

「新体系サービスによる駅前空き店舗を活用した  
地域密着型事業の調査研究事業」  
報告書

平成 19 年度障害者保健福祉推進事業

特定非営利活動法人ふわり

平成 20 年 3 月 31 日

# 目次

第一章	障害者自立支援法の活用にあたって	3
	1. 障害者自立支援法とは	4
	2. 障害者自立支援法の活用の仕方	6
	3. 調査研究事業について	8
第二章	先進事例に学ぶ	9
	1. 事例調査	10
	2. 考察	36
第三章	福祉事業所ビジネスモデル社会実験	37
	1. 事業の立ち上げ方	38
	2. 店舗の立ち上げ方	45
	3. 実施内容	61
	4. 考察	65
第四章	商店街への出店事業における地域コミュニケーション	67
	1. 地域コミュニケーションの図り方	68
	2. 実施内容	72
	3. 第三者によるヒアリング調査 ～ステークホルダー分析の実施～	77
	4. 考察	85
第五章	地域住民へのアンケート調査	89
	1. 調査概要	90
	2. 調査結果	91
第六章	外部の評価	95
	1. (株)タウンマネージメント半田 柴田氏	96
	2. 半田市役所 小野田氏	100

資料

## 第一章

# 障害者自立支援法の活用にあたって

# 1. 障害者自立支援法とは

## (1) 待ってこない“超”少子高齢化社会

2015年には、第一次ベビーブーム世代が前期高齢者(65～74歳)に到達し、その10年後(2025年)には高齢者人口がピークの約3,500万人となる見込みである。この時、わが国の生産年齢(15～64歳)人口は、約7000万人に過ぎず、2人で1人支えるという超少子高齢化社会が訪れるのは必至となる。

超少子高齢化社会では、①税金・年金・介護保険料などの福祉財源の支え手が少なくなることから、必要な社会保障費が確保できなくなる、②国が負担する社会保障費が減少する一方で、介護需要は増大することから、介護報酬が長期間低落する、③生産年齢人口の減少により、介護人材の確保が困難となる、などのマイナスの未来予測が見えている。

このような社会環境の中、私たちはどのような方向性で社会の仕組みを構成していったら良いだろうか。

### 2015年の高齢者像

2015年は本格的な超高齢社会の「入り口」

**○高齢者人口の「ピーク前夜」へ**  
 → 2015年には「ベビーブーム世代(第1次)」が前期高齢者(65～74歳)に到達し、その10年後(2025年)には高齢者人口がピーク(約3500万人)を迎える。

**○認知症高齢者が「250万人」へ**  
 → 現在は認知症高齢者が約150万人と見込まれるが、今後急速に増加し2015年には250万人になると推計される。

**○高齢者の一人暮らし世帯が「570万世帯」へ**  
 → 2015年には、高齢世帯は約1,700万世帯に増加し、そのうち一人暮らし世帯は約570万世帯(約33%)に達する。

## (2) 自助・共助・公助を組み合わせた福祉へ

2000年に始まった介護保険制度(高齢者福祉)、2003年に始まった支援費制度(障害者福祉)、これらは日本中にすごい勢いで介護サービスを生み出す一方、予想以上の社会保障費が必要となり、今後の少子高齢化社会に対応できない予想が立つことから、「持続可能な社会保障制度」を合言葉に、介護保険制度の見直しと、自立支援法が成立された。

両制度とも、介護度を判定基準で決めるという手法を用いている。そして、介護度が低いと認定された者は、自助努力と合わせて、地域社会が共助に近い形で支援する方針となっている。その上で公助が必要な人には、国の社会保障制度を使った支援を提供する体制になっている。

自助・共助・公助	社会福祉の動向
<p><b>自助</b>      自分で努力してできることは、最大限頑張る</p> <p><b>共助</b>      地域の助け合いでできることは、地域社会で解決する 自治会、NPO 活動など</p> <p><b>公助</b>      自助・共助では埋まらない部分を行政責任として行う</p>	<p>1963年 老人福祉法制定 (特養の創設)</p> <p>1973年 老人医療費無料化</p> <p>1983年 老人保健法制定</p> <p>1987年 老人保健施設創設</p> <p>1990年 福祉8法の改正、ゴールドプラン</p> <p>2000年 介護保険法制定</p> <p>2003年 支援費制度施行</p> <p>2005年 介護保険法見直し、障害者自立支援法</p> <p>2006年 新介護保険、障害者自立支援法施行</p>

### (3) これからの福祉システムは「地域福祉」

これからの福祉システムは、「**家族介護に依存せずに個別の生活を支えられる地域支援システム**」に変わっていかねばならない。さらに、現在の国際標準的な考えでは、「**障害者の住居、教育、労働、余暇などの生活の条件を、可能な限り障害のない人の生活条件を同じにする(＝ノーマルにする)**」という、ノーマライゼーションを理念とする社会に移行しているといっても過言ではない。

- 施設支援は、大きな人数 他人に支援される
- 在宅支援は、小さな人数 家族に支援される
- 地域支援は 小さな人数 他人に支援される

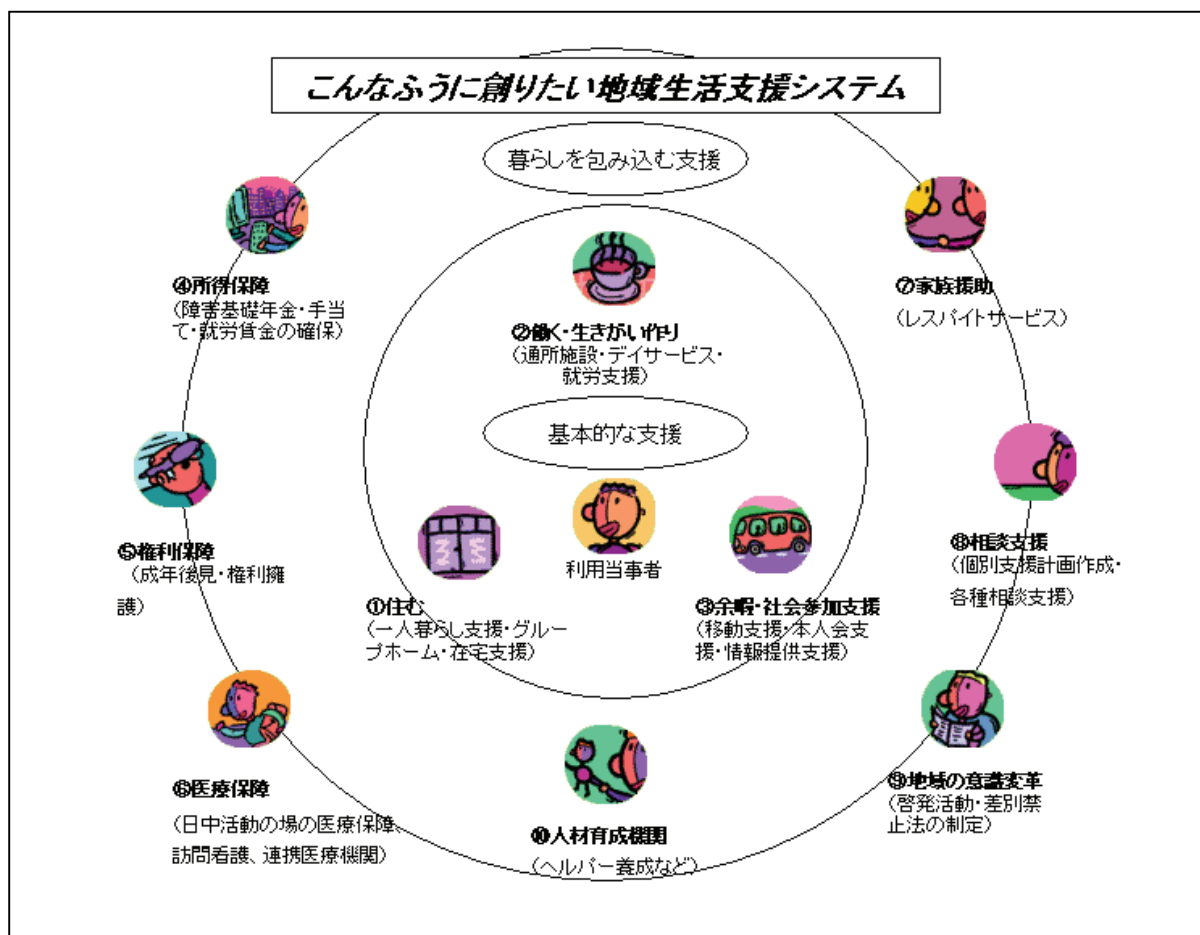
施設での大規模処遇は、ノーマライゼーションの理念に合致しないため批判されている。

在宅支援は、核家族化が進む中では限界がある。今必要なのは地域で支えあう福祉システムである。

### (4) 利用者主体のサービスへ

自立支援法では、障害のある方の生活を、市区町村を基本単位として、様々な関係機関やサービスが協働する形で支える「**協働ネットワーク型福祉システム**」を志向している。それぞれの福祉事業者が、それぞれの専門性を活かしながら、協働して障害のある方を支えていくのである。

この仕組みでは、従来ありがちの、利用者は入所施設に入って、その施設の提供するサービス提供のみを受ける、というやり方ではなく、地域の中に分散して存在している福祉サービスの中から、利用者一人一人のニーズに合わせて組み合わせ地域全体でサービスを実施する、というあり方を指向する利用者主体のサービスである。



### (5) 自立支援法の意味と目指すもの

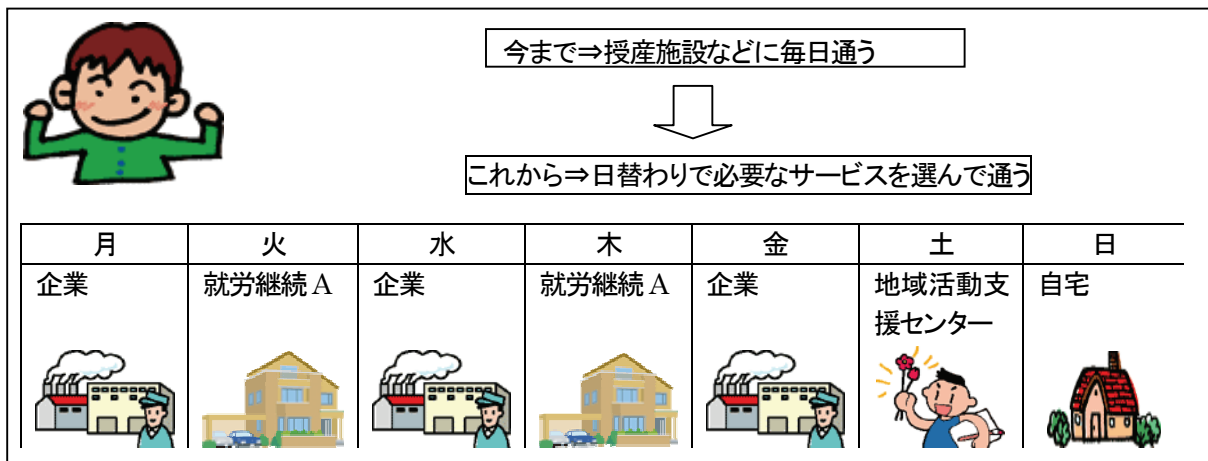
障害者自立支援法(以下、自立支援法)は、2006年(平成18年)に施行された。自立支援法が今までの法律と違うのは、第1条に「この法律は、(中略)障害の有無にかかわらず国民が相互に人格と個性を尊重し安心して暮らすことのできる地域社会の実現に寄与することを目的とする」とある点だ。

つまり、この法律は、障害者福祉を今までありがちだった「立派な施設や便利な福祉サービスを創出すること」だけに留まらず、「障害のある方がいることを前提とした地域社会づくり」を念頭に置いている。

## 2. 障害者自立支援法の活用の仕方

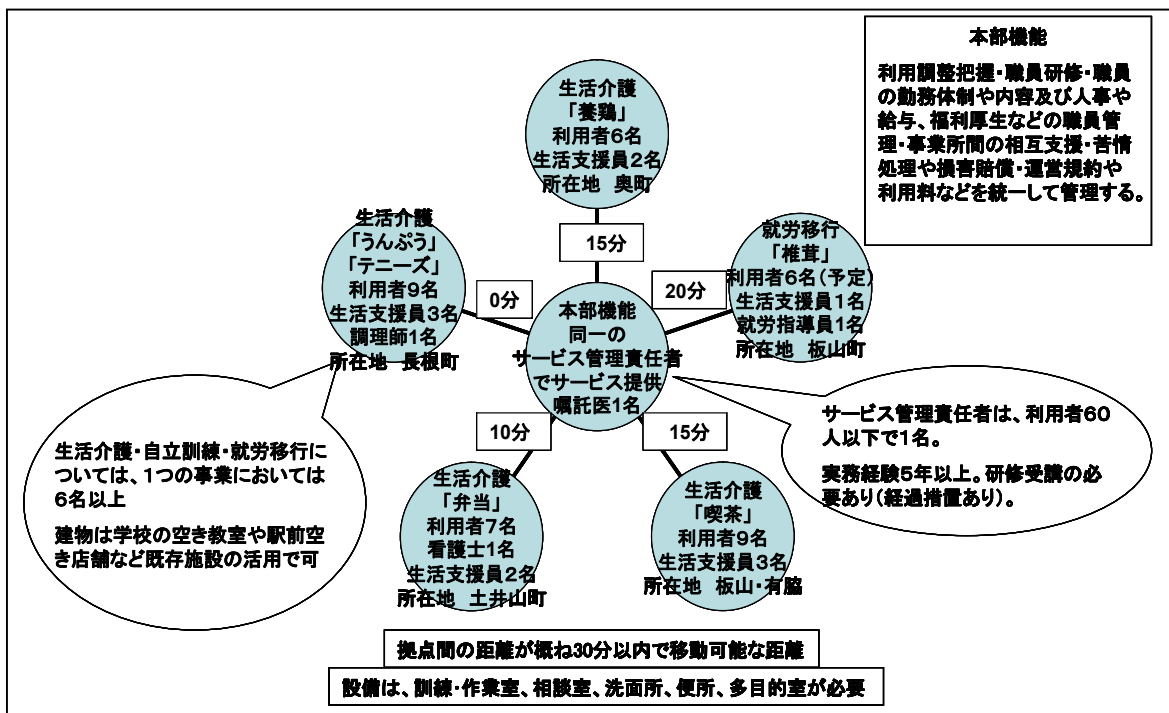
### (1) 自立支援法の活用のポイント1 『サービスが月割り契約から日割り契約へ』

自立支援法では、今まで月単位で施設と契約を行う方法から、日単位で事業所と契約を行う方法に変わった。それによって、障害のある方それぞれのニーズや状態に応じてサービスを選んで通うことが可能になった。つまり、同じ生活介護の支給を月に20日間支給を受けていても、10日間はA生活介護事業所、残りの10日間はB生活事業所と契約を行い、曜日をわけて利用することが可能になった。また、企業への就職が週3日であるという方が、残りの週2日は就労継続の事業を利用することが可能になった。以上のようにニーズや状況に応じて必要なサービスを受けることが可能になった。これは、最初から週5日間(1日8時間)の勤務が難しい人にも就労の機会を作ることを可能にする結果となっている。



### (2) 自立支援法の活用のポイント1 『事業実施建物・必要人数の要件が緩和!』

今までは昼間の活動を実施しようとするときには、20人以上の利用者人数が必要でありそれに適した建物ということで、授産施設であれば作業室・調理室・食堂・相談室・トイレ・多目的室・医務室などが必要であった。しかしながら、自立支援法では主たる事業所に作業室・洗面所・相談室・多目的室が整備されていればよく、従たる事業所においては、相談室や多目的室を主たる事業所と共有できるので、作業室と洗面所があれば事業実施が可能となる。つまり、今までのように大きな施設を1つ構えるという方法だけでなく、地域にある空き教室や空き店舗を生かして事業所を運営することが可能になった。



