

第10回U I Iまちづくりフォーラム
「ソーシャルデザインをまちづくりに活かす」

主催:公益財団法人都市活力研究所

後援:大阪市 市民局

一般社団法人リパブルシティニシアティブ

日 時:2019年3月28日(木) 15:00~18:00

会 場:C I V I北梅田研修センター

(大阪市北区芝田2丁目7番18号 オーエックス梅田ビル新館5F)

登壇者:青空株式会社 代表取締役 清水 征行 氏

NPO 法人 Co.to.hana コミュニティデザイナー 丸毛 幸太郎 氏

同志社大学 政策学部 教授 服部 篤子 氏

コーディネーター:大阪ガス株式会社エネルギー・文化研究所 特任研究員 弘本 由香里 氏

講演1「クリエイターが社会に対してできること」

清水氏:デザインというのは時代とともに求められる要素が変わっていくものです。60年代と2000年代とでは同じデザインでも必要とされることや見ている風景が変わってしまいます。そういうことを経て、いまデザインというものがやっと世の中の共通分母みたいなかたちになるほど、成熟して広まっているのかという気がしています。形がある、ないにかかわらず、デザインは理解することとか、気づきを与えたりとか、心地よさをつくったりとか、喜びということに寄与する行為だったりもするわけです。それは、社会に生きる一人ひとりのために、物事はもちろんつながりや仕組みづくりにまでデザインの力が活用され、目の前にある課題を解決するということはもちろん、ある意味、従来の価値そのものの自体を問うことによりイノベーションにも役立つものになるでしょう。これから向かうべき道筋を考えて、それぞれの幸せの選択肢を提示し続けるということが、ある意味、これからのデザインの向かうべきところなのではないかというふうに考えます。

プロジェクトを通して自分の考えていることをお伝えできればと思います。ブランドをデザインする。グランフロント大阪のナレッジキャピタルというエリアの開発に、開業前の2年と開業後1年ほど関わっていました。グラフィックも専門でやっていますので、みなさんも見たことがあるようなグラフィックを制作しました。また、なぜこのナレッジキャピタルという“まち”にみなさんが集まるのかという理由を考えて、コアバリューという基準も制定しました。ここでは「おもしろい」という1つの価値観を提示し、背景がそれぞれ違う人たちが共通に目指せる何かをつくったということです。また、アワードづくりに携わったり、こたつ会議や、超学校というアクティビティーづくりもお手伝いをしました。

次に、体験をデザインです。2010年に奈良県でAPECが開催され、20カ国くらいの観光

大臣が奈良に集まったのです。そこで、来場者にどうやって奈良というものを伝えていこうかというお題をいただきました。奈良県には奈良先端科学技術大学院大学があり、高度な技術や人材を持っているということを世界の大臣にアピールしたかったのです。大仏や鹿がいる歴史的都市だけではない奈良のことをどうやって伝えようかというところから、このプロジェクトが始まったのです。

これは奈良県の作家の方が作られた燈火器と言われるものです。ぼくがプロジェクトに入ったときに、これをお土産で大臣の人たちに持って帰ってもらうということだけが決まっていました。それは燈火器の中にあるロウソクに火を灯すと、壁に桜の模様が映るという作品で、これを大臣の方々が持って帰るわけだから、それを生かせないかということで、これを1つのセンサーとして使おうと考えました。簡単に言えば、このセンサーに大臣の人たちが息を吹きかけたら、その人たちの息の強さとか速さによって、むこうの公園の奥に浮かんでいる飛行船に映る桜の模様が変化するというようなインスタレーションをしようと思ったのです。

奈良でこのような体験をした後、このお土産を持って自分の国に帰るわけです。すると、たぶん1度くらいは、せっかくもらったお土産なので、火を灯して、自分の部屋の中にこういう風景を再現してくれるのではないか。そうしたときに初めて、奈良で今までやってことがないような、息を吹きかけたら遠くのサクラの花びらが舞うような、おもしろい体験をしたな、という記憶が蘇ることで、奈良を再び思い出してくれるはずだと思ったのです。そのときに初めて、歴史都市であるとか、先端技術を持っているのだということが、ちゃんと伝わるのではないか、というデザインです。

