

まちづくり職の確立に向けた条件整備のあり方に関する基礎的研究*

Fundamental Study on Condition Improvement for Establishment of Community Based Professional*

久 隆浩**・参河祥道***

By Takahiro HISA**・Yoshimichi MIKAWA***

1. はじめに

近年、まちづくり活動が活発化している。活動にやりがいを感じ、自らの生き方として地域貢献をしようとする人が増えている。このような活動は、より多様化、複雑化、高度化する社会のニーズに応えていくための「共」を担う役割として期待されている。しかし、時代はまだまた転換期の最中であり、こうした活動を生業としたいと思っても、それを実現している人は少数である。無償の活動は継続性に限界があり、また、若年層をはじめとして生活の経済基盤が脆弱な層がまちづくりに参画していくためには、生業として活動が行えるようにしていく必要があると考えられる。

こうした観点にたち、本論文では、現在各地で活発化している地域におけるまちづくり活動を担う専門家を「まちづくり職」と位置づけ、その職能がいかにか社会的に評価され、生業化できるかについて分析、考察を行うものである。

2. 研究方法

本研究では、地域社会活動を展開し、生業として生計を立てている組織や個人を対象にヒアリング調査を行った。調査対象は3つの組織と1人の個人である。本研究の目的は「まちづくり職」の確立のための条件を考察することであるが、わが国においては「まちづくり職」の確立にはいまだ十分な条件は整ってはいない。そこで、まちづくりの周辺領域として、地域福祉分野とコミュニティビジネス分野に焦点をあて、こうした分野でいかに職能を確立しているのかをあきらかにすることを通じて、「まちづくり職」確立のための条件を考察することとした。地域福祉分野では、2000年の介護保険制度導入によ

*キーワード：計画基礎論、市民参加、地区計画、計画手法論

**正員、工博、近畿大学理工学部社会環境工学科

(大阪府東大阪市小若江 3-4-1、TEL06-6730-5880(内)4268、

FAX06-6730-1320、E-mail/ hisa@civileng.kindai.ac.jp)

***正員、修士(工学)、茨木市役所建設部道路交通課

(大阪府茨木市駅前3-8-13、TEL072-620-1651、

E-mail/ dorokotsu@city.ibaraki.lg.jp)

って、民間事業者が介護事業を担うこととなった。そのため、NPO や市民団体の多くが事業者として参入することが可能となっている。また、コミュニティビジネスは、その名のとおり地域ニーズに対応した事業を展開している。こうした状況を勘案して、調査対象として地域福祉分野とコミュニティビジネス分野を選定した。

調査は、対象として選定した組織・個人に対し、組織の活動内容やどのようなプロセスで地域社会活動を生業としていったのかについてヒアリングを行った。調査期間は2005年10月28日～12月8日である。

3. ヒアリング対象の概要と事業化過程

(1) 組織 A (NPO 法人み・らいず)

組織 A は、学生時代に介護入浴アルバイトや障害者の余暇支援等を担うサークル活動をしていた人々が、大学卒業後も仕事として福祉に携わっていきたいという思いから設立した NPO 組織である。大学卒業後メンバーは福祉分野以外の会社に就職したりばらばらに活動や仕事をおこなっていたが、その間毎月1回の仲間内での勉強会で集まっていた。そして、大学卒業後1年後にメンバーが集結して組織 A を設立した。アルバイトやサークル活動を通して福祉の現場に精通していたため、現場で求められるサービスが何かを理解していた。

設立当初は、地域の中に情報や資金につながるネットワークがなかったため、様々なところへ足を運んだという。設立から1年後に公的介護保険制度にもとづく支援費制度が出来たことで安定した収入を得られるようになった。

当初は資金援助を期待して参加したまちづくり活動であったが、活動を継続することによって地域の人々に組織の活動を認知されるようになってきている。また、組織が企画・開催するイベントでは、障害者だけでなく地域住民にも参加を呼びかけるようになった。本来の活動分野である福祉分野でも、資格講座にワークショップ等を取り入れた独自のプログラムを開発するなど、ユニークな事業を展開している。事業活動の安定化のために介護保険事業を中心に展開してきたが、現在は、自分達がやりたいことを事業化しており、不登校児の生活支援や

