

ベッドタウンからライフタウンへ

～新たな豊かさを導くコミュニティビジネスへの支援策～



愛知県岩倉市 宇佐美 祐二

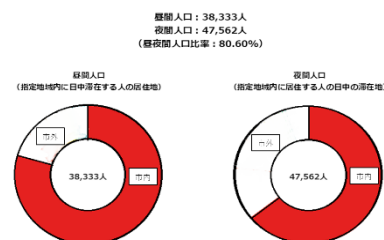
第 1 章 はじめに ～ウチになくてもヨソにある

10.47 km²という狭い市域の中に約 48,000 人が暮らす愛知県岩倉市は、古くから名古屋市を始めとする近隣産業都市のベッドタウンとして発展してきた。交通の要所としての利便性の中で、通勤や通学、買い物やレジャーなど必要に応じて近隣市町を出入りし、岩倉にないものや岩倉ではできないことを他所のまちで叶えることで人々は生活を満たしてきた。

住民は特に不便を感じず生活できているかもしれない。行政もこのことをウリにしている一面がある。しかし、本当にこのままで良いのか。ウチにあるものをウチで使っていくことで経済を循環させ、地域関係を築いていくことが大切ではないか。

本稿では、ベッドタウンとしての岩倉市の現状と課題を整理し、社会経済の在り方の議論を踏まえ、地域の経済循環とつながりを築いていくためのコミュニティビジネスの可能性と行政の支援策について検討する。

図 1：昼夜間人口比率



第 2 章 ベッドタウンとしての現状

この章では、市民の暮らしについて「働く」と「消費する」ことに着目し、統計や調査をもとに、岩倉市の実態と、市民がどのように行動しどう感じているかを分析することとする。

(1)「昼夜間人口比率」と「地域経済循環図」からみた岩倉市

地域経済分析システム「RESAS」によると、岩倉市の昼夜間人口比率は 80.6%である(図 1 参照)。また、地域経済循環図を見ると、岩倉市の雇用者所得 1,110 億円のうち、545 億円は地域外からの流入となっており、民間消費額 1,188 億円のうち 370 億円は地域外へ流出している。その結果、岩倉市の地域経済循環率は 62.6%に留まっている(図 2 参照)。いずれの値も、愛知県下平均より低く、隣接自治体と比較すると最も低い。

住民の多くは市外で働き、夜寝るために帰ってくる。しかも、市外から得た収入を市外で消費する傾向がある。さらに、この特徴が、隣接自治体の中で最も顕著である

愛知県	名古屋市	一宮市	江南市	小牧市	北名古屋市	岩倉市
101.38	112.81	86.38	84.13	117.67	90.94	80.60

出典：地域経済分析システム「RESAS」より筆者作成

図 2：地域経済循環図



愛知県	名古屋市	一宮市	江南市	小牧市	北名古屋市	岩倉市
107.0	124.3	75.4	66.4	132.6	86.5	62.6

出典：地域経済分析システム「RESAS」より筆者作成

といえる。

(2) 「統計でみる市区町村のすがた 2018」より 岩倉市内の実態について

総務省統計局「統計でみる市区町村のすがた 2018」(表 1)によると、2014 年時点での岩倉市の事業所数は 1,721 事業所であり、これは、愛知県内 38 市中 37 位と下から数えて 2 番目の少なさである。隣接する一宮市が 16,569 事業所、次いで小牧市が 6,675 事業所、江南市が 3,613 事業所、北名古屋市が 3,299 事業所となっており、周辺の自治体と比較して事業所数が少ないことが分かる。しかし、市域の狭い岩倉市において、単純な事業所数が少ないことは当然ともいえる。そこで、可住地面積あたりの事業所数を比較してみると、1 km²あたりに 164.4 事業所が存在し、これは北名古屋市に次いで 2 番目に高く、愛知県全体と比較してもかなり高い数字である。

