2026 年 3 月 31 日

ソーシャルビジネス関連施設
調査報告書

令和 7 年度プラッツ調査事業

府中市市民活動センタープラッツ

内容

1. 調査概要.....2
2. 調査結果一覧.....3
3. 調査結果詳細.....4
（1） シビック・イノベーション拠点「スナバ」.....4
(2) 北区のコミュニティビジネス支援.....9
(3) カフェといろいろ「びより」.....12
(4) 電気通信大学　産学官連携センター.....14
4. まとめ.....17
5. おわりに.....20

1. 調査概要

(1)調査目的

起業を目指す層は、会社員、学生、リタイア層など多様であり、その事業分野も飲食・教育・福祉など多岐にわたる。そのため、起業支援においては、対象者の属性や分野に応じた募集方法および支援体制の構築が求められる。

プラッツでは、市民活動団体の支援に加え、ソーシャルビジネス（SB）の支援拠点としてソーシャルビジネスラボ（SB ラボ）を運営している。主に地域課題のビジネス手法を活用した解決に興味のある起業希望者、起業してまもない事業者に会員登録をしてもらい、定期的な交流会の開催や事業者サポートを行っている。

SB ラボの開設から 5 年が経過し、登録者数や相談件数は着実に増加している一方、利用者の成長ステージに応じた細やかな支援メニューの整備や、会員同士の自発的な協働を促すコミュニティの熱量維持などが、今後の更なる活性化に向けた課題となっている。

本調査では、ソーシャルビジネスやコミュニティビジネス（CB）の創業支援に取り組む複数の事業者に対しヒアリングを行い、各団体の運営ノウハウや支援の仕組みを収集する。これにより、今後 SB ラボを起点とした府中市における SB・CB 展開に資する知見を得るとともに、本施設の支援機能を強化することを目的とする。

(2)調査方法

実地訪問によるヒアリング調査を実施し、プラッツの運営において参考とすべき事項を抽出する。

① 調査期間：2025 年 8 月～2026 年 2 月（ヒアリング実施）

② とりまとめ：2026 年 2 月～3 月（調査結果の分析・集約）

(3)ヒアリング項目

① 基本情報（設立年月日、設立経緯、活動目的）

② 事業概要（具体的な事業内容、スタッフ構成・職員数）

③ 運営ノウハウ（特徴的な事業展開、対象者の参画を促す工夫、地域連携の状況）

④ プラッツへの応用可能性（本施設へ導入可能な施策、将来的な連携の可能性）

(4)ヒアリングの進め方

事前に対象施設へヒアリング項目を共有した上で、プラッツの SB 運営の参考となる点を具体的に聞き取る。特に、当該施設独自の特徴的な事業や、対象者の巻き込み方、他団体との協働・地域連携の実績について重点的に調査を行う。

(5)まとめ

ヒアリングを通じて得られた知見、および今後のプラッツにおけるSB ラボ運営に反映すべき事項について提言としてまとめる。

2. 調査結果一覧

ヒアリング調査より一部抽出

	シビック・イノベーション拠点「スナバ」	CBS（北区コミュニティビジネス創業支援ネットワーク事業）	カフェといろいろ【びより】	電気通信大学【産学官連携センター】
設立年	2018 年	2019 年	2016 年	1992 年
施設所在	長野県塩尻市	東京都北区	東京都国分寺市	東京都調布市
人口	約 6 万 4 千人	約 37 万人	約 13 万人	学生数 4800 人（院生含む）
事業担当	主に 6 名（月 8 日/人）のコアスタッフにて各事業を推進	職員 13 名（北区コミュニティビジネス創業事業 メイン 2 名、サブ 3 名）	3 名 (シェアキッチン・スペース)	45 名（6 部門）
対象者	地域課題解決に興味がある、あるいは起業を目指す高校生から社会人まで幅広い層	北区で創業を目指す方	地域で出店希望の方	学生
今後の連携やプラッツへの応用可能性	会員・スタッフ間のコミュニケーション量の強化や、事業に対する「想いの言語化」の伴走支援、また SB ラボを知るきっかけの多様化など	コミュニティビジネスやその支援に関する情報交換、イベントの共催など	出店希望の方の紹介	地域課題をテーマに大学（専門分野で学ぶ学生）と共同開催することで、新しい発想やアプローチの創出が期待される
その他				2025 年 4 月に地域連携推進支援室が開設

3. 調査結果詳細

（1）シビック・イノベーション拠点「スナバ」

日程：2026 年 2 月 9 日（月）
場所：長野県塩尻市大門八番町 1-28
対応いただいた方：三枝様、草野様、赤石様
訪問者：プラッツ　伊藤、正田、渡辺

① 設立、活動目的

2018 年 8 月開設。「生きたいまちを共に創る」をビジョンに、企業、起業家、大学、生活者、行政のすべてを“市民”ととらえ、多様なセクターの垣根を越えた繋がりを生み、「シビック・イノベーション（市民による変革）」を共創していくことを目的とし、塩尻市と一般財団法人塩尻市振興公社が連携して運営している。単なるコワーキング機能だけでなく、多様なイノベーションが起こりやすくなる環境を整えていくために、「人を創る、事業を創る、場を創る」というアクションを掲げている。