### (3) 自立支援法の活用のポイント1『人員配置が緩和！常勤換算での配置が可能になった』

自立支援法になってもう一つ緩和されたのが人員配置だ。今までよりも障害の度合いに応じた人員配置基準が適応されただけではなく、常勤換算で人員配置を設定してあるので、地域のパートさんなどを活用しやすくなった。(事業によっては、常勤専任を必要とするものもある)常勤換算1とは、一人の人が週5日間×8時間、働かなければならないということではなく、4人のパートさんが週に2日間×5時間働いて同じ週40時間を埋めてもいいという考え方である。このことによって、それぞれの事業所の周りに住んでいる主婦のパートさんの活用範囲も広がったことがいえる。

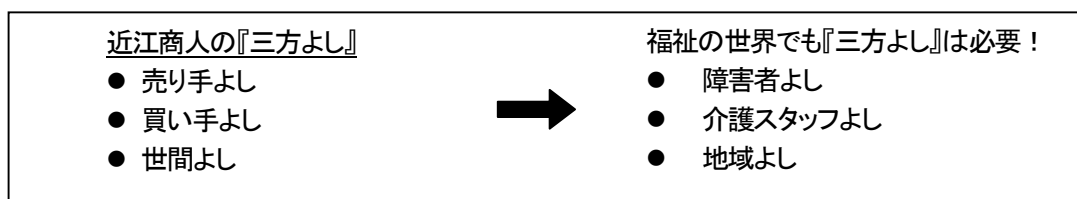
### (4) 自立支援法活用により地域の方のニーズにも目が向けられる！！

#### ⇒福祉事業者にも必要な『三方よし』の視点

自立支援法になって、障害福祉サービス(日中活動系サービスと居住系サービス)について、新たに「多機能型」という事業形態が認められた(多機能型の詳細については第二章)。また同時に、施設基準が緩和され、地域の空き教室や空き店舗を使って事業所を開業できるようになった。

これらはつまり、地域に当たり前のように障害のある方とない方が接するノーマライゼーションの社会を実現させるための要件が整ってきた、ということでもある。これからの障害者福祉は、障害者や事業者だけに納まらず、地域と共に歩んでいかねばならない。その時、地域にとってどんな役に立てるだろうという視点が必要になってくる。

商売の世界では、よく近江商人の『三方よし』が引き合いに出される。ご存知、「売り手よし、買い手よし、世間よし」である。福祉サービスとて、買い手に相当する利用者、売り手に相当する事業者・スタッフだけの立場だけを見るのではなく、世間、つまり地域に目を向けていく必要がこれからは何よりも大事である。



### (5) 自立支援法活用により「働きたい」に目が向けられる！！

#### ⇒障害のある方の「働きたい」ニーズに応える

障害があったとしても、成長して大人になる。普通は、学校を出れば「働き」に出る。障害がある方も、それは変わらないのではないだろうか。障害者の「働きたい」というニーズに、いったい今までどの程度応えてくれたのだろうか。

自立支援法では、その働きたいというニーズにさまざまな形で対応できる仕組みになっている。1つは、一般就労を目指す方の支援をするサービスである就労移行支援事業である。また、一人での企業への就職が難しい方には、少数の集団で介助者がつく形での就労の形でのサービス就労継続 A がある。これは、事業所が雇用保険をかけて就労を支援する一方で、福祉的支援として作業の支援や生活リズムを整える支援などを行うサービスである。また自立支援法では、どんなに重度の障害のある方にも働く機会を設けたのが大きい。それは、生活介護事業の中に、「生産活動」として働くことができるようになったからだ。これは、一方で生活上の食事・排泄などの介助を受けながらも、陶芸や散歩などの文化活動とともに、接客や販売、製造など生産活動に関わる活動も設けたのである。これは、就労が可能の方だけでなく、障害のある方全般に働く機会を設けた大きな改革だといえる。

### (6) 自立支援法活用により「地域の資源」に目が向けられる！！

#### ⇒地域福祉を実現する

地域で当たり前のように障害者の「働く」場がある。そのような地域福祉を実現するためには、福祉事業者は、利用者の「できないこと」ではなく「できること」に着目し、一人一人の特性を理解することが必要が。さらには、それを利用者にとって働きやすい職場環境に反映させていかなければならない。働きやすい職場環境の構築には、周辺地域の理解と協力なくしてできるものではない。地域への理解を求めることは、地域のニーズを知ることにもつながり、地域全体の利益につながるようなサービス事業を起こすことも、また大事な視点である。

### 3. 調査研究事業について

#### (1) 本研究事業の目的

自立支援法施行に伴いスタートした新体系サービスの中から、特に日中活動系サービスを取り上げ、それが実際に地域の中で実施されるために必要なことを、特定非営利活動法人ふわりがコーディネーターとなり、半田市市役所・半田商工会議所・商店街（半田駅前商店街）とともに協働しながら把握し、新体系サービスによる駅前空き店舗を活性化させるための研究およびモデル事業を実施する。

また、実際に駅前商店街の空き店舗に就労移行支援事業を活用した店舗を開設し、地域との合意形成のプロセスを研究・分析する。

#### (2) 本研究事業の内容

##### ■ 先進事例調査

福祉事業所が商店街に店舗を構えるにあたって、参考となる事例を調査した。

##### 1. コミュニティビジネス事業者

近年注目を集めている、地域の課題を地域で解決するコミュニティビジネスの事業者を調査。

##### 2. 商店街

商店街で先駆的な取り組みをしている事例を調査。

##### 3. 福祉事業者

すでに地域に入って事業を行っている先駆的な福祉事業者を調査。

##### ■ 自立支援法下におけるビジネスモデル研究

自立支援法下におけるビジネスのあり方として、本研究事業に関係する日中活動系サービスについてのビジネスモデルの研究と、実際に実施した内容について述べる。

##### 1. 事業の立ち上げ方

日中活動系サービスのうち生活介護と就労移行支援について、立ち上げ方をまとめ、モデル化。

##### 2. 店舗の立ち上げ方

日中活動系サービスとして、現在店舗運営している 5 事例を取り上げて、福祉事業所による店舗立ち上げ方をまとめ、モデル化。

##### 3. 実施内容

本研究事業における事業および店舗立ち上げに関する実施内容を報告。

##### ■ 地域と関係性を築くための地域コミュニケーションモデル研究

福祉事業所が地域に出店をするに際し、地域とコミュニケーションをどう取っていくかは、事業成功の大きな鍵となる。そこで、地域コミュニケーションについてのモデル研究と、実際に実施した内容について述べる。

##### 1. 地域コミュニケーションの図り方

福祉事業所がこれまで培ってきた経験をベースに地域コミュニケーション手法をまとめ、モデル化。

##### 2. 実施内容

本研究事業における地域コミュニケーションに関する実施内容を報告。

##### 3. 第三者によるヒアリング調査

ステークホルダー分析という手法を用いて、本研究事業における利害関係者にヒアリング調査を実施。

##### ■ アンケート調査

出店にあたって、地元を代表して民生委員の方々に来店していただき、率直な意見を伺った。



## 第五章

### 地域住民へのアンケート調査

## 1. 調査概要

### (1) 調査目的

障害者とともに働くお店を地域住民により深く理解してもらうために、オープン直前に地域の一般住民に招待し、試食していただくとともに、アンケート調査を実施した。

### (2) 調査方法

地域の民生委員の方々をご招待し、そばと大判焼きを試食後

- ① 店内雰囲気
- ② 味
- ③ 接客態度
- ④ 満足度
- ⑤ 障害者とともに働く店についてのご意見
- ⑥ 地域の情報提供

について、アンケート調査を実施した。

### (3) 調査時期

2008年2月29日

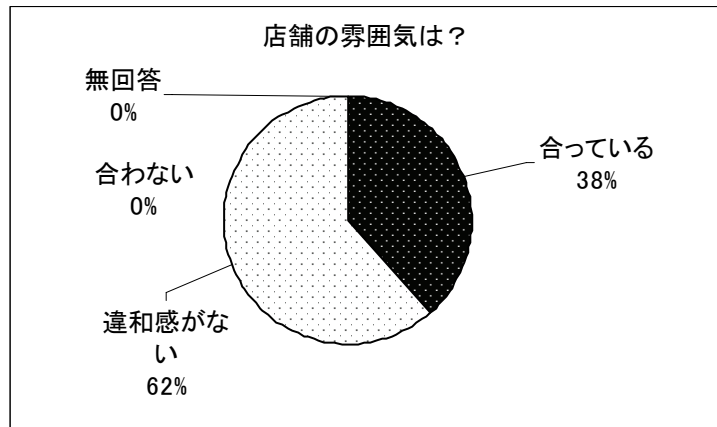
### (4) アンケート回収率

41名の来店中、39名がアンケートにご協力いただけた(回収率 95%)。

## 2. 調査結果

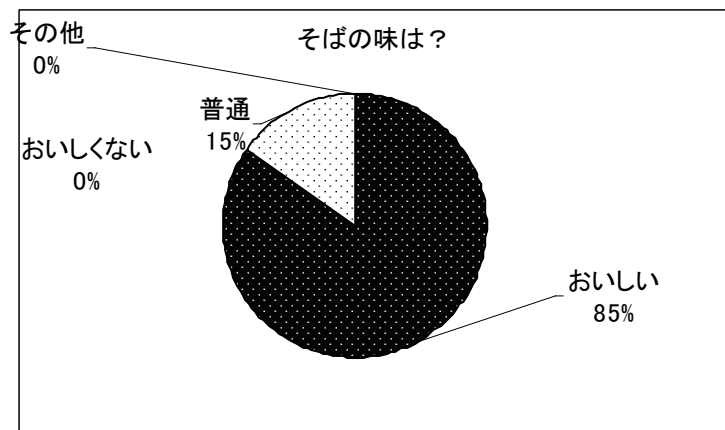
### 1. 店舗の雰囲気は？

(人)	
合っている	15
違和感がない	24
合わない	0
無回答	0
合計	39



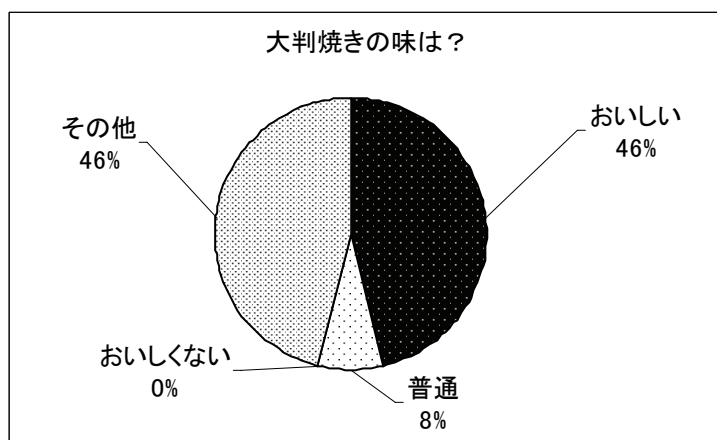
### 2. そばの味は？

(人)	
おいしい	33
普通	6
おいしくない	0
その他	0
合計	39



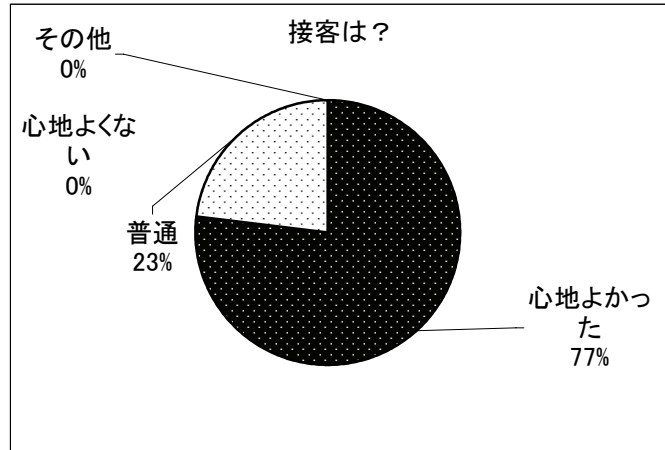
### 3. 大判焼きの味は？

(人)	
おいしい	18
普通	3
おいしくない	0
その他	18
合計	39



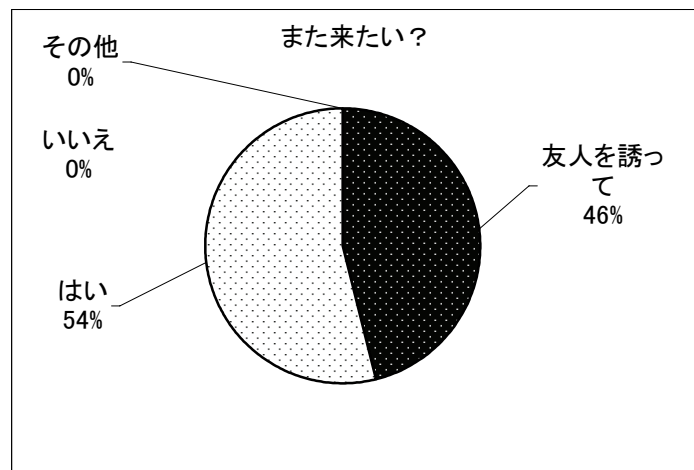
4. 接客は？

	(人)
心地よかった	30
普通	9
心地よくない	0
その他	0
合計	39



5. また来たい？

	(人)
友人を誘って	18
はい	21
いいえ	0
その他	0
合計	39



6. 半田の自慢を一つ教えてください (自由記述)

- ・ 南吉 (5件)
- ・ 山車祭り (4件)
- ・ ミツカン酢 (2件)
- ・ 人情に厚い

7. 半田に由来のある季節の食べものは？ (自由記述)

- ・ 押し寿司 (4件)
- ・ しっぽうどん (3件)
- ・ 亀崎ぐれあさり
- ・ 箱ずし
- ・ おこしもの
- ・ 串あさり

## 8. 障害のある方と共に働く店舗について（自由記述）

- ・ 皆様と協力して多くに店舗が出来たら良いと思います。
- ・ 人のやさしさが感じられ、ホッとします。
- ・ 長く続けられることへの配慮。
- ・ 大変意義のある事と思います。応援します。
- ・ これからドンドン増えるといいと思います。
- ・ 明るく何事も大きな声でやると良いかと思います。
- ・ お互いの理解が深まって良い事だと思います。
- ・ 以前たまたま朝の NHK でむそうの活動を取り上げて放送しているのを見ました。
- ・ 障害のある方も一生懸命、関わる方も・・・もう働いている姿を見て違和感なく見させていただけると思います。

## 9. その他（自由記述）

- ・ 孤坊うどんもメニューに入れて下さい。
- ・ そばの香りが少ない・そば粉の多いものが良い。
- ・ 市報に PR を載せてください。知らない人がたくさんいます。
- ・ 汁が少々多いかな？（2件）
- ・ 少し甘いと感じました。（2件）
- ・ 汁が少し甘味ですので、ラー油が良く合います。
- ・ わさびが少々ねぎの横にあるといいかな？
- ・ カスタードが少し粉っぽく感じましたが、甘さはちょうど良かったと思います。
- ・ 永くみなさんに親しんでもらえるよう願っています。
- ・ アルコール類は置かないのですか？（ビールだけでも置いたらどうかと思います。）
- ・ 量も多く、味も良かったです。私の好みの味でした。
- ・ 仕事としている障害者の方とは思えない仕事ぶりで感心しました。
- ・ 一般のお客さんも気軽に入れるように PR してください。
- ・ 友達のお子さんがアートスクエアで働いてみえます。時々お会いするのですが、生き生きとして、とてもうれしいです。
- ・ これからもどんどんこういうお店が増えると良いと思ってます。頑張ってください。



## 第三章

# 福祉事業所ビジネスモデル社会実験

## 1. 事業の立ち上げ方

### (1) 多機能型事業所モデルのイメージ

障害者自立支援法では、その目的を「障害のある方がいることを前提とした地域社会づくり」に置いている。新法以前のように、郊外の入所施設で障害に理解のある人とだけ暮らすスタイルではなく、地域に当たり前のよう障害のある方がいて、誰もが彼を一人の市民として受け入れ、排除しない新たな文化価値に基づく暮らし方が、今後の障害者福祉の方向性として位置づけられたと言える。

そのためには、地域への理解も必要となってくる。そこでお互いの理解のために、障害者と市民との接点を自然な形で増やすことが重要になってくる。障害者自立支援法では、このような「地域福祉」を推し進めるために、新たに「多機能型」というサービス形態が位置づけられた。

