

育てるまちづくり

- 1 時代とともに変わる「まちづくり」の概念と JUDI の仕事
- 2 まちづくり活動と企業内専門家の役割と展望
- 3 市民や企業とのコラボレーション
- 4 新しいビジネスモデルと専門家の役割について
- 5 JUDI の仕事の展望（将来の会員像）

メンバー（岸田文夫、篠原祥、堀口浩司、吉野国夫）

都市環境デザインに関わる我々メンバーの多くは、空間づくりとその構成要素としてのストリートファニチャーやサインなど幅広い内容の調査・企画・計画・設計・デザインに関わることが仕事の中心であり、より高質で魅力ある都市環境を生み出すさまざまな取組をつづけている。ところが近年、物的な計画設計にとどまらず、その背景となる都市や地域生活や企業活動などと関連し、モノを生み出す以前の、より根源的な活動から関わることも多くなっている。そのため本章では、われわれを取り巻く「まちづくり」の概念の変化と JUDI の取組みの変化を俯瞰し、その中でどのような活動がなされてきたか、また今日的な展開の中から、あらたな取組みや展望はどうなるか、どのような活動を今後、目指すべきかについて考察を始めた。

1 時代とともに変わる「まちづくり」の概念と JUDI の仕事

JUDI メンバーにとっても、「まちづくり」は比較的新しい分野であり、その社会的認知度が高まるにつれ、我々の仕事としての概念や内容変化となって現れてきた。JUDI の 20 年間の歴史の中でも大きな変化を遂げつつあり、ここでは「まちづくり」概念の変化と重ねて JUDI メンバーの関わりを述べるものとする。

(1)「まちづくり」の発生と職能

1970 年代（昭和 40 年代） まちづくりの萌芽（公害追放運動、反対運動からの住民参加）

高度経済成長と大都市圏への人口集中により、都市問題、公害問題が激化、都市計画法 S43 年、再開発法 S44、大都市法など法制度や事業制度が整備されてくる。

この時期の公害反対運動や大都市周辺のスプロール開発の抑制、開発調整の動きの中から、地域コミュニティを見直そうという市民意識が芽生える。

「コミュニティ」の時代

自治省モデルコミュニティ事業(S46)

丸山コミュニティセンター（S48、神戸市、コミュニティボンド発行）

開発指導要綱（川西、川崎、横浜など）

一方、開発によって壊れ行く地域の伝統的な風景や歴史的建造物などを残そうとする、町並み保存、古建築ブームも生じてくる。

「フィールドワーク」ブーム

町並み保存への関心、タウンウォッチング

今井町、中仙道調査（全国町並み保全連盟スタート S49）

小樽運河保存運動（S49 から）伝統的建築物保全の潮流（文化的資産）

1980年代 まちづくり協議会の発生

公共事業を実施する場合であっても、地元からの反発を押さえ協力が必要となる。その際、歴史的な自治会組織とは別に「地元組織」という概念が生じてくる。ただしこれは権利者であって住民ではないところに限界があり、権利者合意を取り付ける役割があった。

「コミュニティ行政、地区まちづくり」の萌芽。

真野まちづくり協議会（S51）神戸市街づくり助成制度(S52)

伝統的建造物群保存地区（祇園新町：S51）

「地方の時代」実際は東京への一極集中がすすみ、かけ声倒れにおわる。ただ、過疎地振興や地方交付税など地方への一定の配慮がなされてきた。

保全すべき文化的資源を認められた地区、地域課題として位置づけられた地区では、必要な対策が取られるようになる。しかし、住環境整備、再開発事業の必要性・事業性を得られなかった場所が残ることになる。

地区計画制度の創設（S55-1980）

神宮、世田谷など公害運動、開発反対運動から建築協定を目標とした活動が地区計画制度の創設により、新たな段階に突入する。民間間の協定から都市計画として決定するより公的な権限が付与された格好で、各地の活動が地区計画の決定へとフォーカスする。とりわけ関東ではその傾向が強い。関西では、地区計画第1号（尼崎市道意町）と早かったものの、その後は自己規制型の地区計画には人気がなく、インセンティブを伴う再開発地区計画制度の発足まで地区計画の活用が低迷する。この時、関西では「市街地整備」や「景観」に関わる仕事がボリュームゾーンとなる。

