

今求められる自治体とNGOのパートナーシップのあり方とは 連続勉強会

第2回 勉強会

【1 実施枠組み】

目的：「地域を巻き込み、地域に根付き、地域を活かす」国際協力活動と、地域とNGO連携の在り方を探る。

日時：平成 22 年 8 月 23 日(月)14:30～17:00

会場：(財)自治体国際化協会 大会議室

アドバイザー：毛受敏浩氏((財)日本国際交流センター)

参加者：22名 (NGO9人 自治体6人 地域国際化協会4人 自治体国際化協会関係者3人)

【2 概要】

時間	項目	担当者
14:30-14:35	開会挨拶	(財)自治体国際化協会 理事 成田 浩
14:35-14:45	参加者自己紹介	
14:45-15:20	前回の振り返りと講義 (質疑応答含む 35分) なぜNGOは地域に根をはる必要があるのか?	(財)日本国際交流センター 毛受 敏浩氏
15:20-15:50	参加者からの事例発表 (各 15分) ・「もったいない」文化から・・・ ～市民との交流・地域づくり～ ・フィリピンと日本を繋ぐ ～商店街と武蔵野市との連携～	(発表者) (特活)WE21 ジャパン 郡司 真弓氏 (特活)ACTION 長田 幸子氏
15:50-16:55	グループディスカッション 「地域を巻き込み、地域に根付くための NGOと地域の連携とは？」	(ファシリテーター) (特活)国際協力NGOセンター 富野 岳士氏
16:55-17:00	閉会挨拶	

【3 開催レポート】

第2回勉強会でも、第1回に引き続き(財)日本国際交流センターのチーフプログラムオフィサーの毛受氏にアドバイザーを務めていただいた。まず、はじめに毛受氏に前回の振り返りと、なぜNGOは地域に根を張る必要があるのかについてお話いただいた。

その後、参加NGOから地域に根付いた国際協力の活動事例を2つ発表いただき、グループディスカッションの場を設けた。グループディスカッションの場では、NGO・自治体・地域国際化協会関係者が同じテーブルにつき、地域に根付いた国際協力の魅力について意見交換を行った。

なぜNGOは地域に根をはる必要があるのか？

欧米の大きなNGOの中には、数百万の会員で成り立っている団体もある。そういう組織であれば、社会の土壌からNGOが出てきたと言えるが、数十人の人々で成り立っているような日本のNGOは市民性があるとは必ずしも言えず、宙に浮いている存在になっているようにも感じる。そのため、日本の地域にNGOが根を張るということが(もちろん途上国で根をはることも大事だが)、日本のNGOにとって存在意義にかかわる重要な問題になってくるのではないかと感じる。



また、NGOが日本国内で果たす役割として、日本社会の内向きの意識を外向きに変えていくということも重要な役割ではないか。日本は少子高齢化が進み、日本の中だけを見ても日本の将来は無いと言っても過言ではない。もっと国を開いていくという議論をしなければならないが、その意識が日本は低い。NGOが途上国・海外に目を向けるきっかけをつくっていくことは、日本にとっても非常に意味のあることである。

また、寄付文化をつくるという面でも、NGOの役割は大きいのではないかと感じる。寄付は、自分を横に置いて、他の人が喜ぶ顔を見ることに喜びを感じられ、心に余裕があるからこそ出来るものである。しかし、今の日本社会は心に余裕が無くなってきていて、日本には寄付文化が根付いていない。だからこそ、NGOが途上国の現状を伝え、寄付すること、ボランティアすることのすばらしさを伝え、一般の人々がそれに参加する機会をつくっていくことが、今の日本の閉塞感を変えていくきっかけになるのではないかと感じる。そういった意味でも、NGOが日本の地域社会に根付いていくことは大きな意味がある。

事例発表

その後、地域に根付いた国際協力活動を行っている2つのNGOから事例発表をしていただいた。

事例発表1 「もったいない」文化から・・・～市民との交流・地域づくり～

(発表) (特活)WE21 ジャパン 郡司 真弓氏

((特活)WE21 ジャパンとは)