地域の未来を担う起業家精神やリーダーシップ、当事者意識に溢れる人材（=シビック・イノベーター）の輩出を目指して、多様な主体が集うコミュニティの醸成や、各種プログラムを実施している。

② 事業詳細

全体事業は下記 6 つで構成されており、主に 6 名（月 8 日/人）のコアスタッフにて各事業を推進している。各スタッフは週 16 時間程度の「複業的」な関わり方をしており、それぞれが多様な仕事に携わりながら、それらの経験を踏まえたアドバイスや、幅広いネットワークを活かしつつ、スナバでのコーディネート業務を行っている。

1　シビック・イノベーターたちのコミュニティ形成
2　インキュベーションプログラムの実施 ・実践型起業家プログラム 「スナバ・ビジネスモデル・ブートキャンプ（SBB）」 ・高校生起業家教育プログラム　エヌイチ道場
3　事業拡大フェーズにおける事業化の支援体制の整備 ・地域型インパクト投資プログラム「DIVE」
4　他地域や企業向けのイノベーション創出コンサルティング
5　ブランディング・プロモーション事業の推進 ・スナバ体験 DAY ・Civic Innovation Camp　など
6　2・3 階賃貸オフィスの管理・運営

延べ登録者数は約 350 名で、現在月額を支払っているアクティブなメンバーは 100 人程度となっている。利用者の約 5 割が塩尻市内在住で、事業ドメイン（業種）は多様である。事業化支援を望む方から、コミュニティに関わりたい方、コ

ワーキングスペースとして活用したい方など利用目的も様々となっている。

1） 入会前のプロモーション

・ スナバ体験 DAY（オープンイベント）

普段は会員制のコミュニティ＆ワークスペースである「スナバ」を、期間限定で一般に開放するオープンイベント。普段は入れない会員専用スペースを無料開放し、実際の作業環境を体感してもらう「ワークスペース体験」が可能。

また来館者に対して、スタッフとのコミュニケーションを通じてアクションを前進させる体験を提供するために、スタッフが常駐してじっくりと対話する時間を設けている。これにより「自らの想いを反映した事業が、一歩前に進む」という実感を得ることができる。

単なる施設見学にとどまらず、スナバの核心となっている「コミュニティの熱量」や「伴走支援」を非会員が体験できる機会として企画されている。

2） 入会プロセス

入会前に「1 時間の説明」と入会後「1 時間のインタビュー」を必須とし、スタンスのミスマッチを防いでいるのが特徴。スナバの掲げる「シビック・イノベーション」への共感や期待感を持つ人を、丁寧に受け入れる体制を整えている。

3） コミュニティ形成

メンバー間の「心理的」境界を溶かし、共創を生み出すための多様なイベントを多様な形で開催している。

・ プラグイベント（接続）

新規加入メンバーや、一時利用（出張者等）の滞在者が自己紹介を行うシリーズイベント。既存コミュニティへの「合流地点」を設け、共通の関心事を持つメンバー同士を素早く繋げている。

・ 飲食系イベント

キッチン設備を活用し、「食」を囲んで分け隔てなく交流する不定期イベント。議論やビジネスの話だけではなく、カジュアルな場で「人となり」を知る機会を創出している。

・ オープンラーニングサークル

メンバーやスタッフが外部（海外研修や勉強会等）で得た学びをコミュニティに持ち帰り、共有する勉強会を実施。一人の学びを「みんなの学び」へ広げ、コミュニティ全体の視点や知識を高める工夫がなされている。

③ 利用者のステージに合わせた伴走プログラム

事業の成熟度に合わせて、3 つの事業を組み合わせ、事業者の成長をサポートしている。

プログラム名	高校生起業家教育プログラム エヌイチ道場
対象	高校生 / 参加費：無料
詳細	・塩尻市が実施する「高校生起業家育成事業」として、2020 年度から開始されたプログラム。参加者となる高校生への広報は、スナ