同様に消費環境についても、小売店や飲食店、大型スーパーなどの単純な店舗数自体は少ないものの、可住地面積 1k m²あたりの店舗数は決して少なくないことが分かる。

表 1：可住地面積当たりの事業所数及び小売店等数

自治体	A 可住地面積 (km ²)	B 事業所数 (事業所)	B/A 可住地面積 1km ² あたりの 事業所数 (事業所)	C 小売店数 (事業所)	C/A 可住地面積 1km ² あたりの 小売店数 (事業所)	D 飲食店数 (事業所)	D/A 可住地面積 1km ² あたりの 飲食店数 (事業所)	E 大型 小売店数 (事業所)	E/A 可住地面積 1km ² あたりの 小大型売 店数 (事業所)	F 百貨店、 総合 スーパー数 (事業所)	F/A 可住地面積1k m ² あたりの百 貨店、総合 スーパー数 (事業所)
愛知県	2,988.19	327,019	109.4	53,364	17.9	37,708	12.6	1,069	0.4	157	0.1
名古屋市	316.25	125,884	398.1	18,713	59.2	16,862	53.3	381	1.2	46	0.1
一宮市	113.82	16,569	145.6	2,624	23.1	1,858	16.3	58	0.5	8	0.1
江南市	30.20	3,613	119.6	627	20.8	451	14.9	10	0.3	2	0.1
小牧市	56.03	6,675	119.1	969	17.3	592	10.6	23	0.4	4	0.1
北名古屋市	18.37	3,299	179.6	510	27.8	314	17.1	8	0.4	2	0.1
岩倉市	10.47	1,721	164.4	272	26.0	211	20.2	8	0.8	2	0.2

出典：「統計でみる市区町村のすがた 2018」より筆者作成

(3) パーソントリップ調査より ー市民がどのように行動しているかー

次に、市民が実際にどのように行動しているかを、中京都市圏総合都市交通計画協議会が提供している「中京都市圏パーソントリップ調査 (2011 年実施)」をもとに分析する。パーソントリップ調査とは、どのような人がどのような目的でどこからどこへ移動したかを調査するものである。ここでは、岩倉市に住所を置く者の、岩倉市を出発点とした市内及び市外への移動を目的ごとに集計したデータを用いて、移動の状況を分析する (表 2 参照)。

表 2：目的ごとの移動

行動の目的	市内	市外・県外
通勤	26.1%	73.9%
日常的な買い物	73.0%	27.0%
食事	47.3%	52.7%
娯楽・レジャー	30.5%	69.5%
日常的でない買い物	31.5%	68.5%

出典：「第 5 回中京都市圏パーソントリップ調査」をもとに筆者作成

まず、通勤については、市内への移動が 26.1%、市外への移動が 73.9%となっており、市民の大半が市外で働いているといえる。次に、「日常的な買い物」については、73.0%が市内、27.0%が市外となっており、食料品や衣料品、生活用品などの生活必需品の買い物環境は市内に整っていると考えられる。ただし、市内の商店街はすでにシャッター街と化しており、ここでの買い物物の大半は、大手チェーンが展開するスーパーやショッピング

モール、ドラッグストアやコンビニエンスストアにおけるものであると推察される。一方、「食事」は市内が 47.3%、市外が 52.7%、「娯楽・レジャー」は市内が 30.5%、市外が 69.5%、そして「日常的でない買い物」は市内が 31.5%、市外が 68.5%となっており、これらはすべて市外での活動が市内を上回っている。つまり、生活必需品以外の消費活動は、主に市外で行われていることが分かる。

(4) 市民意向調査より ー市民がどう感じているかー

では、市民はどう感じ、どう考えているのか。2013 年に実施した「岩倉市市民意向調査」において「総合的な住みやすさの評価」では、市民の 76.8%が住みやすいまちだと回答している(図 3 参照)。だが、これは裏を返せば、4人に1人は必ずしも満足している訳ではないとも言える。そこで次に、「岩倉市の魅力がない点」という設問に対する回答を見ると、順に「防犯面における不安が多い」、「働く場所がない」、「まちに活気がない」が挙げられている(表 3 参照)。さらに、「生活の場としての評価」の項目を見てみると、「家族で休日や余暇を過ごすまち」だけが大きくマイナス評価になっている(図 4 参照)。

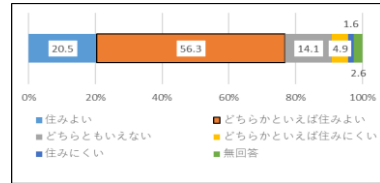
このように岩倉市は、事業所や小売店、飲食店などの数は少なくないにも関わらず、実際の雇用機会の多くが市外にあり、また、消費などの経済活動もその一定割合が市外で行われている。そして、このことが「働く場所がない」と感じることを含め、日中に市内に滞在する人口が少なく、防犯上の安心が得られないことや、まちに活気を感じられないことに結びついているのではないかと推察される。

(5) 地域コミュニティの希薄化

市民意向調査のうち、「暮らし」について考える上で、もう一点、着目すべき結果がある。それは、「市民活動や地域活動への参加状況」の低さである(図 5 参照)。市民の半数を超える 54.1%が、市民活動や地域活動に参加する意向はないと回答している(18.3%が無回答であるため、潜在的には不参加意向はさらに高いと考えられる)。

個人と個人が集まって暮らす場が地域であり、地域におけるコミュニティの役割は多岐に渡る。地域活動の主体である行政区(いわゆる町内会)は、交流・親睦を図るための行事や公民館の管理、子ども会や老人会への支援、回覧板の管理など、住民の生活に直接的に関わっている。また、一方で、ごみ収集場所の管理や、防災活動、行政に対する要望のとりまとめなど、地域と行政の橋渡し役としても大きな役割を担っている。市民活動は、

