

XX

何気なく使っている「コミュニティビジネス」という用語。実は、学会でも定まった定義はありません。私は「地域住民が主体となり、地域の資源を活用して、地域課題の解決をビジネスの手法で行う事業」と定義しています。コミュニティビジネスの同義語として「NPO ビジネス」とか、「社会的企業」とか、「生活ビジネス」とかがありますが、ほぼ同じものと考えてよいです。さて、コミュニティビジネスの特徴としては、次の5つが挙げられます。

- ①地域課題を解決するという“ミッション(社会的使命)”を何よりも重視する。
- ②課題解決に当たっては、当事者である地域の住民・企業が主体となる。
- ③ミッションを達成するために、継続的な事業を行い、事業継続に必要な利益を獲得する。
- ④これまで大企業や行政がカバーできなかった分野を活動の舞台とする。
- ⑤地域に眠っていた労働力、原材料、ノウハウ、技術などの資源を活用する。

では、なぜコミュニティビジネスが注目されるのでしょうか。それは、コミュニティビジネスの活動が、地域課題を解決するだけでなく、雇用の創出や地域経済の活性化、生きがいの創造、自己実現など、地域経済社会に大きな波及効果を与えるからなのです。

私は、最近、コミュニティビジネスの特徴を端的に説明するとき、「ビジネスとボランティアの“いいとこどり”をするハイブリッド組織」と呼んでいます。つまり、あるときは継続的で責任感ある「ビジネス」の顔を前面に出し、あるときは社会的で生き生きとした「ボランティア」の顔を使い分ける組織なのです。