#### ■ 小規模施設がまちに点在

障害者の生活の場が、市民の日常の生活圏内にあることで、障害者と市民との相互理解は飛躍的に向上すると思われる。そこで、従来のように大規模な施設を郊外に設けるのではなく、小規模な施設がまちなかに、それぞれ自転車で行き来できるくらいの距離感で分散した状態で存在した状態が、多機能型のイメージである。



#### ■ 多機能型に合わせて規制が緩和

障害者自立支援法により、いくつかの規制緩和がなされた。

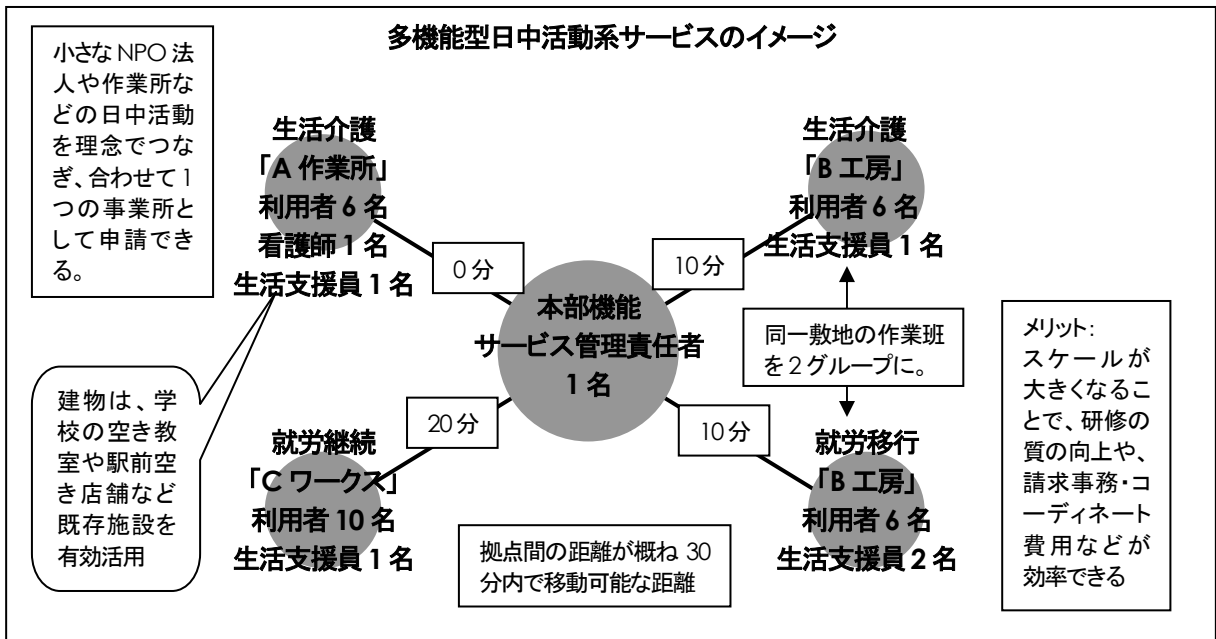
- ① 施設基準の緩和: 面積や規模を定める規制が緩和され、空き教室や空き店舗などを活用して施設を開設することが容易になった。
- ② 運営主体の規制緩和: 通所サービスについては、社会福祉法人のみならず特定非営利活動法人でも参入可能となった。



## (2) 多機能型とは

障害者自立支援法により新たに設定された障害福祉サービスの運営形態として、複数の事業を組み合わせ一体的な運営を行う「多機能型」が位置づけられた。これは、複数の事業を提供する場所が地域に分散していても良いのが特徴的である。まさに、「地域福祉」という観点で、利用者のニーズに応じたサービス提供が可能となる。この新たに設置されたサービス(新体系サービス)の他の特徴を、本研究事業の対象である日中活動系サービスを例に整理してみた。

<p>■ 定員規模</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 複数の事業を合わせた利用者の<b>全定員</b> <b>20名以上</b></li> <li>● 各事業ごとの最低利用人員 <b>生活介護・自立訓練・就労移行支援: 6名以上</b> <b>就労継続支援: 10名以上</b></li> <li>● 定員の上限はなし</li> </ul>	<p>■ 人員配置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● サービス提供職員を各事業ごと、利用人員に応じて配置</li> <li>● サービス管理責任者を合計人員に応じて配置 (例) 日中活動系サービス: <b>利用者60名以下で1人</b></li> </ul>
<p>■ 運営形態</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 複数の事業を一体的に運営するための「<b>本部機能</b>」が必要</li> </ul> <p>「本部機能」が担うこと:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利用の調整と把握</li> <li>・ 職員研修</li> <li>・ 職員の一元管理(勤務体制、勤務内容、人事、給与、福利厚生など)</li> <li>・ 複数の事業間の相互支援</li> <li>・ 苦情処理や損害賠償への対応</li> <li>・ 運営規約(営業日や営業時間、利用料など)の統一管理</li> </ul>	<p>■ 設備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 主たる事業所と従たる事業所で最低限必要となる設備が異なる</li> </ul> <p>(例) 日中活動系サービスの場合:</p> <p>主たる事業所に必要な設備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 訓練・作業室、相談室、多目的室、洗面所、便所</li> </ul> <p>従たる事業所に必要な設備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 訓練・作業室(相談室、多目的室兼用)、洗面所、便所</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 面積や規模は、「支障のない広さ」であればよい(実質的な面積基準はなし)。</li> </ul>



## (3) 日中活動系サービス 事業別モデル

次ページから、日中活動系サービスのうち、「生活介護」、「就労移行支援」について、個別にモデルを示しながら詳細を述べていく。

## 日中活動系サービス 事業モデル①

### I. 生活介護

〔想定モデル〕 多機能型のうちの一つの小規模事業所、従たる事業所、全利用者は 60 名以下

#### 1. 何のために事業をするのか

生活介護事業は、常時介護が必要な障害者を対象に、地域や入所施設において安定した生活を営むために、日中において以下のようなサービスを提供する事業である。

- ① 食事・入浴・排泄などの介護、日常生活上の支援
- ② 軽作業等の生産活動や創作活動の機会の提供
- ③ ①、②を通じた身体能力、日常生活能力の維持・向上を目的とした必要な介護

#### 【ポイント】

- \* 生活介護が必要な利用者であっても、「生産活動」と行った工賃を得られる活動が認められている。

#### 2. どんな利用者が対象か

常時介護が必要な障害者であって、障害程度区分 3 以上  
(年齢が 50 歳以上の場合は、障害程度区分 2 以上)

#### 【具体的な利用者の様子】

例えば、次のような利用者などが生活介護事業の利用者として想定される。

- \* 車イス生活で、手だけがかるうじて動かせる程度の利用者→介助を受けながら販売員に
- \* じっと座っていられなかったり、時々大声を出してしまったりする利用者→運動能力を使ってエサやり
- \* 言葉によるコミュニケーションが難しい利用者→絵や写真で作業を示してパンの袋詰め
- \* 自閉症で、段取りが苦手だったり、一人の作業を好んだりする利用者→カードの指示で調理下処理

#### 3. どんな準備が必要か

施設・設備面	<p><b>【設備基準】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利用者の最低定員： 最低 6 名以上</li> <li>・ 施設設備： 訓練・作業室(サービス提供に支障のない広さ)、洗面所、便所</li> <li>※ 多機能型における従たる事業所は、相談室、多目的室は、訓練・作業室と兼用できる</li> </ul> <p><b>【具体的な設備準備の様子】</b></p> <p>例えば、次のような点に気をつけると良い。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 利用者だけでなく、事業所を訪れるお客様のためにも、バリアフリー化を行う (車イスでも通れるように通路を広くとる、身障者用のトイレを設置する、など)</li> <li>* 利用者の混乱を避けるため、作業内容と作業場所を一対一対応させる(この場所ではこの作業しかしない)ように、作業スペースの割り当てを予め想定しておくとい</li> </ul>
--------	--

人材面	<p><b>【人員基準】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ サービス管理責任者： 多機能型事業所全体で 1 名</li> <li>・ 医師(嘱託可)： 1 名</li> <li>・ 看護職員(非常勤可)： 1 名以上</li> <li>・ 生活支援員： 平均障害程度区分と前年度平均実利用人員により異なる。最低 1 名は常勤</li> </ul> <p><b>【具体的な人材確保の様子】</b></p> <p>例えば、次のような人材の確保が望まれる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 障害者の福祉サービス面だけでなく、地域に目を向けられる人材(地域の行事などに積極的に参加していける人材)</li> <li>* 利用者の「できる」部分を活かそうとする発想ができる人材</li> <li>* 利用者一人一人に合わせたサービスメニューを考えられる人材</li> </ul>
-----	---

#### 4. 事業イメージ

**【例1】 鶏舎**



**【発生する軽作業】**  
 エサづくり、エサ分け、エサ運び、エサやり、水やり、卵拾い、卵拭き、卵の宅配、鶏舎の整備、フン掻き など

**【例2】 雑貨屋**



**【発生する軽作業】**  
 レジ、仕入商品の選定、商品陳列、商品詰め、お香選び(店づくり)、花の水やり、箱詰め、配達、掃除など

#### 5. 一日のスケジュール例

【例1】 鶏舎

		10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00
職員	指導員1	←送迎	鶏舎 世話		←レジ 打ち		→送迎
	指導員(非常勤)1	←送迎	鶏舎 世話		←仕入 作業		→送迎
利用者	利用者1		卵拾い	卵拭き		フン 掻き	
	利用者2		エサ づくり			配 達	
	利用者3 (集中力欠如)		エサ やり			配 達	
	利用者4 (集中力欠如)		水やり	エサ運び		配 達	
	利用者5		エサ やり			鶏舎 整備	
	利用者6		エサ分け	エサ運び		鶏舎 整備	

【例2】 雑貨屋

		10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00
職員	指導員1	←送迎	介護	レジ打ち		←レジ 打ち	→送迎
	指導員2	←送迎	介護	軽作業		←仕入 作業	→送迎
	指導員(非常勤)1		箱詰め	配達		←掃 除	
利用者	利用者1		介護	レジ打ち	花の水やり、お香選び、陳列、掃除など	←仕入商品の選定	
	利用者2		介護	軽作業		←レジ 打ち	
	利用者3		介護	軽作業		←レジ 打ち	
	利用者4 (集中力欠如)		アート活動	商品詰め		←商品詰め	
	利用者5		箱詰め	配達		←掃 除	
	利用者6		箱詰め	配達		←掃 除	

## 日中活動系サービス 事業モデル②

### Ⅱ. 就労移行支援

[想定モデル] 多機能型のうちの一つの小規模事業所、従たる事業所、全利用者は60人以下

#### 1. 何のために事業をするのか

就労移行支援事業は、一般就労などを希望する65歳未満の障害者を対象に、就労に必要な知識や能力の向上のために、一定期間(24ヶ月以内)、日中において以下のようなサービスを提供する事業である。

- ① 事業所における作業や、企業における実習等
- ② 適性に合った職場探しや就労後の職場定着のための支援
- ③ ①、②を通じ、適性に合った職場への就労・定着を目的とした必要な訓練、指導等

#### 【ポイント】

- \* 障害者でも十分に働けることを地域の人に見てもらえるように工夫することが大事。

#### 2. どんな利用者が対象か

企業等への雇用又は在宅就労等が見込まれる障害者(65歳未満)  
障害程度区分は関係ない

#### 【具体的な利用者の様子】

例えば、次のような利用者などが就労移行支援事業の利用者として想定される。

- \* 養護学校等を卒業後、始めて仕事に就こうとしている利用者
- \* 以前、企業等に就労していたが、何らかの理由で辞めて、再度働きたい、という利用者 など
  - 辞職理由としては、仕事内容が変わったり、周囲の環境が変わったりして、新しい環境に馴染めなかったことなどが挙げられる。

#### 3. どんな準備が必要か

施設・設備面	<p><b>【設備基準】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利用者の最低定員：最低6名以上</li> <li>・ 施設設備：訓練・作業室(サービス提供に支障のない広さ)、洗面所、便所</li> <li>※ 多機能型における従たる事業所は、相談室、多目的室は、訓練・作業室と兼用できる</li> </ul> <p><b>【具体的な設備準備の様子】</b></p> <p>例えば、次のような点に気をつけると良い。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 「働く」という環境を用意する必要がある</li> <li>* 利用者の特性に合った器具や備品を用意する</li> <li>* 聴覚・視覚刺激に敏感な利用者に対しては、それが気にならない職場環境を整える</li> <li>* 利用者が働いている姿を、一般のお客さんからも見えるようにする</li> </ul>
--------	---

人材面	<p><b>【人員基準】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ サービス管理責任者：多機能型事業所全体で1名</li> <li>・ 生活支援員、職業指導員：前年度平均実利用人員により異なる。このうち最低1名は常勤</li> <li>・ 就労支援員：前年度平均実利用人員により異なる。最低1名は常勤</li> </ul> <p><b>【具体的な人材確保の様子】</b></p> <p>例えば、次のような人材の確保が望まれる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 就労支援のために、ハローワークや企業等への理解を促すようなやり取りができる人材</li> <li>* 利用者本人に仕事内容を理解させるために、仕事工程を細分化、スケジュール化できる人材</li> <li>* 就労後のアフターフォローを実施するためにも、企業等の雇い主と円滑なコミュニケーションができる人材</li> <li>* 福祉の知識だけでなく、企業等の一般就労の知識・経験を備えた人材</li> </ul>
-----	---

#### 4. 事業イメージ

【例1】パン屋



【発生する軽作業】  
パン粉の計量、パンの成形、パンのカット、袋詰め、陳列、接客、清掃など

【例2】喫茶店



【発生する軽作業】  
調理補助、盛り付け、接客、ドリンクの準備、皿洗い、掃除など

#### 5. 一日のスケジュール例

【例1】パン屋

		9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00
職員	指導員1	← 作業補助 →				← 作業補助 →			→ 会計他 →
	指導員2	← 地域回り →				← 地域回り →			
利用者	利用者1	← パンづくり →				← パンづくり →			
	利用者2	← 袋詰め、陳列他 →				← 袋詰め、陳列他 →			
	利用者3	← 接客 →				← 接客 →			
	:								

【例2】喫茶店

		9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00
職員	指導員1	← 作業補助 →				← 作業補助 →			→ 会計他 →
	指導員2	← 地域回り →				← 地域回り →			
利用者	利用者1	← 調理補助 →				← 調理補助 →			
	利用者2	← 盛り付け、皿洗い他 →				← 盛り付け、皿洗い他 →			
	利用者3	← 接客 →				← 接客 →			
	:								

## 日中活動系サービス 事業モデル <事業全体>

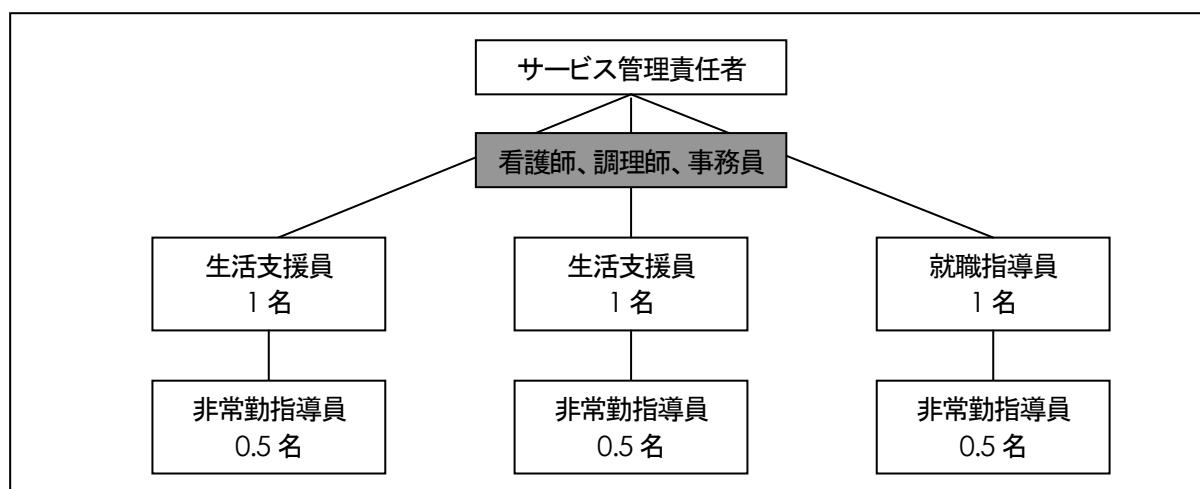
生活介護事業と就労移行事業を合わせた最小限のモデルに関しての体制図と収支バランスを考慮しておく。