図 3：総合的な住みやすさの評価



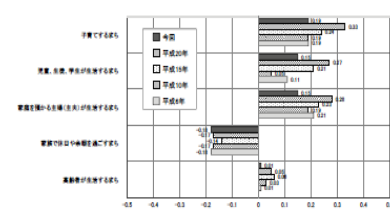
出典：岩倉市市民意向調査(2013年)

表 3：岩倉市の魅力がない点

順位	魅力がない点	割合 (%)
1	防犯面における不安が多い	51.0
2	働く場所がない	49.5
3	まちに活気がない	48.3

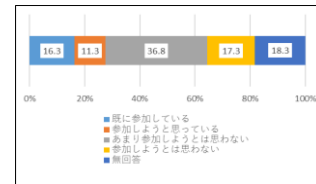
出典：岩倉市市民意向調査(2013年)

図 4：生活の場としての評価



出典：岩倉市市民意向調査(2013年)

図 5：市民活動や地域活動への参加



出典：岩倉市市民意向調査(2013年)

共通の趣味や考え方の人が集まって交流する場として、また、場合によってはまちづくりにおける行政との協働の相手として、重要な役割を担っている。しかし、行政区の役員を対象にした講演会において実施したアンケート結果や市民活動団体の活動実績報告書に記載された団体の課題などを見ると、メンバーの高齢化や固定化、後継者不足に苦しんでいる団体が見受けられる（表 4、5 参照）。

表 4：行政区の課題

区の活動において困っていることはありますか？ (自由記述)	意見数
役員のなり手がいない	5
区民が活動になかなか参加してくれない	3
区内の少子高齢化	3
区への加入を断られることがある	2
今後の区の在り方が心配	2
役員の仕事が大変	1
防災訓練への参加が固定化されている	1
独居老人の増加	1
無記入	12
合計	30

出典：講演会における区長へのアンケートより筆者作成

表 5：市民活動団体の課題

活動の上での課題、苦勞している点(抜粋)
参加するボランティアの確保
行事に対して市民の関心が得られない
中心メンバーの負担が大きく、役割分担の仕組みが必要
組織の縮小により、人員不足に苦しんだ
現役世代の加入がなく、高齢化していく一方である
メンバーの増員が課題
メンバーの大半が個人商店主であり、日曜日の行事にメンバーが集まらなかった。社員の取り込みが課題
事業の運営側のメンバーがなかなか集まらなかった

出典：市民活動団体活動報告書より筆者作成

(6) まとめ

以上の分析から、市民の意識や関心は、必ずしも市内や地域には向けられておらず、生活の比重は市外に偏る傾向があると考えられる。名古屋市を始めとした近隣産業都市に勤める人が岩倉市に住居を構え、日常生活以外の必要な消費活動は市外で行う。地域とのつながりも、必要最小限に留める。経済とコミュニティが分離し、ヒト・モノ・カネが循環しない地域に明るい将来はあるのか。

第 3 章 目指すべき地域の在り方

ここまでの考察を踏まえて、ベッドタウンとしての岩倉市の在り方について、新しい方向性を模索する必要がある。そこで、この章では、ベッドタウンにおける経済活動と地域コミュニティの新たな関係性について、文献とインタビューから得た目指すべき方向性を示した上で、課題を明確にし、本稿における提言について考察する。

(1) 広井良典「ポスト資本主義 科学・人間・社会の未来」より

広井良典は、その著書において、経済活動とコミュニティの本来の関係性を「コミュニティ経済」と名付け、以下のような指摘をしている。

近代社会以降の市場経済の急速な拡大あるいは資本主義システムの展開の中で、「コミュニティ」と「経済」の関係は次第に分離していった。しかし、コミュニティというものは、本来、人々の経済活動や日常生活の中にごく自然な形で存在している。農山漁村であれば、そこでのコミュニティは、その地域での農業や漁業という生産活動と不可分に結びついていて、商店街は、利用する人々の会話や交流が生まれるコミュニティ的空間であるが、そ

これは買い物というごく日常的な経済活動と一体のものであり、また商店の側から見れば、自営業としての文字通り経済活動である。このように、何らかの意味で、経済や生産・消費、雇用・労働といったものと結びついた形での活動や事業が、コミュニティ形成におのずとつながっていく可能性が大きく、またそうしたコミュニティは継続性ないし持続可能性も高くなるだろう。

以上の広井良典の指摘は、ここまでで分析したベッドタウンとしての岩倉市の現状に当てはまっているのではないか。労働者の大半は市外で働き、消費活動の多くを市外で行っている。日常的な買い物は73.0%が市内で行われているものの、商店街はシャッター街化し、買い物の中心は大手スーパーやドラッグストア、コンビニエンスストアである。そこには人々の会話や交流は生まれにくく、コミュニティ的空間の役割は果たしていない。「コミュニティ」と「経済」が乖離した現状を転換し、両者を結びつける必要があると考える。