1990年代 住民参加によるまちづくりの仕組み 普及へ

市町村による都市計画マスタープランの創設（H04-1992）

都市計画法の改正により、用途地域の細分化と同時に「都市計画の基本的な方針」（都市計画マスタープラン）が議員立法により創設。「市民」が都市全体をターゲットにした都市計画にコミットする仕組みがスタートした。この制度の取り扱いについては、策定の期限や方法を国が示唆しなかったこともあり、各市町村の自発性や個性が反映される。県がマニュアルを作成し、これに沿って計画を作った市町村、市民への周知や地区レベルでの住民参加に熱心に取り組んだ自治体など対応は分かれる。これまで都市計画の住民説明が一方的になされてきたことへの反省から、関東では一部の自治体では、ワークショップなど流行の参加道具などと相まって市民参加がちょっとしたブーム

となってくる。このような中で、都市計画マスタープランの作成とその進行管理にともなうさまざまな仕事も発生し、JUDIメンバーも数多く関与している。

まちづくり条例が各地で創設（湯布院、豊中、世田谷等）

各地で住民が行政計画に関与する仕組みを独自に創設。住民がそれぞれ自分の住む地区レベルの計画を構想、提案する仕組みが整いつつある。その中で、権利者参加による構想立案が「協議会支援」という仕事になって来た。

注：「まちづくり条例」も市民参加の仕組みや計画づくりを行政計画にむすびつける、まちづくり支援型の条例と、開発指導要綱を自治体の立法行為である条例とするタイプと、そのスタートは大きく分かれるが、近年は都市計画マスタープランと開発指導、市民活動をまとめて取り扱うタイプのものに変わりつつある。

「コンサルタント業務の展開

「誘導（ガイドライン型）まちづくり」と「事業まちづくり」へと展開。

再開発事業や共同化事業、土地区画整理事業など市街地での開発事業を伴うまちづくりを得意とする「事業まちづくり」も重要な専門分野になりつつある。複雑化・細分化する各種事業制度への理解と適応力を武器に、特殊技能者として発展してゆく。

この時期、誘導型まちづくり派は地区計画策定の業務などを行っている。（アドボカシー・プランニングなどの拡充）

市街地再開発事業のビジネスモデル定着

再開発コーディネーター（資格・認証制度）

報酬規程、料率の確立（コンサルタント報酬規程、標準日額など）

設計事務所からデベロッパーまで多様な専門家が発生、「まちづくり」「都市開発」の混在住宅・商業・ホテル・病院・ホールなどニッチな分野のコンサルタントも生まれる。

空間づくりを志向しない「まちづくり」の派生

中心市街地活性化計画など通産省系のまちづくり（商業振興、中心市街地振興） 伝統的建築物や町並みなど文化庁系のまちづくりも発生する。

「まちづくり」が言葉として定着。市民権を得る。

「まちづくり」の多様化、役割の拡充

阪神淡路大震災(1995)による必要性・実効性の証明

京都景観・まちづくりセンター（1997）など各地に「まちづくりセンター」創設

2000年代 - 「まちづくり」の拡大。

2000年代になると、阪神大震災における経験を経て、日常的な地域コミュニティの結束や市民や企業と行政とのパートナーシップの必要性が強く認識され、コンサルタントやプランナーの業務以外の場面でも多様な「まちづくり」への取組が進んできた。「まちづくり」は専門用語ではなく、一般の言葉として、新たな意味を持ち出している。

