

## コミュニティ・ビジネスの定義に関する一考察

西 村 剛

はじめに

- I 「コミュニティ」と「ビジネス」
  - II コミュニティ・ビジネスの定義について
  - III コミュニティ・ビジネスの類型化
- 結びにかえて

### はじめに

現在日本では、これまで経験したことのないような社会構造の変化が生じている。例えば、2007年の団塊世代の一斉定年退職問題、高齢化社会にともなう福祉問題、歯止めの利かない少子化問題、不祥事が相次いでいる年金問題、ニートや非正規雇用者の増加などによる労働問題など数え上げればきりが無い。これまでこのような問題に取り組んできた政府や行政の考え方も変化し、国の財政難から各都道府県に「小さな政府」を求めはじめた。国レベルでも財政的に困難な状態にあるにもかかわらず、それを地方自治体の独立性、自立性に任ずという無責任な政策が採られる時代となり、まさに地方自治体は財政的にまた様々な意味で厳しい時代を迎えることになった。

先にいくつか問題を並べ上げたが、そのような問題は都市においても、地方においても今までは政府や行政が対処していた。しかしもはや政府や行政では対処できないような現状が生じてきている。これまで市民、住民は、すべて政府や行政任せであったことについて反省し、と言うよりは見切りをつけて、「自分達の力で何とかしなければならない」と考えはじめている。具体的に言えば、身のまわりで生じている問題、地域の抱える課題に対しては自分達自身で対処していこうと市民、住民は立ち上がりはじめ、そこに「市民（住民）の、市民（住民）による、市民（住民）のための活動」が萌芽し始めた。その一つの活動がコミュニティ・ビジネスである。

このようなコミュニティ・ビジネスの活動が注目されはじめてからまだ日は浅い。1995年の阪神大震災で未曾有の被害を被った経験、すなわち政府や行政などの公的部門の対応のみでは災害からの復興はあり得なかった経験を踏まえ、それ以降市民活動が盛んに行われるようになった。とくにこの阪神大震災をきっかけに1998年に施行された特定非営利活動促進法によってNPO活動が盛んになり、ブームのようになってきた。連日新聞や様々な媒体での報道によってNPOという言葉を目にしないう日はないくらいであった。現在でもNPO活動は盛んに行われている。しかし特定非営利活動促進法が施行された当時の状況とは異なり、2005年の会社法の成立、2006年の施行による法律の改正などもあってNPO団体の設立のメリットは少なくなり、NPO

に変わる主体が生じ始めている。それがコミュニティ・ビジネスである。とは言うものの、周知のようにコミュニティ・ビジネスの一端を担っているのはNPOであり、活動主体の数も一番多い。しかしあえてNPOとは異なる主体、例えば株式会社、有限会社、協同組合、個人商店などによってコミュニティ・ビジネスという事業を起こそうという人々が増えてきている。そこではNPOのように非営利性を掲げるのではなく、事業性を掲げ営利を追求してビジネスとして継続的に運営していくことが求められる。一方で地域の問題や課題を解決するという使命を持ちながら地域のために活動し、他方で事業として成立させるために営利を追求していく。そういった主体が今後ますます求められる時代になるであろう。そうした現状を認識し、政府や行政も推進、啓発しているコミュニティ・ビジネスに関する基本的性格について考察していく。

【なお本稿は、とくにⅡは、資料1「コミュニティ・ビジネスの定義について 一都道府県、国の機関、その他の団体、個人における定義の整理」(奈良産業大学『産業と経済』第22巻第3号 2007年 51～84ページ。)にもとづいて検討されたものである。なお、以下資料1とはこれを指す。】

## I 「コミュニティ」と「ビジネス」

コミュニティ・ビジネス(以下、コミュニティ・ビジネスをCBと略する)の定義については一定の確固たるものがあるのではなく、各団体によってそれぞれ独自に定義されてきた。これまでは言葉の意味や概念にこだわらず、CBの定義は自由に行われていた。CBは福祉、子育て、教育、まちづくり、商店街活性化、環境問題など多方面にわたってなされている。多方面にわたっているために統一的な定義がなされにくいこともあるのかもしれない。また自分たちが行っている活動がCBであることすら認識していない場合もある。

現状ではある特定の団体や研究者、活動家がCBについて定義したものをそのまま引用してしまっている場合もある。どうしてCBの定義についてこれまで重視されてこなかったのだろうか。そのような疑問が湧いてくる。もちろん定義づけよりも実態が重要であると言ってしまえばそれまでであるが、「コミュニティ・ビジネス」という言葉が使用されて十余年経つ現在ですら定まったものは存在しない。その原因の1つに考えられるのは言葉の曖昧性である。周知のようにこのコミュニティ・ビジネスという言葉は和製英語である。細内信孝氏たちによって1994年頃より使用されるようになってきた。<sup>1)</sup>しかしこれは2つの単語を合わせたものであり、その2つの言葉の内容が明確にならないため、換言すればコミュニティ、ビジネスという言葉が抽象的でイメージしにくく、「ぼんやり」して「不透明」であるためわかりにくいかもしれない。

「ぼんやり」させることによって、「不透明」であることによって広義の意味に解釈できることで、あらゆる活動をCBと認識、想定できるという利点を含めて使用しているかもしれない。しかし今後さらなる発展が期待されているCBに「決まった定義はない」としておくのではなく、少なくともこれらの内容を含んでいればCBであるということを明文化し提示する必要がある

と考える。

そこでCBの意味について明らかにした方が実際に活動している一般市民、これから活動に関わっていく住民にもわかりやすく理解されるであろう。そのためにまずは「コミュニティ」と「ビジネス」という言葉の概念について触れておく。

## 1. コミュニティとは

コミュニティ・ビジネスという名称でも理解できるように、そのコミュニティの特性を活かしながら、ビジネスとして事業を営んでいくもの、それがCBであることは予想される。この「コミュニティ」については、これまで様々な研究がなされてきた。コミュニティとはどのようなものなのか。まずコミュニティという概念から考察していく。

英語辞典によればコミュニティ(*community*)は、

「1. 地域の共同体[社会];市町村(などの自治体);その人々;国家の連合体、2. (共通の利益・職業などを持つ人の)社会、…界、(宗教の)教団、3. (植物の)群落:(動物の)群棲、4. 共有;共同責任、5. 類似;一致、同一性;共通性、6. 公衆;社会……」<sup>2)</sup>と書かれてある。

このコミュニティの定義については社会学の分野において多くの研究がなされてきた。例えば、1917年に出版された『コミュニティ』<sup>3)</sup>の著者である社会学者、マッキーヴァー(R.M. Maclver)が規定している。彼は「コミュニティという語を、村とか町、あるいは地方や国とかもっと広い範囲の共同生活のいずれかの領域を指すのに用いようと思う」<sup>4)</sup>とし、そしてその著書のなかで「コミュニティ」と「アソシエーション」の違いについて述べている。

「アソシエーションとは、社会的存在がある共同の関心(利害)または諸関心を追求するための組織体(あるいは〈組織される〉社会的存在の一団)である。それは共同目的にもとづいてつくられる確定した社会的統一体である」<sup>5)</sup>。また、「コミュニティは、社会生活の、つまり社会的存在の共同生活の焦点であるが、アソシエーションは、ある共同の関心または諸関心の追求のために明確に設立された社会生活の組織体である。アソシエーションは部分的であり、コミュニティは統合的である」<sup>6)</sup>としている。つまりマッキーヴァーによれば、アソシエーションはコミュニティの部分であり、コミュニティはアソシエーションを包括している全体と位置づけている。部分と全体の関係で捉え、コミュニティは「ある程度の社会的凝集性をもつ共同生活の一定領域」<sup>7)</sup>と考えている。

マッキーヴァーは全体としてのコミュニティの構成要素として「地域性」と「地域社会感情」をあげている。後者の地域社会感情は、(1)地域生活にともに参加している意識(われわれ感情[*we-feeling*])、(2)コミュニティにおける自己の果たすべき役割意識(役割感情[*role-feeling*])、(3)コミュニティへの物的、心理的依存意識(依存感情*dependency-feeling*)

に分かれる。<sup>8)</sup> マッキーヴァーによれば、コミュニティを考える際に「地域性」は看過することはできない重要な要素であると位置づけている。

またコミュニティについて研究している社会学者にヒラリー (G.A.Hillery) がいる。1955年に「コミュニティの定義」<sup>9)</sup> を著している。そのなかでヒラリーは94の定義を見出している。そこでは16種の異なった概念が抽出された。<sup>10)</sup> 「94の定義のうち69が、コミュニティ生活に一般的に見出されるものとして、社会的相互作用 (social interaction)、領域 (aria)、共通の絆 (common ties) をあげている点で一致している。70の定義、つまりほぼ4分の3がコミュニティの必要要素として領域と社会的相互作用をあげている。農村的定義を除外しても……その比率は全78のうち54まで、ほんのわずかだけ低下する。つまりコミュニティ研究においては、諸定義のうちの3分の2以上が、社会的相互作用と領域を考慮すべきだと主張しているのである。もし領域の概念を考慮から除いたとしても、一緒になって現れる相互作用と共通の絆の重要性は増加するだけである」<sup>11)</sup>。さらに「もしある地域性集団が、それ自体で共通の絆を供給できると想定するなら、全員がまた、コミュニティとは少なくとも、人々が社会的相互作用に関わり、一つ以上の共通の絆や結びつきをもつ、一定領域である、と言うことに同意するであろう」<sup>12)</sup> と述べている。ヒラリーもマッキーヴァーと同じく「地域性 (領域)」をあげ、それにヒラリーの言う「共通の絆」と「社会的相互作用」はマッキーヴァーでの「地域社会感情」にあたるものである。

