

「ひとごと」から「自分ごと」へ

住民が動けば、まちは変わる

2011年4月14日

新生匝瑳戦略会議 委員

木村 乃

1. まずは行政が変わろう ～ 行政革命のススメ

2. 私たちはすぐにでも動き始めよう

(1) 誰にどんなメリットがあるかを設計する

－NPO法人みうら映画舎

(2) ボランティア市場 ～ あっという間にグループをつくるしくみ

－横浜市西区サポーターズクラブ

(3) 本質をぶつけあって覚醒する

－与論町観光ルネサンス

(4) 「寄付する人」から「寄付を集める人」へ

－Just Giving Japan の挑戦

1. まずは行政が変わろう ～ 行政革命のススメ

(1)「管理」の論理に支配されている行政組織

執行重視

公共独占

形式主義

内部合理性重視

横並び主義

中央集権主義

ばらまき主義

1. まずは行政が変わろう ～ 行政革命のススメ

(2)「経営」の論理で高機能化した行政組織

成果重視

市場志向

改革思考

説明重視

個性重視

顧客志向

選択・集中

分権志向

1. まずは行政が変わろう ～ 行政革命のススメ

(2)「経営」の論理で高機能化した行政組織

成果重視

市場志向

改革思考

説明重視

個性重視

顧客志向

選択・集中

分権志向

2. 私たちはすぐにでも動き始めよう

(1) 誰にどんなメリットがあるかを設計する — NPO法人みうら映画舎



2. 私たちはすぐにでも動き始めよう

(1) 誰にどんなメリットがあるかを設計する — NPO法人みうら映画舎



2. 私たちはすぐにでも動き始めよう

(1) 誰にどんなメリットがあるかを設計する — NPO法人みうら映画舎

■ 政策的要求は往々にして「ひとつごと」。期待感ばかり増幅して期待はずれに終わる。

(例) 道路拡幅してくれれば物流が変わり取引が増える

(例) 駐車場整備してくれれば客が増える／売上が増える

(例) 産直施設を整備してくれれば客が増える／売上が増える

■ 政策的要求は往々にして利害対立を招く。対立調整に時間がかかって実行できない。

(例) こっちの道路拡幅がさきだろ！

(例) 駐車場整備されたら、こっちの客が減っちゃう

(例) 産直施設なんかつくられたら、こっちの客が減っちゃう

2. 私たちはすぐにでも動き始めよう

(1) 誰にどんなメリットがあるかを設計する —NPO法人みうら映画舎

- 「自分ごと」であれば誰にも文句は言われぬ(言われる筋合いはない)
- 「自分ごと」であり、かつ周囲への利益誘導を盛り込めば支持も得やすい



市役所の若手・中堅職員と地元の商工会議所青年部(YEG)でNPOをつくった。政策と連携はするが、公費は使わないし、期待しない。

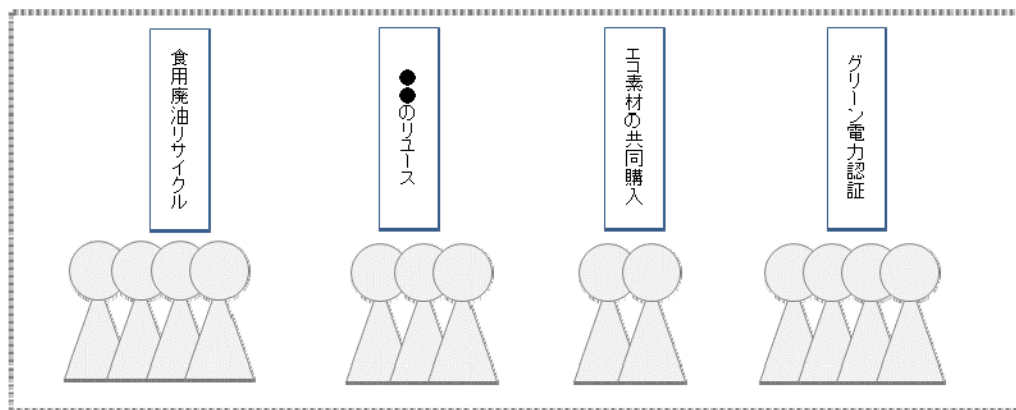
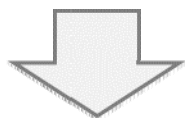
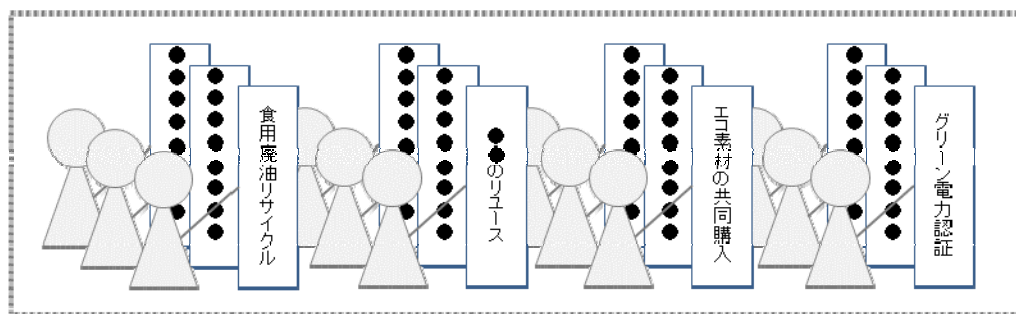
- TVやスクリーンで自分のまちが出てきて喜ばない人はいない
- 弁当屋さんはロケ弁需要で大喜び
- ロケ・ツーリズムで商店街ににぎわいが復活(少しだけだけど)
- 成功体験が、次々と別の動きを誘発(B級グルメ、シティ・セールス、スカベンジ)

