



認知症のお客様と奈良の姪御様を訪問 1泊2日の旅

舞子の施設に入所されている、認知症のお客様と1泊で奈良へ行って来ました。奈良というのは、よく面会に来られるお客様の姪御様のお住まいです。認知症を患われる前はよくお友達と釜飯を食べに訪れられていたとのことですが、施設に入所されてからは一度も奈良へ行かれたことがなく、今回、姪御様のご意向で奈良旅行が実現しました。

当日は私と二人きりで奈良まで向かうため、安心してご一緒いただけるよう、出発当日まで何度も施設へ訪問させていただきました。出発当日「どこ行くの?」とやはり、不安なご様子でしたが、施設のスタッフの方が用意してくださった姪御様ご夫婦の写真立てをしっかりと握られ、スムーズに出発できました。行きは混乱されないよう、進路が見え、私からも状態が把握できる助手席に座っていただきました。

途中混乱されることなく、無事、奈良の姪御様のご自宅到着。姪御様ご夫婦が笑顔で出迎えてくださいました。ご自宅では、昔の思い出がつまったアルバムをみんなで鑑賞。思い出すことがなかなか難しいこともありましたが、しばらく昔話を楽しまれました。昼食は、神戸から何度も食べに訪れられていたという「志津香」で釜飯を頂きました。車いすで玄関まで行き、入口から歩行。階段は私と姪御様の旦那様で両側から支える形で上っていただきました。釜飯を半分程、おかずをたくさん召し上がられました。

夕食後、非常にお疲れのようだったので、お部屋で入浴していただくことにしました。浴槽の横に座れるスペースがあったので、まずそこに腰を下ろし、浴槽内にお湯をため、足浴の状態にしてお体を洗いました。たくさんの汗をかいっておられたので、すっきりされたようでした。就寝準備として、ベッド周囲に柵を装着しました。心配していた夜間は、姪御様お付添のもと、3回程度目を開けられたものの、立ち上がられたり、動かれることはなかったそうです。

朝、ご挨拶に何うと「よく眠れたよ」とお返事いただきました。前日のハードスケジュールにも関わらず、発熱なく、血圧も良好で普段と変わらないご様子でした。朝食後は姪御様の旦那様の会社へ。先に出勤されていた旦那様に会うなり、にこ〜と表情が緩みました。さよならのあいさつをし、姪御様が追加してくださった写真立てを終始握って、神戸へ向かいました。帰りの車内ではとても落ち着いているご様子で、景色を眺めておられました。

認知症のお客様ということでどこまで昔を懐かしんでいたか不安はありましたが、場面場面でとても素敵な表情を見せてくださり、心から楽しんでおられるご様子でした。帰り際、「どこへいつてきたの?」という言葉に、少し切ない気持ちにはなりましたが、またご一緒にしたいという気持ちにさせていただきました。本当にありがとうございました。

この指とまれツアー



5 月は芝桜がきれいな三田の永沢寺に行ってきました。永沢寺と言えば花菖蒲が有名ですが、芝桜も見応え十分。絨毯のように敷き詰められたピンクや白のお花がとってもきれいでした。新しいメンバーも加わりましたが、今までと同じように和気あいあいとした雰囲気でもみなさんとても楽しまれていました。



8 月は日本最大級の植物館、咲くやこの花館に行きました。合計 3 回、暑い日ばかりでしたが、それでも出かけたい！と多数の方がご参加。皆さんお花や植物が大好きで、気候の違う世界中の珍しい植物を多く観れて喜ばれていました。初参加された方も「ゆっくりしたペースだし、ヘルパーや看護師も一緒だからとってもいいわ～」と嬉しい一言。毎月少しずつ参加者が増えて嬉しいです。



11 月は紅葉で有名な長岡京光明寺と長岡天満宮へ行ってきました。4 回のうち 1 回は残念ながら雨天中止となってしまいましたが、他 3 回は天気にも恵まれ、長岡名物のタケノコ料理とすばらしい紅葉を満喫できました。今回は段差も少しあったり、坂道を上ったりしましたがみなさん疲れを見せることなく元気いっぱいでした。

