

# 鳥取市におけるコミュニティ・ビジネスの現状と課題

— アンケート調査結果の分析から —

藤田安一\* 小谷廉和\*\*

## The Present Situation and Problems of Community Business in Tottori City

FUJITA Yasukazu KODANI Yasukazu

キーワード：コミュニティ・ビジネス，鳥取市，地域づくり，地域活性化

Key Words：community business, Tottori City, activation of the area, regional development

### はじめに

本稿の課題は、コミュニティ・ビジネスを広め発展させるために、鳥取市において事業展開しているコミュニティ・ビジネスの現状を調査し、その特徴と問題点を明らかにすることにある。

そのための調査方法として、このたび採用したのはNPO法人など住民主体で事業を起している団体を対象にアンケートを配布し、その回答を分析することである。そこで、鳥取市内を拠点としている「市民活動拠点アクティブ鳥取登録団体」の128団体、「トットリ・アフトピア協会登録団体（会員）」の71団体（鳥取市農林水産部を除く）の計199団体を対象にアンケートを行うことにした<sup>(1)</sup>。

アンケート実施期間は、2009年2月2日から同年2月13日の計12日間である。アンケート送付・回収方法は、団体ポストへのポストイン（市民活動拠点アクティブ鳥取登録団体のみ）、FAXおよび郵送で行った。配布・回収状況について、アンケート配布団体数は199団体であり、アンケート回収団体数は41団体で回収率は、20.6%であった。

アンケートの調査項目は、次の5項目から成り立っている<sup>(2)</sup>。

#### (1) 「団体の概要」

この項目によって、その団体の活動分野や事業を始めたきっかけは何か。あるいは事業会計の現状はどのようになっているかを調べる。

#### (2) 「コミュニティ・ビジネスの認知度」

この項目によって、その団体がどれほどコミュニティ・ビジネスを知って意識的に事業を展開しているかを調べる。

---

\* 鳥取大学地域学部地域政策学科

\*\* 鳥取大学大学院地域学研究科

(3) 「運営上の問題点と課題」

この項目によって、現在その団体が運営上かかえている問題点や今後改善すべき課題は何かを調べる。

(4) 「期待する支援」

この項目によって、その団体が地域住民、民間企業、行政からどのような支援を期待しているかを調べる。

(5) 「今後の事業展開の方向性」

この項目によって、その団体が現在の事業を今後どのようにしていきたいかを調べる。

以上の項目にもとづく調査とその分析結果が本文の中心になるが、本論に入る前に、まずコミュニティ・ビジネスとは何か、またコミュニティ・ビジネスがなぜ必要なのかについて述べておこう。

## 1. コミュニティ・ビジネスと地域の活性化

現在のわが国では、都市や地方に限らずコミュニティの広範な崩壊現象が進行している。

事実、都市においては、ますます人間関係の希薄化が進み、「顔が見える」関係を忌み嫌う風潮さえ生じ、他方、地方においては、地域から若者の姿が消え高齢者が取り残されることによってコミュニティが維持できなくなる事態が生まれている。それどころか、地方では高齢者さえ住まない事態が生じ、「集落の消滅」として深刻な社会問題となっている。

したがって、現在わが国における地域政策の最重要課題は、都市や地方を問わず進行しているコミュニティの急激な崩壊を食い止め、いかに地域を活性化するかである。

この課題に対応する地域政策一つとして、しかも極めて有効な地域政策としてコミュニティ・ビジネスの展開が考えられる。

では、コミュニティ・ビジネスとは何か。

コミュニティ・ビジネスとは、地域の住民が地域問題の解決を継続的なビジネスの形で展開し、地域内の資源を活用しながら、その利益を地域に還元することによって地域を活性化しようとする事業である。

このコミュニティ・ビジネスが、なぜ地域の活性化にとって必要なのか。その答えを、従来から地域において活動するセクターとして、行政セクター、企業セクター、市民セクターとの比較検討によって見ておこう。

行政セクターは、国家や自治体などを主体とする活動領域を包摂している。これらの行政活動は財政手段を用いて地域社会に広く影響を与え、時として急激な変化をもたらしてきた。しかし、その活動が深刻な財政赤字の原因となったり、また法的な措置を伴う場合には、機動性に欠けることや画一的になるなど問題点が指摘されている。特に、国家・自治体の活動は、現在の厳しい財政状況のため住民のニーズに十分対応しきれなくなっている。それどころか、住民への行政サービスのカットやサービスの負担増が進められ、住民の生活はかつてない不安定な状況におかれている。

企業セクターは、地域社会に雇用や原材料の需要および商品やサービスの提供をつうじて地域社会の発展に貢献してきた。しかし、企業活動が景気変動の波を受けて不安定であるだけでなく、企業が利潤の獲得を最優先にする場合には、地域社会の不安定さを一層増大させるという問題点がある。事実、現在の経済不況下において、従来の多角的経営による事業拡大路線から、一転して不採

算事業を切り捨て、リストラを推し進め収益化が図れる企業へと経営を特化させている。その結果、深刻な雇用不安と地域経済の衰退を招くとともに、社会や地域のニーズがあるとしても採算の合わない分野は取り残され、この分野への財やサービスの供給不足を生む。

市民セクターは、ボランティアに代表されるように、行政セクターに比べて機動的で、ニーズに対しても柔軟に対応でき、企業セクターに比べて景気変動に左右されにくいという特徴を持っている。しかし他面において、ボランティアが有しているその時々へのニーズに対応して機動的に活動するという優れた特性が、それゆえに時として事業の継続性を確保する上で障害になることがある。

以上の3つのセクターに対して、コミュニティ・ビジネスはボランティアと同じく、行政セクターや企業セクターの欠点を補正し、自己の利益を最優先にするのではなく、地域の抱える問題の解決や地域ニーズの充足を優先する。他方、市民セクターとの違いは、雇用拡大や地域内経済循環による地域経済の活性化を重視し、それによって事業の継続性を確保しようとする点にある。

ところで、読者のなかには、地域づくりをビジネスの形で展開することに違和感を覚える人は少なくないであろう。もちろん、地域づくりを全てビジネスの形で展開しようとするものではないことは言うまでもない。地域には、行政があるし、住民の自治組織や自主的なボランティア組織も存在している。家族も重要な地域づくりの主体である。こうした地域づくりの活動主体の一つとして、地域づくりをビジネスという形態で展開しようとする住民組織の存在と、その意義を積極的に認めていこうとするものである。

地域づくりにビジネスの観点を導入することに反対する人も、地域での雇用拡大をはかることに反対する人はいないはずだ。さらに、雇用以外に地域経済の活性化に反対であるという人はいないであろう。地域づくりの一環として、雇用拡大や地域経済の活性化は欠かせない要素である。そうである限り、地域づくりと雇用や地域経済の活性化とをつなぐビジネスのあり方に、もっと大きな関心が持たれてもよいのではないか。

