだがんばれる」「自分たちが主役だ」という生きがい・やりがいを醸成できた。

②神奈川県厚木市：七沢里山づくりの会

- ・地域の定年退職者を中心に荒廃する地域の自然環境の保全活動が始まった。

■主婦・女性のパワーを活用せよ

①宮城県名取市：農産加工やかたグループ

- ・市の海外派遣事業に参加した女性農業者グループが国の重要文化財を活用して、直売所・農家レストランを開設。
- ・地域の生活文化の伝承と情報発信を行い、地域コミュニティの再生と発展に向けた活動を展開している。

②高知県十和村：五縁の会

- ・30～60歳代の主婦達による生きがいと主婦同士のつながりを深めるための趣味の会が、地場産業の椎茸を利用した加工品の商品化に取り組む。
- ・プロの料理人を招いて改善を繰り返し、売れる商品づくりを実践。また、販路開拓も行政の応援を受け、自ら足を運び、高知市周辺、愛媛県等のスーパー等に卸販売をしている。

③山梨県一宮町（現、笛吹市）：「アグリ（I・G・L）の会」

- ・男女共同参画型の農村社会を目指し、地域の農家の女性からなる組織。
- ・地域の特産品の桃を使った加工品の製造と直接販売に取り組んでいる。

(3) 地域資源を洗い出す手法3

～市民参加型まちづくり勉強会等の場の設定～

- ・地域で活動している人や団体の掘り起こし、Iターン・Jターン者を掘り起こしの次は、それらの市民が互いに意見交換や話し合いができる場を設定することが必要となる。
- ・観光コミュニティビジネス間の交流や観光コミュニティビジネス事業とその予備軍との交流によって、新たな地域資源を活用したビジネスが生まれてくる可能性が高い。
- ・年齢、経験などが異なる人々の交流が重要となり、話し合いの場、勉強会などを積み重ねることで、「知恵」を生み出していくことで、地域資源の最適な組み合わせと選択が生まれる。

(4) 地域資源を洗い出す手法4

～マイナス資源をプラス資源に転換する＝観光コミュニティビジネスの出番～

- ・地域の課題（マイナス）を地域で解決しようとするのがコミュニティビジネスである。今まで、迷惑施設、廃棄物やくずと考えられていたものを違った観点から見つめ直し、プラスの地域資源とする。
 - 空き店舗が多いというマイナス資源は、観光コミュニティビジネスの事業拠点がたくさんあるというプラス資源になる。
 - 廃棄物やくずを地域のプラス資源とした事例は、

①くず枇杷を使った枇杷製品の開発（千葉・富浦町：枇杷倶楽部）

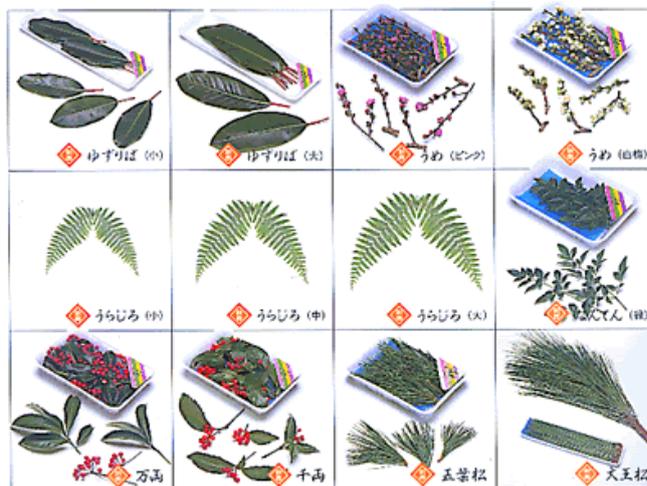
②落ち葉を日本料理の「つまもの」として商品化（徳島県上勝町：彩（いろどり））がある。

- ・年齢、経験などが異なる人々の交流が重要。話し合いの場を設定し、話し合いの積み重ね・継続から「知恵」を生み出していくことにより、地域資源の最適な組合せと選択が生まれる。

■ 「彩（いろどり）」事業

上勝町が言う「彩（いろどり）」とは、紅葉、柿、南天、椿の葉、梅・桜・桃の花など、料理のつまものに使う材料のことで、これを商品として販売している。他に松葉や稲穂などで作った祝膳用の飾り物や箸置き、食用の山野草、食用花などを出荷している。上勝町は以前から花木の産地であり、簡易なハウスで枝物を早く開花させ花市場に出荷していたが、JA職員がこれら小枝が料亭などの盛りつけ飾りに重宝されているという情報を得て、昭和61年から試験的に取り組みはじめた。これらの生産物は軽量であるが付加価値が高く、女性や高齢者でも容易に生産に携わることができることから、生産設備に大きな投資をすることなく地域に残った人たちだけでも十分対応可能となっている。当初は年間100万円程度だった出荷額も、現在では約200名の生産者で、年間2億円の規模にまで成長してきている。

<つまもの百選>



1. 地域を盛り上げる仕掛けをつくる

- ・コミュニティビジネスの創出育成のためには、地域の住民（特に高齢者や女性）をうまく観光振興に取り込み、地域内で良いサイクルを回転させることが必要である。
- ・シンポジウムでコミュニティビジネスの普及啓発を図り、気づき・やりがいを促す→コミュニティビジネス起業化講座を通じて「生きがいややりがいの実現方法」を知り、併せて成功事例を示すことで、コミュニティビジネス事業者に成功の道筋を示すことで掘り起こしにつながる。
- ・シンポジウムや起業化講座を通じて、地域を盛り上げコミュニティビジネスが創出し育成される好循環をつくる必要がある。

2. 観光コミュニティビジネスの創出・育成を通じた地域を盛り上げていく手法

（1）地域を盛り上げていく手法1

～ 地 域 を 学 ぶ ～

- ・コミュニティビジネスは地域の課題や地域資源を知ることから始まる。地域住民は、自分が住んでいる地域のことを知っているようで実は知らない場合が多い。地域を学ぶことで、地域が抱える課題は何か、強みは何かに気づく。
- ・地域の課題に対して、自分かできること、やりたいこと（やりがい）を考えて、実践することがコミュニティビジネスにつながる。

（2）地域を盛り上げていく手法2

～シンポジウムで市民に気づき、やる気を促す～

- ・シンポジウムの開催等により、広く地域・地域住民等に対して、コミュニティビジネスを普及啓蒙し、その認知度を向上させる。
- ・市民のコミュニティビジネスに対する理解の促進を図るためには、講演だけでなく当該地域や全国での実践例の紹介を行うことが有効である。
- ・特に身近な地域の事例の紹介は、
コミュニティビジネスの種はどこにでもあること
誰でもコミュニティビジネスの担い手になれること
に気づいてもらい、自分もできるというやる気を引き出す格好の機会となる。

(3) 地域を盛り上げていく手法3

～起業化講座でコミュニティビジネス予備軍を発掘する～

- ・コミュニティビジネス予備軍の発掘には、起業化講座が有効な手法になる。
- ・入門編と実践編に分けて起業化講座を開催する。入門編では、コミュニティビジネスの基礎的な考え方、地域資源の理解、起業化に向けた準備作業等を学び、実践編では、実践例の分析、ビジネスプラン等の作成を行う内容とする。
- ・起業化講座により、地域に埋もれていた（気が付かなかった）、コミュニティビジネス予備軍が顕在化してくる。
- ・起業化講座などの開催を通して、コミュニティビジネス予備軍に、自分たちでもコミュニティビジネスを興せることの理解を浸透させ、コミュニティビジネス事業者予備軍の底上げを図る。
 - 同じような地域課題に対して、がんばっている人たちがいる
 - コミュニティビジネスの活かし方を知る

(4) 地域を盛り上げていく手法4

～身近な成功事例を示す～

- ・地域を盛り上げるためには、身近な成功事例を示すことも有効である。身近な成功事例を目の当たりにすることで、市民は自分も地域課題解決の主役になれることを知る、あの人ができるなら自分にもできるという意識が高まることになる。
- ・また、成功したビジネスモデルには、学ぶべき事項が数多く入っているので、予備軍に対して生きた教材として有効である。
 - 地域内で活躍するコミュニティビジネスの実態を知る
 - 身近なところでがんばっている人がいることを知る

(5) 地域を盛り上げていく手法5

～コミュニティビジネスや起業に関する相談窓口の開設～

- ・コミュニティビジネス予備軍には、「何かをやりたい」と思っている人は多いが、そういう方に対して、気軽に相談できる場所がない。せっかく「やる気」もあり、あと一歩で起業化できる方が、手続きの面がわからなくて起業化できないというケースも見受けられる。
- ・地域の人がコミュニティビジネスとして立ち上がっていくためには、初期の段階での相談できる窓口が必要である。

1. 官民協働の中間支援組織（中核と応援団）の創出

- ・観光コミュニティビジネスを地域で創出・育成していくためには、地域における協働のための環境づくりが必要である。そのためには、市民、行政、企業、地域社会が、地域の課題を把握した上で、その解決方法、そのための手段を共有化し、共通のコンセンサスを確立することがまず必要になる。
- ・また、地域の活性化は、市民、行政、地元商工団体、企業等が連携して達成を図るものである。市民活動は、その基盤の脆弱性から設立当初のバックアップが欠かせない。
- ・そこで、地域の市民活動の応援団として、市民活動と行政や企業との中間に位置する「中間支援組織（インターメディアリー）」の存在がクローズアップされてくる。
- ・地域においてコミュニティビジネスを支援する中間支援組織は、コミュニティビジネスの相談にのり、情報発信を助け、外部資源等の情報収集・提供し、外部資源を適切に組み合わせる、といった支援等をおこなう。

2. 観光コミュニティビジネスの育成を通じた地域を売り出す手法

（1）地域を売り出す手法 1

～コーディネーターの発掘・登用～

- ・中間支援組織の構築、ネットワークの形成において、コーディネーターは非常に重要な役割を担う。中間支援組織の評価は、コーディネーターの良し悪しで決まるといっても過言ではない。
- ・また、中間支援組織の構成員が自分の事業を持っていると中間支援組織の活動の障害となるため、専任のコーディネーターが必要である。
- ・優秀なコーディネーターを発掘・育成することは非常に困難である。しかし、先進地域には、必ず優秀なコーディネーターが存在している。
- ・佐原市でも、観光コミュニティビジネスや市民活動団体をコーディネートする人材の重要性は認識されている。
- ・コーディネーターの役割は、観光コミュニティビジネス側とコミュニティビジネス支援者側を結びつけること、また、地域の中で個々の人・団体が行っている活動をつなげることである。
- ・コーディネーターは、個々の情報を整理して、気づかない人や団体に気づきを促すことが必要である。「個」が必要と気づけばビジネスが起こってくる。コーディネーターは、気づきと背中を押す役割である。

■コーディネーターの資質

- ・フットワーク、人付き合いが良いこと、楽しんでやれること、地域作りはセンスとバランスが必要である。
- ・コーディネーターに必要なものは、チャレンジ精神、従来と違ったものを受け入れる能力。何でもやってみること。柔軟性、真面目、誠実、汗をかくこと、高い倫理観を持っていること。
- ・経営の経験者である方が望ましい。決算書の読み方等のテクニク的なことはあまり重要でない。より「個」に密着したコーチングができることが必要。
- ・人を集める魅力がある人。NPOのリーダーが共通的に持っている
- ・コーディネーターには、マッチング役とプロデューサー役の2つがある。プロデューサー役に必要な資質は、
 - ① コンセプト固めのリーダー
 - ② 行政との交渉に長けている人
 - ③ 人脈を持っている人

(2) 地域を売り出す手法 2

～コミュニティビジネス支援の中核づくり～

- ・コミュニティビジネスは、地域課題の解決など地域貢献度が高く、社会的意義を有することから、地域経済社会全体で連携して展開していくことが重要である。
- ・地域において、コミュニティビジネス創出育成していくために、コミュニティビジネス事業者、中間支援組織、市民、企業、行政間のネットワークを構築することが必要である。
- ・しかし、実際には、ネットワークの核となり、また、団体及びコミュニティビジネス団体・予備軍からの相談を、専門家につないだり、利害関係者との調整を行うコーディネーターを配置した中間支援組織が必要となる。

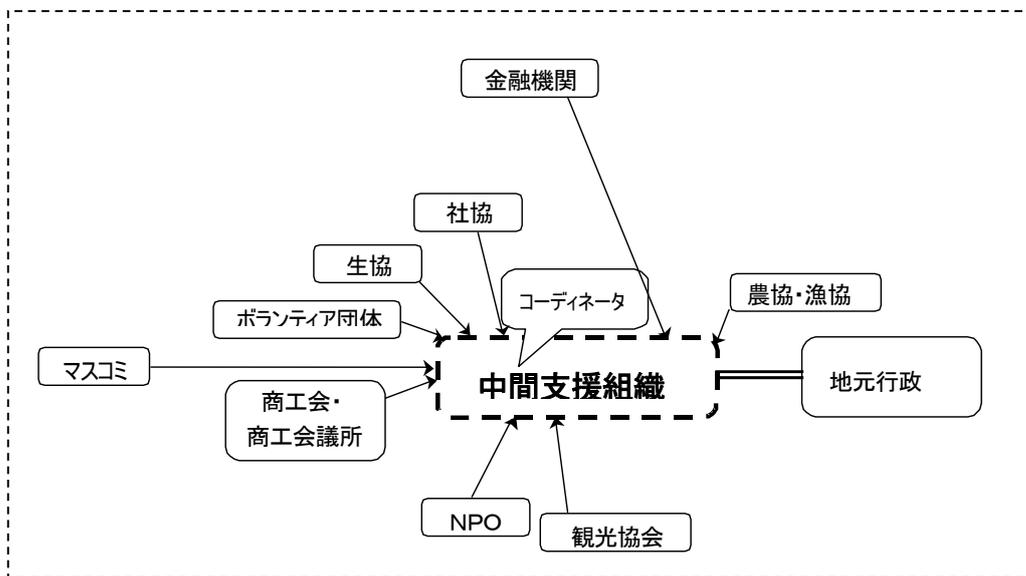
■中間支援機関の機能

相談窓口の開設	各種講座の企画運営
シンポジウムの企画運営	業務提携
交流会の企画運営	活動評価
マッチング	政策提言
場所貸し	個別サポート
情報掲示	情報提供 (HP、ML、メルマガなど)
備品貸し出し	融資・ファンド など

(3) 地域を売り出す手法3

～プラットフォームの組織（応援団づくり）～

- ・コミュニティビジネスを推進し、地域経済の活性化を図るためには、コミュニティビジネス事業者、支援者、行政等の関係団体とのネットワークを構築し、多様な機能の主体で構成するプラットフォームとして参加者間の連携を図る。
- ・コミュニティビジネス支援について、それぞれの支援機関が自らの強みを必要に応じて持ち寄って支援していく。
- ・プラットフォームは、「初めにネットワーク有りき」ではなく、必要に応じてネットワークを組む、いわば、WIN-WIN関係を持つアメンバー型のネットワークを構築する。



4章

モデル事業の概要

4-1 今回実施したモデル事業

- 平成16年度は、都市部でのモデル事業として観光コミュニティビジネスを育成して、地域資源を有効活用する手法を検討した。観光コミュニティビジネスの創出・育成を促進するため、「普及啓発・環境整備促進モデル事業」、「担い手の発掘・育成モデル事業」、「コミュニティビジネス中間支援機関設立支援モデル事業」を実施した。
- 以下、この3つのモデル事業を中心に説明する。

1. 普及啓発・環境整備促進モデル事業

- ・地域で観光コミュニティビジネスを創出育成する最初のステップは、地域にコミュニティビジネスを普及させ、認知度を高めることである。
- ・また、コミュニティビジネスは、行政・市民・商工団体・企業等地域全体で育てていくべきであり、コミュニティビジネスを受け入れる環境づくりがとても重要となる。
- ・そこで、普及啓発・環境整備促進モデル事業では、広く市民・行政・商工団体等を対象としてコミュニティビジネスシンポジウムを開催した。

2. 担い手の発掘・育成モデル事業

- ・コミュニティビジネスシンポジウムによって、コミュニティビジネスに気づいた市民に対する次のステップは、こうした予備軍を発掘し、事業化までの道筋を示し、コミュニティビジネス事業者として育成することである。
- ・そこで、担い手の発掘・育成モデル事業では、まず、起業化講座によるコミュニティビジネス予備軍の発掘を行なった。さらに、先導的コミュニティビジネス支援（成功事例の創出）モデル事業を展開して、コミュニティビジネス事業者に対して支援を行い、コミュニティビジネスに対する支援策のあり方を検証するとともに、成功事例を創出することで、潜在的なコミュニティビジネス事業者に気づき促すことを目的に事業を展開した。
- ・担い手の発掘・育成モデルとして実施した事業

■担い手の発掘・育成モデル事業で実施した事業

- (1) コミュニティビジネス起業化講座
- (2) 先導的コミュニティビジネス創出支援（成功事例の創出）モデル事業

3. コミュニティビジネス中間支援機関設立支援モデル事業

- ・先進事例を見ても、コミュニティビジネス創出・育成のためには中間支援組織や民・産・学・官が協働する支援組織（プラットフォーム）が有効である。
- ・そこで、コミュニティビジネス中間支援機関設立支援モデル事業では、平成17年1月に設立された3セクのまちおこし会社「株式会社ゼットやっぺい社」に対して、中間支援機関のための環境整備支援を行うとともに、中間支援機関を機能させるため、行政、商工会議所、企業等既存機関との連携づくりを行った。

