

I はじめに

人々の価値観が多様化し、従来の行政サービスでは、住民の多様なニーズに対応することは難しくなっている。その一方、住民の自主的・自発的な社会貢献活動が盛んになってきており、行政が一元的に公益を判断し、実施するのではなく、行政、民間企業、NPOなどが対等な関係で、それぞれの多様な価値観をベースとして、多角的に公益を企画立案・実施する時代となっている。

行政や民間企業では手が届きにくい地域の課題を解決する活動としては、ボランティア活動があり、大きな成果を上げている。しかし、ボランティア活動は原則として無報酬であることから、事業の継続性が課題となっている。

コミュニティ・ビジネスは、介護、育児、環境保護など地域の様々な課題をビジネスとして継続的に解決しようとするものであり、きめ細かな社会サービスを提供するだけでなく、地域の人材やノウハウ、施設、資金を活用することにより、地域における新たな創業や雇用の創出、働きがい、生きがいを生み出すことが期待されている。

しかし、コミュニティ・ビジネスは、新しい概念であることから、行政、コミュニティ・ビジネス事業者双方にその認知度が低く、全国的に見ても行政による支援の取組は緒についたばかりである。

本報告書は、地域経済の活性化や地域コミュニティの再生による豊かな地域社会づくりに資することが期待されるコミュニティ・ビジネスについて、埼玉県内における実態を調査するとともに、その支援のあり方について検討したものである。

II コミュニティ・ビジネスとは

コミュニティ・ビジネスという言葉、活動は認知されつつあるものの、既存統計調査の分類にはなく、明確な定義はなされていない。

先行検討事例を見ても様々な定義がなされているが、たとえば、経済産業省（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活性化事業実態等調査研究」）では、「コミュニティ・ビジネスとは、地域住民が中心となって、地域が抱える問題を、ビジネスとして継続的に取り組むことにより、地域の問題を解決し、新たな雇用を創りだして、地域を活性化する事業のことである。」としている。また、その特徴として、次のような点が先行検討事例にほぼ共通的にあげられている。

① 地域住民が主役となる

その地域に住んで、地域の課題を一番身近に感じ、その課題を何とかしたいという思い（使命感）を持つ住民が、事業の主たる担い手や出資者になる。

② 事業目的は、社会参加や地域課題の解決

事業を始めたきっかけ・目的は、社会参加や地域課題の解決が第一であり、収入の確保といった経済的動機は二次的なものとなっている。

③ ビジネスとして継続的に実施する

地域課題の解決という公共性の高い活動であるが、無償ボランティアではなく、適正な受益者負担により、ビジネスとして自立のかつ継続的に事業を実施する。

本調査では、上記のような定義・特徴に該当する事業をコミュニティ・ビジネスと捉えることとし、調査対象の抽出、結果の検討・分析等を行った。

なお、コミュニティ・ビジネスの事業分野は多岐にわたるが、経済産業省における調査研究では、次表のように整理している。

事業分野	具 体 例
①福祉	各種給食サービス、在宅介護サービス、外出移送サービス、住宅改造サービス、買い物代行サービス、家事援助・代行、出張理美容サービス、福祉施設の経営など
②環境	リサイクル、環境美化、リサイクルショップなど
③情報サービス	地域情報紙の発行、コミュニティFM放送局の運営、インターネットを活用した情報サービス、地域文化資源の電子データ化など
④観光・交流	観光イベントの企画・運営、観光ボランティアガイド、都市と農村の交流、国際交流、異業種交流など
⑤まちづくり	祭りやイベントの企画・運営、商店街空き店舗の活用、まちづくりコンサルティング、商店街宅配サービスなど
⑥ものづくり	食品加工、伝統工芸など
⑦就労支援	女性・障害者・高齢者の就労支援など 訓練、研修、ワークアレンジメントなど
⑧子育て支援	保育サービス、不登校児童のためのスクール、青少年スクールなど
⑨生涯学習	趣味、おけいごとなど
⑩芸術文化振興	芸術文化イベントの企画・運営、伝統行事や祭りのサポート、映画・演劇等の上映など
⑪公益施設管理	公共施設の管理運営など
⑫科学技術振興を 図るものづくり	職人の技術を活かしたものづくりなど
⑬コミュニティ・ ビジネス支援 (中間支援)	コミュニティ・ビジネス起業家支援、ワークアレンジメント、地域通貨、地域金融など

経済産業省「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」より抜粋

Ⅲ コミュニティ・ビジネスに期待される効果

1 行政や民間企業では対応できない地域課題の解決

福祉、環境、まちづくりなど、個別にきめ細かい対応が必要なサービスの提供は、人件費を中心に高コストで収益に結びつきにくい事業となり、営利を優先する民間企業では対応しにくい分野である。また、地域社会の多様化したニーズは、新たなサービスの提供を求めており、従来の行政サービスでは対応することが困難になってきている。

