

## 2章 ワンストップ窓口事業の取組み

第2章は実験事業を行った3ヵ所（千代田、小平、北区）の具体的な取組みを示し、そこから得られた効果、課題について検証する。  
あわせて、全体を通して得られたデータから相談者、相談内容について集計、分析を行った結果を公表する。

### 2-1 千代田区…常設窓口、都心オフィス街、独自開催

#### 1. 千代田区概要

皇居や中央省庁、企業本社などが集中する東京の中核をなし、日本の政治経済の中心地として発展してきた。

昭和35年の12万人(住民基本台帳人口)をピークに区の人口は減り続け、高齢化率も23区の中で3番目に高い。

約4万人の人口に対して、昼間は85万人という膨大な昼間人口を擁する特殊な地域である。

#### (1) 位置

東京都23区のほぼ中心に位置し、東は中央区。西は新宿区、北は文京区と台東区、南は港区と隣りあっている。



## (2) 面積

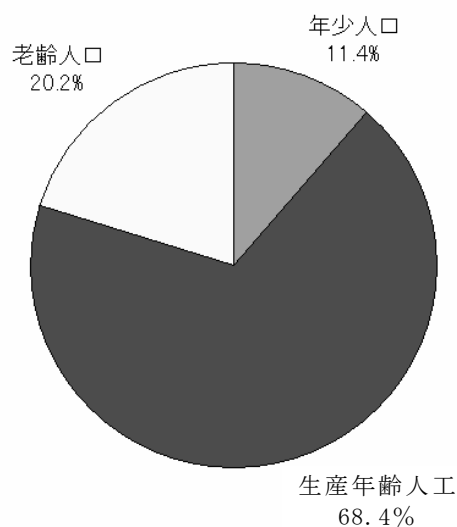
総土地面積…………… 11.64 平方キロメートル

※「統計で見る市区町村のすがた 2004」より

## (3) まちの姿

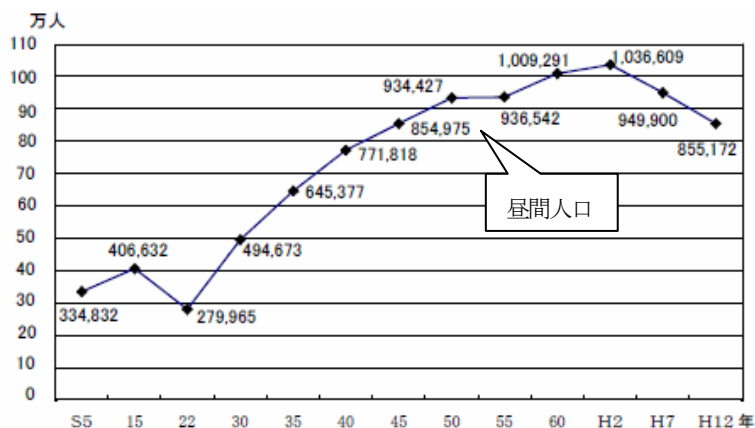
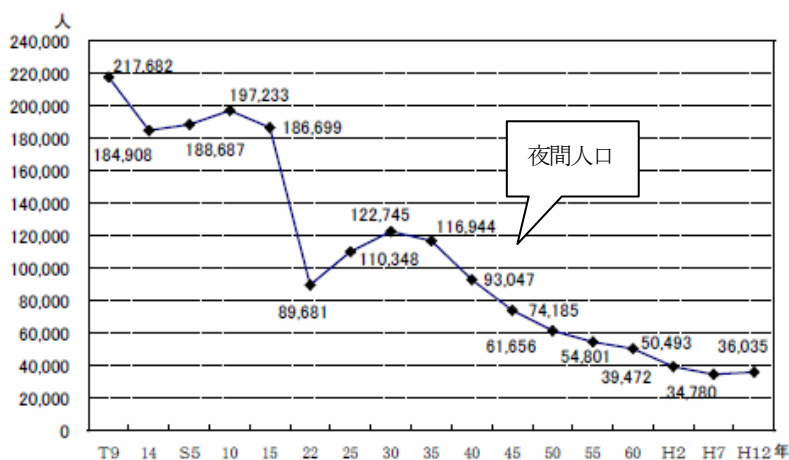
人口総数…………… 36,035 人  
 世帯数…………… 16,285 世帯  
 事業所数…………… 36,104 件  
 第 2 次産業事業所数… 4,049 件  
 第 3 次産業事業所数… 32,051 件  
 従業者数…………… 888,149 人

※「統計で見る市区町村のすがた 2004」より



年少人口…………… 4,480 人 (11.4%)  
 生産年齢人口…………… 26,877 人 (68.4%)  
 高齢人口…………… 7,940 人 (20.2%)

※「千代田区行政基礎資料平成 16 年度版」より



## 2. 内容

### (1) 告知・PR 方法

#### ① チラシ

A4 裏表印刷のチラシ約 1 万枚を首都圏のボランティアセンター、社会福祉協議会など 81 箇所に配布

#### ② 新聞折込広告

日経新聞 千代田区麹町地区にチラシ 5,000 部折込。

#### ③ 講座・シンポジウム

コミュニティビジネスがテーマの 19 の講座・シンポジウムの出席者にチラシ配布。

#### ④ メルマガ・メーリングリスト

21 種類のメルマガとメーリングリストに告知

#### ⑤ プレスリリース

※新聞への記事掲載はなし

#### ⑥ メール

30 個人、20 団体に直接メールで案内。

※詳細は巻末資料「広報・PR 先一覧」参照

### (2) 常設窓口

① 日程 2004 年 10 月～2005 年 3 月 月～土曜日/午前 10 時～午後 6 時  
日・祝日は休み

② 場所 ちよだプラットフォームスクエア相談ルーム（相談専用の個室）  
※相談者の状況によって出張相談にも対応

#### ③ 内容

予約制。

ひとり 2 時間～3 時間というゆったりとした相談受け入れ体制。

##### ○ 起業相談窓口

起業の悩み相談から、法人設立、税務関係、人事労務などの専門相談まで。

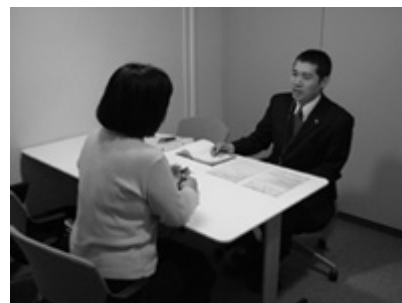
すでに活動している団体の運営相談、新規事業相談にも対応。

##### ○ 就業相談窓口

コミュニティビジネスでボランティア、アルバイト、社員など、スタッフとして働きたい層が対象。就業に対する情報提供、アドバイスなど。

#### 千代田相談窓口風景

期間中は、常設相談窓口専用の個室を用意して対応した。



#### ④専門相談員

アドバイザーは各分野の専門家を中心に構成。

選定条件としては、専門業務以外に、コミュニティビジネスセミナー、起業セミナーなどの講師経験や、NPO の現場経験などをもつことを重視し、コミュニティビジネスに関する相談に実践的なアドバイスを提供できることも重視している。

