

# コミュニティビジネスの現状と支援方策

研究員 山 根 茂 幸

これらの定義の共通項を整理すると、コミュニティビジネスは次のようなものといえるであろう。

主体：地域に暮らし地域の課題を身近に感じている、住民、地域NPOなどが主体となる。

目的：地域が抱える問題の解決を目指すことを目的とし、利益追求を第一としない活動である。

活動区域：コミュニティなど比較的狭い範囲の区域である。

継続性：有償で継続して取り組む事業で、利益は事業のために使われるなど地域に還元される形で利用される。

効果：事業を通じて地域の課題解決や雇用創出など地域を活性化する。

### コミュニティビジネスの領域

現実の経済の中で、コミュニティビジネスはどのような領域を占めるであろうか。ジョン・ピアースはその著書で図1のとおり、円全体を経済活動と考え、それを3つの分野に分けて説明している。図1の円では、外側ほど活動領域がグローバルで内側ほど活動領域が小さくなり、また円の左側は市場で交換される商業活動を表し、右側は市場で交換されない活動を表す構造となっている。

円で表す経済活動は、活動が有する価値観に基づき、3つに分かれる。第一の分野は円の左上部分の民間部門である。この分野は、市場を通じて運営され利益の最大化を最優先に活動する。地域レベルの小規模事業所から国を超えて活動する国際的大企業までが含まれる。

第二の分野は円の右上部分の公共部門である。この分野は、商業活動は行わず、公共サービスを提供する。地域レベルから地方政府、中央政府、さらに国際的な組織が提供する公的サービスまで含まれる。

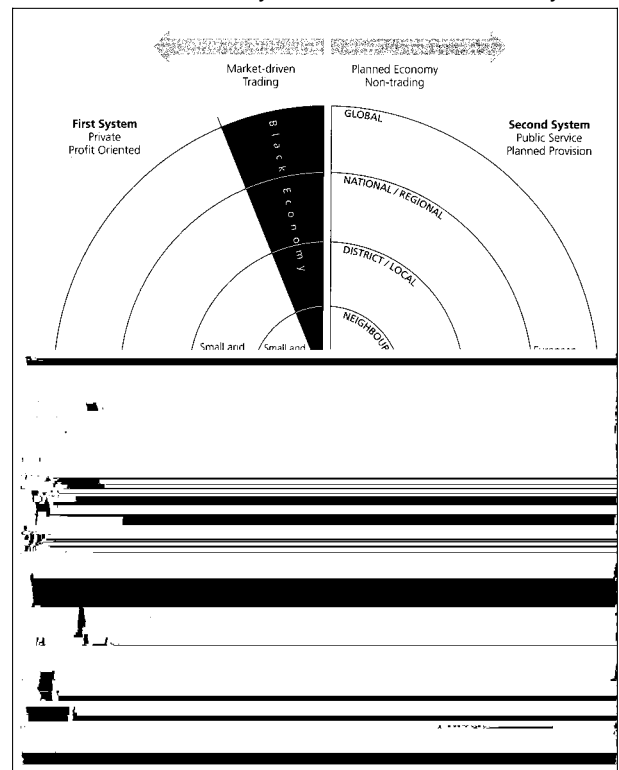
第三の分野は円の下側部分の自助・協働部門である。この部門は、実際の経済活動では

図のように大きな割合を占めるものではないが、今後重要になる部門である。利益を最大にすることよりも社会的正義の実現が活動の価値観となっている。家庭や町内会のような非公式の経済活動からボランティアセクターや社会的起業のようなもう少し公式的な構造の組織まで含む。

これら3つの分野は、基本的な価値観は異なるが、それらは互いに排他的に存在するものではなく、むしろバランスをとりながら運営されることが望ましく、中でも第三の分野は、他の分野に影響を及ぼし、第一と第二の分野が有する行き過ぎがちな傾向を抑制することが期待される。なお、現実には、それぞれの分野内外の境界線上はあいまいで、明瞭に区別できるものではない。

コミュニティビジネスは第三の分野のうち、左側の中心円に近い部分「Community Economy」の部分にあたる。つまり、右側の家庭内経済活動とボランティアな組織の活動のうち市場原理に基づかない活動を除き、ボランティアな組織の活動で市場原理によるものと社会的

