

1 地域活性化推進プロジェクト

照 屋 行 雄

(1) コミュニティー・ビジネスと地域活性化

- 1 地域概念と地域“経営”の要請
 - (1) 地域マネジメントの意義と効果
 - (2) 地域マネジメントの主体と理念

- 2 コミュニティー・ビジネスの範囲と存立
 - (1) コミュニティー・ビジネスの概念
 - (2) コミュニティー・ビジネスの範囲
 - (3) コミュニティー・ビジネスの存立基盤

- 3 コミュニティー・ビジネスの形成と発展
 - (1) 地域の産業集積と特性
 - (2) コミュニティー・ビジネスの発展
 - (3) ニュー・ビジネス群の形成と機能

- 4 地域の価値創造とコミュニティ・ビジネス
 - (1) 地域経済の振興とコミュニティ・ビジネス
 - (2) 地域生活の経営とコミュニティ・ビジネス
 - (3) 地域文化の創造とコミュニティ・ビジネス

- 5 エピローグ——地域“自立”の将来的価値
 - ① 地域の個性化と国際化
 - ② 行政セクターの機能と組織

(2) 地域の概念と地域“経営”の要請

(1) 地域マネジメントの意義と効果

- ア) 地域資源(物的・財務的・人的資源)の共用
- イ) 自然環境の保全・再生ならびに環境共生
- ウ) 少子・高齢化社会とノーマライゼーション
- ウ) 異業種交流とネットワーク社会
- エ) 地域コンピタンスと地域文化の創造
- オ) 地域の再生と地域生活者の満足水準

(2) 地域マネジメントの主体と理念

ア) 地域経営の主体

- ① 従来型：県市町村・自治会——法制度に基づく地方自治組織・事務一部委託・組合
- ② 未来型：地域実体——企業・団体・生活者・行政・入域者などを構成員とする地域それ自体

イ) 地域経営の組織

- ① 経営理念：コミュニティー価値——
 - i 生活者の目線で営む地域
 - ii 要援護者に優しい地域
 - iii 環境共生を進める地域
- ② 経営戦略：地域の自立と個性化——
 - i 地域資源の組織化と開発
 - ii 地域コンセプトの設定
 - iii 経営ビジョンの明確化
- ③ 経営組織：トップマネジメント——
 - i トップのリーダーシップ
 - ii 変革とスピードの経営
 - iii 地域への貢献と参加誘因

(3) コミュニティー・ビジネスの範囲と存立

(1) コミュニティー・ビジネスの概念

ア) コミュニティー・ビジネスの発生

- ① イギリス——1980年「コミュニティ協同組合」
- ② 日本——1994年「滋賀県長浜市／地域活性化事業」
1995年「阪神・淡路大震災／地域コミュニティ」
1998年「特定非営利活動促進法」(NPO法人化)

イ) コミュニティー・ビジネスの概念

① 地域貢献型事業——コミュニティ・ビジネス

「生活者の立場に立ち、様々な形で地域の利益増大を目的とする事業であり、NPOと中小企業にまたがる存在」(2000年度国民生活白書)

- i 住民主体性
- ii 社会貢献性
- iii 事業継続性
- iv 地域密着性
- v 価値創造性

② コミュニティー・ビジネスの要件—

- i 地域住民が主体
- ii 経済的利益の最大化を目的とせず
- iii 地域のニーズに対する財やサービスの提供
- iv 雇用機会の創造と提供
- v 継続的な事業・事業体
- vi 行政からの人的・財的独立

(2) コミュニティー・ビジネスの範囲

ア) 組織形態

- ① NPO法人
- ② 任意団体(個人企業含む)

③会社企業(株式会社・有限会社)

④企業組合

⑤その他

イ)事業分野

①高齢者福祉

②障害者福祉

③地域内交流活性化

④教育

⑤情報交流促進

⑥環境保全

⑦子育て支援

ウ)事業内容

①情報の発信

②イベントの企画

③技術・知識の修得支援

④情報交流の管理・運営

⑤生活支援サービス

⑥介護サービス

(3) コミュニティー・ビジネスの存立基盤

ア) コミュニティー・ビジネスの創業マインド

- ①活動・創業の動機—————
- i 社会に貢献したい
 - ii 行政サービスの不十分
 - iii 地域活動への参加
 - iv 技術・知識の活用
 - v 事業の将来性
- ②参加メンバーの属性—————
- i 市民活動の仲間
 - ii 近隣の知人・友人
 - iii 職場の同僚
 - iv サークル活動の知人
 - v 親族

