

コミュニティビジネス事例集 2016



2016年3月
 関東経済産業局
 産業部流通・サービス産業課
 コミュニティビジネス推進チーム

はじめに

現在、少子高齢化社会の進展や価値観の多様化等によって地域では様々な課題が顕在化しつつあります。このような中、「コミュニティビジネス(以下、「CB」という。)」が注目を集めています。

CBとは、定まった定義はありませんが、「地域の抱える課題を、地域住民が主体となって、ビジネスの手法を活用してそれらを解決する」ことを指します。CBは、創業機会の創出、地域の高齢者や女性の雇用拡大、地域コミュニティの再生、地域経済活性化の担い手として大きな期待が寄せられています。

昨年6月30日、日本再興戦略改訂2015が閣議決定されました。アベノミクスは、新たな「第二ステージ」に入ってきており、「未来投資による生産性革命の実現」と「ローカル・アベノミクスの推進」を車の両輪として推し進めています。特にローカル・アベノミクスを推進することは、都市部への若者流出抑制、地方における魅力ある仕事創り、地域資源を活用した地域経済の活性化といった地方創生につながるものであり、コミュニティビジネスの手法が今こそ必要とされています。

今般、事例集の6冊目となる「コミュニティビジネス事例集 2016」の作成にあたっては様々な地域課題が存在する中、「地域資源活用」、「まちづくり推進」、「子育て支援」に取組む事業者様の事例を取りあげ、CB事例集として取りまとめました。キーパーソン(課題解決の主体となる人)の熱い思いや活動内容が、地域にどのような貢献をもたらしているかを中心にまとめており、本事例集で取りあげられた事例と類似した地域課題を抱える方々にも参考にさせていただけることを期待しております。

また、本事例集では、その地域における課題や課題解決のきっかけは何だったのか、そして地域課題を解決する上でのポイントは何であったのかを確認できるようにしてあります。

これからCBを始めようとしている方、CBを資金面で支援する金融機関、運営の後方支援をする自治体等支援者の方にも、是非、お役立ていただきたいと思います。

最後になりましたが、事例集の作成にご協力いただきました事業者、支援者の皆様に心から感謝申し上げます。

2016年3月

関東経済産業局
産業部流通・サービス産業課
コミュニティビジネス推進チーム

目 次

○地域資源活用型

事例 1. NPO法人 忠次郎蔵	[埼玉県行田市]		1
事例 2. 農家民泊 五郎兵エ	[千葉県鴨川市]		3
事例 3. さんぽく生業の里企業組合	[新潟県村上市]		5
事例 4. 株式会社 小川の庄	[長野県小川村]		7
事例 5. 株式会社 フードランド	[静岡県浜松市]		9
事例 6. 株式会社 ブルーベリーオガサ	[静岡県菊川市]		11

○まちづくり推進型

事例 7. 株式会社 夢創造	[栃木県那珂川町]		13
事例 8. NPO法人 市民シアター・エフ	[埼玉県深谷市]		15
事例 9. ひらがなネット 株式会社	[東京都墨田区]		17
事例10. 村山団地中央商店街	[東京都武蔵村山市]		19
事例11. 株式会社 まちづくり立川	[東京都立川市]		21
事例12. NPO法人 えがおつなげて	[山梨県北杜市]		23
事例13. コミュニティ・レストラン 地域の茶の間「てまえみそ」	[静岡県浜松市]		25

○子育て支援型

事例14. 株式会社 キッズコーポレーション	[栃木県宇都宮市]		27
事例15. 認定NPO法人 フローレンス	[東京都千代田区]		29
事例16. 京王ママスクエア(京王電鉄株式会社)	[東京都多摩市]		31
事例17. 株式会社 AsMama	[神奈川県横浜市]		33

(本事例集の利用上の注意)

本事例集は、平成28年3月時点での各団体の活動状況についてまとめたものです。また本事例集で取り上げた団体は、非常に広範な活動を展開しています。したがって、本事例集で紹介させていただいた内容は、掲載団体の活動のごく一部であることをご承知おき下さい。また団体の活動の詳細、最新情報等をお知りになりたい方は、ホームページ等で確認し、直接当該団体にお問い合わせいただくか、又は関東経済産業局産業部流通・サービス産業課コミュニティビジネス推進チーム(問い合わせ先は最終頁)へお問い合わせ下さい。

事例

1

NPO法人 忠次郎蔵

～“古墳”、“忍城”、“足袋”のまち「行田」
足袋蔵の蕎麦打ち名人に魅せられて～

足袋の生産地として有名な埼玉県行田市。新たな活用先が見つからなかった足袋蔵を蕎麦屋として再活用することで、行田の歴史・魅力ある文化の発信源となっている。

<地域課題>

江戸時代から圧倒的な生産量を誇った足袋も、近年は安価な輸入品の影響で、生産量が激減。足袋蔵の多くが取り壊しの運命にさらされる中、足袋蔵の再活用が課題だった。

<事業を始めたきっかけ>

自分の得意な“蕎麦打ち”を活かすことで、失われつつある地域資源“足袋蔵”を守り、地域に多くの観光客を呼び寄せたいと思った。

忠次郎蔵で蕎麦屋が生まれたきっかけ

さきたま古墳、古代蓮、忍城、そして足袋蔵。行田市ほど古代、中世、近代に渡って地域資源がバランス良く揃った自治体も珍しいのではないだろうか。北は利根川を境に群馬県と接する同市中心部では、忠次郎蔵が今日も蕎麦屋の暖簾を掲げている。忠次郎蔵とは、故小川忠次郎氏の商店店舗及び主屋の足袋蔵がその名の由来であり、NPO法人忠次郎蔵は蕎麦を通じて蔵の保存と地域経済の活性化に取り組んでいる。同法人で副代表を務める藤間さんはもともと、市内中心部で長年布団屋を営んでいた。近所に蕎麦屋が出来たと聞きつけ、何度か通っていたところ、ご主人と意気投合し、蕎麦打ちを始めたのがきっかけだった。蕎麦が打てるようになると、布団屋の常連客にサービスで蕎麦を振る舞うようになり、ちょっとした有名人になったそうだ。そんなユニークな経歴をもつ藤間さんに、まち興しのため足袋蔵で蕎麦屋をやってみないかと商工会議所から打診があったのだ。



副代表 藤間 良夫氏



忠次郎蔵 外観



忠次郎蔵 内観



忠次郎蔵自慢の“蕎麦”



のぼうの城として知られる“忍城”



ギネスブックに認定された、行田市が誇る世界最大の“田んぼアート”

ここが忠次郎蔵の強み

市内の足袋蔵の多くは足袋需要の減少に伴い、長年使われていなかったが、忠次郎蔵は現所有者である商工会議所によって、1,200万円ほどかけて修繕され、平成16年に蕎麦屋「忠次郎蔵」が開店した。「やっぱり最も苦労したのは、どうやってお客さんを多く集めるかだったね。」藤間さんはそう語る。最初のうちこそ集客に苦労したそうだが、それでも藤間さんは持ち前の明るさを活かして布団屋時代の顧客を中心に地道に呼び込みを続けた結果、足袋蔵で食べる蕎麦の美味しさは徐々に口コミで広がっていった。今では来客数は60人/日を超えることも有り、特に週末は県外ナンバーの車が目立つそうだ。

他にも、幅広い年代の生徒が通う同店の蕎麦打ち教室は昨年で23期生を迎え、毎月第2土曜日には、有志の卒業生が忠次郎蔵にやって来て蕎麦を打つそうだ。さらに老人ホームや特別支援学校等で、蕎麦を振る舞う「出張蕎麦打ち」は大変好評で、地域に大きく貢献している。

今後の展望

地域にコミュニティビジネスが成立、存続していくためには2つの成功が必要だ。1つ目は「事業上の成功」である。開業以来、忠次郎蔵は一貫して収支黒字を計上し続けており、利益から足袋蔵の維持費の捻出と賃借料を所有者の商工会議所に支払い、地域内でお金が循環するようなスキーム作りに成功している。金融機関からの融資や商工会議所からの補助金も利用することなく、完全に自立運営しているのだ。2つめは「後継者となる人材育成の成功」だ。実は、開業当初から率先して蕎麦を打ってきた藤間さんだが、残念ながら今年の3月をもって引退することになった。

しかし、4月からは蕎麦打ち教室の卒業生と代表の田村氏が引き継いで、忠次郎蔵と蕎麦の味を守っていくとのこと。藤間さんは蕎麦屋「忠次郎蔵」の経営を軌道に乗せつつ、次代を担う後継者も同時に育ててきており、地域内に持続的なコミュニティビジネスを根付かせるスキーム作りに成功したのだ。「とにかくお客様のことを思い、大切に接することだよ。そうすれば結果は自ずとついてくる。」布団屋を営んでいた時に身についた、経営者としての肌感覚が、今の蕎麦屋経営に活かされているのだろう。次の休日は、ぜひ行田を訪れていただきたい。

Point ポイント

自分の得意なことを地域資源・経済の振興につなげる

蕎麦打ちという特技と地域資源の足袋蔵をマッチングさせ、地域内に魅力あるスポットを創出。

経営者として培った肌感覚

布団屋を経営していた特に培った「徹底した顧客目線の営業姿勢」や経営者としての感覚を蕎麦屋の経営に活用。

次世代の人材育成

軌道に乗せた事業を自分の代で終わらせることなく、次世代の人材育成に成功。

- NPO法人 忠次郎蔵
- 理事長 田村 隆次
- 設立 2008年
- 所在 埼玉県行田市忍1-4-6
- TEL 048-556-9988
- <http://chujiro.chu.jp/>

事例

2

ごろべえ

農家民泊 五郎兵卫

～鴨川の農家で「農業・生活体験」
リピーター・定住者を生み出す秘訣～

千葉県鴨川市にある自宅に宿泊客を受入れて、農作業や農村生活の体験を通じ、ありのままの鴨川の農村の暮らしを楽しめる場を創出した。都心からのアクセスのしやすさも後押しとなって、宿泊者がまた来たい、定住したいと思えるような地域の魅力向上に取り組んでいる。

<地域課題>

過疎化に伴う、人口減少や地域資源の存亡の危機。

<事業を始めたきっかけ>

自身の居住する地区で子供を目にする機会が減り、危機感を覚えたこと。



経営者 柴崎 安広氏
みさ子氏 ご夫妻



五郎兵卫 外観

農家民泊・五郎兵卫の誕生まで

古くから良質のお米“長狭米”の産地として知られる千葉県鴨川市。近くには大山千枚田と呼ばれる美しい棚田が広がり、四季に応じた里山の美しい景観を楽しむことが出来る。農家民泊・五郎兵卫はそんな場所にある。

代表の柴崎さんは生まれも育ちも鴨川で、地元で兼業農家を営んでいた。勤めていた建設会社を退職後、何か地元のために自分が出来ることはないかと考えていた時、ある地域課題に気が付いた。

