

◎市民の自主的活動と企業の社会貢献

自主性と事業性からみた市民事業

第3グループ

1 市民の自主的活動の多様化と事業化

①はじめに

都市化社会の中で様々な生活課題、社会的課題が発生し、それに伴う市民の自主的な活動は多様化がすすんでいる。その領域も従来文化・スポーツなどを中心とした活動から、福祉、環境などの分野にまで広がり、また課題の変化に応じ、活動主体、方法、形態も変化してきている。例えば従来ボランティア活動では、無償性、主体性、社会性が唱えられていたが、活動領域の拡大に伴い有償性も指向されている。

一方では、不況のこの時期においても、生活の豊かさや質の高いものには必要な消費を惜しまないというライフスタイルがみられることも、新たな市民生活の基本的属性の変化とともに、新たな都市的生活様式の価値観の変化として注目に値する。こうした新たな状況の中で、市民の様々な自主的活動・事業を

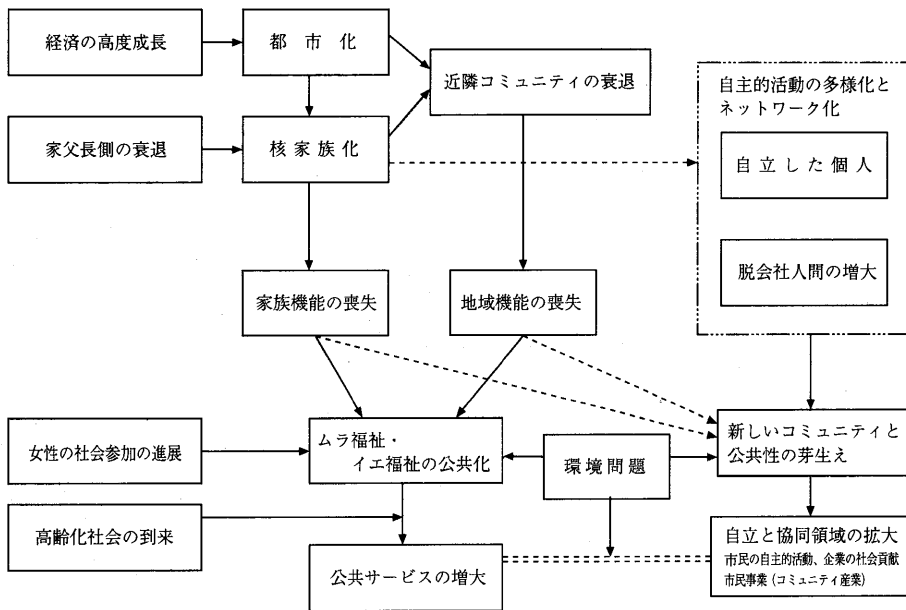
③企業の新築の地域社会での共生、の三つのテーマに沿って考察する。

②女性たちの活動と多様化

女性、とりわけ主婦の社会参加のあり様は多様である。表1は、活動の分野に加え、有償か無償か、という経済活動の有無で、女性の社会活動を分類したものである。表で(E)、(F)は、就業とボランティアとの間に位置し、地域活動の新しい形と見ることもできる。こうした活動は経済活動を伴うが、活動それ自体は、福祉・暮らし・消費生活等生活自体であると同時に生活者の自己実現のための活動でもある。

一応表の形に整理してはみたが、初めからこうした分類

図-1 公共サービス需要の発生構造モデル



1 市民の自主的活動の多様化と事業化
 2 グラスルートマネージメント
 3 企業の社会的責任と社会貢献
 4 経済構造と市民事業
 5 目標と実現化の方向について

表一 女性の社会活動の分類

	無 償	有 償
余暇活動	(A) 学習、趣味、スポーツ活動等	(D) 講師等（教えられる立場から教える立場へ）
地域活動	(B) 福祉、子育て、暮らし、消費活動、環境等に関わる活動（ボランティア活動）	(E) 福祉、子育て、暮らし、消費活動、環境等に関わる活動
労働（就業）	(C) 主婦業＝シャドウワーク（家事、育児、介護）	(F) 起業、ワーカーズコレクティブ（G）被雇用者

