

共助が支えるコミュニティ・ビジネス

柳澤 智美

Community Business Supported by Mutual Assistance

✧ 要 旨 ✧

In present day Japan, attention is focused on activities in which we solve challenges in a community as a community business. The main reason behind it is the diversified needs of each community requiring individualized solutions. In addition, many of the challenges that Japan faces cannot be solved by the government, and way of working has diversified. An increasing number of young people work, not to make living, but to find satisfaction and purpose in life. We will discuss future prospects of community business as one of the solutions for many problems in Japan, and present the relationship between mutual assistance and community business within a community.

キーワード：共助、コミュニティ・ビジネス、NPO

1. はじめに

これまでは、自助と公助の組み合わせによって、地域社会の問題を解決することが一般的な認識であった。だが、社会情勢の変化、主に経済状況やそれを支える生産者年齢の変化によって、自助と公助だけで地域課題を解決することは非常に困難であり、市民活動の関わりによって生まれる共助という視点から地域を再検討することが必要である。

共助とは「地域や仲間、みんなで助け合う¹⁾」ことである。共助は強制力を伴うものでもなく、いわゆる自発的な活動が主体といえる。自発的な活動はvoluntarilyであり、奉仕活動をさすvolunteerと混合されがちである。表面的には同じでも、「ボランティアという言葉は『相互関係を求める自発性』をあらわしている」(金

子、1997、p.36²⁾)。自発的な意思決定によって行う活動は、他者を支えるばかりでなく、自分自身の生きがいや自己実現にもつながる。支える人と支えられる人の両者にとって有意義なものである。奉仕活動は「金銭報酬を得ずに人のために尽くすこと」であり、ある種の犠牲的精神を要する。volunteerとvoluntarilyは似ているが、その意味合いは異なっている。自発的な活動は、「自分の自由意思」で行動していくことであり金銭的な取引が含まれることもありえる。つまり共助社会を目指すという枠組みの中には、金銭的取引が含まれる余地がある。このような考え方が、コミュニティ・ビジネスを支え、新しい地域コミュニティのつながりや、現代的な絆の再構築の役割を果たすといえよう。

高齢化は日本の課題である。だが、高齢者の多様な

経験、豊富な知恵は日本の資源ともいえる。そして、若い学生たちは本来、もっとも優良な資源である。例えば、坂戸市が開設した「北坂戸にぎわいサロン」³⁾の活動には、大学生が高齢者にITについて説明したり、文化交流の場を提供することで、高齢者が活動に参加したり、活動の幅を広げる手伝いをするなどして世代間の交流を促進させ地域間の交流の場としての役割を目指して活動していた。また、共助という観点は、コミュニティ・ビジネスに幅広く広がっており、教育、福祉、環境、防災、防犯、文化保全、町おこし等にも含まれている。このように幅広い分野に適応可能なコミュニティ・ビジネスは、今後、日本における新しいビジネスの形として成長すると思われる。

現在、地域課題をコミュニティ・ビジネスとして解決するという活動に注目が集まりつつある。その主な理由としては、多様化する地域のニーズが個別対応を求めており、行政では対応ができなく、働き方そのものが多様化し生活のために働くという価値観から、やりがいや生きがいを求めて働く、若者が増えてきたことがその要因であろう。また、地域には地域特有の課題が多く溢れており、その課題にもっとも近い市民の活動に注目が集まっているからである。だが、コミュニティ・ビジネスの定義は確たるものがないため、十分理解されず誤解されている点も多い。コミュニティ・ビジネスは、すなわちNPOであるとの誤解も未だに残されている。これからの日本における多くの課題を解決する1つの方法として、コミュニティ・ビジネスの今後の展望について考察し、地域における共助とコミュニティ・ビジネスの関係性を示していきたい。

2. 共助社会の現状と課題

2.1 多様化する社会への適応とその可能性

コミュニティ・ビジネスは今後拡大するという意見が多く、コミュニティ・ビジネスへの期待は年々大きくなっている。その中には、コミュニティ・ビジネスによる雇用創出などの地域活性化の願いも込められている。コミュニティ・ビジネスが、地域課題と結びつくことによって地域の特色を生かしたビジネスを展開することを望まれている。その反面、コミュニティ・

ビジネス特有の課題も多い。例えば、常に人材面や資金面での不足がある。坂戸市のNPO団体の多くが人材の高齢化をあげており、若返りや大学生への参加を呼び掛けている団体も少なくはない。人材確保が出来ても安定的かつビジネス的な能力がなければ有望な人材は他へ移ってしまう。

日本ではコミュニティ・ビジネスに関する議論について、細内信孝が先導的な役割を果たしている。細内信孝は、コミュニティ・ビジネスを「地域住民がよい意味で企業の経営感覚をもち、生活者意識と市民意識のもとに活動する『住民主体の地域事業』」、「地域コミュニティ内の問題解決と生活の質の向上を目指す『地域コミュニティの元気づくり』」をビジネスを通じて実現すること(細内、1999、p.13)と定義づけている。地域コミュニティの再生に向けては、政府や自治体、民間企業に任せただけでは不十分といえる。従来の行政主導型の都市計画の延長線上での施策による地域コミュニティ再生の矛盾が、阪神・淡路大震災で一挙に露呈した。そして、行政セクターや民間企業セクターだけでは地域社会の再生が難しく、「私たちの暮らしを支える『元気な地域づくり』」ができるのは、その地域に住んでいる住民自身だ(細内、1999、pp.14-15)と述べている。細内の議論の特徴は、地域コミュニティの活動を「ビジネス」として捉えていくということにあり、そのうえで、雇用を生み出すという観点を提示しているところにある。

1995年1月17日に起きた阪神・淡路大震災からの復興に向けて、各種のボランティアが活躍し、多くのNPOが設立されて1995年が「NPO元年」と呼ばれることも多い。そのような中、1998年には特定非営利活動促進法が成立した。多くの先行研究では、地域コミュニティに根ざした活動を、NPO法人による活動やボランティア活動という観点から把握し、その意義を強調する議論がなされた。だが、NPO法人や市民活動の取り組みにおけるボランティア的な面を強調するだけでなく、地域での様々な活動をビジネスと位置づけ、雇用という観点を組み込みコミュニティ・ビジネスを構築したところに、細内の貢献は大きいと言える。

NPO法人の活動が、地域での雇用や仕事などの活動を生み出す組織として存在価値が高まると、NPO

の活動そのものが、地域社会がもつ様々な需要と一致することとなる。また、細内は、社会的に排除された弱者が(障がい者や失業者など)が地域に存在しない社会(細内、1999、pp.16-17)をコミュニティ・ビジネスによって目指している。事実、障がい者の働ける場は少ないといわざるをえない。25年の内閣府の発表によれば日本における障がい者数は人口の6%と言われており、その人たちの全てが働けているわけではない。だが、地域に根差したコミュニティ・ビジネスによって飲食店やパンなどを作る場などで活躍している場合もある。中央区明石町にある「コーヒーラウンジ アラジン」や日本中に店舗をかまえている「スワン・ペーカー」などは、まさに自立を促し、「共に働き、共に生きていく社会の実現」をかかげて活動している。働くことによってしか得られない、喜びがそこにはある。失業者やホームレスも、本人の怠惰だと決めつけられることがいまだにあるが、なかには高齢であるためや、若干の障がいがあるために就職できない場合も多い。このような場面においてもコミュニティ・ビジネスに期待が寄せられている。

