

# コミュニティ・ビジネス振興のための プラットフォーム

## ～コミュニティ・ビジネスプラットフォームの仕組みの考察～

櫻木 恵子<sup>1</sup>・小林 潔司<sup>2</sup>

<sup>1</sup>正会員 京都大学経営管理大学院（〒606-8501 京都市左京区吉田本町）

E-mail: sakuragi.keiko.2n@kyoto-u.ac.jp

<sup>2</sup>正会員 京都大学経営管理大学院（〒606-8501 京都市左京区吉田本町）

E-mail: kiyoshi.kobayashi.6n@kyoto-u.ac.jp

地方分権が進む中、地方行政の役割は大きくなる一方で、特に過疎地域では少子高齢化や人口減少、就業機会の減少、経済活動の停滞などが進み、地方行政が全ての地域の問題に対応するのは困難になっている。このような状況において安心・安全で真の豊かさを獲得し、地域社会を維持発展させていくためには、私たちの社会生活の基盤である地域コミュニティの在り方を見直し、行政主導に頼らない新しい仕組みを構築していく必要がある。地域コミュニティを起点にした地域住民主体による地域のための事業で、かつ地域の雇用を創出し、地域内でヒト・モノ・カネ・情報等が循環して、地域内に自立的な経済基盤構築をもたらすものをコミュニティ・ビジネスとし、そのコミュニティ・ビジネスを創出するためのプラットフォームの仕組みについて考察する。

**Key Words :** *Community Business、Regional revitalization、platform、Community creation*

### 1. はじめに

地方分権改革が進む中、地方行政の役割は大きくなる一方で、特に過疎地域においては少子高齢化や人口減少、就業機会の減少、経済活動の停滞などが進み、地方行政が全ての地域の問題に対応するのは財政的にも困難になっている。このような状況において安心・安全で真の意味の豊かさを獲得し、地域社会を維持発展させていくためには、私たちの社会生活の基盤である地域コミュニティの在り方を見直し、行政主導に頼らない新しい仕組みを構築していく必要がある。

総務省「ICT地域活性化事例100選」、「ICT地域活性化大賞」<sup>1)</sup>が示すように、近年、ICTを活用して地域内外の資源やステークホルダーを結びつけることで差別化されたサービス取引を可能とし、地域の活性化や経済進行を実現する「場」としての「サービス・プラットフォーム」が着目されている。各地域における取り組み事例も多く、また、それら「サービス・プラットフォーム」の構成や、効果的に機能するための要件などについて分析・評価した既往研究・文献も多く存在する。しかしこれらの多くはB（企業）やC（消費者）を対象（顧客）

としたもの（B2B、B2C）で、必ずしもS（社会）を対象としたB2Sビジネスとは限らない。

実際、著者らの組織である京都大学経営管理大学院でもこれまでに、各地で自治体等とともに一般社会人や高校生を対象としたセミナーやワークショップ、起業塾などを実施し、地域創生・地域活性化に取り組んできたが、B2Sビジネスとしての成功事例はそれほど多くない。

そこで本稿では、地域コミュニティを起点にした地域住民主体による地域のための事業で、かつ地域の雇用を創出し、地域内に自立的な経済基盤の構築をもたらすために必要な仕組みや要件について、先行事例等を分析しながら考察する。

### 2. 本稿における定義と前提

#### (1) コミュニティ・ビジネスとコミュニティ・ビジネス・プラットフォームの定義

考察を進めるにあたり、本稿では、地域コミュニティに存在する資産（ヒト、モノ、カネ、ノウハウ、材料・資源、技術など）を活かし、住民が主体となって地域の課題・問題に取り組み、地域の事業・ビジネスとして成

立させていく、コミュニティの元気づくりと生活の質の向上を目指した事業活動を「コミュニティ・ビジネス」と定義する。地域コミュニティを基盤としており、住民が主体となって、顔の見える関係の中で営まれる事業であり、経済的、社会的、人間的なさまざまな側面から地域コミュニティに住む人々が生き生きと快適に暮らすことに貢献するビジネスである。そしてそのコミュニティ・ビジネスを創出するためのB2Sプラットフォームを「コミュニティ・ビジネスプラットフォーム」と呼ぶことにする。その上で、ステークホルダーのための利益最大化ではなく、コミュニティのために獲得した利益を地域で使い、還元することを志向した「コミュニティ・ビジネスプラットフォーム」を実現するための必要な仕組みや要件について考察することが本稿の目的である。