#### ○アドバイザープロフィール

##### 【永沢映】

コミュニティビジネスサポートセンター事務局長。関東経済産業局広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会幹事。

##### 【玉崎雅人】

社会保険労務士。たま社会保険労務士事務所所長。キャリアコンサルタント。コミュニティビジネスセミナー講師として、コミュニティビジネス事業計画書アドバイも行う。

##### 【大川新人】

コミュニティビジネスコンサルタント。多摩大学総合研究所コミュニティビジネス研究センター客員主任研究員。多摩大学・明治学院大学兼任講師。

##### 【押田 百々枝】

税理士。押田会計事務所代表。コミュニティビジネスセミナー講師経験。

##### 【山本 健一】

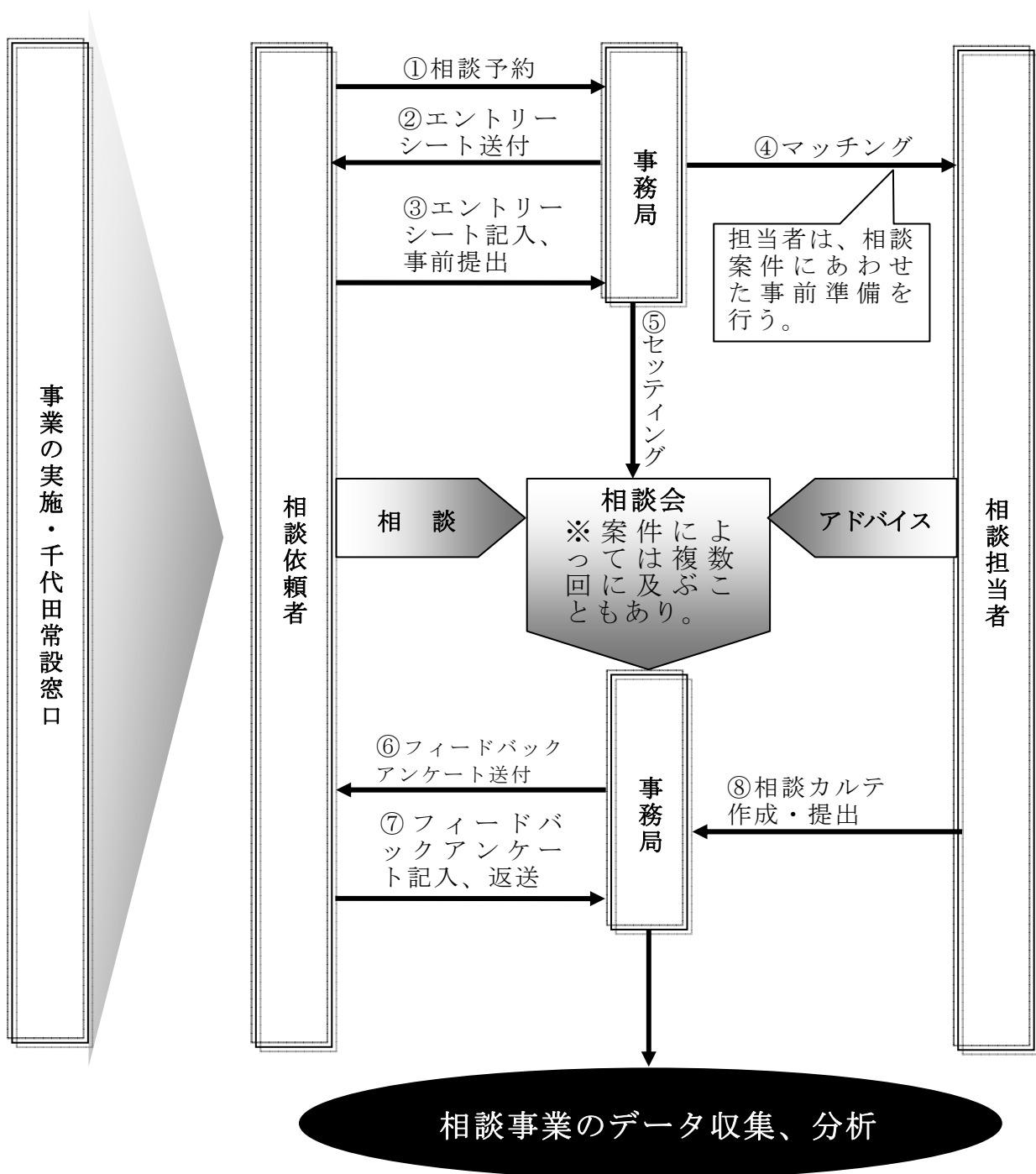
中小企業診断士。コミュニティビジネスセミナー講師として、コミュニティビジネス事業計画書アドバイスも行う。

##### 【荒井正志】

行政書士。あらい正志事務所所長。NPO 法人葛飾松下村塾理事。NPO 法人設立・運営支援に実績。コミュニティビジネスセミナー講師として、NPO 設立アドバイスなどを行う。

## ⑤実施手順

以下①～⑧の手順で実施。



※なお千代田常設窓口では、適宜、相談者の事務所などにアドバイザーが出張し、相談に応じるケースもあった。

### (3) セミナー

#### ①日程（連続3回コース）

##### ★起業セミナー

火曜コース 2005年1月25日 18:30～21:00

木曜コース 2005年1月20日 18:30～21:00

##### ★就業セミナー

2005年2月10日 13:00～16:00

#### ②場所 ちよだプラットフォーム会議室

#### ③内容

##### ★起業セミナー

第1回 コミュニティビジネスとは

第2回 NPO法人設立のノウハウ

第3回 各地のコミュニティビジネス成功事例

※火曜コース、木曜コース内容は共通

##### ★就業セミナー

コミュニティビジネスとは

コミュニティビジネス就業に向けてのキャリアシート作成

#### ④講師

玉崎 雅人 第1回起業セミナー、就業セミナー担当  
(社会保険労務士、アドバイザー兼任)

