

「地域福祉の視点から見たコミュニティビジネスの在り方に関する一考察」 —まちカフェ・りんくの実践分析を通して—

08V005 後藤 アイ

序 論

1. 研究の背景

現在の日本は、少子高齢化、産業の衰退に歯止めがかからない状態が続いている。グローバル競争が激化する中での激しい円高、雇用が失われる恐れ、加えて生産年齢人口の減少といった、人々が希望を持って生きることが困難な時代を我々は生きているのである。財政が非常に厳しい中、大きなイベントや巨額な投資は望むべくもなく、地域は疲弊している。商店街の活性化が叫ばれながらも、シャッターを下ろしたままの店舗は増え続け、通過するだけの車は多いが、駅前商店街のアーケードの人通りはまばらである。

戦後、日本の社会はコミュニティというものを、経済復興を妨げるものとして考えてきたのではないだろうか。家長制度においても、人との繋がりにおいても、それらは個人の自由を縛るものとして敬遠されてきた。人口は都市に集中し、コミュニティからは若者がいなくなった。そして、人間の基盤であるコミュニティの危機に気付いたとき、われわれは自分の居場所をすでに無くしてしまっていたのである。そのようなコミュニティをつくった責任を感じ、コミュニティ再生を考え始めたわれわれは、どのようにして自分たちの生きやすい社会を創造することが可能で、また次の世代に引き渡せるのであろうか。

現在の日本の経済状況が地域にも波及して、社会全体が疲弊した状態であり、地域のつながりは希薄になった。そんななかでかつての商店街がメインにはなりえない状況や、商業施設中心の中心市街地づくりでは、地域の活性化ははかれないことは、いままでの経験で明らかである。たしかに「まちづくり」と称して行政の地域活性化に対する取り組みは多方面にわたっている。しかし、行政はやはりまだまだ縦割りの施策から脱け出していないように感じられ、地元で雇用が生まれない限り、若者は地域を離れるしかないだろう。そうなれば地域とのつながりも失われていくだろうし、子育ての支援がなければ子どもを持つことをためらうであろう。このようなコミュニティの状況を救うことができるのは何か。それに応える一つの方法として、私はコミュニティビジネスを考える。そのコミュニティビジネスというものは、本当に地域再生の足掛かりとなり得るのであろうか。そしてコミュニティビジネスの手法を取り入れて活動をしているのが「まちカフェ・りんく」であり、本研究は、この新しい分野であるコミュニティビジネスの有効性を検証するものである。

2. 研究の目的と意義

まちカフェ・りんくは、コミュニティ再生という社会的、行政的な大きなテーマではなく、カフェという地域の空間を活用することによって、地域の活性化が達成されることに目標を置いた活動であるが、この研究はコミュニティビジネスが地域の新たな担い手の原動力になりえることを実証するもので

ある。つまり地域課題の解決や地域活性化のために、地域密着型のコミュニティビジネスの手法を用いることが、地域活性化を、ひいては地域再生の一端を担うものであるということを提示できるのではないだろうか。またコミュニティ内外の社会資源の活用や、ネットワークを構築しながら行うコミュニティビジネスはコミュニティ・ソーシャルワークの視点からも有効な手段ではないだろうか。また地域福祉が新たに住民参加を促している昨今、今までは社会福祉とビジネスとはばらばらであり、福祉とビジネスとは共存し得ないものと思われていた。しかし、福祉マインドを取り入れた経営視点と福祉とをうまくつなげることによって、新たな人々のつながりも生まれる。コミュニティビジネスがビジネスの対象とするものは、地域のニーズの充足と福祉課題などの問題解決が多い。というようなことを考えると、福祉にとってコミュニティビジネスというものは、大きな拠りどころとなり得るのではないだろうか。それを実証することを本研究の目的とするものである。

3. 研究の方法

本論文では、第1章1.2.において地域福祉とコミュニティビジネスを、地域福祉の現状を通して考察し、第2章1.2.3.においては、コミュニティビジネスとはどのようなものであるかの理論的枠組みを、文献中心に研究をすすめ、4.で、その具体的方法に触れる。次に、3章1.において、まちカフェ・りんくの活動を現状から分析・検証し、2.で、まちカフェ・りんくの活動を通して、地方都市における大学と地域の連携の在り方を考察する。そして最終章においては、コミュニティビジネスの手法が今後の地域活性化に有効なものであるかどうかを検証し、展望と課題にかえる。

第1章 地域福祉を取りまく現状と課題

はじめに

コミュニティを語るうえにも、われわれにとっての生活のセーフティネットである地域福祉というものが、どのようになっているのかを知る必要があるだろう。高齢者、子育て支援、障害者対策、あるいは、地域住民のニーズは充足しているかなど、地域課題を把握することでコミュニティの現状をより深く認識できるのではないだろうか。そして、コミュニティの活性化を考えると、おのずからビジネスという要素も考えなくてはならないだろう。企業にはベンチャー企業と福祉マインドを持ったビジネスの二通りがある。私は福祉を学んだ者として、地域福祉の視点からコミュニティビジネスに対してのアプローチを試みる。

1. 地域福祉とコミュニティビジネス

現代の日本の社会福祉は、福祉だけではカバーしきれなくなっているのではないだろうか。その為、介護保険制度による営利組織の介入や、成年後見人制度が必要になってきたのであろう。コミュニティビジネスが生まれたのは、こんな従来のコミュニティが崩壊の危機にある状況の中である。コミュニティビジネスの提唱者である細内信孝氏（1999）によれば、コミュニティビジネスとは、企業セクターと市民セクターの個人もしくは団体による営利、非営利を問わず行われる地域貢献の事業ということになる。NPO法人や中小零細企業、自営業者などの行う生活支援サービス全般を意味しており、地域社会における企業の社会貢献活動を含む地域福祉、まちづくりを指しているのである。それは、商店街とか中小零細企業の行う生活関連のスマールビジネスでもあり、福祉、環境、観光、雇用、健康、食品、文化情報、金融など様々な領域にまたがる地域生活問題をビジネス手法で解決しようとする取り組みであるとしている¹。

また、『ソーシャルインクルージョンと社会起業の役割』のなかで、大山博氏は、とくに、経済不況によって、企業に撤退や倒産、商店街の閉店などによって働く場がなくなり、働き盛りの人口が減少し、街の灯が消えていき、活気がなく、高齢化率も著しく高くなってきている地域が増えている。こうした状況の中で「日英高齢者・障害者ケア開発機構日本委員会」のガイドラインとして発表されたものがあるのだが、それによると、「一人ひとりの地域住民への訴え」のなかで、「社会福祉を消極的に単なる特定の人に対する公費の投入と考えるのではなく、むしろ福祉活動を通じて地域を活性化させるものとして積極的な視点でとらえていただけるよう強く訴えたい」と書かれていることを記しているのだという²。