■2013 年度行先一覧と開催実績

	行先	催行回数	参加人数		行先	催行回数	参加人数
4 月	あわじ花さじき	2 回	9 名	10 月	加西コスモス・丹波黒豆収穫	3 回	13 名
5 月	永沢寺芝桜	2 回	8 名	11 月	長岡京光明寺	3 回	18 名
6 月	永沢寺花菖蒲	2 回	9 名	12 月	有馬温泉街歩き	1 回	4 名
7 月	県立フラワーセンター	2 回	9 名	1 月	立川水仙郷	2 回	8 名
8 月	鶴見緑地公園	3 回	13 名	2 月	海遊館	1 回	4 名
9 月	神戸花鳥園	2 回	10 名	3 月	室津街歩き	2 回	8 名
合計						25 回	113 名



「なぜこのツアーに申し込んだのですか？」

返ってくる答えの大半は、「自分の目で被災地を見てみたかった」「関西発のツアーが他になかった」。裏を返せば、多くの参加者はこのツアーを単に「被災地を目撃するための方法」ととらえ、その機会こそを購入してくれているにすぎないという読み解き方もできる。今や関西からボランティアバスはほとんど出ていない。比較検討の対象となる選択肢は与えられていないのだ。

そうしてとにかく被災地へ入る切符を手にしてやって来た参加者の感覚には、やはり型どおりの「ボランティア、観が強く根付いている。

「ボランティアとは、ほこりにまみれ、汗水流して作業に打ち込むことだ」

震災発生から3年。復旧作業は大きく進み、被災地

人は来なくなった。

さてこうなってみると、これでいいわけがない。

世間に数少なくなった（主に首都圏発の）他社ツアーを見ると、その行程表には農作業や漁業作業のお手伝いといった文字が増えてきている。観光客の



「何より続いていくために」



のニーズも大きく変容している。古民家ツアーの添乗は、毎回、この「ボランティア＝作業」という信仰を打ち崩す手続きから始まる。

「観光資源」という言葉を、「他地域から人を呼ぶためのネタ」という意味にだけ限定して使うならば、ボランティア作業ほど爆発的な集客力を持った観光資源も他にない。ただし、「観光客の飽き」が最大の脅威となる通常の観光資源にくらべて、ボランティア作業はよりずっと速いスピードで消耗していく。震災発生以降、遠路はるばる東北に乗り込んだボランティアたちは、目覚ましい活躍を見せた。作業は進み、その量はみるみる減っていった。

そしてその当然の結果として、バスは出なくなり、

受け入れ態勢が戻りつつある中、「支援の一環として東北へ観光に出かけよう」という呼び声のツアーも多く販売されるようになった。これもひとつの答えだろう。ただ、農漁業作業という日本中の至るところで行われている活動のお手伝いをするだけで、また、お定まりの観光コースをなぞるだけで、「必ずまた来たい」という強い思いを顧客に持ってもらえるのか、企画の持続力という点に危うさは残る。

昨年の催行では、「私の方が被災地から元気をもらった」という声が続出した。旅行商品であるこのツアーに、代金を支払って参加する顧客が最大の利益を得なくてはならないことは言うまでもない。が、被災地ツアーの特殊性を思うとき、同じくらいの利益が現地に落ちなければ、これは「被災地ツアー」として成立しない。

気の遠くなるほど長く曖昧な復興への道のり。旅行業者は長く愛され、売れ続ける「優良ツアー」を造成すること。これに乗る参加者は、念願の現地で自ら集めた確かな材料を元に、それぞれが正しいと信じる支援の道を歩み始めること。そして被災地は、細くても長く、ツアーに乗ってやって来る訪問者から力を引き出し続けること。三者の成す輪の取っ掛かりは、「被災地なのに安心して楽しめる」4日間を創るところにこそある。

しゃらく旅倶楽部事業

平成 25 年度の全体実績としては、受注件数 184 件（前年比 60.0%増）、利用者数 592 人（前年比 34.2%増）ともに大幅に増加、売上金額としては過去最高となる 21,442,429 円（前年比約 60%増）を達成した。

●受注型企画旅行の売上金額は前年比 21.1%アップ。新規顧客の大口案件が増えたことがそのまま数字に表れた格好である。しかしながら重度で寝たきりのお客様が多いことから再度の利用は期待しづらく、引き続き新規顧客の獲得が課題である。

