



## 2012 年度事業報告

当リーグの活動目的は、まちづくりを幅広くとらえ、これに貢献する個人、団体等の自立と協働を実現するために、協働によるまちづくりの調査研究、支援・協力、政策提言等を行うことにある。この目的のもとに、今年度は下記に挙げる事業を実施した。

### ① とちぎボランティア NPO センター管理運営

当リーグの主要な事業であり、多くのボランティア・NPO 団体や関係機関との連携・協働により実施。業務内容は多岐にわたる。詳細は別途事業報告書を参照のこと。

### ② 栃木県コミュニティ協会研修業務(コミュニティカレッジ事業)

**目的:** 地域コミュニティ活動に意欲的な人材を育成すること。

生まれたてのコミュニティをみんなで育てようと、塩谷町玉生地区を対象地域に、他地区コミュニティの方々ともちを歩き点検するまち歩きワークショップを含む全5回のプログラムを実施した。

### ③ 多様な主体間の協働理解促進事業(企業訪問)

**目的:** 多様な主体間の協働に関する理解促進を図るため、栃木県内企業への戸別訪問による協働の説明、意向・実態調査、助言指導を行い、協働 DB への登録を促すこと。

栃木県内 48 社に戸別訪問調査を実施した。

### ④ 企業と NPO 等との意見交換会事業(全4回)

**目的:** 各主体間で情報を共有しその意義を学び、参

加者相互の理解を深め、地域づくりの協働パートナーとなるきっかけづくりを行うこと。

協働に取り組む県内 NPO や企業の事例を紹介するプログラムを鹿沼市、宇都宮市、那珂川町にて実施。

### ⑤ ユニバーサル農業普及啓発事業

**目的:** 栃木県が農業・農村の社会的価値の向上並びに理解促進のために推進している「ユニバーサル農業」を普及啓発すること。

足利・栃木地区と那須塩原地区にて「農」の多彩な効用を紹介する事例研修を実施した。

### ⑥ リーグ情報誌「リーグファイル」発行(4回)

### ⑦ とちぎ学生未来創造会議への事業協力

栃木の学生が「出会い・集り・語り合う」場である当会議に運営委員を派遣し、企画運営に参画した。

### ⑧ とちぎコミュニティ基金の運営(共同)

栃木県内の NPO 中間支援団体が共同で運営する当基金の構成団体の一員として事業を実施した。

### ⑨ 講師派遣事業(略)

### ⑩ テーマ別プラットフォーム事業(東日本大震災避難者支援事業)

東日本大震災により栃木県内へ避難された方々を支援するため、多様な主体による支援ネットワークである「とちぎ暮らし応援会」の企画運営に携わり、構成団体の一員として事業協力した。

### ⑪ NPO 等からの提案協働事業(とちぎの農村景観と食文化を素材とするルールツーリズムの基盤づくりと実践策)

**目的:** 豊かな田園風景と食文化に恵まれた栃木県の特徴を組み合わせることにより、新たなルールツーリズムの魅力を県内外に発信するための基盤づくりと実践策を提案すること。

栃木市大柿、日光市野門両地区のモニターツアーとワークショップ、まとめのフォーラムを開催した。

### ⑫ 中山間地域環境保全基金事業(啓発・普及)(那須農業振興事務所)

**目的:** 大田原市須賀川地区の遊休農地の解消や地域活性化の構想を取りまとめること。

地元住民や大田原市等と連携し、現地調査や全5回のワークショップ等を実施した。

### ⑬ 市民研究員育成事業

**目的:** 地域社会の課題解決方法を模索する活動を通し、まちづくりに関心を持ち、持続可能な地域社会を創り出す活動に取り組む市民を育成すること。

「地域コミュニティにおける絆の再生 ～これからの近所付き合いを考える～」をテーマに、アンケート・ヒアリング調査やシンポジウムを実施した。

コミュニティカレッジ 2012 ふりかえり

“つながり” から生まれる地域の元気

小針 協子（とちぎ協働デザインリーグ主任研究員）

栃木県コミュニティ協会からの委託で、とちぎ協働デザインリーグが実施した「コミュニティカレッジ 2012 生まれたてのコミュニティを育てよう！」では、2012 年度に発足した塩谷町玉生コミュニティを応援すべく、県内他地区コミュニティの方々とのおまち歩きワークショップを含む全 5 回のプログラムを企画実施した。（受講者：45 名）

NPO の活動には、人、モノ、カネ、そして情報が必要といわれる。まちづくりにおいてのそれは、「モノ・ヒト・コト」であり、それらを様々に結び付けていく「つながり」が有効というカレッジのまとめ（三橋 伸夫／とちぎ協働デザインリーグ副理事長、宇都宮大学教授）をふまえて、受講者のふりかえりを以下に整理する。

