

コミュニティカフェの継続に必要な条件についての一考察

ー横浜市・川崎市のコミュニティカフェを事例としてー

A Study on Essential Condition for Continuous Management of Community Cafes : A Case Study of Yokohama and Kawasaki City

今瀬 和哉*・松行 美帆子**

Kazuya Imase *Mihoko Matsuyuki**

Today, so called 'a community cafe' is paid attention as a base of community activities to solve community issues. Community cafe has a problem of its continuity and some community cafes give up their management soon after opening. The purpose of this study is to examine essential condition for continuous management of a community cafe. Community cafes in Yokohama and Kawasaki city are case studied. Through interviews with the cafe owners and cafe staffs, and questionnaire survey to, users, following conditions are identified: (1) Staffs understand purposes of the community cafes and sympathize with them, moreover they work with feelings of pleasure, (2) Have fixed income source other than cafe business, (3) Not to over-expand activities.

Keywords: Community Business, Community Cafe, Continuation

コミュニティビジネス、コミュニティカフェ、継続

1. はじめに

近年日本では、少子高齢化ならびに核家族化の影響により地域コミュニティが希薄になり、地域社会で孤立する人々が増えている。このような状況は特に都市部に見られている。従来は、地域コミュニティの課題は自治体が提供する公共サービスによって解決されてきたが、今後はこれまでに様々な課題が発生し、自治体が提供する公共サービスだけに頼ってはい限界が生じてしまうことが容易に予想できる。今後は住民自らがこの課題の解決に従事する必要があるといえる。このような住民主体の新しい公共サービスに「コミュニティビジネス」が注目されている。¹⁾

地域コミュニティの活性化には活動拠点となる場所が必要であり、数あるコミュニティビジネスの中でも、そのような住民主体の地域活動の拠点として「コミュニティカフェ」²⁾が注目されている。

経済産業省の『中小企業白書』(2014)によると、中小企業、特にサービス業に限定すると、2009年から2012年までの3年間で開業率は1.7%、廃業率は5.9%であり、廃業率が開業率を大きく上回っている。利益の追求を第一の目的としないコミュニティビジネスは尚更継続するのは困難であり、「事業の継続」はコミュニティビジネスにとって大きな課題である。コミュニティビジネスの一分野であるコミュニティカフェにおいても継続は同様に課題とされており、開業後しばらくして運営を終えるコミュニティカフェもある。一方、開業後継続して営業を続けているコミュニティカフェも多数存在する。

そこで、本研究の目的は、コミュニティカフェの運営が継続するために必要な条件は何かを考察することである。

研究方法は以下のとおりである。横浜市・川崎市にあり、1年以上事業を継続しているコミュニティカフェ9件を対象に、コミュニティカフェのオーナーと、そのうち4件のコミュニティカフェのスタッフに対し、コミュニティカフェの運営や活動内容、コミュニティカフェへの参加の動機などについてヒアリング調査を行った³⁾。また、コミュニティカフェの利用客に対し、利用頻度や参加動機などを調査するために2件のコミュニティカフェでアンケート調査を行った。なお、研究対象としたコミュニ

ティカフェの名称は表2に列挙している。

2. 既往研究のレビューと仮説の設定

大分大学福祉科学研究センター(2011)によると、コミュニティカフェの運営上の課題として「人材の不足」、「利用者層の拡大」、「資金不足」、「認知の向上」、「行政との連携不足」といった観点が指摘されている。特に課題とされていることは「人材の不足」と「資金不足」についてである。人材の面ではボランティアの定着、若年層への継承など人の確保についてあげられている。コミュニティカフェの特徴を知ってなおかつボランティアで働ける人材は限られており、スタッフにはその条件でも継続して働けることが求められる。

利用者については、このカフェのスタッフの一員となることを目指しているとの回答があり、利用者もコミュニティカフェであることを意識することが求められる。

また、資金面については、赤字の店舗が多く⁴⁾、どのコミュニティカフェも資金面は課題となっていることがわかる。また、人件費を出すと赤字になると回答しているコミュニティカフェも多く、この点は人材の不足とも関連している。収入の内訳としては、飲食以外の売り上げを伸ばす必要があるとの回答が多く、何か事業を立てる必要があることがわかる。