新たなまちづくり分野の展開（あるいは、「まちづくり」に対する勝手解釈の拡大がすすみ）

- ・ 商業まちづくり（活性化）・景観まちづくり、・観光まちづくり
- ・ 防災まちづくり、・福祉のまちづくり、・イベントによる活性化。など

1990年代、2000年代にJUDIメンバーが関わった仕事の一例を整理すると次のようになる。公共事業や市街地開発事業を基幹にした事業まちづくりの時代、あるいは広域計画・長期計画などマスタープランづくりの時代から、もっと多様でソフトな仕組みを必要とする時代への転換期にふさわしい、多様な整理の方向がありうると思われる。(下記の整理は暫定的でかつ断片的な事例整理にすぎないので、提案いただいた方の反論やご意見も頂きたいところである)

JUDIメンバーがこれまで関わった分野とその例

(1)活動の「場」と「関係」をつくる。 - 活動を通じて空間化する

「まちづくり大津百町館」の開設による町家の保全とまちなかの活性化

船場都心居住プロジェクト

空堀地区:路地を活かした街なみづくり

歴史的建造物の保存再生と身の丈再開発-近江町市場館

「そうぞのさと」の農村景観づくり

貝塚市「そぶら 貝塚 ほの字の里」及び菫原町会館業務

(2)まち育ての仕組みや基礎を作る - ソフトな仕掛け、システム構築

「成長する都市マスタープラン」の試み-伊勢市都市マスタープランの連続策定プロジェクト

生野町まちづくり基本条例

琵琶湖・淀川流域連携交流

大阪市大梅田地区におけるエリアマネジメントシステム実現のための研究会活動

(3)市民・企業や組織の活動をサポートする。

鹿背山の里山再生ワークショップ

「ひとにやさしい駅へ-市民グループからの提案-」の活動支援

堺市中区域まちづくり考房

マンション居住者との旧住民による交流と地域のルールづくり

歓楽街のまちづくり ~ 低俗化からの脱出 宗右衛門町 ~

大津市市民活動センターの開設と運営

(4)モデルを作り発信・提案する (encouragement) - 先導性、波及効果

東大阪市「住工共生のまちづくり」への調査研究、提言支援活動(2008年~2009年)

「大阪のひきだし-都市再生フィールドノート-」の企画・執筆・出版

ステイクホルダーの自覚、拡大

関係者自ら計画やその実現への関与が一般化してきており、公共主導から権利者、企業など当事者参加と協働は言うに及ばず、もっと幅広い意味で関係者である「市民」として、まちづくりに関わってくることも珍しくなくなりつつある。

そのような中で JUDI メンバーも専門家であるとは言え、職業以外の立場での参加も発生しているのが実態である。

2 まちづくり活動と企業内専門家の役割と展望

ゼネコンや大手設計事務所、デベロッパーの社内には、まちづくりに関する専門知識を持った人たち数多く在籍している。しかし、市街地再開発事業のコーディネーターなど一部の事業推進を除き、こうした企業内専門家がまちづくりの現場で活躍することは稀である。

まちづくり分野は効率の良い仕事にならない。すなわち儲けにならないことがその大きな理由であろう。

しかし一方で、ゼネコンや大手設計事務所、デベロッパーはいずれも経営の危機に直面している。総人口の減少、GDP の伸びの鈍化、生産拠点の海外移転など、公共投資だけでなく民間投資においても、国内の新築着工のマーケットは今後も明らかに縮小していく。一方、既存ストックを活用するリニューアルマーケット、公共インフラや民間不動産などのファシリティマネジメントのマーケットなどは拡大していくと考えられが、いずれにしても、今後、建設事業だけでは企業活動を存続していくことが難しい時代となっている。

こうした時代環境の変化の中で、今後、まちづくり分野が広く仕事として取り組み可能になるといような変質が起こることはあるのだろうか。

(1) ゼネコンにおけるまちづくり活動

まちづくり活動を都市開発事業にまで広義に捉えれば、企業活動としてのまちづくりへの参画の歴史は古い。大阪では大阪ビジネスパーク（OBP）や中之島西部地区の開発において、民間企業が主導したまちづくりを行っており、現在もOBP開発協議会や中之島まちみらい協議会で活動が継続している。これらは、将来の大規模開発での工事受注をねらうものであるが、良好な都市環境の創造も大きな目的となっている。