学習支援、障害者の就労支援といった事業も行っている。こうしたユニークな事業展開は社会的にも評価が高まり、障害者の作品を商品化するという事業では社会事業コンペの優秀賞を受賞した。

(2) 組織 B (NPO 法人友 - 友)

組織 B は、最初、生協の利息で借りた空き家を活動拠点として、地域の中で文化活動や助け合い活動を展開していた。生協の組合員が出来ることを具体化して活動を行ってきた。その中のひとつである一人暮らしの高齢者を招いての昼食会が現在の配食事業の原点となっている。

配食事業活動開始当初から、地域に活動の理解をしてもらう為に通信を地域の全戸に配布している。当初からの通信の形態を変えずに配布しており、今では「今回も入っていたよ」と声をかけてくれる人もいる。また、配食事業をしているうちに「この弁当で生きさせてもらっている」と言われるようになった。

資金、費用の面では、まず、配食事業ではボランティアも含めたスタッフをはじめ高齢者も食事代は自分で出すなど、ほどこしのない関係で運営している。施設の家賃は、バザー費で賄ったり、市の配食委託事業を受けて支払ったりしてきた。空き家から近隣センターの空き店舗を拠点とした際には、市役所に口添えを頼むという形で支援をお願いした。

地域で 15 年間活動してきたことで、法人化しなくとも市の委託事業が取れていたが、公設民営のデイサービスセンターコンペに参加するために NPO 化をした。最初の配食事業が昼食会を催していくなかから生まれたように、活動の中から見えてきたニーズに対応する形で事業を展開している。現在は、経済や資源の地域還元を目的に地域通貨にも取り組んでいる。

(3) 組織 C (神戸ながたティ・エム・オー)

組織 C は商店街連合会の青年連合会が基盤となって立ち上がった。出資団体 17、資本金 1175 万円でスタートした。行政からの委託業務はなく、様々なメーカーや商店街と連携することで利益を生み出している。各商店街の事務局機能を担い、商業振興の補助金申請などの代行業務を行ったり、地域から資金を集めて商店街の販売促進イベントを行っている。特に、統括マネージャーの出向元であるビルの管理会社と緊密な関係を取りながら様々な事業に取り組んでいる。

統括マネージャーが 26 歳の時に組織 C が設立されたが、当初は会社経営や事業を行うためのノウハウがなく地域ニーズにも気づいていなかったため、様々な人との意見交換を通じてヒントを得ながら事業を進めていったという。イベント事業は一発命中させるのではなく数多く行う姿勢で取り組んでいる。たとえばイベントが失敗し

たとしても、その経験を次に活かしている。地域食を大手食品会社と共同でブランド化し、そのロイヤリティを収入源に全国展開することでまちの PR を図っている。また、地域の旅行会社と組んで修学旅行生の生涯学習受け入れ事業を行ったりもしている。

(4) 個人 D

個人 D は大学時代に芸術や環境デザインを学んでいた。大学卒業後から地元のまちづくり活動に参加し 7 年目になる。「まちづくり活動を長期間やってきていることが今のネットワークにつながっています。」という発言のように、まちづくり活動で知り合った人の紹介によってもデザインの仕事をしている。また、みずからも参画しているまちづくり団体では、年 1 回発行している広報誌の編集も行っている。

大学卒業後は、学生時代からアルバイトをしていたイベント会社に就職した。そこでは、顧客満足度と自分達の利益との接点をいかに見出すかという経営面でのノウハウを学んだ。その後、市民活動センターで勤めるようになったが、活動を通して様々な人と出会い、イラストを描く仕事の顧客を獲得している。その後、大阪市産業創造館のチラシコンテストで入賞したことを機に独立を果たす。CB 起業家講座を受講した際、講師だった起業家支援センターの人と出会い、パソコンや税務関係のアドバイスを受けている。

