

# LPガス事業関連コミュニティ・ビジネス調査結果概要

1. 実施者 社団法人 大分県エルピーガス協会

## 2. 調査概要

### (1) 目的

(社)大分県エルピーガス協会は、平成16年度調査事業「消費者ニーズ・マーケティング調査・LPガス販売事業者意識調査」で、取り組むべき数多くの課題を得た。また、生活密着型産業のLPガス事業者の強みを生かし、少子高齢化、過疎化の進む大分県においてニーズが高まっている「コミュニティ・ビジネス」への参入が重要だとの共通認識を得た。そこで、「コミュニティ・ビジネス」への参入の可能性や事業展開方を調査、研究し、地域貢献とLPガス販売事業者の経営・事業改善に資することとする。

### (2) 実施方法

#### コミュニティ・ビジネスの概念と枠組みの整理・分析

調査に先立ち今回の調査対象となる「コミュニティ・ビジネス」の考え方と概念・定義及び運営手法などを整理、分析した。

#### 大分県下におけるコミュニティ・ビジネス実態調査

大分県内のコミュニティ・ビジネスの実態を調査し、現在の運営にまつわる課題の分析を行い、事業参入の際の基礎資料とするため、社会福祉協議会(以下、社協)、NPO法人、ひまわりサービス等、県下の非営利活動団体を対象にアンケート調査を行った。

調査時期 平成17年8月8日～平成17年9月2日(郵送によるアンケート調査)

回収状況 回収率 16.1%(配布数245、回収数41)

#### 先進事例調査

大分県内においてコミュニティ・ビジネスがまだ一般化していないため、先進事例調査を行い、検討委員会委員を中心とし、視察、ヒアリング調査を行った。また、協会会員である販売事業者へコミュニティ・ビジネスの理解促進を図るためのビデオを作成した。

調査時期 平成17年9月5日～平成17年9月7日

調査先 サポートハウス年輪、流山ユー・アイネットの活動見学、ヒアリング調査

#### コミュニティ・ビジネス事業所意向調査

上記の調査で得られたデータや情報を「コミュニティ・ビジネス入門」というパンフレットにまとめ、会員事業所のコミュニティ・ビジネス参入意向等を調査した。

調査時期 平成17年11月21日～平成17年12月28日(郵送によるアンケート調査)

回収状況 回収率 76.6%(配布数320、回収数245)

## 3. 調査結果概要

### (1) コミュニティ・ビジネスとは

「コミュニティ・ビジネス」は地域住民が中心となって、地域の問題解決や生活の質を上げることを、ビジネスの手法で行うものである。個人のニーズが多様化する今日、これまでの行政、企業では届かない分野を担っている。現在のところNPO法人の活動する分野と、コミュニティ・ビジネスが有効な分野はほぼ重なっている。LPガス販売事業者は、業態から地域に密着しており現在の事業基盤をもとに、地域や個人のニーズを適確にとらえ、コミュニティ・ビジネスを展開することで、相乗効果を高めることが可能であるとの結論を得た。

### (2) コミュニティ・ビジネス実態調査

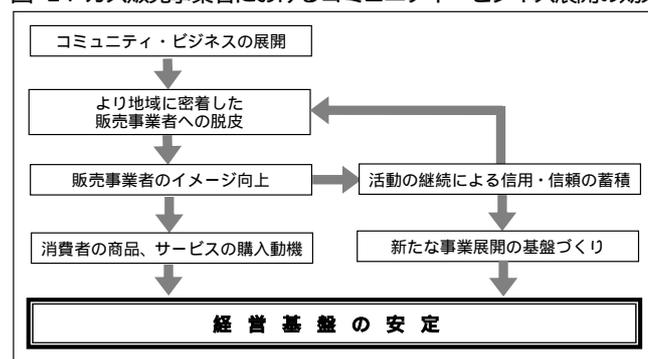
#### 大分県における地域貢献事業やコミュニティ・ビジネスの実施状況

調査結果より、NPO法人と社協が実施している地域貢献事業等で多かったものは、「高齢者生活支援(介護保険外)」(25.7%)、「高齢者世帯の訪問、声かけ」(23.1%)、「子育て、保育」(23.1%)などであった。今後、LPガス販売事業者がコミュニティ・ビジネスを展開するにあたって、他の団体がすでに活躍し地域に定着している分野に、新規に参入していくことも難しいことが予測される。そこで、他団体まだ活動を定着していない分野で潜在的ニーズの有無を検討した。

#### 大分県下のNPO法人の状況

調査では、多くのNPO法人から「活動費不足」、「資金不足」という回答がよせられていた。また、全国でのNPO法人の収入内訳で、事業収入の占める割合は増加傾向にある。大分県下におけるコミュニティ・ビジネス実態調査結果でも、「事業収入」67.6%と最も多くなっており、事業収入は重要なポイント

