

第1章 コミュニティビジネスについて

1 コミュニティビジネス調査研究について

(1) 調査研究の意義

近年、国や多くの自治体では、少子高齢化、産業構造の変化、住民ニーズの多様化など社会の変化に対応して、地域経済の活性化のために様々な取り組みが行われている。地域雇用創出プログラム¹に代表される、新しい社会経済ニーズに対応した施策や、市民活動などの民間活力を活かした起業や新たなビジネス分野への展開を促進するための施策が推進されている。

練馬区では商工業振興計画²(平成14年度策定)において、創業への支援・新事業の創出を今後の産業振興策として着目している。また、人口68万人を有する区としては、高齢者向けサービスや環境・リサイクル活動など生活に身近な分野における産業(生活支援型産業)の発展が期待できる。

こうした背景を踏まえ、区内における産業創出の観点から、区内に立地する産業関係団体や事業所・大学・NPO(Non Profit Organizationの略で民間非営利組織)など民間の力を活用して、地域経済の発展に資する生活支援型産業のあり方と練馬区における可能性を調査するとともに、推進の方策を研究する。

(2) 調査研究の進め方

ここでは、次のような方法を通して、区内に立地する大学、区内産業経済団体、区の関係部署等が一体となって調査研究を推進する。以下にその順序(ステップ)と項目を整理する。

ステップ1：コミュニティビジネス推進のための基礎調査と条件整理

区民の生活関連ニーズと起業意向調査(アンケートの実施)

練馬区で可能性が高いコミュニティビジネスの分野、内容等の検討 -

ステップ2：コミュニティビジネス推進に向けた基盤づくり

区内事業者、団体の活動内容とシーズ³等の把握(アンケートの実施)

練馬区で可能性が高いコミュニティビジネスの分野、内容等の検討 -

区民に対する普及啓発

ステップ3：コミュニティビジネス事業推進のための活動

モデル事業の実施

2 コミュニティビジネスとは

(1) 基本的考え方

「地域（コミュニティ）の活性化と元気づくりを目的とした事業活動」と表現されるコミュニティビジネスは、一般的に「地域の労働力・原材料・ノウハウ・技術などの経営資源を利用し」、「地域住民が主体となって自発的に地域の問題に取り組み」、「やがてビジネスとして成立させていく」の3つの要素を持つものとされている。また、コミュニティビジネスは、生活の場である地域社会への貢献と、NPOなどの非営利市民活動の理念と、起業家精神に基づくベンチャービジネス⁴をあわせたところから生まれてきたものであり、地域の課題解決や地域に役立つ事業に住民自らが取り組み、仕事として報酬を得て事業を継続することにより、働く場づくりや生きがいづくり・安心して暮らせる地域づくりなどにつなげることを主な目的としている。

同時に、長期に停滞しているわが国の経済への対応策として進められている「起業・ベンチャー」的視点からも、事業実施に伴う雇用促進という面を含め活発な活動が期待される。

（2）定義

コミュニティビジネスについては、国や各種法人などでの調査報告書等で研究され、それぞれに定義づけられている。そこで、本事業においては、これから取り組むべき内容を踏まえ、関東経済産業局が定義した以下のものを用いることとする。

「地域住民が地域の様々な課題をビジネスチャンスととらえ、ビジネスの手法で解決していくことであり、地域におけるコミュニティの再生と地域経済の活性化を同時に達成できる地域づくりの新しい手法」

関東経済産業局「地域を豊かにするコミュニティビジネスのビジネスモデルに関する調査研究」（平成14年）

（3）領域

コミュニティビジネスの内容を、事業のビジネス性と公益私益の2つの軸で整理すると、一般的にコミュニティビジネスは「公益性」が高く、ビジネス性も担保される領域にあたるものと考えられる（図1-1）。