松原治郎教授はマッキーヴァーとヒラリーの理論を踏まえコミュニティを次のように整理している。『コミュニティ』(community)とは、地域社会という生活の場において、市民としての自主性と主体性と責任とを自覚した住民によって、共通の地域への帰属意識と共通の目標と役割意識とをもって、共通の行動がとられようとする、その態度のうちに見出されるものである。とくに、生活環境を等しくし、かつ、それを中心に生活を向上せしめようとする共通利害の方向で一致できる人々が作り上げる地域集団活動の体系が、コミュニティの発現形態である」<sup>13)</sup>。

さらに松原教授はそのコミュニティの規定のなかに4つの意味が含まれているという。「第一に、ベーシックな規定条件は地理的な条件、すなわち領域性 (territoriality) にもとめられる。つまり一定範囲内での人々の定住の生活集群が、コミュニティたらしめる基底条件になっている。……『コミュニティ』と『アソシエーション』とは、単なる集団の二分法概念ではなかったのである。土地をもとにした、一定範囲内の集群的定住をもとにした、ないしは土地への共属の認識を支えにした社会、それがコミュニティである。つまり領域性という特質は、人間社会においては同時に「地域性」(locality)という性格を伴っている。……コミュニティを規定する第二の条件は、その人々の間には、生活上になんらかの相互連関があり、個人の不特定多数の日常的な生活欲求 (あれやこれやの生活欲求) が、それらの相互連関を通して充足されているという点に求められる。こうした日常的な生活欲求充足上の相互作用

のからみ合いは、長年の間に、なんらかの特徴的な慣習のパターンも生み出す。すなわち『相互作用性』ないし『共同性』である。……第三の条件とは、右の二つ（「範域性」、「地域性」、「相互作用性」ないし「共同性」—引用者）を結びつける条件、すなわち、人々の生活上の相互連関を一定の地理的範囲内で果たさしめている条件、ある程度の充足を完結させている条件としての、『社会的資源』(social resources)、とくに『生活環境施設の体系』であると考える。……第四に、これら施設に媒介された生活利害の共通性がテコになって、同じ土地に共属するという感情が呼び醒まされて、人々は共通の生活防衛や維持や向上という目標に向かって活動を展開させようとする。……コミュニティを存在せしめなければならないとすれば、それを人々の心のなかに態度のなかに求めようということになる。すなわちコミュニティの『態度』的規定である<sup>14)</sup>と述べている。すなわち、コミュニティの構成要素としては、(1)範域性・地域性、(2)相互作用性・共同性、(3)社会的資源・生活環境施設の体系、(4)共通性・態度的規定（共属する感情なども含まれる）などがあげられている。

コミュニティについて必要なものを整理すると、マッキーヴァーは「地域性」と「地域社会感情」、ヒラリーは「地域性」、「社会的相互作用」、「共通の絆」、松原氏は「範域性・地域性」、「相互作用」、「共同性」、「社会的資源」、「生活環境施設の体系」、「共通性」、「態度的規定（感情）」などをあげていた。

つまりコミュニティの基底に欠かせざる条件として3人に共通していたものは「地域性」、「地域社会感情・共通の絆・態度的規定」<sup>15)</sup>、ヒラリーと松原氏に共通していたのは「相互作用（社会的資源も含める）」であり、この3つの条件に集約される。

## 2. ビジネスとは

ビジネスという言葉については明確な定義があるわけではない。コミュニティに関しては社会学という学問の中で古くから研究されてきたが、ビジネスを研究対象としているはずの経営学においてはビジネスという言葉に対する研究はほとんどなされてこなかった。それは周知のように経営学は「企業を中心とした経営（体）の構造と運営に関する学問」<sup>16)</sup>であり、企業の実践的要請に応じて生じた学問であるために、用語の規定よりも現実の企業経営の実態を分析することに重きが置かれてきたこともあり、ビジネスという言葉に関する研究は、社会学におけるコミュニティのようにはないのかもしれない。しかしもちろん周知のように方法論では経営学の研究対象を規定するために先学者達はドイツ経営経済学における方法論争などを学びながら独自の研究対象を規定していた。だが経営学の研究対象であるはずの「ビジネス」という言葉に関しては究明されていないのが現状である。そのような現状ではあるがいくらこの「ビジネス」について紹介しておく。

まず英語辞典によるとビジネス (business) とは、「1. (1)職業、商売、(2)実務、業務、営業、2. 商業、商取引、商売；商況、3. 企業、法人、会社、商社、商店；事務所、職場、

店、4. 取引高、ひいき、引立て、5. 本分、務め、6. 干渉すべきこと、かかわり合いのあること、7. 事、出来事、8. 仕事、用事、雑用、9. 所作、しぐさ、10. 手荒く人を扱うこと」<sup>17)</sup>とある。

もう少し専門的な辞典、野田信夫編『経営英和辞典』によると**business**とは、「企業、事業、商売、業務、実業、ビジネス」<sup>18)</sup>と、また長谷川啓之編『英和経済用語辞典』では、「①仕事、職業、②事務、③実業、④商売、取引、⑤職務、⑥商社」<sup>19)</sup>と書かれてある。

では経営学の分野ではどのように定義されているのだろうか。既述したように「ビジネス」ないしは「**business**」という言葉では方法論的にほとんど究明されてこなかったが、平井泰太郎編『体系 経営学辞典』のなかで池内信行教授は「商(業)学から経営学へ」という項目で、「いかなる意味においても商学とよばれる知識の体系は、ドイツの学界からその姿を消した。この種の研究の旺んであるアメリカの学界においても、その発生の当初は商業(**commerce**)、金融(**finance**)、会計(**accounts**)など個別問題を中心とし、それと相並んでテイラーの科学的管理法(**scientific management**)が前世紀の終わりから今世紀のはじめにかけて発展し、それが今日経営(**business**)一般を問う(**business administration**)としてひろくゆきわたっている」<sup>20)</sup>とし、同辞典で井上忠勝教授によると「アメリカにおける経営史研究」という項目において「経営史とは過去における経営(**business**)についての研究であり、ここに経営とは、**profit**を得んがための、生産および交換における労働、天然資源および資本の管理(**administration**)に関係のあるところの経済活動を意味する」<sup>21)</sup>とされている。

すなわち池内教授や井上教授が言うように**business**の内容としては**business administration**であるとしても、**business**は一応「経営」とされている。もしビジネス(**business**)を「経営」と捉えるならば、同辞典において平井教授は「経営」という項目の「経営の種類」において「経営には三つの基本的なものがある、一は、家政(**household ; Haushalt**)、二は企業(**enterprise ; Unternehmung**)、三は、官庁(**government ; Behörde**)」<sup>22)</sup>としている。また「経営の要件」には「経営には種類が多く、また進化の段階によりより多くの形態があるが、すべてを通じて、その本来の性質から数個の要件を持っている。1) 主体性、2) 目的性、3) 計画性、4) 財団性、5) 社団性、6) 計算性というがごときである」<sup>23)</sup>と説明している。平井教授によれば、経営の条件として主体性、目的性、計画性、財団性、社団性、計算性があげられる。主体性、目的性、計画性はそのままし、財団性、社団性は企業として組織化することから組織性と考えられ、計算性はコストの問題を考えることから経済性、収益性などと言い換えることができるだろう。すなわち「主体性」、「目的性」、「計画性」、「組織性」、「経済性」、「収益性」がビジネスの内容としてあげられる。

さらに本格的経営学を建設するために方法論を中心に研究していた山本安次郎教授によれば次のように経営を規定している。「思うに、経営という言葉はどこの国でも日常用語として

さまざまに用いられる。その用法から考えて見よう。経営は何よりも先ず事業を経営する作用であり、能力である。『あの社長は経営がまずい』という場合がそれである。ところが、その経営作用には当然担当者がある。その担当者ないし能力者、つまり経営者がまた経営である。『あの会社の経営は今度若がえった』という場合がこれである。然るにこの経営者がそれを基礎とし、手段として経営作用を営むところの物的・技術的設備ないし施設がまた経営といわれる。特にドイツ語の経営 (Betrieb) はこれであり、『あの会社の経営近代化は相当進んでいる』というのは、これを意味する。この意味での経営は、いわば経営の実体で、前の作用と対立する。ところが、この体と用との統一がまた経営といわれるのである。『経営というもの』と『経営ということ』との統一といってもよい。それは一定の資本からなる企業構造と事業構造との経営作用による統一であって、よく経営体―バーナード流には経営協働体系―と呼ばれるものがこれである<sup>24)</sup>。さらに「経営の現実をみる場合、先ず対象たる『事業』が目につく。事業ないし事業関連を通して経営は社会経済的諸関連という網の中心に立つ。

『経営』という言葉は、何よりも『事業経営 (business management)』『産業経営 (industrial management)』『経済経営 (Wirtschaftsbetrieb)』などの省略と考えなければならない<sup>25)</sup>。続けて「経営学が真に経営学となるためには、その対象を単に『経営』と抽象的に規定するのではなく、先ず『事業経営』としてより具体的、より内容的に規定する必要がある。事業の如何が経営の形態を決定し、経営は事業に適応しつつ事業を創造し推進せざるを得ないのである<sup>26)</sup>とする。

山本教授によれば、経営とは「事業を経営すること (作用)」を意味している。その事業経営には担当者である主体がある。また経営の手段としての物的・技術的設備などは「経営というもの (実体)」に位置づけられ、それが「経営ということ」と結びつけられることによって経営体が生じる。つまり経営には、「事業性」、「(担当者などの) 主体性」、「経営の主体性＝経営性」などが求められる。

山本教授は経営の対象を「事業」と規定していた。この事業に関して片岡信之教授は次のように説明している。「一定の目的 (利潤目的、公共目的など) と計画によって、人間の社会生活に必要な商品やサービスを、一定の主体 (個人、法人) が継続的に提供する経済的活動を事業 (business) という<sup>27)</sup> とし、ビジネスを事業と捉えている。山本教授、片岡教授の考え方をまとめると、ビジネスとは「事業」であるといえる。すなわち経営とは「事業性」そのものである。