「鴨川市内は空き家も目立つようになり、子供の姿もめっきり見かけなくなりました。」そう思った柴崎さん夫妻は当初農家レストランを営もうと考えたが、築180年を超える自宅を活用しようと思い立ち、周辺の農家と共同で農家民泊組合を設立。こうして鴨川市大山地区に平成21年7月、五郎兵卫を含む5軒の農家民泊が誕生。こうして千葉県初の農家民泊がスタートした。



五郎兵卫 内観



五郎兵衛・風景



大山千枚田

鴨川の農家民泊と柴崎さん夫妻の思い

農家民泊とは、農作業や農村生活の体験をし、農家に泊まることでありのままの農村の暮らしを楽しむこと。農家ならではの田畑を利用して、夏は梅・夏野菜の収穫、冬ならば水仙刈り、しいたけの原木切り、正月のお飾り作りが出来る等、年間を通じていつ訪れても就農体験が出来ると宿泊者に好評だ。こうした体験は都会の子供たちには新鮮に感じられるそうで、横浜の小学校からホームステイを受け入れたり、遠くは台湾からの農業研修生を受け入れているそうだ。

特別なことをする必要はない。柴崎さん夫妻のモットーは宿泊客を「ありのまま」で受け入れること。宿泊客と談笑しながら寝食を共にし、お互い腹を割って語り合うことで打ち解ける。都会では決して味わえない何とも言えない心地良さを覚えた宿泊客は、すっかり鴨川の農村と柴崎さん夫妻のファンになってしまうそうだ。

宿泊客からリピーター、そして鴨川への移住へ

そんな柴崎さん夫妻を慕って、今では多くの宿泊客がリピーターだ。定年を機に、鴨川に移住したいと相談をする宿泊客もいるそうだ。こういった話が出た場合、五郎兵衛では、移住相談や空き家の斡旋をする鴨川市のふるさと回帰支援センターを紹介したり、反対にセンターが五郎兵衛を始めとする農家民泊を斡旋するなど、転入者を取り込むため自治体との連携がとれていることに注目したい。

開業から6年過ぎ、自宅のすぐ目の前の道には都会から来た若い人や、観光客を乗せた車が行き交うようになり、地区には再び人々の笑い声が聞こえるようになった。「目に見える形で大山地区に活力がみなぎるようになった。」と柴崎さん夫妻は言う。鴨川市も他の自治体に働きかけて、学生を農家民泊させようと誘致に積極的だ。今後は更なる宿泊客に鴨川の良さを知ってもらい、行政と連携しながら宿泊客→リピーター→移住者になってもらうよう取り組んでいく。

Point ポイント

地域を良くしたいという理念

単なるビジネスではなく、鴨川の将来について危機感をもつことで「鴨川と共に活性化する」という思いを地域内で共有。

持続可能な事業モデル

農業体験・農家民泊と言った地域資源は、都市部居住者に訴求する力があり、年間を通じて就農体験が可能なことから安定的に利益が確保出来る事業モデルを確立。

事業のPR

HPや口コミを通じて農家民泊の魅力をPR。更なるインバウンドに向け、行政と連携した宿泊客の増大、移住者のための後方支援に従事。

- 農家民泊 五郎兵衛
- 代表 柴崎 安広
- 設立 2009年
- 所在 千葉県鴨川市釜沼51
- TEL 04-7098-0758
- <http://56bei.nagasamai.com/>

事例

3

なりわい

さんぽく生業の里企業組合

～新潟の最北端で「郷土料理・赤カブ漬け」
さんぽくの里が提供する体験型観光とは～

新潟県村上市にある村落で、国の伝統工芸品である「しな布」の製造販売、赤カブ漬け体験や郷土食を提供する。「地域のために何かをやらなくては」固有資源を活かした体験型観光は、観光客だけではなく集落の人々の心をも動かした。

<地域課題>

過疎化に伴う地元の伝統工芸品・食文化存続の危機。

<事業を始めたきっかけ>

課題解決のために、リスクをとってでも行動しなければならないと使命感を感じたこと。

さんぽく生業の里企業組合が出来るまで

かつて村上藩の城下町として栄え、新潟県最北に位置する村上市。「さんぽく」とは合併前の旧山北町（さんぽくまち）にちなんでつけられたものだ。

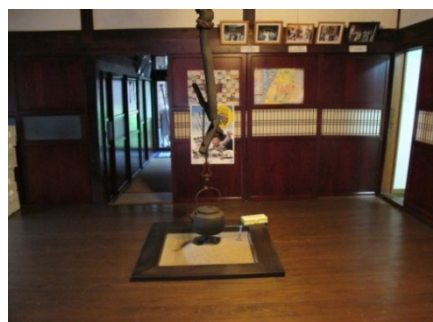
組合の総支配人を務める國井さんは、旧山北町商工会事務局長として村おこし事業に携わっていた。しかし、昭和30年代をピークに村落の人口は減少の一途を辿り、ここ10年で更に減少した。そんな様子を目の当たりにし、「商工業者だけでなく、地元の人も共に魅力を感じられる地域おこして何だろう？」悩んだ末に國井さんが辿り着いたのは、地域で昔から織られてきた「しな布」であった。原料となる「しなの木」は決して珍しい木ではないものの、織るのに非常に手間がかかる。春にしなの木の皮を剥ぎ、木灰汁で煮て柔らかくし、清流でさらして裂いたものを紡いだ糸からようやく次の春に織り上がる布だ。大変手間がかかるのだ。熟練した職人の手技によらなければ織れない、しな布に國井さんは集落の運命を委ねた。「危機感とリスクを負わなければ成功することはない。」國井さんと國井さんの考えに賛同した村落の人々は平成12年にさんぽく生業の里企業組合を設立した。



総支配人 國井 千寿子氏



さんぽく生業の里 外観



さんぽく生業の里 内観



しなの木の皮



しなより



上: 赤カブの漬物 下: とち餅

地域にお金が落ちる仕組み作りを目指して

しな布製造と赤カブ漬け体験が出来る場所として譲り受けた建屋は築70年を超えており、改装費に2,600万程かった。膨大な費用ではあったが、「集落の課題は自分たちが解決すべきである。」そう覚悟を決めた集落のうち5軒がまず100万円ずつ出資した。その後商工会役員から550万円、県のグリーンツーリズム促進事業から補助金1,200万円、旧山北町からの補助金250万円が集まり、念願だった体験工房が平成12年12月に開館した。慣れない接客業ということもあり、試行錯誤の連続ではあったが、口コミから徐々に人気が集まり、県内は長岡や胎内、県外は宮城等から訪れる観光客の数が一秋に500人を超えるようになり、町の交流人口は大幅に増大した。赤かぶ漬け体験や郷土料理に使っている食材は集落の農家から組合がほとんど買い付けたものである。

また、工房の繁忙期には地元の人を積極的に雇用することで、なるべく地域にお金落ちるような仕組みを整えた。地域の人々がリスクをとって投資した結果、リターンを得て、再び投資する、という循環サイクルが集落に生まれたのだった。

Point ポイント

地域を良くしたいという理念

「リスクを取らなければ得られる物も得られない」行政になるべく頼らず、地域の将来は自分たちで変えるという危機感を地域で共有。

キーパーソンの存在

國井さんの商工会に勤めていた経験、補助金や町興しに関するノウハウ、伝統工芸品「しな布」織りの技術を活かし地域資源をPR。

集落が誇る伝統工芸品を次世代につなげるために

後継者はどうするのか？これが今最も重要な課題だ。國井さんを始め3人のスタッフは、和服の帯に使う「しな布」製造を呉服問屋から受注したり、赤かぶ漬けや山菜作りに奔走する等多忙な日々を送っている。次代を担う人材を見つけて技術伝承をしなければ「しな布」作りの手技は途絶えることになるが、かかる時間や費用負担の大きさから、対応できる余裕がないのが現状だそう。

加えて村落は最寄り駅から自動車で30分かかる場所にあり、病院や買い物のためのスーパーマーケットが近くにないということも人材が集まりにくい要因になっているのかもしれない。

こういった状況を受け、國井氏は地域を存続させるため、市や県に対して地域協力隊（市の臨時職員）の派遣を求めるなどしている。今後の人材確保にこれからも注目したい。

- さんぽく生業の里企業組合
- 総支配人 國井 千寿子
- 設立 2000年
- 所在 新潟県村上市山熊田325
- TEL 025-476-2115
- <http://www.iwafune.ne.jp/~sanpokusho/kaiin/nariwai/nariwainosato.html>

事例

4

株式会社 小川の庄

～地域を救う信州のスローフード“おやき”～

水田が少ない信州の畑作地帯に古くより伝わる郷土食「おやき」。農家を改装した店舗は高齢者の雇用を生み出し、おやきの体験手作りや蕎麦、季節の物などの提供をする飲食サービスも展開している。

<地域課題>

主要幹線道路の開通や利便性を求めた若者の村外流出が増加したため、人口減少と高齢化が進み、小川村は衰退する一方であった。

<事業を始めたきっかけ>

衰退した村を再興させるため、信州の郷土食「おやき」を活用することで村の過疎化を防ごうとした。



代表取締役 権田 公隆氏



おやき村 外観

信州で昔から食べられてきた「おやき」に着目

小川村は長野県長野市と白馬村のほぼ中間に位置する小規模な村である。この村に来たら、是非おやきを食べてみて欲しい。「おやき」とは、野菜や山菜を油で炒め、味噌や醤油で味付けし、小麦粉を練ったものを包んでこんがり焼いた信州の郷土食である。信州でも水田が少ない山間部の畑作地帯における日常食として古くより地元の人々に愛されてきた。小川村は養蚕業が盛んであったが、養蚕業の衰退や若者の村外流出が重なり、人口は3,000人を切るようになり、県内でも有数の高齢化が進んだ地域となっている。そんな村の衰退を何とか食い止めようと、現社長の権田公隆さんの父親が実家の農家を改築し、「おやき村」を開村した。ここではおやき製造販売、そば打ち処、縄文時代の住居を模した竪穴式住居があり、おやきづくりの体験ができる。



おやきづくりの様子



焼きたての“おやき”



土産物コーナー



野菜加工所

生涯現役主義を宣言

約80人いる従業員の中で、年齢の構成比は約4割を60歳以上が占める。おやきの焼き手は、何と最高齢で92歳（おやき村の村長でもある）だそうだ。このことから、同社が村内において高齢者雇用の受け皿的な役割を果たしていることが良く分かる。権田さんはもともと東京の会社に勤めており、地元の小川村に戻った後、3年前に同社を継いだ。当初は手探り状態の中での経営スタートで苦労の連続だったそうだ。その中で、おやき、漬け物、おやきの餡など村内各集落毎に工場を設けることで高齢者が通勤しやすくなり、インターネットによる通信販売事業を手がけるなど様々な工夫をしてきた。

