

地方共助社会づくり懇談会 in 千葉における主な意見

日時：平成 26 年 10 月 31 日（金）13:30～16:00
場所：京葉銀行文化プラザ 6 階 檜（千葉県千葉市）
主催：内閣府、千葉県
共催：千葉市
参加者数：約 90 名

地方共助社会づくり懇談会 in 千葉の概要は以下のとおり。

パネルディスカッション

テーマ：共助社会づくりを主体的に支えあう関係づくり～地域コミュニティに新たな価値を～
ファシリテーター：永沢映（特定非営利活動法人コミュニティビジネスサポートセンター
代表理事／共助社会づくり懇談会委員）

パネリスト：関谷昇（千葉大学法政経学部准教授）
細矢孝（株式会社 CMS 代表取締役）
牧野昌子（特定非営利活動法人ちば市民活動・市民事業サポートクラブ代表理事）
横田能洋（特定非営利活動法人茨城 NPO センター・コモンズ常務理事・事務局長／
共助社会づくり懇談会委員）

- 共助社会づくりでは、マルチステークホルダーとよく言われ、連携しなければならないとよく言われるが、都会であっても地方であっても、地域社会が縦割り化していて、連携がなかなか進んでいない状況である。地域によって状況や人々のつながり方、課題の設定の仕方が全く異なるので、場所性が重要である。
- NPO やボランティアは行政に依存しがちで、活動そのものが行政の公共性に回収され、自分たちでできることを自分たちですするという考えが弱い。さらに、NPO や地域の活動が競争性や効率性の中でずれていき、市場に回収されてしまう懸念がある。
- 地域活動が行政や市場に回収されずに市民が自発的に活動していくフィールドを広げていくには、連携したり、社会的資源を循環したり投下したりする「共通の土俵」が必要。
- 地域活動をする以前に、地域によって置かれた環境が全く違うので、まずは何が問題なのか共有する場を作る必要がある。
- 地縁や同じ地域に居住するなどの表面的なつながりという表層的次元で共助を考えるには限界がある。住民や地域がもつ各々の異質な価値観が交わって形成される相互認識という深層的次元に踏み込んで、何が問題なのかを共有して、共助を考えることが重要。
- 中小企業家同友会は、全国の都道府県にあり、中小企業の経営者が集まり、良い企業を作ろう、良い経営者になろう、良い経営環境を作ろうという 3 つの目的で活動している。日々勉強しながら、お互いに交流して実践を通して経営の研さんを積んでいる。
- 中小企業は地域が発展しなければ経営が持続・発展することはない。現状、企業は営利目的と捉えられており、NPO のようには地域活動にうまく関わっていない。
- 中小企業は、CSR と企業 PR、企業イメージ向上の観点で地域イベントに参加する。一方、地域活動では営利性をタブー視するので参加しづらいが、実際は営利性があると入り込み易い。

- 中小企業が地域活動で儲けられれば、他の中小企業も参加しようとするはずであり、そういう方法で活気づかせるのも一つの方法である。地域活動にもっと中小企業が参画すれば、NPOの金銭面の支援などでも踏ん張っていけると思う。
- 最近では社会的課題が増大する中で、行政も努力し、市民活動センターも次々とできているが、地域から求められることも変化しており、課題解決も難しくなっている。
- 各主体が連携をするには、それぞれの主体に力が必要。そこをどうやって発掘し、力をつけていくのか。市民活動に参加していない人に、地域課題を自分事としてとらえてもらうことが課題。
- 共助を妨げる壁には、自己責任主義、行政の保護を受けている人に対する偏見、過度な個人情報保護による問題発見の遅れ、人間関係の希薄化による困った時に話せる親族や友人の減少の4つがある。
- 自立という言葉には気を付ける必要がある。自分には余裕がないからできないということになりやすい。問題提起は難しくなく、問題につながるのある人たちに集まってもらえれば、関心がある方は必ず見つかる。その立ち上げを支援すれば、新たな組織や担い手が生まれる。
- NPOはつなぎ役であることが重要。つなぎ役をすると、横にもつながりが生まれ、活動しようとする人のチャンスも広がる。
- 地域問題を提起する地域円卓会議を開催し、企業や行政に来てもらう場を設定しているが、彼らに一方的に要望することはしない。良いことをしているので企業に金をくれといえ、相手は引いてしまうのは当たり前。また、予算や制度のせいにしてあきらめるのではなく、まずはお互いに少しずつノウハウや場所などを出し、できるところから取り組んでいけば、色々な問題が解決できると思う。
- 困っている人はなぜ困っているかが分かっているから、NPOを運営するのが一番良いと思う。
- 地域には課題と資源の両方が必ずあるので、それらに気付いていけるかが重要。
- 企業は営利目的だが、利益を得るにはお客様である地域の方の役に立たなければならないので、役に立つことを一生懸命に考えている。地域のニーズをつかむことは地域の困った人たちがお客様になること。営利の裏には地域を支えるという崇高な考えを心に秘めている経営者が圧倒的に多い。中小企業は大企業と異なり、地域がよくなると経営が成り立たない。
- 人は誰も他人に認められたい、愛されたいという感情を持っている。中小企業の経営者は、社員とともに、人の役に立ちたいという思いを強く持っている。NPOから自分たちは良いことをしているので寄附してくださいと言われると正直ひくが、地域のために一緒に取り組まないと言われると我々は快く行動しようという動機になる。地域のための活動できることはうれしい。そこで、何ができるか検討した結果、現実的にはまずは時間が取れないのがお金を出すことから始まることも多い。そこから、お金を出すだけではなく、人や知恵を出すという関わり方につながっていく。
- 寄附を集めるには何に使ったといった情報開示が重要であるとともに、寄附を集めるためのハードルを低くすることも必要である。日本には寄附文化がないわけではない。集まらないのは、集める側が情報公開を満足にできていない、コミュニケーションも含めた信頼関係の構築の場が作れていない、カード決済などの寄附をしやすい仕組みづくりが整っていないといったこともある。
- 一般論的な話をして相手にも響かない。答は見つからないが、相手に響くように説明して共感を得ることが、寄附を集めるうえで必要。

