小さなまちで
小さい力を
たくさん集めて
事業化する

小箱

小畑

小空

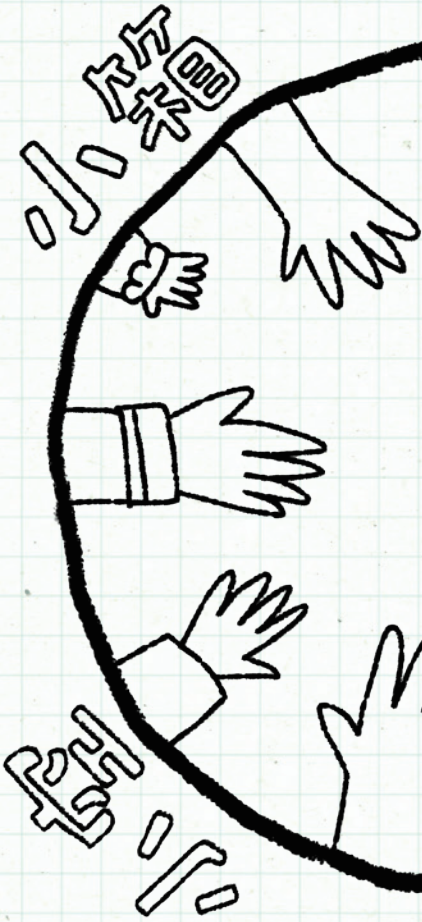
小手

特定非営利活動法人
ワーカーズ わくわく

第1章

小さなまちで小さい力をた事業化する

このブックレットは、
身近なところで小さい力をたくさん集めて、
地域のための小さなビジネスに
取り組もうとする方のためのものです。
人口減少や高齢化が進むまちの暮らし、
お互いさまやまちへの愛着のある暮らし、
そんな暮らしの中で活かせる
小さなビジネスの経営ノウハウをまとめました。
これからの暮らしに必要なこと。
まちのみんなに居場所や出番があること
なのではないでしょうか。
取組のヒントを４つのノウハウに分けて
学べるよう整理しました。



展示販売の場

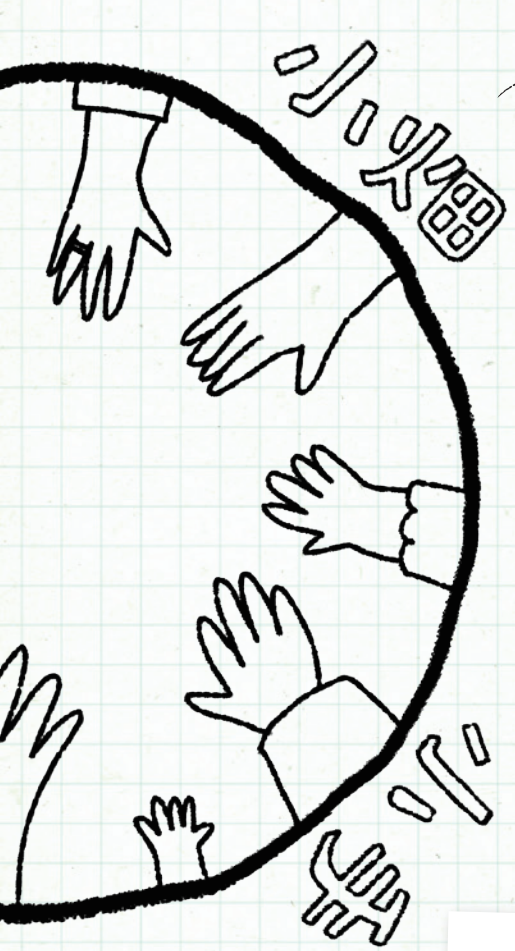
まちの人がつくったキラリと光る手工芸品、そして地元の野菜やお菓子も。少ないスペースにたくさんの作品や商品を集め、展示販売して事業にする。たくさんの人が集まり、つながる、そして新しい活動が生まれる、地域の居場所づくり、コミュニティカフェづくりに活かせるをワザを紹介します。

情報を集めて発信

まちづくり、そして仲間づくりは、まちの小さな情報を集めて発信することから始まる。

たとえ小さなまちでもその情報発信の方法は、かわら版やタウン誌、SNSの活用、まちのガイドブックなどなどさまざま。まちの情報を、地域で暮らすたくさんの人たちが集めて発信・制作するワザを紹介します。

くさん集めて



共同による集まりの場

まちのなか、まちのはずれ、オープンスペースを見つけてマルシェやフリーマーケットをやろう！たくさんの人との共同作業や達成感の共有は、人育て、まち育てにつながります。財源獲得の大切な場、たくさんの人の出番がうまれる場、そんな場づくりに必要なワザを紹介します。

つながり合い・助け合いの場

自分たちのまちは自分たちで助け合ってつくっていく。住み続けたいまちに住み続けるためには、「食べること」「見守りあうこと」「困りごとを助けあうこと」が必要です。身近な人たちでグループをつくり在宅福祉の助けあい活動を始める際に知っておきたい大切なことを紹介します。

目次

02 **第1章　プロローグ**

05 **第2章　4つの小さい力の活用事例から学ぶ**

06 小箱 | **参加しやすい場があること　人が学びあう場になること**

08 〈小箱 ストーリー 01〉 小箱の仕組み
〈小箱 ストーリー 02〉 作家デビューの喜び

09 〈小箱 ストーリー 03〉 居場所機能と仲間づくり
〈小箱 ストーリー 04〉 地域参加への巻き込み力

10 計画づくりから運営まで

12 小畑 | **地域の中のつながりづくりと町外とのネットワーク**

14 〈小畑 ストーリー 01〉 誰もが関わりやすい場
〈小畑 ストーリー 02〉 市民の活躍の場！
計画づくりから運営まで

16 小手 | **助け合い活動へのまなざし、そして事業化**

18 〈小手 ストーリー 01〉 助け合い活動の担い手は、まちづくりの担い手
〈小手 ストーリー 02〉 逃げない、投げない、あきらめない、抱え込まない
計画づくりから運営まで

20 小空 | **地域情報の収集と発信**

22 〈小空 ストーリー 01〉 取材は関係づくりの宝庫だ
〈小空 ストーリー 02〉 地域情報紙「ふーのん」がきっかけで生まれた「まちある」
計画づくりから運営まで

24 **第3章　小さい力を集めるノウハウ**

間口 | まちの窓口機能は「歓迎」＋「お誘い」
巻き込み | 出会いのチャンスを逃さず、仲間づくりを！
学び | 言われたことをこなすだけではもったいない！
つなぎ | 一人で見る夢は夢で終わるかもしれない、仲間とつながり見る夢は実現する！

28 **第4章　あゆみ　HISTORY**

30 **「広がり」のコミュニティで地域活性化を**

31 **便利なツールのご紹介**

第2章

4つの小さい力の活用事例から学ぶ

展示販売の場
小箱
kobako

参加しやすい場があること 人が学びあう場になること

小箱ショップって？

棚やボックス、ショーケース等を間仕切りしたりして、小さな空間（スペース）賃貸するサービス。レンタルボックス、レンタル棚、箱貸しなどとも呼ばれる。

コミュニティカフェでは一般的に、手芸品・工芸品・アクセサリー・ハンドクラフト・布小物・ガラス細工、革製品などの手づくり品を取り扱っているケースが多い。

それ以外には地域の特産品や地域福祉作業所の製品、地元商店の PR や商品販売などのアンテナショップ的に活用されていることが多い。

地元神奈川の丹沢スギでしつらえた棚（段は可動式となっている）には、約3000点を超える手づくり作品などが並ぶ。素材にこだわったものやちょっとした工夫が施されたもの、色柄がきれいなもの、作り手のセンスが光るものなど、見るだけでも楽しい魅力的な品物ばかりです。

港南台タウンカフェでは

「小箱ショップ」という名称で、カフェサロンやギャラリー、情報コーナーなどがある地域交流拠点の中に併設されています。

手づくり雑貨や作品などの展示販売を通して、自己表現や地域参加、プチ起業などの機会となるのが小箱ショップの魅力です。また、小箱オーナーさん（出店者）同士の交流や、お客様・地域の方々との出会いや、交流の場になっていることも大きな意義があるようです。キャンセル待ちも多い大人気の小箱ショップの魅力を探ってみます。

港南台タウンカフェの事業モデル

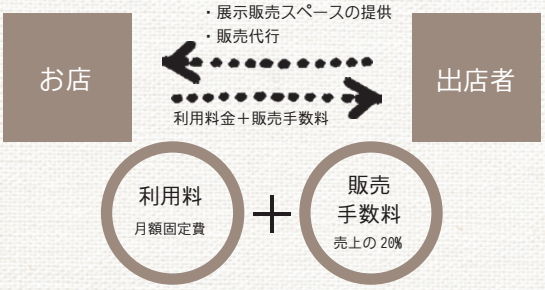
毎月の利用料と販売手数料を支払うことで、どなたでも利用できる仕組みとなっており、小箱オーナー（出店者）の 9割が地域の主婦や作家さんたちの手作り品でが、地域福祉作業所や地元企業商店の出店もあります。

開設時は 40程度だった小箱の数も、2007年には約 100棚（半分に仕切った棚もあるので変動あり）に増設。2年目からはキャンセル（出店）待ちが常に続くほどの人気ぶりです。

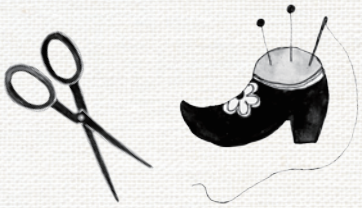
○利用料金システム
- 初期費用　1,000 円
- 利用料金　2,500 円～ 6,000 円（小箱のサイズや位置により異なる）
- 販売手数料　商品売上の 20%
- 事務手数料　500 円（手続きごと）

○契約形態：1 ヶ月単位の契約（1 回の契約で最長 3 ヶ月まで可能）

○小箱オーナーの役割
- 商品の値札付け、陳列、補充（販売は港南台タウンカフェのスタッフが担当）



小箱ショップのあゆみ



小箱ショップ運営のポイント

小箱ショップは一定のスペースを貸し出すビジネスですが、ただ単に棚をこしらえて作品を置いておけば成り立つものではありません。作り手である作家さんの魅力や個性も含め、商品や作品の価値を販売に携わるスタッフがきちんと伝え、「収益性をあげる」ための店舗づくりやおもてなしの姿勢や雰囲気づくりが必要です。また、作り手である作家さんや買い手であるお客様の、「居場所機能」も大切な要素です。その結果として、一緒に小箱ショップの運営について考えたり、勉強会などで学んだり、イベントを企画したり実践したり、さらにはボランティアやスタッフとして担い手に成長することも珍しくありません。

また、カフェサロンや工房、ギャラリーなどとの併用による集客効果の高まりも期待できます。

★小箱が、単なる箱ではなく、人材発掘や育成による豊かな地域づくり、まちのつながりづくり、地域活性化の礎となっていくストーリーを次のページからご紹介します！

応用編

道の駅やギャラリー喫茶

小箱ショップといっても、手づくりやハンドメイドに限定する必要はありません。地域の特性やニーズにあわせて品目を自由にアレンジしてみましょう！

例えば道の駅の野菜や食品加工なども小箱ショップと似たような仕組みです。またカフェの壁面等を利用したギャラリー喫茶や展覧会スペースも同じように、いろんな特技や趣味などを活かせる場として活用できるでしょう。

港南台タウンカフェ小箱ショップの概要

■スタッフ体制
常勤スタッフ：1名（他業務と兼任）
非常勤スタッフ：7名（週に2～4回程度）
ボランティア：5名ほど（1週に1～2回/1回あたり3時間～5時間程度

■小箱稼働数　約100棚/月

■主な出品品目　布小物・アクセサリ（ビーズや天然石など）・ハンドバッグ・フラワーアレンジメント・プリザーブドフラワー・陶器・ガラス細工・ドールハウス・ちりめん細工などの手づくり作品や雑貨など

■出店者募集方法
ちらしやホームページなどが中心だが、口コミも多い。開業以来ほとんキャセル（出店）待ちが続いているため、キャセル（出店）手続きを経た上で利用可能な前月に正式な契約手続きを行います。

■出店条件
原則として対面での契約や継続手続き・売上渡し（毎月）ができる方。
その対面時に翌月の出店料を直接支払う。一括して○カ月までの連続使用申込みも可。

■対象となる商品など
リサイクル品やご家庭の不用品など、生き物、医薬品などの許可が必要なものはお断り。食品については製造許可取得の場合のみ検討。

■スペース　約22坪（バックヤード含む）

■運営：株式会社イータウン
横浜港南台商店会とまちづくりフォーラム港南（市民活動団体）と連携して事業を実施

■運営状況
出店料の不払いや出店後のスペース放置といったケースはない。

小箱ストーリー01

小箱の仕組み

ただの箱がドル箱に！？

だれもがふらりと立ち寄れる場でまちづくりの拠点をもちたい。そんな想いで、駅近くの利便性の高い場所で港南台タウンカフェが生まれました。しかし利便性の良い場所は家賃もそれなりにかかる。ならば、と始めたのが小箱ショップ。結果として、開店して間もないころから空きがない状況が続く好結果となりました。

小箱ショップは、奥行き40cm程度の床面積で展開できるので非常に効率の良い事業とも言えます。また、小箱利用料（棚代）の固定収入は安定した事業収入となる上、先払いシステムなので資金繰りにも余裕が生まれます。