今では高齢者だけではなく、地元の若者の雇用の受け皿的な役割を担うようになり、村の空き家バンクを利用して小川村に移り住んできたIターン就労者も多く受け入れるようになった。また最近ではオーストラリア等からやってくる外国人観光客がおやきを食べに来村する姿が目立つようになったとのこと。受け入れ体制（人員、場所）の問題から積極的な外国人誘致にはまだまだ時間がかかるが、外国人観光客が日本の郷土料理に興味をもって来村してくれるのは嬉しいことだ。

今後の課題と展望

その他にも権田さんには様々な展望がある。同社では食育をテーマに経営していることから、来村客にはおやきを安く、お腹いっぱい食べてもらいたいという基本理念がある。その一環として、最近では契約農家と連携し、農作物がどのような工程を経て商品になるのかを知ってもらうことで、食文化の継承、健康の確保等を促進しようという取組も行っている。

行政との関係では、村役場と連携し、農業政策（6次化）、Iターン、観光などの打ち合わせを日頃から密接に行っているそうだ。課題としては、高齢者の通勤の利便性を考えて、あえて村内各集落毎に設けていた工場は、過疎化の進行により維持が難しくなっている点が挙げられる。

Point
ポイント

地域資源を活用した事業モデル

信州の郷土食である「おやき」に注目。高齢者にとってはなじみが深く、若者にとっては新鮮なおやきを、単に食べられるだけではなく、おやきづくり体験という体験型観光の仕組みを取り入れることでリピーターを増やすことに尽力。

地域人材の積極的な雇用

生涯現役主義の下、高齢者の雇用を創出のみならず若者も積極的に雇用。最近では、村の空き家バンクを利用してIターンして移住してきた人材も積極的に採用。

- 株式会社 小川の庄
- 代表取締役 権田 公隆
- 設立 1986年
- 所在 長野県上水内郡小川村
高府2876
- TEL 026-269-3760
- <http://www.ogawanosho.com/>

事例

5

株式会社 フードランド

～みかんがアロマオイルに！？独自の加工技術が地域資源に新たな価値を生み出す～

既存の技術を応用し、静岡県浜松市北区三ヶ日町の特産品である「みかん」を皮ごと液状化に成功。この技術により、これまで規格不適合として廃棄されてきたみかんはその価値が見直され、三ヶ日ブランドの確立に貢献している。

<地域課題>

三ヶ日町地区では、傷や形が不揃い等の理由で販売不適合品として廃棄される大量のみかんの処理に悩まされてきた。

<事業を始めたきっかけ>

本業で培った食肉加工の酵素技術をみかんの加工に応用することで、みかんの廃棄量の削減と新商品の開発につながるのではないかと考えた。

地域課題解決のヒントはこんなところに

江戸時代よりみかんの栽培が盛んな土地として有名な静岡県浜松市北区三ヶ日町（旧三ヶ日町）。愛知県との県境に位置し、「浜名湖」の北に隣地する支湖「猪鼻湖」を取り囲むように位置している。「三ヶ日みかん」の文字が入っているみかん箱を1度は見たことがあるだろう。

代表の中村さんの本業は食肉の卸売業だが、経歴はユニークだ。学生時代は大阪の大学で心理学を専攻し、その後ハワイの大学へ留学。卒業後、地元に戻ってきた中村さんは実家の家業である食肉の卸売業に従事しながら、食肉の専門学校で食肉加工について学ぶことになる。その専門学校の過程で出会ったのが、酵素技術を使った食肉軟化剤だ。当時日本ではまだ珍しかった輸入牛肉に食肉軟化剤を使用して肉質を柔らかくしたところ、浜名湖周辺のホテルの間で瞬く間に評判となり、大ヒットした。しかし、この食肉加工技術をみかんに応用しようと思いついたのはしばらく経ってからのことであった。



代表取締役 中村 健二氏



三ヶ日町地区名産のみかん



大量に廃棄されるみかん



ウィンター・ファンシー・フードショー みかんピューレ

転機となったのは、平成16年に浜松で浜名湖花博が開催された際、ホテルの朝食バイキングで三ヶ日みかんを使ったジュースを提供出来ないかと相談を受けたことだった。食肉加工のノウハウがあった中村さんでも、ジュース作りのノウハウはなかった。それもそのはずで、当時はみかんは生食とするのが一般的な認識であり、みかんを加工できる工場が三ヶ日にはなかったのだ。そこで早速、中村さんは機械を買ってジュースを絞ってみた。ところが約1Lのジュースを作るために1Lの果実ゴミが発生することが発覚。絞った後の果実ごみの処理費用が経営を圧迫するほどで、試行錯誤の連続だったそうだ。みかんは、絞ってもゴミが出るし、りんごのようにすり下ろすことも向かない。そこで思いついたのが食肉加工で培った酵素技術を活かすということだった。これまではみかんを「搾る」発想であったものを、消化酵素を利用してみかんを「溶かす」発想をひらめいたのだ。

新技術が地域に与えたインパクトの大きさ

この方法により、形や見た目の問題で廃棄処分されてきたみかんは年間2万トン以上にものぼっていたが、環境汚染の防止や安定した商品供給につながるという点で日の目を浴びることになった。「アイデア次第で様々なものが商品化できる。」この成功体験は、地元の農商工関係者に大きなインパクトを与えた。現在ではみかんのペーストを食品・飲料品メーカーに販売したり、酵素分解処理の方法を用いた香料（みかんオイル）、シャーベットなど、新商品を続々と開発、発売している。

何気ない日常生活にこそチャンスは眠っている

「既存の分野で勝負すると、ものさしの中で自分という存在が計られてしまう。誰も手をつけていない初めての分野の中で勝負すれば自分がその分野におけるメジャーになれる、これが重要。」と中村さんは考える。誰も考えなかったアイデアを次々に出せるのは、学生時代に専攻した心理学で、「既成概念を外して物事を考える」トレーニングを受けていたからだそうだ。そのことが今、仕事に役立っていると言える。中村さんは今後の展望として、酵素技術をさらに発展させて、みかんを医薬品や、工業、エネルギー分野等に応用した農業コンビナートを三ヶ日に造るのが夢だそうだ。普段何気ないこと、無意識の中に重要なヒントはいくらでも隠れている。大事なものは、そこに気付くかどうかである。

加工品の数々

Point
ポイント

既存の常識を疑ってみる

毎年大量に廃棄されていたみかんを、「廃棄物」として捉えなかった点。加工品とすることで廃棄コストの低減が図られ、従来その分が出荷品みかんの価格に上乗せされてきた問題の解決に成功。

その分野の先駆者になる

まだ誰も切り開いていない新分野に、1番に進出することで当該分野におけるパイオニアになることが大切。圧倒的なプライオリティーと存在感を示すことが可能。

- 株式会社 フードランド
- 代表取締役 中村 健二
- 設立 1931年
- 所在 静岡県浜松市北区
三ヶ日町三ヶ日843
- TEL 053-525-0153
- <http://www.foodland.co.jp/>

事例

6

株式会社 ブルーベリーオガサ

～“菊川市”でブルーベリー観光農園を
手作り農園の魅力詰まっています～

静岡県でも有数のお茶の産地の1つ、菊川市にあるブルーベリー農園。地域の遊休農地を開墾して農地として蘇った農園は、家族経営のアットホームな雰囲気観で観光客を迎え入れてくれる。

<地域課題>

茶価の低迷等が理由で、市内に存在する茶畑の遊休化が目立つようになり、作目の転換による土地の再活用が課題であった。

<事業を始めたきっかけ>

農業に携わりたいという思いから、地域の気候に適したブルーベリーの農園と商品開発を行い、地域に多くの観光客を呼び寄せたいと思った。

ブルーベリーオガサ誕生のきっかけ

静岡県菊川市は温暖な気候から深蒸し茶の産地として知られ、近くの牧ノ原台地には静岡空港が平成21年6月に開港、多くの外国人観光客が訪れている。ブルーベリーオガサの“オガサ”とは、合併前の旧小笠町を指している。代表の西下さんは、家業の鉄工場に従事しながらも、農業への強い憧れを抱いていたことから、いつか地元で農業に携わりたいという夢を描いていた。

その熱意を受けた地元農業協同組合の組合長から理解を得て、茶畑を取得する機会を得た。取得した畑の一部である空作地を利用して、地域の気候に合い、比較的手間をかけずに栽培・管理出来るブルーベリーに着目して試験的に観光農園を始めたのだ。西下さんはそこでブルーベリーを栽培するだけでなく、ジュースやジャム等の加工品を開発、商品を増やしていくことで農園の規模は徐々に拡大し、現在の場所に農園を移したのだ。



代表取締役: 西下 はつ代氏(右)
専務取締役: 西下 真理子氏(左)



ブルーベリー農園 外観



ブルーベリーを加工した商品



ブルーベリー農園の様子



ブルーベリーについて学習



名物「ノニジュース」

ブルーベリーオガサの取組み

今でこそ女性の起業は珍しくないが、西下さんが農園を開いた80年代は女性の起業は大変珍しく、様々な苦労があったそうだ。しかし、様々な苦労の積み重ねや地域の人々からの支援を受け、今では年間3万人を超えるブルーベリー農園にまで育て上げることに成功した。農園では、ブルーベリー摘みやバーベキュー、園内で摘まれた菓草を使用した菓膳弁当に加え、小学生向けにブルーベリージャム作り体験やブルーベリー生育の様子を紙芝居形式で分かりやすく教えている。また、最近では農園婚活など、ブルーベリー農園を利用したユニークな活動が観光客から好評だ。こうした評判を受けて、昨年初めて外国人観光客（主にインドネシア、中国、マレーシア等）が来園。日本をよく知る外国人ツアーガイドのアテンドによるもので、今後こうした動きはどんどん活発になって欲しい。

西下さんが農園にかける夢、想い

「思いついたら即行動」、「フットワークの軽さと情熱」。西下さんと話をしていると、そんな言葉が出てくる。「200歳までは生きたいです。とにかく時間が足りないんですよ。」西下さんは語る。夏場ともなれば、朝4時から夜7時過ぎまで農園で働いているそうで、そのバイタリティーの強さに圧倒される。しかし、西下さんの夢はそれだけではない。現在のブルーベリー農園の経営はある程度軌道に乗ってきたことから、次は牧ノ原市にある南国植物（ジャボチカバ、キャッサバ等）観光農園と御前崎の観光農園を開園するという夢がある。特に牧ノ原の観光農園のすぐ目の前にグリンピア牧ノ原（お茶屋）があるため、お茶とブルーベリーを連携させた魅力を発信し、観光客に静岡県をスポット単位ではなく、エリア全体として楽しんでもらいたいと思っているそう。

「ブルーベリー農園の成功体験があったからこそ、新たな夢を実現したいと思えるんです。」次女の真理子さんも、はつ代さんと理念を共有する。

現在は西下さんを筆頭に、2人の娘さんと息子さんの4人が中心となって農園を経営している。農園経営の次代を担う人材が家族であれば、安心して経営も任せられるだろう。

Point ポイント

畑の遊休地を利用したビジネスモデル

地域内に多く存在する遊休地をブルーベリー農園に転作。気候にあった農作物を、お茶という全国的に有名な名産品とコラボレーションすることで、国内外の観光客を呼び寄せるビジネスモデルの確立に寄与。

