CRファクトリー
Community & Relationship

CRファクトリー
2026年度事業計画書

小さく&広く、そしてインパクト大きく

CRファクトリー
Community & Relationship

中期経営計画

中期経営計画の方針（2026・2027・2028）

1.コミュニティエンパメントモデルを磨き込む

2.地域案件を中心とした中規模案件の獲得

3.広報・情報発信の強化による認知度の向上（社会啓発）

4.コミュニティ・ラボを中心した仲間・同志コミュニティの醸成

5.フルタイムスタッフの加入による推進力と安定感の向上

1.コミュニティエンパメントモデルを磨き込む

コミュニティ関心者・運営者が「学び」「成長する」人材育成・担い手養成の包括的なプログラムモデルを開発する。

「出逢い」「つながり」「コミュニティ」によって、継続的に学び合い・磨き合い・共創が起きるプラットフォームになる。

このコアモデルが多地域展開の原型になり、良質な地域案件・全国展開を実現する。

2.地域案件を中心とした中規模案件の獲得

地域案件を中心とした中規模（50～200万円）の案件を獲得し、売上・利益を増やすと共に、その財源でCRファクトーに関わる人材の量（人数）や質（コミットメント）を高めて事業・組織の活発化を図る。

地域案件を担当・経験するスタッフが増えることで、様々な知見やノウハウが蓄積され、組織的な学習が進む。

3.広報・情報発信の強化による認知度の向上（社会啓発）

「コミュニティの重要性」と「コミュニティのつくり方・運営ノウハウ（コミュニティマネジメント）」を世の中に伝えていく。

「直営でのセミナー・イベント」「普及セミナー（全国各地）」「メルマガ・公式LINE・SNS」「YouTube・コラム・書籍」「コミュニティラボ」等、あらゆる事業が一体となって世の中に社会啓発していく。

4.コミュニティ・ラボを中心した仲間・同志コミュニティの醸成

塾・読書会・ラボなどを中心とした仲間・同志のコミュニティを酸成し、主客融合と役割・出番のコーディネートでいろいろな人の力を借りながら活動を推進する。

全国各地の仲間・同士がエヴァンジェリスト（伝道師）となり、コミュニティソーシャルムーブメント（社会運動）の促進を図る。

5.フルタイムスタッフの加入による推進力と安定感の向上

フルタイムスタッフの加入により「経営」「事業（特に地域案件）」「広報」「管理」「組織」の質や推進力を上げていく。

「コア・背骨・柱」の人材・チームによって、事業推進力と人材コーディネート力が向上し、強くあたたかい組織・コミュニティが実現する。

中期経営計画 KPI（2026・2027・2028）

項目	2026年度	2027年度	2028年度
ラボ	120人 120万円	150人 150万円	200人 200万円
まなコミュ	50人 25万円	100人 50万円	200人 100万円
普及	60件 240万円	70件 280万円	80件 320万円
地域	2件（箱根・川崎） 700万円	3件（箱根・川崎・A） 1000万円	5件 1500万円
公式LINE	300人	500人	1000人
メルマガ	7000人	8000人	1万人
YouTube	1000人	2500人	5000人
売上	2000万円	2500万円	3000万円
スタッフ	フルタイム2名 業務委託10名	フルタイム2～3名 業務委託10名	フルタイム3名 業務委託10名

CRファクトリー
Community & Relationship

2026年度の方針・計画

2026年度の経営戦略

1.案件獲得による資金と人材の活発化

地域案件を中心とした中規模（50～200万円）の案件を獲得し、売上・利益を増やすと共に、その財源でCRファクトーに関わる人材の量（人数）や質（コミットメント）を高めて事業・組織の活発化を図る

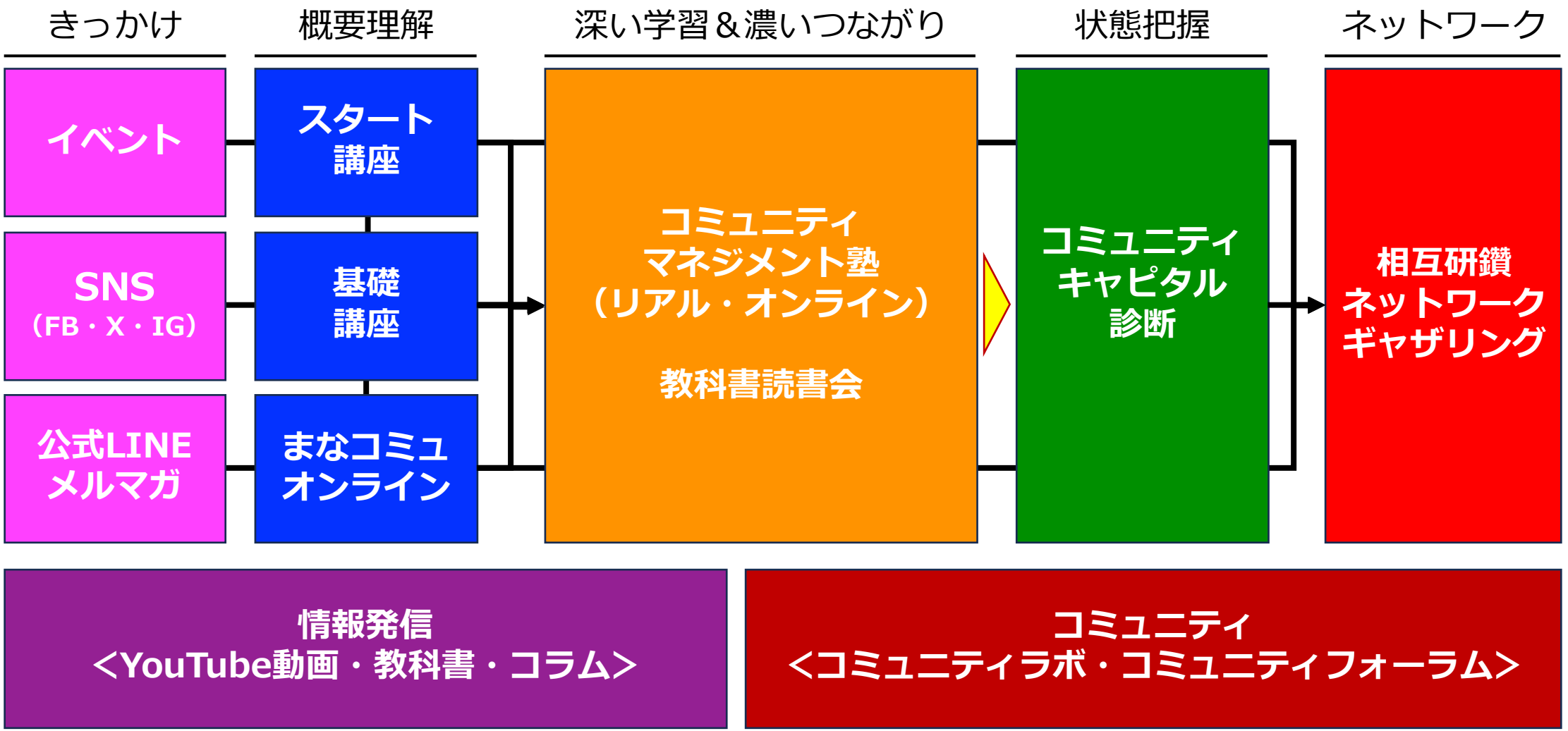
2.広報・情報発信・社会啓発の強化

コミュニティマネジメントやコミュニティの重要性を世の中に広めていく。そのための広報戦略の立案や実行を推し進め、桁違いの認知度の向上を図る（公式LINE、メルマガ、ホームページ、YouTube、書籍等）

3.コミュニティ・ラボを中心としたソーシャルムーブメントの促進

塾・読書会・ラボなどを中心とした仲間・同志のコミュニティを酸成し、主客融合と役割・出番のコーディネートでいろいろな人の力を借りながら活動を推進し、ソーシャルムーブメント（社会運動）の促進を図る

コミュニティエンパワメントモデル



広報

項目	目標	重点強化ポイント
公式LINE	300名	すべての場面において 公式LINE登録を促す
メルマガ	7000名	直営イベント＆普及セミナー でリード（メアド）を増やす
SNS（FB・IG・X）	週3回のSNS発信	FBアクセス解析をしながら PDCAを回す
note	記事50本	学び深いコンテンツを 発信する
YouTube	動画80本 （合計300本）	5番組・週7本の 動画配信
CRファクトリー説明会 （活用ガイド・交流会）	月2回開催 （年20回開催）	CRファクトリーに関心の ある人の入口をつくる

