

第1章 コミュニティビジネスと地域

1. コミュニティビジネスと地域

コミュニティビジネスに関連する著書を見ると、地域を元気にする、まちを温かくする、地域社会づくり、まちづくり、自治体活性化などという言葉と組み合わせられた書名が多い。このことはコミュニティビジネスがどのような効果を地域社会にもたらそうとしているのか、あるいはコミュニティビジネスに期待されているものが何なのかが想像される。コミュニティビジネスにはさまざまな効果や役割、可能性などがあるが、ここではその全体像についてまとめてみる。

(1) コミュニティビジネスが求められている背景

コミュニティビジネスの効果、役割、可能性を述べる前に、ここでまずコミュニティビジネスが求められている背景をまとめてみる。

すでに本書の「はじめに」やブックレット No.1 の「はじめに」でも簡単に触れたように、イギリスの場合 1970 年代後半から始まる不況、失業率の増加という経済不況があった。その結果、地域社会の衰退が生じた。アメリカの場合も 1950 年代後半からの地域社会の荒廃が指摘される。また、コミュニティビジネスの成功例としてあげられるシリコンバレーも、1980 年代後半から始まる経済的な危機に悩んでいた。このように主に経済不況を原因とする社会問題に悩んだ地域住民が、この社会問題をどのように解決するかという視点から、コミュニティビジネスが地域社会の中から生まれてきたのである。

経済的危機→社会問題→地域住民が解決策を考える



コミュニティビジネス

わが国の場合も、その状況はほぼ同じである。政治的に見れば、

1990年代には、行政改革や政治改革や地方分権などが叫ばれた。もちろんこういった動きは日本だけ特有の議論ではなく、世界の各地で同時に進行した。こういった議論は、言い換えるならば国家の機能や役割が見直されたということであり、国家の機能や役割が低下した、ということに他ならないのである。その要因として、経済の国際化（グローバル化）や情報通信技術の発達（例えば、IT化、インターネットの発達）などが考えられる。

こういった変化に加え、わが国は少子・高齢化の進展、環境問題などを背景に、成熟社会の到来（価値観の多様化）などの構造的変化を迎えている。その中で、失業率の悪化、コミュニティの崩壊などといった諸問題を抱えているのが現状である。「失われた10年」と言われて久しいが、出口が見えないまま「失われた15年」になろうとしている。

バブル経済の崩壊、金融機関に対する信頼の欠如、大企業の倒産、国と自治体の財政難などに加え、治安の悪化、学力低下などの教育問題、自殺者の増加など、日本の政治や経済のシステムだけではなく、日本社会全体が問題を抱えているのである。

こういった活力が失われた、元気がなくなった社会の中で、従来の中央集権、行政主導ではなく、地域住民が主体となって、地域の諸問題を解決していこうという活動が生まれてきたのである。それが、コミュニティビジネスの活動なのである。このように見てくると、欧米と同様わが国でも、経済的危機に端を発する社会の諸問題に、地域住民が解決策を見いだしていこうとする、同じような思いと活動が芽生えてきたと言えるのである。

（2）コミュニティビジネスへの期待と可能性と目的

このようにコミュニティビジネスには、地域の課題を解決し、地域社会を再生させるといふ、大きな期待と可能性が寄せられているのである。このことを高寄昇三は「コミュニティビジネスは大袈裟に言えば、経済社会構造を改革する牽引車として期待されている」といふ高寄昇三『コミュニティビジネスと自治体活性化』学陽書房、2002年、40頁）。

高寄はコミュニティビジネスへの期待として5点指摘している。

第1は、コミュニティビジネスは地域主義に基づいて市民型社会形成、自己循環経済の形成、地域民主主義の確立など三つの大きな目標を持ち、経済社会文化の変革を目指し、地域主義の復権を目指す。そして究極的には、経済社会政治システムの改革という壮大な期待と可能性をかけているのである（高寄、前掲書、40～41頁）（図表－1、参照）。