4. 事業成功の要因分析

各組織・個人のヒアリング結果を分析すると、事業成功のための要因として「専門的技術を有している」「ネットワークの構築を図っている」「ニーズに気づき事業化する能力がある」の 3 つを挙げる事ができる。

専門的技術を有している

組織 A や B は、専門技術をもったケアマネージャーや看護師を擁しているし、組織 B の配食事業は家庭料理で飽きさせない味を売り物としている。組織 C は、商店街活性化のイベントプロデュースや補助金申請代行業務で対価を得ている。個人 D は、自身の描く絵が評判になり、チラシやパンフレットのイラストを依頼されている。こうした専門的技術を有しているからこそ、事業として成り立っているといえる。

ネットワークの構築を図っている

組織 A は、まちづくりフォーラムに参加し続けることで、地域の人々に組織や活動内容知ってもらい、現在では地域の人々に応援されるまでになっている。フォーラムがきっかけで学校の先生と知り合い総合学習に呼んでもらっている。参加した当初は、まちづくりの進展の

表1 専門的技術に関するヒアリング内容

組織A	<ul style="list-style-type: none"> ・ホットスペース事業は大阪市教育委員会からの委託。今は大阪市教育振興社から委託を受けて、不登校の子どもの支援を行なっている ・福祉関係の100万円ほどの助成金をとって、塾をつくるという事で、現在、4名の子どもがきている。
組織B	<ul style="list-style-type: none"> ・お金を払ってまで食べてもらえるのは、おいしいからである。家庭料理なので、飽きもせずこの弁当で生きさせてもらっていますという方はたくさんいる
組織C	<ul style="list-style-type: none"> ・補助金の手続き等で莫大な作業になり、ノウハウもいる。それを私達が代行する。 ・まちづくりの現場に入ったり行政と協力したり等の調整やコーディネート、イベント会社は出来ない。そこを私達がする。
個人D	<ul style="list-style-type: none"> ・まちづくり活動をしていると市役所の人と仲良くなり、このような絵が描ける子がいるということが噂になっていた。助成金をとったけども、絵を描いてくれる方がいないということで、お呼びがかかった。 ・知っている人から宣伝をして話すると、じゃあ作ってよという話になった。このような名刺を作れるなら、冊子のようなものも作れるでしょということで、仕事が広がった

遅さにもどかしさも感じたが、障害をもった人も地域で暮らしていけるようなまちを作っていきたい思いで続けて参加してきた。今では、参加し続けることが周りからの信頼を得ることにつながり、ネットワークが構築されていると理解できるようになった。「いろいろな場所へでかけ、関係を築いた」という発言からわかるように、ネットワーク構築にはいろいろな場所に出かけ、多くの人と接することが重要であるといえる。

組織Bも、福祉活動だけでなくいろいろなところで活動を行っていることが、自ずとネットワークの構築につながっている。ネットワークによってつながった人々が、何か困ったときに助けてくれている。

組織Cは「人とのつながり、行動力、お金をおしまないことが大切」と発言している。いろいろな人と出会いお付き合いし、意見交換の中から事業についても多くのヒントを得ている。電動スクーターの貸出しサービスと商店街の活性化を結びつけ、福祉をサービス事業として展開出来ないかということを考えていたのも人とのつながりがきっかけであったという。

個人Dは「一番重要なのはビジネスでもNPOでも人間の信頼関係」と述べているが、今、与えられていることをしっかりとこなすことで信頼関係が生まれ、利益は後からついてくるという考えが個人Dにはある。実際に、趣味として参加していたまちづくり活動のネットワークをきっかけに仕事を受けている。また、講座をきっかけに知り合った人にHPやブログ、税務関係などの技術を教えてもらっている。こうした人間関係は、何より自分のことを応援してくれ一番の名刺購買者にもなっている。