設立は、1998年。「21世紀、女性たちが力を出し合い平和な社会を作っていこう」という思いでスタートした。神奈川県下にリサイクルリユースショップを53店舗出店しており、35の地域がNPO法人を設立し、そこがショップを運営している。ショップの売上の一部は、現地または国内のNGOを通じて、アジアの女性の自立支援に役立てている。

WE21 ジャパン HP <http://www.we21japan.org>



(ショップ事業について)

総事業高 324,802,473円 (53ショップ・2009年度) →53ショップ、年々売り上げが上がっている。

年間総顧客数 45万人(2009年度・リピーターも含む)

物品寄付者 83,984人 (2009年度)

日本の中には、まだまだ眠っているリユースできる資源が約1兆円あると言われている。その中の半分が家庭内に眠っている。WE21は、そこに光をあてて、もったいない文化もう一度呼び覚ましたいと思っている。

(地域の市民力を高める)

WE21ではお店を通して情報発信をし、なぜ世界には飢餓の子どもたちがいるのか、環境が破壊されているのかという世界の現状を伝え、「知らない幸せ」に浸っている市民を揺り動かしている。日本は、市民セクターの力が、行政セクター・企業セクターに比べると弱い。それぞれのセクターがバランス良く動けば、今のような閉塞感がたまたま社会は無くなっていくのではないかと思う。だから、WE21は日本の市民社会を強くしていこうというコンセプトでやっている。

(地域の課題とも向き合う)

地域の女性たちが自己決定する場をつくっていくことも大切にしている。WE21では35の地域のNPOが独自のプログラムをもち、自分たちでお店を運営している。地域の女性が運営しているからこそ、地域の課題が分かる。

例えば、平塚では在住外国人支援を行う多目的カフェ（みんな de cafe）を立ち上げた。平塚は南米の方が多く住んでいるので、ブラジルやボリビアの方々と交流する事業を行っている。

WE21 ジャパンひらつか <http://we21japan-hiratuka.mine.nu/hiratuka/index.html>

(ボランティアの価値)

イギリスではボランティア活動の経験を、履歴書の職業欄に書くことができる。でも日本では、まだまだボランティアの価値が低い。日本はボランティアというと、時間のある人、余裕のある人が片手間でやっているというように思われがちだが、ボランティアは自分の内在するスキルを発揮できる良い場である。例えば、WEショップにボランティアをしに来た人の中で会計などやったことも無い人が、ボランティアで会計の仕事を経験していく中で、会計に興味を持ち専門性を身につけていったという人がいた。ボランティアに参加することで、内在するスキルを見出していくことができる。また、ニート、引きこもり、心に傷を持った人もボランティアをすることによって自信をもち、そして普通の仕事に戻っていく人も多い。

ボランティアの価値を見出そうということで、ボランティアの総ワーク時間を神奈川県最低労働賃金789円/時間で換算したところ、1億425万2148円になった。普通だったら、これを経費としてWE21が払わなければならないものをボランティアから寄付してもらっているということになる。ボランティアには、「これは時間の寄付なんですよ」ということを伝えている。そのことによって、「寄付はお金だけではない」という気づきを与えることができる。

(WEショップの価値)

- 1 コミュニケーションの場になっている
- 2 仕入れのない面白い場である→物との出会い、ひとの出会いをつくることができる
- 3 社会貢献につながる場である
- 4 平和・環境問題に参加できる場が身近にある

日本の市民は平和や環境問題に対して非常に意識が高い。WEショップが地域にあることによって、社会貢献に参加できる場が身近になる。WE21は、地域の資源（人・モノ・金・情報）を繋いで、家庭と世界とのつながりを見せ、自分たちの生き方を見直していこうという人を増やして、地域のコミュニティをつくって、市民力を高め、地域のセーフティネットをつくっていきたいと思っている。

フィリピンと日本を繋ぐ～商店街と武蔵野市との連携～

(発表) (特活) ACTION 長田 幸子氏

((特活) ACTIONとは)

フィリピンで孤児院と盲聾学校、ストリートチルドレンのサポートをしている。

ACTION HP <http://www.actionman.jp/workcamp2.html>

(地域との連携をはじめたきっかけ)

