

地域を元気にする”パートナーシップ”講座
～「地域を元気にしよう!」という気持ちをひとつに!!～
地域ビジネス・行政・企業が、ともに協力し、助け合う
“力”を学んで**事業力・地域力**をアップ!

特定非営利活動法人 えふネット福岡
専務理事 蓼原 典明

地域を元気にする”パートナーシップ”講座進行ルール

⇒ ”協働”には、信頼関係・合意形成・受容そして“戦略”が必要

セミナー受講の約束

1. 目的を持って参加しよう。”地域の為に何が出来るか”
2. 受講後、必ず振り返り、自分の協働プランを考えよう。
3. お友達ネットワークを広げよう。 ”新友”
4. 時間を守りましょう。
5. 約束を守りましょう。
6. 批判・否定をしない。
7. 良い面を見つけましょう。
8. 地域を元気にしよう!!。という気持ちを持とう。
9. 情報収集に努めましょう。

地域が自立して街づくりができる時代が 21世紀に到来!! (21世紀の地域経営とは?)

20世紀は、国・市町村が主体となり都市計画を立案し予算化され、住民は提供された社会システムで生活をする。

また、住民からの過大な生活利便性の要求も? 否定できないのでは。

⇒ 住民は与えられた社会システムを利用する立場。 “人間力の低下”

この場合は、住民が自立して考える必要が限られ、行政に依存した考えがベースになってきた行政依存型社会。 ⇒ 20世紀型行政経営の弊害

21世紀は、住民及び地域が主体となり自立した街づくりを考えられる時代。

国・市町村は、SB起業家が考える街づくりを支援するソフト面の整備を

行い、地域・企業・大学・行政・NPO・NPO法人が協働して取り組む活動を支援。

⇒ 住民意識の変革による、自立した新社会システムを創出する時代。

この場合は、地域・住民が自立して考えることが基本となり、住民参加型の新社会システムを創出し、生活の満足度を高める自立型社会。

①. 消費者の社会的責任(CSR: Consumer Social Responsibility)

②. 市民の社会的責任(CSR: Citizen Social Responsibility)

地域・行政・企業との”協働”は、過去の既成概念を捨て、意識を変えていく「意識の変革」が必要です。

キーワード：地域力・人間力

[協働に必要な意識の変化] 住民・地域・企業・行政・
NPO法人・NPO・大学

- | | |
|--|--------------------|
| ①. 信頼関係を築き、認め合う
お互いを知り、理解する | <u>受容・合意形成</u> |
| ②. 力を持ち寄って組み合わせる
それぞれの得意な面を発見する | <u>ネットワーク・チーム力</u> |
| ③. 地域で協働する
顔と顔の見える関係 | <u>見える化</u> |
| ④. 話し合い、納得する
話し合いを重ねて、共通の目的を発見、合意、実行、評価 | <u>前向きなアプローチ</u> |

地域ビジネスに欠かせない人間力

批判、批評、問題点の探求、極端な反対運動より、
協調、建設的な解決に向けた創意工夫!!

[人に好かれるキーワード]

- ・明るい、知的、活動的、冷静、頼れる、おだやか、優しそう
安心感、寛容、温かい、真面目、清潔感、さわやか 等

[人に嫌われるキーワード]

- ・調子がいい、甘ったれ、頼りない、弱々しい、不潔感、固い、
怖い、威圧感、生意気、冷たい、無責任、神経質、陰湿 等

※コミュニケーション力を磨く（聴く、伝える、関わる）

相手の話を聴く。正しく伝える。前向きに関わる。

相手(人・組織等)の良い面を見つける。欠点への寛容。

地域力とは、地域の社会システムを地域に住む人たちが自らの力で考え創出する知恵と努力の基盤により成り立つ力です。

[地域力の低い生活地域]

- ・地域住民は、自分勝手な生活を行い、コミュニティが破壊。
- ・人助け、助け合い等の日本古来の文化が消滅した地域。
- ・空き巣、悪のたまり場等犯罪の多い地域。
- ・苦勞して築いた個人の財産価値が下がる一方の地域。

※ 結果、国力の衰退、個人の財産価値の下落

[地域力の高い生活地域] ※消費者・市民の社会的責任(CSR)

- ・地域住民が助け合いの精神を持って生活する地域。
- ・地域が活性化する良好なコミュニティを形成する地域。
- ・空き巣等の犯罪が無くなった、犯罪を抑制する地域。
- ・個人の財産価値が高まり、子ども達や若者が住みたい地域。

地域社会・地域経済の活性化を担い、
新たな雇用を創出する役割として期待!!