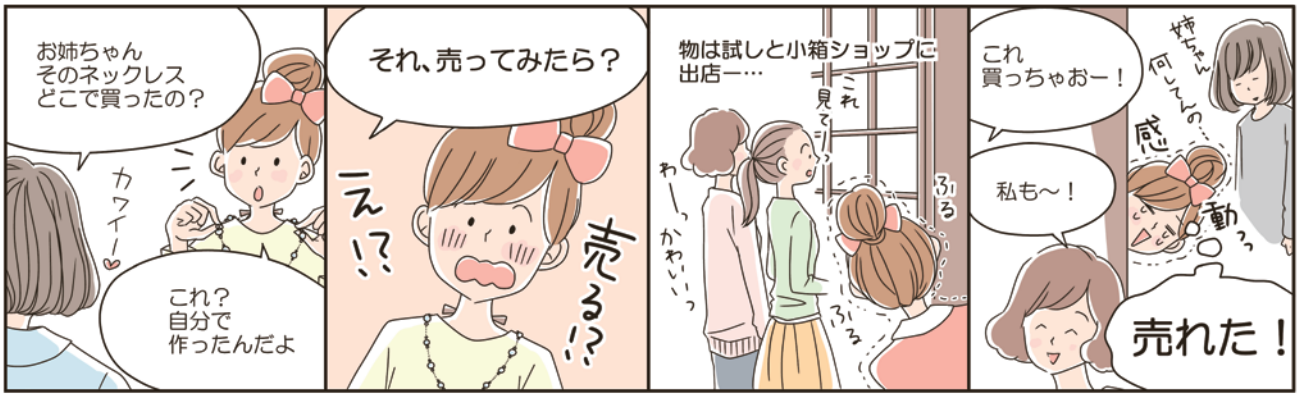
しかし、販売以外に、サロン的な出会いや交流のスペースの運営、納品チェックや管理事務のためのスペースなども必要です。

また、小箱ショップの魅力をアップするには、魅力的な「空間」と「時間」、そして「人の関係づくり」がとても重要です。店舗の設計やデザイン、しつらえ、笑顔で気働きのあるおもてなし（接遇）ができるスタッフの存在など常にプロとして運営する意識が必要です。また、常連さんや仲良し作家さんたちだけの特定な空間とならないようにも配慮しましょう。

小箱ストーリー02

作家デビューの喜び

見てもらって、買ってもらって嬉しい！



小箱ショップは、だれもが気軽に自分の空間・世界をもてる自己表現のツールです。

自分が作った作品をいろんな人に見て欲しい、買って欲しい!そんな気持ちを大切に、また作家さんやオーナーさんの魅力をお客様に伝えることはスタッフとしての大切な役目です。それは売上アップとともに、お店のファンづくりにもつながっていきます。

また、好きな作品を作って満足するだけではなく、商品力を高める工夫や努力も必要です。コピー作品から始めてオリジナルデザインへ。ディスプレイやパッケージ、世間で売れている素材やデザイン、POP、商品の価格設定などの勉強会の場を設けたり働きかける工夫もしていきましょう。

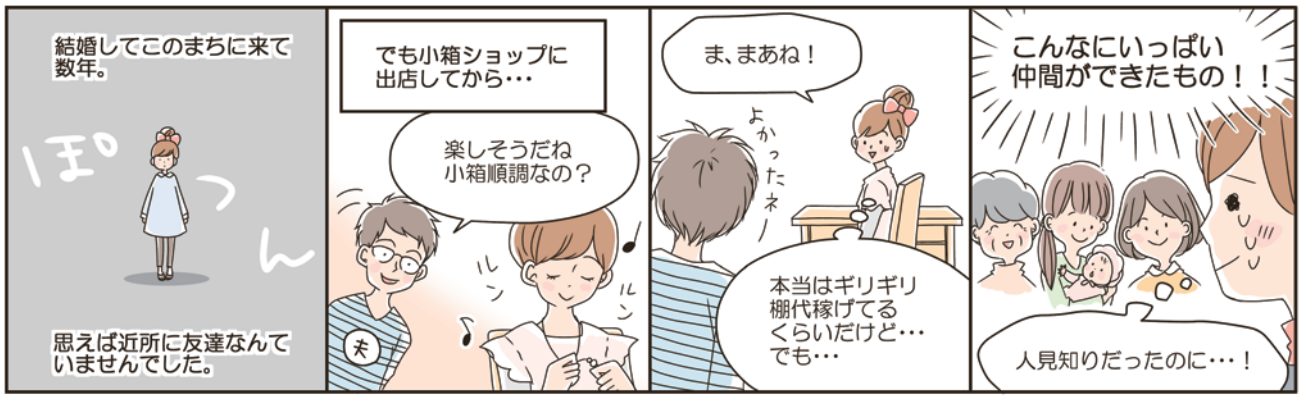
「自分の世界」→「見てもらえる喜び」→「買ってもらえる」ことが自信につながり成長します。港南台タウンカフェでは、店舗スタッフに対し、接客・レジ・電話応対などの基本研修はもちろん、ぐずったお子さんにおもちゃをだすタイミングや、立ち止まらない動的待機、「ノー」で終わらない、分からない場合の3原則などのサービスクオリティ、顧客との関係性構築などの研修や勉強会も行なっています。

魅力アップのための話し合いや勉強会を定期的に開催。

小箱ストーリー03

居場所機能と仲間づくり

売る。買う。関係を超えて



小箱ショップは作品や商品の展示販売を行うだけではなく、出店しているオーナーさんたちの居場所機能としても重要な役割を果たしています。

ちょっと違う視点でみると、毎月一定の会費（小箱利用料）を支払い、そこに居られる理由付け（言い訳）ができる…ということが小箱の魅力と感じている方もいらっしゃるのかもしれません。

そこが居心地がいいのはもちろん、自分の作品が展示され、お友達を誘うことができ、サロン的な時間をもてる。

（もしかすると、小箱ショップの利用料は仲間料金という考え方もできるのかもしれません。）

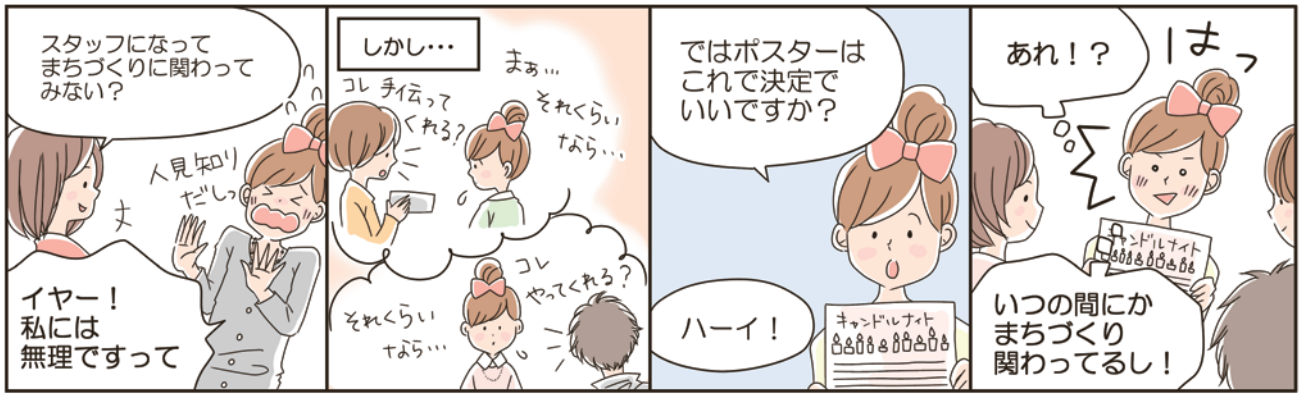
また家庭や地域では「お母さん」「○○さんの奥さん」「○○ちゃんのママ」という関係に対して、「小箱ショップではちゃんと名前で呼んでもらえるのが嬉しくて…」という声もしばしば聞かれます。思ったよりも売上があがらないのだけど、小箱オーナーで居続けたいというニーズが多いのもこのあたりにヒントがあるのでしょうか。

小箱ショップのオーナーさんが、カフェのテーブルで展示販売や製作実演、プチ体験教室などを行う試みが好評。

小箱ストーリー04

地域参加への巻き込み力

作品展示と販売で出店したつもりが…！



オーナーさんの居心地がよくなると、小箱スクエアやサロンへの参加や、小箱ショップに通う頻度が高まり、自然とお金や人の循環が良くなります。

そして更には一緒に小箱ショップ運営のことを考える仲間づくりという関係にも発展していきます。

小箱ショップでは、商品の搬入や売上金のお渡し、継続手続きなど、小箱オーナーさんと関係を持てる時間はかなり多くあります。その時間を「ただの業務」で終わらせないで、意味での「ムダな時間」「ゆるりとしたコミュニケーションの場」に変える事が大切です！

例えば、「あらぁ～素敵な作品ですね。いつ頃から作ってらっしゃるんですか～」「この素材は天然石ですか？」といった他愛もない会話から関係づくりは育まれます。

つまり「お店×出店者」という「相対する関係」から、「同じ方向を向いて考える仲間の関係」へとシフトしていくのです。

そのうち、より関係が深まってくると、中には港南台タウンカフェの事業に関心をもってくれる人も現れてきます。その絶好の機会を逃すことなく、イベントや行事、ボランティアのお誘いをしてみることで、100人に2-3人は興味関心をもってくれるでしょう。タウンカフェでも手づくり募金や、音楽通り、キャンドルナイトなどのイベントが小箱オーナーさんの発意で誕生したり、これまで多くのボランティアやスタッフが生まれ育っています。

おでかけ小箱（フリーマーケット）の様子
タウンカフェから屋外へ飛び出して、みんなでワイワイやりながらお客様との交流も深めています

計画づくりから運営まで

①スペース・備品

②事業・システム・資金

準備期間

事業計画づくり

どのような店舗にするか、飲食物なども提供するのか、開業資金としていくらまでなら調達できるのかなどの計画を作ろう。

コンセプトの検討⇔立地の選定

フレンドリーな雰囲気、それとも、オシャレな雰囲気？コンセプトと出店場所の適合性は重要。そんなことも視野に入れながら、集客力のある駅前型やロードサイドなどか、コストの低い中心街から離れた場所や住宅地を選ぶのかなど、目的や予算に合わせて立地を選択しよう。

物件探し

あれこれ考えてみても始まらないので、まずは、出店したいと思う地域の不動産屋さんや商店街などに聞いてみよう！事業について理解してもらうことが大切です。また、物件の現状によって、必要な改装資金も大きく変わってくることなどにも留意が必要です。

お店（小箱）の設計

ただ壁紙を貼り替えて小箱（棚）をしつらえるだけではNGです！レイアウトや小箱の素材（木、プラスチックなど）、商品の見せ方などを考えて。できれば設計士さんやインテリアデザイナーなどの専門家に関わってもらおう！特に、店内スペースの快適性やエントランスの入りやすい雰囲気づくりなどは重要です。

備品・消耗品リストの作成

テーブル、椅子、カウンター、レジなどに加えて、小箱オーナー台帳、配布用のちらし、スタッフのユニフォームや店内POP、案内サインなど、必要なものをリストアップしてチェックするようにしましょう。

取扱商品を決めよう

手づくりやアート限定ショップなのか、地産品や特産品も取り扱うのか、リサイクル品はOK？

事業収支を慎重に検討しよう！

補助金などを活用したとしても、いつまでも続くものではありません。自立的にお金が回っていくための収支を検討した上で、事業の仕組みを組み立てましょう。

資金繰り計画書を作ろう！

「小箱（棚）利用料」や「販売手数料」を決めましょう。

小箱利用料（固定的料金）を高く設定するとお店側としては経営が安定しますが、小箱オーナー（出店者）さん側としてはやや重荷になるので、販売手数料とのバランスが大切です。販売手数料は商品売上の10%～25%が一般的のようですが、小箱利用料は立地や店舗スタイル、小箱のサイズや位置等によりかなり幅があるようです。

商品や売上の管理の仕組を作ろう

①すべての商品を個別管理：商品リストと値札で管理

オーナーさんに対する信頼性が高く、スタッフ側の商品理解も高まりますが、膨大な手間がかかり、管理側の人的なミスも発生する可能性があることが課題です。

②商品種類のみで管理：納品の商品種類のみをチェックします。

管理の手間は①に比べて簡略ですが、オーナーさんとの間の売上金清算時に問題が生じないようにする必要があります。

③販売代金のみでの管理：販売した商品の売上金だけを管理

商品種類は管理せずに売れた商品の金額のみをレジデータで管理します。最も手間のかからない方法ですが、小箱オーナーさんとの間の信頼関係に立って実施することが必要です。

利用規約を作ろう！

販売可能商品（あるいは販売禁止商品）、小箱利用料金、販売手数料、利用料金の支払期限や支払方法、販売代金の清算方法、などを記した規約を作成しましょう。

OPEN

日常業務

店内スペースや小箱のディスプレイなど

照明や座席スペース、装飾、陳列スタイルなど毎日細やかな気配りが必要です。

★チェックポイントの一例

- 3S（整理・整頓・清潔）がなされているか？
- 備品等がお客様から見えるところに置かれていないか？
- 空いている小箱が寂しく放置されてないか？
- 小箱のディスプレイやPOPなど分かりやすいか？
- 掲示物などが雑然としてないか？
- レジ周りに事務用品などが散乱してないか？
- 小箱の隅などがほこり溜まりになってないか？
- 古い情報や商品が放置されてないか？

また時間が経過すると気の緩みや慣れ合いから雑然とした雰囲気になりがちです。1ヶ月毎や半年ごとなど定期的なチェックも必要です。

小箱オーナーさんとのコミュニケーション

①オーナーさんとスタッフの集いの場？（小箱サロン）

ゆるやかな、誰かの一方的な決め付けのない場を設定して集まりましょう。そうした中で、スタッフの側には「一緒に考えるスタンス」＋「筋を通す（これもダイジ）」バランスが重要。さらに小箱オーナーさん達への対応において不公平感が出ないように気をつけることもポイントです。

②イベントやミーティングの開催？（小箱スクエア）

時折イベントやミーティングを開催することは、オーナー同士の交流やまなびの場＋お客様との出会いや交流の場となります。こうした場から、オーナーさんのつながりが生まれ、自発的にイベントを企画していくきっかけとなることもあります。