気持ちをデザインする。これは東北グランマのクリスマスオーナメントというプロジェクトで、震災直後に始めたものです。震災でお母さん達の仕事やコミュニティがなくなった。そこで何かできないかと考えて、「クリスマスのオーナメントが復興商品にならないか」ということで、そのプロジェクトのメンバーの方々にオーガニックコットンを使う製品を作っている社長さんがいらして、その端切れを提供していただいて、みなさんでオーナメントを作ってみようというところから始めたプロジェクトです。当然お母さんたちははじめての手仕事なので、商品としてきれいにつくることができず頭を抱えていました。しかし、何か支えになりたいと思っている人は日本全国にたくさんいる。この商品はそんな人たちの気持ちを交換するものだと考え直すと、ひと目ひと目お母さんたちが気持ちをこめてつくる不格好なものほど、その向こう側にいるお母さんたちの気持ちが見えてきたのです。このときはまだ復興商品があまり数がなくて、しかもクリスマスに関わるものはほとんどなかったもので、全国のデパートもすごく協力してくださったり、海外の学校も協力してくれたりしました。このプロジェクトの目的は、漁業がちゃんと戻るまでいかにぼくたちに何ができるのかということを目的にやっていましたが、いまはお母さん達の手仕事というかたちで持続しています。

わたしのマチオモイ帖を紹介します。これは日本全国のクリエイターが自分にとって大

切なまちを自分の視点で紹介する活動です。これがなぜ生まれたかという、2011年に友だちのコピーライターさんが、自分の生まれ故郷の因島の重井町というまちをテーマにした「しげい帖」という冊子を、故郷に恩返しできればという思いでつくられました。たまたま時を同じくして、ぼくがソーシャル・プロポーズ展という展覧会を大阪で企画をしていました。その展覧会に参加するグループの中に、さきほどのコピーライターの方がいらしたのです。そのときに初めて、先程の「しげい帖」という1冊の冊子を見せてもらったときに、これをみんなで作ったらおもしろくなるのではないかと企画したのがマチオモイ帖というものです。この展覧会は、今福祉や環境、食といったいろんな社会課題がある中で、それをデザイナーの人たちがどう解決のための提案をするのかという展覧会なのですが、そこで、地方の課題としてマチオモイ帖というのが初めて生まれたのです。この時友人、知人に声をかけて34組のマチオモイ帖が集まりました。そして翌年にミッドタウン・デザインハブという、デザイン系には発信力のある場でやったときには10倍の343点が全国から集まってきたのです。また2017年には、全国の人たちが行き交う東京駅の隣にあるKITTEのアトリウムのスペースで、全作品を並べてみようというのをやりました。今は1620点のわたしのマチオモイ帖が集まっています。

わたしのマチオモイ帖は、まちの情報が載っているというよりも、体験や心に残っているものを再構築された作者それぞれの心にある、その人だけのマチの表現です。もし自分のマチオモイ帖をつくる時には、まちの中から自分を探すというよりも、自分の大切な思い出や体験を探してまちにたどり着く、そのときに初めて自分のまちが見えてくるのではないかな。そういう意味では、まず自分自身を知ること。だからまず一度自分を知ってみて、人を知って、それからまちを知る。そうなったとき初めてまちが、自分のまちに変わっていくのではないかなという気がします。なので自分の思いに向き合って立ち上がってきたまちというのは、どこにもないあなただけ、私だけのまちになるはずですよ。

ソーシャルデザインをまちづくりに生かしていくということは、マチオモイ帖をやってきたぼくの視点から見たときには、たとえばいい畑からいい作物ができるのと同じように、自分のマチに対するオモイを耕すことが、結果としてよいまちづくりにつながっていくのではないかな、というような気がしています。

講演2「コミュニティデザインの現場感」

丸毛氏：NPO法人Co.to.hanaは、デザインで社会を変えようということをミッションに活動している団体です。デザインの事業も行っていますが、プロジェクトのほうのお話をさせていただきます。1つめは北加賀屋みんなのうえんという事業です。都市で暮らす人がともに育ちあう社会を目指していて、思いのある人がそれを実現していくところを応援している事業です。北加賀屋駅徒歩3分くらいの場所に、まわりに家があって真ん中が空き地という場所に農園をつくっています。もともとここは宅地で農地ではありません。その上に50cmくらい土を盛って、いま農園として使っているというところですよ。課題設定としては、

