

い 一番のクライアントは住民と考える

まちづくりを仕事としているとクライアントは自治体か企業の場合がほとんどになる。住民から直接仕事の依頼があることは少ない。それでも住民が地域の課題解決のために話し合いをしたいという時にお手伝いをすることはある。その場合でもクライアントは自治体であることが多い。

なので、「一番のクライアントは住民」というのは実態には合わないのだ。けれども、この考え方は私が長年まちづくりの仕事に携わるうえで最も大切にしてきたもののなのだ。これを口に出して言うとなんていはいは「住民自治」の考え方にもとづいたものと理解される。住民自治の考え方はいろいろな自治体でつくられている自治基本条例やまちづくり条例などの前文に書かれている通りである。例えば川崎市の自治基本条例では「市民は、地域社会の課題を自ら解決していくことを基本として、その総意によつて市を設立し、地域社会における自治の一部を信託している」としている。これは、まちづくりにおいて最も基本とすべき考え方と言える。

ただ、私が大切にしている「一番のクライアントは住民」という考え方は、それとは少し違う。仕事のクライアントである自治体や企業は、それぞれに政策意図や企業戦略を明確に持つていて、その実現のために仕事を発注してくるわけだ。ただ、その政策意図や企業戦略をつうじて住民、広くは市民の幸福が実現されなければ、長い目で見れば自治体も企業も立ち行かなくなる。自治体や企業が住民の意向を把握したり、住民と協働でまちづくりに取り組むのもそういった問題意識があるからだと思う。そう思うから、常にその仕事の結果が本当に住民の幸福につながっているかを自分なりに確認しながら進めるようにしてきた。それが「一番のクライアントは住民と考える」という言葉になる。

ただ、そこには住民にとって本質的な意味で何が幸福に値するのかという難しい問題がある。現在目の前にある地域課題は何か。その解決方法は何がふさわしいのかということとは住民も考えやすいし判断もしやすい。それに対して経験したことのない将来的価値について考えるのは難しい。そこに専門家として住民の考えを引き出すだけでなく、優れた「提案力」が求められると言えるのだ。