

「コミュニティビジネスとは」

(関東経済産業局)最終更新日時 : 2007/06/12 17:22

コミュニティビジネスは、地域で生活する皆さんのアイデアと熱意により生まれてくるものです。毎日の生活で困っていること、普段気づかない身の回りの地域資源がコミュニティビジネスに取り組みきっかけとなり得ます。

地域を豊かに、元気にするコミュニティビジネスを皆さんで創り出して行きましょう。



【地域の高齢者による伝統的なおやきの製造と販売】

1 コミュニティビジネスの定義

現在、統一された明確な定義はありませんが、関東経済産業局では「コミュニティビジネスとは、地域の課題を地域住民が主体的に、ビジネスの手法を用いて解決する取り組み」と認識しております。

2 コミュニティビジネス誕生の背景

これまでは、いわゆる地域の問題は、地元の行政機関が解決に当たってきました。しかし、今、国や地方自治体は、大幅な財政赤字を抱えていますし、今後の少子高齢化の下では、ますます厳しくなることでしょう。

また、その組織自体も人員の縮小等を余儀なくされる傾向にあります。このため、これらの問題に、十分に手をまわすことはもうできない、少なくとも近々にできなくなって来る、というのが現状です。

これを受けて、地域住民自らが立ち上がって、コミュニティが抱える問題を解決しよう、という動きが出てきました。

3 コミュニティ " ビジネス " と呼ばれる所以

ここで「ビジネス」と呼ぶのは、活動をより効率的に、かつ始めた以上は責任を持って継続的に、安定的に行うため、いわゆる「ビジネスの手法」を採って、事業として運営するためです。ここがいわゆるボランティア活動とは一味違うところです。

また、NPO という言葉もよく耳にされるとは思いますが、NPO はこのコミュニティビジネスを行うのに相応しい組織形態のひとつです。

4 コミュニティビジネスの効果

地域での新しい課題解決のためのビジネスの場を形成することで、地域における創業機会、地域雇用を拡大する効果が望めます。また、地域住民自らが主導し実践することによって、地域社会の自立・活性化、地域コミュニティの再生などの効果が期待されると同時に、活動主体たる地域住民は、社会に貢献しているという満足感や、やりたいことを実行するという自己実現の満足感、生き甲斐を与えてくれます。

【参考：「[コミュニティビジネス創業マニュアル-NPOなどを通じて地域課題に取り組むには-](#)」（関東経済産業局 平成16年3月）ほか】

5.関連リンク

事業NO 22	
事業名 コミュニティビジネス	
リンク名	リンクアドレス
経済産業省 関東経済産業局	http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/community/index_about.html
コミュニティビジネス 事例集 2006	http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/community/data/jireishuu2006.pdf
コミュニティビジネス創業マニュアル	http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/community/index_cb-collaboration.html
コミュニティビジネスの事例（愛知県付近）	http://www.pref.aichi.jp/shogyo/sinko/cbshishin/sanshou.pdf
コミュニティビジネス優良モデル事業者	http://www.pref.aichi.jp/shogyo/sinko/19cb-model13.pdf
コミュニティビジネス リンク集	http://www.cb-s.net/link.html

2. コミュニティビジネスとは

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し、またコミュニティの再生を通じて、その活動の利益を地域に還元するという事業のことの総称です。

コミュニティ
ビジネスは
格を示
はなく、
性・社会
性・自立
った地域
のことを
す。



ティビジ
法人、資
すので
「地域
性+事業
性」を伴
事業体
指しま

コミュニティビジネスに期待されていること

地域の特性を生かした新しい地域社会づくり
商店街、まちの活性化
顔の見える地域社会の再生
地域での雇用創出
生き甲斐づくり etc

これまでのようにどの町にもチェーン店、大型店が並ぶような、画一化された地域社会ではなく、地域、町、市民に合ったまちづくりの推進を図り、市民が主体となって特徴のある地域社会の創造を目指すものであります。

コミュニティビジネスは決して新しい考え方ではなく、むしろ地域中心のまちづくりを進めるといふ点では、旧来の村社会に近いものがあります。

では何故コミュニティビジネスが注目されるようになったのでしょうか。

それはバブル経済期を経て、これからの日本社会のあり方、一人一人の生き方への展望が変化し、コミュニティビジネスによる地域社会作りが求められるようになってきたからです。

人々がお金社会から脱し、いかにして充実したライフワークをつくり上げるか、それがこの言葉の中に期待されている大きな要素ではないでしょうか。

まだコミュニティビジネスの定義は十分に確立されておりませんが、主に次のような活動に関する団体のことを指しています。

コミュニティビジネスの概要

主な活動分野

福祉、保健、医療 青少年教育 環境 まちづくり 就業支援
地域資源活用 災害支援 観光、交流 文化、芸術、スポーツ
上記活動に関する支援、サポートなど

地域性

中学校区の単位、生活圏の単位、市町村の単位などの範囲

事業性

事業活動をおこなっており、独立した事業体として自立していること

事業の継続性

イベント的な活動ではなく、継続して活動を実施している事業体

事業と補助の割合

補助・助成に頼らず、事業活動による事業収入を中心としている

活動形態

個人事業、任意団体、NPO、会社、組合など問わない

活動の主体者

地域住民、主に高齢者(特に定年退職者)、主婦、学生、商店主、
障害者、若年者(フリーター)などを中心に市民による活動が期待されている

活動の支援者

行政(自治体)、企業、学校、金融機関、専門家、専門機関、一般市民、
中間支援組織(インターメディアリー)など

今後はそれぞれの地域の特性を生かした地域社会作りをおこなうコミュニティビジネスがどんどん生まれてくることが期待されています。

また主役は市民であり、今後はいかに地域でネットワークを構築し、地域の支援の下で特長あるコミュニティビジネスの「芽」を発掘していくことが求められるのです。

コミュニティビジネスの仕組みづくり

コミュニティビジネスは「仕組みづくり(ビジネスモデル)」がポイントです。

従来の企業では仕組み、枠組みは「事業」としていかに収益をあげ、拡大していくかという点に力を注いでおりました。

一方ではボランティアのような市民活動では「地域貢献」といった社会性を重視しすぎている側面があります。

コミュニティビジネスでの仕組みづくりとは、その両方の利点を生かし、次のポイントを押さえながら実施するものです。

市民の視点から見た柔軟な発想による事業の検討

人のネットワークを基盤としている

地域課題の解決というような使命(ミッション)を求心力としたもの

企業が対応できない地域と密着したニッチ的な事業

ボランティアとは異なる積極的な事業展開の側面を持っている

社会に対して安心感を与えるもの など

このようなポイントの中で、次の様に「サービス」「物販、店舗販売」といった業務をニーズに対応した多様な事業の仕組みを独自に持っているものといえるでしょう。

地域コミュニティを生かした循環型のビジネスモデルが理想型といえます。

[中高年・団塊世代...へ戻る](#)

[脳卒中障害者...へ戻る](#)