都市部に遊休地と呼ばれる空き地、空き家がたくさんあるということがそもそも問題で、放っておくと駐車場になっていきます。そうなるとその地域の魅力がぐんぐん下がっていきます。また産業が衰退してコミュニティもなくなっていくという問題があります。借りたい人を募って、個人に貸すこともしますがチームコースの場合は3つくらいの畑を初対面の人による8人くらいのチームをつくってもらい、何を植えるかからサポートしています。そしていろんなイベントを自主的にやっています。地域のなかに動的に使えるところを増やしていったら、例えば犯罪率が下がるというようなことにつながったらいいいのではないかと考えてやっている事業です。

いまぼくがメインで関わっているのがツムグバという事業です。一言でいえばレンタルスペースみたいに見える場所なのですが、すべての大人が子どもの味方になれる場所を目指して活動しています。子育て支援というものは1つの団体ではなく他の団体と連携して解決していくことを考えていく必要があるのですが、そういうことを支援するいわゆるプラットフォームという機構というのはなかなかないのです。そこでぼくらはまず地域のローカルなエリアでNPOと行政が一緒になって、どうすればプラットフォームができるかということで始めた事業です。

3つめが、ひとしごと館という事業になります。大阪市の浪速区でやっている事業で、そもそもは浪速区からの委託事業で始まった事業です。いまはうちが自主運営をしている事業になっています。ビジョンとしては、地域住民が活きる社会をつくることです。「活躍できる社会」といったほうがわかりやすいかもしれませんが、コンセプトですが、この背景にあるのがいわゆるライフイベントですね。定年退職とか、出産や結婚で引っ越してきたとか、そもそも自分のスキルや経験はあるのだけれども、地域とのつながりがなくて、それを活かす場所が全然ない。そこで自分の好きなことをしながら地域の困り事を解決できるような、マッチングサービスの運営をひとしごと館でやっています。そういう活動のことを「ひとしごと」「ちょっとひとしごと」「だれかのためのしごと」ということで、「ひとしごと」と呼んで運営している事業です。

主に3つの事業があります。助け合い、小商い、仲間づくりの活動を軸にいまはやっています。助け合いというのは、活動会員さんという特技と地域住民の困りごとをマッチングしています。小商いというのは、自分の得意なことについてもう少し専門性を高めて、収入が得られるようにレベルアップしていく講座をやっています。たとえば包丁研ぎの事業をやっています。もともと、みなさん包丁研ぎのプロではないのですが、包丁研ぎを学んで、1日5本とか10本とか依頼を受けて研ぐというような活動をしたり、女性であればアロマハンドケアと言って、マッサージしてあげたりしています。仲間づくりの方の活動で一番人気が高いのが麻雀です。すこやか麻雀と言って、元雀荘のママが教えてくれる麻雀教室で、初めての方でもできます。もちろんお金はかけないのですが、かなり頭を使うということで、健康のためにも楽しんでやられる方が多いという活動です。

なぜひとしごと館がいま必要なのかということですが、社会保障費の増加というのもある

りますが、仕事の選択肢がそもそも少ないということです。定年退職後の男性の方に一番多いのは、本当に行くところがなくて、人と話さなくなると認知症などになっていく。最近「生きがい」という概念が海外にまで広がっています。好きなこと、得意なこと、社会のためになること、そしてお金になること、それらがそろって生きがいになるのではないかと考える方で、生きがいをどんどん増やしていきましょうということを応援している活動です。

次はまさに立ち上げ段階のプロジェクトで、再来週にオープンするのですが、チャリティショップをつくるプロジェクトの伴走支援をしています。チャリティショップとは、一言でいうと「○○のためのチャリティショップ」という、冠がつくのがチャリティショップといいます。どういうことかという、目的や課題があって、それを解決する手段としてチャリティショップがあるということです。

ここでは車いすに乗っておられる方とか、障害のある方のためのチャリティショップをいまいくろうとしています。それは車いすの人でも働けるチャリティショップですし、車いすの方でもボランティアができるというチャリティショップです。もうひとつは日本ではいま洋服の 8 割が燃やされているという現状があって、その洋服をどうすればリサイクルできるようになるのかをテーマにしています。最後に、チャリティとは寄付という意味なのですが、日本にはそもそも寄付という文化がものすごく少ないというのが課題です。そこでぼくらがつくろうとしているチャリティショップも、チャリティショップを前面に押すのではなくて、パッと見はきれいな洋服屋さんですが、入ってみたらチャリティショップというのをいまいくっているところなんです。

