

提 案 書

提案名 (25字以内)	MM 地区のソーシャル活動を創るローカルグッドカフェ
グループ名 (25字以内)	NPO 法人横浜コミュニティデザイン・ラボ

【1】提案グループの現在の主な地域社会貢献活動の内容及び最近5年以内の実績、またグループの紹介を記入してください。

	2003年からNPOとしてまちづくり・地域情報の編集発信(ヨコハマ経済新聞)、横浜の都心臨海部の情報発信支援などに取り組む。20014年から地域課題・公益活動のニュース・データ見える化とクラウドファンディング・スキルマッチング機能を備えたサイト「LOCAL GOOD YOKOHAMA」(横浜市政策局共創推進室「共創案件」)を運営。直近5年では、自動車会社からの受託によるユーザー協働のアイデアソン企画・運営、『栄区版・リビングラボ』導入に向けた検討事業、港北区12商店街回遊イベント「IoT技術を活用した来街者の行動動態調査」などを実施している。
ホームページ	http://yokohamalab.jp http://yokohama.localgood.jp

【2】助成を受けて行う活動の年間計画を記入してください。

月	内 容
4月	企画会議・広報計画設定・チラシデザイン作成・印刷 CSR・SDGs セミナー
5月	広報スタート/イベント参加者募集開始
6月	インプットセミナー1: みなとみらいができるまで 歴史を学ぶ公開講座
7月	フューチャーセッション1: みなとみらいで暮らす・働く=地域課題・地域資源の可視化
8月	フィールドワーク2: 夏休み・親子歓迎 水辺の活動/ヨコハマ海洋大学等との連携
9月	フューチャーセッション2: みなとみらいで暮らす・働く=アイデア出し=FWの結果をもとに
10月	インプットセミナー2: みなとみらいの未来を知ろう インナーハーバー・市役所移転等 CSR・SDGs セミナー
11月	フィールドワーク2: これまでのフューチャーセッションで話題になった現場や人に会いに行く
12月	大交流会
1月	フューチャーセッション3: これからのみなとみらいに必要なこと・あったらいいなのプロジェクトを構想する。
2月	成果とりまとめ 報告書作成
3月	

【3】助成を受けて行う活動の内容について、次の項目に沿って記入してください。

(1) 活動の内容：「みなとみらいのコミュニティ」のソーシャルな活動を活性化することを目的に、地域の社会貢献活動や地域課題、CSR 活動・SDGs 等について知り、オンラインで発信をしていく参加型プロジェクトを展開します。地域とつながる/地域でコトをつくる/地域課題を解決する の 3 つのキーワードを軸に、地域社会に役立ちたいという意識を持つ在住者・在勤者・学生等を募り、対話の場を設けコミュニティを創造します。具体的には

1) みなとみらいの歴史・未来の計画等を学ぶインプットセミナー→2 回

2) 課題の現場をみんなでまち歩きして視察・理解するフィールドワーク→2 回

3) 課題の発掘や可視化をするワークショップ（フューチャーセッション）→3 回

4) CSR・地域社会への貢献・SDGs 等について学ぶ CSR・SDGs セミナー→2 回 を実施します。

セミナー・ワークショップには、子どもアドベンチャー2018(8 月)、横浜ガジェットまつり 2018(11 月)、スマートイルミネーション横浜 2018(11 月~12 月)、横浜サンタプロジェクト（12 月）のほか、みなとみらい本町小学校の地域連携の取り組みや、エリア内のさまざまな公益的な活動・CSR 活動を実践するキーパーソンを招き、ショートプレゼンを実施します。また、各回の終了後に交流会を実施し、新たなつながりを創造します。

5) レポート・記事：LOCAL GOOD YOKOHAMA/ヨコハマ経済新聞に掲載し広く地域社会に発信します。

(2) 活動の主催者及び参加者：主催者：NPO 法人横浜コミュニティデザイン・ラボ

参加者：MM21 地区の在住者・在勤者、CSR に関心ある/実践している企業

(3) 活動を実現するための方法

対話の場であるフューチャーセッションでは1) 課題設定ワーク2) アイデア構想ワークを実施します。

この対話の場を軸に、みなとみらいの歴史と未来を知る講座、実際に課題や魅力の現場を訪ねるフィールドワークを差し込み、1 年を通してふだん暮らし・働くエリアに愛着を持ってもらうきっかけとします。