### <事業全体のモデル>

- 利用者: 全利用人員20名 (内訳→)
- 事業所: 生活介護 2ヶ所、就労移行 1ヶ所

区分	人数	利用サービス	
6	1人	生活介護	13人
5	3人		
4	8人		
3	1人		
3	5人	就労移行支援	7人
2	2人		
1	0人		

### ■ 体制図



### ■ 収支バランス

収入			
介護報酬	生活介護(Ⅶ)	6,500円×20日×12ヶ月×13名	2,028万円
	就労移行支援(Ⅰ)	7,360円×20日×12ヶ月×7名	1,236万円
収入合計			<b>3,264万円</b>

支出			
人件費			<b>2,248万円</b>
	サービス管理責任者	500万円×1名	500万円
	サービス提供職員(正規)	300万円×3名	900万円
	サービス提供職員(非常勤)	1,000円×160時間×12ヶ月×1.5名	288万円
	事務員	300万円×1名	300万円
	調理師	200万円×1名	200万円
	看護師(非常勤)	60万円×1名	60万円
事務費			<b>990万円</b>
	水道光熱費		180万円
	家賃		360万円
	活動費		360万円
	その他		90万円
支出合計			<b>3,238万円</b>

※ 生産活動により発生する収入が、利用者の工賃となる。

## 2. 店舗の立ち上げ方

### (1) 「働きたい」を叶える自立支援法

障害をもっていようがいまいが、誰にとっても、「働く」という行為は暮らしの中で大変大切な時間である。それは生活の糧を獲る、というだけの留まらず、自分が成長したり、人との関係性を育んだり、と社会的な生活を送る上で無くてはならないものだからでもある。

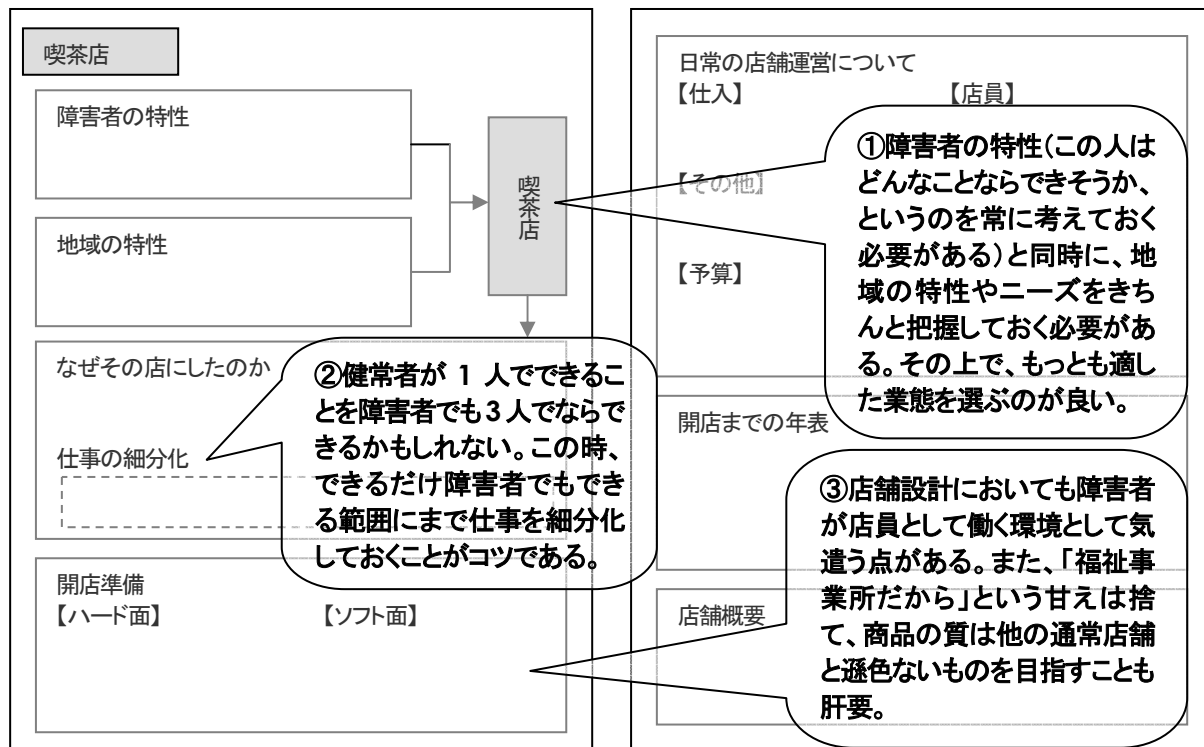
障害者自立支援法では、そのような働きたい障害者に対して積極的に支援していく法律となっている。生活介護事業という比較的障害程度区分を重い障害者であっても「生産活動」が認められているように、重度であっても「働きたい」というニーズに応えられるようになっているのである。

### (2) なぜ福祉事業所が店舗運営なのか

実際に障害者の「働きたい」というニーズに、どう応えていったらいいのだろう。生活介護事業の「生産活動」や就労移行支援事業として、工場内の軽作業のような仕事に従事させることが多いと思われる。しかし、ここでは、接客を伴う「店舗」を立ち上げることを取り上げて生きたい。なぜなら、障害者が地域に当たり前にいる環境を作っていくために、障害者と地域の人々がより多く出会う場面がもっと必要である。そのためには、地域のより多くの人に、障害者の働く姿を見てもらうことが一番である。それには、工場内軽作業よりも、お客さんとして地域の人に来てもらえる「お店」を開く、という視点をここでは提案したいと思う。

### (3) 福祉事業所が店舗を立ち上げるには

私たちふわりは、これまでもいくつかの店舗を立ち上げてきました。その際、普通の事業者がただ単に「お店」を構えるのとは違って、障害者福祉事業所ならではの視点が不可欠であることが分かってきた。次ページからの事例を述べる際に使ったシートを元にポイントを整理しておきたい。



### (4) 福祉事業所の店舗立ち上げ事例

障害者福祉事業所による店舗立ち上げ事例は、多様な形態で行なわれている。次ページから、実際に行なわれている障害者福祉事業所による店舗立ち上げ事例を報告する。

## 店舗立上事例①

### 喫茶店・駄菓子屋・パン屋

#### 1. どうしてこの業種なのか

##### 【利用者はどんな特性があったか】

- ・ 車イスの乗って、手だけしか動かせない。
- ・ 自閉症で、接客は苦手。
- ・ 人が好きで、話をするのが好き。
- ・ 笑顔が人を惹きつけるが、ことばはしゃべれない。

##### 【地域はどんな特性があったか】

- ・ 田畑が広がる地域で、のんびりしている。
- ・ 近くに公民館・児童館・保育園があり、地域住民の交流の場所となっている。
- ・ 近くに個人病院が多く、お年寄りが通ってくる。
- ・ 近くに飲食店がない。
- ・ 保育園の跡地を使う予定である。

##### 【なぜ喫茶店・駄菓子屋・パン屋にしたのか】

- ・ 障害者でもできることがあることを地域の人に見せたかった。
- ・ 地域の子供が安心して買い物ができる拠点が求められていた。←駄菓子屋
- ・ 地域の人がホッと憩える場所が求められていた。

##### 【仕事の細分化】

お茶とお絞りの用意、オーダーを取る、サラダ、ライス of 盛り付け、ドリンクの準備、調理補助、料理、飲み物をお客様に出す、レジ、洗い物、駄菓子の陳列、駄菓子の販売、清掃

喫茶店、駄菓子屋・パン屋



#### 2. どのような開店準備が必要だったか

##### ハード面

##### 【店舗設計】

- ・ 車イスで座ったまま駄菓子屋の対応ができるようにした。
- ・ 車イス用のトイレを設置した。
- ・ 車イスでも店に入ってくれるように入口にリフトをつけた(入口が急な坂道になっているため)
- ・ 障害者が働いているところがよく見えるような配置にした。

##### 【什器ほかの準備】

- ・ 駄菓子屋用の買い物カゴを用意した。

##### 【開店資金】

- ・ 自己資金



##### ソフト面

##### 【技術修得】

##### <コーヒーの淹れ方>

- ・ 専門業者から学んだ。
- ・ 焙煎しているところを見学に行った。

##### <料理の作り方>

- ・ オープン 1 年前から、スタッフで昼食をつくり合い、料理の腕を磨いた。
- ・ 気になるお店に通って料理を学んだ。

##### 【商品の品質維持】

##### <コーヒー>

- ・ 業者による定期点検、指導員によるチェック。

##### <料理、飲み物>

- ・ 専属調理師によるチェック。
- ・ 分量を目分量ではしない(必ず計量する)。
- ・ 写真付きで分かりやすい説明パネルを設置する。



### 3. 日常の店舗運営はどうしているか。

<p><b>【仕入リスト】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 野菜</li> <li>・ 卵</li> <li>・ レトルトカレー(奈良の授産所より)</li> <li>・ 駄菓子</li> <li>・ パンの冷凍生地</li> <li>・ 包材 など</li> </ul> <p><b>【仕入で気をつけていること】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 冷凍庫がすぐに一杯になるので、在庫と仕入のバランスを常に考える。</li> <li>・ そのためには、お客様のニーズに常に敏感になっておく必要がある。</li> <li>・ 障害者でもできるようにカレーはレトルトを使う</li> </ul>	<p><b>【店員ローテーション】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ スタッフ3名(うち1名は介助スタッフ)</li> <li>・ 利用者6名(比較的重度の障害者)</li> </ul> <p><b>【店員ローテーションで気をつけていること】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 早番(パンを焼く係)1名は、7時～13時のシフト。</li> <li>・ その他2名は、8時半開店に合わせて出勤。基本的に店は2名+利用者で切り盛りする。</li> <li>・ 利用者でできることはどんどんやってもらう。</li> </ul>
<p><b>【その他】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ すぐ近所の保育園に、パンを販売している。</li> <li>・ 地元企業(JFE)が、見学者に渡す手土産に、ここで焼いたクッキーを使っている。</li> </ul>	

<b>【予算(概算)】</b>			
<b>収入</b>		<b>支出</b>	
売上(喫茶)	4,243,500 円	売上原価(仕入)	4,890,000 円
売上(パン)	4,770,000 円	人件費(工賃込)	10,295,600 円
売上(直販品)	205,000 円	賃借料	60,000 円
自立支援費	15,283,760 円	広告宣伝費	60,000 円
		その他経費	3,054,000 円
		会計区分間支出	4,900,452 円
<b>収入合計</b>	<b>24,502,260 円</b>	<b>支出合計</b>	<b>23,260,052 円</b>

### 4. 開店年表

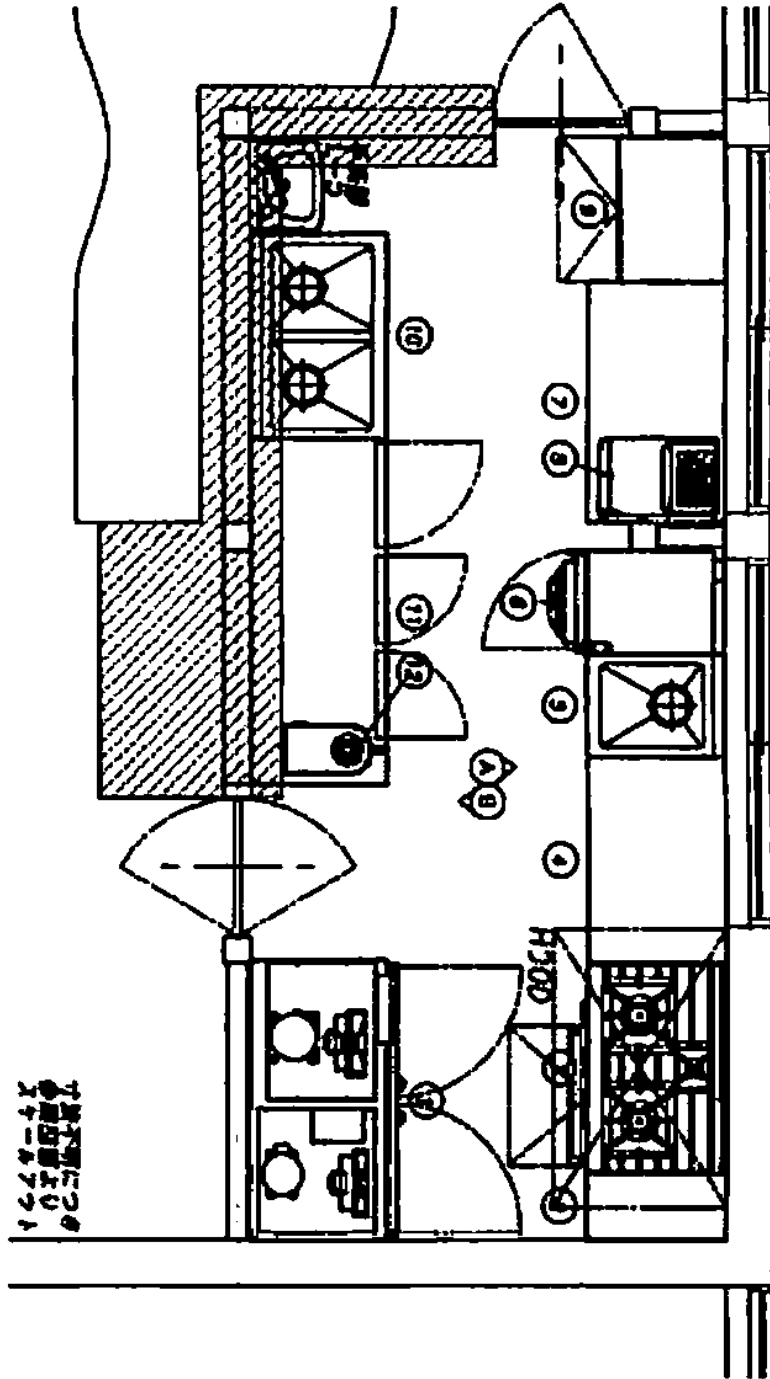
年月	内容	年月	内容
1998年	遊休設備に目をつける		
2000年4月	利用者とし話し合い 喫茶店開店へ向けて準備		
11月	用地を借用		
2001年1月	工事開始		
3月	工事完了		
4月	オープン		

#### ■ 店舗概要

店舗名	喫茶なちゅ 板山店 (社会福祉法人むそう)	開業年月	2001年4月
所在地	愛知県半田市板山町 1-28-12		
店員数	利用者: 6名 スタッフ: 3名		
営業時間	8:30～18:00	定休日	月曜
年間売上高	円		

『 喫茶なちゅ 板山店 厨房 図面 』

平面レイアウト



テラス席  
の  
テーブル  
の  
レイアウト

## 店舗立上事例②

### 喫茶店

#### 1. どうしてこの業種なのか

##### 【利用者はどんな特性があったか】

- ・水が好き。笑顔が良い。集中力が長く続かない。言葉は使えない。文字で意思表示ができる
- ・おしゃべりが少ない。新しいことが好きで情報通。地域に知り合いが多い。人懐っこい
- ・人が好き。お客様の顔と特徴を覚えるのが得意。会話はしない。挨拶は元気
- ・几帳面。恥ずかしがり屋。接客が丁寧。笑顔がいい。集中力が凄い

##### 【地域はどんな特性があったか】

- ・リハビリ中心の病院(新規開業)の中に設置される
- ・病院には、他に売店はない
- ・近くに、パン屋など軽食を食べれるところがない
- ・お客さんは、病院の患者さんか、付き添いの家族である

##### 【なぜ喫茶店にしたのか】

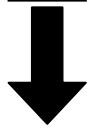
- ・開業当初から、病院側から「院内に喫茶店を」との要望があった
- ・病院からのヒアリングで、「リハビリ患者の8割はやる気次第」と伺ったので、障害者が生き生きと働く姿をリハビリ患者に見せることで、リハビリ患者に好影響を与えたい、と思った

##### 【仕事の細分化】

お茶とお絞りの用意、オーダーを取る、サラダ、ライス of 盛り付け、ドリンクの準備、調理(オムライス、サラダ他)、料理、飲み物をお客様に出す、レジ、洗い物、パンの準備、パンの袋詰め、清掃