この両氏から、われわれ地域住民は今までのように、一方的に与えられた政策の中で生活するのではなく、地域福祉もその中に含まれるのであるが、地域課題というものを、住民自らの手で解決することを考えていかななくてはならないのではないだろうか。つまり、コミュニティケアの時代から抜け出して、自らソーシャルアクションをおこし、自分たちが安心して暮らしていける地域社会というものを創造することが急がれているのではなからうか。筆者は福祉関係者のコミュニティビジネスに対する思いなども含め、その手法としてコミュニティビジネスが有効かどうかを検証したいと考えるのである。

2. 地域福祉の現状

現在の日本の社会は「無縁社会」という言葉で、マスコミなどで取り上げられているように、高齢者の

1 社会福祉養成講座編集委員会『地域福祉の理論と方法』中央法規 2009 pp.112~113

2 炭谷茂、大山博、細内信孝編著『ソーシャルインクルージョンと社会起業の役割』ぎょうせい 2004 p.229

孤独死、毎年三万人を超える自殺者、児童虐待の増加、貧困による格差の拡大など、福祉国家とは言い難い社会となっている。福祉に携わる者がそれらを自己責任と片付けては許されないであろう。このような社会的背景の中にあつて、地域福祉はどのように実践されなければならないのだろうか。

2008(平成20)年3月、「これからの地域福祉のあり方に関する研究会」報告書によれば『住民による「新たな支えあい」の姿を求めて—これからの地域福祉のあり方』が公表された。その中の各制度においては、地域への移行がキーワードとなっており、地域で支える仕組みの構築が求められている。現代は公的な福祉サービスだけでは対応できない社会福祉課題が多く発生しており、こうした課題を地域で受け止め、支え合うための取り組みとそれを支援していく体制の整備が求められているのである。社会保障、社会福祉の制度や様々な生活支援体制の網の目からこぼれ落ちがちな社会的に排除された人々にとって、身近な地域住民は何をすることが、「住民参加」ということになるのだろうか。かつては、「福祉でまちづくり」というものであったが、現在は「まちづくりで福祉」といえる関係を展望をしているのである。

熊本県の推進する地域共生型の地域福祉プログラムの「地域の縁がわ」づくり推進事業に関して、森枝敏郎(2011)は、明確に「現在、私たちは『まちづくり型地域福祉』をテーマに、2011年度から新たな地域福祉支援計画を策定している」と表現している。その発想の原点には、「地域の縁がわ」事業から生まれた、従来の福祉を超えた領域へと波及している実践がある。農園づくりを媒介とした福祉事業者と農業従事者、地域住民の交流は、計画上では『農園づくり』と表現され、地域食堂やコミュニティカフェなどの展開を想起する「食の縁がわ」へと展開し、さらに社会的な仕事おこしも組み込んだ第2期計画は、文字通り「まちづくり型福祉」という発想を前面に出して構想されている。まちづくり領域へのケア拠点の展開は、ケア拠点そのものの新しい地域運営への道を拓くものである。つまり、福祉に限定せず、住み慣れた地域社会に生活の基盤を求めて、親しい人間関係を作り、安心と安全を保障するコミュニティを作ることを意図しているものが主流となっているのである。そしてそれらを基盤とするコミュニティケアの実現が国際的な共通ゴールとされている³。

具体的に言えば、まちづくりとは、高齢者・子育て支援・障害者・生活保護など、福祉の課題に限らず、誰でもが参加することができる、安全な食の拠点、助け合いの拠点など、人々のつながりでのコミュニティ再生を目指しているものであり、この新たな街づくりにビジネスの手法を用いようとするのが、コミュニティビジネスである。では、住民参加のまちづくり型福祉の根底にあるものは、どのようなものなのであろうか。

3 『地域福祉研究No39』 日本生命済生会 2011 p.25

第2章 コミュニティビジネスとは

はじめに

本章ではコミュニティ再生に関する主要なキーワードである、コミュニティビジネス、ソーシャルビジネス、ソーシャルエンタープライズ、ソーシャルイノベーションなどの言葉の整理しながら、コミュニティビジネスの定義について考察することとする。まず、コミュニティビジネスの同義語として用いられている概念の整理をした後にコミュニティビジネスとはどのようなものなのか、文献で研究を進めていく。

1. コミュニティビジネスの文献研究を通じた概念整理

ここにコミュニティビジネスの概念を表す図を引用する。

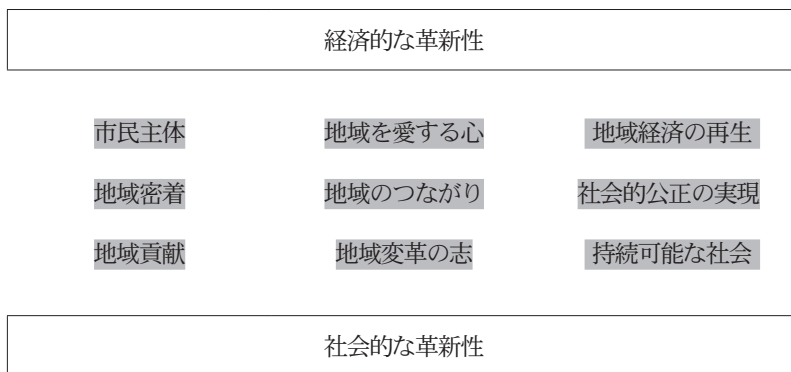


図 1-1 コミュニティビジネスの概念
(出典：「コミュニティビジネス入門」・風見正三著より・2009・学芸出版)

まず言葉の整理をすると

- ・社会起業家（ソーシャル・アントレプレナー）とは¹
営利・非営利という境界を問わず、社会が必要とする変革を認知し、問題解決を成し遂げる事業を自ら発案して起こすもの。
- ・ソーシャルビジネスとは²
社会を変革する解決策を自らの手によって生み出したいという起業家精神に基づいた、新たなビジネス領域。経済的な成功だけを追うのではなく、社会的な価値を生み出すことを尊重する新たなビジネススタイル。
- ・ソーシャルエンタープライズとは³
非営利組織が商業的なビジネス活動を行うこと。例えばクッキーとか、ケーキを焼いて売る。そして、その使命を実現する資金源とする。あるいはYMCAがやっている中にある体育館を使ったり、プールを使ったりする会員権の販売というような、以前からやっていることがあげられる。
- ・ソーシャルイノベーションとは⁴
イノベーションとは変革という意味。「イノベーションとは、技術の革新にとどまらず、これまでとは全く違った新たな考え方、仕組みを取り入れて、新たな価値を生み出し、社会に大きな変化を起こすこ

