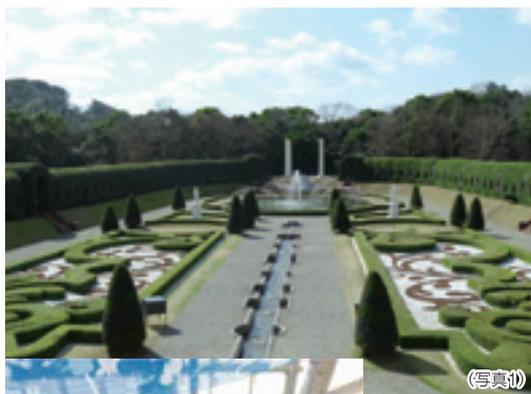


R 2 - 3 S

Regional Regeneration by 3-Sectors

3セクター協働の地域活性化
教育プログラム

地域活性化 ニュースレター No. 6



(写真1)



(写真3)



(写真2)

(写真1) パレスハウステンボス(日本)の庭園(提供 久末)、(写真2) まちづくりスポット神戸(提供 飛田)、
(写真3) NPOによる商店街活性化「エイブル・アート近畿2011」(鳥淵論文参照、(出所) 特定非営利活動法人わかやまNPO
センター「ひとアートまち和歌山」報告書)

CONTENTS

060. 3セクター協働の地域活性化プロジェクトのご紹介

061. ダニエル・マローの庭園ーヴェルサイユからハウステンボスへー

ー久末弥生 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻准教授)

062. 社会貢献活動を支える寄附市場とファンドレイジングー認定特定非営利活動法人コミュニティ・サポートセンター神戸の取り組みー

ー山村和宏 (株式会社創造と協働のまちづくり研究所代表取締役、
大阪市立大学大学院創造都市研究科客員研究員、博士 (創造都市))

063. 企業とNPOが協働で取り組むまちそだてー「まちづくりスポット神戸」の事例からー

ー飛田敦子 (認定NPO法人コミュニティ・サポートセンター神戸 事務長)

064. 市民主体で進める観光まちづくりー長崎さるく博の事例からー

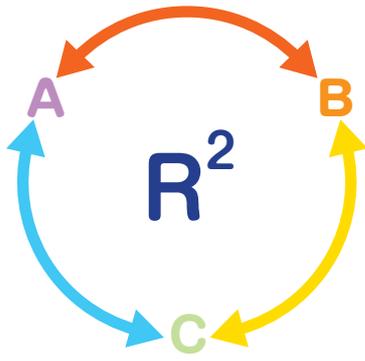
ー中村 敏 (大阪観光大学観光学研究所研究助手、修士 (都市政策))

065. NPO商店街 (2)

ー鳥瀧朋子 (大阪市立大学大学院創造都市研究科博士(後期)課程)

066. 手作りダンボール椅子によるCBRの実践ータイ農村地域での広がりを目指してー

ー井上博夫 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市ビジネス専攻在籍)



R 2 - 3 S Regional Regeneration by 3-Sectors

3セクター協働の地域活性化 教育プログラム

060. 3セクター協働の地域活性化 プロジェクトのご紹介

創造都市研究科「特色となる教育体制への支援事業」『3セクター協働の地域活性化 教育プログラム- 公共・市民・ビジネス部門連携の地域活性化コーディネート人材育成』プロジェクトの御紹介 [サイト <http://www.gscs.osaka-cu.ac.jp/regional/> 概要 (抜粋)]

【創造都市研究科の概要】

創造都市研究科は、公立大学の使命の一つとして、21世紀型都市再生モデルである創造都市等の研究と、都市地域活性化を目的として設立された社会人向け大学院です。2003年開設の修士課程3専攻(都市ビジネス、都市政策、都市情報学)および2005年開設の博士後期課程(創造都市)において、2014年までの12年間に約1300人が入学し、約1000人が課程修了しました。

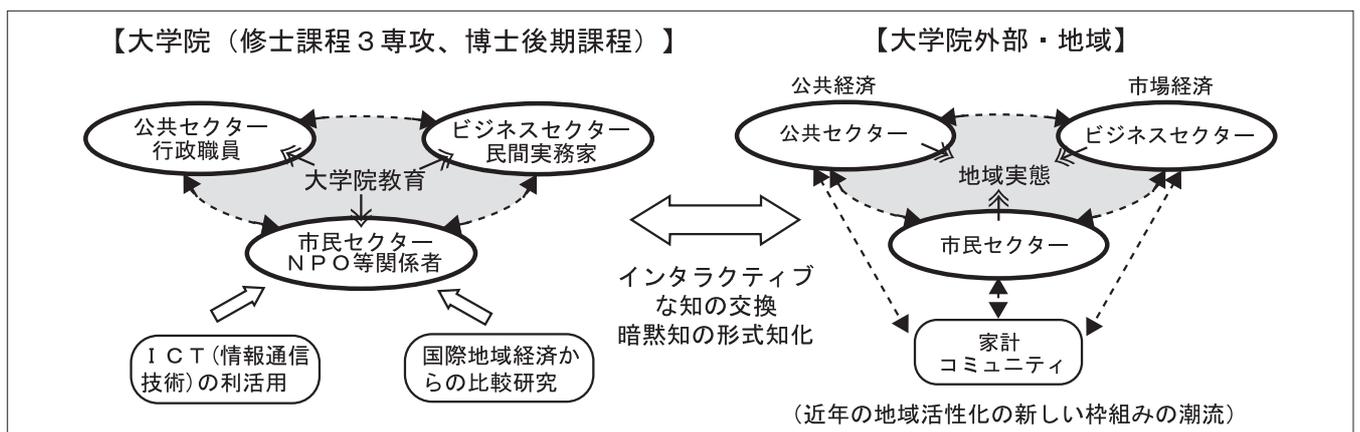
【目的】(現状認識)

地域の疲弊が叫ばれ、地域活性化は日本全体の喫緊の課題となっています。地域活性化の分野においては、PFI・指定管理など「公民協働」の方向が現れています。が、(1) 本プログラムは更に進んで、従来の公共(行政)対民間の2者関係だけでなく「市民主体の

ボランティア経済セクター」を入れた3者の総合的戦略と(概念図参照)、(2) 財政自立化のなかで「情報通信技術(ICT)」等を活用した効率良い戦略が中心になりつつあることに注目しています。

当研究科は、地域活性化・地域経営に関する全国の研究科の中でも公共・市民・ビジネスの3セクターの学生が共同で学び、かつ都市情報学専攻があるというユニークな構成をもち、個別の教育研究をおこなってきました。こうした独自性・実績を活かし、個別の取組を更に総合化し、地域/行政/関係機関における公共・市民・ビジネスの3セクターと大学院・研究者の3セクター(最大3×3の組合せ)が協働する融合効果とインタラクティブな知識の環流化により、地域活性化人材を育てる「地域活性化教育プログラム」をおこないます。

【概念図】



【育成される人材像】

このプログラムで育成される「地域活性化コーディネータ」とは、地域活性化の課題に直面したときに、1) 自らの出自は公共・市民・ビジネスのいずれかの1セクターに属する実務家や研究者であっても、他を含めた3セクターの個々の特性を認識し、その長所を活かして協働をデザイン・コーディネートでき、2) 地域のネットワーク化や情報の共有を効率的に実現するICTを活用する知識を身につけ、3) 現場のコーディネートと同時に暗黙知を獲得し形式知に転換することにより仮設定立・検証をおこなって、現場に応用する力(概念図参照)をそなえ、4) 最終的に体系化・一般化をして成果としてまとめる能力により、みずからのキャリアアップと地域への貢献の両者を達成できる実務的研究者・高度専門職業人のことです。

【キャリアアップ】

既存専攻の学生および外部からの人材は、地域活性化プログラムに参加することにより単位履修が可能であり「地域活性化コーディネータ(仮)」の名称を受けることを予定しています。プログラム終了後は、現場の知識を活かし、対立する課題を総合的に調整し

各セクターの長所を生かせる創造的な問題解決能力をもった実務的研究者(大学等研究機関研究者・地域活性化運営者)として活躍が期待されます。

【実績】

創造都市研究科は開設以来、研究科および大学重点研究『創造都市を創造する』『創造経済と都市地域再生』などのプロジェクト研究において、大阪市等との共同による国際シンポジウムを通じた世界的な創造都市研究ネットワークを形成、地元である大阪市・大阪府北区地域開発協議会を応援、同商業活性化協会と提携契約を結び地域活性化プロジェクトを9回実施し、地域活性化計画の立案・支援をしてきました。またプロジェクト型の学生共同研究を重視し、**開設以来12年で毎年20数件の教員および学生数名の研究グループを組織して教育研究活動の中で大きな効果をあげてきました。**本プログラムでは、このような創造都市研究科のプロジェクト型研究の実績を踏まえて、3セクター(公共・市民・ビジネス)の学生が共同で学ぶ構造および関係機関との連携の上に、新たな知識的統合を目標として、総合的人材「地域活性化コーディネータ」の養成をめざすものです。

061. ダニエル・マローの庭園ーヴェルサイユからハウステンボスへー

久末弥生(大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻准教授)