小箱オーナーさん達は他の人の小箱の商品購入やカフェ利用などが多く、店全体の売上貢献度も高くなります。

小箱オーナーさんは利用者でもあり、大切なお客様でもあるのです。

③人材・組織・ネットワーク

仲間集め、仲間づくり！

店舗の立ち上げは一人では困難。趣意書などを作って地域に広く呼びかけ、志を同じくする仲間を集めましょう。

勉強会や説明会

会合の開催も仲間づくりの一手段。賛同者など集め、また顧客開拓の意味も含めて地域での場づくりをしましょう！意外なつながりから、小箱出店者や協力店舗・企業などと出会うこともあります！

運営体制づくり

スタッフが決まったなら、誰がどのような役割を果たすのかを決めましょう。
その中で、何か問題が生じた時の対応であわてないために、現場リーダーや、統括責任者（最高責任者）などを明確にしておくことが必要です。また、オープンに向けて、お客様に失礼のないよう「おもてなし研修」も忘れずに。

スタッフ体制は有償？無償？

ボランティアという働き方も取り込もう！
決して採算性が高いとは言えない事業を実施する中では、「居場所が欲しい」、「何かにチャレンジしてみたい」「地域と関わりたい」というニーズをもった住民が広く参画できる機会を提供し、ボランティアという働きを通して、やりがいや達成感といった価値が得られる仕組みも考えましょう。

人が育つ仕組を作ろう！

関わる人たちが育っていくために必要なことを考えましょう。
・一定の責任を持たせて、任せる
・現場リーダーになるといった、ステップアップの機会がある
・研修を受ける機会がある（→この実施のための研修計画を作りましょう）
そして、単に働きの場にとどめず、それぞれの居場所であり、学びの場であり、地域参加の場としていくことが必要です。

④広報 PR

会報誌や通信の発行

開業前にも関係者や地域に向けた、通信などを数回発行するとよいでしょう。いわゆる宣伝や広告ではなく、誰がどんな目的でこの事業を行おうとしているのかをお伝えする機会としましょう。もちろん間接的に小箱ショップオーナーさん募集の効果もあります。

店名・CI（ロゴマーク・シンボル）

どのような店名にするかでも、与えるイメージが異なってきます。これに加えて、愛称やキャラクター、ロゴマークなども大切です。将来もブランド・目印となるようなものを！

小箱出店者募集

メディアへの情報発信を！
新規開業や新事業の場合は取り上げてくれやすいので狙い目です！

小箱の PR

チラシの配布に加えて、web サイトやブログ、メール、SNS、パンフレット、ポスターなどのツールを活用して告知を行います。どのような人に対して、何を伝えるかによって、有効な媒体が異なってきます。

オープン式典など

関係者には声がけして！メディアも集まってくれる可能性高いです。

記録をきちんとつけよう！

情報開示の大切さ＝信頼性
活動記録、ボランティア活動時間、研修参加リスト、価値を可視化するため、何となく、で済ませないため。

内部のコミュニケーション

目指す方向にずれが生じぬよう、事業を通して目指すミッションを全員で確認する場を設けましょう。（1年に1回など）そして、きちんとした記録によって、情報を可視化し、共有化していくことも大切。活動記録、ボランティア活動時間、研修

おもてなし研修の継続

オープンさせた場が、特定の人だけのたまり場になってしまうことは避けなければいけません。小箱オーナーさん達だけでなく、初めて来た人でも、ふらっと立ち寄ってもらえる雰囲気づくりなどのために、おもてなし研修を定期的に実施しましょう。

地域や参加者・顧客との関係づくり

参加者・顧客とのコミュニケーションを大切にするとともに、地域の会合などに積極的に顔を出して、ネットワークを広げましょう。事業に賛同してもらえる人が出てきたなら、資金面での協力を得る「サポーターなどの応援制度」につながっていきます。

オーナーレターや会報誌

オープン後も、集客やネットワークの拡大のためには継続的な情報発信が重要。
次のような発信方法が考えられるでしょう。
・地域住民に対しては→かわら版やポータルサイト、地域メディアなど
・関係者や広く市民に対しては→ブログやホームページなど
・関係団体や協力団体・ボランティアに対しては→ニュースレター・会報誌・ML
そして内部（スタッフや関係者）に対しての情報発信も忘れてはいけません。
・事務局便りやメーリングリスト
・総会や研修会報告資料
・スタッフメーリングリストや連絡帳
・理事会・経営会議議事録

信頼を得るために情報開示は重要！

自分が利用したり、寄付したり、働いたり、税金が使われていたり、自分たちの支えてくれたり、、、多様な人が多様な形で関わる事業では、「どんな人が何のために運営していて、現状どうなのか」をきめ細かく発信していく必要があります。特に補助金活用などの場合は、情報の透明性を高めることが求められます。

共同による集まりの場
小畑
kobatake

地域の中のつながりづくりと町外とのネットワーク

テント村って？

広場や公園、空き地などの広い空間やスペースで、たくさんの小さな区画を市民や事業者に提供して、マルシェや市などを開催するイベントです。

リサイクル品や家庭にある不要品、また野菜や海産物といった地域の特産品など販売されるものは様々。住民や事業者などどなたでも参加しやすい雰囲気が特徴です。

一人ひとりの品数や種類は少なくても、大勢の人や多彩なモノ、情報が集まることで、賑やかさや魅力がアップするとともに、地域活性化や交流促進、情報発信の機会となります。

ここでは港南台テント村の事例について紹介します。

フリーマーケットは大人から子どもまで幅広く参加でき、
気軽に声をかけあったりできることが特徴です。
こうしたオープンな場を活用して、
地域の交流やまちづくりにつなげては？

港南台テント村では

港南台テント村は、港南台駅近くの空き地をオーナーさんのご好意によって無償でお借りし、一坪のスペースに区切りフリーマーケット中心のイベントです。

洋服や靴・バッグ、おもちゃ、雑貨など家庭にある不要品やリサイクル品を家族やお友達と一緒に出店する方がメインですが、野菜や海産物、乾物といった地域の特産品など事業者の方にも利用していただいています。どなたでも参加しやすい雰囲気が特徴です。フリーマーケットだけではなく、スペースの一角を利用して、ちょっとしたミニイベントを付加することなどでイベントの魅力アップになるだけでなく、その運営に携わる市民も巻き込めるメリットがあります。

港南台テント村の事業モデル

イベントごと（年間16回開催）に、出店募集を行います。出店者数は毎回約30～55程度で、来場者数は800人～2,000人ほど。イベントやフリーマーケットの企画や準備・運営について学生や主婦達などの市民ボランティアが企画や運営を担っています。出店者受付などは港南台タウンカフェスタッフが行うため、港南台テント村として専任の事務局雇用（人件費）は発生していない。

※2005年の港南台タウンカフェ開設までは、商店会役員中心に運営（事務はアルバイト週1回程度）を行なっていた。

○利用料金システム：出店料：1,500円（180cm×180cmの区画）。
2ブースまで申込可能。
○販売手数料はなし
○契約形態：毎回出店ごとの申し込み

港南台テント村のあゆみ

1998	横浜港南台商店会が地域活性と交流を目的にフリーマーケットを開催（年間8回）
2005	タウンカフェ開業翌月に、こけら落としイベントも兼ねて、「新潟えちごそうるイベント」で高校生中心に中越地震復興の感謝イベントを開催
2006	横浜NGO連絡会との共催で「港南台国際協力まつり」を開催（以降毎年恒例行事として現在も実施）
2007	港南台テント村を毎月1回（年間8回）から月2回（年間16回）に増やして運営。
	運営スタッフも商店会役員から、市民ボランティアによる運営に徐々にシフト／キャンドルナイトin港南台を初開催／うまいもんまつり定例化
2008	インターネット受付開始／キッズフリマ開始

運営のポイント

港南台テント村は、なんといっても広い開放的なスペース（広場）を活用して行う屋外イベントであることが特徴です。来場者が多いため、その他の事業や活動の PR・告知の場として活用できるメリットがあります。

また、運営スタッフについては、当日の受付などの事務的なことから、備品運搬、飲み物提供、子どもイベント担当など様々な役割や関わり方があり、高い専門性を要しないことから、高校生からシニア層まで老若男女問わず、気軽にボランティアとして参加することができます

そして、何よりも大切なのは、そうした関わりの場だけではなく、積極的に運営に参画してチャレンジする機会を持ちやすいことです。

大学生が子どものボードゲームをベニア板で作ってみたり、全国のうまいもんを紹介するグルメイベントやこども店長フリマを企画運営したり。。。

一方地域との関係については、事業性よりも地域性が高いため、自治会町内会や行政などの協力も得られやすく、また地域密着型イベント性を高めることで、地元メディアなどが取り上げやすくなり、広報の機会も広まります。

応用編

市民菜園、軽トラ市、夏祭り

小畑の魅力はなんといっても、気軽にだれもが参加できること。フリーマーケットだけではなく、畑を区切ったりシェアして広く貸し出し市民菜園を行ったり、軽トラックに野菜や乾物、特産品などを載せて販売場所まで出向き、トラックから直接販売する軽トラ市などの形もあるでしょう。また、自治会や地域の夏祭りも地域の団体や外部に呼びかけて協力して行うことなどでこれまでになかった、アイディアやつながり、成果が生まれるでしょう。

港南台テント村の概要

■スタッフ体制
ボランティア　常時 8 名～ 15 名程度が登録して、イベント当日は 4 名～ 8 名程度で運営。高校生～ 60 代の主婦まで様々。大学生や社会人のインターンシップの受け入れを行う場合もある。受付や問い合わせの対応はタウンカフェのスタッフが行う。

■出店者の募集受付方法
インターネットや街頭のポスター掲示、チラシ配布等。年に 2-3 回あるビッグイベント時には新聞折込や地元自治会の回覧板、ポスター掲示、小学校での世帯配布などを実施。
事前に書面（web・メール・FAX）で申し込み。希望多い場合は抽選制。

■区画数　56 区画（一区画 180cm×180cm）

■出店料金　1,500 円（1.8m × 1.8m 一区画。最大 2 区画まで）

■出店条件　特になし（個人でも法人でも、営利でも非営利でも、地域外でも）

■天候による開催の中止　雨天の場合中止（順延なし）。当日 8 時に運営側が判断

■運営
主催：横浜港南台商店会
運営：港南台テント村実行委員会（港南台タウンカフェが事務局）

小畑ストーリー 01

誰もが関わりやすい場

出会いや交流と学びのチャンス！

青空のもと、一緒に汗を流して準備したりする関係づくりは、日常では得られないゆるやかな連帯感を生み出します。高校生のボランティア体験や大学生のインターンシップ、商店会のおじさん達などの間で、気軽な会話が自然と弾みます。

関わるきっかけも様々です。例えば、2005 年 11 月に開催した中越震災復興イベントの場合、「しゃべり場」という若者のボランティアサークルのメンバーに別の会合で知り合ったことがきっかけとなり、10 名近くが港南台テント村に参加して、新潟の青年たちとわいわいと一緒に鍋をつくりました。以後、4名の学生たちが、フリマの受付や子ども相手のイベントであれば…、といって参加したり、タウンカフェで中核を担うスタッフに成長するなど、人材発掘のきっかけとなる機能もしっかり担っているのです。

また、ただ単に運営に関わってもらうだけでなく、ちょっとした動機付けや役割・責任を担ってもらうことで、やりがいや達成感が感じられるようになります。遊び道具一つ作る場合でも、焼きそば屋台をやる場合でも、参加者が「手伝い役」ではなく、「主体性を持った担い手」になるような働きかけが大切です。

学生ボランティア手作りのボードゲームなど楽しいゲームが盛りだくさん！

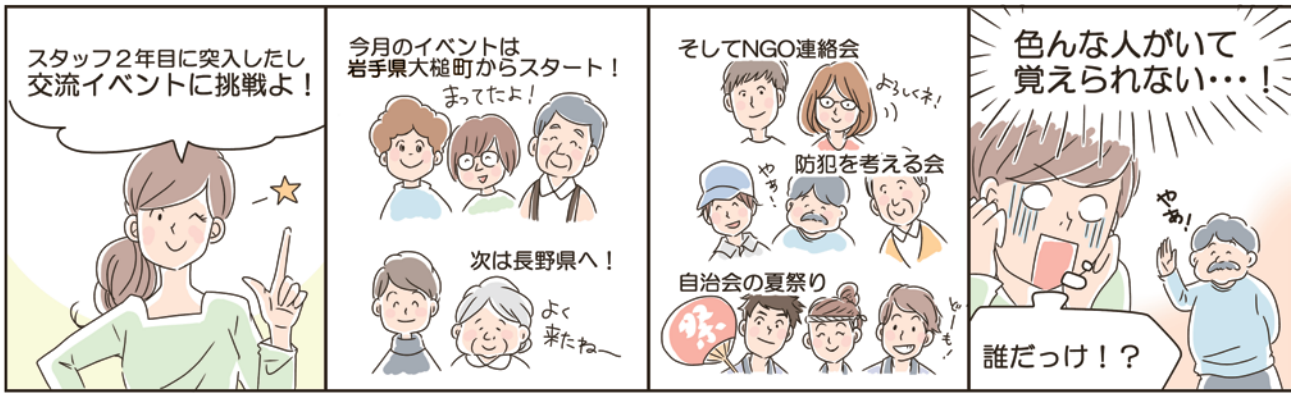
計画づくりから運営まで

	スペース・備品	事業・システム・資金
計画づくり	**場所探し** イベント会場は目的に合わせて決めると良いでしょう。駅前やスーパーの駐車場、公園の一角など。使用出来るかどうか地権者や管理者の申請や届出、許可が必要な場合がありますので確認を。	**コンセプトづくり** イベントのねらいや目的は？対象となる人はだれ？実現することでこの地域や社会にどんな効果をもたらそうとしてますか？仲間と一緒にじっくり時間をかけて話し合ってみましょう！そして必ず記録として残しましょう。
準備	**スペースのレイアウト** イベントの内容や目的に応じて、レイアウトを決めましょう。フリーマーケットの場合は、最低でも一区画 1.5m×1.5m 程度のスペースが欲しいところです。車を乗り入れる場合も考慮して。 また、出入り口付近には本部や受付を。 **備品リストの作成** 受付用のテントやテーブル、椅子、つり銭、出店者台帳、配布用のちらし等の備品リストを用意してチェックするようにしましょう。 また、運営スタッフが多い場合は、スタッフ用のシオリなどを用意して、スケジュールや役割分担、緊急の連絡方法などを記載しておきましょう。	**予算書を作ろう！** イベント参加費や出店料金などを設定します。 一般にフリーマーケットの場合は管理がしづらいので、出店料以外の売上に応じた手数料をいただくケースは少ないです。 支払いは事前に振込の場合と当日支払いの場合があります。 **出店規約・参加概要を作ろう！** 予約受け付け方法、スペースの広さ、費用、場所、開催時間と受付開始時間、支払方法、キャンセルの場合の連絡と費用発生有無、屋外の場合雨天中止や延期の方法と連絡、主催者、緊急連絡先等を記した規約や概要を作成しましょう。
実践		
ふりかえり		

小畑ストーリー 02

市民の活躍の場

自己実現＋地域連携＝まちの活性化!?