が生じているのではなく、重要なことは新しい移行の形態が生じていることである。生き甲斐、自立、問題意識などを契機とした活動とともに、自主組織 B B B（ベイ・ブリッジ・ベイビーズ）などのように市民運動とは少し違う領域から、

「ミーハー、アクティブ、トレンドイ女性大集合」を標榜するような動きが生まれており、明らかに今までの深刻な覚悟をとまなう活動とは違う。
 こうした女性たちに共通しているのは、自己実現のために活動し、仕事づくりをすることだ。最初から企業に雇用されることを前提とせず、新しい働き方を提案している。男性や若い人の「就職」は実は「就社」であり、仕事選びではない。時間の使い方を見ても、会社中心である。しかし、家庭・地域活動・仕事のどれも切り捨てず、バランスよく働きたいという女性たちの意見は、実は「人間らしい生き方、働き方」の提案なのではないだろうか。

今後、深刻な労働力不足の時代を迎える。女性や高齢者の存在が見直され、彼らの多様性を志向した新たな生き方が、男性を中心とした硬直化した社会経済システムを革新し、生活の「豊かさ」をもたらす原動力となるのではないかと期待されている。
 こうした女性の身近な関心・課題から出発し、自らの個性と修得したものを活かした動きは、考えてもみなかった動き・移行を生じさせてきている。
 ① 住民参加型在宅福祉サービスの多様化
 様々なボランティア活動は、最近、余暇時間で行う「趣味的活動」から、身近な具体的な問題を解決していくという「課題解決型」への事業的活動へと移行が始まっている。住民参加型在宅福祉サービスが、ワーカーズコレクティブや地域、団地などで自主的活動から市民事業へと発展を見せているのがそれである。例えば中区での地域の自主的活動「なか福祉まごころの会」の事例を見てみると、表一2のようになっている。
 現在、ホームヘルプ活動は、横浜市ホームヘルプ協会が中心になってサービスを供給しているが、必ずしも十分な状況とは言いがたい。事業の発展性として、
 ① 協会ヘルパー派遣までのつなぎ期間
 ② 緊急性がある場合
 ③ 早朝、夜間、休日の対応
 など、現在「行政サービスのすきま」となっているサービスに対し、柔軟に対応を図る予定である。この自主的活動が、「課題解決型」として事業を進展させる可能性は十分あるも

表二 なか福祉まごころの会

(1) 事業目的	高齢者・障害者の在宅福祉サービス
(2) 設置主体	なか福祉協会（現在、法人格なし）
(3) サービス内容	ア 生活相談サービス（無料） イ 家事援助サービス（有料） 介護サービス900円 家事サービス800円 ウ 家事サービス（有料） 1食850円程度 エ その他のサービス
(4) 会員制	個人及び団体

のと思われる。
 ④ 消費者運動の多様化と市民事業
 ⑦ 消費者による対案提示・実践型運動の台頭
 消費者運動はいつの時代もその時代に生きる人々のかかえる生活課題を浮き彫りにし、その解決を推進してきた。戦後の物不足、不良商品の氾濫に対する主婦の生活防衛運動に端を発した消費者運動は、大量生産、大量消費の時代に情報提供型の本格的消費者運動を生みだした。また六十年代後半から七十年代には、生命身体に危害を及ぼす一連の事件や環境破壊の続発に対して告発型・追及型の運動として先鋭化した。
 オイルショックを経て、消費者問題には省資源・省エネルギー、環境問題等消費生活を見直す中で指摘される問題が加わった。さらに最近では製品の機能や品質に係る問題よりも契約、クレジット等消費者の生活態度とも密

介護サービス



接に係る問題がより深刻さを増している。単に企業や行政の責任追及だけでは解決できない多様化・複雑化する消費者問題の解決に向けて、消費者運動は活動領域を広げるとともに、主体的に判断し、行動できる自立した消費者育成の重要性への認識を高めている。消費者団体の具体的取組みのテーマをみると、食品を中心に合成洗剤、水資源、牛乳パック、テレビCM、原子力発電、製造物責任、情報公開、健康、医療、教育、子育て、金融保険、高齢者の生活、ごみ問題等と生活上直面する問題全般にわたり、従来の消費者運動の概念を越え、真に豊かな生活実現を目指す市民運動ともいえるべき展開をみせている。