率直に言って、わが国ではこの観点が弱かった。これまで時として、地域づくりは行政が行うものとか、地域づくりは住民の無償労働で行われるべきものだ、と考えられてきた。また、ビジネスはビジネス、地域づくりとは無関係だと思われる傾向にあった。コミュニティ・ビジネスによる地域づくりとは、こうした考えを変えて、住民が主体となってビジネスを展開し、そのことと地域づくりとを結びつけようとする発想である。

現在、厳しい雇用環境のため、自分に合った職を見つけられない人や、リストラによって突如として解雇される人が増えている。こうした雇用不安のなか、単なる無償のボランティアではなく、生活を支えるに足る所得を獲得しながら、自分の希望する仕事を見つけ、自己の能力を発揮したいと思うのは当然である。このことと、その労働を地域づくりに生かすこととは相反するどころか両立するものであろう。

このままでは地域の崩壊が広範に進んで行こうとしている現在、自分が従事したい職業と地域づくりとを結びつけ、意欲的に継続してコミュニティ・ビジネスを展開する住民主体が、いかに多く現れてくるかが、今後、地域が活性化するか否かの鍵をにぎると言えよう。

## 2. コミュニティ・ビジネス団体の概要

### 1) 団体の概要

活動エリアは、図1にみられるように「市町村」が41%と最も多く、次いで「都道府県」、「町内・隣近所」となっている。大半が身近な地域で展開しており、地域に密着した事業であることがうかがえる。一方で、「全国」や「グローバル」が少数ながらある。

年間事業規模は、図2にあるように「～100万円未満」である団体がほぼ半分を占めている。次いで「100万円以上500万円未満」(21%)、「500万円以上1000万円未満」(8%)となっている。1000万円未満の事業規模が4分の3以上を占めていることから、全体的に小規模な事業であるのが特徴的である。

図1 活動エリア

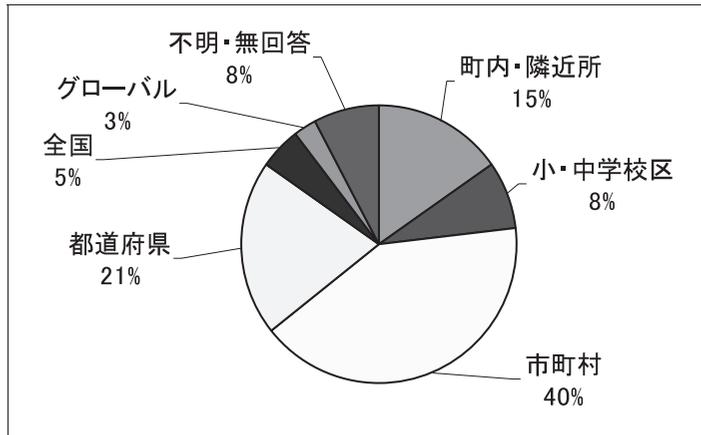
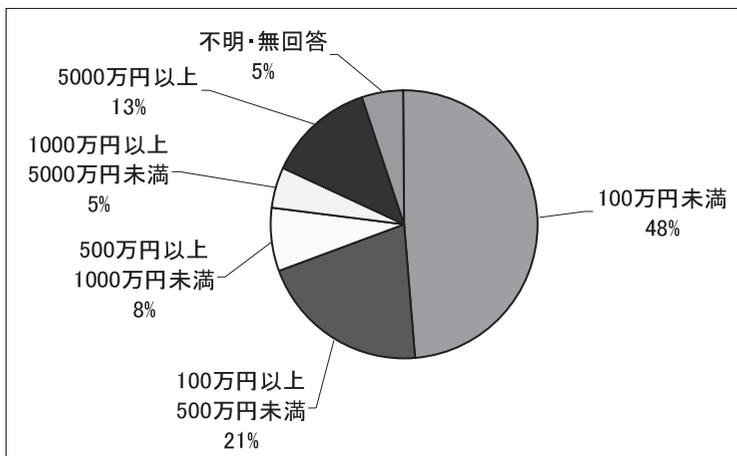


図2 年間事業規模



設立年は「2005年～」が23.1%と最も多く、「2000年～2004年」を合わせると半分近くになる。ここ5年以内の設立が多いといえる。

スタッフ総数は「10～15人」が最も多く、次いで「5～9人」、「20人～」となっている。「20人～」が17.9%である。

活動しているときの参加人数は「10～15人」が約4分の1を占め、最も多くなっている。次いで「20人～」、「5～9人」となっている。

事業区分（複数回答）は、「まちづくり・村おこし・特産品生産販売」が最も多く（48.7%）、次いで「高齢者福祉」（17.9%）「自然保護・環境保全・リサイクル」（17.9%）となっている。

表1からは、活動分野（事業区分のなかで）で最もウエイトの大きい分野として、「まちづくり・村おこし・特産品生産販売」が最も多くなっている。次いで「文化・芸術」「自然保護・環境保全・リサイクル」となっている。

表1 最もウエイトの大きい分野

	団体数	%
まちづくり・村おこし・特産品生産販売	17	43.6
文化・芸術	5	12.8
自然保護・環境保全・リサイクル	4	10.3
高齢者福祉	2	5.1
障害者福祉	1	2.6
介護	1	2.6
子育て支援・その他家事支援関連	1	2.6
雇用創出・産業振興・技術開発・企業支援	1	2.6
その他	4	10.3
不明・無回答	3	7.7
合計	39	100

事業を始めたきっかけ（2つ以内の選択）としては、「社会参加・社会貢献」が最も多く（29.2%）、約3割を占めている。次いで「地域の問題・課題解決」（18.8%）、「自らの専門性や技術の活用」（18.8%）となっている。

## 2) 事業収支の状況

団体の収支は、図3にみられるように「収支が均衡している」（35.9%）が最も多くなっている。一方で「収支が不均衡である」（23%）が「収益が上がっている」（13%）の約2倍に達している。また、「無償で行っているためわからない」が17.9%もあり、約2割を占めている。

事業経費は、「おもに事業そのものからの収入による」が5割以上の団体が選択した。事業外からの収入は、図4に示されているとおり「行政からの補助金・助成金など」が最も多い（38.5%）。次いで「会員からの会費・寄付金など」（28.2%）である。

事業そのものからの収入として、「無償で行っているため収入はない」（28.2%）が最も多く、約

3割を占めている。次いで「収入が下がっている」(25.6%)となっている。無償ボランティアの意識が強い傾向にある。

事業外(各種補助金・助成金等, 複数回答)からの収入の状況として、「収入が下がっている」が最も多い(38.5%)。「収入は変わらない」は23.1%であった。「収入が上がっている」は無回答であった。