自発性・主体性をもって様々なイベントを行っていると、視野が広がったり、少しずつ地域との関係をもつ機会が増えてきたりします。

このことが、自分たちのステップアップ機会ともなり、結果としてまちや地域の活性化にもつながってきます。

港南台テント村では下記のように様々な連携や協働を行なってきています。

○学生たち×商店街＝これまで出会わなかった地域の中での異年齢・異なる立場性の関係づくり

○被災地大槌 × くまヨコ（横浜の被災地支援グループ）＝被災地写真展復興鍋づくりなど

○国際 × 港南台＝横浜 NGO 連絡会と港南台国際協力まつり共催。小さな地域と広い世界。

○えちごそうる × しゃべり場＝地元高校生グループと中越地震復興グループとのコラボでのイベント共催

○うまいもんまつり＝新潟えちごそうる・長野和合・岩手大槌などと地元商店やグループの場の共有と連帯感

連携・協働においては、依存や曖昧な関係にならないような話し合いやお互いの立場や役割の確認なども大切です。

日本全国、そして地方から、その名の通り「うまいもん」が大集合します！

人材・組織・ネットワーク

仲間集め、仲間づくり！

勉強会や説明会

地域の仲間づくりや賛同者集め、また顧客開拓の意味も含めて地域での場づくりをしましょう！

運営スタッフや、協力者などと出会うこともあります！

スタッフ体制は有償？無償？

スポット的なイベントなどの場合は、そのためにスタッフを雇用することは難しいケースが多いです。レギュラーな業務の片手間に運営したり、ボランティア中心で運営したり、イベント当日や準備だけのアルバイトをお願いしたり様々な方法から自分たちにあったスタイルを見つけましょう。

地域や参加者・顧客との関係づくり

地域の会合には積極的に顔を出そう！

広報 PR

会報誌や通信の発行

開業前にも関係者や地域に向けた、通信などを数回発行するとよいでしょう。いわゆる宣伝や広告ではなく、誰がどんな目的でこの事業を行おうとしているのかをお伝えする機会としましょう。

CI（コンセプトロゴマーク・シンボル）

愛称やキャラクター、ロゴマークなども大切です。将来もブランド・目印となるようなものを！

出店者募集

メディアへの情報発信を！

→イベント性や地域性、社会性が高いイベントや事業の場合は取り上げてくれやすいので狙い目です！

イベントの PR

webサイトやブログ、メール、SNS、パンフレット、ポスターなどのツールを活用して告知を行います。ターゲットを明確にして何を伝えるか。

情報開示

●情報開示は重要

→自分が利用したり、寄付したり、働いたり、税金が使われていたり、自分たちを支えてくれたり、、、そんな団体って？

→あそこって、どんな人が何のために運営してますか？ / どんな人や団体が関わっているの？ / 具体的に成果はでてる？ / 財政状況は？（特に補助金）

つながり合い
助け合いの場
小手
kote

困ったときはお互いさま 身近な地域で助け合い

住民参加の助け合いって？

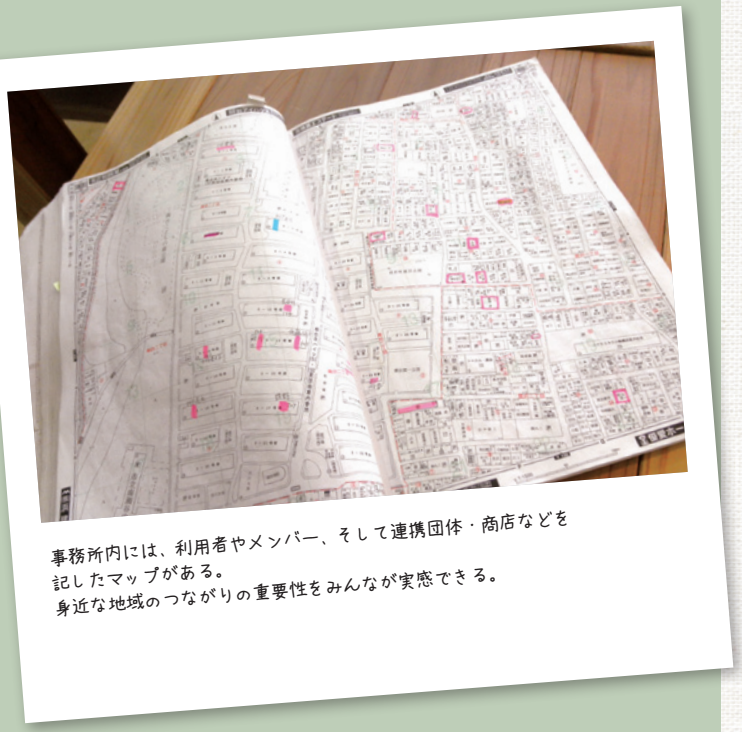
昔、コメ・味噌・醤油を貸し借りしたように、家族の代わり、そして隣人として、人手の貸し借りを仕組みにする。

食事づくり、草むしり、掃除、外出の付き添い、移送。

お年寄り、病気やケガの人、産前産後のママのいる家庭など、人が暮らしていく上で困りごとはたくさん。

一方で、地域のなかには、時間さえ合えば誰かの役にたちたいと思う人はいるはず。それぞれの人の得意とスケジュールに合わせて活動できる仕組み、ボランティアではなく、少しでもよいので有償で働ける活動にします。

善意や思いやりだけでは息切れしてしまいかねません。



事務所内には、利用者やメンバー、そして連携団体・商店などを記したマップがある。
身近な地域のつながりの重要性をみんなが実感できる。

ワーカーズわくわくの助け合い事業では

活動内容は、食事づくりなどの家事支援から、買い物支援、冠婚葬祭参加の付き添い・手配まで、利用者の方がよりよく暮らしていくために必要なものはなんでもやっています。

担い手（以下メンバーと呼ぶ）は自分の都合や得意に合わせて参加できる「得意を記入する登録用紙」と「活動できる日予定表」を提出しています。ほぼ毎日活動する人から1ヶ月以上休む人までさまざま。参加しやすく、長続きできる活動にすることを大切にしています。

またメンバーは、勉強会・交流会への参加や、一人の利用者に複数メンバーで対応し、ケースの異なる多くの利用者に関わることができるなど、学びと交流が多く、魅力的な働く場になっています。

住民参加の助け合い事業モデル

入会して、利用料金を支払えば、いつでも誰でも利用できます。

利用者の多くの方は、介護保険などの制度サービスと併せて利用しています。男性高齢者の家事支援、障がい児・者の移送、保育園児の送り迎え、施設入居者の病院送迎、グループホーム入所者の買い物などの外出支援、墓参りなど、介護保険等の公的制度では支援できないことがたくさんあり、こうした依頼が多くなっています。

活動のモットーは、依頼があれば、逃げない、投げない、あきらめない、抱え込まない（他を巻き込む）。

○利用料金システム～会員相互の助けあい（お金の仕組み）

入会金　1回だけ　2,000円
年会費　入会日で更新　3,000円
利用料金　1,500円／時
※気兼ねなく、何度でも頼むことができる。
※協力会員（メンバーとしての活動者）も、利用できる。
活動謝礼金　1,100円／時　※協力会員が受け取る。
運営費　400円／時
※利用料の27%を法人の運営費に充てます。

住民参加の助け合い事業のあゆみ

1989
区の生涯教育学級（3年間得られる助成金）に応募し、企画・運営を担う。年10回、高齢社会に関する学びを得る。このとき「グループわくわく」を学級名として命名

1991
助け合い活動として、通院の付き添い活動を始める。その他、生協のチラシづくりなど地域の様々なことに関わり始める

1992
模擬店の出店で資金獲得や応援者を増やした（介護保険参入まで）

1994
利用者が庭に新築した2階建ての2階部分に事務所をもつ（1996年に民間アパートへ引っ越し）

1998
アパート取り壊しに伴い一戸建て借家で活動を展開
学童やサロン、犬の預かりを始めた

2000
介護保険事業開始

2001
家事支援（掃除、食事づくり）、移送、子育て支援、買い物支援、葬儀手伝い、墓参り、結婚式付き添いなど事業内容が多様に展開

2012

住民参加の助け合い活動の運営のポイント

＜住民が担い手として参加しやすくする＞

住民参加の助け合い活動は、身近な地域で人手の貸し借りを仕組みにすることがポイント。活動に参加しやすいツールとして「得意を記入する登録用紙」と「活動できる日予定表」(＝通称『できますシート』)を用意しています。こうした仕組みを通じて、お金を稼ぎたい人から、少しだけ地域の役にたちたい人まで、参加する人の多様なニーズに応えています。利用者の中には、子どもの預かりサービスを利用している間にヘルパー研修に行き、その後、担い手として参加するようになったという例も数多くあります。

＜利用者のニーズに徹底的に応える＞

利用者の方が利用しやすいよう、いつでも対応できるようにしています。夜間休日は理事が当番で対応しています。またこれまでに前例がない依頼でもあきらめず、抱え込まずに地域内ネットワークを駆使して対応します。そのため、介護保険事業でのネットワークも含みますが、開業医、訪問看護ステーション、訪問薬局、一般商店(米屋、魚屋など)、大工、葬儀屋、行政書士(よろず法務相談を毎月実施)、農家、暮らしに必要な活動や専門家など、多様な先とつながっています。なんでもつながっていることで、どんな相談にも応え、仕事にしています！？

応用編

介護保険事業への展開

助け合い活動は、それだけでは収入面において不安定になりがちです。一方、介護保険を利用している人は、制度ではまかなえない頼みごとも、慣れた同じ人や事業者にお願いしたいものです。

助け合い事業は介護保険事業とセットで行うことで、当事者にとっても、事業者にとっても相乗効果を生み出します。助け合い事業をやりながら、現場を学び、資格をとってしまいませんか。決して難しくありません。小さく始めてみましょう。1年後は介護保険事業者になる！　地元の雇用も生まれる‼そんな気持ちで助け合い事業を進めてみましょう。

ワーカーズわくわくの助け合い事業の概要

■スタッフ体制

常勤スタッフ：20名 ※助け合い事業責任者1名
非常勤スタッフ：65名(週に2～4回程度　※仕事できます紙で「活動できる日予定表」を毎月申告する。
ボランティア：イベント時などに随時。

■会員

＜法人会員＞
(法人事務局、担い手)　2012年5月現在　82名(男14名(運転手)、女68名)
(内訳 20代-8、30代-10、40代-17、50代-27、60代16、70代-4　平均49.8歳)
新規会員はヘルパー研修などの研修時に声かけしたり、仲間が仲間を呼ぶ形で広がっている)
＜利用会員＞　約100人

■稼働数　約30件/月

■利用会員募集方法

以前はチラシをポスティングしていた。名刺とチラシを手当たり次第といった感じで生協や団地などでまいた。現在は口コミや介護保険利用者がほとんど。その他、行政や包括支援センターから問い合わせがくる。

■年間収入　200万(介護保険事業収入は含まない)

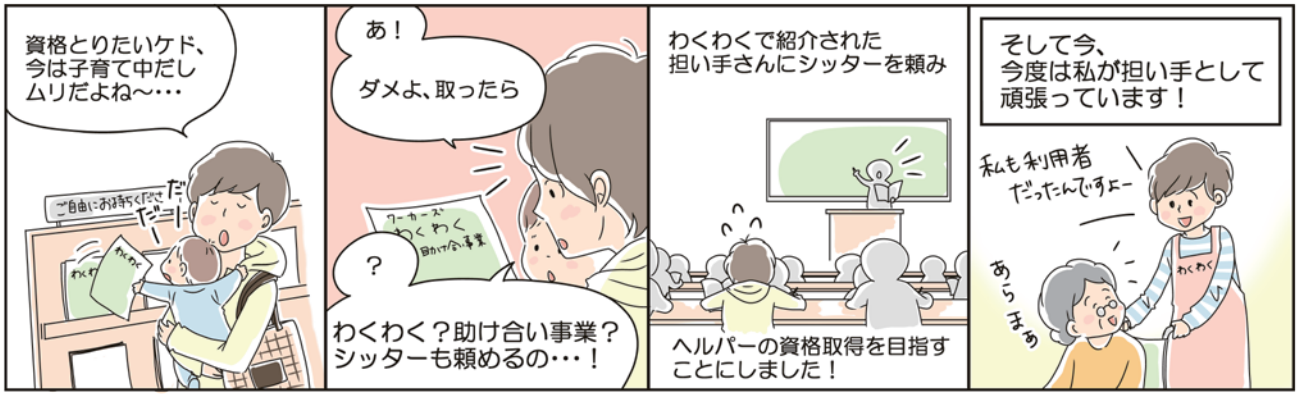
■運営　NPO法人ワーカーズわくわく

○6拠点で法人事務所、通所介護、小規模多機能型居宅介護、子どもの生活塾、くつろぎサロン、法人事務所などを展開。
○法人年間予算(2012年度)　約1億8千万円
助け合い事業の収支：200万円(140万が人件費)　介護保険事業：9,300万、障がい者自立支援：3,000万　市からの委託・補助事業：2,500万　助成金：80万　介護処遇改善費用(介護職員向け)：650万　寄付・講師料他：100万など