特に、消費者団体の環境・高齢者問題への接近は、環境・福祉団体との境界を不明なものとし、資源リサイクル・相互扶助のシステムづくり等対案提示・実践型運動の色彩を強めてもいる。また、生協運動の中から、自分たちが必要とするモノやサービスの供給と組合員である主婦たちの働く場の創出を結び、しかも新しい働き方を模索する動きも生まれている。消費者は事業者の販売のターゲットとしての消費者にとどまることなく、情報化社会の中で新しい社会システムづくりに必要な情報を手にいれ、生活者として、目的・価値を同じくする人々との連携により新たな価値を生産する試みを始めたといえるだろう。

それは、「真の豊かさとは、地域で人と人が結び、協同してつくりあげるもの」「自分たちの問題は自分たちで解決する」という強い自主性と協同性を志向する市民意識に支え

られた、市民同士による公共的なサービス供給＝市民事業の試みであるということができる。

この市民事業は非営利で社会性を意識しながら自己実現を図るという、新しいタイプの事業であり、経済活動である。

①多くの市民事業を生み出す生協運動

消費者運動が生み出した市民事業の中で、量的にも最も多く、その先進性でも注目されるのは何といっても生活クラブ生協のワーカーズ・コレクティブであろう。

一九八二年、店舗を持たない生活クラブ生協の店舗類似施設「デポ」の中で、デポ業務、スナック経営等を請け負う事業体「にんじん」が全国で初めてワーカーズ・コレクティブを名乗り事業活動を始めた。生協の無償の共同労働を担い生協運動を支えてきた女性たちが、家庭・地域で蓄積した技術・能力を活かして地域に役立つ事業を起こしていく。これが共同出

表一 戦後の主な消費者問題と消費者運動

西暦	消費者問題	消費者団体等の結成	消費者運動の特徴
'45	物資不足 不良商品の氾濫 価格問題	'48 主婦連合会	生活防衛型 不良マッチ追放運動 おしゃもじ運動 陳情・集会・デモ
'50	大量生産・販売体制 大量消費を促す高圧的マーケティング 誇大広告	'52 全国地域婦人団体連絡協議会	情報提供型 商品知識の普及 消費者啓発 商品テスト 消費者苦情処理
'60	ウツつき商品の氾濫	'61 日本消費者協会 '63 ベターホーム協会 '64 消費科学連合会	告発・追求型 チクロ追放運動 カラーテレビ不買運動 権利侵害に対して訴訟・不買で対抗
'70	公害問題 生命・身体に危害を及ぼす商品 オイル・ショック 物価高騰・モノ不足 マルチ商法被害 サラ金問題	'69 日本消費者連盟 '70 日本自動車ユーザーユニオン '71 生活クラブ生協 '82 ワーカーズコレクティブ「にんじん」	対案提示型 資源・ゴミ・環境運動 テーマの多様化 真の豊かさを求める ネットワーキング
'90	環境・高齢化問題 クレジット・自己破産	地域に密着した草の根団体 '90 消費者教育支援センター	消費者にとどまらない消費者・自ら生産へ

資、労働に応じた平等分配という協同性、対等性、主体性を重視したワーカーズ・コレクティブという新しい働き方の提案をこめた未知なる試みのスタートであった。ワーカーズ・コレクティブは、自分を活かす仕事、生き甲斐のある仕事に主体的にかかわりながら、家庭も地域も大切にできる働き方を望む主婦たちの共感と期待で広がっていった。「にんじん」設立後十年を経たいま、神奈川県において「にんじん」を筆頭に三つのワーカーズ・コレクティブが企業組合の認可を受け、六十を超えるワーカーズ・コレクティブが、食、リサイクル、展示会、保育、家事介護、文化情報、国際交流等多様な分野への広がりを見せている。

