

## 東京支部

### 関東圏におけるコミュニティビジネスの実態調査報告

2004 年度の中小企業白書に [ 地域の実情にあったサービス、雇用を生み出す地域貢献型事業 ] としてコミュニティビジネスが取り上げられている。国民生活白書にいたっては「人のつながりを変える暮らしと地域 新しい【公共】への道」として、まさにコミュニティビジネス一色といった感じである。行政が新しい話題や、モデルで先をいくことはない？ それは社会が・地域が求めているからであろう。

ではなぜいま、あらためて地域コミュニティと言うことがいわれているのだろうか？ ということである。わが国はバブル崩壊後、失われた 10 年という言葉のもとに 13 年にもわたって経済的に苦しんできた。その間、さまざまな手法で行政も地域もてこ入れをしてきた。だが、その効き目は薄く、国全体で 1,200 兆円といわれる多くの借金を抱えただけとなった。しかし、いまになってみるとそれは過去の成功物語の手法ではなかったのか？ もっと他の方法はなかったのか？ と多くの人考えるようになった。

企業はリ・ストラクチャリングで生き返り、一部の規制は緩和され、それなりの効果も出るようになって来た。さまざまなところで経済一辺倒だけでない暮らし方が求められるようになってきている。もう旧来のやり方ではやっていけない、21 世紀の社会の仕組みは新しいものでなければならぬと言う声が上がった。となるとその鍵は人であり、地域でないか！ というところにコミュニティビジネスに関心がもたれる 1 つの根拠がある。

現在、65 歳以上のシニアは 18%、団塊の世代が 60 歳になる 2006 年から順次その比率は加速し、これが 2015 年には 30% 近くになるという。世界で名だたる老人国家の出現となろう。地域においては既存の町内会も・商店街も機能しなくなってきたところも多い。いままでの仕組みと構造では新しい社会は創れない。そして、これから団塊の世代が大挙して地域に戻ってくるが、その人達がもし何もしなければ [単なる家の櫃つぶし] に代わってしまうという不安から、いまその対策をとっておかねばの「べき論」とあいまって、地域の再生が必須となって来た。

先進地域といわれる行政ではすでにこの流れを先取りし、さまざまな地域行政における改革を進めている。幸いにして、地域には仕事に健康に、元気はつらつな“女性群”がいる。この人達に企業活動で培ったレベルの高いビジネススキルをもつシニア男性群をマッチングさせ、さまざまな地域活動を起こさせようと仕組みづくりをしている。ボランティア講座や、趣味の講座、生涯学習の仕組みづくり、市民運動の活性化の支援などなどその

種は多彩である。その中でも特に力を入れているのが、その人達に地域でビジネスをはじめてもらい、雇用の創造と地域の活性化につなげようと狙っているものである。これがコミュニティビジネスの創出である。

企業ビジネスとボランティアの中間ポジションに位置するこの地域型ビジネスを研究テーマに、平成 16 年 4 月東京支部内に<コミュニティビジネス研究会>を立ち上げた我々グループは、今回東京支部の調査事業として、このコミュニティビジネスの実態調査に取り組んだ。この形態ビジネスは NPO 団体を中心として、個人・企業・地域団体などさまざまな人達が事業展開しており、その数 数万とも言われる(2002 年内閣府データ推計では、経済的効果は 1 兆円強とも言われているが定かではない)。

その数多い中から今回は、関東地区を中心に 26 企業・団体の実態調査を行った。中小企業診断士としての目で経営者・幹部へのヒアリング及び事業所などの訪問を行ったところ、さまざまな驚きを発見した。それぞれの企業・団体が種々の課題の中にあって、なかには創業間もないベンチャー型でありながら、立派に事業を成立させていることである。コミュニティビジネスはややもすると、後発であり、狭い地域で行うという限定されたビジネス形態であるため、いきおい隙間ビジネス、または新しいビジネスモデル - それだけ経営・マーケティングは難しい - になりがちであるが、それを見事に乗り越え、事業展開に結びつけている。これはやはり、卓越した経営者・リーダーの資質によるところが大きいのであろう。

コミュニティビジネスを担っているのは NPO 形態が多いということもあり、個人企業というよりは仲間で取り組む事例が多い。いきおい立場は対等ということで、フラットな形になりがちで縦の組織ができにくく、それは一見良いようであるが、組織を効率的にまとめていくのは至難のわざである。もちろん、ビジネススキルはばらばら、組織としてのトータル力はおしてしるべしとなる。

取材をした 26 企業・団体はデータによれば、その実態は平均を大きく上回っており、まさに先進コミュニティビジネス企業といえる。すでに立ち上げているがうまく歯車が回っていない企業、立ち上がったばかりの企業、これからビジネスを立ち上げようとする人達などにとって、経営者の考え方、経営課題の取り組み、マーケティングの進め方、財務問題など多くの課題にどう取り組み、それを解決、また保持しつつ、経営に立ち向かっているか、すばらしきお手本となるであろう。

起業家にも中小企業診断士にも、この取材先企業のエキスを決して平均で見て欲しくない。1 社 1 社それぞれ違ったテーマを抱えながら、地域とビジネスへの熱き思いの中で、立派に事業展開している。それは「なに」なのか！じっくりご覧いただきたいと思う。