国・企業・大学・企業との協働パートナー

1. 新たな産業・雇用の創出
2. 社会的価値の高まり ”事業性と社会性のバランス”
3. 生きがいの創出 脱!! 365日 ”日曜日”
4. 地域活性化・地域経済の活性化

[市場規模及び事業者数は?] ※ SB応援webサイト情報

1. 市場規模 約2,400億円(推定)
⇒ 数年後に10倍規模を見込む
2. 事業者数 約8,000事業者(試算)
3. 雇用規模 約3,2万人(試算) ※1事業者常勤雇用4名

- ソーシャルビジネスは、一般的には地域(住民・大学・NPO法人・企業等)が中心となって、社会の多様で個別的なニーズに応えるために地域において展開する適正規模な事業のことを指しています。利潤の最大化を目的とするのではなく、あくまで社会の立場に立って地域が抱える課題の解決を図っていこうという社会性の高い事業と言えます。 課題解決型の住民参加公共事業
- 地域住民に有益なソーシャルビジネスが経営されていくことは、地域を元気にするために非常に重要なことです。 21世紀型新社会システム

[SBのキーワード]

- 「社会性」と「事業性」のバランスが必要
 - ⇒ 課題解決型持続可能な事業の創出
 - ⇒ 地域活性化をサポートする社会システムの創出
 - ⇒ 新規の雇用の創出
 - ⇒ 地域力・人間力・企業力・社員力の高まりが目的
 - ⇒ 中間支援組織、地域・行政・企業との協働
 - ⇒ 社会的な価値の創出 “社会的起業家(Social Entrepreneur)”

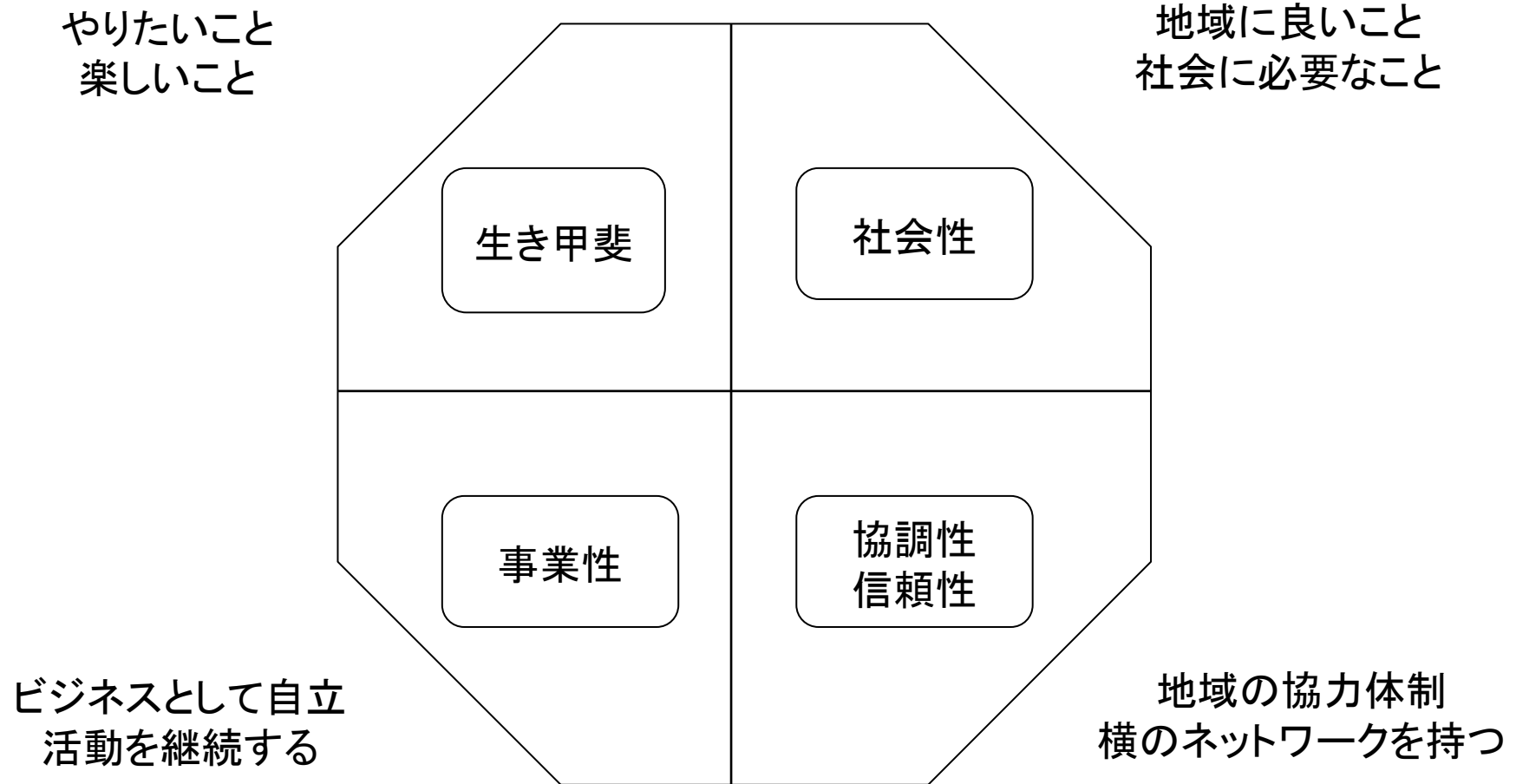
地域ビジネスでの地域資源は、日頃、何気なく生活している環境下では発見されない事がある。なぜ！？