この中から、生協運動、ワーカーズ・コレクティブ運動の広報を担う「編集ワーカーズえんぴつくらぶ」を取材した。

②えんぴつくらぶ

「えんぴつくらぶ」は、一九九〇年十一月に設立され、メンバーは三十一～四十代の女性九人である。設立の経緯は、七年ほど前、生活クラブ生協が組合員に対して就業希望、希望の職種、技能資格の有無などのアンケート調査を実施した頃にさかのぼる。その希望職種の中に「編集」という分野があった。Sさんは、そこからリストアップされた十二人の組合員に呼びかけ、月一回の集まりを一年間続ける中でワーカーズの夢を語り合い、一人一人の参加意思の確認と事業化の可能性を模索した。さらに、一年間、生活クラブ南部ブロックの機関紙「なんぶ」の編集を無料で請負うことを申し出、自信をつけるための研修

とした。メンバーの中には、プロはいなかった。それらを通じて、最終的に残った四人が改めて仲間を募り出資金(一人三万円)を出し合い、設立の運びとなった。

現在、「なんぶ」はもちろん、ワーカーズ・コレクティブ、石鹼運動アルタネット、神奈川ネットワーク運動等の機関紙を十紙以上、神奈川ワーカーズ・コレクティブ連合会の刊行物全般、企業組合にんじんの十周年記念誌等ワーカーズを中心に生活クラブ生協の活動関連の仕事を幅広く手がけ、仕事は取材執筆、編集、デザイン、レイアウトから版下作成までを行う。

一人あたりの収入は平均して月四～五万円。個人としても事業としても自立できる状況には至っていない。しかも事務所の賃料は七千円と廉価、その他生活クラブのコピー機、リソグラフを実費で利用させてもらう等生活クラブからの支援をうけて、やっとという状態である。しかし、「社会に取り込まれるのではなく、主体的に生きたい。ささやかでも誠実な情報を地域から送り続けたい」をモットーに蓄積を重ね、確実に力をつけている。

ワーカーズ・コレクティブはコープかながわにも飛び火し、家事介護サービスの「愛コープ」と、家事介護以外の「組合員の仕事おとし」の受け皿としての「キュービック」が、ワーカーズ・コープを名乗り一九九〇年から事業活動を始めている。

2 グラスルーツマネージメント

市民事業における「趣旨」と「熱意」及び「必要性」については、流々論じられることが多いが、どの市民事業についても大きな壁となっていることが「事業の経営」という問題である。また「経営学」自体も企業中心でこうした非営利な事業の経営という課題は十分に研究されてきていないのである。

市民事業の場合、企業のように利益を出すこと自体が目的になっていないだけに、必要な経費・人件費等についても低く見積りがちであり、持出しや消耗の果てに市民事業の維持自体が困難になるケースも少なくない。また、事業収入に限られている場合も多く、寄付や支援などの収入源の確保も重要な経営課題となっている。

このような市民事業における経営問題は、グラスルーツマネージメントとして総称され、様々な試みが行われている。グラスルーツマネージメントとは、「市民活動が社会的主体として自立するために必要な道具であり、従来のビジネスマネージメントとは、目的・価値を異にする人間尊重のマネージメントである。」とする定義があるが、ビジネスマネージメントでも最近では「人間性尊重、個性尊重」または「自己実現と組織目的の統合」が言われており、両者は共通することも多い。しかし、ビジネスでは企業の発展・維持が絶対的であり、人間性尊重等もその範囲内であるという限界があり、グラスルーツマネージメントの価値や使命からのスクリーニングを経て、はじめてビジネスマネージメントの「技術輸入」が可能となる。

グラスルーツマネージメントでは、既にい

第三世界産品ショップ



くつかの経営的な視点からの成功例がある。事業開始に当たっては市場調査から立地にいたるまで準備を怠らないもの、利幅は少ないが持続的な基礎事業とこれを支えに大きく飛躍する事業との組合せで行う二重・多角化の経営方式を取るもの、企業と並べても遜色のない企画書や見積書が提出され事業展開ができるもの、情報機器を積極的に取り入れ利用しているもの、独自の研修システムの開発が行われ高度なサービスが提供されているもの、事業的部分と運動的部分を相互に活かすものなどがあり、市民事業特有の具体的で、生活感覚の活きた事業方式を生み出している。