	バのスタッフが高校で授業を行う際に、直接事業紹介を行うことで、意欲のある生徒を集めている。 ・4〜5 カ月間、全 8 回の構成。「事業アイディア発表・深堀」「ピッチとメンターからのフィードバック」「最終発表」というプロセスを経て、参加者は自身が抱く課題意識に基づき、n=1（本当に喜ばせたい誰か）を特定し、その一人を笑顔にするための解決策（事業アイディア）を検討、事業化を目指していく。 ・スナバのスタッフがメンターとなり、仮説の検証や事業案のブラシュアップを伴走支援している。 ・アイディアの過程では、活動資金 3 万円が付与され、参加者はこの資金を活用しながらプロトタイプの作成や調査を行い、最終のピッチイベントに向けた自身のアイディアを磨きあげていく。 ・プログラム卒業生が運営サイドに加わるなど、世代を超えた循環が生まれている。また卒業生が実際に駅前に出店・創業する事例も出ており、長期継続的な取り組みとして地域内での認知度や理解も高まっている。
プログラム名	スナバ・ビジネスモデル・ブートキャンプ（SBB）
対象	創業前（構想期）・創業期　　/　参加費：有料
詳細	・参加者は 30 代、40 代の働き盛りの層が最も多く、これから事業を始めたい人や、すでに始めているが軸が定まっていない人を対象とした、「仮説検証」と「学び合い」を軸とする実践型プログラム。2018年の開始以来、11 期までに約 90 名の卒業生を輩出している。 ・初期は「5 ヶ月・少人数集中・全コース参加必須型」だったが、現在は「単発参加も可能なセミナー形式（4 ヶ月 8 セッション・各回 3 時間）」とし、気軽に参加できる形へ転換。これにより、事業立ち上げに必要な要素（マーケティング、財務、社会的価値、創業計画書など）を、それぞれのニーズに合わせて学びやすくしている。 ・また座学だけでなく、参加者同士の相互フィードバック（学び合い）を促進し、切磋琢磨できる仲間を得る場としても機能している。 ・塩尻市商工会議所と協力しており、「スナバ」が事業のコンセプトづくりやマインド、仮説検証などの伴走を担い、「商工会議所」が融資や法務、実務的な事業計画作成といった支援を担う。
プログラム名	地域型インパクト投資プログラム「DIVE」
対象	創業期・発展途上期　　/　参加費：有料
詳細	・地域で活動する社会起業家が、事業を発展させるにあたり融資や人的リソースなどの投資が受けにくいという課題感から生まれた事業。5 か月間 9 セッション（チームでの交流含む）の内容となっており、2025 年度で 4 期目となる。 ・プログラムは、事業を「未来の理想からの逆算（バックキャスト）」で捉えることを重視し、「事業で解決したい課題はなにか。どう解決するのか」という「社会性と経済性」を両立するインパクト設計や、

	理想を実現するための具体的な稼ぐための事業戦略などについて、動画教材・オンラインでの対話を通して理解を深め、策定していく。 ・最終回で参加者は、プログラムを通して作成した事業計画等に基盤を置きながら、最終セッション「スナバで車座」での発表を行う。「地域にインパクトを与える事業」を生み育ててることに関心を持つ投資家、起業家・スナバの社会的意義を理解している地域の事業者・関係者と対話しながら、相互理解のもと資金調達（インパクト投資）や、人的ネッ トワーク、地域の応援を得ることができ、事業スピードを加速させていく。

④ プラッツに取り込めること、連携出来るサービス

1） コミュニケーションと熱量

スナバの各プログラムにおいて一貫していたのは、会員同士、およびスタッフと会員の対話の機会創出を重要視し、入会前・入会時・入会後、そして各プログラムの過程でも「対話の時間」を意識的に設けている点であった。この密なコミュニケーションが、参加者の熱量を高め、イノベーションが生まれやすい土壌（心理的安全性の高い環境）を整えていることがうかがえた。

プラッツでも、SB ラボ登録時や相談時に「なぜそれをやりたいと考えたのか」というサポートに不可欠なポイントを何点か設け、直接来館してもらい、事業実施背景をヒアリングする時間を設定すること。また、現在プラッツで開催している「交流会」以外にも、食や相互の学びをテーマとした、事業者がお互いを気軽に知り合えるイベントを設け、事務局が積極的に橋渡しを行うことで、孤独な創業を防ぎ、SB ラボメンバー内の熱量を上げ、協働を推進していく土壌を育むことができると考えられる。

2） 入口の多様化

スナバを知るきっかけとなるオープンイベント（体験 DAY）、高校生が想いを固める場（エヌイチ道場）、事業を磨く場（SBB）、そして事業を拡大する場（DIVE）といったように、年齢や創業のステージ、興味の度合いに合わせた多様な切り口が用意されていた。

プラッツにおける展開として、「創業相談」という言葉にハードルを感じる層に対し、ＳＢラボ事業者と連携した、キッチンや会議室を活用したオープンイベントを開催し、創業を身近に感じてもらうなど、個人で参加しやすい「入口」の多様化が考えられる。その他にも、スタッフが地域や学校へ出向いて「出張説明会」を行うなど、プロモーションを強化することも検討できる。

その他、SBB や DIVE を通して実現されていた事業者による「社会的価値を可視化した事業」の提案とそれを基にした、起業家・地元企業・行政・金融機関が対等な立場で未来を語り合う「車座」のような共創の場づくりなども、府中の視点で検討することでより多様な入口の創出に繋がる可能性が考えられた。