4. その他

- ・コンセンサスの形成、地元行政の支援強化を目的に、関東経済産業局総務企画部長が、佐原市長を訪問し、佐原市におけるコミュニティビジネス創出推進に向けた支援策等について意見交換を行った。

- ・普及啓発・環境整備促進モデル事業として、コミュニティビジネスシンポジウムを開催した。

(1) コミュニティビジネスシンポジウムの目的

- ・「みんなが主役！コミュニティビジネスが地域の元気を呼び覚ます」をテーマに、コミュニティビジネスの専門家やNPO活動等の実践者を招いて、地域資源を活用したコミュニティビジネスの可能性とその普及・啓発することを目的としてシンポジウムを開催した。
- ・コミュニティビジネス事業者予備軍の掘り起こしと市民、行政職員、商工団体に対し、コミュニティビジネスの認知度を高め、コミュニティビジネスに対する環境づくりを目指した。

(2) 開催概要

■開催期日	平成17年3月13日（日） 13:30~16:30
■開催場所	佐原市中央公民館 3階大会議室
■対象者	起業化講座参加者、市民活動団体（NPO含む）・会員、まちづくり活動への参画を希望する市民、コミュニティビジネスに関心のある市民、商店街・農協・漁協等関係者、企業関係者 等
■開催内容	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティビジネスは、まちづくり、介護・福祉、環境、その他様々な分野で、既に数多くの団体が活動を展開している。 ・本シンポジウムは、コミュニティビジネスの有識者や実践者を招き、基調講演、事例発表、また、地元でコミュニティビジネス中間支援機関として活動していく株式会社ゼットやっぺい社の構想発表の3部構成で開催し、地域へのコミュニティビジネスの普及を目的とする内容とした。
■参加者	・66名

(3) プログラム

【あいさつ】	◆開催地あいさつ 佐原市長 岩瀬 良三 氏	
【基調講演】	◆テーマ：「コミュニティビジネスとは何か」 法政大学社会学部 教授 岡本 義行 氏	

【事例発表1】◆テーマ：「地域のニーズをビジネスに！地域に貢献する商店街」

株式会社アモールトーフ

代表取締役社長 田中 武夫 氏



【事例発表2】◆テーマ：「コメの生産地と消費地を結ぶおこめナビ事業」

NPO法人TINA

代表理事 秋葉 秀央 氏



【事例発表3】◆テーマ：「こもれび発、まちの笑顔づくりの大作戦へのきっかけ」

NPO法人生活支援ネットワークこもれび

代表 榎田 美紀子 氏



【株ゼットやっぺい社 事業構想発表】

◆テーマ：「ゼットやっぺい社とコミュニティビジネス」

株式会社 ゼットやっぺい社

代表取締役 伊能 久敬 氏

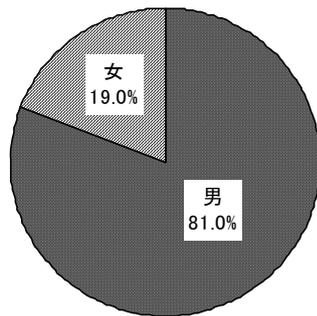


シンポジウム会場風景

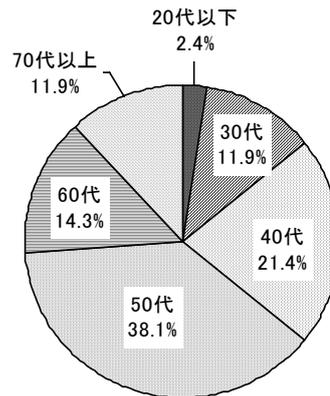
(3) 参加者の概要（アンケート結果から）

①男性8割、中高年者の参加が多い。

- ・今回のシンポジウムは、66名の参加者を得て行われた。日曜日の午後で開催したこともあり、男性の参加が多かった。
- ・年齢構成を見ると、「50歳代」が38.1%と最も多く、次いで「40歳代」、「60歳代」となっており、中高年者の参加が多かった。
- ・自らの経験を地域で活かしたいという定年者及び定年予備軍が、コミュニティビジネスに関心が高いことが窺われる。



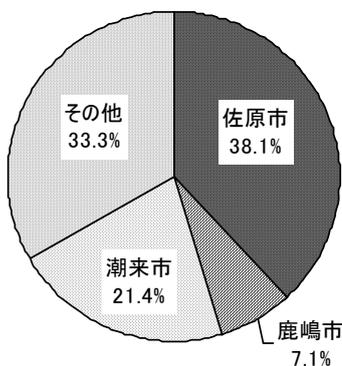
参加者の性別



参加者の年齢

②佐原市から参加者が多いが東京等遠隔地からの参加者もあった

- ・今回のシンポジウムは、佐原市、鹿嶋市、潮来市を対象とした事業の一環として行われた。
- ・参加者の居住地を見ると、開催地の「佐原市在住者」が38.1%で最も多かった。次いで隣接する「潮来市在住者」となっている。
- ・今回のシンポジウム参加者の特徴として、1/3の参加者が、佐原市・鹿嶋市・潮来市の3市以外在住の参加者であった。



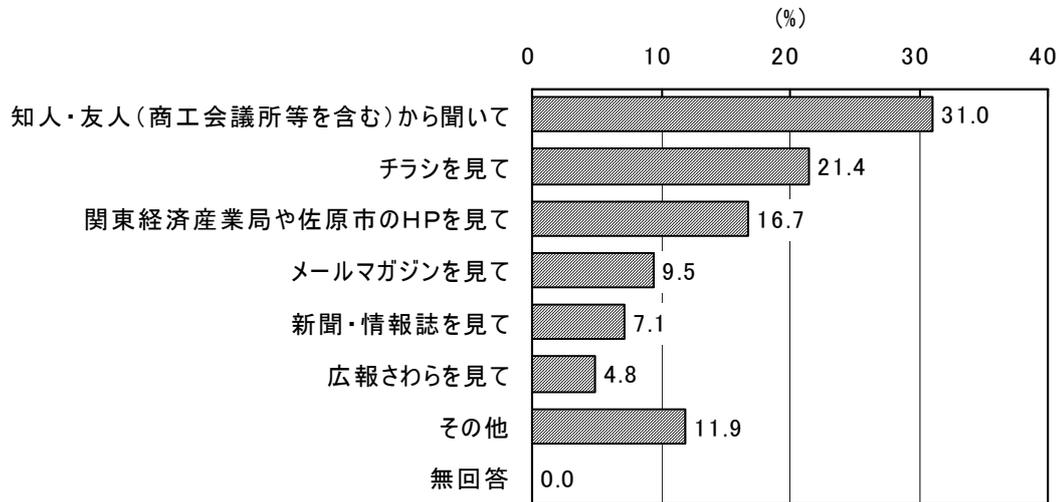
参加者の居住地

		件数			件数
千葉県	東 庄 市	2	東京都	世田谷区	1
	成 田 市	1		東京 都	1
	光 町	1	神奈川県	横 浜 市	2
	船 橋 市	1		埼 玉 県	所 沢 市
茨城県	つくば市	1	福島県	福 島 市	1
	水 戸 市	1			

3市以外の参加者の居住地

③知人・友人からの口コミで知る

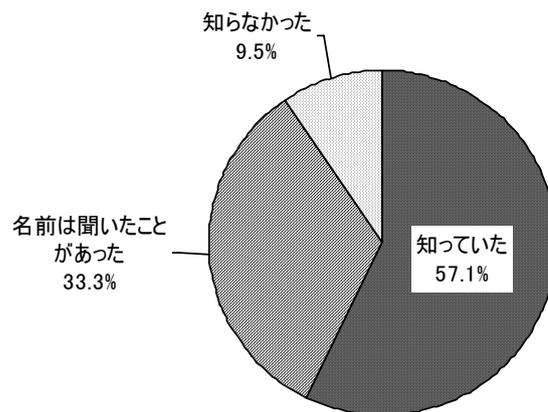
- ・今回のシンポジウムを知ったきっかけは、「知人・友人（商工会議所等を含む）から聞いて」が最も多かった。次いで「チラシを見て」、「関東経済産業局や佐原市のHPを見て」が続いている。
- ・地域の連帯感が高い地域であり、知人等からの口コミが最も有効な集客手段となった。



シンポジウムを知ったきっかけ

④9割がコミュニティビジネスを認知している

- ・今回のシンポジウム参加者のコミュニティビジネスに対する認知度を見ると、「知っていた」が7.1%と参加者の半数以上が、コミュニティビジネスを知っていると回答している。
- ・また、「名前は聞いたことがあった」を含めると、参加者の9割以上がコミュニティビジネスを認知している。



コミュニティビジネスの認知度

1. コミュニティビジネス起業化講座

(1) 起業化講座の目的

- ・佐原市におけるコミュニティビジネス活性化の一環として、コミュニティビジネス起業化講座を実施した。
- ・市内の市民活動団体、NPOの自立支援、横のネットワークづくりを主たる目的とし、個人や団体のコミュニティビジネス化を目指した。

(2) 講師

- ・永沢映氏（NPO法人コミュニティビジネスサポートセンター 事務局長）

(3) 講座カリキュラム

回数	月	日	曜日	時間	講座内容	会場
第1回	2	1	火	13:00～ 17:00	①コミュニティビジネスの現状と展望 ・CBの全体像や展望に関する総論 ・また事例、各地の動向などを通じて、具体的にコミュニティビジネスへの理解を進めます	鹿嶋市鹿島商工会 会議室
第2回	2	8	火	13:00～ 17:00	②経営ノウハウについて ・個人事業、会社、NPO、組合など、それぞれの利点と欠点を含め、どのようなときにどのような法人形態がマッチするのかを検討します。 ・また税金、手続など、それぞれの形態における細かい概要と利点、欠点を整理します。	鹿嶋市鹿島商工会 会議室
第3回	2	15	火	13:00～ 17:00	③潮来、鹿嶋、佐原におけるコミュニティビジネスへの展望 ・現在の3市の状況（人口、施策、交通基盤、産業など）を再検証し、3市への認識を深めます。 ・またコミュニティビジネスの推進を通じて、市民団体、自治体、金融機関、商工会などの交流、情報交換などを実施します。	潮来市 あやめ旅館 会議室
第4回	2	22	火	13:00～ 17:00	④ビジネスモデルの検証(事例研究) ・3市内でコミュニティビジネスを実施するには、具体的なイメージ作りが必要です。現在、事業化を検討している地域のコミュニティビジネスを題材に、そのビジネスモデルを通じて、設立準備や設立手続、設立後の展開などを検討します。	潮来市 あやめ旅館 会議室
第5回	2	28	月	13:00～ 17:00	⑤ビジネスコンセプトの作成① ・事業計画書の前段となる、個々の市民活動団体のビジネス的な活動のコンセプトを作成します。 ・団体が自立し、収益をあげられる企画を立て、専門的にアドバイスを実施します。	佐原商工会議所 会議室
第6回	3	4	金	13:00～ 17:00	⑤ビジネスコンセプトの作成② ・個々に作成いただいたビジネスコンセプトをブラッシュアップします。 ・ビジネスコンセプトの発表の時間を設定します。	佐原商工会議所 会議室

(4) 講座受講者

①48名の受講者を得て実施

- ・コミュニティビジネスを目指している市民・団体会員、市民ボランティア団体・会員、まちづくり活動への参画を希望する市民等、48名が受講した。
- ・募集にあたっては、佐原市の周辺地域も対象とした。

コミュニティビジネス起業化講座 参加者一覧

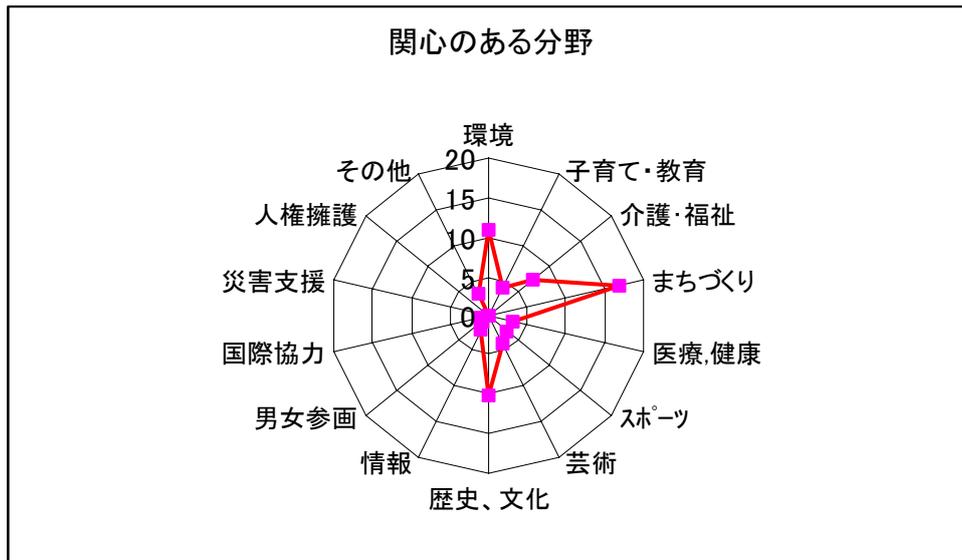
(順不同・敬称略)

No.	氏名	地域	所属等
1	保科敦史	佐原市	
2	薄根里絵	佐原市	
3	谷田部昇一	佐原市	小江戸さわら会代表世話人
4	八木秀時	佐原市	小江戸さわら会
5	林 薫宏	佐原市	
6	小林俊作	佐原市	
7	永野光男	佐原市	(株)ぶれきめら 事業部長
8	加瀬順一郎	佐原市	小野川と佐原の町並みを考える会 理事長
9	佐藤健太良	佐原市	小野川と佐原の町並みを考える会 事務局長
10	柏木幹雄	佐原市	佐原商工会議所 副会頭
11	久保木賢治	佐原市	佐原商工会議所 中小企業相談所長
12	根本佳代子	佐原市	佐原あやめバンド
13	杉山禎一	佐原市	(社)佐原青年会議所 理事長
14	石井隆道	佐原市	(社)佐原青年会議所 副理事長
15	山上智久	佐原市	(社)佐原青年会議所 ビジネス委員会委員長
16	斎藤一郎	佐原市	
17	伊藤待子	佐原市	孫兵衛塾
18	大川 邦夫	潮来市	藍・アイ・潮来商店街振興会 事務局長
19	杉山 覚	潮来市	
20	松 和子	潮来市	
21	中根 猛	潮来市	藍・アイ・潮来商店街 会計
22	鈴木 庸一	潮来市	藍・アイ・潮来商店街 事務局
23	佐藤 一昶	潮来市	古郷再生(PPK)
24	加藤 節子	潮来市	NPO法人 ピコット
25	篠崎 亨	潮来市	
26	遠藤 幹雄	潮来市	
27	高田 秀子	潮来市	(農)水郷潮来のかあちゃん手むすび 代表理事
28	遠矢 タツ子	潮来市	(農)水郷潮来のかあちゃん手むすび 理事
29	谷口美恵子	潮来市	
30	坂本 孝恵	鹿嶋市	
31	野毛美津江	鹿嶋市	
32	平井恵美子	鹿嶋市	
33	石崎登美子	鹿嶋市	
34	青木孝	鹿嶋市	
35	大川敏雄	鹿嶋市	おおかわ保険事務所
36	西野節美	鹿嶋市	鹿嶋市国際交流協会語学委員長
37	花牟礼泰則	鹿嶋市	
38	宮内太一	鹿嶋市	宮内商店
39	町田静子	鹿嶋市	
40	浅間峯夫	鹿嶋市	
41	榎取政幸	鹿嶋市	(株)あけぼの技研
42	加藤健一	鹿嶋市	(株)あけぼの技研
43	宮澤章	鹿嶋市	
44	村田司郎	鹿嶋市	
45	原田八郎	鹿嶋市	株式会社 かしまメティエ
46	森山英勝	神栖町	平伸運輸
47	菅谷茂佐久	神栖町	NPO法人 ゼロ・ワンの郷
48	中島八千代	横浜市	