図1 Three Systems of the Economy



資料：John Pearce 「Social Enterprise in Anytown」

起業をあわせ、活動区域がコミュニティレベルにとどまるものがその領域である。

#### 担い手の組織形態

コミュニティビジネスは、前述の定義のとおり、地域の課題解決を目指すことを目的に、地域住民が主体となって行う事業であり、事業主体の形態に特に制限があるわけではない。財団法人神戸都市問題研究所が行った調査によると、組織形態は任意団体が42.3%で最も多く、次いでNPOが22.6%、株式会社8.5%、有限会社2.6%となっている。(NIRA研究報告書「地域を支え活性化するコミュニティ・ビジネスの課題と新たな方向性」)このほか、企業組合、農業法人、生活協同組合など様々な組織形態があり、事業に合わせた組織形態をとっている。

#### 活動分野

コミュニティビジネスの事業活動分野は多方面に及ぶが、日本総合研究所では次の13分野に整理している。

福祉	環境	情報サービス
観光・交流		まちづくり
ものづくり		就労支援
子育て支援		生涯学習
芸術文化振興		公益施設管理
科学技術振興を図るものづくり		

#### コミュニティビジネス支援(中間支援)

神戸都市問題研究所が行った調査によると、事業活動の中で最もウェイトの大きい事業区分は、障害者・高齢者福祉が22.0%、まちづくり・村おこし・特産品生産販売が15.3%、介護サービス14.0%の順になっている。日本総合研究所との分類とは若干異なるものの、実際の活動では福祉やまちづくりの分野での活動が多くなっている。

#### 期待される効果

コミュニティビジネスによって、次のよう

な6つの効果が期待できると考えられる。これらの効果は、個人の生きがい追求、コミュニティ再生、地域の人的、物的資源の活用といった社会的な側面と、雇用の創出、新たな産業の創出といった経済的な側面の2つに分けることができる。

#### 生きがいの創造

長寿化により定年退職後も元気で働ける層が増加している。この層の人々はこれまでの仕事で培ってきた技術・ノウハウを生かすとともに社会に還元していきたいと考える人も多い。また、仕事に対しやりがいや自己実現を求める人も多くなってきている。経済企画庁の平成12年度「国民生活選好度調査」結果によると、国民の4人に3人は、社会の一員として何らかの形で社会の役に立ちたいと考えており、平成11年度の同調査では、「やりがいのある仕事や自分に適した仕事ができること」については約半数の人が満たされていないと感じている。

コミュニティビジネスは、自己の能力を發揮しながら地域の課題解決をめざす「地域の役に立つ」事業であり、単なる利潤追求とは異なり、やりがいや地域社会の変革を実感できるものである。コミュニティビジネスを推進することで、働きがいや生きがいを生み出し、個人の自己実現の追求にもつながっていくこととなる。

#### コミュニティの再生

都市化の進展、ライフスタイルの多様化等により、従来存在していた地縁団体等のコミュニティの共同性、互助力が衰退し、共同体としての機能が低下し、コミュニティは崩壊の危機にあるとも言われる。地域の人的、物的資源を有効に活用しながら、住民等が主体となって地域の課題解決をめざすコミュニティビジネスは、コミュニティ構成員同士のコミュニケーションを復活させ、住民同士の繋がりを強化し、共同体意識を高め、コミュニティを再生させる効果を有している。

## 地域経済の自立

現在、わが国における雇用環境は極めて厳しい状況にある。従来は、雇用の確保のために企業を誘致するという手段が講じられてきたが、人件費の安さなど地方よりもコストが低い海外への企業進出が進み、大規模な企業の誘致はもはや期待がもてない。そこで、外部の企業に頼るのではなく、地域住民等自らが地域のニーズに対し地域の人的、物的資源を活用して財やサービスを供給する事業を展開することにより、地域内で経済の循環が生まれ、地域経済の自立を高める効果を有する。

### 就業・雇用の創出

コミュニティビジネスは地域の問題解決に主眼を置くビジネスであるため、地域に密着して暮らす主婦や高齢者などが担い手の中心となっている。近年の産業社会の変化により、女性や高齢者の視点に立ったものづくりやサービス提供が求められているが、女性や高齢者等によるコミュニティビジネスの展開は、そのニーズに対応しやすいものである。