阪神・淡路大震災の被害が甚大であった神戸市は、他の都市部と同様に、産業構造転換の遅れとそれに伴う都市内部における経済的衰退問題に直面することとなる。1995年の阪神・淡路大震災によるダメージにより、産業経済が抱える構造的な問題が一気に露わになった。都市部における経済的衰退問題は、被災した神戸だけの問題ではなく、いわゆるインナーシティ問題に発展していったのである。日本においては、1980年代から指摘されてきた課題であり、神戸において現在顕在化している経済的問題は、近い将来いずれの都市においても多かれ少なかれ対応が求められるものであった。「阪神・淡路大震災における大きな教訓と成果は、ボランティア、NPOなど新たな社会・経済セクターの出現とその役割の大きさの認識」(加藤、2004、p.4⁴⁾)として提示された。そして、「自律型経済への移行と新たな社会・経済セクター出現の接点において、地域固有の雇用のあり方をきめ細かに点検することが現下の政策課題」(加藤、1999、pp.58-60)と述べている。地域の起こすイノベーション、つまり地域の力を期待するというのは、ここ5年から10年はイノベーション・ミリュー⁵⁾(Innovation Milieu)、ラー

ニングリージョン⁶⁾(Learning Region)という内部的なメカニズムの概念も、都市のダイナミズムを牽引する構造をいかに構築するかである。「コミュニティ・ビジネス」は細内が作り出した和製英語といわれていた。だが、1970年代の後半からイギリスでもコミュニティ・ビジネスという言葉が使用されていた。80年代から住民が主体の地域事業を意味し、イギリスの北部でコミュニティ・ビジネスという住民のコミュニティ再生活動が営まれていた。そして、同じようにコミュニティ・ビジネスによって、地域社会を活性化させようとする試みであった。だが、日本において70年代、80年代にコミュニティ・ビジネスという認識は希薄であり、その意味では、日本とイギリスのコミュニティ・ビジネスは別々に成長してきたといえる。だが、イギリスで、都市政策として生まれた「コミュニティ・ビジネス」は、日本の中でも取り入れることが出来る部分があることに着目したい。そこでは、「コミュニティを主体とする地域経済のあり方を提案することや、従来の民間や公共のように異なる新しい働き方を提示する可能性」(加藤、1999、pp.58-60)が重視されている。地域サービスの欠落や高い失業率は多くのコミュニティ内部において自律的活動を行う契機となった(加藤、1999、p.66)。このような考え方は、経済が成熟化し、かつ進学率が上昇し知識社会といわれる日本においては、非常に多種多様な内容の財やサービスを期待されている。消費者と生産者が協力し合うという方法も多くみられるが、今後は、生産者と消費者が同一人物になる可能性もある。このように、消費者と生産者が融合するような領域において、コミュニティ・ビジネスは活躍の場を広げている。

さて、本稿におけるコミュニティ・ビジネスという概念は、雇用・就労を含む労働とそこに生まれる資金の活性化にある。多くのコミュニティ・ビジネスが労働と福祉を問題としている。現在の日本の構造上の大きな課題であるため、このテーマが多くなることは仕方がない。それは、行政の施策においても、労働と福祉の関係の新たな取り組みがあげられている。そして具体的な取り組みとしてコミュニティ・ビジネスが位置づけられることとなる。だが、コミュニティ・ビジネスはあくまでも就労機会の提供の「場」、自立した生活を営むための「場」、社会と繋がりを持つための

「場」、などの場の提供としての役割を持つ。もちろん、そのためのシステムなどを構築するための能力が必要となり、非常に高度な人間としての能力を要する。だが、地域の課題に取組む、コミュニティ・ビジネスによって、いままで活用されなかった資源（人・物）が再び活躍する機会を得る可能性に多くの期待が寄せられることもまた事実といえよう。

2.2 人材面・資金面での課題

コミュニティ・ビジネスを営んでいるという認識は地域のNPOでは非常に少ないといえる。NPO団体の活動分野が「福祉・保健・医療」で高いことから、こうした分野で活躍する人材は子育てが終わった主婦や元気な高齢者が中心となっている。そのため、今後とも、スタッフの確保は大きな課題となる。とりわけビジネスとして事業を継続していくためには、経営感覚の豊かな人材、事業計画・資金計画をたてられる専門的な知識や技術をもった人材の確保が望まれる。団塊の世代の退職にともなって、専門的な知識をもった人たちが潜在的に地域には多数存在している。このような人達がコミュニティ・ビジネスに参加することが期待されている。だが、なかなか参加数が増えてこない。既存のコミュニティ・ビジネスをサポートしていく役割でもいいのだが、いきなり地域活動といっても非常に難しいのが現実であろう。まず、対策としては、団塊世代がコミュニティ・ビジネスに目を向けやすくすることである。コミュニティ・ビジネスに関する現状、つまり、どのような能力を必要として、どのような活動にかかわるか、目指すことは何かなどを伝えるための情報発信のしくみが必要といえる。

コミュニティ・ビジネスに関わる多くの人は、多才な場合が多く1人でなんでもこなしてしまうため、第三者として見ればどこから参加していいかわからないといえる。電話対応、PC操作等、書類作成、法的相談業務、営業、さまざまなサポート業務など明確に依頼したい仕事の情報を公表するほうが参加しやすくなる。地域貢献したい人募集というような募集では、不安で応募できない。例えば八王子市では「地域活動でセカンドステージを楽しもう」という取り組みがなされており、情報提供やコーディネートの役割を担っている。市民活動スキルアップ講座などを開講して、地

域への参加を促している。また埼玉県坂戸市においては、市民活動・ボランティア推進体制を整えており、市と各市民活動団体が連絡をとりあって活動を進めている。各種イベント等が、ここ数年活気が出始めており、これからさらに発展する可能性を秘めている。例えば、坂戸市の市民活動の魅力は魅力的なシニアにあるといえる。大手企業をリタイアした人達、子供を何人も育てた覇気のある女性達、そして、年齢を感じさせない行動力をもつ多くのシニアの方に支えられている。この活発な活動の多くの団体が、今の活動を引き継いでいく後継者を探しているという実情もある。一般的なNPO団体と同様に坂戸市の市民活動団体においてもまた、自分達がコミュニティ・ビジネスを営んでいるという認識はあまりない。だが、地域の課題に取り組み、解決していこうとしているという姿勢に強いビジョンとミッションを感じる。現在芽吹いている地域活動がコミュニティ・ビジネスへと成長していく組織が潜在的に増加することを期待したい。

ビジネスとして立ち上げるためには自己資金（運転資金）が必要となる。多くの場合、出発は主婦の交流の場や居場所づくりから始まり、コミュニティ・ビジネスの立ち上げ時には補助金や助成金などを利用することが多い。だが、制度は単年度事業であり、長期にわたる支援制度ではない。そこで重要なことは長期にわたる資金計画や事業計画をしっかりと立てて事業を行うことである。決して無理な計画を立てることなく、専門家や経験豊かな団塊の世代が参加することで、ネットワークのもつ強みを生かす事業を継続的に行うことが可能となるであろう。そこにも、互いが互いを支える共助の仕組みが活かしている。