荒井 正志 第2回起業セミナー担当  
(行政書士、アドバイザー兼任)

大川 新人 第3回起業セミナー担当  
(コミュニティビジネスコンサルタント、アドバイザー兼任)

#### ⑤参加者

24名

○男女別…男性15名、女性12名

○年代別…20代4名、30代12名、40代4名、50代6名、70代1名

### (4) セミナー連動相談会

上記セミナー内で相談窓口を案内。

希望者には常設窓口にて対応。

### 3. 実験事業から導かれた結果

#### (1) 常設窓口の効果と役割

本事業では、常設窓口と短期出張窓口の二つの形体の窓口を開設した。コミュニティビジネスの起業については、一度の相談だけでは対応しきれない例が多く、ひとりの相談者が二度、三度と訪れるケースも見られた。

そういう点からも、実現に向けた相談窓口のあり方として常設は必要である。また、出張窓口で初回の相談を受けたあと、2度目以降は千代田の常設窓口において引き続き対応というような、出張窓口と常設窓口の連携ができたことは効果的であった。

#### (2) 都心（オフィス街）での開設の課題

常設窓口を設置した千代田区は、昼間人口が夜間人口の約 20 倍という日本有数のオフィス街を抱える地域である。

この地域でコミュニティビジネスの相談窓口を設けることで、訪れる相談者の属性や相談内容にどのような特色があるのかを検証することを目的のひとつとした。

結果としては、相談者の属性が他地域と内容が大きく変わるというデータは得られなかったが、今後の課題としては、コミュニティビジネス予備軍として期待される在職中の団塊の世代への働きかけとして、企業との連携も視野に入れた展開は検討したいところである。

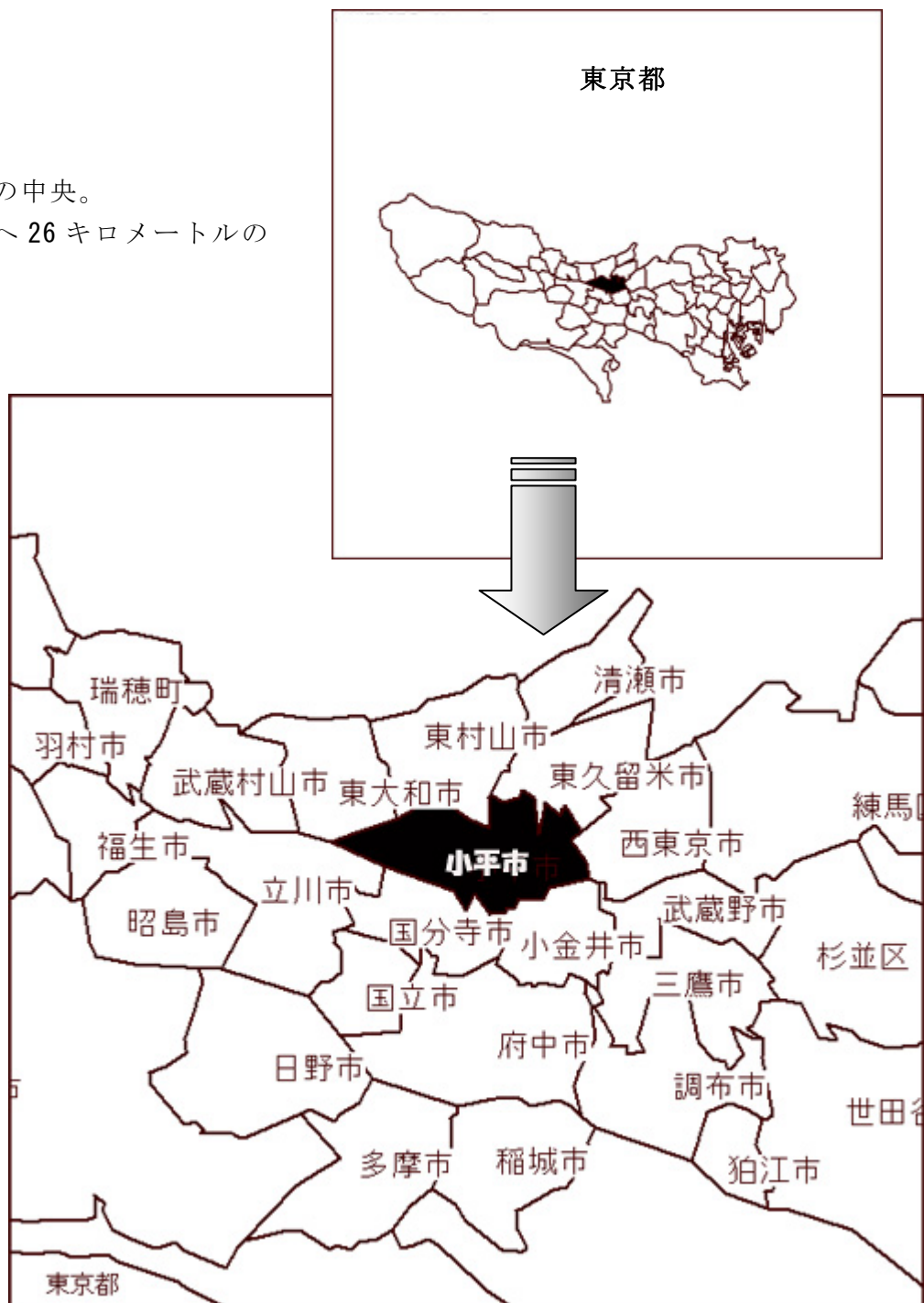
## 2-2 小平市…出張窓口、郊外ベッドタウン、商工会との共催

### 1. 小平市概要

小平市は、東京都の多摩地域の武蔵野台地上にあり、都心からは 26 キロ。都心への良好なアクセスと武蔵野の緑に恵まれ、都心部のベッドタウンとして発展してきた。多くの学校（大学 6 校 高校 7 校 中学校 8 小学校 19）を擁し、文教的・文化的に恵まれた環境にある。伝統的地場産業は特になく、7つの駅の周辺に商店街が小規模に点在しており、大きな商業集積はない。

