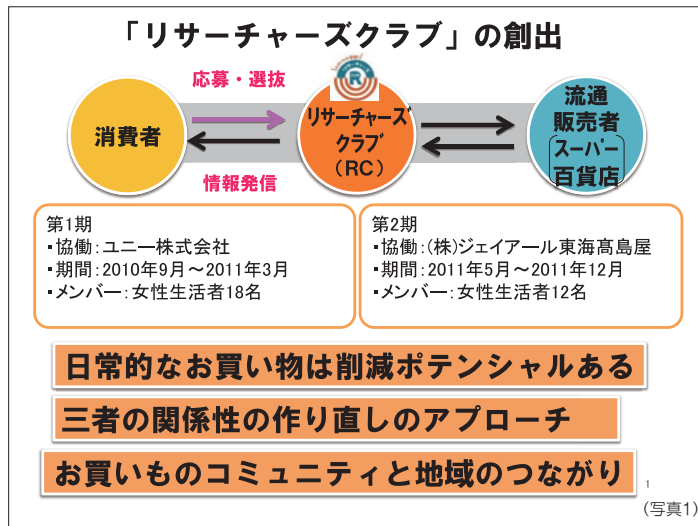


R 2 - 3 S Regional Regeneration by 3-Sectors

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 ニューズレター No. 7



(写真1) リサーチークラブの創出 (提供 永田潤子)、(写真2) タイでの介護用品 (提供 井上博夫)

CONTENTS

070. 3セクター協働の地域活性化プロジェクトのご紹介

071. CSRからCSVへの実践

ー流通販売者と消費者の協働による低炭素型
社会への取り組みー

ー永田潤子 (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)

072. 関西における中小企業のCSR：ひとづくり

ー五石敬路 (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)

073. 大阪の中小企業のCSR促進におけるNPOの役割

ー柏木 宏 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻教授)

074. 知多半島(東海市)のNPO

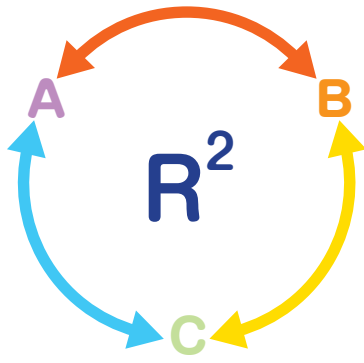
「まち・ネット・みんなの広場」

ー山田正人 (星城大学准教授)

075. タイ農村地域の老人ケアの一断面

ータイ北部チェンマイ県サンサーイ郡ワット・
フエイキエン寺での実践からー

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

070. 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、2015年までの13年間に約1300人が入学し、約1000人が課程修了しました。

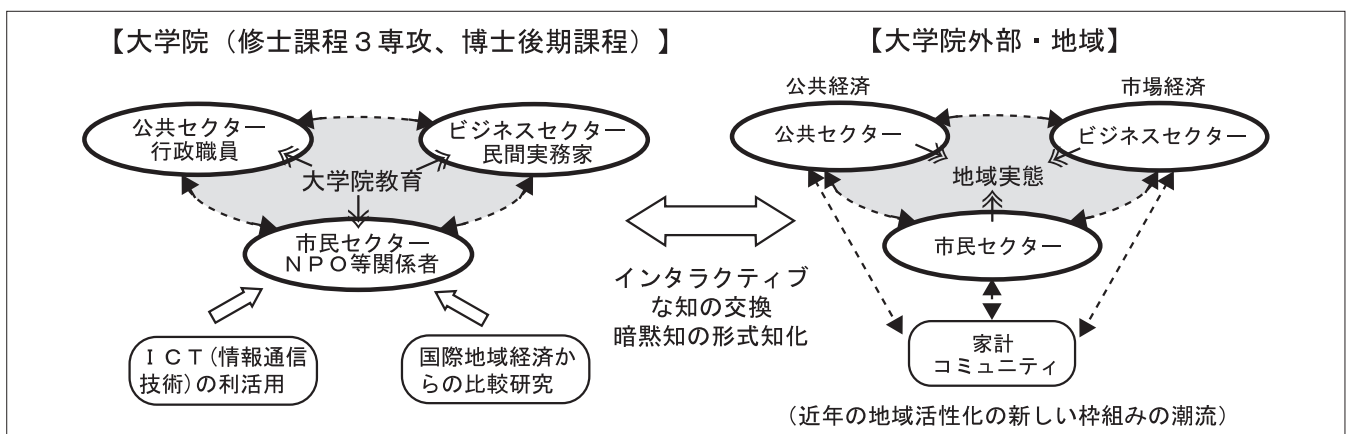
【目的】(現状認識)

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・大阪市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10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13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。

071. CSRからCSVへの実践 —流通販売者と消費者の協働による 低炭素型社会への取り組み—

永田潤子(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)

昨今、企業と社会とのつながりをめぐっては、企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility: CSR)から共通価値の創造(Corporate Social Value: CSV)へと議論が進んでいる。これは、2011年にマイケル・E・ポーターなどが提唱した概念^(注1)で、「社会的な課題の解決と企業の競争力向上を同時に実現する」という意味とも解される。

事業を営む地域社会の経済・社会状況を加味しながら、本業に即した形で社会的課題の解決や社会の求める価値に呼応しつつ競争力を高めていく経営、つまり“事業戦略の視点でのCSR”とも言える。

本稿では、筆者が名古屋で実施した「おかいもの革命!」プロジェクト^(注2)を事例として取り上げ、流通販売者が消費者と協働しながら低炭素型社会を

目指すための価値創造の取り組みについて考えてみたい。

1. おかいもの革命プロジェクトの概要

1-1. 消費者と流通販売者のプラットフォームの創出

まず、消費者と流通販売者とが相互に学習し対話をすることで、低炭素社会の実現につながるより良いお買いものをそれぞれが目指していくことを狙いとして、「リサーチャーズクラブ」を立ち上げた(図1)。消費は資源やエネルギーを大量に使うという点で温暖化に密接に関わっており、UNEP(2010)においても、「生産プロセスの中で環境影響のうち、消費が生産による環境の原動力となっている」^(注3)と指摘さ

