

基調講演

# 自分たちの手で創る 『まちづくり』 『仕事おこし』 の時代が始まった

山極 完治 (東邦学園大学経営学部地域ビジネス学科教授)



不安あるいは孤立感に立ち尽くす21世紀、しかしそれは同時に市民の時代だと考えております。21世紀はもはや経済価値が支配する時代ではなく、お上に公共を任せる時代でもない、この新世紀は協同労働の協同社会を開く大転換の時代だと考えております。それはコミュニティを破壊するように振り子が大きく動く、その動きは同時により大きなかたちでその振り子が反対へ振れるわけでありませう。「新しいこと」は、決まって「これまでにないところ」から始まる、そのこれまでにない動きが身近なところで始まっているわけだ。

私はこの新しい大きな流れを受け取って「女・高・障・子・外」というキーワードにしています。女性・高齢者・障害者、子供と外国人、この人たちのある面では感じ取ってきた弱みが今、社会を変えるエネルギーを内側にいっぱい蓄えていると考えておりました、そうした不安に立つ生活の改革というのがこれからの時代を豊かにデザインしていくおおもとなっていくと考えているわけだ。それではその転換点なのですが、これはまず「地域＝暮らしの場」がみなさんの共通の課題になってきて、この場をどうするのかということが問題になってきているのです。

## 「地域が決め手」の時代

### 超高齢社会の出現

先ほど高齢者という話をしましたが、高齢社会が実現したということだということ、わが国の高齢化率は1970年から1994年までたった24年で7パーセントから14パーセントまで上り詰めております。14パーセントというのは国連の基準で高齢化した国をさす基準になっております。今日の2200万人から2045年にはおよそ3200万人、3人に1人が高齢者ということになります。その高齢社会は本来、顔と顔を向け合う地域社会が基本にあって非常に個別性の高い多様性に満ちた要求に汲み取らなければならない、そういう時代性をもっているわけだ。

より具体的には、「超高齢社会」は、退職して20年余りを過ごす男性サラリーマンにとって「脅威の社会」であり、ライフステージ最後の9年間あまりを女性は1人で過ごす、そういう社会でもあります。その意味ではさしあたりライフステージの最後に残っている、要介護というところをどうするかといった問題があり、その支える地域のありかたというものが私たちの関心事になり、しかし同時にそれは、元気な人が増えて元気な人が暮らせる地域をつくる課題でもあります。

実は私は生まれが長野県なんです、長野県佐久というところに佐久総合病院という農村医療のメッカがあります。そこでPPK(ピーピーケー)という言葉がはやっておりまして、これは「ピンピンコロリ」と言うんですね。そうしましたら足立区でシンポジウムをしたときに、そこでは3P願望ということで「ピンピンポックリ」と言い、「ガーッ」と走ってきてストーンと落ちるような「直角死」という死に方ができれば一番いいね、と。それぞれ別の地域で違う言葉で話されてきましたが、生涯現役で生き続けたいという願いがここに込められているわけです。

### 「地方分権」の時代

また、地域が非常に壊れている現状のもう一方の振り戻しで、教育とか福祉の問題がずっと重くのしかかっています。地域分権一括法というような形で基幹事務の移管という財政の問題、予算限定の問題などがありますが、地域福祉の計画を市区町村が担って地域の中でつくっていくという流れが少し出てきており、都市計画も包括的な形でNPOを含むような組み込みをして地域をつくる、その都市計画を原則として自治体がおこなうということになってきております。

### 量産・量販体制の行き詰まり

私たちの生活を支えてきた「ものづくり」のシステムは量産体制で大量販売するというシステムであり、これも行き詰っています。地域が主役になり、その地域は暮らしの問題として高齢者問題を大きく抱えながら、同時に「ものづくり」も改めて見直さなければならぬだろうと思います。それは際限なく続く量産・量販は資源を食いつぶしそしてその結果必然的に生まれる大量廃棄が、自然で受け止めきれない大きな負荷を負わせ、例えば猛毒のダイオキシンなどが私たち人体の平和