●手配旅行の売上金額は前年に比べて 64.1%と大幅にアップした。しかしながらその増加分のほとんどが長期的な利用が期待できない、ある特定のお客様からの受注であったため実質的には前年とほぼ横並びの数字と言える。新規顧客も増え、受注件数も増加しているにも関わらず、売上、収益ともに実績が上がっていない現状を改善する必要がある。

●募集型企画旅行では、古民家再生ツアーが売上金額 52.3%増と、事業部全体の実績アップの牽引役となった。SHINGAN ツアーも含めた全 9 回のほとんどが満席となり、売上金額では介護付き旅行全体とほぼ変わらない規模にまで成長した。ただし今後被災地への関心が低くなっていくことも予想され、中長期的にはコンテンツや集客方法等においても抜本的な見直しが必要である。

この指とまれツアー

・低価格の団体日帰り旅行の実施

前年度実施したモニターツアー企画『旅リハ』の実績をもとに、以下の内容で少人数の日帰り団体旅行を実施した。

●対象：自力歩行可能ではあるが外出しにくい神戸市内在住の高齢者

●頻度： 1～2回/月 ●参加者数：4～7名/1回

●行先：兵庫県・大阪府・京都府等関西圏内の花で有名な観光地（片道 30 分～1 時間 30 分）

●価格：4,980 円＋高速代・駐車場代等諸経費/1 回

●目的：新規顧客の開拓・囲い込み

●目標：顧客リスト 50 名分

結果、年間合計で 25 回実施、延べ 113 名の参加で売上金額は 630,610 円となった。顧客リストは 52 名分を獲得、なんとか目標は達成できた。

反省点としては以下のものが挙げられる。

■今年度は最も暑い 8 月 9 月、最も寒い 1 月 2 月にも催行したが、①外出の意欲が乏しい②体力の消耗が激しい③健康管理上のリスクが高いことを考慮すると、毎月開催は見直すべきである。

■レギュラーメンバーが転倒や健康状態の悪化等を理由に参加となるケースが多かった。安定した収入を確保しながら継続運営していくには、より多くの新規顧客獲得が必要である。

東日本大震災被災地バスツアー

- ・一般を対象とした「古民家再生バスツアー」の催行（9 便）
- ・県内の中高生を対象とした「SHINGAN Project」の催行（1 便）

一般向けの「古民家再生バスツアー」、中高生向けの「SHINGAN Project」（NPO 法人生涯学習サポート兵庫との共同企画）と銘打って 2012 年度よりスタートさせた被災地バスツアーだが、2013 年度は一般向け 9 便（7 月～11 月、3 月）＋中高生向け 1 便（3 月）の計 10 便を催行した。初年度は計 8 本の催行で、本数として前年比 2 便（いずれも一般向け）を上乗せすることができた。

両ツアーを合わせた参加人数は、のべ 230 名（前年比＋41 名）。売り上げは 7,090,000 円（同＋1,336,945 円）だが、2013 年度は全 10 便にひょうごボランティアプラザ「被災地交流励ましボランティア活動助成事業」の助成（200,000 円/回 × 10 回＝計 2,000,000 円）を受けることができた。

3 泊 4 日（うち 2 泊は車中泊）の行程と活動内容は概ね前年度の形を踏襲するものだったが、SHINGAN では姫路駅を出発地に加えた点と、古民家ツアーでは 3 月に 1 便を催行した点が新しい試みとなった。また、上記助成事業の趣旨である「励ましと交流」を組み込んだコンテンツとして、仮設住宅の訪問を各回に盛り込んだ。その分、活動場所での作業時間は圧迫されることとなったが、個々人のふりかえりに耳を傾けると、この「被災者との対話」が参加者に企画時点の想定を大きく上回る印象を与えたことがうかがい知れた。

集客状況は概して前年を上回る好調だったが、参加者からの聴き取りを踏まえつつ市場動向に目をやると、「被災地へ足を運びたい」という顧客ニーズが震災発生から 3 年を経てもなお弱まっていないこと、そして、関西を定期的に発着するツアーバスが他にほぼ出ていないという現況が当ツアーにとって大きな追い風となっていることが見て取れる。前年も見られた中四国地方からの参加者が微増したことに加え、九州地方からの申込みが複数あったことから、このことがうかがえる。