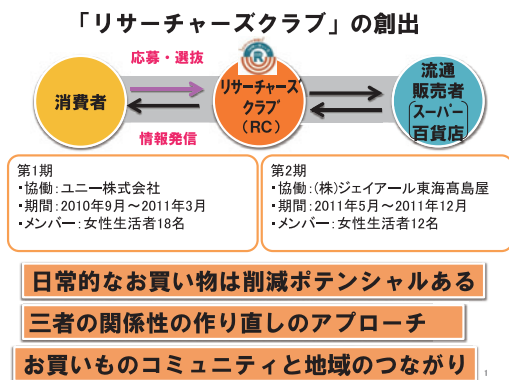


図1

れている。特に大都市の消費者は、買う側の意思とは無関係にモノが流れるなかで受動的に選択し、消費し廃棄する状態に置かれている。

したがって、まずは日常の買い物で身近なスーパーマーケットや百貨店を舞台に、低炭素型社会への買物行動に向け、消費者サイドからの提案による商品の情報表示や店舗デザインを描き、これらの取り組みが他の消費者へどのような行動変容や消費の変容を起こすのかを明らかにしつつ、加えてプラットフォームに参加した消費者や流通販売者の変容などを通し相互学習型プラットフォームの有効性を検証した。

プロジェクトでは、愛知県下に店舗を展開するユニークのアピタ千代田橋店及びJR東海高島屋を社会実験の舞台とし、幅広い年代・職業の消費者を公募で募り^(注4)と、ユニークや高島屋バイヤーや商品開発等担当者からなる、「相互学習の場 (リサーチャーズクラブ)」を創出した。

特に、「消費者自らが地域の課題解決や地域マネジメントに参画し販売者の知識を学び、自らの経験に基づく意見を提案することにより、消費者自身の生活も豊かになる」というビジョンを明確に打ち出し、消費者自身が主体的に購買に関する意識や行動を変容させ、ライフスタイルを選択していくためのコミュニケーションが成果を実証することを目指すものとした。また、流通販売者は社会的要請 (政府を含む) を受け温暖化対策に取り組んでいるが、消費者は環境配慮型購買への意識はあるものの、なか



図2

か行動変容に至らない現状がある。その結果、流通販売者は温暖化対策を講じる際に、売上変動という大きなリスクを抱えることになることから、「プラットフォームでの対話を通じ、低炭素型社会に向けた事業戦略としての端緒を探る」ことを目指した。

1-2. リサーチャーズクラブでの取り組み

低炭素型社会に向け消費者にとって身近なテーマであり、実業を実施している流通販売者にとって実現可能性の高い社会実験を消費者・流通販売者と協働し議論を重ねた。結果、ユニークとは「エコ商品」「容器包装」「野菜の購買」の3つについて、JR高島屋とは、「適正包装」「お買いもの基準」の2つを選定した。リサーチャーズクラブの活動は、月に1回のミーティングを基本とし、お買い物についてのディスカッション、流通販売者によるレクチャー、消費者による店舗リサーチなどの半年間活動を経て、新たな情報提供スタイルによる購買行動の変化を検証するための店舗での実験を実施した (図2・図3)。

2. リサーチャーズクラブによる成果

2-1 消費者の意識・行動変容

店舗での活動体験、エコに関する情報やデモンストレーション企画等を行う前と後で、リサーチャーズクラブメンバーの意識や行動の変容について、「ライフスタイルに関するアンケート」を実施し、検証を行った。結果、リサーチャーズクラブに参加したメンバーは、活動を通して、①健康配慮商品、環境配慮商品の購入意欲を高めたこと、②情報発信や商品選択を慎重にするようになったこと、③性能を志向しながらも、安くても高性能のものがあることに気づき、有名メーカー志向が低下したことなどの変化が明らかになった。

また、一般消費者は、生活情報を取得し、かつリサーチャーズクラブメンバーが行ったデモンストレーションへ接触したことにより、環境配慮生活への志向を強め、有名・大手志向や簡便な消費への志向を低下させたことも観測できた。



図3

2-2 流通販売側の意識変容

流通販売者は、リサーチーズクラブでの活動を通じ、「取り組みが消費者には十分に伝わっていないこと、消費者が欲する情報と発信している情報にギャップがあること」など、今後の消費者とのコミュニケーションの課題が明らかとなった。

更に、これらのコミュニケーションの課題だけではなく、「プラットフォームでの活動を通じ社内での意識改革や行動の変化に繋がった」「環境への取り組みは固い取り組みになりがちであるが、相互学習型プラットフォームでの活動は消費者側と流通側がそれぞれメリットを得られるようなかたちを考えられるため取り組みやすい」などがあり、継続的に続けることで売り上げの変動も含めた成果につながると評価された。

3. 事業戦略上の意義

3-1 関係性のつくりなおしによる価値創造

1990年代に入り、マーケティングを巡っては消費者との対話やコミュニケーションを通じた相互作用の中でニーズや新たな価値を創出する「関係性マーケティング」へと転換した。消費者との関係が単なる「交換のパラダイム」から、共に価値を生み出す「関係性のパラダイム」へとシフトしたと言われている。関係性のパラダイムとは、需要が潜在的に存在するのではなく、顧客と交互作用的なコミュニケーション活動によって発生し、企業と消費者との間に共創的に発生すると考える視点である。プロジェクトでは、関係性のつくりなおしによる価値創造のため、それぞれが主体的に以下の役割を果たすことを目指した。

- ①消費者はそれぞれの選択が自らの暮らしや地域、社会や環境に影響を与える力があることを認識する。更に、購買選択をする「買い手」ではなく、モノの販売にも消費者が参画する仕組みの中で、低炭素社会を作り上げるための新たな価値に根ざしたライフスタイルを持ち、日々の買いものを始めとする暮らしの中から行動する消費者へと変容する。
- ②流通販売者は消費者が商品を「買う場」を単に提供するだけではなく、地域に密着しているという点から地域・社会と消費者をつなぐ場を生み出すことで、低炭素社会への移行を促進させる、エコロジーとエコノミーを両立させた新しい機能の創出を目指す。

3-2 相互学習型プラットフォームによる価値創造

プロジェクトの実施を通じ、流通販売の今後の経

営戦略は、「単に売り上げだけではなく、“社会性(社会の潮流や問題とのつながり)”と“地域性(その地域とのつながり)”をどのように加味していくのかが重要である」との認識を共有しつつ、議論を重ねた。