vi 学生時代の友人

イ) コミュニティー・ビジネスの運営課題

- ① スタッフの人数不足
- ② 事業収入の低迷
- ③ 一部スタッフへの負担過重
- ④ 賃金・給与の低さ
- ⑤ 認知度の低さ

(4) コミュニティー・ビジネスの形成と発展

(1) 地域の産業集積と特性

ア) 均質的地域

- ① 農村地域——農業を主体とする連続的地域／環境保全
- ② 都市地域——人口の集中が連続して広がる範囲／過密

イ) 機能的地域

- ① 商業地域——商業の形成が連続する地域／商店街づくり
- ② 工業地域——工業の集積が連続する地域／工業団地

ウ) 地域特性

- ① 中央巨大都市——
 - i 生産力の成長
 - ii 消費人口の増大
 - iii 生活基盤の整備
 - iv 余暇生活の設計
- ② 地方中核都市——
 - i 産業資本の整備
 - ii 人的資源の開発
 - iii 自治行政の変革
- ③ 山村・島嶼地域——
 - i 過疎範囲の拡大
 - ii 高齢化の進展
 - iii 後継者の激減

(2) コミュニティー・ビジネスの発展

ア) コミュニティー・ビジネスの収益性

- ①事業種類—— i ミッション事業——
黒字企業 45.0% 赤字企業 55.0%
- ii 収益事業の有無——
黒字団体 60.9% 赤字団体 54.1%
- ②収益事業の状況—— i 黒字の収益事業 59.7%
- ii 赤字の収益事業 40.3%

イ) コミュニティー・ビジネスの特性

- ①事業性の強い団体—— i 全体の75.8% (1,850団体)
- ii 見通し3年以内57.2%
- iii 事業収入増加 53.3%
- ②ボランティア性の強い団体—— i 全体の24.2% (591団体)
- ii 事業継続の見通しなし36.9%
- iii 事業収入増加 34.3%

ウ) コミュニティー・ビジネスの事業目標

- ①事業性の強い団体—— i 事業の継続
- ii 業績の安定
- iii スタッフとの意見調整
- iv 財・サービスの品質向上
- ②ボランティア性の強い団体—— i 事業の継続
- ii スタッフとの意見調整
- iii 業績の安定化
- iv 環境への配慮

(3) ニュー・ビジネス群の形成と機能

ア) 成長期待のニュー・ビジネス群——

- i ハイ・テクノロジー
- ii マルチメディア
- iii 環境
- iv ヘルスケア
- v バイオ・テクノロジー
- vi サービス

イ)循環型社会のニュー・ビジネス群——

- i 廃棄物処理
- ii 資源リサイクル
- iii 処理プラント建設
- iv レンタルリース
- v ゴミ処理

(5) 地域の価値創造とコミュニティー・ビジネス

(1) 地域経済の振興とコミュニティー・ビジネス

ア)地域経済の特性診断——診断項目——

- i 自然環境の条件
- ii 地域文化の特性
- iii 街づくりの取組
- iv 地域経済の現況

イ)域内産業連携のマネジメント——

- i 域内資源調達
- ii 域内サイクル
- iii 域内交流支援
- iv 産公学民提携
- v 無形資産開発

ウ)地域経済の振興ドライバー——

- i 地域経済支持人口
- ii 第三セクター・NPO
- iii インターネット革命
- iv 指導的市民(地域リーダー)

(2) 地域生活の経営とコミュニティー・ビジネス

ア)「住みよい街づくり」の住民参加

イ)「市民的交流の機会」の開発創造

ウ)「地域貢献のネット」の将来設計

(3) 地域文化の創造とコミュニティー・ビジネス

ア)地域の歴史的・文化的特性

イ) 地域文化の承継と創造

ウ) 地域アイデンティティーの確立

(6) エピローグ——地域“自立”の将来的価値

- ① 地域の個性化と国際化——
 - i 地域自立の3要件
 - ii 地域の個性化と域外連携
 - iii グローカル時代の地域経営
- ② 行政セクターの機能と組織—
 - i 行政の協力と事業収入
 - ii 行政とのコラボレーション
 - iii 行政組織の変革