事業のPR

HPを通じてブルーベリー農園の魅力をPR。ブルーベリー加工品のインターネット通信販売に加え、家族経営によるアットホームな雰囲気を感じられる農園を展開。

- 株式会社 ブルーベリーオガサ
- 代表取締役 西下 はつ代
- 設立 1987年（開園）
- 所在 静岡県菊川市下平川 667-2
- TEL 053-773-6050
- <http://www.blueberryogasa.com/>

事例
7

株式会社 夢創造

～温泉水で育ったトラフグを召し上がれ
遊休施設を利用した地域ブランド展開～

廃校となった小学校の教室や閉鎖された室内プールと、湧出する温泉水を利用し、“いけす”でトラフグを養殖。海のない栃木県がなぜトラフグの産地になったのか？

<地域課題>

地場産業の衰退や都市部への交通網が整備されたことで、町の人口減少が顕著になった。また、閉鎖されたまま活用されていない遊休施設も町内に数多く存在していた。

<事業を始めたきっかけ>

同町の遊休施設と湧出する温泉水を利用して地域資源ブランドを育てることで、課題を解決できるのではないかと思った。

温泉水とフグの出会い

栃木県那須郡那珂川町は、鮎釣りで有名な那珂川と取り囲む里山が織り成す自然豊かな町である。

同町では鮎だけではなく、葉たばこ、こんにゃく、農林業が主力産業として長らく町の発展を支えてきた。しかし、安価な中国産のこんにゃくや外国からの輸入木材に押される形で国産の需要は激減し、主力であった産業は軒並み衰退していった。都市部への幹線道路が整備されたことによって交通の利便性は飛躍的に向上したものの、逆に人口流出や商店街への買い物客の減少を招くことになり、町をとりまく状況は悪くなる一方であった。同町出身である代表取締役の野口さんは、いったんは東京で働いていたものの、地元に戻って水質、大気汚染、騒音等の公害を分析する会社を起業し、長年に渡って環境分析の知識と技術に関するノウハウを蓄積。そんな中、衰退していく町の地域経済を良くする方法はないかと、町に湧出する温泉を調査したところ、塩化性温泉（塩分を含むナトリウム温泉水）



代表取締役 野口 勝明氏



温泉水を利用して
養殖されたトラフグ



プールを利用したトラフグ養殖場



廃校を利用した養殖プラント



てっさ・てっちり



温泉トラフグのマスコット

であることに気付いた。海水魚は海水でなくても、体液の塩分濃度と同程度の塩分濃度の水質環境であれば、養殖は可能であるという。そこで、海水魚の体液の塩分濃度とほぼ同程度の濃度であった地元の温泉水を利用すれば、海水魚を養殖できるのではないかと野口さんは思いついたのだ。養殖・販売に当たっては事業の収益性を考慮して、数種類の魚から比較検討した結果、トラフグを養殖することになった。

廃校になった小学校の教室を利用して

当初は、廃校になった小学校の教室を借り受け、専用の“いけす”を設置して養殖をスタートした。東日本大震災の影響で教室での養殖は出来なくなってしまったが、現在では、廃業した室内プール施設をそのまま“いけす”として活用するなどして、実に年間2万5千匹ものトラフグを養殖している。また、同町では前述の通り鮎の養殖が盛んなことから地元の高校に水産科が設置されており、同社では卒業生の雇用の受け皿の役割を果たしている。

温泉トラフグは外国人旅行者も取り込んだ

こうして養殖したトラフグは、近隣都県の飲食店やホテルへと出荷しているが、最近では訪日外国人旅行者が多いホテルからの引き合いが顕著だという。フグ食が禁止されている国もあるため、そういった国からの旅行者にとってフグ食は非常に貴重な体験なのだろう。

今後の取組

温泉トラフグは付加価値の高い加工品（刺身、てっちり、てっさ等）としてオンライン通販も行っていることから、同町の六次産業化にも貢献している。こうして立派な地域資源ブランドに成長した「温泉トラフグ」の活用は同町だけにとどまらない。野口さんは、塩化性温泉を擁する自治体に向け、トラフグの稚魚やいけすの設置などを進め、全国各地で「温泉トラフグ」を展開。温泉トラフグを様々な地域の町興しに利活用してもらうことを推進している。

Point
ポイント

休眠資産の活用

小学校の廃校教室や室内プールを養殖いけすに転用。休眠資産を活用することで、低コストで持続的に収益をあげられる仕組みを確立した。現在ではトラフグの他にも、ヤマメやサクラマスも養殖にも経営資源を配分。

飲食・宿泊業の活性化と雇用機会の確保

温泉トラフグを近隣都県の飲食店やホテルに出荷。訪日外国人にも好評で、地域における飲食・宿泊業の活性化につながった。また地元の高校（水産科）を卒業した人材も積極的に雇用。

- 株式会社 夢創造
- 代表取締役 野口 勝明
- 設立 2010年
- 所在 栃木県那須郡那珂川町
馬頭60-2
- TEL 028-792-5723
- <http://www.gansoonsentorahugu.com/>

事例
8

NPO法人 市民シアター・エフ

～酒蔵と映画が融合した街「深谷」映画は
いつの時代も街と共に文化を育んできた～

限られた映画館で上映されるマイナー作品や、観客のアンケートによりセレクトされた作品を取り揃えることで、観客の細かなニーズを掴んで離さない。幾度の移転を経て、現在は酒蔵を改装した全国唯一のミニシアターとして、「映画」の魅力を発信している。

<地域課題>

大型ショッピングモールの進出等で、次々と姿を消した街の映画館を復活させたいと思った。

<事業を始めたきっかけ>

映画関係の仕事に就いていた経験を活かし、映画を軸に魅力あるエリアを深谷に創出したいと思った。

七ツ梅酒造跡とシアター・エフの出会い

埼玉県は深谷駅から徒歩10分、築350年を超える有名な酒蔵跡「七ツ梅酒造」に深谷シネマはある。ここは全国でも唯一の酒蔵を改装した映画館だ。深谷と言えば、深谷の煉瓦が東京駅舎に使われたことがきっかけで東京駅をモチーフにした深谷駅舎で有名だが、一体なぜ酒蔵で映画館を開館しようと思ったのだろうか？

「廃業後の七ツ梅酒造跡は活用先がすぐに見つからなかったんです。うちも区画整理事業で市内中心部にあった映画館の移転を余儀なくされていたので、ちょうど良いタイミングでしたね。」そう語るのは、理事長の竹石さん。最初に設置した商店街の店舗を活用したミニシアターは、利用者から高い評価を受けていたが、消防関係の規制により中止に。同時期に商工会議所が中心市街地空き店舗対策事業を検討し、ミニシアターの提案はTMO事業の中心的プロジェクトとして位置づけられ、店舗の改造・家賃補助等様々な支援を受け14年7月に旧さくら銀行店舗跡を改装し移転。更に現在の酒蔵に移転したのが平成22年10月のことだ。



理事長 竹石 研二氏



七ツ梅酒造跡 入口



深谷シネマ外観



シアター内



シアター受付

七ツ梅酒造跡内には映画館の他、飲食店や古本屋、ギャラリー等10を超えるテナントが入居しており、酒蔵を散策できる仕組みが整っている。また酒蔵跡内にある一般社団法人まち遺し深谷がとりまとめ役として酒蔵の全体的な管理運営を行っているとのこと。平日は70人、週末には100人を超える観客が来館するが、空いた時間を利用して酒造内のテナントを散策してもらうことで、古き良き深谷の歴史を知ってもらおうという狙いもある。

シアター・エフが映画にかける思いとは

苦労は沢山あったそうだ。特にリーマン・ショックの影響で客足は一時的に遠のき、収益は大幅に悪化したとのこと。

しかし、それでも常設の映画館を構えて映画を上映し続けられているのは、竹石さんが映画にかける情熱だ。

差別化された上映作品の数々が観客の心を確かに掴んだ。特に大手のショッピングモール内の商業映画では上映されず、限られた映画館で上映されるマイナーな作品や過去に上映された古い作品、観客のアンケートによりセレクトされた作品など、ここなら気軽に観ることが出来る。日に5回ほど上映し、年間の上映作品数は約100ほど。そのお陰で入場者数は回復し、最近では観客が映画館のボランティアを申し出る人もいるそうだ。「映画を観ることで古くからの街の歴史や人間の営みを知ることが出来る、まさに文化そのものである」映画館は文化を知る場所であるという認識を、市民も行政も認識していかなければならないだろう。

商店街と連携し、生活街として深谷の再構築を

驚くことに、埼玉県内には60以上の市町村があるが、実に3分の2の自治体には映画館が存在していないそうだ。将来的に県内全ての自治体に常設の映画館を目指す竹石さんは、寄居町や小川町等、映画館がない近隣自治体に赴いて定期的に出張映画会を開催している。立ち上げ時からTMO事業としてスタートした強みで、市の商工振興課や日頃から商工会議所と連携して取り組んできた仕組みがあることも、今の深谷の街中の賑い形成に寄与してきた。こういった仕組みも活かし、商店街の会長も務めている竹石さんは、将来的に酒蔵から商店街を連携させて、深谷の地域経済活性化と映画を軸とした文化的で魅力のある街にしていきたいそうだ。

Point
ポイント

自らの知恵を活かしたいという理念

映画の専門学校を卒業後、映画業界の仕事が続けていく中、映画館を開きたいという強い思いが街、人、そして行政をも動かすキーパーソンとしての存在。

パートナーとの出会い

酒蔵跡は以前から映画のフィルムコミッションの撮影地として利用されており、所有者と竹石氏はそれが縁で知り合った。「映画」という共通のキーワードが2者を引き寄せ、他にはない全く新しい映画館を創出。

地域資源を活用した事業モデル

酒蔵(地域資源)を改装し、映画館を開館するというユニークな事業モデル。館内では深谷産の野菜も手に入るなど、地域の魅力をPR。

- NPO法人 市民シアター・エフ
- 理事長 竹石 研二
- 設立 2000年
- 所在 埼玉県深谷市深谷町 9-12
- TEL 048-551-4592
- <http://fukayacinema.jp/>

事例
9

ひらがなネット 株式会社

～両国から「こんにちは」。日本に暮らす外国人のみなさんへ～

墨田区在住の外国人数が1万人を越え、区民の4%は外国人である。言葉も文化も日本とは全く異なる外国人を目の前にしたとき、どう接すべきか？ひらがなネット株式会社は、日本で暮らす外国人には楽しく笑顔で暮らして欲しい！日本人と外国人をつなぐ架け橋のような存在である。