図表－1 コミュニティビジネスの目的

目 標	具体的理念・システム・メカニズム
市民型社会形成 自己循環経済機構 地域民主主義創設	公的・私的扶助から社会的扶助、コミュニティ活動の展開、企業市民化 エコマナー、受益者負担の原則、贈与の経済学、生協・ワーカーズ 自治体改革、行政評価システム、住民投票制度化、地方財政改革

（出典：高寄昇三『コミュニティビジネスと自治体活性化』学陽書房、2002年、41頁）

高寄は、わが国では昭和40年代にコミュニティ主義とか昭和50年代に地域主義が提唱されたが、コミュニティ再生にはつながらず、失敗したと述べる。一方、コミュニティビジネスは、行政主導型ではなく、民間主導の地域活性化プロジェクトであり、コミュニティビジネスはコミュニティの復権を展開する起爆剤になると指摘している（高寄、前掲書、41-42頁）。

第2は、コミュニティビジネスはもっとも実践能力と行動力にすぐれた市民セクターである、という。コミュニティビジネスは一般の企業活動と比べれば事業規模は小さいが、行政・企業・公益セクターの機能を連携させ、地域社会に貢献させる媒介・斡旋機能を秘めている。そして、21世紀は、第3セクターを第1、第2セクターの補完・補強セクターとして定着することを期待している（高寄、前掲書、42頁）。

高寄は、従来の観念的な地域主義とは異質のコミュニティビジネスが、既に多くの地域実践活動を展開し、顕著な実績を残していることに大きな期待を寄せている。こういったコミュニティビ

ビジネスが、経済成長の成果を、行政・企業・個人ではなく、地域社会に還元し、市民社会を豊かにするシステムの構築をめざす、と述べている（高寄、前掲書、42-43頁）。

第3として、コミュニティビジネスの活動は、事業展開の実績をベースにした地域実践活動であり、その変革の影響力は確実な成果が期待できるとしている。すなわち、意識の変革は一過性でムードで終わるおそれがあるが、コミュニティビジネスは実践をベースとした事業セクターなので、行政や企業セクターにとっても、かけがえのない社会セクターになっていると指摘する。むしろ、これからの行政はコミュニティビジネスなどの共益セクターと積極的にネットワークを結び、活用していく必要があると述べる（高寄、前掲書、43-44頁）。

第4は、コミュニティビジネスの第3セクターとしての「共生・共益」という概念である。これは、企業の「私」概念、行政の「公」概念に代わる第3の「共」という概念で、市民・地域主義の創造をめざすものである。高寄はコミュニティビジネスの主体である事業系NPOに大きな期待を寄せる。それは、実践性という点で、構造改革につながる社会的変革の確実な機動力になるからだとしている（高寄、前掲書、44-45頁）。

第5は、このようにコミュニティビジネスが地域実践活動を通じて、行政や企業の変革を迫ることである。わが国はもはや中央だけでなく地方も、従来式の行政運営に手詰まり状況を示している。高寄は、コミュニティビジネスは地域社会におけるセクターとして、成長する経営環境は成熟しつつあるという。今日、行政が十分な行政サービスを行おうとするならば、信頼できるパートナーが必要である。コミュニティビジネスの成熟は、行政と市民のパートナーシップを現実化する、不可欠の前提条件だとする（高寄、前掲書、45頁）。

わが国は、1990年代に地方分権の推進を求めてきた。この動きの中で求められたものは「分権型社会」の創造であった。分権型社会では、地方自治体は国と対等・協力の関係になり、地域の実情に応じた住民本位の総合的・能動的行政をめざし、住民の参加

を前提に、地方が自己決定・自己責任の原則に立ち、住民のニーズにあった施策を展開していかなければならなくなった。

地方分権時代の自治体行政では、住民参加の充実と地方自治体の役割が一層拡大し、その責任も重くなったのである。地方自治体は少子高齢化、環境問題、低迷する地域経済などの困難な問題を迅速に解決していかなければならない。また、住民の多様化したニーズにも応えていかなければならない。これらは、現在わが国の多くの自治体が直面している課題である。

