

前回(連載第四話)は、上町台地界隈をフィールドに、地域に根ざしながら公益的な価値創造の循環を促していく道筋を『コミュニティ・ビジネス(CB)』という視点から探っていく試みとして、平成一六年度に実施した「上町台地界隈におけるコミュニティ・ビジネスの現状と課題に関する調査」(研究体制・研究会メンバー等は前号に

したものである。

連載第五回目の今回は、前回の最終項でふれた、同調査をとおして見えてきたヴィジョン「ノン・グローバル・ビジネス」としてのコミュニティ・ビジネスと、そのために必要とされる、コミュニティ・ビジネスと人となち、あるいは新・旧住民をつなぐノン・グローバルなコミュニケーション・デザインのあり方について、同調査での成果をもとに報告する。

なお、前回もふれたとおり、同調査は大阪ガス エネル

弘本 由香里

written by Yukari Hiromoto

大阪・上町台地発  
都心居住文化の創造へ  
(第5話)

# 公益的な価値創造を促す コミュニケーション・デザインへ

掲載)の成果を中心に、筆者の私見を若干加味しながら紹介した。

同調査は、大阪における都市居住の代表的エリアである上町台地界隈を調査対象地として、地域の多様な資源に根ざし地域の問題解決や魅力開発に資するコミュニティ・ビジネスの現状と可能性を明らかにすることを目的とした調査である。近年注目を集める都市再生や都心居住の動きを、真に豊かなまちづくり・生活創造へとつなげていくための具体的な方策研究の前提とすべく実施

ギー・文化研究所の委託により、(財)大学コンソーシアム京都を事務局として、「上町台地コミュニティ・ビジネス研究会」を組織して実施したものである。同調査の報告書『Non Global Business(NGB)としてのコミュニティ・ビジネスとその可能性』は、研究会事務局を担った(財)大学コンソーシアム京都の研究主幹・山口洋典氏がとりまとめを担当し、研究会メンバーによる調査や議論の成果を集約している。本稿は前回に引き続き、その成果の一部を中心に紹介するものである。

## 調査が物語るコミュニティ・ビジネスと 居住者のすれ違い

前回紹介したアンケート調査「上町台地界隈の住民のコミュニティ意識とコミュニティ・ビジネスに関する調査」を介して、個々の回答や調査員が現場で得た回答者たちの肉声から得られた事柄を、あらためて振り返っておこう。報告書では、調査から得た注目すべき知見として次のような要素を抽出している。

コミュニティ・ビジネスは、実践家であっても事業対象の地域住民等であっても、その事業がコミュニティ・ビジネスであるか否かの峻別が困難である。

既にコミュニティ・ビジネスとして位置づけられる実践団体・施設は、上町台地界隈には多様にあるが、その存在は地域住民にもあまり知られていない。

コミュニティ・ビジネスの実践団体・施設における事業主体の意図や熱意や使命感は、地域住民に浸透され理解されてはいない。

コミュニティ・ビジネスの事例を含むまちの情報の収集と発信が求められている。

都心部において、時間的、精神的、経済的余裕の無さ等から、コミュニティに関わりたいが関わることができないという方がいる。

問題解決には、住民自らが取り組まなければならないとする方がいる。

コミュニティ・ビジネスに関心を抱く方々は、まちへの愛着が強い傾向にある。

マンションの高齢化に対して、若年層の居住支援サービスの希望等、都心居住における世代間関係の構築が求められている。

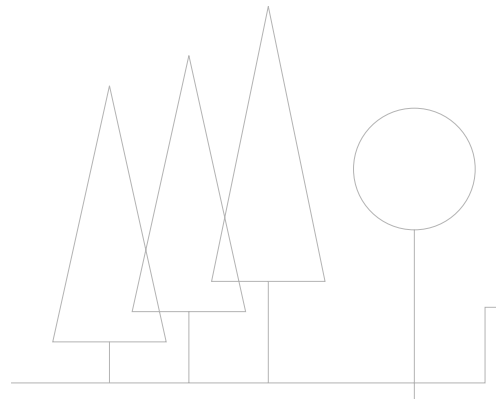
流入人口が地域を活性化する資源として活躍できていない。

こうした現実を踏まえた上で、都心部・上町台地界隈におけるコミュニティ・ビジネスの活性化をおとした地域問題の解決システムやネットワークの構築には、ノン・グローバル・ビジネスとしてコミュニティ・ビジネスを捉え、その上で人とまちをつなぐ仕掛け・仕組みづくりが必要であることが確認されたのである。