## (2) コミュニティ・ビジネスの領域と分野

図1が示す通り、コミュニティ・ビジネスは、ボランティア等市民活動と企業活動の中間的な活動領域で、組織を維持するために必要な範囲での利益追求はするが、むしろ事業の社会的意義や社会的位置づけを強調するところに特徴がある。従って、非営利団体であるNPOや、住民や個人によるボランティア活動やサークル活動とも似て非なるし、経済性優先のベンチャービジネスとも異なる。

さらに、ここで言う「関係住民」とは、その地域に住む住民だけではなく、そのコミュニティ・ビジネスに関係を持つ周辺の住民等を含む

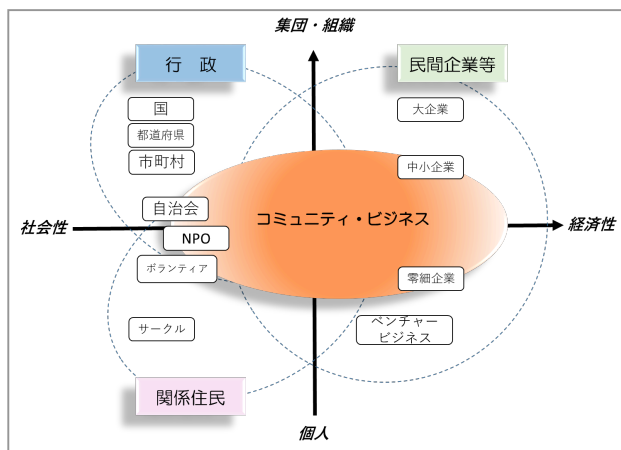


図-1 コミュニティ・ビジネス領域

出所) 細内信孝,コミュニティビジネス,学芸出版社

細川<sup>2)</sup>によると、コミュニティ・ビジネスとして考えられる事業分野は、主に以下の14に分類される。①福祉、②環境、③情報ネット、④観光・交流、⑤食品加工、⑥まちづくり、⑦中心市街地の活性化、⑧伝統工芸、⑨地域金融、⑩安全、⑪子育て、⑫文化・芸術、⑬スポーツ、⑭1～13の中間支援組織など。

## (3) コミュニティ・ビジネスによる効果や成果

個々人の起業ではなく、社会のためのコミュニティ・ビジネスを立ち上げ継続していくことによる効果や成果は、①自己実現、働き甲斐・生き甲斐、②地域特有の社会課題の解決、③生活文化の維持・継承、④経済的基盤の確立（コミュニティに対する投資、地域コミュニティの雇用創出）であると考えている。個人単位の起業化推進の効果や成果とは大きく異なる。

## (4) プラットフォームに関する既往研究

国領<sup>3)</sup>らは、地域活性化におけるプラットフォームを、「第三者間の相互作用を活性化させる物理基盤や制度、財・サービス」と定義した上で、地域活性化のためには、地域内外において多様で活力あふれた「協働・コラボレーション」が必要であり、その実現のために情報技術の活用が有効であり、そのためにはインフラストラクチャと社会的なつながりによって形づくられたプラットフォームが必要であるとしている。

また、小原<sup>4)</sup>によると、プログラムプラットフォームとは、「プログラムに参加するメンバーの環境インフラを意味する。その基本仕様標準は、人間系、情報系、文化系、に関する知的財産を利用するために、知識、情報の資源利用のフローアクセスと新たな経験や知見をストックさせる構造と機能を充足する。プラットフォームのデザインは、メンバーの人的交流を促進し、コラボレーションによる知識生産性を高める重要な手段となる。」と述べており、プラットフォームマネジメントとは、「プラットフォームが持つ共用手段の有効性を理解して、プログラム全体の組織的能力を支援し、価値創造の基盤を強化する管理活動である。」と定義している。