▽協力者・団体：CSR セミナーは横浜市立大学の影山摩子弥教授に講師を依頼予定

(4) 時期 2018 年 4 月~2019 年 2 月

(5) 場所：BUKATUDO、みなとみらいフューチャーセンター、NPO スクエア（ワールドポーターズ）、富士ゼロックスお客様共創ラボラトリー、アクセンチュアみなとみらいオフィス、象の鼻テラス等

(6) 当地区で活動を行う理由：みなとみらい地区の特長は、一般住民・企業で働く人・観光客など、多様な目的と属性を持つ人たちの高密度な集積です。当法人は、地域の「マチネタ」を扱うオールランドなウェブメディアを運営するという特性を生かし、異なるセクターに対して情報を発信し、みなとみらい地区の多彩な魅力・課題の共有を促進し、横浜最大の経済・観光の集積地が、さらに横浜の人たちに愛される街になることに貢献します。

(7) エリアマネジメントの効果：1983 年のみなとみらい地区開発着工から本年で 35 周年を迎えます。これからの発展のためにここで 1 度、在住者・在勤者を中心に楽しく学び、歩くワーク等を通じて「棚卸し」を行います。さらに、この対話の機会を通じて課題を発見し、まちをよりよくしていくためのつながりをつくる・新たなプロジェクトの種を発見することが、本提案の目指す「成果」です。

(8) その他、特徴やアピールする点：2003 年に横浜ワールドポーターズ 6 階 NPO スクエアで創業した当 NPO 法人は、2004 年よりヨコハマ経済新聞を運営しています。本事業ではヨコハマ経済新聞を活用し、特集記事を年度内に 1 回制作します。広報ではマスメディアからの情報発信を獲得すべくメディアリレーションズに力を入れます。また、横浜市経済局・政策局、都市整備局、横浜市温暖化対策統括本部のオープンイノベーション、エリアマネジメント事業等との連携・協調を図り、相乗効果が出る取り組みの設計・打ち出しを心がけます。※ワークショップ等の会場・開催時期については実施決定後に調整します。

収 支 予 算 書

グループ名 NPO法人横浜コミュニティデザイン・ラボ

1 収入（自己資金や他の助成金などを記入してください。）

項 目	金 額	説明（負担者及び負担方法等）
助成金（A）	500,000	
参加費	270,000	1,000円×30人×9回
合 計（B）	770,000	(B) ≥ (C)

2 支出（助成金対象経費分）

項 目	数量 (単位)	単 価	金 額	説 明
ワークショップ・フ ィールドワーク・イ ンпутセミナー企 画運営	7	40,000	280,000	講師料、ゲスト謝金、記 録費含む
同会場費	7	12,000	84,000	
CSR・SDGsセミナ ー企画・運営	2	40,000	80,000	講師料、記録費含む
同会場費	2	12,000	24,000	
チラシ制作・印刷費	1	100,000	100,000	A4両面、4色、5,000 枚
レポート記事等作成	12	15,000	180,000	合計12本、写真撮影含 む
消耗品費・雑費・諸 経費	1	22,000	22,000	当日配布物、模造紙、付 箋等
合 計（C）			770,000	【みなと】(C) ≥ (A) 【みらい】(C) × 4 / 5 ≥ (A)

地域の課題を知る・語る・解決する！ 市民参加を促す 「ローカルグッド横浜」のしくみ

身近で「リアル」な課題を共有し、最新のデジタル・プラットフォームで解決へと結びつける。市民、企業、官公庁、大学・研究機関。すべてが協働して地域の課題に挑む、究極のロールモデルが横浜にあった。