## コミュニティ・ビジネスを開く 三つの方向性

また、上町台地界隈において、コミュニティ・ビジネスが活発化する環境を導く方策として、三つの方向性があることを報告書で示している。以下に、長くはなるがその記述部分(山口)を引用する。

まず、ある地域のコミュニティ・ビジネス(Business in a Community)の活性化を考えるにあたっては、少なくとも今回の上町台地界隈においては、その「界隈」を担保する地域において、多様な実践主体をつなぐ「コミュニティ・メディア」の存在が不可欠である。実際、三つのエリアを総合するメディアは本調査期間においては存在せず、さらには個別の店舗には頻繁に関わる人も、周辺街区の店舗に足を運んでいないことがわかった(訪問経験のある店舗の最頻値が二)。第三回の研究会では、特定非営利活動法人 まち・すまいづくりより、二〇〇五年四月から刊行予定の、上町台地の地域情報紙「つえまち」に関する事業概要報告をいただいたが、そこでの意見でも、メディアをつくっていくこと



によって、読者よりもその編集に関わる人たちが地域を考えるきっかけを生み、そうした過程をおして発効されるメディアが市民に受け入れられていくことで、地域の魅力的な要素があらためて魅力として周知され、認識されていくものとなることを確認した。すなわち、コミュニティ・メディアを制作し配布するという過程自体が、新規のコミュニティ・ビジネスを生み出し、さらに既存のコミュニティ・ビジネスへの着目と期待を高め、さらには特にビジネスの領域において地域密着型で取り組まれてきた事業がコミュニティ・ビジネスとして位置づけられることにより、地域の暮らしがより豊かになっていくと考えられる。

次に、コミュニティ・ビジネスが展開される地域への関心を高めるために(1)(2)、地域が有するネガティブ(否定的)な地域資源にも、注意や関心を惹き付けていくことが必要である。事実、上町台地には、上町断層という地域資源も有しており、地域防災という観点からは多様な実践が生み出されて、遜色のない状況と構造にある。そこから生み出されるのは、通常は自治体において日常的に取り組まれる制度的な防災への注意が、まさに「ビジネス的手段」をおして喚起されることにより、危機を危機として感じないということが(災害発生時を想定した時)、最大の危機となるという観点を明らかにするところである。いつまでもなく、そうした事業においては「防災と言わない防災」(例えば、渥美・渡邊 二〇〇〇)というフレーズで示されるように、断層があるから防災という名を冠した事業が必要となる、というわけではない。

そして、コミュニティ・ビジネスを地域の人々が担う際に(3)(4)、それらの主体が事業について時限的性格を付与し、組織的な活動基盤を整備していく姿勢が必

図1 Business「in」 a Community としてのCB\*

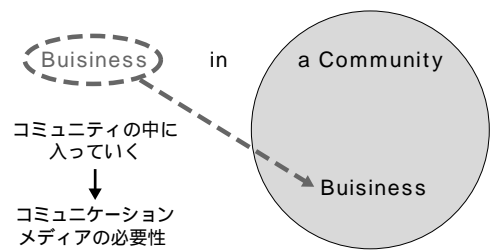


図2 Business「for」 a Community としてのCB\*

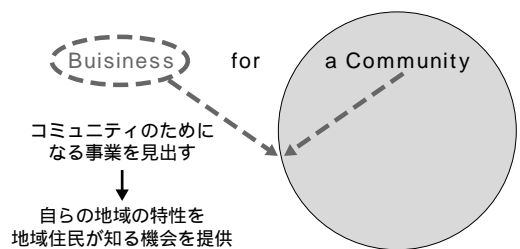
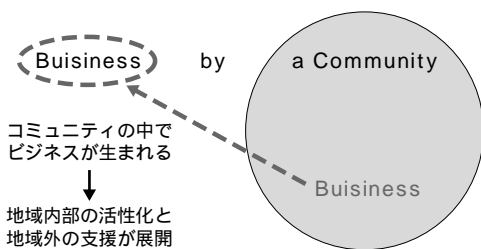