コミュニティ・ビジネスは、地域の課題を解決する営みを新たな「ビジネス」として位置づけ、地域のなかに存在する「課題」を仕事にしていくという手法だからこそ成り立つシステムである。コミュニティ・ビジネスを日本で定着させた細内の一貫した理論は、社会的排除の解消、雇用の増進という観点も重視されている。地域課題の解消や地域活性化の営みを、雇用・就労の増進を図る動きと結びつけているのは、イギリスで勧められたコミュニティ・ビジネスの理論に近い。だが、日本におけるコミュニティ・ビジネス論は、地域における多種多様な課題に取り組み事業活動

を幅広くコミュニティ・ビジネスと位置づける傾向がある。経済の成熟化や価値観の多様化に伴い、地域コミュニティにおける地域の衰退は、社会的弱者の排除を増幅させる要因にもなりうる。そのため、地域の課題に対してビジネスという観点から、地域の問題を複合的な観点から解決していくことができれば、コミュニティ・ビジネスの役割は非常に大きいといえる。だが、コミュニティ・ビジネスという言葉自体は非常に曖昧な点が多く、コミュニティ・ビジネス支援の施策についても、その目的が曖昧であるなど、人や地域によって捉え方が異なるため、理論的な研究として成り立つことが難しい。仮に、それぞれの地域の実情に即し、その意味が変化してしまったりしてしまうと、つかみどころがない理論の展開となる。だが、地域の課題に取り組んでいるコミュニティ・ビジネスは、各地域の課題と対応しているため一様に同じである必要はなく、実証研究の分野といえよう。であれば、各地域では明確にした施策や方針を展開していくことが必要となる。現在の地域の問題点をかけ、その対応を行政と市民が協働で活動することが必要となる。その姿がまさに、共助といえる。だが、継続的な事業運営のためには、営利活動が必要といえる。従来、営利活動を営むことが主ではなかった事業組織では本質的な矛盾が生じてしまう。例えば、社会福祉領域において、慣れていない事業活動を行う組織ではマネジメント的な側面は見過ぎてしまい経営が成り立たない側面に立たされる。非営利組織においては、多くの場合金銭に換算することを好まれない分野に多く存在しており、多くの場合は良いことをしているから利益は関係ないという考え方が成り立っていたといえよう。特に、医療、教育、文化活動などがそれであるが、この分野にビジネスという観点を入れることによって効率的な組織運営が必要とされている。この考え方は、NPM（New Public Management）に代表されており、民間企業における経営理念、手法、成功事例などを公共部門に適用するという考え方である。マネジメント能力を高め、効率的で質の高いサービスの提供を目指すという考え方であるが、これらは非営利組織と呼ばれる組織にも必要な考え方であり、特に「新しい公共」と期待されているのであればなおさらである。非営利組織にも競争原理の導入が必要といえる。事実、経営不

振に陥り破産したNPO法人も数多くある。NPMの3つの基本原則として、（1）競争原理の導入（2）業績／成果による成果主義、（3）政策の企画立案と実施執行の分離（権限委譲）が挙げられており、この3原則はコミュニティ・ビジネスにかかわらず医療現場、教育現場等にも重要な課題となる。事業計画と返済計画を見積もれなければならない。そのような意味では地域金融機関の支えは非常に重要である。例えば、埼玉県信用金庫では「さいしんコミュニティサポートローン」が存在し、NPO設立後の事業資金に充当できる。そして、融資限度は1千万まで使用できるとされている。今後、信金は地域金融機関として期待されているが、その期待要件は、良いローンの取り組みだけではなく情報の集積地としての能力や事業活動プランなどを立てることができる「人材」が期待され、金融機関というだけでなく中間支援組織たることが期待される。

NPOは「思い」や「使命感」が非常に強い組織である。この強い思いや、使命感を上手に活用でき共感を得ることができるかどうかは、組織の成功と成長に重要となる。

3. 共助によるコミュニティ再構築

3.1 地域の連携

地域におけるコミュニティ・ビジネスの出発点は、地域経済の衰退とそれに伴う失業を中心とした雇用問題の克服、社会的排除の解消という点に注目が集まる。このことは、コミュニティ・ビジネスに関する議論が拡散していくという問題点もあるが、他方ではコミュニティ・ビジネスという概念が広まることにもつながる。日本における、コミュニティ・ビジネスの概念は、敢えて厳密に捉えないことにより、コミュニティ・ビジネスという考え方を普及させているという論調もある。コミュニティ・ビジネスの現状が抱える問題を検討するうえでは、日本におけるコミュニティ・ビジネス支援政策の現状について、地域社会に対するサービスの供給主体として期待感が高まってきている。コミュニティ・ビジネスの経営力の向上は重要な課題（小林、2011、p.92）としての研究によって、コミュニティ・ビジネスの曖昧である強さが示された。

コミュニティ・ビジネスの支援政策の目的が必ずしも明確に定まっていないという現状は、コミュニティ・ビジネスの存在そのものが曖昧であることによるものと考えられる。イギリスなどでは、都市と地方の格差だけでなく、都市内部の特定地域においても格差がある。日本は都市と地方の格差是正という観点を中心に議論がなされる。まずは、議論の対象となる地域がどのような地域であるか明確にし、地域の特色に即した地域の産業政策や、雇用政策などが、地域の生活支援サービスの提供と結びつかなければならない。ヨーロッパでは厳しい失業状況から地域において雇用問題に対応するため、地域政策や都市政策の枠組みから解決を試みていた。このような活動と類似して、日本においても1990年代後半頃から、様々な領域の活動に対して、地域という概念が論じられるようになった。コミュニティ・ビジネスに関する議論の中で、一定の方向性や解決策を求められはじめることとなる。神戸都市問題研究所は、コミュニティ・ビジネスを5つの定義でわけている。事業性(自立性を持つ活動)、地域性(一定の地域を対象とする活動)、変革性(地域社会問題解決のための活動)、市民性(地域社会主導型の活動)、地域貢献性(実績のある活動)の5つの構成要素から成る定義をしている。また、必要とされる主な背景や、期待される機能をまとめている。ここにおいても地域の主婦層や、団塊世代の男性の活躍が期待されている。また、コミュニティ・ビジネスの組織の特徴として、「ミッション性」、「非営利追求性」、「継続的成果」、「自発的参加」「非経済的動機による参加」を挙げている(金子、2003、p.23)。また、金子は、コミュニティについて、厳密な定義は難しいということを述べるとともに、一定のルールを共有する「人々の集まり」、生活地域を共有する「ローカル・コミュニティ」、関心や想いを共有する「テーマ・コミュニティ」の対象としている(金子、2003、p.23)。ここでは「コミュニティ」の概念幅が大変広く、さまざまな活動をコミュニティ・ビジネスとしてとらえている。もちろん、活動内容の多くは、何らかのかたちで特定の地域や特定のテーマとの関わりを持っている。だが、おそらく、コミュニティ・ビジネスを営んでいるという認識がNPOにあまりないのは、この定義が多種多様な認識になっているからだ

