



機関誌

コミュニティ・ビジネス・ネットワーク

2008年第1号(通巻第23号) 発行:2008年12月

編集・発行 : C.B.N.コミュニティ・ビジネス・ネットワーク(編集委員 : 細内、須永、鶴飼、東海林)

本部事務局 : 〒143-0024 東京都大田区中央 4-4-16 大森まちづくりカフェ内 TEL/FAX:03-5935-7882

(本誌は、不定期刊行です)

【報告】

2008年9月18日(木)、韓国のソウルにおいて開催された「コミュニティ・ビジネス 日韓フォーラム(韓国・希望製作所 主催)」にC.B.N.理事長の細内信孝が招かれ、基調講演を行いました。シンポジウムには、韓国政府関係者も出席し、特に、少子高齢化の進む韓国の農村部の地域再生の鍵として、コミュニティ・ビジネスに大きな期待が寄せられていました。

1. 講演録

「コミュニティ・ビジネス 日韓フォーラム」～地域+オルタナティブ経済の希望探し‘コミュニティ・ビジネス’を論じる～

*主催: 希望製作所+日本希望製作所

*後援: 行政安全部, 完州郡, 農協中央会, 土地公社その他

*日時: 2008年9月18日(木) 10:00~12:00

*場所: ソウル・忠武アートホール

(1) 開会挨拶

○金才賢(希望製作所コミュニティビジネス研究所長・建国大学環境学科教授)



このセミナーのために、日本より細内信孝コミュニティビジネス総合研究所長にお越し頂きました。はるばるお越し頂き深く感謝申し上げます。今回、リーマンの件は世界的規模で大きな影響を

及ぼしておりますが、この事件をきっかけに、グローバルビジネスに対し、地域の独自の経済サイクル、経済規模を構築していくことが、大切であるということ、改めて強く認識します。地域の歴史や資産を活用し、企業として成り立つものにしていくというコミュニティ・ビジネスの視点の重要性を感じます。韓国では、個人投資家を蟻軍団と言っていますが、個人が集まれば大きな力になります。

今回のフォーラムを皮切りに、韓国でもコミュニティビジネスが地域活性化のきっかけとなり、特に、農村地域において、意義のあるものになることを期待します。そしてひいては韓国全体に大安をもたらすきっかけになることを期待しています。

○イン・ジョンヨブ/完州郡守(市長)



今回の日韓コミュニティビジネスフォーラムを企画頂き、我々に希望を与え、明るい光を照らして下さい、希望製作所に感謝申し上げます。地域創生の新しいモデルを自ら探し、自分たちを取り戻す方法を学びながら、農村にも希望をもたらすことができるかどうか、地域のリーダーの役目です。

グローバルビジネスの影響により、地域は阻害され、人々は勇気を失っている状況です。現場の事情が分からない専門家による口だけの政策よりは、現場で一つでも具体的に何が出来るかを、今

回のフォーラムを通して学びたいと思います。専門家の先生方がご提案して下さった考え方に基つき、地域の為に出来ることを実践していきたいと考えております。農村問題、地域問題は切羽詰まっている状況です。どうぞ宜しくお願い致します。

○ドックベエパク氏(韓国政府農林水産食品部次官)



まずは日韓のフォーラムの開催おめでとうございます。また、日本よりお越し頂きました細内信孝コミュニティビジネス総合研究所長に深く御礼申し上げます。今まで、韓国の農村漁村は急速な産業化を経て、その結果として地域における悪循環が起こってまいりました。そのために、これまで政府は、消費者と生産者を結ぶ株式会社を作るなど、いろいろな努力を講じてきました。農村体系プログラムを作り、1社1村として、都市の会社と農村との交流プログラムもありますが、これもうまく機能しておりません。政府の努力だけでは限界があることを認めざるを得ません。コミュニティ・ビジネスの体系のもとで、農村と漁村が発展すべき道に期待したいと思っております。日韓両国の専門家に参加頂くフォーラムが、有意義なものとなり、韓国の農村や漁村の地域がより良くなることを願っております。