<地域課題>

区内在住の外国人は1万人を超え、墨田区の経済発展にも大きく貢献しており、外国人の積極的な受入のために言葉や生活面の支援を行うことが必要であった。

<事業を始めたきっかけ>

海外駐在とボランティアの経験を活かし、ソーシャルビジネスという手法で国際交流を図ればと思った。



代表取締役 戸嶋 浩子氏(左)
吉澤 弥重子氏(右)

ひらがなネット株式会社の誕生

東京都墨田区にある両国駅。昨今の訪日外国人旅行者数の増加を受け、両国国技館界隈には多くの旅行者が行き交う。ひらがなネット株式会社は、日本で暮らす外国人が様々な問題を抱えていることに注目、ビジネスの手法で解決するために、平成24年に立ち上げた会社だ。代表取締役の戸嶋さんと吉澤さんは、共に海外駐在経験があったが、日々の生活を送る上で、言葉や文化の違いに対する戸惑いを感じるがあった。帰国後は、今度は日本に住む外国人のために自分ができることはないだろうか？と考えたのが現在のソーシャルビジネスのきっかけだった。調べてみたところ、日本に住む外国人の親は、学校における子供の教育や他の親とのコミュニケーション等の悩みを抱えていることが多いということが分かったそうだ。特に外国人を悩ます問題の1つが、「漢字」だという。小学校から配布されるプリントには漢字が使われる。漢字が読めなければ学校からの大事なお知らせや行事を確認しそびれてしまうことが



ハレの日料理教室



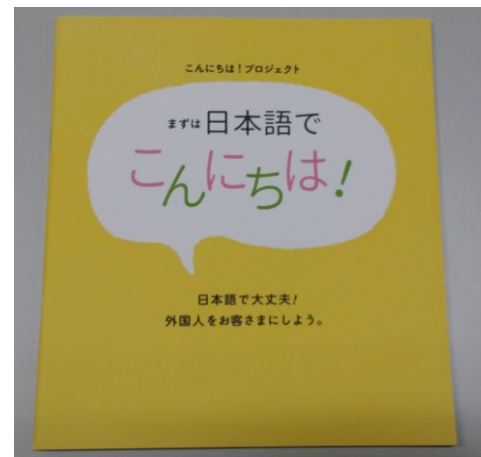
外国人のための生活教室



生活教室に通う生徒さん



ひらがなネットしんぶん



まずは日本語でこんにちは!

Point ポイント

ある。他にもスーパーで欲しい物が買えない、日本人の夫のために和食を作りたいが作り方が分からない等の課題が山積みであった。戸嶋さんはこういった課題を“ひらがな”を用いたビジネスで解決したいと思い立ったのだ。

ひらがなネットの主な活動

当初、戸嶋さんは日本人を夫にもつ外国人の女性向けに、自宅で和食を教えるボランティアを行っていた。3年ほど経ち、ある程度貯まってきた料理レシピを活かせないかと、外国人でもスムーズに読めるよう、ひらがなと写真で料理の作り方を紹介するHPを立ち上げた。これが多くの外国人に人気となった「ひらがなレシピ」だ。調理の工程はもちろんのこと、必要な調理器具や調味料も写真付きで説明がされており、誰が見ても分かりやすいように工夫されているのが特徴だ。

また、料理教室も定期的に行っている。1つは外国人向け、そして日本人と外国人とのコミュニケーションを図ることを目的とした、「ハレの日料理教室」。他に人気が高いのは、月1回の頻度で開催される、板橋、十条、目白や宿場町として栄えた松戸などを歩く、「みんなで散歩」だ。墨田区外からの参加者も多く、リピート率は高い。こうした様々な活動の様子は、ひらがなネット株式会社のHP上でも見られるが、月1回発行の「ひらがなネットしんぶん」でも広く告知している。墨田区内のボランティア団体や日本語学校、飲食店はもちろんのこと、SNSでシェアすることで情報発信の電波塔の役割を果たすようになっている。

ひらがなネットのこれからの取組

今後は、企業の外国人向けサービスに対して、「こうすればより外国人に優しいのではないか」という、コンサルティングの様な役割を担っていくことを目指しており、外国人に向けた日本の紹介事業、企業・店舗のツール作りなどにも力を入れていきたいとのこと。日本在住の外国人がもっと活躍できる場をこれからもどんどんとつくりてもらいたい。

海外経験を踏まえた理念

海外駐在中に言葉や文化の違いに戸惑いを覚えた経験から、日本在住の外国人が抱える問題やニーズに着目。同じ地域で住む住民同士、対等な関係に立てるようビジネスの手法を確立。

事業のPR

料理教室等の参加費は、学生が参加することも含めてなるべくリーズナブルな価格に設定。お互いを「知る」ことで、地域住民同士暮らしやすい社会の創生に寄与。

- ひらがなネット 株式会社
- 代表取締役 戸嶋 浩子
- 設立 2012年
- 所在 東京都墨田区亀沢
2-19-7
- TEL 03-6658-5414
- <http://www.hiragana-net.com/>

事例

10

村山団地中央商店街

～そうだ、“乗って”商店街へ出かけよう！
送迎自転車がお買い物をサポート～

東京都武蔵村山市にある、住民の高齢化が進んだ都営団地内の商店街。商店街で買物をしたいという住民のために特注した送迎自転車が走る姿は商店に活気をもたらし、買い物客でにぎわう商店街となった。

<地域課題>

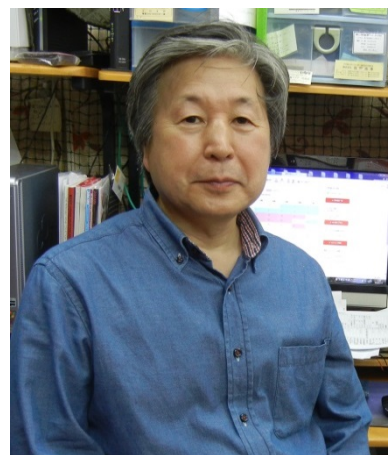
団地の高層階に住む高齢者にとって、体力的な問題で商店街まで出かけることが出来ず、積極的な外出機会の確保と商店街の再活性化が課題であった。

<事業を始めたきっかけ>

宅配のため訪れたお年寄りのお宅で会話をする中で、送迎自転車があればもっと積極的に外出してもらえるのではないかと考えた。

送迎自転車が商店街を走る

東京都武蔵村山市にある村山団地は昭和41年、高度経済成長期に建てられた大規模な都営団地である。団地内にはエレベーターが未設置の高層棟が目立ち、高齢化した住民は外出が億劫となり、買物弱者化。結果として商店街の来客数が減少してしまうという悪循環に陥っていた。そんな状況を受け、村山団地中央商店街ではかねてより商店街有志による食料品等の宅配サービスを行っており、住民から好評を得ていた。「でもね、やっぱりお客さんはみんな商店街で買物したいんですよ。」同商店街代表の比留間さんはそう語る。宅配事業を通じて、自宅にこもりがちになった高齢者が商店街にお買い物に出かけてサービスを受け、家に帰るまでサポートしたいと考えるようになり、無料送迎自転車構想はスタートした。市や商工会と連携を図りながら、メーカーに送迎自転車の製作を依頼。試作自転車が商店街に届いたのは平成21年9月のことであった。



代表 比留間 誠一氏



村山団地中央商店街



送迎自転車(1号車)



送迎自転車(2号車)



送迎自転車2号車(後部)



おかねづかステーション

この送迎自転車の利用方法はシンプルだ。①電話で送迎を依頼する②送迎自転車に乗って商店街まで移動する③お買い物が済んだら、“おかねづかステーション”と呼ばれる送迎自転車の発着場で待っていると自宅まで送り届けてくれるというものだ。真っ赤に塗られた自転車は見る人を驚かせ、ほっこりした気分させてくれる。ボランティア・店主による運転手が運ぶ買い物客は1日10～15人ほどで、運行開始から約4年6ヶ月で延べ1万人以上送迎してきた。自転車の荷台には沢山の荷物を載せられるので、商店にとっても売上単価の増加にも結びついており、商店街の雰囲気はみるみる活気に溢れていた。

送迎自転車2号車をむかえて

利用者が増加するとともに、送迎自転車の修理も増えたため、新型自転車の導入を求める声が大きくなってきた。そこで同商店街は商工会の商業部と工業部会を巻き込み、市内11社の企業が協力の下、新型送迎自転車の製作プロジェクトがスタートした。利用者の更なる満足度向上のため、ステップの低床化、シルバーカーを乗せられる荷台の設置等、細部にわたる改良が加えられた新型車両は平成26年10月に完成した。このことは多くの自治体の視察、テレビや新聞等メディアで多数紹介され、ますます同商店街の送迎自転車は世に知られるようになったのだ。本事例集取材当日も、海外のテレビ局から取材申込みが来るほどで、知名度の高さには驚かされた。

今後の課題と展望

今後の課題は運転手の確保と維持費の問題だ。有償ボランティアの人数は3名ほどいるが、もっと多くのボランティアが運転手を担ってくれば、より安定した送迎自転車の運行につながる。またメンテナンス費用や人件費等も考慮すると年間のランニングコストがどうしてもかさむが、多摩地域の金融機関にスポンサーになってもらう等、送迎自転車事業の資金的なサポートが期待される。今後の展望は、観光用途の自転車製作を構想中だ。近隣の温泉施設を拠点に自転車を配置することで、観光客が武蔵村山の景色の綺麗な道路を散策できるようなスキームを創り出したいとのこと。

Point ポイント

住民の外出機会の確保と商店街の活性化

宅配事業を通じ、「実際に商店街に出かけたい」という高齢者のニーズを把握。送迎自転車というユニークな乗り物で高齢者の買物弱者化の防止と、商店街の振興に貢献している。また改良を加えた送迎自転車を導入することで安定した運行スケジュールの確保や利用者の満足度向上を追求。

送迎自転車の更なる応用

自宅・商店街間の送迎自転車としてだけでなく、観光用の自転車の配備も視野に入れている。送迎自転車を商店街だけの活躍にとどまらず、地域に観光客を呼び込むために利活用することを計画。

- 村山団地中央商店会
- 代表 比留間 誠一
- 設立 1971年
- 所在 東京都武蔵村山市
緑が丘1460-47-26
- TEL 042-561-3937

事例

11

株式会社 まちづくり立川

～funのある街、fanのいる街 立川をファン
であふれる街へ～

大規模商業施設の開業、モノレールの開通、そして土地区画整理事業。大きく変動を続ける街「立川」。住む人にとっても、訪れる人にとっても本当に楽しい街をつくるため、6名の有志の商業者が立ち上がった。

<地域課題>

住む人・訪れる人にとって更なる魅力ある街づくりをすすめることで、他地域との人材獲得競争に勝つ必要があった。

<事業を始めたきっかけ>

多摩の名産品や情報発信、創業意欲の高い起業家を呼び込める場を整えることで、多摩地域のエリア価値を高められるのではと考えた。



代表取締役 岩下 光明氏



6名の有志の商業者と事務局長の藤原氏(右)