[地域ビジネスでの地域資源とは？]

- ・商店街の空き店舗（通称：シャッター通り）
 - ⇒ 企業として見れば“－”の資源となるが、安く賃貸されたり、新しい発想が受け入れられたりする
- ・高齢者、高齢化地域
 - ⇒ 経験が豊富、時間とお金に余裕、空家等事業実施フィールドの確保
- ・障がい者
 - ⇒ 障がいを個性と捉え、健常者以上の結果を表わす可能性
- ・過疎地、離島
 - ⇒ 都会にない自然、農作物、魚介品、人情とか

“－”を“＋”に思考を変化させることで、地域の資源は発見できる。

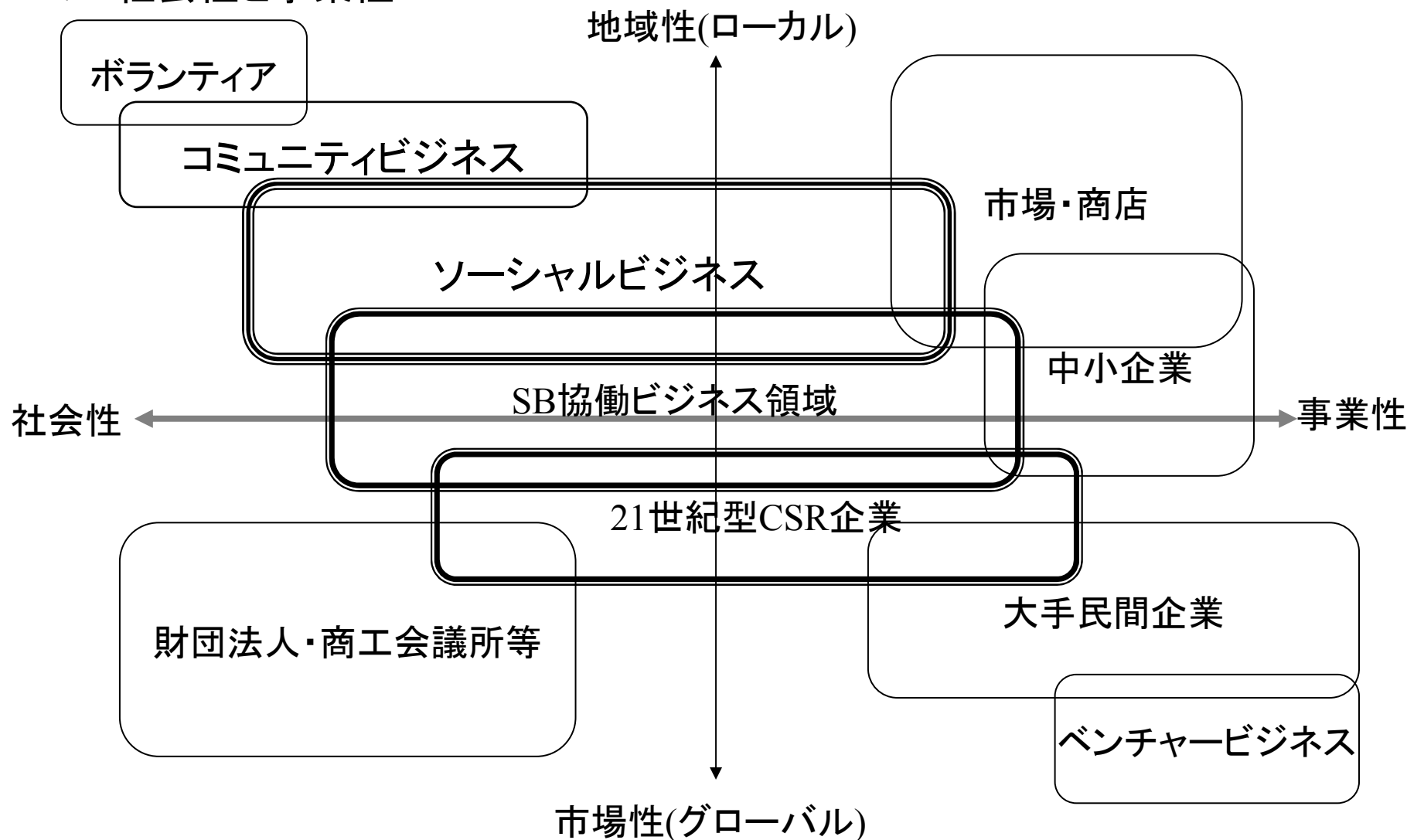
4つの組み合わせのバランスが大切



[NPO法人コミュニティビジネスサポートセンター資料]