#### (1) 位置

武蔵野台地の中央。  
都心から西へ 26 キロメートルの  
住宅都市。





## (2) 面積

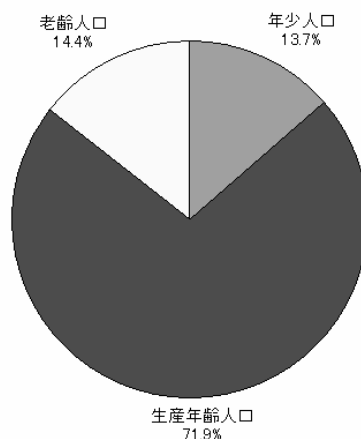
総土地面積…………… 20.46 平方キロメートル

※「統計で見る市区町村のすがた 2004」より

## (3) まちの姿

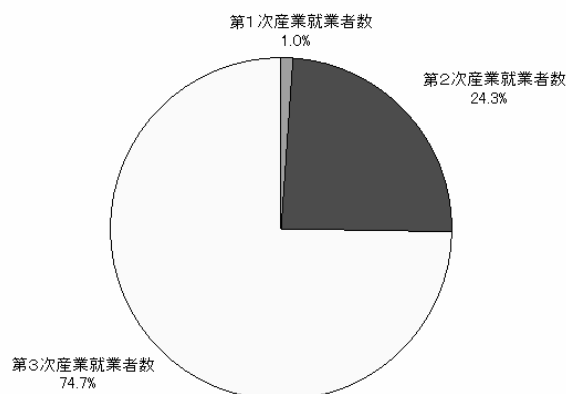
総人口…………… 178,623 人  
 総世帯数…………… 73,693 世帯  
 男性人口…………… 89,596 人  
 女性人口…………… 89,027 人

年少人口…………… 24,420 人 (13.7%)  
 生産年齢人口…………… 128,476 人 (71.9%)  
 高齢人口…………… 25,701 人 (14.4%)

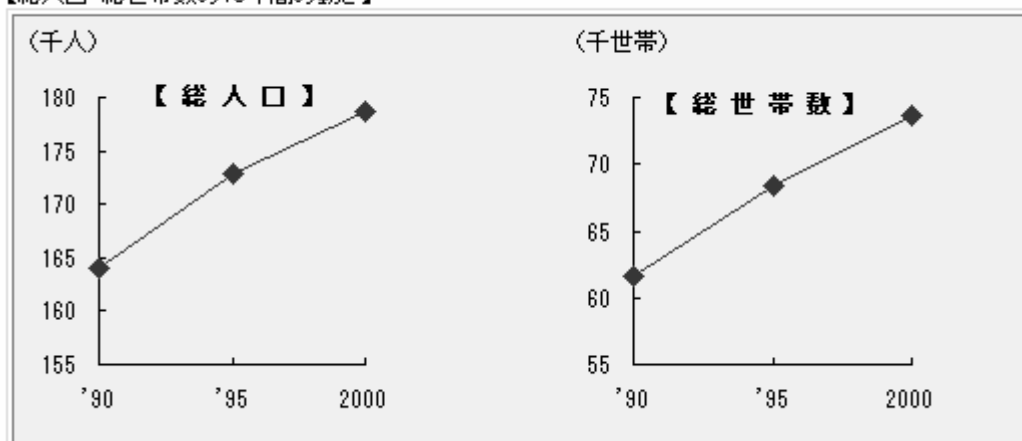


第1次産業就業者数…………… 825 人 (1.0%)  
 第2次産業就業者数…………… 20,087 人 (24.3%)  
 第3次産業就業者数…………… 61,750 人 (74.7%)

※平成12年国勢調査



【総人口・総世帯数の10年間の動き】



※わがまちわがムラー市町村の姿—  
<http://www.toukei.maff.go.jp/shityoson/>

## 2. 内容

第一段階としてコミュニティビジネスの啓蒙、コミュニティビジネスの起業・就業に関心を持つ層の掘り起こしのためのセミナーを開催。引き続き第二段階として相談会への参加へとつなげていく。

### (1) 告知・PR方法

#### ①チラシ

A4裏表印刷のチラシ200枚を市内の主な公共施設に配布。

#### ②市報掲載

小平商工会経由で市報に用意されている商工会の広報スペースに掲載

#### ③地域ネットワーク発行の機関紙活用

小平市内の市民活動団体の代表者が集って結成されたNPO法人「小平市民活動ネットワーク」が発行している機関紙「連」へ掲載。

上記、機関紙は毎月発行。公民館、地域センターなどに配布されている。

#### ④地域ポータルサイト活用

小平商工会主宰の地域ポータルサイト「こだいらネット」のイベント紹介コーナーに掲載。上記サイトは運営を「サポーター」と呼ばれる小平在住の市民が行っており、そのメンバーが集うメーリングリスト内で告知、口コミによるPRを依頼した。

### (2) セミナー

①日程 2004年11月26日(金) 13:00~16:30

②場所 小平商工会

#### ③内容

○講座「事例に学ぶ、地域での起業・創業、働き方」

講師 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 永沢映

○事例発表

①「みんなで子育てするまち・こがねい」

子育てサロン@SACHI 代表 高橋雅栄

②小平駅前ルネセブン商店街チャレンジショップ実践報告

雑貨屋さん「コポコト」手仕事工房「ま!どんな」

○交流会

#### ④参加者

30名

○男女別…男性12名、女性18名

○年代別

30代12名、40代9名、50代5名、60代4名

小平市セミナー風景



○地域別…小平市 22 名、小金井市 3 名、東村山市 2 名、東大和市 1 名  
国立市 1 名、調布市 1 名

### (3) 相談会

①日程 2004 年 12 月 2 日（木）4 日（土）10:00～18:30

②場所 小平商工会

③アドバイザー

各専門分野別に 3 名のアドバイザーを選定。うち 2 名は多摩地域在住であり、地域にネットワークを持つとともに、地域資源に精通し、地元ならではのアドバイスが可能な体制づくりを行った。

○アドバイザープロフィール

【大越麻美子】

東京都ナレッジバンクパソコン会計講座講師。経理事務アウトソーサーとして NPO 法人、個人事業者をサポート。

【田島義昭】

経営コンサルタント。東京都商工会連合会「創業塾」講師を経て、現在、東京都商工会中小企業大学校登録研修指導員。あきる野市在住。

【馬場悦子】

NPO 法人小平・環境の会代表。NPO 法人えん副代表理事。NPO 法人小平市民活動ネットワーク副理事長。自身もコミュニティビジネス活動を行うかたわら、複数のワーカーズコレクティブ設立支援にも携わる。小平市在住。