団体の代表が、支援先のフィリピンのとある町で、ある長老と出会い「フィリピンで活動してくれるのはありがたいが、日本で何をやっているのか？」と聞かれたときに何も答えることができなかった。「まずは自分の住んでいる地域をよくしてから、フィリピンのことを考えてもらいたい」と長老から言われ、それから日本での活動について考えるようになった。



(チャリティーショップの運営)

あるアパートの一室を事務所として活動していたが、13年間その事務所で活動をしていながら、その地域では全く ACTION のことは知られていなかった。商店街にお店を構えて事務所を運営すれば、地域の住民の人たちにも自分たちの活動を知ってもらう機会になるのではないかと考え、事務所を商店街に移転してチャリティーショップを2006年にオープンした。

お店の目的は、地域の人に ACTION の活動を知ってもらうこと。お店の売上の全額がフィリピンの寄付にあてられるような仕組みになっている。お客さんはフィリピンの子どもたちの支援のために来店されることは少なく、お店の商品に興味を持って来店されることが多い。お客さんは「いつのまにか国際協力に参加できる」という感覚で来てくださっている。

しかし、オープン当初は苦勞もあった。お店の外装はボランティアさんと一緒に作った手作りだったので、普通のお店とは少し異なる雰囲気のお店だったため、新興宗教ではないかという噂もでて、最初は怪しまれた。しかし、徐々に地域に馴染み、今では小学生が放課後などに立ち寄るようにもなり、地域とも繋がるようになってきている。

(境南達人帖)

チャリティーショップを置いている武蔵野市境南町の商店街はシャッターが閉まったお店が多く、この商店街を活性化するために何か自分たちにもできることはないか？という思いで、「境南達人帖」という冊子作りが始まった。

「境南達人帖」の目的は、「人を知って地域を身近に感じてもらう」こと。ボランティアの学生たちが、商店のご主人に話を聞きに行き、どういう思いでお店を運営しているのか、今の若い学生に伝えたいことは何か？ということ話をもらい、冊子にまとめている。

この「境南達人帖」の取り組みによって、お店の人との面識ができ、信頼関係が生まれた。商店街の会費集めのお手伝いをしたり、地域のお祭りに出展するときにはお鍋を貸してもらったりと、関係が深まっている。

ただ、インタビューを引き受けてくれるお店が、なかなか見つからず、現在は活動をストップしている。

(武蔵野市との連携)

武蔵野市が、学校の休業日を利用して、小学生を対象に開催している生涯学習プログラム(土曜学校)の講座(世界を知る会・全10回)で講師を担当している。その中で、フィリピンの子どもと、日本の子どもが文通を通じて交流を行っている。文通のやり取りをすることによって、子どもたちはフィリピンを身近に感じ、フィリピンについて知るきっかけが広がっている。

最初にこの提案を武蔵野市に持って行ったときには、すぐに却下された。しかし、人事異動によって担当者が変わったことで、武蔵野市の方から連絡があり、この協働がはじまった。この事業には、武蔵野市内の先生や、JICAの多摩デスクも関わって、一緒にプログラムを作っている。

グループディスカッション

事例発表の後は、(特活)国際協力NGOセンター 事務局次長 富野氏のファシリテートの下、「地域を巻き込み、地域に根付くためのNGOと地域の連携とは？」というテーマでディスカッションを行った。

グループディスカッションテーマ

- ① 地域に根付いた国際協力の魅力とは？
- ② どんなことをすればいいか？(具体案)

グループ発表の結果は以下の通り

① 地域に根付いた国際協力の魅力とは？

- ・NGOのショップなどを通して、コミュニケーションの場を提供できる。
- ・活動の幅を広げることができる。地域に根付くことでいろんな人たちの顔を知り、活動の幅を広げることができるのではないか。
- ・地域の活性化に貢献できる。若い人や新しい意見を取り込むことによって、シャッター街などを活性化させることができる。
- ・安定した活動につながる。周りの反応がないとなかなか活動しづらい。周りを味方につけることで、自分たちの活動に対してやる気がでてくる。
- ・行政+NGO=住民自身の可能性が広がる。行政は「地域の活性化をしたい」、NGOは「新規事業をする場合、スタートアップに行政の支援がほしい」というそれぞれの目的がある。そこで、互いが協力することで、住民がNGOの活動に参加しやすくなる。活動をすることで、(WE21の話であったように)住民の可能性も広がっていくこともある。人が生き生きすることで、地域の活性化につながる。これは、自治体・NGOにとっても魅力がある。