ぼくはそもそもコミュニティデザインというのは「人と人とのつながりによる課題解決」だと思っているのですが、もう少し詳しくいうと、「人と人とのつながりをつくることで、困り事から社会課題までを楽しく、正しく解決するアプローチ」というのが、ぼくらのコミュニティデザインの定義だと認識しています。

もう少し分解すると、人と人との新しいつながりをつくるための方法が、一番目に見える形としてワークショップがあるのですが、その前に地味なヒアリングとリサーチの作業があって、そこからやっとワークショップになり、それからチームの活動があって、オープンというような目に見えるところになってきます。そのつながりを誰と作るかなんですが、地域の困り事から社会の課題までというのが対象者とエリアみたいなものがたぶんあって、ソーシャルデザインと呼ばれる分野でも、「日本の」という人もいれば、「何とか町の」みたいにエリアと対象者を限定するところがたぶん活動のひとつのポイントかと思っています。またすべての課題を一度に扱うことはできないので、課題を絞ったうえで活動を進める。かつ、その過程が楽しくて、正しくなかったらよくないということです。

課題というのは複雑ですから、完璧な解を見つけて解決していくことより、そこに関わる人たち、さきほどの対象とエリアの人たちが納得できる解をつくりながら、目の前の課題を解決していく必要があります。誰か偉い人が 1 人で解決策を出すのではなくて、みんなで話して考えていくということがすごく重要になります。

コミュニティデザイナーは何をする人なのか。日頃、いろんな役割を使い分けながら、活動をしています。最初のほうはディレクションのイメージが強いです。いざ活動が始まりだすと、いわゆるファシリテーターとして、いろんな人をつなげながらチームをつくったりしていく。それがうまく回りはじめたら、コーディネーター的に地域と関わっていく。最終的には自分たちの役割が減って、メンバーが主体的に活動をやっていくための流れをデザインしているということです。

講演3「ソーシャル・イノベーション研究の視点」

服部氏：ソーシャル・イノベーションはどういう分野で必要なのでしょう。国際的な研究結果を訳してみると、過度に都市化が進んでくる。それによって何が起きているのか。反面、過疎が起きている、コミュニティが崩壊している。あるいは拡大している格差など、それらを克服するキーワードとしてソーシャル・イノベーションという研究が、いま国内外で興っているということで、本日、私は「ソーシャル・イノベーションの視点」というお話をしようと思ってまいりました。

たとえば昨日、ジビエを食べました。日本国中、獣害の問題があります。そういったものをいただく場合は、衛生上適切に加工しなければいけません。問題は、その施設が日本各地には少ないのです。「ではつくればいいじゃないですか」というのは確かに問題解決です。ソーシャル・イノベーションは、なぜそれが起きたのか、それを根本的に考えましようというアプローチです。なぜこうなったのか。ではどうしたらいいのか。例えば、飼育した食肉を食べずに、山の自然の恵みをいただきましようかと促進することも考えられます。それはライフスタイルを変えるということになります。そういう「そもそも論」を考え直す。それによって制度、文化、社会の在り方、このあたりまで考え直し、新たな文化や価値をつくっていかうというのがソーシャル・イノベーションの文脈であります。

それは簡単ではないですね。大手企業であれば、巨額の広告費を投じて、新しい商品を使ってもらうためにライフスタイルを変えましようよということが出来るかもしれません。それをソーシャル、社会問題の解決の視点からできるか、できないかという話になってくるのではないかと思います。ソーシャル・イノベーション研究は、項目が1から5までありますね。社会の問題を解決するのにどんな制度設計をすればいいのか。あるいは、変えるということは、人の気持ちとか行動が変わっているはず。働き方改革も入ってきます。問題解決のために組織を変えていく必要があるからです。そして、協働による問題解決の仕方といったもの、市民運動、市民活動も含まれるということで、非常に幅広いものになってきます。