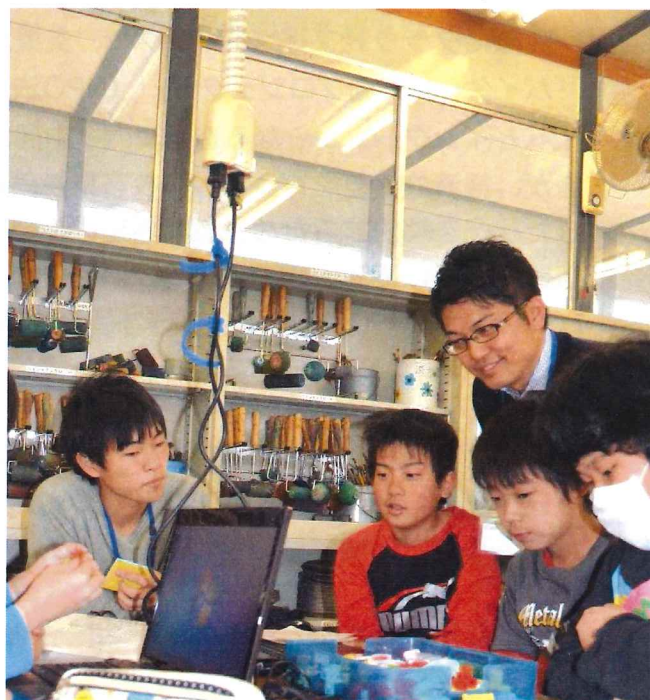
「一人暮らしの高齢者が増えている」「空き家・空き店舗が増加している」。

住民たちが抱える不安や課題に対し、地域の中から知恵と人材と資金が集まり、解決していく。そんな「本当に？」と疑いたくなる、夢のような仕組みがある。昨年10月下旬に正式にローンチされたウェブサイト「LOCAL GOOD YOKOHAMA」（ローカルグッドヨコハマ、以下LGY）だ。

仕掛け人は、2003年にNPO法人「横浜コミュニティデザイン・ラボ」を設立し、本拠地を関内の年代物のビルの一室に構える杉浦裕樹である。ここに、杉浦の考えに賛同したコンサルティング大手のアクセンチュアのCSRチームが加わり、実現した。

LGYの仕組みはこうだ。

たとえば、市民や団体・企業が感じている地域の課題。これをスマートフォンアプリやtwitterなどを利用して投稿すると、それぞれがGoogleEarth上に自動表示（首都大学東京の渡邊英徳准教授が監修）される。家族機能のSlim化、生産年齢人口の減少など、横浜の社会課題に関連するデータもインフォグラ





フィックスや、データビジュアライゼーションと呼ばれるウェブ上のプログラムを使って見える化している。これは、横浜市政策局の協力により、市がもつ統計データやオープンデータを活用したものだ。また、地域課題解決に尽力する人たちのインタビューやニュースを伝えるメディア機能も担う。これにより地域の課題と、課題を解決する人を可視化する役割を果たしているのだ。

さらに「クラウドファンディング」による資金調達機能も装備。市民の地域参加を促している。

実際にクラウドファンディングで、支援が成立し、資金を得たプロジェクトのひとつに「バイターン実施プロジェクト」（NPO法人パノラマ）がある。「バイターン」とは、バイトとインターンからなる造語で、「中間的就労」モデルのこと。現在、毎年5万人の若者が、経済的格差を背景に、高校卒業後就職することができない状況にあるという。こうした状況を解決するため、就職希望の生徒と新規受け入れ企業のマッチングを行い、若年無業の状態に陥る人を減らそうというのが本プロジェクトだ。取り組みを続けるため、LGYのクラウドファンディングに挑戦。無事に目標額に達し、活動を継続。一定の成果をあげている。

このように、LGYは、「リアル」な課題に対して、解決策をもつ市民や団体・企業を、「デジタル」のプラットフォーム上でマッチングし、解決まで結びつかせることを可能にしているのだ。地域を自分たちごと化する「中間領域」の必要性