魅力ある街・立川

立川市は東京都の多摩地域の中心に位置し、人口約18万人を擁する、商業施設やオフィスの巨大集積地である。立川駅近隣の街区は整備されているが、北口を少し離れれば昭和記念公園や農家、酪農家等の豊かな自然が広がっている。そんな立川を含めた多摩中央エリアの価値の向上、funのある街、fanのいる街を作りたいという思いから、平成20年に立川南口商店街にまちづくり協議会が設立された。理想の街作りのためには補助金に依存せず、事業で収益を上げ、自走できる組織が必要との判断から、駅南口の有志商業者6名による株式会社まちづくり立川が発足。現在では様々なプロジェクトが動いている。

地元農家のとれたて野菜 の～かる

同社のまちづくり事業の第一弾として取り組んだのが、現在の収益の柱の1つ、野菜直売所「の～かる」だ。かつてJAの直売所だった場所で、地域住民が直売所の存続を求め署名運動をしたこともあり、地元の新鮮野菜を提供するプロジェクトとして「の～かる」はスタートした。



野菜直販所「の～かる」



多摩ブランド商品、珍しい野菜等



シェアオフィスTXT



シェアオフィス(内部)

「の〜かる」では1日に2回、立川を中心とした農家から直接集荷を行っており、店頭には常に地元の新鮮な野菜が並んでいる。一般のスーパーでは見かけないような珍しい野菜や様々な多摩のブランド品が並ぶ。また、農業の六次産業化のために大手百貨店と連携し、農産物を加工したオリジナル商品を催事場で販売できるような取組を進めている。

さらなる街づくりを目指して

立川をさらに「fanであふれる街」にするべく、岩下さんは地元金融機関の創業支援部門と連携し「シェアオフィスTXT」を設立。立川に創業意欲の高い人達を呼び込める場を設ければ、他地域との競争にも勝てると思ったからだ。同オフィスでは創業支援セミナー等が定期的開催されており、起業家達が人脈や情報ネットワークをもつ交流の場として利用されている。金融機関と連携する意義としては、ビジネスアイデアはあるものの創業に至るまでの資金と支援者を必要とする起業家向けに金融機関が融資をすれば、金融機関にも新たなビジネスチャンスにつながるからだ。

平成27年度は、新規事業として*1 クラウドファンディング「FAAVO東京多摩中央」の運営を開始。創業を検討している人が資金調達をしやすいスキームを整えた。応募されてくる企画の掘り起こしや、地元金融機関のHP上でFAAVO東京多摩中央のPRを行うなどして連携を図っていききたいとのこと。

今後の取組

魅力ある街づくりを進めるために、これほどまでに様々な取組を行っているのは、将来の人口減少や高齢化問題について、街全体として危機感をもっているからだ。たとえ創業を志す1人1人の力や情報発信は弱くても、市や東京都、そして同社が後方支援することで地域支援、創業支援につながるような活動の輪をこれからも広げていきたいとのこと。また、商店街の空きテナントにも若い世代の入居が増加しており、商店街の魅力を伝える参加型イベントや情報発信をして団結力を高めていく工夫をしていきたいそうだ。

Point ポイント

常に危機感を抱くこと

将来の人口減少や高齢化問題等について、街全体として危機感をもって事業に取り組んだ。野菜直販所における多摩ブランド品や金融機関と連携したシェアオフィスの展開をすることで、多摩地域エリアの価値向上に成功。

行政や金融機関と連携した起業家のサポート

市や都等の自治体や地元の金融機関と連携し、起業家の後方サポート的な役割を担うことで、地域支援・創業支援につながるような活動を持続的に行っていく理念を共有。

*1 不特定多数の人が通常インターネット経由で他の人々や組織に財源の提供や協力などを行うことを指す。群衆(crowd)と資金調達(funding)を組み合わせたもの。

- 株式会社 まちづくり立川
- 代表取締役 岩下 光明
- 設立 2010年
- 所在 東京都立川市錦町
1-4-4
- TEL 042-512-5414
- <http://tachi-machi.com/>

事例

12

NPO法人 えがおつなげて

～農村の魅力を知らないなんてもったいない！
都市農村間に埋もれたビジネスチャンス～

過疎化や耕作放棄地の拡大により都市部と人的、経済的に切り離された限界集落。しかし農村に埋もれる地域資源と都市部のニーズを合致させ、見事耕作放棄地の再生を実現させることに成功した。

<地域課題>

全国第2位の規模の耕作放棄地を県内に抱え、農村と都市部の人的・経済的な交流が途絶えつつあった。

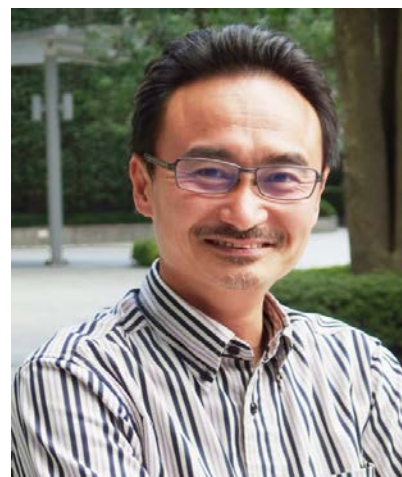
<事業を始めたきっかけ>

都市部で年々高まる田舎暮らしやスローライフ志向と農村の地域資源をつなぐことが、都市と農村の共生を可能にすると考えた。

経営コンサルタントの経歴を活かして

八ヶ岳や甲斐駒ヶ岳などの山々に囲まれた山梨県北杜市。NPO法人えがおつなげては、築200年を超える古民家に事務所を構える。代表の曾根原さんはもともと東京で経営コンサルタント業を営んでいたが、バブル崩壊当時から日本の将来的な産業構造の変化や地域間格差の拡大を懸念していた。そんな中、農村には耕作放棄地や未活用の森林資源が数多く存在していることを知った。

「そもそも過疎化が進む農村部に価値がないと誰が決めたのか。」農村で暮らす人にはありふれた日常であっても都市部で暮らす人達の目には、開墾や田植え、農家の持つ農林業ノウハウ、ゆったりとした時間が魅力的な地域資源に映る。つまり、農村の資源と都市部ニーズのマッチングが図られてこなかったのが、今日における農村の疲弊化を招いた一因であり、農村の地域資源をビジネスに出来るのではないかと考えた曾根原さんは旧白州町（現北杜市）に移住した。東京から日帰り可能であることに加え、全国2位の耕作放棄地の多さ、日照時間が長く農業に適していると分析したからだ。



代表 曾根原 久司氏



古民家事務所



耕作放棄地を開墾した棚田



開墾した土地で獲れた酒米から出来た日本酒



間伐材等を利用した建築資材

出身の長野県では親戚・近隣農家の手伝いをしていたことや、自治会の仕事にも積極的に携わるなど地域の役割を果たしたこともあり、移住後はすぐに農村のコミュニティに溶け込むことが出来たという。森林再生の傍ら、近隣の別荘地向けに間伐材を利用した薪や耕作放棄地を開墾して収穫した農作物を販売、着実に収入を得られるようになった。こういった活動の支援者が都市部・農村に増えてきたタイミングで、平成13年「NPO法人えがおつなげて」を発足。地元自治体から任されたのが高齢化率63%、耕作放棄率44%の限界集落となっていた増富地区だった。曽根原さんは「子どもファーム」「手前味噌仕込み会」などの都市・農村交流イベントを積極的に開催。首都圏の若者が開墾ボランティアとして延べ1,000人参加し、3年間で3haの耕作放棄地を再生、中には移住する若者もいたそうだ。

農村にも経済の循環を求めて

地域経済の循環には更なる収益性が必要と考え、平成16年に企業ファーム（企業・農村連携の下、農村資源を有効活用することを目的とした活動）を立ち上げた。企業にとっては、CSR（企業の社会的な責任）活動や農業体験といった社員研修の場として農村の地域資源を活用できるというメリットがある。再生した耕作放棄地で収穫した農産物や企業と連携して日本酒や建築資材等を開発し、都市部で販売するなど、都市農村間の人的・経済的な交流が活発になってきている。

農業技術とマネジメントスキルの両輪を

農業技術だけでなく、マネジメントスキルも備えた人材が今の日本には少ないそうだ。そこで曽根原さんは農村資源の知識取得、事業の企画、提案力を備えた人材を育てるため「えがおの学校」を平成20年に設立。また、教鞭をとる山梨県立農業大学では、10年で500人もの学生に対し農業経済を講義し、内300人が新規就農した。このように農業技術だけではなく、マネジメントスキルの両輪を備えた人材を育成するプラットフォームを構築。今後ますます都市農村間の人的・経済的交流の進展を期待したい。

Point ポイント

入念な事前調査と積極的な都市農村交流イベント開催

コンサルタントのノウハウを活かし、豊富な農村資源の把握や東京からのアクセスの良さ等ビジネスに適した土地を入念にリサーチ。加えて若者の関心を引く都市農村交流イベントを積極的に開催し、耕作放棄地の再生に寄与。

安定した収益基盤の確保

農産物の販売に加えて、企業ファームの農地管理料、農業体験等企業研修受託料、商品開発のコンサルティング報酬等を主な収入源とする。コーディネータとして都市農村間のニーズをマッチングすることで、持続的な収益の確保に成功。

- NPO法人 えがおつなげて
- 代表 曽根原 久司
- 設立 2001年
- 所在 山梨県北杜市須玉町
大豆生田1175
- TEL 055-142-2845
- <http://www.npo-egao.net/>

事例

13

コミュニティ・レストラン 地域の茶の間「てまえみそ」

～一人ひとりの“てまえみそ”を持ち寄った
コミュニティを地域につくりたい～

“てまえみそ”とは、自分の自慢の技、誇れること。
てまえみそを持ち寄り、人もまちも自分も元気にな
れるコミュニティ・レストランを実現した人がある。

<地域課題>

地域の過疎化、高齢化が進む中、自分自身も
含めて、孤立することを懸念し、人が集まるコ
ミュニティがあったら安心だろうと感じた。

<事業を始めたきっかけ>

一人ひとりの「こだわり・うんちく・てまえみそ」を
持ち寄るコミュニティがあることで、人もまちも自
分も元気になれるのではと考えた。



管理人 富田 久恵氏

開店 10 年を迎えて

浜松市は世界的に有名な自動車メーカーや楽器等のメ
ーカーが本社を構える静岡県政令指定都市である。管
理人の富田さんは、市内のメーカーに長年勤務し、平成9
年に退職。それを機にNPO活動に興味をもち、これからの
日本には非営利での市民や当事者主体の活動が必要と
感じていた。国際交流基金日米センターの研修生として
米国でNPO関連の研修を受け、帰国後は自らNPO法人
を立ち上げるなか、誰もが居場所にできる様なコミュニ
ティの拠点づくりをしたいという思いは強くなっていった。浜松ビ
ジネスプランコンテストの受賞や、県から起業支援資金の
融資を受けたこともあり、新築した自宅の一階部分を利用
してコミュニティ・レストラン地域の茶の間「てまえみそ」として
オープン。平成17年10月のことであった。