今日の自治体は、このような問題解決能力、政策形成のあり方が問われている。ここに、高寄が指摘するように、協働とかパートナーシップが求められてきたのである。自治体はその地域を構成するさまざまなアクターとパートナーシップを結び、ネットワークを構成しながら行政運営を進めていかなければならなくなったのである（板橋区と大東文化大学は、2000年5月から、行政と大学が連携して地域の政策課題を共同研究し提言するという「地域デザインフォーラム」を始めた。詳しくは、編集代表・中村昭雄『行政・大学連携による新しい政策形成 共生へのパートナーシップ』ぎょうせい、2003年、をご参照ください。なお、このブックレットもこの研究成果の一部です）。

高寄は、コミュニティビジネスは既存のシステムへの拮抗力になっていくだろうと指摘する。今日の極度に中央集権化された政治行政、巨大化され営利化された経済社会に抵抗するには、地域コミュニティの強化しか、現代社会の病巣を治癒する手だてはないと断言している。コミュニティビジネスは市民の変革を具体化していく、新しい経済社会システムの担い手であり、構造改革の推進者なのであると、大きな期待を寄せている（高寄、前掲書、46頁）。

（3）コミュニティビジネスの社会的効果

前述したように、コミュニティビジネスには、さまざまなそして大きな期待が寄せられていることが分かった。ここでは、さら

に具体的にその社会的効果について述べていく。コミュニティビジネスの社会的効果といっても、多様である。ここではまずその手がかりとして、何人かの専門家の論点をまとめてみよう。

図表－２ コミュニティビジネスの社会的効果

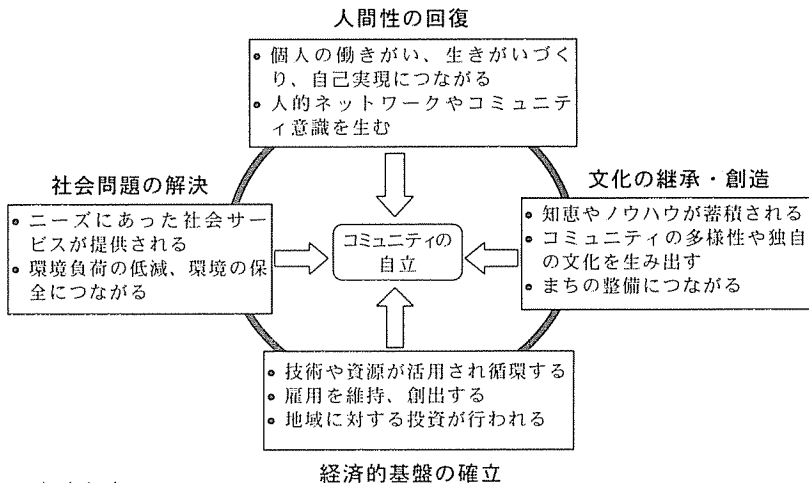
提 唱 者	論 点
藤江俊彦 『コミュニティ・ビジネス戦略』	①地域の問題解決、②地域の雇用の創出、③地域住民のコミュニケーションの活性化、④生きがいの創出
細内信孝 『地域を元気にするコミュニティ・ビジネス』	①人間性の回復、②地域社会の問題解決、③生活文化の継承・創造、④経済的基盤の確立
高寄昇三 『コミュニティビジネスと自治体活性化』	地域社会の再生＝①共同意識の回復、②地域社会の遊休資源活用、③地域社会の問題解決、④自治体行財政効果、⑤自治体行財政変革
関東経済産業局 『コミュニティビジネスの手法によって地域を活性化させるための「インターメディアリー」構築推進プロジェクト調査事業報告書』	①市場と行政が解決できない地域課題を解決、②新たな雇用の創出、③社会的需要の増大とその対応、④新しい公共サービスの担い手創出、⑤環境対応型のコミュニティビジネスの出現、⑥生活者中心の融合型コミュニティへの再構築、⑦地方自治の確立とコミュニティビジネスを活用した地域の自立

社会的効果といっても、実際は社会的効果と経済的效果を峻別することはなかなか難しいし、両者は関連性があるので、重なる部分もある。上記の4者についても、藤江と細内は社会的効果と