地域ビジネスの社会性・事業性の位置

1. 社会性と事業性

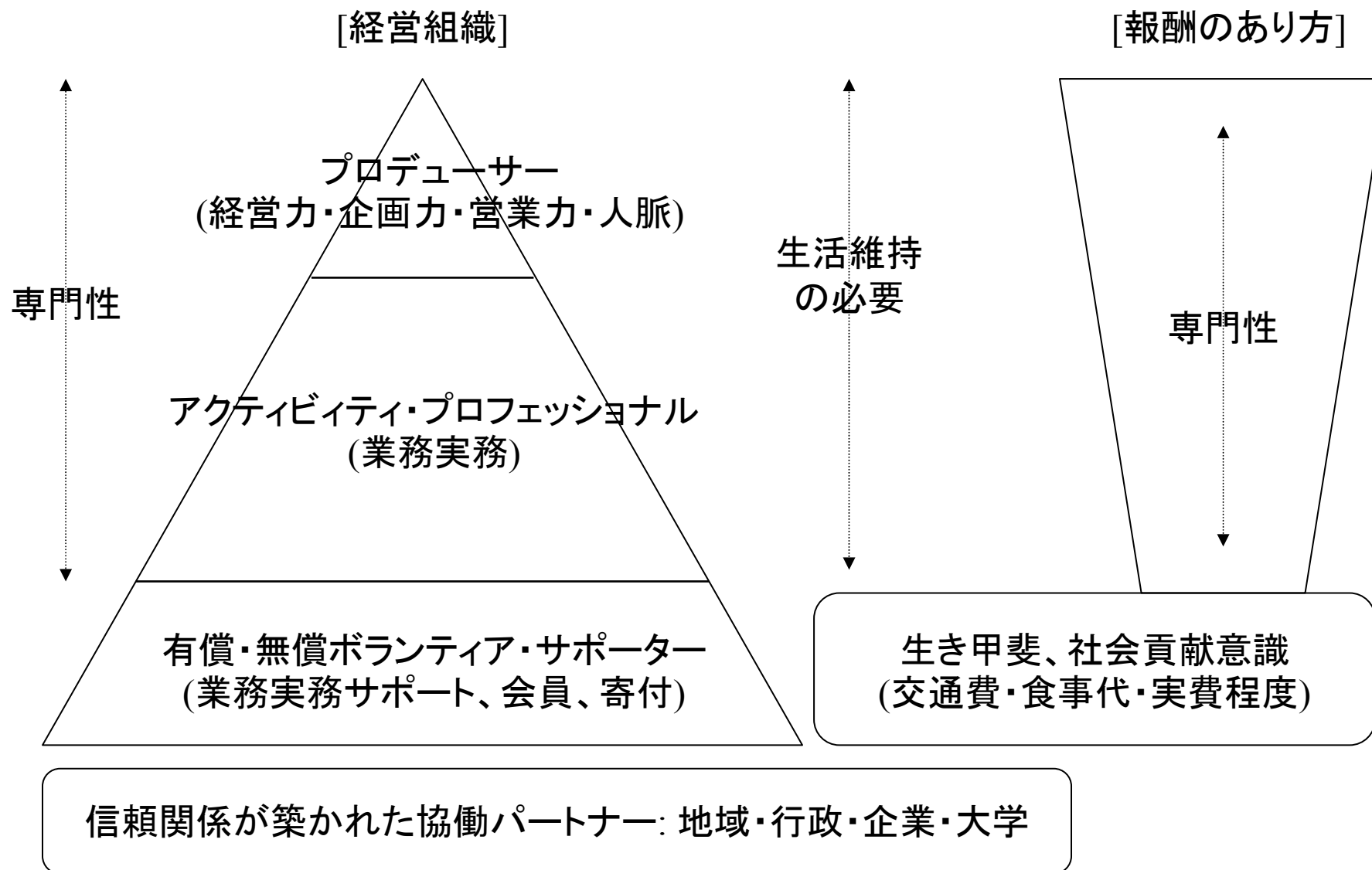


自分の考える地域ビジネスは、どんな役割と立ち位置の事業ですか?。 立ち位置を決める!!