また、コミュニティビジネスは、週休4日、短時間勤務、在宅勤務など多様な勤務形態が可能なが多いことから、これまで一般企業等へ就職することが難しかった主婦や高齢者等が、生活時間や体力に合わせながら働くことを可能とするものである。こうして、十分な活躍の場が提供されていなかった女性や高齢者等に対し社会参画の機会をもたらし、就業・雇用の創出に繋がり、労働力人口の減少を補う効果がある。

### 新たな産業の創出

地域が抱える課題を解決するため、地域で未利用の資源を活用して起業するケースも多く、また、企業では採算が合わないなどの理由で参入していなかったサービスや行政では対応できない多様なサービスなど、これまで提供されていなかったサービス分野に進出し、新たな産業の創出が期待される。

## きめ細やかなサービスの提供

複雑・多様化する社会ニーズに対応するサービスの提供を行政が全ての分野で完全に果たすことは困難になっている。コミュニティビジネスではこうした行政では対応しきれないサービスを行政に替わって、地域の実情に合わせきめ細やかに提供することが可能となる。

### 鳥取県内の活動事例

コミュニティビジネスはまだ新しい概念であり、コミュニティビジネスであると意識せずに活動している事業者も多い。しかし、コミュニティビジネスの定義に照らし合わせれば、鳥取県内でも、介護などの高齢者向け事業、障害者の社会参加を支援する事業、歴史的資源を生かしたまちづくり事業、新エネルギーなど環境関連事業、特産品づくり事業など、様々な分野で多様な活動がみられる。このうち、ワーカーズコレクティブという組織形態で活動している「パンジー」と活動目的にコミュニティビジネスの調査研究啓発を掲げる「NPO法人気多の権」を紹介する。

#### (1) ワーカーズコレクティブ パンジー 立ち上げの経緯

倉吉市の中心市街地で空き店舗ができ、まちがさびしくなっていくと感じたため、平成11年3月に、近くに住むPTA仲間の女性5人で始めた店舗である。活動の目的は、空き店舗の活用、まちづくりの活性化のほか、女性の自立や高齢社会に向けての「交流の場」を設けることである。これまで店舗経営は男性が中心の経済優先であったが、男性は自分が暮らすまちを離れて仕事中心の生活をしていることが多く、まちで暮らしまちをよく知っているのは女性である。そこで女性が中心となって儲からなくても損をせず、人が集い交流する場を設けることを理念に、「おんなたちのまちづくり」を目指すなかのひとつの活動としての店舗経営を行っている。

組織形態はメンバー全員が出資、経営、労

働を対等に担うワーカーズコレクティブをとっている。ワーカーズコレクティブは、利益追求を第一としない事業体として、また女性たちが少しずつ資金を出し合い、培ってきた技能、ネットワークを活かしながら起業できる方法としても注目されているものである。

#### 事業内容

小物入れなどの生活日用品、アクセサリ、豆腐などの食品、植木などさまざまなものを展示・販売しているが、その多くは近くの人が手作りの作品を持ち込んだもので、捨てられた傘を利用した手作りバッグや使い古しのネクタイを利用した小物入れなどリサイクル、エコロジーといったメッセージ性のあるものである。週5日、午前11時から午後5時まで、女性5人が交替で店を開けている。

また、活動は儲けを第一とするものではなく、男女共同参画やまちづくりに関する情報などを提供しており、いろいろな人が気軽に立ち寄り交流し情報交換する場としての機能も有している。このほか、男女共同参画センターのイベント等での展示・販売も行っている。今後、より多くの人が集い情報交換していく交流の場となっていくことのほか、パンジーの活動がモデルとなって第二第三のパンジーが生まれ、交流の場が広がっていくことが期待される。

## (2) NPO法人 け た かい 気多の権

#### 立ち上げの経緯

気多の権は、平成16年2月16日に認証を受けたNPO法人である。もともと気高町商工会青年部の人たちが中心に、若い人が自分たちのまちのことを考え、自分たちで守っていかなければいけないという思いがあり、以前から浜村温泉街での祭り「気多の市」などの活動に取り組んでいた。その後、次の3つの理由からNPO法人として活動するようになったものである。1つには気高町の資源である温泉を活用した施設「温泉会館」を14年に気高町が買い取ったが、この経営を町ではなく自分たちでやろうと考えたこと、2つに気高

