

# 「民都・大阪」の実現に向けて

平成30年12月27日

「民都・大阪」フィランソロピー会議 金井 宏実

# 民都・大阪とは・・・

淀屋橋、心齋橋、道頓堀などに名を残すように大阪のまちは商人や町人が自らの暮らすまちは自分たちで良くしようという大阪人氣質(かたぎ)に裏付けられた民都でした。

「まちはステージ・市民は演者」という東京に対して、大阪は、「まちは我家・市民は家族」という価値観が根強く残っています。

日本の経済成長を支えてきた「55年体制」は役割を終え、これからの成熟社会を作るための新たな社会構造は「市民・行政・企業」による市民社会です。

阪神・淡路大震災以降、公益法人やNPOだけでなく、SB(ソーシャルビジネス)、営利企業でも社会の課題解決に力をいれてきました。

これからの活動をさらに進めて行くためには**社会基盤の整備**や**市民社会実現のための啓発**が必要です。

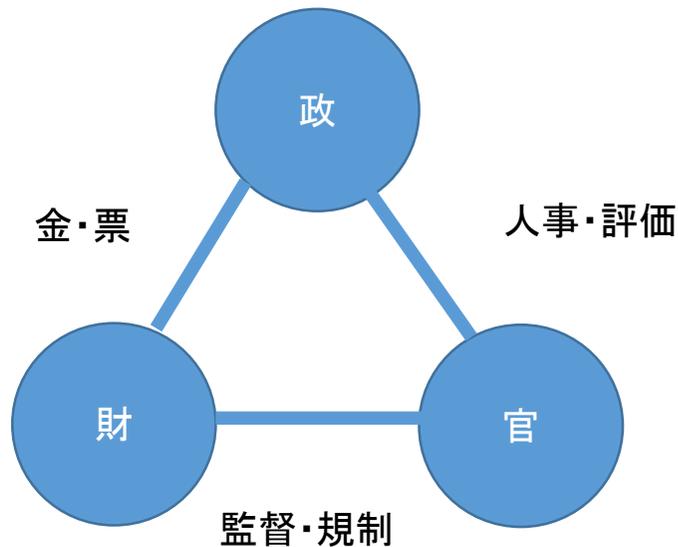
イタリアの思想家チェスタンは次のように残しています。

「ローマが偉大だから人々はローマを愛したのではない。人々が愛したからローマは偉大になったのだ。」

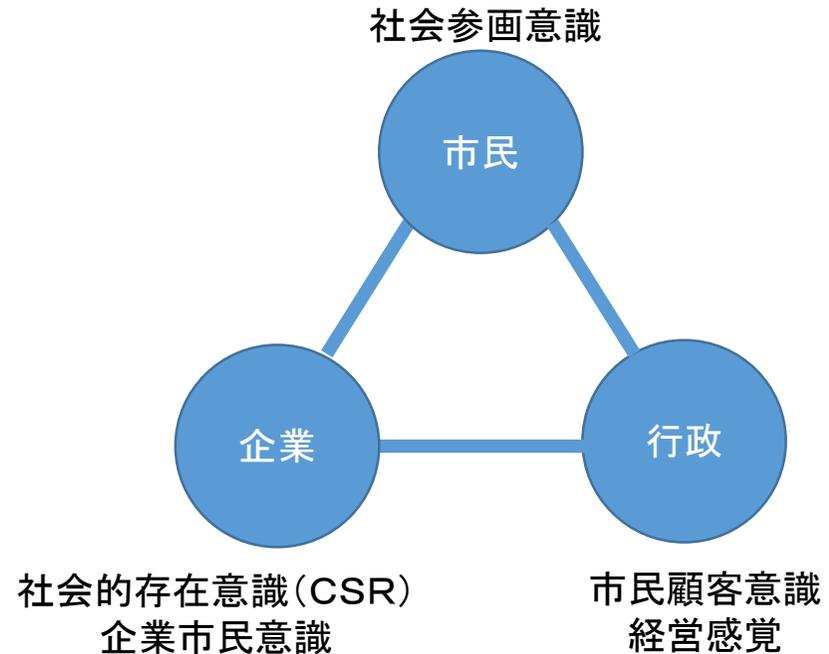
**「大阪が市民のために何をしてくれるか」ではなく、「我々市民一人ひとりが愛する大阪のために何ができるか」が民都・大阪の実現のために重要なのです。**

# 55年体制から市民社会へ

55年体制



市民社会



# Vision(めざすもの)からTactics(戦術)へ



民都・大阪の実現

①社会基盤の整備

(1)人の基盤整備  
(2)金の基盤整備  
(3)情報の基盤整備

(1)-(a)人の教育、研修、交流  
(b)就業の環境整備  
(c)多様な人材のネットワークの構築  
(2)-(a)資金循環のシステムの基盤整備  
(休眠預金、ふるさと納税、遺贈、クラウドファンディング、企業・財団の資金等)  
(b)寄付文化の醸成  
(c)法整備、規制緩和、政策  
(3)-(a)ITの活用(経営管理、広報、PR、ネットワーク等)

②ネットワークの構築

(1)市民、企業、行政のネットワーク  
(2)異分野、異業種のネットワーク

(1)・ソーシャルセクターと企業のマッチング  
ソーシャルセクターの情報、ノウハウを企業活動に活かす 企業の人材、資金、専門性をソーシャルセクターの活動に活かす  
・ソーシャルセクターと行政のマッチング  
行政の業務をソーシャルセクターが代行する。(例:指定管理)  
・企業と行政の橋渡しをソーシャルセクターがする。  
(2)・クラウドネットワークの構築  
個人、NPO、非営利法人、士業、SB、金融機関、株式会社、などの企業、教育機関、行政、官庁、海外などあらゆる人や組織のネットワーク

③意識の醸成、啓発

(1)教育、啓発、広報

(1)-(a)ソーシャルセクターのプロフェッショナル人材育成  
(b)インターンシップなど人材の研修  
(c)教育機関とのコラボレーション  
(d)SNSを通じた情報発信  
(e)職業としてのソーシャルセクター分野の確立