図3 Business「by」 a Community としてのCB\*



要となる。特に、これまでコミュニティ・ビジネスに冠する各種の定義では、「地域を元気にする」という言説が用いられてきた。しかし、その「元気」な状態が何であり、そうした状態をどのように導くのかという質的側面こそが重要になる。さらには、事業による収入面ではなく、地域住民や外部来訪者等が「元気」になるといふ、これらは当該地域内における事業化だけでなく、地域間を取り結ぶ事業においても同様のことがいえる。例えば災害救援を間接的に支援するコミュニティ・ビジネスとして、諸外国の被災地との事業を友好協会等が行う場合、その被災地を支援する事業においては、「支援」という性格を事業展開の基礎に据えることによって、その支援から撤退の時期を見極める必要がある。よって、コミュニティ・ビジネスが地域を元気にしていく事業であるという考えを前提にするのであれば、必然的に時限的

\* 『Non Global Business(NGB)としてのコミュニティ・ビジネスとその可能性』(「上町台地コミュニティ・ビジネス研究会」報告書、2005年3月)から

性格を付与し、当初設定した期間のあいだに、当該地域が抱える問題について、事業をおおして解決していく推進体制の構築が重要となる。(後略)

Business「in」 a Community    地域内コミュニティ・ビジネス  
 Business「for」 a Community    地域内コミュニティ・ビジネス  
 Business「by」 a Community    地域内コミュニティ・ビジネス  
 としてのコミュニティ・ビジネス、三つの方向性それぞれに目的に応じた仕掛け・仕組みが求められるのである。

### 都心部で求められる コミュニティ・デザイン

そこで、具体的にどのような仕掛け・仕組みが求められるか。一言で言えば、「コミュニティ・デザイン」といふことになる。

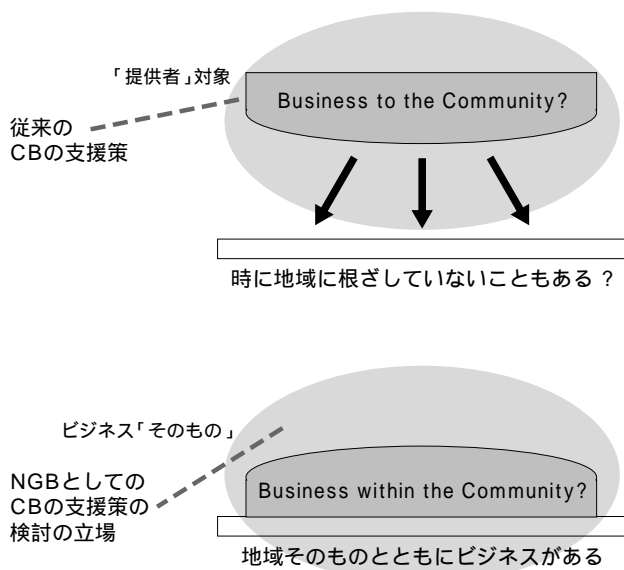
Business「in」 a Community    においては、「ビジネスがコミュニティの中に入っていくための、コミュニケーション・メディアの必要性」がクローズアップされる。また、Business「for」 a Community    においては、「コミュニティのためになる事業を見出すために、自らの地域の特性を地域住民が知る機会を提供すること」が重要になる。さらに、Business「by」 a Community    においては、「コミュニティの中からビジネスが生まれてくるために、地域内部の活性化と地域外の支援の展開」が求められる。こうした文脈に沿って、報告書では都心部の特性を踏まえたコミュニティ・デザインのあり方について次のようなポイントを挙げていく。