経済的効果を厳密に区別していない。高寄と関東経済産業局は、社会的効果と経済的効果を区別している。

4者はコミュニティビジネスに対する視点が異なるので、当然その論点も異なってくるが、社会的効果としての共通点は概ね以下の3点である。①地域社会の問題解決、②生きがい・人間性の回復、そして最終的には③地域住民のコミュニケーションの活性化、生活文化の継承・創造などによる地域社会の再生である。こういった効果が現れてくると、コミュニティが自立（自律）し、自治体改革、地方自治の確立、地域民主主義の確立につながるというわけである。そして、この他に新たな地域の雇用創出という経済的効果がある。

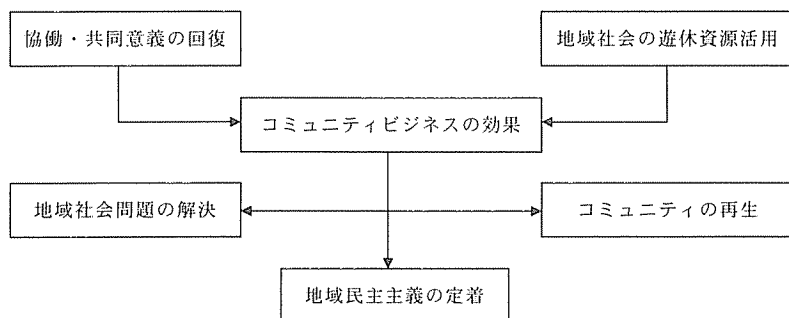
図表－3 細内のコミュニティビジネスの効果



◎細内信孝

(出典：細内信孝『地域を元気にするコミュニティ・ビジネス』9頁)

図表－４ 高寄のコミュニティビジネスの社会的効果



(出典：高寄昇三『コミュニティビジネスと自治体活性化』57頁)

第1の地域社会の問題解決は、地域が抱えるさまざまな問題を解決することである。地域が抱える課題は多様である。以下のようにほぼ10分類される。①まちづくり・人材育成に関する課題、②環境に関する課題、③子育て、学校教育に関する課題、④高齢者・障害者福祉に関する課題、⑤地場産品・伝統工芸に関する課題、⑥雇用・就業支援に関する課題、⑦情報化に関する課題、⑧地域の安全に関する課題、⑨文化・芸術・スポーツ振興に関する課題、⑩これらの活動をサポートする中間支援、である（細内信孝・鶴飼修『コミュニティ・ビジネス企業マニュアル』ぎょうせい、2003年、18頁）。まさにこういった日々の生活で生じてくる問題や課題の解決策として、コミュニティビジネスがあるわけである。それは、言い換えればコミュニティビジネスのジャンルにもなっている。

例えば、墨田区に都内のレストランから回収した廃油をリサイクルしてディーゼル燃料を精製している有限会社染谷商店がある。これは、地域の問題を行政ではなく、コミュニティビジネスとして解決している事例である（大東文化大学法学部中村昭雄ゼミナール『まちを温かくするコミュニティビジネス』2002年、165-167頁）。これは、行政が問題解決しているのではなく、有限会社、地域住民が主体となっているコミュニティビジネスの事例である。

第2は、生きがい、人間性の回復である。コミュニティビジネスの活動をしている方に、活動を通じて得たものは何ですかと尋ねると、やりがいを感じている、生きがいを感じている、働きがいを感じている、という答えが返ってくる（中村ゼミナール前掲書、107頁）。さらに、定年退職者や家庭の主婦などがコミュニティビジネスに参加するのは、生きがいや自己実現を求めているのである。

第3は、地域社会の再生である。コミュニティビジネスがこういった地域の問題を解決し、地域住民が生きがいや働きがいを感じる社会は、今までになかった地域社会の構築に他ならない。