直営事業

項目	目標	ポイント
コミュニティ・ラボ	有料会員120名 （全会員140名）	ラボ会員主体の動きを 増やしていくこと（2.0）
まなコミュ・オンライン	受講者50名	認知を広げ、受講者を増やす
イベント・セミナー	参加者200名	頻度高くセミナー・イベントを開催してリードを増やす
教科書読書会	15名	卒業生に運営スタッフを してもらう
コミュニティマネジメント塾	10名	分厚いコアファンをつくる ＆コンテンツの練磨
BASECAMP	45名	熱量のある出逢い・交流・ つながりをつくる
コミュニティフォーラム	100名	実行委員・ゲスト・参加者 愛着と関係性をつくる

連携事業

■つよあたアライアンス

- 2ヶ月に1回の頻度でつよあたギャザリングを開催
- 中間支援組織の新入職員研修を実施（全2回）
- 中間支援組織スタッフ向けの生成AI講座を実施（全3回）

※リアルギャザリング（つよあたフォーラム）を企画中

普及事業

■自治体・中間支援組織向けの単発講座

- 年間65案件の実施を狙う
- 味の素・日本総合住生活などの企業案件も予定
- インストラクターの育成も引き続き実施
- 教科書は120冊の販売を狙う

地域事業

項目	ポイント
箱根町	2年目に入り、さらなる充実を図る。 オープンイベントの実施、養成塾の充実、スターアップ講座の実施、同窓会（箱根町ギャザリング）の実施など、さらに箱根町内外の方を巻き込んだコミュニティを構築していく。
川崎市（カワプロ）	CRファクトリー主幹の3年目。運営の仕組み化・安定化をさらに進めると共に、卒業生のネットワークや愛着のさらなる醸成、そして高校生のプロジェクトを基点とした地域のつながりやネットワークの醸成を促進する。
自治体営業	箱根町・川崎市に続く案件の獲得を図る。 コンテンツと実績と人材は豊かなため、案件を呼び込むような動きをつくっていく。実績資料・記事作成、説明会やイベントの実施、営業活動などを進めていく。

研究事業

■コミュニティキャピタル診断

- ToCの診断を継続提供：20団体
- 箱根町などの地域案件・中間支援経由での提供
- ピッコラーレなどの伴走支援案件で提供
- さらなる地域事業・伴走支援案件での提供を狙う
- コミつな研との連携で研究助成案件での連携も狙う

※「市民活動・コミュニティ活動の実態調査Part2」を模索

CRファクトリー
Community & Relationship

組織体制

2026年度の体制（プロジェクト詳細）

部門	チーム	プロジェクト	リーダー	メンバー
企画	広報	広報戦略立案	赤塚	竹下・呉
		顧客情報管理	竹下	赤塚・土戸
		公式LINE	赤塚	岡本
		メルマガ	赤塚	高橋
		SNS（FB・X・IG）	赤塚	竹下
		YouTubeコミュニティアカデミー	竹下	呉
		CRファクトリー説明会	赤塚	竹下・西森・安信
	直営	コミュニティラボ	竹下	木村・赤塚・呉・西森・安信
		イベント・セミナー	呉	赤塚・竹下
		教科書	高橋・木村	
		教科書読書会	竹下	（武笠）（加藤）
		C塾（リアル）	竹下	土戸（講師：尾木・三宅）
		E塾（オンライン）		
		BASECAMP	呉	竹下・西森（嶋田）
		コミュニティフォーラム		青山・竹下・呉

2026年度の体制（プロジェクト詳細）

部門	チーム	プロジェクト	リーダー	メンバー
企画	研究	インタビュー調査	呉	コミつな研
		実態調査	呉	コミつな研・つよあた
	診断	コミュニティキャピタル診断	遠藤	成田
事業	普及	普及育成セミナー	高橋	
		インストラクター	呉	
	連携	つよあたアライアンス	呉	落合・土戸
	地域	箱根町	呉	本江・竹下
		川崎市	岡本	本江・赤塚・渡邊
管理	総務	事務・会計・税務・法務・総会・会員	高橋・木村	
	人事	組織づくり・採用	青山	竹下・呉
	財務	予算策定・予実管理	呉	竹下

以下、背景資料

CRファクトリー
Community & Relationship

ビジョン

ビジョン（私たちが実現したい世界）

- 自分が自分らしく居られる居場所がある
- 楽しくて、ほっとできて、心が元気になる居場所がある
- 一緒に人生を楽しんでいける仲間・つながりがある
- 何かあったときに、頼れたり、助けを求められる仲間・つながりがある

そんな居場所や仲間やつながりがあるから、人生が充実して、
生きることへの前向きな気持ちが湧いてきて、明日が楽しみになる。

そのとき、**孤立**や**息苦しさ**や**生きづらさ**は減るのではないか。

そうやって人が満たされたとき、人に優しくなれて、寛容になれて、
悲しい**争い**や**対立**は減っていくのではないか。**暴力**や**虐待**や**排除**も
減るのではないか。

新しいビジョンステートメント

１人ひとりが自分に合った
コミュニティとつながりに恵まれて
幸せに生きる社会

CRファクトリー
Community & Relationship

問題構造

歴史理解・構造理解

- 高度経済成長（経済が国や暮らしを駆動する）
- 都市への移動（人口移動・会社員・マンション）
- 核家族化（親戚＆大家族の縮小・世帯サイズの縮小）
- 市場経済・消費社会（コンビニ・アマゾン・Uber）
- 単身世帯の増加（孤独孤立の蔓延）

あらゆるものの
外部化

共同性の減衰
（親戚・職場・地域など）

新しい共同性
のかたち

未来の外部環境変化（予測）

【テクノロジーの進化】

AI・自動運転・ドローン

無人化・省人化・ロボット化

買物：無人レジ、ロボット配膳、ドローン宅配
移動：自動運転（車・バス・電車）、Maas
仕事：あらゆる業務のAI化・システム化・ロボット化
介護：ロボット介護士・ペットロボット・友人ロボット

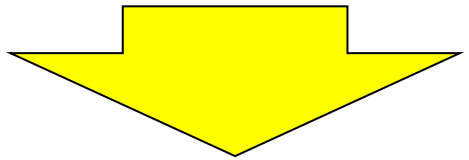
人を介さない
仕事・暮らし

今は「コミュニティ再編」のとき

- 今はコミュニティにとっては**「谷間」**
- この数十年間で、血縁・社縁・地縁といった日本社会を支えてきたコミュニティと関係性は**希薄化・弱体化**した
- それによって孤独・孤立という構造になり、現代は**孤独・孤立に起因すると思われる社会課題**も大きく顕在化した