図 LPガス販売事業者におけるコミュニティ・ビジネス展開の効果



であるといえる。「非営利」であっても、活動の継続が「信用の蓄積」につながることを考えると、「活動資金の確保」、「事業収入」は重要である。また、法人格を持ち、地域に貢献する活動目的を明確にすることで、人材、資金が集まりやすくなることから、法人格をもち活動する必要があるという結果が導き出された。

### (3) 地域に親しまれ、評価されるLPガス販売事業者

LPガス、販売事業者の強みを生かしたLPガス業界に潜むコミュニティ・ビジネスの「種」を検討した。また、コミュニティ・ビジネスの活動にあたって「結束力」、「目的の共有」は重要なポイントとなるため、「LPガス販売」にメリットがある活動分野も同時に検討した。

定期的に訪問している

個人のニーズを満たすコミュニティ・ビジネスでは、LPガス販売事業者が各家庭を訪問し、「顔」の見える存在であることが強みであると言える。

保安管理体制の構築ができています

LPガス販売事業者は保安業務が義務づけられている。また、山間部の隅々までLPガスの配送を担っているという強みを生かした、緊急出動への参入も可能である。事業所意向調査においてこうした強みを生かし、すでに地域貢献事業を展開している事業所が16.5%という結果もでていた。

災害に強い

LPガスは災害に強いエネルギーであるが、昨年度調査事業ではLPガスの安全性、災害に強いことがPR不足であるという結果が浮かび上がってきた。また、本年度の事業所意向調査では、災害に強いLPガスの意識普及が望まれているという結果もでており、「防災」をテーマにした取り組みが期待される。

調理をするエネルギー

昨年制定された「食育基本法」や地産地消への取り組みが活発になるなど、人々の「食」に対する関心は高まっている。LPガスは「調理をするエネルギー」でもあり、食をテーマにした活動は直接LPガス販売に結びつくとともに、LPガスの強みを生かすことができる。

### (4) 先進事例調査より

コミュニティ・ビジネスの目指すもの

先進事例調査では、コミュニティ・ビジネスは、対象は「個人」であるという事を念頭に置き、その一人の人間のニーズに細分化した商品、サービスをすべて使ってニーズを満たしていくものである、ということが認識された。

コミュニティ・ビジネスの実践

コミュニティ・ビジネスは、地域のための事業であり、「信用」を蓄積し、「地域の評価」を得ることが団体の財産となり、それが「行政の評価」に繋がる。今後、行政と民間の連携は指定管理者制度などで拡大することが予測されており、活動資金の確保の面からも行政との連携は欠かせないものである。

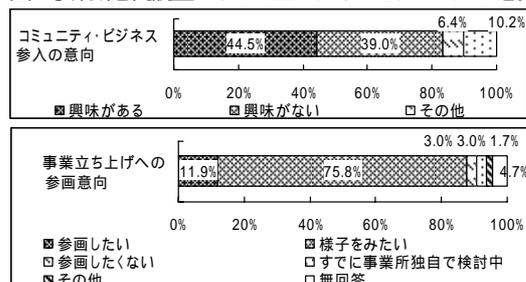
## 4. 調査結果から得られた効果

今回の調査では、LPガス販売事業者が強みを生かしたコミュニティ・ビジネスの「種」を持っていることが明らかになり、事業所意向調査では、44.5%の事業者が事業参入に興味を示している実態も分かった。また、協会が大分県警察本部の指定を受けて、社会貢献活動である「地域安全見まもり隊」を実施しているが、事業所意向調査で、97.9%の事業所が「この活動がLPガス販売事業に貢献する」と回答しているなど、地域貢献に対するLPガス販売事業者の熱意も把握できた。さらに、青年部会では、お客様に「会う」ことの重要性を痛感し、「心のふれあいマニュアル」を作成し、卸・流通部会では「お役にたち隊」の立ち上げを行い、将来的にはコミュニティ・ビジネスに発展することを目指すといった具体的な活動も展開できた。

## 5. 調査結果の今後の活用、調査結果を踏まえた今後の取り組み

今回の調査から、「防災」、「食」、「生活支援」などの分野で活動を行うNPO法人「生活環境テラス」の設立に至った。しかし、事業所意向調査では、コミュニティ・ビジネスへの事業参入に興味を示した事業者が44.5%を占めたものの、一方で「コミュニティ・ビジネスに参画したい」という事業者は11.9%で、「今後の様子を見たい」という事業者が75.8%という結果であった。今後、こうした事業者をコミュニティ・ビジネスに引き込み、さらに地域根ざしたLPガス販売事業者を目指し、地域に貢献していくためには「生活環境テラス」を育成し、行政や社協などと連携を深め活動を強化する必要がある。

図 事業所意向調査よりコミュニティ・ビジネスへの意向



## 6. 補助金確定額

17,687,970 円