(2) NPO法人志民連いちのみや理事長 星野博へのインタビューより

新しい地域の在り方を追求し、「想いを形にこの町で」をモットーとしてまちづくりに携わっている「志民連いちのみや」代表の星野博に話を伺った。当団体は、隣接自治体である愛知県一宮市において、市民活動支援センターを受託運営し、中間支援事業やまちづくり事業に携わる一方で、一宮オリジナルのコーヒーや地ビールを提供するコミュニティカフェも運営している。また、年に1度開催される大規模な地域マルシェ「杜の宮市」も手掛けている。

以下に、星野博の発言をまとめる。

これからの豊かな地域とは、徒歩や自転車で移動できる範囲に生活の基盤が手に入る環境があることだ。互いに顔が見える関係の中でこそ、安全・安心な地域社会が築かれる。そのためには、地域の中でビジネスを始める人が増え、誰もが小さなチャレンジができる環境が必要だ。そうして、地域の中でヒト・モノ・カネが循環する仕組みを作ることが新たな豊かさにつながる。

ここで言われるビジネスとは、商売ありきのものではなく、地域課題の解決や地域資源を活用した地域に根差したビジネスであることが重要だと星野博は言う。岩倉市内にも、地域課題の解決や地域資源の保全・発信に取り組んでいる団体は多く存在する。彼らの活動をビジネスにつなげ、ヒト・モノ・カネが循環する地域を目指すことが、新しい岩倉市の在り方のきっかけになりそうだ。

(3) まとめと提案

(1)(2)から、岩倉市が目指すべき地域の方向性が見えてきた。「コミュニティ」と「経済」を結びつけ、地域で顔が見える関係性を築いていく。そのために、地域に根差したビジネスを生み出し、ヒト・モノ・カネを地域で循環させる。

帰って寝るだけのベッドタウンではなく、地域とのつながりを保ちながら、何かあった時には互いに助け合うことのできるまち。マイカーの運転ができなくなった高齢者も、歩いて移動できる距離で必要なものが手に入り、生活の基盤が確保される安心なまち。さら

に、一人ひとりが何か特技を活かして地域に貢献し、小さくとも地域経済を循環させ、生活のゆとりを広げるためにいくらかの収入を得られる可能性の広がるまち。

これらを実現するための一つの手段としてコミュニティビジネスの創出を考えたい。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」（経済産業省 HP）を指し、星野博の言うビジネスと同義である。その効果として、地域における創業機会・就業機会の拡大や、地域社会の自立・活性化、地域コミュニティの再生などが挙げられている。また、参加する地域住民にとっては、社会活動へ参画することで自己実現を図り、生き甲斐を得る機会となることも期待されている。

第4章 コミュニティビジネス創出のための現状と課題の整理

コミュニティビジネスの第一人者といわれる細内信孝は、「コミュニティビジネスは、初めから会社を作るのではなく、地域の問題に取り組む人たちが集まって、初めはクラブが出発点になる」と述べている。この「クラブ」に当たるものが、岩倉市内では市民活動団体であり、彼らの活動を支援し、小さくともビジネスにつなげることが、コミュニティビジネスの創出につながると考える。

(1) コミュニティビジネスに必要な要素

市が設置している市民活動支援センター（詳細は後述する）に登録している団体は163団体存在し、活動の内容から様々な分野に分類できる（表6参照）。さらに、市に提出された登録申請書から団体の活動内容を整理したところ、活動の目的が趣味やサークル活動など団体内部の満足に留まらず、高齢者の居場所作り・子育て世代の交流の場作りや桜並木の保全、観光名所の発信など、地域課題の解決や地域資源の活用に関与していると考えられる団体は73団体ある。

これらの団体の活動がコミュニティビジネスにつながるのか、言い換えれば、コミュニティビジネスにはどのような要素が必要であるかを整理する。

NPO法人コミュニティビジネスサポートセンターのホームページによると、コミュニティビジネスの運営には「課題解決」「地域連携」「経済自立」「自己実現」という4つの要素が必要とのことである（図6参照）。

このうち、市民活動団体として活動している団体が、さらにコミュニティビジネスとしての発展を考えるには、「課題解決」「地域連携」の取組を展開することと併せて「経済自立度」を高めていくことが必要である。