さえ犯しています。そして何よりも繰り返し繰り返し新しい商品を作り出す差別化戦略が、最終的に私たち多様化した個人の好みの商品を欲しいという「個客」を生み出してしまい、生産と消費が直結するオーダーメイドが求められるところまでできています。そのある種、少しずつ成熟してきた個人が向かう先は自分たちが暮らしている場を豊かにしたいという願いとなって現れて、奥行きのある豊かさは地域のありようによる、というところに行き着いているのではないかと思うわけです。

### 「ウーマノミクス」の時代

また、暮らしの現場では、女性たちが生き生きと自己主張し、これまでの沈黙を破り新しい行動をおこしてきています。遅々として進まないかのように見える世界の中に、新しい発火点がそここに生まれてきているように思うのです。例えば商品について最もシビアで肥えた目を持つ女性が作り手にまわる、つまりこれまでは買い手だけだったわけですが、当事者の目を持ち込みつつ同時に作り手になっているのです。女性の起業も今では珍しくありません。例えば商店街や駅前で保育所を設立することや、女性の働きやすい社会システムを築いていくというのは、将来に対する手堅い「投資」にもなります。その新しい女性主導の経済を「ウーマノミクス」という新しい言葉で表現しているわけです。

### 新しい産業の主役

それを支える産業の主役はサービス産業であります。健康や福祉、安全、環境、文化といった否定されたり脇に置かれてきた根強いニーズを充足することを求められる新しい産業の宝庫はそのサービス産業の中にあります。サービス産業は地域によってニーズが異なりますし地域の特性を反映した、地域に根

ざした総合的な生活産業というものが期待感を持って受け入れられるに違いありません。

### 最小単位の 基礎的自治体」

焦点は最小単位の基礎的な自治体です。最小単位の基礎的な自治体というのは、中学校規模で「生活者の政府」例えば住区評議会を設立し、日々生活を営む近隣住区を生活に密着する計画や事業の立案、実施主体として位置づけて住民自身が新しいパブリックの担い手となるにはっきりと打ち出す、そういう仕組みを構想することです。

北九州市方式というものがあるのですが、これは福祉サービスのコンビニ化ということを標榜して、歩いて行ける窓口を最も肝心なものとして意識し、福祉行政の最小単位として市内130の小学校レベルにその窓口を置く、次に区、その次に全体を統括する市のレベルへその段階を含んで順次広域化しており、それぞれが持ち場で役割を果たしています。

奈良県のNPO政策研究所というのが小学校区を地域特別計画として描き、その中で自治性のある暮らしの場というものを、彼らの言葉でサステナブル・コミュニティ(SC)と表しています。持続性のある地域社会というのはどういうものなのか、これを奈良県、神戸の人たちが考えてそこに目を向けています。イギリスではパリッシュという言葉がありましてこれは教会区なんですけども市区町村のパリッシュという行政単位があるわけです。その行政単位とこのことが似ているんですね。

### コミュニティの「これまで」と「これから」

さてその肝心なコミュニティというのはどういうものなのか2つ目の課題です。私た

ちのコミュニティは崩壊していると言われてます。お互いの関係性がバラバラになって見える、家族さえバラバラに見える現実に直面している、だからこそ私たちが安心安全に暮らせる場は何かということが課題になってきます。

### 消費一色となったコミュニティ

私は昭和24年の生まれ、団塊の世代の一番最後でして、270万人生まれていますから、子供としては非常に豊かな時代だったと思います。遊びたいだけ遊べる道路も空き地もありましたし、原っぱ、田んぼ、畑そして川もありました。長野県ですから塾もないし、旺文社のラジオ講座はありましたけど、その程度です。農業が息づいていてそれを織り込んだライフスタイルが生きていました。農業による集团的協同体験とかその中に相互に助け合う協同体験、自然に働きかけて、自然に遊んで、自然に学ぶ生活体験を旺盛に受け取っていたわけです。しかし一方では地域の内側に一定の文化性、精神性が息づく強い帰属性、他方で濃密な閉鎖的な不自由なコミュニティをつくり出していました。高度成長期を通してその全部をかなぐりすてて消費一色にその生活をつくり変えてしまったと私は考えているわけです。