以上から、地域で事業を展開していくためには、つねにネットワーク構築の努力を行うことが大切であること

表2 ネットワーク構築に関するヒアリング内容

組織A	<ul style="list-style-type: none"> ・区役所にパンフレットを置かせてもらいに訪れたことがきっかけでまちづくりに参加するようになった。参加動機としては誰かお金をしてくれる人が見つかると思っていた。2ヶ月に1回のフォーラムに参加して5年で、今では、みんなが僕らを知ってくれていて、応援してくれる。その中で、学校の先生と知り合って総合学習に呼んで頂いている。 ・自分達はご飯を食べていくことに必死だったので情報をキャッチするために動きまくった。足を動かしながら、酒を交えたりして関係を築いた。
組織B	<ul style="list-style-type: none"> ・絶えず、いろんな所に出ていっているので様々な人とのネットワークがある。こんな人がいないだろうかと思うと、人が人を呼んでくる。これは企業にないものだと思う。地域通貨は、広告塔的な役割であるが、それがつながって配食サービスにもなる。
組織C	<ul style="list-style-type: none"> ・いろいろな人とお会いしてお付き合いして、意見交換して初めてヒントを得た ・人とのつながり、行動力、お金をおしまないことが大切。無理してスナック等の店に行っているし羽振りのいい人と出会う
個人D	<ul style="list-style-type: none"> ・まちづくりを続けてきて7年になる。お金にはならないが、何も利益など考えずに楽しいことをやっている。逆にそれがお金を呼んでくれたことがある。市のガイドブックのイラスト描きも、まちづくり活動で知り合った方からの紹介で仕事を受けた。 ・CB企業家講座というものがある。その中の講師と仲良くなった。それが縁で、親しくなり事業化する技術を教わった（HPやブログ、税務関係）。また、その人が一番の名刺の購入者になっている。

がわかる。地域で活動展開していくためには、自分達の存在を認知してもらいネットワークを築くことが求められる。信頼関係の構築や信頼にもとづくネットワークを構築するには時間が必要であり、活動を継続して行う必要があると考えられる。

ニーズに気づき事業化する能力がある

組織Aでは、介護サービス利用者である障害者の「釣りをやってみたい」という何気ない一言から、障害者釣り大会の事業化を行なった。健常者からすれば、釣りは川や海で簡単にできると思うが、実際には砂浜があり車イスが進まない、車イス用トイレがないなど多くの問題を抱えている。そこで、障害者の利用環境が整ったヨットハーバーに着目し、釣りイベントを開催している。

組織Bは、配食事業を通して、高齢者にとって、ささやかなお願い事があったら頼める関係が無いことに気づいていた。そこから、いつでも、困った人が困ったといえる仕組みとして「地域通貨」を思いつき、現在運営事務局を担当している。地域の中でお願い事をしたい人と、こんなことなら出来るという人が地域通貨をやりとりすることでつなぎ合わせる活動を目指している。

組織Cでは「地域には必ずビジネスチャンスがある」という発言が聞かれた。いろいろな人と意見交換することで事業のヒントを得ている。地域が震災体験したことを発想転換し、それを売りと捉えた。修学旅行生の生涯学

表3 ニーズの事業化に関するヒアリング内容

組織A	・純粋に現場に参加して障害をもった方や子どもたちと接していると、確実にニーズというものが見えてくる。その為、時代の流れに反することは無かった。特に企画をしようという訳ではなく、問題を感じた時にどうしようかと悩んで、事業を立ち上げている。釣りも塾も利用者との会話から生まれた。
組織B	・会食サービスをしていて、訪れて食べられない人がいるから配食サービスを始める。一人でお弁当を食べているのは寂しいからサロンをつくる等、目の前に見えた扉を少しずつ開けているという感じである。現在は、地域通貨にも取り組んでおり、人と人をつないで、人との関係をつくりなおしてあげることを目指している。
組織C	・地域には必ずビジネスチャンスがある。私達も初年度は気づかなかった。現場に行き、いろんな人とお会いして意見交換をしてヒントを得た。そして、実際に行動してみる。例えば、商店街の活性化と福祉サービスを事業として何か出来ることを考えたら介護ショップも儲かった。修学旅行生受け入れもそうだった。
個人D	・自分でこのような名刺があれば、おもしろいと思った。売れるのでは、みんなに喜んでもらえるのではと思いついた。名刺交換はいつでもする。自然と相手にとってうれしいことをしていると思う。そうでないと誰も協力してくれない。

