

地域デザインフォーラム・ブックレット

No.1

# コミュニティビジネスが 地域を変える

大東文化大学・板橋区  
地域デザインフォーラム

## 地域デザインフォーラム ブックレット刊行にあたって

大東文化大学と板橋区は2000年5月から、地域連携研究「地域デザインフォーラム」を始めました。これは大学と行政が連携して、地域の政策課題を共同研究するというものです。今まで、これらの研究成果は中間報告書、最終報告書という形でまとめて、発表してきました。

この度、私たちの研究成果を「ブックレット」という形で刊行することになりましたが、これには二つの理由があります。一つは、私たちは今までの共同研究を情報の共有化と情報公開といった方針で進めてきました。従いまして、研究成果は研究員だけでなく、広く一般の方々にも知っていただきたいということです。もう一つは、地域の課題を連携して解決していくためには、今地域が抱える課題を地域の方々に知っていただき、そのテーマに関する基礎的な知識を身に付けることも大切なことだと考えたからです。

今までの報告書と違い、テーマごとにコンパクトにまとめたつもりです。このブックレットが、地域の課題解決のために活用されることを期待しています。

2003年3月

地域デザインフォーラム 研究員一同  
(代表 中村昭雄 大東文化大学教授)

# 目次

はじめに	1
第1章 コミュニティビジネスの基礎知識	3
1. コミュニティビジネスとは	3
2. コミュニティビジネスの意義	4
3. コミュニティビジネスの分類	7
4. コミュニティビジネスの効果	8
5. コミュニティビジネスの支援	10
第2章 板橋区のコミュニティビジネス	11
1. 板橋区の現況	11
2. 板橋区地域経済活性化協議会	12
3. 協議会以後の展開	14
4. 板橋区におけるコミュニティビジネスの事例	17
第3章 先進地域の事例研究	21
1. 東京都内の事例	21
2. 岩手県のコミュニティビジネス支援施策	28
3. 岩手県のコミュニティビジネス事業者	34
第4章 コミュニティビジネスの活性化に向けて	47
1. 板橋区の施策の方向性	49
2. コミュニティビジネスの課題	50
おわりに	56
資料Ⅰ 協議会の答申概要	58
資料Ⅱ 板橋区の施策イメージ（案）	62
参考文献等	63
執筆者一覧	64

## はじめに

10年位前からわが国では「コミュニティビジネス」という言葉が使われるようになってきました。この言葉の定義はいろいろあり、まだ定まった概念というものはありません。そして、その実態もさまざまなものがあり、これとって定まったものはないというのが実情です。詳しくは、本文の中で紹介いたしますが、ここでは仮に「地域住民が主体となって、地域の課題を解決する事業」としておきましょう。

さて、それではこのコミュニティビジネスが注目されてきた背景は、一体なんなのでしょう。コミュニティビジネスは、1970年代後半に、イギリスのスコットランド地方で始められたのが起源とされています。当時のイギリスは、1970年代から始まる「英国病」と呼ばれる経済不況に直面していました。失業率も10%前後と高く、特にスコットランドのような地方都市では、さらに高い失業率に悩まされ、経済不況は一層深刻でした。その結果地域コミュニティも地域経済も疲弊していったのです。

このような慢性的な失業問題を解決し、地域経済の活性化を目指したものがスコットランド地方で生まれた「コミュニティビジネス」なのです。住民が主体となって地域を経営するという方法で、保育や在宅介護、住宅管理、緑化、リサイクル、福祉バス運行、歴史遺産の維持管理などさまざまな取り組みをしてきました。地域コミュニティに必要なサービスを地域住民が主体となって提供したのです。つまり、地域住民がビジネスを起こし、地域の人々に雇用の機会を提供したのです。このようにして、コミュニティビジネスが誕生し、欧米諸国に広まってきました。

さて、わが国の経済は今年1月の失業率5.5%と今までになく過去最悪の事態です。80年代後半、わが国は世界一の繁栄を体験しました。89年の失業率は2.2%で、実質的にはほとんどゼロでした。いわゆるバブル経済の絶頂期でした。しかし90年から、バブル経済は崩壊の一途をたどり、今日に至っています。バブル経済

崩壊後を「失われた十年」といいますが、今日もなお日本の経済は長期の不況に悩んでいます。

かつての英国病が今度は「日本病」となって発病したという見方もあります。わが国はバブル経済崩壊後、金融機関に対する信頼も失われ、潰れることがないと信じられていた大企業も倒産し、国も自治体も財政悪化にみまわれています。

こういった状況の中で、地域社会の活力も失われ、元気がなくなってきました。また一方では、地方分権の推進という時代の要請の中で、住民の知恵や創意工夫を生かした地域やまちづくりが求められてきました。従来の中核集権、行政主導ではなく、地域住民が主体となって、活力のある地域社会の実現を目指し始めたのです。

こうして、行政でも企業でもないボランティア団体や市民の中から、地域の問題を解決していこうという「コミュニティビジネス」という手法に関心が集まってきたのです。

コミュニティビジネスとは、地域社会の再生や発展を目指す事業です。今コミュニティビジネスは、長引く経済不況の中で活力を失っている地域社会が、元気・活力を取り戻す一つの手段、可能性として注目されています。

本書で、コミュニティビジネスの基礎知識、コミュニティビジネスの事例、課題や展望などについてご理解いただき、一人でも多くの方々がコミュニティビジネスに関心を持っていただければ幸いです。