

平成 21 年 06 月 11 日現在

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2006-2008

課題番号：18530321

研究課題名(和文) 奈良県コミュニティ・ビジネスの経営学的研究

研究課題名(英文) Nara community business from management perspective

研究代表者

宮坂 純一(MIYASAKA JUNICHI)

奈良産業大学・ビジネス学部・教授

研究者番号：30128821

研究成果の概要：現在、世界各地で、地域住民を主体として、ビジネスの視点を取り入れて地域を活性化する活動が展開されている。これは地域密着型経営とも言える事業であり、日本では「村おこし」という名で知られていたこともあるが、今日ではコミュニティ・ビジネス(CB)として総称されている。但し、CBのあり方には地域差があり、実態がほとんど解明されていない地域もある。本研究によって奈良県CBの全体像を把握することが可能になった。

交付額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2006年度	2,000,000		2,000,000
2007年度	1,000,000	300,000	1,300,000
2008年度	500,000	150,000	650,000
年度			
年度			
総計	3,500,000	450,000	3,950,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：経営学・経営学

キーワード：経営学、コミュニティ・ビジネス、社会的企業、地場産業、企業家精神

1. 研究開始当初の背景

(1)申請者の所属する大学が奈良県にあることもあり、研究を始める以前から県内の各地でコミュニティ・ビジネスが展開されていることは承知していた。しかしその実態は不明であり、それ故に、研究を始めるとすぐに主として奈良県庁のウェブを見たり県庁の当該部署を訪ね問い合わせたが、コミュニティ・ビジネスに関する『報告書』に類する資料が存在しないことが判明し、自分たちで「ゼロから」基礎資料を収集しなければならなかったことがわかった。と同時に、いわゆる地

場産業ないしは伝統工芸が「地域興し」と関連してこれまでとは異なる在り方で持続・発展に向けて模索している現状が見えてきた。

(2)上記の事情を考慮して、申請時の予定を見直し、奈良県境の地域だけでなく東北地方の「コミュニティ・ビジネス」の現状を調査することを優先し、当該地の地場産業とコミュニティ・ビジネスの関連を調べることに重点を置いた。その結果、「地場産業型コミュニティ・ビジネス」が存在し得るのではないのか、との仮説に達した。それと並行して、

各種の文献を調べた結果、欧米には、地域経済開発あるいは社会的企業がひとつの流れを形成している現状を確認できた。特に、社会的企業のメルクマールは類似の事業のなかからコミュニティ・ビジネスを特定する場合にも有効なツールとなり得ることがわかったことが大きな収穫であった。

2. 研究の目的

(1)本研究の目的として、奈良県で展開されているコミュニティ・ビジネスの事例から「成功している」コミュニティ・ビジネスに「共通する」要因を、経営学の視点から整理し、普遍化し、「モデル」を構築し、これからコミュニティ・ビジネスを立ち上げる人達に対して指針を提示することを掲げ、研究を行ってきた。

(2)奈良県では、大阪や兵庫と比べると、どの地域で、いかなる主体が、コミュニティ・ビジネスを展開しているのか、という基礎的な事柄が十分に解明されず情報が共有されていない状況が続いてきたが、その「盲点」を埋めることも本研究の目的のひとつであり、収集された奈良県のコミュニティ・ビジネスに関する情報をウェブで公開することを視野に入れて研究を始めた。このような作業は今後の奈良県コミュニティ・ビジネスの本格的な研究の基礎資料となるであろう。

しかしそれだけではなく、本研究を続ける過程で、製墨業、配置家庭薬業、靴下工業、等の地場産業に代表されるように、潜在的には十分に存在していると考えられる企業家精神を掘り起こし、本研究が地域活性化の一助となる可能性も大いにありえるのであり、本研究にはこのような実践的な意義(目的)もあることを十分に認識して研究を行ってきた。

3. 研究の方法

(1)本研究は研究代表者と2名の研究分担者で構成される研究組織で実施された。

コミュニティ・ビジネスを研究する組織として、3名の研究者で奈良産業大学コミュニティ・ビジネス研究集団(Study Group for Community Business of Nara Sangyo University(SGforCBofNSU))を立ち上げた。宮坂純一が研究の方向付けと資料の体系化を担当し、矢倉伸太郎と西村剛が実態調査と資料の分析にあたることを基本的な役割分担としつつも、幾つかの事業体には3人で出向き、研究を進めてきた。

(2)実践的に使える調査結果をまとめるためには、これまでの先行研究成果を吸収することが必要である、との認識で、調査研究と平行して、研究参加者全員が現在展開されてい