血縁・社縁・地縁の衰退（構造変化）

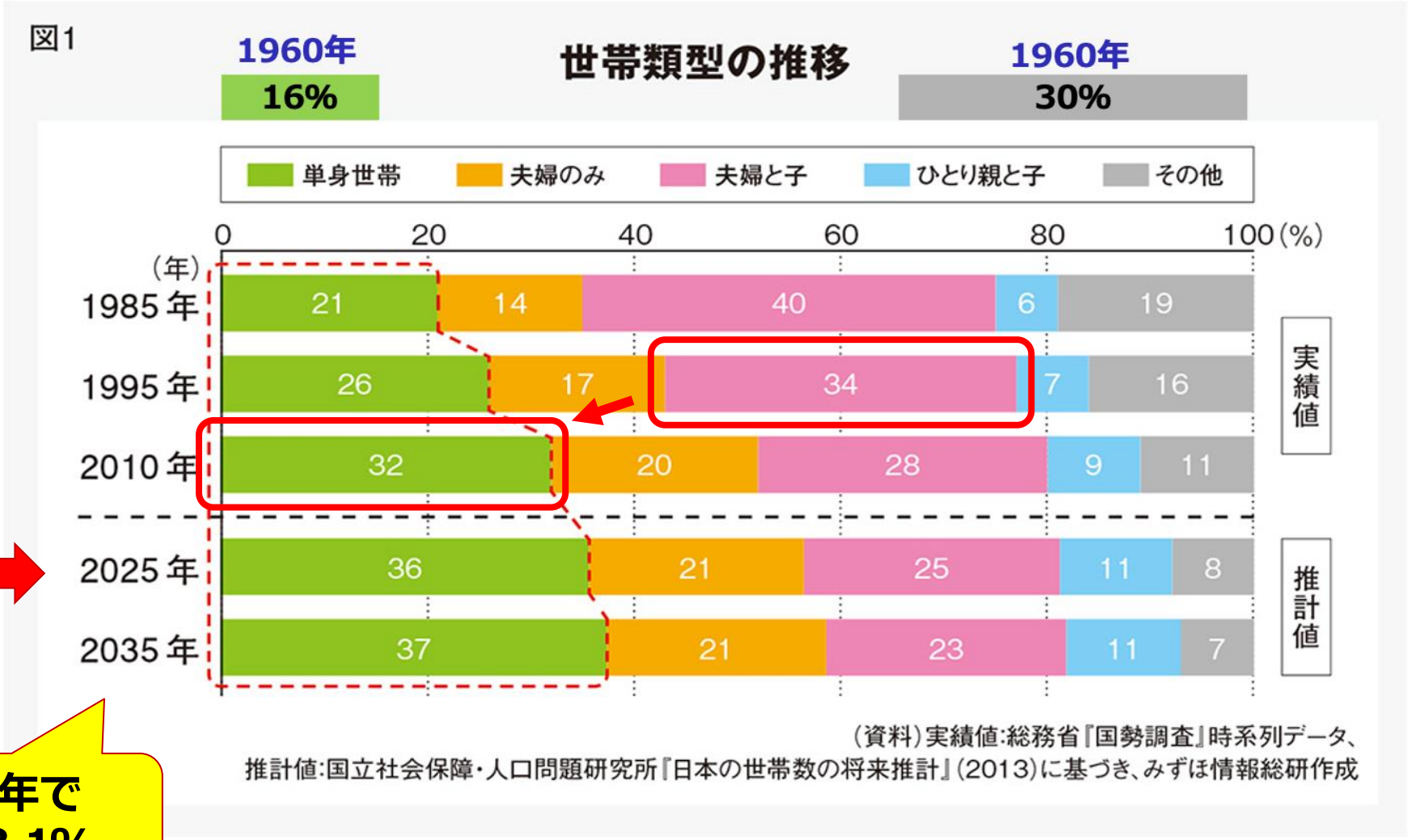
血縁（家族・親族）
社縁（会社・職場）の弱体化
地縁（地域・近隣）



個人化・単身化
（孤独孤立化）

多世代世帯は減り、単身世帯が増える

単身世帯増える
高齢独居増える



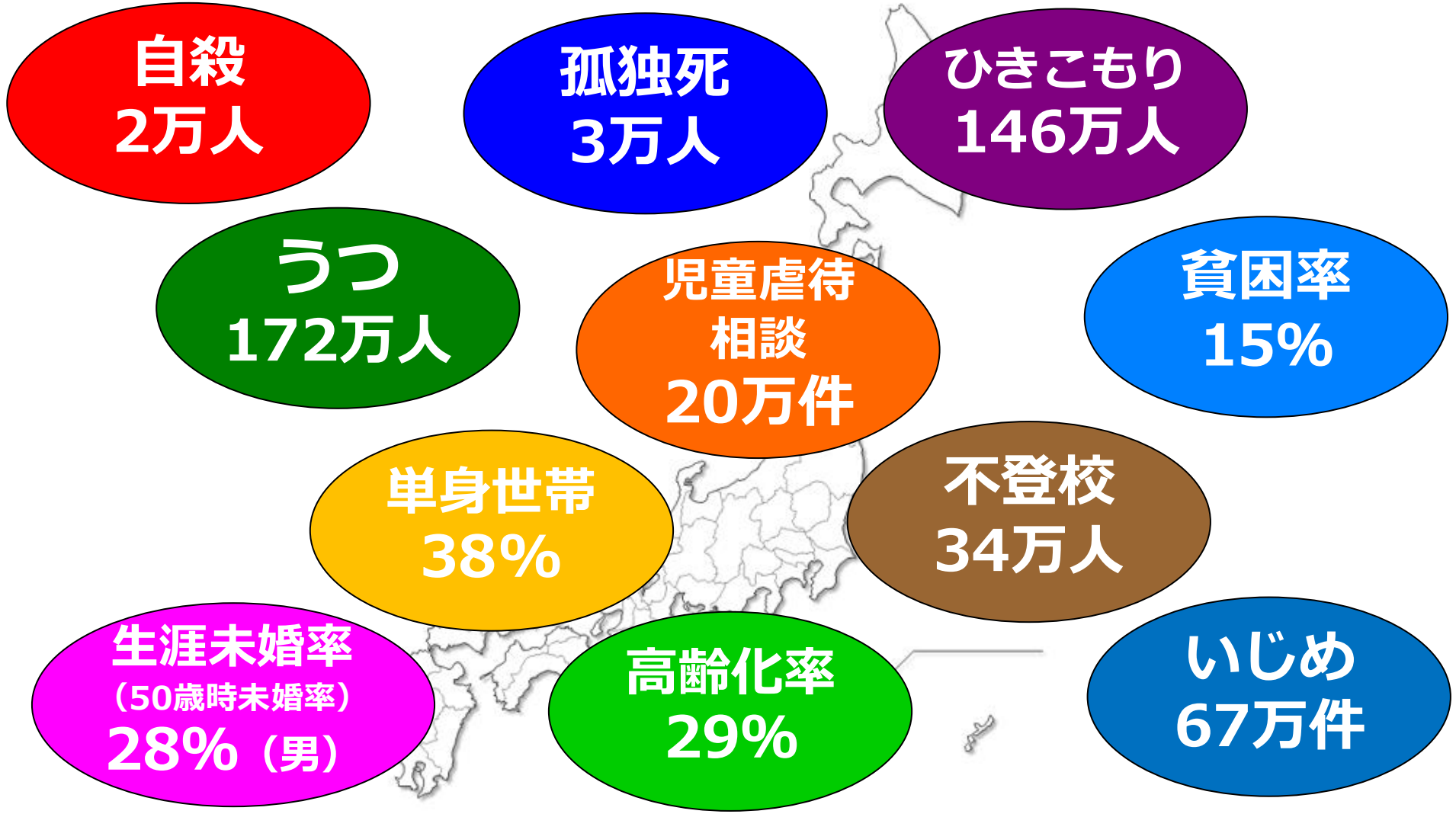
2020年で
既に38.1%

世帯構成の変化

	3世代家族	核家族	単身世帯
1955年	約44%	約35%	約11%
1980年	約20%	約42%	約20%
2020年	約8%	約25%	約38%

出典：総務省 国勢調査、内閣府資料などより

現代日本社会の状況（統計データより）



問題構造まとめ

■ 共同性の衰退

- 都市化・市場経済・消費社会
- 血縁・社縁・地縁の弱体化

■ 孤独孤立化

- 生涯未婚率・単身世帯率
- 自由で選択的➡バラバラになりやすい個人

■ 社会課題の噴出

- 自殺・うつ・ひきこもり・児童虐待・孤独死

CRファクトリー
Community & Relationship

解決の方向性

次の時代の鍵

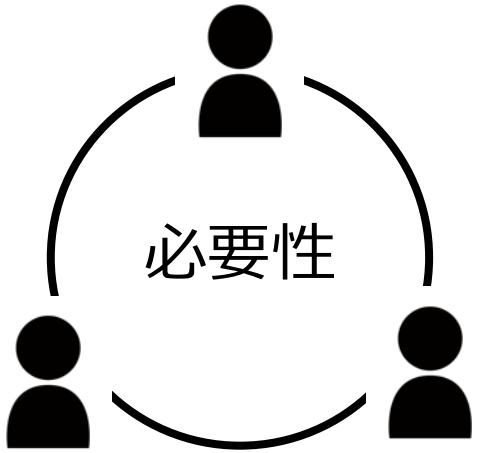
成熟社会や**定常社会**における
豊かさの鍵は、ずばり
「コミュニティ」と「つながり」