ここで注目したい1つの課題は何かというと、普及と社会インパクトです。こうやればいいというアイデアは湧いてきます。ドラッカーの言葉にもあります。「アイデアは心配ない。それをどういうふうに、成果をもたらす実行力を持てるのか」と。行動することも少なからずできるでしょうけれども、ちゃんと成果を出せるのかどうかの問題だとおっし

やっていたわけです。さらに、この社会へのインパクト、社会をどう変えるのかで重要なのはどのスパンで見るかなのです。1つのビルが建ちました。そのときは素晴らしい。10年、20年たったあと、どうなっているのか。どういう影響を与えているのか、どうありたいのか、といった議論をすること。これがソーシャル・イノベーション研究になりますので、本日まちづくりの方たちとソーシャルデザインに関心を持った方たちがお集まりだと思うのですが、このような研究もあるのだというふうに思っていただけだと思います。

普及のなかで最も大事なプロセスが、どうやって共通認識を持てるのかでしょう。まちづくりの過程である共通認識を持ちたいとすると、どうやってしますか？説明会、ワークショップ、みなさんの意見を聞きましたので、最後のディシジョンは私がしますとなったら、これは共通認識といえるでしょうか。そのプロセスは、こういう巻貝のように何度も行き来しなければならないということ、イノベーションで著名なイギリスの機関の冊子から引用させていただきました。ここで言っている結論は何かというと、「変化は小さなイノベーションの積み上げの結果起きる」ということです。イノベーションは結果として大きくライフスタイルを変えていくことになりますが、それは小さな積み重ねです。そのためには巻貝のように行き来して変化していくことをしめています。

イノベーションの話をするときに、大きく3つの段階に分けます。1つは私たちがよく使う「改善」です。つまり、ニーズがわかっているの、それに合わせるように変えていく。これが持続的イノベーションというふうに訳されるものになります。これは一般に企業が非常に得意とするところではないかと思います。そして、制度的なイノベーションと破壊的なイノベーションがあります。この破壊的なイノベーションというものは、日本語としては「そもそも論」、何が問題でどこを変えていったらいいのかというように考えていくものです。具体例として空き家問題でみていくと、いま誰しもが社会問題だと認識するようになりました。それに対して出てきた解決策の1つに中古住宅の流通サイトがあります。これは持続的イノベーションの事例になります。制度的イノベーションは何かというと、空き家をもっと活用しようということで、空き家バンクという制度が日本全国でできてきました。移住促進とか、制度を整備し新たな価値を創出するのが制度的イノベーションです。では、破壊的イノベーションは何かというと、なぜ空き家が生まれたのか、です。学生が言ったことをご紹介します。「自分のおばあちゃんち、あそこは思い入れがある。あそこが空き家になるのがイヤだな。そういう愛着があったら、空き家にならないかもしれない」、というふうにいったわけです。それはすごく的を射ていると思いました。例えば、(一財)世田谷トラストまちづくりでは、家というものを今までの自分たちの家族だけの家ではなくて、地域のためのスペース、場であるというふうな考え方で活用を促進しています。

共通のゴールを形成するにあたって大事なものは、どういうふうに人と人との関係をつくっていくかということです。現実のまちのなかでみたときに、もっと利害関係は複雑でしょう。場合によっては後々まで恨まれる可能性もありますよ。そんななかで、どうやって対人関係をつくって、話をまとめて、どのような未来をつくっていくのかということを考えそし

て実行する必要があります。

最後に、イノベーションの思考ということで、まとめに代えさせていただきたいと思います。とくに市民団体の人たちの声を聞いていただければと思います。市民活動団体はいつも現場を見ている。そうすると、どこに問題があるのかをとてもおわかりなのです。空き家の問題も、社会問題だと報じられるずっと前から問題視されていました。介護離職の問題も市民団体は早くから指摘していました。その後メディアで報じられるようになり、社会の問題だと認識する方も出てきて、制度が動き始めました。

ニューオリンズの例ですが人口が減ってきた、若者が減ってきた。では地域の課題は何か、何が問題ですかというと、若者が流出することと大体答えた。そうすると、その地域に産業が必要だとなるでしょう。ニューオリンズの団体はそうではなかったのです。「起業家を応援するネットワークがあるにもかかわらず、機能していないこと」を課題だと認識したのです。そうすると、そのソリューションは全然違ってくるでしょう。課題の特定化が大事です。2つめに最も大事なことは、次の世代のためにどうなればいいのか。そこが描けるのかどうか。これがデザイン力なんだろうなと思っています。この地域の過去、歴史、文化はどうだったのかを考えると共通認識が出てくる可能性が高いです。どうなればいいのかをデザインできれば、それに対する評価もわかります。