かつては地域の内側に、お米を作るとか納屋を作るという話、作るという行為、あるいは修繕する、直すといった行為、人を育てる、野菜を育てる、人を「診る(見る)」、「癒す」、「まじわる」といった機能が暮らしの場で息づいていたわけです。私は体験の中でそういった事がまだ残っている世代ですから、私の子供の頃を丹念に描いてみると、そういう豊かさはあったと思われるんですね。暮らしの場の内側にあったものが、農作業も、パンを作るということも、あるいは家事や育児

でさえビジネスという外の世界に出たわけです。残ったのは、消費する行為のみになってしまいました。私はそういった「外に出た」ビジネスに吸収されてしまった地域を支える事業は、もう一度暮らしの中に戻さなければならぬ、その戻す作業が地域をつくる「市民発の仕事おこし」であると大きく捉えているわけです。

地域の場合がやせ細って、暮らしの場は生命力のある現場から消費の単位に変質した、消費の単位に変質したというのは、たとえば「モノ」がステータス・シンボルとして意識されて、暮らしの場がモノを介した差別化に引き込まれる、持っているモノで人が判断されるということにも現れています。裏を返せば、お金という価値観が、最大のものと判断される暮らしの場をつくり出してしまったと思われるわけです。

また、大量生産・大量消費というのは大量廃棄ということを伴っていくわけです。「モノを捨てる」といった行為は、たとえばコタツが要らなくなったから捨てたと、それを昨年よりはもったいないとってみせる。私ももったいないと思える世代なんですね。その、モノを捨てるという行為は、草花を捨てる、動物を捨てるといったことと境界線がなくなってくるように思います。花が枯れても根は生きています。子供たちは全身を使って五感を総動員して働いたり、遊んだりした体験値がなく、仮想現実の中でふわふわしている実態のない自分として学歴社会のプレッシャーを感じながら暮らしており、そのゆがみは子供たちの中に集中して現れる。それはいくつも見られる社会的な病理として私たちの生活のなかに深く沈殿しています。

### 「等身大のライフエリア」

それではこれからつくり変えるコミュニ

ティはどうかというと、その軸になるのは「等身大のライフエリア」です。「等身大のライフエリア」というのはひとつは機能性のあるコンパクトタウンです。大きさはさまざまあっても地域の中で職・住・遊が接近し、医療と福祉が有機的に結びついて、そして商店街や農業が根付き誰もが移動可能で交通の整備ができ、多様な交わり、憩いの場があります。これは理想型だと批判されるんですが、理念のある現実と理念のない現実は大きく離れているわけです。池波正太郎さんが自分の育った浅草を称して「私の子供の頃は歩いていける範囲に一通りのことが全部そろっていた」という言い方をされていたのですが、私の言いたいことはそれと似ています。

### 自己完結型の地域

同時にその地域が独り立ちしているということがどうしても必要だと私は思います。機能が一通りそろっているという「自己完結性」ということと「一定の自立性」を持つということ、例えば農とか食ということがコミュニティの中にちゃんと位置づけられているか。「身土不二」や「フードマイル」といった、採れたところから私たちのところに届くまでの距離が短い方がいいんだよという言葉からも農というものが暮らしの中に息づくという必要を見出せます。

また風力によるエネルギーの確保やゼロエミッションを標榜した、持続が可能な地域生活圏づくりの問題、それからアメリカでは地域再投資法といって地域に再投資をする地域金融機関の仕組みを作って運用しているようなお金の循環の問題もあります。一つ一つすぐにはそこまで行き着かないことはわかりきっているわけですがそれを目指すということの意味が大変大きいと考えられるわけです。自己完結性を備えた「等身大のライフエ





リア』はそれぞれの地域がつながっているという実感を呼び戻すことができるように思いますし、そうして文化が継承されると思うわけです。

新しい協同性を根っ子にした多様性社会というのが新しいコミュニティのあり方です。異質を受容して多様な障害者も健常者も合わせて共生してフラットに生きられる多様性社会が期待されているし、人が個として尊重されながら全体をつくるそこに新しいコミュニティの姿があるように思うんです。

