

**(10) コミュニティ・ビジネスの先進事例**

全国的なコミュニティ・ビジネス先進事例として以下7件を紹介する。

## ①株式会社 黒壁（滋賀県長浜市）

地元商業者が中心となり、ガラス文化を取り入れた北国街道の町並み整備を展開。直営店の建設などにより、年間200万人の集客と約200名の雇用を創出。

## ②小川の庄（長野県小川村）

村民により郷土食「おやき」を特産品化。村内の遊休資源（建物、農作物、高齢者）を利活用し、地域の活性化と約100名の雇用を創出。

## ③まちづくり会社ア・ラ・小布施（長野県小布施町）

地元商業者による景観・町並み整備を実施。栗と北斎のまちとして、観光・交流事業を展開。

## ④NPO法人かさおか島づくり海社（岡山県笠岡市）

移住者誘致による離島の空き家対策事業。島の弁当づくりで生活観光事業を展開。

## ⑤Funnybee株式会社（神奈川県横浜市）

30代の女性企業家による外国人向けのホステル事業。どや街にある簡易宿泊所をリニューアルし、地域活性化に貢献。

## ⑥NPO法人ひなたぼっこ（神奈川県平塚市）

子育てを終えた市民によるミニデイサービス事業。民家を改修し、地域の高齢者のたまり場を提供。

## ⑦株式会社まちづくりとやま（富山県富山市）

中心市街地の空き店舗対策事業。フリークポケットやパレットスクエアなど、ミニチャレンジショップの日本における先駆け。

**(11) コミュニティ・ビジネス成功のポイント**

コミュニティ・ビジネスを成功させるためには四つのポイントがある。一つ目は、コミュニティ・ビジネスに携わる人々の自分起こしになっているか。他人に言われたから始めるようではやらない方がいい。二つ目は、地域が抱える様々な問題解決の一助になっているか。地域社会には様々な問題が転がっており、これを「暗いつぶやき」と呼んでいるが、この「暗いつぶやき」を解決す

る上での一助になっているか。三つ目は、新しい社会関係や協働関係を創造しているか。コミュニティ・ビジネスは、縦割り社会の中で地域に横串を刺す役割も担っている。地域の問題に対し、横串を刺して新しい社会関係や協働関係を生み出していく。四つ目は、コミュニティの元気づくりへの貢献と事業性とのバランスがとれているか。それには、赤字を出さないように地域を元気にするという志の部分と、事業性とのバランスを上手にとることのできるマネージャーが必要である。

**(12) コミュニティ・ビジネス支援のあり方**

コミュニティ・ビジネスを応援する立場から言うと、場合によってはマネージャーとワーカーを分けて育成することも必要である。地域に適任者がいなければ、公募することも選択肢の一つである。それから、生活領域での起業化から始めることも成功への近道となる。このマネージャーには、事業の柱を何本かつくり全体で収支のバランスを図ることが要求される。例えば、介護だけの事業を一生懸命していても、そこに大手の組織が出てくれば負けてしまう。そうなる前に介護以外の事業も行う必要があるということである。また、自治体や企業には、地域住民が起こすコミュニティ・ビジネスに事業をアウトソーシングして、積極的に支援していくことが求められる。

日本では、どこの県庁や市役所、商工会でも、マネージャーの育成やキャッシュフローが読める人材育成などの、マイクロ施策は行っている。しかし、日本ではマクロ施策としてどのように地域を再生していくのか、地域視点の法的な根拠が存在していない。これからは、戦略コミュニティのような法的な担保をつくらない限り、地域はなかなか再生していかない。単純に交付金を増やしたり、公共事業を増やすだけでは、また昔の時代に戻ってしまう。これからは、今の時代に相応しい民意を反映できる仕掛けと仕組みを、マクロ施策として整備していく必要がある。

以上が政策研究セミナー「地域資源からビジネスへ～コミュニティ・ビジネスの可能性～」の概要である。