認知の向上の面では、地域性があり、NPOの活動が認知されない、信頼も得られない等の状況があり、地域に対してコミュニティカフェについての理解を得て、協働へもっていくのが大変であるとの回答がある。

また、コミュニティカフェのマネジメントに焦点を当てた菅原(2013)によると、コミュニティカフェが地域に対して担うべき役割は、より高い社会的有効性の実現である。コミュニティカフェにおける「交流」や「ふれあい」をさらに進展させていくことによって、「ネットワーク」が形成され、コミュニティカフェが地域社会の課題解決への主体となることが期待されている。その結果コミュニティカフェにおいて、その地域の「にぎわい」がもたらされるようにしていくことが必要だと述べている。⁵⁾

以上の先行研究より、本研究ではコミュニティカフェの運営の継続に必要な条件として以下のような仮説を設定した。

* 非会員 横浜国立大学教育人間科学部(Yokohama National University)

**正会員 横浜国立大学大学院都市イノベーション研究院(Yokohama National University)

表-1: 研究の仮説

①飲食代以外に一定額の固定収入を得られる事業があること
②行政と協働していること
③店が常に地域の中心課題を意識していること
④スタッフが運営目的を理解し、共感していること
⑤スタッフが賃金よりもやりがいを重視していること
⑥利用客がコミュニティカフェの運営目的を理解し、共感していること

本研究では、コミュニティカフェのオーナー、スタッフへのヒアリング調査と利用者へのアンケート調査により上記の仮説を検証していく。

3. 調査結果 一仮説の検証一

3-1. オーナーへのヒアリング調査

オーナーへのヒアリング調査での質問内容は、主に設立年度やスタッフの人数、収益基盤などの「基本情報」の項目、行政や他コミュニティカフェ、地域との交流状況などの「他者とのネットワーク」の項目、スタッフの形態や役割分担方法などの「組織基盤」の項目、コミュニティカフェの成功要因やオーナーが考える継続のために必要な条件、現在の課題などの「店舗運営条件」の4項目に分けて調査している。その内容を表2にまとめた。オーナーへのヒアリング調査によって検証する仮説は、仮説①、②、③である。

3-1-1. 仮説①「飲食代以外に一定額の固定収入を得られる事業があること」の検証

この仮説は、現状採算が取れているコミュニティカフェ（こまちカフェ、カフェマイム）、収益が均衡状態のカフェ（さくら茶屋にししば、さくらカフェ、ほっとカフェ中川、カフェまめり）と採算が取れていないコミュニティカフェ（あんさんぶる、スペーススナナ、みた・まちもりカフェ）に分けて考える。

本調査では採算が取れているこまちカフェとカフェマイムの両コミュニティカフェにおいては事業規模について確認できた。その両コミュニティカフェは、全事業の中で、「飲食代」が占める割合はおおよそ30%であり、他の事業による収益が70%を占める。このカフェマイムは設立年度も2006年10月と本調査対象のコミュニティカフェの中で最も早く、継続した運営が出来ている。

この両カフェに限らず、どのコミュニティカフェも飲食以外に行っている事業はあり、その中で採算が取れているコミュニティカフェとそうでないコミュニティカフェが存在する。飲食代は単価も低く、飲食代の増加のみで収益状況を改善するためには相当数の客足の増加が必要となる。会話や交流を促しているコミュニティカフェにおいては回転率を上げることは非常に困難である。飲食代だけでは赤字となってしまうのである。そのため、飲食以外に収益を見込める事業を行うことは必要であると言えよう。

3-1-2. 仮説②「行政と協働していること」の検証

行政から事業委託を受けているコミュニティカフェはさくら茶屋にししば、さくらカフェ、あんさんぶる、みた・まちもりカフェ、カフェまめりの5件である。助成金を受けているのは、確認が出来たところで、さくら茶屋にししば、さくらカフェ、カフェまめりである。大部分のコミュニティカフェが収支が均衡状況であることを考えると、行政との協働は収入の向上に大きく貢献していることがわかる。