全体としては、まだまだ試行錯誤の段階といえるだろうが、非営利な事業の経営問題は今後ますます必要に迫られてくることは疑いない。

3 企業の社会的責任と社会貢献

従来の企業の社会的責任とは、「財やサービスの供給」「株主への配当」「税の負担」などを総称して足りるとしてきた。しかし、現在では企業の社会性が求められるとともに、企業市民としては、単に受け身ではなく、次のような積極的な社会貢献が求められるている。

第一に、企業の本業で社会貢献することであろう。公害を出さない、欠陥商品を出さない、押し売り・虚偽まがいをしてはいけないことが基本中の基本である。それに加えて本当に良いモノ、優れたサービスを提供することである。しかも本当に必要なモノ、良いモノを怠長く

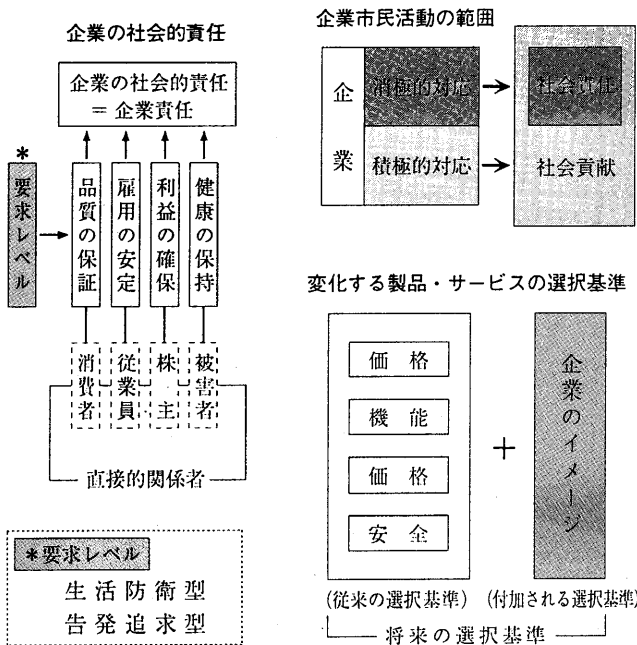
提供する。そのためのアフターサービス、補修用部品の確保などの地味なフォローを行い、市民との信頼関係を確立することであろう。そのことを誠実に追及することが求められているのである。

第二に、企業の人間化である。「企業内に憲法はない」と強弁するのではなく、個人・生活を重視することが不可欠である。働くものの人権を尊重する、就業環境の改善に努める、労働時間を短縮する、また就業率への配分率をあげ、内部留保優先を改めなければならぬ。更に生き甲斐・働き甲斐を持てることも重要である。そのための社員への権限委譲を進め、失点主義ではなく、自己開発を奨励し、女性や外国人、あるいは中途採用者等への差別と偏見があつてはならない。

第三は、地球環境への配慮である。商品を企画開発し、市場に提供するときから、その商品のリサイクルや廃棄処分の方法まで配慮されなければならぬ。製品寿命の長期化なども、地球環境という観点からも重要である。

以上に比べれば重要性は落ちるが、企業の立地そのものの社会的責任から、メセナやフィランソपीといわれる企業やその構成員による文化や福祉への奨励・参加、緑化や就業環境の整備を含む立地環境の整備、企業施設の開放、

図一 企業の社会的責任と社会貢献



地域活動への参加・奨励、企業博物館の設立・公開、寄付講座・市民講座の開設など、企業を地域のブラスボックスとしないルールがあることは重要なことであろう。

4 経済構造と市民事業

① 経済構造の考え方

あらゆる経済活動は、社会の必要とする財及びサービスの生産・流通・消費の全体を意味し、相互の絡み合っている総体を経済構造という。これは主に生産構造、流通構造、消費構造の三つからなり、特に生産構造を中心として経済構造をみた場合に産業構造という。これは経済構造の中でも生産構造が主導モ