② どんなことをすればいいか？(具体案)

- ・行政側から、NGOに資金以外でなにができるのか。→NGOのシンポジウムにパネリストとしてでてもらう。NGOと行政がともに参加できるイベントを開催する。
- ・市民力を高める。コミュニケーションの場を提供することは、行政もできる。例えば新宿区 多文化NPO協議会などにNGOなど市民社会の代表が参加している。そのような場を使って、意見交換をして市民力を高めていけばいいのではないか。
- ・商店街のイベントに参加し、住民の賛同を得る。住民の賛同を得るためには→広報活動が必要→それには行政の協力が必要→しかし、行政はハードルが高い→まずは、商店街のイベントで顔を売る→そこから自治体へ働きかけていく。
- ・顔を合わせる機会を増やす。顔の見たつながりがないと、なかなか地元の商店街には協力してもらえない。まずは、顔を売る必要がある。
- ・切り口を変えてみる。世田谷区の例：HIPHOPダンスの活動。健康福祉の部署でメタボ体操をすることになった



→ただやるのでは人がこない→HIPHOP でかっこよく体操をしよう→人が集まる→発表をしよう→発表イベントのなかで国際協力の支援をしようという動きに。この活動によって、身近にいるのに知らなかったという人がつながったり、国際協力という新しい可能性がでてくることによって、地域の NGO とのつながりもでてきた。

ファシリテーター富野氏のまとめ

地域に根付いた国際協力を進めるためには・・・

- ・ 若者を巻き込んでいく。(ACTION の事例など)
- ・ 発想を変える。特に NGO にとっては重要。まじめなことをまじめにアピールしても、一般の人たちは関心をもってくれない。「最終的にはこちらが求めていることをわかってもらう」ということを達成するために、その入り口、どこから入るのかというところはいろんな考え方があってもいい。

NGOと地域(自治体)との連携のためには・・・

- ・ 地域(自治体)とNGO、それぞれの魅力が重なるところを見つけることが大切。
今後どのようなことをやっていけばいいのかという時に、NGO だけ、自治体だけの魅力ではなく、魅力が重なるところを探していくことが大事。

アドバイザー毛受氏のまとめ

地域に根付いた国際協力の必要性について・・・

- ・ 地域に根付いた国際協力は、なかなか難しいが、地域に根ざしていかないと、安定性がない。政府からのお金があるからやっているといる NGO もあるが、市民からの支持がないと、NGO としての市民性もでてこない。

地域に根付いた国際協力を進めるには・・・

・ 切り口を変える

国際協力をストレートに訴えても、反応する人たちは限られている。一般の人たちが何に関心を持っているのかという点に注目していかなければ、なかなか進んでいかない。国際協力は、実はいろんな切り口を持っている。一般の人たちの関心ごとに注目して、そこからスタートしていかないとなかなか地域に根付いていくことはできないのではないかな？

NGOと地域(自治体)との連携のためには・・・

・ アプローチの方法の工夫

予算が決まっている中で、突然 NGO が訪問して協働したいといってもなかなか難しい。下から地道にアプローチしていく方法と、市長などからいくと割とすんなりいく場合がある。団体の個性によってアプローチ方法は考えるべき。

・ 地域の活性化がキーポイント

商店街に入り込んでいくことは、地域住民の目も、行政の目も集めやすい。商店街はそういう意味では面白い場所。NGO にとっては、距離感が縮まるいい場所になるかもしれない。

次回の勉強会は 11 月に開催予定。

次回の勉強会では、自治体(または地域国際化協会)とNGOの連携による地域に根付いた国際協力事例を紹介し、地域の活性化につながる国際協力、自治体(地域国際化協会)・NGOの接点の見出し方、市民に国際協力関に関心をもってもらうためのアプローチ方法について議論を深めたい。