小手ストーリー01

助け合いの仕組み

助け合い活動の担い手は、まちづくりの担い手



1. むかし米味噌醤油を貸し借りしたように、家族の代わりか隣人として、人手の貸し借りを仕組みにしよう。
2. 当事者感覚を忘れず、自分が援助を受ける身になって、住民同士で「お互いさまの助けあい」を実現しよう。
3. ボランティアでなく、仕事という位置づけで活動しよう。

「仕事にしよう」そんな想いをもって高齢社会について勉強会をしていた仲間と始めた活動です。活動は応援してくれる仲間を増やさないと続きません。利用者の近隣住民なども巻き込みます。また、協力・応援したい人が参加しやすい方法を考えます。こうすることで、地域全体のまちづくりに関わる人が増えることになります。そして、現場最前線で気づいたことを制度設計に生かせるよう、行政や関係機関に提案します。このことで、制度が変わりより多くの人が暮らしやすい社会になると考えています。

利用者の方へのヒアリング

利用したい内容だけでなく、本人の立場に立って訊きます。本人や家族の全体像を捉えます。例えば、以下のようなことを細かく訊きます。
既往歴・医療機関・家族の状況や生活歴、関係・利用者の趣味、特技、夢・身体的、内面的状況

参加できますシート

出来ること（掃除、洗濯、買い物、保育、簡単な介護、チラシ撒など）に印をつける。その他、得意なこと、特技、趣味・稽古ごと、働くにつき希望すること、などを記入した登録用紙を提出してもらいます。また、1ヶ月分の活動できる日を○、△（調整により可能）、×の3段階で表現して提出します。

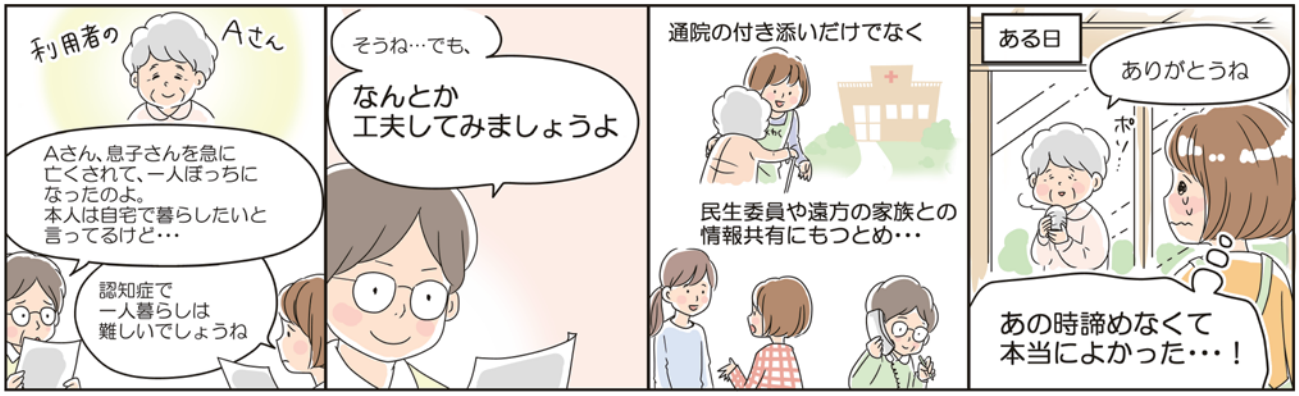
計画づくりから運営まで

	①事務所・設備	②事業・システム・資金
準備期間	**活動拠点設置の検討** 事務所などを持つと、家賃などの固定費が発生するので、慎重な検討が必要。特別な拠点を持たず、まずは代表者などの自宅を連絡先として小規模に活動を開始し、基盤が構築できたところで事務所を借りる、などというケースもあります。	**とりあえず始める 動かしながらできることを考える** 自分たちのスキル、時間、内容、できることは限られています。まずは参加メンバーができることをやりながら、地域内のお困り事やニーズを発見したり、自らのスキルを高めて、できることを増やしていきましょう。
事業の柱の確立	**いよいよ事務所・車の確保** 本腰を入れた活動の開始。そのためには電話を置いたり、書類を保管する事務所が必要。車も必要。 ・趣旨を理解してもらえる不動産屋と仲よくしよう。 ・近隣や利用者から空き家を紹介してもらうのも手。日頃の関係づくりが大切です。 スペースを確保する場合に、事務所機能だけを持たせるのか、地域住民が集える交流機能なども持たせるかによって、必要な大きさや適する構造、立地場所などが異なってきます。そんなことにも留意して、最適な物件を探しましょう。	**仲間での持ち寄り、賛同者の協力による資金調達** 活動を始めるための資金として仲間が出し合うのも一つの方法です。例えば1人 2万 ×7人など。また、活動の趣旨などを「趣意書」などにまとめて配布し、活動に賛同してくださる方に協力を求めるといった方法も考えられるでしょう。 **団体の倫理規定をつくる** 人が人を支える際にはどんなことに配慮したらいいか。「お互いさま」の仕組みを円滑に運営するには、みんなで共有する規定をつくることが大切です。
日常業務	**備品の調達も助け合いで** 家庭の中には、処分に困っている家具があったり、頂き物が余っていたりするもの。参加メンバーや地域の人に、協力を呼びかけてみましょう。高齢者のたまり場を開設するにあたって、コタツやテーブル、椅子、食器など、ほとんどのものが地域の人からの協力で調達できてしまい、初期投資がぐんと抑えられたといった声も聞いたりします・・・	**職員の学びを高める** 助けを必要とする一人の人にチームで対応するようにします。こうすることによって、一人で抱え込まず、仲間のノウハウを得られること、また、何人も担当することで色々なケースに携わることができます。これがスキルアップにもつながるのです。
ふりかえり	**事務所の管理もしっかりと** 書類ファイルには、個人情報が多く詰まってくることになります。こうした情報を紛失したり、流出すると大変！管理者を設定するなど、慎重に対応しましょう。	**事業の展開** 介護保険事業に参入することも視野に入れよう。 当事者の生活の質の向上のために、制度サービスと助けあい活動、両方をうまく組み合わせて利用していただくことが大切です。また団体運営の経済的な安定にもつながります。

小手ストーリー02

どんな二ーズも仕事に!?

逃げない、投げない、あきらめない、抱え込まない



現在の活動は、男性高齢者の家事支援、障がい児・者の移送、保育園児の送り迎え、施設入居者の病院送迎、グループホーム入所者の買い物などの外出支援、墓参りの付き添い、そして冠婚葬祭参加の付き添い、旅行の付き添いなどの依頼にも応えています。公的制度の枠組みでは支援対象外のことで、真に当事者がやりたいと思うことができるように取り組んでいます。登録していただいたたくさんの担い手さんの『参加できますシート』をもとにコーディネートしています。逃げない、投げない、あきらめないを基本に活動していたら、いまでは、お医者さん、訪問薬局から、法律の専門家、米屋などの商店まで、暮らしに必要な活動や専門家の多くとつながるようになりました。

そして、コーディネートとともに大事にしていることは、自分たちだけで抱え込まないようにすることです。日頃から関係機関とのつながりをもち、いざというときにお願いできる関係をもつようにしています。近隣の人にも依頼して様子をみてもらうようにお願いしたりします。

ニーズが多いものは法人事務所にある「サロン」で定期的な相談会も開催しています。「よろず法務相談」「健康教室」「ひざの痛みをとるストレッチ」など。

③人材・組織・ネットワーク

学びと仲間づくり

まずは地域のために何かしたいという同じ想いを持つ人との出会いの場を。区役所行政や地域の施設が実施している講座に参加してみるのも1つの方法です。講座終了後に仲間になったメンバーで継続して勉強会をすることが、活動の立ち上げにつながっていくことがあります。

また、「趣意書」などを作成して自らが声をあげ、‘この指とまれ’方式で仲間を集めてみてもよいでしょう。

本当のチームをつくる

地域で助けを必要としている人に一丸となって対応するチームを作りましょう。
これが参加メンバーの活動意欲やスキルの向上につながっていきます。

チームづくりのコツ

参加メンバー、一人ひとりが元気なのが一番！
お互いに、「ほめる、ねぎらう、讃える、鼓舞する」をモットーでいきましょう。

得意技とスケジュールで管理する

地域の誰もが参加できるよう、「得意を記入する登録用紙」と「活動できる日予定表」を提出してもらいましょう。ルールに人が合わせるのではなく、個々人の可能な活動方法を大切に！

仲間意識

色違いだけど、お揃いの名前入りエプロンを着用。

④広報 PR

地域内のニーズの掘り起こし

地域内で「お困りごと」を抱えている人が多く来そうなスーパーや社会福祉協議会などでチラシを配ることで、助けのニーズをキャッチしましょう。

講座・相談会などの開催も広報のひとつ

地域の誰もが参加可能な講座や相談会を開催します。これが活動を知ってもらうよい機会にもなっていきます。

地域の催しに参加

自治会や地域の面白人間とつながる貴重な機会です。助け合いの担い手メンバーの開拓、ニーズの掘り起こしの双方につながっていく可能性があります。

地域内の連携が突破力を高める

これは無理と思った課題に突き当たった時にも、地域内の団体や専門家とつながることで道が開けるもの。自分達の活動情報を発信し続けるとともに、常にアンテナを張り巡らせて、地域のどこに、どんな人がいるかをつかんでいきましょう。

情報を集めて発信
小空
kosora

まちの活動が動き出す！地域情報の収集と発信

小空って？

まちの小さな情報を集めて発信することをいいます。

たとえ小さなまちでもその情報発信の方法は、かわら版やタウン誌、まちのガイドブック、メールマガジンに地域ポータルサイト、ブログ、SNS、コミュニティエフエム、ケーブルテレビなど様々な手段があり、広い空のように拡がっていきます。

こうしたまちの情報を、地域で暮らす人たちが集めて情報発信する。ただの情報も、伝える人の思いや気持ちで、単なる情報でなくなる。やがてそれらがきっかけで人がつながり、まちの活動が動き出し、まちが元気になる。そんな魅力的で便利なツールです。

ここでは地域情報紙や地域情報サイトについて紹介します。

まちのレポート活動の醍醐味は何といっても
いろんなキーパーソンに会えること。
自然と情報が集まるばかりか、
知らず知らずのうちに信頼関係もできあがってくるものです。
まさしくつながりづくりの宝庫です！

港南台タウンカフェでは？

2005年の開業以来、まちの情報はカフェサロンと並んで事業の柱の一つとして位置づけています。

かわら版と呼んでいた「港南台タウンカフェ通信」と、その後役割を引き継いだ地域情報紙「ふーのん」。

インターネットを活用した、地域情報サイトの「こうなんだい e-town」。カフェサロンに設置された地域のチラシやパンフレットが配架されている「ウォールポケット」。この3つの特徴を活用しながら情報の交差点機能を担っています。

港南台タウンカフェの事業モデル

港南台タウンカフェ通信（かわら版）やふ〜のんは、地元商店会からの業務委託というスタイルでの事業運営です。

発行費用については、広告掲載はしない方針のため、商店会事業費と横浜市補助金、そして市民や事業者らによるサポーター寄付でまかなっています。

また、こうなんだい e-town については、掲載している地元の商店や事業者らの掲載費用やバナー広告などが運営費の一部にあてられています。

ウォールポケットは、チラシやパンフレットを置く利用者（団体）からの徴収はなく、運営費は港南台タウンカフェが担っている、港南区役所の区民活動支援センターブランチの事業費から計上しています。

いずれも事業単体では利益が出るモデルではありませんが、こうしたノウハウや実績がベースとなって、他の地域からのデザイン事業や、地域情報紙発行などの業務依頼につながったり、地元ショッピングセンターや行政などからの業務委託につながっていくといった成果が得られています。

★港南台タウンカフェの成果事例：

- かわら版→ふーのんへ進化→町田市 CB 啓発冊子や広尾 walk で事業として受託。（他の印刷業者やデザイン会社ではないコンセプトづくりや関係づくり実践力が評価された）
- 横浜港南地域情報サイト e-town（独自運営）→かみながや e-town（商店街固定費支払い）やひまわりタネット（港南区の委託事業）や、camio ショッピングセンター web サイト（6 年間運営を受託）など

地域情報（港南台タウンカフェ）のあゆみ

2000 地域情報サイトかみおおおか e-town 運営開始

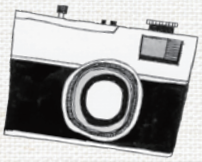
2005 こうなんだい e-town 運営開始　メールマガジン配信（以後毎月 1 回配信：2013 年 1 月で 143 号）

港南台タウンカフェ通信（かわら版）創刊　2万部　※以後 2009 年まで年 4 回発行

ウォールポケット設置（カフェサロン内）

2008 ウォールポケット追加（店舗外の通路＋本棚）

2010 地域情報誌「ふ〜のん」創刊　4千部　※以後　毎年 10 月に発行



地域情報運営のポイント

目的を明確に！まちづくりの道具として活用しよう！

地域情報運営のメリットはなんといっても、まちの情報があつまることによる強みです。まちづくりや地域活性化、中間支援機能などを担っていく場合に情報と信頼がないとネットワーキングが困難です。