人気のワンディシェフ

「コミュニティ・レストランと名乗ってはいますが、てまえみその
運営は、“場の提供”をすることで対価をいただくというのが、
基本的なビジネスモデルなんです。」富田さんは言う。

てまえみそではシェフが日替わりで手作りランチを提供する



みんなで歌う“歌謡サロン”



ジャマイカ料理の会



寄席の様子



月一居酒屋「地ねた屋」

*1ワンデイシェフ事業を開店当時から続けている。シェフは地元の主婦グループやリタイアした人等様々であるが、自分の畑で獲れた野菜を使ったり、自前で店を持たなくても得意の料理を振る舞うことができる。食べる人には手作りの美味しさを、料理を作る人にとってもやりがいを感じることが出来る。

人が自然と集える場を目指して

「いかに人が集まり、交流できる場所を維持できるか、とてもやりがいのあることだと思っています。」ワンデイシェフ事業の他にも、ピアノの伴奏付で童謡や歌謡曲等が歌える歌謡サロンが人気だ。毎回、てまえみその収容可能人数ぎりぎりの20人ほどが集まり、より多くの参加者が集えるよう、週毎に曜日をずらすことで月3回開催される。この歌謡サロンを楽しみに、遠方から来訪する人も多いそうだ。

また、特に注目なのが月一居酒屋「地ねた屋」だ。地元の美味しいネタ(食材や人、話題)を持ち寄って美味しい地酒を楽しめる場とあって、すぐに定員に達してしまうほどの人気ぶりだ。特にリタイアした人にとって地ねた屋は異業種交流的な友人作りの場として活用されている。

コミュニティから新たなコミュニティの形成へ

“てまえみそ”での出会いがきっかけで、姉妹店となるコミュニティカフェが誕生したとのこと。歌謡サロンの常連客が経営していた店舗跡を、その娘さん達が改装してコミュニティカフェを始めたそうだ。この他、てまえみそに集ったことがきっかけで出会った人達が、さらに別のコミュニティを作るという良い循環が生まれている。

Point
ポイント

人が集まり、交流できる仕組みづくり

コミュニティの形成とその維持のために様々な事業を展開。多様なニーズに合わせたイベントづくりや要望に柔軟に対応。

レストランやイベントはコミュニケーションの手段の一つ

同レストランでは、「食を核としたコミュニティの場づくり」というコンセプトのもと、場所の提供に徹する。歌や料理が得意な人が寄り合うきっかけを作ること、コミュニケーションが生まれ、育まれる場を創出。

*1 登録した外部のシェフが日替わりランチを提供するシステム。食材や調味料等はシェフ側が用意。1食800円程度のランチを数十食用意し、収益の一部が場の提供を行う側に入る仕組み。

●コミュニティ・レストラン

地域の茶の間「てまえみそ」

●管理人 富田 久恵

●設立 2005年

●所在 静岡県浜松市中区

中沢町65-15

●TEL 053-475-1516

●<http://temaemiso.hamazo.tv/>

事例

14

株式会社 キッズコーポレーション

～質の高い幼児教育を全国へ！仕事と子育てを両立させる理想の保育サービスとは～

病院内・企業内を中心とした運営受託型の保育園や小規模認可保育園を全国70施設以上で展開。幼稚園教諭として培った理想の幼児教育論を基に、子育て世代や事業者を支えている。

<地域課題>

病院・企業の人材確保や労働環境の整備、待機児童といった複合的な問題の解決が求められている。

<事業を始めたきっかけ>

現場で培った幼児教育の知識・経験を基にした保育サービスを提供することで、地域課題の解決につながると考えた。

6畳1間のマンションから事業をスタート

栃木県宇都宮市に本社を構える株式会社キッズコーポレーションの外観は、ひときわ目を引くお洒落なデザインが特徴的だ。代表取締役の大塚さんは大学時代に教育学に触れたことがきっかけで幼児教育に興味をもち、卒業後は都内の大学付属幼稚園で教諭をしていた。現場で日々幼児教育にいそしむ中、幼稚園を経営していた父親の体調が悪くなり、栃木県内にある実家の幼稚園を継ぐことになったのだ。ところが教育方針を巡って大塚さんは父親と対立、2年で退職することになった。そして、自分自身の夢と志を確かめるために、尊敬する坂本龍馬ゆかりの地である“高知”に2ヶ月間バイクで旅にでることに。そんな中ベビーシッター事業を立ち上げた保育園園長の話をたまたま手に取った雑誌で読み、興味をもった大塚さんは早速コンタクトをとった。

保育の考えについて意気投合し、開業指導などを受けてキッズコーポレーションの前身となるベビーシッターサービス「ピーターパン」を平成5年に宇都宮市内で創業した。当初は6畳1間のマンションの一室からのスタートだったという。また、当時（20年以上前）の日本にはまだベビーシッターという概念が定着してなかったため、営業活動は大変な困難を伴ったようだ。



代表取締役 大塚 雅斗氏



カラフルなデザインが目を惹く社屋



病院内保育施設 にじのもり保育園



園内の様子



園児のお絵かきをサポート

それでも口コミによって徐々に顧客を伸ばしていったが、より経営基盤を安定化させるための手段を模索していたところ、ある企業から企業内保育園に保育士の派遣をしてくれないかと問い合わせを受けた。これを機に同社では病院や企業と契約し、保育園の設置支援や運営受託を主軸に展開するようになる。

日本社会を取り巻く課題の解決に

子育て中でも働きたい女性は増加しているが、保育施設の数はいまだに追いついていないため、待機児童問題が発生しているのは周知の事実である。子供を預けられる場がなければ働くことが難しくなり、企業側にとっても優秀な人材確保につながりにくいといった課題を抱えている。企業内保育園は、事業者にとってコストの削減や離職率の低下、従業員にとっては子供の側で働くことが出来、仕事と子育てを両立出来る心強い仕組みと言える。

幼児教育の理念と今後の方向性

大塚さんは、自身の掲げる理想の幼児教育は“自由保育”にあると断言する。創業前後の際に数百もの幼稚園・保育園を訪れた結果辿り着いた考えだ。

この自由保育とは「1人1人の子供の内面を重視し、生きる力を育てる。」というものである。そうすることで、自主性や思いやり、協調性を持った人になって欲しいという思いが込められている。この理想に基づいた幼児教育を世の中に広めるため、平成28年4月に東京都品川区に認可保育園の開設を予定するなど、積極的な保育園の増設を進めている。今後の方向性として、子育て支援業界は需要が伸びているため事業規模拡大が見込まれるが、長期的に見れば少子化は避けられず、市場縮小の可能性があるという。そのため、創業20年間で得た幼児保育のノウハウを基にした“自由保育”を海外に向けて展開することも検討しているそうだ。

Point ポイント

理想とする幼児教育理念の共有

幹部社員向けの集会“キッズフォーラム”を年1回開催。自由保育の理念共有、保育技術の取得を目的とし、よりハイレベルな保育サービスの提供に注力。

社会需要に即したサービス

病院・企業内にノウハウの詰まった、質の高い保育園を展開。企業にとってコスト削減や人材の確保、従業員にとって仕事・子育てを両立出来る環境を整備した。社会の需要にダイレクトに応じたサービスが安定的な収益を確保。

- 株式会社 キッズコーポレーション
- 代表取締役 大塚 雅斗
- 設立 1993年
- 所在 栃木県宇都宮市南大通り
2-6-1 KIDS 1ST
BLD
- TEL 028-638-7010
- <http://www.kids-21.co.jp/>

事例

15

認定NPO法人 フローレンス

～社会全体で共有して欲しい、訪問型病児保育の成り立ちとその可能性～

急な発熱で保育園で子供を預かってもらえない、仕事も休めない…共働き家庭の困った！をなくしたい。病児保育のプロ「こどもレスキュー隊員」が自宅を訪問し、病児保育サービスを展開。「子育てとともに何でも挑戦できる」そんな社会にするためのキーワードは“病児保育”にある。

<地域課題>

急な発熱や病気を理由に子供を保育園に預けることが出来ず、子育てと仕事を両立することに行き詰まってしまう保護者が大勢いた。

<事業を始めたきっかけ>

子育てと仕事が両立出来ずに離職を余儀なくされた、ある1人の母親の話を聞き、子育てを取り巻くあらゆる問題を解決したいと思った。

病児保育の成り立ち

“保育”とは、乳幼児を擁護し教育することである。身近なところ言えば“保育園”をイメージするだろう。

では、“病児保育”という考え方はご存じだろうか？病児保育とは、「急な発熱や病気等により保育園で預かってもらえない子供を預かるサービス」のことだ。子供が37.5度以上の熱をだすと、通常ほとんどの保育園では預かってもらえない。代表の駒崎さんはベビーシッターであった自分の母親から聞いた、「子供が熱をだして保育園で預かってもらえなくなり、会社を休んで看病をしたらくビになった。」という1人の母親の話を衝撃を受け、現在の主力業務の1つである病児保育事業を立ち上げることを決意した。

この病児保育には“施設型”と“訪問型”があるが、同法人では訪問型病児保育事業を展開している。メリットとしては①施設をもたないことで、繁閑が激しい病児保育に柔軟に対応できる②慣れない施設ではなく、自宅にしながら保育を受けられるため、子供にとって安心できる点等が挙げられる。



代表理事 駒崎 弘樹氏



おうち保育園



訪問した保育士にバトンタッチ



病児保育の様子1



病児保育の様子2

病児保育を支える会員間の相互扶助

駒崎さんは大学で保育を専攻していたわけではなかったが保育の知識や経験を持つ人材の雇用や勉強等を重ねて、平成16年に訪問型病児保育を事業化した。

同法人の訪問型病児保育のポイントは①PC、スマホから簡単に病児保育を依頼可能②提携した医師による往診、かかりつけの病院への受診代行が可能という点だ。特に①については、当日朝8時までの依頼なら100%対応保証するという点は子育て世帯にとって強い味方だ。これについては、子供が風邪等に罹る時期を予測して保育スタッフのシフトを入念に組むことで対応している。当初は江東区からのスタートだったが、現在では対象エリア1都3県（東京、千葉、埼玉、神奈川の一部地域）に及び、会員数は約4,500人を誇っている。

これら画期的なサービスを支えるために、収益モデルにも工夫を凝らしている。同サービスは、会員同士の相互扶助（助け合いの精神）を目的としており、利用するにはまず会員となるための入会金を支払う。そのうえで月会費を支払うという形態をとっているのだ。サービスの利用頻度と子供の年齢によって月会費は変動するが、月6,800円（平成27年4月時点）ほど。1回のサービス毎に報酬を得る仕組みに比べて、はるかに安定的な収益モデルとなっている。得られた収入は更なる充実したサービス提供のため、保育スタッフの確保や病児保育のプロを育てるコストに充てられている。また、いざという時に備えられる保険として、ベビーシッターサービス等に比べ“手ごろな価格”で利用者への還元も出来ている。