②講座受講生の概要（コミュニティビジネス起業化講座・事前アンケート結果）

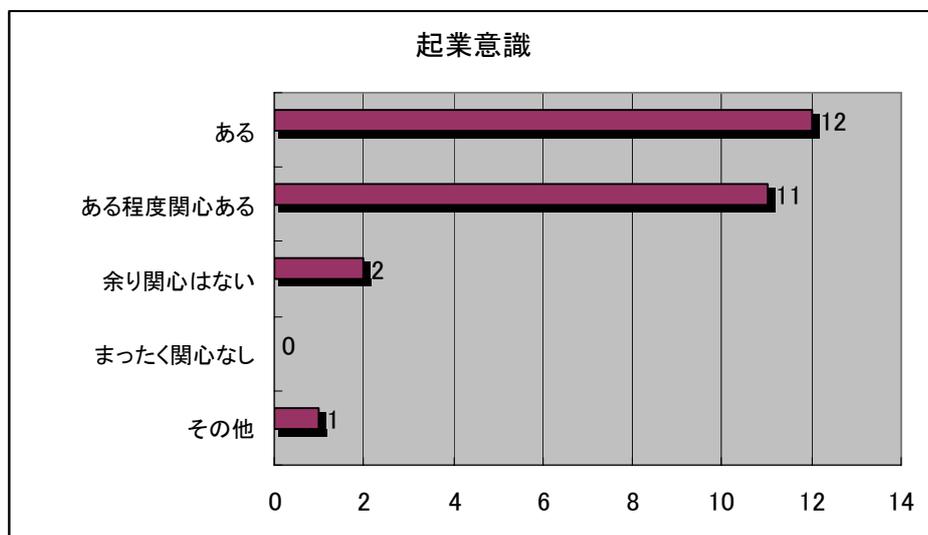
1) まちづくりに関心がある

- ・今回の起業化講座参加者が関心をもっている分野は、「まちづくり」が最も多くなっている。次いで「環境」、「歴史・文化」となっている。
- ・佐原市・潮来市・鹿嶋市には、それぞれ歴史・文化・伝統の地域資源があり、これらをまちづくりに活かす事業を考えている受講者が多いことが窺われる。



2) ほとんどが企業意識をもつ

- ・回答者のほとんどが、起業意識をもっている。具体的なテーマを持っている参加者がいる一方で、「何かをやってみたい」というこれからテーマを探すという段階の参加者も多い。
- ・なお、「その他」の回答の内容は、「既に発足済み」である。

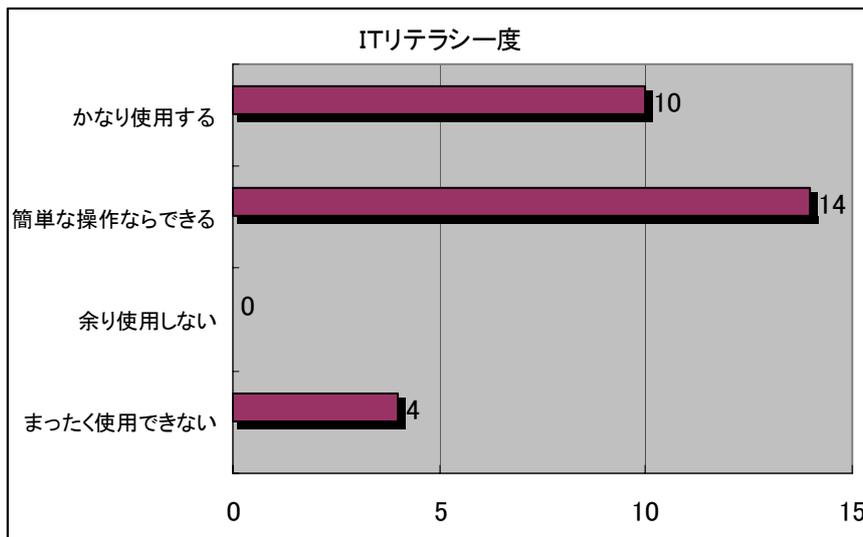


※起業化講座参加者の参加当初の起業テーマ

No.	氏名	起業してみたいテーマ
1	大川 邦夫	特に無し。
2	杉山 覚	特に無し。
3	松 和子	特に無し。
4	中根 猛	まちづくり関係
5	鈴木 庸一	ポスター・チラシ・ビデオ製作を手掛けてきており、それらを通じたまちづくり関係。
6	佐藤 一昶	特に無し。
7	加藤 節子	障害者の社会参加と自立支援。
8	篠崎 亨	特に無し。
9	遠藤 幹雄	
10	高田 秀子	おにぎり屋を営業しており、これを通じた、まちづくり。
11	遠矢 タツ子	おにぎり屋を営業しており、これを通じた、まちづくり。
12	谷口恵美子	障害者支援をしている。
13	坂本 孝恵	
14	野毛美津江	特に無し。
15	森山英勝	特に無し。
16	平井恵美子	障害者の社会復帰支援を目指して活動してきたが、現在は開店休業状態。
17	石崎登美子	小さな子供が楽しく遊べる場が欲しい。荒れた農地を復活させたい。
18	青木孝	公共設備を手入れしていきたい。
19	大川敏雄	何かやってみたい
20	西野節美	外国人に日本語を教えている。また、中学校で、学生の国際理解を深める活動を展開中。こうしたボランティア活動がビジネスに繋がれば、と思っている。
21	花牟礼泰則	遅れて出席
22	宮内太一	地域通過に興味がある。
23	町田静子	
24	浅間峯夫	ナルク鹿嶋？の会員。特に無し。
25	楫取政幸	有限責任会社(LLP)・有限責任事業組合(LLC)も勉強したい。テーマは特に無し。
26	加藤健一	特に無し。
27	保科敦史	
28	薄根里絵	外国人を佐原に呼び込むビジネスをしたい。
29	谷田部昇一	町おこし
30	八木秀時	まちおこし
31	林 薫宏	ポスター等の製作を手掛けている。また学習塾を経営。若者の働く場を創りたい。
32	小林俊作	
33	永野光男	レストラン事業、グリーンツーリズム事業
34	加瀬順一郎	
35	佐藤健太良	金物屋を経営。「小野川と佐原のまちなみを考える会」では、古い街並の保存と啓蒙をしている。この会の有料化と三菱館の修繕を検討中。
36	柏木幹雄	
37	久保木賢治	手話サークル・点字サークル・障害者サークルの発起人となった経験がある。
38	根本佳代子	
39	中島八千代	建物リフォーム業者で設計を担当している。佐原にある古い民家のリフォームを考えてみたい。
40	杉山禎一	活力ある町を作りたい。佐原の町に雇用の場をつくり、人々を佐原に繋ぎ止めたい。
41	石井隆道	特に無し。
42	山上智久	特に無し。
43	斎藤 一郎	孫兵衛塾生。まちづくりに興味あり。
44	伊藤待子	孫兵衛塾生。子育て支援(人形劇・紙芝居)及び街並案内のボランティアをしている。
45	菅谷茂佐久	
46	宮澤章	
47	村田司郎	
48	原田八郎	

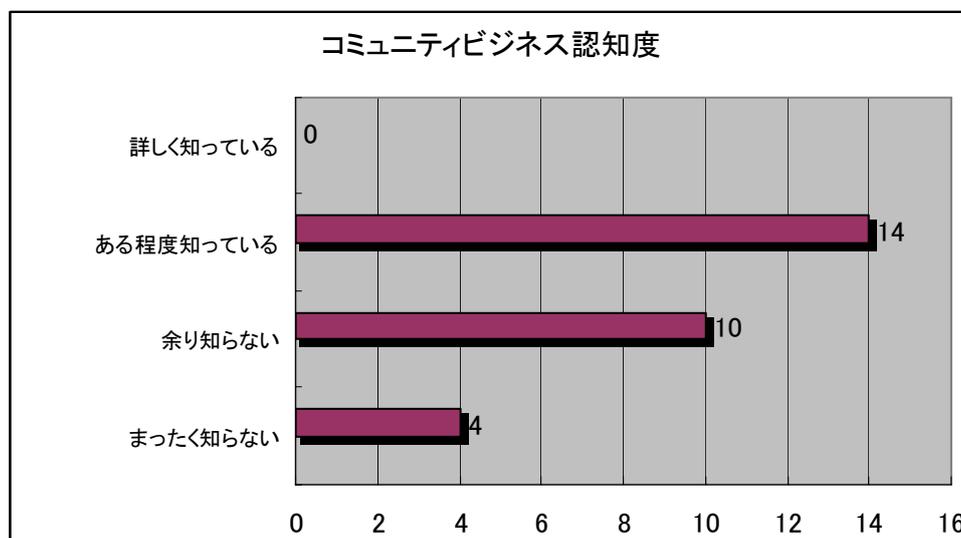
3) ITスキル

- ・ITのスキルに関しては、全体的に高いスキルを持っている。そのため、事業の展開手法に関しては、ITを活用した手法が多いことが予想される。
- ・一方で、「まったく使用できない」との回答もあり、円滑な情報収集や情報発信のためにはITは大きな武器になるため、自分で習得するか、ITを使いこなせる仲間を確保することが望まれる。



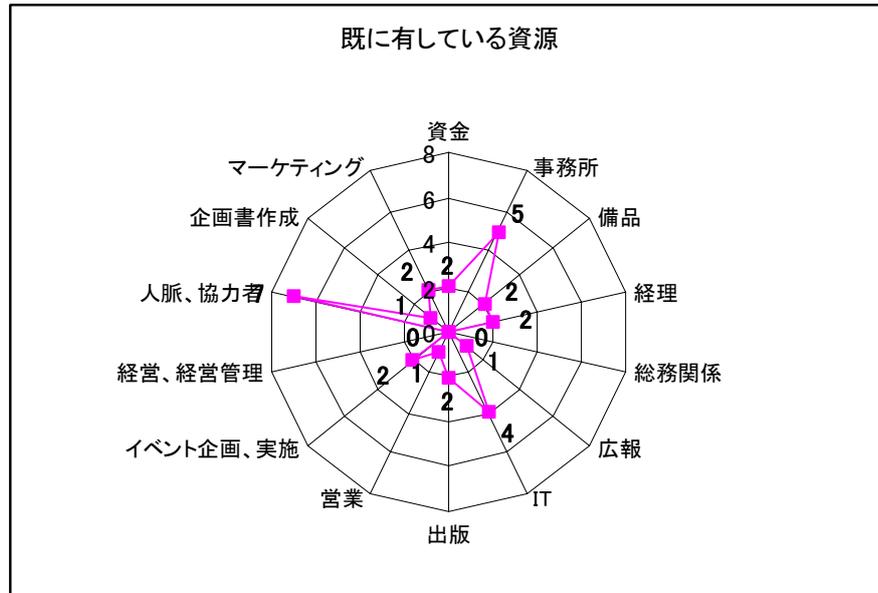
4) バラツキあるコミュニティビジネスの認知度

- ・コミュニティビジネス、NPOについての認知度は、ばらつきが出ている。「ある程度知っている」が最も多くなっているが、「あまり知らない」、「まったく知らない」とする方の合計は、14名で同数となっている。
- ・当地域では、活発な市民活動を行っている団体もあるが、一般にはコミュニティビジネス・NPOに関してはまだまだ普及の途上である。



5) 既に人脈・協力者がいる

- ・今回の講座参加者の特徴は、「人脈・協力者」を既に有している人が多いということである。事業を実施する場合には、ネットワークや人脈が重要となり、起業家にとって最もネックとなる資源であるが、今回の講座参加者は、最大のネックをクリアしている人が多く、意外に早く事業化できる可能性がある。



6) 起業する地域

- ・全ての受講者が、佐原市・潮来市・鹿嶋市のいずれかで起業すると回答している。

(5) 起業化講座の内容

①第1回講座【コミュニティビジネスとは】

- ・コミュニティビジネスの考え方から期待されていることについて。
- ・コミュニティの形成からビジネスとして実践、成功する為に必要な総合的要素について
- ・アンケート、自己紹介、地域の再整理など

②第2回講座【経営ノウハウとコミュニティビジネスの事例について】

- ・コミュニティビジネスに関する事例、成功例を中心にコミュニティビジネスのアウトラインの学習また、NPOの現状と設立に関する知識。
- ・コミュニティビジネスに関する基礎知識から、事例によるイメージの形成。



講師の永沢氏



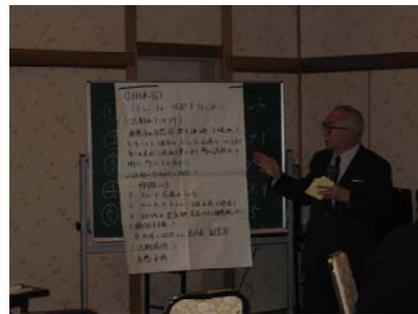
講座風景（座学）

③第3回講座【コミュニティビジネスの起業ノウハウ】

- ・コミュニティビジネス実践に必要なノウハウとして、起業に必要な準備や手順を知る。
- ・仮想コミュニティビジネスの立ち上げワークショップ。コミュニティビジネスのモデルをグループで作成し、グループごとに地域に必要なアイデアを検討。



講座風景（グループワーク）



講座風景（仮想CB発表）

④第4回講座【コミュニティビジネスのビジネスコンセプトの作成①】

- ・個々にビジネスプランを検討し、作成する。作成にあたり、個別に相談したり、意見交換をしながら進める（後半は事業計画書の作成）。

⑤第5回講座【コミュニティビジネスのビジネスコンセプトの作成②】

- ・ 中間支援組織となる株式会社ゼットやっぺい社の事業内容について、伊能久敬社長の講演
- ・ 先導的コミュニティビジネス創出モデル事業の対象である、薄根里絵氏の事業発表と事業に対する講座受講者との意見交換
- ・ 事業計画作り



ゼットやっぺい社 伊能社長



薄根里絵氏の事業発表

⑥第6回講座【事業計画書の作成と発表】

- ・ 佐原信用金庫より、コミュニティビジネスに対する考え方についての講演
- ・ 個々に作成した事業計画書の発表及び講評

(6) 成果物

- ・起業化講座では、事業計画書の作成をゴールとした。以下は、受講生が作成した事業計画書である。なお、氏名、住所等は、省略してあるが、受講生が作成したものをそのまま掲載してある。

■コミュニティビジネス事業計画書■

佐原市 女性

①主体団体	団体名:NPOコンヴィヴィアル
	住所:佐原市佐原 電話:0478- - FAX: メール: ホームページ:
②活動のコンセプト	外国人と観光を切り口のした事業。外国人と日本人ギャップを埋める作業
③主な活動内容	外国人向けツアーの企画、販売
④活動メンバー および業務分担	○代表者:U氏 ○副代表者: ○事務責任者:
⑤協力者、ネットワーク	・成田のホテル、簡易宿泊所と連携 ・地元の興味深い活動をしている人たちを、観光スポットとして開発する
⑥活動の受益対象者	外国人
⑦市場性	[現状] 競争業者は存在しない。成田のホテル滞在外国人は手持ち無沙汰にしている人が結構いる。もう少し楽しいイベントがあると良いのと思っている。
	[将来性] 国際観光は国としても力を入れているため、そうした後押しはあるかと思われる。ニーズをうまくつかむことが、将来性の鍵である。
⑧活動の広告・宣伝 (PR戦略)	・フリーペーパーによる広告 ・インターネットによる広告
⑨他の活動団体の状況	
⑩活動における 先駆性・成長性・ 独自性・社会性	[先駆性] 地域発の外国人向けツアー企画という点ではまだ存在していない。
	[成長性] ツアーによって蓄積された知識で、コンサル業務をしていくことも可能。
	[独自性]
	[社会性]
⑪事業コンテンツ (団体が行う主な コミュニティビジネス内容)	[主な社会的活動] * 1 Aツアーを行うことで、佐原のPRになる B C
	[主な収益活動] * 2 aツアーの企画、販売 b旅館、舟、レストランの手配 cツアーオペレーター業務
⑫販売計画	ツアー企画、販売 ¥6,000 × 15人 × 2回 × 30日 = 5,400,000

■コミュニティビジネス事業計画書■

佐原市 女性

作成日：17年2月28日

<p>①主体団体</p>	<p>団体名：NPO法人(仮称)グローバルハウス、ホンダ</p> <p>住所：佐原市佐原 電話：0478- - FAX：0478- - メール： ホームページ：http//</p>
<p>②活動のコンセプト</p>	<p>古い町並みの残る佐原の街中からは、15分ほど“離れるが”町医者を古くから営んでいた由緒ある建物、ホンダハウス、古民家、土蔵を改築して再生し、国内はもとより、海外からの旅行者の、気軽に泊まれる宿を開設。居ごちの良さや家族的なサービスをモットーとして、日本の良さを広く世界に伝える。イベントや様々な活動を試みて、必要な収益をきちんと出し、グローバルなコミュニケーションの場として、永く持続し発展させたい。</p>
<p>③主な活動内容</p>	<p>(1)佐原の地の利を生かし、国内・海外旅行者のための宿、日本スタイルのB&Bのような気軽な宿 (2)地元のレストランの新鮮な食材を使った、体にやさしい、おいしい食事を提供レストラン。 (3)有名料理家やシェフを招き、料理教室&食事会を開く (4)古民家を生かした建物や、インテリアの設計と工事請負 (5)佐原のイメージに合った品物、気安い骨董の販売</p>
<p>④活動メンバー および業務分担</p>	<p>○代表者：理事長 N氏 ○副代表者：1名 ○事務責任者：1名 ○経理担当 ○イベント、企画、広報担当 ○調理及びメニュー、レシピ開発 ○レストラン、サービス担当 ○施設管理、運営、雑務</p>
<p>⑤協力者、ネットワーク</p>	<p>佐原観光課、商工会議所 JNTO(国際観光振興機構国内サービス) ナリタ、トランジイト、フリーペーパー</p>
<p>⑥活動の受益対象者</p>	<p>海外からの旅行者 地元や近郊都市から訪れる観光客</p>
<p>⑦市場性</p>	<p>[現状] 外国旅行者の為にB&Bは佐原市ではまだ珍しいと思います。北総の小江戸としてまだ知名度が浅い。何か観光客を呼ぶには今一つ魅力に欠けているところがある。</p> <p>[将来性] 成田空港より40～50分の場所にある小江戸の気軽なB&Bは、需要が増えると思う。ネットにて世界に宣伝し有名になる。近郊都市からも近い観光地として、おいしい食事処としても人気が出てくる。</p>
<p>⑧活動の広告・宣伝 (PR戦略)</p>	<p>ホームページを作成、ネットで宿泊予約を受ける。マスコミや旅行会社、食品関係の企画へ協賛願ひ、宣伝してもらう。</p>
<p>⑨他の活動団体の状況</p>	<p>佐原市にはまだ似たような施設は開かれていないと思います。</p>