④相談者

14 名

○男女別…男性 5 名、女性 9 名

○年代別…30 代 7 名、40 代 5 名、50 代 1 名、60 代 4 名



小平市相談会風景

各アドバイザーごとに机を配置、それぞれネットにつながったパソコンを用意した。必要な情報は、その場で検索し、相談者に提供できるという利点があり、相談会場にパソコンを用意したことは効果的だった。

### 3. 実験事業から導かれた結果

#### (1) 地元商工会との協働効果

地域の課題を解決するビジネスであるコミュニティビジネスを推進するためには地元といかに連携していくかという取組みが求められる。

相談窓口事業の協働の相手としては、自治体、商工会、地元 NPO、など複数考えられるが、そのうち小平では、小平商工会と協働体制を組み実施。

相談窓口推進における商工会との連携の効果などを検証目標とした。

商工会との協働では、以下の成果が得られた。

##### ①地域支援情報の提供

相談者が知りたい情報として、地域独自の支援情報（融資、助成情報など）が挙げられる。

商工会では、これら地元密着の情報の把握がなされており、相談者の要望に応じてその場で地域独自の情報提供を得ることができた。

##### ②起業関連ツールの提供

商工会では、日頃より地域の事業所対象の経営相談を行っており、事業計画書フォーマットや、キャリアチェックシートなどの各種ツールを豊富に有しており、ノウハウの蓄積もある。相談会の場で、具体的な起業プランへの落とし込みまで話が進む場合もあり、そうした折には、これらツールの提供を得ることができた。

##### ③相互メリットの関係

商工会との連携では、上記の支援のほか、会場の提供、市報への掲載手配など商工会からのさまざまな支援を得ることができた。一方、商工会にとっても、コミュニティビジネス支援活動の一環として相談窓口に協力することにより、地域での新たな起業を促進し、ひいては新会員獲得の機会を得ることができるというメリットがある。

コミュニティビジネス支援の体制作りを進めるには、こうした相互メリットの関係が持続した活動のためのポイントである。

#### (2) 地域ネットワークを介した集客効果

相談窓口を成功に導く要因のひとつとして、いかに地域住民に相談窓口の存在を浸透させ、コミュニティビジネスの起業、就業予備軍にアピールするかという点が挙げられる。

小平では、実験事業の意味合いから、チラシなどの従来の手法とは別に、地域ネットワークを介した広報・PR活動に重点を置き、次の二つの住民ネットワークを活用した。

○NPO法人 小平市民ネットワーク

NPO法人小平市民ネットワークは、小平市内の約30の市民活動団体のリーダーによって結成されたNPO。

日頃より、相互のネットワークづくりと交流の拡大、市民活動支援のための情報の収集と発信を行っている。

今回はこのNPOが発行している機関紙に相談会のお知らせを掲載し、あわせて会員ネットワークを使った情報発信をクチコミ的に依頼。

○こだいらネット

こだいらネットとは、小平商工会が主催する地域ポータルサイト。運営には約40名の市民サポーターが参加しており、サポーター間の情報交換の場として活発に運営されているメーリングリスト内で相談会を告知。

クチコミ効果でサポーター個人個人がもつネットワークに相談会情報が流れた。

結果として、相談会に訪れた人数のうち約30%は知人からの紹介というネットワークを介したものとなった。

※参考：地域ネットワークを使わなかった北区出張窓口においては、クチコミによる参加者は約16%。

また二日間という短期間の相談会に14件という相談件数は、今回実施した他地域と比較しても良好な数字である。

こうしたことから、地域に根ざした相談窓口の広報・PRには、地域密着の住民ネットワークの活用が効果的であると思われる。

## 2-3 北区…出張窓口、都心成熟都市、行政との共催

### 1. 北区概要

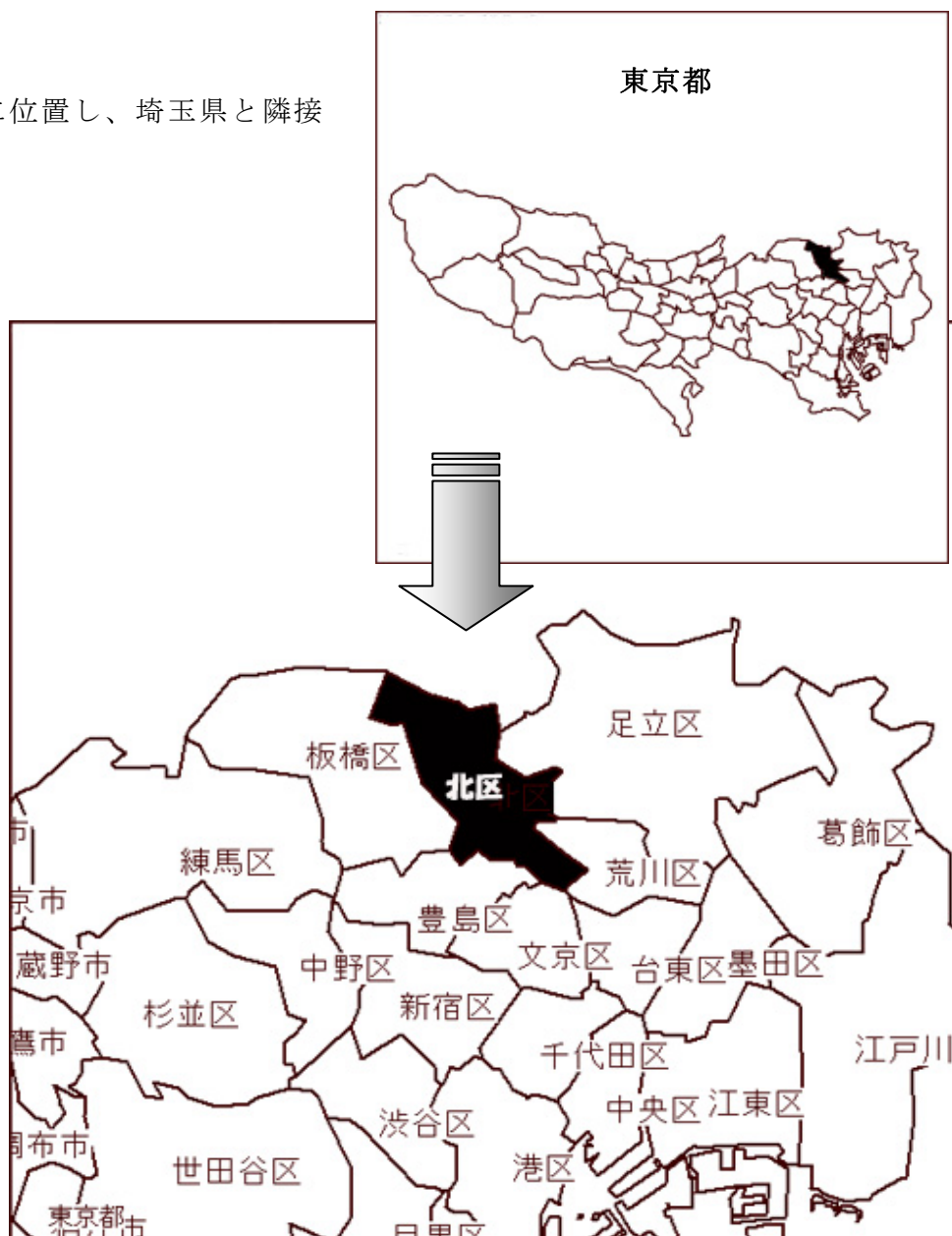
明治以降、近代工業発祥の地として発展してきた北区の産業も、時代の流れの中で、工場数の減少、商店街の衰退などによる活力の低下が懸念されている。