※成熟社会・定常社会：経済の低成長や人口減少・少子高齢化が進む社会

「目的」「困りごと」「楽しさ」でつながる

近代
（農村共同体）

現代
（都市社会）

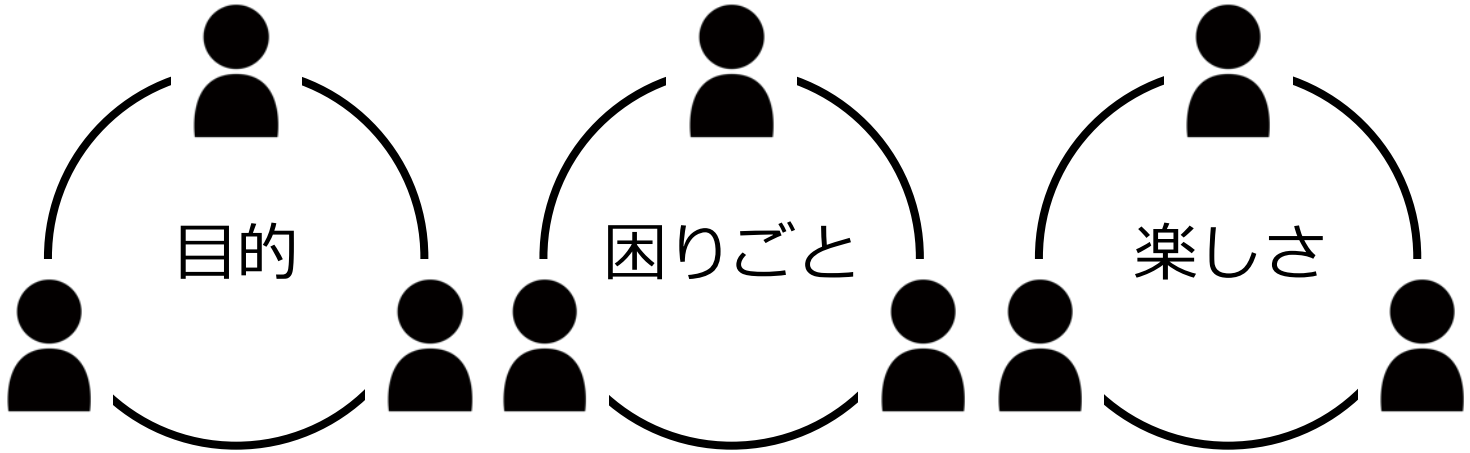


都市化
核家族化

凝集

バラバラ

会社員
分業



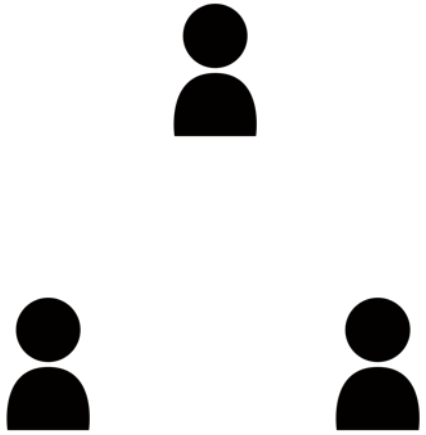
農作業
先祖の祭祀

NPO・市民活動・コミュニティ

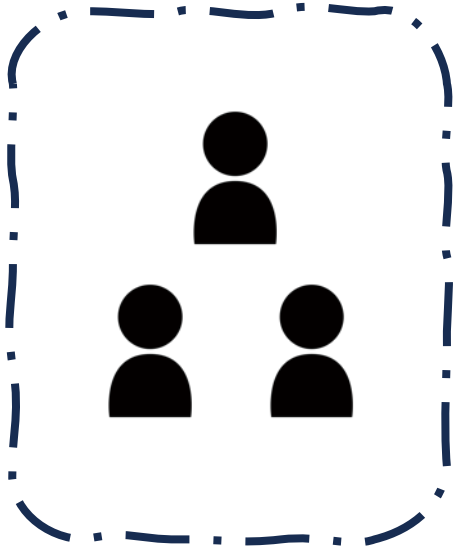
**結果的に
コミュニティ
（共同性）
が生まれる**

「裸」と「膜」と「殻」

裸
グローバリゼーション環境の中で
個人化し、自己責任化していく



膜
やわらかい膜で閉じる
（膜を通じて外と内が行き来する）



殻
堅い殻で閉じる

グローバリゼーション環境の中で個人化・自己責任化するでもなく、
堅い殻で閉じて内輪・鎖国するでもなく、やわらかい境界線で心地良く行き来する