る日本の事例を文献にて調べ、コミュニティ・ビジネスの特徴、地域的特性を十分に把握したうえで研究を進めてきた。

また、奈良県のコミュニティ・ビジネスの特徴を把握するためには、比較検討作業が不可欠であるために、本研究では調査対象を日本に限定せず、欧米の類似事業体も研究対象に含めている。これは、欧米には、例えば、社会的経済、ワークス・コレクティブ等が当該地域独自の活動を展開してきたという伝統があるだけでなく、近年では、市民起業家、地域開発NPO等が地元コミュニティの資源を利用して積極的な活動を展開しているという現実を踏まえたものであり、我々の場合には、後述のように、ドイツのビール業界を調査対象として研究を進めてきた。

4. 研究成果

(1)コミュニティ・ビジネスを明確に定義したこと。

我々が日本の既存の研究成果及び欧米の社会的企業に関する文献を読み解き検討しその後実態調査で確認した「コミュニティ・ビジネス」像は以下のように文章化される。

ある事業主体が、奈良県の特定の地域に立脚して(根付いて)

その地域の発展に資する明確な目的を掲げ(当該地域全体の課題として認識されている問題の解決を目的として)

その地域の資源を活用し、ビジネスとしての手法を用いて(無償の奉仕活動ではなく、利益を優先するのではないが利益をあげることを念頭に置いて)、継続的に展開している経済活動。

これがコミュニティ・ビジネスである。

(2)コミュニティ・ビジネスのベンチマークを構築したこと。

上記の定義から、「コミュニティ・ビジネスのベンチマーク(類似の事業のなかからコミュニティ・ビジネスを特定化するメルクマール)」が導き出されることになる。それらは、コミュニティに貢献するという明確な目的があること

市民グループによって立ち上げられていること

活動によって影響を受ける人々を巻き込んでいる、という参加型の活動であること、財を生産したりあるいはサービスを供給するという継続的な活動であること

活動がボランティアに支えられることはあるが、有償労働が必ずあること

利潤分配の制限(出資者にすべて利潤を分配するのではなく、原則として、制限された割合で配分されており、事業拡大にすべて投資されることもあること)

である。

我々は、これらのすべてが必ずしも当てはまる必要はないが、それらの相当数が該当しない事業はコミュニティ・ビジネスとしては識別されない、との考えで調査を実施し資料の分析を進めてきた。特に、コミュニティに貢献するという明確な目的を欠いている事業はコミュニティ・ビジネスとは「無縁の」存在である。

但し、社会的目的(ミッション)を明示的に掲げている、特に、文章化している事業体はほとんど見られなかったし、また、自分たちがコミュニティ・ビジネスを展開しているとの自覚(認識)を持っている事業体は少数であった。

(3)奈良県のコミュニティ・ビジネスを 11 タイプに分類したこと。

奈良県のコミュニティ・ビジネスは 11 タイプに分類される。

- 1) 観光事業起業・再構築(エコツーリズム)型、
- 2) 環境保全(リサイクル)型、
- 3) 人材育成・就労支援・雇用促進型、
- 4) 情報提供(ミニコミ誌発行)型、
- 5) 教育啓蒙(生涯学習支援)型、
- 6) 福祉・介護型、
- 7) 地場産業継承・再構築・創出型、
- 8) 地域づくり(地域振興)型、
- 9) 商店街活性化型、
- 10) 伝統技能(工芸)継承・維持・復活型、
- 11) 支援センター。

これはすでに公表されている他府県の「コミュニティ・ビジネスに関する報告書」を参照し我々なりに検討した結果である。「地場産業型コミュニティ・ビジネス」をひとつの独立したタイプとして前面に打ち出していることに我々の研究の独自性がある。

(4)コミュニティ・ビジネスというコトバが現場レベルでは現在でも浸透していないことが浮き彫りにされたこと。

比較研究の意味もあり、東北地方及び信越地方を中心に、秋田市、仙台市、盛岡市、一関市、遠野市、新潟市、等々のコミュニティ・ビジネス事情を調査した。「報告書」が発行されていても必ずしも網羅的でなく、たとえば、岩手県では県レベルでは把握されていないが現実にはコミュニティ・ビジネスを展開している事業体がかかり存在することが確認された。但し、事業に携わっている当事者は自分たちの事業を必ずしもコミュニティ・ビジネスとして認識しているわけではなく、「地域活性化をめざしている事業」として位置づけられることに対して戸惑いが見られた。このような現状は、「コミュニティ・ビジネス啓蒙活動」が今の段階でも必要な作業で