また、情報を媒介として、コーディネートできたり、利用者や受益者の意見などをフィードバックすることで「信頼性」が高まることや、地域づくりに関心を持つ市民との関係性ができあがります。取材やレポート活動は、ネットワークの絶好の機会です。地域の団体や他の媒体との連携が図りやすい道具なのです。

そして、大切なのは、一般業務としての取材や編集ではなく、まちや地域に関心をもつ市民が主体的に参画することです。もちろん、「商店会の人たちだけ」や「特別な人たち」ではなく、誰もがフラットな関係で参加できることが重要です。

発信する媒体では、「誰に向けた情報発信なのか？」を明確にすること、「コスト」をかけても「デザイン」は大切です。

地域情報紙「ふーのん」

地域情報（港南台タウンカフェ）の概要

■コンテンツ

・市民活動やボランティアなどの活動紹介レポートや人物インタビューなど
・中学生とサポーターによる、まちのお仕事を紹介するコーナー
・まちで活躍する人を、ジャンルを問わず様々な角度からレポート
・1000 人インタビュー
・タウンマップ
・お店紹介コーナー：地域のお店を紹介するコーナーなど

■発行体制

港南台タウンカフェ通信（かわら版）

＜発　行＞年 4回 / 部数：2万部（1回）
＜配架方法＞連合自治会・町内会の各戸配布（12,000部）。残りは商店会や店舗事業所（合計 50ヶ所）、行政、地域の支援機関公的機関、港南台テント村会場など 2009年で廃刊。以降はふ〜のんへ役割を引き継ぐ。
＜体　裁＞A3判十字折り（春号・秋号）、A4判二つ折り
＜発行費用＞広告は第 4号より掲載しない方針に変更。
商店会事業費と横浜市補助金（2007年秋以降は補助金はなし。）

地域情報紙ふ〜のん

＜発　行＞年 1回 / 部数：4,000部
＜配架方法＞商店会や店舗事業所（合計 50ヶ所）、行政、地域の支援機関公的機関、港南台テント村会場など。連合自治会・町内会ではちらしを回覧協力。
＜体　裁＞B5判 32ページ〜 40ページ
＜発行費用＞広告掲載はしない方針。商店会事業費と横浜市補助金、サポーター寄付（市民や事業者の賛同金や小口寄付、港南台テント村売上の一部）

こうなんだい e-town

＜費　用＞地元の商店や事業者らの掲載費用（年額 5,000円〜60,000円）やバナー広告（10,000円 / 月）など

ウォールポケット

＜費　用＞利用者（団体）からの徴収はなし。
港南区役所の区民活動支援センターブランチとしての事業費から約 30万円（年間）を計上

応用編

コミュニティ FM やブログ村

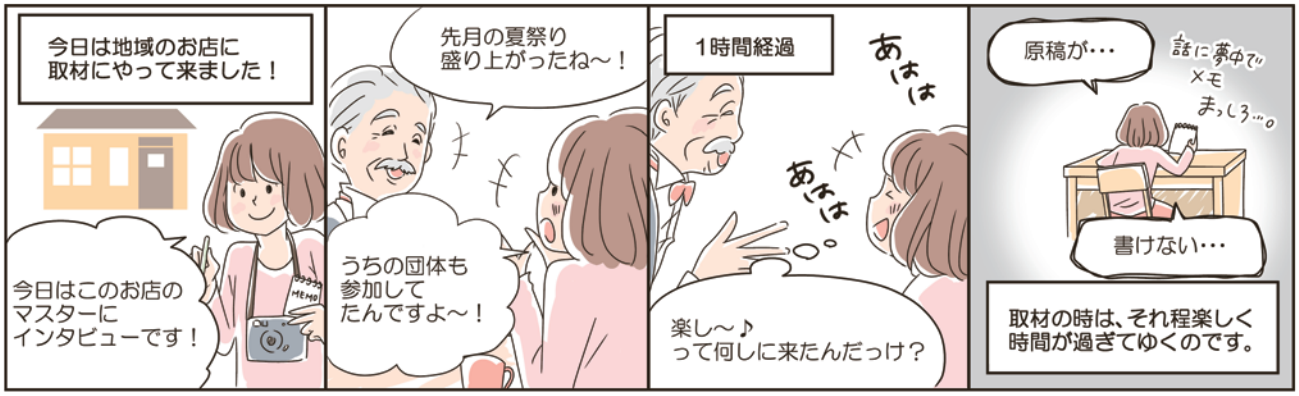
まちの情報発信は様々なツールがあります。ポータルサイトや地域情報紙ばかりではなく、ラジオを利用したコミュニティ FM や住民や商店主らが発信しているブログを集めたブログ村など。

また最近では facebook ページを活用したりするケースも多いですね。誰にどんな事を伝えたいのか？で選んでみましょう。

小空ストーリー01

市民レポーターの強み

取材は関係づくりの宝庫だ



レポート活動や取材は、今まで知らなかった事や、出会えなかった人と知り合えることが大きな魅力です。

そして、レポート活動を続けるうちに、まちについて関心が高まり、素敵な人材や面白いこと、価値ある活動などと出会いつながる中で、コーディネート機能を担えるようになるなど、取材活動はまちの関係づくりの素晴らしい道具でもあるのです。

また、レポート活動というのは、普段会えないような方にでも簡単にコンタクト?できることも多いのです。

そして、取材できるということは、関係性をもてるチャンスでもあります。こうしたチャンスを逃さない手はありません。

せっかくの機会でもありますし、初めての場合はお互いが緊張することも多いので、1 時間取材の場合、最初 15 分は無駄話しできるぐらいがちょうどいいと思います。

2010年に活動資金調達の一手段として港南台タウンカフェサポーター制度を始めた際に、ほとんどご縁のなかった会社やお店の方がわざわざ港南台タウンカフェを訪れて入会していただくなど思わぬ出来事がありました。きちんと評価をして下さったのでしょう。

市民レポーターたちがまちづくりに関わることは大きな価値を生み出してくるかも？

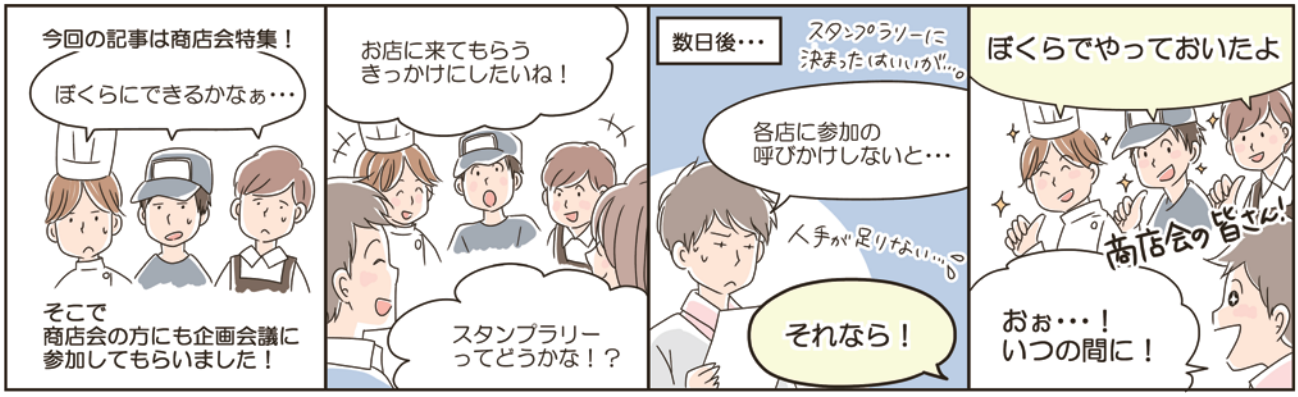
計画づくりから運営まで

	①メディア（媒体）	②事業・資金
計画づくり 準備	**メディアや媒体の選択** 誰に対してまちのいかなる情報を、どのようなメディア・媒体を通して伝えるのか?紙面、メルマガ、HP、ブログ、SNSなど、それぞれの媒体の特性を活かした計画をつくりましょう。 **スケジュール管理** イベント告知などで、発信の期日が設定されている場合は、スケジュール管理が大切。いつまでに誰が何をしなければならないのか、スケジュール表を作成して進めましょう。 **装備やツール** カメラ（ビデオ）やICレコーダー、名刺などは取材の必需品。取材の際には名札や腕章もあると良いでしょう。	**費用負担方法を決めよう（協賛？広告？寄付？）** 企業・商店などからの広告や、地元商店街などからの協賛金、企業や団体、個人からの寄付や会費など、発行費用負担をどのような方法で運用するか検討しましょう。 広告や協賛の場合、いわゆる営業活動の必要性が伴ってきますので、営業にかけるコストも必要となります。またスポンサー企業の意向が記事や編集方針を左右しないか十分な検討が必要です。 一方、寄付や会費の場合、地域性や社会性の高いコンテンツが求められてきます。
企画取材 発行・配信	**コンテンツ、デザインが大切です。** 小さな地域のメディアでも、読んでもらうためにはデザインや分かりやすい文章表現が必要です。例えば、高齢者に配慮した文字の大きさ、興味を引くイラストや写真、タイトル、キャッチコピー、色合い、紙質など、トータルなデザイン性が大切です。客観的な視点で校正してもらうなど丁寧な制作を心がけましょう。	
ふりかえり 改善	**反応を検証しよう** 伝えたいと思った相手に情報が伝わったのかを検証してみると、次の発信機会のバージョンアップにつながっていくことがあります。情報へのアクセス数をカウントしたり、告知した催事への来場者数を数えるなど、発信効果を検証することも視野に入れて！	**継続の仕組づくり** 一度限りの情報発信で終わってしまっては、地域内での広がりを生みません。でも、継続しようとすると、「鮮度高い情報への刷新」が、意外と高いハードルになるもの。常に地域内の情報を収集し、更新するための仕組を構築しましょう。

小空ストーリー02

媒体がきっかけ！

地域情報紙「ふ～のん」から生まれた「まちある」



ふ～のん発行から 3年目の 2012年夏。商店会で、「ふ～のん」を台紙にしたスタンプラリーイベントのアイディアが出ました。商店会の後継者育成のきっかけにでもなればと、まずは若手の飲み会交流会を開催したのですが、いろんなアイディアや意見交換で予想外に盛り上がり、7名の若手メンバーと、学生・主婦らのボランティアも参加して、翌月にはまちある隊」なるグループが誕生。スタンプラリーの実施方法や景品探し、参加店舗の協力呼びかけなど、月に 2-3回ペースで会合も開かれるようになりイベントも参加者 150名がラリーのゴールをするなど大成功に終わりました。

このように媒体を「伝える道具」で終わらせずに、考えるきっかけ、動き出すきっかけ、つながるきっかけになるような活用の方法を探ってみましょう！

これまで参加のなかった商店会若手メンバーが、主役になってまちへ繰り出し始めたまちあるスタンプラリーの撮影会の様子。
若手メンバー参加のきっかけとなったのはやはり？飲み会！

③人材・組織・ネットワーク

仲間集め、仲間づくり

地域の仲間づくりや賛同者集めをしよう。まちの事をいろいろ知りたい！いろんな人と話すことが好き！聴くことが好き！写真撮影が趣味。レポートやったことがある。そんな人を市民レポーターや市民記者という形で大募集！また、写真撮影や取材の基本などの勉強会も開催してみよう。その中から仲間に加わってくれる人が出てきたりするものです。

スタッフ体制と役割

企画・編集チームやレポート・取材チーム、協賛や会費を集める事務局などの役割が必要です。一人がすべて兼任することもありますが、どんな業務や役割があるのか書きだしてみましょう！

地域や参加者との関係づくり

参加者の主体性を重視した活動にしたり、紙面などの媒体の知名度を高めると、参加者や地域住民からの面白テーマの企画提案につながっていきます。発信情報の幅を広げるという面からも、地域や参加者との関係づくりは重要！

④発信方法

発信頻度・コンテンツボリューム

コスト面や労力面などにも配慮して、どの程度の頻度、ボリュームで発信していくのかを検討しましょう。特に、紙媒体の場合には、これによって大きく発行費用が左右されるので、慎重な検討を！

紙媒体の配布場所・閲覧者の開拓

情報を広く地域住民などに届けるためには、見てもらう方法が大切。紙媒体を広く配布するには新聞折込みといった方法もありますが、折込費用などのコストが高くなります。参加メンバーによるポスティングや町会・自治会などを通じた配布、地域内協力店舗での店頭配布など、地域内ネットワークを活かした配布方法を考えましょう。

一方、HPやブログ、メールなどは、アクセスしてくれる閲覧者の開拓が課題。紙媒体を発行する際に常にアドレスを掲載する、多くの人を集客するイベント時に告知するなど、露出度を高めて！

PR

発行する地域情報メディア自体がPRのツールですが、webサイトやブログ、メール、SNS、パンフレット、ポスターなど、様々な手法を使って、地域メディアそのものを広める工夫をしましょう。

間口　まちの窓口機能は「歓迎」＋「お誘い」

間口が広いとか、敷居が低いということは、いろんな知恵やアイディアをもつ地域の人が集い関われる機会を拡げてくれます。また同時に事業として顧客を増やすという重要な役割も果たしてくれます。次の２つの機能を持つことから始めましょう！

①「ウェルカム・歓迎機能」
まずは、その場に入りやすい、話しやすい雰囲気づくりを！

②「きっかけ・お誘い機能」
次に、あなたも一緒にいかがですか？参加できますよ！というメッセージを的確に伝えて、自分も関われるんだという期待感を持ってもらおう！

港南台タウンカフェの場合

港南台タウンカフェや港南台テント村、情報誌などの道具（ツール）を活用して、地域やまちづくりを意識してなくてもいろんな人が関わるチャンスをつくることが目的です！そのためには、カフェに入りやすいしつらえや、話しやすい雰囲気が大前提です。つまり特定の人たちだけの場にしないということを心がけています。