喫茶店



#### 2. どのような開店準備が必要だったか

##### ハード面

##### 【店舗設計】

- ・障害者が働いているところがお客さんにも見られるように調理場が客席から見える
- ・リハビリ客の憩いになるように、森のイメージした店内に
- ・パン・駄菓子を入口においてお客さんが気軽に立ち寄れる雰囲気
- ・外からも喫茶店の存在がわかるようにテラスにもテーブルを設置した

##### 【什器ほかの準備】

- ・リハビリ客でも食べやすいお皿に
- ・障害者でもオーダーが取れるように、オーダー表をお客さんに書いてもらうシステムに

##### 【開店資金】

- ・自己資金(病院内のため、購入は備品のみ)

##### ソフト面

##### 【技術修得】

##### <コーヒーの淹れ方>

- ・専門業者から

##### <料理の作り方>

- ・専属調理師から

##### 【商品の品質維持】

##### <コーヒー>

- ・業者による定期点検、指導員によるチェック

##### <料理、飲み物>

- ・調理師によるチェック
- ・分量を目分量ではしない(必ず計量する)。
- ・写真付きで分かりやすい説明パネルを設置している。



### 3. 日常の店舗運営はどうしているか。

<p><b>【仕入リスト】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 野菜</li> <li>・ 卵</li> <li>・ レトルトカレー(奈良の授産所より)</li> <li>・ パン</li> <li>・ ヤクルト</li> <li>・ 包材 など</li> </ul> <p><b>【仕入で気をつけていること】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 在庫チェックをしっかりと行い、ロスをなくすよう心がける。</li> <li>・ パンの売れ筋をチェックする。</li> <li>・ 障害者でもできるようにカレーはレトルトを使う。</li> </ul>	<p><b>【店員ローテーション】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 担当スタッフ1名、パートスタッフ3名、利用者4名</li> </ul> <p><b>【店員ローテーションで気をつけていること】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 病院内の店舗のため、お客さんは限定されてしまうため、売上努力には限界がある。そのため、コスト削減がポイントとなり、パートを中心に回すことに。</li> <li>・ 利用者の個別支援は担当スタッフが行う。</li> <li>・ タイムスケジュールをしっかりと組めば、パートでも利用者の管理はある程度可能になる。</li> </ul>
--	---

<p><b>【その他】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ スタッフの休憩場所がないため、病院の待合室を利用させてもらっている。</li> <li>・ 病院の営業時間により客足が左右される。</li> </ul>
---

<b>【予算(概算)】</b>			
<b>収入</b>		<b>支出</b>	
売上(喫茶)	4,650,000 円	売上原価(仕入)	2,754,000 円
自立支援費	7,455,600 円	人件費(工賃込)	4,681,200 円
		賃借料	
		広告宣伝費	0 円
		その他経費	1,554,000 円
		会計区分間支出	2,421,120 円
<b>収入合計</b>	<b>12,105,600 円</b>	<b>支出合計</b>	<b>111,410,320 円</b>

### 4. 開店年表

年月	内容	年月	内容
2005年8月	病院側から打診	2006年3月	保健所立ち会い検査
9月上旬	病院にプレゼン		消防立ち会い検査
	図面を設計	2006年4月17日	オープン
9月末	仮契約		
10月上旬	業者と打ち合わせ		
12月	業者と契約、工事開始		
2006年1月	喫茶メニュー完成		
3月	引渡し		

#### ■ 店舗概要

店舗名	喫茶なちゅ 有脇店 (社会福祉法人むそう)	開業年月	2006年4月
所在地	愛知県半田市有脇町13-101 (あべクリニック内)		
店員数	利用者: 4名 スタッフ: 4名(うちパート3名)		
営業時間	平日 8:30~17:15、土日 10:00~15:00	定休日	盆・正月休
年間売上高	円		



## 店舗立上事例③

### ラーメン屋

#### 1. どうしてこの業種なのか

##### 【利用者はどんな特性があったか】

- ・ 言葉使いが丁寧。自分の失敗が許せない。自分と他人の区別がつけにくい。同じ作業なら指示なくできる。評価されるとはずみがつく。ヒーローに憧れている
- ・ 機械にこだわりがある。ことばは伝わりにくい。職人氣質。一つのことを集中できる。長時間体力は持たない。人の心を察するのが得意
- ・ 単調作業が得意。水が大好き。包丁が使える。視覚刺激が入りやすい。指示されるのが嫌い。責任感が強い。目で見て盗むことができる。作業が早い
- ・ 数字にこだわりがある。足に障害あるので立ち仕事は難しい。繰り返し仕事でも飽きない。時間はかかるけど丁寧に仕事をする
- ・ コミュニケーションが取れる。精神的に不安定。一回できたことは自信を持ってできる。一つのことに對する責任感が強い。きれいな格好して働くことに憧れる
- ・ 言葉をしゃべれない。笑顔で人を惹きつける。人に誉められることに誇りを持つてる。気配り・目配りができる。元あった場所にきれいに戻せる

##### 【地域はどんな特性があったか】

- ・ 車でないと来にくい(公共交通機関がない)
- ・ 大通りに面しているが、普通だと通り過ぎていってしまう
- ・ 建物の裏手の住宅街は新しくこの地域に来た人が多い
- ・ 近くに飲食店がない

##### 【なぜラーメン屋にしたのか】

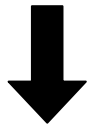
- ・ 障害者の新しい可能性を示したかった
- ・ ラーメン屋のヒアリングにより作業を細分化すれば障害者でも可能である目処がついていた

##### 【仕事の細分化】

お茶とお絞りの用意、オーダー取り、スープを計量する、麺をゆでる、ラーメンのトッピングをする、サラダをつくる、料理をお客様に出す、洗い物



ラーメン屋



#### 2. どのような開店準備が必要だったか

##### ハード面

##### 【店舗設計】

- ・ 利用者が集中できるように洗い場を仕切る
- ・ 自動ゆで機を導入
- ・ 働いている障害者が客席から見えるように
- ・ 作業場の一区画に複数の仕事を混在させない

##### 【什器ほかの準備】

- ・ 障害者でもレジが打てるレーザー式のレジ
- ・ ラーメン皿の下に皿。熱くても持てるように

##### 【開店資金】

- ・ 国庫補助金

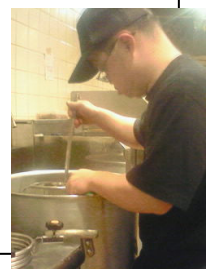
##### ソフト面

##### 【技術修得】

- ・ ラーメンは、専属調理人が地域の名店から学んで来て、スタッフに伝授
- ・ スープは専門メーカーに特注のスープを依頼

##### 【商品の品質維持】

- ・ 目分量で軽量しない(予め計量しておく)
- ・ 写真付きで分かりやすい説明パネルを設置
- ・ お客様がゆったり待てるような空間・サービスを演出



【仕入リスト】

- ・ 麺(国産小麦 100%)
- ・ かえし(スープの素;エバラ特注品)
- ・ 野菜(農協、提携農家から)
- ・ あさり(楽笑から)
- ・ 黒豚肉(鹿児島産)
- ・ 包材 など

【仕入で気をつけていること】

- ・ 材料にこだわっている。
- ・ 野菜、みそは地元産のものを使うようにしている。
- ・ 生ものが多いため、賞味期限に特に気をつけている。

【店員ローテーション】

- ・ スタッフ 2-3 名、利用者 6 名

【店員ローテーションで気をつけていること】

- ・ 厨房とホールとで役割分担。
- ・ 2 時間の休みを利用者の特性に合わせて取る。  
(一度にまとめて取るのが良い利用者もいれば、こまめに休みを取った方が良い利用者もいるため)
- ・ 定休日以外でも、スタッフ・利用者はもう 1 日休めるよう取れるようローテーションを工夫する。

【その他】

- ・ オーダーを取る者は、ことばがしゃべれない利用者。なので、メニューをお客さんが記入する方式にしている。
- ・ お客さんに待たせた感を与えないために、サラダバーを設置。
- ・ 健常者だと 1 人でできるところでも、障害者 3 人で分担すればできる。この際、仕事のどう細分化するかが重要である。

【予算(概算)】

収入	
売上	16,121,800 円
自立支援費	17,613,780 円
<b>収入合計</b>	<b>33,735,580 円</b>

支出	
売上原価(仕入)	9,669,216 円
人件費(工賃込)	10,620,000 円
賃借料	
広告宣伝費	21,000 円
その他経費	5,342,480 円
会計区分間支出	6,747,116 円
<b>支出合計</b>	<b>32,399,812 円</b>

4. 開店年表

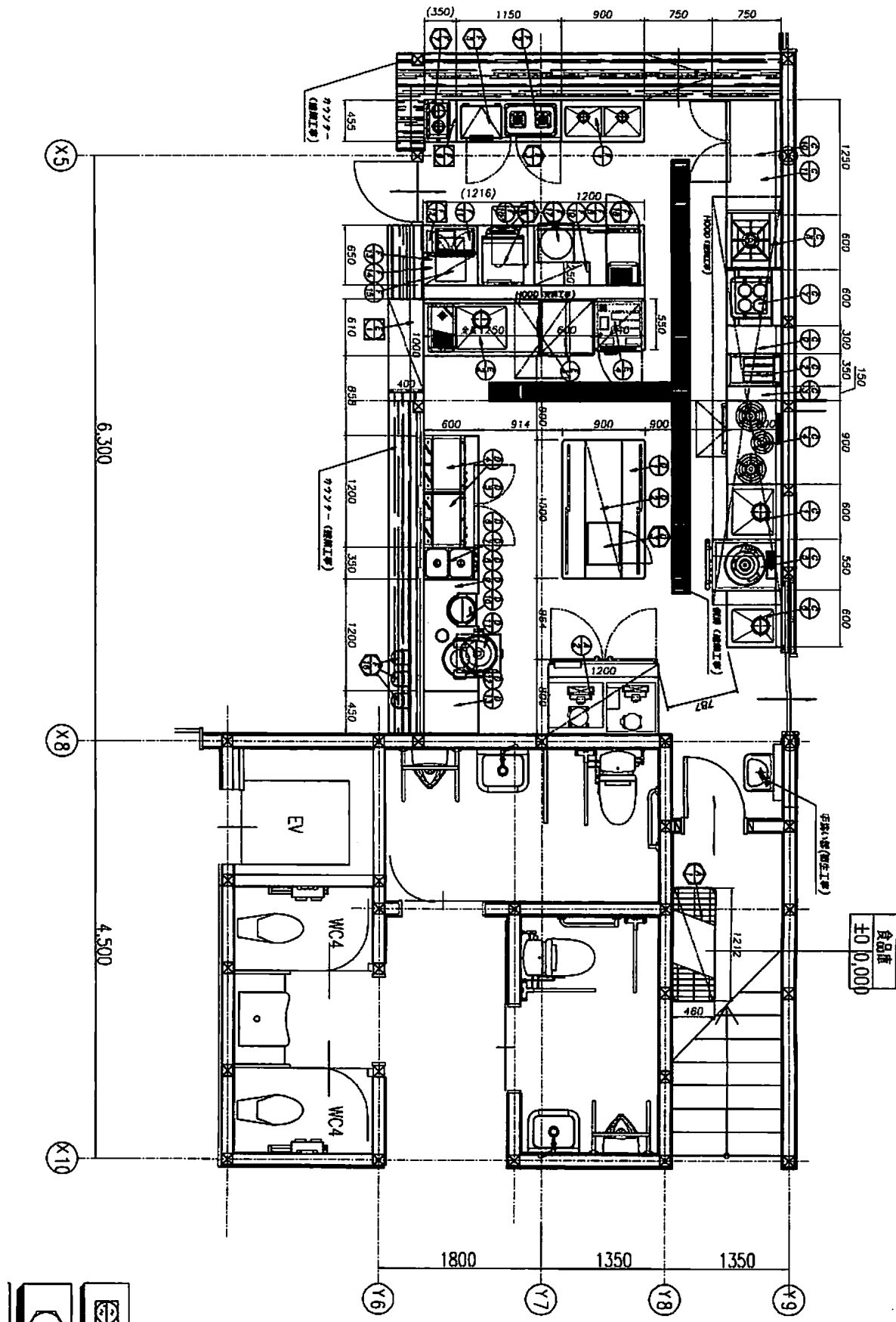
年月	内容
2002 年 4 月	利用者・親御さんと話し合い
8 月	国庫補助金申請
2003 年 10 月	工事開始
2004 年 4 月	調理師を雇用
7 月	調理師、ラーメン店で修行
	エバラ、タレの研究依頼

年月	内容
2004 年 7 月	食材の調達先を調査
9 月	引渡し
	保健所立ち会い検査
	消防立ち会い検査
10 月	オープン

■ 店舗概要

店舗名	中華茶房 うんぷう (社会福祉法人むそう)	開業年月	2004 年 10 月
所在地	愛知県半田市長根町 3-1-11		
店員数	利用者: 6名 スタッフ: 2-3 名		
営業時間	8:00~17:00	定休日	月曜
年間売上高	円		

『 中華茶房 うんぷう 厨房 図面 』





## 店舗立上事例④

### パン屋、駄菓子屋

#### 1. どうしてこの業種なのか

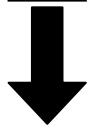
##### 【利用者はどんな特性があったか】

- ・ 人と関わる事が好き(接客)
- ・ 数字をきちんと読み取ることができる(計量)

##### 【地域はどんな特性があったか】

- ・ 他の地域からの参入を嫌う地域
- ・ 内輪の方がやることには協力的
- ・ 三谷祭りを中心とした祭りコミュニティ
- ・ 祭りコミュニティのネットワークの強さ(人のつながり)
- ・ 障害者に対する興味・関心が全く無い
- ・ 主婦の働き場所が無い
- ・ 子どもがおつかいに行ける場所が無い

パン屋、駄菓子屋



##### 【なぜパン屋、駄菓子屋にしたのか】

- ・ 地域の主婦がホームベーカリーをやっていて働く場に(ニーズから)
- ・ 子どもの買い物学習として駄菓子屋がいいと地域の方からアドバイス
- ・ 拠点の近くに昔、パン屋と駄菓子屋があり地域の方のイメージが出来やすかった
- ・ 障害を持つ方の人と関わりたいという思いを接客業がベストと判断



##### 【仕事の細分化】

副材料のグラム分け・天版拭き・生地だし・パンを天版に並べる・パンのカット・パンの梱包・店頭へ並べる・接客・袋詰め

#### 2. どのような開店準備が必要だったか

##### ハード面

##### 【店舗設計】

- ・ 車いすが全ての部屋で通れるように
- ・ 店舗と作業部屋の区別が付くよう、間仕切りをはっきりと
- ・ 福祉作業所ではなくパン屋としての店構え(コンセプト・カラー)
- ・ 営業許可を取得するための条件クリア(保健所)
- ・ 消防法の基準クリアの為の材料(消防署)

##### 【什器ほかの準備】

- ・ パンを作る行程で何が必要かという専門知識
- ・ 働く利用者が安全で使いやすい物選び(数字に強い利用者に対しデジタルはかりを用意する等)

##### 【開店資金】

- ・ 自己資金 ・ 銀行から借り入れ ・ 助成金

##### ソフト面

##### 【技術修得】

- ・ ホームベーカリーをしていた人から
- ・ パン生地業者の講習と指導
- ・ パンの出来上がる行程をスタッフ同士で何度も話し合い仕組みを作成
- ・ 本やインターネットなどで知識を習得
- ・ 外部調査・見学・研修

##### 【商品の品質維持】

- ・ 乾燥を防ぐため、1つ1つ包装をすること(衛生的にも評判がよい)
- ・ 誰が焼いても同じ味が出せるように副材料等のグラムを決め、見える化
- ・ 新しいスタッフでも見ても分かるように行程表を作成
- ・ 新商品の開発
- ・ 在庫管理