あるのか、という課題を我々に投げかけることになった。

(5)ドイツの地ビール産業の実態調査から「ウチの認識」と「ソトの識別」に乖離があることを再確認できたこと。

奈良県には清酒の発祥地として知られる正暦寺があることもあり、地場産業型コミュニティ・ビジネスのひとつの事例として、地酒・地ビールに注目して研究を進めてきた。ドイツの現状を調査したのはこの可能性を探るためであるが、その前後に、国内の地ビール醸造所及び酒造所に対しても、たとえば、北海道小樽市、福島県会津若松市のビール醸造所、並びに会津若松市や喜多方市の日本酒の醸造元に対して、聞き取り調査を実施している。

ドイツにはそれぞれの地方に(ドイツ全体で 1200 箇所以上を数える)醸造所があることが知られているが、今回は、ミュンヘン、バンベルク、レーゲンスブルク、ベルリン、ドレスデン、の 5 都市の、主として、修道院のなかの醸造所を訪問した。ドイツのビール産業は歴史的にも古く、それぞれの地域でその地域の資源を利用してその地域の自然・風土に合わせて発達してきたものであり、そこで働いている人々の中では、その事業がその地域に根ざしたものであることは当然の事柄として観念されていることが改めて判明した。言葉を換えて言えば、彼らは、自分たちの活動の結果として地域が活性化しているという現実があるとしても、日々の活動では地域活性化ということ意識していないのである。したがって、ドイツの(地)ビールの実態とその現状(事実)をコミュニティ・ビジネスとしてみなすかみなさないかということは全く別の問題であり、すべては我々の判断に掛かっていることが理解された。

我々の立場では、事業形態が協同組合的なものであれば、それは社会的企業のひとつのタイプであり、コミュニティ・ビジネスとしてみなすことができると思われる。これは日本の地場産業にも妥当することであり、地場産業型コミュニティ・ビジネスのひとつの特徴であろう。

(6)企業(起業)家精神の存在を確認できたこと。

大和高田市に「財団法人 奈良県広域地場産業振興センター」があり、そこを拠点に、「ならベンチャー 21」が、13 の事業体を会員として、「環境に優しいものづくり」をめざして活動を展開している。これは異業種商品開発グループである。その会員企業に聞き取り調査を実施したりあるいは招かれて意見を交換する機会を数度持つことができた。そこでわかったことは、いわゆる中小企業の中には環境の激変に対応しなければなら

いという危機感が極めて強いということであり、環境問題に対応すべく試行錯誤を続けている。但し、経営者の後継者問題、経営者同士の世代間ギャップ、等の課題を抱えており、「我々の立場で、何ができるのか」と自問自答する日々が続く、産学協同(提携)の必要性を改めて痛切に感じている。

(7)奈良県コミュニティ・ビジネスのこれからのあり方を象徴する事例を見いだせたこと。

奈良県のコミュニティ・ビジネスの今後の展開を示唆している事業として、たとえば、吉野杉・檜を利用し和紙や箸をつくっている事業をあげることができるであろう。特に、箸は端材(廃材)を利用した特産品であり、吉野地方のひとつの産業として位置づけられるものである(地場産業でもある)が、同時にこれは環境に配慮した製品でもあり「典型的な」コミュニティ・ビジネスである。中国製の割り箸が大きなシェアを占めている現在、この吉野の資源を利用した特産品ビジネスが、販売経路の構築・安定化、資金調達手段の確保、後継者の育成、等の問題を解決して、どのように推移していくのか。我々はその展開に大いに注目している。

他にも、大和の伝統野菜の調査研究・継承をめざして活動をはじめ現在では地産地消レストラン経営をしているグループ(「清澄の村」)や都祁の里に伝わる自然栽培法を受け継いで無農薬で有機栽培による安全な大和茶づくりをめざしているグループ(「健一自然農園」)があり、若い世代の人々が事業の中心を担っている。彼らはいずれも、本来であれば公的な組織が解決すべき課題を、ミッションとして掲げて事業を展開している、という意味で、あきらかに「社会的企業家」であり、特に、「清澄の村」がコミュニティ・ビジネスと呼ばれるよりも「社会的企業家」と呼ばれる方がうれしい、と述べていたのが印象に残っている。

(8)インキュベータや地域金融機関の存在を確認できたこと。

コミュニティ・ビジネスが継続的に活動をおこなっていくためには、一時的な公的支援(補助金の支給)だけではなく、それ以外に日々の活動において様々な支援活動が不可欠である。これは欧米の事情を観察すれば明白な事柄であり、いわば「市民社会の成熟性」がコミュニティ・ビジネス(社会的企業)の成否を決める要因でもある。特に必要なものはインキュベータと地域金融の整備であろう。