高齢化、世帯あたりの人数減、大気汚染などの住環境悪化などによって、人口は、最近23区で最も実数で減少し、高齢化も周辺区で最も進んでいる。

地域としての人口バランスをできるだけ保ち、財政基盤確保を支援するため、「KISS」（北区イメージ戦略ビジョン）を推進し、首都圏の若年層・ファミリー層を中心とする幅広い層への情報発信に力を入れている。

#### (1) 位置

東京都北部に位置し、埼玉県と隣接している。



## (2) 面積

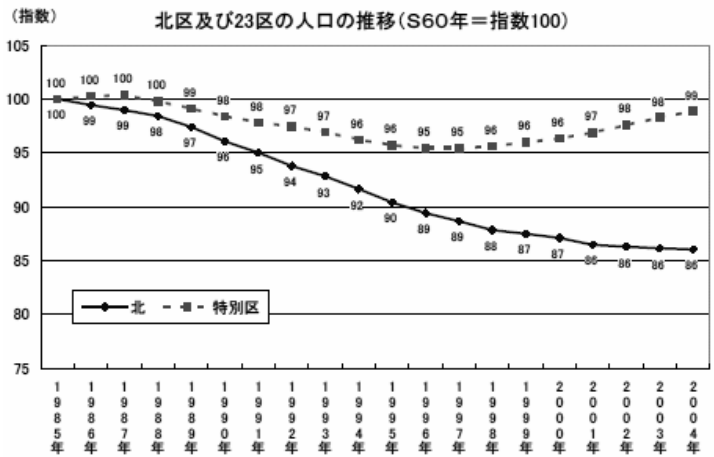
総面積 20.59 平方キロメートル

※「統計で見る市区町村のすがた 2004」より

## (3) まちの姿

人口総数…………… 326,764 人  
 世帯数…………… 153,066 世帯  
 事業所数…………… 17,873 件  
 第2次産業事業所数…………… 3,492 件  
 第3次産業事業所数…………… 14,376 件  
 従業者数…………… 150,523 人

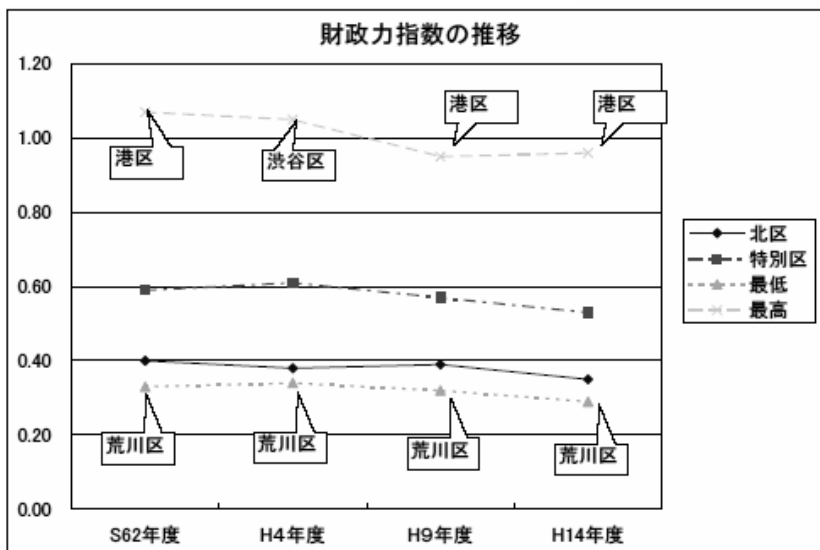
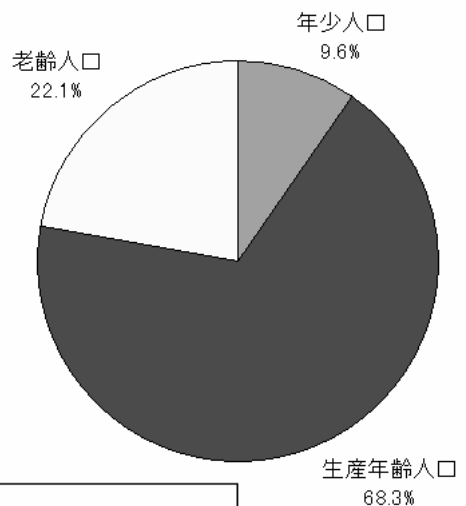
※「統計で見る市区町村のすがた 2004」より



※北区HPより <http://www.city.kita.tokyo.jp/kikaku/kikaku/kentoukai/pdf1/zinkou.pdf>

年少人口…………… 30,324 人 (9.6%)  
 生産年齢人口…………… 215,915 人 (68.3%)  
 高齢人口…………… 69,969 人 (22.1%)

※北区 HP 「年齢別人口」より (平成17年1月1日現在)



※北区HPより <http://www.city.kita.tokyo.jp/kikaku/kikaku/kentoukai/pdf1/zinkou.pdf>

## 2. 内容

第一段階としてコミュニティビジネスの啓蒙、コミュニティビジネスの起業・就業予備軍の掘り起こしのためのセミナーを開催。引き続き第二段階として相談会への参加へとつなげていった。