地域の消費者を巻き込みながら問題解決を図る、リサーチーズクラブのような相互学習型プラットフォームによるアプローチは、企業経営をめぐる「価値創造」に有効であるとの結論を得た。なぜならば、生産・流通・販売は、近年のグローバル化のなかで扱われることが多いが、個々の商圏は地域単位であり、地域の消費者を巻き込む相互学習型プラットフォームは、個々のサプライチェーンや地域経済を支え強化することにつながり、自社の持続可能性だけではなく、地域経済を支え強化することにもなるからである。

しかし、通常、消費者が流通販売者に意見や思いを伝えるのは、苦情をベースにすることが多い。両者が対等な立場で問題解決を試行するという新たな関係性は、これまで見えてこなかった(流通販売者が把握できなかった)ニーズの把握につながり、これらは未来の販売・消費パターンに影響を与える。そのような意味からも、相互学習型プラットフォームは意義が大きい。また、プラットフォームに参加した消費者は、参画した店舗・企業の取り組みを深く理解したことにより個別企業のファンや積極的支援者となり、また、買い物を通じ地域とのつながりを考えるよう変化しており、地域に根差した活動としても意義がある。

【注】

(注1) 国連環境計画、「消費と生産の環境影響を評価するー重視すべき製品・物質に関する報告書」、2010年(持続可能な資源管理に関する国際パネル製品・物質環境影響作業部会による報告書、Hertwich, E., van der Voet, E., Suh, S., Tukker, A., Huijbregts M., Kazmierczyk, P., Lenzen, M., McNeely, J., Moriguchi, Y.

(注2) JST(科学技術振興機構)社会技術開発センター「地域に根ざした脱温暖化環境共生社会研究開発領域」に採択された「名古屋発!低炭素型買い物・販売・生産システムの実現」研究プロジェクト

(注3) Michael E. Porter, Mark R. Kramer: Creating Shared Value, Harvard Business Review, Jan-Feb 2011

(注4) ユニー(株)での取組では18名の消費者、名古屋高島屋での取組では12名の消費者が活動した。

【参考文献】

おかいもの革命プロジェクト編 (2014)『おかいもの革命！消費者と流通販売者による相互学習型プラッ

トホームによる低炭素型社会の創出」公人の友社。
永田潤子編著 (2014)『お買い物で社会を変えよう』公人の友社。

072. 関西における中小企業のCSR：ひとづくり

五石敬路 (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)

以下では、2013年度、私が関係した3つのCSRに関する調査結果についてご紹介したいと思います。そこから分かってきたことは、私の想像以上に多くの関西の中小企業がCSRに関心を持ち、実施しているということ、その働きとして、たとえば福祉の領域では、社会福祉法人等の福祉を専門とする団体以上の効果をもたらすことが期待できるということ、しかしながら、CSRは無条件に良いわけではなく、その方法や活動内容を吟味しないと、かえってネガティブな結果をもたらす可能性もあつたことでした。

大阪府内の中小企業へのアンケート調査

ひとつめは、大阪府の緊急雇用事業として日本データビジョン社に委託された若年者就労支援事業です。同事業は、写真にあるような『関西優良企業ガイド2015』を発行し、卒業予定の学生らに府内の優良な中小企業に関する情報を提供することを目的として1年間実施されました。大阪府の意図としては、学生の就職希望が大企業に偏り、府内に有望な中小企業が多くあるにも関わらず、なかなか学生の関心が向かないという問題意識から、中小企業の生の情報を学生に伝えたいということでした。

ただ、何の基準をもって「優良」と考えるかという大きな問題があります。財務上の業績だけであれば、既存のデータがいくつも活用できます。私は府の担当の方と相談し、CSRを基準として考えることを提案し、それがそのまま採用されました。調査の立案・実施にも協力させて頂き、府内の中小企業約1,000社に対するアンケート調査と、特に注目される企業への訪問取材を行いました。調査の立案、アンケート調査の作成過程においては、研究科の弘田先生、柏木先生、阿久澤先生、古久保先生、水上先生にもご協力頂きました。また、訪問取材を行った企業の選定にあたっては大阪府中小企業家同友会のご協力を頂き、指標の作成には、非営利活動法人女性と仕事研究所の「ハッピーキャリア企業評価シート」を一部参考にさせて頂きました。最終的にガイド



ブックは府内で8,000部配布されました。

今回、CSRの選択基準として採用したのは、主に次の5領域でした。すなわち、女性の雇用を積極的にすすめているか、ワークライフバランスに配慮されているか、非正規社員の登用や人材育成等を積極的に進めているか、障害者の雇用を積極的にすすめているか、積極的に地域連携や社会貢献をしているかです。訪問取材した企業は総じて「ひと」を大事にし、従業員が総じて明るく、社内の雰囲気は明るく感じられました。

1000社以上を対象にしたアンケート調査では、CSRに関するアンケート結果のデータベースに、売上高、営業利益、離職率、初任給などのデータを統合し、それらの関連を解析しました。国内外における既存のいくつかの研究では、CSRに積極的に取り組む企業ほど財務上の業績が良いという報告がされていますが、今回の調査では、残念ながらそのような関係は見られませんでした。はっきりとしていたことは、やはり中小企業のなかでも社員数の多い企業ほどCSRに積極的に取り組んでいる傾向にあるということでした。中小企業の社長さんのなかに、今回訪問した企業のように、地域への貢献や、これからの日本を担う若年者の人づくりに情熱を持って取

り組んでいる方が多くいるのは事実ですが、全体的な傾向としては、やはり規模の大きい中小企業ほどCSRに取り組むという傾向は否定しようのない現実です。

もうひとつ、興味深い結果としては、社員の平均年齢が比較的若い企業ほど、地域貢献に熱心に取り組むという関係です。今回訪問した企業においても、若い社員が目立っていました。なかには、たった1人の新規採用のために多額の新規の設備投資を行ったという企業もありました。若い人材を確保することの効用は、企業のみではなく社会全体にも言えることかも知れません。現在、教員と院生の共同研究として、自治体の人口流入戦略を調査していますが、日本における全市の統計解析を行った結果、人口構造が若い自治体ほど人口増加が見られるという結果が得られています。