「取り組みの基準となるのは、地域や社会にとって“Good”であるかどうか」と、杉浦裕

樹は語る。「少子高齢化が進み、社会的なコストは上昇していく。この多様化した社会においては、すべてを公共にまかせても立ちゆかない時代。都市の公益を持続するには、市民一人ひとりが地域のことを“自分たちごと”と捉え、各人が地域をよくする活動に参加・参画することが求められています。そうすることで、自ずとシビックプライドを醸成することもできます。しかし突然、地域を“自分たちごと化”してくれと言っても、なかなか難しい。だから、横浜コミュニティデザイン・ラボでは、すでに何か行っている人の想いに共感しつながることで、活動がデザインされていくようプラットフォームをつくり、それぞれのリソースをマネージしているのです」

市民、NPOなどの団体のみならず、行政やアクセンチュアのような大企業から地域の中小企業まで幅広く巻き込み、LGYはじめ、さまざまなアクションにつなげている横浜コミュニティデザイン・ラボ。

内閣官房で地域活性化にかかわってきた経験がある慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科の早田吉伸は、「僕がコミュニティデザインにかかわるなら、横浜の手法を真似します。地域活動に必須の仕掛けが、美しいくらい揃っている」と評する。

その言葉通り、ここには地域の面白い人物や価値ある情報に接触・収集し、発信できるメディアがある。またさまざまな人が集まる「さくらワークス」という場を有する。それにより、勉強会やワークショップ、ファブラボなどのアクションを起こし、多くの人を引き寄せているのだ。

しかし、それだけではない。何よりも興味深いのは、人々がここでは“肩書を外し”、あくまでも一個人として参加していることだ。それにより、この場が、“中間領域”の役割を担い、まずは個人対個人として活発に議論し、ソリューションを生み出す場となっている。

ある週末、政策勉強会が開かれたかと思えば、オープンデータ活用のためのハッカソン（ソフトウェア開発者が技術とアイデアを競うイベント）が開催され、その横ではものづくりをする人たちがファブラボを利用。さらにその傍らで、味噌づくり教室が開かれていたりする。訪れるのは、クリエイター、地元の中小企業経営者、市議会議員、地域の行政担当者、会社員、主婦、学生などさまざま。彼らは用意されたテーマにただ集うのではなく、時には自らが仕掛け人となり、この場を利用している。

早田は言う。「イノベーションは多様性から生まれます。何と何が合わさるか。新しいテーマとテーマ、ある分野と分野の結合が不可欠なのです」。そうだとするならば、横浜コミュニティデザイン・ラボこそ、まさに地域イノベーションの場だといえるだろう。

（雑誌Forbes JAPAN 2015/04/03 掲載）





NPO法人

横浜コミュニティデザイン・ラボ

地域の価値ある人・団体・拠点・プロジェクト等の地域資源の所在やデータに基づく課題解決や連携の手法についてリサーチし、ヒトとヒトとの「つながり」づくりに取り組んでいます。

「コミュニティデザイン」の活動に参画しませんか？



<http://yokohamalab.jp>



地域課題解決のための情報プラットフォーム

「LOCAL GOOD」について

～地域の「見える化」&スキルマッチング・クラウドファンディング～

「LOCAL GOOD YOKOHAMA」のローカルグッドサポーター募集中！

超高齢化・人口減少社会において自治体の税収が減り、社会コストが増える中、公益を担保していくためには、地域に住み暮らす市民や企業が、地域のこと意識を持ち、それぞれができる範囲で、時間・知恵・つながり・お金を「提供」し合う世の中をつくっていく必要があります。横浜の価値あるデータ・情報を市民で共有し、地域に住み暮らす人たちが、地域の課題や地域をよくする活動を知り、地域の「GOOD=ステキないいコト」に一人一人ができる形で参加・応援するためのきっかけをつくっていくための「情報コミュニケーションのプラットフォーム」です。

LOCAL GOOD YOKOHAMAでは、市民ライター、企画運営サポーター、インターン、プロボノを募集しています。

横浜コミュニティデザイン・ラボ担当：杉浦・宮島 045-664-9009、info@yokohamalab.jp

<http://yokohama.localgood.jp/>