1. はじめに

長崎県佐世保市のテーマパーク型リゾート「HUIS TEN BOSCH(ハウステンボス)」のシンボルは、広大な庭園を擁するパレスハウステンボスです。オランダに実在する宮殿の外観が忠実に再現されたパレスハウステンボスは、ハウステンボス内の多くのアトラクションの中でも人気の高い施設ですが、その庭園がフランスのヴェルサイユ宮殿の庭園の隠れた系譜であることに気づく人は少ないでしょう。

本稿では、日本のパレスハウステンボスの庭園とフランスのヴェルサイユ宮殿の庭園の関係を、忘れられた1人の造園家に着目しながら概観します。



(写真1)



2. 造園家の光と影—ル・ノートルとマロー—

オランダのデンハーグ郊外に、パレスハウステンボスの最初の宮殿と庭園が建設されたのは、1645年のことでした。のちにイギリス王ウィリアム3世 (William III、1650-1702) となるオランダ総督 (Stadtholder) のオレンジ公ウィリアム (William of Orange) は、パレスハウステンボスの大改築を決意し、その設計をフランス人造園家ダニエル・マロー (Daniel Marot、1661-1752) に託しました。ユグノー (フランスのカルヴァン派プロテスタント) 教徒だったマローは、1685年のルイ14世によるナントの勅令の廃止 (révocation de l'édit de Nantes) の際、宗教的迫害を避けるために祖国フランスを去ってオランダに渡り、そこでオレンジ公ウィリアムに仕えることになったのです。

ところで、マローがフランスで師事していたのは、フランス人造園家の大家であるアンドレ・ル・ノートル (André Le Nôtre、1613-1700) でした。フランス整形式庭園 (parc à la française) の最高傑作とされるヴェルサイユ宮殿の庭園を設計したことで知られるル・ノートルは、17世紀当時のフランスで最も成功した造園家だっただけでなく、現代においてはモダンランドスケープデザイン (Modern Landscape Architecture) 史の祖とも位置づけられる偉大な人物でした。ル・ノートルによる設計は他にも、チュイルリー宮殿の庭園やヴォー・ル・ヴィコント城の庭園、フォンテーヌブロー城の庭園などの多くのフランス整



写真1～3 パレスハウステンボスの庭園 (日本)

形式庭園、さらにパリのシャンゼリゼ大通りのような都市計画にまで及びました。

実際、オレンジ公ウィリアムのためにマローが設計したパレスハウステンボスの庭園のスケッチは、師匠ル・ノートルが設計したヴェルサイユ宮殿の庭園に非常によく似た整形式庭園でした。マローは他にも、オランダのローゼンダール庭園やトウィッケル庭園、ヘットロー庭園などの設計を手がけてオランダ・バロック式庭園と呼ばれる庭園形式を確立させますが、美しい幾何学模様を最大の特長とする点で、オランダ・バロック式庭園がフランス整形式庭園の系譜であることに間違いはありません。もっとも、パレスハウステンボスの大改築は宮殿について1733年に着手、1754年に内装が完成されたのみで、マローが設計した庭園は実現されませんでした。1688年12月





(写真5)

から1689年2月にかけて勃発した名誉革命 (Glorious Revolution) によりイギリス王ウィリアム3世となったオレンジ公ウィリアムが去ったのち、次第に凋落していったオランダの財政状況は厳しく、さらにマローの庭園設計は後継の支配者たちの好みに合わなかったからです。

3. 忘れられたフランス人造園家

1689年12月に権利章典 (Bill of Rights) が正式立法化されたイギリスに、ウィリアム3世を追って、マローもやがてオランダから渡って来ました。イギリスでは、ロンドンのハンプトンコート宮殿で“parterre”と呼ばれる花壇と道を装飾的に配置した庭をいくつか設計した他、パリ生まれのマローは、フランス風家具のデザイナーとしても人気を集めました。しかし、ウィリアム3世没後にマローは再びオランダに渡り、そこで生涯を終えました。

1685年からほぼオランダで活動していたマローですが、彼の手がけた庭園設計あるいは家具デザインはすべてフランス様式で貫かれています。もっとも、祖国フランスでマローはほとんど評価されておらず、ダニエル・マローの名を知るフランス人はむしろ稀というのが現状です。

4. おわりに

歴史に埋もれていたマローの1枚の庭園設計スケッチが、300年もの時を経て遠い異国の日本でパレスハウステンボスの庭園として鮮やかに出現したのは、1992年のことでした。ハウステンボスの開園からさらに20年を経て、庭園の緑がいつそう濃く、木立が着実に高くなっていく現代の庭園の様子は、マローの目にどのように映るのでしょうか。



(写真6)

写真4～6 ヴェルサイユ宮殿の庭園 (フランス)



(写真7)

写真7 パレスハウステンボスの庭園内の案内立て札(日本)

【参考文献 (50音順)】

- 池田武邦 [1999] 『ハウステンボス・エコシティへの挑戦』(かもがわブックレット127)、かもがわ出版。
- 神近義邦 [1994] 『ハウステンボスの挑戦』、講談社。
- 武田史朗・山崎亮・長濱伸貴編著 [2010] 『テキストランドスケープデザインの歴史』、学芸出版社。
- 日本設計編 [1994] 『ハウステンボス—設計思想とその展開』、講談社。
- 久末弥生 [2013] 『フランス公園法の系譜』(OMUPブックレット No.42)、大阪公立大学共同出版会。

062. 社会貢献活動を支える寄附市場とファンドレイジングー認定特定非営利活動法人コミュニティ・サポートセンター神戸の取り組みー

山村和宏(株式会社創造と協働のまちづくり研究所代表取締役、
大阪市立大学大学院創造都市研究科客員研究員、博士(創造都市))

はじめに

特定非営利活動法人(以下、「NPO法人」という)が行う社会貢献活動を支援する仕組みとして、2011年6月22日に公布された「特定非営利活動促進法の一部を改正する法律」(以下、「特定非営利活動促進法」を「NPO法」という)において、認定特定非営利活動法人(以下、「認定NPO法人」という)の認定基準が見直され、2012年4月1日から施行されています。また、企業の社会貢献活動やNPO法人のファンドレイジング(資金調達)活動と関連し、寄附市場も変化の兆しが見られます。そこで、このレポートでは、社会貢献活動を支える制度や寄附市場の動向を概観した上で、2013年7月に認定NPO法人を取得されたコミュニティ・サポートセンター神戸(以下、「CS神戸」という)へ、認定NPO法人としての活動状況、ファンドレイジングの実施状況、今後の事業戦略等についてヒアリング^(注1)を実施し、とりまとめた結果を紹介します。

1. 社会貢献活動への寄附を促す制度ー認定NPO法人制度の概要

NPO法人制度は、福祉、環境、まちづくりなど様々な分野の社会貢献活動を行う団体に対し、法人格を付与し、市民が行う自由な社会貢献活動の発展を促進させることを目的として整備された制度です。こうした社会貢献活動を行うNPO法人の支援を目的として、2001年10月1日に認定NPO法人制度が設けられました。しかしながら、当初の仕組みでは、パブリック・サポート・テスト^(注2)と呼ばれる認定条件を満たすことが難しい等の運用上の課題がありました。このため、2012年4月1日に、NPO法は認定基準が緩和される形で改正されることとなりました。

改正された認定NPO法人制度^(注3)では、認定NPO法人へ寄附を行った市民や企業等の寄附者は税

制上優遇されます。認定NPO法人は、NPO法人のうち、その運営組織及び事業活動が適正であって公益の増進に資するものにつき、一定の基準に適合するNPO法人が所轄庁より認定を受けることができます。

2. 社会貢献活動を支える寄附市場の動向

日本ファンドレイジング協会が発行する『寄付白書2013』によれば、2009年から経年変化で見た個人の寄付・会費の推移は、個人寄付総額が概ね5000億円前後で推移してきましたが、2012年は約7000億円近くへと規模が拡大し、東日本大震災を経て、宗教関連、教育・研究、国際協力および緊急災害支援の各分野で増加したと指摘されています。また、国税庁の税務統計によると、2011年度の法人寄付は約7,168億円となり、法人所得に占める割合は2.1%、寄付支出法人数は全法人数の20%を占めていると報告されています。

寄附の動機としては、「他人や社会のためであり、問題の解決に役立ちたいから」が、寄付者全体では25.4%であったのに対し、5万円以上の寄付者では39.2%、50万円以上の寄付者では47.2%となっていることが示されています。また、5万円以上の寄付者は、寄付をする際に重視することとして、「税の優遇が受けられること」が15.4%(50万円以上は16.7%)となり、全寄付者の1.7%と比較して高い割合が示されていました。遺産寄付に対する関心は全体では24.1%ですが、5万円以上の高額寄付者では36.7%になることが報告されています。

次に、内閣府が行った「市民の社会貢献に関する実態調査」を見ると、社会貢献活動において重要な収入源である寄附の現状について、次のような調査結果が示されています。

寄附経験の有無では、76.1%が金銭による寄附を

行ったと回答しています。寄附をした人の寄附金の額は、「震災関連の寄附金額」(中央値)が700円、「震災以外の寄附金額」(中央値)が100円となっていました。寄附をした相手は、「赤い羽根共同募金・日本赤十字社」が51.8%、「町内会・自治会」が28.0%と続きます。なお、NPO法人への寄附は10.9%にとどまっていた。