従来の日本の社会の特徴は、政治的にみれば中央集権型行政システムであった。このシステムが機能不全に陥り、20世紀末に地方分権の推進に方向転換したことは前述したとおりである。一方、経済的にみても、行政主導によるいわゆる「護送船団方式」がうまく機能していないことも明らかとなった。共通点は行政主導ということである。ここに、第1セクターの行政でもなく、第2セクターの企業でもない、第3セクターに期待がかけられてきたのである。第3セクターは、地域であり、市民が中心となる市民セクターである。これは、今まで慣れ親しんできた日本社会を180度転換するほどの、パラダイムの転換を迫る考え方である。

コミュニティビジネスが最終的にめざすものは、地域住民が中心となり、自治の確立と地域の自立を約束する地域社会の構築なのである。言い換えれば、従来の行政主導ではなく市民が主体の市民社会を作ることである。そのためには市民が自己決定・自己責任が取れる自立した市民にならなければならない。政治的にみれば、これこそが民主主義の基本である。コミュニティビジネスを発展させるということは、もはや「お役所任せ」という発想は通用しない。高寄はこのことを自治体改革という。これが定着すると、地域民主主義の定着となる（高寄、前掲書、55-56頁）。

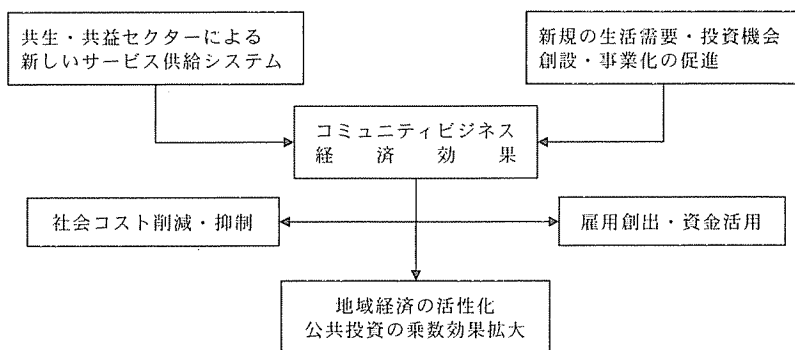
（4）コミュニティビジネスの経済的効果

最後に経済的効果について述べる。すでに社会的効果の中で地

域雇用の創出、経済的基盤の確立などが指摘されているが、ここで改めて整理しておく。

高寄は、コミュニティビジネスの経済効果として、次の5点をあげる。①地域社会の遊休資産を動員して、投資・消費・雇用創出をうみだす。地域循環経済を形成する。②地域社会サービスを拡充し、地域社会で有効需要をうみだす。③大きいコミュニティビジネスの経済乗数効果。④大きい雇用創出力。⑤公共投資・社会保障のような膨大な財源を必要としない。

図表－5 コミュニティビジネスの経済効果



(出典：高寄昇三『コミュニティビジネスと自治体活性化』54頁)

関東経済産業局の報告書では、地域経済への効果として3点あげられている。①地域発のベンチャービジネス創出による地域経済の活性化。②新しい需給関係の創出による地域における有効需要の創出。③持続的な経済発展のための多参画型社会の形成。

①は、サービスする人とされる人が同じ場所と時間を共有し、地域内で生産と消費が循環する新しいビジネスモデルと位置づける。いわゆる地域循環型経済の創出である。これは、板橋区地域経済活性化協議会の答申に盛り込まれた「個性豊かで、持続的な地域循環型経済コミュニティの創造」という基本目標と共通するものである（板橋区地域経済活性化協議会『板橋区地域経済活性化

化協議会報告書』平成13年、22頁)。②は、地域の潜在需要(例えば、福祉、環境、まちづくり)を有効需要へと変え、需要創出でデフレ経済を克服する可能性をもつ。③は、雇用創出とも関連があるが、高齢者、女性、障害者、失業者、定年退職者などが経済主体となり、地域の有力な資源として有効に活用される社会を形成するというものである(関東経済産業局、前掲報告書、15-16頁)。

2. 事例 [1] 株式会社黒壁（滋賀県長浜市）

まちづくり役場事務局長 山崎弘子氏

【プロフィール】

郊外型大型ショッピングセンターの進出に圧されて空き店舗率5割を超え、「一時間にひと4人と犬1匹」といわれていた長浜の中心商店街は、昭和58年の「長浜城」再建をきっかけに地域の人々にまちづくりの意識が急速に高まり、様々な事業が展開された。十数年を経過した現在、空き店舗には新規店舗が次々と参入し、年間210万人の観光客が訪れる観光地にまで成長した。