京都府で若者の職場体験を受け入れる企業の調査

社会でニートやフリーター等の若年者の就職難が取り上げられるようになり、既に10年以上が経過しました。この間、若年者の自立支援として様々な事業やプログラムが実施されてきましたが、そのなかで近年注目されているのが、単に相談支援を行うだけでなく、企業で実際に働く機会を提供するという試みです。これを受け入れる企業の動機は、慈善ではなく、純粋な利潤目的でもありません。ただでさえ忙しいのにも関わらず、手のかかる若者に職場体験を提供するような余裕は企業にありません。そこで、これを一種のCSRと考えることもできるでしょう。しかし、特に引きこもりの場合は精神的な不安が強いことが予想されるので、企業で無理に働くよう促すことは本人にとって負担が重すぎる恐れもあります。

この点の検証も含め、今回私は、京都自立就労サポートセンターの推進委員会副座長・ワーキングチーム長として、同センターが実施している若者たちの職場体験事業等の現場を調査する機会を頂きました。

同センターは京都府からの事業委託を受けている任意団体ですが、実質的に府の直接事業に近いかたちで運営されており、任意団体であるにも関わらず、全国的に見てもかなり多様なプログラムを実施しています。職場体験では、2012年度の実習生32人のうち、2012～2013年に就職した比率は75パーセントに達しました（そのうち、正社員25パーセント）。

調査は、企業への取材と若者へのヒアリングというかたちで実施されました。われわれの主な疑問は、企業はどのような動機でこの事業に協力したのかと



京都自立就労サポートセンターが作成。生活困窮者支援の方法について、支援に経験のない方が容易に理解できるよう説明。無料配布。

いう点でした。受け入れ開始からしばらくは行政から人件費等が支払われるため企業側にはおかねの負担は生じないのですが、なかには、その期間終了後に正規採用した企業も少なくありません。社会福祉法人の場合、事業収入を得ることができないので、正式に雇用する場合には行政からの補助金を必要とするのが通常です。ところが、いくつかの企業では、補助金なしで、それどころか賃金を支払って、若者に働く場を提供しているわけです。

調査の結果から見てきたことは、京都自立就労サポートセンターの担当職員に対する絶大な信頼が基盤にあるということでした。中小企業の立場では、継続的に働いてくれる人材を必要としています。ところが、ハローワークを通じて若者を採用しても、すぐに止めてしまうことが多いそうです。これに対し、京都自立就労サポートセンターが紹介する若者は概してまじめで、何か困ったことがあった際には同センターの担当職員が相談に乗ります。こうして、企業の側からは、「信用できる人物である可能性が高い」、「過去に受け入れた実習生が皆真面目である」などの反応が返ってきたのでした。働き始めた若者の表情は、最初に相談に訪れた時とはうってかわって、生き生きとした表情に変わっています。これは、福祉的な支援では得られない成果だと言って良いでしょう。

ホームレスへの就労支援事業の評価

しかし、こうした就労支援がいつも良い結果をもたらすわけではありません。最後に、この点をホームレスへの就労支援事業の評価結果から説明したいと思います。この調査は、特定非営利活動法人ホー

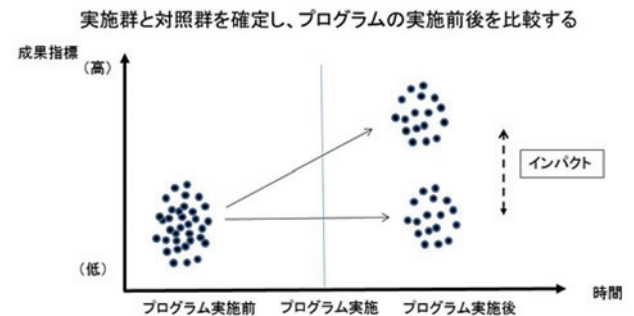
ムレス支援全国ネットワークが厚生労働省から補助金(社会福祉推進事業)を受けて実施したもので、私は座長として協力させて頂きました。

調査では、プログラムの効果を検証するため、右図にあるように、プログラムを実施したグループ(実施群)と実施していないグループ(対照群)に分け、それぞれのプログラム実施前後の成果指標を比較するという方法をとりました(Randomized Controlled Trial: RCTと言います)。成果指標としては、臨床心理学で使われる自己効力感尺度を採用しました。

調査は、A地区とB地区の二か所で実施され、それぞれの地区で実施群と対照群に分け成果を観察しました。その結果は思ってもみないものでした。A地区では、予想通り、就労支援を実施したグループは、実施していないグループに比べ有意に成果指標が向上していました。ところがB地区では、これは全く逆に、就労支援を実施したグループの成果指標が有意に悪化していたのです。この原因を調べたところ、就労支援の内容に問題があったことが分かりました。B地区では、屋外での労働に慣れてきた人に屋内での作業に従事させたり、知的障がいの疑いのある人

にデータの読み取りをともなう仕事をまかせていたり、膝の状態の悪い人に荷物の上げ下ろしをさせていたりしていたのです。その結果、何人かの参加者が途中でリタイアするという結果を招いていました。

当然、B地区でも悪意があってそのようにしたわけでは決してありません。この場合は、企業のCSRと言ってもホームレスへの就労支援という限られた領域での調査結果ですが、善意のみで良い結果が自動的に得られるわけではないという点は、他の領域でも共通して言えることではないかと思えます。



(資料) 佐々木亮『政策評価トレーニング・ブック』
多賀出版、2003年、100ページを参考に筆者作成。

073. 大阪の中小企業のCSR促進におけるNPOの役割

柏木 宏 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻教授)

日本で「CSR元年」といわれた2003年からちょうど10年目にあたる2013年、一般財団法人経済広報センターが発表した「CSRに関する意識調査報告書」によると、「CSRという言葉を知っていますか」という問いに対して、32%が内容を知っていると回答している。「内容をある程度は知っている」も24%にのぼり、これら両者をあわせたCSRを「知っている」人は56%と、過半数を超えた。一方、「聞いたことがない」という回答は23%と4人にひとりを下回った。この問いは、CSRについて「企業の社会的責任」という邦訳をつけずに行われたもので、CSRの認知度の高まりをうかがわせる。

しかし、こうしたアンケート結果を見ると、果たして実態を表しているのか、という疑問も感じる。例えば、講演などでCSRについて説明すると、NPOへの寄付や従業員ボランティアなどの、いわゆるフィランソロピー、すなわち企業の社会貢献活動を

イメージしている人が少なくないからだ。CSRの定義は必ずしも定まっているわけではないが、コンプライアンス(法令順守)とエシックス(企業倫理)に加えて、フィランソロピーの「3階建て」といわれることが多い。なお、個人的には、これに加え「本業」を通じた製品やサービスの社会への提供も含まれるべきだと考えている。