さらに中山・野路<sup>5)</sup>らは、地域住人や事業者が主体となって地域課題を解決するためには、地域の問題や課題・有効資源についての情報を共有し、自発的かつ自律的に行動できるプラットフォームが必要である。そのプラットフォームにおいて、地域住人や事業者がより活動するためには、中心的機能であるコミュニティに参加し、そこで地域の歴史・文化等を共有することによって信頼関係を構築するようなインセンティブが必要になってくる。地域活性化を促すには、文脈ないし状況としての「場」が大きな役割となる。特に重要なものが「対話場」であり、それがあって知識資産が創造される。

このように、地域活性化において必要かつ不可欠と考えられるプラットフォームについて多くの既往研究がその構成や要件について述べているが、本稿で定義するところの「コミュニティ・ビジネス」に有効なプラットフォームに関して研究・解説しているものは見当たらなかった。そこで本稿では、既往研究において解説されている既存のプラットフォームをベースにして、我々のこれ

までのコミュニティ・ビジネスの取り組み事例を取り上げながら、有効な仕組みや要件について考察する。

### 3. コミュニティ・ビジネスの取り組み事例

#### (1) 鳥取県日南町

鳥取県日南町は、鳥取県南西部に位置する中山間地域で、人口は平成30年現在で4,684人、高齢化率（総人口に占める65歳以上の割合）は平成27年現在で49.2%であり、全国平均（26.6%）を大きく上回った。将来においても地方の財政状況の改善は期待できない中、このように高齢化、過疎化が進む地方の中山間地域において、地域社会を維持していくためには、地域産業や公共サービスのあり方を抜本的に見直し、新しい仕組み・システムを構築していく必要がある。

そこで京都大学小林潔司教授らは、平成18年7月に日南町と連携して、ポスト少子高齢化を見据えた議論を通して、『30年後の日南町の姿プロジェクト』を立ち上げた。

検討体制は、外部の研究者・経済界代表者等で構成する有識者会議、町内若手事業者等で構成する実行委員会、町職員で構成する作業チームの3つの組織を合わせて合同会議とし、これが協議主体となった。この他、町民有志が実施主体の立場から協議に参加した。さらに町事務局が意志決定機関として町をサポートし、有識者会議幹事会及び大学事務局が学術的な面でのサポートを行った。

また、住民自身が主体的に地域活性化について議論するために、多様な年齢層や産業別に独自にメンバーを募るなどして、各種ワークショップを計27回を開催し、延べ731人（行政職員除く）が参加した。地域住民らはこれらワークショップに参加することによって、この町をどうすべきか、何をしたらいいかなどの課題を全部洗い出し、30年後の目指すべき方向性というべき「日南町ロジックモデル」を作り上げた。

このような構築プロセスは、プロセス自体が住民にとっての地域づくりの学習の機会となり、このようなプロセスを経ることで住民の主体的な参加協力が期待できる。

この「日南ロジックモデル」において重要なのが、何をすべきかの政策をリスト化し、それを誰が実行するかを整理したことである。この「日南ロジックモデル」には、地域の重要な行動主体である個人・家族、地域、事業者、学校、行政のそれぞれが果たすべき役割が具体的に示されている。

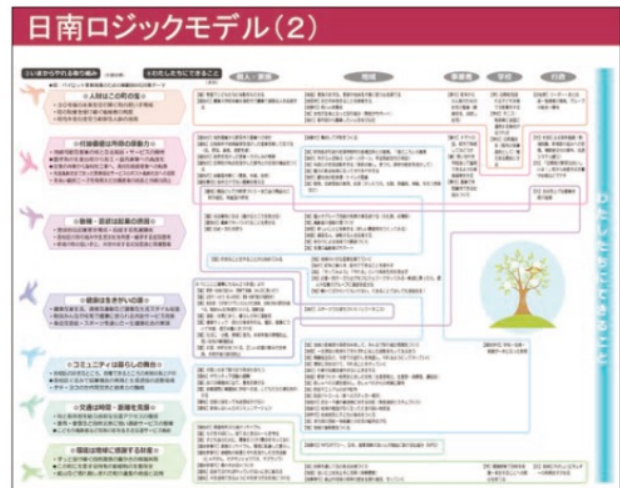


図-2 日南ロジックモデル

結果、町民が自分たちでやるべきことがたくさんあることがわかった。さらに重要なのは、地域でやらなければならないことが多くあること。地域コミュニティの活性化に“地域”が重要な役割を果たしていることを意味する。しかしこれは、言い換えれば、地域がすべきことというのは、実は誰もそれを実行する人がいないことを示している。では、地域がやるべきことを誰が担い手になってやるのか。そのためには、新しくビジネスを立ち上げ、新たな担い手を作っていく必要がある。つまり、起業せざるを得ないのだが、それは、地域としてのビジネスなので、「地域の起業＝コミュニティ・ビジネス（B2S）」を育成していくことが不可欠となる。