(2) 基調講演

○細内信孝(コミュニティビジネス総合研究所長・コミュニティ・ビジネス・ネットワーク理事長)
「コミュニティ・ビジネス」という言葉は、今から15年前に作りました。日本におけるコミュニティ・ビジネスは東京の両国で行ってきた、町の仕事起こしに始まります。これが日本のコミュニティ・ビジネスのスタートになっています。

日本には、ソニーやホンダのような大きな会社の企業城下町が形成されていますが、一方で、ス

モールビジネス、コミュニティ・ビジネスが地域の再生やマネジメントには必要です。



「コミュニティ・ビジネスの効果」としては、人間性の回復、社会問題の解決、文化の継承・創造、経済基盤の確立などが考えられます。

地域社会においてコミュニティ・ビジネスを実践していく上では、沢山の“暗いつぶやき”があります。コミュニティ・ビジネスは、地域資源を活用し、雇用を作り出します。いわば、コミュニティ・ビジネスは社会参画の場を作り出すものと言えるのです。イギリスでは「ソーシャル・エクスクルージョン (Social Exclusion)」という言葉があります。職を失うと社会的な排除に合ってしまう。



コミュニティ・ビジネスとは社会問題解決のために、ビジネスの視点を入れということです。ボランティアは2～3回でしたら続きますが、これが100回になるとどうなりますか？ビジネスの視点をつけるというのは、継続性を作り出すということなのです。経済の循環よりも文化の循環の方が難しく、その形成には時間がかかります。

日本では、3,500人の過疎の村で年商7億円のコミュニティ・ビジネスの事例があります。”お焼き”を売ることで、それだけの売上げがあるのです。コミュニティ・ビジネスでは敢えて機械化

しないことも重要です。働く人を確保するために、手作業でやってもらうことも、コミュニティ・ビジネスでは重要なことです。人に光を当て、その人を活かす視点も大事です。

コミュニティ・ビジネスは、はじめは“クラブ”から始まることが多いです。そして、事業を起こし、顔の見える関係のある仲間が集まってきて、共同組合的組織になる。これがさらに5~10年かかると、社会的企業、すなわちソーシャル・エンタープライズ (Social Enterprise) になるのです。

100 できたクラブのうち、2~3年後に残るのは1/3程度。そしてその中から社会的企業に発展するのは2~3個です。これが一般的な状況です。都市の地域間競争が行われる時代に入り、行政×中小企業×住民市民=相互補完の総力戦が重要になる時代です。これからは地域間競争の時代です。コミュニティ・ビジネスはこうした諸問題に対応する自分起こし、社会問題の解決、地域の雇用づくり、共に生きる社会づくりに役立つのです。

NPO法人について日本では 35,000 法人あります。このうちのおよそ半分がコミュニティ・ビジネスです。なお、地縁団体、有限責任の中間法人、LLC、企業組合、任意団体等のコミュニティ・ビジネスを含めると、現状のNPO法人の数とほぼ同じになることでしょう。



事例：「おやきづくり/小川の庄」です。このコミュニティ・ビジネスでは手作業でやり、そこに働く人が大勢入っていける、というのが特徴です。

事例：「(有)花農場あわの」です。これは女性たちによる企業であり、事業高が年間5千万円の農家レストランです。8人全員が伝票の積み上げや経理が分かります。年間5万人の観光客が来ます。メンバーは月1回、フランス帰りのオーナー

シェフのところに学びにいらしています。コミュニティ・ビジネスでも絶えずサービスの質をあげることが重要です。

また、コミュニティ・ビジネスは、誰でも分かるように、具体的に物を持って示していくことが大切です。

事例：「(株)まちづくりとやま」です。空き店舗の活用し地域再生を行っています。町の再生に向けたミニチャレンジショップのコミュニティ・ビジネスも出てきています。

事例：「(有)ドンカメ」です。地産地消と環境保全を目的としています。街から出る生ゴミを集めて、有機肥料をつくっています。12,000人の町で、年商8千万円くらいあります。ここでは、行政、商工会、小学校も関わりながら、皆で作っているというところに強みがあります。いわば総力戦の成功事例の一つです。コミュニティ・ビジネスでは新しいものを買うのではなくて、タンクローリーなどは、中古品を活用しています。