といえる。地域やテーマで特徴付けられる「コミュニティ」の含意の次元や範囲が明確にされず、広く「コミュニティ」に関わっている事業体を、コミュニティ・ビジネスと称して議論するのでは、個々の地域やテーマが抱えるそれぞれの問題やそれに対する有効な解決策を提示するうえで有益ではない。コミュニティが指し示す範囲の次元と、その各範囲の各次元においてどのような固有の課題が生じやすく、それに対して、どのような事業活動が課題への対応として効果的であるか明らかにされることのほうが重要である(橋本、2007、p.37)と述べられているように、定義を明確にしようとする研究は多い。だが、コミュニティ・ビジネスは、あまり定義をきめてしまうより、広くさまざまなものを吸収できるような寛容さこそが本来の姿といえる。というのも、コミュニティ・ビジネスは、何らかのコミュニティとの関わりを持つ事業活動であり、コミュニティという観点以外の別の意味合いを持つものが多い。もともと、コミュニティ・ビジネスを営んでいる組織の多くがNPOである場合が多い。であれば、神戸都市問題研究所がのべている、変革性や市民性や社会貢献性、金子によるミッション性、などは、もともと持ち合わせている。つまり、コミュニティ・ビジネスの多くは、敢えてコミュニティという概念を用いる必要がないものが多い。そう考えるならば、曖昧な定義こそ、コミュニティ・ビジネスといえる。ある地域や課題に対して提供される財やサービスは、課題によって違う。そして、その担い手は今までの行政という「公」のあり方ではなりたらず、NPOなどが担うコミュニティ・ビジネスのように柔軟で多様な側面に対応できる組織が望まれている。そして、それらが拡大していけば、社会的な問題解決につながる場合も多く、発展していく例もある。例えば、ソーシャル・インクルージョン(Social Inclusion)や、ソーシャル・エンタープライズ(Social Enterprise)、フューチャー・センター(Future Center)などの形態があげられる。さまざまな組織形態が検討されるが、どれも課題解決という大きな目的をもっている。特に、富士ゼロックスが述べた「フューチャー・センターは、多様な人々が集まり、『よい対話』をするための『専用空間(Space)』です。あたたかな『おもてなし(Hospitality)』によって招き入れられた参加者は、

『ファシリテーター(Facilitators)』と呼ばれる対話を促すスキルを持った人によって、対話の『方法論(Methodologies)』を用いて、協力的・創造的に対話を行います。フューチャー・センターでは、持ち込まれた複雑な課題に対して、『未来のステークホルダー』を集め、オープンに対話し、共有可能な理想像を描き出します。もちろん一回の対話で解決しない問題もあり、フューチャー・センター・セッションを連続的に設計することで、問題解決に近づけていきます。フューチャー・センターは、『対話する場があることを象徴的に示す空間』でもあり、多様な参加者による共創的対話による、『イノベーションを生む場』でもあります。都市や街にフューチャー・センターがあれば、街づくりが参加型に変わります。企業にフューチャー・センターがあれば、組織の壁や企業の壁を超えたイノベーション発想に変わります。これからの合意形成のプロセスは、トップダウンではなく、創造的な対話からローカルな変化を生み出し、それらをネットワークでつないでいくことになるでしょう。フューチャー・センターのネットワークが、それを担う場になると期待されています。フューチャー・センターは、多様性の高い対話を通して、社会的な共有価値を生み出す場なのです。」とあるように、英国やオランダで数多くの事例が存在している。市民と行政の協働が成長していく過程で、市民のコミュニティ・ビジネスが大きくなったとき、このフューチャー・センターという形が日本の地域性と融合することを期待したい。

3.2 全ての人が必要とされる社会

コミュニティ・ビジネスの目指す先には、全ての人が必要とされる社会がある。学術的な定義ではないかもしれない。だが、日本には多くの課題があり、1人で解決できることなどもはやない。また、公助的な力に頼ろうと思ったとしても行政には、その財源と資源が不足している。NPOやボランティアで担われていた自助と共助という取り組みがそれに替わろうとしている。

例えば、埼玉県では、以前より、日本一NPO活動が盛んな県を目指して取り組みを進めていた。平成23年度からは「日本一の共助県」を目指し、取り組みを進めている。「共助社会とは、『すべての人が内面

にもっている公の力を発揮し、互いに支え合う社会』、『誰もが、地域社会の主体的担い手として、その個性と能力を発揮し、助け合える社会』であるとし、『共助』とは、地域の人々が『繋がって』『支え合う』こととしている(平成25年度松伏町コミュニティ推進協議会定期総会講演資料・埼玉県共助社会づくり課)。この個性と能力を発揮し、助け合える社会であることが、さまざまな個性を持つ人に優しい社会となり、全ての人が必要とされる社会を目指すことができる。全ての人には個性があり、障がいも個性と考え、全てのことを否定しないところから始めなくてはいけない。弱者が排除されない社会だけでなく、全ての人が必要とされる社会を目指していけば、日本における多くの課題を解決できる糸口となる。埼玉県の作成した、「新! 現役宣言。今日からできる『共助』実践虎の巻」(平成25年1月作成・埼玉県)では、自助、共助、公助についての説明と各組織の活動が記載されている。小さくまとまっており、いつでも手に取れるサイズにしてあることも作成者の思いを感じる。この中には人が人と支え合う、共助の取り組みが記載されており参加を募っている。人との関わり的重要性や、支える喜び、支えられる喜びがある。例えば、地域支え合いの仕組みでは、簡単な家事の手伝いから庭仕事まで求められることもある。ヘルパーが来てくれるのは一定の時間のみとなり、洗濯と食事を作ると帰る時間になってしまう。昼ごはんを作ってもらったとしても、そこにかけられたラップを取ることが困難な高齢者は、食事をする事ができない。これらをNPOのサポーターが解決している。ほんの少しのことだが、NPO団体の活動に支えられることが地域には数多くある。その他にも、防犯や認知症サポーター、環境、学校応援団などさまざまな形の共助活動があり、数多くある諸問題の解決にNPO団体が活躍している。

これらの活動によって、徐々に資金が動くようになることが、コミュニティ・ビジネスにつながっていく。この組織は、ビジネスでありながら社会的要素を多く含み、ボランティアという形態もあればバイトという形態で関わることも可能となる。そうした活動に参加することが、若年層における、社会と関わっていない期間の長期化を回避し、本格的な就労につながる一歩になる。働くことの楽しさや、その団体の思いを

理解することで、社会参加するルートを開拓していくことが新しい職業観の育成にもつながる。コミュニティ・ビジネスの多くが高齢者関連だが、地域の問題解決となれば自然と高齢者関係が増えるともいえる。だが、高齢者に対応することばかりでなく多種多様のコミュニティ・ビジネスは存在し多くの経験を若年層に可能としている。

また、地域の課題に取り組むコミュニティ・ビジネスに参加することは大学生生活の間に、様々な職務を経験する機会にも恵まれることとなる。就労・ボランティア体験、成功体験を得ることによって、何か一つの事を為し遂げた達成感を持つことができる。これが、若年層の職業意識の形成に好影響を及ぼしていくことが期待される。受け入れるコミュニティ・ビジネス側は、大学生を受け入れることに比較的好意的といえる。だが、もともとビジョンやミッションを強くもっている組織と意識的な差が生じる場合がある。多くの場合、学生を受け入れることで活気が出て受入れ側も楽しいであろうと考えがちであるが、NPOやコミュニティ・ビジネスにおいて活動している団体は極めて忙しく、実際に受け入れた場合には活動の時間を割いて教育をすることとなる。よく、NPOでも採用が増えているという報告もあるが、それは、経験者であったり、実務能力があったり、実務経験を数年積んでいる層が望まれているのである。大学側でよかれと思って、ボランティアを派遣しても迷惑をかける場合もあることを理解して協働に取り組まなくてはならない。