また、CSRというと、大企業が対応するものという考えも強いようだ。メディアの報道の多くが大企業を中心に行っていることだけではない。研究の領域においても、CiNiiで「CSR」を含む論文を検索すると4714件にも上るのに対して、「CSR」と「中小企業」を含むものは、わずか93件にすぎない。CSRを促進しようとするNPOの代表格として、日本フィランソロピー協会や大阪ボランティア協会があるが、いずれも大企業への取り組みが中心だ。だが、日本において、企業全体に占める中小企業の割合は

99.7%、従業員でもほぼ7割が中小企業で雇われている。したがって、CSRに関しても、大企業だけを対象に考えていても、企業社会全体の社会的責任を理解したことにはならない。

以上のような問題意識から、筆者は、中小企業におけるCSRを促進している活動に関心を持ち、情報収集を中心とした研究に向けた予備的な調査を行ってきた。さらに、大阪において、複数のNPOによる実践活動に関わってきた。以下、その過程で得た知見をベースに、大阪の中小企業におけるCSR促進におけるNPOの役割について考えていきたい。

NPOによるCSRへの取り組み

CSRの定義が曖昧であるように、NPOも人により異なる認識が持たれている。一般的に最狭義には、特定非営利活動法人(NPO法人)をさし、広義には労働組合や生活協同組合のような共益型の組織、さらにはボランティア団体や自治会などの地縁組織も含まれる。先にCSRを促進しようとするNPOの代表格として、日本フィランソロピー協会や大阪ボランティア協会をあげたが、前者は公益社団法人、後者は社会福祉法人である。したがって、ここでは、NPO法人を中心にしつつも、非営利組織全般をNPOと表記していくことにする。

では、そのNPOは、CSRに対して、どのようなスタンスで取り組んでいるのか。この点について整理しておきたい。NPOは、特定の目的、すなわちミッションを達成するための組織である。学校法人や社会福祉法人は、それぞれ教育や福祉という特定の目的が設定されている。NPO法人は20の活動分野、公益社団・公益財団法人は23の分野がある。いずれもCSRという分野は存在しない。なんらかの活動分野を選択したうえで、その分野における具体的な事業としてCSR関連の取り組みを行うことになる。ただし、一般社団・一般財団法人は、事業の特定はない。

表1で示したように、NPOがCSRに取り組む場合、組織の事業全体をCSR関連のものにしているのか、事業の一部をCSRとの関わりで行うのかによって分類することができる。日本フィランソロピー協会のように、事業全体がCSRで、かつCSRの全般を扱う

A型の組織は、NPOのごく一部だろう。一方、CSR全般を扱うものの、組織全体から見れば事業の一部をCSRに関連させているB型のNPOはかなりあると思われる。大阪ボランティア協会のフィランソロピー・CSR・リンクアップフォーラムというCSR関連の事業は、関西で最も知られたCSR関連活動のひとつだが、同協会としては数多くの事業のひとつだ。CSRに取り組むといっても、多様な内容全般に取り組む場合と、何らかの形でCSRの一部のみを扱う場合が考えられる。京都CSR推進協議会は、事業全体がCSR関連だが、京都という一定地域におけるCSRに限定した活動を実施しており、C型と位置付けた。また、日本ではあまり見られないが、アメリカにはCalifornia Reinvestment Committeeのように、金融機関の融資問題という特定の課題に特化して活動を行っているNPOもある。女性と仕事研究所は、ワークライフバランスなど女性との関係において、一部の事業でCSRの取り組みを行っているため、D型といえる。

中小企業のCSRに取り組むNPO

本稿のメインテーマは、中小企業におけるCSRの促進にNPOがどのように関わっているかである。表1で示した日本フィランソロピー協会、大阪ボランティア協会は、いずれも主として大企業を対象にしている。一方、京都CSR推進協議会は、中小企業や小規模事業者のCSRの取り組みを促進・支援することを目的に設立された団体だ。また、女性と仕事研究所は、後述するようにワークライフバランスに関連した啓発や表彰事業を進めているが、対象は中小企業である。

大阪において先駆的に中小企業のCSR促進に取り組んだNPOのひとつに、大阪障害者雇用支援ネットワークがある。同ネットワークは、2003年から大阪府と協働で「ハートフル企業顕彰制度」を通じて、障害のある人の働く機会の拡大に向け、障害者を雇用する企業の取り組みを表彰式などで広く周知させる活動を進めてきた。この表彰制度は中小企業だけを対象にしたものではないが、受賞企業の6割は中小企業だ。ただし、この事業は、2011年度から大阪府に移管された。

(表1) NPOによるCSRへの取り組みと組織例

	事業全体がCSR	事業の一部がCSR
CSR全般	A型 例：日本フィランソロピー協会 http://www.philanthropy.or.jp/	B型 例：大阪ボランティア協会 http://www.osakavol.org/
CSRの一部	C型 例：京都CSR推進協議会 http://www.csr-kyoto.net/	D型 例：女性と仕事研究所 http://www.women-work.org/

純然たるNPOとしてスタートし、今日まで続いている事業のひとつに、女性と仕事研究所の「ハッピーキャリア」事業がある。中小企業を女性の活躍によって元気にするを目的にしたもので、2010年から毎年、働き甲斐のある中小企業を表彰している。そして、表彰企業の社会的認知をあげていくことで、中小企業における女性活用という個別具体的なCSRへの取り組みを進めていくという、男女共同参画社会の実現を目指すNPOのミッションに絡めたプロジェクトだ。

ハッピーキャリア企業表彰のプログラムは、中小企業が自ら「企業評価シート」で自己評価を行い、実施団体である女性と仕事研究所に送付することから始まる。この評価シートで一次審査を行い、通過した企業には個別訪問によるインタビューとコンサルティングを実施する。評価シートには、1) 女性の活躍推進、2) ワークライフバランス、3) 地域連携や社会貢献という3つの大項目がある。選考に当たっては、選考委員会が、この3大項目がさらに細分化された28の項目について評価を行い、それぞれの評価点の合計で表彰企業を決定する。なお、「企業評価シート」は、

http://www.women-work.org/womenwork/wp-content/uploads/2013/07/happycareer_mono.pdf で開示されている。