一つは、都心部では一定のビジネス・スキルを手に入れる術や人材は多いものの、地域との関係性をつくっていくことに困難を伴うことが多く、対象地域に関する地

域特性やキーパーソンの掌握等といった情報収集や提供が求められること。もう一つは、例えば空きオフィスやテナントが多い等、流動性が高く諸々のストックが集積している都心部では、生々流転するニーズをいかに的確に顕在化し、地域を巻き込んでいくビジネスへとつないでいくか、その発想を豊かにしていくための地域とのコミュニケーション・デザインのプロセスが重視されるといふことである。

「コミュニケーション・デザインの具体的なイメージとしては、例えば「地域のありようが日常的に把握できるように語り場の創出」、「失敗の知恵を伝授しあうコミュニティ・サロンの実践」、「地域に関する相談対応窓口の整備」等を挙げている。また、「マンションの住人と

図4 コミュニティ・ビジネスにおける支援策検討の視点の変容\*



\* 『Non Global Business( NGB )としてのコミュニティ・ビジネスとその可能性』(「上町台地コミュニティ・ビジネス研究会」報告書、2005年3月)から

地域との関係性の取り結びといった新旧住民の対話の機会を生み出していくこと」の必要性にも言及している。さらには例えば、今回実施したような調査自体が、都心部において、普段すれ違っていることの多いコミュニティ・ビジネスの実践主体と地域住民が、お互いの存在を意識し、地域に対する関心や愛着を深める機会を創出しよう、コミュニケーション・メディアであることも確認できたといえる。

ともすると、コミュニティ・ビジネスは、もっぱら「やる人」側の立場からのみで語られがちである。しかし、ノン・グローバル・ビジネスとしてのコミュニティ・ビジネスという認識に立つた時、地域に公益的な価値創造の循環を促していくためには、むしろコミュニティ側の認識、どのようなニーズや思いを抱いているのかという部分へ、積極的に耳を傾けていく姿勢が必要となるだろう。そうした姿勢を得た時、コミュニティ・ビジネスと人となちをつなぐコミュニケーション・デザインが生きてくるものと思われる。それが新旧住民をつなぐ回路を開くきっかけともなるのではないだろうか。

### 「コミュニケーション・デザイン」の 実践的試み

実は、コミュニケーション・デザインの実践的試みの一つが、先行的に取り組まれている。同調査の協働組織として現地事務局を担った、「上町台地からまちを考える会」が二〇〇四年七月からホームページ上で公開している「上町台地・地域資源データベース」である。同データベースは、「上町台地からまちを考える会」の活動に参加している京都大学大学院工学研究科高田研究室の尾形圭一氏（二〇〇四年当時）を中心に立ち上げられたものである。

図5 上町台地・地域資源データベースのシート例  
（上町台地からまちを考える会HPから）

からほりまちアート




毎年秋に開催されるアートイベントで、当日は空堀商店街界隈の情緒ある長屋・町屋など一般民家および商店街(店舗・店の前のスペース)の他、路地や路地内の石段などをギャラリーとして、趣味レベルからプロの作家による様々なジャンルの芸術作品が、町並みとうまく調和させて展示されます。3回目となった2003年には、界隈の長屋などに住んでいるアーティストを含め91組のアーティストが参加しました。実行委員会の仲介のもと、アーティスト自身が作品の展示場所を決定することで、地元の人々の気づかない魅力の発見も期待されます。また、参加者が当日撮影した界隈の魅力を集める「からほりフォトコンテスト」など、15もの併催イベントも催されています。

主催はからほり倶楽部・からほりまちアート実行委員会で、界隈にあるギャラリー(機ギャラリー、ギャラリー風雅など)によるアーティストの紹介や、空堀商店街、ボランティアスタッフらの協力の下に催されています。

また、同時期には上町台地の他の場所でも様々なイベントが行われており、「アートマンスリー(人・地域・アートでつながる上町台地)」と総称して共同で広報なども行っています。

[データベースページに戻る](#)