図3 団体の収支

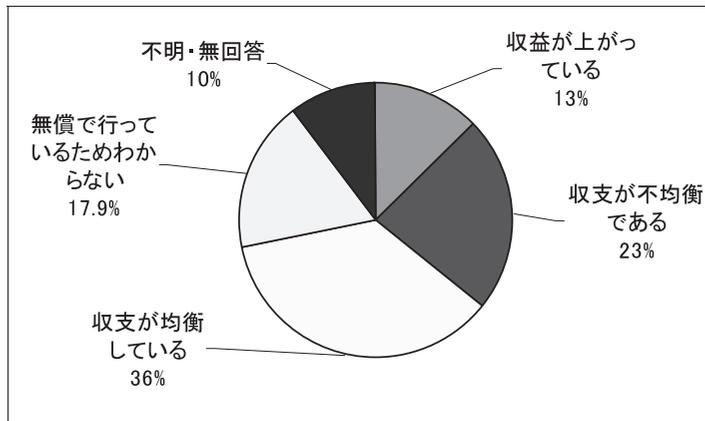
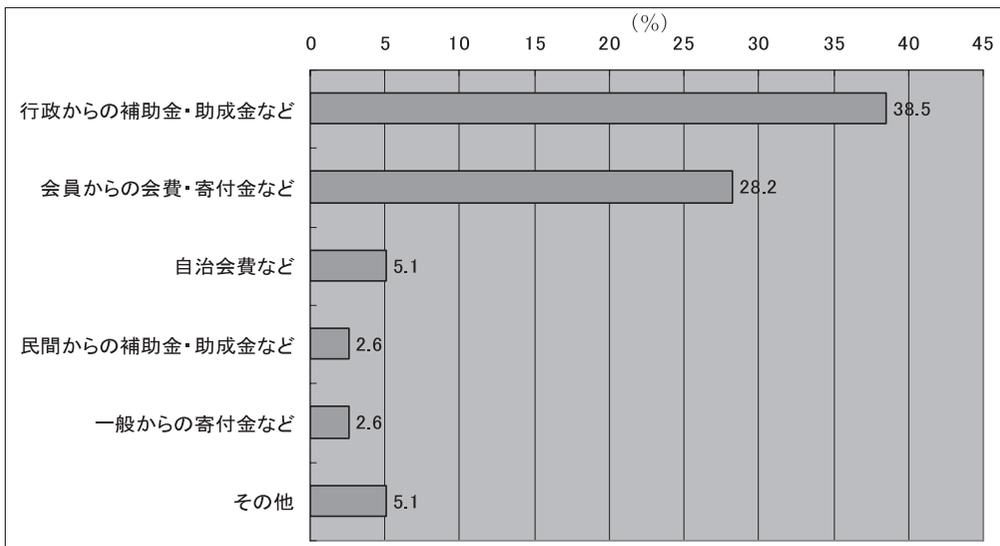


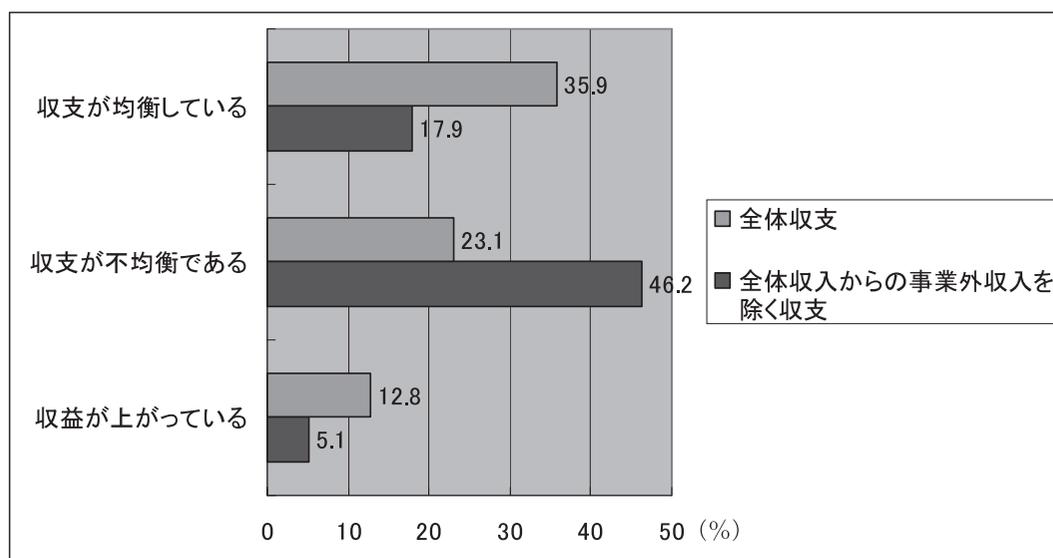
図4 事業外からの収入



全体収支から事業外収入を除いた状況として、「収支が不均衡である」が46.2%で最も多い。図5より「全体収支」と「全体収支から事業外収入を除いた状況」との比較をしてみると、「収支が不均衡である」が23.1%（全体収支）から46.2%（事業外収入を除いた収支）に大幅に増加している。そして「収支が均衡している」が、35.9%（全体収支）から17.9%（事業外収入を除いた収支）と大幅に減少している。一方、「収益が上がっている」が12.8%（全体収支）から5.1%（事業外収入を除いた収支）に減少している。

このことから、「収支が均衡している」とする団体の半分が事業収入だけで収支を均衡させているのに対し、当該団体の半分は事業収入だけでは費用を賄いきれず、事業外収入により収支を均衡させていることがわかる。これは、事業の収入が全体収支の大半を占めなければ事業が維持・継続していけない難しい状況に陥る可能性があることを示しており、早急な対策が必要である。

図5 「全体収支」と「全体収支から事業外収入を除いた状況」との比較



事業によって利益を上げていく考え方（複数回答）は、「事業継続のため一定の利益は必要」が41.9%で最も多くなっている。これは、事業がビジネスの性格をもつ必要性があるという意識の表れである。そして、「補助金や会費収入で均衡」よりも約10%多いことからその必要性があるという意識の裏づけになっている。

何らかの方法による活動の評価の有無については、「特に受けていない」が61.0%。次いで自らによる評価として「内部理事会で」が26.0%となっている。また、「コンサルタント等専門家から」という外部の評価を受けているとする選択肢を選んだ団体はいなかった。

情報等の発信手段（複数回答）として、「セミナー等イベントを通じて」（30.8%）が最も多く、「印刷物で公開」（20.5%）、「ウェブ上で公開」（10.3%）となっている。