また、御堂筋まちづくりネットワークやミナミまち育てネットワークなどへの取り組みは、直接的な工事受注を目的にしたものではない。地域の活性化、ブランド力の創造等をはかることが最大の目的であり、その付加的な要素として、間接的に将来の建設需要を創りだそうというものである。関西経済連合会などの財界活動を通じたまちづくり分野での政策提言等の支援も同様である。

とはいえ、ゼネコンにおけるまちづくり活動は、基本的には営業活動の延長にある。「まちづくり」の先には何らかの「建設事業」を見据えることが基本であり、企業的には川上情報段階での営業との認識である。そのため、活動の先に建設事業が見据えることのできないまちづくりには基本的には参画しようとはしない。さらには、近年は川上での営業活動が意味をなさなくなりつつもある。その将来に見据えた建設事業は、結局コスト勝負であり、良い街にしていこうとしてきた経緯が評

働かれない場合が多い。こうなると川上の活動にも適正なフィーを求める必要があるが、支払者はどこにも存在しないのが現状である。経営の効率化を考える企業としては、さらに取り組みを控える傾向にならざるを得ない。

(2) 個人的な意識に支えられたまちづくり活動への参画

このような状況から、結果的に企業内専門家のまちづくり活動への参画は、個人レベルのものにならざるを得ないし、これからも細々と続いていくだろう。

こうした企業内専門家の意識は、専門能力を活かしたボランティア活動(プロボノ活動)を通じて、専門家であるにも関わらず仕事では達成できない理想への自己実現、自己満足が基本となっている。しかし一方で、人脈づくりや情報収集という営業的な側面もあるし、将来の独立を見据えた準備活動の場合もあるだろう。

専門家であるが故に「ボランティアだから」という単純な割り切りは難しく、とはいえ、仮にまちづくりが儲かる仕事になり、仕事として関わられるようになれば、個人的な活動はする必要がなくなるというものでもなく、なかなか複雑ではないだろうか。

(3) 今後の変質の可能性

都市には今も問題が山積みであり、まだまだやるべきことは多い。しかし、企業にとって「まちづくり分野」は、残念ながら将来の有望マーケットとはなっていない。将来の「事業」がなくとも、まちづくりが仕事になる仕組みが生み出されることがなければ、今の状況はなかなか変質しないだろう。

悲観的な将来シナリオとしては、「民間企業の国内新築工場の減少が下げ止まらず、建築・まちづくり関連会社の倒産が相次ぐ中で、自治体の財政はさらに悪化を続け、まちづくり関連の予算の優先度は低いまま推移する。高齢化した住民には自ら活動する活力を失ってしまい、中心市街地の衰退はもはや再生不可能なレベルに達し、企業内専門家もボランティア的にまちづくりを行う余裕を失うとともに、ボランティア的な活動では手に負えない状況となる。」ということが考えられる。

一方、楽観的な将来シナリオとしては、「税法上難しいと言われているBID制度が日本でも実現し、まちづくりの恒久的な財源が確保されることで、まちづくり活動が中長期的スパンでのフォービジネスとして成立する。」というようになれば、大きく状況が変化するだろう。

企業組織は、多様化する顧客ニーズへの対応、新しい成長分野への対応(例えば、低炭素型まちづくりの技術、ヒートアイランドの対策技術等)など、その組織力を活かし高い技術開発を推進する能力を持っている。まちづくり分野においても、まちづくりの資金調達などファイナンスの構築、IT技術を活かしたプロモーション、交流人口の拡大の方策など、新しいまちづくりのスキームを組成し、コーディネートし、最適化することができる人材・ノウハウを有している。企業内の専門家のこうした能力を最大限に活かすことができれば、大きな効果を生み出すことも期待されるだろう。また、建設からプロモーション、オペレーションへの事業領域の拡大を模索する中で、大きな企業には難しいだろうが、建設会社や設計事務所が地域に根ざした企業として、「まちの町医者」となり、エリア内の建物のメンテナンス、運営管理などエリア全体を包括的に請け負う～施設単体の