いろいろな形や色がある／にじみ出る・しみ出る

無色ではなく
↓
色をつくる

わかりやすさ
鮮明な色
↕
わかりにくさ
あいまいな色

やわらかい膜を通して、人が行き来する。
コミュニティ同士も交流し連携する。
個人の中にもいろいろな色（コミュニティ）がある。

StrongTiesとWeakTiesの組み合わせ

StrongTies
安心と信頼の
強いつながり

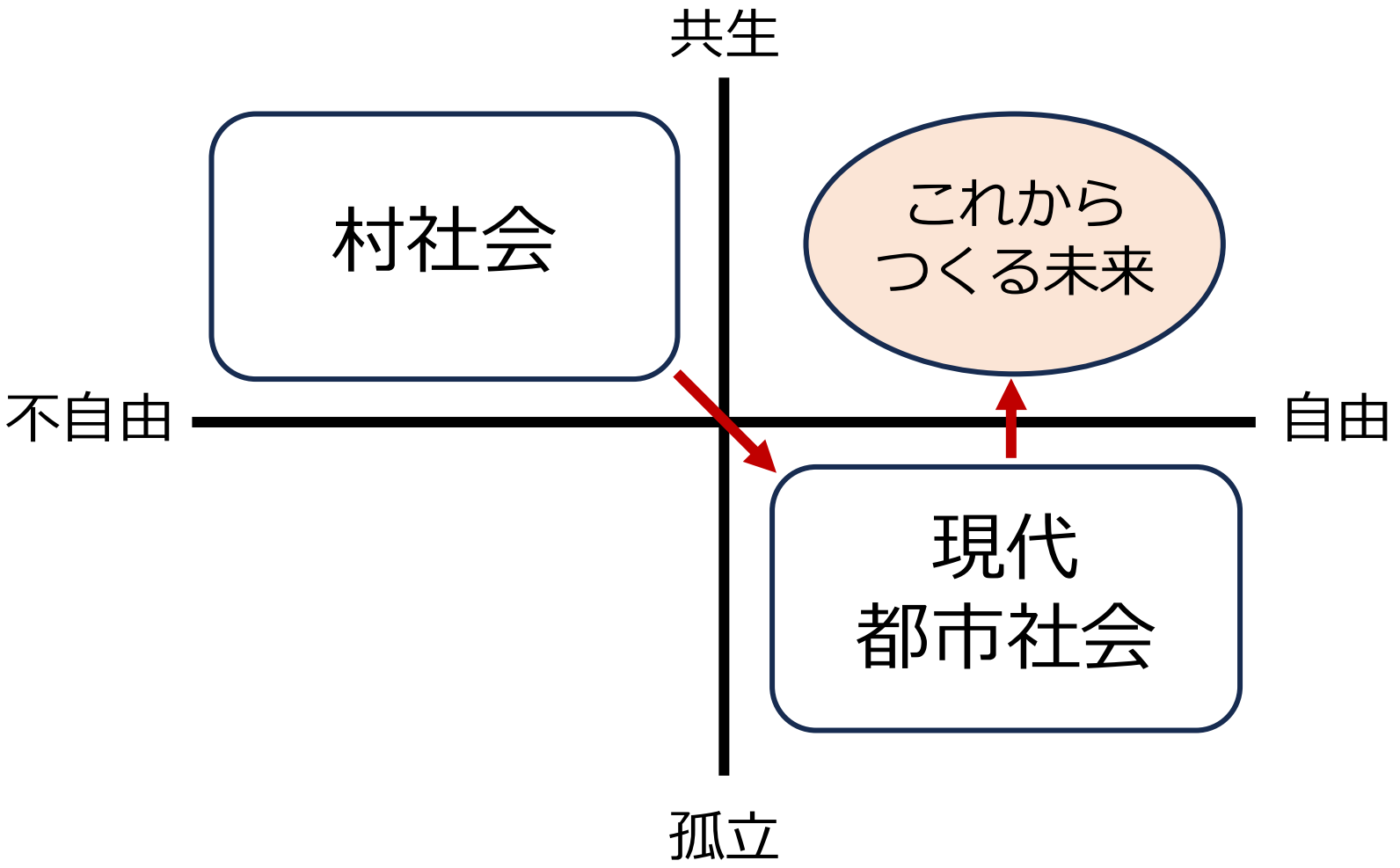
居場所
弱さの共有

WeakTies
気軽さと学びの
ゆるやかなつながり

あいさつ
楽しさの共有

両方あるといい　組み合わせ　ハイブリッド

自由で共生できる社会



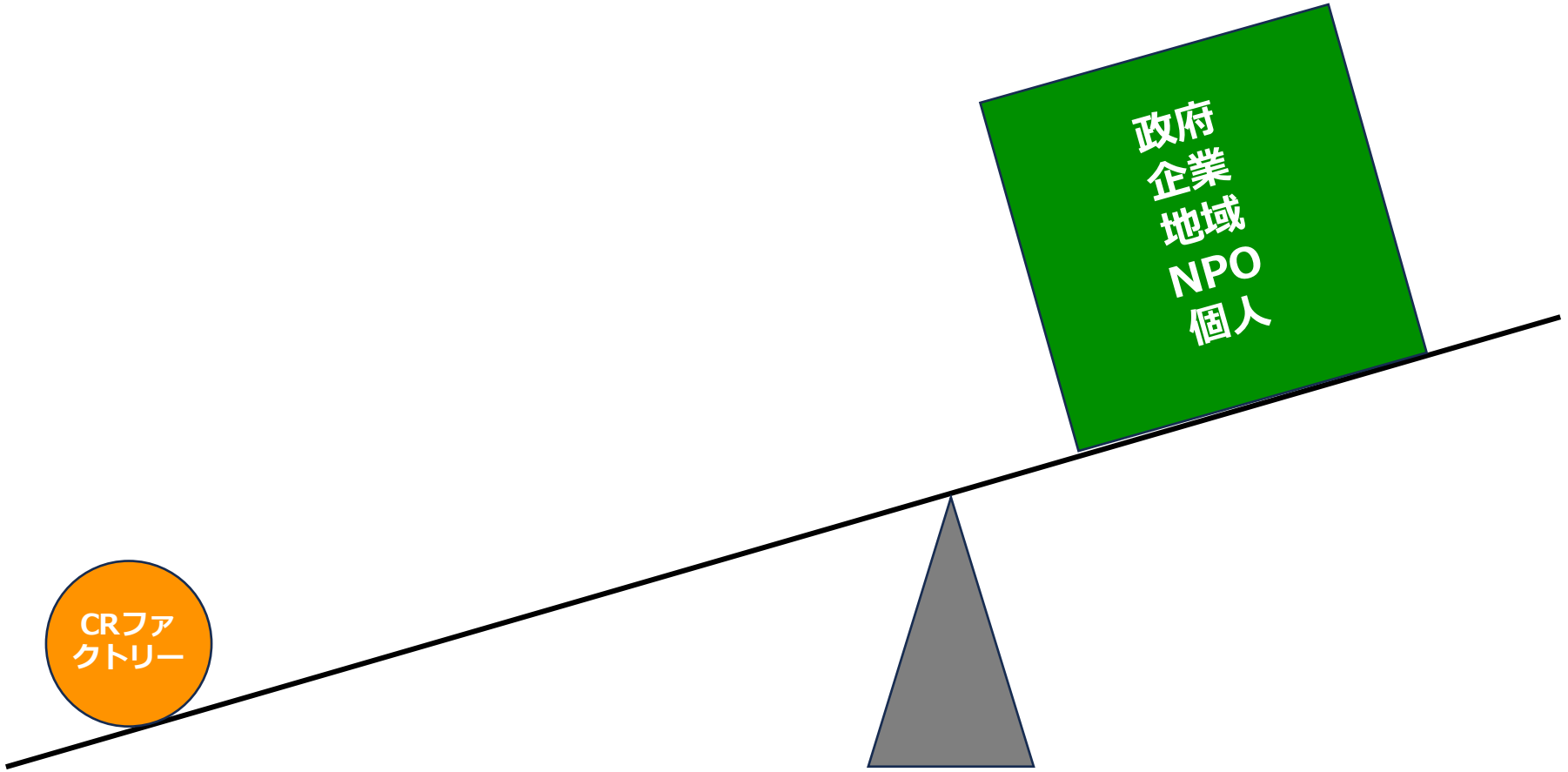
今は「コミュニティ再編」のとき

- ここからは**「山登り」**
- 10年～20年かけてコミュニティを
  再編していくフェーズになる
- いま新たに人々をつなぎ直す
  “コミュニティのかたち”
  が求められている