発信する情報内容（複数回答）として「事業報告」（25.6%）、「広告」（23.1%）、「決算報告」（12.8%）となっている。

### 3. コミュニティ・ビジネスの認知度

コミュニティ・ビジネスの認知度は、図6にあるとおり「知っている」「言葉は聞いたことがある」をあわせると48.7%と約半分の団体が認知しているといえる。しかし、「知らない」と回答している団体が37.0%あり、まだ「コミュニティ・ビジネス」が浸透していないと判断できる。

自らの活動についてコミュニティ・ビジネスに該当していますかという問いには、図7にみられるように「該当しない」が34.0%、「該当するかもしれない」が21.0%、「該当する」が15.0%、「該当しないかもしれない」5.0%、「わからない」が10.0%となっている。「該当するかもしれない」と「該当しないかもしれない」は、どちらも曖昧な答えであるという点で共通しているが、これらの選択肢を設けることにより、当該団体から「コミュニティ・ビジネス」の意識をつかみたいと考えた。結果、「該当するかもしれない」と「該当しないかもしれない」は合わせて26.0%になり、自らの活動がコミュニティ・ビジネスであると認識していない団体が約4分の1あるということがわかった。

図6 コミュニティ・ビジネスの認知度

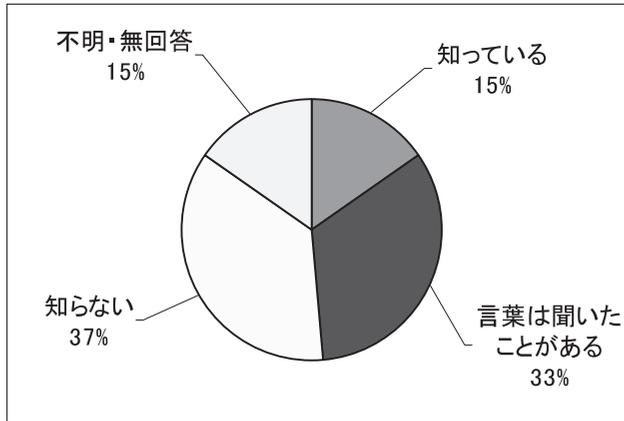
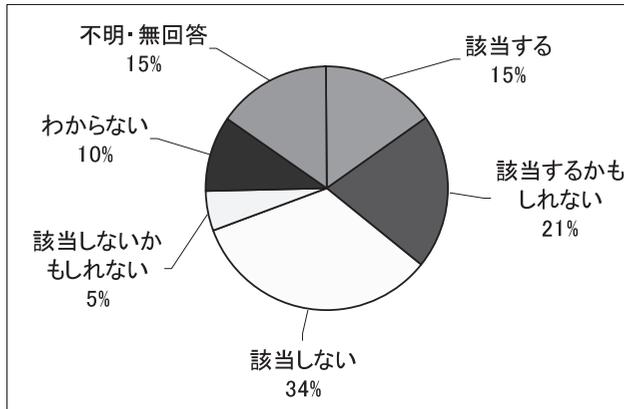


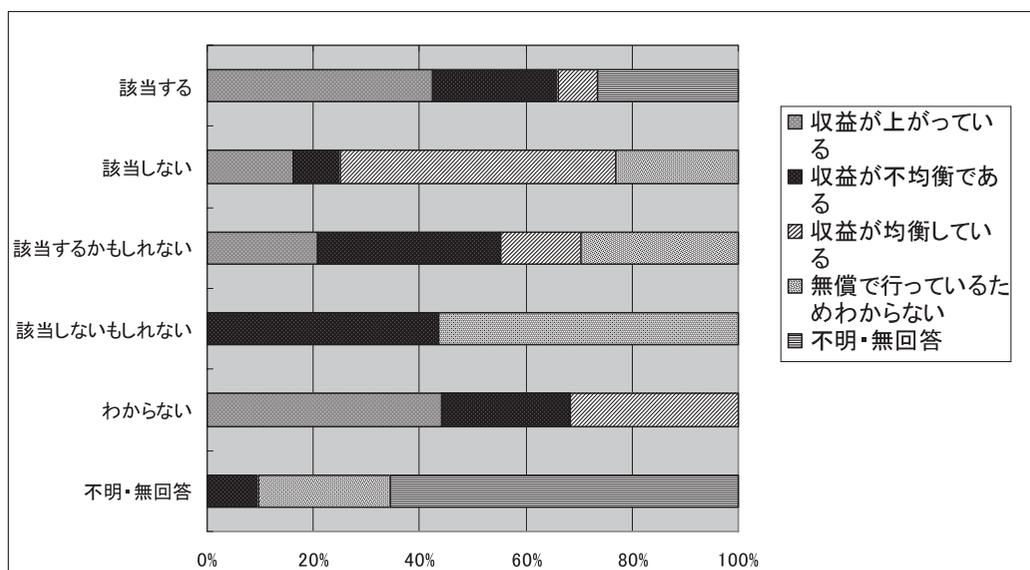
図7 自らの活動についてコミュニティ・ビジネスに該当しますか



さらに、図8より「自らの活動がコミュニティ・ビジネスに該当しますか」と「全体収支」との比較をみでみる。自らの活動がコミュニティ・ビジネスに「該当する」と回答した団体の多くが収益を上げている傾向がある。一方で、「該当しない」と回答した団体は収支が均衡している団体が多くなっている。また、「わからない」と回答した団体にも収益を上げている団体が多数ある。

以上から、コミュニティ・ビジネスへの意識と事業の収益性とは相関関係にあることがわかる。しかし、収益を上げている自らの活動がコミュニティ・ビジネスとして認識するに至っていない傾向がある。この点においても、自らの活動がコミュニティ・ビジネスであるとして認識すれば、さらに活動の幅が広がる要素（地域的、社会的意義あるものとして）があると考えられる。

