## 

## 

## こらむ 第7話 <コミュニティビジネスと地域との関係>

私は、コミュニティビジネスの特徴を、①社会的ミッション性、②市民主体性、③事業性、④ 市場開拓性、⑤波及性、の5つに整理しています。このうち「波及性」は、コミュニティビジネス の大きな特徴であり、コミュニティビジネスは、地域(市民・企業・行政)と密接に関係します。

第1に、コミュニティビジネスと市民との関係は「当事者性」と言い表わすことができます。コミュニティビジネスの活動主体はもともと市民そのものであり、コミュニティビジネスと市民との間には、共通の課題を解決する連帯感が生じやすいと言えます。また、地域ニーズを共有し、対話と交流をもってサービスを行うコミュニティビジネスは地域の信頼を得やすいと言えます。

第2に、コミュニティビジネスと企業とは「社会性」においてつながっています。コミュニティビジネスが、地域ニーズは高いけれども企業が事業対象としない社会性の強い分野を開拓する一方、企業はCSRなどの活動を通じて社会性を求めようとしています。このため、企業とコミュニティビジネスの垣根は低くなってきています。

第3に、コミュニティビジネスと行政の関係は「協働」であると言えます。行政にとって、コミュニティビジネスとの協働は、市民ニーズの把握や施策の透明性を確保できるほか、コミュニティビジネスの経営基盤が安定すれば、税収という形で戻ってくる利点があります。このため、コミュニティビジネスと行政とは、もっとも身近な協働のパートナーと言えます。両者それぞれの得意分野を上手に活かせば、より地域課題の解決がたやすくなります。非効率な行政施策を改善する提案を行うこともコミュニティビジネスの役割と言えます。

このように、コミュニティビジネスは市民・企業・行政と比較的容易に結びついて事業を行います。ここに、コミュニティビジネスの最大の経営資源が潜んでいるものと考えられます。