

地域づくり活動ステップアップ研修会 持続的・発展的な地域づくり活動を目指して 『ソーシャルビジネスにみる人、モノ、金、情報を 引き寄せる勘所』



2月15日(月)に、地域づくり活動ステップアップ研修会を開催しました。地域づくりの第一線で活躍している皆さんの更なるステップアップを目指して開催しているこの研修会も、今年で7回目を迎えました。平成21年度の第1回から、『楽しく継続できる地域づくり活動』、『行政に頼らない感動の資金づくり』、『地域の自立が地域力を高める』、『都市農村交流の基礎』、『これからの地域づくりにおいて大切なこと』、『ひろがる・つづく活動のコツ』と、毎回テーマは変わっていますが、根底に共通するのは、『いかにして活動を継続していくか』ということだと思えます。そこで今回もこの基本は変えないこととし、地域づくり活動において大切な要素である活動資金の獲得方法について研修会を開くことにしました。

講師は、地域経済が専門の山口純哉先生を長崎大学経済学部からお招きしました。山口先生は、人口減少や少子高齢化が進むなど、地方の元気がなくなってきたといわれる昨今、地方の可能性を信じ、ソーシャルビジネス※の取り組みによって地域の外からお金を稼ぎ、地域の中でお金を回していく仕組みづくりに取り組んでいます。

机上の数字を中心にした経済学を研究してきた山口先生が、市民活動と出会ってソーシャルビジネスについて研究していくことになったきっかけは、阪神淡路大震災の復興現場で、被災者でありながらボランティアに励んだ方が自らの家族を失ってしまうこともあるという現実に触れ、無償の活動には限界があることを知ったことだそうです。

当日はあいにく雪がちらつく空模様でしたが、地域づくり団体の方や地域づくり協議会役員、企画情報課職員を合わせて20名が研修会に参加しました。

※ソーシャルビジネスとは地域の課題解決にビジネスの手法で取り組むこと。



地域づくり活動の必要性と課題

今日、まちづくりや地域づくりが話題に上る背景には、人口減少や少子高齢化などの要因のほか、人々の価値観が多様化していることもあるそうです。ここ四半世紀の間に近所付き合いは希薄になり、結婚や、子どもについての考え方も変わってきています。価値観が多様化すると、行政に求められる支援や役割も多種多様になり、行政が対応しきれないという『自治体の限界』も指摘されています。例えば研修の中では、「行政のみで使いやすいまち歩きマップをつくれますか?」とか、「行政のみで子育ての悩みに対応できますか?」といった問いかけがありました。上毛町役場はできるでしょうか?

こうした中で、他人事を自分事として地域の課題解決に参加しようという方たちにより、地域づくり活動が盛りあがってきましたが、ここにも次のような課題が浮かび上がってきました。

- 特定の個人に責任や作業が集中する
- 活動の中心となるリーダーや後継者が育たない
- 新しい会員が入ってこない
- 活動資金の不足

ソーシャルビジネスという考え方

経済産業省のホームページではソーシャルビジネスについて、「地域社会においては、環境保護、高齢者・障がい者の介護・福祉から、子育て支援、まちづくり、観光などに至るまで多種多様な社会課題が顕在化しつつあります。このような地域社会の課題解決に向けて、住民、NPO、企業など、様々な主体が協力しながらビジネスの手法を活用して取り組むのが、ソーシャルビジネス／コミュニティビジネスです。この推進によって、行政コストが削減されるだけでなく、地域における新たな起業や雇用の創出などを通じた地域活性化につなげることを目的としています」と紹介されています。

研修会では、ソーシャルビジネスの定義として、社会性と事業性、新規性が挙げられました。これは、企業や行政では対応できない地域社会の課題に取り組み、継続的・発展的であるための採算性があり、イノベーション(新しい手法や考え方)の要素があることだそうです。

成功したソーシャルビジネスの事例では、このことに加えてやりたいことと、やるべきことがイコールであること、自分がやりたいこと、つくりたいモノではなく、周囲が欲しいと思うモノ・サービスの提供を行っていることに加えて、必要な資源を調達できるネットワークを持っていることが挙げられました。

経営資源を引き寄せるために

研修の中で山口先生は、「事業計画書を紙に印刷して普段から持ち歩いてください。」と言われました。どういうことでしょうか?

地域づくり活動をする場合に、ともすればまず事業計画から考えてしまいがちです。しかし、一般的な事業のプロセスにならえば、まずは地域の現状を把握して仲間と共有し、そして他者の共感を得られる地域の理想像を描き、なぜそれをするのか、なぜやりたいのかを明確にした上で、問題や課題を分析し、共有する作業が必要です。それから、「なぜ、誰が、誰に、何を、どの程度、いつ、どうやって」を記した事業計画書をつくるのが順序となります。

この事業計画書は、机やパソコンの中に入れておき、新しい人との出会いの場や、経営資源を引き寄せられそうなチャンスには有効に使ってほしいです。その際には、次の4点をしっかりと説明することが大切になります。

- パッション(強い動機、熱意があること)
- ビジョン(目指すべき将来像が明確で共感できるものであること)
- ミッション(やるべきことが明確で共感できるものであること)
- 活動(活動内容、活動体制等)が具体的に実現可能性が高いこと

こうして事業を始めたら、事業の進捗状況を定期的に公開し、次期のことを常に考え、また足りない資源があれば、補うための横の繋がり、ネットワークを築くことが必要です。

事業が完了したときには、成果とプロセスの詳細について十分検討して、次の一歩を踏み出してよいか、得られた教訓を念頭に事業の評価を行います。モノの出来映えは最初から良くななくても、少しずつでも質が向上することが大事であり、そのためには前述したプロセスをしつかり踏むことが求められます。

研修会の最後には、山口先生からまとめの言葉がありました。

- **自分がやりたいことではなく、社会にとって必要なことをやりたいことに!**
 - **楽しさと難しさはコインの裏表。難しさの先に楽しさがある!**
 - **お金欲しいではなく、お金あげたいと言われる活動を!**
- みなさんも事業計画書をポケットに入れて持ち歩いてみませんか?