- ・ 事業規模は?。生活を支える規模?、生き甲斐重視?。
- ・ 雇用する人数は何人?。
- ・ 欲しい収入は?。
- ・ なぜ、地域ビジネスを思い起しましたか?。
- ・ 一緒に取り組めるパートナーはいますか?。
- ・ 時間は取れますか?。調整できますか?。
- ・ 自己資金は用意できますか?。

※ 地域ビジネスの事業範囲は、ボランティア的からビジネスまで幅が広い “若年者～壮年～団塊世代～高齢者の役割”

地域ビジネス経営に必要な組織“事業型NPO法人”



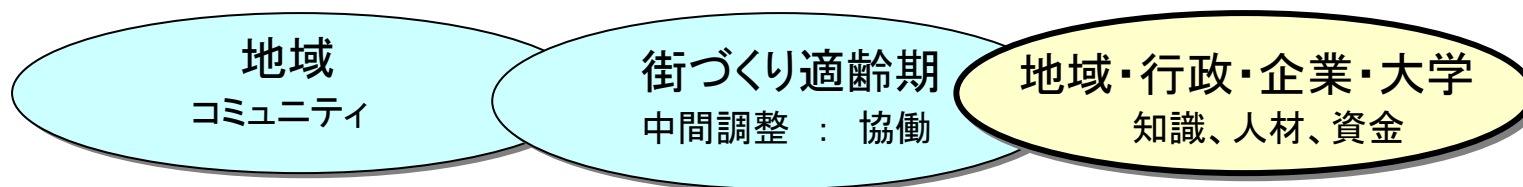
1. 地域ビジネスは、新社会システムの創出と定め、 新規雇用を目指す事業

- ①. 事業アイデアには、柔軟な発想力が必要
- ②. 営利目的を主体の民間企業との違いを理解
 - ⇒ NPO法人であれば、得た利益の範囲内で非営利活動を行うこと
 - ⇒ 民間企業のような利益優先の雇用条件にしない配慮と仕組み創り
その仕組みを維持することの責任の共有
- ③. 優秀な人材(財)が必要な事業
 - ⇒ 優秀な人材(財)は、高い人件費が必要との認識を持つ
生活ができるだけの人件費を確保する意識の共有
- ④. 男性・女性の雇用条件の差別は必要としない
- ⑤. 地域・企業・行政の役割の理解と協働の推進
- ⑥. 資金調達は、行政の補助金・銀行等金融機関に頼らない
- ⑦. 国の公募事業には、積極的にチャレンジする。但し、資金繰りに注意
- ⑧. 月次の資金繰りは、キャッシュフローにより管理をする
- ⑨. 指示待ち人間では進めない。自らの活動の場を自らが見付ける意識
- ⑩. 定年のない、生きがいビジネスとしての魅力的な活躍の場創り
- ⑪. 人に好かれる人間力 “協調” “信頼” “互助” 等々

期待の人財：団塊世代と称される！！ (地域活性化実現の主演) ⇒“第2の人生”セカンドキャリア ※人間力

街づくり適齢期は、社会人としての豊富な知識や経験、人脈を持ち、地域の活性化に取り組む世代。
高齢者、シニアと言った消極的な立場を迎えるのではなく、積極的に地域活動に役立ち、自分の生きがいや存在感を高める魅力的な世代。

地域ビジネス実現に役立つ地域リーダー “街づくり適齢期”