表2は、過去5年間に表彰された企業のリストである。ヒサコネイルのような女性向けの事業やクラッシー、セリオなどの育児や介護といった女性が中心になると想定される事業だけでなく、メーカーやシステム開発、建設、さらには通関業務など、一般的に「男性優位」と見られがちな企業も数多く表彰されていることが注目される。

おわりに

中小企業庁によれば、日本の中小企業数は、全産業で385万にのぼる。この膨大な数に加え、それぞれの企業の規模や業種、事業形態などは多種多様であり、表1で示したA型やB型のようなCSR全般の課題を扱うことは、NPOにとって不可能といえる。このため、C型やD型のように地域を限定したり、扱う課題を特定化する必要に迫られる。とはいえ、このことは、NPOの特性を生かすことにつながるだろう。事例で紹介した女性と仕事研究所のように、そのNPOのミッションに関連する課題であれば、専門性がより生かされる可能性が強いからだ。さらにいえば、NPOの視点は多様である。環境や人権などの取り組み課題だけでなく、同じ課題でもアプローチの仕方も多様なのだ。こうしたNPOが、自らの視点に基づき、日常的に取り組んでいる課題や目指すべきミッションに対応させて、CSRに対して、さまざまな角度から企業のあり方を問い、改善させていくことは、ややもすると「地球にやさしい、人にやさしい」というような企業イメージの向上にだけ関連させられがちなCSRを、個々の企業の特長や事業形態、経営のあり方に対応したものに進化させていく可能性を秘めているのではないと思われる。



(写真) 2010年度のハッピーキャリアの表彰企業の代表者たち 「女性と仕事研究所」提供

(表2) ハッピーキャリアの表彰企業

年度	企業名	事業内容
2010年度	株式会社ヒサコネイル	ネイルスクール・ネイルサロン運営など
	株式会社ハート・アンド・キャリア	キャリア開発事業／調査・研究
	株式会社アシスト	市場調査・コンサルティング／国際化支援
	マロニー株式会社	食品製造業
2011年度	株式会社ロッキー	食品包装資材の卸・小売
	クリロン化成株式会社	共押出し多層フィルムの製造・販売
	コーナン建設株式会社	建設
	有限会社奥進システム	システム開発
2012年度	株式会社クラッシー	生活総合支援サービス(育児・家事・介助)
	株式会社インターフォワードシステムズ	通関業務、梱包、輸送
2013年度	株式会社ユミコーポレーション	介護福祉、高齢者賃貸住宅業、保育事業など
	五苑マルシン株式会社	飲食店、飲食店FC、飲食専門の人材サービス
	川村義肢株式会社	義肢装具、住宅改修などの製造販売サービス
2014年度	株式会社ホワイトマックス	安全衛生、エンバランス事業
	株式会社セリオ	人材派遣、放課後事業、保育事業など

074. 知多半島(東海市)のNPO 「まち・ネット・みんなの広場」

山田正人 (星城大学准教授)

私は星城大学に勤めているが、この星城大学のあるところが愛知県東海市である。名古屋市の南側で、知多半島の北西の付け根に位置し、知多半島の北東から南にかけては三河地域にあたるのであるが、ここは知多市、常滑市と共に尾張地域に属する。十年ほど前には、北半三河の東海市、東浦町、尾張の知多市と当地東海市が合併しようと目論んだことがあった。3市1町の合併であったがならなかった。東海市は12万人ほどの人口を抱えるが、いまでも人口は増加しており、しかも若い30-40の子育て世代が多く転入している。その中心地太田川の3階建て鉄道高架事業がなった今、なんとかこの事業の成果をよい方に結びつけたいとの思いで‘文化によるにぎわいまちづくり研究会’なる研究会が編成され教育委員会の社会教育担当の部局を中心に動いている。しかし、区画整理事業で太田川はいま白紙の状態にある。平成27年春には、駅前にショッピングモールが、翌年夏には文化ホールが建つ。

なぜ12万人の町にこれほどの事ができるのか？それは臨海部に立地している新日鉄、愛知製鋼、またこの地を創業の地とするKAGOME、一般的には名古屋の土産物として評判の坂角のえびせんべいなど企業の立地があり、それだけ「豊か」な地であるからである。

さて、本学が新しく取り組もうとしている「フィールドワーク」という実践型授業科目は、2年次からの科目として、大学の講義では為しえない実社会で行われる体験科目である。これまで本学では、3年次に(ビジネス)インターンシップ、2年次から(アルバイト)インターンシップと2種類のインターンシップ科目を設けてきた。このうち(アルバイト)インターンシップを再編し、「フィールドワーク」とした。「フィールドワーク」は、(アルバイト)インターンシップと同じく1. 経営・運営上の課題を発見できること、2. その課題を解決できることの2つの要件を満たして単位を得られる。これまでアルバイト先は任意でよかったのだが、経営上の守秘義務等の制約により、単位認定できる件数は少なかった。「フィールドワーク」では提携先が決められており、学生は半期に1度のペースで2年まで計4度単位に変えることができるというものである。多くの学生が卒業するときに実社会に順応し、就職を体験

することが望まれる。

それだけに、本学が新しく取り組もうとしている「フィールドワーク」という実践型授業科目の提携相手先の一つ「NPO」として名を連ねている「まち・ネット・みんなの広場」を紹介してみたい。

話をして下さったのは、加藤龍子さん、「まち・ネット・みんなの広場」の理事長である。

「まち・ネット・みんなの広場」は、いわゆる中間支援組織と呼ばれるNPOの形態をもつ。NPOは、皆もう少しこうなればという「思い」をもつ人が立ち上げた「起」業体である。いわば、「しくみづくりをうまくまわすための実践者」としてのNPOである。それだけに、「思い」が先行してうまく事(業)を進められないことも多くあると聞く。そのような「思い」のなかに「情報」を見出してやる窓口、適切と思われる方向に導いてくれる、あるいは「きっかけ」を与えてくれる窓口を提供するのがこのNPOのコンセプトである、とのことである。このような市民アドバイザー・相談事業が年に50～60件、いずれも窓口における面談である。

今までにどんな相談があったのか。

既存NPOの事業に関すること、例えば児童保育では事業が安定しないとの声があれば地域包括介護との組み合わせはどうかと通所型の介護に参入しては、等。新たなNPOの立ち上げに関すること、例えばアフリカの状況を知った民間人が中間搾取などないように出向いて寄付をしたいとの申し出に、行くのは大変だからフェアトレードの事業を起こしてみても、等。多いのが資金面の援助を求める声で、支援の手続きを代行する事業で、地元信用金庫の夢サポート、あるいは万博を契機にした森コロ基金などを活用し、これまでに約40団体数百人の規模での支援を行っている。1件の支援は数万円程度であるので、これを、「あなたの企画、応援します。小さな支援事業」と言う。