1 服部篤子、武藤清、渋谷健編『ソーシャルイノベーション』日本経済新聞社 2011 はしがき iv

2 風見正三、山口浩平編著『コミュニティビジネス入門』学芸出版社 p.201 2009年10月30日

3 塚本一郎、山岸秀雄編著『ソーシャルエンタープライズ』丸善 2008 p.3

4 服部篤子、武藤清、渋谷健編『ソーシャルイノベーション』日本経済新聞社 2011 p.24

とである」と定義づけられる。これは政府の2007年6月「長期戦略指針 ― イノベーション25」において定義づけたものである。

・事業会社型CSRとは⁵

事業に取り組む組織すべてが、何らかの社会的負荷を生んでいることから、事業活動だけでなく社会貢献をすべきであるといった考え方。近年、大手企業もCSR専門部門を設置して、社会貢献活動に取り組んでいる。コミュニティビジネス組織もまた、社会貢献の在り方を常に考えていく必要がある。

・ソーシャルエコノミーとは⁶

非営利だが、経済活動を行い、経済的に自立することを目指し、目的は、社会、公的利益の追求である。会員や地域社会において民主的な形で所有された経営体で、近年、イギリス等のヨーロッパで、持続可能な地域づくりを担う新たな経済セクターとして、関心と期待が高まっている。

以上で概念の整理であるが、次に本題であるコミュニティビジネスの研究を進める。

2. コミュニティビジネスの定義

日本において、コミュニティビジネスという用語を最初に使用したのは、細内信孝（1994）である。細内によれば、「コミュニティビジネスとは、その事業活動を通じて、自分おこしと地域の元気づくりを同時並行的に進める一種の社会起業である。地域における「生活の質」の向上や地域の問題解決を、適度なビジネス視点を導入することによって、解決していこうとするものである⁷」としている。

また、風見正三は、「コミュニティビジネスとは、地域の住民が主体となり、地域の資源を活用しながら、地域の課題をビジネス的な手法で解決し、その活用で得た利益を地域に還元するということにより、地域の活力や雇用を生み出す地域再生型のビジネスモデルということができる⁸」としている。

そして、福井行男は「コミュニティビジネスとは、ある個人が思いつきで継続的に行う活動ではなく、地域の課題や問題の解決に組織的かつ持続的にあたろうとする活動である。あくまで地域のヒト、モノ、カネを活用として、民間の営利企業では進出しにくい、あるいはニーズを見つけにくい地域の人々の支持を得ながら、経営を進めていく活動である⁹」としている。

各論点をまとめると、次のようになるのではないだろうか。

- ① 地域の資源を活用すること
- ② 非営利だが経済活動をし、利益は地域に還元する
- ③ 地域住民が主体となって活動に取り組むこと

以上のようなものがコミュニティビジネスの定義といったものである。

日本での「コミュニティビジネス」や「ソーシャルビジネス」といった概念は1995年の阪神・淡路大震災の際に、様々なボランティア活動が被災地の人々を支えたことから、その存在が知られるようになり、その後、コミュニティに密着した活動を事業化する取り組みが「コミュニティビジネス」として全国に広がり、社会的な風潮になっていったというように、まだ先進的といっている分野のため、なかなか相違点というものは明確にはなっていないように感じる。

次に、定義というのではなく、コミュニティビジネスをコミュニティ再生に用いようとしている概念

5 服部篤子、武藤清、渋谷健編『ソーシャルイノベーション』日本経済新聞社 2011 p.24

6 炭谷茂、大山博、細内信孝編著『ソーシャルインクルージョンと社会起業の役割』ぎょうせい 2004 p.201

7 細内信孝著『コミュニティビジネスとは何か』ほくとう総研 2003

8 風見正三、山口浩平編著『コミュニティビジネス入門』学芸出版 2009

風見正三著 第1講コミュニティビジネスの可能性 風間正三著 p.19

9 福井幸男編著『新時代のコミュニティビジネス』御茶の水書房 2006 p.iii

的なものを引用すると、風見正三はコミュニティビジネスには、地域を変革したいという「志」が原点にあり、ソーシャルビジネスには、社会を変革したいという「志」が原点にある。と述べている。もう少し具体的にいうと、「コミュニティビジネス」とは、コミュニティに密着した社会貢献的な活動を事業化する取り組みであり、自らの手で地域社会をよくしたいという「地域変革の志」が原点となっているビジネスである。そしてその基本条件は「市民主体（市民、個人事業者、市民団体、NPOなどを含む市民企業型の事業）」「地域の様々な資源を活用した地域密着の事業」「地域貢献（事業利益を地域に還元する地域貢献型の事業）」であり、その根幹に「地域を愛する心」「地域をよくしたい志」が脈打っていることである¹⁰、としている。しかしながら「地域を愛する心」「地域をよくしたい志」といっても、あまりにも概念的すぎる。では具体的にはどのように展開されるものをコミュニティビジネスと呼べるのであろうか。

3. コミュニティビジネスの展開

「コミュニティビジネスはそれ自体が経済主体であると同時に社会制度や地域社会の変化といった社会の構造的な変化の中に埋め込まれているものである」と、山口浩平は『コミュニティビジネス入門』の中で述べている。引き続き引用すると、公的介護保険制度や自治体のサービスの対象となっていない生活ニーズの存在、また孤立し子育ての不安感にさらされている親たちの悩み、失業に陥ってしまった多重債務者の生活再建、そしてそれらにかかわる地域社会の互助関係や経済の衰退(あるいは格差の進展)のように、地域社会には現代的な課題が常に存在しており、コミュニティビジネスはこれらの課題にアプローチしていく主体であるとしながら、そのアプローチは、

- ① 「質的な革新性を持ち、ニーズに根差した財やサービスを開発し、提供すること」つまり、欠落しているサービス・ニーズを満たすということである。
- ② 「その財やサービスを制度化していくこと、あるいは社会的に影響を与えること」

の二つであるとしている¹¹。

次にコミュニティビジネスにはまだ明確な定義はないとしながらも、松本典子は類型を挙げているが、その類型とは

A. 地理的分類

- ① 都市部活動型（例えば、大都市、政令指定都市など）
- ② 地方活動型（例えば、農漁村など）
- ③ ネットワーク型（地理的制約のないもの）

B. 市場タイプ及び資金調達別分類

- ① 市場型コミュニティビジネス
（主に事業による資金調達、市場で営利組織と競合、ビジネス重視型）
- ② 準市場型コミュニティビジネス
（主に政府の制度的な資〔介護保険料など〕の活用、コミュニティとビジネスの折衷型）
- ③ 非市場型コミュニティビジネス
（主に政府資金・民間助成金などを活用、コミュニティのつながり・たすけ合い重視型）
- ④ 中間支援型コミュニティビジネス
（主に政府資金・民間助成金・企業の寄付などを活用、コミュニティビジネス支援型）