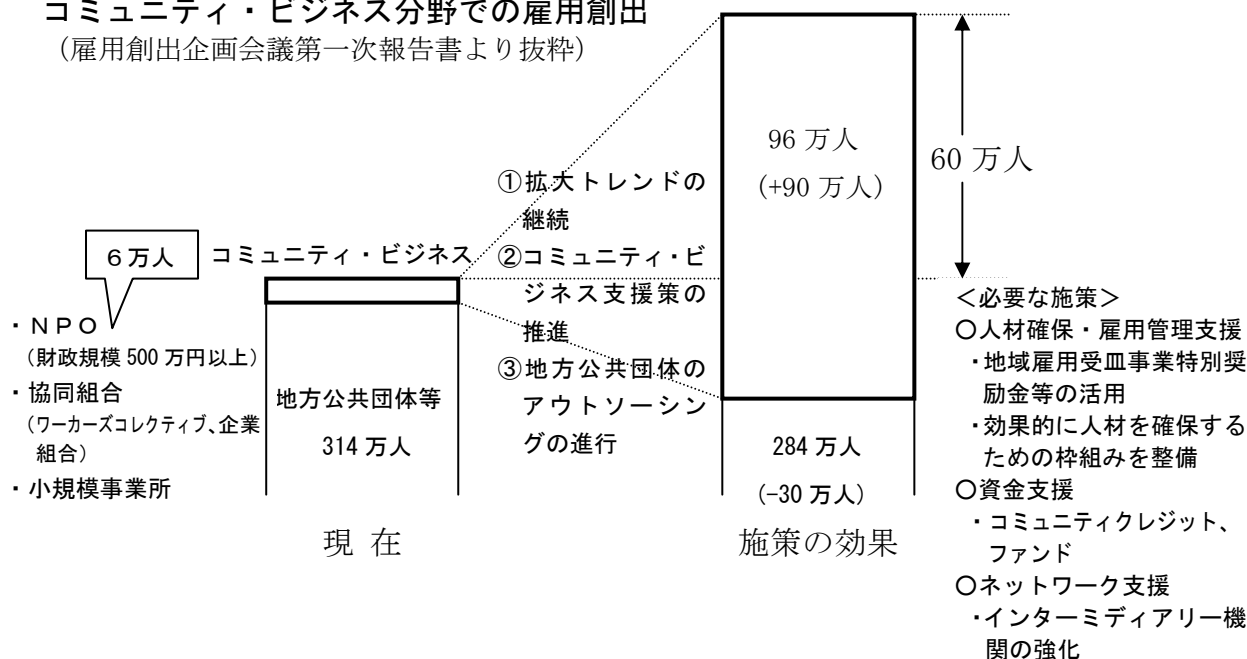
コミュニティ・ビジネスは、行政や民間企業によるサービスが行き届かない分野のサービスを提供し、地域が抱える課題を解決するものである。

2 新たな雇用の創出

生産・流通の情報化によって、効率化が図られ、既存産業における雇用は減少してきている。一方、これからは生活地域・個人の特性に合わせた多様なサービスが求められる時代である。

厚生労働省の雇用創出企画会議第一次報告書（平成15年5月21日）では、雇用創出が期待できる分野として、コミュニティ・ビジネス、環境技術関連、情報通信関連、住宅関連をあげ、この4分野において新産業創出の取組と労働政策としての対応を一体的に取り組んだ場合のここ10年間程度の雇用創出効果を4分野合計で157万人程度と見込んでいる。中でもコミュニティ・ビジネスの雇用創出数が最も多く、現状で6万人程度（NPOで約3万人、それ以外の協同組合、民間企業等で約3万人）の雇用規模が、概ね10年後には90万人程度増（公務部門30万人の減）になると見込んでいる。

コミュニティ・ビジネス分野での雇用創出
（雇用創出企画会議第一次報告書より抜粋）



また、コミュニティ・ビジネスにおいては、多様な働き方ができる場として、若年層、中高年層の雇用の受け皿となることが期待される。

若年層については、フリーター、ニートの増加が社会問題化してきているが、比較的柔軟な働き方が可能なコミュニティ・ビジネスの場で技能や知識を修得した後に、企業へ就職したり、起業するなど、雇用のステップとなることが期待される。

中高年層については、定年退職したり、現在の職場では自分の思うような働き方ができない、能力が発揮できないと感じる人達の新たな活動の場、自己実現の場となることが考えられる。

3 地域経済の活性化

コミュニティ・ビジネスは、地域の課題すなわち潜在的な需要がありながら、行政や民間企業ではサービスの提供がなされてこなかった部分に対応していくものであり、地域の潜在需要を有効需要に変える需要創出効果が期待できる。

また、高齢者や主婦などこれまで生産活動・経済活動の外部にいると考えられていた人達の参加が期待できるとともに、サービスを提供する人と受ける人が同じ地域内にいることから、生産と消費が地域内で循環するビジネスでもある。

コミュニティ・ビジネスには、雇用創出効果と合わせ、地域経済の活性化に寄与することが期待される。

4 行政のスリム化

コミュニティ・ビジネスは、地域課題の解決という、場合によっては行政が対応しなければならぬような、公共性の高いニーズに対応するものである。そのような公共性の高い事業を適正な受益者負担によるコミュニティ・ビジネスが担うことにより、行政の肥大化を防止し、行政のスリム化・小さな政府づくりに資することができる。

前掲の雇用創出企画会議第一次報告書では、コミュニティ・ビジネス分野における90万人の雇用創出に対応して、公務部門で約30万人の人員削減を見込んでいる。