現在のところ東海市との協働事業とのことで、その間接費が入る仕組みになっている。そのために、人材活用事業、HP作成事業、さまざまな啓発事業など行っている、とのことである。これら以外にも男女共同参画推進フォーラム開催事業や、東海市との共同提案事業、これはフェアトレード事業が実を結

んでいる。また、太田川駅前に新しくできた市民交流プラザ内、東海市立市民活動センターの指定管理者となっている。

しかし目指すは自主事業で、そのために理事の中に地元商工会議所や本学の職員などを含み、産官学民の4者の協働事業という形をとっている。

「まち・ネット・みんなの広場」の原点はどこにあるか。

もともと知多半島北部には、先の合併の話に合った3市1町に常滑市、半田市、阿久比町を加えた5市2町の間で、知多半島女性ネットワークという組織があり、東海市からは毎年単年度開催される「女性のつどい」が開催されており、加藤龍子さんはその実行委員長に選出されていた。この会議には、いわゆる宛職ではあるが農協の支部長さん等、長のつく方が集められていた。しかし単年度選出では、安定的な職とはならず1997年には東海市男女共同参画ネットワークTOKAIという組織を作られた。

一方、東海市では平成14年度から15年度まで市民参画推進委員会、平成16年からまちづくり市民委員会ができた。この組織によって、市の総合計画が一気にソフト中心になった。まちづくり市民委員会はまちづくりの指標を設け、指標値に目標値を設定することにより市政をコントロールしようとするものである。

星城大学もこの間14年度に開学した。私も、3年間まちづくり市民委員会のアドバイザーとしてかかわった。加藤龍子さんは、15・16・17年度にはまちづくり支援事業、16年2月の青少年健全育成と男女共同参画推進事業を経て、18年度市民委員会事務局次長をされる頃には、まちづくりの全般について市

のできることを、できないこと、市民がやるべきこと、産業分野でやれることが解るにつれ、市民力が弱いと感じるようになり、「まち・ネット・みんなの広場」設立に結びつく。まちづくりの全般について市のできることを、できないこと、市民がやるべきこと、産業分野でやれることは、まちづくり市民委員会で発行するガイドブックに収められており、各課題の分野ごとに決められている。

この間1997～2006年の間先ごろ亡くなったベアテ・シロタ・ゴードンさんの私設秘書を務められたと聞く。このことが加藤龍子さんの世界を広げることになった。このころ、ベアテさんとともに北海道から沖縄まで全国を飛び回られた。

ベアテさんは、若かりし頃GHQの一員としてアメリカの日本統治に参画され、日本国憲法14条（法の下での平等）、24条（婚姻における両性の平等）の創案に関わったことが知られている。彼女は1923年にオーストリアで生まれ、著名ピアニストだった父のレオ・シロタさんが東京音楽学校の教授に就任したことをきっかけに29年に来日され、幼少期を日本で過ごし、日米開戦前に、大学進学のため日本を離れて米国にわたられたが、終戦後にGHQ職員として採用され、再び来日され、憲法の草案作成指令を受けて人権小委員会に所属された。2012年12月30日ニューヨークの自宅で死去されたとき89歳であった。

再び、加藤龍子さんは、もともと華道家であったと聞く。「今は、某ホテルのエントランスにのみ作品があるのよ。」とおっしゃる。華道家としては一応名はなした、ようである。そのクリエイティブな発想を社会的な現実に向けられ、中間支援組織である「まち・ネット・みんなの広場」をしっかりとまとめていらっしゃる。



ベアテさんと加藤さん

075. タイ農村地域の老人ケアの一断面 —タイ北部チェンマイ県サンサーイ郡 ワット・フエイキエン寺での実践から—

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)

○はじめに

タイ北部の中心都市であるチェンマイ市の東北約15キロのところに、ワット・フエイキエンという名前のお寺がある。このお寺には高齢者リハビリテーション・センター（以下、リハ・センター）があり、地域の高齢者のためのセンターとして広く知られている。

私は、2013年3月までの10年のタイ滞在中、この寺院のリハ・センターに何度も訪れ、日本で生まれたリハビリテーション法である動作法の紹介などを行うことができた。

ここで私の行った訓練等を紹介し、タイの高齢者ケアの課題について思うことを述べたい。

○ワット・フエイキエン寺のリハ・センター

このワット・フエイキエン寺へは、チェンマイ市内のワローロット市場からメジャー方面行きのソントオ（ピックアップトラックを乗用に改造したもの）に乗り、約30分で着く。国道の傍に案内の標石があり、そこを西に折れたところにある。

この寺院内に高齢障害者リハ・センターがある。主にケアを行っているのは同郡の郡病院職員の理学療法士らと、この寺院にあるマッサージセンターのマッサージニストラである。訓練の内容的には郡病院のリハビリテーション機関が、地域のお寺の中に出張ってきた様などである。

ここでは、平日の午前9時ごろから12時ごろまで、リハビリテーション活動を行っている。ここに来る高齢者は、お寺のあるサンサーイ郡とその周辺地域の人々である。1日に10～20人ほどの高齢者がここを訪れている。大半のケースで、家族が車で送迎していて、日本のような送迎のサービスはない。3年ほど前には、宿泊施設も造られた。サービス利用者は初めに血圧を測り、氏名と血圧値をノートに記入する。内容に準じて、50～100バーツを支払う。

このお寺には、このリハ・センターのほかに、薬草マッサージや足浴などのサービスを行う施設もある、緑の多い境内にこうした施設があり、タイらしいところである。先進的な取り組みがなされているという評価もあり、県内外から多数の見学者が訪れている。

○私が行った動作法など

日本で生まれた動作法は、高齢者ケアにも広く使われている。私はこのセンターでタイの高齢者にも動作法を行なった。また、高齢者のQOLの向上のための機器づくりも行った。そのような関わりの中で、このセンターの今後の課題も見えてきた。以下、訓練から紹介してゆきたい。