10 風見正三、山口浩平編著『コミュニティビジネス入門』学芸出版 2009
風見正三著 第1講コミュニティビジネスの可能性 p.19

11 風見正三、山口浩平編著『コミュニティビジネス入門』学芸出版 2009
山口浩平著 第2講コミュニティビジネスの機能と基盤整備 p.50

C. 活動分野別分類

- ① 地域資源活用型コミュニティビジネス
- ② 環境型コミュニティビジネス
- ③ 福祉（高齢者介護、障がい者支援、子育て支援）型コミュニティビジネス
- ④ 就業支援、弱者社会的包括型コミュニティビジネス
- ⑤ その他（まちづくり、危機管理、文化・芸術・スポーツ、中間支援、など）

以上のように松本典子は『コミュニティビジネス入門』¹²の中で述べている。

では具体的な事業内容はどのようなものであろうか。事業的な側面から考えると、コミュニティビジネスとは一般的な市場原理は成立しにくい分野、行政としてもサービス提供がしにくい固有のニーズに対応する中小規模ビジネスといえる。つまり、ほっとおいては誰も担い手が生まれられないような分野に独自のイノベティブな手法を用いて参入する事業的試みであるとし、具体例として

- ・高齢者に対する食事サービス、宅配
- ・理由を問わない保育や一時預かり
- ・地域における居場所づくり
- ・異年齢の遊び場づくり
- ・若者、女性、障害者、高齢者の働く場づくり
- ・健康を維持するための親子体操や中高年向け体操
- ・自宅で看取るための地域医療の仕組み
- ・ファイナンシャルプラン（生涯設計）、空いている家の利用、障害者や高齢者の財産管理
- ・生前葬、遺言ノート、葬儀、埋葬、遺族のケアなど終末サポートなどの事業があるとしている¹³。

また、運営形態としてはコミュニティビジネスに取り組む団体の法人形態としては、NPO法人56.8%、任意団体15.2%、株式会社8.0%という割合になっている。基本的にはコミュニティビジネスはNPO法人がその過半数を占めており、非営利組織形態が主流といえるが株式会社形態で推進しているケースも存在しており、事業に応じて選択していると考えられる¹⁴。年間収入規模としては、1000万円～3000万円が全体の20.8%、500万円未満が18.4%となっており、零細企業の水準といえる。常勤スタッフ人数は1～4人が48%を占めて最も多く、10人以上が23.2%となっている。常勤スタッフ数として、1～4人を抱えている組織が43.2%、0人の場合も10.4%占めている。つまり、常勤スタッフとして取り扱いながらも10.4%の組織では給与が支払われていないことを指す。ボランティアスタッフを10人以上抱える組織は29.6%と、コミュニティビジネスは常勤スタッフだけでなく、ボランティアスタッフを活用して運営を行っていることがわかると、2007年の調査をもとに説明している。もう少し運営形態を説明する文献を調べてみると、

- ・コミュニティビジネスは営利組織の形態と非営利組織の形態運営がある。事業によって生み出された利益を営利組織は出資者に分配し、利益を事業充実のために再投資するのが非営利組織である。コミュニティビジネスが担う市場は行政と企業双方にとって不利な部分であり、行政サービスとしては公共性が低く、民間企業としても十分な顧客もしくは事業的な対価を得にくい。スタッフに対し

12 風見正三、山口浩平編著『コミュニティビジネス入門』学芸出版 2009

松本典子著 第4講コミュニティビジネスのガバナンス pp.96～97

13 風見正三、山口浩平編著『コミュニティビジネス入門』学芸出版 2009

藤木千草著 第6講コミュニティビジネスに対する支援機能の必要性和課題 pp.159～160

14 風見正三、山口浩平編著『コミュニティビジネス入門』学芸出版 2009

木下斉著 コミュニティビジネスセクターの特徴と社会起業家の役割 pp.78～79

ても一般的な報酬を払うことばかりでなく、ボランティアスタッフ、スタッフ以外にも協力者を多く集めたり、顧客自身もコミュニティビジネスに参画する提供者と受給者がともに運営する協同組合形態なども考えられる。コミュニティビジネスには株式会社、有限会社、協同組合（特に企業組合）、公益法人、社会福祉法人、NPO法人、任意団体といった多様な法人格で活動する組織が含まれる。

以上のような運営形態があげられるが、重要なことはコミュニティのニーズを実現し継続的に事業活動を行うためには、その活動に必要な最低限度の収益確保が不可欠であり、必要な資金調達が大きな課題となる。反対にコミュニティビジネスにおいては組織目的の達成が組織の維持・存続の絶対条件である。コミュニティビジネスにとっては、コミュニティのニーズの実現やコミュニティへの利益還元が第一義の課題であり、ある種の社会的使命に共感し集結した市民の組織体として持つ組織特性（自発性、連体・相互扶助、民主主義など）を維持・強化することがその存続・発展の前提条件となる。この点において、コミュニティビジネスでは、組織目的や組織特性を担保するガバナンス・システムの構築が、そのマネジメントの基本問題として最優先されるべき課題である、としている¹⁵。

次にコミュニティビジネスには「協働の必要性」が不可欠であるとしている。現代的な社会課題は多くの場合単一の政策だけでは解決し得ない要因によるものが多く、複数のセクターにまたがった協力、つまり協働が必要となってくる。例えば、行政との連携・社協との連携・NPO・ボランティアなどの活用などであり、つまり協働型社会をつくることを目標においたものである¹⁶。

最後にコミュニティビジネスを担って、社会問題を掲げて事業に取り組む起業家を、特に「社会起業家」と特別に分類される事が一般化してきている。コミュニティビジネス型の社会起業家は、単独で操業して事業を拡大していくことではなく、地域内外に存在している営利・非営利を問わず様々な組織や個人と結びつき、地域社会の課題を組織的に解決していくことが期待されているのである。そして、現在はその起業家育成が重要な課題となっている。また社会を構成する一員としての住民参加も、コミュニティビジネスには不可欠である。2008年3月、「これからの地域福祉の在り方に関する研究会」の報告書が発表されたが、その報告書によれば、住民による「新たな支え合い」の姿を求めて一これからの地域福祉の在り方」のなかで、各制度においても地域への移行がキーワードになっている。福祉的課題を地域で受け止め、住民同士の支え合いの中で解決していくという、住民参加による体制の整備が求められているのである。

以上が、コミュニティビジネスの文献研究である。

第3章 まちカフェ・りんくにおけるコミュニティビジネスの実践

はじめに

第1章、2章では文献を中心にコミュニティビジネスを考察してきたのであるが、この章においては、“まちカフェ・りんく”でのコミュニティビジネスの実践と、課題を中心に考察していく。