<p>⑩活動における 先駆性・成長性・ 独自性・社会性</p>	<p>[先駆性] 外国人旅行者にとって高いホテルよりも、住むように泊まる日本スタイルのB&Bは、安価で気軽に望む施設と思う。</p> <p>[成長性] 成田から近い地の利を利用して、送迎車を出すサービスなどして、京都や東京に行く前に立ち寄ってもらったり、帰り路、1泊してもらうのに適しているため、繁盛すると思います。</p> <p>[独自性] スタッフは全員グローバルな交流の拠点より、外国人と理解を深め合い、コミュニケーションを取り、日本人客にもイベントと通じて交流する機会を作り、国際的な親善理解を深める。</p> <p>[社会性] 佐原の町の活性化。 小泉首相も提唱している、外国人旅行者の訪日促進の一環を担うことができる。</p>
<p>⑪事業コンテンツ (団体が行う主な コミュニティビジネス内容)</p>	<p>[主な社会的活動] * 1</p> <p>A. 佐原の町起し、活気を取り戻す</p> <p>B. 食事会やコンサートを開いたり、土蔵ギャラリーを一般公開して、市民や外国人との交流を図る。パーティーを開く。</p> <p>C. 心が疲れた方のセラピー、アロマセラピー、個人的に悩み事を聞く</p> <p>[主な収益活動] * 2</p> <p>a. 国内外の旅行者の為に宿泊施設</p> <p>b. レストラン、カフェコーナー、物販の販売</p> <p>c. 古民家の増改築や、古民家風インテリアの設計、施工。</p>
<p>⑫販売計画</p>	

創業資金			
■想定される必要経費■		■資金調達■	
事務所 (保証金・敷金・礼金など)	500,000円	自己資金	1,000,000円
改装・設備 (内外装費・設備費など)	12,000,000円	借入金① (家族・友人)	円
備品 (パソコン・机など)	500,000円	借入金② (銀行・公庫・その他)	円
広告・宣伝 (名刺・チラシなど)	500,000円	会費	円
その他	円	その他	円
合計	13,500,000円	合計	13,500,000円

■コミュニティビジネス事業計画書■

鹿嶋市 男性

作成日：17年2月28日

①主体団体	団体名:アグリ
	住所: 電話: FAX: メール: ホームページ:
②活動のコンセプト	農業全般を通じて、環境保全活動をする。同時に老若男女、障害者も働ける場を作る。
③主な活動内容	①農業全般 ②環境保全活動 ③雇用創出 ④その他上記に関する一切の事業
④活動メンバー および業務分担	○代表者: ○副代表者: ○事務責任者:
⑤協力者、ネットワーク	地域住民
⑥活動の受益対象者	地域住民
⑦市場性	[現状]誰もが平等に一緒に働ける場が、現在ほとんどない
	[将来性]基本は自給自足。余ったものを売る。経費があまりかからない。
⑧活動の広告・宣伝 (PR戦略)	
⑨他の活動団体の状況	
⑩活動における 先駆性・成長性・ 独自性・社会性	[先駆性]ゼロエミッションを目標とする。地域社会の構築。安全な食材の供給・
	[成長性] 老若男女を問わず、一緒に働く環境を作ることにより、社会の必要性を高めると同時に、安全な物作り、作物の提供ができる。
	[独自性] 田・畑・牛・馬等の自然を皆で共有できる。
	[社会性]環境問題に取り組みながら、社会福祉の拡大が図れる。
⑪事業コンテンツ (団体が行う主な コミュニティビジネス内容)	[主な社会的活動] * 1 A環境保全活動 B障害者及び高齢者の雇用 C体験学習
	[主な収益活動] * 2 a農・畜産物の販売 b小動物園の入場料 c売電
⑫販売計画	a 10万円/月×12ヶ月=120万円/年 b 100円×10人/日×30日=3万円/月(36万円/年) c 未定 2年後に設備投資

創業資金			
■想定される必要経費■		■資金調達■	
事務所 (保証金・敷金・礼金など)	0円	自己資金	4,000,000円
改装・設備 (内外装費・設備費など)	3,000,000円	借入金① (家族・友人)	0円
備品 (パソコン・机など)	0円	借入金② (銀行・公庫・その他)	0円
広告・宣伝 (名刺・チラシなど)	0円	会費	0円
その他	円	その他	0円
合計	1,000,000円	合計	4,000,000円

収支計画書						
		第1期 (スタート期)	第2期 (2年後)	第3期 (3年後)		
		/ ~ /	/ ~ /	/ ~ /		
予算内訳	収入	入				
		事業収	a : 農産物の販売	0円	1,200,000円	2,000,000円
			b : 入場料等	0円	360,000円	500,000円
			c : 売電	0円	0円	5,000,000円
			創業資金	4,000,000円	1,000,000円	5,000,000円
			会費	0円	2,000,000円	2,000,000円
			補助金、助成金	0円	0円	0円
			その他 :	0円	0円	1,460,000円
		収入合計	4,000,000円	4,560,000円	16,100,000円	
	支出	事業費	A : 環境PR活動	100,000円	100,000円	100,000円
			B : 雇用創出	100,000円	100,000円	100,000円
			C : 体験学習	100,000円	100,000円	100,000円
			a : 物販	0円	0円	50,000円
b : 入場料等			0円	0円	0円	
c : 売電			0円	0円	10,000,000円	
人件費		3,000,000円	2,000,000円	2,000,000円		
賃借料 (家賃など)		0円	0円	0円		
通信費		100,000円	100,000円	100,000円		
交通費		0円	0円	0円		
備品費 (消耗品費)	0円	100,000円	100,000円			
雑費	600,000円	600,000円	600,000円			
返済	0円	0円	0円			
その他 ()	0円	0円	0円			
	支出合計	4,000,000円	3,100,000円	13,150,000円		
	収支合計	0円	1,460,000円	2,850,000円		

■コミュニティビジネス事業計画書■

神栖町 男性

作成日：17年2月28日

<p>①主体団体</p>	<p>団体名:NPO法人 友達かしま</p> <p>住所:鹿嶋市 電話: FAX: メール: ホームページ:</p>
<p>②活動のコンセプト</p>	<p>この法人はかしま地域内での高齢者の健康者支援。育児や運営等の世話に追われた母親のサポートの役割を担う。特に最近高齢者、母親(婦人)ともに孤立(独)の人達が多くなっている。又通学や家の防犯対策も必要となっている。教育や相談において地域の中高年ボランティアや資格を持った人のネットワークを作る。</p>
<p>③主な活動内容</p>	<p>集合地(公的)学校・公民館で身の回りの世話(相談)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・相談相手(心)、ゴミだし、家の補修、散歩 ・届出・通院・買物同行(車にて)。旅行の相手 ・広報誌物等の読み書き <p>子育て支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集合地間教育、英会話、パソコン、読み書き <p>防犯</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1人住まい、共稼ぎ宅の見回り、声かけ
<p>④活動メンバー および業務分担</p>	<p>○代表者: ○副代表者: ○事務責任者: ○<u>サポーター</u></p>
<p>⑤協力者、ネットワーク</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・学校 ・公民館(市民センター、コミセン) ・中高年のサポーター
<p>⑥活動の受益対象者</p>	<p>市内の</p> <ol style="list-style-type: none"> ①60歳以上の健康者、1人住まい ②小学校以下の子育て主婦、共稼ぎ
<p>⑦市場性</p>	<p>[現状] 老人人口(鹿嶋市 %の内 %健康者</p> <p>[将来性] これから先高齢化 通学の安全保障</p>
<p>⑧活動の広告・宣伝 (PR戦略)</p>	<p>各市民センターに広告を出す(郵便局等の公的機関も利用)</p>
<p>⑨他の活動団体の状況</p>	
<p>⑩活動における 先駆性・成長性・ 独自性・社会性</p>	<p>[先駆性] かしまは介で関係はくつもあり、元気な中高年者(元気なシニア)での付き合いが少ないことを生かす</p>

	<p>[成長性] かしまこは会で関係はくつもあり、元気な中高年者(元気なシニア)での付き合いが少ないことを生かす</p> <p>[独自性] 子供達には保育士、教員資格会で士等の資格を役立てる</p> <p>[社会性] 防犯等安全性</p>
<p>⑪事業コンテンツ (団体が行う主な コミュニティビジネス内容)</p>	<p>[主な社会的活動] * 1 A高齢者の支援(健常者) B保育相談相手 C防犯</p> <p>[主な収益活動] * 2 a家の補修、ゴミだし、通院・届出・買物支援 b保育、英会話、パソコン、学習会 c防犯見回り/下校時見回り手伝い</p>
<p>⑫販売計画</p>	<p>A 補修(物品原価) $1,000/H \times 20 \text{日} \times 2H = 40,000/月 \times 12$ =48万円/年 ゴミだし $100 \text{日}/回 \times 2/週 \times 4 \text{日} \times 20 \text{人} = 16,000H \times 12 = 192 \text{万円}/年$ 通院・届出・買物 $100 \text{日} \times 4 \text{週} \cdot 月 20 \text{人} = 8,000 \text{日} \times 12$ =1.6万円/年 適宜パソコン $1,000 \times 4 \text{日}/月 \times 10 = 40,000 \times 4 = 16 \text{万}/年$</p> <p>B 保育(出張含む) $1,500 \times 20 \text{日}/月 \times 10 \text{人} = 800,000 \times 12$ =360万/年 学習会(望) $1,000 \times 10 \text{日}/月 \times 10 = 100,000 \times 12$ =120万/月 適宜パソコン $1,000 \times 4 \text{回}/月 \times 10 = 40,000 \times 4 = 16 \text{万}/年$</p> <p>C 防犯、見回り $500/H \times 2H \times 20 = 20,000 \times 12 = 24 \text{万}/年$ 学童下校時 $1,000 \text{日} \times 5H \times 20 \text{(グループ)} = 100,000 \times 12$ =120万/年</p> <p>計 7248万円</p>

■コミュニティビジネス事業計画書■

佐原市 男性

作成日：17年2月28日

①主体団体	団体名:クエーションズ
	住所:佐原市 電話:0478- - FAX:0478- - メール: ホームページ:
②活動のコンセプト	・地域社会へのネットワーク強化 ・事業立案、設立等に関する総合プロデュース ・人材の育成 『ビジネスを起し、自立させ、雇用を創出する』
③主な活動内容	宿泊編 ・佐原市内に不足する宿泊施設の改善を図る 対象:カップル、個人旅行者、プロデュース 1.市内の蔵をプチホテルに改修し、所有者がオーナーとなり運営する 2改修がいずれ必要であり、その改修費の回収を試みる(その他別紙参照)
④活動メンバー および業務分担	○代表者: H氏 ○副代表者: ○事務責任者:
⑤協力者、ネットワーク	所有者、地域商業者、JC、一般へのボランティア
⑥活動の受益対象者	所有者、地域社会、観光産業
⑦市場性	[現状] 観光資源の充実化の中で遅れている宿泊ニーズに対する要求を、どう対処するのか、コンテンツ、話題性をどう生むのか?また修理、保存という現実の問題の中で資金の運用、運営をどうするのか?
	[将来性] まずは、蔵という建物を存在させることへの成功と、新しい資産としての価値と観光産業、地域社会を宣伝するためのコンテンツ、話題となり、総合的な地域のブランド化を促進するものになる。
⑧活動の広告・宣伝 (PR戦略)	インターネット、メディア(TV、雑誌)ロコミ、数が少ないだけにかく満室であることを心がけ、特典を用意する。
⑨他の活動団体の状況	他の産業との連携を図る
⑩活動における 先駆性・成長性・ 独自性・社会性	[先駆性]町の付加価値をつける。話題を提供する。1人1人(しみん)が意識を変える
	[成長性]今回は宿泊編、その他事業化できそうな物を見つけ、育てる。そして他の人々に運営してもらう。
	[独自性]ネットワーク化し情報を整理。トータルでプロデュースする。(要望、ニーズを作る)
	[社会性]町の付加価値を高め、社会的知識(佐原の地位を高めるを広める。住民意識の向上
⑪事業コンテンツ (団体が行う主な コミュニティビジネス内容)	[主な社会的活動]*1
	[主な収益活動]*2 a.店舗設計の設計料と運営補助による収益(あくまでも運営は個人)
⑫販売計画	

■コミュニティビジネス事業計画書■

佐原市 男性

作成日：17年2月28日

①主体団体	団体名:佐原 こだまの会 住所:佐原市佐原 電話: FAX: メール: ホームページ:
②活動のコンセプト	地元の農産物を健康的においしく食べていただけるよう加工、販売する。
③主な活動内容	加工品の販売
④活動メンバー および業務分担	○代表者:S氏 ○副代表者:S氏 ○事務責任者:S氏(営業) S氏(製造)
⑤協力者、ネットワーク	ゼットやっぺい社
⑥活動の受益対象者	
⑦市場性	[現状]健康的、高品質で地域の特徴を生かした品物が求められている [将来性]より地域の特性が求められてくる。顔の見える製品(観光、安心、安全)
⑧活動の広告・宣伝 (PR戦略)	ホームページとサンプリング
⑨他の活動団体の状況	
⑩活動における 先駆性・成長性・ 独自性・社会性	[先駆性]地域の素材の持つ特性を活かし、製品化する [成長性]今後増え続ける中高年層を対象としている。インターネットの普及もプラスになる [独自性]地元産品を素材にユニークな発想により製品化する [社会性]地元生産者とのネットワークを作る
⑪事業コンテンツ (団体が行う主な コミュニティビジネス内容)	[主な社会的活動]*1 A地元素材のPRによる知名度の向上 B地元産品のブランド化 C地元生産者と連携して、一次産品の高品質化を図る [主な収益活動]*2 a食品の加工販売 b c
⑫販売計画	初年度 日商3万円×300日=900万円

創業資金			
■想定される必要経費■		■資金調達■	
事務所 (保証金・敷金・礼金など)	0円	自己資金	1,720,000円
改装・設備 (内外装費・設備費など)	1,000,000円	借入金① (家族・友人)	円
備品 (パソコン・机など)	100,000円	借入金② (銀行・公庫・その他)	円
広告・宣伝 (名刺・チラシなど)	120,000円	会費	円
その他	500,000円	その他	円
合計	1,720,000円	合計	1,720,000円

収支計画書					
		第1期 (スタート期) 5/1~4/30	第2期 (2年後) 5/1~ 4/30	第3期 (3年後) 5/1~4/30	
収入	事業収	a :	9,000,000円	30,000,000円	100,000,000円
		b :	円	円	円
		c :	円	円	円
	創業資金	円	円	円	
	会費	円	円	円	
	補助金、助成金	円	円	円	
	その他 :	円	円	円	
	収入合計	9,000,000円	30,000,000円	100,000,000円	
支出	事業費	A : 仕入	3,600,000円	10,800,000円	50,000,000円
		B :	円	円	円
		C :	円	円	円
		a :	円	円	円
		b :	円	円	円
		c :	円	円	円
	人件費	3,000,000円	10,000,000円	30,000,000円	
	賃借料 (家賃など)	480,000円	480,000円	2,400,000円	
	通信費	120,000円	1,000,000円	1,000,000円	
	交通費	50,000円	150,000円	150,000円	
	備品費 (消耗品費)	50,000円	150,000円	150,000円	
	雑費	150,000円	300,000円	600,000円	
	返済	360,000円	1,000,000円	2,500,000円	
その他 ()	500,000円	1,000,000円	3,000,000円		
支出合計	8,310,000円	24,880,000円	89,800,000円		
収支合計	690,000円	5,120,000円	10,200,000円		