町は鳥取市との合併を計画しているが、合併後、中心地から離れた気高町は寂れるのではないかという危機感から賑わいのあるまちを作っていこうと考えたこと、3つには商工会青年部だけでなく農業者など様々な立場の人に呼びかけて、一緒に地域を考えることを目指したことである。

#### 事業内容

気高町から委託を受けて平成16年4月より入浴施設を備えた温泉会館の運営を行うことが主な事業のひとつである。気多の権では、運営のための職員として、5人程度の町民を雇用するほか、会館に飲食関係の店舗も入れ、そこでも4人程度の町民の雇用を見込んでいく。収入は入場料、町からの運営委託料などを想定している。

このほか、「気多の市」などのイベントを始めとする様々な活動に参画し、商工会青年部、地域住民、気高町などと連携しながら、まちづくり活動を展開する予定である。気多の権ではイベントに取り組む過程を重視しており、イベントを成功させるという結果だけでなく、幅広い職業や若い人がまちについて考え、意見を交換することに意義があると考えている。今後、様々な活動に取り組み、交流が生まれ、地域のよさを再発見し、まちづくりが深化することが期待される。

#### 行政による支援方策

コミュニティビジネスの振興を図っていくためには、行政ではどのような支援方策が考えられるであろうか。日本総合研究所では、コミュニティビジネスの成長段階に従って、4段階に分類し、それぞれの課題と必要な支援策を活動場所、人材、資金、情報、事業の5つの分野から整理して説明している。(図2)

また、コミュニティビジネスに対する行政の取り組み状況について、日経産業消費研究所が、2002年8月、都道府県・政令指定都市を対象に行った調査によると、何らかの支援

図2 コミュニティビジネスの創業・発展段階と必要とされる支援

第一段階：住民活動期	第二段階：コミュニティ・ビジネス創出期	第三段階：コミュニティ・ビジネス継続期	第四段階：コミュニティ・ビジネス発展期	
地域で活動するメンターがグループを形成	コミュニティ・ビジネス創業を支援	コミュニティ・ビジネス事業継続を支援	コミュニティ産業への発展を支援	
必要とされる支援	規制緩和			
	相談窓口の設置 ・担当部署の明確化	場所 ・活動場所（学校、公共施設、商店街空き店舗、遊休施設等）	場所 ・継続的な提供	場所 ・継続的な提供
	啓発活動 ・講演セミナー・シンポジウム	人材 ・メンター（リーダー）育成 ・専門家派遣 ・コーディネータ養成	人材 ・リーダーの交流 ・マネージャーの育成	人材 ・地域コーディネータの創出
	地域問題掘り起こし ・ワークショップ	資金 ・立ち上げ資金の提供 ・融資 ・事業保証	資金 ・複数年度資金融資 ・地域への還元 ・投資家斡旋	資金 ・地域循環経済の確立
	調査活動 ・CB実態・行政業務委託内容	情報 ・法人格アドバイス ・経営指導 ・事業化支援	情報 ・事業継続確立に向けてのアドバイス ・経営指導 ・交流情報	情報 ・他団体へのノウハウの還元 ・継続的な情報提供
計画策定 ・CB基本計画	事業 ・行政業務委託 ・行政業務公開入札	事業 ・継続的な実施へのアドバイス ・行政業務委託 ・行政業務公開入札	事業 ・多角化・継続的な実施へのアドバイス ・行政業務委託 ・行政業務公開入札	

資料：平成14年度経済産業省報告書から抜粋（注 CB：コミュニティビジネス）

策を講じているか検討中であると回答したのは66%であり、支援を行っている自治体が多くなっていることが伺える。

ところで、支援を行うに当たっては、コミュニティビジネス事業者が抱える課題等に対して、的確な支援を行うことが求められる。北海道が2002年10月に行ったコミュニティビジネス事業者への調査によると、創業時に最も不足したものは「資金」で、次いで「人材確保」となり、「会計実務指導」などの経営に関する研修・講座を利用したいと考えているという結果が出ている。これに対し、前述の日経産業消費研究所の調査によると、行政の