そこで小林らは、日南町で2つビジネスを立ち上げたが、結果的に2つとも「コミュニティ・ビジネス」としては上手くいかなかった。2つとも地域の賛同が得られなかったことが主な理由として挙げられる。その点がB2CとB2Sの違いであると考えられる。

また、その後、行政側（町役場）の体制変更により、町のまちづくり政策にも変更が及び、結果、日南ロジックモデルをそのまま推進することが困難になってしまったが、日南町におけるコミュニティ・ビジネスプラットフォームは、図3に示すようにプラットフォームの仕組みに関して、いくつかの特徴を有していたため、結果としてユニークな「日南町ロジックモデル」が出来上がったと考えられる。まず、意思決定機関である行政による行政政策があり、それに基づいて有識者や町職員等による協議主体が戦略的に構成され機能したこと。またそれら協議主体は、中間組織体として町民等と交流を図り、町民が自らを取り組み主体と認識して、まちづくりのための課題を洗い出し、将来の方針を決めるよう機能した点。つまり、行政による完全なトップダウン型でもなく、ボランティア・サークル的に町民が自発的に活動を始める完全ボトムアップ型でもない、その町特有の歴史・文

化・自然を組み込んだハイブリット型であったため、三者間にまちづくりにおける信頼関係が構築されたと考えられる。ただ、三者間のバランスの上に成立していたプラットフォームであるため、プラットフォームが完全に自律的に回り始めるまでは、三者のバランスが崩れるとうまく機能しなくなる可能性もある。過去の失敗は、それが原因であることも考えられる。

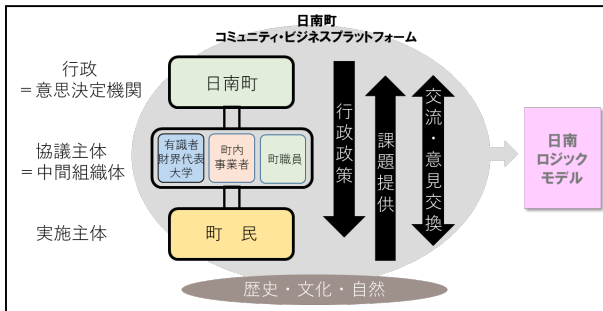


図-3 日南町コミュニティ・ビジネス創出の仕組み

## (2) 熊本県天草市

天草市は、熊本県天草地方の市で、熊本県下では熊本市・八代市について3番目の人口を擁しているが、人口は、平成30年4月現在78,721人で年々順調に減少している。また、5歳階級年齢別人口は、15歳未満が全体の8.75%、16歳～64歳までの生産年齢が39.28%、65歳以上の高齢者が51.96%と、半分以上が高齢者であり、天草市においても日本の多くの地方が抱える人口減少・高齢化の現象は顕著に現れている。

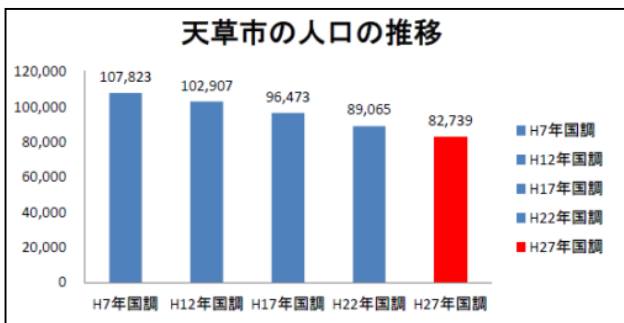


図-4 天草市の人口推移

出展：天草市HP 市の概要より

<http://www.city.amakusa.kumamoto.jp/kiji003726/index.html>

天草市は、天草信用金庫、商工会議所、商工会等との連携によって、天草の活性化を目的とした公設民営による中小企業支援拠点「Ama-Biz（天草市起業創業・中小企業支援センター）」を設立し、天草でがんばっている中小企業・自営業者や起業家すべてに光を当て、より輝けるよう無料の産業支援を行っている。