寄附を行った分野は、震災関連では「災害救助支援」の活動分野が67.9%と最も高くなっており、震災以外では「保健・医療・福祉」(41.7%)、「子ども・青少年育成」(24.8%)、「まちづくり・まちおこし」(17.3%)等の身近な地域の活用分野が上位にあがっていました。寄附の理由は、「社会の役に立ちたいと思ったから」が65.4%と最も高くなっていました。

寄附の妨げとなる要因については、「寄附を行う先(団体等)の、十分な情報がない」が42.0%、次いで、「寄附先の団体等に対する不信感があり、信頼性に欠ける」(35.2%)が続いていました。

さらに、内閣府が行った「特定非営利活動法人に関する実態調査」では、NPO法人の財政状況や寄附の受け入れ状況、認定NPO法人制度の利用意向等に関する調査結果が示されています。

NPO法人の収入の状況を見ると、認定・仮認定^(注4)を受けていない法人の「総収入金額」(中央値;総収入金額0円を含む)は662万円、認定・仮認定法人の「総収入金額」(同前)は2043万円となっていました。総収入の内訳を見ると、認定・仮認定を受けていない法人は「事業収益」が56.9%と高く、一方で、認定・仮認定法人では「寄附金」が52.2%と高くなっていました。寄附の受け入れ状況は、個人寄附、法人寄附のいずれについても、認定・仮認定法人が、件数、金額ともに、認定・仮認定を受けていない法人を上回っていました。

資金調達に対する考え方について見ると、「市民・行政・企業等からの資金提供による共同事業マッチングファンド等の展開」は、認定・仮認定法人が62.5%と、認定・仮認定を受けていない法人(47.3%)を上回っています。「資金調達を専門とする職員(ファンドレイザー)の配置」も、認定・仮認定法人が40.2%と認定・仮認定を受けていない法人(17.2%)を上回っています。

「認定・仮認定制度の利用意向」を見ると、制度内容を知っているNPO法人の48.1%が認定・仮認定取得をめざす意向を有することが示されていました。

わが国では寄附文化は根付かないとこれまで言われてきました。しかしながら、寄附市場は法人、個

人を併せ1兆円を超える規模(『寄付白書2013』)に達しており、内閣府の調査結果からも、企業やNPO法人が認定NPO法人制度を活用することにより、寄附市場がより活性化していく可能性が示唆されています。こうしたことから、NPO法人等が行う社会貢献活動におけるファンドレイジングの位置づけはますます重要になっていくと推測されます。

3. 認定NPO法人 コミュニティ・サポートセンター神戸の取り組み(ヒアリングに基づく)

(1) 認定NPO法人取得の経緯

ー認定にあたっての課題、取得する動機、法人収入に占める寄附の割合等

2012年5月の通常総会において、認定NPO法人取得の目標を掲げ、同年12月に申請、2013年7月に取得に至りました。従来の認定NPO法人制度の認定要件では、相対的基準^(注5)が採用されていました。一定の事業規模を持つNPO法人にとって、総収入の20%以上を寄附金として調達することはそもそも難しく、この基準を満たすことが認定にあたっての大きな課題となっていました。

ところが、2012年4月にNPO法が改正されることとなり、認定NPO法人の認定要件は大幅に緩和され、認定要件に絶対的基準^(注6)が導入されたことが、CS神戸にとって認定NPO法人取得の好機となりました。3000円以上の寄附者が年間100人以上であるという絶対的基準であれば問題なくクリアでき、組織として認定をめざすこととなりました。NPO法人の会員が納める会費も、対価性のない会費であれば寄附として認められます。CS神戸の会費は対価性のない会費となっていたため、寄附として計上することができました。なお、法人収入に占める寄附の割合は、平成25年度実績ベースで概ね13%となっています。

(2) 認定NPO法人制度の意義と企業からの寄付事業

ー認定NPO法人を取得した効果、寄附金の活用方法、具体的な寄附事業の実施状況等

NPO法人として、認知度を高める上でも、寄附を集める枠組みを整える上でも、認定NPO法人を取得するメリットは大きいと考えられます。

認定NPO法人を取得した効果としては、2013年7月に認定NPO法人を取得したところ、同年9月には企業からの寄附が決まりました。その寄附で新たな事業に取り組んでいます。この事業は、神戸市の学園都市ではじまった『まちづくりスポット神戸』^(注7)というものです。この『まちづくりスポット神戸』

は、地域で暮らす人々の地域のための活動をサポートする目的で、大和リース株式会社がBRANCH神戸学園都市（商業施設）内にコミュニティスペースを開設し、事業費の寄附を受けて大和リース株式会社とCS神戸が運営するものです。活動内容としては、商業施設内のコミュニティスペースに、まちづくりの中核的な役割を担うコーディネーターを配置して、コミュニティの活性化を促しています（写真1参照）。この事業にかかる費用は企業の寄付金で賄われています。実際のところは、認定NPO法人を取得する以前から、この事業のお話はいただいていたので、認定NPO法人を取得したことが事業決定の最後の押しになったと言えます。認定NPO法人を取得することで、寄附を検討する企業から信頼を得、企業内部の意思決定のプロセスにおいて、より円滑に寄附を進めることが可能になると思います。



写真1 まちスポ神戸におけるBabyガーデン（提供）CS神戸

寄付金の種類としては、会員からの会費、個人等からの使途の定めのない寄附、企業等からの事業特定型の寄附等があります。これからは、個人からの寄付ももちろんですが、企業からの寄附を開拓していく必要があると思います。その点では、認定NPO法人への寄附は、企業側にも損金算入等の面でメリット^(注8)が生じます。寄附を行う企業が増加する傾向にあり、企業のニーズにもよりますが、寄附を活用した事業開拓は力を入れていくべき分野だと思っています。また、寄附を行う企業の効果としては、税制上のメリット以上に、寄附を行った結果、企業のCSRやPRに役立つという点が大きいと考えます。

企業の寄附のあり方としては、社会貢献の一環として行われる寄附と、企業がNPOと協働で事業を展

開するための資金としての寄附があります。先ほどの『まちづくりスポット神戸』は、協働事業を実施していくという性格の寄附です。この事業では、地域コミュニティの活性化をめざす交流スペースの運営、まちそだて講座やワークショップの開催、大学・商業施設のテナント会との連携等を推進していくのですが、2年間程度、寄附事業で運営し、事業のノウハウを構築した後に、新たにNPO等を立ち上げて、事業を引き継ぎ、商業施設の中にまちづくりのコーディネート機能を根付かせることをめざしています。寄附の使い方としては、新しいモデルの事業として位置づけられるのではないのでしょうか。

(3) ファンドレイジングを含めた今後の事業戦略 —NPO活動をめぐる事業環境の変化と今後の 事業分野やファンドレイジングの取り組み等

事業戦略として位置づけられるようなファンドレイジングの取り組みが構築できているかということについては、戦略と言うほど綿密なものはありませんが、CS神戸の事業展開のイメージは概念図（図1参照）に示されているとおりです。

現在の事業展開は、図の右側にある「協働事業・指定管理者事業」が多くを占めています（2012年度は事業全体の約90%）。協働事業等の分野は行政からの委託事業等が主となるため、委託先を決めるためのコンペが実施されることもあり、また、事業の枠組みが変わって廃止となる等、資金源としては不安定な側面があることが否めないと言えます。2012年度決算を見ると、CS神戸の総収入は概ね7000万円ですが、支出面では事業費が約8割、一般管理費が約2割となっています。組織の持続可能な経営を考えるならば、現在の事業規模を維持していく必要があります。協働事業等の分野の事業は一定の期間で終了していくものもあるわけですから、1～2年に一つは、総収入の1～2割程度の規模の新しい事業を開拓していかないと、組織は持たないという危機感があります。

前の民主党政権下では、新しい公共を担うNPO等に支援事業を実施するという一方で、概ね2年間で総額88億円の予算がついていましたが、現在の自民政権になって、NPO法人等を対象とした新しい公共支援事業のような予算が組まれているわけではありません。そういう意味では、NPO活動の事業環境としては厳しい状況にあり、新たな事業戦略が必要となっています。

今後の事業展開の方向性としては、例えば、介護保険サービスの予防給付が見直され、これまでの介

護事業所に加えて、新たにNPO法人等が参入できる準市場的な分野が拡大していくことが見込まれています。こうした分野では、利益追求型でないNPO法人等が力を発揮することで、ソーシャル・インクルージョンな活動が可能となります。また、概念図(図1)の左側の「自主事業」の分野において、地域課題などを発掘して、そこに事業を創出していくという取り組みが重要となります。こうした事業分野では、企業からの寄附金や利用者からの利用料金が事業の財源になると思いますが、先ほどの準市場的な分野への参入に加えて、今後は、自主事業の分野での企業寄附や企業との協働事業を開拓していく必要があると考えています。そのためには、新しい事業のシーズと地域のニーズとをマッチングさせていく組織の研究開発力や、資金調達の基盤となるネットワーク力が必要不可欠であると言えます。