ントとしての位置を持っているからである。つまり産業構造では、産業を第一次産業（採取産業）、第二次産業（製造工業）及び第三次産業（サービス産業）にわけ、主導モメントから経済発展を考える立場をとることになる。しかも重要なことは、産業の個別主体の主流は、現在は「営利を目的とした企業」ということであり、この刻印が経済構造の全てを彩っていることである。

第一に言うべきことは、市民事業は、従来の産業構造、主に第三次産業のニュー・サービスレベルとして把握するのは違って、再度経済構造から出発しなければ把握出来ないという経済事象である。

第二に重要なことは、社会経済環境の変化は、従来の「経済構造」が「生活過程」「生活様式」「生活文化」との相互関係として深い変容が進んでいるということが注目に値する。これは社会における「生きている現実的な諸個人」を主体とする「生活過程」を、①意識的活動性②生活手段の生産③社会性・協同性としてつかまえ、このうち生活手段の生産を、狭義には生命の再生産と生活の再生産として、さらに生活の再生産を経済構造に対応させて、財とサービスの生産・流通・消費の全体と相互の絡み合っている総体としてみると、このことが良く理解できるだろう。

社会経済環境の変容は、総体との関係によって初めて解き明かされるものである。市民事業はこうした「生活過程」としての「生きている現実的な諸個人」を絶えず意識した事業である。その自主的な活動の新たな進展は、総体の連関と循環の中で経済構造の転換に強

い影響力を与えるのである。

第三にいうことができるのは、環境問題に見られる自然という課題である。産業優先に比例する自然の破壊は不可逆性を帯び、人間の存在領域を狭めつつあることであろう。このことを狭い営利主義と個別事業体的視野で捉えるかぎり、人類に未来はないと考える。この「生命の再生産」の危機について、誰が総体として捕まえるのか、その様々な動きの一つとして、批判的・対抗

的な動きとして市民事業を考えていくことが必要ではないだろうか。こうして「中間領域」の意味が次第に位置付けられていく。

市民事業が市民の自主的な活動のケルンの一部にすぎないが、自然・社会構造と経済構造との深い関連の中で生まれていることが理解できればいいと考える。ヘーゼル・ヘンダーソンの図の3は、こうした全体像を良く示しているということが出来る。

② 経済構造からみた市民事業

市民事業は社会構造からみると市民の自主的な活動における事業性を付加した活動として、生まれ得る必然性をもっているが、必ず

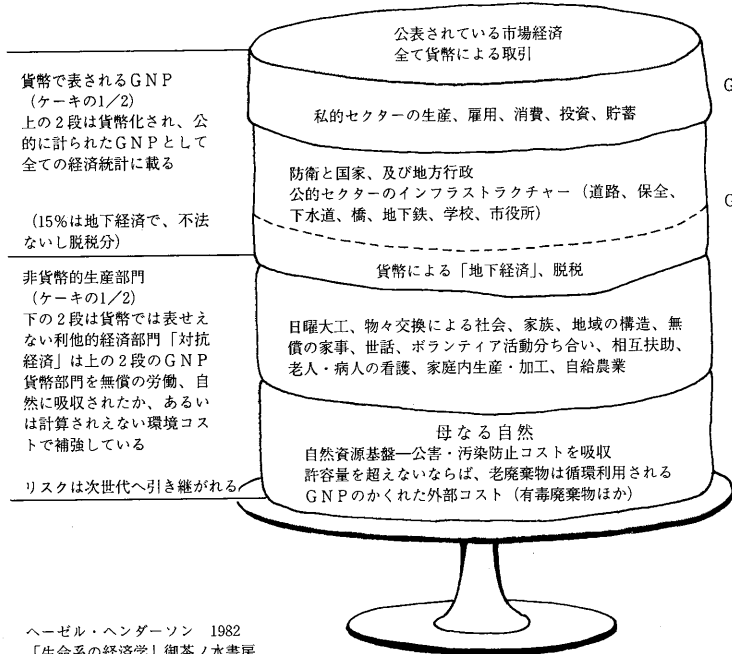
しも全ての市民の自主的な活動の必須要件とはいえない。こうした意味では多様な活動の一形態であるにすぎない。