しかしながら、行政からの事業委託や補助金はほとんどが1年間であり、長くても3年間であり、継続的に補助金を受けることができる保証はなく、それに依存しすぎることは、運営の持続可能性に負の影響を及ぼすと考えられる。

3-1-3. 仮説③「店が常に地域の中心課題を意識していること」

の検証

地域にアンケートなどで客観的調査したことがあると答えていた団体はさくら茶屋にししば、ほっとカフェ中川の2つだけである。しかし、コミュニティカフェを訪れる利用客はほとんど地域住民であり、アンケートなどはしていないが地域の課題は把握できていると答えたオーナーもいた。（あんさんぶる、みた・まちもりカフェ、カフェまめり）

ただし、コミュニティカフェは必ずしもその地域住民のみを対象にしているわけでもない。スペーススナナは、社会問題の解決を運営目的にすることで遠方からも来訪客が来ている。こまちカフェは、子育て支援を運営目的にしており戸塚区外から電車に乗って来訪する人もいる。カフェマイムは、地域住民だけではなく地域企業にも焦点を当て、その企業による貸しパーティーから収益を得ている。このように地域住民以外に目を向けた例もある。

3-2. スタッフへのヒアリング調査

スタッフへのヒアリング調査での質問内容は、勤続年数や続けている要因などの「参加動機」の項目、組織内での役割や主との仕事内容の差などの「組織内での役割」の項目、目的を知ったきっかけや共感度合いの「目的へのコミットメント」の3項目に分けて調査している。その内容を表3に示した。

スタッフへのヒアリング調査によって検証する仮説は、仮説④、⑤である。

3-2-1. 仮説④「スタッフが運営目的を理解し、共感していること」の検証

本調査では、ヒアリング調査を行ったスタッフは全員が運営目的を理解し、その目的に共感して働いていることが確認できた。運営目的を知ったきっかけは、「オーナーとの会話」や「チラシを見て」など様々な形があるが、全員が現在目的を知った上ではその目的を意識して働いていると述べていた。ほとんどのスタッフはその共感度合いも高く、みた・まちもりカフェのスタッフのように「コミュニティカフェという場所は素晴らしいと思う」と感じ、その思いからコミュニティカフェのスタッフとして継続して働いていることが確認できた。

また、そのような共感はい々の営業だけではなく、スタッフミーティングやスタッフ間でのイベントで培われることが分かった。決して一人では運営できないコミュニティカフェにおいて協力者を集めることは大切なことであり、その条件としてスタッフの運営目的への理解と共感があげられるだろう。

3-2-2. 仮説⑤「スタッフが賃金よりもやりがいを重視していること」の検証

これはスタッフにヒアリングをした団体において、ボランティアとして働いているさくら茶屋にししば、スペーススナナ、みた・まちもりカフェと、有償ボランティアとして働いているカフェマイムに分けて考える。スタッフがボランティアとして働いているコミュニティカフェでは、続けている要因の質問項目で「自分の活動がささやかな社会活動になっておりやりがいを感じている」（さくら茶屋にししば）や「色々な人が交流できるような拠点づくりに貢献できたらうれしい」（みた・まちもりカフェ）など、確かにやりがいについて言及しているスタッフもいた。

しかし、ほとんどのスタッフが続けている理由や働くうえで重視していることの質問項目に「色々な人に会えて楽しいから」や「自ら楽しんで仕事をする」と回答しており、コミュニティカフェで働くうえでの求心力は、地域貢献できているといったやりがいというよりは、自らの楽しさといった自己実現の条件が寄与していることがわかる。有償で働いているカフェマイムのスタッフも同様に、続けている要因の質問に「色々な人に会えて楽しいから」という回答をしており、やはり有償であっても自らの