私の好きな脚本家に山田太一という方がいらっしゃるんですけども、この方が「自立というのはよりよき依存だ」という言葉を使っていたのが印象的だったんですが、同じように「自立的な依存」とか「依存的な自立」ということがあってその中でお互いが助け合って人と人とが実感が持てる新しい協同性がそれに彩られる形で安心・安全のコミュニティが生まれてくるように思います。しかしそうはいっても、ややもすると地域のボスが出てきたり閉鎖的なコミュニティに戻ってしまうということもあります。その点は克服しなければいけないという意味では、大江健三郎さ

んが言う「鎖国をしてはならない」という言葉この一言に尽きるのです。コミュニティの内側が情報を共有しあうオープンで話し合える場である、ボランティアや市民、NPOの方たちがその場に踏み込んで政策決定に立つという新しいコミュニティの姿がその閉鎖性を避けるわけですね。

### 開放系のコミュニティ

同時に今ではネットワークで、あるいは地域性にとらわれずに、その地域に住んでいなくても、その外から栄養を取っていただかなければならないわけで、外部と交流している開放的なコミュニティこそが新しさを生み出していくに違いないと思います。個性的、自己完結的な「等身大のライフエリア」というのはわかりやすく言えば歩いていける生活圏であり、その生活圏は「根」を持つこととそして同時に「翼」を持つこと、それがバランスよく組み合わせてネットワークで結ばれる地域社会が新しいコミュニティだろうというふうに考えるわけです。

### コミュニティ・ビジネスは街づくりの原点

今、「市民発の地域おこし」だという話があるわけですが、その中に「コミュニティ・ビジネス」や「地域通貨」という言葉も耳にするようになってきました。私は「ヒューマンスケールのネオコミュニティ」というのは、その地域の中に地域を支える仕事があるということがどうしても欠かせないと思っています。それは「食べていく」ということだけではなく、「環境を守る」ということでも必要なことだと思っているわけです。内閣の特命顧問の島田晴雄という方が「生活直結産業」これがこれからを開くんだという話をされます。あるいは東京の小田急電鉄が「生活総合シェアセンター」というものづくり、ケアの仕事を総合して行うということをやりました。それとコミュニティ・ビジネスとどう違うのか、あるいは従来地場産業とか地域に根をおいた中小零細企業とコミュニティ・ビジネスはどう違うのかということを読み込んでお話をしたいと思います。

コミュニティ・ビジネスの強みはどこであるかという話でもあるわけですが、私はコミュニティ・ビジネスというのは新しいコミュニティのビジョンに貫かれているビジネスだと考えています。これは私たちの「こうありたい、こうしたい」という地域の願いを集約したビジョンがそこにあるかどうか、つまりボランティアと協働し、多様な支持者や関係者をつぎつぎ巻き込んで行政や企業との協働の行為をつくり出す素地をもっている事業であるかどうかというふうに置き換えることができます。そのミッション、社会的使命というものが実はその事業を動機付けて、その事業との関わりからくる実感がその事業を支え、利益を優先せず、に頑張る事を可能にします。そこに根拠があると質の高い、しかし

同時に低コストのサービスが可能になります。コミュニティ・ビジネスはローリスク・ローリターンのビジネスだというふうに言うことができ、しかしそれは同時に手ごたえや働き甲斐のあるビジネスだということができます。それが第一点です。

生活当事者性に立つ、市民が主役の仕事おこしだと言ったときに、もうひとつは単なるビジネスチャンスとして雇用拡大への期待論があります。しかしその中に社会性のあるメッセージが込められているかということ非常に希薄なんです。単なる生活直結産業という言い方の中には、生活当事者の声もうひとつ掬い上げられていない。考えてみれば当たり前のことなのですが、その一番重要な問題は、例えば暮らしの情報は暮らしの中で、最もその場に近い人たちが大切な情報を握っているわけです。ですからその意味でコミュニティ・ビジネスは住民の一番近いところに目があって、そういう生活者のニーズをもとにして出来上がっている事業です。したがって顔と顔を向け合って関係性が保てる近さがあり、小ささがあり、フットワークで結ばれる軽さがある、地域性に優れたビジネスであるということができるわけです。