図8 「自らの活動がコミュニティ・ビジネスに該当しますか」と「全体収支」との比較

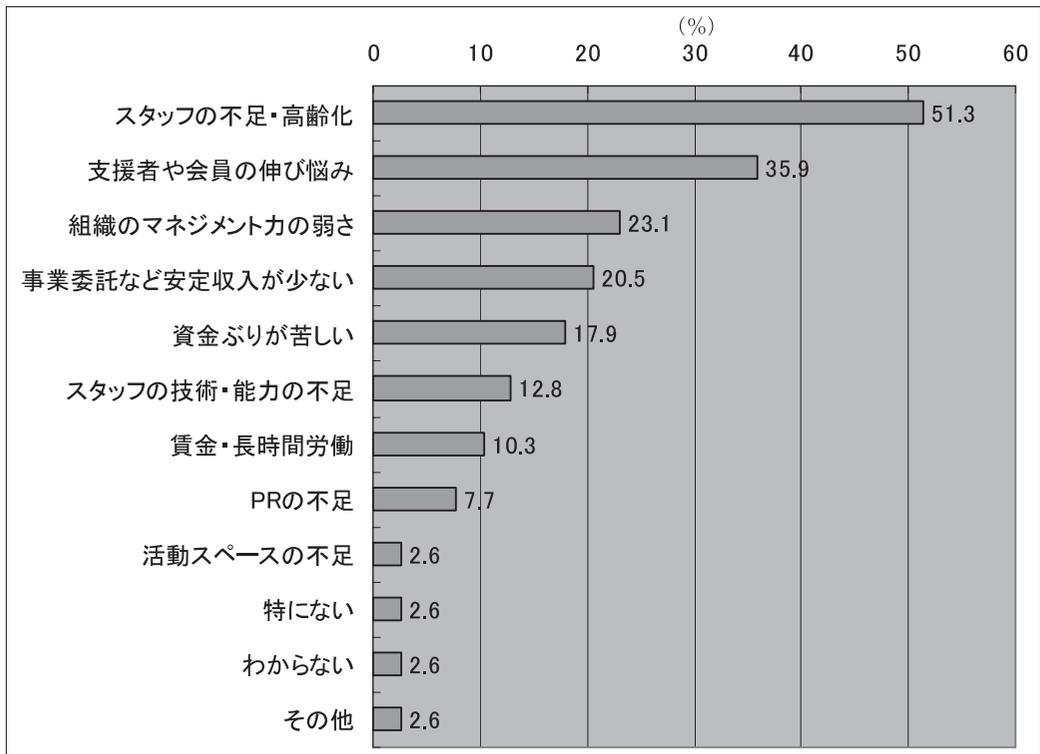


#### 4. コミュニティ・ビジネス運営上の課題と問題点

運営上の課題と問題点（3つ以内の選択）については、図9にみられるように「スタッフの不足・高齢化」が51.3%、「支援者や会員の伸び悩み」が35.9%、「組織のマネジメント力の弱さ」が23.1%、「事業委託など安定収入が少ない」が20.5%となっている。

ここから「スタッフの不足・高齢化」「支援者や会員の伸び悩み」は、運営上の最も大きな問題点であることがわかる。そのため、若者などの次世代から人材や活動に対する共感者などの参加者を獲得するための体制作りが必要である。また、「組織のマネジメント力の弱さ」を克服するためには、民間企業における組織運営のノウハウをもっと活用する必要があるのではないだろうか。

図9 運営上の課題と問題点



#### 5. コミュニティ・ビジネスが期待する支援

地域（住民）・民間企業・行政への期待する支援（3つ以内の選択）については、まず地域（住民）に対して最も期待する事項は、図10からわかるように「会員としての参画」が33.3%、「人的支援・人財育成」が28.2%、「活動資金支援」が23.1%となっている。このように、人的な支援・参画の割合が多いのが特徴である。



図12 民間企業に対して最も期待する事項

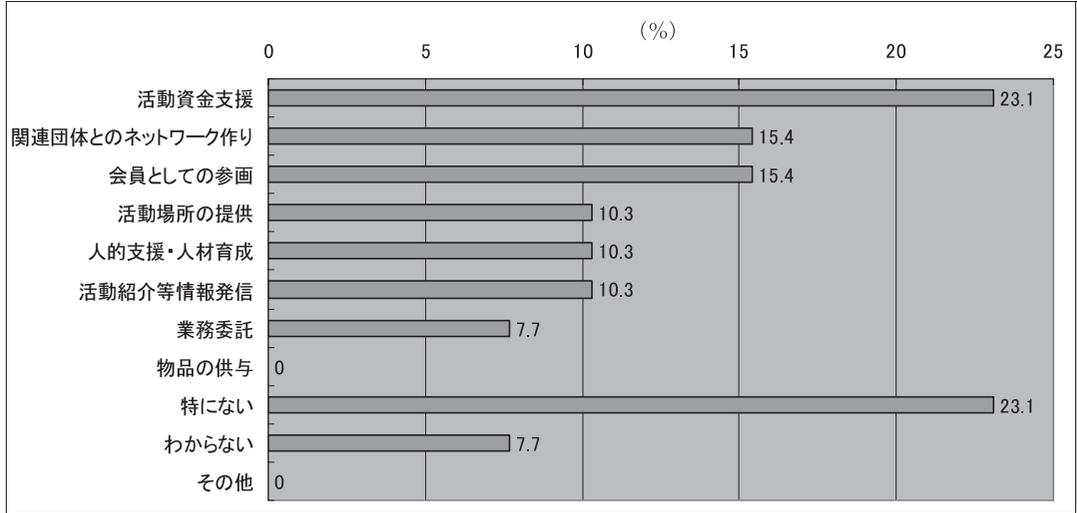
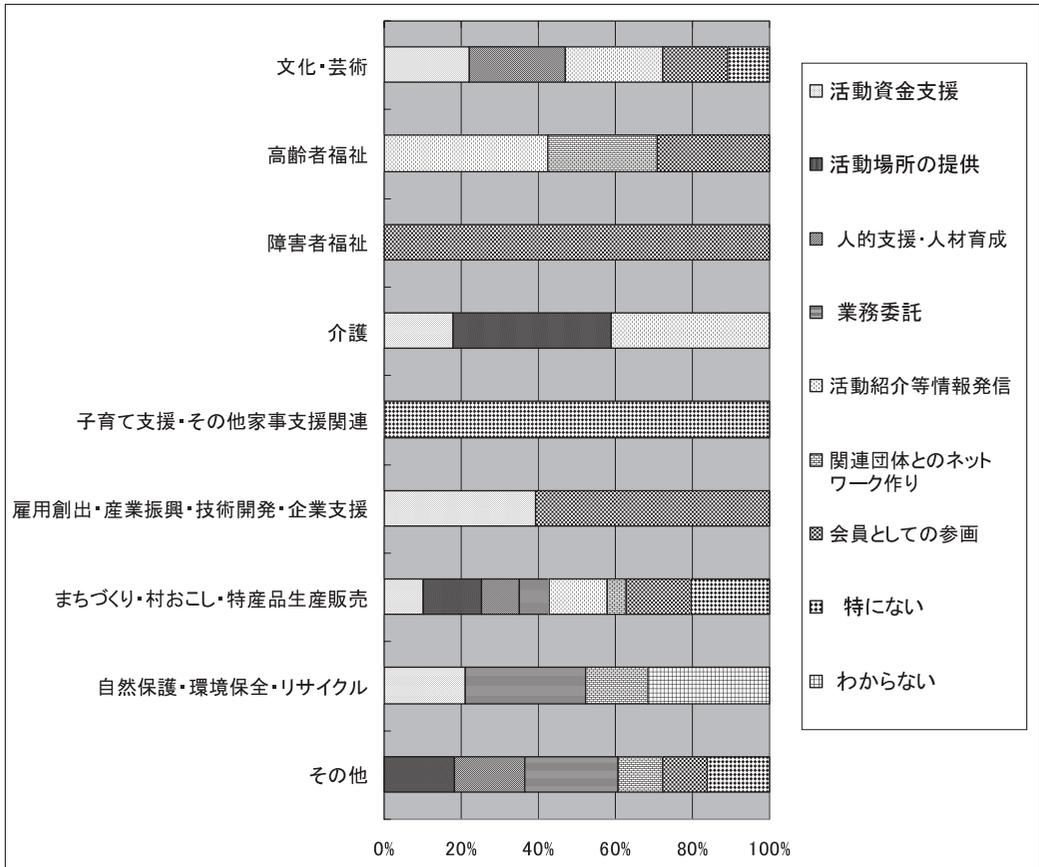