3） スタッフの多様性

業務を担うスタッフが「複業的」な関わり方をしており、各自が持つ外部ネッ

トワークや実務経験をコミュニケーションの中で還元していた。これにより、単なる施設管理や外部専門家への橋渡しに留まらない、現場感覚を持った「切れ目ない事業サポート」が実現されていた。

プラッツスタッフも一人ひとりのバックグラウンド（広報、デザイン、福祉、IT、地域活動経験など）が多様であり、それを意識的に可視化していくことで、相談内容に応じて対応できる体制構築が考えられる。また、スタッフ自身が現在も「伴走者」として随時対応はしているが、イベントなどを通して相談者と一緒に悩み、仮説を検証する機会を作ることで、専門家相談の前段階にある「想いの言語化」を今以上に支える伴走支援を強化していくことができると考えられた。

(2)北区のコミュニティビジネス支援

日程：2025 年 12 月 4 日（木）

場所：NPO 法人コミュニティビジネスサポートセンター

〒115-0045　東京都北区赤羽 1-59-8　ヒノデビル 2 階

対応いただいた方：NPO 法人コミュニティビジネスサポートセンター 木頃様、佐藤様

訪問者：プラッツ　伊藤、正田、玉村、渡辺

① 設立・活動目的

コミュニティビジネスとは「市民が主体となって、地域が抱える課題をビジネスの手法により解決をする事業」の総称である。

多様化、複雑化している地域課題に対して、地域の中で連携を図りながら、コミュニティビジネスの手法を用いて解決を推進するためコミュニティビジネスサポートセンター（CBS）は 2002 年に設立された。

CBS では、CB の担い手や関係者、中間支援機関を活性化することによって地域の問題・課題がより効果的に解決され、豊かで元気な地域を実現していく総合支援を行っている。

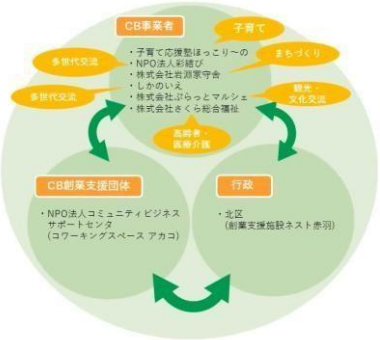
北区では、CBS の自主事業として、地域メディア「赤羽経済新聞」やコワーキングスペース「アカコ」の運営に加えて、北区の創業支援事業を受託しており、その中に「コミュニティビジネス支援事業」がある。

② 北区コミュニティビジネス支援事業

本事業は、多様化する北区の地域課題を解決するコミュニティビジネスの担い手を発掘し、継続的に育成し支援することを目的としたものである。

事業では、コミュニティビジネスシンポジウムやセミナー、交流会に加えて、コミュニティビジネス創業支援ネットワークが運営されている。

1） コミュニティビジネス創業支援ネットワーク概要



ネットワークを構成するのは主に北区と事務局を担う CBS、地元のコミュニティビジネス事業者で、ネットワークを活用できるのは、北区でコミュニティビジネスの創業を目指す人たちである。

地元のコミュニティビジネス事業者は個別相談のアドバイザーとして活動し、相談希望者の相談対応を行うほか、年 1 回のセミナーの開催も担う。

（図：北区コミュニティビジネス創業支援ネットワーク HP）

2） 事業内容

・ 3 つの主体によるネットワーク

CBS は、市民が主体となって地域課題を解決する事業を「コミュニティビジネス」と総称し、コミュニティビジネスに関する人材育成、事業推進、施設・拠点

の運営、中間支援、情報発信など幅広い事業を実施している組織である。
また、コミュニティビジネスを実践する 6 事業者がアドバイザーとして在籍。分野は「子育て支援」や「多世代交流」「まちづくり」「観光・文化交流」「高齢者・医療介護」とさまざまで、現役で活動するメンバーがそろっている。
北区が「予算確保、信頼性の付与」、CBS が「関係者のコーディネート、情報発信、アドバイザー発掘」、アドバイザーが「現場視点の助言による人材育成（現場のメンター）」というように、各主体がそれぞれの責任範囲で動いている。

・ 先輩事業者による相談支援
ネットワークの強みのひとつは、現役のコミュニティビジネス実践者（アドバイザー）に直接相談できる体制である。相談者は、単なる経営理論ではなく、地域での合意形成や集客の苦労といった「リアルな体験談」に基づくアドバイスを受けることができる。
アドバイザー自身にとっても、相談対応を通じて自身の事業を客観視する「スキルアップの場」となっており、年間 2 回のアドバイザー勉強会や意見交換会（学識経験者・商工会なども参加）も実施されている。
また、各アドバイザーは年 10 回以上の相談を受けることが決まっており、合わせて年 1 回のセミナー（10 名程度の参加者）も主催している。