1. 6つのコンセプト

まちカフェ・りんくは周知のように、前身「まちカフェ・Link」閉店後、同店舗において、2010年8月9日リニューアルオープンしたものであり、敬和学園大学と新発田市社会福祉協議会との連携で共生型地

15 風見正三、山口浩平編著『コミュニティビジネス入門』学芸出版 2009

松本典子著 第4講コミュニティビジネスのガバナンス p.103

16 風見正三、山口浩平編著『コミュニティビジネス入門』学芸出版 2009

山口浩平著 第2講コミュニティビジネスの機能と基盤整備 p.58

域活性化のまちづくりを目指した活動である。開店から一年半が経過しようとしているが、ここで現状を分析・評価することで、今後の課題がよりはっきり見えてくるのではないだろうか。この章では、“まちカフェ・りんく”の実践をコミュニティビジネスとして検証していく。

一口に“まちづくり”といっても具体的にどのような構想を持って、どのように展開しているのだろうか。“まちカフェ・りんく”はカフェ運営を根底に据えて、大きく分けて二つの事業を行っている。一つはカフェという空間を地域住民の憩いの場とし、地元の食材を提供にすることにより安心と安全を提供する、地域住民の健康づくりである。また、ミニギャラリーなどの活動で文化的な交流も考えている。そして二つ目は地域連携事業として、子育てサークルの活動場所の提供、カフェ周辺の一人暮らしの高齢者への弁当配達、郊外地域への買い物代行サービスなどの事業である。“りんく”はこれらを6つのコンセプトにしてコミュニティビジネスを展開している。地域のニーズを見すえたビジネス展開を学生主体で展開するのが“りんく”ではあるが、今回、“りんく”の現状と課題を述べるにあたっては、6つのコンセプト毎に分析・評価を行なうことにした。

6つのコンセプト

1. 「商店街活性化（まちづくり）への貢献」－ 地域交流空間づくり

若者が地域に入ることによって、かつての商店街の活性を取り戻すことを目指し、カフェをその拠点とする。カフェは学生が主体となって運営するものである。単なるカフェというものではなく、コミュニティビジネスの実践と、教育機関としての役割を担っているものである。

現状：営業は週5日（月、火、木、金、土）、9時半～17時、ランチと喫茶を提供。毎週火・木曜日はワンディシェフ日とし、その他、毎月第二・火曜日は地域住民によるワンディシェフ（お母ちゃんの日として地産地消の新発田のおかずこだわっている）、毎月第三土曜日は学生によるワンディシェフの日としている。

・来店者数

学生・関係者を含めて、月延べ約100人の出入り確保している。週2回のワンディシェフのランチタイムには平均20食の売り上げがある。客層としては、以前は中高年齢層の女性客が多かったのであるが、近頃は中高年の男性客も増えてきている。そして弁当配達に頼っていた状況であったが現在は弁当配達よりも来店客が上回りつつある。カフェ部門ではケーキを販売しており、りんごケーキ、アスパラケーキなどを手作りしている。

・営業売り上げ

火曜日、木曜日のワンディシェフが好評のため、売り上げはアップしている。通常の営業に加えて、イベント（新発田商工会議所主催のイベント、ジャパンサッカーカレッジ）の試合会場、十二斎市、しばた食のグランプリ、学園祭など）出店により徐々に伸びている。また、イベントでの弁当の販売も企画されている。

課題：

- ・喫茶部門の拡大が求められる → 地域交流の拠点となるには更なる集客が必要。どのような方法で来店者数の増加を図るか → 通常日のランチメニューの見直しと開発。また、喫茶メニューの開発及び技術向上を図ることが求められる。
- ・高齢者の見守りを兼ねた居場所づくり、じっくりとティータイムを楽しみたい若い母親など、スローな時間をカフェで過ごしてもらえるような拠点づくりを、現在急いでいる。
- ・現在の主要収益となっている、ワンディシェフ企画ではあるが、登録者が少なく、現在の形態を継続す

ることに不安がある→ワンデイシェフの広報と公募（料理専門学校生、高校生、主婦層などに積極的に）を展開し安定性のあるランチ形態を探る必要がある。

- ・ケーキの種類を増やし、お客が選べるようにしなければならないと思っている。同じことがコーヒーやドリンク類にも言えるだろう。

2. 「コミュニティ再生への貢献」－地域ネットワークづくり

新発田市内中心地や郊外過疎地域のコミュニティ再生をはかることを目的とし、過疎地高齢者向けの買い物代行サービスなどを見据えている。

現状：

- ・新発田市まちづくり支援課主催まちづくり発表会に参加
- ・商工会議所主催のイベントにボランティアとしての参加と出店
- ・新発田市社会福祉協議会との協働で過疎地高齢者向けの買い物代行ニーズ調査実施。期間2011年8月24、25日。現在集計中。

主なイベント出店を挙げてみると

2011年4月10、17日：震災カフェ開店

2011年4月25日：ジャパンサッカーカレッジの試合会場に出店（カレー出品）

2011年5月26日：春の十二斎市に出店（カレー）

2011年8月27日：町内のしばたまつりに参加

2011年9月11日：新発田市・まちづくり発表会に参加

2011年9月18日：交流センター（試食会）にアスパラケーキ出品

2011年9月22、23日：食のグランプリ出店

2011年10月9日：秋の十二斎市出店（カレー）

2011年10月16日：赤谷・（蕎麦オーナー制度）蕎麦狩り参加

2011年10月24、25日：本校の学園祭出店（カレー）

2011年12月18日：蕎麦打ち（自分たちで収穫したそば粉を用いて）大会など新発田市、商工会議所、社協とのネットワークは構築されつつあると思われる。

課題：

- ・新発田市まちづくり支援課主催の「まちづくり発表会にも参加したのであるが、一昨年度はただ参加して発表するだけだったのが、昨年度は“りんく”のマネージャーが発表会において、コーディネーターをする機会を得たことで、行政をはじめ、まちづくり事業に参加しているグループとより深い関わりを体験することができた。それにより、市民の“りんく”への認知度がアップしたこと、また学生がやっているということで地域の住民が温かく応援してくれるなどの現象が見えてきた。つまり、官・学・産のネットワークが構築されたといってよいのではないだろうか。そのことは行政からのイベント会場でのケーキ販売や弁当販売などの依頼が来るようになり、営業売りに貢献していることから言えるのではないだろうか。→ 今後は、可能であれば、その年の“りんく”のマネージャーがまちづくり発表会でコーディネーターをすることがよいのではないかと考えている。地域を知るよい機会となるであろうし、ネットワーク構築にもつながるのではないか。
- ・当面は社協との限界集落の買い物代行ニーズ調査結果分析が急がれる（限界集落の人々が住み慣れた地域を離れることなく生活できることをめざす）→ 新発田市社会福祉協議会との合同調査として実施。地区の住民は長年の生活状況を受け入れ我慢することに慣れている。その為、現状に対しての不