これら池内教授、井上教授のビジネスの解釈は「経営」であった。さらに平井教授、山本教授の「経営」に対する見解を考察した。それに加えて片岡教授による business の定義を紹介した。整理すれば、平井教授の「主体性」、「目的性」、「計画性」、「組織性」、「経済性」、「収益性」、山本教授の「事業性」、「(担当者などの) 主体性」、「経営の主体性＝経営性」、片岡教授の「事業性」などの意味がビジネスという言葉には含まれていることが明らかになった。

とくに経営学の分野においてビジネスという場合には事業性が求められ、その事業性、つまり事業を経営していくときに付随して求められるのが、それ以外の主体性、目的性、計画性、組織性、経済性、収益性、経営性などである。

「コミュニティ」と「ビジネス」という言葉について社会学の分野で究明されていたこと、経営学の分野で検討されていたことを比較整理した。そこではそれぞれの分野で捉えられている内容が明らかになった。では実際のコミュニティ・ビジネスの定義と本章で明らかになった意味（概念）は合致しているのか、合致しなくとも相応しているのかを念頭に置きながら既存のCBの定義について検討していく。

## II コミュニティ・ビジネスの定義について

この章は、資料1の分析結果に基づいて検討していく。

### 1. CBの定義の分析

日本全国を北海道、東北、北関東、南関東、北陸、東海、近畿、京阪神、山陽、山陰、四国、北九州、南九州の13のブロック<sup>28)</sup>に分け、それらのブロック毎にCBについての定義等を道庁、県庁、府庁、市町村などが報告書やホームページで紹介してあるもの、さらに国の機関（省庁など）、団体（独立行政法人、財団法人、社団法人、商工会、私的研究機関など）、個人が提示してあるものなど、13ブロックからは31団体が、その他4組の団体や個人の定義を取り上げ、そこに掲げられてある内容をキーワード化して概観した。具体的には北海道（1道から2団体）、東北（3県から4団体）、北関東（2県から2団体）、南関東（2県から3団体）、北陸（2県から2団体）、東海（2県から2団体）、近畿（2県から2団体）、京阪神（1府1県から2団体）、山陽（2県から4団体）、山陰（2県から2団体）、四国（四国全体で1団体）、北九州（2県から2団体）、南九州（2県から3団体）の13ブロックからは都道府県としては25団体（個別には31団体）、それに加えて国の機関である経済産業省関東経済産業局、中小企業庁、民間団体としてコミュニティ・ビジネスサポートセンターの3団体、それに金子郁容教授1個人を紹介した。つまり都道府県としては13ブロックから25の定義（厳密に言えば31団体の定義）、それ以外に4つの定義について考察した。そしてそこに上げられている内容をキーワード化し整理し、そこから明らかになったことに基づき内容を検討していく。<sup>29)</sup>

既述してきたように未だCBに関する定義はなされておらず、CBについて盛んに研究、調査されている経済産業省関東経済産業局でさえ「現在、統一された明確な定義はありませんが、関東経済産業局では『コミュニティビジネスとは、地域の課題を地域住民が主体的に、ビジネスの手法を用いて解決する取り組み』と認識しております」<sup>30)</sup>とし、統一された見解がないことを前提としながら定義づけを行っている。このような状況のなかで、各団体や個人が定義づけた内容をキーワード化し、その定義の共通性や差異性について整理した。また



そこに前章 I で明らかになったコミュニティの意味（概念）、ビジネスの意味（概念）も考慮しながら検討していく。

その都道府県、市町村、各団体と個人の定義づけを整理した資料 1 から明らかになったことは次のようなことである。まず 29 団体すべてに共通して出てきたキーワードがあった。それは「コミュニティ」という言葉にも関連している「地域性・ローカル性」、また「ビジネス」とも関係している「事業性・ビジネス性」、それに地域の抱える問題を解決していくという「変革性」であった。

それ以外で使用されていたキーワードの頻度の高い順に並べると、「住民性・市民性」が 27 団体、「主体性」が 22 団体、「雇用創出性」が 21 団体、「継続性」が 20 団体、「地域資源活用」が 19 団体、「自己実現（生き甲斐・働きがい・やり甲斐）」15 団体、「利益性・収益性・営利性」、「地域貢献性」がともに 14 団体、「有償性」、「経済性（低コスト）」が 11 団体であった。10 団体以上の組織に共通していたものは上記したものである。

他にもそれぞれの組織で重なっているものはある。例えば、「起業性・創業性」、「人間関係（連携）性、ネットワーク化」が 9 団体、「ミッション性（思い・志）」、「多様性」がそれぞれ 8 団体、「社会性」、「利益非第一優先」、「非ボランティア性」、「社会貢献性」が 7 団体、「サービス性」、「自立性」、「地域還元性」が 6 団体、「自発性」、「安定性」が 5 団体、「非営利性」、「小規模性」が 4 団体、「自主性」、「非行政性」、「公益性」、「地域密着性」が 3 団体、「協働性」、「公共性」、「社会参画型」、「代替性」、「計画性」、「利益還元性」、「目的達成性」、「効率性」が 2 団体ずつ CB の定義のなかでキーワードとして使用されている。

後、「グローバル性」、「報酬性」、「適正規模」、「ローリスク性」、「ロングリターン性」、「季節性」、「通年性」、「マネジメント性」、「共生性」、「信頼性」、「社会奉仕性」、「合理性」、「広域性」、「公益性」、「目的設定性」、「自律性」、「営利・非営利不問」、「規模性不問」、「狭義性」、「満足性」、「人間性」、「文化継承性・創造性」、「事業拡大性」、「創造性・発想性」、「柔軟性」、「ニッチ性」、「安心性」、「成果主義」、「主題性」、「非経済性」などが 1 団体ずつあげられている。<sup>31)</sup>

どこを基準にして共通なのか、そうでないのかを決定するのは困難な問題ではあるが、29 団体のうち約 3 割（8.7 団体、約 9 団体）以上の都道府県やその他国の機関、団体、個人で使用されているとすれば、それを一応中心となる CB の共通のキーワードとここでは位置づける。そうであれば「地域性・ローカル性」、「事業性・ビジネス性」、「変革性」、「住民性・市民性」、「主体性」、「雇用創出性」、「継続性」、「地域資源活用」、「自己実現（生き甲斐・働きがい・やり甲斐）」、「利益性・収益性・営利性」、「地域貢献性」、「有償性」、「経済性（低コスト）」、「起業性・創業性」、「人間関係（連携）性、ネットワーク化」という 15 のキーワードがあげられる。もちろん CB はその独自の地域に根ざした特徴があるため、この 15 のキーワードだけで網羅できるわけではないし、実際それ以外のものでも CB の定義として入れなければならない

ものがあることは認識している。そのため他のキーワードも必要であれば取り入れていく。

誤解を恐れずに言うならば、これまでに各都道府県やその他代表的な国の機関、団体、個人が提起してきたCBの定義のなかで共通項を探し出し、仮説（モデル）としてのCBの定義を作成することに本稿の意義があるように考える。そのため次項ではCBの定義を策定していく。

表1 C Bの定義のキーワード表（地域ブロック、都道府県、団体、個人等によるC Bの定義の内容（「資料1」）を表記したもの）

地域ブロック、都道府県、団体、個人	キーワード	地域性・ローカル性	自发性	主体性	地域資源活用	住民性・市民性	事業性・ビジネス性	利益性・収益性・営利性	地域貢献性	グローバル性	サービス性	変革性	自主性
北海道	北道ブロック	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
東北ブロック		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
青森県		○		○		○	○	○				○	
山形県		○		○		○	○	○			○	○	
福島県		○		○		○	○	○			○	○	
北関東ブロック		○	○	○	○	○	○	○	○			○	
群馬県		○		○		○	○	○				○	
長野県		○		○		○	○	○				○	
南関東ブロック		○	○	○	○	○	○	○	○			○	
千葉県		○		○		○	○	○				○	
神奈川県		○		○		○	○	○			○	○	○
北陸ブロック		○		○		○	○	○				○	
富山県		○		○		○	○	○				○	
福井県		○		○		○	○	○				○	
真海ブロック		○	○	○	○	○	○	○	○			○	
愛知県		○		○		○	○	○				○	
三重県		○		○		○	○	○				○	
近畿ブロック		○	○	○	○	○	○	○	○			○	
滋賀県		○		○		○	○	○				○	
和歌山県		○		○		○	○	○				○	
京阪神ブロック		○	○	○	○	○	○	○	○			○	
大阪府		○		○		○	○	○				○	
兵庫県		○		○		○	○	○				○	
山陽ブロック		○		○		○	○	○				○	
岡山県		○		○		○	○	○				○	
広島県		○		○		○	○	○				○	
山陰ブロック		○		○		○	○	○				○	
島根県		○		○		○	○	○				○	
鳥取県		○		○		○	○	○				○	
四国ブロック		○	○	○	○	○	○	○	○			○	
四国経済産業局		○		○		○	○	○				○	
北九州ブロック		○		○		○	○	○	○			○	
福岡県		○		○		○	○	○				○	
長崎県		○		○		○	○	○				○	
南九州ブロック		○	○	○	○	○	○	○	○			○	
宮崎県		○		○		○	○	○				○	
沖縄県		○		○		○	○	○				○	
経済産業省関係経済産業局		○		○		○	○	○				○	
中小企業庁		○		○		○	○	○				○	
Es:エス・ピー・ピー・ピー		○		○		○	○	○				○	
金子刑務所		○	○	○	○	○	○	○	○			○	
合計		29	5	22	19	27	29	14	14	1	6	29	3