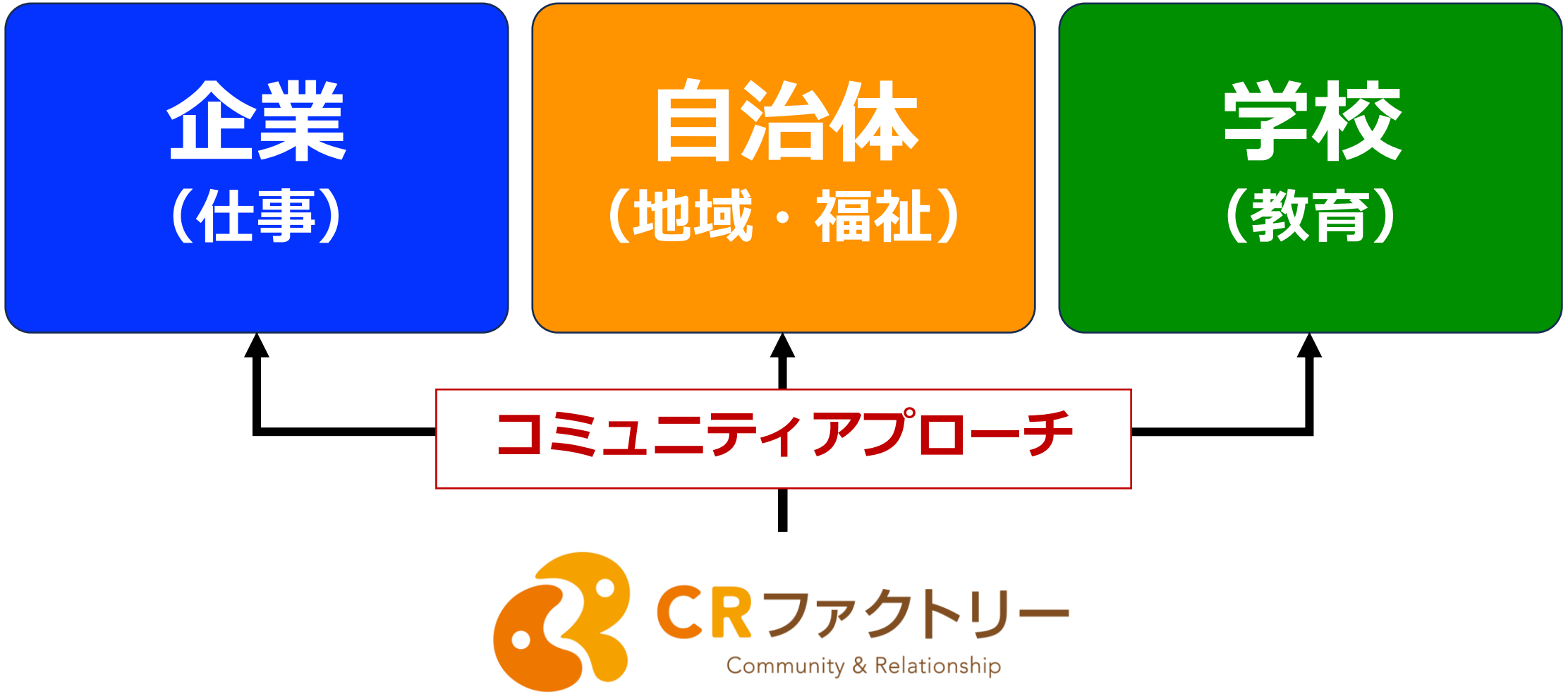
CRファクトリー
Community & Relationship

戦略

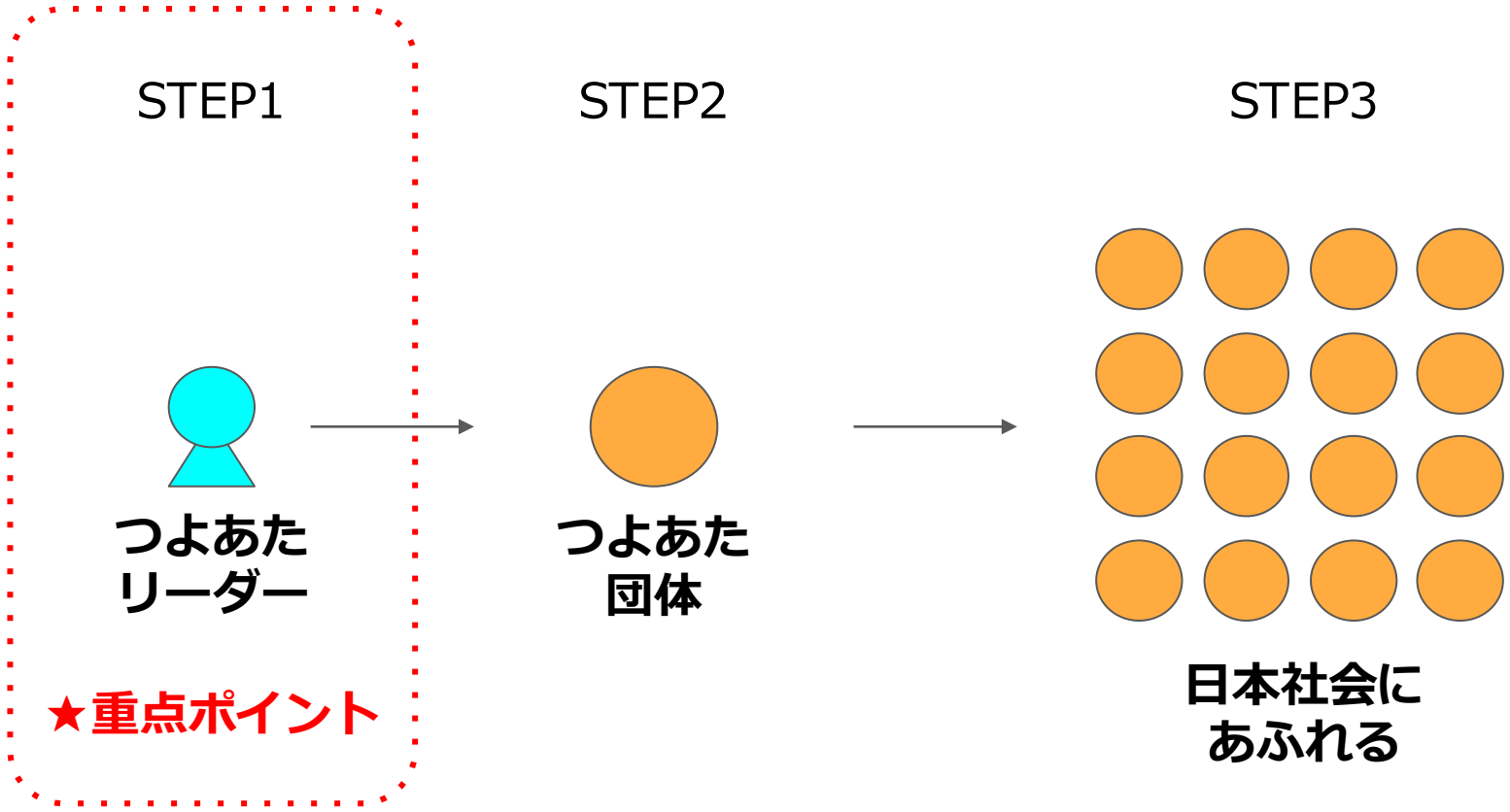
レバレッジ戦略



戦略の方向性

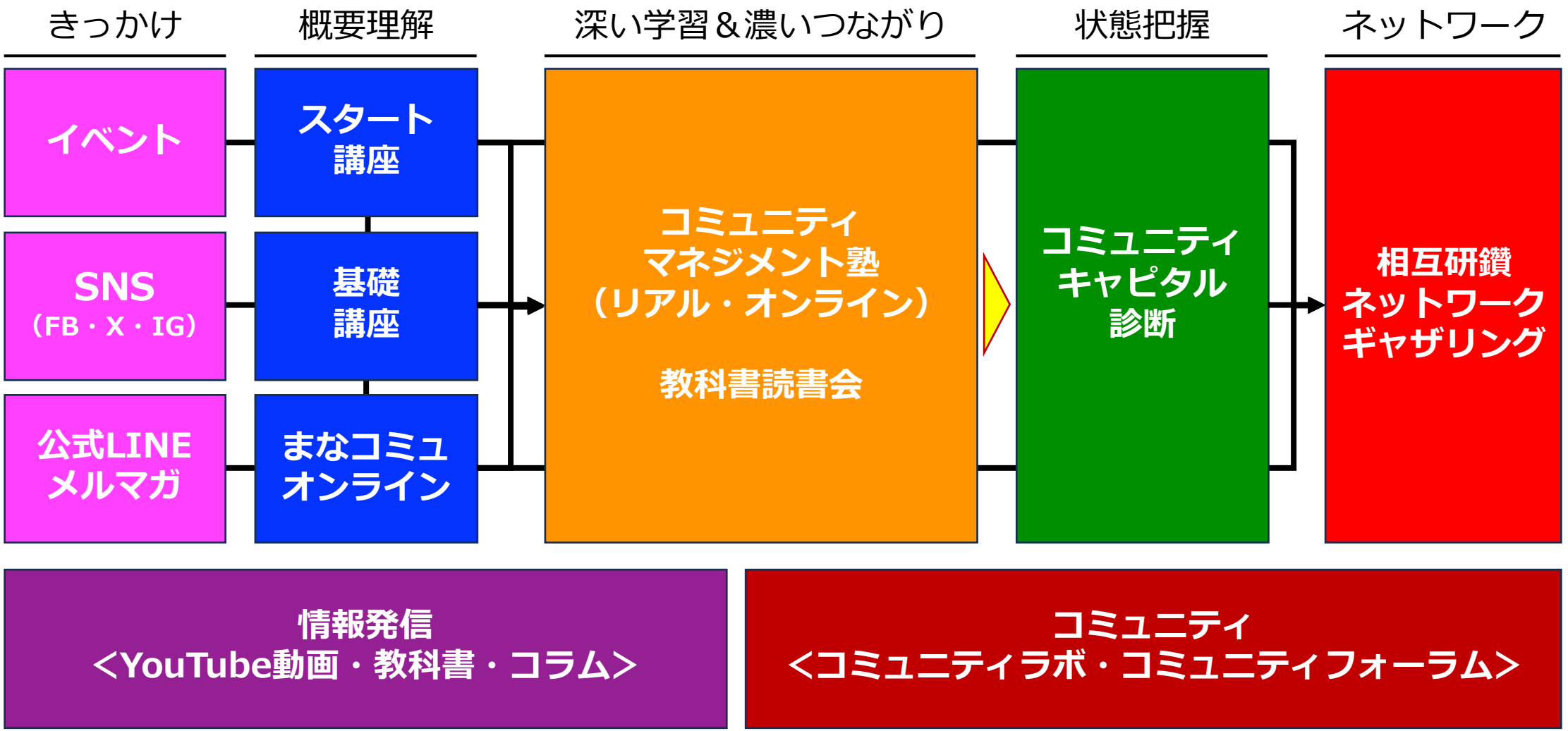

企業
（仕事）
自治体
（地域・福祉）
学校
（教育）
コミュニティアプローチ
CRファクトリー
Community & Relationship

【ビジョン】
「つよくあたたかい組織（良いコミュニティ）があふれている社会」の実現



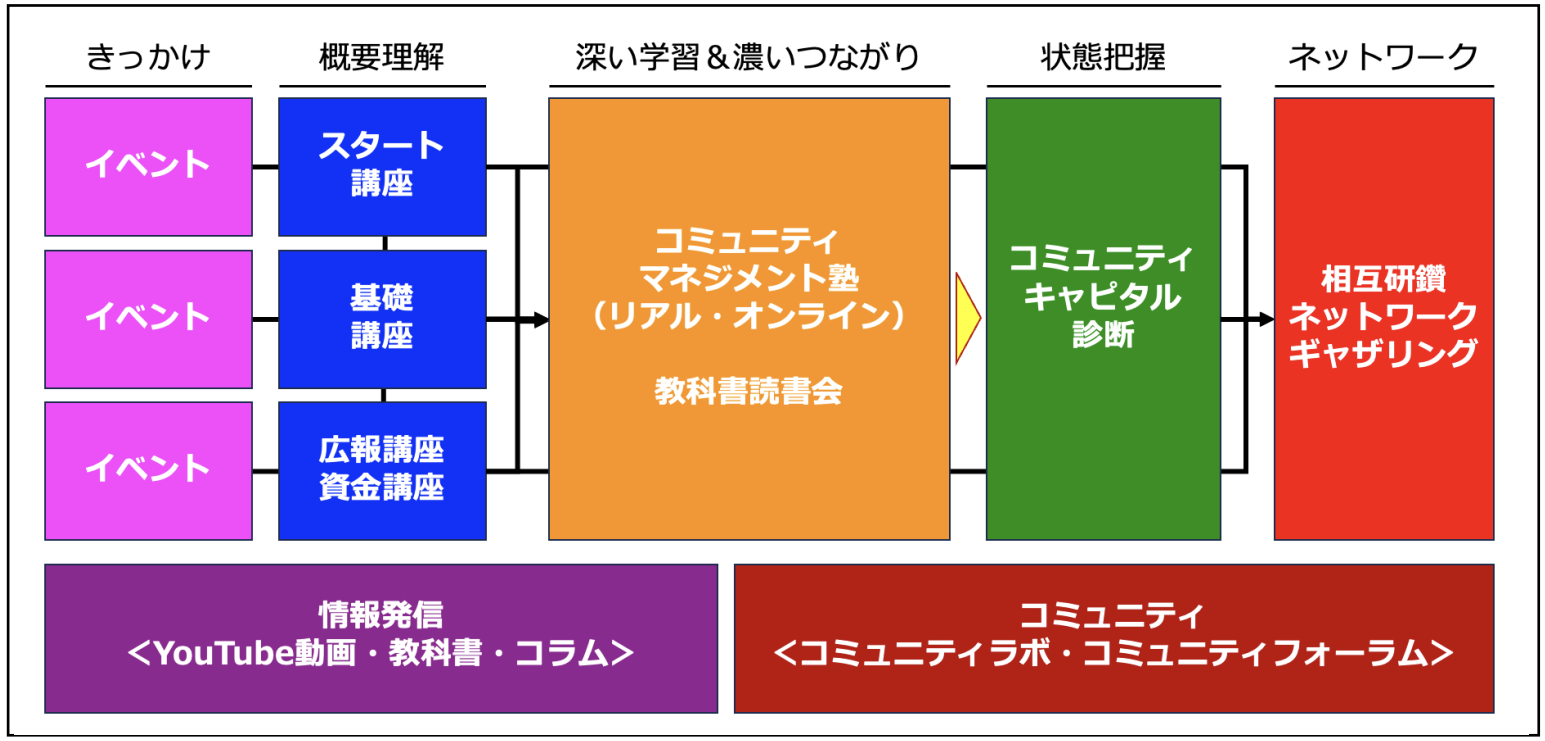
「つよあたリーダー」がいないことには、強くあたたかい組織は日本社会に溢れない！！

コミュニティエンパワメントモデル



「モデルの精錬・深化」と「社会啓発」