満を訴えることはなかった。しかし、これは生活者としての市民の権利という視点から考察しなければならぬだろう。

- ・新発田市商店街の“にぎわい商品券取扱店”にも賛同し、りんくも買物代行事業に利用予定である。

3. 「環境・福祉教育への貢献」－フェアトレード&環境・福祉コミュニティづくり

現状：開発途上国の商品や地元福祉団体の商品をカフェで販売することを考えているが、現在は発展途上国のこどもの労働禁止を訴えるキャンドルを販売したり、チョコレートを販売しているが、もっと積極的に継続していきたい。

課題：

- ・当面は地元福祉団体とのネットワークづくりを明確にする必要があるだろう。
→まちカフェ・りんくとして福祉コミュニティづくりにどう関わっていくかを模索する。(社協の手話サークル、ぶれジョブ、夢工房のクッキー販売など)
- ・ぶれジョブの企業としての参画を計画中である。

4. 「地産地消、食の安全・安心へ」の貢献－地域社会健康づくり

地域の食材を使うことにより地域住民、高齢者の健康づくりに貢献しようとするものである。

現状：

- ・季節・価格などの兼ね合いですべて地産地消とはいかないのが現状である。しかし、ワンデイシェフのランチではほぼ地元の食材を使用している
- ・新発田農業高校から、ジャムやたけのこの缶詰め、キャベツを仕入れて販売をしたが好評であった。農高の商品は以前から地域の人々に人気があるのである。
- ・市の食の循環しばたモットイナイ運動に加盟店として登録しており、りんくでは主食の小盛りオーダーを受けている。
- ・新発田市が力を入れているアスパラを使ったパウンドケーキを提供している。

課題：

- ・地元の食材をどのように仕入れるか(地元環境NPOとの連携協議中) → 仕入れ方法によっては、コストダウンできる可能性があるし、より新鮮さをアピールできるのではないか。
- ・新発田市の食の循環しばたのもったいない運動に加盟してはいるが、小盛りのオーダー以外具体的な実践がなされていない → どのようなことがもったいない運動につながるのかをスタッフ間で検討し認識を徹底する。

5. 「地域文化活動活性化への貢献」－生きがい・自己実現づくり

現状：

- ・子育て支援 → 子育て中のリフレッシュをしてもらう(その間、子どもはスタッフが子守を担当) 実践としては、12月23日にぶれジョブしばたに貸切をし、大変喜ばれた。
- ・ミニギャラリー → 店内の壁面をギャラリーとして無料貸し出しをする。
敬和学園ボランティアサークルのタイの写真展、職員の花火・紅葉の作品展を行った。
- ・各種ワークショップの場を提供 → カフェのレンタルを行っている。市民活動である朝活(朝の早い時間帯に趣味会や、勉強会をやるのが都会ではやっているとか)にカフェをレンタルしている。今のところ、トラブルは何もない。

- ・ミニライブ、コミュニティ・バー（高齢者・障害者・一般住民）などの開催による大学教員との交流を図る、などの計画である。
- ・大学教員中心のコミュニティ・バーを開店（震災で1回の開店のみとなったままである）したにとどまっているが、今後は地域交流ということでは重要な役割を担うことになることだろう。

課題：カフェ運営が中心の現状に対し、どのように上記活動を実践しながら、地域の拠点としての役割を担っていくかが重要な課題であろう。

6. 「若者の起業家育成への貢献」－ひとつづくり

“りんく”は共生社会学科ライフ・デザインコース（社会起業）のフィールドトレーニングを目的とした起業体験の場として始まったものであり、教育の場として大きな役割を担っている。つまりビジネスの場に福祉マインドを備えた人材を育成し、地域で福祉コミュニティの形成を行おうとするものである。

現状：

- ・起業家育成の場としながらも、学生の社会起業に対する理解と関心が低く、スタッフとして関わる学生が少ない。
- ・授業の時間割や学校から遠距離なため、余裕あるシフトが組めない。

課題：

- ・学生のカフェへの関わり方を検討（登録スタッフ、ボランティアとしてなど）し、通常のシフトを余裕あるシフトにすること。また、登録スタッフを増員することで、地域のイベントやボランティアにより多く参加することができ、地域住民との絆ができるのではないかと。そして、それが地域から学ぶということにつながるだろう。
- ・学生に現代社会の現状認識を促し、起業への関心を高めること。
- ・カフェに関わることによって社会起業の基礎ができ、地域（まち）づくりの楽しさ実感できるようになること。
- ・インターンシップでは、カフェ業務だけではなくコミュニティビジネスも体験できるような組織づくりをすること。

まとめ

以上、“りんく”の現状と課題を述べたが、まちづくりの一環としてのコミュニティビジネスを今後どのように展開すれば社会に認識されていくのか。カフェがようやく地域住民に受け入れられようとしている現在、課題はたくさんあるが、喫緊の課題は喫茶経営を軌道にのせること、ビジネス感覚の習得（価格設定、収益など）などがあげられるであろう。ビジネスといってもあくまで地域課題の解決や地域活性化の視点を持ったコミュニティビジネスであり、そこには地域福祉も含まれる。筆者に関していえばビジネスをしているという認識も低く、ビジネスと福祉が共生するものであることは知る由もなかった。しかしこれからの地域社会は自分たちが自分たちの手で自分たちの住みやすいように創っていかなければならないのだから、創っていけることを地域住民に知って欲しいと思う。自分が住むまちをどのような地域にしたいのかということをしっかり見すえ、主体的に関わっていくことが求められてくるのではないだろうか。いま地産地消がいわれているが、これからはいわばまちづくりにも地産地消が求められているであろう。そして、まちカフェ・りんくの課題を次のようにまとめることができるだろう。