設立年/所在地	2010年5月 / 横浜市金沢区 Oさん(60代女性) Aさん(60代男性) / 80人(カフェスタッフは50人)	さくらカフェ	2013年9月 / 横浜市金沢区 NPO法人さくら茶屋にししば	世代を超えた交流の促進から、いまいきとした地域づくりを	65歳以上の高齢者 やや黒字 20~30代の子育て世代	あきふぶる	2008年 / 横浜市旭区 Sさん(50代男性) / 2人 主観人	ほっとカフェ中川	2011年10月 / 横浜市鶴見区 Sさん(60代男性) / 30人 NPO法人くまのつとね道 「地域の活性化」地域のネットワークと絆づくり 「安心・安全なまちづくり」 40代、60代女性 収支は均衡状態	スペースナナ	2010年12月 / 横浜市青葉区 Nさん(60代男性) / 6人 NPO法人スペースナナ 世代を超え、性別、国籍に関わらず多様な人々が 出会う場所に イベントに興味のある人が参加 赤字
運営主体	Mさん(30代女性) / 4人 NPO法人こまちぶら	こまちカフェ	2012年2月 / 横浜市戸塚区 Mさん(30代女性) / 4人 NPO法人こまちぶら	子育てに必要な情報をママたちが自ら共有し、つ なげていく居場所づくり	20~30代の女性の 収支は均衡状態	カフェマイム	2013年5月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 Sさん(50代女性) / 8人 三田サボートワナリ	カフェまめり	2013年 / 川崎市多摩区 Aさん(40代女性) / 4人 NPO法人まめりな人生		
運営目的	20~30代の女性の 収支は均衡状態	こまちカフェ	2008年10月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 川崎ビル業株株式会社	元氣なニアアのたまごの場を提供 低価格で自己実現と交流の場を提供	30~40代女性 黒字 60~70代の男性	カフェマイム	2013年5月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 川崎ビル業株株式会社	カフェまめり	2013年 / 川崎市多摩区 Aさん(40代女性) / 4人 NPO法人まめりな人生		
収益状況	黒字	こまちカフェ	2008年10月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 川崎ビル業株株式会社	元氣なニアアのたまごの場を提供 低価格で自己実現と交流の場を提供	30~40代女性 黒字 60~70代の男性	カフェマイム	2013年5月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 川崎ビル業株株式会社	カフェまめり	2013年 / 川崎市多摩区 Aさん(40代女性) / 4人 NPO法人まめりな人生		
スタッフの役割	有償スタッフ、有償ボランティア、ボランティア 月一回の全体会有り	こまちカフェ	2008年10月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 川崎ビル業株株式会社	元氣なニアアのたまごの場を提供 低価格で自己実現と交流の場を提供	30~40代女性 黒字 60~70代の男性	カフェマイム	2013年5月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 川崎ビル業株株式会社	カフェまめり	2013年 / 川崎市多摩区 Aさん(40代女性) / 4人 NPO法人まめりな人生		
他組織等とのつながり	コミュニティカフェ開設講座などを行っている	こまちカフェ	2008年10月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 川崎ビル業株株式会社	元氣なニアアのたまごの場を提供 低価格で自己実現と交流の場を提供	30~40代女性 黒字 60~70代の男性	カフェマイム	2013年5月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 川崎ビル業株株式会社	カフェまめり	2013年 / 川崎市多摩区 Aさん(40代女性) / 4人 NPO法人まめりな人生		
考える継続条件	想いを共有すること 飲食業以外の事業を持つこと	こまちカフェ	2008年10月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 川崎ビル業株株式会社	元氣なニアアのたまごの場を提供 低価格で自己実現と交流の場を提供	30~40代女性 黒字 60~70代の男性	カフェマイム	2013年5月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 川崎ビル業株株式会社	カフェまめり	2013年 / 川崎市多摩区 Aさん(40代女性) / 4人 NPO法人まめりな人生		
成功要因	同じ想いを持った人と想いを共有できたから 自ら楽しんで活動出来たから	こまちカフェ	2008年10月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 川崎ビル業株株式会社	元氣なニアアのたまごの場を提供 低価格で自己実現と交流の場を提供	30~40代女性 黒字 60~70代の男性	カフェマイム	2013年5月 / 川崎市幸区 Hさん(50代女性) / 5人 川崎ビル業株株式会社	カフェまめり	2013年 / 川崎市多摩区 Aさん(40代女性) / 4人 NPO法人まめりな人生		