また、教育的な効果を考えれば、学生にボランティアとバイトの区別をさせることも重要となる。なぜ、このボランティアをするのか、その意義は何か、することによって自分にどんな効果があるのかなど賃金ではないものを求めることが出来る、また、受け入れ側がボランティアの使い方を誤るとただ働き感のみを残すということにもなりかねないため、保険に入れること、そして最低限実費は団体でもつことなどの配慮も必要となる。そこには、何をボランティアで求めてきているのかを十分理解し、互いに話し合っていく必要がある。そうすることが後々のミスマッチを防ぐことにつながり、混乱を防止することにつながる。このようなことは大学側が中間支援組織になるべく、その機能を意識し、ミスマッチを減少する努力をし、受入組

織とよく話し合っていく必要がある。こうすることが地域に根ざした大学の一步にもつながる。

コミュニティ・ビジネスに学生が参加していくことが「まずは活動する」という行動に繋がっていく。次に「仕事」に就くことを目指すようになっていく過程を見ることが出来る。このような活動の場としてコミュニティ・ビジネスに対する期待がある。フリーターやいわゆるニートを減らし、職業観を醸成しコミュニティ・ビジネスにおける就労やボランティア体験の重要性を提案するために、大学側においても組織力が必要となる。ボランティアを通じた職業体験が職業観につながるという観点は、イギリスにおける若年者の失業者対策においても組み込まれている。決して、日本独自のものではないのだ。すべての人が必要とされる社会にコミュニティ・ビジネスはその一役を担うことが可能であろう。

4. 長く生きる、楽しく生きる

4.1 人的資本・物的資本活用

コミュニティ・ビジネスの問題点は、事業支出のうち固定費の占める割合が高いことである。特にNPO法人となったことによって、法人格を持つと、事務所を契約できるようになる。この事務所経費、さらには法人税の発生の負担がかなり大きな問題となる。そのため、代表者の自宅を事務所に行っているケースが多いが、市民にコミュニティ・ビジネスを理解してもらうためにも自宅とは切り離れた活動場所であることが望ましい。そのためには、空教室の利用や商店街の空店舗、または地域の空いている施設などをうまく活用していくことが考えられる。

コミュニティ・ビジネスは地域密着型サービスの提供であるため、長時間労働になりがちな点もあげられる。本来は、互いの時間を分け合うことで自由な時間を得るための労働が、活動が忙しくなると気が付けば長時間というケースが運営側のスタッフに多くなる。そのため、短時間で回せるようなスタッフ教育が必要となる。十分なスタッフの確保と、長時間労働にたいしての対価、そして貢献しているという満足感を与える業務等がスタッフ確保につながり、優秀な人材の確保が可能となる。だが、現在ではコミュニティ・ビジ



出所：http://www.pref.saitama.lg.jp/site/sasaeai/sasaeai-jissijoukyou.html

図1 地域支えあいの仕組み

ネスでは、有償スタッフ数は少なく、交通費のみのボランティアで対応しているところも少なくない。やはり、優秀なスタッフを長期間確保するためには、それ相当の賃金水準を維持できるような経営の取り組みが必要であろう。

今後、NPOやコミュニティ・ビジネスなどの役割は、地域に眠る人的資本と、物的資本を動かすことといえる。例えば、埼玉県では「地域支えあいの仕組み」が広がっている。この仕組みは、県の共助社会づくり課によって紹介されている。

- 1 高齢者等の日常生活の安心確保 ちょっとした困りごとなど、公的サービスで対応できない、新たな住民ニーズへの対応が可能です。
- 2 元気な高齢者の介護予防 ボランティアスタッフとしての活動により、介護予防の効果が期待できます。
- 3 地域経済の活性化 地域商品券等を利用した地元商店での買い物や買い物付き添いサービスによる商店街利用者の増加、空き店舗の活用によるにぎわいUpにつながります。

これは、元気な高齢者等が援助の必要な高齢者等の生活支援を行うという老々介護のように見えるが、若

干異なっている。老々介護は親の世代も子供の世代も高齢化であり、80代の親を60代の子供が介護するようなことである。この地域支えあいの仕組みは、親世代が親世代の補助をすることで、子供世代の負担を軽減していく取り組みとなる。また、そこには金銭的な報酬として地域商品券や地域通貨として受け取ることができる。これは、老々介護と違い、経済活動の営みであり地域の活性化や地域経済の底上げにつながる。このような地域支えあいの仕組みに取り組む埼玉県の仕組みは、今後の高齢化社会の1つの模範的な姿といえる。親を子が世話をしてしまえば、そこに経済活動はなく、ましてや子はほとんど働きにいけない。働きにいけないとおさら生活は困窮するという悪循環につながる。この地域支えあいの仕組みによって多くの、特に団塊の世代が働くことが可能となる。現在、埼玉県では、「高齢者等の日常生活の安心確保、元気な高齢者の介護予防、地域経済の活性化という、いわば一石三鳥の効果のある『地域支えあいの仕組み』が県内各地に広がるよう支援しています。」¹⁰⁾などの活動が盛んになっている。埼玉県は、ここ10年の間に日本で、もっとも高齢化が進む県としての自覚と、その対応に積極的な活動をしている県といえる。



出所：http://www.pref.saitama.lg.jp/site/sasaeai/#nani?

図2 地域支え合いの仕組み

この地域支え合いの実施主体は、社会福祉協議会（23か所）、商工会・商店街等（14か所）、NPO・自治会等（12か所）であり、今後の進展が期待される。この地域支え合いの仕組みによって、自分の生き方や家族を大切にしたいという思いや、しあわせに生きたいという基本的な生活を築くことが出来る。社会を形成していく主体は、私たちであるが、毎日の生活と就労とのバランスは非常に難しい。自分以外の家族を思いやる事が出来るようになるためには、自分自身にも時間的な余裕が必要である。この取り組みが、多くの介護による、困難な局面の緩和策になることを期待したい。多様な個人が各々の特徴を生かして、役割を分担しながら活動していくことが可能となれば、頼るものと頼られるものではなく、互いに対等な関係となる事が出来る。お互いが理解し、相互の信頼性の確保によって、お互いを守るべきルールや考え方を共有し、個人の尊厳を守る活動にもつながる。公の部分個人によって補い、必要ならば連携・協働し、合意形成の場を提供し、地域のネットワークを意識した活動になることを期待したい。そのためにも、支援やコーディネートが必要であるとともに、新たな公共という課題に対応するために中間支援組織の育成がより一層求められることとなる。地域は、地域のもつ課題により、さまざまな問題があるといえることから、求めるニーズや課題を明確にし、多様な主体による活動をコーディネートしなくては行けない。