キーワード 地域ブロック 都道府県・個人	非営利性	起業性・創業性	報酬性	継続性	自己実現 (生き甲斐・働きがい、やり甲斐)	非行政性	ミッション性 (思い、志)	適正規模	雇用創出性	安定性	ローリスク性	協働性
北海道ブロック	○	○	○	○	○				○			
東北ブロック	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○
青森県				○								
山形県				○								
福島県		○										
北関東ブロック	○				○		○		○			
群馬県												
長野県												
南関東ブロック				○	○	○	○		○			
千葉県				○								
神奈川県				○								
北陸ブロック		○		○					○			
富山県				○								
福井県												
東海ブロック												
愛知県		○		○			○		○			
三重県				○								
近畿ブロック		○		○	○		○		○	○		
滋賀県				○								
和歌山県				○								
京阪神ブロック				○								○
大阪府				○								
兵庫県				○								
山陽ブロック				○					○			
岡山県				○								
広島県												
山陰ブロック				○								
島根県				○								
鳥取県				○								
四国ブロック										○		
四国経済産業局												
北九州ブロック	○	○			○				○			
福岡県												
長崎県												
南九州ブロック												
宮崎県												
沖縄県		○		○					○			
経済産業省関東経済産業局		○		○								
中小企業庁				○								
JFEエス・エス・エフ・エフ				○								
金子相摩				○								
合計	4	9	1	20	15	3	8	1	21	5	1	2

キーワード	自立性	有償性	ロングラン性	季節性	通年性	社会性	経済性 (低コスト)	マネジメント性	利益排他優先	公共性	人間関係 (連帯)性・ ネットワーク化	共生性	性別
地域ブロック 道府県、団体・個人													
北海道ブロック													
東北ブロック													
関東ブロック													
北関東ブロック													
南関東ブロック													
北陸ブロック													
東海ブロック													
近畿ブロック													
京阪神ブロック													
山陽ブロック													
山陰ブロック													
四国ブロック													
北九州ブロック													
南九州ブロック													
経済産業省農林水産省													
中小企業庁													
1157152431-1474													
金子那容	6	11	1	1	1	7	11	1	7	2	9	1	
合計													

キーワード	地域選元性	信頼性	社会参画型	多様性	小規模性	公益性	社会奉仕性	非ボランティア性	代替性	合理性	広域性	公益性	性
地域ブロック・都道府県単位・個人													
北海道													
東北ブロック													
青森県													
山形県													
福島県													
北関東ブロック													
群馬県													
長野県													
南関東ブロック													
千葉県	○												
神奈川県													
北陸ブロック													
富山県													
福井県					○								
東海ブロック													
愛知県													
三重県					○								
近畿ブロック													
滋賀県													
和歌山県													
京阪神ブロック													
大阪府	○												
兵庫県	○												
山陽ブロック													
岡山県													
広島県													
山陰ブロック													
鳥取県					○								
島根県					○								
鳥取県	○												
四国ブロック													
四国経済産業局													
北九州ブロック													
福岡県			○										
長崎県													
南九州ブロック													
宮崎県	○												
沖縄県	○												
経済産業省関係経済産業局													
中小企業庁													
独立行政法人経済産業局													
独立行政法人経済産業局													
金子郵政													
計	6	1	2	8	4	3	1	7	2	1	1	1	1

キーワード	目的設定性	計画性	社会貢献性	自律性	利益還元性	営利・非営利	規模性	狭義性	目的達成性	満足性	効率性	人間性
地域ブロック、道庁、個人												
北海道												
東北ブロック												
青森県												
山形県												
福島県												
北関東ブロック												
群馬県												
長野県												
南関東ブロック												
千葉県												
神奈川県												
北陸ブロック												
富山県												
福井県												
東海ブロック												
愛知県												
三重県												
近畿ブロック												
滋賀県												
和歌山県												
京阪神ブロック												
大阪府												
兵庫県												
山陽ブロック												
岡山県												
広島県												
山陰ブロック												
島根県												
鳥取県												
四国ブロック												
四国経済産業局												
北九州ブロック												
福岡県												
長崎県												
南九州ブロック												
宮崎県												
沖縄県												
経済産業省関東経済産業局												
中小企業庁												
ミニ・ビジネスセンター												
金子目録												
合計	1	2	7	1	2	1	1	1	2	1	2	1

キーワード 地域 ブロック 都 道 府 県 市 町 村 個人	文化継承性・ 創 造 性	地域密着性	事業拡大性	創造性・ 発 想 性	柔軟性	ネット 性	安心 性	成果主義	主 題 性	非 経 済 性
北海道										
東北ブロック										
青森県										
山形県										
福島県										
北関東ブロック										
群馬県										
長野県		○								
南関東ブロック										
千葉県										
神奈川県										
北陸ブロック										
富山県										
福井県										
東海ブロック										
愛知県										
三重県										
近畿ブロック										
滋賀県										
和歌山県										
京阪神ブロック										
大阪府										
兵庫県										
山陽ブロック										
岡山県										
広島県										
山陰ブロック										
鳥取県										
島根県										
四国ブロック										
四国経済産業局										
北九州ブロック										
福岡県										
長崎県										
南九州ブロック										
宮崎県										
沖縄県										
経済産業省関東経済産業局										
中小企業庁		○	○	○	○	○	○	○	○	○
ミニマム・イノベーションセンター		○	○	○	○	○	○	○	○	○
金子有啓										
合計	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1



## 2. CBの定義策定

本項ではIの「1. コミュニティとは」のところで明らかになった言葉の意味（概要）としての「地域性」、「地域社会感情・共通の絆・態度的規定」、「相互作用（社会的資源も含める）」、それに「2. ビジネスとは」でも検討された「主体性」、「目的性」、「計画性」、「組織性」、「経済性」、「収益性・営利性」、「事業性」、「経営の主体性＝経営性」なども考慮しながら、主として15の代表的なキーワード「地域性・ローカル性」、「事業性・ビジネス性」、「変革性」、「住民性・市民性」、「主体性」、「雇用創出性」、「継続性」、「地域資源活用」、「利益性・収益性・営利性」、「地域貢献性」、「自己実現（生き甲斐・働きがい・やり甲斐）」、「有償性」、「経済性（低コスト）」、「起業性・創業性」、「人間関係（連携）性、ネットワーク化」を使用してCBの定義の仮説（モデル）を作成していく。

「まずコミュニティとしての地域社会（「地域性・ローカル性」、「社会性」）の住民（「住民性・市民性」）を主体（「主体性」）として、地域の資源（ヒト、モノ、カネ、情報、文化など「地域資源活用」）を最大限に活用する。とくにヒトとヒトとの関係（ネットワーク）を尊重しながら（「人間関係（連携）性・ネットワーク化」）、一方ではその地域が抱えている多様な（「多様性」）課題を解決し（「変革性」）、そのみではなく他方で現状の生活よりも豊かな社会を築きあげることを目的とする（「目的設定性」）。そのためにはこれまでのNPO活動などによるボランティアに頼るのではなく（「非ボランティア性」）、ビジネス（「事業性・ビジネス性」）を行うことを前提として事業体を自立・自律（「自立性」、「自律性」）して形成しなければならない（「起業性・創業性」）。そこでの事業従事者は、地域住民を中心に雇用し（「雇用創出性」）、この人たちの生活を保障するために、また事業体を維持していくために（「継続性」）、提供する商品やサービスに対しては有償化し（「有償性」）、経済的に活動しながら（「経済性（低コスト）」）利益を得る（「利益性・収益性・営利性」）。そうして事業（「事業性・ビジネス性」）が収益をあげながら（「利益性・収益性・営利性」）ビジネスとして維持、継続することが出来れば（「継続性」）、ひいては地域に貢献することができる（「地域貢献性」）。またこの事業に参加することによって地域に貢献している・社会に貢献している（「地域貢献性」、「社会貢献性」）、地域のために役立っている（「地域還元性」）という思い（「ミッション性（思い・志）」）ややり甲斐・働きがいなど（「自己実現（生き甲斐・働きがい・やり甲斐）」）が生まれる。事業に参加している住民のみでなく、その事業が提供する商品やサービスによって地域住民の生活が今の現状以上に改善されれば、コミュニティ・ビジネスの従事者と地域住民はWIN-WINの関係を続けられる。これがコミュニティ・ビジネスである」と定義しておく。

以上の定義は、コミュニティの概念、ビジネスの概念で明らかになったこと、都道府県、市町村、団体、個人などの29団体のCBの定義を整理し、その定義のなかに使用されていた共通のキーワード15項目などを使用して策定した。先述したように、その際に共通の頻度は少なかったが使用されていた15以外のキーワードも必要に応じて取り入れた。具体的には、「社会性」7団体、「多様性」8団体、「目的設定性」1団体、「自立性」・「自律性」（厳密には異なるが同じようなものとして合わせて）7団体、「非ボランティア性」7団体、「社会貢献性」7団体、「地域還元性」6団体、「ミッション性（思い・志）」8団体などを使用した。

### Ⅲ コミュニティ・ビジネスの類型化

#### 1. コミュニティ無関連の事実とコミュニティ関連の事実

これまで考察してきたように、どの都道府県やその他国の機関、団体、個人のCBの定義のなかでも共通してあげられていた内容には「地域性」、「変革性」、「事業性、ビジネス性」などがある。CBの定義の結果からみて、どのコミュニティの定義にも共通している普遍的なこの「地域性」、「変革性」、「事業性、ビジネス性」という事実を「コミュニティ無関連の事実」と称する。またすべてのCBに共通した事実ではないがCBの定義づけには必要とされる場合がある事実を「コミュニティ関連の事実」と呼ぶ。実際にはCBの定義づけで共通に存在している事実でも、もちろん詳細に分析すればその内容には独自性、特殊性がある。普遍的な事実のなかに独自性、特殊性があるからこそCBの機会が生まれ意味があるのであるが、ここではそのことについては不問に付してあえてコミュニティ無関連の事実とコミュニティ関連の事実と使用する。