・ 施設・拠点での支援
北区内には北区や CBS それぞれが運営する創業支援施設があり、ワークスペースや交流の場を提供している。これらの施設は「法人登記」が可能である点も大きな強みであり、区外への人材流出を防ぐ「受け皿」として機能している。

・ イベント企画を通じた支援
上記に上げた以外にも、北区や事務局、アドバイザーそれぞれが交流会や起業講座、ビジネスプランコンテストなど多様なイベントをコンスタントに開催することで、市民との接点を多く持ち、人材発掘とネットワークに繋がりやすくしている。
これにより単発のイベント参加で終わらせず、「講座の受講生がコンテストに挑戦し、その後拠点に入居、相談を重ね独立する」といった、点ではなく面で繋がった創業支援も北区の特徴である。

③ プラッツに取り込めること、連携出来るサービス

１）「先輩事業者」のアドバイザー化 （顔の見える関係性づくり）
北区は CBS が事務局を担うことで、地元の実践者を中心とした多様なネットワークが構築されている。プラッツでも、地元の方に SB ラボアドバイザーや専門個別相談などの協力を得て相談対応をしているが、今後は北区のような「地元の事業者」をアドバイザーに任命し、相談対応とアドバイザーが主催するイベントまで実施してもらう仕組みを検討したい。ただ、この制度は、事務局側の定期的なフォローアップや、アドバイザー同士の勉強会などの企画・運営が不可欠となる。

なお、将来的には多摩地域に視野を広げアドバイザーや関係機関を開拓するこ

とで、支援分野も広げることができる。プラッツがハブとなり、人材の発掘と柔軟な連携体制の構築を図っていきたい。

2） イベントの多角化と、連携による「切れ目のない」支援体制の構築

北区のネットワークでは、事務局によるシンポジウムだけでなく、アドバイザー自身が企画するイベントや区主催のビジネスコンテストが開催されるなど、多様な主体が重層的に企画を展開している。

プラッツにおいても単体主催に留まらず、「実践者（アドバイザー）が企画するトークイベント」や「府中市、商工会議所と連携したコンテスト」など開催方法を工夫し、イベントの多角化を図ることで、より幅広い層へアプローチを図ることができると考える。

また府中市、プラッツ、金融機関、商工会、大学、そして先輩事業者というネットワークを可視化し、「相談に来た人」をプラッツだけで抱え込まない仕組みづくりと、相談内容に応じて最適な機関や先輩事業者に「繋ぐ」役割を強化することで、ソーシャルビジネスへの関心の向上、創業への導線をさらに広げていきたい。

(3)カフェといろいろ「びより」

日程：2025 年 11 月 19 日（水）

場所：カフェといろいろ「びより」（シェアキッチン＆シェアスペース）
〒185-0021　東京都国分寺市南町 1-14-7 プラウド国分寺 1 階

対応いただいた方：NPO 法人ツナグバヅクリ代表理事　鎌田様

訪問者：プラッツ　渡辺、正田、伊藤

① 設立・活動目的

1） 設立

マンション建設（プラウド国分寺）計画の段階から、デベロッパーよりコミュニティスペース運営に関し打診があり、町会と商店会とも相談しながら話を進めて開設に至る。

地域開放型の集会施設から交流を目的とした施設になり、飲食も可能になった経緯がある。

2） 目的（**NPO** 法人ツナグバヅクリ　法人定款より）

広く一般市民に対して、地域づくりに関する事業、地域交流に関する事業、地域環境の保全に関する事業等を行い、地域住民が円滑に交流できる豊かで安心・安全な地域づくりを図り、もって広く公益に寄与することを目的とする。

② 事業概要

1） 主要な事業内容

シェアキッチン＆シェアスペース　カフェといろいろ「びより」の運営。現在の利用者は、30 事業者程度。

・ 【大切にしている考え方】

「びより」で受け入れている事業者は、スモールステップの場所として「びより」を利用しており、月1 日から毎週定期的な出店まで幅広い方が利用している。

「チャレンジ」を応援：最終的なゴールを起業・創業に限定せず、まずは一歩を踏み出すことを尊重し、チャレンジを応援するスタンスを大切にしている。そのため、より多くの利用者が「びより」を使えるように申込みを受け入れており、起業から、趣味を活かした出店までと幅広い目的をもった利用者が「ちょうどよい」バランスで、事業を継続して出店している方できるような値段設定、場所づくりがされている。

・ 【質の高い運営のための工夫】

幅広い層の利用者を受け入れるためのポイント：事前説明会（月 3 回開催：参加必須）を通じ、「地域に繋がる場、顔と顔の繋がる関係を大切にしていく」という、「びより」開設時の想を必ず伝え、運営者と利用者の顔が分かる関係づくりを大切にしている。また、民間運営であることを明確に説明し、利用者と共に場を作る意識を醸成するようにしている。