ファシリティマネジメントからタウンマネジメントへと展開する～というようなビジネスが可能になるかもしれない。

プロボノとは

「知識労働者が自分の職能と時間を提供して社会貢献を行うこと」を意味する。(中略)プロボノは「pro bono publico」を略した英単語。ラテン語を語源とする形容詞だ。直訳では「公益のために」(for the public good)程度の意味になる。一方、実際の意味は「公益のために無償で仕事を行う」ことを指す。

ボランティアとプロボノとの違いは、従事者の職能を生かすかどうかにある。まず狭義のボランティアは、従事者の能力を問わず「時間」(単純労力)のみを提供する。一方プロボノは、その人が自分の職業を通じて身につけた「職能」を提供する。例えばプログラマーならシステム開発能力を、建築家なら建物の設計能力を提供するわけだ。(中略)近年、プロボノ活動に従事する人の職業が、弁護士以外にも広がっている。

日経 BP ネット：キャリアワカ - 時代を読む新語辞典 (2010/02/19) 「プロボノ - 職能を生かす新ボランティア」より引用

3 市民や企業とのコラボレーション

地域でまちづくり活動を続けていく上で、プロフェッショナルな専門家の関わりと併せて、「民(企業)の力」「個(NPO)の力」「地域の力」の3つ力が必要であり、企業あるいは企業に属する個人ボランティアも重要な担い手である。このようなボランタリーな関与について、その可能性を述べる。

(1)都市の魅力創生と企業とのかかわり

企業にとって都市の「開発」や「建設」という行為はなじみのあるものであり、企業としてのビジネスモデルが完成している。つまり、これまでの実績・経験があり、社会としてまた企業としてそれを進めるしくみがあり、効果の予測が可能であり、企業としての経営判断が明確であると言える。そして、過去の開発プロジェクトの積み重ねによって、現在の都市の魅力が形成されたとも言える。したがって、今後も新規開発、都市への新たな機能の付与を継続していく必要があると考える。しかし、「成熟の時代」となった今、高齢化や人口減少により投資余力は確実に低下し、「開発」から「整備」「ストック重視」へとシフトしており、また環境への負荷を低減することが喫急の課題ともなっている。そのような社会環境の変化によって企業への要請も変化してきている。

そのような状況下、建設、不動産、商業、住宅などの都市ビジネスに関わる企業としては、都市のストック活用や都市の活性化・魅力創生について、ビジネスモデルを具体化していくことが求められる。また、都市ビジネスへの関わりを超えて企業全般にCSRの重要性が高まって中、顧客や株主だけでなく「社会」への貢献度を高めていく必要がある。その方策は多方面に考えられるが、その一つとして「企業が立地する都市への貢献」つまり「企業の一市民的な都市へのかかわり」が重要になってくるのではないだろうか。しかしリスクが見えない中で新しいフィールドに進出していくことについては、企業としての意思決定には困難を伴う。よってできるところから手探りでスタートし、徐々に拡大し、他の企業や行政、市民、NPOなどとつながり、周辺へ波及させ、大きな動きに育てていくという息の長い活動が必要と思われる。

(2)企業内個人によるボランタリーな活動

企業として効果とリスクが見えず全面的な関与が難しい中、まずは個人レベルでの活動について

考え、企業として関わっていく可能性について述べる。個人レベルのボランティアな活動において重要なのはいかに活動の継続性を確保するかということである。アフターファイブと休日の時間を使ってのまちづくり活動は、使える時間も限られ、いつか活動が停止してしまうのではないかという不安もある。そんな中、最近よく聞くのは、「ボランティアな活動には限界があり、継続させるためには『ビジネスとして成立する活動』にしていかなければならない」という意見である。また継続した活動とするためには『組織体制の強化』が必要という考えもある。しっかりした組織にし、活動資金を確保し、法人格を取得したりというものである。それらの考え方に沿って成功事例を作るべくチャレンジすることは有意義であると思う。しかし、ボランティアな活動をビジネス化したり組織化する段階で別のもに变质してしまわないだろうか。活動をスタートしたときの目的が維持できるのだろうか。ボランティアな精神こそ、活動の源泉ではないのだろうか。ボランティアな力に頼っており、ビジネスとして成立はしていないし組織も脆弱かもしれないが、持続可能であるというしくみがあるのではないだろうか。