パネルディスカッション「ソーシャルデザインをまちづくりに活かす」

弘本氏：今日は、ある意味でお見合いと言いますか。おそらく先生方のやっぺらっしやることと、みなさんの求めていらっしやることが、ここで出会って、また次の何かにつながっていくということがあるのかなと思います。そして何よりも先生方のチャレンジングな取り組みがベースにあります。人口減少とか、人生 100 年時代とか、グローバル化、格差社会、貧困であるとか、いずれも社会の構造的な問題に起因して、きしみとか痛みはものすごく広がってきています。そして、これまでの社会システムでは解決できないということで、統治ではなくて共に治める共治の仕組みをつくっていかないといけない。これがおそらく、今日のこのソーシャルデザインとまちづくりをつないでいくというテーマによって、私たちが望んでいる問題解決につながるのではないかなと、私自身は理解してお引き受けしているという立場です。社会構造の変化のなかで、求められている共治というシステムをつくっていく。そこには参加と対話が不可欠だと思うのですが、これのカギとなるのがおそらくソーシャルデザインという概念であり、問題解決の方法論になるということなのかなというふうにも思いながらお聞きしていました。

服部氏：私は奈良出身なんですね。さきほどの燈火器のお話。やはり、アートと技術、これがソーシャル・イノベーションにも必要なのです。いくら言葉で、社会の問題をどうしたらいいのかということを言い続けても、成果を出すためにはなんらかのテクノロジーと破壊するようなアートの力が必要です。それをいま 2 つお持ちで、インスタレーションなさっ

たわけですね。あのときは APEC での開催のようですが、社会の問題とかまちづくりのなかで生かせるものがあるのではないかなというふうに思いました。

丸毛氏：「NPO はここが足りないよね」ということを単純に聞きたいのです。

服部氏：NPO 銀座みつばちプロジェクトというのがあります。銀座の屋上で養蜂をする。これは 13 年前からやっているのですが、いま全国各地で都市養蜂というものが広がる契機になりました。考え方と行動を変えさせることができた 1 つの例だと思います。こういうふうに消費者も、そして生産者も変えていきました。「都市で養蜂するなんて、なに？」と思わなくなった。いろんなオフィスのビルでもやっていますというふうになったのは、これは「スケールアウト」という言い方をすると思いますが、1 つのモデルをつくって広く展開しています。こういったことが、NPO の方に私は求めたいのです。せっかく現場をよく知っていच्छやる。どこに問題があるかわかっていて、ソリューションもわかっていच्छやるので、それを他の人にもやってもらえるといいのではないかなと思っているところですが、いかがでしょうか。

丸毛氏：ありがとうございます。まさに、うちだったら、みんなのうえんとか、ひとしごと館というのは、それをうちが今後 100 店舗に増やしていこうということではなくて、その目的だけをどうすれば他の人たちに渡せるのかというようなことを考えているのですが。

弘本氏：たとえばマチオモイ帖なんかは非常に魅力的に見えますが、その次に、その人たちがまちを変えるアクションに移っていくのか、行動変容に移っていくのかというところを考えると、そこにもうワンクッション、何かいるのかなという気がします。そのあたりは、どういうふうにお考えになっているのかということをお聞きしてみたいと思います。

清水氏：わたしのマチオモイ帖の活動に関しては、もともと、それをベースにまちづくりの人たちを生み出していこうという目的でもなくて、ある意味、「なくてもいいけど、あったほうがよりいいよね」くらいの領域のことなんですね。案外、世の中にはそういうものが必要な気もしているのです。みなさんが活動家だったら、結構ややこしい世の中になっていくじゃないですか。でも、なんとなく心地よく、まちを好意的に、少し愛を持ちながら関わっていくというくらいの人たちが、そこそこにいるという状況が、案外大切な気がしています。