4.2 地域社会と共助の関わり方

コミュニティ・ビジネスには最低限「地域性」、「変革性」、「事業性」、「ビジネス性」が必要である。つまり、コミュニティ・ビジネスには最低限、この4つの

考え方が必要であり、なければコミュニティ・ビジネスは成立しないといえる。まず「地域性」についてであるが、地域性という言葉はコミュニティであるがゆえである。コミュニティに関しては、コミュニティ・ビジネスはその地域が抱える問題、課題を解決することを目的としている。その地域の問題解決、課題解決によって地域の活性化がはかれる。この地域性を定義に入れなければ、まず絶対的にコミュニティ・ビジネスではなくなる。

次に、「変革性」つまり現在抱えている「問題や課題を解決する」という問題意識をもった集団といえる。その、問題意識があるからこそ、そこに集まることが必要とされる。共通の課題と目的があるため、変革性をもとめ活動する市民の場となることのできるである。

また、「事業性」としては、コミュニティ・ビジネスが、volunteerだけでは成立しないからである。そこには、計画と実行という能力が必要であり、地域社会の問題を解決していこうという長期的な視野に立つため、一時的な活動や奉仕で終わらすことが出来ない所以である。継続する気がないならばvolunteerでいいといえるし、すぐにやめられるような地域課題などない。

最後に、「ビジネス」としての経営手腕が問われる。ビジネスとしてのコミュニティ・ビジネスをあまりに全面に出せば、営利企業と変わりがなくなってしまう。また、NPO法人においてもベンチャー企業と区別がつかない団体も存在する。だが、コミュニティ・ビジネスには事業の継続、維持を地域において実行し、活動して初めてコミュニティ・ビジネスとよべる。その結果として地域の課題が解決される仕組みを作るための経営手腕が問われていくのである。一般の営利企業と違い、株主がないため最大限の利益は地域に還元したい。そのため、活動が維持できるだけの利益獲得を目的とすればいい。もちろん、課題解決のための、さらなる事業拡大を考える場合にはそのための利益確保もまた必要である。コミュニティ・ビジネスには営利企業と同じ経営観念が必要であるとともに、市場原理に基づいた活動が期待されているが、「地域性」、「変革性」、「事業性」、「ビジネス性」観点をバランスよく運営できる経営手腕がもっとも重要と

いえる。

NPOがコミュニティ・ビジネスを営む場合、ミッションやビジョンと、強いポリシーをもっている。例えば「平和・人権」「男女共同参画」「教育改革」などのNPOは、本来そのような活動を目的としており、何らかの社会変革を目指しているといつてよい。だが、個々のNPOが改革を目指し、NPOも数が増加してくると、発言力を強くもつこともまれにある。

だが、NPOは市民の代表ではなく、ある特定分野に属した組織であるはずが、行政等に政策提言をすることが目的ようになってしまうと、本来の姿とは異なってしまう。地域には比較的発言力の強いNPOがその「社会変革性」を発揮することがあるため、すべてのNPOの意見を等しく聞くことができる仕組みを行政は構築していく必要がある。NPOが集合体を構成しつつ、社会的変化を起こすことが可能となれば、市民活動において有益な方法となる。それは、さまざまな分野のNPOに当てはまり、一部のNPOに留まらない。各NPOの専門分野ごとでも可能であるし、分野を超えたNPO全体に関するテーマであることもできる。NPOがまとまって主張を対外的に打ち出すような活動は、これまでは比較的少ないが、今後地域で力を持つNPOが生まれコミュニティ・ビジネスを営みつつ、多くの雇用を吸収するようなことになれ

ば、地域において相当の発言力をもつようになる。そうなったときに、地域とコミュニティ・ビジネスの関係が対立するものであってはならない。共助という観点において互いを支えあい、よりよい地域のために活動していかなければならない。

5. おわりに

現在、社会選択理論において、「個人が持っている性質の全てを社会が満たす必要性はない。重要な問題は、社会的選好の性質として推移性や完備性が適切なものであるかどうかという点である」(加藤、2013、p.149)とあるように、どのように完備されるかが重要である。だが、経済学に見られる自己の利益の拡大は批判すべきものであるとし、様々な「不平等」(アマールティア・セン、1999、訳書)について評価・分析された主張によって平等であればあろうとするほど平等が困難であることが理解できる。多数決に対する疑問や、人間の潜在能力に対して活性化できるような環境整備が重要であると主張している。また、社会的つながりをもつことが、暮らしの質が多くの方で向上する。そして、社会的につながりを多く持っている人ほど、人生に高い満足度を見出しているとのべられ幸福度が測定されている(スティグリッツ委員会報告書、

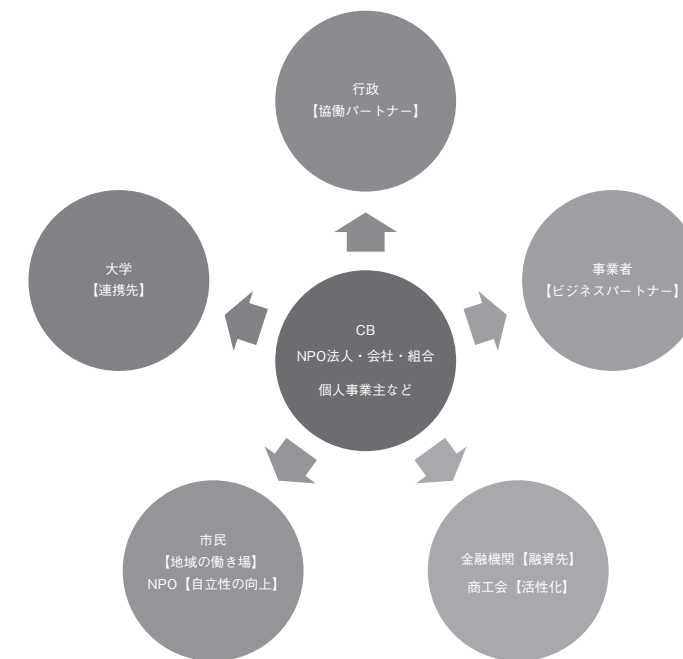


図3 コミュニティ・ビジネスと各連携イメージ

2012、p.83)。

幸福度とは何か、その幸福は現在の私たちの生活を維持することなのか、身の丈に合う幸福なのか、私たちは再度検討しなくてはならない。そのような中で、コミュニティが主体となり、地域の様々な問題解決に主体的に取り組むことが、持続する社会の実現を可能とする。生活者である市民が自らの地域の発展に主体的に関わり、持続可能な社会を構築することが出来れば、地域特性に基づく持続可能な発展を見込める。地域で生活する市民が、地域の知恵、人材、資金などの多様な資源を地域内で循環させていくシステム作りを行政と共に構築していくことが重要となる。それらは、地域の経営資本として、コミュニティ・ビジネスへとつながりを見せる。