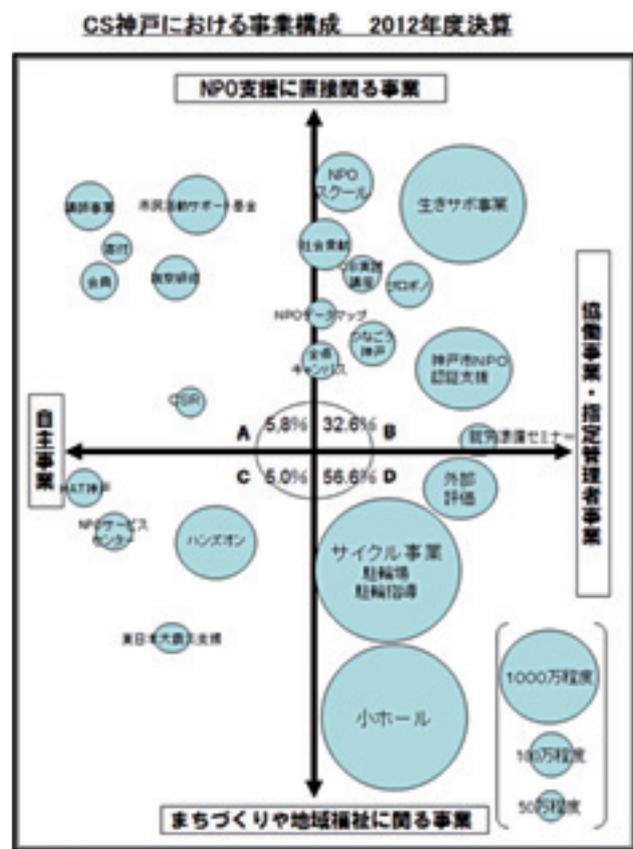


図1 CS神戸における事業構成
(出典) CS神戸ホームページより許可を得て転載

【参考資料】

- 特定非営利活動法人日本ファンドレイジング協会による「寄付白書2013」
- 内閣府「特定非営利活動法人に関する実態調査」平成25年12月
- 内閣府「市民の社会貢献に関する実態調査」

- 平成26年1月
- 内閣府NPOホームページ
(<https://www.npo-homepage.go.jp/about/nintei.html>)
- 国税庁認定NPO法人制度ホームページ
(<http://www.nta.go.jp/tetsuzuki/denshi-sonota/npo/npo.htm>)
- 神戸市ホームページ「NPO関連情報」
(<http://www.city.kobe.lg.jp/ward/activate/support/npo/>)

【注】

- (注1) 今回の記事掲載にあたっては、認定NPO法人コミュニティ・サポートセンター神戸 理事長中村順子氏、事務長飛田敦子氏、小林清隆氏にご支援をいただきました。特に、ヒアリングでは長時間にわたり飛田敦子氏にご対応をいただきました。この場を借りて改めて御礼を申し上げます。
- (注2) 認定NPO法人等(認定NPO法人及び仮認定NPO法人)になるための要件の一つ。パブリック・サポート・テストとは、広く市民からの支援を受けているかどうかを判断するための基準であり、認定基準のポイントとなっています。
- (注3) 認定NPO法人制度の概要については、内閣府NPOホームページ、国税庁認定NPO法人制度ホームページ、神戸市ホームページ「NPO関連情報」を参照。注2、4、5、6、8の制度に関する説明は、上記のホームページを参照した。
- (注4) 設立後5年以内のNPO法人については、スタートアップ支援のため、要件からパブリック・サポート・テストが免除され、税制上の優遇措置が認められる仮認定を1回に限り受けることができる仮認定NPO法人制度が導入されています。
- (注5) 実績判定期間における経常収入金額のうちに寄附金等収入金額の占める割合が5分の1以上であることを求める基準。
- (注6) 実績判定期間内の各事業年度中の寄附金の額の総額が3,000円以上である寄附者の数が、年平均100人以上であることを求める基準。
- (注7) 詳しくは、『地域活性化ニューズレター』本号、飛田敦子氏執筆の『企業とNPOが協働で取り組むまちそだて - 「まちづくりスポット神戸」の事例から -』をご覧ください。
- (注8) 企業等の法人が認定NPO法人等に対し、その認定NPO法人等の行う特定非営利活動に係る事業に関連する寄附をした場合、一般寄附金の損金算入限度額とは別に、特定公益増進法人に対する寄附金の額と合わせて、特別損金算入限度額の範囲内で損金算入が認められます。

063. 企業とNPOが協働で取り組む まちそだてー「まちづくり スポット神戸」の事例からー

飛田敦子 (認定NPO法人コミュニティ・サポートセンター神戸 事務長)



はじめに

『まちづくりスポット神戸』(以下、まちスポ神戸)は、2013年12月、商業施設「BRANCH神戸学園都市」内に開設されました。ディベロッパーである大和リース株式会社と認定NPO法人コミュニティ・サポートセンター神戸(以下、CS神戸)が協働で運営にあたり、「地域のために何かやってみたい!」という個人やグループの支援を通じて、地域活性化に寄与することを目的としています。

つながりの希薄化やコミュニティの衰退などが取りざたされている現代において、どのような仕組みがあれば地域の原動力を活かせるのか、企業とNPOが協働で取り組む意義は何なのか、「まちスポ神戸」の事例をもとに考えてみたいと思います。

1. CS神戸の理念と活動

CS神戸設立のきっかけは1995年に発生した阪神・淡路大震災までさかのぼります。全国の自治体や130万人とも言われるボランティアのサポートによって、神戸のまちは少しずつ復興していきましたが、半年が過ぎる頃から、支援に対する依存も見られるようになりました。「サービスを受け続けるだけでは、本

当の復興にはつながらない。被災者をエンパワーする仕組みが必要だ」と感じた中村順子(CS神戸理事長)を中心に、地域のために活動する個人やグループを応援するNPO(中間支援組織)として1996年10月に誕生しました。「自立と共生」をミッションとし、18年間で300を越えるグループやNPOの立ち上げ・運営をサポートしています。

2. まちづくりスポット神戸が掲げるビジョン

今回の事業パートナーである大和リース株式会社は、プレハブ建築の豊富な施工実績と不動産開発のディベロッパーとして商業施設を全国で展開しており、地域コミュニティとの連携にも積極的に取り組んでいます。2012年11月に高山市内にオープンした商業施設「フレスポ飛騨高山」には、市民活動支援を行う「まちづくりスポット飛騨高山」が併設されており、認定NPO法人ソムニードが大和リースと協働で運営に当たっています。「まちづくりスポット」の活動としては高山に次いで、神戸が2つ目の事例になります。最初に打診をいただいてから数ヶ月、大和リースからの寄附金を活動費に充てるといった枠組みで、まちスポ神戸の運営がスタートしました。