### (1) 告知・PR方法

### (2) セミナー

#### ①日程

第一日目 2005年1月19日(水)、第二日目 1月26日

昼コース 14:00~16:30

夜コース 19:00~21:30

#### ②場所 北とぴあ

#### ③講師 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 永沢映

#### ④内容

第一日目 「コミュニティビジネスとは」～事例をまじえた実践的なヒント～

第二日目 「起業のプランニング作成について」

※昼コース、夜コースの内容は同じ

#### ⑤参加者

15名

○男女別…男性5名、女性10名

○年代別…20代1名、30代2名、40代6名、50代3名、60代2名、70代1名

### (3) 相談会

#### ①日程 2005年1月29日(土) 2月2日(水) 10:00~21:00

#### ②場所 北とぴあ

#### ③アドバイザー

各専門分野別に3名。3名ともに千代田区の常設窓口の相談も担当。

##### 【永沢映】

コミュニティビジネスサポートセンター事務局長。関東経済産業局広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会幹事。

##### 【玉崎雅人】

社会保険労務士。たま社会保険労務士事務所所長。キャリアコンサルタント。コミュニティビジネスセミナー講師として、コミュニティビジネス事業計画書アドバイスも行う。

##### 【荒井正志】

行政書士。あらい正志事務所所長。NPO法人葛飾松下村塾理事。NPO法人設立・運営支援に実績。コミュニティビジネスセミナー講師として、NPO設立



アドバイスなどを行う。

#### ④相談者

5名

男性1名、女性4名

うち2名は出張窓口での相談後、引き続き相談会を希望し複数回実施した。

### 3. 実験事業から導かれた結果

#### (1) セミナーと相談会の連動効果

北区では二週連続の講座を開催し、二回目には大まかな事業イメージをつかむシート作成のワークショップを取り入れた。

続く相談会には、セミナー出席者からの参加が多く、セミナー⇒相談会という流れを効果的につくることができた。

小平出張所で行ったセミナーは、単発のシンポジウム的な内容であり、その後の交流会でネットワークづくりには効果が認められたが、セミナーから相談会への流れはあまり見られなかった。

今後の展開では、セミナーと相談会をセットにした取組みの企画が効果的と思われる。

#### (2) 常設窓口との連動効果

北区のアドバイザーは常設窓口のアドバイザーを兼ねており、相談が一度で終わらない場合も、引き続き常設相談窓口で対応することが出来た。

小平では地元密着で活動するアドバイザーを配し、地元ならではのアドバイスが得られたが、継続した相談の動きはなかった。

アドバイザーの構成としては、広い範囲で包括的に動ける者、地元密着の者、それぞれバランスの取れた構成をとることが望まれる。

#### (3) 自治体との協働の効果と課題検証

北区はかねてよりコミュニティビジネス支援の取組みが活発であり、その延長線上での相談会開催だったため、会場の手配、区報へのPRなど行政から積極的な協力体制を得ることができた。

自治体によってコミュニティビジネスへの取組みには温度差があり、今後、広い地域に相談窓口を浸透させるためには、個々の自治体に対して、コミュニティビジネスへの理解と協力体制を作るための働きかけが大切である。

## 2-4 相談窓口統計

全体を通して

相談件数 のべ 106 件

相談者 77 名

という結果を得た。

### 1. 相談者の属性

当初ゆっくりしたペースだった相談利用者は、広報効果があらわれ、相談会の存在が認識されるにともない、後半に進むに従い徐々に増加した。コミュニティビジネスの起業・就業予備軍の層に対して、相談会をいかに浸透させるかが相談窓口の活性化の正否につながるものと思われる。

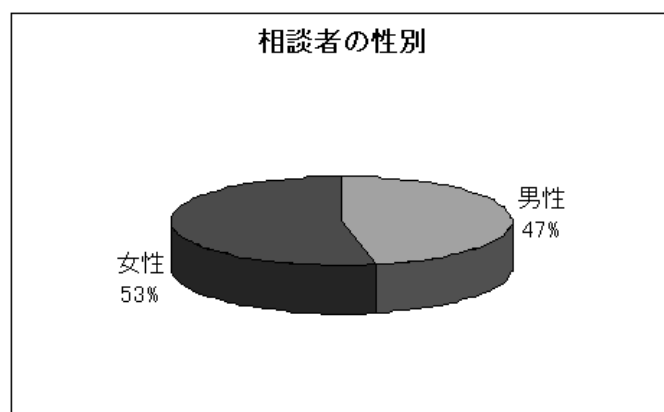
2カ所の出張窓口は、二日間という短い期間であったが、地域密着の利点をいかし効果的に相談に結びつけることができた。

相談窓口 利用者数 (2004年10月～2005年3月31日)

		千代田 常設窓口	千代田 出張相談	小平 出張窓口	北区 出張窓口	合計	
属性	性別	男	18	12	5	1	36
		女	12	16	9	4	41
	年齢	20代	4	1	0	0	5
		30代	10	3	3	0	16
		40代	8	3	3	2	16
		50代	6	8	1	2	17
		60代	0	3	3	1	7
		不明	2	10	4	0	16
	住所	23区内	11	6	0	5	22
		都内市部	7	3	14	0	24
		他 県	11	19	0	0	30
		不 明	1	0	0	0	1
	人数計		30	28	14	5	77