コミュニティ・ビジネスは生活点にある多様な資産を、もう一回棚卸をして地域の独自の資産を編集し直すと何がこの地域で生きるのかを考えるということです。そしてその地域の潜在力を引き出してそこで得た事業収入をもう一度地域の事業に戻していくというビジネスのあり方をひとつの成功したモデルとして描くことができないだろうか、と考えます。「ヒト・モノ・カネ」が地域に循環するビジネスとしてコミュニティ・ビジネスを位置づける、それは同時に高齢化とか環境問題とか一般的な過疎化とか商店街の空洞化と

か、まだまだある男女の不平等の問題など全体を含み、そういった切実な問題に答えを出していくビジネスでもあると思います。

肝心の地域の雇用をどこが作り出すのかということ考えたときに、ドラッカーという現代的な感覚に優れた著名な経済学者は『明日を支配するもの』という本の中で、「21世紀の先進国の成長分野は、経済活動の主体たる企業ではないことは間違いない」ということを言い切っています。そして「21世紀の成長分野は非営利組織にあるんだ」ということを言っているわけです。私もそういった全体の枠組みのなかに雇用が生まれるのではないかと思っています。経営経済学者の多くは政府は批判はするけれども具体的に「どこに雇用があるんだ」という政策提言をおろそかにしてきたわけで、私はそういうことではなくて具体的な提案を併せ持っていきたいと考えてきました。

「福祉は投資」という言葉がずいぶん言われるようになりました。それは「プロダクティブ・ウェルフェア」というような言葉で「生産的な福祉」みたいな言い方になってしまいますけれども、そういう福祉がいわば新しい公共事業の形でもあるという受け止め方もされるようになってきました。

高校生たちのルーズソックスのようなもので話題になる「市場」というのはせいぜい200万人程度ですから、先ほど見たように3200万人にやらんとする高齢者の人口の大きさ、それは市場論で言えば「3分の1市場」です。それは大きく企業の商品作りを変え、高齢者に優しいということを企業自身に語らせしめなければいけない根拠にもなっているわけです。同じ1兆円の需要に対してどれだけ雇用効果があるのか算定すると、1位が「医療福祉部門」で15万4千697人です。こ

れは5位の「対事業サービス業」の1万4千560人に比べるとはるかに大きな市場になっています。

介護市場というのは、要介護というのが重要な一方で8割方あるいは9割近くの元気な高齢者がどう生きるのか、生涯現役で生きられるのかというように考えなければなりません。外国への旅行だったり、スポーツや健康増進だったり、生きがいつくりや宅配サービスなどが捉えられて、そこまで福祉とビジネスがつながっていくということになると総合的な生活サービスとしての全体を見て取ることができるわけです。

足立区の高齢者市場経営促進プランでは内側に介護とその直接的なケア産業を置いてその外郭に高齢者産業を描いてそれが雇用を引き出すとしています。しかもこれはバブル経済のようにお金を生むというわけではなくて私たちの言葉でいう「実需」実際の需要を生んでいくという強さがある確かな地域を支えるビジネスであると思います。

そしてもう一点は、新しい公共を担うのがコミュニティ・ビジネスだということです。お上に公共を任せる時代ではないという話をしました。行政や企業によっては解決できない多様なニーズに機能的に応える、これは非営利的なセクターやそういう部門が本来的に役割を担うんだろう思うんです。「民間」といわれるビジネスと「行政」のやるそれと、この2つしかなかったところに、非営利の事業体が加わりその中に入って協働の原理で全体をつくることで、新しい公共の役割を担うことができるのです。この点はあとの行政と企業の協働関係の問題に触れて改めてお話ししたいと思います。

地域に根を下ろしたビジネスはそれを通して地域の人と人とが交わり顔を向け合うわけ

ですね。それは仕入れをするという行為であったり、売る現場であったり、物を買うという現場であったりそういう場で織り成す人間関係が安心を生み出すし、新しい地域文化を生み出す多様な地域文化というものが生み出されていくに違いないと思います。

こうした5つの性格付けをもっているコミュニティ・ビジネスは断片的な一つのサービスというよりは、「仕事の連鎖体」を包み込む、優れて生活を営むのに必要な機能を支える事業を総体として包み込む「総合産業」としての性格を有しているというように考えているわけです。