図13 「民間企業に期待する事項」と「最もウエイトの大きい分野」



「地域（住民）に期待する事項」と「最もウエイトの大きい分野」との比較をみると、図11のように、それぞれの活動分野で期待する事項が異なっているが、特に「まちづくり・村おこし・特産品生産販売」の分野は地域（住民）に様々な面において期待していることがうかがえる。

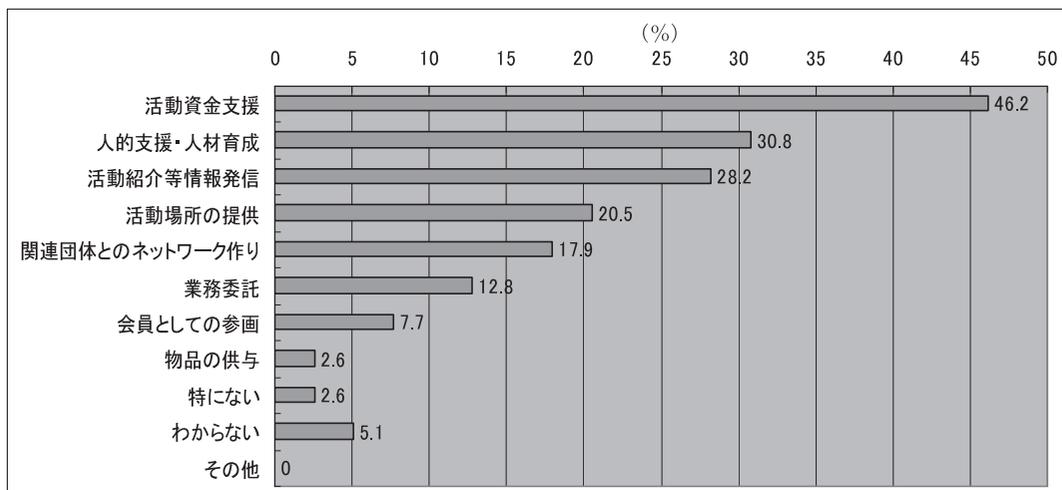
次に、民間企業に対して最も期待する事項は、図12のとおり「活動資金支援」が23.1%となっているが同じ割合で「特にない」が注目される。

「民間企業に期待する事項」と「最もウエイトの大きい分野」との比較では、図13にみられるように「まちづくり・村おこし・特産品生産販売」は民間企業に期待する事項が多くなっていることが特徴的である。

行政に対して最も期待する事項（図14）は、「活動資金支援」が46.2%、「人的支援・人材育成」が30.8%となっている。地域（住民）、民間企業の上位にはない「活動紹介等情報発信」が28.2%と比較的多いことが注目される。「活動紹介等情報発信」が上位にランクするのは、団体の活動を広く周知するためのスキル（活動内容のプレゼンテーション、広告の方法）が要求されるためであり、行政にはそのための媒体役としての期待が表れている。

図15で「行政に期待する事項」と「最もウエイトの大きい分野」との比較をすると、活動資金支援は、本アンケートから行政に最も期待される事項である。しかし、各分野の割合からは低い結果となっている。そのため、活動資金支援は広い分野にわたって要求されている事項であると考えられる。次にニーズが高い人的支援・人材育成は、「子育て支援・その他家事支援関連」が多い。活動紹介等情報発信については、「文化・芸術」、「高齢者福祉」、「自然保護・環境保全・リサイクル」の各分野で目立っている。上位3ニーズを見るだけで最もウエイトの大きい分野では項目ごとにニーズが異なるため、上位3ニーズを反映した多用な支援メニューを準備する必要がある。そのためには、使用目的を特定しない資金援助によって団体の自主的な活用を支援する方策の一層の推進が求められるよう<sup>(3)</sup>。

図14 行政に対して最も期待する事項



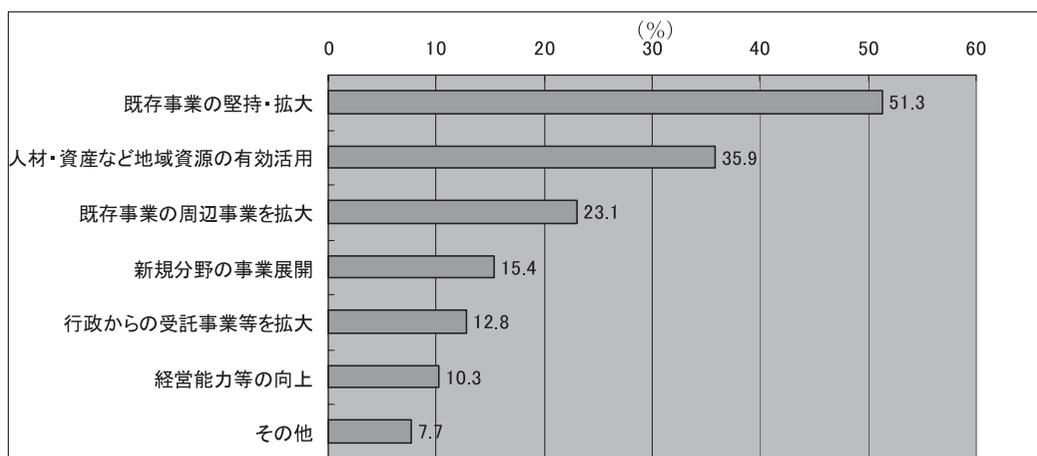


## 6. 今後におけるコミュニティ・ビジネスの事業展開と方向性

現在の事業を今後どのようにしていくか（3つ以内の選択）について、図16にみられるように「既存事業の堅持・拡大」が51.3%と多く、次いで「人材・資産など地域資源の有効活用」が35.9%となっている。一方、「行政からの受託事業等の拡大」（12.8%）、「経営能力等の向上」（10.3%）は少ない傾向にある。

