

資料11

<コミュニティ・ビジネスの基準(案)>

「コミュニティビジネス」という言葉は浸透し、認知されつつあるものの、その枠組みが明確になっているわけではない。しかし、今後はC Bの枠組みが明確にならない限りは、行政の支援、融資基準、評価制度など、様々な面での限界が生じてしまう。そこで、現在のC Bの状況と今後の展望を踏まえた上で、一つの基準(目安)を立ててみた。

任意団体、NPO法人、個人事業、組合、会社など組織の形態は問わず、主たる活動分野や備えるべき要件について整理されることが「コミュニティビジネス」の発展にとって特に重要だと考えられる。

「コミュニティ・ビジネス」は下記 ~ の全てを備えていることを条件とする。

活動分野

以下の10の社会的分野を活動の主体とする。

1. 福祉、保健、医療
2. 教育
3. 環境
4. まちづくり
5. 就業支援、人材育成
6. 産業支援、地域資源活用
7. 災害支援・安全
8. 観光・交流
9. 文化、芸術、スポーツ
10. 中間支援(上記の活動に対する支援、コーディネート)

財政規模

年間活動予算500万円以上

*年間活動を500万円で区切るのは、実施している事業が継続的な事業であり、スタッフを抱えながらビジネスの手法で運営されるものに限るためであり、これ以下の財政規模では一般的には自立的、継続的な事業を行っていくことは不可能であるという点から。

また1000万円で区切ると現行の多くのC BとNPOが外れてしまうため、500万円以上を妥当な数字と想定した。

人員

常勤構成員(常勤の事務局員)が1名以上いること(ボランティアを除く)

*NPOでは10名以上の会員(社員)が必要だが、ここでいう構成員は実際に報酬を得て業務に携わる構成員を指す。つまり、名目上ではなく、実際に雇用につながっている構成員で、報酬を得ている構成員を1名以上いなくてはならない。

活動地域

原則として都道府県域内における活動範囲を主体とする

*全国規模での活動をする団体や企業もあるが、原則として「地域・コミュニティ」は都道府県の47で区切り、その中での地域活動を実施していることを条件とする(市区町村での区分だと広域市区町村の活動が含まれないため)。

それぞれの都道府県でインターメディアリー機関を発足することで、行政側とC Bの連携が取りやすくなり、情報の収集と管理も容易になる。

資料出所：特定非営利活動法人 コミュニティ・ビジネスサポートセンター資料
(第7回雇用創出企画会議(平成15年2月12日)提出資料)