習体験と震災体験を結びつけることで事業化を図っている。また、修学旅行生を受け入れることを通して、地域のおみやげがないことに気がついた。そして、長田名物のおみやげづくりがはじまる。

個人Dは「このような名刺があればおもしろいな」という独自のシーズから、冊子型のユニークな名刺を作成している。それが利用者のニーズとマッチした。また、地域の商店街で閑古鳥が鳴いていることに気づき、フリーペーパーの制作を考えた。頑張っって良い商品を買っている店もあるのだが、情報発信する術をもっていない。それを解決する為に自分ができることはフリーペーパーの発行だと思いついた。また、消費者の身近なところまでいくことをめざして、インターネットではなく紙ベースを考えている。

以上見てきたように、4つの組織・個人ともに、地域のささやかなニーズを受け止め、それを事業にまでむすびつけている。地域にはさまざまなニーズがあるが、それを的確に受け止める力とそれを事業展開にまでつなげていくことができる能力があつてこそ、事業化が図れるといえる。ニーズを事業に展開していく能力は、現場についての十分な知識と地域ニーズを敏感に感じ取るセンス、そしてニーズを事業にむすびつけるための洞察力や創造力を兼ね備えていることが必要であると考えられる。

5. 資金の調達方法

活動資金や報酬がどこからどのように出ているかについて、ヒアリング調査結果を分析すると次のようなことがいえる。福祉分野で主に活動している組織Aや組織B

には、公的介護保険制度に基づく支援費制度によって組織に資金が入っている。組織Cは地域からビジネス出資してもらうことで組織に資金が入る。個人Dは、個人が提供するサービスの報酬として資金を得ている。以上を整理すると、資金の流れとして、制度支援型、ビジネス出資型、成功報酬型の3つに整理できる。資金の提供主体から見れば、制度支援型は行政、ビジネス出資型は地域企業、成功報酬型は利用者、ということになる。ビジネスや成功報酬として資金確保ができるには、金銭的にある程度の額を支払うことができる主体が、事業参画したり、サービス利用者となる必要がある。福祉事業のように、サービス利用者の支払い能力が低い場合には、行政が資金の支援を行わなければならないといえる。

6. まとめ

以上、研究によって得られたおもな知見を再度整理するとつぎのようになる。

専門職として生計をたてるためには、商品開発、イベント企画、チラシやパンフレット等のデザイン力、介護技術、等の専門技術が求められる。こうした専門技術に対して対価は支払われる。

地域において生業として展開していくためには、クライアントや協力者等の人的ネットワークや信頼が求められる。ネットワークや信頼の構築には時間が必要であり、一朝一夕に効率的に構築しようという姿勢を持つべきではない。

活動を生業として成立させるためには、現場についての十分な知識と地域ニーズを敏感に感じ取るセンスを経験によって身につけること、そしてニーズを事業に展開していくための洞察力や創造力を向上させること、が必要である。

地域企業のようにビジネス・パートナーとして出資できる場合、利用者がサービスに対する報酬を支払える能力がある場合には、企業や利用者から資金は調達できるが、そうでない場合には、資金が組織へ流れる社会システム、特に行政システムとしての位置づけが大切である。

これらの条件を「まちづくり職」にあてはめて考えると、まちづくり職としての専門技術とは何かを明確にすること、地域の人々とネットワークをはる工夫を行うこと、地域のまちづくりニーズを事業にむすびつける能力を身につけること、資金源を確立させること、が必要であるといえる。

謝辞

ヒアリングにあたっては、(特活)み・らいずの河内崇典氏、(特活)友 - 友の小林房子氏、(株)神戸ながたTMOの東朋治氏、大橋良子氏にお世話になった。