しゃらく旅倶楽部売上金額実績（単位：円）※H23 年度「がんばっぺ東北ツアー」実績は除く

	受注型 企画旅行	手配旅行	募集型企画旅行		合計	受注件数 (のべ)	利用者数 (のべ)
			この指とまれ	社会学校			
H25 年度	4,604,081	7,129,238	630,610	9,078,500	21,442,429	184	592
H24 年度	3,828,203	4,345,241	—	5,999,335	12,911,927	115	441
H23 年度	6,609,299	2,835,049	—	—	9,444,348	76	258
H22 年度	7,350,295	4,128,467	—	—	11,478,762	49	132

- ・難病や医療的ケアが必要な子供たちの夢を夢で終わらせることなく、市民の支援によって夢を叶えていく事業

2013 年

夢が叶ったチャレンジャー 5 名をご紹介します。



・夢生くん（当時 3 歳）

「ディズニーランドへ行ってディズニー音楽を聞きたい」

566g で生まれ、体にたくさんの障害をもつ夢生くん。これまでに一番遠くに出かけたのは兵庫県内の病院でした。2013 年 9 月 12 日～ 14 日にかけて、夢生くんとお兄ちゃん、お父さんお母さん 4 人と夢の見届け人である学生スタッフの旅が始まりました。初めての新幹線・モノレール・バス・アトラクション、そしてパレード。夢生くんは初めての空気に触れ、たくさんの音楽を聞き最高の笑顔を見せてくれました。帰ってきた時のご家族の笑顔は忘れられません。夢生くんの夢実現の費用は総額 384,655 円でした。



・遼輔くん（当時 5 歳）

「日本ハムの大引選手とキャッチボールがしたい」

小児脳腫瘍と闘う遼輔くん。脳腫瘍の影響で、左目を失明している遼輔くん、「残る右目の視野が保たれている間に、なんとしてでも夢を叶えたい」そう強く願ったのは、ご家族だけでなく、まさゆめファミリーも同じ気持ちでした。9 月 14 日、ヤフオクドームでその夢は叶いました。大引選手は怪我で休場しているにもかかわらず、

遼輔くんのために時間を作り、キャッチボールとトスバッティングをしてくれました。一球一球気持ちを入れて投げ込む遼輔くんの姿に、周りで見守っていたまさゆめファミリーは強く感動しました。

遼輔くんの夢実現費用は総額 252,706 円でした。

事業報告～ハイライト～

「まさゆめ」Project

・直生くん（当時 13 歳） 「ロケットの打ち上げを見たい」

小児がんと闘う直生くん。鹿児島県内之浦宇宙空間観測所において打ち上げられたイプシロンロケットの打ち上げを見に行きました。打ち上げの延期が 2 回続き、3 度目鹿児島入りでようやく見ることができたロケットの打ち上げの成功でした。この日のために真夏の街頭に一緒に何時間も立ち、寄付を募りました。夢が叶った直生くん、これで病気と向き合えると語ってくれました。直生くんの夢実現費用は総額 418,158 円でした。



・慎之助くん（当時 18 歳） 「大好きな動物たちとたくさん触れ合いたい」

急性脳症後遺症で、肢体不自由と闘う慎之助くん。2 歳になる直前、高熱で倒れた慎之助くんは、動物が大好きな男の子で、最後に家族で行ったアドベンチャーワールドが思い出の場所です。修学旅行みたいワイワイ旅行に行きたいという希望もあり、まさゆめファミリーの同級生の仲間と 9 月 28

日～ 29 日に白浜へでかけました。イルカと泳いだり、象に餌をあげたり、うさぎを抱いたりたくさんの動物たちと触れ合い、いろんな表情をみせてくれました。慎之助くんに夢実現費用は総額 210,479 円でした。

・セナ君（当時 16 歳） 「自分の名前のルーツであるブラジルに行きたい」

福山形筋ジストロフィーと闘うセナくん。セナ君の名前はブラジル出身の F1 レーサー「アイルトン・セナ」に由来し、「世界に名を霸せる人になれ」と名付けられました。ブラジルに渡航するための費用は高額で、せなくん自身も体調の許す限り街頭に一緒に立ちました。街頭募金では、過去最高金額のご寄附を頂くことができましたが、同行スタッフの費用を集めることはできませんでした。セナくんご家族のみのブラジル渡航となりましたが、一番の目的であるリオのカーニバルを見ることができ、ブラジル国内の観光もすることができました。せなくんの夢実現費用（航空チケットのみ）は総額 770,040 円でした。