例えば、コミュニティ無関連の事実に当てはまるものは29団体中29団体のCBの定義にあげられていた「地域性」、「変革性」、「事業性、ビジネス性」などである。厳密な意味では、この「地域性」、「変革性」、「事業性、ビジネス性」の3者が無関連の事実である。

本来は「地域性」、「変革性」、「事業性、ビジネス性」の3者のみコミュニティ無関連の事実と位置づけることができるのであるが、しかしこの3者のみを使用してのCBの定義は抽象的なものとなってしまう、詳細なCBの定義は策定できないので、この共通性のつまり普遍性の範囲をもう少し広義に捉えたい。具体的に言えばⅡの1で扱ったように29組のCBの定義の3割以上にあげられているキーワードを、すなわち8.7団体（約9団体）においてあげられていたキーワードをコミュニティ無関連の事実と捉えることが許されるならば、既述したように共通していた15のキーワード、すなわち「地域性・ローカル性」、「事業性・ビジネス性」、「変革性」、「住民性・市民性」、「主体性」、「雇用創出性」、「継続性」、「地域資源活用」、「利益性・収益性・営利性」、「地域貢献性」、「自己実現（生き甲斐・働きがい・やり甲斐）」、「有償性」、「経済性（低コスト）」、「起業性・創業性」、「人間関係（連携）性、ネットワーク化」をコミュニティ無関連の事実とすることができるであろう。

また3割以下で個々のCBには必要である内容ではあるが、共通性には欠けていたキーワード、例えば「ミッション性（思い・志）」、「多様性」、「社会性」、「利益非第一優先」、「非ボランティア性」、「社会貢献性」、「サービス性」、「自立性」、「地域還元性」、「自発性」、「安定性」、「非営利性」、「小規模性」、「自主性」、「非行政性」、「公益性」、「地域密着性」、「協働性」、「公共性」、「社会参画型」、「代替性」、「計画性」、「利益還元性」、「目的達成性」、「効率性」、「グローバル性」、「報酬性」、「適正規模」、「ローリスク性」、「ロングリターン性」、「季節性」、「通年性」、「マネジメント性」、「共生性」、「信頼性」、「社会奉仕性」、「合理性」、「広域性」、「公益性」、「目的設定性」、「自律性」、「営利・非営利不問」、「規模性不問」、「狭義性」、「満足性」、「人間性」、「文化継承性・創造性」、「事業拡大性」、「創造性・発想性」、「柔軟性」、「ニッチ性」、「安心性」、「成果主義」、「主題性」、「非経済性」などについては、コミュニティ関連の事実として捉える。

## 2. 3つのコミュニティ無関連の事実

ではなぜCBの定義には「地域性」、「変革性」、「事業性、ビジネス性」が共通に含まれているのだろうか。既存のCBの定義を概観しても明らかなようにコミュニティ無関連の事実である3者、すなわち地域性、変革性、事業性、ビジネス性がCBの定義には求められる。逆説的に言えば、CBの定義からこの3つの無関連の事実を取り去ってしまえば、CBは成立しなくなる。

まず「地域性」についてであるが、地域性という言葉はコミュニティという概念を含んでいる。コミュニティに関してはIの「1. コミュニティとは」のところで3人の学説を考察したが、既述したようにそこでも3者ともに地域性があげられていた。もちろんCBはその地域が抱える問題、課題を解決することを目的として出現した概念である。その地域の問題解決、課題解決に際しては、このコミュニティ無関連の事実の3者以外の要素を取り入れていくことも必要であり、それによって地域の活性化がはかれる。この地域性を定義に入れなければ、例えば一定の限定された範囲を持つ地域ではなく日本全国が対象となったり、そのみでなく世界全体が対象となるように広域なものも考えられるであろう。それはもはやCBのコミュニティの概念を無視したものとなりCBではなくなる。

また「変革性」、つまり現在抱えている「問題や課題を解決する」という一つの目的がなければ、そこには行動は生じない。みんなが問題、課題と感じているからこそ、それを解決しなければならないという思いによってそこに行動がともなうのである。バーナードの学説で言うならば、「組織の成立要件」の「共通目的 (common purpose)」にあたるものである。共通目的があるからこそ、そこに組織が生じる。その共通目的にあたるのが、変革性つまり地域の問題解決、課題解決である。その共通の目的である変革性があることによって住民や市民の貢献意欲が生じることになる。

最後に忘れてならないのが「事業性、ビジネス性」である。既述したような2つの無関連の事実（地域性、変革性）を説明をただけではCBは成立しない。そこには事業性、ビジネス性の問題が横たわっているからである。これが重要な鍵を握っている。Iの「2. ビジネスとは」でも明らかになったように、ビジネスとしてCBを継続させようとするれば、必ずそこには営利に関する問題が生じる。ビジネスというからには事業を自立して継続、維持させるために資本の運動を行い、その結果として拡大再生産が実現できなければならない。山本教授、片岡教授のいう主体としての事業体（組織）を維持、継続させていくためには、資本の運動の結果として利益が必要である。その利益が生産できなければ事業体である組織はビジネスとして自立化できず、維持、継続は不可能となる。<sup>32)</sup>

CBは営利追求を目的として活動し、事業体を継続させなければならない。資料1の結果でも明らかであるが、29団体のうち20団体、約7割がCBの定義のなかで継続性を提起している。言い換えればこの継続性を実現しようとするれば必ず利益が必要になる。CBはビジネスである限り、営利活動を行わなければならない。

しかしそこには一般の営利企業と異なる点がある。一般の営利企業が求めている営利とは最大限利益である。だがCBは最大限利益の追求を目的としているわけではなく、CBの活動が維持できるだけの利益獲得、さらに事業拡大などを考える場合にはそのために必要となる適正な利益の確保も獲なければならない。CBが活動を行うのは営利企業と同じ経済社会、競争社会であり、そこには市場原理が働いている。そのためにはCBも営利企業と同じく営利性（利益の問題）を抜きにして事業、ビジネス活動を行うことはできないのである。

「地域性」、「変革性」、「事業性、ビジネス性」の3者がなければ、CBの定義のみならず、CB自体存在できなくなる。この3者を軸にしてさらにCBが活動を行うのに必要な要素を取り入れていかなければならない。

### 3. コミュニティ・ビジネスのタイプ

#### (1) エンパワーメント型CBとエンリッチメント型CB

CBの主体として扱われる場合が多いNPOは現在大別して3つのタイプに分けられることが多い。谷本寛治教授の見解によれば、「NPOのタイプや機能・役割はさまざまであり、時代とともに多様化している。典型的にはアメリカに見られるように、チャリティーを行う〈慈善型〉のNPOが主体であった時代から、60年代後半～70年代にかけて政府・企業に直接行動を行う〈監視・批判型〉のNPOの運動が広がり、80年代～90年代にかけては社会的な財・サービスの提供、情報提供を社会的な事業として行う〈事業型〉のNPOが増えてきている」<sup>33)</sup>と分類している。また詳細に区別すれば谷本教授の分類も含めて9つのタイプがあげられる。(1)会員制NPO、(2)公共奉仕型NPO、(3)企業型NPO、(4)行政補完型NPO、(5)寄付型NPO、(6)互助型NPO、(7)慈善型NPO、(8)監視・批判型NPO、(9)事業型NPOなどである。9つのNPO

は名称は異なっているが似通った側面もある。<sup>34)</sup> このようにNPOと言っても大きくは3つのタイプ、詳細に見れば9つのタイプが考えられる。

NPOのタイプを分けたのと同様にCBをまず2つのタイプに分類する。CBは「地域の問題・課題を解決する」こと、すなわち換言すればコミュニティ無関連の事実である変革性をテーマとしているのであるが、この「問題」・「課題」という言葉は2つの意味に分類されると考えられる。

1つはそのコミュニティにとって「問題」・「課題」が地域での生活において不自由や不便を感じている場合である。例えば、町に高齢者が多いけれども行政の福祉政策が行き届いておらず高齢者自身または家族に支障が出ていたり、不便な思いを抱いている場合、新興団地の建設で地域は活性化され子供の数が増えてきたが、そのコミュニティには保育所がないとか、あるいはあったとしても定員オーバーで入所できないため他のコミュニティの保育所に子供を預けないといけないという場合、家に車があることが当然の社会となり、そこに目を付け大型店舗が郊外に出来たため今まで地域住民に焦点を当て経営をしていた町の商店街がさびれ次々と閉店しシャッター通りが増え経済が低迷している場合、それとともに商店街のシャッター通り化が進んだため高齢者が近くの商店で商品を購入することができなくなり不自由している場合などは、市民や住民、コミュニティにとっては満足できる、また便利であるとは言えない状況である。その状況すなわち現状には問題を補っていくためのCB活動が必要である。これを担うCBをエンパワーメント(empowerment)型CBと称する。エンパワーメントとは、「力(能力)をつけること」、「(自分たちのおかれた)不利な状況を変えていくこと」という意味がある。清水準一氏と山崎喜比古氏は医学的な見地からエンパワーメントを説明している。エンパワーメントのパワーとは自らの生活を決定する要因を統御する能力のことと説明したうえで、「エンパワーメントとは、このパワーを持たない人達が自分達の生活への統御感を獲得し、組織的、社会的構造に影響を与える過程とされる」。<sup>35)</sup> すなわち、これはパワー(能力)がないのではなく、今まではパワーレスな状態に置かれてきたがそのパワーを回復し、不便を感じていたこと、不自由だったことなどを改善して豊かな地域にするCBをエンパワーメント型CBとする。