■コミュニティビジネス事業計画書■

鹿嶋市 女性

作成日：17年2月28日

①主体団体	団体名:バスメイト 住所: 電話: FAX: メール: ホームページ:
②活動のコンセプト	研修を主目的とした観光は余り計画されていないと思われます。この地域は半島(犬吠崎)近くに位置します。そのため、中心となる幹線道路に出るまでの間、田・畑・森などの単調な景色の中を約1~2時間程通過しなければなりません。その時間を利用して、行く先々の目的に添った講師の説明により、期待と楽しみを増幅するようにします。例えば鎌倉方面に行く場合は、鎌倉時代の説明、あるいは寺院についての説明をしながら行きます。その他に目的地にある美味しい食事を必ず付けるようにします。
③主な活動内容	小学、中学、高校向けの研修旅行 成人向けの研修旅行 高齢者の観光 母親・父親等の研修 講演会等のコーディネーター
④活動メンバー および業務分担	○代表者: I氏 ○副代表者: M氏 ○事務責任者: M氏 ○企画担当 ○営業担当 ○広報担当
⑤協力者、ネットワーク	各種団体、地域の広報誌。学校・行政(市・県) 各種学校、バス会社(関東鉄道、JR・・・)
⑥活動の受益対象者	鹿嶋市、潮来、神栖の3地域の住民
⑦市場性	[現状] 観光をしながら、知識を得る研修を目的に募集するバスツアーは、この地域には少ないと思われます。 [将来性] 各観光会社が、バスツアーを出している限り、他との差別化を考えていけば、将来性はあると考えます。
⑧活動の広告・宣伝 (PR戦略)	ホームページの利用。各種団体等にチラシ等を渡す。営業店、マーケットにポスターを貼らせてもらう。又サービスに利用してもらう。
⑨他の活動団体の状況	各種団体(例:自治会等)が観光ツアーを募集しますと大勢の参加がありますが、研修とか講師による説明はありません。
⑩活動における 先駆性・成長性・ 独自性・社会性	[先駆性] 知識の向上に役立つ研修を行います。時には、バスの中で討論会なども行います。 [成長性] ・独自の研修旅行を広げていきます。 ・各種団体で行っている観光旅行等を引き受けます。 ・人材派遣、専門家派遣、パーティー等を引き受けます。

	<p>[独自性] 出来るだけ説明、講義を笑いの中で行われるようにします。「楽しかった」の他に、「勉強になった」と思っ帰ることができるように、専門家に依頼します。</p> <p>[社会性] 住民が自分の地域以外の見聞を広めることにより、とコミュニケーションが広がるのではないかとされます。</p>
<p>①事業コンテンツ (団体が行う主な コミュニティ内容)</p>	<p>[主な社会的活動] * 1 A B C</p> <p>[主な収益活動] * 2 a研修観光 ツアーの企画、実施 b人材派遣業 c専門家の派遣</p>
<p>②販売計画 (収入)</p>	<p>研修観光 7,000 円×40 名×(月 5 回)×年 12 ヶ月=14,400,000 円</p> <p>人材派遣業 (3 地域)年 6 回×3 万円=180,000 円</p>

創業資金			
■想定される必要経費■		■資金調達■	
事務所 (保証金・敷金・礼金など)	0円	自己資金	0円
改装・設備 (内外装費・設備費など)	0円	借入金① (家族・友人)	0円
備品 (パソコン・机など)	200,000円	借入金② (銀行・公庫・その他)	0円
広告・宣伝 (名刺・チラシなど)	200,000円	会費	400,000円
その他	0円	その他	0円
合計	400,000円	合計	400,000円

収支計画書						
		第1期 (スタート期)	第2期 (2年後)	第3期 (3年後)		
		/ ~ /	/ ~ /	/ ~ /		
予算内訳	収入	事業収	a : 研修観光	10,800,000円	円	円
			b : 人材派遣	180,000円	円	円
			c :	円	円	円
		創業資金	0円	円	円	
		会費	円	円	円	
		補助金、助成金	円	円	円	
		その他 :	円	円	円	
		収入合計	10,980,000円	円	円	
	支出	事業費	A :	円	円	円
			B :	円	円	円
			C :	円	円	円
			a : 研修観光	4,800,000円	円	円
			b : 人材派遣	50,000円	円	円
			c :	円	円	円
人件費 (4名×月8万)		3,840,000円	円	円		
賃借料 (家賃など) 月3万		360,000円	円	円		
通信費 月2万	240,000円	円	円			
交通費 月3万	360,000円	円	円			
備品費 (消耗品費) 月2万	240,000円	円	円			
雑費 月2万	240,000円	円	円			
返済	円	円	円			
その他 ()	円	円	円			
支出合計	10,130,000円	円	円			
収支合計	850,000円	円	円			

■コミュニティビジネス事業計画書■

潮来市 女性 1 名、男性 2 名

作成日：17 年 2 月 28 日

①主体団体	団体名：潮来コンベンション協会 住所：潮来市潮来 電話：0299- - FAX：0299- - メール： ホームページ：
②活動のコンセプト	この協会は、潮来市の品格あるまちづくりのため、特に潮来の中核産業である観光の資源開発や振興策、歴史・文化を大切にしたい商店街の振興、文化芸術への支援、自然環境の再生事業、並びに景観の改善を進めるために、行政や市民団体及び企業と連携してこれらの実現のため役割を担って行きます。 創業には、観光、環境、IT技術者、伝統工芸伝承者や公的施設のマネージメントの精通者が集い、それぞれのネットワークを駆使して上記目的遂行のために参画しました。
③主な活動内容	(1)観光資源(商品)企画販売 (2)イベント企画 (3)空店舗活用商店街 (4)メセナ事業 (5)環境教育 (6)事務受託事業
④活動メンバー および業務分担	○代表者：M氏 ○副代表者：S氏 ○事務責任者：O氏 ○商品開発担当：O氏
⑤協力者、ネットワーク	(1)潮来市観光課、環境課、教育委員会 (2)潮来市文化協会 (3)水郷潮来観光協会 (4)潮来市商工会 (5)藍・アイ・潮来商店街振興会 (6)潮来観光ボランティア (7)潮来ほたるの会
⑥活動の受益対象者	(1)潮来市市民 (2)小・中学生 (3)旅行者 (4)事業参加者・観覧者
⑦市場性	[現状] 交通網、旅行形態の変化や現下の経済状況は観光宿泊客の減少に歯止めがかからず、時代に対応した観光資源の開発に期待がある。 観光潮来のイメージは「アヤマ」に特化されている。さらに、一部品格を問われる受入態勢のサービスの欠如と観光資源の未開発と食と物産の旧態依然は、新たな発想と企画力が求められている。 [将来性] 水郷の原風景を再生して、水郷の民族文化の見直しは都市住民への癒しの場の提供になり、観光産業の活性化は市自主財源の増加や雇用の拡大に繋がる。これには、歴史に裏づけされた本物の商品や食を開発すれば将来性も有り、様々な観光資源の開発は通年型の観光地として蘇る。
⑧活動の広告・宣伝 (PR戦略)	ホームページ、ミニコミ誌、口コミ
⑨他の活動団体の状況	既存の水郷潮来観光協会は会員数 200 名で会費と潮来市よりの助成金で運営されているが、会の運営より会員間の利害が妨げになり意思決定に障害や機動性に難がある。又、改革や進取の気性に劣り、企画力にも期待が持たず、当然に行動力にも限界が見られる。 他の団体も同じような傾向にある。又、為政者や議会も上記有権者の意識以上を望めない状況にある。

<p>⑩活動における 先駆性・成長性・ 独自性・社会性</p>	<p>[先駆性] 地方財政が困窮している現在、為政者に文明史観に裏打ちされた明確なまちづくりを期待できないとすれば、進取の気性で市民からのまちづくりに英知を結集することとする。</p> <p>[成長性] 潮来の歴史・文化を適確に把握して、首都圏における地勢的位置付けを念頭に時代を読むことに間違いなければ、現在もあやめ祭りには数十万人の来客で混雑することを見れば、潮来もすてたものではない。企画力のあるイベントや資源開発は成長を助ける。</p> <p>[独自性] スタッフには、すでにまちづくりで永年経験を重ねた者、女性の視点で的確に状況を分析できる者、環境問題の専門家、工芸家を始めそれぞれのネットワークは盤石。</p> <p>[社会性] 国は観光立地を国策として力を入れている。成田空港に近く立地としては恵まれている。水郷の原風景を再生するには、近年河川法の改正、自然再生法、景観緑三法の制定や生物多様性国家戦略は追い風になり、これらの活用を行政に働きかけるよう有益な活動に努めたい。</p>
<p>⑪事業コンテンツ (団体が行う主な コミュニケーション内容)</p>	<p>[主な社会的活動] * 1</p> <p>A 物販(オンラインショップ販売)、委託販売、直販) 休耕田の活用と潮来藍の普及 潮来藍を利用した食品開発による潮来藍のブランド化 潮来の観光資源の開発 藍染体験</p> <p>B 環境教育 ①潮来ふるさと館で小学校対象の水質調査 ②平家ホテルの見学者案内</p> <p>C めせな事業 コンベンションの企画運営</p> <p>[主な収益活動] * 2</p> <p>a 物販:休耕田を利用した有機栽培の潮来藍を原料にタオル、絵葉書等 b 受託事業:各種団体の事務代行 c 企画・製作:展覧会等のパンフレットの企画・製作、及び宣伝</p>
<p>⑫販売計画</p>	<p>① 藍商品(オンラインショップ、委託販売、直販) 売上 月平均 15 万円/年間 60 万円</p> <p>② 受託事業 月平均 5 万円/年間 60 万円</p> <p>③ 企画・製作 月平均 5 万円/年間 60 万円</p> <p>合計 月 25 万円 年 300 万円</p>

創業資金			
■想定される必要経費■		■資金調達■	
事務所 (保証金・敷金・礼金など)	0円	自己資金	100,000円
改装・設備 (内外装費・設備費など)	0円	借入金① (家族・友人)	0円
備品 (パソコン・机など)	0円	借入金② (銀行・公庫・その他)	0円
広告・宣伝 (名刺・チラシなど)	0円	会費	30,000円
その他	100,000円	その他	0円
合計	100,000円	合計	130,000円

収支計画書						
		第1期 (スタート期) 4/1~12/31	第2期 (2年後) 1/1~12/31	第3期 (3年後) 1/1~ 12/31		
予算内訳	収入	入				
		事業取	a : 商品販売	690,000円	1,800,000円	2,000,000円
			b : 受託費	0円	600,000円	3,000,000円
			c : 企画・製作	0円	600,000円	600,000円
			創業資金	100,000円	0円	0円
			会費	30,000円	200,000円	200,000円
			補助金、助成金	0円	0円	0円
			その他 :	0円	0円	0円
		収入合計	820,000円	3,200,000円	5,800,000円	
	支出	事業費	A : 原材料費	292,000円	720,000円	800,000円
			B : 受託費	100,000円	360,000円	1,800,000円
			C : 企画制作費	100,000円	360,000円	360,000円
			a :	円	円	円
			b :	円	円	円
			c :	円	円	円
		人件費	400,000円	800,000円	800,000円	
賃借料 (家賃など)		0円	0円	0円		
通信費		0円	360,000円	480,000円		
交通費		0円	100,000円	100,000円		
備品費 (消耗品費)	10,000円	100,000円	100,000円			
雑費	10,000円	100,000円	100,000円			
返済	0円	0円	0円			
その他 ()	100,000円	0円	0円			
	支出合計	1,012,000円	2,900,000円	4,540,000円		
	収支合計	80,000円	300,000円	1,260,000円		

2. 先導的コミュニティビジネス支援（成功事例の創出）モデル事業の概要

（1）目的

- ・佐原市内の特定のコミュニティビジネス事業者に対して集中的支援を行い、佐原市でのコミュニティビジネスの成功事例を創出することで、潜在的コミュニティビジネス事業者に気づき促すとともに、コミュニティビジネスに対して有効な支援手法や既存機関との連携手法のあり方を検証した。

（2）支援対象のコミュニティビジネス事業者

- ・外国人観光客に対する佐原市への誘客事業を検討している佐原市在住の薄根里絵氏に対して支援を行った。同氏の事業は、成田空港を利用する外国人観光客を呼び込もうとする佐原市の戦略と合致するものであり、自分の得意分野を生かし、地域の観光資源を活用する事業で、まさに観光コミュニティビジネスといえる。

薄根里絵氏の開業計画

1. 開業の動機について

● 背景

成田空港周辺のホテルには、毎日たくさんの外国人が宿泊している。そうした外国人向けに、平成16年5月に旅行情報に関するアンケート調査を実施した。調査の中で「成田での滞在をもっと快適にするために必要なことは？」という問いかけに、「地域情報」、「醤油や酒の工場を訪問するツアーがほしい」「日本式旅館情報」などの回答があった。一方、現在、外国人向けに特化し、成田滞在をさらに興味深い物にするためのサービスを提供する業者は皆無である。

● 佐原での問題点

佐原は成田国際空港に近く、歴史的な観光資源も豊富である。そのため外国人向けの観光地としての可能性は大きいと考えられる。現在、行政による外国人へのキャンペーンも活発に行われているが、外国人旅行者の窓口になれる民間業者が存在せず、継続的な観光サービスの提供が難しく、キャンペーンの成果が限定的なものにとどまっているように見える。

● 結論

以上の二点から、成田空港周辺ホテルに滞在する「外国人のニーズ」と、佐原で問題となっている「継続的な観光サービスの提供」を結びつけ、外国人向けツアーの企画・販売、旅館予約業務を実視するビジネスを考えている。こうしたサービスの提供の結果としては、外国人による観光地としての佐原の認知度が上がることに加え、相乗効果として日本人観光客へのアピール度も高くなることが予想される。具体的なサービス内容としては、ツアーの企画は地域の特色を出したものにしたい。例えば、

■「造り酒屋見学」後、その日本酒と食事を楽しむ企画

■来年は芸者をテーマにした米映画が封切られる予定なので、佐原に存在した芸者に関連した企画

などである。またツアーの規模はあまり大きくせず、1日2ツアー（昼と夜）程度の催行で採算がとれるような企画にしたいと考えている。ツアー販売に関しては、すでに発行しているフリーペーパーnarita TRANSiT上での広告やインターネット広告などで宣伝し、インターネット販売、窓口販売の両方を考えている。旅館予約サービスについては、インターネットで斡旋するような形にしたい。

2. 事業内容など

業種	外国人向け観光業	開業予定時期	平成 17 年 4 月 1 日
職歴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 学校法人明治学院に2年勤務 ・ イタリア大和証券に2年勤務 ・ イタリア法人 TECOFIN srl に2年勤務 ・ 有限会社 Ouzak、Kazuo Kawasaki ブランドマネジメント室に1年半勤務 		
サービス内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ レストランの手配 ・ メニューなどの外国語翻訳、店舗チラシ、ビジネスカード、ホームページなどの制作、ホームページのメンテナンス ・ ツアーオペレーター業務 ・ ツアーの企画、販売(免許取得後) ・ 旅館、舟などの手配(免許取得後) ・ 旅行案内業務(委託業務) 		
セールスポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地元の人ならではの企画を考えられる。 ・ 外国で暮らした経験を生かし、外国人が喜びそうなツボをつかんだ企画を考えられる。 		

3. 販売先・商品

販売先	外国人中心 (在日も含む)	商品	地元のレストランや旅館など

(3) 支援内容

①事業計画のブラッシュアップ支援（起業化講座講師による事業計画書の検証）

- ・薄根里絵氏には、前述のコミュニティビジネス起業化講座に参加していただき、事業計画作成までを学んでいただくとともに、講座の中で事業計画書を発表し、講師による検証およびアドバイスをしない、また、他の講座受講生との交流を行ない、事業に対する意見をもらった。

②立ち上げ期の活動資金の提供

- ・事業立ち上げ期は、収入の割には支出が多く、コミュニティビジネス事業者にとっては立ち上げ資金が一番のネックとなる。そこで、スムーズな事業開始を支援するため、以下のような、備品・経費に対する支援を行った。

●支援した備品・経費

- | | |
|-----------|---------------------|
| ①事務所家賃 | ②通信費 |
| ③打合せ旅費交通費 | ④事務機器賃貸料（コピー機リース料等） |
| ⑤事業案内広告料 | |

1. コミュニティビジネス中間支援機関設立支援モデル事業の目的

- ・佐原市、潮来市・鹿嶋市を対象に、コミュニティビジネスの支援を行う中間支援組織を設置するとともに、中間支援組織を機能させるため、行政、商工会議所、金融機関や地元企業等既存機関との連携づくりを行うことを目的とする。
- ・具体的には、中間支援組織立ち上げにあたっての準備事業及び既存支援機関のかかわり方、事業メニュー、PR活動等の支援及び経費の支援を行う。

2. コミュニティビジネス中間支援機関設立支援モデル事業の対象

(1) 支援対象者

- ・株式会社ゼットやっぺい社

■株式会社ぜっとやっぺい社の概要

- ・ 代表取締役： 伊能 久敬
- ・ 所在地： 千葉県佐原市佐原イ 81 番地
- ・ 電話： 0478-52-3560
- ・ FAX： 同上
- ・ E-MAIL： z-yappei@nifty.com
- ・ 設立： 平成 17 年 1 月 27 日
- ・ 資本金： 1000 万円
- ・ 株 主： 佐原市 5%、佐原商工会議所 3.5%、佐原駅前振興組合 20%、
その他 71.5%
- ・ 従業員： 役員 8 名、監査役 2 名
- ・ 営業時間： 午前 9 時から 17 時まで
- ・ 事業内容： 1 商店街の再生 2 コミュニティビジネスの創出育成

(2) 支援する理由

- ・株式会社ゼットやっぺい社は、平成17年1月に設立した、佐原市で2つ目の第3セクターのまちおこし会社である。
- ・株主は、佐原市、佐原商工会議所をはじめ地元企業や市民であり、既存支援機関との連携がとり易い。会社の定款の目的の項目にコミュニティビジネス支援を謳っている。
- ・社長の伊能氏は、民間企業（新光証券）のOBであり、まちづくり塾「孫兵衛塾」の塾長として地域の課題に取り組んでおり、行政・商工団体・NPO・企業等との幅広い人脈を有している。

