

地域デザインフォーラム・ブックレット

No.6

# コミュニティビジネスと 地域の活性化

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。

2004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と地域	5
1. コミュニティビジネスと地域	5
2. 事例 [1] 株式会社黒壁（滋賀県長浜市）	16
3. 事例 [2] 特定非営利活動法人XOクラスター （京都府京都市）	19
第2章 板橋区の現状と政策展開	23
1. ワークショップによる意識啓発とネットワーク形成	23
2. コミュニティビジネス・コンテスト	29
3. 事業の今後の方向性	31
4. 事例 [3] 板橋区の事例 ～コミュニティビジネス・コンテストのモデル事業～	32
第3章 コミュニティビジネスと産学公民連携	35
1. コミュニティビジネスが必要とされる社会的背景	35
2. 行政とコミュニティビジネスの役割分担	38
3. 協働とコミュニティビジネス ～コミュニティバスの事例から～	46
第4章 コミュニティビジネス支援のプラットフォーム	54
1. 事例 [4] 兵庫県における コミュニティビジネス支援施策	54
2. 支援システムの比較	59
3. 広域連携と推進協議会の動向	61
第5章 コミュニティビジネス支援システムの構築をめざして	65

1. コミュニティビジネスの可能性	65
2. コミュニティビジネス支援システム	69
おわりに	77
資料Ⅰ コミュニティビジネス・モデル支援事業実施要綱	78
資料Ⅱ 板橋区のコミュニティビジネス 活性化支援事業イメージ	83
研究班研究活動記録	84
参考文献等	86
執筆者一覧	88

## はじめに

今日、コミュニティビジネスに対する関心が集まり、注目され、具体的な行動・活動が世界中で、そして日本でも生まれていることは確実なようです。

『コミュニティビジネスが地域を変える』（地域デザインフォーラム・ブックレットNo.1）で指摘したように、コミュニティビジネスの定まった定義や概念はありません。というのは、コミュニティビジネスがいち早く生まれたイギリスやアメリカの実情、さらにそれらを導入したわが国の現状などをみると、地域性などをはじめとする特殊性やコミュニティビジネスを事業として運営する組織もさまざまあるからです。むしろ、その曖昧性、多様性こそがコミュニティビジネスの特徴とも言えるのではないのでしょうか。

しかしながら、コミュニティビジネスの共通点も見いだすことができます。まず、このようなコミュニティビジネスが注目された背景には、地域社会や地域経済の低迷などがあります。イギリスの場合、1960年代半ば以降のいわゆる「英国病」と呼ばれる経済不況がありました。イギリス経済の低迷が地域経済と地域社会の崩壊に拍車をかけたのです。アメリカの場合は、1950年代後半からの都市荒廃とコミュニティの崩壊が背景にあります。60年代にはコミュニティの存在意義が再認識され、地域社会再生への動きが芽生えてきました。そういった動きの中からCDC（コミュニティ開発法人）などが誕生してきました。

このように、荒廃した地域社会（コミュニティ）をなんとか再生させようという動きの中で、コミュニティビジネスの考え方・動きが芽生えてきたのです。

さてわが国を見ると、日本の経済と社会は1980年代末（昭和）まで繁栄を誇っていましたが、90年代（平成）になってから、混乱し始めました。わが国の現状はほぼ以下の7点に要約されます。

①経済のグローバル化（あらゆる経済活動において構造的な変

化が生じ、失業率の悪化が生じる)

- ②成熟社会の到来 価値観の多様化
- ③少子高齢化の進展
- ④環境問題の深刻化
- ⑤コミュニティの崩壊
- ⑥国と地方自治体の財政難
- ⑦地方の時代と地方の疲弊

(広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会「コミュニティビジネスの現状と課題 -その推進に向けて-」より。)

このように、わが国を取り巻く経済社会は、多くの問題を抱えています。まさに元気がない・活力がない、地域社会が崩壊したと言われて久しいわけですが、そういう状況を私たちがただ手をこまねいて見てきたわけではありません。地域をよくしよう、まちを元気にしよう、「まちづくり」をはじめ、地域社会再生のために、さまざまな人たちが、さまざまな運動や活動を試みてきました。そのような動きの中で、地域社会に元気を取り戻す一つの可能性と期待を込めて注目されてきたのが、コミュニティビジネスなのです。

特にわが国の場合、従来の中央集権型行政システムでは、国民の多様化した価値観、地域社会の諸問題、地域の複雑で多様なニーズに応じた地域づくりには、的確な対応が困難となってきました。また同様に、営利だけを追求する企業もこのような諸問題に適切な対応が難しくなってきました。行政と民間企業の両者が、大きな壁に直面しています。言い換えれば、第1セクターといわれる行政と、第2セクターといわれる企業の両者が機能不全に陥ってしまったのが今日の状況です。

こういった背景の中から、第1セクターの行政でも、第2セクターの企業でもない、第3セクターの活動に期待が寄せられてきたのです。第3セクターとは、市民セクター、NPO（民間非営利組織）、ボランティア団体をいいます。こういった市民が主体となって、地域の問題を解決するために起こした地域に根ざした事業をコミュニティビジネスとよんでいます。(ブックレットNo.1で

は、「コミュニティビジネスとは、地域の中の様々な問題を解決するために、自分たちのアイデアと地域にある資源を活用して、市民自らが取り組んでいく地域に密着した事業活動をいう」とした。）

イギリスのコミュニティビジネスにもアメリカのコミュニティビジネスにも共通するのは、その地域の住民が中心となって起こした事業ということです。わが国でも地域住民が主体となって起こした事業の事例が各地で紹介されています。本書でもその代表事例をいくつか紹介します（ブックレットNo.1でも、先進地域の事例を紹介しています）。

さて最後に、わが国における最近の政府の対応について触れておきます。2003年10月、内閣に地域経済の活性化と地域雇用の創造を地域の視点から積極的かつ総合的に推進するため、「地域再生本部」を設置しました。同本部は12月に地域再生推進のための基本方針を定めました。

その基本的な考え方は、少子高齢化の進展、国際化の進展、情報通信技術の高度化、環境問題といった構造的な変化に対し、地域経済はこれらの課題への対応が求められている。その際、国が一方的に支援するのではなく、「国から地方へ」、「官から民へ」ということを強調し、地域の持続可能な経済発展を目指す。地域を再生していくためには、それぞれの地域の特性や住民のニーズなどを踏まえながら、地域経済の活性化と地域雇用の創造を実現することが重要である、と指摘しています。

この指針では、地域再生とは、地域のさまざまな資源を活用しながら、民間事業者が、地域内外のニーズを掘り起こし、それに応じてビジネスを健全な形で展開することを通じて…、と述べています。これは、コミュニティビジネスという言葉こそ使用していませんが、まさにコミュニティビジネスのことを指しているのです。この実現のため地方公共団体は、住民や民間事業者などと一体となっていくことが必要としています。藤江俊彦は、コミュニティビジネスの主体は多様であると言っています。例えば、NPO、企業、協同組合、公益法人、個人、主婦、定年退職者、大

学生、さらに大学と企業や行政との連携活動など（『コミュニティ・ビジネス戦略』より）。コミュニティビジネスには、地域再生のために地域の構成員が主体となって、知恵と工夫を生かすさまざまな形態があり得るのです。

以上のように、コミュニティビジネスには、地域社会を再生・活性化させるという大きな期待が寄せられています。そのために、まず地域住民が自ら考え、行動を起こすことが大切なのです。