京都大学経営管理大学院は、天草市における豊富な地域資源や観光資源を活かした雇用の創出、産業及び観光振興やまちづくり活動の充実を図り、持続可能な天草づ

くりを進めることを目的として、天草市と共同（平成23年12月27日包括協定を締結）で平成24年度より毎年、起業・創業を支援するために高校生と一般市民を対象に『天草宝島起業塾』を実施している。

その結果、起業について学び、天草周辺で起業を志す、あるいはスタートする卒業生が年々約50人ずつ増えている。

このように起業塾を開催し、まちの活性化に取り組んでいる地方自治体は多いが、天草市がユニークなのは、Ama-bizが天草市内外の起業希望者を募って起業塾で育成し、その後もスタートアップに向けて個別に支援を続ける点。また、商店街のマルシェや地元の産業イベントの際には卒業生に声をかけ参加を促し、どんどん増えていく卒業生のネットワーキングにも尽力している。元々は個人の起業ネタから始まる起業塾生のビジネスアイデアも、卒業後のAma-bizによるネットワーキングにより、卒業生である起業家同士が線につながり、いずれ面となって天草地域のコミュニティ・ビジネスへと成長し、産業の活性化や市の元気力アップへと発展していく。さらに、Ama-bizはICTを利用して、天草市の起業事例や各種イベントを積極的に外部に情報発信し、同時に他の自治体におけるユニークな取り組みや成功事例を内部にも取り入れて情報共有している。そうすることによって、更なる活性化を図っている。これはAma-bizのような中間組織体が、コミュニティ・ビジネスにおいて重要な役割を果たすことを示している。

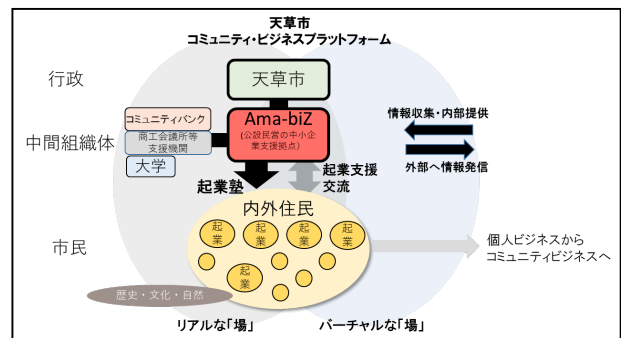


図-5 天草市コミュニティ・ビジネス創出の仕組み

## (3) 京都府相楽郡笠置町

笠置町は、京都府最南端の相楽郡東部に位置し、総人口約1363人の全国で2番目に少ない町であり、南北朝時代に、後醍醐天皇が吉野に逃げる際、一時身を隠した笠置山（笠置寺）は、最盛期に60を超える塔頭が建ち並ぶ真言密教の聖地として、昭和30年代までは多くの観光客が訪れていた。

現在、町の最大の課題である人口減少・高齢化と経済弱体化を克服するために、歴史文化、自然の中の住環境などの強みを活かしながら、自分らしく心豊かな暮らし



を送ることができるまちづくり目指して、笠置町内外一丸となって取り組んでいる。具体的には、平成25年以降、笠置町創生戦略の一環として以下のような取り組みを行ってきた。

[笠置町創生の取り組み]

- H25年度：高齢者要望等実態調査
- H25年度：保護者アンケート  
(未就学児童および小学生のいる世帯)
- H25年度：探られる里プロジェクト
  - ・町内キーパーソン30人ヒアリング
  - ・まちなか歩き・ワークショップ  
(全4回、町内外から40名参加)
- H26年度：笠置町話会 お宝の活かし方
  - ・ワークショップ開催  
(全5回、町内外から35名参加)
  - ・社会実験「かさぎカッサイ活祭」実施
- H27年度：笠置町内消費者動向調査
- H27年度：アイデアキャンピングカサギ
  - ・ワークショップ開催