事業報告

まさゆめ Project

チャレンジャー夢実現応援事業

- ・難病や医療的ケアが必要な子供たちの夢を夢で終わらせることなく、市民の支援によって夢を叶えていく事業

2013 年 4 月 1 日からスタートしたまさゆめ Project はチャレンジャー 8 名を抱え、平成 25 年度においては 5 名の子供たちの夢を叶えることができました。チャレンジャーの年齢層は 3 歳から 19 歳と幅広く、当初のまさゆめ Project の条件から外れてしまう 19 歳のチャレンジャー 2 名は、同級生応援プロジェクトとしてサポートして参りました。

主に、関西学院大学・甲南大学・兵庫県立大学・神戸松蔭女子学院大学・兵庫医療大学・くらしき作陽大学・神戸大学の学生さんが中心になり、時にはチャレンジャーの子供たちと一緒に三宮・神戸大丸前にて街頭募金活動を行いました。

平成 25 年度の街頭募金回数は約 69 回、募金頂いた総額は、2,012,022 円です。



もったいない Project

書き損じはがきや、未使用切手などの家庭に眠る不要な財産を回収して、換金し、その資金を緊急性の高いチャレンジャーの夢実現費用の一部にしたり、まさゆめ事務局運営の費用にするプロジェクト「もったいないプロジェクト」にも取り組みました。兵庫県立大学の開本ゼミの学生さんと連携し、不要な財産を入れてもらう返信用の封筒を作成しました。

配布には、多くの学生さんに加え、コープこうべ様、神鋼環境ソリューション労働組合様、また近隣の中学・高等学校の皆様にご協力をいただき、兵庫県内 35,000 戸の家庭に投函しました。総配布数 35,000 部、回収部数 579 部、回収率 1.65%、平均単価 1,971 円 / 部、総換金額 1,141,551 円でした。



クリスマスまさゆめ Project

12 月に行ったクリスマスイベント「クリスマスまさゆめプロジェクト」は、闘病生活で入院期間が長引いてしまい、会話も希薄になりがちな親子に、クリスマスプレゼントを通して楽しい会話や夢を取り戻してもらいたいという目的のもと行われました。兵庫県立こども病院とチャイルドケモハウスに入院中の子供たちを対象に、ほしいプレゼントの内容を親子で考えてもらい、その内容を聞き、サンタさんからのプレゼントを手渡し、最後にサンタさんに感謝の手紙を書いてもらうというものです。プレゼントの資金集めとして、街頭募金を合計 9 回行いました。その結果総額 276,572 円の資金を集めることができ、両施設合計で 239 名の子供たちにクリスマスプレゼントを渡すことができました。



NPO 向けコンサルティング事業

- ・生きがいしごとサポートセンター神戸西事業
- ・NPO 法人設立 / 運営相談窓口事業

生きがいしごとサポートセンター神戸西事業

兵庫県しごと支援課からの補助を受け、2006 年度から当事業を運営している。兵庫県内のほかの中間支援組織との差異化を図るため、当社の強みであるソーシャルビジネスの支援に注力してきた。また、2013 年度は試験的にいくつかの団体との協働事業を実施した。

相談事業（起業 12 件、拡充 4 件）、「神戸の社会起業家」育成シリーズ（82 名）、NPO アドバンス・マネジメント・プログラム（27 名）、NPO 就職・転職ガイダンス（44 名）など特色ある事業を実施することができた。一方、従来からの課題である職業紹介事業、高齢者向け事業は十分な実績を上げることができておらず、課題を残すこととなった。

また、緊急雇用創出事業のひとつである生きがいしごとサポートセンター全県展開事業を行い、淡路島アートセンターとともに、AAT（Awajishima Art Tanuki）トークセッションを開催した。



NPO 法人設立 / 相談窓口事業

神戸市市民協働推進課（協働と参画のプラットホーム）からの委託を受け、2012 年度から当事業を運営している。相談窓口業務では、NPO 法人の設立（29 団体）、定款変更（12 団体）、役員変更などさまざまな相談に対応した。説明会は、NPO 法人設立入門（18 名）、NPO 法人運営手続き（13 名）で開催した。