弘本氏：寄付文化について、実際取り組んでみて、社会の変化を感じてらっしゃるとか、そういうところがあったら。

丸毛氏：関西、とくに尼崎においては、「おもろい」という基準がとにかく大事なんですね。

チャリティショップにおいても、その活動が社会的に意義があるかとか、儲かるからというより、おもしろそうかというところが、とにかく大事なところで。目的としてはチャリティショップで、寄付文化をつくっていくことが最終目的なのですが、いかにはじめに「チャリティだよ」「寄付だよ」という感じにしないようにしています。

弘本氏：この件については、服部先生は国際的な比較などされていると思うのですが。

服部氏：寄付文化が根付いていないという人と、根付いているという人がいますよね。さきほどおっしゃったいろんな部分をすべて、広い意味で寄付というのであれば、日本もキリスト教系の人たちと比べて、そういう文化はがあると、私は思うタイプです。チャリティショップも日本にも当然あるわけです。学部の子たちは、こういう活動をしていたりすると、「意識高い系ね」というそうです。ということは、まだ定着はしていないのかという半面はあります。ですけれども、飛躍的に選択肢は増えていて、自分たちが何かやろうよと思って、行動する人たちは少なからずいます。そのときに、今日私たちここにいる者は、ある程度経験を重ねているわけですから、その活動をどうやって後押しするのか、後押しする社会になっているというのが大事ではないかと思います。

弘本氏：服部先生、今日説明を割愛されたなかにあったかと思うのですが、エコシステムという考え方であるとか、それから地域の歴史をきちんと読み解いていくことの重要性を語られていて、私はものすごく共感をしながら資料を拝見したのですが、そのあたりのご示唆のところ、ちょっと補足をしていただけたらと思うのですが。

服部氏：59 ページの上の図、エコシステムマップとよびます。地域を取り巻く環境には、おそらく協力してくれる人とか、そこから利益を受ける側とか、あるいはそれを構築するために資金を出している側とか、いろいろありますね。多様な関係者がいるということ、一枚の図に落としてみましょう、というものです。そのときに大事なことは外部要因です。つまり地理的なもの、歴史的なもの、制度的なものを書き出していきます。そのうえで俯瞰して、ここの地域をどうしていったらいいのかということをお話するための1つの図として描きましょう、というのが1つの考え方です。もう一方では、よく言われているのは、自分たちを取り巻く環境を、たとえば丸毛さんの団体であればどういう人たちが関わっているのかというのを図示することによって、たとえば傍観者というのは必ずいます。賛成でもないし、反対でもないという人は、傍観者としていますが、味方につけ得る層です。具体的にこの人たちはどういう人なのかというのを描くことによって、次のステップが見えてくるとか、競合になるという人たちとの関係をどうするか。お話のなかにもあったと思うのですが、新しいことを起こしていくといったときに、まず理解されないことが多々ある。であれば、競合とはいえ同じことをやっている人を味方につけていくほうが、逆に普及するという

考え方です。コンペティターは仲間なのだという考え方です。

弘本氏：ありがとうございます。丸毛さん、いまのようなお話をお聞きして、現場としてはどうですか。そういうことをどこかで踏襲していかれるという感じですか。

丸毛氏：確かにぼくらサポートする側の NPO とかでいくと、どうしても今まで関係性があるところでしか動かない。そうなると、新しい活動は、イノベーションも含めて生まれないので、ぼくらは意図的につながりのあるクリエイターさんとかになるべくそこに入ってもらって、全然違った視点から関わってもらったりするのですが、そういうところなのかなと思っています。

弘本氏：ネットワークの可能性について、いかがでしょうか。

服部氏：52 ページの上の図が、実際のネットワーク図です。大きな○印がいくつかあります。この部分がハブになります。このハブが複数、地域のなかにある状態です。こういうふうなエコシステムができると地域は生まれ変わるというお話です。そのためにはどうしたのかというと、一番大きなハブ、青色○印がついていると思いますが、手入れしてネットワークをつくっていったわけです。思いがある人がまず集まります。そして話をします。賛同者、共感者を増やしていきます。ある一定のネットワークができると、もともとある町会とか、既存のネットワークも巻き込んでいきます。そして、1つの核となるネットワークをつくっていきます。このような手入れをすると、他のネットワークが次々に自然に生まれてきます。