表6：市民活動団体の分類

活動の分野	団体数	うち、地域課題に取り組む団体数	活動例
介護・福祉	24	21	ユニバーサルデザインの普及 認知症サポーター育成
自然・環境	10	9	五糸川や桜並木の保全 不用品のリサイクル
情報・ネット	4	3	団体向けPC活用支援 高齢者向けPC、スマホ教室
観光・交流	3	3	観光案内、地域資源の普及 障子市の発信
まちづくり	12	12	生活学習普及支援 青少年による地域課題や資源の発見
文化・芸術	73	4	芸術活動支援、市内アートの発信 山車の保存、継承
健康・スポーツ	15	2	全世代向けスポーツイベントの企画 アルコール依存症患者の支援
食品・料理	3	3	コミュニティカフェ 子ども食堂
子育て・教育	13	13	子育て世代の不安・悩み解決支援 子ども向けサイエンス教室
防災・防犯	1	1	地震対策などの啓発
国際交流	5	5	外国人が安心して生活できる環境づくり 外国人向け日本語教室
計	163	73	

出典：市民活動支援センター登録申請書の「活動内容」より筆者作成

図6：コミュニティビジネスに必要な要素



出典：(特非) コミュニティビジネスサポートセンターHP

(2) 市民活動団体に対する市の支援

次に、これらの課題に対し、行政はどのような支援を行っているのかを確認しておくこととする。

① 「地域連携」に関する支援 市民活動支援センター

市は、市民活動団体の活動支援組織として市民活動支援センター（以下、センターという）を設置している。月に 1 度開催される全体会は、団体の代表者や行政職員が出席し、団体同士や行政との交流・情報交換の場となっている。さらに、団体と、活動に必要な人材をマッチングするための人材バンク制度として「まちづくりネットワーク」を運用している。また、センターに登録することで、ホールや会議室などの設備の利用料金が減額され、設備予約が優遇されるなど活動上の恩恵を受けることができる。ただし、設備の利用に関しては、その活動に営利行為が含まれる場合は、事業活動と判断され、たとえそれが実費負担の参加費程度の収益であったとしても、利用料金が減額されるどころか、2 倍になってしまう制度となっている。

② 「経済自立」「課題解決」に関する支援 市民活動助成金制度

地域の課題解決や住民福祉の向上につながる活動に対して、その初動や運営上に必要な経費を支援する制度として、市民活動助成金制度がある。最長 3 年に渡って、初年度は活動経費の 70%、2 年目は 50%、3 年目は 30%を上限 15 万円の範囲で助成する制度になっている。3 年の間に、資金面や事業計画を整備し、経済的に自立することを期待している。ただし、活動であがった収益分は活動経費の算定から差し引かれてしまうという問題がある。また、活動で取り上げる地域課題については、あくまで団体の自主性に任せられ、行政が一緒に地域課題について考察・助言するには至っていない。

(3) 市民活動助成金制度利用団体の実情から見る課題の整理

市民活動助成金制度を利用した団体には、活動終了後に実績報告書の提出を義務付けており、その中で、活動における課題や苦勞した点などを報告してもらっている。また、これまでに 2 度、利用団体が自発的に「市民活動助成金制度をより良くするための円卓会議」を実施し、筆者も行政職員として同席した。実績報告書及び円卓会議で出された意見をもとに、団体の課題及びそれに対する取組と、行政が対応すべき支援について整理した（表 7 参照）。その際には、(1) で取り上げたコミュニティビジネスに必要とされる要素に着目した整理を行った。

まず、「課題解決」においては、多くの団体で、事業計画やニーズの調査などのプランニングにおける知識や技術が不足しており、ビジネスとしてしっかりとした事業計画が立てられるよう、専門的な知識や技術が得られる場が求められていることが確認された。

「地域連携」について見ると、チラシやパンフレット、市の広報誌や SNS を活用しているが、事業の周知だけでは参加者が集まらないという課題がある。また、人材育成や人手不足も大きな問題となっている。事業の目的や効果を一般市民に対して発信する場と、市民が関わり、応援する気運を醸成する必要がある。既存の「まちづくりネットワーク」

の改良も必要であろう。

「経済的自立」においては、団体は活動資金の調達に苦勞している。また、収益を上げるための集客や販路の確保が課題となっている。市民活動助成金制度においては、活動で得た収益分が差し引かれてしまうことが、経済的自立へのモチベーションを阻害していることが確認された。収益をあげ、協賛金や寄付金を得るなど活動資金を確保することがコミュニティビジネスの前提であるため、資金調達に関する支援や整備が必要である。

その他、活動の場の確保においても苦勞している。自宅や自己所有の建物を拠点としている団体もあるが、ほとんどの団体は、センターを始めとした市の公共施設を使用している。公共施設は原則として 3 か月前からしか予約できない。著名な講師を招く講演会や多くの出演者を呼ぶコンサートなどを計画的に実施するためにも、施設利用に関する条例等の規制緩和が必要である。

このほか、行政の姿勢や関わり方についても課題がある。(2) で述べた支援をみると、市はセンターや助成金制度を整備することに留まり、団体の活動に深く関わってこなかった。各団体がビジネスとして起業し、地域課題の解決に取り組むためには、行政が団体の意見を聞き、活動に参加して団体の実情を知り、団体が必要とする支援や効果的な方策とともに探求する姿勢が必須となる。