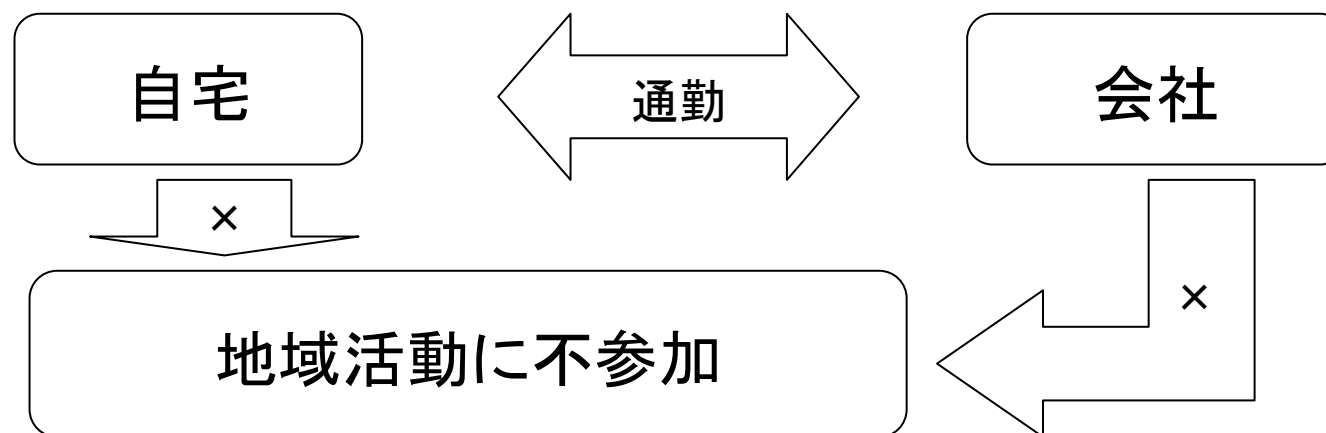


それぞれの役割を理解
批判ではなく、前向きな協調性と創意工夫

21世紀は、産・官・学・民が協働した新社会システムを創出

1. 企業人のキーワード

- ・年功序列社会 ⇒ 学歴社会 “EQよりIQ”
 - ・上下関係(上司、部下) ・指示、命令 ⇒ 報告、連絡、相談
 - ・収益重視、経費削減意識の徹底
 - ・仕事人間の大量生産(育成)社会
 - ・企業の中での人間関係
 - ⇒ 定年になると何故か人間関係が疎遠になる
 - ・オイルショック、高度経済成長時代を経験
- ※ 業務経験・経営経験・管理経験・営業力・人脈等々が財産**



1. 地域人のキーワード

- ・平等社会 ⇒ 学歴、年齢、経験、性別等
- ・多様な人間関係 “様々な職業、経験等”
- ・指示、命令系統がない ⇒ 任意参加の傾向
- ・“20世紀の行政依存型社会の弊害”
- ・公民館活動等地域に差がある “住民参加活動”
- ・高齢者、少子化の地域課題が多く懸念
- ・グリーンコンシューマー(賢い消費者)は少ない存在 “5%程度”
- ・地域の企業への協働の期待感 “21世紀型CSRの切っ掛け”

地球温暖化防止
省エネ・省エネカー
太陽光発電等

解決手法

地域ビジネス
(知的ビジネス)

地域社会の社会的責任(CSR)の共有

NPO法人に期待感高まる！

NPOとは？

NPO(特定非営利団体)ですが、ボランティア団体と思われたり、事業をしているところは企業と同じように見られたり、解釈はまちまちのようです。ここで、NPO法人、NPO、協働、市民グループ、コミュニティビジネス等、NPO関係で、よく耳にする言葉を解説してみました。

- NPO(Non-Profit Organization)とは、民間の非営利組織のことで、福祉や環境、国際協力、人権問題などの社会的な課題に市民が主体的に取り組んでいる団体を指します。NPOに含まれる団体の範囲については、狭義から広義まであり、国内でも海外でも使い方は統一されていません。平成12年度版国民生活白書(経済企画庁編)では、①特定非営利活動法人と②ボランティア団体、市民活動団体を指してNPOの範囲として示されています。ボランティア団体、NPOのどちらかを名乗るかは団体の自由ですが、大多数の団体がNPOというよりボランティア団体であると認識していることから、実情を考慮して「ボランティア団体・NPO」と併記しています。
- 「非営利」といっても収益事業を行ってはならないのではありません。事業で得た利益を関係者で配分してはならないということです。

※ 新しい定義 NPO法人・NPO・ボランティアは違う組織

市民活動型と事業型の違い

	市民活動型NPO・NPO法人	事業型NPO 法人 (NPC)
目的	ミッション(社会的使命)の実現	ミッション(社会的使命)の実現
組織目標	有償・無償の社会サービスの提供 (ボランティアとしての参加)	継続的運営・経営に必要な事業収益の確保 雇用の創出 地域活性化、地域経済活性化
人的資源	ボランティア	有給常駐職員、契約スタッフ、サポーター 有償ボランティア
背後にある知識	市民参加・コミュニティ形成・自己実現・自 発性・柔軟性(対象の非限定・自由参加)	専門性・成果主義・企画力・戦略性(事業対 象の限定)・組織経営
受益者	一般市民→連帯感、信頼、コミュニティ	一般市民・社会・企業、顧客として対象化
資源調達	会費、寄付金を中心、行政の助成	国・行政の公募事業、委託事業 自立事業収益

※この表は、極端な例かもしれませんが、現実にはこの両方の性格を備えているNPOがほとんどでしょうが、どちらに重きを置くかによって団体・法人の性格が異なってきます。

[従来の企業CSR認識]