なにわ人形芝居フェスティバル



上町台地は多くの文人、芸人、思想家が活躍した大阪文化の発祥地として知られていますが、代表的な寺町である下寺町(天王寺区)には先人たちの魂が数多く眠っています。なにわ人形芝居フェスティバルは、96年より桜満開の一日、一心寺から大蓮寺までの寺町一帯で開催される人形劇のイベント。全国から30以上のプロ・アマの人形劇団が参加して、上演の競いを競います。本堂や香殿、境内、門前などが仮設の劇場となり、終日子どもたちや家族連れで賑わいます。また、寺町の多くの文化資源、天王寺七坂、生玉の緑地、夕陽ヶ丘の地名でも発祥される夕陽などにふれる、地域発見の機会ともなっており、歴史や自然ファンにも親しまれています。このフェスティバル開催のために、寺町では各寺の住職さんが中心に実行委員会が発足、文字通り寺町挙げてのイベントとなっています。

[データベースページに戻る](#)

データベースの目的は次のとおりである。

「地域資源データベース事業は、インターネット上の考える会のホームページ上に、上町台地に存在する人・モノ・情報等の地域資源を網羅したデータベースを作成・公開する事業である。単に資源を網羅するのではなく、実際にその資源を利用した活動及び活動主体を同時に掲載することによって利用のイメージを喚起すること、またこれから活動を始めたい都心居住者の窓口としての機能を期待するものである」(尾形)

資源のリストであると同時に資源のガイドとなることを目指し、扱う資源の基準は「活動とリンクすることのできる人・モノ・情報」とされている。そして、人がモノ・情報を活動の中で活用しているという視点から、資源を大きく人資源とモノ・情報資源の二つに大別し、その媒介となる活動を加えた三つの要素に分類してデータベース化することを目指しているというものである。

#### 人資源

NPO等の活動組織や資源から独立して捉えられる個人

モノ・情報資源 自然、建築(群)、美術品等の実態を伴つモノと、旧跡、地名等の無形の情報

活動 イベントや事業等の資源を活用した行動

#### 【検索キー】

自然(自然景観/地形)

暮らし(公共施設/商業/医療福祉/娯楽・スポーツ/宗教/行政/教育)

文化(国際/芸術/文化施設)

歴史(史跡・旧跡/地名・みち/建築/文化財/地域生活財/信仰・伝承/人物)

前記のうち、現時点ではモノ・情報資源と活動分野をアップロードしている。同データベースは、上町台地コミュニティ・ビジネス研究会の調査以前に立ち上げられたものであるが、「上町台地からまちを考える会」が「上町台地コミュニティ・ビジネス研究会」の調査に参画したことによって、よりクリアになった都心部でのコミュニケーション・デザインの課題を受け止め、これを地域資源データベースに反映していこうとする改善提案が芽生えてきている。

### 上町台地・地域資源データベースの改善可能性

以下に、地域資源データベース立ち上げの中心的役割を担った尾形氏による改善提案内容を簡単に紹介する。

(1) 調査によって得られた、上町台地におけるコミュニティ・ビジネス関連の地域資源情報の追加・更新(四一件のモノ・情報資源)

(2) 追加された資源によって浮かび上がった検索キーの改善のあり方

「暮らし 医療福祉」という検索キーを、「暮らし 医療」、「暮らし 福祉」に分ける。これによって、調査によって明らかになったニーズの一つである、生活支援分野の新規コミュニティ・ビジネスが勃興した場合、「暮らし 福祉」に分類されクローズアップされることとなる。

伝統野菜を用いた商業や落語等の伝統文化の振興を意図した試み等がクローズアップされるよう、「歴史」のカテゴリーを地域独自の伝統文化を表す検索キーとする。特に、ソフト面での伝統文化を表すことを目的に、「歴史 伝統文化」と字句を追加する。

表1 上町台地におけるコミュニティ・ビジネス関連の地域資源情報(改善提案から)