## コミュニティ・ビジネスがひとり立ちをする4つの課題

最後にコミュニティ・ビジネスがひとり立ちをする4つの課題についてお話します。ひとつは先ほど仕事の連鎖体という言い方をしましたけれども、コミュニティ・ビジネスは地域の中で顔と顔を向け合って、ある面では口コミでビジネスが成立していく可能性も大いにあります。私はかねがね「生活の場」というのはひとつつながりで総合的に見つめる全体的な視野が必要だと思っています。例えば福祉を例にとり「介護」というキーワードで描いてみますと、介護保険を契機に介護の関連サービスや商品が急速に広まるということが出てきています。同時に介護保険の枠外で横出しや上乘せのサービスの必要性も求められるようになってきました。

介護を安心のキーワードでちゃんと支えるには、例えばショートステイやデイケア、そして老人ホーム・グループホームというもの「がそこにある」ということが必要になります。しかしそれは同時に在宅の介護サービ

ス、移送のサービスがあることによって、お互いのビジネスを引き合うわけですね。老人ホームの施設があったってそこに行くことや戻ることができなければ大げさに言えば陸の孤島ということになります。移送サービスがあるということは在宅のケアも施設のケアも意味を持つことになるわけですね。そういう関係が食事の宅配サービスや共同食堂があることによってまた支えられるわけです。

## 事業連鎖の誘い出し

介護を想定した高齢者の住宅の設計とかりフォームも必要になるに違いないと思いますし、介護福祉機器、それから福祉の雑誌・メディア、福祉を支える教育事業、次々と芽づる式にこういったものの連鎖が誘い出されていくのです。そういった効果を意識的に引き出すように事業戦略を描いて新しい発想から業態の開発に取り組む必要があるでしょう。「業態」というのは縦割りの概念ではなくて新しい発想で横に新しいビジネスをぶつけてみる、たとえば建築の仕事をしている人とヘルパーの仕事をしている人たちが、異業種が組んで住宅のリフォームをするというのはまったく新しい業態です。そういうものも念頭に置きながら口コミが最大限に生きるつながりの連鎖を生かして、「自分たちがひとり立ちできるビジネスを暮らしの中で作れないか」「必要なものは何か」ということを描いて、それを新しいコミュニティのビジョンとしてその中に植え込んでいくのです。その植え込みができるかどうかということが社会的なミッションというものが発信しそれが生かされるかということにも関わっていくというように思うわけです。

## 「オプションマップ」の提案

それから「オプションマップ」の提案ということがあるのですが、これはこういった社



会的な使命とか地域の独自性を盛り込んで、つくっていくバーチャル・コミュニティです。自分たちが仮に描く姿ではあるけれども、地図に落とすことによって身近に実感できるというところにこのマップづくりの意味があります。自分の「思い」とか「夢」を盛り込んで地域参加型のワークショップをやりながら丹念に町の姿を描いていく、それが私たちのイメージを豊かにしてわかりやすい形の町のあり方を見せてくれるわけです。その中から当面必要な課題を市民が自ら提案し実行力のある企画提案とする、こうした作業を一連の作業としてオプションマップ作りと呼んでいるわけです。

### 市民と行政の「新しい関係」づくり

基本的サービスと一定の水準でサービスを行うという点ではなるほど行政には行政の強みがあります。しかし同時に限られた福祉予算では画一的な福祉ミニマムで高止まりする傾向があります。財政赤字がますます膨らんでいる地域財政の現状ではそこが高止まりすると、いちいち細かなニーズを拾って掬い上げることができない現状があります。一方では企業では損益分岐点みたいなものがネックになって事業としてはやれない現状があって、両方とも限界があるということであれば、私たちは自分たちで非営利的な事業体を作っていく必要があるのです。しかし同時に新しい公共をつくりあげたいという行政マンがいたり、企業の中にそれを願う企業人がいたりします。その意味では「公と共と私」の三つをひとつにした新しい社会のモデルがあるのだろーと思えます。そこには商工会議所とかNPOとか農協・労協とか社会福祉法人とかあるいは地域自治体の関係者とかこういう人たちがパートナーシップの形成が進んでいます。