企業の社会的責任

※米国型

- ・ ISO9000, ISO14000 の取得アピール
- ・ コンプライアンス (法律遵守)
- ・ 会社の周辺清掃 ※ PR活動 CI活動(特徴、理念)
- ・ ゴミの分別、光熱費の節約
- ・ イベントとしてのボランティア参加
- ・ 発展途上国の支援 ⇒ 植林等資金面の支援等

[21世紀型企业CSR認識]

企業の社会貢献 信頼

※欧州型

- ・ 地球温暖化防止、省エネ等低炭素型社会創りへの参画
- ・ 環境配慮意識の社員・家族向け啓発 (人材教育・コミュニティ)
⇒ IQ (知能指数)よりEQ (心の知能指数) ※社員力
- ・ 地域との関わりの必要性認知とアクション
- ・ ソーシャルビジネスへの知恵の創出 (業態変化)
- ・ 企業 ⇒ 社員 ⇒ 家族 ⇒ 地域 ⇒ 地域力の高まり

“地域”と“企業”のWin Winの関係により、持続可能な経営

[企業力]

- ・ 従来型業態 ⇒ 21世紀型CS・CSR ⇒ “知的ビジネス”への業態変革
※ソーシャルビジネス産業化
- ・ データ偏重型経営 ⇒ 実態市場をターゲット
※低価格を求める消費者 “NO”
※グリーンコンシューマーとのネットワーク “Yes”
- ・ 利益優先 ⇒ 環境配慮 ⇒ 地域重視 (Win Winの関係)
- ・ 事業性偏重 ⇒ 事業性、社会性 (環境配慮)のバランス経営
- ・ 企業 ⇔ 社員、家族の愛社精神の再構築努力
- ・ 中間調整役NPO法人との協働 ※地域、行政、国とのパイプ役

[社員力]

- ・ 所属する企業に勤める誇り “親への感謝”
- ・ 家族に自慢できる企業 “家族コミュニケーション”
- ・ 地球に優しいモノづくりの誇りと自信
- ・ グリーンコンシューマーとの出会いによる人間力向上
- ・ 右脳開発による創意工夫 “EQ” “発想力”
- ・ 欲望社会 ⇒ 欲求社会 “人間” と ”動物”
- ・ 社員力が高まれば、企業のサステナビリティ(持続可能性)が高まる。 “社員力が企業力に影響”

- 葉山ヘルスケア省エネ共和国（宗像市葉山住宅地）

1970年に住宅地開発された葉山地区の住民は、520世帯約1400人。

葉山ヘルスケア省エネ共和国（健康に、省エネも考えて）

⇒ 葉山省エネ共和国の建国 平成17年2月24日建国

（大統領、省エネ大臣の役職を任命）

○高齢化が進む福岡県宗像市のベッドタウン

地域、企業、行政が協働して取り組む、まちづくりのモデルケースを目指す。

[葉山くらしの友] ○健康と省エネに関する情報冊子を全世帯に配布

[共和国の憲章] ○高齢者から子ども達まで、安心して快適に暮らせる「葉山」
健康で明るく楽しい「葉山」

住んでみたい、住んでよかった「葉山」にしよう。

○エネルギーやエコロジーを考え、
便利な生活を、少しでも手間をかけ、
地球を長生きさせ、子孫に残そう。

自立した地域のモデル ⇒ 葉山ヘルスケア省エネ共和国

http://shimin-media.kyushu-tv.net//_236.html

協働の手法

- ①. PFI (Private Finance Initiative)
国や地方自治体が基本的な事業計画を立案。
公共施設などの建設、維持管理、運営などを民間の資金、
経営能力および技術的能力を活用(入札等)して行なう手法、
新しい社会資本整備手法として注目。
- ②. アドプトシステム
住民のボランティア団体などが行政に代わって道路・河川の
区画の清掃活動など維持管理を行なうシステム
- ③. グランドワーク
住民、地元企業、自治体の三者が一体となって組織をつくり、
公園などの計画・整備・管理を行なうもの

協働の手法

④. 指定管理者制度

地方公共団体・外郭団体に限定していた公共施設の管理・運営を、株式会社をはじめとした営利企業・財団法人・NPO法人・市民グループなど法人その他の団体に包括的に代行させる制度となっています。

[意義]

- ・利用時間の延長等、施設運営面でのサービスの向上
- ・管理運営経費の削減

[課題]

- ・適切な管理者が見つからない。⇒ 従来と同じ管理委託になる。
- ・運営費、職員数の削減が過剰に着目される。
- ・弾力性や柔軟性の建前が、条例、施行規則等の制約により民間の実力が十分に発揮できない。

協働の手法

⑤. PPP (Public Private Partnership)

「公民連携事業」「官民協働事業」と称される。「行政・地域・企業・NPO・NPO法人等」が多種多様に連携し、より良い公共サービスを提供することを目的としています。

[意義]

- ・官と民がパートナーを組み事業を行う
- ・協働により事業を運営 “地域経営の手法”

[課題]

- ・公共サービスの多様化
- ・企業の21世紀型CSR意識の変革
- ・サービスの構想段階から広く民間や市民のノウハウを活用する手法の理解不足

地域・行政・企業の特徴の理解!!