2012 年度と比べ、事業報告書や会計に関する運営面での相談が多く、私たち自身の能力向上も図っていかねばならない。また、2013 年度は地縁団体の NPO 法人格取得という案件もいくつかあった。

協働コーディネーター事業

- ・パートナーシップ活動助成に係る業務
- ・協働と参画のプラットホーム通信発行に係る業務
- ・市と NPO 等との協働のコーディネート業務
- ・KOBE ソーシャルビジネスマーク認証およびソーシャルビジネス推進に係る業務

神戸市市民協働推進課（協働と参画のプラットホーム）からの委託を受け、2010 年度から当事業を運営している。2013 年度は NPO だけではなく、ほかのセクター（企業、行政など）が主催するイベントやセミナーに積極的に足を運び、ネットワークをつくった。その過程で、高齢者、障害者、子ども、外国人などの分野で活動する従来型の NPO と、企業や行政の新しい動きであるソーシャル系活動の間に断絶があるということがわかった。

従来型の NPO と協働と参画のプラットホームは、パートナーシップ活動助成、アドバイザー派遣などを通じて、今までネットワークを作ってきた。しかし、ソーシャルビジネスを対象とする各種施策は、そのような従来型の NPO にさほど浸透しておらず、またソーシャル系活動にもリーチできていない。パートナーシップ活動助成やアドバイザー派遣はそれぞれイグジット（出口）が明確に定められている反面、ソーシャルビジネスの施策はイグジットが曖昧なままであることが原因であるだろう。

マルチステークホルダーによる協働が進む中、社会課題を解決することは NPO の専売特許ではない、ということがこの数年間の大きなトレンドになりつつある。今後、私たちが協働と参画のプラットホームと取り組むべきことは施策の再設計ではなく、NPO 以外のセクターに神戸市の施策を利用してもらい、それらの事業体との協働を推進するということが重要になるだろう。



特定非営利活動法人事務局サポートアップ事業

- ・アンケート調査による支援ニーズ調査及び効果的な支援手法の検討
- ・事務局職員ための事務実務講座の企画実施
- ・NPO 法人支援モデルの事業実施

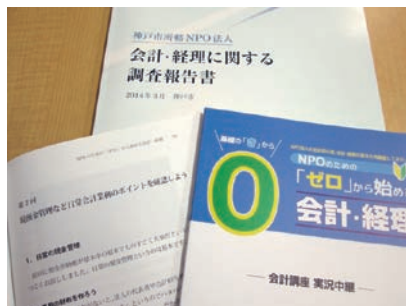
神戸市市民協働推進課から国の緊急雇用対策（起業支援型地域雇用創造事業）として委託を受けた。具体的には以下の3つの業務を実施した。

神戸市所轄 NPO 法人への会計・経理に関するアンケート調査の実施

神戸市所轄の NPO 法人 681 団体を対象にアンケート調査を実施。調査結果は、「神戸市所轄 NPO 法人 会計・経理に関する調査報告書」としてまとめ、中間支援団体、神戸市所轄の NPO 法人へ配布した。

『NPO のための「ゼロ」から始める会計・経理』講座、全6回開催及び小冊子の発行

NPO 法人の会計担当者（初心者）を対象に、NPO 会計、特に日常の経理処理方法にこだわった講座および、会計基準、企業会計経験者に向けた講座を全6回にわたり開催。参加者人数は延べ111人（平均18.5人/回）。また、このセミナー前半4回分の講座を実況中継風にまとめた小冊子を作成。神戸市所轄の NPO 法人へ配布した。今年度以降、相談支援を行う際にも配布したい。



神戸市内NPO法人を対象とした会計にかかわる支援モデル事業の実施

アンケート調査をふまえ、合計9団体に対してモデル事業「会計基盤構築サポート」および「出張会計支援（会計ソフト入力アドバイス等）」を実施。各 NPO 法人への支援としてこれまでにない支援内容を検討したが、現時点ではビジネスとして実施予定の業務を打ち出せていない。