3. コミュニティビジネス中間支援機関設立支援モデル事業の具体的支援内容

- ・コミュニティビジネス中間支援機関の役割を担う株式会社ゼットやっぺい社に対する具体的支援は、以下の2項目である。

■佐原市駅前地区における自動車・歩行者通行量の特徴とコミュニティビジネス展開の可能性についての検討に対する支援

- ・アルバイト費
- ・備品購入費（カウンター、ウィンドブレーカー）
- ・報告書作成費

■ホームページ作成支援

- ・作成費の一部負担

- (1) 佐原市駅前地区における自動車・歩行者通行量の特徴とコミュニティビジネス展開の可能性についての検討

①佐原の町なかの状況と通行量調査の目的

●佐原の町なかの状況とコミュニケーションビジネスサポートセンター機能の必要性

佐原市においては、観光と他産業とのコラボレーションによる町なか活性化のために、様々な取組みが展開されている。その中で、小野川沿川の伊能忠敬記念館近くに拠点をもつ町おこし会社（株）ふれきめらは、地域イメージを高めることをめざした比較的大規模な事業を展開しているところである。一方、新規設立が予定されている、駅前周辺に拠点を持つ町おこし会社では、地域コミュニティに根ざしたコミュニティビジネスの展開に取り組もうとしており、町なか活性化のためにコミュニティビジネスサポートセンターとしての役割を担うことが期待されている。

このコミュニティビジネスサポートセンターには、実際にコミュニティビジネスを発意している。人々に対する企画検討、事業化検討の助言・支援を行うこととともに、以下のような機能も求められる。

- ・事務所機能の場（デスク）の提供（オフィス共同シェア）
- ・コミュニティビジネスを発意する人々への実験の場の提供（試作品販売や展示など）
- ・コミュニティビジネスを考える人々のサロン（溜まり場）の創出

すなわち、コミュニティビジネスのサポートセンターは、コミュニティビジネスの「実験を行う場」、様々な人々が集うことによって「知恵が生まれる場」「ニーズ調査の場」、そして起業されたコミュニティビジネスの「“業”としての展開を育む場」となる空間としての役割を有するのである。

●佐原駅前周辺における通行量調査の目的とその活用

この通行量調査は、コミュニティビジネスサポートセンターに求められるこうした役割を鑑み、

- ①人の流れからみたセンターの立地選定のための基礎データ収集
- ②センターの空間を実験の場やサロンとして活用することによる効果測定の、比較前提データの収集を目的として実施する。

②の目的においては、具体的に、

- ・町なかを対象としたコミュニティビジネス展開の効果測定（主な鉄道利用客の増減の把握）
- ・サポートセンターにおけるコミュニティビジネスの実験を行った際の効果測定
- ・サポートセンター自体のサロン機能の効果測定

を行うにあたって、通行量変化（増減・時間帯変化）からの考察を加える上での基礎データとして活用されるものである。

なお、コミュニティビジネスを展開することの本来の目的は、観光と他産業とのコラボレーションによって、来街者および地域住民（事業者）が楽しみを持てることにあり、それに伴って町なかの活性化することにある。したがって、サポートセンターの事業を通じてコミュニティビジネスが次々と展開されることにより、町なかの魅力が増し、結果として駅前商店街の通行量（主に歩行者・自転車）が増加することとなる。本調査の調査結果は、将来的に、コミュニティビジネス展開の町なかの活性化効果を示す際に、スタート時の基礎指標としても活用されることとなる。

②通行量調査の調査概要

- ・調査日程
平成16年12月11日（土）・12日（日）・14日（火）・16日（木）
- ・調査時間
午前9：00～午後7：00
- ・調査地点
 - a地点：ショッピングセンターまゆ北側
 - b地点：富士ビル東側
 - c地点：ショッピングセンターまゆ南側
 - d地点：旧十字屋前
 - e地点：佐原駅改札

(2) 株式会社ゼットやっぺい社のホームページ作成支援

- ・株式会社ゼットやっぺい社は、コミュニティビジネスの中間支援機関の役割を担って設立された。場所及びキーマン・協力者の確保は成されたが、中間支援機関としての環境整備はまだ途上にある。
- ・中間支援機関の重要な役割である情報発信・収集において、ホームページの存在は必要不可欠であるが、株式会社ゼットやっぺい社では、ホームページは未開設であった。
- ・そこで、同社のホームページ開設費用の一部を支援し、ホームページ開設の目途をつけた。

【株式会社ゼットやっぺい社設立を伝える新聞記事】 1月29日毎日新聞

JR佐原駅前商店街再生：店主ら4人、「まちおこし会社」設立 /千葉

佐原市の中心市街地であるJR佐原駅前商店街を再生させようと、商店主ら4人が発起人となり、まちおこし会社「ゼットやっぺい社」を設立した。

佐原市出身で証券会社を退職した伊能久敬さん（69）を社長に、洋品店、不動産産会社、プロパンガス会社を営む3人が参画した。

社名の「ゼット」はアルファベットの「Z」で「ゼロ」からの出発を表す。「やっぺい」は方言で「やってやろう」という意味。「絶対にやってやろう、再生させよう」という願いを託した。

同社はまず、空き店舗の旧パチンコ店を買収する計画。建物を改修し、テナントを募集して飲食店などが入る複合施設にする考えだ。

将来的には、地域住民によるコミュニティビジネスの発信地、若者や高齢者によるチャレンジショップの運営などを計画しているという。

伊能社長は「資金的な面であれもこれもやるというわけにはいかないが、焦らずに、まずは自分たちにできることから進めていきたい」と話している。

5章

モデル事業の効果の検証

5-1

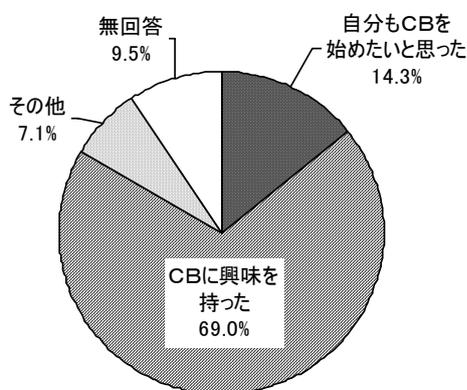
普及啓発・環境整備促進モデル事業の効果

1. シンポジウムの効果分析（アンケート調査から）

(1) 7割がコミュニティビジネスに興味をもつ

コミュニティビジネスを始めたい人が14%に上る

- ・今回のシンポジウムを行った結果、参加者の69.0%が、「コミュニティビジネスに興味を持った」と回答している。また、「自分もコミュニティビジネスを始めたいと思った」とする参加者も14.3%あった。
- ・コミュニティビジネス予備軍の掘り起こしとしては、シンポジウムはかなり効果があることがわかった。
- ・基調講演でコミュニティビジネスの概論をおこない、商店街、農業、福祉等の様々な分野のコミュニティビジネスの事例発表という構成が、参加者にわかりやすく、共感を得られたと思われる。



シンポジウムに参加した効果

(2) シンポジウムに対する意見

- ・今回のシンポジウムに対しての意見・感想を聞いたところ、「参考となった」という意見が多く得られた。また、参加者の中には、「コミュニティビジネスに気づき仲間と実行する」という意見もあった。

【シンポジウムに対する意見】

1	皆さん立派な発表で感動しました。町づくりで自分が何が出来るか、仲間と考え実行したいと思います。
2	是非、潮来市での開催を希望します。市民、商店会の多くの皆さんとの協働に大きく前進すると考えます。
3	大変参考になりました。
4	事例発表は大変参考になりました。ありがとうございます。
5	大変参考になり、役に立ちました。
6	ゼット社の発表に大変感じました。今後の市の商店活性化にご努力祈ります。
7	田中社長のお話が聞けて良かったと思います。
8	地域再生の有効な手段と言うよりも、最後の切り札だと思うので、期待している。
9	先般NHKの早朝(ラジオ放送で)聞きました(商店街の話等)。これを当佐原で聞くことが出来て幸せでした。今後都合もあると存じますが開催して欲しい。継続を是非お願い致します。
10	田中講師の体験に基づく事例発表に感銘しました。
11	商店街再生の一策を確認。活動内容も幅が広いことを改めて実感しました。
12	とても勉強になり、よい半日を過ごさせていただきました。
13	たいへん楽しく、ためになる話でした。
14	“自分に何が出来るか”という地域貢献への使命感も生まれ、元気が出ました。どうも有難うございました。
15	これからの問題として聞きたかった。
16	事例をもっと多く聴きたい。
17	資金、経営面(起業時)の手段を知りたい。
18	・CBと行政からの委託との関係は。・行政を頼りにしないCBを目指すべきではないのか。

2. シンポジウムは市民や行政に対するコミュニティビジネスの普及・啓発に有効

(1) シンポジウムでコミュニティビジネスに興味を持たせる

- ・シンポジウムでのアンケート結果からもわかるように、シンポジウムはコミュニティビジネスの普及・啓発にかなりの効果があった。
- ・今回のシンポジウムでは、参加者の9割がコミュニティビジネスに興味をもつという結果が得られた。
- ・興味をもった参加者に対して、起業化講座の参加に誘導するなど、単発で終わらせない仕組みが必要になる。

(2) 成功事例で意識が高まる

- ・シンポジウムの参加者は、事例発表を評価する声が多い。成功事例は、身近な教材であり活きた教材である。成功事例を聞くことで、自分の事業アイデアのヒントになるだけでなく、「自分もできる」という意識・意欲が高まる効果がある。
- ・潜在化しているコミュニティビジネス予備軍は成功事例を聞くことで顕在化してくる。コミュニティビジネス予備軍は、成功事例に飢えている。

(3) 中間支援機関としての株式会社ゼットやっぺい社の披露

- ・コミュニティビジネスに気づき、行動を起こそうとして時に何から始めればよいのかという悩みに直面するコミュニティビジネス予備軍が多い。こうした悩みに対して予備軍の背中を後押しするコミュニティビジネス中間支援機関は、コミュニティビジネス予備軍に対して大変心強い存在となる。

- ・今回のシンポジウムでは、参加者に中間支援機関の存在を認知していただいた。また、シンポジウム参加者の中から、株式会社ゼットやっぺい社の事業内容に共感し、参画したいという人も現れた。
- ・アンケートでは、最後に中間支援機関としての株式会社ゼットやっぺい社への相談や問い合わせについて、19名（団体）から申し込みがあった。

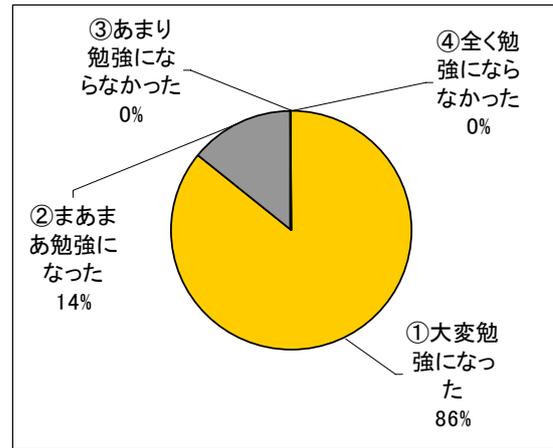
（4）シンポジウムの広報活動自体が「コミュニティビジネス」の普及に繋がる

- ・今回のシンポジウム開催にあたっては、3,000部のチラシ配布、関東経済産業局メールマガジン、中小企業庁メールマガジン、新現役通信（メールマガジン）、千葉県産業情報ヘッドライン、日本経済新聞社・千葉県版ビジネスファイル、千葉日報、関東経済産業局ホームページ、佐原市ホームページ（広報さわら）等を活用した。
- ・「コミュニティビジネス」という言葉の露出機会を数多く作ることで、シンポジウム関係のみならず、佐原市住民がコミュニティビジネスによる地域再生に取り組んでいくことが当たり前なのだ、というムードを醸成することが、その後の取り組みを容易にし、コミュニティビジネスの実施者及び支援者の活動を活性化させるのである。

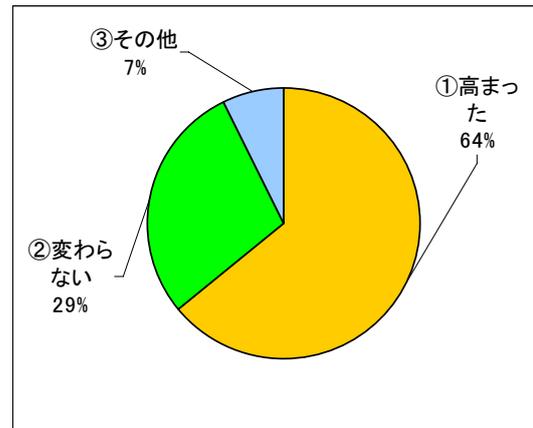
1. コミュニティビジネス起業化講座の効果

(1) 起業化講座の意義（コミュニティビジネス起業化講座・最終アンケート結果）

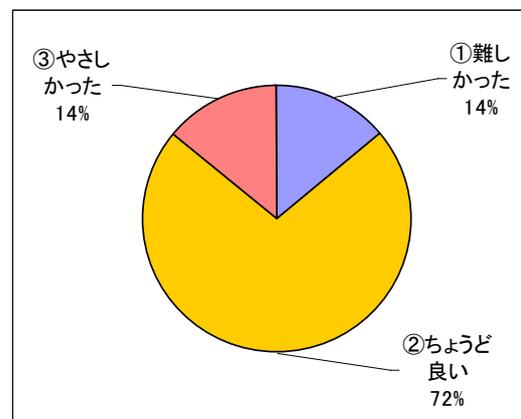
- 1) 起業化講座は参加者のレベル向上に寄与
- ・ 今回の起業化講座参加者の講座に対する感想として、「大変勉強になった」が大半を占め、今回の講座が参加者のレベル向上に寄与したことが伺える。



- 2) 参加者の起業意識の芽生え
- ・ 講座受講前の起業意識と比べて、回答者の6割以上が、起業意識が「高まった」としており、「変わらない」を大きく上回った。



- 3) 起業化講座の水準
- ・ 講義内容について回答者の7割以上が、「ちょうど良い」と回答している。



- 4) 講師に対しては高い評価を得た
- ・ 「わかりやすかった」という意見が多く、講師については、高い評価を受けた。

- ・コミュニティビジネスについての講座を担当できる講師は、なかなかいない。今後、こうした講座を開催するにあたっては、今回の永沢講師（NPO法人コミュニティビジネスサポートセンター）と連携をとって行うことが有効と考えられる。

- 話し方が上手でとても理解しやすかったです。ありがとうございました。
- 先生にはコメントはありません。すばらしい講座だと思います。
- やさしくお話を下さり、ご苦労様でした。
- 講義されている時の言葉がきれいが良く、はっきりしているので聞きやすいと思いました。人柄が親しみやすく好感を受けました。
- 良かった。
- 専門知識が豊かで非常に良かった。
- わかりやすい話し方で良かった。
- 声も通り、聴きやすく分かりやすかった。
- 説明がわかりやすかった。コミュニティビジネスについて基本的知識が良く理解できました。
- 多くの事例。
- 話し方とか、聞取りやすく、良かったです。

5) 必要とされる支援内容

- ・今後、コミュニティビジネスで起業するために必要な支援としては、資金や人脈に対する要望が多かった。
- ・中間支援機関や行政で行うコミュニティビジネスを地域で創出・育成する支援策としては、資金調達や人脈確保に対する支援が必要となる。

- PC、利用方法、展示、レイアウトのHowto
- 細かい事で、どの様にしたいか、知りたい時に、無料で相談できる所があるといいと思う。起業する時、手伝ってもらい、成功した時に支払う方法があるといい。
- お金
- 事業計画書作成の際のサポート。
- 資金、人脈。
- 協力者。
- 人材（協力者等）。
- 起業立ち上げの資金の融資。

6) 今後の要望

- ・今後、同様な講座の開催については、夜間の開講が望まれている。また仲間づくりの時間の確保などに複数の要望があった。

- 1度の講習時間が長く、毎週出席するのが難しい。
- 講座の時間帯は夜の方が参加しやすいです。
- 夜の開講を願う。
- 講座の再開を望む。
- 起業したその後を資料として、また送って頂けたら幸いです。
- 具体的な事業に対する検討の時間をもっとほしい。
- 分析をする具体的な手法。
- 仲間作りについて、もう少し話ができる時間があるといいかと思いました。

7) 中間支援組織に望むこと

- ・中間支援機関である株式会社ゼットやっぺい社に対する期待は、資金的な支援や調査委託等の要望があった。
- ・まだ、中間支援機関そのものについて、株式会社ゼットやっぺい社の内容について、まだまだ認知されていない感がある。

- まだ内容がよくわかりません。
- 自分は近年手を出していないジャンルでありました。今回の講座で自分の思考回路を整理し、知識として生かしていくつもりです。又、発想を変えた考え方・見方も必要事項であると思います。
- 資金援助。
- 調査等もお願いしたいと思います。例えば、地域性向。
- 今のところわからない。

8) 行政に望むこと

- 今回の企画は三市が合同での1つの行政の「カベ」を越えた催しと考えます。ありがとうございます。
- 今のところ考えていません。実行していく内に出てくると思います。
- 情報
- 特に行政の理解と協力を期待します。
- 情報をどんどん流して頂きたい。
- 情報の提供。
- 箱物を含めた民間委託。