「コミュニティエンパワメントモデル」の精錬・深化を進めながら、それを「情報発信・社会啓発」につなげて社会環境を変えていく



研究＆仲間づくり

情報発信
社会啓発

ホームページ
SNS（FB・X・IG）
YouTube
note（コラム）
メルマガ
書籍出版

社会環境を変える

CRファクトリー
Community & Relationship

多地域展開

市民活動包括支援モデルの目的

○○市で活動するNPO・市民活動・地域活動・サークル活動等の団体を対象として、

① 団体運営について学ぶ機会を提供することで、団体の成長や組織基盤の強化を促進する

② 団体同士がつながる機会を提供することで、継続的に学び合い高め合うネットワークを形成する

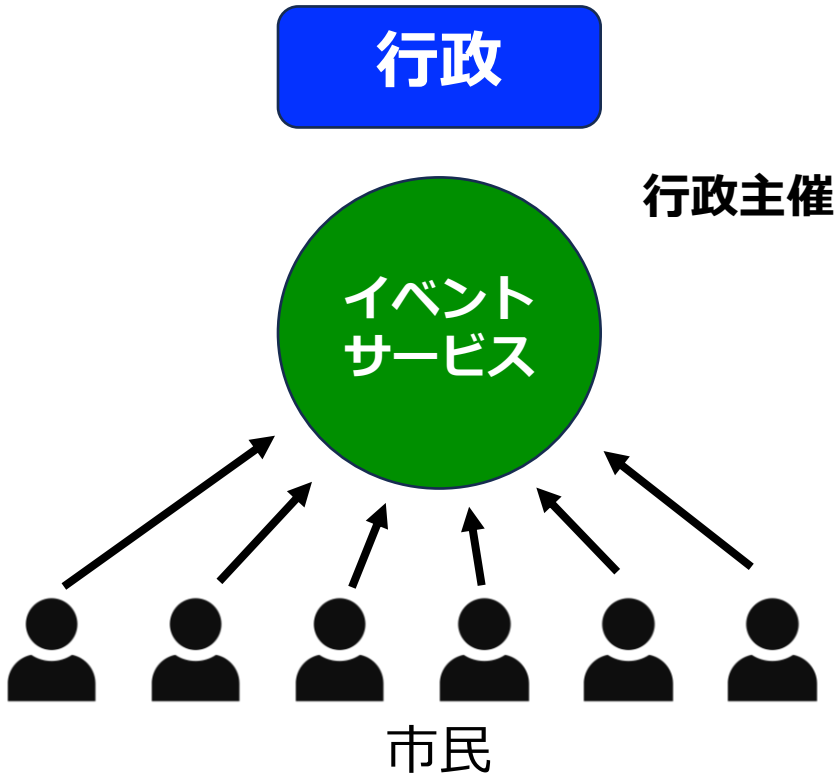
③ これから団体・活動を立ち上げたい人を支援することで、団体やプロジェクトの設立・始動を促進する