ふるさと兵庫「すごいすと」
(兵庫で活躍するすごい人) 情報発信事業

- ・ふるさと兵庫「すごいすと」ウェブサイトの制作

兵庫県県民生活課の委託を受けて実施した事業（緊急雇用就業機会創出事業）。県民のふるさと意識の醸成を最大の目的に、県内で地域を元気にしている人材「すごいすと」を取り上げて取材を行い、主にその活動内容と人となりを紹介するウェブサイト（<http://www.hyogo-intercampus.ne.jp/sugoist/>）を制作した。



当事業の専属従事者として2名のスタッフを新規に雇用（うち1名は2014年度も継続雇用）し、管理スタッフ2名を加えた計4名の体制で取り組んだ。

7月の創刊から年度内に計7号を発刊し、18名の「すごいすと」情報を掲載した。サイトは各人について、①トップページ（人物のワンショット写真1枚）、②紹介ページ（人物・活動の写真6枚と60字程度の短文3つ）、③取材記（約3,000～5,000字）の3部から構成されている。2013年度中のページ訪問者数は、28,070件を数えた。

当初は兵庫県への UIJ ターンの促進を主な目的に想定されていた事業だったが、「ふるさと意識の醸成」が県の主要施策に位置づけられたこともあってか、県側の制作への関与は事前の想定以上に手厚いものとなった。特に取材記の構成と執筆をめぐっては、県側のリクエストを管理スタッフが十分に消化できず、担当課の中に運営体制についての疑念を生じさせただけでなく、新規雇用の専従スタッフに時間的・心理的な負担をかけることとなったのは、事業遂行上最大の反省点となった。

すごいすとの人選はすべて県が担当し、公開する写真や文章の内容および表現方法にも詳細な修正が入るなど、しゃらくの独自性を制作に活かし切ることが難しい環境の中、専従スタッフは県とのやり取りを丁寧に行いながら、誠実に制作を進めてくれた。その甲斐あって、でき上がったサイトは一般の閲覧者から大いに好評を博しており、最終的には県からも合格点の評価を得ている。

■事業と人が成長を感じた1年。

2013 年度の決算は、前年度比にて売上高が 2,700 万円増加の 6,914 万円と 2011 年度の売上高である 6850 万円をわずかではあるが超え過去最高の売上高を記録することができた。

その大きな理由は、行政からの委託事業収入①すごいと、817 万円 ②事務局サポート 1,258 万円が
大きく起因したことが考えられる。

特に事務局サポートに関しては、スタッフである佐々木武史の貢献が大きく、神戸市内における NPO の経営実態を把握した上で会計を含むマネジメントに関する小冊子を発刊することができた。2014 年度に自主事業として実施することができなかったことは残念ではあるが、担当者の成長は評価に値する。

また、しゃらく旅倶楽部の成長も大きく決算に寄与したと考える。下記でも記載しているが、2013 年度よりスタッフになった計明代の貢献が大きく、顧客誘導につながった。

2013 年度は、「組織は人なり」を実感する 1 年であった。

■事業評価

2013年度は、自主事業にも目が出て枝ができた1年であるとする。

自主事業のしゃらく旅倶楽部事業をPPM（プロダクト・ポートフォリオ・マネジメント）にて、キャッシュだけでなく人的コストも含めて表現してみると下記のようになる。

高 (事業成長率)	花形事業 (収入大 支出大)	(収入小 支出大) 問題児
	金なる木 (収入大 支出小) しゃらく旅倶楽部 オーダーメイド旅行	(収入小 支出小) 負け犬
低	古民家再生ツアー	この指止まれツアー
高 ←———— マーケットシェア —————→ 低		

□しゃらく旅楽部の成長

しゃらく旅倶楽部は 2012 年度は 12,911,927 円の売上に対して 2013 年度は、21,442,429 円と 8,530,502 円増と約 60%増の成長を成し遂げることができた。その原因は、

(1) 定着したリピーター客／オーダーメイド旅行

2012年度に苦しんだ減収減益の原因は、固定客離反が一つの原因であった。また離反した理由のもっとも大きかったのが東日本大震災によるお客様自身の自制によるオーダー減であったと考えている。しかし 2013 年度に関しては新たな女性スタッフの加入による固定客が定着しコンスタントにオーダーを頂けことが大きな好決算に寄与したと考える。