表 7: コミュニティビジネスに必要な要素ごとに見る市民活動団体の課題、取組及び行政が対応すべき支援

必要な要素	課題	団体の取組	行政が対応すべき支援
課題解決	<ul style="list-style-type: none"> ・ニーズの調査 ・事業計画の策定 	<ul style="list-style-type: none"> ・市民活動支援センターへの相談 ・経験を基にした計画の策定 	<ul style="list-style-type: none"> ・専門的知識や技術習得機会の創出
地域連携	<ul style="list-style-type: none"> ・人材・後継者の不足 ・活動への市民の不参加、無関心 	<ul style="list-style-type: none"> ・ロコミ、知人、団体間の協力 ・まちづくりネットワークの利用 ・チラシ、ポスター、SNS等の活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・まちづくりネットワークの改良 ・市民が関心を持ち、応援する気運の醸成 ・情報発信のための場の整備
経済自立	<ul style="list-style-type: none"> ・資金調達 ・集客・販売経路の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ・市民活動助成金 ・寄附、協賛の募集 ・会費の徴収 ・イベント参加費の徴収 ・チラシ、ポスター、SNS等の活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・収益事業に対する認識の变革 ・情報発信のための場の整備
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・活動場所の確保 ・行政との距離 	<ul style="list-style-type: none"> ・公共施設の利用 ・自宅、カフェ等の利用 ・センターや担当課への相談 	<ul style="list-style-type: none"> ・活動への理解や積極的な参加 ・公共施設利用のための制度の緩和・拡大

出典：市民活動助成金実績報告書及び円卓会議議事録をもとに筆者作成

(4) コミュニティビジネス実践者へのインタビュー

上記の考察に加えて、岩倉市でコミュニティビジネスを創出することの効果と、どのような支援が必要であるかを明確にするため、実際に岩倉市内でコミュニティビジネス（またはそれに類する活動）を実践している 4 つの団体にインタビューを実施した(表 8 参照)。幅広い意見を聞くため、活動の分野や事業の規模、雇用の形態等において、なるべく性質の異なる団体を対象とした。

調査の結果、どの団体も岩倉市内において地域課題や地域資源を見つけ出し、規模の大小の違いはあるが一定の収益をあげている。また、代表者自身を含め、雇用が生み出されている。さらに、事業を通して、利用客や関係団体との間に交流が芽生え、新たなコミュニティの形成に繋がっていることが確認された。

一方で、行政に求める支援としては、市民活動助成金実績報告書と円卓会議で出された意見の整理から判明した課題に加えて、市民農園や施設型病後児保育事業の委託など、行政から団体へのアウトソーシングが有効であることが確認できた。しかし、調査の中で最も印象的であったのは、「もっと色々な話を聞いてほしい。今日のインタビューは大変嬉しい。」という言葉であった。コミュニティビジネスは利益の追求よりも、地域貢献や住民福祉の実現を目的に活動している。それは行政の取組にも通ずるものであり、地域を知り、人を知ることが、どの支援よりもまず先に必要となることを痛感した。

表 8：コミュニティビジネス実践者へのインタビューまとめ

事業形態	コミュニティ・カフェ	自然栽培農園	病児保育	障がい者就労支援
実施日	平成31年1月5日	平成31年1月8日	平成31年1月7日	平成31年1月6日
事業の内容	<ul style="list-style-type: none"> ・カフェ運営 ・ギャラリーの設置 ・ワークショップの開催 ・カフェ経営者育成 ・貸しスペース 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産した野菜の販売 ・自営農業塾の開催 ・農協主催農業塾での講師 	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問型病児保育(自主事業) ・施設型病後児保育(委託業務) 	<ul style="list-style-type: none"> 障がい者の就労支援 ・裁縫、内職作業所 ・古民家カフェ ・マルシェ
従業員数(うち市民)	3名(3名)	1名(1名)	12名(6名)	就労障がい者 25名(13名) 事務局職員 7人(7人)
地域とのつながり 新たな関係性	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークショップ参加者同士の交流 ・カフェ利用客と、ギャラリー展示物との交流 	<ul style="list-style-type: none"> ・農業従事者の増加 ・農業塾参加者同士、参加者と地主との交流 	<ul style="list-style-type: none"> ・病児保育利用者の事業への参加(就労) 	<ul style="list-style-type: none"> ・就労者と発注元事業者との交流 ・就労者とカフェ、マルシェ利用者、利用者同士の交流
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・事業の周知 ・利用者の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・野菜販売経路の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ・保育利用者数の拡大 ・スタッフの募集 ・事業の周知 	<ul style="list-style-type: none"> ・野菜作りの難しさ ・売上の増加(利益を就労者に還元するため)
行政に求める支援	<ul style="list-style-type: none"> ・市内外へ発信できる環境や支援がほしい ・今回のインタビューのように、思いを聞いてほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・野菜直売所や直売者の情報をホームページやリーフレットで発信してほしい ・市民農園を委託事業として展開してほしい 	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者への利用料助成 ・施設の賃料補助 ・ボランティアやスタッフの斡旋 ・事業の周知支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・純粹に来店し、売り上げに貢献してほしい ・送迎用運転ボランティアの斡旋 ・送迎車のガソリン代補助 ・障がい者の仕事につながる企業等の誘致