そういう意味では大きく協同する行為として企業ともあるいは行政とも手を携える事例の研究をちゃんとしておく必要があると思います。コミュニティ・ビジネスあるいはNPOといいながら、まだ十分に吸収するだけの力を持ってはいません。新しい事業を通じた雇用の効果を持っていて地域生活の核を担い将来性があるということを認めながらも、現実にはそこに行き着いてはいないわけです。しかし、福祉・環境保全・食糧確保・観光文化・スポーツ・商店街など多岐にわたりコミュニティ・ビジネスは群生をし始めているのです。私たちはコミュニティ・ビジネスのために企業経営から学ぶことも必要になるし、同時にコミュニティ・ビジネスに企業が学ぶ必要も出てきます。今やこのコミュニティ・ビジネスは人とのネットワークが重要ということで、誰を知っているか( Know who ) というということが問われてきているわけです。

アメリカではNPOがGDPに占める割合が7パーセント弱だといわれていますが、日本では3パーセントに届いていないそうです。2002年3月15日現在、全国で6307のNPO法人が誕生して、それなりの数になってきているのですが、平均の雇用結果は神戸の市民活動の記録によれば1NPO当たり3.7人ということです。まだ雇用効果は思うようにはいっていません。それは事業連鎖を描いて一定の市民権を得るまでに少し足腰を鍛える必要があるということの意味しているのだろーと思います。

例えば流山の「ユーアイ・ネット」というのは、元証券マンの米山さんという方が道路建設反対運動から地域活動に入って、そこにいる多士済々の人たちと結び合っNPO法人を作って介護保険の指定事業として始めたのですが、指定以外のサービスもあるという

ことが判り時間預託のチケットを活用して有償のサービスをするということで要介護認定の枠外のサービスにも応えています。米山さんという独自の個性の持ち主のリーダーがいたということと、それがネットワークで結ばれて異業種交流ができ、行政と企業のパートナーシップが確立して、資金集めもマネジメントということで証券マンや企業のOBが支えあってNPOの活動が行われているわけです。

もう一点だけ紹介しておきますと飛騨の古川町という飛騨高山の最寄のところにある1万6千5百人の町なんです。ここはスポーツで街づくりをしようとしています。自主的に「木の国ふるさとづくりの会」というNPOを作って、この団体が街づくりの提言集を参加型で作ったわけです。仙台にはベガルタ仙台という勢いのいいクラブチームがあるわけですが、ここでは町役場とNPOが二人三脚でJリーグの名古屋グランパスエイトとパートナーシップを図るということでジュニアユース・チームの誘致をするわけです。グランパスエイトの「地元のサポートを確保する」という狙いとも合致し、「木の国ふるさとづくり」との間でジュニアユース開設の合意をしました。古川町には2千人ほどの児童が参加する中日本サッカー大会を青年会議所が開いていたという実績や、小中学校・社会人がサッカーの岐阜県代表で出ていたという地域柄がありました。この地域財産とグランパスエイトのクラブづくりで町を起こすという考えが結び付いて、プロが指導するクラブ、子供たちが所属するサッカークラブが出来上がりました。

このように考えていきますとずいぶん街づくりのありようも多様で、私たちの知恵と願いをそこに込めて行い続ければ、「ありがたい

街」の姿が私たちの現実のものに近づいてくるだろうと思うのです。新世紀はおそらく中央ではなく地方からはじまる、そしてその最初の希望は、私の言葉で言えば「等身大のライフエリア」づくりに託されるに違いないと思います。その中心に市民発の仕事づくりがある、地域再生は中央依存ではなくて自立型の地域再生という形をとって、その最も有力な原動力として地域の内側に仕事をつくっていくということが欠かせないと考えているわけです。その意味で、もう一度改めて私たちがつくりたい、個性的な地域をどう描くかということをごさんで考えて欲しいと思います。そのために必要な機能を地域の仕事に託して魅力的な潜在力のある事業モデルとして提案し、それを地域の生活、総合的な産業としてつくり上げていくということがどうしても欠かせない未来の仕事だと考えることができるわけです。21世紀の希望の島を開くには魅力的な事業モデルとして、コミュニティ・ビジネスを群生させていく必要があるし、それだけの十分な根拠があると考えております。

以上で適当な時間にきましたので終わらせていただきます。