起業への足がかり：利用者は出店するにあたり、食品衛生責任者の資格取得や賠償責任保険への加入が必須となっている。これは、施設運営上のルールである

と同時に、利用者が将来ほかの場所でも活動するための実践的な準備となっている。

利用者が一堂に会する「店主会議」を年数回程度実施している。内容は設備の改善提案や、事業者同士の情報交換となっており、他の事業者の創意工夫に触れることで、お互いに刺激し合える関係性を築いている。

・【運営の仕組み】

事務局スタッフは約３人で運営している。以前は、コミュニティスペースとして、「びより」としてもドリンク提供などを行っていたが、今は場の運営に集中するようにしている。法人スタッフは 9 時～13 時で対応し、13 時以降は利用者が施錠など行う体制を取っている。

③　そのほかサービス概要

１）地域住民の交流

地域商店会と連携した地域コミュニティーガーデン活動、地域清掃活動、野外シネマ上映会、防災炊き出し等の企画・運営及び参加

２）生涯学習の推進及びその支援事業

コンサートの開催、各種講座への会場提供及び実施

３）地域における子育て及び高齢者の支援事業

子育てママのおしゃべり会、高齢者向け名画会など

④ プラッツに取り込めること、連携出来るサービス

１）「びより」は創業・起業を目指す方だけでなく、一歩を踏み出せないでいる方（出店レベルか、再検討が必要か等）へも、寄り添う伴走支援のスタンスをとっていた。これは、単なるテナントとオーナーの関係性を超えて、事業・場所を一緒に作る「共創」の関係性となっている。プラッツでも単なる会員交流会だけでなく、「SB ラボの理想の使い方を語る」場などを設けることで、会員と共に場を運営していくことができると考える。

２）説明会などを通し「びより」の設立の経緯や想いを繰り返し伝えることで、場所の意図が利用者間に浸透しており、店主会議などでも相互尊重の雰囲気が醸成されている。ソーシャルビジネスという概念が分かりにくい点もふまえ、SB ラボの設置意図を伝える機会を交流会内に設けたり、また入会説明会（SB ラボ開放日）を設けたりすることが効果的だと考えられる。

３）利用者のレベル感や悩みは多種多様であり、窓口での何気ない雑談を通じて、顔の見える関係を築き、現状を適度に確認する重要性を鎌田さんからの「びより」のヒアリングを通して再認識した。事業に関する専門的なサポートだけでなく、一歩を踏み出す前の「不安を話せる場」としてのプラッツの役割を、今後さらに大切にしていきたいと考える。

(４)電気通信大学　産学官連携センター

日程：2025 年 10 月 30 日（木）

場所：国立大学法人　電気通信大学

〒182-8585　東京都調布市調布ケ丘一丁目 5 番地 1

対応いただいた方：産学官連携センター：高尾様

（文部科学省所管機関を経て国立大学で大学改革支援事業に従事）

訪問者：プラッツ　正田、渡辺

① 設立、活動目的

１） 設立

1992 年 4 月設立、産業界（企業）・官公庁（行政）・学界（大学や研究者） の三者をつなぐ“橋渡し”の役割を担う機関。

２） ビジョン

・ 新しいビジネスや成長を促進するプロセスの仕組みを目指している。

・ 2025 年 4 月から地域連携推進支援室を設置し、地域自治体や教育研究機関・関連団体等との連携強化、地域課題解決の推進、UEC プライムを通じた地域企業等との連携強化、外部資金の獲得・実施支援、スタートアップ創出強化支援等を行う。

② 事業概要

センターの体制は 6 つの部門（※）で構成

産学官連携支援部門	１２名
ベンチャー支援部門	１０名
知的財産部門	７名
UEC アライアンスセンター運営支援部門	５名
エクステンション推進支援室	４名
地域連携推進支援室（2025 年 4 月発足）	７名

※人数は兼務を含む

１） 産業界・学生・大学をつなぐ新しい協働・共創組織

・ 2023 年 10 月から「UEC プライム」の取り組みを開始～各セクターのマインド改革を実施。UEC プライムは、高度人材や大学の研究成果に関心のある企業と学生をつなぐ会員組織として、大学のサポーター的役割を担っており企業紹介のイベント実施している。

・ UEC プライム会員組織が受け皿となり、地域企業との連携は保持されつつも、企業としては大学(学生)とどのような繋がりが持てるか手探り状態ではある。会員企業に対しては、コンシェルジュサービスという窓口を設置しており、前記のような疑問等があれば対応している。