年齢/性別	60代女性	さくら茶屋にししば	60代女性	70代女性	スペースナナ	カフェマイム	みた・まちもりカフェ
勤続年数	4年ほど(初期メンバー)	3年ほど	3年ほど	2年ほど	3年半ほど(初期メンバー)	5年ほど	1年ほど
参加動機	立ち上げから参加	刺激のない毎日から、赤い 毎日を送るため	刺激のない毎日から、赤い 毎日を送るため	スタッフの方に誘われた から	立ち上げから参加	HPでスタッフ募集 をしていたから	講座に参加して誘われ たから
どこで知ったのか	立ち上げから参加	このカフェが自分の居場 所になっていたから	自分の活動がささやかな社会 貢献になっていたから	スタッフの紹介	立ち上げから参加	HP	講座に参加して 誘われてから
続けている理由	このカフェが自分の居場 所になっていたから	無理をしないこと	無理をしないこと	スタッフの紹介 ここに来ればみんなに会 えるから	色んな人と会えて楽しい から	HPでスタッフ募集 をしていたから	講座に参加して 誘われてから
働くうえで重視していること	自ら楽しんで仕事をする こと	無理をしないこと	無理をしないこと	自ら楽しんで仕事をする こと	自分がいかに楽しめるか こと	いかに相手のこと を思いやれるか こと	自ら楽しんで仕事をする こと
組織内での役割	週1回のカフェスタッフ、 運営スタッフ	週1回のカフェスタッフ	週1回のカフェスタッフ	週1回のカフェスタッフ	週1~2回の店番 100名ほどの講座の講師	週5日の店番	週2~3回のカフェスタッフ
いつ仕事内容が決まったのか	最初の会議	紹介された時からほとんど決 まっていた	紹介された時からほとんど決 まっていた	スタッフ会議	最初の会議	最初の面接にて	加入当時から(最初か らカフェスタッフの人手 が足りなかった)
目的の理解はあるか	ある	ある	ある	ある	ある	ある	ある
目的への共感/共 目的を知ったま け	非常に高い コンセプトから話合っ ていた	非常に高い 主との会話から	非常に高い 主との会話から	非常に高い 主との会話から	非常に高い 主との会話から	非常に高い 主との会話から	非常に高い 主との会話から
目的を再確認して働 いているのか	働いている	働いている	働いている	働いている	働いている	働いている	働いている

表-2: オナーナーへのヒアリング内容

表-3: スタッフへのヒアリング内容

楽しさを重視していることがわかる。もちろん、コミュニケーションカフェでボランティアとして働いているスタッフは多く、「賃金」という条件を超える何かは存在するのだが、本研究の仮説のようにその内容が「やりがい」であるとは本調査においては断定できず、むしろその「やりがい」にも勝る「楽しさ」という条件が確認できた。

3-3. 利用者へのアンケート調査

仮説⑥を検証するために、利用者へのアンケート調査を実施した。利用者へのアンケート調査概要は以下の通りである。

表-4：利用者へのアンケート調査概要

調査対象	さくら茶屋にししば、さくらカフェ
調査期間	2014年11月28日(配布)～12月20日(回収)
有効回収数	さくら茶屋にししば 44部 さくらカフェ 12部
調査方法	来店した利用客が両コミュニティカフェに置いてあるアンケートにその場で回答
質問項目 (全て4～5 択の単一回答 式)	①年齢・性別 ②初来店時期(来店期間) ③来店理由 ④来店期間 ⑤運営目的を知っているか ⑥運営目的への共感度合い (⑤で「はい」と回答した人のみ)

本アンケート調査における利用者の属性は以下の通りである。なお、本研究では、両カフェが同一の運営主体であること、また回答者数の関係から両カフェの結果を合同して分析する。