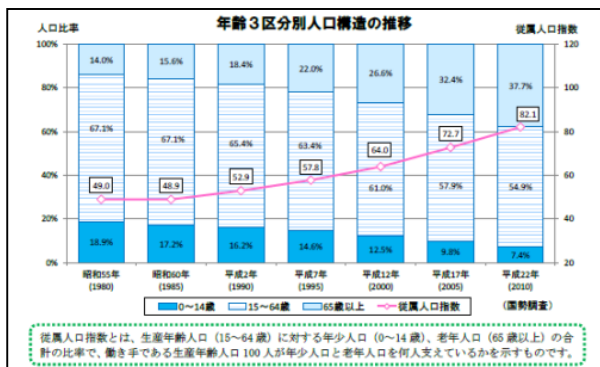


図-6 笠置町年齢3区分別人口構造の推移

出所) 笠置町人口ビジョン p5

<http://www.town.kasagi.lg.jp/cmsfiles/contents/0000000/305/zinkoubizyon.pdf>

しかし、図6から明らかなおとおり、65歳以上の高齢者は平成22年時点で37.7%なので、平成30年現在は40%を超えている。また、15歳～64歳までの生産年齢人口は約50%あるものの、町内に就業先はほとんどなく、地理的に大阪・京都・奈良まで電車で1時間程度のところに位置しているため、生産年齢層の多くはそれら大都市に働きに出てしまい、平日昼間は町内にはいない。また女性も結婚をすると、町外へ転出してしまう。つまりまちづくりのために何かをしようにも、その主体の多くは65歳以上の高齢者で、町の行政は国や町役場がやってくれるものという意識が根強く、また笠置町はもともと農業・林業含めてものづくりの少ない町で、木津川や伊賀街道を行き交う人たちを相手にしたサービス業が産業の主流だったため、これから新たに事業を起こそうという社会文化的風習や意識は低く、行政主導のまちづくりも

思うようには進まない。

そんな中、笠置町を訪れた馬杉雅喜監督が、自然の美しさに惹かれ、町を知るうちに、町に元気が出るような映像を作ることになった。笠置町には、産業はないが、豊かな自然、桜・紅葉、温泉などの天然資源、そして関西では希少なボルダリングに適した天然岩があり、ボルダリングの愛好家が多く集まっている。馬杉監督は、ある若者が、町の住民との交流の中で、元気のない町のためにボルダリング大会出場に向けて挑戦し続ける映画「笠置Rock!」<sup>9)</sup>を制作。最初は興味を示さなかった町民も、最終的には約300人が映画に出演。30年以上踊られていなかった笠置音頭を復活させ、250名以上の町民が躍った。短い映画だが、「自分の町を知り、町を誇る」映画が出来上がったとのこと。

こういうことを一つのきっかけとし、笠置町は平成29年度から「笠置町生涯活躍のまちづくり推進基本構想」を開始。平成29年度はまず、行政のまちづくり政策（構想）をベースに、まちづくりのキーマン（リーダー）と若手町役場職員とが中心となり、笠置町の社会課題可決を通して何かやってみたい人・自分のスキルを活かしてみたい人など（町内外問わず）を募ってワークショップ形式の「ワールドCafé」を開催。先ほど述べたように、町内住民に限ると参加者が少なく発展していかないので、興味関心のある人であれば町外者も参加可能として、それらを合わせて「関係住民」と呼んでいる。またワールドCaféは、SNS等のバーチャルな場とface-to-faceのコミュニケーションを大切にするリアルな場とをうまく活用し、参加者は、形式にとらわれずに、ある社会課題の解決に向けて自由に意見を交換し合うことができる。リーダーや町職員はある程度交通整理はするが、あくまでも参加者の自発的な発言と意思決定が優先される。