- お店のエントランスを広くとる工夫
- 情報誌やチラシを入口付近に置いて入りやすく
- スタッフによる気軽な声がけ
- さりげなくカフェアルバムを置く（関心のある人が手に取れるコンセプト本）
- 自分たちのミッションを共有する
- 学生たちがインターン（体験学習）の受け皿をつくる
- 港南台テント村やイベントなどのきっかけづくり
- 気軽な飲み会や交流会でつながりづくりの機会を作る
- 情報誌を発行するなど取り組みを広く伝える
- 企画や取材、校正などに市民が参加できる場をつくる

POINT

まちづくりや地域活性化などは、一般の市民からすると特別な人たちがやっている、という風に捉えられがちですね。しかし、ちょっとしたきっかけがあれば、その人が持っている特技や熱意、情報力、ネットワークなどを活かすことができます。

そのために、「特別な人の集まり」ではなく、だれもが立ち寄れ、よろず相談したり、アイディアをもらったり、共感したり、一緒に考えたり、参加してみたり…、という場づくり・意識づくりを図ることが高い効果をもたらしてくれます。

「ウェルカム・歓迎機能」

まずは、その場に入りやすい、話しやすい雰囲気づくりを！場のデザイン・空間のデザインが大切です。店舗や拠点の外観デザインや看板、サインボードはもちろん、スタッフの挨拶や服装、態度なども重要です。エントランスを広くとったり、中が見やすかったり、また、入口付近に情報コーナーがあったりすると誰でも入れる安心感につながります。港南台タウンカフェでは、入口を常に開放して、入りやすい環境づくりをしています。またいつでも帰っても大丈夫ですよ～！という雰囲気が感じられると安心されるようです。

お客様との関係づくりのポイントは、まずはさりげない挨拶。「こんにちは～！今日は気持ちの良い天気ですね。」の一言で相手との距離感がつかめます。

関係を持ちたくない方にはしつこく言わないことが大切。また押し付けがましい姿勢はNGです。

「きっかけ・お誘い機能」

次のステップとして、あなたも一緒にいかがですか？参加できますよ！というメッセージを的確に伝えて、自分も関われるんだという期待感を持ってもらおう！

相手から何か尋ねられたらチャンス到来！また、ストーリー性のあるこだわり空間や調度品、サービスがあると話すきっかけにもなりますね。

例えば、港南台タウンカフェの場合、丹沢スギや元町家具、書籍、ロゴマーク、松炭、ウォールポケット、地元のおせんべいやパン、黒く塗った空調設備、天井のペンキ塗り、天井仕切り板、フェアトレードのコーヒーや紅茶。どれをとっても会話の糸口になります。しかし最も大切なのはこちらの事を伝えることよりも相手の声や気持ちを受け止める方をお忘れなく。

巻き込み

出会いのチャンスを逃さず、仲間づくりを！

いろんな出会いのチャンスを逃さず、仲間づくりを！
そして、主体性をもった担い手に！

お店とお客様、利用者といった関係から、さらに一歩踏み込んだ関係づくりを目指しましょう。ちょっとしたきっかけを逃さず関心をもってもらえば、ボランティアのお手伝い、スタッフの担い手になったり、サポーターや支援者として活動を支えていただく仲間づくりにつながっていきますよ！

ケース1　港南台タウンカフェの場合

「気がつくと、タウンカフェのボランティアになっていた。」「ちょっと時間があったからお手伝いをしにきました。」「タウンカフェの空き時間等を利用して同じ趣味の人が集まった。」「専門知識が活かせそうだから参加していた」。。。

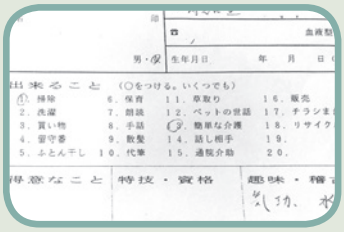
そんな、会員でも従業員でもない存在が多いのがタウンカフェの特徴でもあり強みです。

- 小箱ショップオーナーさんが、「手づくり募金」のアイディアと呼びかけ参加を行い、被災地支援の主体者に。
- 手作り品を委託販売していたのに気がつくと、キャンドルナイト in 港南台の発起人や実行委員になった方々（4-5名）
- 大学のインターンで5 日間研修にきたつもりが、電車で1時間かけてボランティアとして通い続ける佐藤くん。
- これまでお父さんが参加していた商店会だったけど、飲み会をきっかけに、まちある隊を結成した６名の勇気ある商店会の青年たち。

ケース2　わくわくの場合

担い手を探したいとチラシをまいてもなかなか見つからないということがよくあります。本人の得意や、参加したい頻度に応じられる仕組みを団体側がつくることも重要です。

- あなたとこれをやりたい！その能力を貸して欲しい！と伝える。
- 『参加できますシート』に記入してもらうなど、参加する人が表現しやすいツールを用意する。
- 担い手同士が学び合える勉強会や交流会を定期的に実施して、個人のキャリアに応える。



POINT

「小さな手プロジェクト」の醍醐味でもあり難しさでもあるのがこの巻き込み機能でしょうか？

誰これ構わず巻き込んでも混乱するだけですし、放っておいても誰とも関係性ができません。きちんと目的やねらいをもって、自分たち（団体）と相手の双方にとってプラスになるイメージづくりから始めましょう。

相対する関係から同じ方向を向く関係づくりへ

小箱ショップのオーナーさんや、取材先のお店の人などは、本来契約や協力などの利害関係ですが、関係性を高めることにより同じ方向を向く「同志」や「仲間」という関係にシフトすることもあります。

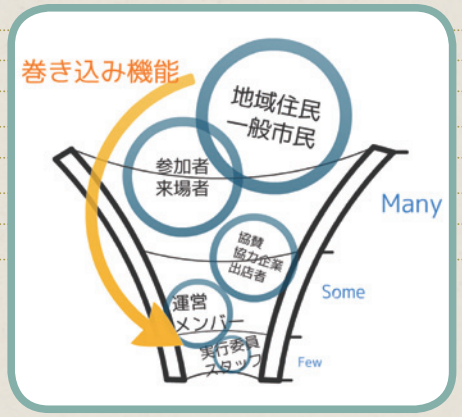
あなたと一緒に○○したい！という気持ちを伝えよう！

ただ単に誰かボランティアして！働いてくれない？ではなく、「あなたのその特技や力を貸して欲しい」「一緒に取材で撮影してくれない？」といった仲間として迎える気持ちを具体的に相手に伝えることが大切です。

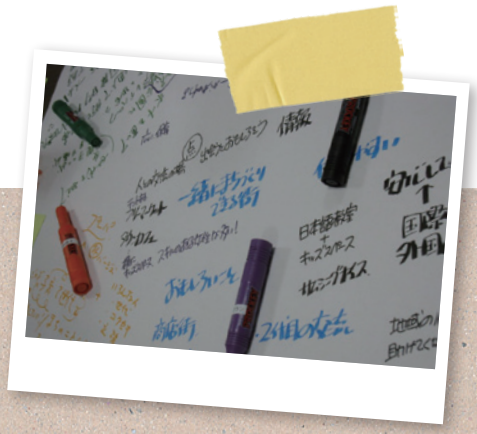
やるとこうなる！という成果イメージを共有しよう

お願いします！だけではなく、お手伝いやボランティアの方でも、役割と責任をもって活動を担ってもらっていることが、モチベーション向上や達成感にもつながります。

また、このイベントを１００人規模に増やしたい！地域のつながりのきっかけになる！こんな良いお店の写真を掲載されるかも？など具体的に目指していく成果を共有しましょう。



学び 言われたことをこなすだけではもったいない！



学び合いの仕組みづくりで、こんなメリットが生まれてきます。

① 一緒に考え、創りだすプロセスを共有することで自発性や主体性が育まれます。

② 個々が持つ能力を最大限に引き出すことができます。

③ プロとして高い意識と意欲を持って関われるようになります！

ケース1 港南台テント村の場合

例1）スーパー OKANO ボール

学生たちが子ども向けのイベントやろう！と盛り上がり、ベニア板でパチンコ台のようなゲームを自作することに。

予算書づくりから材料購入、製作、運営ばかりか、一過性のイベントで終わらせないための決算から収支報告まですべて学生たち主導で実践。責任も大きくかなりの時間も要しましたが、その分やりがいや達成感が得られて、当時高校生と大学生だった二名は、その後スタッフとなり活躍することになりました。

例2）港南台テント村ミーティングワークショップ

イベント活動に追われるようになりモチベーションも低下していた時期。これまでの成果を書きだしてみよう！と始めたボランティア間でのプチワークショップ。付箋に個々の意見を書き出した後、みんなで模造紙にまとめた結果、自分たちの成果や参加者にとって、また地域にとって大切なことや必要なことを確認できました。こうしたちょっとした時間を持つことで意識が大きく変わる場合もあります。

ケース2 港南台タウンカフェの場合

カフェサロンで活動するボランティアの場合、参加前にオリエンテーションと基礎研修で最低2時間は研修を実施します。またそれ以外に OJT を行なって必要なノウハウやスキルを少しずつ継続的に学んでいただいています。

また、ボランティアスタッフ交流研修会を年に2回開催。毎回 15名～20名程度集まり、港南台タウンカフェのミッションやビジョンを共有しています。たとえば「港南台タウンカフェのことを5分で伝える劇のシナリオをつくろう！」をテーマに3－4人の小グループで脚本をつくって発表したり、おもてなし研修を行なったりします。

また、多様な人が参加できる場＋コーディネート機能があることも大切。港南台タウンカフェ開設前も上大岡交流交差点という名称で、研究会や話し合い、飲み会、実証実験のイベント、シンポジウムなどを、NPOメンバーだけでなく、商店主や保育園、社協職員、行政担当者らと繰り返し行なっていました。こうした意見交換や話し合いなどは、時間も労力もかかり成果が可視化されづらいですが、とってもダイジなプロセスです。

POINT

①関わりやすい場や人の循環機能があること

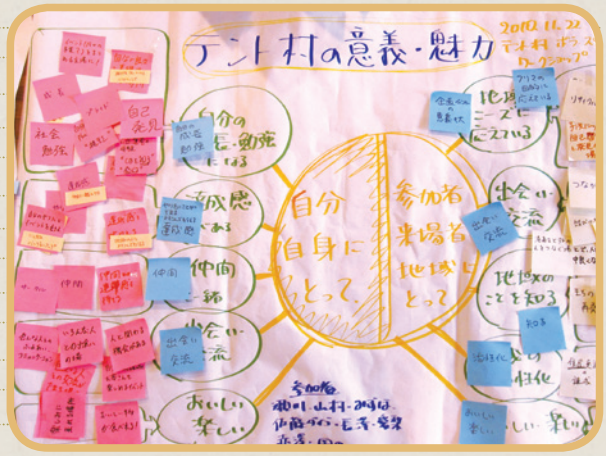
- 学びのチャンスを逃がすな！
- 考える場と機能→誰と何を共有するか？
- 人材発掘と育成
- 思いの共有＋一緒に考えること、しっかりできていますか？
  →想いの共有図

②学び合う意識と機能・ツールをもっている

- 様々なツールが活用されている
  →ポストイットで書きだしたりホワイトボードや議事録を！
  →打ち合わせや企画段階での情報共有
  →記録写真は整理してまとめること
  →ふりかえりと報告書

③ステップアップできる機会の提供

- ボランティアもスタッフも理事も同じ土俵で考える時間をもとう！
- ステップアップできる意識や仕組みがある
  →一緒に面白がる
  →任せる勇気とリーダーの覚悟



［テント村ワークショップのまとめ］

つなぎ　一人で見る夢は夢で終わるかもしれない、仲間とつながり見る夢は実現する！

小さなまちでは、地域の中の人、もの（場所）、ノウハウなどを、互いにシェアしたり活かしあうことが大切です。小箱ショップのオーナー会議、活動に関係する団体や役場とともに目的を共有したり、企画したりするワークショップや会議の実施など、さまざまな「活かしあい」が力の原点であり、長続きの秘訣です。

ケース1　市民セクターよこはまの場合

テーマに合わせてネットワーク型の組織をつくり、力を活かしあって取組む

一つの団体でできないことも、複数で集まって考え、実行すれば力は数倍に！　食事に困った世帯が利用する配食サービス、身近な居場所や出番を作り出すサロンやコミュニティカフェ、それぞれ地域に必要だけど、運営やスキル、制度の勉強など、一つの団体では解決できないことが多くあります。そんなとき同じ志を持つ団体同士をつなげ、力を活かしあう場や機会を生み出すことが必要です。市民セクターよこはまは、同様な活動をする団体が集まる「連絡会」の立ち上げ時の呼びかけや事務局の支援をしました。「配食サービス連絡会」、「サロン連絡会」「事業型 NPO 連絡会」などがあります。これら連絡会は定期的な会議や勉強会の場を設けたり、ときに政策提言をしています。

よこはま未来 100人委員会で未来を構想するつながりづくり

まちの未来を、様々な団体でともに考え、研究するための「よこはま未来 100人委員会」をつくり、テーマを設定し、NPO や行政、企業などが集まり 2ヶ月に 1回程度開催しています。普段の業務やお互いの利害関係に囚われず中長期で物事を捉えるよい機会となっています。また新しいつながりを生む貴重な機会となります。

ケース2　わくわくの場合

最後は身近な地域の力。地域のなかのさまざまな得意を知っておく。そして自分たちで抱え込まないで、協力を仰いだり、専門機関につなげる。

- 講座に講師としてきていただき専門家と関係をつくっておく。
- 行政や、関係機関とカンファレンスを行い、お互いの顔の見える関係やお互いの強みを知る。
- 助け合いや介護保険に関係する人だけでなく、地域の誰もが参加できる講座や催しを開催して、普段つながれない人・団体と関わりを持てるようにする。

現場視察会の様子

POINT

①「フラットな関係」がつながりをつくり、社会を変える！

すべての人が想いを声にして、聴きあえる場をつくる
→えらい人や声の大きい人、頭のいい人、など以外の小さな声を受け止める場づくりをする
付箋、フィリップ、白板を使って記録、発表しあう対話法、ブレーンストーミングの活用など

②「お節介」がつながりをつくり、社会を変える !!