時代や環境と共に関与する人や組織形態が変わろうとも、その活動に意味と目的がある限り、なんらかのかたちで継続することに意味がある。ボランティアな活動の場合、自らの組織や活動はいずれ終わりを迎えるかもしれないが、その活動がきっかけとなって新しい活動が生まれ、増殖していくことによって、同じ志をもった活動が継続するという考え方である。それを正とした場合、実現のためには何が必要か。

他者と連携していく意識と行動

まず必要なのは他者と連携するという活動である。連携し、影響を与え合い、賛同者を増やし、新しい活動を誘発する働きかけこそが重要である。ひとつの活動は有期限のボランティアな志に頼った小さなものである。その活動の中に他者と連携するという視点を少し入れ、それを続けることによってどこかで新しいまちづくりの芽が出て育っていき、二つ三つと増えていく。

連携を促進するしくみ

そのようなボランティアな活動を支えるしくみとして、まちづくり活動の情報交流の場である「プラットフォーム」が有効であろう。また公的機関による助成などの支援や企業のCSR活動による資金や人材の提供も効果的であるケースもあるだろう。

評価のものさし

連携によって生まれたまちづくりの「活動群」をひとつのまちづくり活動と見なし、活動を誘発し増殖していくこと、それらの総体としてまちづくり活動が継続していくことを評価していく判断基準（ものさし）が確立されることが望まれる。

(3) 企業による活動への関わり

以上のボランティアな活動に対して、企業として関わっていく可能性について考察する。

まずは、それらの活動の目的や活動主体の姿勢は多様であり、人や組織によってはノンプロフィットやボランティアであることにより強い意味があり、あえて企業としての利益や組織目標を上げないことが有利に働く場合もあるということを考慮する必要がある。また、活動主体が企業からの活動資金やマンパワーの提供を受け入れるケースであっても、企業として活動の目的を共有した上

で参画することがポイントであろう。そういったまちづくり活動の目的・意義といったレベルでは、人や企業によって異なる参加意志があるということに参加者が相互に理解し、その共有化が重要であると考えられる。

近年、地域活動やまちづくりの場面で、“新たな公”の重要性が叫ばれている。市民や企業が“新たな公”となるためには、相互に信頼し、地域づくりに自発的に協力する必要がある、その課題を解決に導くものとして、「ソーシャル・キャピタル」という概念に注目したい。ソーシャル・キャピタルとは、地域あるいはコミュニティにおいて、相互信頼に基づく協調的行動を是とする文化的土壌ともいうべきもので、このような地域社会における相互に信頼できる関係づくりの必要性が社会的に認知されることによって、まちづくりに対する企業としての関与の意志決定が容易なものとなり、まちづくり主体側にとっても、外部の市民や企業の支援を受け入れやすさにつながっていく。

また、環境、貧困、都市問題など様々な社会的課題に向き合い、ビジネスを通じて解決していくとする活動である「ソーシャルビジネス」というものも注目されつつある。

以上のように、企業がまちづくりに参画するための土壌が整備されつつあり、企業・まちづくり主体双方にとって望ましいことと思われる。それらの活動に注目していきたい。

ソーシャル・キャピタル

ソーシャル・キャピタルという概念については依然様々な議論が行われており、その明確な定義に関しては、一般的な合意が存在しているというわけではない。ソーシャル・キャピタルという概念を社会科学全般、更には広く一般に普及させ、大きな影響を与えているパットナムの考え方では、1993年の著書Making Democracy Workにおいて、「人々の協調行動を活発にすることによって社会の効率性を高めることのできる、「信頼」「規範」「ネットワーク」といった社会組織の特徴」として