コミュニティ・ビジネスの成功への課題としては、社会的企業を意識して、マネージャーとそれを支える働き手を、いかに育成するかです。適任者がいなければ、マネージャーは公募するなどの方法もあります。また、コミュニティ・ビジネス起業者への税務面でのインセンティブを設けることなど、まだまだ不足面が挙げられます。会社を創業して5年くらいは赤字が続くものです。日本のコミュニティ・ビジネスの場合、やる人よりも回りで応援する人の方が圧倒的に多いというジレンマがあります。

(3) 講演

○司会

細内先生、ご講演有難うございました。地域社会を健康にするコミュニティ・ビジネス。みんなが一緒に楽しむというコミュニティ・ビジネスをご紹介いただきました。今回、細内先生の新たな翻訳本の出版記念会を行う予定でしたが、本の装丁等の調整が長引き、その関係で遅延されてしまいました。しばらくしましたら出版される予定ですので、よろしくお願い致します。

○金才賢氏 (建国大学環境学科教授、希望製作所コミュニティ・ビジネス研究所所長)

韓国の農村状況についてお話しします。今日参加された方々はこの農村地域がどのような問題に

直面しているのかは、すでにご存じだと思います。さまざまな地域づくりと関わり努力した方がおります。そして、すでにかなり疲れてしまった方もおります。そうした方々がネットワークする場所もあまりないのが実情です。しかし絶望的ではありません。それぞれ努力する雰囲気もあります。グローバルビジネスのもと、より地域を成熟させるためにはどのようにすべきかを考えるべきです。様々な市民社会でやってきたことを求心点として集め、皆で考えるべきときが来ています。

70年代までは基礎環境改善がありました。そして2002年以降のバランスのとれた発展がありません。2002年の地域的改善、憩いの場。これは、コミュニティ・ビジネスが発展成長する土台となっています。

韓国の農村をとりまくパラダイムの変化があります。80年代以前までは農業中心でした。農村という概念が非常に小さかった時代です。

リストラが不可避の状況になった。農村と村の空間的な概念としての地域があります。今現在、これからの方向性としては、地域産業。空間をいかにして発展させるべきか。都市と農村のバランスをどのようにとっていくべきかが課題です。

今現在、韓国で進んでいる村を専門家と一緒に見てみました。韓国の地域社会はどのレベルにあるのかを診断してみました。コミュニティが形成され、コミュニティの要素が比較的明確になっていることが把握できました。

コミュニティ・ビジネスの概念は幅が広いです。事例をご紹介します。サンチョでは自然文化を村づくりに連携させている事例があります。

現段階において、地方自治体や広域自治体の役割としては、村づくりを地域づくりに展開すべきです。コミュニティ・ビジネスの民営化的な要素が確かに存在します。これからコミュニティ・ビジネスの複合的なビジョンをいかにして導いていくか、まだまとまっていない状況だと思います。このようなプロセスを通じて、発展させていきたいと思っています。中央政府の画一的な方針、断片的な要素改善でありました。地域住民がさらに参加し、住民が主導的にやっていくようにしなければなりません。

細内先生は1～3万人が適正規模とっておりましたが、韓国では地域の状況が異なりますの

で、地域の経営単位をとらえ直し考えていくことが大切だと思います。

日本の、美山町の取り組み概要を紹介します。日本では鉄道が発達していて地方の町に非常にアクセスしやすいです。高齢化、人口減少という状況はあります。地域の伝統的な意思決定のシステムを変えるのに10年くらいが費やされました。さらに既存の地域の村において、青年、女性が意思決定に参加するプロセスをつくるのに18年かかりました。