そこで出たアイデアはアイデアで終わらせずに、次のステージである「プロアクションCafé」に引き上げられる。プロアクションCaféでは、参加者が、いつまでに、誰が（私が）、何を実行するか、まちにどのような効果・うるおいがもたらされるかを決める。重要なことは、本当に実現したいアイデアと、実際に実行する意志と覚悟のあるアイデアだけが参加者とともに実行プランとして具体化されていくこと。平成29年度はここまですぐ実行された。平成30年度は、それらをさらに次のステージである「シニアアクティブボード」に引き上げ、どうやって実現させるか、それに適したエキスパートや事業者は誰か、といった最終具体案をまとめる。そこには、外部有識者や外部専門家が必要になってくるので、リーダーや関係有識者等が調整に入る。このようにして、笠置町は、約3年をかけて、町の社会課題解決につながる事業（コミュニティ・ビジネス）を生み出していこうとしている。

最初のケースは、リーダーがキーマンとなり、感度のよさそうな人に声掛けをして「ワールドCafé」を開催したが、平成30年度は、参加の対象者を、まちの行政や地域創生に関して受動的である町内高齢者とし、まずは町に対する不満や不安、期待等を聞き入れるところから開始する。そうして話を聞きだしながらワールドCaféやプロアクションCaféに繋げ、いずれ町内高齢者自らが自分たちの暮らしを良くするコミュニティ・ビジネスに関わっていくように仕組みを整えている。笠置町の青柳副町長は、この取り組みは、コミュニティのビジネスを一つ一つ立ち上げることを目指すのではなく、まちづくりを主体的に推進していく「仕組みづくり」とそこにひつような「ひとづくり」を目指すものである、と強調する。

この笠置町のコミュニティ・ビジネスプラットフォームの特徴は、図7が示すように、行政によるきちんとしたまちづくり政策があり、それに基づいてコーディネータとして実践的に仲介調整する、リーダーと町職員による有機的な中間組織体が明確に存在することである。そして実施主体となるべき町民はいきなりは動かないので、対象を町外まで広げて「関係住民」とし、その中でも意識と感度の高い人からまず募って、住民による住民のための、住民が決めて行動するワークショップ（ワールドCafé、プロアクションCafé、アクティブシニアボード）を段階的に開催して、徐々にコミュニティ・ビジネスにつなげていくというユニークなアプローチを取り入れている点が面白い。このプラットフォームにおいては、リーダーの存在と役割、そして人をつくりだす（ひとづくり）によって、次のコミュニティ・ビジネスを育てていく点とすることが鍵となっている。

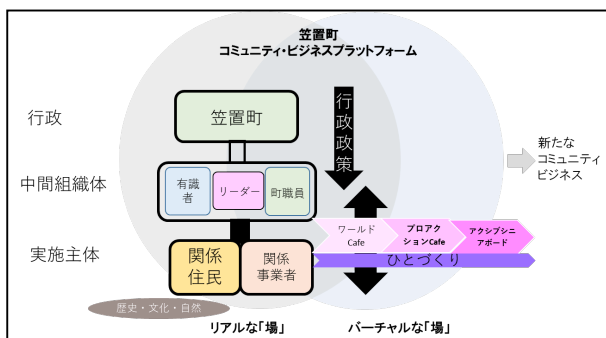


図-7 笠置町コミュニティビジネス創出の仕組み

我々京都大学経営管理大学院は、先日、笠置町と小本コミュニティバンクである京都信用金庫とともに、笠置町まちづくりのキックオフを行ったばかりである。これからどのようにこのプラットフォームに主体的に参画し、貢献するかを検討していくが、笠置町のようなケースにおいて、プラットフォームのとしての有効的な仕組みと成功要件とを是非導き出してみたいと考える。

#### 4. 結論と今後の展開

我々が定義するところの「コミュニティ・ビジネス」がうまく創出され続けるためには、どのようなプラットフォームの仕組みが必要なのか、これまで取り組んできた事例を取り上げながら考察してきた。地域ごとに直面する状況や抱える課題は異なるため、有効な体制や仕組み、役割・機能は一つではないが、しかし、数少ない事例ではあるが、いくつかの重要な共通要素が見えてきた。