参照

放送大学大学院文化科学研究科 新訂 生活科学Ⅱ  
住民主体の居住環境整備 日本放送出版協会  
第 11 章「つなぎ」の戦略によるまちづくり 藤本信義

1) まちづくりの対象—モノ

- 自然系 ・自然 ・農耕地 ・動植物 等
- 人工系 ・建築物 ・土木施設 ・生活基盤
- ・史跡文化財 ・装置 等

2) まちづくりの対象—ヒト

- ・コミュニティの単位 ・公的な組織集団
- ・任意の組織集団 ・年代ないし性別の組織集団
- ・職業別の組織集団 ・居住地別の集団
- ・要介護支援者 ・地域出身の人材 等

3) まちづくりの対象—コト

- ・日常生活 ・通過儀礼 ・地域行事
- ・生産活動 ・文化活動 ・社会的ルール 等

■カレッジ生の「モノ・ヒト・コト」は？

カレッジ生のふりかえりをまちづくりの対象としての「モノ・ヒト・コト」で独自に分類・整理した。よって、どの地域でも比較的あてはまると場合と、玉生地域独自のものである場合（玉生と表記）とがある。

1. 「モノ」について

＜自然系＞

- ・山が近く水が豊か、緑が多い。
- ・旧熊ノ木小学校のグラウンドの南側に池があり、

自然が豊か。

- ・クローバーハーツ農園（玉生）

＜人工系＞

- ・かつて鉄道の軌道があった
- ・芭蕉の碑（玉生）がある。

○つながり

- ・まち歩きで地域資源を再発見した。

○魅力

- ・車で通ると寂しいが、歩くと素晴らしい

○課題

- ・空き家が目につき、雑草が見苦しい。

2. 「ヒト」について

- ・ボランティア、自治会、リーダー
- ・船村徹氏（玉生）

○つながり

- ・住民自らが地域づくりに参加、人とひととのつながりが大切、世代を超えた住民同士のつながり（ヒト・ヒト等）
- ・みんな祭りが好き、地域のことを若者に伝承、新住民を巻き込む（ヒト・ヒト・コト等）
- ・自治会の特性を生かしたまちづくり、自ら地域課題を解決する住民（ヒト・コト等）
- ・リーダーのやる気

○魅力

- ・にこやかで、人柄がいい

3. 「コト」について

- ・田植え唄保存会 ・学び（座学・現場）
- ・運動会 ・神社を中心に体験塾
- ・自主防災組織 ・まち歩き ・地域の祭
- ・お囃子、よさこいソーラン ・郷土芸能
- ・カラオケ、オカリナ、コーラスの集い
- ・まちづくりのアクション・反省会と飲み会
- ・地域独自のイベント・高原山サミット（玉生）
- ・定期的な集まり ・地域見守り隊、声かけ隊
- ・地域内公共交通 ・デマンドタクシー
- ・地域コミュニティの広報誌（情報発信）
- ・農業、林業を支える仕組み
- ・玉生俳句づくり

○つながり

- ・学びを通じて地域の良いところや人材発掘
- ・顔を合わせる機会、祭や運動会にて新旧住民

との交流、祭りを通してコミュニティづくり

- ・つながる、交流する機会

#### ○魅力

- ・コミュニティ活動を楽しくやっていく

#### ○課題

- ・高齢者も気軽に外出できるシステム

### ■「つながり」について

次に、コミュニティ活動を豊かに継続・発展させていくために不可欠な「つながり」に関する意見を拾い出す。

- ・人とひととがつながる→絆→孤独死をなくす
- ・地域の人どうしの交流の場
- ・ふれあいが地域の財産 ・人のつながりが資本
- ・人がいてもつながらなければ意味がない
- ・共に学ぶことで支えあえる関係づくり
- ・地域の人と他地域の人との交流
- ・各市町のコミュニティとの交流
- ・人の名前と顔が一致するようになった 等

●以上のことから、つながりの範囲は、身近なところから広域まで幅広くとらえ、特に、身近なつながりは、地域の安全・安心に大きく関わる絆づくりの要素となっている。地域と他地域との交流などは、まちづくり活動への励みや自分たちを客観的に見る効果などにつながっていく。そのような交流の機会をもつことが重要で、その際にカレッジのような研修の場は効果的にとらえているため、継続して「学び」を仕掛けていくことが有効。

なんといっても、コミュニティの核をなすのは「ヒト」であり、ヒト同士のつながりが大切ということが伝わってくる。

### ■コミュニティへの関わりについて

コミュニティづくりへの関わり方という観点で、意見を整理すると次のようになった。

- ・行政に頼らない ・自分も何かできたらいい
- ・既存の助成、補助等を上手に活用する
- ・コミュニティの事業は、住民全てが主催者
- ・みんなが役割をもってまちづくり
- ・地元が好きになると楽しいまちになる
- ・一人ひとりの参加意識が大切 ・継続が大切
- ・今まで気にならなかったことに気づいた

●これらの発言から「住民自治」意識が浮かび上がる。カレッジでのまち歩き研修や交流を通じて、玉生地区コミュニティでは、「コミュニティ祭」をはじめとする様々な活動について、他地区の先輩た