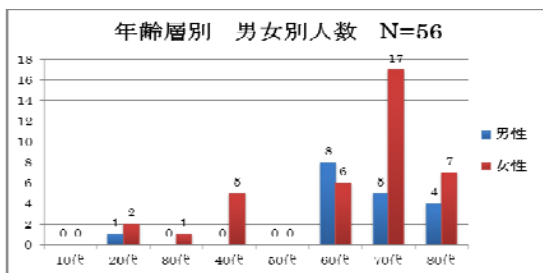


図-1：回答者の年齢層別・男女別人数 N=56

3-3-1. 仮説⑥「利用客がコミュニティカフェの運営目的を理解し、共感していること」の検証

コミュニティカフェの利用者へのアンケート調査において、コミュニティカフェの運営目的を知っているかの項目に対し56名中52名が「知っている」と回答した。この結果より、このコミュニティカフェを訪れている人の大半は運営目的を理解しているということがわかった。また、目的を知っていると答えた人の全員が、目的に「共感している」ならびに「深く共感している」の項目を回答していた。

来店頻度、来店時期と共感度合いの相関を以下の表に示した。本調査では、「共感度合い」と「来店頻度」の相関は低く優位性も見られなかった。「来店期間」と「共感度合い」の相関係数は約0.3であり、優位性のある相関関係がみられた。来店期間が長いほど共感度合いが高くなることからわかる。来店期間が長ければオーナーやスタッフとの会話も増え、想いを共有できるからであろう。

また、同アンケートにおける「来店理由」の項目も最も票を集めたのは「メニューがおいしいから」という項目であり、利用客はこのコミュニティカフェに一般の営利目的のカフェと同様な期待を寄せていること分かる。このコミュニティカフェを訪れている利用客は、運営目的を知っているものの、来店頻度には関連性がなく、共感度合いが来店に結びつく要因なのかは本調査においては断定できない。

表-5：相関係数 N=52

	来店期間	来店頻度	共感度合い
来店期間	1	-0.005	0.303**
来店頻度		1	0.119
共感度合い			1

** p<0.05

4. 結論

以上の調査から、本研究で得られたコミュニティカフェの運営の継続に必要な条件を以下にまとめる。

第一に、「スタッフが運営目的を理解し、共感し、楽しさを感じながら活動すること」があげられる。コミュニティカフェのスタッフは多くの場合、ボランティアもしくは有償ボランティアであり、協力者を集めるという観点においてもスタッフの運営目的への理解と共感が必要であろう。仮説では上記の条件で終わっていたが、ヒアリング調査より「楽しさ」という項目の重要性が明らかになり、この項目を追加した。理解し、共感し、楽しむ、このプロセスを踏むためにミーティングやスタッフ間の交流をすることが大切であろう。

次に、「飲食業以外で継続した固定収入を得られる事業計画を立てること」をあげた。オーナーへのヒアリングで明らかになったように、コミュニティカフェの収支状況は多くの場合厳しいものである。その現状を改善するためには、やはり、飲食代以外の固定の収益基盤が必要である。上記にあげた飲食代の割合がわかっている2つのコミュニティカフェはどちらも収益状況が良い事例であり、この2つの事例は企業へのレンタルスペース業や貸し切りパーティー事業など地域住民以外の主体から収益を得ている。このように、何か飲食以外から収益の柱となる事業を行うことが継続した運営には必要な条件であろう。さらに、行政からの事業委託や助成金を受けるのも一つの方法といえるが、先述したように、それに依存しすぎるのは持続可能性に負の影響を及ぼす。

最後に、仮説の設定時点では考えが至らなかったが、「無理をしない身の丈に合った運営をすること」も継続に必要な条件にあげられる。ヒアリングをした結果、どこのコミュニティカフェでも重要と考えていることであった。また、この無理をしないということは、一つ目の条件であるスタッフの共感や楽しさにもつながることである。無理をした厳しい営業だと、肉体的・精神的負担も高まり、スタッフも楽しんで仕事が出来ないと思われる。スタッフの事も利用客の事も考えたうえで、無理をしない運営をすることが継続した運営に必要な条件であると考えられる。