写真1: まちスポ神戸の外観

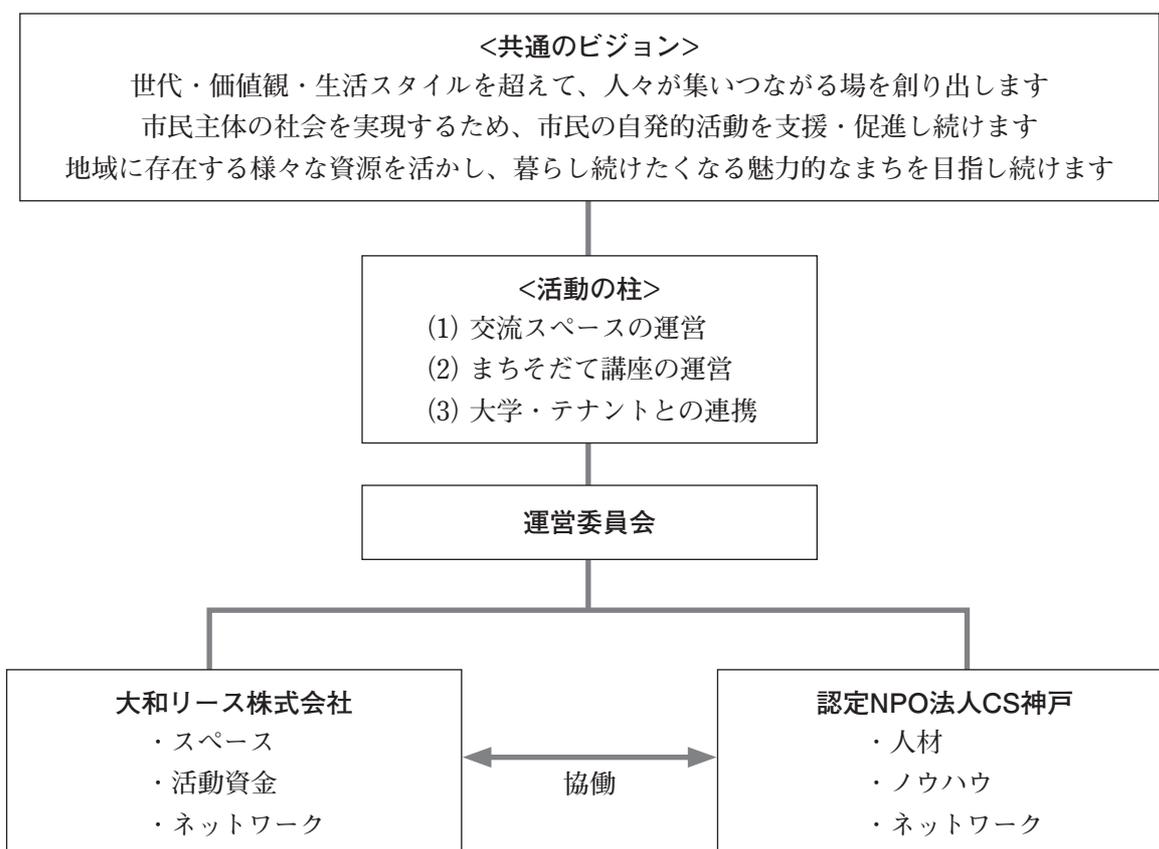


図1：事業のスキーム

3. まちづくりスポット神戸における3つの活動

まちスポ神戸では、上記のビジョンを実現するため、以下のような活動を行っています。

(1) 交流スペースの運営

① まちそだて相談・子育て相談

交流スペース（40㎡）の活用としてまず挙げられるのが相談活動です。「ベビーマッサージを通じたママの居場所づくりを始めるにはどうしたらいいか」、「健康寿命を延ばすための健康体操の会を立ち上げたい」、「仲間を増やしたい」、「会則の作り方を教えてほしい」など、オープンして3ヶ月ほどですが、すでに様々な相談が寄せられています。また「～してほしい」というニーズ（要求）だけではなく、「子育てが手を離れたので何かできることがあればお手伝いしたい」、「プロのカメラマンだが、お役に立てることがあれば」といったシーズ（資源）も同時に集まってきます。常駐しているコーディネーターがこれらのニーズとシーズを組み合わせ、さらにCS神戸が長年培ってきたグループ支援のノウハウも活かしながら、想いを形にするお手伝いをしています。また、まちスポ神戸周辺は子育て世代が多いエリアということもあり、子育て支援NPOと連携し「Babyガーデン」を定期的実施することで、日常的な子育ての相談にも対応しています。



写真2：相談風景

② 情報提供

まちスポ神戸にはたくさんの「まち」や「子育て」に関するチラシ等が常時配架されています。ともすれば縦割りになりやすい地域情報を、NPO等の民間のちらし等も合わせて収集することで、行政区や官民の垣根を超え、横断的な情報提供の場になっています。

③ スペースの貸し出し

40㎡のスペースのうち、事務コーナーを除いた25㎡程度を、近隣で活動するNPOや地域団体に対して貸し出しています。専有するにはまちスポ神戸の会員になることが条件ですが（年会費2000円）、打ち合わせやイベント等での利用がすすんでいます。まちそだて

相談の中から生まれたグループが参加者を募集してベビーマッサージや健康体操を実際に行うなど、コーディネーターのサポートを受けながら試験的に実施できるという環境も魅力のひとつです。

(2) まちそだて講座の運営

まちスポ神戸では地域活動を担う人材の育成にも力を入れていきます。その中心となるのが「まちそだて講座」です。オープンに先立ち、2013年9月から12月にかけて第1回目の講座を行ったところ、近隣住民を中心に36名の参加がありました。座学のほか、子育て、国際交流、農業、居場所づくりなど、テーマ別のワークショップを行い、5日間の講座を通じて「こんなことやってみたい!」というプランを練り上げました。講座終了後も継続的に支援することでグループの立ち上げにつながっています。今後は、1日完結型でゲストトークと参加者交流を目的にした「まちそだてサロン」や、農業や子育て支援などテーマ特化型の「まちそだて講座専科」も順次実施していく予定です。



写真3：ワークショップの様子

(3) 大学・テナントとの連携

まちスポ神戸がある神戸市垂水区小東山手は、周辺に兵庫県立大学、神戸市外国語大学、神戸芸術工科大学など大学や専門学校が集まるエリアでもあります。そのような立地条件を活かし、大学との連携や交流にも取り組んでいます。その第1弾として実施したのが、「兵庫県立大学図書館&学食ツアー」です。「大学に行ってみたい」というまちそだて講座受講生の声から生まれた企画で、20代から70代まで14名が参加しました。また、3月8日には学生サークルとともに東日本大震災追悼イベントも予定しています。

大学とともに、テナントとの連携も重要な要素です。個々のテナントと地域を結ぶ橋渡しの役割を果たし、いずれCSRのプログラム等を協働で企画できればと思っています。まだ具体的には決まっていますが、まずとっかかりとしてBRANCH内で開業してい

る歯科医を招き、歯磨き教室を企画しています。

まちスポ飛騨高山と同じく、まちスポ神戸でもコーディネーターが常駐しているという点が特徴といえます。商業施設内でまちづくりに関する行事を行ったり、情報提供用のスペースを開設したりしている事例は他にもありますが、「イベント」や「場」だけでは、その日その場での交流は生まれても、恒常的な「縁」や「アクション」にはなかなか結びつきません。コーディネーターが橋渡しの役割を担うことで、人と人、人と地域資源をつなぎ、具体的な行動をあと押しすることができるのです。

4. 今後の展開と課題

オープンして3ヶ月、相談件数は徐々に増え、着々と新たなグループが生まれつつあります。その流れを受け、2014年4月より新たにスタートするのが「まちスポ神戸はじめの一步助成」です。対象を原則として活動開始から1年以内のグループに絞り、1グループあたり3万円の助成金を交付します。少額ではありますが、立ち上げ期の離陸支援のスキームとして実施していく予定です。

また施設内にコンテナを設置し「BRANCHベジガーデン」も始めます。「春野菜コース」、「冬野菜コース」と名付けた野菜づくりを学ぶ連続講座を開講し、「食育」を通じた新たなコミュニティの形成につなげます。講座最終日にはテナントのひとつであるクッキングスタジオに協力を仰ぎ、収穫祭を行えるよう計画しています。

順調に滑り出したまちスポ神戸ですが、クリアしなければならない課題も見えつつあります。2年後を目処に、まちスポ神戸で培ったノウハウを地元に移譲していくという計画のため、特に重要になるのが人材育成です。現在、まちスポ神戸の運営には常勤・非常勤スタッフの他、数名の有償ボランティアが参画していますが、さらに多くの方に担い手になっていただければと思っています。資金面では、利用料収入や会員制度の整備など、多様な資源構成になるよう自主事業の芽も育てなければなりません。

また、行政との協働も今後取り組んでいくべき主題のひとつです。企業とNPOの「民民連携」でスタートしたまちスポ神戸ですが、自治会等の地縁組織とも協力関係を持ち、より重層的なまちそだてに取り組むためにも行政との関わりは不可欠です。すでに情報交換を中心とした交流はすすんでいます。今後はイベントや講座の共同企画・開催など、一歩進んだ連携が求められます。

役所の相談窓口ではなく、NPOの市民活動センターでもなく、商業施設にあるまちスポ神戸だからこそできる「まちそだて」とはなにか。まだ始まったばかり

で十分な答えは見出せていませんが、「みんなに居場所と役割があるまち」、「いつまでも住み続けたいと思えるまち」を合言葉に、ひとつひとつ活動を積み上げています。

そして、「企業とNPOの協働」の際によく語られる

「CSR (Corporate Social Responsibility/企業の社会的責任)」の文脈ではなく、トレードオフの関係を越えた「CSV (Creating Shared Value/共通価値の創造)」の実践として、企業・NPO・地域の「三方良し」のまちそだてを目指し、チャレンジし続けたいと思います。

064. 市民主体で進める観光まちづくり —長崎さるく博の事例から—

中村 敏 (大阪観光大学観光学研究所研究助手、修士 (都市政策))

はじめに

21世紀に入り、人口減少社会、少子高齢化、産業空洞化などの出現により地域衰退の危機に直面しているいま、地域活性化戦略の一つの手法として、観光交流人口を拡大させ、地域の活性化を図る観光まちづくりが注目されています。観光まちづくりとは、地域が主体となり、地域の日常を観光資源として最大限に活かすことにより住む人が愛着を持ち、旅行者が何度でも訪れたいくなるような「住んでよし、訪れてよし」のまちづくりのことです。

本報告では観光まちづくりに取り組む方々へ広く参考となるよう、私が長年フィールドワークで訪れている長崎市で開催された長崎さるく博の取り組みの一部をご紹介します。

1. 長崎さるく博の概要

長崎市では、2006年4月1日から10月29日までの212日間に掛けて国内初の「まち歩き」をテーマとした博覧会、長崎さるく博」以下、さるく博)を開催しました。「さるく」とは、長崎の方言で“うろつきまわる”の意味で、後に現長崎市長となる当時観光部観光振興課の田上富久主幹が以前広報部に配属されていた時に発刊した広報誌のタイトルが由来だとされています。