推進役となったのは、昭和63年に設立された第三セクターのまちづくり会社㈱黒壁である。黒漆喰壁の旧銀行のガラス工芸品店への改装を皮切りに、現在では28の店舗・工房を出店し、年商719百万円にまで成長している。

また、平成10年には、こうした成果を地域に定着させようと「まちづくり役場」を設立、TMO（まちづくり会社）として機能している。行政とは連携しつつも、直接の助成は受けておらず、あくまでも民間の力で事業を推進し成功している。

【経緯】

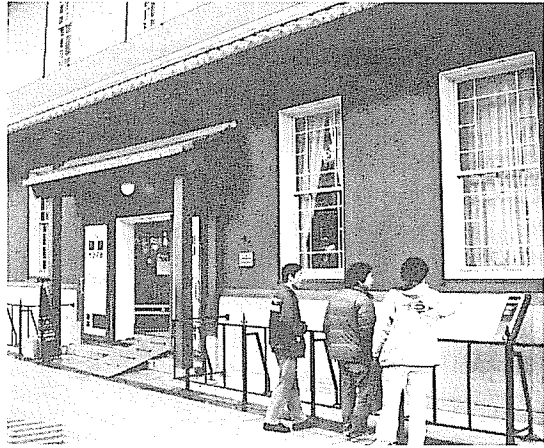
長浜市は、面積約45k㎡、人口約6万人。琵琶湖の北東部に位置し、約400年前、秀吉の長浜築城により城下町の基盤が整った。町衆の保護と自立を目的に「町屋敷年貢免除」の朱印状が与えられた。これが、江戸時代を通じて明治維新まで続き、北国街道の宿場町、生糸や浜ちりめんの商工業都市としての発展に大きな力となり、長浜に町衆自治の精神が育まれる基となった。

明治初期には、県下初の小学校や国立銀行が設立、さらに県下初の鉄道が開通するなど進取の気性に富み、近畿・中京・北陸3圏の接点として、独自の文化圏を形成してきた。

まちおこしのきっかけは、総事業費10億円のうち市民の寄付が約半分集まった「長浜城」の再建であった。その後、明治に建築され、洋風土蔵造りに黒漆喰壁から「黒壁銀行」と呼ばれた旧銀

行の建物保存と商店街活性化の拠点としての活用を目的に、長浜市の支援を受け第3セクター(株)黒壁が誕生した。

それまで特に長浜とは関連がなかった「ガラス工芸」に着目、江戸時代の面影を残す古い街並みを生かしたまちづくりが始まった。「黒壁



図表6 黒壁ガラス館

銀行」は、「黒壁ガラス館」(図表6)として原形復旧され、その周囲には「黒壁スクエア」と呼ばれる工房、ガラスギャラリーなど多種多彩な店が集積している。(株)黒壁は10周年を機に、ガラス事業に一本化し、これまで進めてきたまちづくり事業は「まちづくり役場」にその役割を移管した。

【事業の特徴】

プラチナプラザ 平成8年に大河ドラマにちなんで行われた地元開催の北近江秀吉博覧会に55歳以上のコンパニオンを採用。閉幕後、活躍した熟年スタッフの活力を元に、シルバーも磨けばプラチナになるという意味を込めて「プラチナプラザ」と名付け、一人5万円の出資を募り商店街の空き店舗を使って4つのお店を開業。商店街の活性化と高齢者の生きがい作りを兼ねた地域事業の一つが新たにスタートした。店舗により売上げの多少はあるが、独立採算制をとっている。このことが各経営者のやる気につながり、4店合計で年間4,000万円～5,000万円の売上げがある。

まちづくり役場 平成10年に地域でまちづくりを考える拠点として、博覧会で事務局本部だった旧商家に「まちづくり役場」を設立。黒壁グループ、プラチナプラザなどの事務局業務のほか、