それに対し、例えばコミュニティにとって「問題」と言うよりは「課題」、すなわち、前者エンパワーメント型CBとは異なり、現在地域生活について不自由や不便はさほど感じていない状況においてもCBの活動は考えられる。例えば、地域資源はあるがそれを利用して何か事業を起こそうというようなことは今まで考えていなかった。しかし折角地域にある既存の経営資源を活用してまちづくりを大々的にして、観光客を呼び込んでさらに地域を活性化していくような場合、その土地でしか収穫できないような特産物を自分の土地(地元)で消費する地産地消が推進されているがそれのみではなく、その特産物を他の地域や全国へ郵送販売するとか、インターネットを使って販売促進して他の地域からの資本の流入を求めさらに自

分の住む地域を活性化していく場合、退職を機に環境保護活動を行う場合など、現在それほど経済的にも社会的にも問題視されるほど深刻な状況ではないが、コミュニティの活性化を図るためのビジネスの立ち上げも一方では考えられる。これをエンリッチメント(enrichment)型CBと呼ぶ。周知のようにエンリッチメントとは、「豊富にすること」、「強化すること」、「(価値などを) 高める」などと言う意味がある。現状でも地域での生活に支障は感じられないがさらに豊かにする、言わばプラス $\alpha$ をもとめるものである。

地域の不便さを改善する、地域の不自由さを払拭する、地域の生活をよりよくして住みやすいまちづくりをする、社会的弱者のいないコミュニティを創り上げることなどを目的としたCBが求められる。「その地域の人々の(問題解決のために)、地域の人々による、その地域の人々のためのCB」が必要とされている。

## (2) コミュニティ・ビジネスの4分類の検討

CBを問題・課題の内容によって4つのタイプに分類しているのが地域社会論、地方自治論を専門に研究している山崎丈夫教授である。

山崎教授はCBの1つの分野である「まちづくり」について4つのタイプに分類する。山崎教授によれば、まちづくりの類型化を主体でまず分けている。それはIでも考察したマッキーヴァーと同様に地域包括性をもつ主体をコミュニティとし、また問題の関心にもとづいて組織される主体をアソシエーションとして捉えている。そのコミュニティとアソシエーションをタテ軸にとり、またヨコ軸にはまちづくりの目的にあわせて暮らしを成立させる基盤として産業創出、それに生活管理という要因を用いる。それらの重要性の置き方から4つのタイプのまちづくりを考えている。「類型①は、『地域資源活用型まちづくり』である。これは、地域の特産品開発などの地域産業の振興や地域の文化・自然条件などの資源を活かしたまちづくりである。類型②は、『地域問題解決型まちづくり』である。地域住民の暮らしに共通するごみ・環境・過疎・商店街再生などの地域問題を共同管理していくためのまちづくりである。類型③は、『地域生活支援型まちづくり』である。高齢者の生活支援や人にやさしいまちづくりなどが内容である。具体的に、地域では、住民の生活実態に即して商品や相互サービスの開発・実用化が図られている。類型④は、『地域起業就労型まちづくり』である。地域の生活要望に根ざし、生活に密着して、高齢者・障害者の仕事おこしや就労の場を創出していくことなどに代表されるまちづくりである」<sup>36)</sup>。

ここでは山崎教授の言う「まちづくり」はCBの一部であると位置づけ、「まちづくり」を「CB」と置き換えてみたい。そこで山崎氏の言う類型①の「地域資源活用型まちづくり」は「地域資源活用型CB」、類型②の「地域問題解決型まちづくり」は「地域問題解決型CB」、類型③の「地域生活支援型まちづくり」は「地域生活支援型CB」、類型④の「地域起業就労型まちづくり」は「地域起業就労型CB」とする。ここではタテ軸(主体軸=組織の問題)、

ヨコ軸（目的軸＝基盤の問題）については触れずに、種類の内容についてのみ検討したい。山崎教授は4つのタイプに、すなわち「地域資源活用型」、「地域問題解決型」、「地域生活支援型」、「地域起業就労型」に分類していたが、それぞれタイプが重なっているところがあるように考えられる。

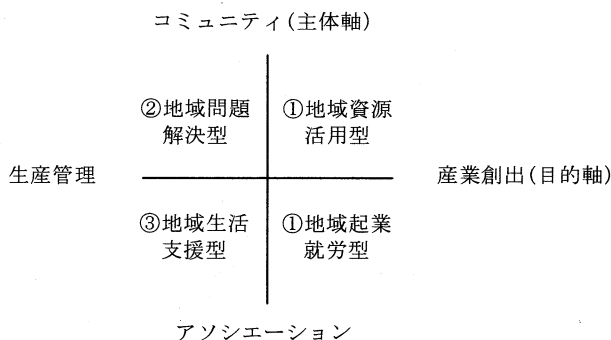


図1 まちづくりの類型

(山崎丈夫『まちづくり政策論入門』自治体研究社 2000年 29ページ。)

例えば、まず第1に地域資源活用の地域資源とはモノだけではなくヒトなども含めた資源と考えると、地域の人々の労働力を活用してその地域を活性化させるのであれば、起業ないしは就労が「地域資源活用」の中に含まれると考えられる。

第2に地域問題解決型のなかには、前述した行政の福祉政策の不行届による高齢者自身または家族への負担、高齢者ないしは障害者の介護者不足による支障、教育機関の不足などは地域の問題であり、解決していかなければならない問題である。そう考えるならば、山崎教授の分類にある「地域問題解決型」と「地域生活支援型」とは同じような内容を含んでいると捉えることができる。山崎教授ももちろんこのことについては理解しているであろう。しかし本稿では等閑に伏したが山崎教授の分析には、組織を問題にしたタテ軸と基盤を問題としたヨコ軸を入れているので4つのタイプに分類されていた。

もし仮にあえて前項で分類したエンパワーメント型CBとエンリッチメント型CBに山崎教授のいう4つのタイプをあてはめてみるならば次のように分けられるであろう。

エンパワーメント型CBとしては、地域問題解決型CB、地域生活支援型CB、地域起業就労型CBが当てはまる。またエンリッチメント型CBとしては、地域資源活用型CBが考えられる。このように包括的に捉えれば2つのタイプに分類されるのではないだろうか。

また山崎教授はタテ軸とヨコ軸、換言すれば主体軸と目的軸という要素を入れ分類していたが、ここでは変革性に求められるものとして「早急性（至急性、緊急性）」が考えられる。「早急性（至急性、緊急性）」という要素を入れて考えてみよう。早急性（至急性、緊急性）

から言えばこの4タイプはどのように分類されるのであろうか。

早急性（至急性、緊急性）とは、即時にその問題・課題に対応しなければ地域住民は生活できなくなると言う場合を意味する。とすれば、やはり地域問題解決型CB、地域生活支援型CB、地域起業就労型CBに早急性（至急性、早急性）が求められる。それほど早急性（至急性、緊急性）が求められているわけではないのは地域資源活用型CBとも考えられる。だが現在失業していて地域資源をなんとか活用して起業して働きたいという住民にとっては早急性（至急性、緊急性）が求められるかもしれない。またどの問題、課題が重要であるとか、あるいはそうではないかということとは決められないが、あえて「早急性（至急性、緊急性）」という要素を入れて考察してみた。

### ③ 都市型（アーバン・シティー型）CBと地方型（ルーラル・カントリー型）CB

CBはこれまで見てきたように、エンパワーメント型CB、エンリッチメント型CB、地域資源活用型CB、地域問題解決型CB、地域生活支援型CB、地域起業就労型CBなど様々なタイプに分類されていた。ここではそれらの分類に加え、都市において多く見られるCBと地方において主として見られるCBというように分類してみる。

都市と地方とはコミュニティの特徴は異なっている。都市の特徴としては個人主義的な性格が強い。例えば、隣に住んでいる人が誰かも知らないような状況はまさにこの個人主義の象徴であろう。良く言えば、個々人のプライバシーが守られ社会関係（他人）に邪魔されることなく自分（家族）の世界を堪能できる。反面、個人が孤独で冷たい社会というような側面もある。家族のような自然集団（ゲマインシャフト）よりも人工的に作り出された企業組織のような機能集団（ゲゼルシャフト）的な組織が多いのも都市の特徴である。そこには人情的な側面よりも合理性、経済性が求められる。そのためある側面から捉えれば活気がある競争社会が成立する。

それに対して地方（農村など）では、集団主義的な性格が強調される。そこでは濃密な社会関係が残っている。例えば、個人的な冠婚葬祭に関する情報にもかかわらず地域の誰もが知っていると言うような状況がこれにあたる。悪く言えば、個人の行動、生活を規制したりする。肩身の狭い窮屈な社会とも言える。反面、その地域住民による相互の助け合いや支え合いによって共生している絆社会が地方には残されている。地方には競争社会ではなく平等社会が存在する。

偏った見方かもしれないが、そのコミュニティすなわち都市（アーバン・シティー）か、あるいは地方（ルーラル・カントリー）かによって求められるCB、提供されるCBの種類が異なってくるように考えられる。では都市型にはどのようなCBがあるのか、また地方型にはどういったCBが存在しているか紹介していく。

都市型CBとして特徴的なのはITを利用したCBである。シニア層や主婦層に対してパソコ



ン教室を開きITリテラシーの向上によって生き甲斐づくりを手助けするような活動を行ったり、商店街のホームページの作成などによる地域活性化のためのCB、また核家族化によって子育ての経験のある人が周りにいないため子育てについて相談できる人のいないお母さんに対し子育て支援を行うCB、またそういったお母さんに対して子育て情報誌を発行するCB、社会問題化している幼児虐待、引きこもり、ニートの問題などの相談を行うCB、女性の社会進出で子育てをしながら働きたいという人に対して子供を一時的に預かるようなCB、企業や商店、地域住民といった様々な人たちを巻き込み地域が活性化するために商店街の空き店舗を利用してふれあい喫茶店をオープンしたり、貸しスペース、小箱ショップ、貸しギャラリーなど人の集まる空間を企画するCB、高齢者向けのレストラン経営や配食サービスを行うCBなどがあげられる。このようなCBは情報化社会に対応せざるをえない状況、核家族化が進んでしまったために生じたような問題、さらに高齢者の増加による対応策など、さまざまな都市が抱える課題をこれらの都市型CBによって解決しようと立ち上げられた。