2. 私たちはすぐにでも動き始めよう

(2) ボランティア市場

～ あっという間にグループをつくるしくみ

— 横浜市西区サポーターズクラブ



「こういう活動があったらいいな」という“ひとごと”をきっかけに、「こういう活動だったら参加したいな」という“自分ごと”を生み出す仕掛け。

2. 私たちはすぐにでも動き始めよう

(3) 本質をぶつけあって覚醒する — 与論町観光ルネサンス

■ 観光客が激減 → 観光政策によって増やせ。観光業者が努力して増やせ＝“ひとつごと”



- なぜ観光客が減っているのか。
→ 来島者が期待している与論島の独自文化が発揮されなくなったから。
- 地域文化の担い手はだれか。（“自分ごと”への展開）
→ 島民全員
- 島民全員が、自らの生活や生業を通じて地域文化を継承・発展させるべき。
- 観光振興ではなく、地域文化振興によって来島者を増やす戦略が必要。

2. 私たちはすぐにでも動き始めよう

(4) 「寄付する人」から「寄付を集める人」へ — Just Giving Japan の挑戦

■寄付をすること …… 善意ではあるが主体的ではない＝“ひとごと”
(使い道が具体的に明確でないものに、寄付をするのは“ひとごと”の論理)



□寄付を集めること……誰に何を託したいのかを明確にして、“自分ごと”として寄付を呼び掛け、集める。

□共感を得るための手段として、自ら何か“自分ごと”にチャレンジする。

[このチャレンジのカテゴリ] [その他チャレンジ](#)

biz-designのチャレンジページへようこそ！

弊社（ビズデザイン株式会社）は、東北関東大震災被害救済支援のために災害支援のプロ集団である『CIVIC FORCE』に復興の支援を託すこととして、寄付を集めるチャレンジを行います。CSRコンサルティングと地域活性化を事業の柱としている弊社として、今回の災害は他人事とは考えられません。

今回、色々な支援の方法を検討しましたが、阪神大震災での弊社役員である友田のボランティア経験からプロの仕事に託すこととして、『CIVIC FORCE』を通じて被災地の支援を行いたいと思います。

弊社が、会社を挙げて被害救済、復興支援のためにチャレンジを行います。できる限り支援の輪を広げる努力をしたいと思います。

応援してくれる皆さんは、『このチャレンジに寄付する』をクリックしてください！

寄付をしてくださった皆さんは、ご家族やご友人、お取引先、パートナー等に呼びかけてください。

応援よろしくお願いします。

[元に戻す](#)

[biz-designさん](#)



CSRコンサルティング&地域活性化に取り組むコンサルティング会社です。

[このチャレンジに寄付する](#)

このチャレンジの目標達成率

81%

寄付先はこちら

[CIVIC FORCE](#)を選んだ理由

もうすぐ目標達成です！

→ 目標金額

500,000円

✂ 現在の寄付金額

404,000円

地震第一報後、早速復興支援に動いている団体です。東北地方太平洋沖地震、被害救済支援のために選びました。