特に「経営能力等の向上」については低い選択率ではあるが、コミュニティ・ビジネスを維持・発展させるためにはこの分野での意識を高めることが重要になってくる。今後、コミュニティ・ビジネスとして、一層の発展を図ろうと思えば、この「経営能力等の向上」という項目が上位にくる必要があるだろう。

図16 現在の事業を今後どのようにしていきますか



### おわりに

以上、鳥取市におけるコミュニティ・ビジネスの調査から、次のような特徴が浮かび上がってきた。

活動する領域は狭く事業規模も小さい。経営は資金面で苦しく、人材の高齢化も進んでいる。コミュニティ・ビジネスという言葉は知っているが、収益事業であっても自己が行っている事業をコミュニティ・ビジネスであると認識している団体は多くはない。したがって、コミュニティ・ビジネスとして、一層発展させて行こうとする志向性が弱い。

このような特徴を見ていくと、今後におけるコミュニティ・ビジネスの展開が心もとないと思われるかもしれない。しかし、活動する領域は狭く事業規模が小さいのは、むしろコミュニティ・ビジネスの利点である。それだけ、地域に密着し住民のニーズに応えられる機動性を発揮できる可能性があるからだ。

さらに重要なのは、一般企業に比べてのコミュニティ・ビジネスの存在価値である。最近の一般企業が引き起こす犯罪の多さとその深刻さは目にあまる。

JR福知山線で107人の死者をだした列車転覆事故。建物の耐震計算を偽装し1級建築士が逮捕され有罪となった、いわゆる「姉齒事件」。その他、産地を偽装した食肉偽装事件や賞味期限が切れた食品を再利用して商品化し販売していた事件の数々など、これら企業に対する不信感を一層高める事件があいついだ。しかも、それらの事件が直接、国民の命に関係するものだけに、国民生活に与えた影響は深刻である。

また、アメリカ発世界同時金融恐慌下のわが国において、つい昨日までバブル期を上回る空前の収益をあげていた大企業が、われ先にと派遣労働者など非正規労働者のリストラを行い極めて深刻な雇用不安をつくりだしている。人を物のように取り扱い、利益をあげるだけあげたあげくに捨ててしまう、この企業の身勝手な行動に社会の批判が高まり企業への不信感が強まっている。

以上、両者に共通していることは、企業がその社会的責任を放棄し、もっぱら自己の収益を最優先とした結果、引き起こした事象であるという点であり、社会や国民の生活に与える影響は極めて深刻であるということである。

それに比べて、コミュニティ・ビジネスは同じビジネスという形態をとっていても、こうした一般企業の対極にあり、社会性や公共性を重視することによって社会に安全・安心を与える可能性もっている<sup>(4)</sup>。したがって現在、この可能性を現実性に転化させるために、いかにコミュニティ・ビジネスを広め発展させるかが極めて重要な地域的課題である。今後、本稿での調査研究をもとに、この課題に向け一層研究を進めていきたい。

## 注

- (1) このアンケート調査は、2008年度鳥取市からの依頼に基づいておこなった受託研究「鳥取市におけるコミュニティ・ビジネス創出に係る調査事業」の一環として実施したものである。
- (2) この調査項目を設定するにあたっては、財団法人神戸都市問題研究所『N I R A 研究報告書』（平成14年9月）を参考にした。
- (3) 例えば、この政策の一例として鳥取県岩美町で実施されている「岩美町わがまちづくり交付金事業」がある。この制度で採用された団体には年間50万円が交付されている。詳しくは岩美町ホームページを参照（<http://www.iwami.gr.jp/secure/3399/koufuyoukou.pdf>）。
- (4) 詳しくは、藤田安一「コミュニティ・ビジネスが切り拓く地域づくりの可能性」（『地域学論集』第2巻第1号、2005年）および同「コミュニティ・ビジネスにおける収益性と公共性—鳥取市鹿野町の株式会社「ふるさと鹿野」を事例として—」（『地域学論集』第5巻第3号、2009年）を参照。

## 【資料】 鳥取市における「コミュニティ・ビジネス」に関するアンケート調査票

(1) 「団体の概要」についてお聞きします。

① 「活動エリア」はどれにあたりますか。  
該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

1. 町内・隣近所
2. 小・中学校区
3. 市町村
4. 都道府県
5. 全国
6. グローバル

② 「年間事業規模（単年度における総事業費）」はどれにあたりますか。該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

1. ～100万未満
2. 100万円以上500万円未満
3. 500万円以上1,000万円未満
4. 1,000万円以上5,000万円未満
5. 5,000万円以上

③ 「設立年」について該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

1. ～1979年
2. 1980年～1984年
3. 1985年～1989年
4. 1990年～1994年
5. 1995年～1999年
6. 2000年～2004年
7. 2005年～

④ 「スタッフ総数」について該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

1. ～4人
2. 5～9人
3. 10～15人
4. 16～20人
5. 20人～

⑤ 「活動しているときの参加人数」はどれくらいですか。該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

1. ～4人
2. 5～9人
3. 10～15人
4. 16～20人
5. 20人～

⑥ 「事業区分」についてお聞きします。

i. 「事業区分」はどれにあたりますか。該当する項目の数字に○をお願いします。  
(複数回答も可)

1. 教育
2. 文化・芸術
3. スポーツ
4. 高齢者福祉
5. 児童福祉
6. 障害者福祉
7. 介護
8. 医療・健康
9. 子育て支援・その他家事支援関連
10. 雇用創出・産業振興・技術開発・企業支援
11. まちづくり・村おこし・特産品生産販売
12. 自然保護・環境保全・リサイクル
13. 地域安全・災害援助
14. 中間支援（政策提言・資金助成・情報発信・事務補助など）
15. その他（ ）

ii. 「事業区分」についてその中でも「活動分野で最もウエイトの大きい分野」はどれにあたりますか。該当する項目の1つだけに数字に○をお願いします。

1. 教育
2. 文化・芸術
3. スポーツ
4. 高齢者福祉
5. 児童福祉
6. 障害者福祉
7. 介護
8. 医療・健康
9. 子育て支援・その他家事支援関連
10. 雇用創出・産業振興・技術開発・企業支援
11. まちづくり・村おこし・特産品生産販売
12. 自然保護・環境保全・リサイクル
13. 地域安全・災害援助
14. 中間支援(政策提言・資金助成・情報発信・事務補助など)
15. その他( )