当事者ではない第 3者の視点に立った「つなぎ」が風を吹かせる。新しい視点をつくる。
→部外者が声に出したり、背中を押さないと動かないことがある。
→お節介な人を 3人つなげよう！新しい動きが生まれる。

③わき役」（ヨソ者）がつながりをつくり、社会を変える !!!

決めたり、主役になるのは、居住者や事業者などまちの人。
→「わき役」で情報提供する際は、複数の情報を提供して、当事者に決めてもらう。
→当事者の悩みやしたいを「受け止め、整理する」役割を担う。

港南台タウンカフェ（株式会社 イータウン）

2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006

株式会社イータウン 設立

個人事業で起業

地域情報検討会が発展し、
区役所協働事業として、
ころBOX（市民リポート活動）を実践
（04〜05年度まちづくりフォーラム港南として）

港南区民会議へ公募委員として参加したり、港南区工業会会員となる。
まちづくりフォーラム港南のメンバーとなり、上大岡交流交差点の拠点づくりや地域情報検討会の呼びかけなどを通して、地域との関係づくりを行う時期

港南台タウンカフェ 開設
＋港南台テント村

横浜市空き店舗活用補助事業

拠点 自宅の片隅（デスクのみ）

拠点 自宅の一室（占有）

拠点 インキュベーション入居

拠点 常設:タウンカフェ（約77㎡）

○港南台国

常 1
非 1
ボラ 3

常 0
非 4
ボラ 10

NPO法人ワーカーズわくわく

1989 1991 1992 1994 1998

「グループわくわく」を学級名として命名

区の生涯教育学級（3年間得られる助成金）に応募し、企画・運営を担う。
年10回、高齢社会に関する学びを得る。

中野 42歳。
子育てひと段落、1985年パートに出た。超高齢社会のなかで自らの将来を想い、上手くぐりぬけていくためにはどうすればいいだろうと考えていた。

任意団体「ワーカーズわくわく」設立

○換気扇みがき、草取り、掃除、食事づくり、ペットの世話など

拠点 代表宅が事務所

拠点 利用者が庭に建ててくれた立派な2階建ての2階部分に事務所をもつ

○学童やサロン、犬の預かりを始めた。

○社会福祉協議会に相談し、新設の老人ホームで掃除する人を探している情報を得て、生涯学級の仲間7人とともに活動

○通院の付き添い活動を開始

○生協のチラシづくりなど地域の様々なことに関わり始める

拠点 アパート取り壊しに伴い、一戸建て借家で活動を展開

常 0
非 7
ボラ 0

模擬店の出店で資金獲得や応援者を増やした（介護保険参入まで）

認定NPO法人市民セクターよこはま

1998 1999 2000 2001 2002

「市民セクターよこはま」設立

○(株)ライフデザイン研究所や東海大学などと共同調査事業実施

拠点 横浜ワールドポーターズ（大規模商業施設）に店舗兼事務所「こらぼ」開設
作業所の商品などの販売を行う。

拠点 横浜ワールドポーターズに「NPOスクエア」開所
同所に事務所移転

「市民セクター構築のための研究会」設立

○トヨタ財団助成事業「福祉サービスNPOネットワーク構築と政策提言」

配食サービス連絡会発足

○横浜市への要望書提出
「新しい公共の創造に向けて」

○第1回総会

○横浜移動サービス協議会発足
要望書提出

常 0
非 0
ボラ 5

常 1
非 2
ボラ 2

2007 2008 2009 2010 2011 2012

○ キャンドルナイト in 港南台 開始

○ 港南区民活動支援センター ブランチ事業 開始

○ 東日本大震災復興支援活動
ボランティア活動～復興庁支援事業へ

経産省CBノウハウ移転事業

○ よこはま CBsmiles 地域支援 拠点

町田市CB啓発事業受託

補助金終了後も、自立的な運営
小箱ショップを中心とした情報、
イベントなどの安定財源の確保

地域経済元気づくり事業受託
(横浜市経済観光局)

横浜市SB相談事業受託

拠点 1Fを事務所に

コミュニティカフェやコミュニティビジネスの
人材育成事業に成長

拠点 中2Fを事務所に

際協力まつり

学生ボランティアが新卒で常勤スタッフとなる
ボランティア数や事業数も大幅に増加

○ 港南台まちある
スタンプラリー
横浜港南台商店会事業

常 1
非 6
ボラ 20

常 2
非 9
ボラ 35

○ 港南台はちみつ畑プロジェクト
株式会社キクシマとの協働事業

2000 2001 2002 2004 2010 2012

介護保険事業開始

学齢障がい児居場所づくり事業
(横浜市からの委託事)

買い物サポート事業 (横浜市からの委託事業)

NPO法人設立

困難を抱える青少年の進路選支援事業「子どもの生活塾」
(横浜市からの委託事)

中野
ケアマネージャーになる

助け合い事業の活動の内容の広がり家事支援
(掃除、食事づくり、移送)子育て支援、買い物
支援、葬儀手伝い、墓参り、結婚式付き添い)

拠点 法人新事務所を
コミュニティサロン併設型でオープン

常 20
非 65
ボラ 随時

2003 2007 2009 2012

NPO法人設立

指定管理者第3者評価事業開始

○第1回横浜会議「市との協働研究」
応募採択

横浜市市民活動支援センターの管理
運営開始(市との協働事業)

○障害者支援費制度セミナー

○配食サービス連絡会調査報告書作成
横浜市へ提言書提出

福祉サービス第3者評価事業開始

認定NPO法人となる

○NPOマネジメント支援プロジェクト発足

○中田市長への意見書提出

コミュニティビジネス支援事業開始(市との協働事業)

○横浜市市民活動共同オフィスの管理運営を
開始(市との協働事業2009.3まで)

常 10
非 12
ボラ 随時

「広がり」のコミュニティで地域活性化を

法政大学教授　名和田 是彦

ここまで読まれていかがですか？

この冊子には、横浜の市民活動とコミュニティ・ビジネスのエッセンスがぎっしり詰まっています。

「でもそれは、恵まれた大都会でしか通用しない話なんじゃないの？」

なんて思われましたか。

とんでもありません。

横浜とその市民たちは、戦後の復興期、高度成長期、低成長期、不況期を通じて、苦難の歴史を歩んで、地域で支えあい知恵を出しあってコミュニティをつくってきました。その様子は、本質的には農山村と変わらないと思います。

この冊子に関わっている私達は、横浜の地域社会に関わると同時に、全国各地の様々な地域社会も折にふれて訪れてきましたが、コミュニティの持っている魅力と課題は、どこも共通しているところが多いものです。

例えば、横浜ほか現在の日本の大都市には、昭和30年代、40年代に開発された大規模団地がたくさんありますが、これらはほぼ例外なく途方もない高齢化に見舞われています。「限界集落」という言い方はあまり好みませんが、これになぞらえて言えば、「限界団地」です。特に横浜は、東京に職場を持つサラリーマン層が多かったのですが、狂乱地価が若干収まった後は、かつて横浜郊外に新居を求め遠距離通勤を我慢してきた人たちの娘・息子の世代は、より職場に近い住居を求めて、親元を離れていく傾向があります。そして親の世代は愛着のある団地に住み続ける。すると、その団地はやがて高齢者だけが住む土地になっていくのです。ここ10年くらいの間、毎年の小学校入学者が一桁などという地域がザラにあります。

また、横浜は、特に高度成長期に爆発的な人口増を遂げたため、生活の基盤（いわゆる「インフラ」）があまり整っていません。児童館も公民館も老人憩いの家もないのです。だからこそ、地域も市民も行政も、知恵を絞って対応してきました。地域づくりに工夫が必要なのは、都市も農村も同じなのです。

横浜というと、開港の歴史と港がまず想起されるかもしれません。たしかにそれも横浜市民の誇りですが、横浜のそれ以外の地域も、それぞれ古い歴史を持っている独自のコミュニティです。そしてそこに全国各地から新しい住民が入ってきて、古いものと新しいものとが交じり合いながら独特な活力を持った市民文化が形成されました。

古いものを大事にしながら、新しいものとつながりをもっていく、このような横浜の市民たちの試みは、被災地復興や中山間地域の活性化に必要なことと共通しているのではないでしょうか。

そう考えて私達は、被災地の復興のささやかなお手伝いをしながら、この冊子を編みました。

そしてそう考えると、被災地や中山間地域の条件は、むしろ横浜よりも有利なところがたくさんあります。

何といっても集落の絆がしっかりしていて、知っている者同士で助け合おうという仕組みがすでに存在していることは、大都会から見るとうらやましい限りです。

この力を基礎にして、地域の活性化を図っていくためにはどうしたらよいか、そのヒントを集めたのがこの冊子です。

その基本的な手段は「コミュニティ・ビジネス」であり、その基本的姿勢は、地域から発して広がりを作っていくということです。

「広がり」には、「量的な広がり」と「質的な広がり」とがあるでしょう。

「量」という側面で言えば、「ビジネス」は、今やグローバリゼーションといわれるように、地球大の広がりを持っています。世界の人とつながって地域の活性化を考えることができる時代です。「コミュニティ・ビジネス」は、「ビジネス」といっても、際限なく儲けることが目的ではありません。生活の基盤をしっかりするための手段です。広く外の世界とつながって生活の基盤を再建し確立するのが目的です。「ビジネス」の手法によって、集落から大槌町へ、大槌町から岩手県へ、岩手県から日本全国へ、日本から世界へと、広がっていき、活性化のチャンスが増していきます。

「質」という側面はもっと大事です。

すでに知っている人でも、お付き合いを深めていくと、全然知らなかった面が現れてきて、その面でのお付き合いを通じて、更に自分の世界が広がる、ということがよくあります。自分とは何となく縁が薄いと思っていた人でも、趣味など意外な所で深い接点があったりします。こうした深まりを集落の中で経験することで、地域を活性化する力が新たに発掘されていくでしょう。同じ人との付き合いでも、その質が多様に広がっていくのです。

この冊子で紹介している港南台タウンカフェなどのコミュニティ・カフェは、そうした質と量の両面からつながりを広げていくための格好のツールです。

なぜならそこでは、誰しもまずは極めて一般的に「人」としての資格で登場し、「人」として尊重されるからです。

コミュニティ・カフェは、誰もが特定の目的や用事を持たなくても、単に自分の時間を過ごしたいとか誰かと話がしたいとかいった理由で気軽に立ち寄ることができ、ほっとした時間を過ごせます。

そこでは、よそ者か仲間内かにかかわらず、また性別、年齢、職業にかかわらず、どんな人もまずは一個の人として迎え入れられ、その多面的な可能性を相互に発見し合うことができます。

普段は「○○ちゃんのお母さん」としてしか見ていなかったけれど、実はこの人、こんな特技があったのか、といった発見があるかもしれません。これは「質の広がり」です。すでによく知っている人の新しい側面の発見です。

また集落外の人もカフェの中なら落ち着いて接することができ、コミュニティにとってどんな働きをしてくれそうな人か見極めることができます。これは「量の広がり」です。まだ仲間でなかった見知らぬ人との最初の出会いです。

質と量の両面の広がりが、コミュニティ・カフェを場として発展していくことこそ、コミュニティ活性化の要点ではないでしょうか。

そして、広がったら、みんなで参加して活動と事業に取り組み、地域を元気にし、広がりを更に広げましょう。NPO法人わくわうの歩んだ道は、まさにこうした広がりを広げる拡大再生産そのものです。

便利なツールのご紹介

小箱

オーナーレター

□出店募集チラシ
□出店利用規約
□商品リスト
□オーナーレター
□ボランティア７箇条
□ボランティア研修チェックシート
□スタッフ自己評価シート

小畑

出店募集チラシ

□出店募集チラシ
□出店申込書
□企画書
□報告書

小手

□
□
□
□
□
□

小空

地域情報サイト e-town)

□掲載案内パンフレット（e-town）
□掲載申込書
□利用規約
□取材レポートマニュアル
□サポーター登録

ソーシャルビジネス参考文献

福祉の NPO を元気にする
ゲンバの知恵袋 ”【訪問介護編】

著名・編集者：特定非営利活動法人 市民セクターよこはま
発行者：市民セクターよこはま
出版社：特定非営利活動法人市民セクターよこはま
TEL：045-222-2023
発行：2003 年 08 月 15 日
仕様：A4 判：126 ページ
価格：2,500 円

福祉の市民活動を元気にする!
マネジメントシリーズ2
ボランティアの知恵袋（横浜発）
デイサービス・サロン編

仕様：A4 判：141 ページ
発行：2005 年 5 月 18 日
編：特定非営利活動法人 市民セクターよこはま
　　社会福祉法人 横浜市社会福祉協議会
　　横浜市ボランティアセンター
発行所：有限会社 筒井書房
TEL：03-3993-5545
価格：1700 円+税

SPARK
ソーシャルビジネス経営ノウハウハンドブック

発行者：横浜市経済観光局　経営・創業支援課
TEL：045-671-4236
発行：平成 23 年 3 月
企画・取材・編集：特定非営利活動法人 市民セクターよこはま
TEL：045-222-6501
仕様：A4 判：52 ページ
価格：無料

発行者　認定NPO法人 市民セクターよこはま／NPO法人 ワーカーズわくわく／株式会社 イータウン
執　筆　吉原明香　石井大一朗　中野しずよ　斉藤保
監　修　為崎緑（中小企業診断士）
イラスト・マンガ　伊藤いと
デザイン　塚原祥子
2013年１月発行

東日本大震災復興ソーシャルビジネス創出促進事業
本事業は、経済産業省・復興庁の「平成24年度東日本大震災復興ソーシャルビジネス創出促進事業費補助金
～地域活力を生み出す拠点を活用した小さい力の集積事業」として実施しました。