80年代以降に都市間交流が起こり、住民が一緒に参加できる美山塾をつくり、具体的ソリューションを作り出すプロセスがありました。その結果、今は年間23万人の人々が訪れているとのことです。

90年代の半ば以降は、コミュニティ・ビジネスを作る過程だと思います。Iターン、Uターン、Jターンをした人たちも多くいます。

瓦ぶき屋根をつくり、この地域の活性化を図っているのです。村全体が導入されなければコミュニティ・ビジネスは難しいです。村の条例を通して、ホテルなどは全くつくれません。

美山町が持っているビジョンは、日本NO.1の田舎を作るといことです。すべてを地域住民が意思決定をし、出資をします。持続は大変難しいが、コミュニティレベルでこれが機能すれば、幸福感も高まります。

「知井の里」という山村留学センターがあり、年間の売上が10億ウォン（日本円で約1億円）ということです。コミュニティの再生と持続再生が地域資源、グリーンツーリズム、がポイントです。農村に帰ることは、水と油のような存在でなく、積極的な受け入れが大事です。そして地域資源を活用したコミュニティ・ビジネスの視点が大事です。

地域資源を活用し、地域の持続可能な街づくりに向けて、コミュニティ・ビジネスを積極的に介在させる必要があります。コミュニティ・ビジネスに関するコンセンサスを拡大し、認識を拡大し、ネットワークを形成するために、今後どのようにしていくべきでしょうか。コミュニティ・ビジネスの生命力をフィルタリングし、国家戦略としてどのように発展させていくかが重要だと思います。

希望製作所のコミュニティ・ビジネス研究所は

中間支援組織であるだけでなく、住民自らが自発的に作り出す、参加と自律、地域を愛する運動であること、地域発展と一緒に動かせる原則をもって、これからも事業を運営していこうと思っております。

研究所では、地域資源の調査のための努力をしております。国内だけでなく、国家を超えての連携が必要だと思います。研究所がコミュニティ・ビジネスのハブの役割を果たしていく予定です。地域のさまざまな交流の場をつくり、職場の多い地域づくり。地域産業の発電所の役割を期待しているわけです。このような努力に支援をお願いしたいと思います。

(4) 討論

○キム・キョンニャン (江原大学校 農経済学科教授) : モデレーター

細内所長からは、15年間のコミュニティ・ビジネスの問題点、特徴、現状、抱えている問題点についてお話頂きました。

金先生からは、韓国の農村についてお話頂き、コミュニティ・ビジネスの可能性を日本の事例をあげながらお話頂きました。段階的に進めるべきこと、希望製作所の今後の展開についてお話頂きました。

私は勉強はドイツで行いました。また、北海道とも15年間、毎年交流をしております。北海道で両国間の集いをやっています。韓国なりの定型化したモデルを作りたいと思っています。

地域の方々がロングランできることが私たちの役割だと思います。今日は、すべての地域に希望を与えるフォーラムになると思います。



○イ・ウォンジェ (ハンギョレ経済研究所長)

経済研究所に経営学を専門とし勤めておりますが、コミュニティ・ビジネスというのは今回初

めて聞く言葉です。

お二方の先生のお話を非常に興味深く伺いました。細内先生の話では、コミュニティ・ビジネスは韓国社会ではあまり知られていなかった概念です。しかし古くからやっている人がいて、ビジネスとして成りたつのだということを思いました。

どのようにして収益を上げて自律できるのか。その方々は使命を重視します。事業をしているからには、持続可能にすることが大事です。

韓国社会で持続可能な経営ができるようになるためには、いい心、優しい心が与える価値があることだと思います。消費者も投資家も対価を図り、事業を継続させるシステムが大事です。社会的企業も経済的に自立する必要があります。長い時間をかけて成功モデルが出てくると思います。長い時間をどのように持続させていくかは課題です。

細内先生もおっしゃりましたが、事業を起したら5年くらいは赤字が出ます。それが当たり前です。

社会的企業に対し、韓国の労働部がやっている役割を自治体こそが行う必要があります。またそのようなことに関心のある自治体を探しだすことが大事です。コミュニティ・ビジネスが企業として自立するためには・・・。