### 3. 日常の店舗運営はどうしているか。

<p><b>【仕入リスト】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ パン生地</li> <li>・ 副材料</li> <li>・ 衛生備品(手袋・消毒など)</li> <li>・ 梱包(袋・ナイロンシート)</li> <li>・ 調理備品(クッキングシート・ペーパー)</li> </ul> <p><b>【仕入で気をつけていること】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 在庫チェック(在庫管理表と日別販売表を作成し、その状況で発注をかけるシステムにする)</li> <li>・ 常に新鮮な食材を使用するように心がける</li> <li>・ 現在の流行や注目されている物(テレビやマスコミ等から情報収集)を取り入れる</li> </ul>	<p><b>【店員ローテーション】</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>スタッフ</th> <th>利用者</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>店頭</td> <td>2名</td> <td>4名</td> </tr> <tr> <td>宅配</td> <td>1名</td> <td>2名</td> </tr> <tr> <td>雑貨</td> <td>(1名)</td> <td>1名</td> </tr> <tr> <td>事務</td> <td>(1名)</td> <td>1名</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>3~4名</td> <td>最大8名</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>【店員ローテーションで気をつけていること】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利用者の仕事を支援する人、パンを作る人等作業内容と役割分担を明確にする</li> <li>・ 1日ずつ個別のタイムスケジュールを組み、誰でも指示が出せるように、流れを理解できるように管理をする</li> </ul>		スタッフ	利用者	店頭	2名	4名	宅配	1名	2名	雑貨	(1名)	1名	事務	(1名)	1名	合計	3~4名	最大8名
	スタッフ	利用者																	
店頭	2名	4名																	
宅配	1名	2名																	
雑貨	(1名)	1名																	
事務	(1名)	1名																	
合計	3~4名	最大8名																	

<b>【予算(概算)】</b>		<b>【支出】</b>	
<b>収入</b>		<b>支出</b>	
売上(パン)	7,038,000 円	売上原価(仕入)	2,502,000 円
売上(駄菓子屋)	213,600 円	人件費(工賃込)	3,419,200 円
		賃借料	300,000 円
		広告宣伝費	150,000 円
		減価償却費	406,750 円
		その他経費	473,650 円
<b>収入合計</b>	<b>7,251,600 円</b>	<b>支出合計</b>	<b>7,251,600 円</b>

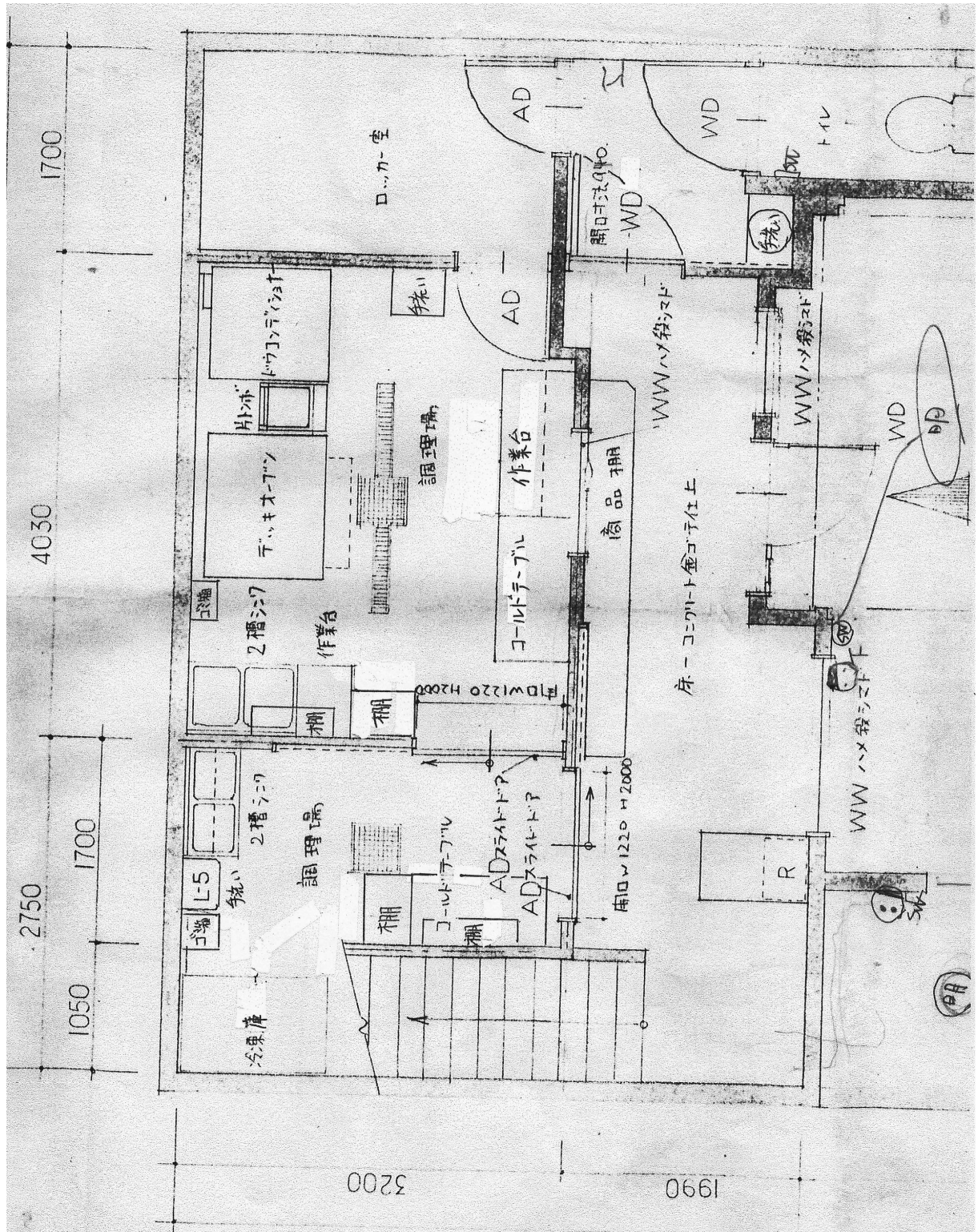
### 4. 開店年表

年月	内容	年月	内容
2007年4月中旬	建物改修開始		
5月上旬	機材搬入		
中旬	改修工事終了		
	保健所立ち会い検査		
	消防立ち会い検査		
	食品衛生法講習		
	パン講習(1週間)		
	検便検査(スタッフ・利用者全員)		
5月下旬	プレオープン(2日間)		
30日	本格オープン		

#### ■ 店舗概要

店舗名	パン工房八兵衛 (特定非営利活動法人楽笑)	開業年月	2007年5月
所在地	愛知県蒲郡市三谷町魚町通 12-1		
店員数	利用者: 6名~8名 スタッフ: 4名		
営業時間	10:00~17:00	定休日	日曜、月曜
年間売上高	6,145,108 円(07年5月~08年1月現在)		

『パン工房八兵衛 図面』



## 店舗立上事例⑤

### パン屋、カフェ

#### 1. どうしてこの業種なのか

##### 【利用者はどんな特性があったか】

- ・ 知的障害を伴う自閉症
- ・ (話し)ことばでのコミュニケーションができないか、苦手(視覚的なコミュニケーションツールが必要)
- ・ 障害に関する理解のない人との関係づくりは相当困難
- ・ 作業能力は、高い

##### 【地域はどんな特性があったか】

- ・ 古い商店街
- ・ 障害のある人を家族に持つ家が数軒あり、町内の障害者に対する理解度が高く、開店に好意的
- ・ 学校や福祉施設がある
- ・ 周辺地域は、再開発で、新しいマンションや住宅街が増えている
- ・ 大手スーパーが正面。テナントでベーカリーも

##### 【なぜパン屋、カフェにしたのか】

- ・ (社福)むそうですすでに障害のある人たちがやっている実績がある
- ・ 福祉職のスタッフでも、研修でパンを焼くスキルを身につけられる
- ・ パンが好きで、スキルもある利用者さんを想定できた

##### 【仕事の細分化】

パン加工、生地だし、ラスク作り、クッキー作り、袋詰め、開店準備、掃除、洗濯、事務手伝い、広告ポスティング、買い物、配達仕分け、配達、納品、片付け、タグづくり、シール貼りなどなど。

パン屋、  
カフェ



#### 2. どのような開店準備が必要だったか

##### ハード面

##### 【店舗設計】

- ・ お客様の出入りが多い café と、利用者さんの仕事の場所を、できるだけ離す、遮断する
- ・ ひとりひとりの専用作業場所を確保するためのレイアウト

##### 【什器ほかの準備】

- ・ 火を使わない
- ・ 利用者さんの専用作業スペースを確保するための配置

##### 【開店資金】

- ・ 後援会からの寄付金
- ・ 日本財団からの改修助成
- ・ 自己資金

##### ソフト面

##### 【技術修得】

- ・ 敷島製パンのアカデミーでの研修
- ・ 敷島製パンのトレーナーによる実地指導

##### 【商品の品質維持】

- ・ 管理者によるチェック(販売できないと判断したものは、利用者さんの仕事から外す。逆に、利用者さんにできないものは販売しない)
- ・ 敷島製パンの担当者のフォローアップ

##### 【その他】

- ・ オープンイベントで多くの人を集めすぎない



←わかりやすいように、こんな工夫も

### 3. 日常の店舗運営はどうしているか。

<p><b>【仕入リスト】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ パン生地</li> <li>・ 食材</li> <li>・ ヤクルト</li> <li>・ ジャム</li> <li>・ 包材などの消耗品</li> </ul> <p><b>【仕入で気をつけていること】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 生地在庫を一定(冷凍庫の容量)以上にしない</li> <li>・ 注文に合わせて、できるだけロスを少なく</li> <li>・ 欠品を出さない!</li> </ul>	<p><b>【店員ローテーション】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 月ら金まで、支援スタッフ 2 名は、ランダムなローテーションにするよう気をつけている</li> <li>・ 朝夕の送迎は、専任パートスタッフ 2 名、店番を主とするパートスタッフ</li> <li>・ 利用者さん 5 名は固定(仕事内容は、日によって少しずつ違う)</li> </ul> <p><b>【店員ローテーションで気をつけていること】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利用者さんが、曜日固定でないとだめ、にならないように主となる(司令塔となる)支援スタッフ 2 名はランダムなローテーションになるようにしている。</li> </ul>
---	---

<p><b>【その他】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ お客さんが多い時間帯には、利用者さんは、バックヤードの仕事や外回りの仕事に配置。(苦手な人混みや接客に遭遇しないように配慮)</li> <li>・ お店の仕事は、接客と経理・販売管理の仕事以外は、できるだけ利用者さんにやってもらえるよう努力する(どうやったら、利用者さんの仕事にできるか、を考え支援を組み立てる)</li> </ul>
--

<b>【予算(概算)】</b>			
<b>収入</b>		<b>支出</b>	
売上	4,700,000 円	売上原価(仕入)	3,000,000 円
訓練等給付費	6,600,000 円	人件費	4,300,000 円
その他利用者負担金	830,000 円	賃借料	180,000 円
		広告宣伝費	150,000 円
		その他経費	2,100,000 円
		会計区分間支出	2,000,000 円
<b>収入合計</b>	<b>12,130,000 円</b>	<b>支出合計</b>	<b>11,730,000</b>

### 4. 開店年表

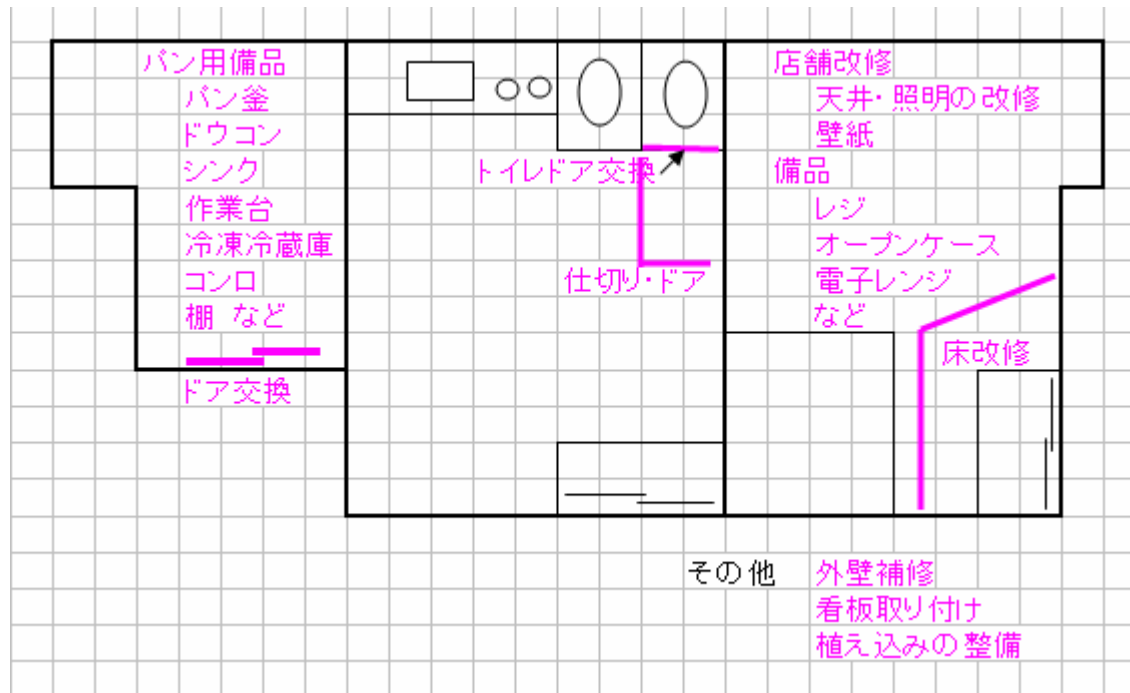
年月	内容
2006 年 7 月	スタッフ 1 名パン研修
9 月～	物件探し
10 月	賃貸契約
	日本財団助成決定
11 月	改修工事開始
2007 年 1 月	竣工

年月	内容
2007 年 2 月	トレーニング開始
3 月末	プレオープン
4 月	本格オープン

#### ■ 店舗概要

店舗名	パン工房まっついて&café ほっついて (社会福祉法人ぐんぐん)	開業年月	2007 年 4 月
所在地	群馬県高崎市天神町 5		
店員数	利用者: 5 名 スタッフ: 5 名		
営業時間	10:00~17:00	定休日	土曜、日曜、祝日
年間売上高	4,700,000 円		

『パン工房まっという&caféほっという 図面』



### 3. 実施内容

#### (1) 駅前商店街に出店

これまで見てきた「事業の立ち上げ」「店舗の立ち上げ」について、本研究事業に当てはめていきたい。

本研究事業は、半田市の駅前商店街に今回はじめて障害者福祉事業所が店舗を構える、という事例である。今回の事業および店舗としては、以下のようになる。また、商店街ほか地域とのコミュニケーションのとり方については、第四章にまとめてある。