課題

1. 経営面での自主財源を確保できるカフェ運営をする必要がある。→ カフェ経営の現状は、食材購入費を大学から補助。ワンデイシェフへの謝礼（母ちゃんシェフは無償）、学生スタッフの人件費・交通費を支給などで現在は赤字。
 - ・カフェ部門の拡大（提供するコーヒー・ケーキ類の種類を増やすなど）カフェとしての機能を高める。また、ワンデイシェフの日以外のランチ（月、金、土）の見直しによる売り上げの収益を図ることで、大学からの補助金を減らせるよう運営をする。
2. スタッフの増員が必要である。→ まちカフェ・りんくは週5日の営業であるため、学生の授業を縫ってのシフト参加である。それ故、スローなカフェにするためには、多くの学生、ボランティアの確保が求められる。登録スタッフを増員することにより、活動の安定化が図られ、活動の拡大が可能となり、地域との協働がしやすい状況を作る必要があるだろう。またワンデイシェフの登録を増やさなければいけないことも早急な課題でもある。ワンデイのランチが営業の主力であるりんくで、現状のシェフの人数では絶対的に不足である。
3. データーの集計 → データーの共有により、運営の評価ができ、次の運営につなげることが重要である。
4. ビジネス感覚の習得 → 価格設定、付加価値をどのようなものにするか、商品開発など、ビジネス感覚を養っていかねなければ、カフェの継続は危ぶまれる。
5. コミュニティビジネス研究と学生の教育 → コミュニティビジネスがどのようなものであるかを理解し活動していかねばならない。社会起業の講座も学校ではじまり、りんくは実践の場として活用していかねばならない。
6. 拠点拡大 → 商店街の活性化につながるような拠点とすることが求められる。商店街の商品が売れることや、地域住民の繋がりを強化できる拠点とならなければいけない。このことは、現在進行中の企画で検討中である。
7. 学生の主体性の強化を図る。 → 学生がもっと主体的に企画等に関わることができるような、組織作りと教育的関与が望まれる。

以上、まちカフェ・りんくの実践と課題を述べた。

2. 地域の大学としての役割

はじめに

地域の活性化が叫ばれながら、なかなかそれが達成できない現実の中で、学生たちが地域の中で学んでいるということ、また地域の大学としての役割を意識しながら学んでいるとは言い難い。まちカフェ・りんくが商店街の空き店舗を利用してカフェを始めたのも、地域の大学として何とかしたい、何とかしなければとの思いがあったのではないだろうか。この章では、そんな地域の大学としての役割というものを認識しながら、地域の構成員の一員として活動することが、地域と大学との共生を生み出すことにつながるのではないだろうか。その可能性を考察したいと思う。

長い間、大学後進県であった新潟県において、1990年代に大学新設ラッシュが起きたが、その同じ頃、全国の大学に改革が起こることになった。それは大学受験人口の急激な減少が引き起こしたものであったが、「地域主権の流れの中で、人材を地域に確保し、知的センターを地域に確立しなければ、真の地域の時代はこない」との意識も高まってきたという。かつて、長岡技術科学大学、当時の内田安三学長

は地域社会での大学の役割を

- ① 経済効果が期待される消費面
- ② 教育環境が向上する文化面
- ③ 大学研究者の社会へのコンサルティング
- ④ 地域の情報ステーション

をあげ、地域の大学づくりに取り組んだ¹。それは、安田学長ばかりではなく、この時期に新設された私立大学は、「地域密着」を一様に唱えたようである。わが校の北垣前学長も当時「地域との懸け橋になりたい²」と述べている。その取り組みは、生涯学習を含め、地域への参加、共同、協力、啓蒙など、様々なかたちで現在も続けられている。わが校においても、福祉マインド、リベラルアーツ、キリスト教主義を掲げて、学校教育を推進している。

前章では、まちカフェ・りんくの実践を検証したのであるが、この章では、学生の意識について、まちカフェ・りんくにスタッフとして関わった学生に対し行ったアンケートを中心に述べることにする。

これからの大学には地域への貢献と社会での実践、官・学・産との連携を複合的に行うための大きな役割を果たすことが期待されているのだという。もしその役割が果たせなければ、すでに到来している少子化社会の中で、大学そのものの存在理由が果たせないことになるといっても過言ではないだろうといっている。

現在、各地の大学では社会的協働を担うものとして人材育成、政策提言などを行っている。またコミュニティビジネスを学ぶ科目を正式に設けている大学も増えている。当大学も共生社会学科のライフデザインコースにおいて、すでに講座を開講している。その取り組みは始まったばかりでもあり、評価するのは早計かと思われるが、まちカフェ・りんくに関わった学生の意識の中から、何かが見えてくるのではないだろうか。ここに、アンケート調査を行ったので報告する。アンケートはスタッフとして関わった7人に対し聞き取り調査をしたものである。

- Q1 まちカフェ・りんくにスタッフとして関わるきっかけは？
- ・全員が先生に勧められたからであり、進んで関わったとか、意欲的にかかわったわけではなかった。
- Q2 まちカフェ・りんく6つのコンセプトを知っているか？
- ・全員が6つのうちの2～3のコンセプトは知っている、であった。
- Q3 まちカフェ・りんくでは地域とのネットワークづくりのために各種のイベントに積極的に参加しているがどの程度参加したか？
- ・全員が5回程度は参加している、であった。
- Q4 イベント参加の前と後では地域に対する見方に変化はあったか？
- ・あるが7人、あまり感じないが1人であった。
- Q5 今後も地域とのネットワークづくりは必要であると思われるか？
- ・積極的にやるべきであるが5人
 - ・必要があるが2人であり、必要はないと思っているものはいなかった。
- Q6 自分たちも街の変化に関わる街づくりの要素であると思えたか？
- ・思えたが、5人

1 新潟日報報道部編『大学が地域を変える』：新潟日報事業社 1997 p.75

2 前掲書 : p.271

・思わないが、2人であった。

以上がアンケートの結果であるが、ここからどのような学生の意識が見えてくるのだろうか。筆者は、「まちカフェ・りんくに関わることになったのは、社会起業とか、コミュニティビジネスとかを知っての参加ではなかったが、関わってみてはつきりとは言えないが、いわゆる街中でみられるカフェとは違っていることは理解できた。そして、地域のイベントに参加することによって、自分たちが地域に関わることを、地域の住民は非常に歓迎してくれる。そのことから自分たちも、地域に変化を生み出せる要素であると感じた。」と、分析した。

上記のように学生の意識は、たしかに変化をしているのである。しかし、その変化は「地域を何とかしたい」とか「自分たちでまちづくりをしよう」というような、強い意志を感じさせるものではなく、彼らは地域との関わり方をどのようにしたらよいのかも解っていないようである。そのことから、学生がもっと、地域に関心を持つような教育や、取り組みが必要ではないだろうか。学生が地域と関わることによって、地域に関心を持ち、地域から学ぶという姿勢が養われることになる。そのことはやがては、若者が地元で仕事を求めたり、起業するようになるのではないだろうか。それと同時に、地域住民は学生が地域に関わることを非常に期待していることが、りんくの実践を通して見えてきたことである。地域の人々は学生たちが「ただそこに（地域に）いてくれるだけでいい」と話されるのである。そこには、いわゆるボランティアというものではなく、地域に根を張った活動が望まれているのではないだろうか。地域に拠点を持つことでより地域の人々との距離が縮まり、かつてのコミュニティのような活力を取り戻すことができるのではないだろうか。“まちカフェ・りんく”はその架け橋の役割を担っていくことが求められているのである。