この博覧会には、従来型の大掛かりなパビリオンは一切なく、長崎市のまちを博覧会の会場に見立て、まちの魅力を堪能できるよう市民が主体となって創りあげた3つからなる「まち歩きコース」を目玉とした長崎を歩くという内容に徹底した博覧会を開催しました。まち歩きコースは①「長崎遊さるく」：参加自由型の全42コース。無料。②「長崎通さるく」：ガイド付きの全31コース。参加料500円。③「長崎学さるく」：参加者体験型の全74テーマ。参加料は講座により異なる(1,000円～)。の3つに分類されます。

2. 開催のきっかけ

さるく博開催のきっかけは、長崎への観光客の減少が続き、何とかしなければという焦りが市民に横溢していたことが大きなきっかけとなっています。1990年に「長崎旅博覧会」が開催された年には628万人を記録した観光入れ込み客数(観光客数)をピークに、平均で年間1.5%程度の減少をし続け、2004年には493万人にまで落ち込んでいました。その結果としていくつものホテルや旅館が倒産を余儀なくされ、交通や物産の観光関連業も大きなダメージを受けていました。

長崎市は日本有数の観光都市として、観光客の消費力は長崎市経済に大きな影響を加えています。2003年の数値で、全観光客の消費する金額は、長崎市のGDPの5.3%、約710億円に及んでおり、この数字は市内の一次産業の生産高総額の5倍を超え、電気・ガス・水道業の生産額よりも40%近く高く、建設業と肩を並べる金額まで達しています。この経済効果の減少を市民はもはや看過できない危機的状況であると感じていました。長崎市の市職員と市民は、こうした状況に危機感を抱き、新たな観光まちづくりのあり方について真剣な議論が始まりました。

3. 長崎市観光2006アクションプラン

さるく博は、2003年度から市民を中心とした委員会策定に取り組んだ「長崎市観光2006アクションプラン」がベースになっています。長年、長崎市の活性化には観光の振興を図らなければいけないという共有されてきた認識の基で、具体的に誰がどのような取り組みをするのかを明らかにするために市民参画で作ったのがこのアクションプランです。

アクションプランの基本理念は「まち活かし・ひと活かし」とし、コンセプトは「まち歩きが楽しくなる仕組み・仕掛けづくり」「長崎の新しい楽しみ方の情報発信」です。

アクションプランの冒頭には「観光のトップランナーの地位を持続したい。」との内容が盛り込まれており、観光が長崎にとって経済的に重要であることはもちろん、長崎市民のアイデンティティの一部を形成しているという強い想いが示されていると考えられます。

アクションプラン策定までの行政の直接的な担当者は後に現長崎市長となる観光部観光振興課の田上富久主幹でした。田上主幹は長崎商工会議所会頭をはじめ、各分野の市民代表23名からなるアクションプランの策定委員会(2003年5月～04年2月)を組織しました。

さらに内容を具体的に練り上げる9名の市民から構成されるワーキングチームを同時に立ち上げました。ワーキングチームは、座長に元日本銀行長崎支店長でシンクタンクの理事長、副座長は地元タウン誌の編集主幹をはじめ、委員には地元青年会副会長や、地元のビル管理会社経営者、華僑として地域活動に加わる中華料理店経営者などにより構成されました。ワーキングチームは、単なる名ばかりの組織ではなく、実際の実施作業に結びつく行動組織となっていたことは注目すべき点であると考えます。検討会議は2003年4月頃から2004年2月頃までに13回を重ねています。

4. 市民主体の博覧会

2004年4月からは、市民によるアクションプランの策定委員会は推進委員会に発展し、さるく博の具体像を作り上げていきました。推進委員会は、長崎市内の報道機関、経済団体、公的団体、市民団体、有識者からなる110名の委員で構成されました。また、市役所内に推進本部が創設され、行政も大きく動き始めました。コーディネータープロデューサーには茶谷幸治氏を迎えています。

委員会では「企画から実施まで市民の力でやっという、そしてその利益は市民が得るものとしよう」を、さるく博を進める上でのコンセプトとしました。これは、1990年の「長崎旅博覧会」などからの得た教訓であり、東京資本の大手広告代理店による企画の策定や運営、大手建設会社によるパビリオンの建設という従

来のやり方では地域への経済効果が極めて限定的になることや、イベントのノウハウが蓄積されず一過性で終わってしまったこれまでの経験から、さるく博の場合はすべて市内の事業者と市民で実施するというコンセプトを持って、それを貫き、実際にほとんどを市民の力で進めていきました。

さるく博のコンセプトである「市民が主役」というコンセプトを具体化させるため、中心となって実行に移す「市民プロデューサー」をおくこととなりました。市民プロデューサーは、2004年2月に長崎市観光2006アクションプランを作りあげて、解散し実行に移る時、退くに退けなくなった4名(愛着を込めて「逃げ遅れた4人組」と呼ばれている。)が担当することとなりました。市民プロデューサーの「逃げ遅れた4人組」は、これまでの市民として批判する側ではなく、批判をされる側に立ち、企画当初は一部から様々な否定的な意見を受けることとなりましたが、信念と覚悟を持って切り抜けました。

5. プレさるく博の始動

2004年8月には推進委員会の正式名称を「長崎さるく博'06推進委員会」に変更し、本格的な実施準備に入りました。2006年のさるく博に向けて、2004年10月23日～11月23日の32日間と、2005年7月30日～10月16日の79日間でプレイベントを開催することになりました。

最初に市職員2名と市民プロデューサー4名は、プレイベントに向けて、試作された4つのコースを、実際に歩いて改善し、確定しました。これまで観光客が行かなかったような住宅地にもコースを設定するため、市職員は他部署の協力も得ながら、地域に900程あるすべての自治会や商店・企業などを回って、長崎市観光の現状、さるく博のコンセプトとまち歩きの方法、地元市民として何をして欲しいかを説明し、了承を得てコースを作り上げていきました。市職員がコース策定に先立って、そのすべてに地道に話を回ったことが、さるくへの住民や商店の協力を得られた大きな要因となりました。

| | 2004年プレイベント | 2005年プレイベント | 長崎さるく博'06 |
|--------|--|---|------------------------|
| 位置付け | 10月23日～11月23日 (32日間) | 7月30日～10月16日 (79日間) | 4月1日～10月29日 (212日間) |
| コースマップ | 市民プロデューサーが試作(4コース) → 市民が歩いてみてチューニング | 15コースに拡大 | 31コースに拡大 |
| ガイド養成 | 歴史だけでなくまちを語るさるくガイド育成 1日目 長崎の歴史屋宇 2日目 市民プロによる実地研修 3日目 実地での発表会 → 66名のガイド誕生 | 約300名に拡大 → 2004年に参加者としてさるくを体験した市民が多数応募 | 約400名に拡大 |
| 参加者 | 約3,000人 | 約5,000人 | 48,748人 |

(図) 長崎コンプラドールより抜粋

<http://www4.cncm.ne.jp/~compradore/knonpura-02monogatari02.htm>

6. さるくガイドの養成

さるく博の開催に向けて、「さるくガイド」が不可欠であり、かなり多くの数のガイドが必要とされたため、ガイド養成にも独自の工夫をしていきました。

会社等に勤めている人も受講しやすいように、土日を中心に研修をする配慮を行いました。また、ガイドの養成では、長崎の歴史・文化や「長崎さるく」についての講座を1日のみとし、あとはコースごとの研修にし、全体的なことは必要最小限にしました。

長崎市全体のことを何でも話すガイドではなく、エリアごとに研修を行い、当該エリアのプロになってもらうようにしました。コースでの研修は、1回目は講師が実際に歩いて教え、2回目は2週間後くらいに受講者が実際に自分でガイドをすることで、そのコースの「さるくガイド」として資格が認められる養成方法で、「さるくガイド」の裾野が広がっていきました。

7. さるく博の開催

2004年・2005年のプレさるくを経て、2006年4月1日から10月29日までの212日間、さるく博が開催されました。

2005年10月には、公式ガイドブックを発行し、市民が全国の知人にガイドブックを送って宣伝する「長崎からの手紙」キャンペーンを行いました。12月には、全42コース（遊さるくを含む）を網羅した「さるくマップブック」(300円)の発売を開始しました。

全体を統括したのは、民間の各界代表からなる「推

進委員会」と市長を先頭とする市役所の「推進本部」でした。実際の作業に当たったのは、コーディネートプロデューサー（茶谷氏）と市民プロデューサー（95名）、ガイド（325名）、サポーター（184名）であり、それを支えた事務局でした。事務局は、市役所からの出向者を中心に15名（04年は10名）で、事務局長と次長のほか、総務担当（3名）、広報宣伝担当（3名）、イベント担当（7名）の体制をとりました。このほか、電話受付等の臨時職員等が10名強という布陣でした。

8. さるく博の結果

212日間に長崎のまちを歩いた人は723万人（述べ数）で、博覧会のイベントへの参加者数とあわせると1000万人にもなりました。

観光入れ込み客数も570万人を記録（市町合併で増加した38万人を含む）しました。宿泊者+8.5%を中心に、全体では+6.7%を記録し、長期低落傾向に歯止めがかかりました。