今後の展望

同法人では、①経済的に料金負担が厳しいひとり親家庭でも病児保育サービスを受けられるよう寄付金を募る寄付事業や、②空家等を活用した「おうち保育園」事業等、病児保育以外にも事業を展開している。

今抱える課題は保育スタッフ等の人材不足だ。そのため、広報、メディアなどに力をいれて優秀な人材の確保に努めている。現状ではスタッフの人数の問題から対象エリアが限られているが、人材が確保できた際には、病児保育を含む子育て支援サービスの対象エリアをさらに広げていきたい考えとのこと。

Point
ポイント

病児保育依頼に100%対応

病児保育をスマホ、PCで依頼出来るように整備し、急な依頼であっても朝8時までの依頼なら100%対応を保証。医師の往診や病院への受診代行が可能という点も加わることから、子育て世帯にとっての強い味方。

独自サービスを展開するために収益モデルを工夫

利用者に掛け捨て式の会費を負担してもらうことで手軽な価格でサービスの利用を実現。月会費収入という形式のため、毎月安定した収益が見込める料金システム。

- 認定NPO法人 フローレンス
- 代表理事 駒崎 弘樹
- 設立 2004年
- 所在 東京都千代田区飯田橋
3-3-7 秋穂セントラルビル2F
- TEL 03-5275-1163
- <http://byojihoiku.florence.or.jp/>

事例
16

京王ママスクエア(京王電鉄株式会社)

～鉄道会社が子育て支援！？
沿線価値を向上する秘策教えます～

子育て中の女性向けキッズスペース付きワーキングスペース“京王ママスクエア”を京王線沿線に展開。子供のそばで働けるという安心感が子育て支援と沿線価値の向上につながっている。

<地域課題>

少子高齢化が進む中、沿線の活力維持のためには、沿線人口の維持、子育て世代の沿線定着が課題であった。

<事業を始めたきっかけ>

キッズスペース付きワーキングスペースは働く女性の子育て支援や、地域コミュニティの形成にもなり、沿線価値の向上につながると考えた。



総合企画本部
沿線価値創造部
企画担当課長 芦川氏

住んでもらえる、選んでもらえる沿線を目指して

京王ママスクエア/京王聖蹟桜ヶ丘SC店が所在する東京都多摩市の聖蹟桜ヶ丘駅は、ショッピングセンターを中心とした商業施設や飲食店街が発達し、また有名なアニメの舞台になったことでも知られている。京王ママスクエアとは、「1歳～小学校低学年の子供を対象に、経験豊かなスタッフが子供を見守るキッズスペースを併設したワーキングスペース」だ。

京王電鉄株式会社は同施設の運営を、女性が安心して子供のそばで働ける施設の展開を目指す株式会社ママスクエア(東京都港区)に委託している。少子高齢化が進む中、沿線の活力を維持できるサイクルを構築しなければ、住む人も働く人も定着しない。特に若い子育て世帯にとって魅力的な沿線となるように沿線価値を高めなければならないと危機感を抱き、同社では子育て支援サービスに力を入れることになったのだ。



京王ママスクエア
京王聖蹟桜ヶ丘SC店



ワーキングスペース



施設(ワーキングスペース、キッズスペース等)



キッズスペースの様子

子供と一緒に出勤、一緒に退勤

Point
ポイント

子育て支援ビジネスは沿線の人口増加に寄与し、地域の活性化につながる可能性が高いが、その分難易度は高い。「子供を預ける場所が見つからないから、働きにできない。」多くの女性から寄せられた声を受けて辿り着いたのが「子供を預けなくても仕事ができる環境を整備すれば良いのではないか。」という逆転の発想だった。

勤務時間、勤務日数は子育てと両立できるようにシフト制で、1週間に3～4日、数時間単位でも働くことが出来、コールセンターのオペレーターやデータ入力業務等を担う。ワーキングスペースとキッズスペースはガラスで隔てられており、キッズスペースで遊ぶ子供を見守りながら仕事ができると好評だ。月単位で業務量を設定しているので、子供の体調不良で急に休むことになっても、チームが休んだ人をフォローする体制も整っている。ここで働く女性たちは、出産前はフルタイムで仕事をこなしていた人も多い。育児中もこのオフィスで就労を継続できる環境にあることから、仕事のスキルを維持することが出来、子育てが一段落した後フルタイムの職場に復帰しやすくなるのだ。

仕事と子育てを両立するための環境を整備

子供同伴での出勤が可能なため、働く女性の負担を大幅に軽減。育児のためフルタイム勤務から離れた女性でも同施設で働くことで仕事のスキルを維持し、将来的にフルタイムへの復帰を目指すことが可能。

補助金を有効活用

多摩市「女性のため就業支援施設整備費補助事業」の補助金を活用。

鉄道事業者ならではの強みを街づくりに活かす

京王マスカエアでの取組みを通じて、子育てしながら柔軟に仕事が続けられる環境を整備することで「住んでもらえる」、「選んでもらえる」沿線の実現を目指している。

鉄道網と駅の商業施設の2つを有する鉄道事業者にとって、まさにその強みを生かしたビジネスモデルだ。

また、同事業は多摩市の「女性のための就業支援施設整備費補助事業の補助対象事業」にもなっており、今後も自治体の子育て支援施策と連携した取り組みに力を入れていくそうだ。

- 京王電鉄 株式会社
- 代表取締役会長兼社長 永田 正
- 設立 1948年
- 所在 東京都多摩市関戸
1-9-1
- <http://www.keio.co.jp/>

事例

17

株式会社 AsMama

～困ったときは頼っていいんです！日本の子育てに、もっと“頼り合える文化”を～

出産等を機に仕事を手放さざるを得ず、子育て面で助けを必要としている人がいる。一方、空いた時間を使って少しでも子育て支援したい人もいる。託児・送迎等を親同士がリーズナブルな価格で頼り合えるオンライン・子育てシェアサービスを創出し、社会のインフラ基盤の確立を目指す。

<地域課題>

出産や子育てを機に離職した女性達に出会い、社会と積極的に関わりたくても関われない女性達の現状を知った。

<事業を始めたきっかけ>

女性の社会進出をサポートするためのシステムが十分ではないことから、子育て支援のインフラ基盤を整備することが必要と感じた。

職業訓練校で出会った女性達の存在

株式会社AsMamaが拠点を構える横浜市中区は、近隣に山下公園や横浜中華街等の観光地を擁する横浜ベイエリアだ。同社では全社員を対象にしたリモートワーク、お子さん連れ出勤が可能と、子育て中の社員には充実した制度が整っている。代表取締役の甲田さんはもともと企業で働くビジネスパーソンとして順調にキャリアアップを重ねていたが、平成21年に離職。職業訓練校に通う中、気づいたのは出産・子育てを機に退職を余儀なくされた女性たちの多さだったという。「家事育児に奔走しつつ自分の知識や経験を活かして社会と関わることで、少しでも収入を得られればと思う人はいる。そこにはきっとビジネスチャンスがあるはずだ。」甲田さんは確信し、子育て支援のインフラを作ろうと思い立ったのだ。ただ、子育て支援は人の命を預かることもあり、非常に敷居が高い。顔見知りでもなければ、行ったこともない場所に大事な子供を預けることは、親も子供も不安だ。そこで甲田さんが重要視した点は、「親子共に顔見知りでお互い安心できること」「気兼ねなく（子育てを）頼りあえること」の2点だった。



代表取締役 甲田 恵子氏



大手商業施設における
ママサポーターの活動



集団託児の様子



ママサポーター交流会



知人・友人の輪を広げるママサポーター

1時間500円～から困った！を助け合い

この2点を踏まえ平成25年4月にスタートした子育てシェアサービスでは、「顔見知り同士で子供の送迎・託児を頼りあう」というものである。まず利用者は登録時に必要事項をPC、スマートフォン等から登録する。専用ページにログインすると、同じ保育園や幼稚園、学校に通わせる親同士がオンライン上でつながり、状況に応じて依頼したいグループや個人を選んで送迎・託児等の依頼が出来るという仕組みだ。報酬は依頼者が支援者に直接支払うという形をとり、一時間500円～とリーズナブルな価格設定とした。子育て支援をして欲しい人にとってのニーズも、空いた時間で良ければ役に立ちたいというニーズも潜在的にあったことから、これまでに累計35,000人を超えるユーザーを獲得（平成28年1月末）、大きな反響を得てきた。また、もしも地域内に知り合いがいない場合は、*1ママサポーターに頼るという方法もある。

収益の仕組みに工夫を

「利用者からは直接報酬を受け取りません。ママ友同士のコミュニティ内では、口コミの力ってかなり強いんです。その力を使って、企業の商品やサービスなどの情報を広められないかと考えたんですよ。」甲田さんはビジネスモデルについて説明する。大手商業施設等で、暮らしの役に立つ企業のサービスや商品の情報をママサポーターが率先してPRするのだ。子育て世帯にとってはこういったイベントに参加することで、地域の支援者にも会え、友人の輪が広がり、企業の情報も得ることができる。企業にとっては潜在的な顧客を掘り起こしたり、ニーズを見つけることが出来る。同社ではこういったイベント活動を年間150回程行うことで広告費を企業から受け取り、収益の柱にしているのが特色だ。

今後の展望

「子育てをするうえでの困った！」を、お金を支払うからこそ気兼ねしない、わずかな金額でもやりがいを感じられると好評で、今では利用者の8割以上がリピーターである。今後は介護や物の譲渡、生活支援にもこのプラットフォームを応用し、海外にも広がるようにしていきたいそうだ。

Point ポイント

ネットの利便性と顔見知り同士という安心感

顔見知り同士と言う安心感とネットの利便性を追求。HP上で専用のサイトにログインすれば会員の分布図やママサポーターの所在も把握でき、頼れる存在を「見える化」。

収益を上げる方法を工夫

ママサポーターの発信力を活かして子育てや生活に役立つ商材を持つ企業の広報、集客支援をしたり、子育てシェアを活かして住まいコミュニティや企業内で共助コミュニティを創りたい企業支援をすることが同社の収益源。

*1ママサポーター：同社託児研修を受講し、地域の送迎・託児を積極的に支援。全国で400人以上にのぼる。同社主催のイベントの告知や、知人・友人の輪を広げて親子の支援の担い手となって活動している。

- 株式会社 AsMama
- 代表取締役 甲田 恵子
- 設立 2009年
- 所在 神奈川県横浜市中区
山下町73
- TEL 045-263-6433
- <http://asmama.jp/>

■発行 流通・サービス産業課長 小澤 元樹
■取材・編集 流通・サービス産業課 黒木 忍
窪木 博子
長尾 忠慶
竹内 亮祐

■問い合わせ 経済産業省関東経済産業局流通・サービス産業課
コミュニティビジネス推進チーム
〒330-9715 埼玉県さいたま市中央区新都心1番地1
TEL 048-600-0344 FAX(048-601-1295)