・ UEC プライム会員（ソフトバンク）と首都圏国立大学合同連携事業

参加大学：電気通信大学、東京農工大学、東京外国語大学、お茶の水女子大学、

東京海洋大学、一橋大学

企業：ソフトバンク（OB からの提案もあり実現）

・ 2025 年夏、合同ハッカソンを初開催
「AI 技術を活用して参加企業の新規事業を創造しよう」をテーマに、学生が 1 カ月でアイディア創出からプロトタイプ開発までやり遂げる企業参加型の実践イベント。企業からは、「学生ならではの柔軟な発想や独自のアプローチが新鮮で、大きな刺激を受けた」との評価が寄せられた。また、本事業を通じて大学間の新たな繋がりが生まれたことは、今後の連携拡大に向けた重要な成果であると報告されている。

2） その他のイベント、プロジェクト

・ 対象：学部生、院生
「U☆PoC」（ユーポック）：学生対象の社会問題解決のアイデアコンテスト。ベンチャービジネス特論・概論を授業として実施。

3） 行政や自治体、地域との連携
研究者・学生が国内外の産業界や他の研究開発機関等と活発に連携することにより、研究力・学力を高め、かつ地域の産業振興など各種社会貢献に取り組めるよう支援することが、本センターの目的。

4） 協働で取り組める事業、地域との連携
2023 年度に文部科学省の「地域中核・特色ある研究大学強化促進事業（J-PEAKS）」に東京農工大学を提案校として採択され、西東京三大学（東京農工大学、電気通信大学、東京外国語大学）と連携して西東京地区の地域のニーズと大学のシーズの好循環を図るとともに、食とエネルギーの協働研究を文理協働で推進していき、基礎研究力の強化とその基礎研究成果の国内外での社会実装を推進し、その成果を国内に還元して地域活性化につなげていくことを目指している。

③ プラッツに取り込めること、連携出来るサービス

1） 産学官連携センターは支援やアプローチを集中して行える点が特徴である。アイデアコンテスト（U☆PoC）では、アイデアを作るだけでなく、「実装からその成果発表」までを行う仕組みが、学生の起業精神や実践的な学びに繋がっている。一方、限られた在学期間という時間的制約もあり、事業を「育てる」段階までは踏み込まないが、この「短期集中で形にする」プロセスは、参加者のマインドセットを起業家として育成する側面が強く、プラッツとしても初期段階の利用者支援において参考となる点が多い。

2） また、今年度初の試みとして実施した国立 6 大学参加による合同ハッカソンについては、プラッツのような中間支援組織の知見と専門分野を学ぶ学生の視点を活かし、今後、地域課題をテーマに大学と共同開催することで、新たな大学間・地域との連携を生みつつ、地域課題の解決に向けた新しい発想やアプローチの創出が期待される取組である。

3） 対象やレベル感が、多様な市民を支援する中間支援組織と性質が異なるものの、 段階的 育成や集中支援の考え方は参考となり、2025 年 4 月に設立された地域連携推進室と当センターとの連携は双方にとって有益な取り組みとなる可能性がある。

4. まとめ

本調査を通じて得られたポイントは、どの施設も単なる施設提供や情報の交換の場ではなく、利用者の「想いと挑戦」への真摯な伴走がベースとなった施策だった点にある。

そこで、これらの想いを具体的な施策に落とし込むため、伴走を必要とする利用者の想いを 4 段階に整理し、各施設の施策と、プラッツとして果たすべき役割を表にした。

そのうえで、今後の府中独自のソーシャルビジネス支援の構築に向け、今後実施するべき内容をまとめた。

ステージ	利用者の想い	参考施策	プラッツの役割
A 兆し・種まき	「何かしたい」が形にならない、漠然とした不安がある	スナバ体験DAY、びより事前説明会	心理的障壁を除去し、対話を通じて「想い」を言語化する
B 実践・試作	試しにやってみたい、自分にできるか確認したい	エヌイチ道場、シェアキッチン「びより」、電通大・産学官連携	失敗してもいい場での実践（1 日店主等）と、検証の伴走
C 構築・伴走	事業として固めたい、継続的な仲間がほしい	スナバ・SBB、北区先輩アドバイザー、電通大・産学官連携	専門家や先輩事業者と繋ぎ、持続可能な事業計画を策定する
D 自立・拡大	組織化したい、大きな社会変化を起こしたい	地域型インパクト投資 DIVE、電通大・産学官連携	社会的価値の可視化と、地元企業・投資家との「車座」による共創

プラッツが日常業務として実施しているのは、主に A（会員登録やヒアリング）、C（アドバイザー相談の対応）のステージにあたる。B（企画・事業化）や D（協働・広域連携）については、プラッツ支援として都度実施してきた内容になる。