また地方型CBとして特徴的なのは、その土地で生産された地域資源を利用したCBである。例えば、その地域の特産品である農産物をそのまま販売したり、加工し直売するようなCB。またそこで働く従業員はすべて地元の人を雇用する。その地域の自然環境を活かしたCB。具体的には、都会に住む子供達に地域の自然のなかで山村、農村、漁村などの田舎暮らしを体験させ生活技術などの習得を目指すような体験ツアー、子供だけを対象にするのではなく農家による野菜作り、豆腐作り、搾乳体験をするようなツアーなどの観光業を営むCB、同じく自然環境の保護などのグリーンツーリズム、エコツーリズムなどのCB、過疎地域に住み農業、山林業、漁業などに従事する若者への結婚支援の情報提供、パーティーイベントの開催などによる過疎化対策のCB、商店のない地域に住む高齢者への買物代行サービス（宅配サービス）を提供するCB、交通手段を持たない高齢者に対して病院への送迎サービスを行うCBなど、地方独自の課題を解決するためのCBの設立がなされている。地方特有の集団主義的性格を持つ人々によって地域の結びつきを守りながら、過疎化問題にも対処し、地域資源を活用していくところに地方型CBの特徴がある。

同様に都市型CB、地方型CBの分析が財団法人東北産業活性化センターによって行われている。それは東北7県（青森県、岩手県、秋田県、宮城県、山形県、福島県、新潟県）のCBの調査によるものである。そのなかではCBのニーズが高い分野として、

- 1) 中山間地域の多い地域特性と中心市街地の衰退状況を踏まえ地域資源を活用し地域活性化をのぞむまちづくり・地域づくり型CB、
- 2) 高齢化社会を迎えている状況に対応した生活支援型CBの2分野を取り上げている。<sup>37)</sup>

東北産業活性化センターによれば、CBの活動主体としてのNPOについて触れながら次のように分類する。「コミュニティ・ビジネスの展開にあたっては、ニーズと地域特性の双方を考慮しながら取り組んでいくことが必要であり、これまでみてきたNPOなどの活動事例や地域

特性などから都市型ビジネス（市レベル）と農林水産地域型ビジネス（町村レベル）に分け、東北地方において新規事業創出や成長が期待できるコミュニティ・ビジネス分野として、表5-11（ここでは表2-引用者）のようにとりまとめた<sup>38)</sup>として次の表を示している。

表2 コミュニティ・ビジネスの事業展開

コミュニティ・ビジネスメニュー		事業概要	都市型ビジネス (市レベル)	農林水産地域型 ビジネス (町村レベル)	事業者・行政との パートナーシップ	
市街地の活性化 (市街地の集客 拡大)	まちづくり・ 地域づくり会社	●企画・マーケティング ●商品開発、販路開拓	○	○	●UJIターナー者の活用	
	空き店舗活用	●NPOによる店舗開設 と交流の場づくり	○		●空き店舗の割安利用 ●共同出店	
	市(いち)の開設・販売	●朝市、夕市 ●地元生産者との交流	○		●市の場所は都市であつても、近隣の生産者を巻き込む	
まちづくり・地域づくり型	まちおこし、地域活力の向上	里山の保全・活用		○		
		棚田の保全・活用	●都市との交流	○		
	環境学習・体験学習	●経験を生かした小中高生への体験学習、大人への環境学習	○		●行政との連携が重要	
	集客交流	●観光事業型の地域整備	○	○		
	グリーンツーリズム	●体験交流事業 ●地域資源の組み合わせ	○	○	●地域住民の協力、連携	
	農村レストラン	●地域色ある食材の活用				
	情報技術活用	●パソコン、インターネット活用 ●小中高生・中高齢者向け情報支援	○		●シニア人材、UJIターナー者の活用	
	リサイクル	●廃食油のリサイクルによる新燃料の開発	○			
	施設運営・管理	●図書館、体育館、公園などの運営、管理	○	○隣接と共同	●行政との連携が重要	
	自治体主催事業の企画・運営	●スポーツ、文化などの行事、祭りの企画・運営	○	○	●行政との連携が重要	
地域資源活用事業	特産品の開発・販売	●特産品による地元還元型のビジネスづくり		○	●地域の素材をうまく組み合わせた商品開発のための連携	
	伝統文化の保存・活用	●地域文化の継承 ●伝統的な食文化の再現		○	●地域の事業者の活動支援が重要	
生活支援型	高齢者支援	給食・配食	●高齢者向けの食事の調理・配達	○	○隣接と共同	
		買い物代行	●高齢者向けの買い物の代行サービス	○		●地域事業者のネットワークが重要
		家事代行	●高齢者や身体障害者向けの家事の代行サービス	○	○隣接と共同	
	介護	●在宅介護支援	○民間と競合	○隣接と共同		
	福祉・介護機器	●製品の企画、製造、販売	○			
	環境整備	●住宅リフォーム	○	○隣接と共同		
	子育て・保育	子育て支援	●時間帯拡大	○		●空き店舗活用
繁忙期支援	果樹などの収穫支援	●繁忙期の人手確保		○隣接と共同	●行政による情報支援が必要	
事業者連携	事業者業務受託	●事業者の業務受託	○			
	商品開発・調査	●商品開発のニーズ把握	○			

(財団法人東北産業活性化センター編『コミュニティ・ビジネスの実践』日本地域社会研究所2000年 134ページ。)

都市部においては、空き店舗の活用、地元生産者と提携した市（いち）を開設するなどによって活性化を図っている。また町村部（地方部）では、人口減少にともなう過疎化と高齢化、働き手不足などの問題を抱えているとし、農林水産品や棚田、里山などの地域資源を活かした東北らしいCBが期待されている。

以上のことから、都市部において生じている問題、課題、地方・町村部がかかえている問題、課題は人口集積度、地理的条件、風土、文化などそれぞれの地域特性によって異なっていることが明らかになった。東北7県においてもそれぞれの県や市町村レベルで違っていたし、これが全国レベルになるとさらに都市と地方の差は大きいように推察される。

コミュニティ・ビジネスをエンパワーメント型CBとエンリッチメント型CBの2タイプに、また詳細に地域資源活用型CB、地域問題解決型CB、地域生活支援型CB、地域起業就労型CBの4タイプに分類し、さらに都市型CBと地方型CBの2タイプ、合わせて8タイプを検討してきたが、IIの「2. CBの定義策定」で定義したように、「事業に参加している住民のみでなく、その事業が提供する商品やサービスによって地域住民の生活が今の現状以上に改善されれば、コミュニティ・ビジネスの従事者と地域住民はWIN-WINの関係を続けられる」と言うように、地域住民が現状よりもさらに物心ともに豊かな生活を送るためにもこれらのCBの展開が必要となるのである。

## 結びにかえて

本稿では、日本全国を北海道、東北、北関東、南関東、北陸、東海、近畿、京阪神、山陽、山陰、四国、北九州、南九州の13のブロックに分け、それらのブロック毎に道庁、県庁、府庁、市町村、さらに国の機関、団体、個人などが提示してあるCBの定義を基礎にして、CBの基本的性格について考察した。（資料1）

まずIでは、「コミュニティ・ビジネス」という言葉の意味についての検討からはじめた。コミュニティという言葉とビジネスというそれは、これまで日常的に別々に「コミュニティ」、「ビジネス」として単独では使用されてきた。だがこれを組み合わせてコミュニティ・ビジネスというように使用されるとイメージがつかなくなる。ともするとコミュニティとビジネスは相反するような意味にも捉えられてしまう。そこでコミュニティの概念についてマッキーヴァー、ヒラリー、松原教授の社会学的視点からの見解を考察した。コミュニティに含まれる内容についてマッキーヴァーは「地域性」と「地域社会感情」、ヒラリーは「地域性」、「社会的相互作用」、「共通の絆」、松原氏は「地域性」、「相互作用」、「共同性」、「社会的資源」、「生活環境施設の体系」、「共通性」、「態度的規定」などをあげていた。3者に共通していたのは「地域性」、「地域社会感情・共通の絆・態度的規定」、ヒラリーと松原氏に共通していたのは「相互作用」であった。そのためここでは、この3つの条件すなわち「地域性」、「地域社会感情・共通の絆・態度的規定」、「相互作用」をコミュニティの内容とした。

またビジネスに関しては経営学的視点から池内教授、井上教授、平井教授、山本教授、片岡教授のビジネスの捉え方などを比較検討した。ビジネスという意味は池内教授、井上教授の見解によれば「経営」であった。そのビジネス（経営）を平井教授は「主体性」、「目的性」、「計画性」、「組織性」、「経済性」、「収益性」、山本教授は「事業性」、「(担当者などの)主体性」、「経営の主体性＝経営性」、片岡教授は「事業性」として説明されていた。ビジネスという場合には事業性が求められ、事業を経営していくときに付随的に主体性、目的性、計画性、組織性、経済性、収益性、経営性が必要であると位置づけた。

IIでは、Iで明らかになったコミュニティの概念とビジネスの概念をもとに実際のCBの定義の意味とそれが合致しているのかどうかを検討した。資料1でCBの定義に関して共通する内容についてキーワード化し分析した結果から、多数の団体に共通している「地域性・ローカル性」、「事業性・ビジネス性」、「変革性」、「住民性・市民性」、「主体性」、「雇用創出性」、「継続性」、「地域資源活用」、「自己実現（生き甲斐・働きがい・やり甲斐）」、「利益性・収益性・営利性」、「地域貢献性」、「有償性」、「経済性（低コスト）」、「起業性・創業性」、「人間関係（連携）性、ネットワーク化」の15のキーワードを、さらにそれ以外にCBとして必要なキーワード「社会性」、「多様性」、「目的設定性」、「自立性」・「自律性」、「非ボランティア性」、「社会貢献性」、「地域還元性」、「ミッション性（思い・志）」なども入れながら独自のCBの定義を策定した。