この点、奈良県には、前者に関しては、いまだ広くは知られてはいないが、「アタックメイト奈良」(NPO法人)がすでに着実な実績を残しており、今後の支援活動のモデルになると思われる。これは企業OBの技術者が

組織しているものであり、現場中心の支援活動を展開している。これもひとつのコミュニティ・ビジネスであろう。

また後者に関しては、奈良中央信用金庫が「地域社会の一員としての活動」を積極的に展開していることが確認された。今後この活動がNPOバンクなどの創設に繋がれば、奈良県のコミュニティ・ビジネスを支える大きな力になるものと考えられる。

(9)奈良県下のコミュニティ・ビジネスを特定し、コミュニティ・ビジネスに該当すると判断した事業体の概要を記載した「奈良県コミュニティ・ビジネス一覧」(2009年3月6日付け)を作成したこと。

「奈良県コミュニティ・ビジネス一覧」は、現在、研究代表者(宮坂純一)が開設している<http://www.nara-su.ac.jp/~miyasaka/>において公開中である。そしてその「一覧」と、2007年度に公表した論文の中から2本の論文(「コミュニティ・ビジネス概念の確立に向けて(1)」、「コミュニティ・ビジネスの定義に関する一考察」)を選び、それらを、「一覧」の中で名前を挙げている事業体及び奈良県の関連団体(市町村の商工会等)そして調査で訪問した他府県のコミュニティ・ビジネス及び関連団体に、SGforCBofNSUの署名入りで、2009年3月に、送付している。

今後、前年度までに公表した4本の論文等といまだ公表していない手元の資料(草稿)を纏めて、所属機関の機関誌に掲載するか、あるいは、オンライン公開する。と同時に、奈良県コミュニティ・ビジネスの現状を知らしめる目的で、上掲のごとく「奈良県コミュニティ・ビジネス一覧」をウェブに掲載するだけではなく、条件が許す限り(当該事業体の許可を得て)、代表的なコミュニティ・ビジネスを詳しく紹介したページをアップする。

(10)総括に代えて。

申請当時の研究目的のひとつであった「成功しているコミュニティ・ビジネス《モデル》の構築」に関しては、予想外に(想定以上に)奈良県のコミュニティ・ビジネスが「未発達」であったために、結果的には、傾向を提示できる為に必要な数の分析対象事例を収集することができなかった。しかし、分析の枠組みは構築できているので、今後も継続的に資料の収集を続けて、多少時間が必要かもしれないが、それらを整理して当初の目的を達する予定である。

もう一つの目的であった「奈良県のコミュニティ・ビジネスのマップ作成」に関しては、前掲のウェブにおいても公開している「奈良県コミュニティ・ビジネス一覧」がそれに相当するものであり、それによって、奈良県コミュニティ・ビジネスの現況を把握できる

と考えている。

5. 主な発表論文等
(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計4件)

宮坂純一、矢倉伸太郎、西村剛「コミュニティ・ビジネス概念の確立に向けて(1)
- - - 奈良県コミュニティ・ビジネスの経営学的研究序説」『産業と経済』第22巻第2号、2007年、1~16頁、査読なし

西村剛「コミュニティ・ビジネスの定義に関する一考察」『産業と経済』第22巻3号、2007年、21~50頁、査読なし

西村剛「コミュニティ・ビジネスの定義について - - 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 - - 」『産業と経済』第22巻3号、2007年、51頁~84頁、査読なし

宮坂純一「コミュニティ・ビジネスの新たな展開：地域経済開発から住民主体地域密着型ビジネスへ - - イギリスの事例を中心として - - 」『奈良産業大学紀要』第23集、2007年、38~58頁、査読なし

[学会発表](計0件)

[図書](計0件)

[産業財産権]
出願状況(計0件)

取得状況(計0件)

[その他]

ホームページにて成果を公開
<http://www.nara-su.ac.jp/~miyasaka/communitybusiness.html>

6. 研究組織

(1)研究代表者

宮坂 純一(MIYASAKA JUNICHI)
奈良産業大学・ビジネス学部・教授
研究者番号：30128821

(2)研究分担者

矢倉 伸太郎(YAKURA SHINTAROU)
奈良産業大学・ビジネス学部・教授
研究者番号：900031393

西村 剛 (NISHIMURA TSUYOSHI)
奈良産業大学・ビジネス学部・教授
研究者番号：60320793

(3)連携研究者
なし