これらを踏まえ、今後の支援事業強化の方向性として、以下 4 つの施策が検討されたので、以下にまとめた。

(１)入口の多様化（ステージA）

① ＳＢラボ「体験ＤＡＹ」の設置

普段は有料でしか使用できないＳＢラボに、無料開放の日を設ける取組み。単なる無料開放ではなく、「創業相談」という言葉に身構える層に対し、「ここで何か話したら一歩が踏み出せるかも」というような心理的安全性を担保した場を提供する。スナバやビヨリで大切にされていた、「失敗を否定されない、チャレンジを楽しめる空気感」をプラッツの SB ラボの文化として定着させていく。

② 入会プロセス時の深化

入会時にインタビューを必須とし、SB ラボとのミスマッチを防ぐとともに、利用者が「なぜそれをやるのか」という原体験をスタッフと共有する場を設けることで、単なる利用者と管理者の関係を超えたネットワークをつくる一歩とする。

(２)コミュニティの熱量 UP（ステージB～D）

① 多様なテーマでの交流会開催

単なる名刺交換にならない、多様な属性の会員があつまるプラッツだからこそ開催できる、飲食や多様なテーマを通じた一歩踏み込むことができる交流を仕掛ける。「起業の孤独」を解消するとともに、会員同士の化学反応（協働）をスタッフが意図的にお節介として仲介する。

② 実証実験ができる場づくり

「成功できるか」ではなく「仮説をたてて、実験し、そこから何を学んだか」を重視するイベントや、協働まつりでの出展支援を行う。「まずは小さく転んでみる」ことを応援する雰囲気をつくり、起業のハードルを心理面から引き下げる。

(3)「迷わせない」伴走支援の可視化（ステージB～D）

① 立上げロードマップの提示

スナバでの「エヌイチ道場」から「DIVE」のような、成長の階段を「プラッツ・バージョン」として可視化する。これにより、利用者が今どこにいて、次にどんな壁があるのかを「一緒に眺められる地図」として活用する。

② リレー支援の可視化

商工会議所や金融機関、大学との連携を、改めてそれぞれ整理し、相談者の状況に合わせ「顔の見える担当者」へ、直接バトンを繋ぐハブ機能を強化する。

(4)「顔の見える」ネットワークとスタッフの伴走力（全ステージ）

①「地元の先輩」という最強の味方制度

北区の事例に倣い、地元の実践者（アドバイザー）を巻き込んだ相談体制を整備する。理論に留まらない泥臭い苦労を乗り越えた「生きた言葉」が届く環境を整える。

また、アドバイザーがそれぞれの特徴を活かした交流会や起業講座を開催できるような仕組みとし、より多様な人へ起業の窓口を広く構える。

② 地域ぐるみの応援体制（車座）

スナバで実施されていたＤＩＶＥの事例を参考に起業家・地元企業・行政・金融機関が対等に未来を語り合う「車座」のような場を府中の視点で検討し、単なるマッチングを超えた地域ぐるみの応援体制を創出する。

③ スタッフスキルを届ける

スタッフ一人ひとりの得意分野（広報、福祉、IT 等）や個性を可視化し、「この人達なら分かってくれそう」という空気を作り、専門家相談の前段階にある最適な伴走者として対応できる体制を整える。

(5)産学官連携による「新しい風」の注入（ステージA）

① 学生の感性とテクノロジーの注入

電気通信大学の事例を参考に、近隣大学と連携した、専門分野を持つ学生と、市民活動団体や企業、市民が交わるハッカソン等を開催する。大人達の常識に囚われない学生の視点を取り入れることで、地域課題解決に「楽しさと驚き」という新しい価値観を導入することができる。

② 「学ぶ場（大学）から、実践の場（プラッツ）へのリレー」

大学のプログラムで学び育った起業家の卵」である学生たちを、地域の新たな担い手としてプラッツが受け入れる仕組みを構築する。「学びを実践に、実践をさらなる学びへ」と循環させながら、学生のアイデアを実社会での事業継続へとつなげ、プラッツや地域の団体、起業家が伴走支援する「リレー型支援」の循環を構築する。

5. おわりに

本調査を通じて再確認したのは、ソーシャルビジネス支援の本質が「仕組み」以上に、そこに集う「人々」の熱量と信頼関係にあるということである。今回の調査にあたり、その核心を惜しみなく共有してくださった各施設の皆さまには、この場を借りて心より感謝申し上げたい。

スナバや「びより」が体現している利用者と向き合う熱量、北区が構築している地域実践者による重層的なネットワークと起業への入口の多様性、そして電気通信大学が実践する「技術と想い」の未来への実装スピード。これら先進的な知見を府中という土壌で活かし、様々な人々の想いを芽吹かせていくことができるのは、プラッツという「市民が集まる広場」があるからこそであり、そこで伴走するスタッフ一人ひとりが担える重要な役割である。

市民が抱く「何とかしたい」という小さな課題感や想いの兆しを、地域を動かす大きな力へと変えていく。そのための「実験の広場」として、今回の調査で得た数々の「知見」を糧に、プラッツ自身もまた一つのチャレンジャーとして、利用者とともに変化し続けたい。