ちと意見交換ができた。その結果、これまで意識してこなかったコミュニティ活動について、自分も参加したい、役割を担いたいという思いがわきあがり、実際に祭に参画した結果、やりがいと喜びを得た人がいたことは、地域にとって大きな収穫に違いない。以前から関わってきた人たちも「全員が主催者」と、両手を広げて迎え入れている。一過性ではなく「継続」が重要という意識がみえる。このような意識変革は、非常に重要であったと思う。

### ■課題解決のために

●「つながり」を新たに構築する 「モノ・ヒト・コト」が、それぞれに縦横無尽につながっていくことで、まちづくりの様々な可能性がひろがる。「ヒトとヒト」をとっても、地域内と外のヒト、若者と高齢者、日本人と外国の方など無限に組合せがある。また、時間軸として、時代を遡り歴史的な要素とつながりあい、また、時間と共に変化する要素も考慮し、未来を見据えた新たなつながりも構築していける。「コミュニティの活性化を目指し、カレッジでのふれあいが参考になった」という感想にあるように、「まち歩き」も、工夫次第で様々な効果を生み出すことがわかった。



●「よそ者の視点」とつながる 2011、2012年度カレッジ研修で出会った益子町の馬場氏や塩谷町の水野氏は、県外から移住し、まちづくりの主要な役割を担っている。今回のカレッジでも他地域の視点から得ることが多く、お互いにまちづくり意識を向上させることになった。

●「地縁と志縁」をつなぐ 玉生地区には、NPO法人塩谷町熊ノ木小学校管理組合という団体がある（志縁団体）。ここで、実施されている子どもたちの自然体験活動を自治会（地縁団体）の青少年部会活動等とつなげてはどうかという意見があった。新しい「地域の元気」が生まれそうだ。

## 【書評】 ファンドレイジングが社会を変える

鵜尾雅隆 著 / 三一書房 / 2009年4月発行  
土崎 雄祐（とちぎ協働デザインリーグ非常勤研究員、NPO 法人ま・わ・た事務局長）



### 目次

まえがき——日本社会が大きな変化の節目にある

第1章 いま、なぜファンドレイジングなのか

第2章 日本には寄付文化がないのだろうか

第3章 ひょっとすると、日本にもついに「大寄付時代」の到来か？

第4章 7つの原則、7つのステップ、15の技

第5章 「おもしろい寄付」20連発

第6章 最後に私の夢——2020年、寄付10兆円時代の実現に向けて

あとがき——この世界的大不況の中で

NPOを通じた社会参加の手段として、寄付とボランティアが挙げられる。ボランティアについては阪神・淡路大震災を契機に1998年が「ボランティア元年」と呼ばれ、国内における言葉自体の認知度も9割を超えているという調査結果も発表されている。

一方で、「寄付」という言葉は社会からどのように認知されているだろうか。「大事なこと」「すばらしいこと」なのか、それとも「胡散臭いな」「自分にはあまり関係ないな」なのか。本書のまえがきにおいて、著者自身がこのように問題提起をしている。

第1章からは、ファンドレイジングを単なる資金集めではなく、社会を変えていく手段、さらには共感と解決策の提案のプロセスであることがわかる。第2章では、しばし語られる「日本に寄付文化はあるのか」というテーマについて言及し、欧米との寄付金額の比較や寄付に対する習慣の違い、NPOの活動そのものや寄付における成功体験の重要性を述べている。社会情勢の変化と寄付動向の関連については第3章で詳しく述べられている。ファンドレイジングを成功させるためには、自団体の活動や対象とする社会課題の実態、寄付文化をきちんと把握したうえで、現状を必要以上に卑下せずに具体的にポジティブな行動計画を策定することが必要である。

行動計画を策定するためには、第4章と第5章が大いに参考になる。第4章では、個人寄付拡大に焦点を絞ったノウハウを挙げており、特に夢、物

語、場の3点セットを語れることがファンドレイジングを成功に導くための第一歩である。また、第5章では「おもしろい寄付」の事例が多数紹介されている。こうした成功事例は、社会や寄付者に与えるインパクトに焦点があてられるが、その根幹をなすのはNPOの組織運営の基盤となるミッションや中長期計画であることを忘れてはならない。すなわち、組織運営とファンドレイジングは表裏一体の関係とすることができる。

本書の総まとめとして第6章では、2020年の社会を展望しつつ、その実現に向けてクリアすべき課題を明確に提示し、日本の寄付文化革新へのエールとしている。

日本ファンドレイジング協会がまとめた『寄付白書2012』によると、2011年には国内の15歳以上人口のうち76.9%が東日本大震災関連の寄付を行っている。また、同年6月には新寄付税制が施行され、認定NPO法人等に対する寄付に税額控除方式が可能となり、世の中の「寄付をする」ことに対する土壌はきちんと整備されたと言えよう。一方で、ファンドレイジングを成功させるためには、寄付の受け手となるNPOが自分たちを取り巻く現状を見つめなおし、ファンドレイジングを組織運営の中核に据え、課題解決に向けて社会に対して共感の輪を広げ、解決策の提案を進めていくことが必要不可欠である。本書を抛り所に、現在の自団体にふさわしい「社会を変えていく手段」を模索していただければ幸いである。