支援は「事業立ち上がり経費の助成」が13自治体、「専門家派遣などによる経営ノウハウ提供」が12自治体となっていて、事業者に不足しているものを補おうとする姿勢がみられる。一方で、コミュニティビジネスがまだ胎動期にあり、社会的な認知度もまだ低いことから、「フォーラム開催などの普及啓蒙活動」が19自治体で最も多く、次いで「調査研究」が15団体となっている。

実際の支援例として、兵庫県では、阪神大震災被災地に芽生えた「地域住民による、地域住民のための社会・経済活動」を支援するため、平成11年度に被災地域を対象に、事業

立ち上げ経費助成と経営コンサルタント派遣を柱とする「コミュニティビジネス離陸応援事業」を開始し、平成13年度からは支援地域を県下全域に拡大している。被災地域を対象にした助成金は復興基金が原資で、県下全域を対象にした助成は一般財源で賄っている。助成額は1件あたり2年間にわたり計約300万円（助成率は経費の最大2分の1）である。

このほか、コミュニティビジネス関連の就業情報の提供等を行う「生きがいごとサポートセンター」を2カ所で設置している。これらの運営は公開コンペにより、NPO法人に委託しており、このうち「生きがい仕事サポートセンター神戸」は、コミュニティビジネスを実際に行っている30団体により組織するNPO法人しみん事業サポートネットワーク（SBSN）が平成14年4月から受託運営している。SBSNは自らがコミュニティビジネスを行っている経験から、就業相談、セミナーの開催等を行っており、12月までの相談件数は1,499件にのぼり、支援を受けて起業した団体は5団体となっている。さらに、SBSNの構成団体等が受け皿となってコミュニティビジネスへ就業を希望する者の就業体験事業を行っており、体験者の約半数がそのまま就業している。このように、中間支援機関は、コミュニティビジネスが新しい概念で就業や経営に関するノウハウなどの情報が少ないなかで、重要な役割を果たしている。ただ、中間支援組織も現状では資金面で脆弱であるため、公的な支援が求められている。

一方、国では経済産業省が、環境コミュニティビジネスのモデル事業に対する資金援助を始め、中心市街地活性化など多様な地域課題に関しNPOや起業家の財政的支援を行っている。

コミュニティビジネスは、地域住民が主体となって地域が抱える課題を解決し、地域経済の自立を促すものとして大きな期待が寄せられるが、コミュニティビジネスが新しい概念であり、まだ広く一般に認識されていない

状態にある。また、企業が採算面などで対応してこなかった課題に対して、ビジネスの視点を取り入れながら自律的、継続的に事業活動していくことは簡単ではない。そこでコミュニティビジネスを円滑に促進するためには、これまで述べてきたように様々な支援が求められる。繰り返しになるが、フォーラム開催など積極的に情報を提供しコミュニティビジネスの社会的認識度を高めること、立ち上げ資金の助成など資金面での支援、活動スペースの貸出など活動拠点の支援、経営に対する相談助言など経営面での支援、これまで行政が行ってきた事務の委託などを行政において、市民、中間支援組織、企業などとネットワークを構築しながら支援することが肝要である。このような支援により、コミュニティビジネスが継続して活動できるような環境が整えば、県内でも活発になりつつあるコミュニティビジネスが大きな飛躍をとげるだろう。

#### （参考文献）

- 「コミュニティ・ビジネス」細内信孝、1999/10
- 「地域を支え活性化するコミュニティ・ビジネスの課題と新たな方向性」神戸都市問題研究所、2002/9
- 「Social Enterprise in Anytown」John Pearce、2003/2
- 「中国地域におけるボランタリー経済と地域の活性化」中国地方総合研究センター、2003/7
- 「平成14年度「コミュニティ・ビジネスにおける自治体等とコミュニティ活動事業者の連携による地域経済活性化事業実態等調査研究」報告書」経済産業省、2003/3
- 「コミュニティビジネスの現状と課題」広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会、2003/3
- 「コミュニティビジネス活動拠点機能調査報告書」北海道NPOサポートセンター、2003/2