

神戸市ソーシャルビジネス推進助成
平成28年度

活動報告会

平成29年7月2日

神戸市市民参画推進局参画推進部市民協働推進課

目 次

【準備・創業期】

	(ページ)
鶴甲サポートビジネス・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	1
鶴甲団地管理組合連絡協議会	

【発展期】

	(ページ)
サービスの認知拡大に向けた販促資料制作活動・・・・・・・・	3
ファミリエクラブ株式会社	
コワーキングオフィス広報戦略&新神戸活性化事業提案・・・・・・・・	5
株式会社078	
シニア世代の閉じこもり予防と生きがい創出を目指すコミュニティサロン事業・・・・・・・・	7
特定非営利活動法人福祉ネットワーク西須磨だんらん	

【準備・創業期】

団体名 : 鶴甲団地管理組合連絡協議会

活動名 : 鶴甲サポートビジネス

実施期間: 平成28年7月1日(金)～平成29年3月15日(水)

活動のねらい

エレベーターの無い5階建マンションに居住する高齢者の日常生活の支援をするため、鶴甲サポート券(ミナヨイ券@370円・ハロー券@80円)の2種類を発行し登録会員間の助け合い運動を行う。また、日常生活の支援を通じて会員の安否確認に繋げる。

*日常生活の支援: ゴミ出し/大型搬資源ベランダの片付け/草刈り/家具移動/
電球取替え/換気扇清掃/刃物研ぎ等々

実施した内容

1. 広報誌「住まいる鶴甲」各回2500部発行と全戸配布 発行4回
①8月(第13号) ②10月(キッズ版) ③12月(第14号) ④3月(第15号)
2. 「鶴甲サポート便り」各回60部前後の発行(対象:登録会員) 発行5回
①7月 ②8月 ③10月 ④1月 ⑤3月
3. 鶴甲サポーター交流会の開催(参加人員:各15名前後) 開催4回
①9月 ②11月 ③1月 ④3月
4. サポート会員の募集(随時)
広報活動を通じて会員登録をする業務 現在登録者数68名
5. サポート券の頒布活動(随時)
本年度の頒布数 ミナヨイ券:395枚 ハロー券:505枚
6. サポーター会員の作業に従事した有償ボランティアさんへの代金支払い業務(作業内容に応じてユーザーよりサポート券の交付を受けた枚数に乗じた規定金額の支払い)

達成された成果等

1. 広報を通じて「鶴甲サポート事業」の理解度が浸透しつつある。
2. 顔の見えるコミュニティが徐々に形成されつつある。

活動を通じて団体に蓄積されたもの

1. サポーター交流会席上での議論が活発に交わされるようになり、メンバー間に信頼感が熟成しつつある。
2. 防犯・介護・終活にも話題が及びつつある。

【準備・創業期】

今後の事業展開や展望等

1. この1年間を通じて事業の方向性は間違っていないと確信するに至ったが、誰でもフ
ラリと立ち寄れる「まちの駅つるかぶと」が閉鎖されたのが痛手である。
2. 鶴甲サポートセンターの活動拠点をなんとか確保したい。行政の支援を得てコープ鶴
甲の空き店舗を活用出来る方法を講じたい。

【発展期】

団体名 : ファミリエクラブ株式会社

活動名 : サービスの認知拡大に向けた販促資料制作活動

実施期間 : 平成 28 年 7 月 1 日 (金) ~ 平成 29 年 3 月 31 日 (金)

活動のねらい

病児保育に関する認知不足から子育てと仕事の両立が困難となっている中で、病児保育の内容について具体的で分かり易い小冊子を企画・制作し病児保育サービスの認知拡大をはかる。

実施した内容

1. 小冊子企画・制作活動

①日程 : 7 / 21 (木)、8 / 18 (木)

内容 : 小冊子記載内容の企画

参加人数 : 事務局スタッフ 2 名、保育スタッフ 2 名

②日程 : 9 / 27 (火)

内容 : 章立て案企画

参加人数 : 事務局スタッフ 2 名

③日程 : 10 / 20 (木)

内容 : 小見出し案企画

参加人数 : 事務局スタッフ 2 名

④日程 : 11 / 17 (木)

内容 : 目次作成

参加人数 : 事務局スタッフ 2 名

⑤日程 : 1 / 26 (木)、1 / 30 (月)、2 / 1 (水)

内容 : 本文作成・デザイン企画

参加人数 : 事務局スタッフ 2 名

⑥日程 : 3 / 6 (木)

内容 : 小冊子印刷

*業者にて印刷

2. 小冊子配布活動

配布先 : インターネット上での募集・配布及び説明会での配布。

数量 : 約 70 部

詳細 : 平成 29 年 3 月にインターネット上で告知。希望者へ配布。

三宮事務所にて病児保育説明会を開催。参加者へ配布。

【発展期】

達成された成果等

- ・小冊子を配布することによって、利用者のサービス内容についての理解が深まり、サービス内容についての説明時間が大幅に短縮できるようになった。
- ・小冊子の配布によりサービスに関する問い合わせが従来の 1.5 倍程度に増加した。

活動を通じて団体に蓄積されたもの

- ・小冊子の企画により利用者ニーズを精査することができ、スタッフ間での共有化にもつながった。
- ・利用者に対して小冊子の内容をもとにサービス内容の説明を実施することによって、スタッフ全員が適切な内容での説明を実施出来るようになり、説明方法の標準化につながった。
- ・病児保育サービスの内容について具体的で分かり易い小冊子が完成した。