4 新しいビジネスモデルと専門家の役割について

従来のように設計者、計画者、コンサルタントとして職業的に関わる（費用を頂いて関わる）場合のみならず、同じ人物が専門技術を持ちつつ社会貢献として関わるプロボノや、あるいは専門家と言えずとも企業内で培ったスキルの応用としてボランティアで関わる場合など、関与する人や組織、あるいは関わり方も多様化してきたことをこれまで述べた。

これが過渡的な状況なのか、恒常的な状況なのか、あるいは肯定的にとらえるべきかについて、以下にその課題と論点を整理する。

新しいかたちでの関わり方についての評価

まちづくりは専門家が不十分な費用でサービスしてやっているのか、一市民としてのコミュニティビジネスにすぎないのか？このままでは職能はなくなるのか？という疑問がある。

社会的なニーズはある、でも仕事になっていない。世の中にあったらいいけど、経済行為に置き換えられていない。社会起業の段階にすぎない。いわば「仕事未満」の行為をどう評価するか。

また、ボランティアな活動者が多い中で、プロは何をすべきか？プロらしい仕事をやっているのか？費用がないからって、自分に甘くなってないか？という問いかけにも十分に答える必要がある。

勝手連の良いところ

「これが面白い」とか「ここは良いところや」と思えば、頼まれなくても押しかけていって、地元の人に無理に発見させ、提案をすることが出来る。これこそボランティアの長所、社会貢献でき

るところである。自己実現や自己満足の部分もあるのでコスト意識がない。一方、所得の多寡にかかわらず、面白かったらプロでも参加する場合もありうる。

プロはビジネスへの先行投資

プロの関わり方として、無償やロープライスで関与することもあるが、もしかすると気持ちのどこかで「将来は仕事になり、ニッチであってもその分野のスターになることもある。面白いから無料でもやる、でも、どこかで本業になったらうれしいなあ。」という気分がある。これは将来への先行投資であって、心のどこかでビジネス化するつもりがある。

プロの矜持はどこに

企業人は企業や個人の社会貢献も初動期のモデルケースを作るという大きな役割があるし、社会貢献の姿を見せる場面でもある。ただ、条件の悪い場所、絶望的な状況でもまちづくり活動ができるかどうか、そこはボランティアの限界である。何時でも引き上げられる気楽な部分でもあり、プロは譲れない部分。(逆にギャラがない時や面白くない場合でも、頑張れるだろうか?)

呉越同舟

初動期のまちづくりにはプロとして関与する人、別に報酬があってもその局面で費用が出なくてもよい人との両者が混在している。たまたま、その場所では混在したまま進むかも知れないが、場所が変わればプロとして関わる場面も出るし、応分の報酬が出るなら、プロボノやボランティアでは鼻も引っかけない事象や場所も頼まれれば、プロは出勤せざるを得ない。ボランティアは何時でも自分の巣に帰れるし、休暇利用やアフター5 だけではいずれ活動の限界がある。したがってプロ、プロボノ、ボランティアは共存しうる。

無名なところ、関心のない場所では勝手連はしない。結局は社会貢献という自己満足、将来への研究開発、もしかして有名になったりして、とか隠れた目的がある。成功すればアピール効果、あるいはモデルとしての発信効果がある。

空間の力、実体化する力

関わる形態はプロボノであっても、仕事はプロであることを要求されるので、空間化し事業を実態化する時は専門家の実力が必要。ボランティア=アマチュアではない。それぞれの局面では費用が出たり出なかったりしても、結局は設計、デザイン、事業化など必要な技術とそれへの費用は必要となってくる。

新しい担い手像

○公共サービスの民間化(専門性、高度化)

↓ 公共事業や役所の仕事が減る。PPPへ転換

○必要性を広め、多様なスポンサーが必要

↓ 民間事業者と連携。自らもNPO化。

○新しい「まちづくりニーズ」の顕在化
(勝手連まちづくりの必要性)

↓ 面白そうなので、金無しでもやってみる。

○当面の担い手像

1. プロボノ

2. 先行投資型

社会貢献を個人レベルで

必要性を認識させてビジネスに

○今後、どのようにビジネスモデルを作るか?