出典：コミュニティビジネス実践者へのインタビュー調査をもとに筆者作成

第 5 章 具体的施策の提言 — コミュニティビジネスの創出と支援 —

第 4 章での課題の整理をもとに、「課題解決」「地域連携」そして「経済的自立」の観点から、市民活動をコミュニティビジネスにつなげるための提言を以下に述べる。

提言 1 行政の意識の改革と制度の改正

コミュニティビジネスの創出支援を考える上で、まずは行政の考え方や姿勢を改める必要がある。市民や市民活動団体が収益をあげることに對して、これまで行政は常に否定的であった。第 5 章 (2) で触れたように、市民活動団体が収益をあげることによって、センターの設備の使用料金を通常の倍に設定し、助成金制度においては活動内で得た収益分を助成の対象経費から差し引くよう規定している。これによって、活動の目的が地域の課

題解決につながる団体であっても収益をあげることに消極的になり、結果的に活動の幅を狭めることになっている。まずはこの行政の考え方と制度を改める必要がある。むしろ、活動の維持や発展に必要な経費を事業の対価として受け取ることを推奨し、団体の体力向上とメンバーのモチベーション向上につながるような制度設計が求められる。また、公共施設の設備予約に関する規制の緩和も重要である。現行の3か月前からの予約対応では、事業に必要な会場の確保がままならず、事業計画に支障をきたしている。1年前、遅くとも半年前から設備の予約が可能となるよう条例や規則の改正が必要である。

提言2 コミュニティビジネスに関する学習会及びワークショップの開催

既存の市民活動助成金制度は、活動の初動段階に対する準備のための支援としては有効であるが、その後の経済的自立には寄与できていない。また、上記のような行政の姿勢の影響もあり、市民活動団体自体は、収益をあげ、寄附や協賛を募るなどの資金調達のための知識や技術が不足している。地域課題の解決につながり、対価を得るに値するような活動であっても、あくまでボランティア活動の範囲内であり、ビジネスにつなげるという発想に至っていない団体も多く存在する。そのため、具体的な事業計画や調査も苦手としている傾向がある。

そこで、まずはコミュニティビジネスについて学ぶために、専門家による学習会を開催する。さらに、参加者同士で地域の課題や地域資源について意見を出し合い、ビジネスにつながるヒントを得るためのワークショップを同時に実施する。これには行政職員も参加することとし、行政が抱えている業務の中に、コミュニティビジネスにつながるものはないか、逆に、団体がやりたいことや得意なこと、アウトソーシングできる業務はないかを一緒に考える場とする。

提言3 情報発信の場の整備

事業の内容や目的、効果を市民にしっかりと伝え、関心を持ってもらうためには、団体が直接その活動について説明や発表をする場が必要である。チラシやポスター、パンフレットやSNSなどの広報活動も有効ではあるが、手に取ってもらい、アクセスしてもらうなど、情報を受け取る側の積極的な姿勢の有無に委ねられてしまう。

そこで、「ほしい未来は^{みんな}地域で作る」をテーマに、岩倉市とそこで暮らす市民自身の未来について考える場として、コミュニティビジネス・シンポジウムの開催を提言する。市民活動支援センターが中心となって開催し、行政は開催場所の手配や講師との調整、広報活動などの裏方の支援に徹する。

シンポジウムでは、専門家による基調講演を行い、本稿で述べたような新しい地域の在り方と、それを導くコミュニティビジネスの魅力について市民の理解を深める。その後、事業の実施団体によるビジネスプラン発表会を行い、来場者に対してPRする場を設ける。また、来場者には氏名や連絡先、応援メッセージが記入できる投票用紙を渡し、面白いと思った事業や応援したいと思った事業に投票してもらう。これにより、市民の参加意識と関心を高め、コミュニティビジネスを一緒に応援する気運を高めると同時に、団体と市民

がつながる契機とする。

また、継続してコミュニティビジネスについての啓発を行うため、市の広報誌にPRコーナーを設け、その意義や活動事例などを発信していく。団体が自由に情報を発信し、市民や他団体と交流するためのホームページを設置することも有効だと考える。