IIIでは、CBの類型化について検討した。CBを内容や目的によって分類する前に、まず資料1で29団体のすべてのCBの定義にあげられていた「地域性」、「変革性」、「事業性、ビジネス性」という3つのキーワードをコミュニティ無関連の事実とし、それ以外のものをコミュニティ関連の事実と位置づけた。そしてそのコミュニティ無関連の事実がなぜCBに必要なのか。どうしてコミュニティ無関連の事実の「地域性」、「変革性」、「事業性、ビジネス性」という内容がなければCBが成立しないのか、その3者に求められていることは何なのかを明らかにした。その後、エンパワーメント型CB、エンリッチメント型CB、山崎教授によるCBの分類として地域資源活用型CB、地域問題解決型CB、地域生活支援型CB、地域起業就労型CBを紹介し、さらに山崎教授の分類でCBは区別できるのかについて批判的に検討した。またコミュニティ無関連の事実の変革性に求められるものとして「早急性（至急性、緊急性）」がある。その早急性から捉えれば山崎教授のいう4タイプはどのように分類されるかについて考察した。そして最後にCBを都市型CBと地方型CBに分類した。都市において必要とされているCB、地方に求められるCBの事例を挙げながら検討した。さらに同じようにCBを都市型と地方型、厳密に言えば都市型ビジネス（市レベル）と農林水産地域型ビジネス（町村レベル）にタイプ化していた東北地方のCBの分析を紹介した。

このようにCBの定義について資料1の結果を踏まえて、CBの定義に関する基本的性格について検討してきた。CBの言葉の意味、CBの定義の分析とその策定、CBの類型化とそれぞれ段階を踏まえて考察してきた。このCBの分野は歴史的にもまだ新しく、これから盛んに研究され

ていくであろう。そのため例えば一つの仮説（モデル）としてCBの定義の策定や類型化を行ったが、今後この類型化に関しては実際にCB活動を行っている団体を取り上げ分析し、その上で考察してきたような具体的に言えばエンパワーメント型CB、エンリッチメント型CB、地域資源活用型CB、地域問題解決型CB、地域生活支援型CB、地域起業就労型CB、都市型CB、地方型CBのどのタイプに分類されるのかなどを検討していかなければならない。それによって再考してなければならぬ分類も出てくるであろう。これは今後残された課題である。

現代社会においてCBは萌芽し、注目されはじめてきたばかりであり、経済産業省や中小企業庁なども新規事業として盛んに調査、研究、啓発を進めている。しかし残念ながら一般市民はまだCBの存在すら知らない現状がある。一方で一般市民に認識されるように行政機関のみならずCBの団体、研究機関なども啓発に努めなければならないが、他方で現在活動しているCBが継続的に事業展開されているのかも経過観察し支援していく必要がある。今後、本稿で明らかになったCBの定義や類型化の基本的内容を踏まえ、既述した残された課題に取り組んでいきたい。

#### （注）

- 1) 細内信孝編集『地域を元気にするコミュニティ・ビジネス』ぎょうせい 2001年 2ページ。
- 2) 小学館『プログレッシブ英和辞典』小学館 1991年 384ページ。
- 3) R.M.Maclver, *Community*, 4th edition., 1970.
- 4) *ibid.*, P.22. 中久郎・松本通晴監訳『コミュニティ』ミネルヴァ書房 1975年 46ページ。
- 5) *ibid.*, P.23. 同上 46ページ。
- 6) *ibid.*, P.24. 同上 47ページ。
- 7) *ibid.* 同上 507ページ。訳者付論II松本通晴「マッキーヴァーのコミュニティ概念の展開」。
- 8) *ibid.* 同上 507ページ。
- 9) G.A.Hillery. *Definition of community: Areas of agreement, Rural Sociology*, Vol.20, 1955.
- 10) *ibid.* 鈴木宏編『都市化の社会学（増補）』誠信書房 1978年 305～308ページ。
- 11) *ibid.* 同上 313ページ。
- 12) *ibid.* 同上 314ページ。
- 13) 松原治郎『コミュニティの社会学』東京大学出版会 1978年 25ページ。
- 14) 同上 25～27ページ。
- 15) 地域や生活の場に何らかの感情を持ち、そこで多数の事象と関わっているという内容がマッキーヴァー、ヒラリー、松原教授の理論に入れられていたので1つの枠にまとめた。
- 16) 大橋昭一『経営学理論』1992年 1ページ。
- 17) 小学館『プログレッシブ英和辞典』小学館 1991年 265～266ページ。
- 18) 野田信夫編『経営英和辞典（増補版）』ダイヤモンド社 1980年 48ページ。
- 19) 長谷川啓之編『英和経済用語辞典』富士書房 1991年 62ページ。
- 20) 平井泰太郎編『体系 経営学辞典』ダイヤモンド社 1952年 26ページ。
- 21) 同上 84ページ。
- 22) 同上 132ページ。
- 23) 同上 133ページ。
- 24) 山本安次郎『増補 経営学要論』ミネルヴァ書房 1975年 74～75ページ。同様の内容について他の箇所でも山本安次郎は次のように説明している。「経営は何よりも先ず何等かの事業を営む作用であり、能力である。『営むこと』である。……その作用にせよ、能力にせよ、それには当然担当者があり、主体がある。この担当者または主体たる営業者が単独にまたは集団として営むを意味するのである。…アメリカのマネジメントは作用であり、またその主体である。然るに、この営業者がそれを土台とし、手段として営むところの物的・技術的設備つまり『営むというもの』がまた営むといわれる。……ドイツのベトリブという言葉は本来これを意味している。この意味での営むは、いわば事業営むの実体というべく、前の事業営むの作用と対立する。ところが、この体と用との統一的存在がまた営むとい

われる。『経営というもの』と『経営ということ』との統一といってもよい。それは、一定の資本構造（企業）と事業構造との経営的統一であって、経営体と呼ばれるものがこれである。英語のマネジメントも時にはこれを意味することもある。更に見方をかえれば、経営は労働に対立するものとなる。例えば、労働権に対する経営権が問題となるが如きはそうである。ところが、経営は単に労働に対するだけでなく、資本に対するものとしても理解される。資本つまり所有権に対する経営権が問題となる場合には、この意味での経営が考えられるのである。つまり、労働や資本に対する経営の自主性や自律性が問題となっているのである。要するに、ここでの経営は、neither prolabor nor antilabor, neither procapital nor anticapitalとして中立を示し、従来の企業主体性に対して、いわば経営主体性を示すのである」と。（同上 30～31ページ。）

- 25) 山本安次郎『増補 経営学要論』ミネルヴァ書房 1975年 52ページ。
- 26) 同上 53～54ページ。
- 27) 片岡信之編著『要説 経営学』文眞堂 1994年 45ページ。
- 28) 厚生労働省の日本をブロック毎に分けた際の分け方と同じものを使用する。
- 29) この内容をキーワード化することに対する批判は甘んじて受けなければならない。
- 30) [http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/community/index\\_about.html](http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/community/index_about.html)  
（アクセス日 2007/07/20）
- 31) 「地域貢献性」、「社会貢献性」、「社会奉仕性」などは言葉こそ異なり似たような内容ではあるがその地域でのCBの定義を尊重し、それらの言葉をひとくくりせず使用する。
- 32) 現在CBの主体として多く活動しているのがNPOである。そのNPOは非営利組織であるため、営利を追求してはいけなくと理解される場合が多い。NPOと同様に、NPO以外のCBの主体、例えば株式会社、有限会社などにも営利追求を行ってはいけないというようなことを要求する場合がある。本来はNPO団体であっても営利を追求する活動を行ってもよいのである。NPOの解釈に誤解がある。NPOの非営利とは無償で財やサービスなどを提供するとはまったく別の概念であり、その提供したものによって利益を上げることが問題のないことである。ただし周知のように利益を追求してもそれをスタッフなどの関係者に分配せず、次期の事業のために再投資することがNPOには求められている。（経済企画長編『平成12年度 国民生活白書 -ボランティアが深める好縁-』大蔵省印刷局 2000年 140ページ参照。）非営利活動をするのがCBであると考えている場合が多いように見受けられる。そのためCBの解釈にも誤解が生じ、CBに非営利性、ボランティア性を求める。資料1でも示されているようにCBの定義のなかに29団体のうち7団体が「非ボランティア性」を掲げている。これはNPO団体と同様に扱われること、すなわち誤解されている場合が多いからであると考えられる。この誤解は払拭していかなければならない。
- 33) 奥林康司、稲葉元吉、貫孝夫編著『NPOと経営学』中央経済社 2002年 33ページ。
- 34) 拙稿「非営利組織（NPO）の基本的性格に関する一考察」『奈良産業大学紀要』第21集 2005年12月25日 39～40ページ参照。
- 35) 清水準一・山崎喜比古「アメリカ地域保健分野のエンパワーメント理論と実践に込められた意味と期待」日本健康教育学会誌, 4(1), 1997年, 11-18ページの抄録（清水準一氏のホームページより引用 <http://www.j-shimizu.net/modules/bwiki/index.php?EmpowermentJjhpe>（アクセス日 2007/08/31））
- 36) 山崎丈夫『地域コミュニティ論（改訂版）』自治体研究社 2006年 150ページ。
- 37) 東北地方でも、地域特性すなわち人口集積や地理的条件は考慮しなければならないとしたうえで宮城県仙台市は例外としている。
- 38) 財団法人東北産業活性化センター編『コミュニティ・ビジネスの実践』日本地域社会研究所 2000年 131ページ。

## 追記

本稿は、科学研究費補助金（平成18年～20年度）の対象となった「奈良県コミュニティ・ビジネスの経営学的研究」の一環をなすものである。