自治体とコミュニティ・ビジネスは相反する組織に聞こえるが、非常に密接である。自治体の組織の中に、協働推進や共助推進等の課が存在しており、地域と行政をつなぐパイプ的な存在となりつつある。阪神・淡路大震災の復興過程にある兵庫県では、コミュニティ・ビジネスの支援施策が先駆的に展開されていた。震災復興のための基金を活用した事業が行われた。例えば、兵庫県では、積極的な支援策を講じていった。1998年10月、第3期兵庫県県民生活審議会は「21世紀に向けての変革」¹¹⁾の中で本格的なボランティア・セクターを形成する必要性をうたっていた。生活を創造し、幅広いボランティア活動を支持することで、新しい経済活動が生まれ、その担い手は自治会・婦人会等のコミュニティ活動団体、さらには市民活動を行うボランティア活動団体などであると述べていた。第4期になると、「県民ボランティア活動の促進のための施策の推進に関する基本方針」¹²⁾が作成され、ボランティア・セクターを社会の中で明確に確立していった。ボランティア・セクターにおいても、公的な領域と私的な領域との中間に位置する公共的領域で自発的に市民が活動していた。助21世紀ヒューマンケア研究機構の2004年の報告では、「コミュニティ・ビジネス等支援事業」¹³⁾へと転換が見られることとなる。つまり、ボランティア組織が徐々に、その地域の課題解決のために継続性が期待されるようになっていった。だが、当時、コミュニティ・ビジネスという名前は定着しておらず、その基準と支援策の検討は困

難であったといえる。例えば、「被災地コミュニティ・ビジネス離陸応援事業」「コミュニティ・ビジネス離陸応援事業」などの事業では、公開審査により対象事業が決定されていたが、ボランティアの域を出ていなかった事業も多く、審査に手間取っていた。だが、事業立ち上げのための経費が補助されたことによって地域には活気が少なからず戻っていった。2004年6月25日に開催された兵庫県の「第1回兵庫経済・雇用戦略会議」における資料「兵庫の経済・雇用を巡る動向」においては、同県において「主なコミュニティ・ビジネス支援事業で支援した団体数・従業者数は、1999年度から2004年度末までの累計で123団体、1,220人」とされ、多いとはいえない人数である。兵庫県では「コミュニティ・ビジネス等生きがいしごと支援事業」が実施されており、NPO法人に委託されるかたちで、「生きがいしごとサポートセンター」が設置された。この事業は、「生きがいしごとをコミュニティ・ビジネスとして定着させ、地域社会に貢献することを目的とし、起業支援ゼミナールや無料職業紹介事業などを実施する」という趣旨で行われている。このように、様々な就業機会に関する情報を発信しており、コミュニティ・ビジネス等の起業やNPOへの就職、ボランティア就労など様々なかたちの就労を幅広く「生きがい」と「しごと」と位置づけていること、無料職業紹介事業をNPO法人が委託を受けて実施していることなどの特徴がある。この事業の試みは、雇用に限定されず「仕事」そのものに着目し、新しい「仕事」のあり方を模索するかたちの施策展開であるという意味で注目される。

大阪市においても、2005年度からコミュニティ・ビジネス支援の施策が展開され、関西の地域では、コミュニティ・ビジネスの事業立ち上げのための資金面の補助や、経営面のサポートなどが、自治体において様々なかたちで展開されている。だが、その施策の意図するところは多種多様であり、定まった共通の理解があるとはいえない状況である。

また、東日本大震災による、その後の岩手県の例では震災2年後に「岩手沿岸における震災復興コミュニティ・ビジネスの現状とその持続可能性」が岩手県総合計画審議会によって提出されている。

岩手県では雇用維持・創出とソーシャルビジネス、

コミュニティ・ビジネスと題して、地域中心の視点、特に沿岸地域の復旧や復興に努めている。地域住民の生活の維持と確保を最重要課題として考え、単なる「つなぎ」のプロジェクトに終わらない取り組みを目指している。コミュニティ・ビジネスによって、地域の労働や生活の質の向上を目指しているが、やはりコミュニティ・ビジネス共通の問題であるが、定義を一定にすることは難しい。だが、社会性、事業性、継続性、革新性などの点をかかげて、「現在解決が求められる社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすること」とし、活動している。さまざまなNPO団体の活動がコミュニティ・ビジネスとして活躍しているが、短中期的な共通課題の解決が急務となっている。①公的、私的、非営利の各セクターの支援・助成が著しく不足しており、その充実が強く求められる。②震災復興コミュニティ・ビジネスの継続性の点で、大きな支障を来たす「風化」をできる限り防ぐこと。③震災復興コミュニティ・ビジネスを継続するための自己努力も問われる。④手芸作品や復興グッズに関しては4、5年で終了してもよい性格であるが、継続の場合、既存の手法をレベルアップさせる必要がある。⑤震災復興コミュニティ・ビジネスに関わる起業や新規事業に対する支援の充実・強化である。⑥震災復興コミュニティ・ビジネスの基本から周知徹底を図ることが要請される。①生活系にとって各セクターの支援・助成は中期的にみても広範に求められる。②産業系は地域内外のマーケットを舞台に積極的に仕掛けていくこと。③総合系は革新性を発揮しながら、あるいは向上させながら事業分野を見極め、また事業性・継続性を重視していくことが不可避となる。例えば、岩手県に拠点をおく特定非営利活動法人@リアスNPOサポートセンターでは、震災後の居場所造り「みんなの家、かだつて」を2012年6月にオープンさせ、建築家・伊東豊雄氏の設計のもと、同法人が運営している。内容は、近隣住民の、まちづくりワークショップや様々なイベントに活用されている。また、この地域に留まるようにと、緊急雇用創出事業による仕事作りなども行っている¹⁵⁾。

また、岩手県地域福祉支援計画第2期の概要の中では、計画の基本的考え方として、「県民誰もが、身近な地域社会で、年齢や性別、心身の障がい¹⁴⁾の有無に関

わりなく、お互いの個性や尊厳を認め合い、共に生活するという考え方『ソーシャル・インクルージョン』に基づいた地域社会の実現に向けて動いている。被災地の福祉コミュニティの再生と生活支援では、(1)人材の確保・育成、(2)被災者の安心の確保と生活支援、(3)新たな福祉コミュニティの形成支援・被災地の福祉コミュニティ再生のため、専門的能力を備えた福祉・介護従事者や地域福祉施策を立案し行政職員とともに、地域住民の中から地域福祉活動を率先して行うボランティアなどの育成を支援します。福祉などに関係する多職種連携等により、被災者のニーズに的確に対応した生活支援サービスが創出・提供されるとともに、被災者自らが主体的に交流の場づくりなどの地域活動に参画できるよう支援します。被災地が新たな生活環境においても、地域住民が主体となった地域福祉活動が活発に展開され、被災前と同様に安心して暮らすための新たな福祉コミュニティが形成されるよう支援します¹⁶⁾。という活動が始まっている。

多くのボランティアが参加し活動しているが、ボランティアの場合一時的なものであり、しばらくすればいなくなってしまう。やはり、地域のことは地域で解決する仕組みを必要としている。

今後の課題としては、さらなる中間支援組織の育成が必要となるであろう。地域社会の課題解決を目指して、ボランティアと行政をつないでいく役割は多くの素晴らしい若い人材が集まる大学こそがふさわしく、その役割を担っていかなくてはいけない。NPO法人などの市民活動団体と地域のさまざまな団体、企業、市民活動に参加するための情報を収集発信などもまた、学生が興味を持つ分野といえよう。共助という活動を支えるための「中間支援組織」は、大学、行政、地域金融の今後のありようといえる。これからの市民社会をデザインする上で、地域に根差す中間支援組織がどんな役割をもつのか、可能性と重要性を確認し、さらなる発展につなげていかなくてはいけない。そうすることで、共助社会をより円滑に発展させ、必要な人材や資源をコミュニティ・ビジネスによって活躍させることができる。さらには、共助という仕組みが、地域により豊かで新しいビジネスの形を提供することになると思われる。