こうした結果をもとに、さるく博の経済効果（3次波及）は865億円と算出されました。一方、さるく開催に要した費用は、パビリオン建設等の経費がなかったことにより、9億円弱に止まったことから、直接経費の約96倍という効果を産み出しました。歩道整備や公園整備等の関連支出を加えても、長崎市の支出は15億円強となっており、コストパフォーマンスは非常に高いといえます。

長崎市観光客数（18年度）

| | 万人 | 前年比 |
|-------|-------|-------|
| 宿泊客数 | 151.0 | +8.5% |
| 日帰り客数 | 204.2 | +5.4% |
| 観光客合計 | 355.2 | +6.7% |

経済効果

| | |
|---------------------|-------|
| 観光客の消費支出 | 484億円 |
| 市民参加の消費支出 | 25億円 |
| 主催者の消費支出 | 18億円 |
| 合計消費額 | 527億円 |
| 1～3次波及効果を 含む総合効果 | 865億円 |

推進委員会と長崎市の支出等

| | 16年度 | 17年度 | 18年度 | 合計 |
|-------------------|--------|---------|---------|---------|
| 推進委員会収支 | | | | |
| 負担金収入 | 37,200 | 379,500 | 375,834 | 792,534 |
| イベント参加費等 | 2,736 | 12,606 | 37,462 | 52,804 |
| 収入計（その他をきみ、繰越を調整） | 41,458 | 422,809 | 468,957 | 899,002 |
| イベント開催費 | 10,916 | 76,488 | 320,408 | 407,812 |
| 広報宣伝費 | 7,752 | 246,049 | 99,121 | 352,922 |
| 支出計（その他4項目を含む） | 40,991 | 389,054 | 468,957 | 899,002 |

| | 16年度 | 17年度 | 18年度 | 合計 |
|-------------------|---------|---------|---------|-----------|
| 長崎市さるく関連支出 | 316,064 | 721,345 | 529,721 | 1,567,130 |
| 推進委員会への負担金 | 36,500 | 379,500 | 375,834 | 791,834 |
| 関連公共事業費等 | 279,564 | 341,845 | 153,887 | 775,296 |

(図) 長崎コンプラドールより抜粋

<http://www4.cncm.ne.jp/~compradore/knonpura-02monogatari04.htm>

9. 博覧会後も進化し続ける長崎さるく

「長崎さるく博」は2006年10月末で終了したが、その後も「長崎さるく」として引き継がれています。これは、同じことを繰り返しているのではなく、新たなコースを開発するなど、革新を伴いながら実施されています。

長崎さるくは、年末年始を除き、年間ずっと毎日、どこかのコースで行われており、長崎市観光にとってなくてはならない存在となっています。さるくガイドは、さるく博当時を上回る430人のガイドが確保され、持続的な活動を支えています。

さるく博終了後には一時的に参加者数が半減したが、2006年のさるく博から2010年度にかけて「通さるく」は31コースから58コース、「学さるく」は74テーマから133テーマへと拡充され、参加者も増加し続け、現在ではさるく博の当時とほぼ同数の水準まで回復しています。2009年の安政の開港150周年や、2010年のNHK大河ドラマ「龍馬伝」が放映されることに合わせて「長崎さるく幕末編」や、世界遺産を目指す長崎の教会群とキリスト教関連遺産や、九州・山口の近代化産業遺産群に関連した新たなコースを開発し続けてい

ます。

平成24年の長崎市への観光客数はLCCの就航やクルーズ船の寄港なども後押しし、約595万人(前年比8200人増)と、かつてのピーク時のにぎわいを取り戻しつつあります。

【文献】

- ・長崎さるく'06推進委員会(2007)『長崎さるく博'06記録集』
- ・茶谷幸治(2008)『まち歩きが観光を変える』学芸出版社
- ・長崎市(2013)『平成24年長崎市観光統計』
- ・長崎コンプラドール
<http://www4.cncm.ne.jp/~compradore/index.htm>
- ・総務省(2008)「長崎市の歴史や文化を活用したまち歩き「長崎さるく」(長崎県長崎市)」『平成20年度地域力創造優良事例集』

【ヒヤリング】

ながさき地域政策研究所・脇田安大理事長(2008年8月5日ヒヤリング)

065. NPO商店街(2)

鳥瀧 朋子(大阪市立大学大学院創造都市研究科博士(後期)課程)



みその商店街にNPOが集積してきたことにより、どのような効果が見られるのだろうか。まず、商店街の注目度が高まったことがあげられる。2番目に商店街の印象が変わったこと、3番目にNPO同士が連携し、新しい動きが出てきていることが考えられる。

1. 注目度アップ

(1) イベントの開催

2010年10月、中小企業団体連合会の「第7回くみあい祭」が開催された。くみあい祭は第6回まではマリーナシティのWAVEで開催されていたが、第7回から「みその商店街」に会場を移した所に意義がある。当時の集客は5000人と発表され、地元の商店主は「30年来の賑わいだ」とその人出にたいへん驚いた。マス

コミでも大きく取り上げられ、みその商店街の賑わいが市民に広く知れ渡り、関心を集める契機となった。その後、2010年12月には、地域の団体参加で歳末イベントを開催され多くの集客を得た。

また、2011年10月28日(金)～11月6日(日)、「エイブル・アート近畿2011 ひと・アート・まち 和歌山」という大イベントがみその商店街をメイン会場として開催された。「エイブル・アート近畿」は障害のある人の生命力あふれる芸術作品をまちなかでアート展として開催し、そのアートを通じてまちを人間的で豊かな空間にしていこうという企画であり、近畿ろうきんが2000年にスタートしたアート・プロジェクトである。



写真1：エイブル・アート近畿2011 (出所)「ひとアートまち和歌山」報告書 特定非営利活動法人わかやまNPOセンター

(2) マスコミでの紹介

NPOが集積するようになってから、マスコミに取り上げられる回数が増えてきた。「かつてはテレビカメラが取材に来ることなど考えられなかった」と商店主たちは言う。NPOが集積して以降は、NPOセンターへの取材も増えているし、各NPOの活動の様子などが地元紙に紹介されたり、テレビ中継が入ったりすることも増えてきた。若い人への周知が広がったきっかけとして、フリーマガジン「Lism」(2012.10 vol.105)に「美園らへん、本町あたり。」というテーマで特集が組まれたことがあげられる。フリーマガジン「Lism」は、若い市民層をターゲットにしている情報誌でその誌面に取り上げられたことは認知度を高めるために有効であった。

2. 商店街の印象の変化

NPOの集積により、和歌山になかった福祉、工房、相談サロン等のNPOの専門性が活かされ、従来の「商店」では提供できない多様なサービスがみその商店街で受けられることとなった。商店街が今までのような商店だけの集合体ではなく、NPOも含めた公益的な活動を含めた様々なサービスを提供できる

集合体に変化しており、ふんわりとした商店街として、今までとは異なるベクトルからみた集客力がついてきているのではないだろうか。

商店街の印象の変化は、外観の統一からも見てとれる。NPOセンターは木目を基調とした外装になっており、他NPOも「木」を使ったり、木調の合板を使うなど、新しい店舗の外観が統一されてきていることもNPOセンターの影響だと考えられる。まだ、一部ではあるものの景観を統一する必要性を認識する動きが創出され、木の持つ温かさや落ち着きは、古い商店が並ぶ空間において、オシャレで入ってみたいと思う外観を備えつつある。

一方、不動産面でも興味深い動きがみられ、複数の物件を所有している地主が、他空き店舗を購入している。一足飛びに地価が上がるというような理想的な話ではないが、空き店舗に投資価値がなければ、物件を増やすことはないと考えられるので地主の中に投資価値があると判断される動きがみその商店街に生まれてきていると評価したい。

3. 新しい動き：変化は続く

2013年10月10日に公益財団法人わかやま地元力応援基金(通称：地元力財団)が設立された。本財団は、京都型の市民ファンドで1年間研究会を積み重ねて準備し、基本財源300万円は一般市民からの寄付によるものだった。

地元力財団を支える社会的企業として、20の事業所を立ち上げていく予定である。すでに1つの企業はソーラー事業により事業を開始している。財団では、今までにNPOに興味も関心もなかった層を取り込みたいということもあり、評議員には、宮司や、かねてよりソーラー事業に取り組んできたエネルギー事業者などが名をつらね、さまざまな分野からの支援、アプローチを重ねている。これは、これまでの和歌山市にはなかった動きである。NPOセンターと地元力財団は、準備段階から密接な関わりがあり、人材的にも重複している部分がある。

事務所は、もともとNPOセンターがあった場所に設置し、NPOセンターは絵本ぐるぐるのあった場所に移転した(隣接)。地元力財団にインタビューしたところ、「イメージとしてみその=NPO、あの辺で何かやっているというのは、結構企業さんが理解している。それが武器となった。それがわけのわからない雑居ビルやオフィスビルのきれいなところの1階ですというよりは、あのみそのあの角ですと言った方が、あの辺何かあるなあという反応があって良かった。レンジャーズを思い浮かべる人、RAKUをイメージする人、いろいろだが角に何かあるということを知っているのだから、集積の効果があると思う」とのことだった。