- 事業立ち上げ  
日中活動系サービス 就労移行支援
- 店舗立ち上げ  
そば屋・大判焼き屋

#### (2) 事業の立ち上げについて

日中活動系サービス 事業モデル <本研究事例>

就労移行支援

##### 1. 事業イメージ

駅前店舗（そば屋・大判焼き屋）

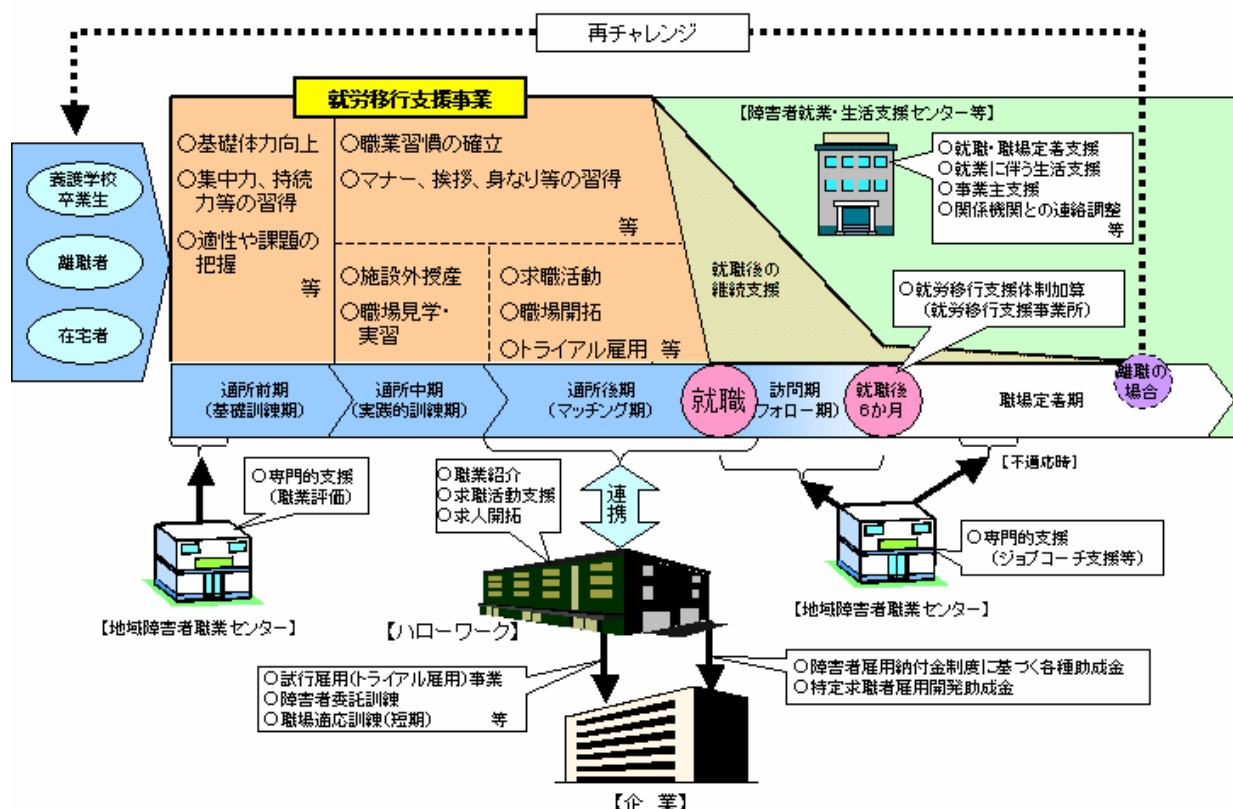


2. 一日のスケジュール予定  
駅前店舗（そば屋・大判焼き屋）

		9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	
職員	指導員1		作業補助				作業補助			会計他
	指導員2		地域回り				地域回り			
利用者	利用者1		調理補助				調理補助			
	利用者2		盛り付け			皿洗い他			盛りつけ、皿洗い他	
	利用者3		接客				接客			
	利用者4									

<附> 就労移行のイメージ図

## 就労移行支援事業と労働施策の連携





### (3) 店舗の立ち上げについて

#### そば屋・大判焼き屋

#### 1. どうしてこの業種なのか

##### 【利用者はどんな特性があったか】

- ・ 自閉症で時間にこだわりがある。仕事は丁寧である。
- ・ 数字を読むのが得意である。
- ・ 水が好き。

##### 【地域はどんな特性があったか】

- ・ 駅前商店街の中にある。
- ・ 40-50代の観光客が多い。
- ・ ミツカン、市役所が近くにあり通勤時に社員・職員が横を通る。
- ・ 近くに飲食店は比較的多い。
- ・ 運河沿いは、魅力再発見事業を行い活気がある。
- ・ 地域に愛着のある人が多い。

##### 【なぜそば屋・大判焼き屋にしたのか】

- ・ ミツカンには1000人の従業員がいるが、社内の食堂は400人しか入れない。
- ・ 近くには、ラーメン屋とうどん屋は既にあった。
- ・ 昔、商店街に大判焼き屋があったらしく、その復活を望む声が地域に多かった。
- ・ 地域から、ちょっと休める甘味処のような店が求められていた。
- ・ 観光客がちょっとお土産がてら買って行けるものにしたかった。

##### 【仕事の細分化】

そばをゆでる、もりつけをする、粉を計る、大判焼きの生地をつくる、大判焼きの焼き印を押す、いなり寿司をつくる、レジを打つ、洗い物をする、清掃をする

そば屋  
大判焼き屋



#### 2. どのような開店準備が必要だったか

ハード面	ソフト面
<p><b>【店舗設計】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ お客さんにお年寄りも多いと想定して、車イスでも入れる店舗に。</li> <li>・ 利用者同士がぶつからないように導線はきちんと確保した。</li> <li>・ 障害者が働いているところがよく見えるような配置にした。</li> </ul> <p><b>【什器ほかの準備】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ そばのゆで時間や大判焼きの焼き時間が間違えないように、全てにタイマーを設置した。</li> <li>・ セルフサービスにした。</li> </ul> <p><b>【開店資金】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日本財団、自己資金</li> </ul>	<p><b>【技術修得】</b></p> <p>&lt;そばの作り方&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 気になるお店を回った。</li> </ul> <p>&lt;大判焼きの作り方&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 調理師が学んできて、スタッフに伝授。</li> <li>・ 大判焼きの機械を扱う店で練習させてもらった。</li> </ul> <p><b>【商品の品質維持】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 専属調理師によるチェック。</li> <li>・ 分量を目分量ではしない(必ず計量する)。</li> <li>・ 写真付きで分かりやすい説明パネルを設置する。</li> <li>・ 舌の肥えたお客さんが、率直な意見を言うってくれるので、それを反映させる。</li> </ul>



**【仕入リスト】**

- ・そば(信州から)
- ・スープの素
- ・大判焼きの粉
- ・卵
- ・あんこ
- ・惣菜(冷凍パック)
- ・包材 など

**【仕入で気をつけていること】**

- ・在庫のチェックを怠らずロスが発生しないように気をつける。
- ・お客様のニーズに常に敏感になっておく。

**【店員ローテーション】**

- ・スタッフ 2 名
- ・利用者 4 名

**【店員ローテーションで気をつけていること】**

- ・昼食時にはそばが売れるので、大判焼きとそばをつくる時間的なタイミングを図りながら、スタッフも仕事に貼り付ける必要がある。
- ・土日は観光客も来るため、スタッフを厚めに配置する。
- ・今は定休日が 2 日だが、利用者・スタッフが慣れてくれば、定休日を 1 日でできるようにしたい。

**【その他】**

- ・ そばと大判焼きとで、売れる時間帯が異なるので、大判焼きをつくる時間帯を精査する必要がある。
- ・ 店舗が外からよく見えるので、常に清潔感を保っておく。
- ・ 店内では休憩しない。

**【予算(概算)】**

収入	
売上	15,900,000 円
自立支援費	6,292,920 円
<b>収入合計</b>	<b>22,192,920 円</b>

支出	
売上原価(仕入)	7,950,000 円
人件費(工賃込)	6,300,000 円
賃借料	1,560,000 円
広告宣伝費	0 円
その他経費	1,328,000 円
会計区分間支出	2,270,584 円
<b>支出合計</b>	<b>19,408,584 円</b>

年月	内容
2007 年 6 月	本調査研究事業開始
7 月	地域・商店街と打ち合わせ 地元の祭りに参加
10 月	日本財団の助成金決定
12 月	改修工事開始
2008 年 1 月	大判焼き試食
2 月上旬	工事完了 引渡し
2 月末	プレオープン

年月	内容
2008 年 3 月 1 日	オープン

■ 店舗概要

店舗名	狐坊庵 (社会福祉法人むそう)	開業年月	2008 年 3 月
所在地	愛知県半田市銀座本町3-15		
店員数	利用者: 4 名 スタッフ: 2 名		
営業時間	10:00~18:00	定休日	木曜
年間売上高	15,900,000 円		

## 4. 考察

### <事業について>

#### (1) 自立支援法の規制緩和を有効活用する

自立支援法では、比較的重度を対象にした生活介護事業であっても「生産活動」が可能であり、障害者の「働きたい」というニーズに応えることができる。雑貨屋などの店舗運営も充分可能であることが分かった。

また、施設基準が緩和されたことは大きく、本研究事業のような商店街の空き店舗を利用したお店を構えることも可能となった。空き店舗以外にも、空き教室や空きハウス(ビニルハウス)など、多様な活用の仕方があると思われる。

#### (2) これからの福祉人材は、福祉のことだけでは駄目

これからの福祉人材は、福祉の技術だけの人材ではやっていけない。こらからの「地域福祉」を担っていく人材となるためには、地域との接点を持つための、福祉以外の様々な能力や関係性構築を必要とする。

例えば、生活介護事業に関しては、どんな重度の障害者であっても「働きたい」というニーズを妨げない、ということから、「この人にはどういう支援があれば働けるのだろう」と、できないことではなく“できること”に注目し、それを地域の人々にも分かってもらう努力を重ねられる人材でなければならない。就労移行支援事業では、文字通り就労させることが目的なのだから、就労先の企業等との付き合いができなければならない。企業等のビジネス習慣が分かっているだけにあらず、彼らは障害者に対して理解があるとは限らないわけだから、そのような人にも障害者が「働く」とはということかの理解を求めていく必要もある。

### <店舗について>

#### (3) 地域との関係性がなにより大事

開店から半月しか経っていないが、店の売れ行きは非常に好調である。これもひとえに開店までの間、商店街をはじめ地域の人々からいろんなアドバイスをもらったからだと思われる。大判焼きをすることにしたのも、商店街の人たちからの勧めがあったからであり、予想を上回る売れ行きを見せている。

今まで、このような立地の良い場所に出店したことが無かったこともあって、開店初日からお客さんがこんなに増えるとは思っていなかったこともあり、準備不足だったところが多数あった。しかし、そのような時、商店街の人たちが、私たちの準備不足を怒りながらも、いろいろと協力してくれたことは有り難かった。

#### (4) 普通の店と普通の店員として迎えてくれた

意外にも、地域の方は、障害者の店を“普通の店”として迎えてくれた。店員(利用者)も特別扱いされるのではなく、普通の店員として接してくれている。その象徴として、この地域は味にうるさいお客さんが多く、それを率直に言ってくれる点にある。「障害者の店だから、これくらいでいいか」ということでは地域にお店は根付かない。地域にお店としてあり続けるためには、店としての品質維持は大変重要な要件である。私たちがそう思うからこそ、地域の人たちもこのように厳しい意見を言いながら協力してくれるのだろうと感じる。



## 第四章

### 商店街への出店事業における

### 地域コミュニケーション

# 1. 地域コミュニケーションの図り方

第4章では、福祉事業所が駅前商店街に出店する際の地域コミュニケーションの図り方について整理する。まず、地域コミュニケーションの重要性およびこれまでの経験をベースとした実学的アプローチについて述べる。つぎに、実施内容をプロセスと各コミュニケーションの場の観点から報告する。さらに、第三者による関係者へのヒアリング調査結果を整理する。最後に、本実験を考察し得られた知見を整理する。

## (1) なぜ、地域コミュニケーションが重要か？

障害者が働く店を商店街へ出店する際、なぜ地域コミュニケーションが必要になるのだろうか。ここでは、その理由について以下のように考えた。

### ①円滑に事業を推進するため

障害者の生活や活動、働く場を地域に求めるとき、近隣住民らの反対などがあり事業が途中でストップするケースがある。地域の理解や支援があって初めて事業が円滑に遂行される。

### ②継続的な経営を実現するため

障害者が地域で継続的に働いていくためには、支援者だけの力では十分ではない。顧客であり、理解者・支援者でもある地域の方々からの支援があって初めて実現する。一方で、障害者は癒しのある心地よい空間や、人間の優しさや学びに対する気づき、自らの活躍の場などを与えてくれる。地域コミュニケーションが上手く図られることで、図-1のような障害者をふんわりと包み込む地域の互惠関係を創出し、この関係の中で継続的な経営が実現すると思われる。

### ③福祉からまちづくりに貢献するため

高齢化が進む昨今、誰でも障害者と同様の立場になり得る。障害者に優しいまちというのは、誰にでも優しいまちではないだろうか。また、障害者が安心して住めるまちであることが、みんなが安心して住めるまちではないだろうか。地域や行政、企業との協働し、福祉の視点でまちづくりに貢献したい。

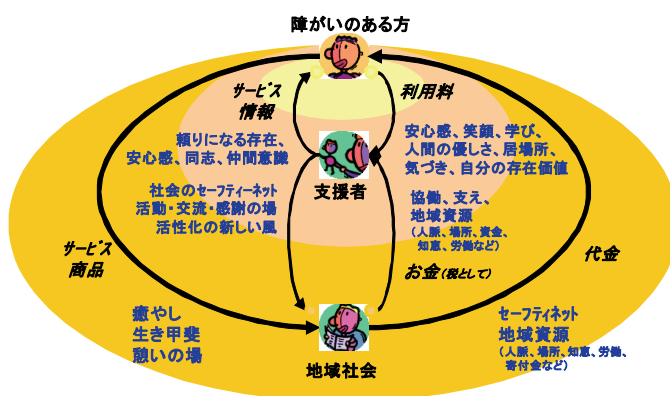


図-1 障害のある方を  
ふんわりと包み込む地域の互惠関係

## (2) 地域コミュニケーションの実践的アプローチ

### a. 基本的な考え方

地域コミュニケーションを実践する上での基本的な考え方を、これまでの事業者としての経験より整理する。

#### ①大切にしていること

- 地域の方々に必要な性をしっかり伝え、協力、支援をお願いする。
- 相手や地域の利益も必ず考える。
- 交流の場をつくり、地域活性化を巻き起こす新しい風となる。
- 分からないことは、素直に分からないといい、助言をお願いする。
- 失敗をしたら誠意をこめて謝る。同じ失敗をしないように対策を考える。
- 常に感謝の気持ちを抱き、表現する。

## ②地域との協働を実現させるために必要なこと

- 明確で強い想いをもち。
- 相手の興味関心事項をよく知る。
- 想いを伝える表現力をつける。

## ③協働のチームづくり

- キーパーソンにアクセスし、想いと実現の方法を伝える。
- 夢を語りあい、楽しみも苦しみも共にし、「自分達のお店」という意識をもち。
- 成長したいと思う人に寄り添い、共に学び合う。

## b. 地域コミュニケーションのポイント

---

これまでの事業者としての経験をもとに、地域コミュニケーションの要点を整理する。ここでは、事業の一連の流れを、思いや考えを巡らせている期間【構想段階】、実施に向けて計画をする段階【計画段階】、事業実施にあたり準備をする期間【事業化段階】、平常時（+トラブルが発生したとき）【維持管理段階】の4段階に分けて整理する。

### ①構想段階 … 思いや考えを巡らせている期間

- 事業のアイデアを思いついた場合、まずは信頼できるパートナーに話す。率直な意見を聞き、多様な視点からの質問に答える。5名程度に対して同様のことを行ない、その過程で事業構想を洗練させていく。
- 事業の目的、内容、関係者、メリット、デメリット、資金的な見通しなど、理念構想シートに整理する。
- 事業の主たるメンバーと意見交換を続ける。また、団体の責任者、中心的なスタッフ、事務局、ときどき事業に協力してもらうことになるであろうスタッフに、事業の内容や面白さを随時伝える。
- 事業推進チームを構成し、昼食の時や仕事の合間に直接会い、電話、メールなどにてコミュニケーションを図る。指示を必要とする内容、必須事項については、メール（文字ベース）で連絡をする。グループウェアで、互いに予定をチェックしあう。
- 事業によって異なるが、基本的にはすぐに次のステップに向けて動き出す。

### ②計画段階 … 実施に向けて計画をする段階

- 事業計画書（企画書）を書く。役割分担を明確にする。
- リーダーは、事業を始める時点で夢を明確に語る。
- まちを歩き、住んでいる人の雰囲気、生活のリズム、時間帯毎にその場にいる人の属性と流れ、交通手段、店舗の種類と立地条件を調べる。また、キーとなる人、言葉、時間帯など、まちの特徴を把握する。
- 行政機関の福祉課に行き、団体の理念と事業内容について説明した上で、商店街、区長、民生委員など地域のキーパーソンを紹介していただく。最初に誰に挨拶に行くべきか、順番も確かめる。
- キーパーソンに挨拶に行き、団体の理念と事業内容について説明した上で、まちの歴史、まちの常識などの情報や、事業の進め方について助言をいただく。他のキーパーソンについても教えていただく。
- 芋づる式にキーパーソンを見つけ、立場の異なる5名に理念に賛同し協力してもらえらる状態をつくる。
- 自分の言葉で地域や商店街の魅力を説明できるようにする。また、地域の人の名前と顔が思い浮かび、実際に動いている映像が自分の頭の中に立体的なイメージとして描けるとよい。
- 店舗の立ち上げ方は、企画書を書く段階で大体決まっている。基本的には、設計図を描いてもらう、入札業者を決める、備品リストを作成する、仕入れ先を選定する、作り方を習う、道具を用意するなどである。このとき関与する人は、大家、設計業者、工業者、備品の仕入れ先、材料の仕入れ先、ノウハウの仕入れ先、売り先などとなる。その他、大家との契約行為、駐車場の手配、利用者・スタッフの配置、日常のスケジュール計画などが必要である。
- 大事なものや流れを把握するため、経験の少ないスタッフがファイル管理やファックス送信を担当する。本当に勉強したいと思っている人は、そのファックスの紙を全部読み、不明な点を責任者に質問する。
- リーダーとスタッフは苦楽を共にすることで、一体感が高まり、権限委譲や人材育成が円滑にいく。