[地域から見た行政・企業とは……………]
地域から見た行政・企業の認識を考える。

[行政・企業から見た地域とは……………]
行政・企業から見た地域の認識を考える。
⇒ プラス面、マイナス面からの認識分析
(キーワードによる発表)

お互いの認識を深め、相互理解の上で協働を考える。
マイナス面を批判するのではなく、役割の特徴と理解。

“協働”の実現方法についての基本理解

テーマの選択 (ビジョン: 目的)

特定非営利活動促進法(NPO法)の17分野

- 1.保健、医療又は福祉の増進を図る活動
- 2.社会教育の推進を図る活動
- 3.まちづくりの推進を図る活動
- 4.学術、文化、芸術又はスポーツの振興を図る活動
- 5.環境の保全を図る活動
- 6.災害救援活動
- 7.地域安全活動
- 8.人権の擁護又は平和の推進を図る活動
- 9.国際協力の活動
- 10.男女共同参画社会の形成の促進を図る活動
- 11.子どもの健全育成を図る活動
- 12.情報化社会の発展を図る活動
- 13.科学技術の振興を図る活動
- 14.経済活動の活性化を図る活動
- 15.職業能力の開発又は雇用機会の拡充を支援する活動
- 16.消費者の保護を図る活動
- 17.前各号に掲げる活動を行う団体の運営又は活動に関する連絡、助言又は援助の活動

1. 事業に視点が定まっていない。 “立ち位置”
2. 事業計画が立案されていない。 “書けない”
3. 代表者が名誉職になっている。
4. 役員が組織の代表としての責任を共有していない。
5. スタッフの報酬と期待する責任がバランスしていない。
6. 企業が参入できるサービスに留まっていないか。
7. 組織の進む方向がビジネスになっていない。
8. 事業を推進するリーダーの能力と経験が十分に保持されていない。 “プロデューサーの能力”
9. 人を雇用する責任感がリーダーにあるか。
10. スタッフの関わる意識が報酬のみの動機になっていないか。
11. スタッフの生活面に余裕があるか。
12. 行政依存型経営姿勢
13. 行政の下請け⇒発展性、創意工夫を抑制

1. 都市部

- ①. 高齢化
 - ②. 人と人とのつながりの疎遠
⇒ 顔の見える関係の構築
 - ③. 社会参加を望む人材の活躍の場の確保
⇒ 企業人から地域人へ
- ※ 地域ビジネスに期待!!

2. 地方部

- ①. 過疎化
 - ②. 高齢化
 - ③. 雇用が少ない
 - ④. 公的サービス水準の低下
- ※ 地域ビジネスに期待!!

都市部と地方部との違いを理解し、
地域ビジネスによる地域活性化を検討

1. どんな協働事業が考えられるか？
 - 想定される事業の抽出
2. なぜ、その事業を協働する必要があるのか？
 - 行政、住民、NPO・NPO法人、大学との役割の明確化
3. 協働の形態は？
 - 委託事業、指定管理者制度他
4. 評価をどうするか？
 - 事業結果の確認、評価の方法
5. 協働から自立/協働へのアプローチ
 - 継続発展的な事業への成長

1. 協働する事業の選択
2. 理想、現実、課題の抽出
理想システム - 現実 = 課題
3. 事業選択のプロセスと、課題の発表
4. 課題解決策の検討
5. 具体的なアプローチ
6. 発表（魅力的な地域づくりに向けての協働）

[参考情報]

※ 福岡県「NPO・企業による元気なふくおか共創事業」

長い間お疲れ様でした。この出会いを大切にします。

[ご連絡先]

特定非営利活動法人 えふネット福岡 専務理事

事業型NPO法人えふネット福岡 <http://fnet-fukuoka.net>

温暖化防止福岡市民放送局 <http://stop-ondanka.net>

九州地域力放送局 <http://fukuokagenki.kyushu-tv.net>

自立した地域モデル http://shimin-media.kyushu-tv.net//_236.html

〒810-0022 福岡市中央区薬院2-4-15 ボスコ薬院601

蓼原典明 n.tadehara@fnet-fukuoka.net

携帯電話: 090-7984-1138

電話 : 092-716-1350

携帯メール : n-tade.n715y118@softbank.ne.jp

また、お会いできるチャンスを楽しみにしています。