#### (1) 男女別相談者

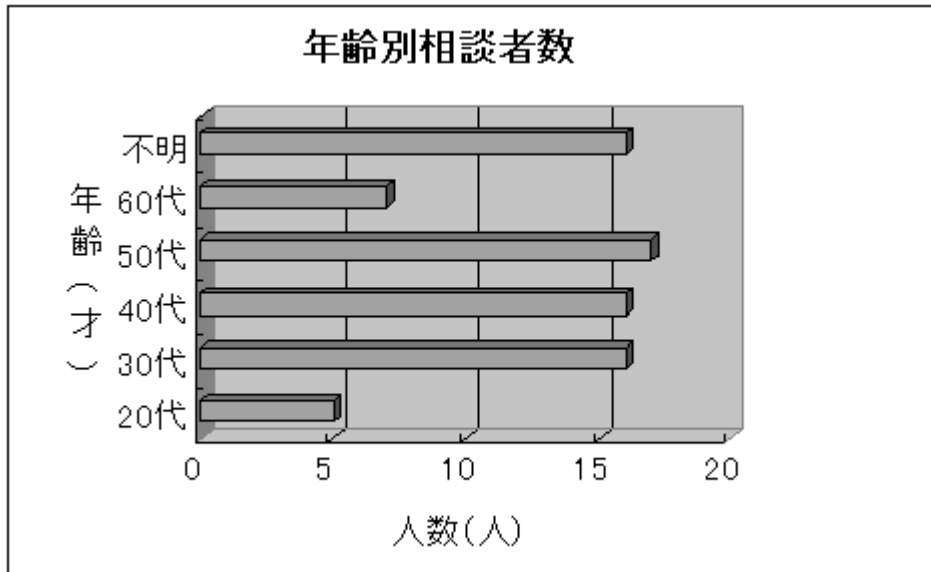
相談者の男女の割合はほぼ均等。



## (2) 年齢別相談者

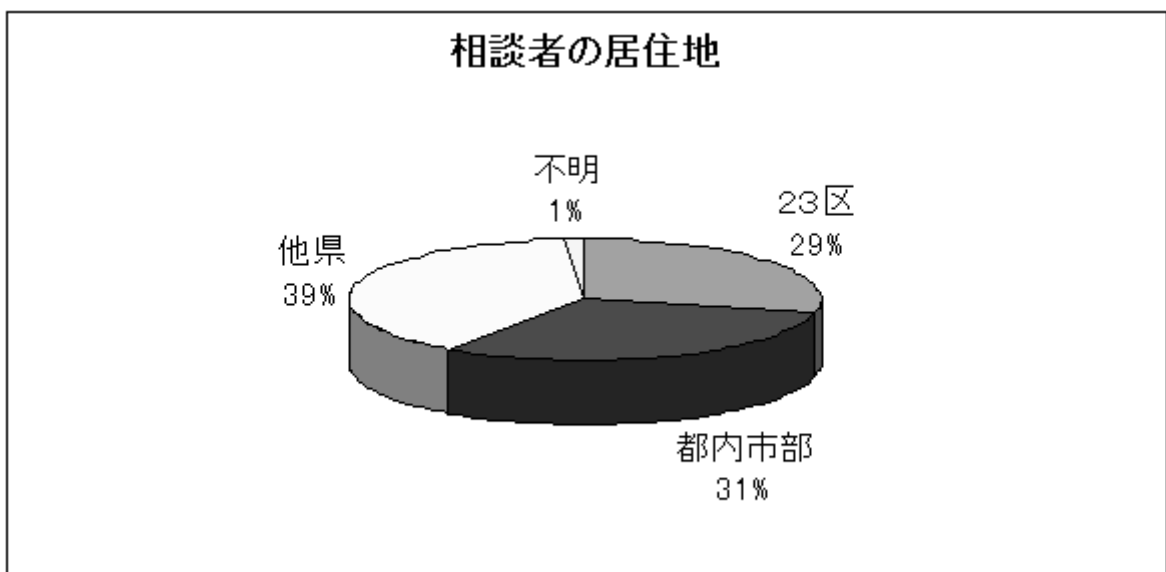
30代～50代の働き盛りの年代の相談者が多く、この層のコミュニティビジネスへの関心の高さをうかがうことができる。

一方、若年者、高齢者の相談割合は低くなっている。こうした層が少ない要因としては、若年者においては地域ネットワークへの接触があまりないこと、高齢者においては、今回広報の方法がネットやメールを介したものが多かったことなども考えられ、それぞれの属性にあわせた働きかけを検討することも必要と思われる。



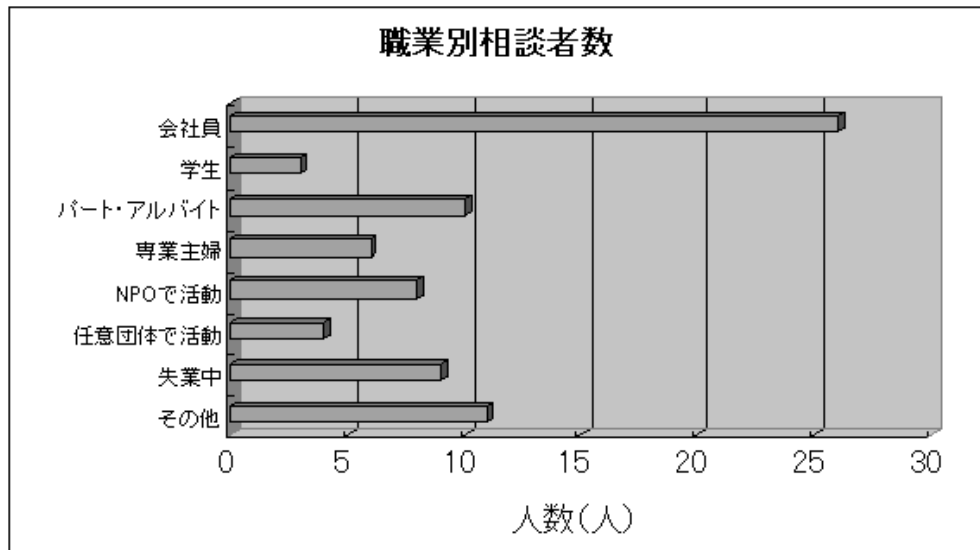
## (3) 居住地別利用者

地域密着のコミュニティビジネスという性格上、都心部よりもベッドタウンとしての性格を持つ都内市部や周辺他県に居住の相談者が多い。



#### (4) 職業別相談者

現役の会社員の割合が最も多い。続く「パート・アルバイト」と「専業主婦」は、家庭に軸足を置く女性としてまとめてとらえることができ、こうした層が地域を舞台にビジネスの視点で行動を起こそうとしている実態を読みとることができる。



## 2. 相談件数、内容

実際に事業実現に動き始めた相談者は、続けて2度、3度、と相談に訪れるケースが多く、相談者総数77名に対し、のべ相談件数は106件。漠然とした事業プランから具体的な事業の組み立てに至るには、継続した常設相談窓口が効果的であると思われる。

相談件数 (2004年10月～2005年3月31日)

			千代田	出張	小平市	北区	計
<b>のべ相談件数</b>			44	35	19	8	<b>106</b>
<b>内容別相談件数</b>	<b>起業相談</b>	ゼロからの起業	15	20	10	3	<b>48</b>
		既存経営者のCE起業	1	2	0	0	<b>3</b>
		任意団体のNPO法人化	3	0	0	0	<b>3</b>
	<b>就業相談</b>	無職	4	0	1	0	<b>5</b>
		転職希望	2	4	3	0	<b>9</b>
	<b>事業相談</b>	既存CE事業者の新規事業相談	2	4	3	0	<b>9</b>
		NPO法人運営相談	2	1	0	1	<b>4</b>
		その他	0	0	0	0	<b>0</b>