	資源名	所在	検索キー					CB検索キー	
1	山ざる子どもセンター	生野区勝山北	暮らし	福祉	暮らし	教育		子育て支援	
2	ウィールチェアー	生野区鶴橋	暮らし	福祉	暮らし	商業		障害者生活支援	
3	ばだ	生野区鶴橋	暮らし	福祉				高齢者生活支援	
4	洪家食工房	生野区桃谷	暮らし	商業	文化	国際	文化	国際交流支援	
5	じゃがいも	生野区桃谷	暮らし	福祉	暮らし	教育		子育て支援	
6	ハートフル生野	生野区桃谷	暮らし	福祉				高齢者生活支援	
7	結	中央区	暮らし	商業	文化	芸術		起業化支援	
8	LIFE STAGE SHIRAISHI	中央区上本町西	暮らし	商業	暮らし	医療福祉		高齢者生活支援	
9	楓ギャラリー	中央区上本町西	文化	芸術				教育文化活動支援	
10	からぼり亭	中央区上本町西	暮らし	商業				その他	
11	ギャラリー風雅	中央区上本町西	文化	芸術				教育文化活動支援	
12	デイサービスセンター陽だまり	中央区上本町西	暮らし	福祉	歴史	建築		高齢者生活支援	
13	art gallery そら	中央区谷町	文化	芸術				教育文化活動支援	
14	うえまち貸自転車	中央区谷町	暮らし	商業				教育文化活動支援	
15	空堀貸あーとぼっくす	中央区谷町	文化	芸術				教育文化活動支援	
16	惣	中央区谷町	暮らし	商業	文化	芸術	歴史	建築	起業化支援
17	茶盆	中央区谷町	暮らし	商業					その他
18	直木三十五記念館	中央区谷町	文化	芸術	歴史	人物			教育文化活動支援
19	萌	中央区谷町	暮らし	商業	文化	芸術			起業化支援
20	練	中央区谷町	暮らし	商業	文化	芸術	歴史	建築	起業化支援
21	magatama	中央区玉造	暮らし	商業	文化	芸術			教育文化活動支援
22	よつ葉デイサービスセンター	中央区玉造	暮らし	福祉					高齢者生活支援
23	空庭カフェ	中央区常盤町	暮らし	商業					その他
24	フリースクールフォロ	中央区徳井町	暮らし	教育					教育文化活動支援
25	大阪天神祭人形船講事務局	中央区農人橋	歴史	伝統文化					教育文化活動支援
26	高齢者外出介助の会	中央区松屋町	暮らし	福祉					高齢者生活支援
27	INE	天王寺区生玉町	暮らし	商業	文化	国際			国際交流支援
28	大阪自立支援情報センター	天王寺区生玉町	暮らし	福祉					教育文化活動支援
29	街山荘	天王寺区生玉町	暮らし	商業	文化	芸術			その他
30	キャロット	天王寺区上本町	暮らし	商業					その他
31	一心寺シアター倶楽	天王寺区逢坂	暮らし	宗教	文化	芸術			教育文化活動支援
32	四恩学園(一心寺の拠点・本拠住吉区)	天王寺区逢坂	暮らし	福祉	暮らし	教育			子育て支援
33	発起塾	天王寺区逢坂	文化	芸術					教育文化活動支援
34	むつみ工房	天王寺区上汐	暮らし	福祉	暮らし	商業			障害者生活支援
35	西むら	天王寺区四天王寺	暮らし	商業	歴史	伝統文化			教育文化活動支援
36	應典院	天王寺区下寺町	暮らし	宗教	文化	芸術			教育文化活動支援
37	風まかせ	天王寺区玉造本町	暮らし	商業	文化	芸術			その他
38	あっぱれ	天王寺区玉造元町	暮らし	商業					その他
39	さぬきや	天王寺区玉造元町	暮らし	商業	文化	芸術	歴史	伝統文化	教育文化活動支援
40	山創	天王寺区寺田町	暮らし	起業化支援					起業化支援
41	新風書房	天王寺区東高津町	暮らし	商業					教育文化活動支援

調査で非居住者からのニーズとして顕在化した「起業化支援」の取り組みが上町台地境界におけるコミュニティ・ビジネスの活発な分野の一つとして確立されることを企図し、新たに検索キーを追加する。大科目では「暮らし」に位置づけ、「暮らし 起業化支援」を新たに加える。

コミュニティ・ビジネスが必要とされている、それぞれの活動領域を横断する検索キーとして、「コミュニティ・ビジネス」そのものをカテゴリーの一つとして設けることを検討する。これにより、コミュニティ・ビジネスの中間支援の取り組みも包括される。

