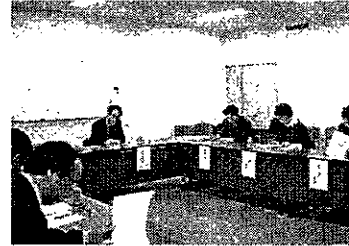


## IV. ワンストップ窓口事業から導かれる課題

### 1. 各事業の課題

#### 1) プロジェクト推進会議の課題

- ①委員のレベルの高さから考えて、コミュニティビジネスそのものについての議論を深める機会があると良かった。
- ②事業期間が半年という短い期間であったので、提案内容にもその制約に縛られる傾向が多少なりともあった。
- ③各委員ごとに事業別に担当を設けて、第三者的意見+第二者的意見を出してもらえらるような工夫をすると、当事者的な発想としての意見やアドバイスも聴けたかも知れない。



#### 2) ワーキンググループミーティングの課題

- ①コミュニティビジネスについての明確な定義がないので、当初はスタッフ間での認識のズレがあった。
- ②スタッフ間で申し送りなどが不十分だったために、対応が遅れたりするケースが生じたので、立上げ当初から情報交換・情報の徹底などについては事前に綿密な打ち合わせが必要であった。
- ③若いスタッフの教育訓練（事務書類作成・電話対応）などの必要性有

#### 3) 現状分析の課題

- ①コミュニティビジネス事業所の判定基準を明確化しないままでデータ収集すると既存のデータと変化のないものになる可能性がある。
- ②相談業務に活用できるレベルまでのデータ量を蓄積する必要がある。
- ③今後、データベースをもとに各種の分析などを行う必要がある。

#### 4) ワンストップ窓口実験事業の認知及び相談募集の課題

- ①コミュニティビジネスそのものへの認知度をいかに高めていくかが工夫が必要。  
→マスコミなどによる取材、放送や掲載による認知度のアップは必要不可欠。
- ②知っている人もベンチャービジネスとコミュニティビジネスとの違いなどが理解されていない。→認知だけでなく理解も同時に進める工夫必要あり。
- ③講座やセミナーなどの機会をもっと多く開催してコミュニティビジネスへの認知度を引き上げていく必要有。

## 5) コミュニティビジネスのネットワーク構築と情報収集・提供の課題

- ① コミュニティビジネスの事業者は専門分野の情報についてのニーズは高いが、コミュニティビジネスそのものへの一般的な興味は低い。  
→ 彼等自身は自分達のやっていることがコミュニティビジネスであろうとなかろうと、事業が順調に展開出来ることが最大の関心事であり、地域課題の解決というミッション的な要素の弱い事業所も多くある。
- ② 交流サロンのような意見や情報交換、及び一緒になって事業化計画などを検討する場を今後どのように継続していくか。
- ③ インターネットでのネットワークの構築は副次的なもので、講座や交流サロンなどの実践的な結びつきの中でのネットワークをどのように、継続的に構築していけるかが今後の課題。



## 6) 相談者からの情報収集と要望の取りまとめの課題

- ① 今後は電話相談や面談などを座して待つという姿勢から、こちらから相談を必要としていると思われる団体や個人に積極的に声掛けを行っていく中で、相談件数や起業などに向けてのサポート機能を発揮出来るのではないか。
- ② コミュニティビジネスについての明確なコンセプトの確立する必要がある。  
→ 現状のコミュニティビジネスは事実追認という実態の無いものに終始する可能性がある。
- ③ コミュニティビジネスそのものについての認知を高める工夫の必要性有り。

## 7) フォローアップ事業の実施の課題

- ① 相談者には熱意があるが計画力・企画力が不足しているので、講座などを開催し事業化するための力を育てる必要有。
- ② フォローアップするための窓口側態勢を強化する必要有→フォローの必要な部分の専門家によるフォロー態勢が無い
- ③ コミュニティビジネス交流サロンの定期開催が保障されて、意見交換や情報交換が日常的に行える場がない。