しかし、経済構造から見るとその様相は変わって来る。

重要なことは、消費構造の主体たる消費者が、産業構造へ対抗的に踏み込み、主導性を発揮することを望んでいることである。市民事業では既に受け身に置かれている消費者と



図-3 産業社会の生産的構造（デコレーション付き3段ケーキ）



ヘーゼル・ヘンダーソン 1982
「生命系の経済学」御茶ノ水書房

いう立場から、生活者への転換が始まっている。「プロシューマー」は過去の歴史から見れば生活者そのものであり、生活者の概念自体には既に運動性、事業性、自治性、生産性、消費性としての種を含んでいるからである。

こうした市民事業がネットワーク型で市場経済に参加するとき、生産・流通・消費の再生産構造を生活の必要から組織し、運営することによって、産業資本による過剰生産や見せかけ消費などの多様なむだを克服できる展望を暗示し、事例をつくりだしている。

③「コミュニティ産業」の概念づくり

第一章に見るように、市民の自主的活動が多様化し、新しい生活価値や働き方の創造を通じて、望ましい地域や協同を形成していくという、主に非営利な事業、生活価値創造のモデルビジネスのことを市民事業という。

従来より市民事業はビジネスとボランティアの中間領域での経済活動とされ、ビジネス側からは営利性の欠如、趣味的な領域と言われ、ボランティア側からは営利活動として区別されてきた。しかし、現在では双方から新たな領域として注目を浴びている。また、行政においても、必要だが手が届いていない福祉分野などへの新しい市民相互の「公共サービス」の供給方式として、ボランティア活動と併せ注目されている。

こうした市民事業を私たちは「コミュニティ産業」として名付け、従来の企業と区別し、業種レベルでの分野ではなく、業種横断的な変質部分の特徴づける概念と考えることとした。

具体的には消費・福祉・環境生協から、有機農業及びこれらの流通・販売、モノづくり、ワーカーズコレクティブ、様々な分野での女性の起業、有償ボランティア事業など、各種の非営利な経済活動としての事業体がある。

④市民事業（コミュニティ産業）の時代

会社重視社会から生活重視社会への転換には、単純化すると、企業には「仕事にやりがいがなく、成果や責任も十分でなく、使命感など全くない。あるのは利益の追求だけだからだ」（ドラッカー『未来企業』）という認識だけではなく、「カネもうけ」、「モノを買うこと」という、持つことだけに表現できる豊かさではなく、持つことが、人間と人間との関わりを豊かにし、人間と自然との関わりを豊かにできるような豊かさを、私たちは、どのようにして創り出していったらいいのかわ、真剣に考え実現」（暉峻淑子『豊かさとは何か』）したいという願いが計画化され、現実化されなければならない。「企業では、計画は収益から始まる」が「非営利組織では、それは使命から始まる」（ドラッカー）からである。

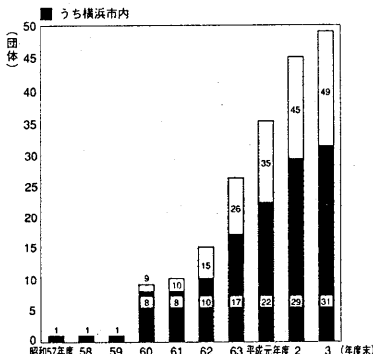
「モノから心へ」という分離・段階論の発想ではなく、モノの生産やサービスの提供も、自然と第二の自然（人間の協同）を統一し、他者との共存の中で生きるために、そのことを豊かにする手段として存在している。市民によるネットワーク社会の形成である。このために正面きって取り組もうとする新たな事業は、豊かさ乖離の原因と問題意識の強い関連分野から底広がりをは始めている。私的消費

と社会的消費のアンバランスを改善すること、新世代のライフスタイル・価値観、人間の変化はいわば主導的に就業形態を変え、消費構造、産業構造にも影響を与えていくことになるだろう。