弘本氏：清水さんご自身で、あるいは周辺の方々と、こういう問題意識をもって仕事をされている方が現れてきているかどうかとか、こんなことができるのではないかといった可能性であるとか、何かお感じになることがあればお聞かせいただけたらと思うのですが。

清水氏：私たちの世界では、たとえば図式化して見えない数字のデータを可視化するということは、日常したりするのですが、言い換えれば、それは諸刃の剣で、わかってしまうのですが、本当にそれがそうになっている理由というところまで意識がいかないという別の問題もあるのです。ざっくりパッとつかめてしまうがゆえに、本当の背景の細かいところまでが、人の想像力を及ばなくしてしまうという別の危険もあったりします。それを運用者が、何を伝えたいがためにこれを可視化するのだということをわかって運用しなければ、ただ見える化すればいいのかというのは、なにか違うところがあるような気がします。

弘本氏：ソーシャルデザインとまちづくりをうまく接続していて大きく花開いていくところ

も、相互の力になって成功していつている事例ももちろんたくさんあるのですが、一方でとても苦しんでいるところもある。ある種の二極化が見られると思うのですが。そういう問題を乗り越えていくときに、いまおっしゃっていた、ただ可視化すればいいというものではないというところに何かがあるのかという気がして、いまお聞きしていたのですが、そういうギャップを乗り越えていくというようなことを、今までもいろんな現場でお仕事をされていて、何かご助言いただけたところがあれば、教えていただきたいと思うのですが。

清水氏：大きな課題に対してうまく答える自信はまったくないのですけれども、あえて自分が気をつけているのは、いまの世の中の情報とか、人の気持ちとかは、常に変化しているものじゃないですか。そこは必要以上に耳を澄まして聞いていたり、感じようとしていたりして、そこの変化をぼくはすごく気にして活動しています。やっぱり同じことでも、いつそのアクションを起こすのかということで、時期が変われば人のとらえ方や答えが変わってしまうのです。あえてぼくのやり方で言ったら、そこを含めて、どう最終的な到達点にいけるのかということで判断していく。だから、先によいやり方があるのではなくて、そのときに一番正しいやり方は何だろうかと常に変えていくほうが、結果うまくいったというのが経験知です。

弘本氏：最後に一言ずつお聞きして終わりたいと思います。今後に向けて、どんな教育のプログラムであったり、あるいは評価の仕組みであったりが考えられるのかというところで、ご意見や示唆をいただけないでしょうか。それぞれ現場でいろんな企業さんとか、行政さんとか、業界の方たちと接していらっしゃる現場の感覚の部分から一言いただけたらと思います。服部先生からは、専門のご研究の立場から一言いただけたらと思うのですが。

清水氏：次に何か変わっていく1つのヒントは、自分自身は何もできない、たいして価値がないと思っている人であっても、本当は絶対いろんな価値がたくさん眠っているはずなんです。それを、その人自身が認めていたり、アウトプットしていくとか、そういうことがある意味、何がしかのデザインやプログラムとして、それに近づいていけばいいかというふうに思っているのが、最近の考えです。

丸毛氏：仕事だと思っていることではないというところに、どれだけ振り幅があるのかみたいなところを評価する必要があると思っています。尼崎の人たちは特にそういうことが上手な人が多いのです。つまり、仕事ではないところをやるのがうまい。そういうのを学ばせてもらっていて、そういうことができると、結果的に仕事につながるというか、返ってくることが多いし、そうすると幅が広いので自身も安定するというようなことは日々感じているかなと思いました。

服部氏：同志社大学のソーシャル・イノベーションコースで行っている教育は、1人ひとりの潜在力を高めることだと私は認識しています。誰しもがいろんな可能性を持っています。大学院のなかでどうやってそれを引き上げていくのかということをやっているのが、SI コースの教育ではないのかなと思っています。そして、ソーシャル・イノベーション学会というのを昨年つくったのです。第1回目の年次大会を秋に同志社で開催させていただきます。そういった場でいまのようなお話の続きをぜひしていただくとありがたいと思います。

弘本氏：お集まりのみなさまはさまざまな方面で活躍していかれるキーパーソンのみなさまばかりだと思いますので、ぜひ今日ここで出会われたご縁であるとか、それからここで得られたいろんなアイデアなりを、お持ち帰りいただいて、生かしていただきたらと思います。今日はありがとうございました。