終章 コミュニティビジネスの展望と課題

1、コミュニティビジネスの展望

はじめに

第1章では、地域福祉の現状と課題を考え、コミュニティビジネスと地域福祉の接点を探ったのであるが、それをまとめると

コミュニティビジネスというものが、ベンチャービジネスとは違い、地域のニーズや地域課題、そこには福祉も含まれる生活課題を解決するためのものであるということ、そして、現在の地域社会は住民主体のコミュニティの再生という大きな課題を突き付けられているということなどが見えてきた。また、福祉分野においても「地域の主流化」の時代であり、かつての社会福祉のように、福祉は行政からの一方的に与えられるものという考えから脱却しなければいけない状況の中にあるということである。そして、地域住民自らも地域社会を構成する一員として、地域のあらゆる分野の活動に参加する機会が与えられたと同時に、地域福祉の推進にも努めなければならないと規定されたのである。現在、各地で「住民参加」「まちづくり」として、まちづくり型地域福祉が盛んに展開されているが、すべての地域住民が対象という意味で、「何者をも排除しない」というソーシャルインクルージョンの考え方を根底にすえたものでなければならないのである。

第2章の文献研究において、コミュニティビジネスとは、地域の課題や問題解決に、ビジネス的な手法を用いることにより、地域住民・NPO法人・行政といった組織とのネットワークを構築しながら、組織

的な活動を事業化する取り組みであるということ。そして、地域課題や問題というものは、一般的な市場原理では成立しにくい福祉的な課題が多く、その分野に対してのビジネスであり、その活動は社会貢献的な意味合いが含まれている。それが「志」のビジネスであるといわれる所以である。さらに、日本ではまだコミュニティビジネスの明確な定義は確立されていないが、コミュニティビジネスを展開している組織は、MPO法人、任意団体などがあり、基本的にはNPO法人が過半数を占めている。その経営規模は零細企業の水準で、しかも給与も十分ではなく、ボランティアスタッフを活用しながらの運営を行っているという現状もみえてきた。

第3章においては、まちカフェ・りんくの実践から、コミュニティビジネスの有用性と課題を考察し、その活動を通して得たことは、敬和学園大学は地域の大学として、理工系大学などでみられるような技術提携といったことではない違った型での官・学・産の連携を行うことが可能であるということが解ったといえる。

以上のことから、「コミュニティビジネスは、地域の活性化や、地域福祉の向上を図ることに活用できるビジネスであり、今後は、日本の経済を補完するものとして、地域社会に根付いていくものであり、持続可能な社会を構築することが可能なビジネスである。」という仮説を導き出すことができるのではないだろうか。

2、コミュニティビジネスの課題

前に述べたように、コミュニティビジネスの定義は、日本ではまだ確立されていない。その定義を確立することも課題の中に含まれるであろうが、その他のものを挙げてみると、

- * 組織運営に関する課題
 - ・ 参画する人たちが目的を共有すること
 - ・ お互いの働き方や関わり方を納得すること
 - ・ 参加型で合意できるように会議を進めること
- * 事業の継続と発展についての課題
 - ・ 地域ニーズを捉えること
 - ・ 事業のノウハウを身につけ技術力を高めること
 - ・ マーケティング能力を持つこと
 - ・ 必要な資金が得られること
- * 人材育成
 - ・ コミュニティビジネスの実践者が大学で学んだり、学生がインターンシップでコミュニティビジネスを体験するなど。
- * 資金提供
 - ・ 資金提供をする仕組みを自ら創設すること（寄付金や助成金に頼っているのではなく）
- * 行政の姿勢 → まず、コミュニティビジネスに対する意識改革が必要である。
 - ・ コミュニティビジネスに関する支援や推進に関する施策を、自治体単位で計画する。

以上のようなことが、課題としてあげられると思うが、藤木千草はさらに次のように述べている。「事業に対する支援は、ミッションや地域貢献を大切にしながらビジネスとしてどう採算をとるか、という視点から行わなければならない。行政などから受託事業を安く請け負わないという姿勢や、交渉のノウハウについてもアドバイスする必要がある。経済的に厳しい状況のなか、コミュニティビジネスで働いても暮

らしていけるようにならないと若者層に引き継いでいくことは難しい。これは支援組織自体も抱える課題である¹。としている。

本研究は地域福祉とコミュニティビジネスに絞って進めてきた。今まで社会福祉とビジネスというものは、相反するものと考えられてきたのであるが、これからの地域福祉は、地域社会、つまりコミュニティの中で、地域住民が抱えている課題やニーズを解決することが、福祉の実現につながるということ、また、福祉そのものもこれからは住民主体で創り上げて行かなければならないということがはっきりしてきたのではないだろうか。そして今日のように経済的発展が望めない社会状況のなかにおいては、コミュニティを活性化することが持続可能な社会を創るということであり、そのコミュニティを再生する力となることがコミュニティビジネスには求められていると言えるのではないだろうか。

最後に、本研究では上述のことを導き出すことができたのではあるが、本論題を十分に満たすものではなかったように思う。まだまだ検証しなければならないことはたくさん見えている。しかし今回はここまでの研究とし、今後も本研究を継続していく予定である。

1 風見正三、山口浩平編著『コミュニティビジネス入門』学芸出版社 2009
藤木千草著 第6講コミュニティビジネスに対する支援機能の必要性と課題 pp.155～157

参考文献

- ・風見正三、山口浩平編著『コミュニティビジネス入門』学芸出版 2009
- ・炭谷茂、大山博、細内信孝編著『ソーシャルインクルージョンと社会起業の役割』ぎょうせい 2004
- ・服部篤子、武藤清、渋沢健編著『ソーシャルイノベーション』日本経済新聞社 2001
- ・塚本一郎、山岸秀雄編著『ソーシャルエンタープライズ』丸善 2008
- ・福井幸男編著『新時代のコミュニティビジネス』御茶の水書房 2006
- ・細内信孝著『コミュニティビジネスとは何か』ほくとう総研 2003
- ・広井良典、小林正弥編著『コミュニティ』勁草書房 2010
- ・柴田謙治編著『地域福祉』ミネルヴァ書房 2009
- ・大島七七三著『社会起業の教科書』中経出版 2010
- ・『地域福祉研究』No39 日本生命済生会 2011
- ・社会福祉養成講座『地域福祉の理論と方法』中央法規 2009
- ・園田恭一、西村昌紀著『ソーシャルインクルージョンの社会福祉』ミネルヴァ書房 2008

(卒業論文指導教員 趙晤衍)