以上が、本研究で考察されたコミュニティカフェの継続の条件であるが、本研究では、考察しきれなかった点もある。

例えばオーナーやスタッフを見ると、女性が多く、男性スタッフは定年退職以上の年齢である。オーナーの収入源についてのヒアリングは行っていないが、多くのオーナーは主婦業や年金など他の主要な収入源があり、コミュニティカフェでの収入に生活を依存していないと推測される。今後は、このオーナーの職業、ならびに経済面に注目した研究が求められるだろう。

謝辞

本論文を執筆するにあたって、ご指導いただいた関内イノベーションイニシアティブ株式会社の治田友香氏、また、度重なるインタビューやアンケート調査にご協力いただいた「さくら茶屋にししば」、「さくらカフェ」、「コミュニティカフェあんさんぶる」、「ほっとカフェ中川」、「スペースナナ」、「こまちカフェ」、「カフェマイム」、「みた・まちもりカフェ」、「カフェまめり」のオーナー及びスタッフの皆様、アンケートに回答していただいた皆様にご感謝を表します。

【引用文献】

- (1)細内 信孝 (2010) 『新版 コミュニティ・ビジネス』 学芸出版社
- (2)中小企業庁 (2014) 『中小企業白書 2014年度版』 附属統計資料

- (3)財団法人地域活性化センター (2005) 「コミュニティビジネスとコミュニティの再生について」
- (4)山本 誠次郎 (2005) 「コミュニティ・ビジネスの課題と展望」『日本計画行政学会第 29 回大会研究報告要旨集』
- (5)大分大学福祉科学研究センター (2011) 『コミュニティカフェの実態に関する調査結果』
- (6)佐々木 佳 五十嵐 聡子 永谷 基 榊谷 晴香 眞鍋 知子 (2012) 「コミュニティカフェの実態と可能性: 市民の力がいかに地域を変えるのか」 『学長研究奨励費研究成果論文集』 8(23), pp.32-36, 金沢大学
- (7)菅原 浩信 (2013) 「北海道におけるコミュニティカフェのマネジメント」 『開発こうほう』 (一財) 北海道開発協会 598 号

【注釈】

- 1) コミュニティビジネスは細内 (2010) によると、「地域住民がよい意味で企業的経営感覚を持ち、生活者意識と市民意識のもとに活動する“住民主体の地域事業”」と定義されている。また、上記のとおり、コミュニティビジネスとはその担い手が地域住民である。よって、コミュニティビジネスは地域社会のネットワークに支えられて成立する。このように地域社会に根ざしていることが民間企業の営利追求型のビジネスとの大きな違いである。
- 2) コミュニティカフェは長寿社会文化協会によると、以下のように定義されている。
 - ①人と人が交差する自由な空間である
 - ②あらゆる情報の交差点である
 - ③友達を作る場所である (人的ネットワークを広げる)
 - ④もっと素敵な生き方にチャレンジするきっかけをもつ場所である
- 3) オーナーへのヒアリング日時は以下の通りである。さくら茶屋にししば: 2014 年 8 月 19 日、10 月 30 日、さくらカフェ: 2014 年 8 月 19 日、10 月 30 日、あんさんぶる: 2014 年 9 月 16 日、ほっとカフェ中川: 2014 年 10 月 29 日、スペースナナ: 2014 年 9 月 11 日、こまちカフェ: 2014 年 11 月 28 日、カフェマイム: 2014 年 12 月 3 日、みた・まちもりカフェ: 2014 年 12 月 1 日、カフェまめり: 2014 年 9 月 25 日
スタッフへのヒアリング日時は以下の通りである。さくら茶屋にししば: 10 月 30 日、スペースナナ: 2014 年 11 月 5 日、カフェマイム: 2014 年 12 月 3 日、みた・まちもりカフェ: 2014 年 12 月 1 日。
- 4) 大分大学福祉科学研究センター (2011) の調査によると、赤字の割合は約 43%である。また、補助金を除いた採算の状況だと、約 68%が赤字だと回答しており、資金面での困難が浮き彫りになっている。
- 5) 菅原は今後コミュニティカフェが展開すべきマネジメントとして、地域コミュニティの活性化に向けて「ネットワーク」を形成することや、「にぎわい」の創出につながるようなマネジメントを展開することを挙げている。