○腰を立てる訓練

様々な高齢障害者（主に脳こうそく後遺症の片マヒ者）のケースを紹介してゆきたい。初めの写真①は、股や腰周辺の緊張が大変強い高齢者にたいし、座位姿勢をとれるようにする訓練である。腰骨を立てて座れることが目標であるが、腰の低い所を補助するのが重要であろう。



写真②～④の3枚の写真は、股関節をしっかり曲げる訓練をすることで、腕も真っ直ぐにあげることができたケースである。重要なのは股関節を曲げ、骨盤を立てられるようにすることである。それにより、背筋を伸ばすことができ、躯幹の保持力が向上する。

次の写真⑤は、右マヒ者に対して直座位姿勢で、健側の左腕を伸ばす訓練である。腰をしっかり立てて背筋を伸ばした姿勢になるように、筆者は右膝と右手で

補助している。このように真っ直ぐな座位姿勢を作ることで、患側の腕が使いやすくなる。



写真⑤

○躯幹の柔軟性を高めるために

写真⑥⑦の2枚は、左マヒの高齢者に対して、孫の娘さんが胸を曲げる訓練を行っている場面である。この高齢者は胸の部分がかたく、柔軟性に欠ける。この訓練では、前かがみになることで胸も曲げられること、息をしっかりと吐けることが目標である。



写真⑥



写真⑦

○足首の曲げゆるめと歩行訓練

写真⑧は、しゃがんだ姿勢で足首の曲げ緩めをしている場面である。患側の足首を十分に曲げられることで、患側脚に荷重が容易となり、歩行姿勢の改善につながる(写真⑨)。



写真⑧



写真⑨

○自助を助ける椅子づくり

次に、私が考案し、手作りした高齢者介護用品を紹介したい。これはタイの伝統的スタイルの便器の上に置いて、排泄を助ける椅子である(写真⑩、写真⑪)。また、写真⑪は上から見たもの。右端はこの寺の和尚が座って見せたものである(写真⑫)。

この椅子は、ひじ掛けの左右の長さが違うことからわかるように、左マヒ者を想定している。左のひ

じ寄せが邪魔にならない長さになっている。健側の片側の手で身辺処理ができる。このような椅子が工夫されることで、片マヒ高齢者のADLが改善されるだろう。しかし、こうした手作り品に対する職員や人々の関心は、まだまだ低い。



写真⑩



写真⑪



写真⑫

○姿勢作りのために

タイの高齢者の車いす姿勢で特徴的なことは、車いすが大きすぎるために、きちんとした座位姿勢が作れず腰が落ちてしまうことである(下の図)。そうなれば背は曲がり、体全体の動きが制限されてしまう。また、患側の腕が不安定である。



写真⑬⑭の2枚の写真は、患側の腕を安定させるためのクッションを使用したものである。クッションに患側の腕を安定させることで、患側へ体を傾ける動き等ができることを目標にしている。このクッションはまだ試作の段階で、大きさなどの検討がこれから必要である。



写真⑬



写真⑭

写真⑬のケースは、腰が落ちた姿勢のため、腕が必要以上に持ち上げられている。写真⑭のケースでも、腰がまだ落ち気味である。こうしたいずれの場合でも、背中側にもクッションを入れて、腰や背中を適切に保持する配慮が必要と思う。

○まとめと課題

このセンターは地域に開かれたリハ・センターとして広く知られていて、地域の人々への啓発活動も様々に行っている。地域での活動を、その様な方向に進めてゆくのは大変好ましいと思う。

しかし、地域の多くの人々が行事に参加しているだけで、ケアについて学べていない。よって、高齢者一人一人の課題を把握した活動には、まだなっていない。

センターで実際に行われている訓練内容は、紋切型の印象である。漫然とタイマッサージが行われている(マッサージニストどうしが無駄話しすぎだ)し、クライアント(高齢者)一人一人の生活改善のための機器づくりの検討はされていない。また、付き添ってくる家族に対し、どんな助言をするかについての職員同士の検討・話し合いが少ない。平たく言えば、クライアントに対する職員の関心が低い。職員の意識改革がまず課題だろう。

3年ほど前にこのお寺は、この地域に住む約20人の村保健ボランティア(VHV=Village Health Volunteer)に対し、動作法の紹介をするセミナーを行う機会があった。その時の印象では、この地域のVHVは中年の女性が多く経験もあり、問題意識・関心は低くない。そのことから郡病院職員のセンターと地域をもっと密接につなげる課題意識がまだ乏しいと思われる。

最後に、高齢障害者の訓練について感想を3点述べる。

- ①片まひ者は常に、健側に体重がかっている。年月を経るなかで姿勢が歪み、側わん症の進行、健側の腕の能力の低下が進むことがある。それでは四肢機能の向上につながらない。歩行訓練のためには、患側脚へ体重を乗せるこ

とが不可欠である。座位姿勢での左右の体重移動やバランスをとる訓練課題は重要である。

- ②直座位姿勢の維持や、躯幹の柔軟性についての理解が乏しい。躯幹の柔軟性やまっすぐな姿勢の保持能力の維持は、嚥下・呼吸・排せつ能力などの基本的なADLのために、そして健康維持のためにも重要である。

- ③そして日本の動作法は、体幹の保持力の向上、患側への体重移動、立位・歩行動作の改善など、多くの改善に寄与できる。

○今後の新しい展開

タイでは、生活支援機器については手作り品を工夫することだけでは不十分だ。施設や医療機関から離れて、様々な介護用品を生産し、商品化し、広く販売することも重要だろう。それにより、多くの人々の関心を高め、理解を促すことにつながると考えられるからだ。

次の写真⑮の「ネコちゃんクッション」は商品化を目指して作った試作品である。先の「姿勢づくりの重要性」で述べたように片まひ者の姿勢保持のためだけでなく、ICチップを埋め込むこと等の工夫で、言葉の出ない高齢者の意思疎通を助けるなどの多目的化を図ってゆきたい。

イメージ豊かで、様々な人が楽しめる介護用品を開発してゆくことは、障害児や高齢者を取り巻く人々の中に、豊かな人間関係を築くことにも繋がるだろう。

その様な福祉機器ビジネスをタイで将来展開してゆきたいと、私は考えている。



サワディーカー
うちら、北タイ・
チェンライ生まれの
「お助けネコ」です
え〜 どうぞ
よろしゅうに。

写真⑮

地域活性化ニューズレター 第7号

2015年(平成27年)2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: 柏木 宏

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