⑦ 「事業を始めたきっかけ、事業目的(ミッション)」はどれにあたりますか。該当する項目の数字に2つ以内に○をお願いします。

1. 事業継続のための収入確保
2. 社会参加・社会貢献
3. 地域の問題・課題解決
4. 地域の雇用確保・促進
5. 自らの専門性や技術の活用
6. その他( )

⑧ 「事業収支の状況」についてお聞きします。

i. 「全体収支」はどうなっていますか。該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

いします。

1. 収益が上がっている
2. 収支が不均衡である
3. 収支が均衡している
4. 無償で行っているためわからない

ii. 「事業経費」はおもに何によってまかなわれていますか。該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

1. おもに事業そのものからの収入による
2. おもに事業外の収入による

iii. 「事業外からの収入」はどれにあたりますか。該当する項目の数字に○をお願いします。(複数回答も可)

1. 行政からの補助金・助成金など
2. 民間からの補助金・助成金など
3. 会員からの会費・寄付金など
4. 一般からの寄付金など
5. 自治会費など
6. その他( )

iv. 「事業そのものからの収入」はどのような状況になっていますか。該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

1. 無償で行っているため収入はない
2. 収入が上がっている
3. 収入が下がっている
4. 収入は変わっていない

v. 「事業外からの収入」はどのような状況になっていますか。該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

1. 収入が上がっている
2. 収入が下がっている

3. 収入は変わらない

vi. 「全体収入から事業外収入を除く」とどのようになりますか。該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

1. 収益が上がっている
2. 収支が不均衡である
3. 収支が均衡している

⑨ 「事業によって利益を上げていく考え方」についてお聞きします。

該当する項目の数字に○をお願いします。(複数回答も可)

1. 事業継続のため一定の利益は必要
2. 利益よりもやりたい活動を優先
3. 利益を上げて地域に還元
4. 補助金や会費収入で均衡
5. その他 ( )

⑩ 「第三者評価の有無」についてお聞きします。何らかの方法で評価をお受けになっていますか。該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

1. コンサルタント等専門家から
2. 市民グループから
3. 内部理事会で
4. 経営責任者が個人評価
5. 特に受けていない

⑪ 「PR方法の状況」についてお聞きします。

i. 「(情報等の)発信手段」はどれですか。該当する項目の数字に○をお願いします。(複数回答も可)

1. ホームページ等ウェブ上で公開
2. ニュースレター等印刷物で公開

3. セミナー等イベントを通じて

4. その他 ( )

ii. 「PRの内容」は何ですか。該当する項目の数字に○をお願いします。(複数回答も可)

1. 事業報告
2. 広告
3. 決算報告
4. その他 ( )

(2) 「コミュニティ・ビジネス」についてお聞きします。

コミュニティ・ビジネスとは、地域の住民が地域問題の解決を継続的なビジネスの形で展開し、地域内の資源を活用しながら、その利益を地域に還元することによって地域を活性化しようとする事業です。

① 「コミュニティ・ビジネス」はご存知ですか。該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

1. 内容を知っている
2. 言葉は聞いたことがある
3. 知らない
4. その他 ( )

② 自らの活動は「コミュニティ・ビジネス」に該当すると思いますか。該当する項目の数字に1つだけに○をお願いします。

1. 該当する
2. 該当しない
3. 該当するかもしれない
4. 該当しないかもしれない

## 5. わからない

(3) 「運営上の課題・問題点」についてお聞きします。

該当する項目の数字に3つ以内の選択で○をお願いします。

1. 資金繰りが苦しい
2. スタッフの不足・高齢化
3. スタッフの技術・能力の不足
4. 支援者や会員の伸び悩み
5. 組織のマネジメント力の弱さ
6. 活動スペースの不足
7. 賃金・長時間労働
8. PRの不足
9. 事業委託など安定収入が少ない
10. 特にない
11. わからない
12. その他 ( )

(4) 「期待する支援」についてお聞きします。

① 「地域（住民）に対して最も期待する事項」はどれですか。該当する項目の数字に 3つ以内の選択で○をお願いします。

1. 活動資金支援
2. 活動場所の提供
3. 人的支援・人材育成
4. 物品の供与
5. 業務委託
6. 活動紹介等情報発信
7. 関連団体とのネットワーク作り
8. 会員としての参画
9. 特にない
10. わからない
11. その他 ( )

② 「民間企業に対して最も期待する事項」はどれですか。該当する項目の数字に3つ以内の選択で○をお願いします。

1. 活動資金支援
2. 活動場所の提供
3. 人的支援・人材育成
4. 物品の供与
5. 業務委託
6. 活動紹介等情報発信
7. 関連団体とのネットワーク作り
8. 会員としての参画
9. 特にない
10. わからない
11. その他 ( )

③ 「行政に対して最も期待する事項」はどれですか。該当する項目の数字に3つ以内の選択で○をお願いします。

1. 活動資金支援
2. 活動場所の提供
3. 人的支援・人材育成
4. 物品の供与
5. 業務委託
6. 活動紹介等情報発信
7. 関連団体とのネットワーク作り
8. 会員としての参画
9. 特にない
10. わからない
11. その他 ( )

(5) 「今後の事業の方向性や展開」についてお聞きします。

- ① 現在の事業を今後どのようにしていきたいと考えていますか。該当する項目の数字に3つ以内の選択に○をお願いします。

1. 既存事業の堅持・拡大
2. 既存事業の周辺事業を拡大
3. 新規分野の事業展開
4. 行政からの受託事業等を拡大
5. 経営能力等の向上
6. 人材・資産など地域資源の有効活用
7. その他（ ）

② 今後、伸びてほしい、必要とする分野はどれですか。該当する項目の数字に3つ以内の選択に○をお願いします。

1. 教育
2. 文化・芸術
3. スポーツ
4. 高齢者福祉
5. 児童福祉
6. 障害者福祉
7. 介護
8. 医療・健康
9. 子育て支援・その他家事支援関連
10. 雇用創出・産業振興・技術開発・企業支援
11. まちづくり・村おこし・特産品生産販売
12. 自然保護・環境保全・リサイクル

13. 地域安全・災害援助
14. 中間支援(政策提言・資金助成・情報発信・事務補助など)
15. その他（ ）

#### (6) アンケート自由意見

ご意見、ご提案、何でも結構ですので、ご自由にお書きください。例として、

- ① 事業を行っていくうえでの課題・問題点  
スタッフ、人材に関すること、経営に関すること、事業拠点の確保、他のセクターとの連携、活動内容などに関する事など。
- ② 事業の方向性について  
経営方針に関する方向性、事業内容に関する方向性、他のセクターとの連携など。
- ③ 環境整備・他のセクター等への要望  
環境整備、他のセクターからの支援に関する要望、特に行政に関する要望など。

(自由解答欄は省略)

(2009年5月19日受付, 2009年5月27日受理)