(2) 起業化講座によるコミュニティビジネス予備軍の掘り起こしは有効

①コミュニティビジネス予備軍は必ず存在する

- ・48名の受講生を得ておこなったが、受講生は、地域に対してそれぞれの「想い」を持っている。コミュニティビジネス予備軍の掘り起こしとして、起業化講座は有効な手段であることがわかった（講座参加者の事業計画は第4章）。
- ・また、外から移り住んできた方の中にもコミュニティビジネス予備軍が存在することがわかった。

※掘り起こしについては、起業化講座の他にワークショップの開催でも代替が可能となる。

②コミュニティビジネスに対する気づきを促す

- ・事業計画を実際に作成することで、頭の中にあるアイデアや想いが整理できる。ぼんやりとしていたものが、より明確になることで、起業意識が高まるという結果を得た。
- ・自分でもコミュニティビジネスができるという自信・確信が芽生えた受講者が多くあった。さらに、自分の事業計画に対して、様々な人から様々な意見をもらうことで、事業のブラッシュアップが飛躍的に進んだ受講者もいた。

③参加者同士のネットワークの形成

- ・起業化講座の参加者は、様々な職業、経歴、ノウハウを有している。講座を通して、講座参加者同士の輪が広がり、仲間と連携して事業を行う土壌もできた。実際に、複数名で事業計画を作成したケースもあった。
- ・また、仲間同士の連携の他に、個別プラン同士の複合化（セットメニュー化）の可能性もある。様々なプランと連携することで個々のプラン内容に幅ができ、競争力の強化に繋がり、既存団体とも連携の可能性も高まる。
- ・中間支援機関、行政、地元商工会団体、金融機関等の担当者に講座の中でお話をいただくことで、事業を行う上で欠くことのできないネットワークづくりができた。

■起業化講座の中であったやりとり

◆3000円で貸し出しボックスショップをやりたいというアイデアに対して

- ・お試し価格の導入
- ・借りの費用は安くして、売上のマージンを高くする。賃料で儲けるのではなく、売り上げた中からのマージンで儲ける形態にする
- ・ギャラリーを併設してはどうか

◆研修を主目的としたバスツアーを事業化したい（7000円で）というアイデアに対して

- ・目的地の魅力と食事が大事。地域の珍しいものが食べられれば、女性は7000円ぐらい払う。
- ・高齢者向け介護用品、介護施設の見学をツアーに組み込むことで差別化が出来る。
- ・たとえば、潮来市では、月祭りに船を出す（一時間：1000円）。地域を楽しむ企画は結構あるので、それとタイアップする。
- ・桜の時期には桜の写真をとる会など、季節ごとにネタを探すと同じ場所でも大丈夫。
- ・英語をしゃべるツアーなどは面白い。英語を勉強している人、高校生などをターゲットにする。

◆地域の観光の企画やイベント支援の団体をつくるというアイデアに対して

- ・ほたる事業は、単独ではダメ。夜集合して、ほたるを見て旅館に宿泊させることが重要。ほたるは呼び水でどこで儲けるかを考える。
- ・企画やイベント単体で儲けるのは難しいが、宿泊やお土産など付随させるものはたくさんある。食やイベントで人が来て、旅館や土産物屋にお金を落としてもらい、そこからこの団体にお金が落ちる仕組みを作る。

(3) 今後の起業化講座の開催等について

- ・今回は、全6回の開催の内、鹿嶋市、潮来市、佐原市の3市それぞれ2回ずつ開催したが、参加者にとっては、やはり地域固定のほうが参加しやすいと思われる。
- ・今回の開催は、平日の午後の開催としたが、夜間や休日の開催を望む声もあるので、開催時間等に工夫すると、今回の参加者とは異なる属性の参加者の掘り起こしになることが予想される。

2. 先導的コミュニティビジネス支援（成功事例の創出）モデル事業の効果

（1）先導的コミュニティビジネス支援（成功事例の創出）にモデル事業の成果1

- ・先導的コミュニティビジネス支援モデル事業の一番の成果は、対象とした薄根里絵氏が平成17年4月に「NPOコンヴィヴィアル」を立ち上げることにある。
- ・コミュニティビジネスは、人・物・金・情報といった経営資源が不足しがちである。今回の支援モデルでは、
 - ①事業計画のブラッシュアップ支援（起業化講座講師による事業計画書の検証）
 - ②立ち上げ期の活動資金の提供を行い、平成17年4月立ち上げを確実なものにした。

①事業計画のブラッシュアップ支援（起業化講座講師による事業計画書の検証）

- ・より具体的な事業計画書を作成し、事業内容（ターゲット、サービス内容等）がより明確になった。
- ・また、講座参加者から事業に対するアドバイスを得ている（次項参照）。
- ・講座受講生との交流の中で、薄根氏の事業と連携できる計画を持つ受講生も出現し、新たなネットワークが構築できた。

②立ち上げ期の活動資金の提供

- ・事業立ち上げ期は、収入の割には支出が多く、コミュニティビジネス事業者にとっては立ち上げ資金が一番のネックとなる。立ち上げ資金の提供では、活動場所の確保、活動する上で必要な資料などをそろえると共に、認知度の向上をめざして、ポスターの作製を行った。
- ・現在、大手旅行会社とタイアップをして外国人旅行者の佐原市への誘客実験事業を展開している。

（2）先導的コミュニティビジネス支援（成功事例の創出）にモデル事業の成果2

- ・起業化講座の参加者にとっては、薄根氏の事業計画を成功事例として提示したことで、コミュニティビジネスによる起業が身近なものとなった。
- ・薄根氏のプロジェクトは、講座受講生の身近な目標となると同時に、いわば実験台としての役割も有しており、このプロジェクトへの支援を通じ、支援者側の支援体験・支援ノウハウの獲得にもつながったといえる。

薄根里絵氏の事業プランに対する講座受講生からのアイデア・提案

1. 事業内容・コンテンツ

- ① 奥深い国際観光世界を探って見ては？
- ② オプションツアーとする。
- ③ アジアの国々を対象にすると良いのではないかと。
- ④ 佐原にこだわらず、行きたいところを案内するツアーも考える。
- ⑤ 1. 事業内容のコンテンツ
本事業の業務内容が多岐にわたるので、十分な研修などを行う必要がある。
2. ネットワーク
自治体を始め、観光協会等との連携する努力を重ね、ネットワークを拡大していく。

2. ネットワーク

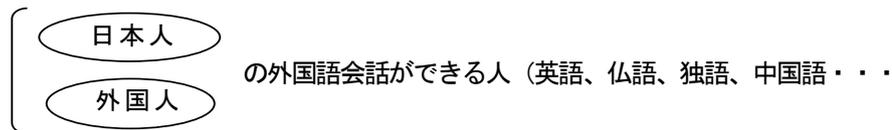
- ① 外国の日本観光
出先機関
バス会社
- ② 佐原市観光協会

3. 広告・PR

- ① 公共の広報紙の活用とホームページの宣伝を行う。
- ② 町並み地図をつくる
- ③ 外国の空港に広告を置いてもらう事が出来ないかと思えます。
(飛行機の中で考えられる様にできないかと思えます)
- ④ 広告紙の作成の仕方を教えてくれるところ(日本版でなく外国版の興味あるところ)

4. その他

① 仲間づくり



- ② 外国人が求める観光の冊子を求める
- ③ 外国人向けツアーが定着したら日本人の語学学習者へも対象を広げる。
- ④ 外国人観光客を受け入れるための商店、市民の勉強会を行う。
- ⑤ その他
交通手段をどのように考えていくかで、儲けがないようにも思えます。
- ⑥ 観光だけでなく、日本の文化、専門に近い知識を得られるような部分もあってよいのではないかと。バスの中で説明あるいは講義をして、目的地に期待感を持ってもらうようにしたらどうかと思えます。
- ⑦ 春から夏までの行事は何かしらあると思いますが、冬場(12月1月2月)の行事を地域の人達と話し合ってみる工夫も必要かと思えます。(私も冬場は来ません。何かあるのかも知れませんが、知らないだけかも知れません。)

1. コミュニティビジネス中間支援機関設立支援モデル事業の効果

- ・今回のモデル事業中、最大の成果は、佐原市・潮来市・鹿嶋市を対象とするコミュニティビジネス中間支援機関が設立できたことである。
- ・支援対象の株式会社ゼットやっぺい社は、佐原市や佐原商工会議所だけでなく、地域住民の出資を受けて設立された第3セクターのまちおこし会社であるが、市域を超えて佐原市・潮来市・鹿嶋市のコミュニティビジネスに対する支援を今後行っていく。

2. コミュニティビジネス中間支援機関としての株式会社ゼットやっぺい社

- ・株式会社ゼットやっぺい社は、中間支援組織として以下の事業を行うことになった。

■中間支援機関としてのテーマ：コミュニティビジネスの創出育成

- ・佐原市・鹿嶋市・潮来市におけるコミュニティビジネスの創出育成を推進するための、中間支援事業を実施する。

■中間支援機関として当面行う主な事業

1. 個別相談対応

- ・コミュニティビジネス実施団体及びコミュニティビジネス事業者が、事業運営にあたって直面する様々な課題や悩み事に対して、アドバイスを実施する、又は適切な専門家を紹介する等により、相談者の課題や悩み事の解決に貢献する。

2. 情報提供

- ・コミュニティビジネスの事業運営のために有益な情報を、座学の勉強会、情報紙、メール・マガジン、ホームページ等を通じて提供する。提供する情報の内容としては、イベント情報、事例紹介、助成金情報、その他のビジネス関連情報である。

3. 勉強会の開催

- ・コミュニティビジネスの事業運営に関する勉強会を開催する。勉強会の内容は、経理処理・労務管理他のマネジメント関連の内容と、コミュニティビジネス実施団体や専門家を講師に招いての講座等である。

4. コミュニティビジネス関係機関へのコーディネート

- ・コミュニティビジネス実施団体及びコミュニティビジネス創業者が、事業遂行上必要な場合には、適切な関係機関（行政・企業・他コミュニティビジネス実施団体・商工会議所・金融機関・観光協会他）へのコーディネートを行い、その活動を支援する。

※当面は、中間支援機関として、これらの基本的内容を充実させることに努力し、基盤確立とともに、独自の調査研究、政策提言等にも事業内容を拡大していく予定である。
また、併せて収益事業も実施することにより、活動資金の蓄積に努めていく。

3. 株式会社ゼットやっぺい社は、

今後の展望としてコミュニティサポートセンターの役割を担う

- ・今回、中間支援組織としての支援を行った、株式会社ゼットやっぺい社は、佐原市で2つ目のまちおこし会社として設立した組織設立の目的・趣旨から駅前周辺に拠点とした町なか活性化のためのコミュニティビジネスサポートセンターとしての役割を担うことが期待されている。
- ・このコミュニティビジネスサポートセンターには、実際にコミュニティビジネスを発意している人々に対する企画検討、事業化検討の助言・支援を行うこととともに、以下のような機能も求められる。
 - ・事務所機能の場（デスク）の提供（オフィスの共同シェア）
 - ・コミュニティビジネスを発意する人々への実験の場の提供（試作品販売や展示など）
 - ・コミュニティビジネスを考える人々のサロン（溜まり場）の創出
 - ・地元住民から観光客まで、様々な人々が集うサロン（溜まり場）の創出
- ・すなわち、コミュニティビジネスのサポートセンターは、コミュニティビジネスの「実験を行う場」、様々な人々が集うことによって「知恵が生まれる場」「ニーズ調査の場」、そして起業されたコミュニティビジネスの「“業”としての展開を育む場」となる空間としての役割を有するのである。

6章

今後想定されるステップ

6-1

プラットフォームの深化

- コミュニティビジネス中間支援機関設立支援モデル事業では、平成17年1月に設立した第3セクターのまちおこし会社、「株式会社 ゼットやっぺい社」にコミュニティビジネスの中間支援組織としての役割を託した。
- 地元行政、商工会議所や地元金融機関の他に市民からの出資を受けた株式会社である。地元行政や主要な地元支援機関との連携は出来上がっており、中間支援組織として組織化された段階にある。

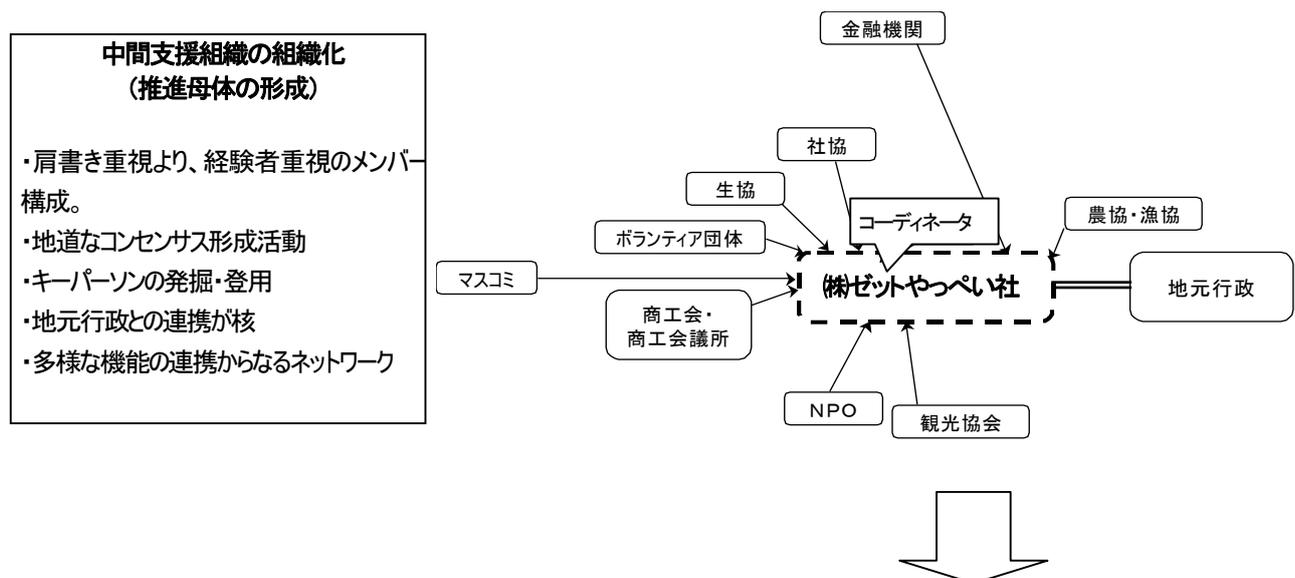
1. プラットホームの深化ステップ1 ～支援策が実行できる体制～

- ・中間支援組織の組織化の次のステップは、支援策が実行できる組織となることである。事業としては、以下のものが考えられる。
 - ①シンポジウムや起業化講座の開催や先進事例の紹介等による市民に気づき、やる気を促し、予備軍を発掘する事業
 - ②意向調査等による地元コミュニティビジネス団体を把握する事業
 - ③コミュニティビジネス事業者及びその予備軍に対する交流の場の設置等仲間づくりに関する事業
 - ④マスコミとの連携による情報発信の支援に関する事業
 - ⑤ビジネスプラン（事業計画）作成指導
 - ⑥空き店舗の紹介等活動拠点確保の支援に関する事業
 - ⑦コミュニティビジネス関連の情報提供に関する事業
 - ⑧組織運営、経理実務、マネジメント、労務などについて相談会を開催等相談対応に関する事業などが考えられる。
- ・事業実施にあたっては、マスコミ、商店街など新たなネットワークの構築が必要となり、プラットフォームの輪が広がることになる。

2. プラットホームの深化ステップ2 ～ネットワークの更なる拡大と支援策の拡充・多様化～

- ・コミュニティビジネスの掘り起こしや相談対応などの支援事業ができる体制整備の次のステップは、支援策を拡充し、コミュニティビジネスの多様なニーズに応えることができる体制を整備することである。
- ・進化ステップ2では、以下の事項に対応できる体制整備が求められる。
 - ①専門家とのネットワーク拡大 ～相談（経営・会計・税務・労務等）対応等の充実～
→コミュニティビジネスは、脆弱な経営体質なものが多く、経営面、財務面等のマネジメントカに多くの課題を抱えているため、弁護士、会計士、司法書士、中小企業診断士といった士業と連携し、相談窓口や相談会を開催し、専門家に直接相談できる支援を行っている。
 - ②大学との連携 ～専門的ノウハウの導入等～
 - ③金融機関との連携 ～融資メニュー等創設～
 - ④他の中間支援組織との連携 ～ノウハウの共有等～
 - ⑤行政との連携拡大（業務委託推進）～内部体制充実・支援メニュー強化～
 - ⑥企業等との連携 ～資源調達源泉の多様化～
 - ⑦既存コミュニティビジネスとの連携 ～経験・実践ノウハウのストック・共有化～
 - ⑧コミュニティビジネスの課題に応じた連携先の開拓
 - ⑨コミュニティビジネスサポートセンターの設置 ～施設・備品等の貸与～
→施設の管理運営を行政から委託して、コミュニティビジネス団体等に、無料または廉価で施設・設備を提供しているケースが多い。