地元民放ラジオ局定例番組のスタジオや全国からの視察受入れ所にもなっている。また、年間約400件ある視察の受入れ料も財源とするなど自主運営されている。平成15年9月にNPO法人申請。

【課題と考察】

㈱黒壁の「株式会社としてきちんと営利を追求することが、まちづくり継続の条件」との考え方や、「町のために市民が金を出し、参画する」という秀吉の時代から受け継がれる自主・自立の「町衆気質」がここまでの発展を支えてきたといえよう。

ガラス工芸とまちづくりを融合させた“黒壁運動”は、収益による自立を目指すことで事業を維持・継続し、徐々にその存在が商店街や地域に認められるようになっていった。市の店舗改装支援も加わり、この10年余りで中心市街地はかなり活性化した。まさに、黒壁がまちの求心力を高め、まちを再生したのである。

そして、そうした成果を地域に定着させようと活動しているのが「まちづくり役場」である。博覧会の開催が起爆剤となって、地域住民のコンセンサスが得られ、市民全体の活力を引き出すことに成功した。今後は、今までほとんど活動を共にしてこなかった商店街との協力関係を築き、「地元の人のための商店街を地元の人で元気にしたい」との目標を掲げ、観光地化した商店街の更なる活性化に向け、新たな一歩を踏み出そうとしている。



図表7
まちづくり役場

3. 事例 [2] 特定非営利活動法人 X O クラスター

(京都府京都市)

事務局長 田中寿雄氏

㈱京都ソフトウェアアプリケーション総務部長 新田稔氏

【プロフィール】

制御機器メーカー・オムロンを退職した O B が集まり、それぞれの得意分野を生かし楽しく社会貢献しよう、と結成された団体である。メンバーには技術、営業、法務、人事などに精通した人が多く、中小企業やベンチャー企業の支援をはじめとした様々な事業活動を行っている。

「X O クラスター」の「X」は、超える、外に出るの意味、「O」はオムロンの頭文字あるいはオリジナル、「クラスター」はぶどうの房のような最適の結合を表しており、オムロンを退職した人たちで、豊かな房を实らせようという思いが込められている。

集まった O B は技術者が多く、ハイテクにも精通していることから、ビジネス志向の I T シルバー集団として注目されている。現在の会員数は 104 名。

【経緯】

設立のきっかけは平成 10 年の新事業創出促進法施行にともなう「地域プラットホーム」構想に基づき、京都市地域プラットホームとして京都高度技術研究所が中核拠点に位置づけられ、オムロンの O B が多数コーディネーター、アドバイザーとして参加したことによる。

平成 11 年 7 月に同研究所からシニア人材の有効活用とシニアが生きがいを持って社会参加できる社会経済システムを目指した、各企業グループ単位の組織化の呼びかけがあり、平成 12 年 1 月、中小企業支援のための N P O として活動を開始することとなった。

この呼びかけに応じて、京都シニアベンチャークラブ、堀場 O B ベンチャークラブ、島津シニアベンチャークラブ、C N 京都クラブ、京都シニア I T プラットが誕生し、同年 12 月、6 グループ

で「京都シニアベンチャークラブ連合会」（事務局：政府出資特別法人㈱京都ソフトウェアアプリケーション（K Y S A）内）を結成、その後、日本電池O BのG S・O B ベンチャークラブが加盟して7グループ（約400名）となっている。

連合会では相互の連携を深め、各グループ活動の円滑化及び活性化を図るとともに、起業家人材育成事業などの人的支援活動や自らのベンチャー企業化に向けた活発な取り組みなどを行っている。近々、積水化学O Bによる新たなクラブ発足の動きもあるとのことである。

【事業の特徴】

具体的な活動内容は、地域の中小企業に直接訪問して技術・経営支援のための相談に応じているほか、企業で習熟した知識を生かして学生に講義を行う講師派遣（現在2つの大学で実施）や、シルバー向けパソコン教室の開催などである。

企業への派遣指導は、会員と企業の間で個々に契約し、報酬は直接会員の収入としているが、一般的なコンサルタント料より安く請け負っている。大学の講師も何人かで年間通して担当するなどしているが、交通費程度で引き受けているとのことである。