大手企業の社会的責任 (CSR) に期待をしたい。細内先生が、HONDA が地域のコミュニティ・ビジネスに協力をしているという話がありました。韓国では、ほとんどの大手企業はソウルに集中しています。ソウルにある本社の社会貢献チームを訪れて、そのような話を持ちかけたらいいいということだと思います。

しかし本当に理解してもらうまでは時間がかかると思います。韓国の農村地域がこのように疲弊した過程には、資源も人材も大手企業に集中した、ということがあると考えられます。

韓国社会の健全性を保つためにも、コミュニティ・ビジネスの自律支援までをお願いするということは必要だと言えるでしょう。

経営学の最も重要な話題の一つとして、アメリカ式の企業スタイルの危機があると思います。企業が適正な利潤を追求してこそ、社会の持続的発展があるでしょう。従業員、環境などのステークホルダー中心の経営を心がけることが大事です。

それを、コミュニティ・ビジネスから教えてもらっているのです。

○ソン・ミリョン（農村経済研究員教授）

お二方の発表ありがとうございます。とくに、日本の細内先生のお話は、コミュニティ・ビジネスのすべてを網羅したお話でした。

キム・ジェヒョン（希望製作所 副所長，建国大 教授）さんからもお話頂きましたが、欲を言えば、日韓フォーラムですので、韓国と日本を比較する内容の発表であると良かったと思います。

日本の場合、平凡な農家が、もらえる年金は75,000円だと言われていています。韓国の国民年金で頂く金額は、その1/3に満たない金額です。所得につながるもので、誰が地域を豊かにするのでしょうか？今まで、さまざまなコミュニティ・ビジネスの活動が韓国でなかったかということのようなことはありません。たとえば医療の活動を生業にしてやっているところもあります。また、女性の写真作家による写真博物館など、探していけば、コミュニティでやっている多くのビジネスが韓国国内にあります。

農村地域をつくるコミュニティ・ビジネスの現実的な問題点はなんでしょうか。それは、持続的な運営構造の確立が可能か？ということ。いつか専門家が抜けだした後、きちんとした運営が行われるかどうかは難しい。理論的・政策的側面が大変重要です。

コミュニティ・デベロップメントと村づくりがどのように違うのか。コミュニティ・デベロップメントは、コミュニティが活性化するために、そして地域の維持のために行う方策です。コミュニティ・ビジネスが農村の希望を生み出す新しいパラダイムとなるためには、コンセンサスが形成されるべきです。

○キム・キョンニャン（江原大学校 農経済学科教授）：モデレーター

ソン先生は、10数年間、農村の発展について研究されています。

○キム・ジェボム（国土研究員）（都市専門）

私はパネリストとして招待されましたが、10分間一人で話をするのは私には難しいです。原稿を用意してきたので、それをもとにお話したいと思います。重要なのは政府の関係者が先ほどいらっしやいましたが、今はいらっしやいませんね。残念です。

今はお米が余っていますし、海外旅行もするようになり生活が豊かになりました。多様になった住民ニーズを、行政が満たせなくなりました。農村も少子化と高齢化が進み、公共サービスの質的側面での供給不足が生じる可能性があります。コミュニティ・ビジネスには公共サービスの不健康を改善することが期待されます。

コミュニティ・ビジネスの特徴は、公益性がありながら、収益性を目指すところにあります。退職者、主婦などがボランティア的に継続的に取り組めるものです。

コミュニティ・ビジネス活性化のためには政府の積極的な支援が大事だと思います。

コミュニティ・ビジネスの広報、実践的マニュアルづくりが必要です。

事業の発展、連続性の欠如が生じる可能性があります。政府がコミュニティ・ビジネスを自律的なものにするには、戦略的に、基盤をつくり、社会的企業家を養成していくことが重要でしょう。