④ 市民活動に関心を持つ人（関心層）を増やすことで、これから（次世代）の担い手を開拓する

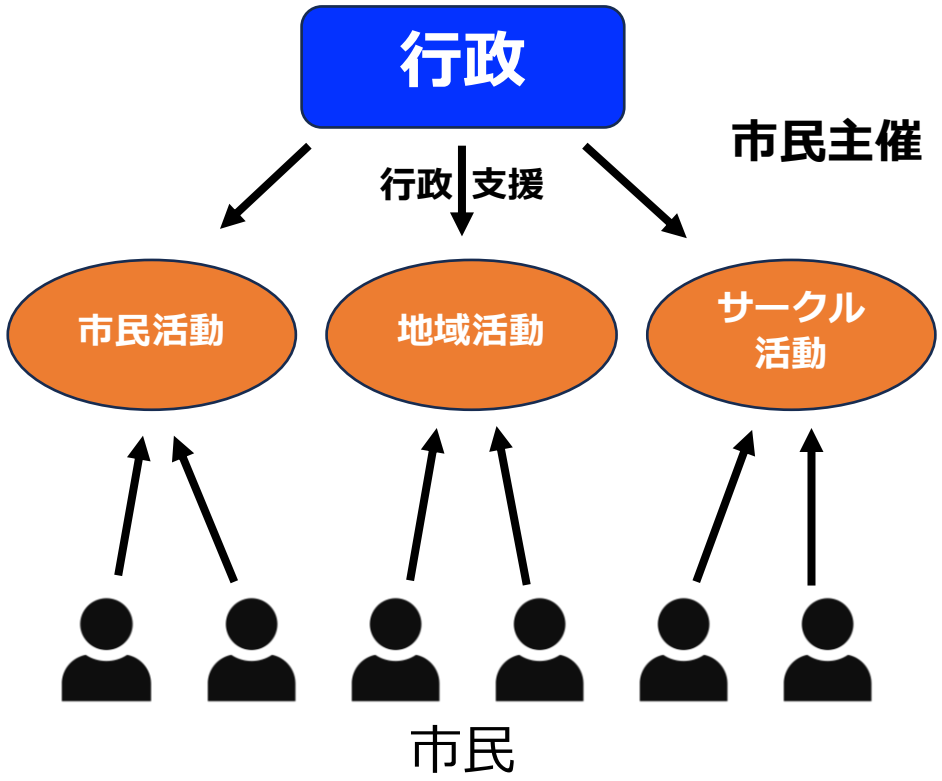
地域に“中粒”の市民活動・地域活動団体をたくさん増やしていく

行政主導モデルから市民活動支援モデルへ

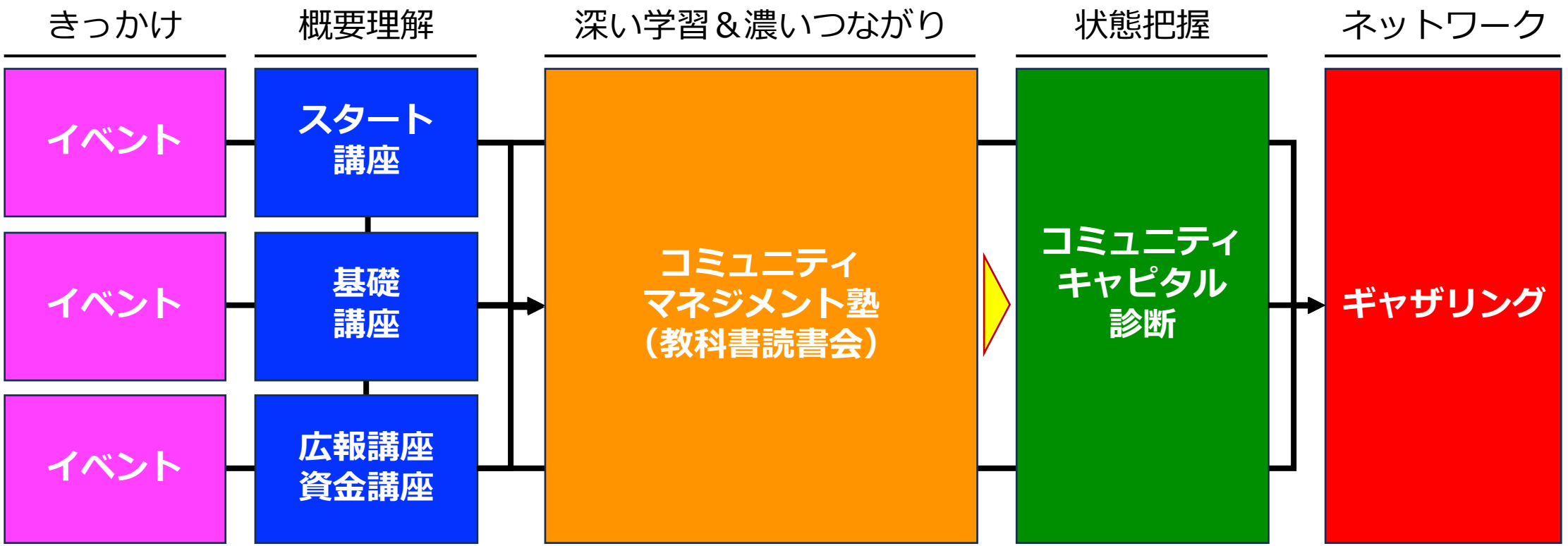
行政主導モデル
（×行政依存　×財政負担）



市民活動支援モデル
（○多様なニーズ対応　○行政コスト削減）



市民活動包括支援モデル



CRファクトリー
Community & Relationship

長期戦略

レバレッジ戦略

「あと30年かけて社会を変える」という壮大なビジョンがあり、かつ**「資金的な限界によるエンジンの小型化（有給職員を増やせない）」**という明確なボトルネックがある場合、これからの10年で磨くべきは、自団体の器を大きくするスキルではなく、**「自団体の外側にあるリソースを動かす力」へのシフト**です。

これからの10年、特に意識すべき3つの能力を提案します。

1.アライアンス・構築力

アライアンス・構築力（「他社のエンジン」を借りる力）

自前で雇用できないのであれば、「すでにリソース（人・カネ・顧客）を持っている企業や行政」を巻き込み、彼らのエンジンを使って、ビジョンを実現するプロジェクトを走らせる方法です

- **必要なスキル:**
  - **翻訳能力:** コミュニティの価値（社会的インパクト）を、企業の論理（人的資本経営、社員エンゲージメント、イノベーション創出）や、行政の論理（孤独・孤立対策、地域防災）に翻訳して提案する力。
  - **B2B事業開発力:** 寄付のお願いではなく、「対等なパートナーシップ契約」や「研修・コンサルティング等の事業提供」として資金を獲得する力。

2.知的財産の「パッケージ化・普及」力

知的財産の「パッケージ化・普及」力（フランチャイズ的思考）

CRファクトリーが持つ「コミュニティマネジメントの知見」は、非常に価値の高い無形資産です。これを「人が動いて教える」のではなく、「型（メソッド）として流通させる」ことで、日本中で似たような良質なコミュニティが生まれる状況を作ります。

- **必要なスキル:**
  - **形式知化・教材化:** 職人芸的なノウハウを、誰でも再現可能なツールやカリキュラムに落とし込む力（「販売・ライセンス可能」なレベルに）。
  - **認定・ライセンス設計:** ノウハウの使用権を販売したり、認定講師（アンバサダー）を育成して全国に広げたりする仕組み作り。これにより、労働集約型から脱却し、収益性の高いモデルへ転換できます。

3.パブリック・アフェアーズカ

パブリック・アフェアーズカ（「空気」と「ルール」を変える力）

30年後に「当たり前の社会」にするためには、現場の実践だけでなく、世論形成や政策提言が必要です。「コミュニティ活動は良いこと」というレベルから、「コミュニティへの投資は社会インフラとして必須である」という認識へ社会をアップデートする力です。

- **必要なスキル:**
  - **ロビイング・政策提言:** 行政や議員と連携し、孤独対策や地域活性化の予算・制度自体を作りにいく動き。
  - **ソート・リーダーシップ:** 書籍、講演、メディアを通じて「コミュニティの第一人者」として社会的な問いを投げかけ、時代の潮流を作る発信力。

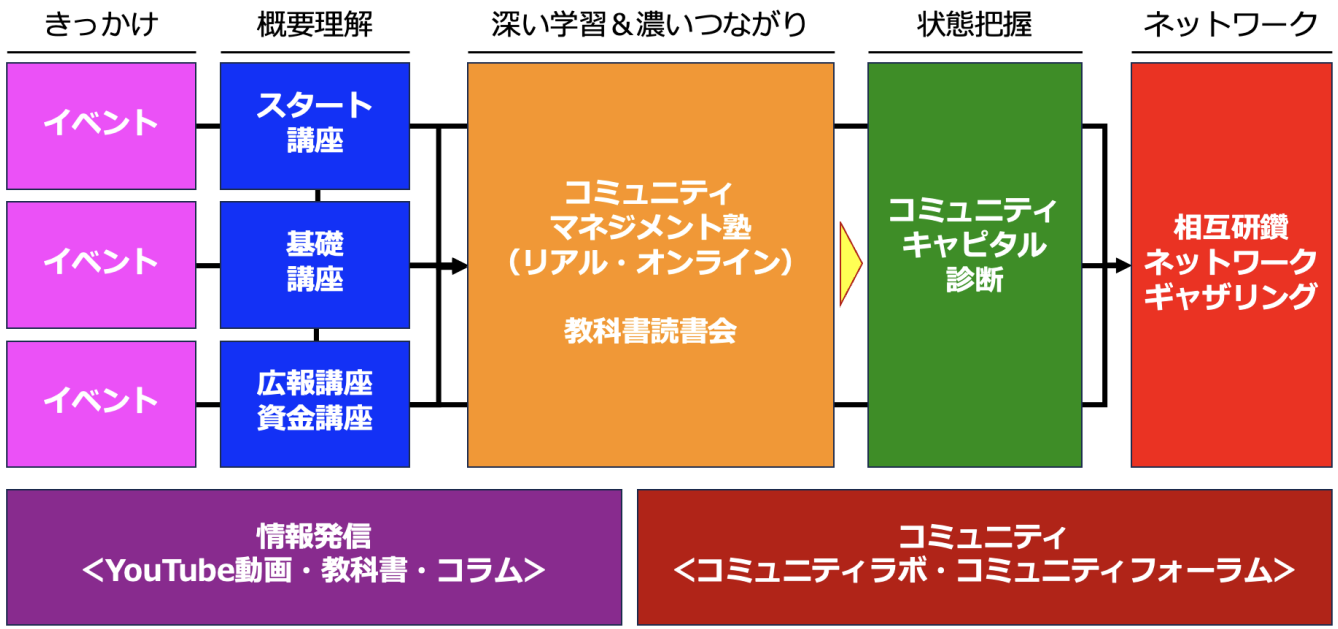
プレイヤーから「オーケストレーター」へ

結論：プレイヤーから「オーケストレーター」へ

これまでの20年は、「素晴らしいオーケストラ（自団体）を作り、演奏する能力」を磨いてこられたのだと思います。

これからの10年は、**「楽譜（メソッド）を配り、他の楽団（企業・行政・他団体）も巻き込んで、日本中で大合奏を起こす能力（オーケストレーター）」**への転換が、資金の壁を突破し、30年後のビジョンを手繰り寄せる鍵になるのではないでしょうか。

モデル



コミュニティエンパワメントモデル
（研究開発＆仲間づくり）

情報発信・社会啓発
（社会環境を変える）

50年かけて社会環境・社会構造に変化をつくる!!