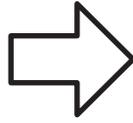


写真2：NPOセンターから地元力財団へ
出典：筆者撮影

NPOセンター直営であった「絵本ぐるぐる」の機能「障害者アート支援」の部分は、その取組をメインとしている、アートセンター RAKUにゆだね、連携することで絵本ぐるぐるは、その役割を終えたこととなった。

NPO法人野菊の会は、NPO法人WACわかやま(ほっこりさん)の3階に事務所を移し、連携を深め情報交換をしながら活動を継続している。また、新たに福祉系NPOが事務所を開くために空き店舗の改装工事が着工したところである。NPOセンターには、他にもいろいろな相談があるという。

和歌山市では、「2030年わかやま構想」を策定し、まちなか再生に取り組んでいる。また、「遊休不動産再生活用推進事業」として遊休不動産調査や、志のある事業者や事業希望者(オーナー)調査と共にリノ

バージョン・スクールを開催し、リノベーションの有効性についてPRをしている。

さらに、和歌山県では、平成26年度に「遊休不動産再生活用推進事業Ⅱ」として和歌山市のリノベスクール提案を推進、実現していきつつ、その体制・仕組みを創っていく。市の事業と連携、継続していく形が整った。

そういう「まちなか再生」のプロジェクトの中に「みその商店街」は入っていない。しかし、みその商店街で活躍しているNPOのメンバーなどは、リノベーションにも関わっており、行政の支援が薄い現状でフルに「民」の力を結集し、新しい取組を進めていこうとしている。みそのでもぶらくり丁周辺でも若い人たちの動きが活発になってきた。「近畿のおまけ」と揶揄され続けるところからの脱却を試みる若い活力に期待が寄せられている。



写真3：現NPOセンター事務所
(出典：筆者撮影)

066. 手作りダンボール椅子によるCBRの実践 —タイ農村地域での広がりを目指して—

井上博夫 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市ビジネス専攻在籍)

1. はじめに

私は、タイ滞在10年の間、主にタイの民間団体で、主に脳性まひ児などに対してCBR活動を行っている障害児のための財団 (Foundation for Children with Disabilities=FCD、タイ語での名前は、ムニティ・プア・デックピカーン) に属していた。この財団は、1986年にタイ人により作られたNGO (民間福祉団体) である。タイの障害福祉発展の中で比較的草創期に作られた団体で、本部はバンコクにある。

ここでは、この財団で私が行ったことの一つである、段ボールを利用した椅子等の制作による障害児に対する取り組みについて報告したい。

CBR (=Community-based Rehabilitation) は、地域に根ざした障害児・者のリハビリテーション活動として、世界の多くの国で、そしてタイでも広く理解されている。CBRは1979年にアルマアタで行われたWHOの会議以降、PHC (プライマリヘルスケア) とともに、注目されてきた。タイでは、1986年ごろからFCDがコラート県での活動を始めるなどして広がり始めた。FCDはその後、東北タイのシブンプルアン郡、南タイのナコンシータマラート県などでCBR活動を行ってきた。

しかし現在ではCBRの実践は広がりを見せ、優れた活動からレベルの低いものまで様々であろう。その活動はもっと多様性を求めるなかで、深められてゆくべきものだろう。

障害児の姿勢にあわせた椅子作りは、CBR活動の一環として、アジアのどの地域においても根を下ろすことのできる、基礎的な障害児のケア法として大変有効だと私は考えている。



(写真①)



(写真②)

2. 段ボール椅子作りの事例

私がタイの人々に紹介した段ボールを利用した椅子作りは、写真①や②③のようなものである。

右端の写真③は、保護者向けの椅子作りセミナーで椅子を作った後、写真②の保護者がきれいな絵を描いたもの。このような椅子作りは保護者の子供への愛情が感じられ、心温まり、楽しい。

こうした椅子作りに段ボールを使う理由は次の3つである。1) 木工を経験したことのない母親にも工作が比較的容易であること、2) 椅子のイメージを具



(写真③)

体化させやすいこと、3) 材料費があまりかからないことである。そして、母親が子供の身体状況を観察し判断し、適切な椅子を作る経験は、子供の理解を深め、より良い親子関係の構築につながる。

次の写真(③～⑤)は、自力で座位ができない子供に対する椅子作りの事例である。親に抱かれています。ただ寝かされているだけであるが、写真⑥のように椅子に座ることにより、体を少しでも立てた姿勢を作ることができる。



3. 重度障害児のQOL向上のために

こうした椅子作りは、重度障害児の生活の質の向上に有効である。次の3枚の写真(⑥～⑧)を見比べてほしい。食事介助の姿勢としてはどれが良いかは明らかであろう。





(写真⑨)

椅子を作ることにより、嚥下しやすい座位姿勢での食事が可能になる。自力で財の取れない子供たちの生活の質 (QOL) の向上にこうした椅子作りは重要な意味を持つ。

なお、写真⑧の脳性まひ児は重度の栄養不良である。北タイの山間部の農村に暮らす貧困家庭の子供で、姉に世話されている。こういう子供の場合、地域保健を中心とした総合的な支援体制が必要であるが、現在では残念ながら不十分である。適切な保健制度の確立はタイ社会の課題の一つである。

4. 椅子作りの重要点

段ボール椅子作りの要点は、体のサイズを測り、体に見合った大きさの椅子を作ること、という至極当たり前のことである。ここではタイの保護者に対して注意を喚起した点を幾つか紹介したい。一つは、下肢の膝下の長さ、座面の高さを合わせることである (写真⑩)。これにより、足の裏を床に下した座位姿勢が作れる。タイでは見落とされていることである。

躯幹の保持を助けることも重要である。写真⑩の場合、ひじ掛けの位置を高く設定して、躯幹が倒れるのを防ぐようになっている (写真⑩)。椅子幅を広げすぎないのも、躯幹を保持しやすくする方法である。また、写真⑥のように躯幹保持力のないケースでは、背板に適度な傾斜をつけることなども重要な配慮である。すべて、椅子設計のために姿勢をどのように理解するかが重要である。



写真⑩ (正面と側面)

座面の高さ、下腿の長さをそろえ、足裏に荷重ができるようにする。

ひじ置きをやや高めにして、躯幹保持の補助とする。

5. まっすぐに座ることは重要

腰を立てるようになる配慮も極めて重要である。事例を紹介したい。写真⑪～⑭の4枚の写真は、やや自閉的な感じを併せ持つ16歳の障害児に段ボール椅子を作った事例である。初め、本児は椅子に座ることに拒否的であった。布を使って腰 (骨盤) を立てるようにする (写真⑫⑬) ことで、背筋が伸び、安定した座位姿勢ができた。また、腕が自然に下がり、肩の力が抜けて情緒的にも安定した様子である (写真⑭)。

このケースから、人間とは体を立てることで、心が安定し成長できるものだと感じた。どのような障害をも他子供であっても適切な姿勢で座らせることは、成長発達の基礎であると思う。さらに言えば、人間の尊厳の基礎は体を立てることにあるとさえ思う。体を立てることで我々は周囲の環境と適切に交流することができ、自己を形成し、人間的な成長ができる。心と体は不可分なものである。



(写真⑪)



(写真12)



(写真13)



(写真14)

適切な姿勢で障害児を座らせてあげることは、世界のどこでもできることである。CBR活動の中にしっかり位置づけられてよいだろう。

6. 段ボール椅子作りの応用と将来

ダンボール椅子作りの方法を応用したものとしては次のようなものがある。子供が無理なく車椅子に座れる様にクッションをセットして、姿勢を改善するのである(写真14⑮)。タイの車椅子は、障害児一人一人のサイズに合わせたものが作られていない。子供が座るには大きすぎるのである。



(写真15)



(写真16)

以上、私の行ってきたことの一部を紹介した。タイにおいても、CBR活動はさまざまに展開されている。しかし、実践の広がりや深まりはまだ乏しいと私は感じている。子供のニーズをしっかりと観察するという当たり前のことが、まだまだ軽視されていると感じられるからだ。

このような椅子作りは、保護者が自分の子供を観察する訓練として大いに意味がある。また、福祉職員の研修のひとつとしても大変有効である。バンコクでも、ノンタブリ県やクラート県、南タイのナコン

シータマラート県、北タイのチェンライ県など、多くの県の特設教育センターでも、そして、多くの郡病院などでも、こうした様々なモノづくりのセミナーを私は行うことができた。さらに、Foundation for Children with Disabilities (障害児のための財団)からは、ダンボール椅子の作り方のブックレットをタイ語で出版することもできた。親や地域の人々が障害を持つ子供を理解し、より健やかに育てる基礎として、このような椅子作りの広がりを期待したい。



写真⑩：タイ最北部のチェンライ県メーファールワン郡での椅子作りセミナー。

このメーファールワン郡には、様々な少数民族の人々が暮らす。少数民族の障害児に対しても、この郡の郡病院職員らによるケアのネットワークが広がってきている。

地域活性化ニューズレター 第6号

2014年(平成26年)3月10日 発行

大阪市立大学大学院創造都市研究科

「3セクター協働の地域活性化教育プログラム」運営委員会編

発行人：弘田洋二

編集人：小長谷一之

〒558-8585 大阪市住吉区杉本3-3-138 大阪市立大学大学院創造都市研究科