
第4章 まとめ

第4章 まとめ

地域の課題を地域住民が主体となってビジネスの手法で解決する「コミュニティビジネス」への関心が高まっている。

前章まで、行政とコミュニティビジネスのパートナーシップによる効果、パートナーシップに向けての取り組み方、パートナーシップによる事業の進め方を提案してきた。

以下に、これら行政とコミュニティビジネスのパートナーシップを進める上での考え方について、行政からの視点を中心にまとめてみる。

▶ 「コミュニティビジネス」の認知度を高める

自治体内部並びに地域における「コミュニティビジネス」の認知度を向上させることが、まず挙げられる。

地域に存在する様々な課題の全てを行政が解決することは難しくなっている中で、それらの課題を地域住民等がコミュニティビジネスという形で自ら解決するという方法があることを、自治体内部において共通に認識し、地域住民に対しても発信していくことが必要であろう。

▶ 地域住民やコミュニティビジネス事業者とのコミュニケーションを図る

地域住民やコミュニティビジネス事業者が、コミュニティビジネスに関して自治体に相談したり、情報交換をしようとする際に、「どこに行けばよいのか」が分かりやすい自治体であることが望ましい。専門部署を設けることは難しくとも、主たる担当部署や担当者を決めておくなど、取り組めるところから始めても良いだろう。

また、地域にどのようなコミュニティビジネス事業者がいるのか、どのような地域課題があるのかを把握するよう務め、地域へ情報発信し、情報共有することも必要であろう。

地域住民やコミュニティビジネス事業者と行政が、円滑なコミュニケーションを図ることができるような、良好な関係にあることが何よりも望まれる。

▶ コミュニティビジネス事業者を「育てる」という意識を持つ

パートナーシップの相手方にあたるコミュニティビジネスの担い手を、その発掘段階から支援していくために、セミナーや講習会を開催したり、コミュニティビジネス中間支援機関の活用も視野に入れながら、起業に伴う事業運営等の相談に対応できる体制を整えること、そして、それらの支援情報を地域へ発信していくこと等も必要と考えられる。

また、コミュニティビジネス事業者と共に行うことがふさわしい事業については、パートナーとして事業を実施するとともに、その過程で、コミュニティビジネス事業者が、より信頼性のある事業者に成長していけるように育成していくという視点も必要であろう。

➤ **パートナーの選定においてコミュニティビジネスの特性を生かす**

実際に、委託事業や指定管理者制度のようなパートナーシップによる事業を進めるにあたり、パートナーの相手方を選定する際には、コミュニティビジネス事業者が形成している地域社会とのネットワーク、組織力、中心人物の熱意や組織の先進性・創造性など、コミュニティビジネス事業者の持つ特性に重点を置くことが大切である。

ただし、公的な事業であることから、コミュニティビジネス事業者が確実に事業を実施する責任を負うことになるため、行政として選定にあたり最低限必要な前提条件も設定することも必要だろう。

➤ **評価結果を前向きに活用する**

事業の実施期間中に、パートナーである行政とコミュニティビジネス事業者の双方が、当初の目標・目的が達成できるよう、それぞれが自己チェックし、かつ、相互に事業の実施状況をチェックすることで、改善すべき点を見だし修正することが可能となる。

また、事業が終了した際には、事業の過程や実施結果等を評価する（ふり返る）ことで、事業を実施したコミュニティビジネス事業者がどれだけ成長したかや、パートナーシップを組んで事業を行った効果を測ることができるだろう。

これらの評価結果をホームページ等で公開することにより、行政にとっては事業の説明責任を果たすことができ、コミュニティビジネス事業者にとっては、事業成果や事業を通じて成長した姿を広く知ってもらえることができるだろう。

以上、紹介してきたことが、今後、行政にとっても、地域の事情に精通し、より付加価値の高い事業を実施する等の効果が期待できるコミュニティビジネス事業者とのパートナーシップについて、御検討をいただく際の参考となれば幸いです。