提言4 まちづくりネットワークの活用

まちづくりネットワークの発足に当たっては、行政と市民活動団体とで円卓会議を行い、その運用について議論した。団体からモチベーションの向上と責任感の担保のため謝礼や報酬を伴う有償マッチングを可能とする運用が提案されたが、行政が収益性を嫌って却下したという経緯がある。このまちづくりネットワークを有償マッチングも可能となるよう改良する。これにより、自ら起業をせずとも、何らかの形で地域に貢献しつつ、少しの収入を得ることができる。また、団体にとっても、活動に必要な人材を見つけやすくなる。

報酬や謝礼の価格設定や契約などについて、詳細な条件は当事者間の話し合いによるものとするが、一般的な基準を定めるための調査や調整、マッチングが円滑に行われるための相談窓口の設置などの支援体制を市と市民活動センターが連携して整えていく。

提言5 職員の副業の許可制度の導入

以上の提言において、行政に求められる役割は、事業の活性化や新規創業のための機会と関係づくりの場を築くことである。そのためには、職員自らが職員としての立場ではなく、ビジネスの実施主体としての立場で活動に参加し、実際に何らかの収入を得るという実践が必要であると考えます。そこで、職員の副業を許可する制度の導入を提言する。

すでに、神戸市では「地域貢献活動応援制度」、生駒市では「地域貢献活動を行う職員の営利企業等の従事制限の運用」として、報酬を得て地域活動や企業活動に参加することを認める制度が整備されている。生駒市のホームページでは、NPO法人と連携して講演を行う職員や、特技を活かしてスポーツ少年団や中学校の部活動において外部講師を務める職員が紹介されている。報酬を得ることで責任感が強まり、自己負担が軽減されて地域活動への参加意欲が高まるとのことである。

そこで、岩倉市でも法制度を整え、「地域に飛び出す公務員」をビジネスの側面を持って実現するのである。ただし、市の投じた税金が職員の収入となることを避けるため、市の補助や助成、委託を受けず、経済的に独立した事業を対象を限定するなどの制約は必要であろう。

第6章 終わりに ～ヨソにないものがウチにある

市内のコミュニティビジネス実践者へのインタビュー調査で実感したが、コミュニティビジネスで収益をあげることは容易ではない。また、そこから生まれる地域での経済循環も、すぐには大きいものにはならないであろう。しかし、小さいながらも雇用を生み、地域の中で新たな関係性を作り出していることは確かだ。外に向けた市民の意識や関心を内に向け、地域とのつながりを再構築するきっかけになっていると考える。細内信孝も「コ

コミュニティビジネスを創造する仕組み自体が、地域に持続可能性をもたらす」と述べている。

地域に働く場があって、買い物や交流ができる場がある。父親は市外へ働きに出るが、母親は近所でコミュニティカフェを営んでいる。そこでは、若者も高齢者も外国人までもがお茶を楽しみ、互いによろず相談ができる。そんな場所や空間が、歩いて行ける場所にいくつも存在する。互いに顔の見える関係だからこそ、有事の際には地域の中で助け合うことができる。狭いまちだからこそ、人々の心と体の距離も近いまち。それぞれの岩倉物語をそれぞれの思いで選択できるまち。寝るために帰るだけのベッドタウンではなく、愛着とつながりの中で人生を楽しむライフタウンへ。それこそが私の思い描く岩倉市の未来像である。

コミュニティビジネスが導く新たな豊かさのもと、ヨソにはない岩倉市ならではの魅力が感じられるまちになるよう、地域リーダー養成塾で身につけた知識や心構え、仲間たちとのつながりを大切にして、これからも愛するまちのため邁進していきたい。

【参考文献・ホームページ】

- ・岩倉市（2013）『岩倉市市民意向調査報告書』
- ・総務省統計局（2018）『統計でみる市区町村のすがた 2018』
- ・中京都市圏総合都市交通計画協議会（2011）『第5回中京都市圏パーソントリップ調査』
- ・沼尾波子（2017）「持続可能な地域経済構築と「雇用」確保に向けた地方自治体の役割」
『超高齢・人口減少時代に立ち向かう—新たな公共私の連携と原動力としての自治体—』
日本都市センター
- ・広井良典（2015）『ポスト資本主義—科学・人間・社会の未来』岩波書店
- ・細内信孝（2008）『がんばる地域のコミュニティ・ビジネス』学陽書房
- ・松永桂子（2015）『ローカル志向の時代—働き方、産業、経済を考えるヒント』光文社
- ・生駒市役所ホームページ <http://www.city.ikoma.lg.jp/>
- ・経済産業省ホームページ <http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/cb/index.html>
- ・神戸市役所ホームページ <http://www.city.kobe.lg.jp/>
- ・（特非）コミュニティビジネスサポートセンターホームページ <https://cb-s.net/>
- ・内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局 地域経済分析システム（RE S A S）