また、汚水を浄化させる機能のある多用途樹木「モリンガ」を世界の開発途上国に植樹するプロジェクトを手がけるほか、X O クラスタの中の有志が、米国の退職経営者によるインターネット経営支援組織「S C O R E」を見習って、インターネットを通じた中小企業や起業家への経営相談を受ける体制を立ち上げるなど、その活動は広がりを見せている。

【課題と考察】

京都シニアベンチャークラブ連合会の中でも、元の会社との繋がりが強く資金援助を受けているクラブもあるが、このX O クラスタは唯一N P O 法人化している組織であり、オムロンとは繋がりはない。それゆえ、活動資金は会員の年会費（1,000円）とK Y S A から各団体への補助金によって賄われている。各会員が

直接クライアントとやり取りする方法や、事務所をK Y S A内に置くことで、極力、管理経費をかけないようにしている。

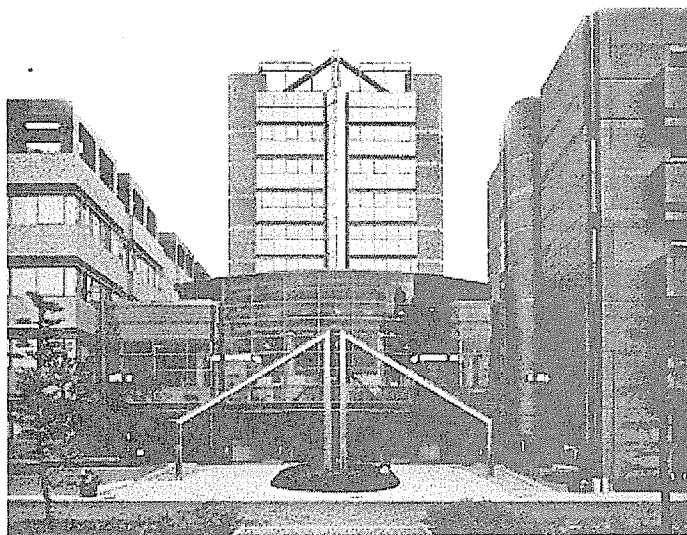
図表 8 活動状況

ジャンル	事業グループ	事業内容の事例
地域産業の振興	専門領域を活用した派遣指導や講座開設及び地域振興策の考察グループ	起業・創業に関わる業務支援、講座開設 Web による「京都スコア」経営支援 社会貢献した個人・団体を表彰する仕組造り
社会教育	専門領域活用による学生支援グループ	キャンパス内インキュベーターの支援
文化・観光	川の美化貢献グループ	川底清掃、見せる川へのイメージチェンジ支援
国際協力	外国人との交流活動グループ	在京外国人に日本語教育、交換講座開設
環境保全	モリリンググループ	多用途樹木モリリング栽培の実用化支援
福祉の増進	シルバー層へのIT普及活動グループ	リースアップしたPCを整備して提供
その他	放置物件のリサイクル化考察グループ	備え付け機器等の現地訪問修理支援

また、京都府の個人や企業向けの販路開拓への支援事業としてのボランティアによる「創援隊」立ち上げや、「京都市ベンチャー企業目利き委員会」による起業家募集事業などの話も聞くことができ、大変参考になった。

京都地域の産業振興・科学技術進展のために産・学・公の第3セクターとして設立された(株)京都高度技術研究所や、情報化人材育成機関として起業・創業支援、情報化支援を推進する(株)京都ソフトウェアアプリケーションという地域の核となる基盤組織の活動のうえに、ベンチャー企業を中心にしたOB会の「せっかく身につけた技術や経験を眠らせるのはもったいない」との気概が結びついたからこそ実現できたように思われる。

京都は歴史と伝統を重んずるまちとの印象があるが、田中氏の「京都の特色として、新しく生まれたベンチャー企業を伝統として育て守っていききたいという風土がある」という言葉に新鮮さと同時に「ものづくり」にこだわる熱意を感じた。



図表 9

京都高度技術研究所