- ・社会課題の解決に繋がるような事業（コミュニティ・ビジネス）であるため、行政の政策やまちづくりプランとの関連性は必須。
- ・行政主導のトップダウンアプローチと、住民主体のボトムアップアプローチと、それらの間の信頼関係をバランスよく構築し、住民主導に対してモチベーションとインセンティブを与えるような中間的組織体（リーダー含む）の存在が有効。
- ・コミュニティ・ビジネスプラットフォームは、ICTを利用したバーチャルな交流の場と、顔の見える関係を構築しやすいリアルな交流の場との二重構造がよい
- ・住民が、地域の社会課題を自分の問題として捉え、主体的に事業に取り組めるように、行政と中間的組織体は、その住民の背景にある歴史・文化・自然環境等を含めて、段階的稲起業化アプローチを設定する。ステップごとに成果を見える化し、住民と共有していく。
- ・最初から地域の課題をテーマとしたワークショップを開催し、コミュニティ・ビジネスを創出していくアプローチと、最初は個々の起業化活動から入って、徐々にそれらを繋げ、いずれ地域の産業創出や雇用促進に繋がるようなコミュニティ・ビジネスに発展させるアプローチとがあり得る。

しかし、上記のような特徴を有する仕組みを整えれば、住民が主体的に社会課題解決に取り組めて、コミュニティ・ビジネスとして成立し、そこで生きがいや幸福を感じることができるのか。我々の取り組み事例だけではまだわからないし、さらにはこのようにして生み出されたコミュニティ・ビジネスがきちんと利益を生み、それがコミュニティに還元されてあらたな雇用創出につながるのか、どうやって持続可能にするのかなど、そのための要件や仕組みについてもさらに掘り下げる必要がある。

今後は、現在連携中の地域活性化事業の推進と分析を進め、併せて他の自治体の先事例等を調査しながら、コミュニティ・ビジネス推進のためのプラットフォーム構築について研究を進めていきたい。

謝辞：本研究は、京都大学経営管理大学院 小林潔司教授が30年以上にわたって取り組んでこられた地域創生研究を基に、2018年4月に経営管理大学院附属経営研究センター内に新たに設置された地域創生デザイン室における研究活動の一環として始めた調査・考察である。地域創生およびコミュニティビジネスに関する基本的な知識の指導から本稿作成に至るまでご指導をいただいた、同室の小林潔司教授、山田忠史教授には感謝申し上げます。また、地方活性化や雇用創出に関してご指導をいただいた日本大学の高村義晴教授、そして直前に笠置町のまちづくりの現状についてヒアリングに応じて下さった笠置町青柳副町長様にも感謝申し上げます。

#### 参考文献

- [1] 総務省 ICT 地域活性化ポータル,事業テーマ別事例 100選,  
[http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/joho\\_tsusin/top/local\\_support/ict/jirei/index.html](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/top/local_support/ict/jirei/index.html)  
[http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/joho\\_tsusin/top/local\\_support/ict/jirei/index.html](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/top/local_support/ict/jirei/index.html)
- [2] 細内信孝：“コミュニティ・ビジネス”,学芸出版社
- [3] 國領二郎,公文俊平,丸田一：“地域情報化認識と設計” NTT 出版,,2006.
- [4] 小原重信：“P2M 標準ガイドブック”,PHP 研究所,上巻, 2001.
- [5] 中山、野路：“P2M 理論を応用した地域活性化環境プラットフォーム構築”,Journal of the International Association of Project & Program Management, Vol.5 No.2, pp 53-62, 2011.
- [6] “映画「笠置 Rock!」”,<https://www.kasagirock.com/>

(2018.6.22 受付)

## PLATFORM FORMATION FOR COMMUNITY BUSINESS PROMOTION ~A study on the structure of the community business platform Keiko SAKURAGI, kiyoshi KOBAYASHI~

While decentralization progresses, the role of local administrations is growing, especially in depopulated areas, because of the declining birthrate and aging population, population declines, employment opportunities decreasing, economic activities stagnating. It is getting hard for regional administration to respond to these problems in all areas. Under these circumstances, in order to acquire security, safety and affluence and to maintain and develop the local society, we have reviewed the local community itself which is the foundation of our social life, and it is necessary to construct a new mechanism which does not rely on administrative leadership. We define the following as "community business". It is a project for local community based local community peoples, creates local employment, circulates human being-goods-money-information, etc. within the area, and has an independent autonomous economy which brings about the foundation construction. Then, consider the mechanism of the platform to create that community business.