



公のブランド力を活かした、まちづくりの取組み		面談年月
株式会社まちづくり三鷹 シニアマネージャー 関幸子氏		H18年1月
(活動のフィールド) 東京都・三鷹市	 <p>H2～ 「三鷹産業政策研究会」を、関氏をはじめとする若手メンバーで設立。 H8 三鷹市が「三鷹市産業振興計画」、「三鷹駅前地区再開発基本計画」を策定。 H11 株式会社まちづくり三鷹設立。 H13 株式会社まちづくり三鷹がTMOとして三鷹市より認定。</p>	
活動内容		
<p>1999年に、中心市街地活性化法に基づくまちづくり機関(TMO)として株式会社まちづくり三鷹を設立。現在、SOHO及び都市型産業の集積と育成を中心に、コミュニティビジネス、NPO活動等の新たな就業形態にも注目し、地域より新産業振興と起業支援を行っている。</p> <p>TMO事業:電子商店街「みたかモール」の運営支援、キャラクターの商品開発 施設管理運営事業:SOHOインキュベーション施設・商業ビル、駐車場・駐輪場の管理、運営 新たなビジネスの創出・支援:ビジネスプランコンテスの開催、ビジネス相談窓の開設 市役所業務等の受託事業:市政窓口業務、市民農園等の受託業務 まちづくり支援事業:地域資源の再発見、地域のまちづくり活動の支援</p>		
「都市再生の担い手」として事務局が注目した発言等		
<p>地域の課題の答えは地域にしかない。 公益サービスは多様化し、質を求められている。例えば、今までお金をかけてこなかった防犯等(安全、安心)にコストがかかるようになって、地域コミュニティを再生する必要性が出てきている。 ITは、市民自治、NPOのコミュニティビジネスのインフラにもなっている。</p>		
(写真1...みたかモール)	(写真2...産業プラザ)	(写真3...pokiぬいぐるみ(c)2001スタジオジブリ)
		
(写真4...三鷹産業プラザSOHOオフィス)	(写真5...三鷹産業プラザ都市型オフィス)	(写真6...ビジネスプランコンテスト)
		

インタビュー概要

(活動内容についての説明)

まちづくり三鷹の活動の経緯と三鷹市のコミュニティ施策

- ・ 都心から20分の位置にあり、人口17万人(微増中)、土地利用の9割が住居系の都市。税収割合は市民税45%、固定資産税35%で、サラリーマンに重点を置いた街づくり。
- ・ 戦後は下水道をいち早く整備し、次いでベッタウン化による新規住民の増加に対応して、早くからコミュニティ施策を推進してきた。
- ・ 「自治体も稼ぐ」という戦略のもと、「まちづくりの総合プロデューサー」になるべく、まちづくり三鷹は敢えて市が株式の98%を持つ株式会社、第3セクター方式で挑戦している。現在、約8億円の売上げ、60人の雇用、約90の事業を展開している。
- ・ まちづくり三鷹は、事業ごとに市民と自治体で協働領域を作るようにしている。協働領域の作り方が今後求められる戦略である。

SOHO事業について(協働領域作りの戦略)

- ・ 電子商店街「みたかモール」の作成運営に際して、地元商店会だけでなく、市内SOHO、システム会社、NPO等、たくさんの方が参加できる工夫をしている。
- ・ また、インキュベーション施設の入居企業の育成に際しては、(株)まちづくり三鷹がビジネスチャンスと一緒に考えていく(ハンズオンする)、産官学連携等、積極的に関わっていく。
- ・ 自治体の市民サービスの中にある課題を解決する権限を、民間に開放する中で、SOHOの起業を支援するのが三鷹方式。その際に、箱モノだけでなく、情報、ノウハウも併せて支援し、ビジネスチャンスを作っているのが特徴。
- ・ 例えば、高齢者・団塊の世代の地域の受け皿として、NPO法人シニアSOHO普及サロン・三鷹がある。この団体は、地域に戻るホワイトカラーのサラリーマンの新たなプラットフォーム。「地域に埋もれていたシニアが、みんなで集まってコミュニティビジネスに参加しよう」として結成されたもの。CATV会社等と組んで、地域のITを支える活動を行っている。
- ・ NPO子育てコンビニは、地域の母親がつくる子育ての地域情報提供をするNPO。当初は市のHPをつくるためのワークショップだったが、盛り上がりを見せNPO化された。HPを含むソフトパッケージ「e子育てネット」を、他の自治体に販売し、販売先での編集ノウハウのインストラクターにNPO法人子育てコンビニの会員が活躍している。
- ・ これからは年金収入だけでは貯金に回るだけなので、シニアが地域で収入を得ることが大事。
- ・ 自治体とNPOが協働して、仕事を作り出す仕掛けを作っている。
- ・ ITは、市民自治、NPOのコミュニティビジネスのインフラにもなっている。
- ・ コミュニティビジネスの継続には財源が重要なので、収益性を追求できる株式会社組織のほうが、パートナーとして適している。

三鷹市が進める協働領域について

- ・ 三鷹の目指すのは、出入り自由なまちづくり。ボランティア、CB、SOHO、NPO、ベンチャー企業の差はそれ程大きくなく、市民がその生活に合わせていろいろな領域で活動でき、どの段階からでも参加できる姿を目指している。市、市民協働センター、三鷹ネットワーク大学、(株)まちづくり三鷹が連携し、大学と企業のビジネスの世界、SOHO、NPO、市民団体、地域ネットワークの世界の両方をしっかり重ね合わせて、市民はどの領域からでも参加できる仕組みを作ろうとしている。

まとめ

- ・ 公益サービスは多様化し、質を求められている。例えば、今までお金をかけてこなかった防犯等(安全、安心)にコストがかかるようになって、地域コミュニティを再生する必要性が出てきている。

- ・ 税込減や三位一体改革を踏まえ、自治体は戦略的な動きを取らざるを得ない。
- ・ 市町村合併に伴い、商工会や社会福祉協議会等、地元の下部組織も合併している。そのため、まちづくりの専門家も減少している。
- ・ 地域課題は多様化し、且つ緊急性も増す一方で、行政は小さくなりまちづくり専門家も減少している。今後は、市民・大学・企業自らも、まちづくりに取組まねばならないと思う。
- ・ 今後、団塊の世代がコミュニティに入ってくるが、NPO等の新たな動きがある一方で、コミュニティは疲弊している。新しい血を入れながら、今まで職縁に生きてきた男性と、いかにして新たなコミュニティを作るかが課題である。
- ・ 三鷹は、まちづくり三鷹を作り、官が民営化しているし、民が公営化する動きもある。この2つが一緒に動き、情報を共有化し、協働領域が拡大し、課題に対応できる。
- ・ 地域の課題の答えは地域にしかない。