生活の自給・家事・相互扶助が外部化、商品化し、それに見合って市民の就業（賃労働）の増大する社会は、総じて営利社会への生活過程の包摂（拜金主義の増大）の進展であり、つまりこれが都市的生活様式の主な特徴である。こうした特徴は他面では生活の多様化、自律化、個性化を進展する要因ともなる。この進展を保証する「協同消費から協同事業」まで非営利な社会領域という新たな段階でのコミュニティ、生活、人々の有り様の再建が始まっている。そうした動きは、非営利的な社会領域の構築には欠かすことができない。

こうした分野について、ドラッカーは「非営利組織が、コミュニティの新たな非営利組織について紐帯を作り出し、能動的市民性と社会的責任と、価値観に対する新たなコミットメントを生み出しつつある」と述べている。つまり「生活大団 (nation with better quality of life)」論の言葉が踊っているが、その内実を形成する主体が、非営利的な市民の協同の公共的供給方式（市民の自立と協同領域の拡大）として形成し、登場している。私企業と行政の狭間で受け手であった市民が、「中間領域」として自主的活動領域をさらに事業レベルにまで拡大し、経済構造の是正に立ち向かうことは健全な社会構造のプロポジション形成に不可欠である。

生活クラブ生協神奈川のワーカーズコレクティブの推移



市民のネットワーク社会はこうした市民事業をも含む広大な領域を形成するし、現在は生みの苦しみを含め、ネットワーク社会という新たなステージへの移行を示しているということができるだろう。

5 目標と実現化の方向について

① 「市民事業（コミュニティ産業）」の位置付け

第一に重要なことは、市民事業の運動性と批判性の意義であり、日本にはまだ馴染の薄い、非営利事業で市民セクターの役割についての理解である。

第二に必要なことは、行政にとってこうした事業の自主性を尊重することにより、独立性の確保、干渉の排除、パートナーシップの確立により、様々な活動の援助を図ることができる、ということである。

よくあることであるが、行政のパートナーシップといいながら、実は「安上がり行政」的な利用発想の延長でとらえられることがあるが、これ自体相互の信頼を裏切るもので、行政の市民運動との連携及び行政の役割分担及び新たな公共サービスの供給方式の検討の妨げとなるものである。

② 行政の支援策

行政にとってのこうした事業体への支援においては次のものが検討される必要がある。

- ① アナウンス効果
自主的活動の紹介、パートナーシップ
- ② 情報・研修・場の形成支援
生活総合プラザ、女性フォーラム等の場の設定

行政事業との連携（ホームヘルプ協会等）

③ 経済的な支援システムの構築

グラスルーツマネージメント（第三セクター、非営利機関、非営利事業等）の検討
新規需要へのチャンスと提供
市民利用施設等への優先採用（ともしびの会等）

既存支援対象領域の拡大（融資、指導等）
インキュベーター施設整備

④ 行政の局所的取組みと組織体制の確立

新たな公共サービスの供給方式の検討
行政資源の結集

⑤ 制度法の確立

「生産協同組合法」等の法的整備の確立
支援基金の創設（福祉基金、文化基金等との連携）

企業の寄付等の税制上の優遇策の検討

NPO組織の法人格化の検討

- ⑥ 企業の社会貢献と市民事業との仲介・連携
「企業市民活動推進センター」の設置
企業独自事業の推進支援

これらの支援策は、必ずしも自治体のみで実現できる訳ではない。しかし、市民事業の動きはもう新しい芽の段階を越えてきている。ある時は運動としてある時は、事業として、政治的にも参与している。行政が、こうしたトータルな動きに向き合い、パートナーシップを発揮していくことは、今後の大きな課題になる。行政のセクショナリズム、段階論を乗り越えて、検討していただければ幸いである。

△田中弘子〓市民局女性計画推進室／鈴木基久〓中区区政推進課長（前経済局産業振興課課長補佐商業振興係長）／山田雅夫〓中区福祉課地域福祉係長（前同福祉援護係長）／

●兼松仁礼夫〓経済局経済政策課／寒河江恵子〓同局消費経済課消費生活係／★楠原光一〓港湾局企画調査担当係長（前企画財政局企画調整室担当係長）▽

原稿は、兼松がとりまとめた。