（２）新たな顧客層の開拓／この指とまれツアー

PPM では収入も支出も小さく「負け犬」に分類される。特に、収益が低い上に、必ず 2 名のスタッフの同行が必要となり、人件費を入れると採算性が乏しいのが現状である。同時に、この指とまれツアー専用で購入した車の借入金返済額を入れると赤字に陥る。しかし、軽度のお客様の開拓を目的に実施してきた「この指とまれ」ツアーであり、事業初年度にも関わらず、毎月計 2 回程度の旅行実施に成功した。また、当初は 10 人程度のお客様であったが 2013 年 3 月末時点で約 50 名に増加し、殆どのお客様がリピーターとして定着しているのが現状である。今後、「この指とまれツアーの成功なくしてしゃらく旅俱樂部ツアーの未来なし」という意気込みにて、「負け犬」からの脱皮は難しいにしても、お客様がパック旅行やオーダーメイド旅行を支える存在になるよう育てる必要性がある。

(3) 3年連続のパック旅行の失敗

事業成長のために絶対に成長させないといけないパック旅行。その理由は、高収益ではあるが手間暇かかるオーダーメイド旅行、お客様は増えるが薄利多売のこの指とまれツアー。しゃらく旅倶楽部事業の安定化のためには、効率化を図りながらもオーダーメイド旅行に近い収益体制を確保するために、パック旅行の成功が不可欠であると考えている。しかし、定員6～8名のパック定員に対して1～2人の申し込みはあるが、最少催行人数には届かず催行に至っていない。要するに、「問題児」である。3年チャレンジして成功しないとすると、事業廃止を視野に入れて考える時期ではある。しかし、現在の仮説では、身体能力が低下したお客様が宿泊付で多人数で旅行に行くことに抵抗があり、それがハードルとなって参加して頂けていないと考え、上記「この指とまれツアー」にて参加したお客様が、多人数での旅行に慣れて頂きパックツアーに参加して頂けると想定している。そういった意味でも、①「金のなる木」から「問題児」であるパック旅行に対して資金注入を続け、②薄利多売ではあるがこの指とまれツアーに力を入れ顧客を増やす一方、そのお客様をパック旅行への誘導に力を入れなければならない。

(4) 古民家再生

東日本大震災にて多大なる被害を受けた石巻市尾崎地区の古民家再生に関しては、2013年度も引き続き実施し、計16回合計約300人のボランティアを現地に送ることができた。この成功の要因は、市民の東日本大震災への関心がまだ高いということ、また現地で何かをしたいと思う市民が多くニーズがあると判断できる。

□まさゆめ Project の好スタート

2013年度からスタートしたまさゆめProjectが、初年度より総収入が700万円を超える形となった。評価すべきことは、スタート年度より50名を超える学生ボランティアが参加し、街頭募金においても200万円以上の寄付が集まった。その結果、5名のチャレンジャーの夢が実現した。

一方、学生のライフサイクルに合わせた活動になるため、夜間や週末をとわず活動することを余儀なくされるため、精神的な負担が大きいこと、またまさゆめProjectから人件費を出すだけの寄付が集まっていないことが課題である。

□水物経営からの早期脱却

「水物」。大辞泉では、「そのときの条件によって変わりやすく、予想しにくい物事」と表記されている。行政の委託事業とはまさに「水物」である。2013年度の事務局サポート事業においても、1,200万円の委託費と大きかったが、2014年度にはこの事業は既がない。その他、生きがい仕事サポートセンター事業やすごいすと事業なども同様に委託費・補助費は決して低くなく、いざ無くなれば経営は一気に傾き、雇用を守るどころから法人を維持することも難しくなることは間違いない。そういった委託・補助事業は、我々法人の意思とは関係なく、知らない所で事業継続か廃止の議論がなされ、非情にも決まったことを一方的に通告される。そんな委託・補助事業に支えられている現状は、まさに水物経営である。

しかし、2013年度は委託・補助事業だけでなく自主事業も伸びた。総決算高の6,871万円の売上に対して、自主事業での売上が3,086万円と過去最高となった。後一步で売上に対する50%が自主事業となり、しゃらくの経営方針である3（補助・委託）対7（自主事業）の原理にはほど遠いが、大きく前進したと考える。

けれども、「もしも」の事態が起きた際に、経営破たんすれば何の意味もない。1日も早く水物経営から脱却するために、自主事業を伸ばしていく経営努力が必要である。