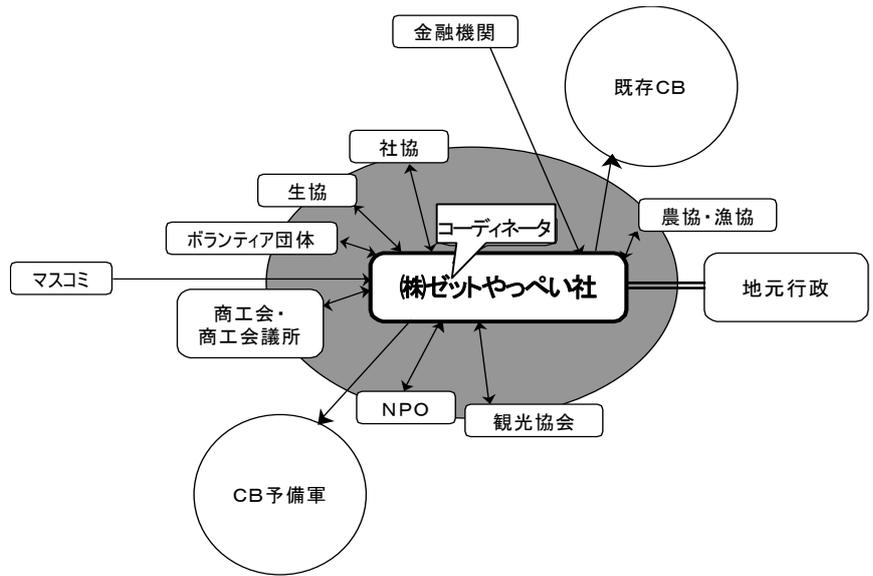
【現状（今の段階）のプラットフォーム】



【深化ステップ1の段階のプラットフォーム】

既存CBの発掘とCB予備軍の掘り起こし、支援策の実行

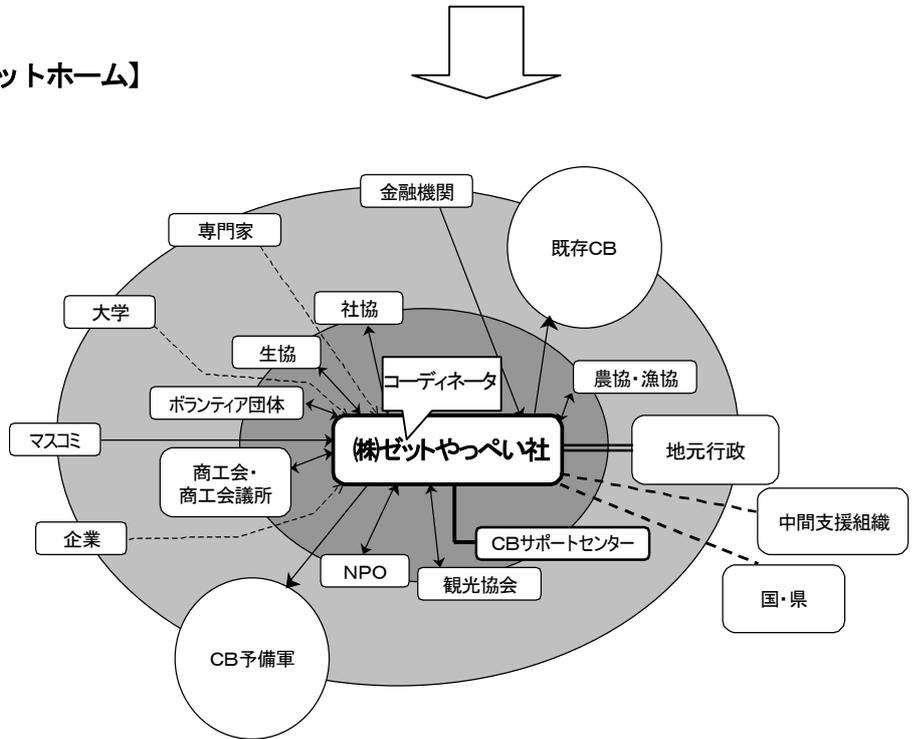
- ・市民に気づきややる気を促す事業の実施とフォロー
- ・地元CB団体の把握
- ・ビジネスプラン作成指導
- ・活動拠点の確保
- ・情報提供、相談対応、人材育成



【深化ステップ2の段階のプラットフォーム】

ネットワークの拡大

- ・専門家・大学との連携
- ・融資メニューで金融機関と連携
- ・他の中間支援組織と連携しノウハウを共有
- ・行政との連携拡大
- ・企業と連携(資源調達先)
- ・既存CBとの連携
- ・課題に応じ農協・漁協等連携先を開拓
- ・CBサポートセンターの設置

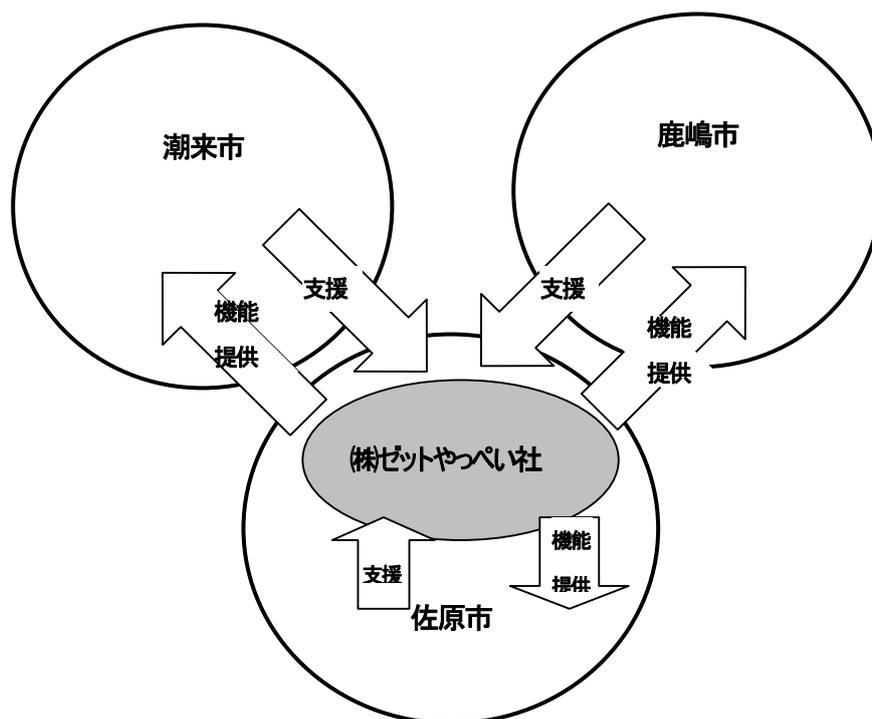


- ①中間支援機関（ゼットやっぺい社）と地元行政の連携が核となる。地元行政が中間支援機関に対し、財政的支援をすることができれば、活動の基盤は強固となる。
- ②中間支援機関（ゼットやっぺい社）は、傘下の個別CBのワンストップ窓口、プラットフォームの中核として機能する。
- ③中間支援機関（ゼットやっぺい社）は、様々な地元ステークホルダーとの連携を持つことにより、自ら個別CBへの支援活動を行うだけでなく、他の連携機関へのコーディネート機能も果たす。

3. プラットホームの水平的進化

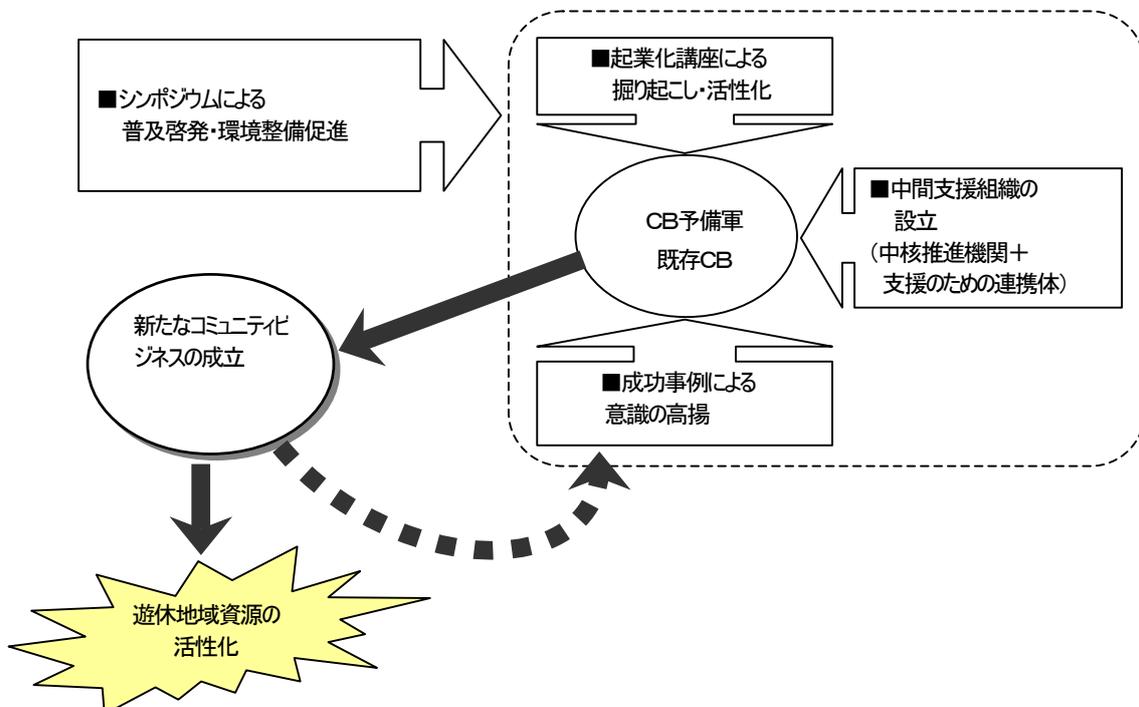
- ・ 中間支援機関は、コミュニティビジネスの創出育成に不可欠だが、儲かりにくい業態でもあ
ることも事実である。地元行政の財政的支援が望まれるが、これを1自治体で負担すること
が厳しい場合、周辺市との広域連携による負担金方式等による運営も検討すべきである。こ
れにより、1自治体あたりの負担額を軽減して、中間支援機関の運営を支える可能性もあり
得る。
- ・ 利用者（個別コミュニティビジネス実施者）にとっての「身近な相談先」という条件から外
れない程度の、適度な広域連携であることが条件となるが、広域連携となったことにより、傘
下コミュニティビジネス同士のコラボレーションの可能性が高まるという利点も有するため、
地域間競争力が増大するような場合においては、むしろ積極的活用を試みてもよい形といえる。
- ・ 事例として、岩船地域における8市町村地域において活動するNPO 法人都岐沙羅パートナ
ーズセンターがある（財政支援は岩船地域広域事務組合であり、市町村の共同運営の形ではな
い）。
- ・ 今回、株式会社ゼットやっぺい社が設立され、コミュニティビジネス中間支援機関としての
役割を担ったことの結果として、佐原市・鹿嶋市・潮来市における、「（仮称）水郷三都観光
交流協議会」が設立され、その活動内容として、3市の共同によりコミュニティビジネスを支
援して地域再生を図ることが盛り込まれた。

このような広域連携によるコミュニティビジネス支援モデルは全国にもあまり例がなく、佐原
市・鹿嶋市・潮来市同様、財政的に厳しい地域における支援モデルとして、一つの突破口とな
り得るものである。また、これら周辺市の広域連携のモデルは、行政界に関わらない、地域特
性を同じくする地域における地域間競争力増大手法として注目できるものである。



1. 継続的掘り起こしと掘り起こしの仕組みの創出

- ・コミュニティビジネスは、誰でも行うことができ、また、その種はどこにでもあるが、依然として、コミュニティビジネスの認知度は低いため、潜在している予備軍が見えてこない。
- ・今回実施したシンポジウム・起業化講座の開催、成功事例の創出は、確かに掘り起こしの効果が高い。また、今回の事業で中間支援組織を設立し、最低限の環境を整えることができた。
- ・今回の事業を継続的に組み合わせることで、観光コミュニティビジネスの創出・育成は可能となり、地域資源を活用する担い手が数多く出現する。
- ・さらに、新たなコミュニティビジネスの出現は、潜在しているコミュニティビジネス予備軍の目を覚まさせる効果が高く、コミュニティビジネス創出育成の好循環の仕組みを形成することができる。
- ・シンポジウム・起業化講座はそれぞれ1回の開催であったが、今後も継続して行うことが必要であり、中間支援機関である株式会社ゼットやっぺい社を中心としたプラットフォームに対する期待は大きい。



2. 起業化講座、シンポジウム参加者のフォロー

- ・起業化講座では、ビジネスプランの作成までを行った。自分の思いをアウトプットとして形にした段階である。事業計画を検証し、コミュニティビジネスとして事業へと昇華させていく必要がある。
- ・コミュニティビジネスに気づいた起業家講座卒業生を中心に、コミュニティビジネス事業者として一本立ちさせるためには継続的なフォローが必要となる。
- ・コミュニティビジネス中間支援機関である「株式会社ゼットやっぺい社」には、「仲間づくり（ネットワーク）」、「相談窓口・相談場所」、「成功事例勉強会」など、起業化講座を単発で終わらせないための事業を担うことが期待される。

①起業化相談対応

→当面はコミュニティビジネスサポートセンターと連携する。

②情報提供

→佐原市・潮来市・鹿嶋市版メールマガジン

③事例提供

→関東経済産業局作成の「創業マニュアル（15FY）」「コミュニティビジネス事例集」等の活用

→希望者を募っての現地見学。

④仲間づくり、ネットワーク

→起業化講座参加者の連絡網作成（参加者の許可必要）。

（メーリングリスト等）

→活動報告会開催と予算獲得後の必要な支援策取りまとめ。

→他地域（例えば、我孫子（ACOB））との交流イベント。

⑤事業計画作成指導

→実践編としてビジネスプラン策定までの指導。

1. 集中的支援を投下して成功事例を創る

- ・佐原市内遊休地域資源を活用する観光コミュニティビジネスに対して、マーケットへのアピール等の支援を集中させる等、中間支援機関及び地元行政の活動を特化させ、成功事例をどんどん作る必要がある。
- ・成功事例は、地域の他のコミュニティビジネス予備軍のやる気やモチベーションの向上に繋がるだけでなく、コミュニティビジネスの支援側のノウハウや経験の蓄積にもつながり、それによって新体制の強化が図られる。

2. マスコミの積極活用

- ・地域の観光コミュニティビジネスの活動や成果に対して、絶えずマスコミ等へ外部発信を行い、コミュニティビジネス事業者のモチベーションを高めること。また、地域の活動として好イメージで認知されるようマスコミ・表彰を活用する。
- ・そのためには、マスコミに取り上げてもらえるように積極的に話題づくりを行うこと、DM等でマスコミに情報を流す、インターネットのホームページを開設し地域情報を広く発信することが考えられる。
- ・こうしたことは、既存のコミュニティビジネスのみならず、コミュニティビジネス予備群に対しても目標となる。

3. マーケットへアピールする

- ・マーケットへのアピール手法は、マスコミの活用以外にも、①自力で販促する、②ターゲットを絞って草の根活動を展開する方法がある。

(1) 自力で販促する手法

- ・地域を売り込むための地域イメージをつくる
- ・個性的・知名度のある名称を冠に付して地域をアピールする
- ・情報収集・発信のための専門集団を組織化する
- ・マーケットに出向いてイベント・キャンペーンを行う などが挙げられる。

(2) ターゲットを絞って草の根活動を展開する

- ・様々な地域連合を仕掛けて関係者を誘致する
- ・外部のネットワークを活用する
- ・地元出身者の口コミで地域を売る
- ・テレビ、マスコミに直談判をする などが挙げられる

1. 成功事例を呼び水として好循環の仕組みをつくる

- ・ 遊休地域資源の活用成功した地元の事例を、地域に広くフィードバックし、更なる市内合意形成・環境整備を促進し、更なる担い手発掘・育成、支援体制拡充に結び付け、成功体験創出の好循環を形成することが必要である。
- ・ いわば、効果的な成功事例を呼び水として、更なる発掘→支援体制の強化→成功事例の出現といった好循環を作ることが必要である。

2. 地域内の他産業とのコラボレーション

- ・ 遊休地域資源を地域の魅力に転換する手法を実践することで生じる成果や効果を一部の団体等のみで享受しては、地域全体での取り組みへとは発展していかない。
- ・ 地域づくりで得た成果や効果は、地域全体で共有することが必要となる。地域の産業は、農林漁業、工業、商業、サービス業など様々である。
- ・ 今回のテーマは、観光コミュニティビジネスの創出育成を通じた遊休地域資源の活用手法であるが、地域の資源を極力活用し、収益を地域に落とす仕組みが必要になる（地産地消）。
- ・ 幸い観光の裾野は広く、他産業とのコラボレーションは可能となる。
- ・ 観光を切り口にして、農業、商業、工業、サービス業等とのコラボレーションで地域を活性化することが必要である。

参考文献

- ・ 大下茂 (2000. 12) 『集客型地域づくり手法の体系化に関する研究』、東京工業大学
学位論文

観光コミュニティビジネスの創出育成を通じた
遊休地域資源の活用手法に関する調査 報告書

平成17年3月

発行 関東経済産業局 産業部 産業振興課

〒330-9715

埼玉県さいたま市中央区新都心1番地1

さいたま新都心合同庁舎1号館

TEL : 048-600-0344