【注】

- 1) 日本一の共助県を目指している埼玉県では、様々な活動が行われている。
http://www.saitamaken-npo.net/html/kyoujyo/a/b.html (2014年9月参照)
- 2) 金子郁容、松岡正剛、下河辺淳、1997「ボランティア経済の誕生—自発する経済とコミュニティ」実業の日本社 p.36
- 3) http://www.city.sakado.lg.jp/25,0,222,815.html/2014年9月。
平成26年度施政方針次に掲載。埼玉エコタウンプロジェクト推進事業として展開しております北坂戸団地にぎわい再生事業につきましては、UR都市機構の施設に設置した太陽光発電設備の売電収益で空き店舗を借り上げ、大学と連携してにぎわい再生の拠点施設を運営するなど、産学官民の協働事業として推進してまいります。
- 4) http://www.sansokan.jp/tyousa/archive/jigyoushiki/member/h16kato.pdf/2014年9月参照。
- 5) 山本健児http://hdl.handle.net/10114/1807
「イノヴェーティヴ・ミリュエ」は、GREMIすなわち Groupde Recherche Europeensurles Milieuxinnovateurs (イノヴェーティヴ・ミリュエに関する欧州研究グループ) によって提起された概念である。これをわが国に紹介した文献のうちいくつかは、ミリュエという用語それ自体が比較的狭い地理的空間だけを強調するようなニュアンスを持っているためか、「イノヴェーティヴ・ミリュエ」概念を主張したカマー (Camagni, 1991b) たちが地域のみを強調していると受け取っている (松原、1999、p.93；金井、2003、p.44；立見、2004、p.159；戸田、2004、pp.81-85)。しかし、それも無理からぬことかもしれない。GREMIの活動に深く関わったことのあるイギリスの経済地理学者Keebleも近年公表。
- 6) 鈴木尚子 本稿は、2000年以降飛躍的に推進が図られている欧州の生涯学習政策とその実践の中でも、特に行政的な区画としての地域の枠組みを超えた、新たな「地域」の活性化を目指して実施されている事業として、近年注目されている「learning region」と呼ばれる概念の出現とその発展を取り上げ、その背景となる欧州における「地域」のとらえ方、政策的位置づけ及び同概念が具現化されてきた経緯を検討することにより、それがいかに欧州における新たな生涯学習のネットワークとして意味があるのかを考察。
- 7) http://www.kiur.or.jp/file/community.pdf/2014年9月参照。
- 8) 本論文は、コミュニティ・ビジネス論の展開を整理し、コミュニティ・ビジネスの意義と問題点を明らかにすることを目的としている。第1に、コミュニティ・ビジネスに関する議論がどのように展開されてきたかをNPO研究との比較のなかから整理する。第2に、コミュニティ・ビジネスが国や自治体における政策のなかでどのように位置づけられているかを考察。
- 9) http://www.fujixerox.co.jp/solution/kdi/fc/2014年9月参照。
- 10) http://www.pref.saitama.lg.jp/site/sasaeai/#nani? /2014年9月参照。
- 11) https://web.pref.hyogo.lg.jp/ac09/documents/000110680.pdf/
https://web.pref.hyogo.lg.jp/ac09/ac09_000000028.html
2014年9月参照。
- 12) https://web.pref.hyogo.lg.jp/ac09/documents/000110681.pdf/
2014年9月参照。
- 13) http://www.hemri21.jp/kenkyusyo/seika/chiiki/pdf/h16_11.pdf
2014年9月参照。
- 14) http://www.pref.iwate.jp/dbps_data/_material/_files/000/000/012/770/03iwateengan.pdf/2014年9月参照。
- 15) http://www.pref.iwate.jp/dbps_data/_material/_files/000/000/013/650/siryoushiki_2.pdf/2014年9月参照。
- 16) http://www.pref.iwate.jp/dbps_data/_material/_files/000/000/022/304/4-1_fukusi-keikaku-gaiyou.pdf/2014年9月参照。

【参考文献】

- アマルティア・セン (1999) 池本幸生 (翻訳) 野上裕生 (翻訳)、佐藤仁 (翻訳) 『不平等の再検討—潜在能力と自由』、岩波書店。
- 石原武政 (2006) 「TMOへの期待と現実」矢作弘・瀬田史彦編 『中心市街地活性化三法改正とまちづくり』学芸出版社、pp.54-65。
- 岩田正美・西澤晃彦 (2005) 「貧困と社会的排除—福祉社会を蝕むもの」ミネルヴァ書房。
- 岡部明子 (2003) 『サステイナブルシティ』学芸出版社。
- 金子郁容 (2002) 『新版コミュニティ・ソリューション—ボランティアな問題解決に向けて』岩波書店。
- 金子郁容 (2003) 「それはコミュニティからはじまった」本間正明ほか 『コミュニティビジネスの時代—NPOが変える産業、社会、そして個人』岩波書店、pp.1-43。
- 金子郁容、松岡正剛、下河辺淳 (1997) 『ボランティア経済の誕生—自発する経済とコミュニティ』実業の日本社。
- 海道清信 (2001) 『コンパクトシティ—持続可能な社会の都市像を求めて』学芸出版社。
- ジョセフ・E. スティグリッツ、ジャンポール フィトゥシ (著)、アマティアセン (著)、Joseph E. Stiglitz (原著)、Jean - Paul Fitoussi (原著)、Amartya Sen (原著)、福島清彦 (翻訳) (2012) 『暮らしの質を測る—経済成長率を超える幸福度指標の提案』金融財政事情研究会。
- 石川両一 (2004) 「コミュニティ・ビジネスの現状と課題」『市政研究』145、pp.58-68。
- 今瀬政司 (1998) 「次世代を担う社会サービス—コミュニティ・ビジネスによる新潮流」『CIRK』関西産業活性化センター、pp.11-14。
- 渦原実男 (2004) 「商店街の再生とコミュニティ・ビジネス」『西南学院大学商学論集』51、pp.105-135。
- 加藤晋 (2013) 「社会的選択理論と民主主義」『東京大学社会科学』第64巻 第2号、pp.135-136。
- 加藤恵正 (1999) 「コミュニティ・ビジネスの展開とその評価—英国の経験とわが国市街地活性化における役割」『都市問題研究』51、pp.58-75。
- 山本健児 (2004) 「イノヴェーティヴ・ミリュエ概念の再検討」『法政大学経済学会』、pp.1-32。

【参考論文】

- 鈴木尚子 (2008) 「欧州における「learning region」概念の出現と今日的意義:生涯学習ネットワークの構築を通じた地域活性化の追求から見えてくるもの」『徳島大学学開放実践センター紀要』18、pp.51-64。
- 小林伸生 (2011) 「コミュニティ・ビジネスの持続性をめぐる議論」『産研論集』(関西学院大学)38号、pp.92-93。
- 橋本理 (2007) 「コミュニティビジネス論の展開とその問題」『社会学部紀要』(関西大学) 第38巻第2号、pp.5-42。
〈査読済論文〉