

こらむ 第4話 <企業・ボランティアとの違い>

コミュニティビジネスは、大雑把に言うと「ボランティアと企業の中間領域」と言い表すことができます。しかし、第1話でお話したとおり、コミュニティビジネスは地域課題を解決するという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という特性を有していますから、コミュニティビジネスは事業性の観点においてボランティア活動とは異なり、社会的ミッション性の観点において企業活動と異なっていると言えます。

この三者の違いを詳細に見てみると、企業活動は利潤獲得を、ボランティア活動は社会奉 仕や自己実現を主な活動目的としているのに対して、コミュニティビジネスは地域課題の解決 を主な活動目的としています。また、サービスの提供価格で区別すると、企業活動は市場価 格で、ボランティア活動は原則無償でサービスを提供しますが、コミュニティビジネスは適正価 格でサービスを提供します。さらに、資金調達面で区別すると、企業活動は市場から、ボラン ティア活動は寄付・補助金から資金を調達しますが、コミュニティビジネスはその両方ともから 資金を調達することが可能です。

次に、コミュニティビジネスの組織形態について見てみましょう。コミュニティビジネスは独自の組織形態を持たず、NPO 法人のほか株式会社や有限会社、企業組合、協同組合、個人など、多様な組織形態をとります。それは、コミュニティビジネスが、その基本的スタンスをどこに置くかによって組織形態を選択するからです。たとえば、社会的ミッション性に重点を置けばNPO 法人、事業活動に重点を置けば会社組織を選択することが得策でしょう。このため、コミュニティビジネスの位置づけは極めて曖昧に映ります。

しかしながら、コミュニティビジネスの曖昧さは、反面、非営利活動と営利活動の長所を兼ね備えるハイブリッドな活動ができるという長所を生んでいます。つまり、コミュニティビジネスは非営利活動の長所である自発的なマンパワーを活用でき、営利活動の長所である組織力、マネジメント力を兼ね備えることが可能なのです。このようにして、コミュニティビジネスは、ステークホルダーとの良好な関係を保ちながら、より地域に根ざした事業を継続して行います。そして、これまで十分なサービスが行き届かなかった、すなわち十分な利潤は獲得できないが社会的にサービス提供が必要とされる領域に、コミュニティビジネスが参入することを可能にするのです。