コミュニティ・ビジネスは、主に公共分野の事業を対象にしていますが、自治体ですでに民間委託等をおこなっておりますが、行政が外注しやすいものを委託しているのが現状です。

地方自治体は事業を民間に委託する際、目的を明確にする必要があると思います。独占、寡占のマーケットになるかどうかの判断も重要です。

官民の協力、住民の参加、関連団体の育成など、民間委託においては、公正性を確立するために、事業者選定に課題があります。一方で、サービスのクオリティ確保できるようにすることも必要です。

地域の課題解決のためには、民間開放をいかに受け入れるべきかでしょう。そのために、自治体の補助事業マニュアルに留意事項等を組み入れることも必要でしょう。なお公益性の追求を失ってははいけません。

コミュニティ・ビジネス活性化のために欠かせないものとして、社会的企業を運営していくために、現在のように人材資源が劣悪な状況の中で、地域のために働く使命意識が大事です。

ソウルのチュンダイアパートなどに、代表的リーダーがいます。今だ街づくりを行っています。何よりも教育、相談などの地域政策が大事でしょう。リーダーがいないところでは、コミュニティ・ビジネスの公募事業をすることも一つのやり

方でしょう。

住民参加を通じたコミュニティ・ビジネスの育成のために、中期的観点で、村を改善していくための、官民の協力体制が必要です。税金の一部は、コミュニティ・ビジネスに使えるなどの税金システムも必要です。欧米では、税金の1%を市民団体に寄付するというようなシステムもあります。韓国では、寄付文化が発達していない状況ですので、政府の積極的な支援も必要だと思います。

もともと韓国には、住民相互協力の伝統があります。市民、企業など、地域の主体をみつめ、コミュニティ・ビジネス育成に向けて努めていきましょう。

○キム・キョンニャン (江原大学校 農経済学科教授): モデレーター

先月は村の事務長制度で論議しました。地域でやるべき問題と中央でやるべき問題があります。

○細内信孝 (コミュニティビジネス総合研究所長)

行政がすべてに介入するとうまくいかない。兼ね合いが大事です。

病児保育を行っているフローレンスの駒崎氏は、事業を「共済」の仕組みにしました。病気にならなくてもお金を払うという仕組みにしたのです。



コミュニティ・ビジネスでは、なによりも、顔の見える関係が大事です。

○キム・ジェヒョン (希望製作所 副所長, 建国大 教授)

地域活性化に向けた、戦略的側面としてのコミュニティ・ビジネスを考えたときに、スワンカフェや、醸造酢の会社など、色々な事例を見て思ったのは、政府が介入すればだめだということです。制限的な政府の役割が必要だと思います。政府が先に動くというのは控えたいと思います。

京都府に先週行きました。日本では地域力という単語を使っています。官民一緒に意思決定できる、意思決定の構図があります。

希望製作所では、コミュニティビジネス研究所が結成され、テーマ研究員制度を、これから具体的に考えています。

テーマ研究員としてネットワークを整え、一緒に論議し、必要な地域について共同で対応する。いろいろな努力を繋ぎ合わせていく、ということを考えています。

○キム・キョンニャン (江原大学校 農経済学科教授): モデレーター

新しい運動ではなく、ビジネスをやるという話をしています。

江原道 (カンウォンド) の自治体は大変です。45%の業者が倒産してしまいました。公益性が担保されないと3年以内にだめになってしまいます。

韓国は何もないところから何かをつくりだす力のある国です。デンマーク、スイスなど高所得の農村のある国になろうとする希望を持っています。韓国にはダイナミクスがあります。あまりに急いで画一的にやらないといけないという時代がありましたが、独創性、内部ネットワーク、サステナビリティがこれから重要です。

第一セッションでは、日本の事例を中心に話しました。大きな希望を与えてくれる会議であったと思います。



以上

(文責: 東海林伸篤 / CBN運営委員)

※本報告はCBN事務局が独自にまとめたものです。

内容につきましてお気づきの点がございましたら、zap01634@nifty.com(事務局/東海林)までご一報願います。