## V. 事業全体のまとめ

今回の6ヶ月間にわたる「コミュニティビジネス・ワンストップ窓口実験事業」を通して総括し、今後のこの事業の展開に向けての提言を以下に述べる。

### 1) コミュニティビジネス論の確立

地域課題の解決と雇用創出・就業機会の拡大とが同時に実現出来るシステムとしてのコミュニティビジネスが待望されていることを誰もが実感しているにも拘らず、コミュニティビジネス理論が確立していない。現象面として捉えたものを、コミュニティビジネスの専門家が、それぞれにコミュニティビジネスと呼んでいるが、大雑把であり曖昧である。

コミュニティビジネスの認知や理解を高めるためには、その研究体制など具体的に構築され、その理論が確立される必要がある。その際の視点は、「コミュニティビジネスとは業態を表すものではなく、地域課題解決という目的とそれに連動した運営システムを表すもの」としての現実的で具体的なコミュニティビジネス論の確立が求められている。

### 2) コミュニティビジネスのパブリシティへの登場機会の拡大

「コミュニティビジネス」という言葉がまだ一般化していないために、今回の実験事業における相談窓口への問合せ件数も非常に少なかった。認知度を引き上げるためには、行政からのメディアに向けてのコミュニティビジネスについての情報提供が少ないのではないかと思われる。今後は出来るだけ「コミュニティビジネス」という言葉を使用し、そのパブリシティへの登場の機会を拡大する必要があるのではないかと思う。

### 3) コミュニティビジネスに関する学習機会の拡大

コミュニティビジネスに関する講座やセミナーなど学習機会を、自治体やハローワーク、NPO 団体などが定期的開催し、コミュニティビジネスに対する正しい理解を広めることも、コミュニティビジネスが一般化する方法である。

### 4) コミュニティビジネス交流サロンなど情報交換の場の開設

コミュニティビジネス交流サロンのような情報交換や人的交流機会の場を継続的に持つことはコミュニティビジネスを起業しようとする人材の発掘や育成に結びつき、コミュニティビジネスの揺籃（ゆりかご）的機能を果たせる。

#### 5) 既存の地域団体の運営手法としてコミュニティビジネスの導入促進

地域課題の解決へ向けて既に取り組みを行っている団体やグループ、個人に対して、その運営等についてコミュニティビジネス的手法の導入について積極的に働きかけ、指導することで、地域課題が継続的に解決、改善していくものと思われるので、行政において「相談窓口」を常時開設してはどうか。さらには、このような相談窓口からコミュニティビジネスの創業モデルを見出し、支援していくことでコミュニティビジネスの一般化や普及化が進むように思える。

#### 6) ワンストップ窓口は総合案内所的機能

ワンストップ窓口の機能は、コミュニティビジネスについての全てに対応することは非常に難しい。それだけの専門家を常時待機させておくことは現実的でない。現実的な機能としては、相談内容に相応しい問合せ先、相談先などを紹介し、取り次ぐという情報提供の行える総合案内所的機能として開設すべきだと考える。同時に、そのような能力を有するための相談員養成の施策も必要である。

#### 7) 推進会議の設置の必要性

今回、プロジェクト推進会議を専門家、学識経験者、ビジネス関係者など10名の委員で構成し設置したが、事業展開を効果的にかつ公平性を維持するためには非常に有効な機能を発揮した。今後ともこのような事業においては必要な機能だと思える。

以上、コミュニティビジネス・ワンストップ窓口実験事業を終えるにあたっての提言をまとめてみた。コミュニティビジネスは時代の要請もあって、これから急激に増えていくことが予想されるが、そのためにもコミュニティビジネスの役割や機能を明確にし、そのための様々な育成への施策が必要であろうと思われる。そのような支援などを受けながら、コミュニティビジネスがビジネスとしての基盤を確立していけるのではないだろうか。「コミュニティビジネスの時代」に近い将来実現することを期待したい。