- 組織を作りっぱなしではなく、関係者が定期的に集まって現在の状況を確認しあい、それぞれ何ができるのかを確認しあう「持ち寄り型」で共助社会を作っている事例がある。
- 地域で抱えている課題は住民が一番感じていることなので、コミュニケーションをとって住民の意見を吸い上げて解決に向けた事業などが示せれば、共感という形でつながると思う。
- 行政がやるべきという固定観念を持たずに、それぞれができることをやっていく中で、行政に関わってもらった方が良い部分だけお願いする方が行政の協力を得やすい。
- 企業などが協力できないと言っている、他の地域で、解決に協力している情報を集めて知らせると、他の地域でやっているならば自分もできるのではと考えて、解決に向けて動いてくれることもある。
- 共助の取組みを進めるには、やる気のある人や気づいた人が中心となって、地域というフィールドや課題に共感を持ってもらい、つながりを作っていくことが重要。
- 共助は、自助、共助、公助の順番で語られていたが、最近は順番が変わってきている事例が多くなってきている。共助は、一つの課題を誰かが解決するのではなく、協力・連携しながら解決していくものであり、自助の次に共助があるのではなく、あらゆることをまずは共助の観点で議論する時代になっている。
- 共助を進めるうえで、地域課題に関心のある人が集まれる場所がほしい。そういった場が少なすぎるので、行政はこういった場を作る側面支援をすべきである。また、行政が住民に共助が大事だと言いつぎるのはよくない。
- 企業が地域活動に参加するに当たっては、補助金よりも、その活動に参加したことを褒めてくれるような場所を行政が支援策として作るだけでも十分効果的だと思う。
- 共助を考えるときは、まず自分たちに何ができるのかということを考え、政治や行政に何かしてもらおうかという議論とは明確に区別をしなければならない。
- 地縁組織の活動をできるだけ外に開いていくことが必要だと思う。異質なものを重視していかなければ、地縁組織であってもいずれ枯渇していくと思う。
- 地域活動において、中小企業が大企業と全く同じことをするのは無理で、それぞれにしかできないことを互いに分かり合って取り組めば良いと思う。地域にとっては両方必要で、互いの活動によるメリットを分かち合えるような特性づくりが必要であり、そのためにはいろいろな人たちがいろいろな立場で集まって話し合う場が必要。
- 千葉県はどの市町村に行っても古さと新しさが対立していて、融合が進んでいない。地域において利益も価値観も全然違う人たちが共通の土俵に乗って、お互いの違いを認め合うだけでも共助社会づくりは前進すると思う。異質性を伴いながら、偶然のなかでいろいろな発見をしながら、共助の活動が進んでいけばよいと思う。
- 共助を進めるにあたっては、まずは人間関係、信頼関係をしっかりと構築していくことが重要。地域を一緒に良くしていこうという意識が出てくると企業も協力的になり、自治体が行う街づくりで予算が少なく費用対効果の高い事業ができていく事例がある。お互いが共助によって、メリットを享受しあえる関係になるのかという視点で連携していくことが重要。
- 最初から共助を目的とするのではつまらない。例えば共助によって地域がブランド化されて活性化されて雇用が生まれるなど、共助の先の目指すフェーズを現実的なラインで考えるとよいのではないか。より高いフェーズでの共助を実現するにはどういった連携が必要かという意識を持って共感しあえると、良い意味での共助につながっていくと思う。

(以 上)