今後の事業展開や展望等

- ・さらなるサービスの認知拡大につながるよう、小冊子の配布による積極的な PR 活動を展開する。
- ・配布した小冊子の反響をみながらさらに理解しやすい内容となるようブラッシュアップをしていく。

【発展期】

団体名 : 株式会社078

活動名 : コワーキングオフィス広報戦略&新神戸活性化事業提案

実施期間: 平成28年4月1日(金)～平成29年3月31日(金)

活動のねらい

新神戸活性化イベント「カムカムシンコウベ」を開催するとともに、創業者が集まるコワーキングオフィスの広報活動と分析、新神戸オリエンタルアベニューの再生案の調査とヒアリングを行う。

実施した内容

- ・ビル館内で迷う方が非常に多いので、アクセスがわかりやすくなるよう画像を多く入れた案内ページを作成
- ・分かりやすい平面図を入れ各スペースの案内ページも新設
- ・新神戸活性化プロジェクトチームを plug078 内にて結成
- ・新神戸オリエンタルアベニュー 再生プランのコンセプトシート作成
- ・地元の経営者、企業、東京の神戸出身の社長に対し活性化プレゼン
- ・タイ国の当ビルオーナーに現状を訴える手段として、現ビルオーナーと面識ある方にパイプ役を依頼。タイ国訪問同行を企画。こちらの現状は、まだ実行はされていないが29年7月から8月あたりに遂行予定で調整をすすめている。

達成された成果等

- ・ウェブページ改正後、会員が順調に増加
- ・イベントで当社スペースに来訪する方の動線がスムーズになった
- ・活性化活動での成果は、東京で積極的に経済活動をしている方に新神戸活性化チームに外部顧問として入っていただいた。
- ・資料をつくりこんだお陰で Plug078 内でコンサルタント出身の方々にサポートを得られるようになった。

活動を通じて団体に蓄積されたもの

- ・新たな会員の獲得
- ・会員たちと新神戸地域活性化チームを発足。外部の社会貢献意識の強い方々との連携が始まった。

【発展期】

今後の事業展開や展望等

- ・「コワーキング利用者の拡大」と「場としての新神戸活性化」を行う。また、神戸で独立して働く方々、創業して間もない方々との連携を強め、地域経済の発展のための人財の宝庫（ストック）となるべく信頼と共感を育て、新神戸を芽吹き of 聖地にしていく。

【発展期】

団体名 : 特定非営利活動法人福祉ネットワーク西須磨だんらん

活動名 : シニア世代の閉じこもり予防と生きがい創出を目指すコミュニティサロン事業

実施期間: 平成 28 年 5 月 2 日 (月) ~ 平成 29 年 3 月 17 日 (金)

活動のねらい

リタイア後のシニア世代が地域に居場所がなく閉じこもりがちであるという課題を解決するため、平成 23 年にオープンした地域住民の居場所「須磨いるサロン」を、さらに利用しやすいように、事業内容がわかりやすく入りやすい看板を設置し、居心地のよい内装にリフォームする。

また、PR チラシを地域に広くポスティングすることで認知度を上げて、新規客や、これまで気になりつつも入れなかった人たちの来店を増やす。

実施した内容

28 年 5~6 月

デザイナーとの打ち合わせ 4 回 (ソーシャルビジネス専門家派遣の制度を活用)

28 年 7~10 月

外装・内装のリフォーム

28 年 7 月

看板を 3 つ (大・小・案内板) 製作

28 年 7 月~10 月

内装を大幅に模様替えし、統一感が出るようにマスキングテープで色をそろえるなど工夫し、棚 (4 つ) やパーテーション (2 つ)、ペンダントライトや小物などを買い足し、外から内装が綺麗に見えて入りやすくなるようにリフォームした。

28 年 8 月

手洗い場の増設工事

29 年 1~3 月

デザイナーと打ち合わせを重ね、リニューアルオープンのチラシを製作

29 年 3 月

印刷・ポスティング業者に依頼して、チラシを 1 万部印刷し、須磨いるサロン周辺地域の住宅ポストにポスティングした。

達成された成果等

- ・これまでの利用者からは「明るく広くなった」「おしゃれになった」と喜ばれた。
- ・新しく来店された人からは「こんなところがあったとは知らなかった。入口に看板があって見やすかった」「ずっと気になっていたけど、チラシを見てきた」との声があり、チラシをポスティングした後はすぐに新規来店者や問い合わせが倍増した。

【発展期】

活動を通じて団体に蓄積されたもの

- ・看板のデザインは、最初に目に入るものとしてイメージがとても大切なので、専門家のアドバイスを聞いた方がいいということ。
- ・店内のレイアウトは、動線を考えた配置はもちろんだが、見た目のおしゃれさや快適に過ごせる工夫が重要なので、お金をかけるべきところはかけた方がいいということ。

今後の事業展開や展望等

- ・今後もこの居場所を長く継続していき、シニア世代の集いの場、生きがいを実現する場所として発展させていきたい。
- ・今後は子供や子育て世代など若い世代の人との交流もはかっていきたい（4月から高齢者が小学生に勉強を教える教室を企画中）。
- ・世代間の交流の中で、シニア世代がいきいき活躍し、健康寿命を延ばし、小さなことから助け合う関係を作ることで介護予防につなげていきたい。