## 第五話の終わりに

今後、こうした改善が重ねられていくプロセスの中に、コミュニティ・ビジネスの実践者や地域の新旧住民が関わり、人とまちをつなぐコミュニケーション・デザインが成熟していくことを期待したい。つまり、改善の必要性に気付くに至るプロセスにこそ、地域にどういうニーズや思いがあるのか、地域に対して積極的に耳を傾けていく姿勢が見出されるのである。そこに、ノン・グロバル・ビジネスの可能性、地域における公益的な価値創造の道筋が見えてくるのではないだろうか。

前回に引き続いて第五話では、「上町台地コミュニティ・ビジネス研究会」による調査報告書『Non Global Business (NGB)としてのコミュニティ・ビジネスとその可能性』をもとに、都心部におけるコミュニティ・ビジネスが持つ意味や発展の方向性と、そのために必要なコミュニケーション・デザインのあり方について考察した。加えて、

コミュニケーション・デザインの実践的な試みの一例として、「上町台地からまちを考える会」が取り組んでいる上町台地・地域資源データベースの概要と改善の可能性について簡単に紹介した。

昨年度の調査を踏まえて、今年度、上町台地コミュニティ・ビジネス研究会では、都心集合住宅を活用した地域コミュニケーション・デザインの実践的提案に取り組み予定である。ここでは、上記の地域資源データベースの活用方法や、コミュニケーション・デザイン・キットの開発、都心集合住宅を拠点としたコミュニティ・ビジネスモデルの創造等、上町台地上での具体的なケーススタディの展開を想定している。

ケーススタディをとおして、都心集合住宅の居住者と地域がつながり、地域の魅力を高める主体となっていくことができるかどうか、さらには都心集合住宅が持つ空間資源を地域における共的な資源へと転化していくことができるかどうか、その可能性にアプローチしていきたい。

(大阪ガスエネルギー・文化研究所 客員研究員)

CEL

図6-1 上町台地・地域資源データベースの検索キー追加例「班家食工房」(改善提案から)

班家食工房	暮らし: 商業	文化: 国際
生野区 桃谷	文化: 芸術	CB: 国際交流支援



「乱場」(ナンジャン: いろんな人々が集い、交流する場)を意識して、コリアタウン中央商店街に2003年秋にオープンした、コリア文化を発信する新スポットです。  
1階の洪家食工房(食文化の体験パビリオン)、2階のKOREAN CULTURE LABO(韓国文化を発信するカルチャースペース)、3階のギャラリー渡来(国境を越えたアートスペース)から成り、キムチ教室をはじめチョゴリの着付け体験など、様々な文化交流事業を通じて、食文化、芸術文化をはじめとするコリアの生活風土を体験することができます。

図6-2 上町台地・地域資源データベースの検索キー追加例「山創」(改善提案から)

山創	暮らし: 起業化支援	CB: 起業化支援
天王寺区 寺田町	検索キー	検索キー



内装工事を行っていた会社ですが、平成15年より新規事業として、「一人親サポート ネットワークオフィス」として、一人親が情報交換できる拠点づくりのため、ギャラリー機能を持ったスタジオ兼オフィスを設置しています。  
一人親に対して、仕事の業務訓練、疑似就労、起業体験などを行うこと、また、中小企業を対象とした勉強会などを同時に展開しています。これにより、一人親、中小企業のネットワークを創り、人材育成、就労支援、起業化支援を行っています。

図6-3 上町台地・地域資源データベースの検索キー追加例「デイサービスセンター陽だまり」(改善提案から)

デイサービスセンター陽だまり	暮らし: 福祉	歴史: 建築
中央区 谷町	CB: 高齢者生活支援	検索キー



空堀商店街の理具店の店主が、長屋を改装して2003年3月に始めたデイサービスセンターです。長屋の懐かしさや温かさから、よく暮れていた高齢者が穏やかになったり、自力でできることが増えたりと、他の施設とは異なる効果をもたらしています。  
改装は、からほり倶楽部のメンバーが手がけており、長屋のストックバンクネットワークの事例の1つに数えられています。