### ③事業化段階 … 事業実施にあたり準備をする期間

- 地域の商店街の人がやっていることを、同様に店主として実施する。
- コミュニティーの一員としてすべきこと(参加しなくてはいけない会議、掃除、イベントなど)を行なう。
- 地域のイベント情報は確実に取得し、欠かさず参加する。その際、できるだけ利用者と一緒に行く。
- 日常のコミュニケーションをきちんと図る。地域の方に会ったら、挨拶をする。
- 人間関係を広げるため、5分早く来て5分地域の人と話をするつもりで店舗に入る。
- 雪かきは店の前だけではなく、隣の家の半分くらいまでは行う。ゴミ拾いは、店の周りを全て行う。
- 飲み会に参加をする。冷静さを失わずかつ場を楽しむ。
- 歯医者、買物、車の修理、カメラの現像、美容院など、普段からできる限り地域のお店を利用する。
- はじめてできた商品はみんなに食べてもらう。
- お歳暮やお中元などの定期的な挨拶ごとを行なう。なるべく手渡しをしてコミュニケーションを図る。
- 極論は、その地域に骨をうずめる、そこで生きる覚悟をすることが大事。働くだけの場所ではなく、暮らす場所、自分がそこで何かを成し遂げる場所とすること。

### ④維持管理段階 … 平常時(＋トラブルが発生したとき)

#### 継続し続けるためのポイント

- 共通の話題を見つける。
- 全ての関係者に存在の重要性と必要性を感じ、感謝の気持ちを抱き、常にそれを言葉や態度で伝える。
- 事業が沈み傾向の場合は、何かの刺激や、支援、応援がないと立ち行かなくなる。一生懸命やっても、離れて行く人はおり、そういった人のところへ訪問したり、電話をかけた、はがきを出して、再度来てもらうようお願いする。来てくださった場合に以前と変わったことを聞く。離れていく人には、離れていく理由がある。その理由を教えてもらうことが重要。
- 危機が訪れた場合には、前の資料などを見直す。何のために事業を始めたのか。もう一回振り返りをする。公言する機会がある場合、公言し、自分を律する。

#### 問題という形で起こらない場合の危機を察知する

- 僅かな異変から危機を察知する。例えば、仲間や親御さんや地域の方に、最近現場に行っているかどうかを問われたとき、いつもとは違う時期に電話がかかってきたとき、突然食事や毎年恒例の地域の行事に熱心に誘いをいただいたときなど。
- 利用者の一言一言から察知する。何かを伝えたいときに何気に近づいてくる。そういう場合には、絶対に問題を解決するという覚悟を持って傾聴する。
- 危機を察知した場合は、まずは実情を把握する。スタッフから情報を聞く。現場に行き、地域の人の顔色、スタッフが声をかけているときの口調の強さ、視線の先にあるもの、利用者さんと地域の人とスタッフの位置関係(地域の人のとなりにいるのか、スタッフのとなりにいるのか、まったく外れたところにいるのかなど)を見て、利用者の立場を理解し、問題を把握する。トイレが綺麗かどうかもチェックする。
- スタッフの目と利用者の目から、管理者が不在のときの様子を把握する。地域の人が困ったときに最初に声をかける人が、そこで一番頼りになる人である。
- 状態を把握し、その原因を追求する。何のための事業かという根本をもう一回確認し、その上でどうしたらいいかを考える。
- 地域の方は事業者の対応をシビアに見ていることも忘れない。

#### 謝罪の仕方

- 何か問題があった場合は、まずスタッフ、もしくはその情報源を持ってきた人に対して情報収集をする。このときに、その後の展開のストーリーを考える。
- つぎに、相手方のところへ事情を伺いに行く。
- その上で的確な謝罪を行い、再発しないための対策を、その場で破談できるものであれば伝える。
- すぐに解決が難しい場合は、解決方法を書面にて持参する旨を期日とともに伝える。



### (3) プロセスデザインの考え方

本社会実験における地域コミュニケーションの図り方の検討や、今後につなげる考察を行うにあたり、プロセスデザインの考え方を参考としている。ここでは、基本的な用語の定義と考え方を整理する。

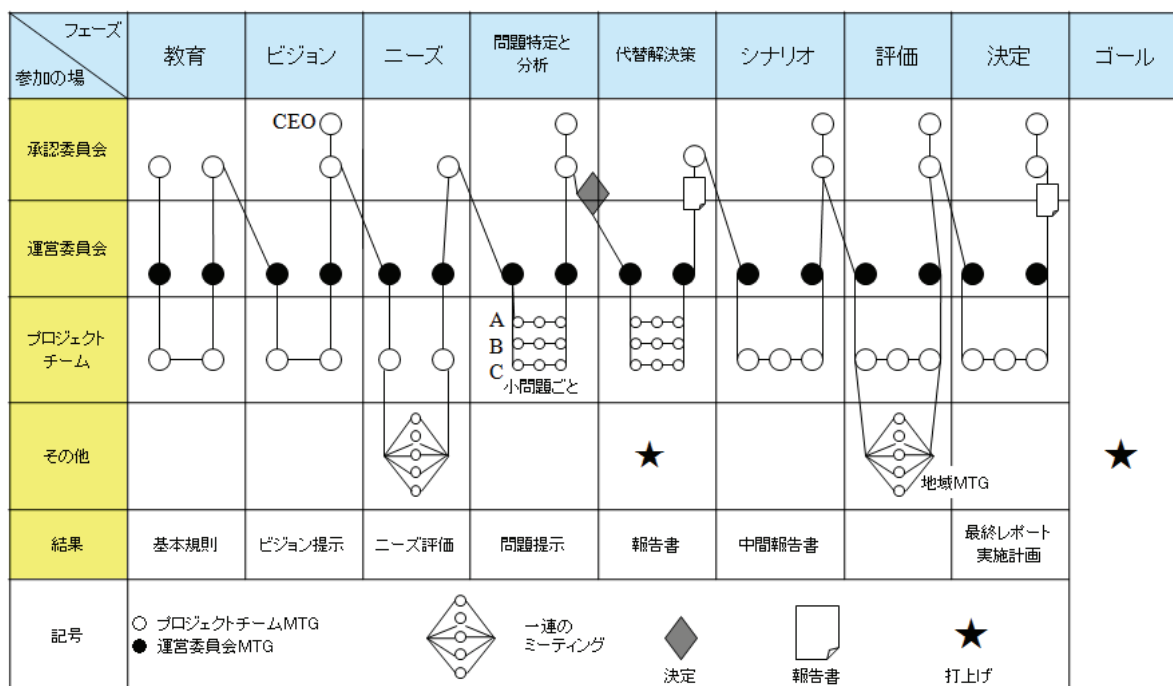
#### a. プロセスデザインとは

「プロセスデザイン」とは、「作業手順をあらかじめ明確化すること」である。計画・設計を場当たりに進めるのではなく、構想、計画、設計、施工、運営・管理といった各段階に発生する業務や、関係する主体相互の役割分担、連携方法、スケジュール等について、あらかじめ効果的に立案する。実際の検討プロセスでは、関係者間の調整に手間取ったり、当初のスケジュールが変更になるといったことがしばしば起きるが、これを可能な限り防ぐため、あらかじめプロセスデザインを行っておくことが重要である。とくに、全体の業務の流れのなかで、調整不足や役割のあいまいさ、手順の混乱などにより、計画の手戻りが発生しないように留意して計画・設計を進める。

このプロセスデザインとは、モノや空間、環境づくりの現場で最近取り入れられている手法である。「ユーザーである住民の方々の満足度が高まるかどうかは、出来上がるモノや空間のスペックだけでは決まらない。どんな過程を経て、どんな人々と信頼を築きながら、一緒に出来上がりの案を模索していけるか、その「プロセス」が、最終的にモノや空間の価値を大きく左右する現実がある。こういったことから価値を生み出すためのプロセスをデザインする、それがプロセスデザインだといわれている。

#### b. プロセスマップとは

プロセスの流れを把握するために、活動、意思決定ポイント、再作業ループ、引継ぎなど、プロセスに含まれるあらゆる要素を図示したものを「プロセスマップ」という。図による説明は過小評価されがちだが、多くの人々が関わり、様々な組織の会議や活動などが入り組む複雑なプロセスを一連の流れとして明確に記すことができる。例えば、縦軸に参加やコミュニケーションの場、横軸に時間に沿ったものごとのフェーズを記すと、図-2のようなプロセスマップを作成することができる。



※コンセンサス・ビルディング・ハンドブックより

図-2 プロセスマップの例

## 第四章 商店街への出店事業における地域コミュニケーション

### 2. 実施内容

商店街への出店事業において実施した構想段階、事業化段階の地域とのコミュニケーションプロセス、各コミュニケーションの場について整理する。

#### (1) 地域とのコミュニケーションプロセス

事業が始まる段階で計画した地域とのコミュニケーションプロセス【計画プロセス】(2007年8月作成)と、店舗が開店した後に振り返り記録した地域とのコミュニケーションプロセス【実施プロセス】(2008年3月作成)を以下に図示する。縦軸をコミュニケーションの場、横軸を時間(月)とし、いつどのようなコミュニケーションの場をもつか／もたれたかを示している。

両者を比較すると、事業主体内部のコミュニケーション、コアメンバー会議、視察等出店に係るコミュニケーションの場自体が増加し、各場において多数の会議等々が行われていることが分かる。これらは、計画時に十分想定をしきれていなかったことであり、プロセスデザインが綿密ではなかったことと、地域とのコミュニケーションを図っていく上で、地域に受け入れられ情報や参加の機会を獲得することができたことに起因すると思われる。当初把握していた地域のイベントではあっても、実際には開催前に地域で会合がもたれその準備にあたることになった。事業の主たるメンバーのみでは対応ができなかったため、他のスタッフで対応することとなった。地域イベントの数が多いということは、商店街を自ら良くしていこうという意欲の現われでもあり、予想外の対応が必要となったが、非常に良い環境であったといえる。

また、実施プロセスの2007年9月～11月をみると、ワーキング会議の空白期間があることが分かる。これは、内部の体制が決定していなかったこと、プロセスが確定されていなかったこと等で、事業が停滞していたためである。この時期は事業所から商店街への連絡がなく、メンバーや地域住民の方を不安にさせることになった。また、地域の状況把握のためのまちあるき(7、8月)が遅かったことが要因で、8月ごろに地域の方に伝えていた「お好み焼き屋」から、「そばと大判焼き屋」への変更することとなった。この変更は、昔の地域にあった思い出の店を期待していた住民にとっては寂しい結果となった。諸事情によりスケジュールや内容を変更した場合には、忙しい中であっても適宜連絡が必要である。

#### ■地域とのコミュニケーションプロセス【計画プロセス】 <2007年8月作成>

月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
出店スケジュール		3 採択決定		改装	1 オープン					
WG会議			9 事業説明 スケジュール、地域の状況 関係者、PR方法を聞く	お店のイメージ 対策の相談	山車祭りの方法	イルミネーションの方法 地域の現状把握	啓発的勉強会 の相談	来年度事業計画 文章依頼		
地域イベント			18,19 盆踊り		6,7 山車祭り		イルミネーション			雑祭
挨拶 啓発活動	事前調整	挨拶まわり・調整			企業向け勉強会			関係者の意識調査		
広報活動 ・役所(議員、市民、プレス) ・商工会(月報) ・むそ(web、回覧板)										
研究事業の 委員会										

## ■地域とのコミュニケーションプロセス【実施プロセス】 <2008年3月作成>

月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
出店 スケジュール		3 採択決定					27	改装工事	10 23 24 29 リニューアル 内覧会オープン	1
事業主体内部の コミュニケーション (tel, email, グループウェア)		[継続的コミュニケーション]								
WG会議			9 19 27				27	10		13 27
コアメンバー会議	個別のコミュニケーション				13 19	1	1 27	密なコミュニケーション		
視察						23 24 九州		18 19 三重 名古屋 名古屋 多治見	6 豊川	
調査			まちな歩き					9 11 14 ステークホルダー分析	16 アンケート	
地域イベント			18 19 26 27 盆踊り バーベキュー		6 7 山車祭り		3 イルミネーション	17 新年会		1 2 雑祭り
挨拶 地域の活動	事前調整	挨拶まわり調整	10 27 近隣挨拶 山車祭りWG	廃品回収	26 雑祭りWG	廃品回収	6 14 26 雑祭りWG 近隣挨拶WG	あひさつ、立ち話、掃除等 日常のコミュニケーション	27 雑祭りWG	廃品回収
啓発活動		2 10 障害者 理解促進講		13 商工会						
広報活動 ・新聞 ・むそ(ウェブ) ・地方紙(エディット) ・TMH(どまん中) ・祭りのパンフレット									27 新聞社まわり tel, faxなど	1 新聞発表 (朝日、中日、 読売、毎日)
研究事業の 委員会			9 11	3 19	3 24	5 28	18 28	16	1 21	7
				11	14	14	6	8 28	11 19	4 11
				21	26	20	6		1 6 19	4 12

### (2) 多様なコミュニケーションの場

(1)の実施プロセスで示したとおり、コミュニケーションの場として、事業主体内部の会議等、ワーキング会議、コアメンバー会議、視察、調査(ステークホルダー分析、アンケート)、地域イベント、地域活動、啓発活動、広報等を利用した。ここでは、各コミュニケーションの場を紹介する。

#### a. 事業主体内部の会議、立ち話、電話、電子メール、グループウェア等

事業主体内部でのコミュニケーションは、会議に限らず、頻繁に少なくとも1日一回は顔を合わせるようにし、電話や電子メール、グループウェア等を利用してコミュニケーションを図るべく努めた。とくに、事業の責任者から店舗の運営責任者への権限委譲および人材育成も課題であったため、ともに夢を語り、苦楽をともにし、報告・連絡・相談を頻繁に行った。必ず実施しなくてはならないことについては、文字ベースで記録が残るよう電子メールを利用した。また、スタッフ間の日程調整や予定を確認するためにグループウェアが機能している。

## b. ワーキング(WG)会議

出店事業を円滑に進めることを目的とし、ワーキング会議を設置した。構成メンバーは、商店街、商工会議所、半田市役所(福祉課、商工観光課)、事業主体、研究主体より選出された表-1の13名である。また、ワーキング会議は、合計7回開催された。議事概要を表-2に整理する。また、必要に応じて非公式なコアメンバー会議が多数開催された。

表-1 ワーキング会議のメンバー

所属機関・組織名	役職名	氏名(敬称略)
半田駅前商店街振興組合	理事長	新美 武夫
半田駅前商店街振興組合	副理事長	内田 哲也
半田駅前商店街振興組合	副理事長	竹内 元章
半田駅前商店街振興組合	専務理事	田中 宏幸
(株)タウンマネジメント半田	専務取締役	柴田 哲治
半田商工会議所	中小企業相談所長	前田 隆
半田市福祉部福祉課	副主幹	小野田 靖
半田市福祉部福祉課	書記	桂 優子
半田市市民経済部商工観光課	書記	赤坂 英寿
社会福祉法人 むそう	理事長	戸枝 陽基
社会福祉法人 むそう	担当職員	加藤 春菜
特定非営利活動法人 ふわり	副代表	加藤 恵

表-2 ワーキング会議の議事概要

回	日時・場所	出席者	議事概要
第1回	2007年8月9日 19:00~21:00 旧パール化粧品店舗	メンバー12名、 藤本哲史、 原田桂	趣旨説明、自己紹介の後、市民盆踊り、内覧会、山車祭り等今後の日程を確認した。また、出店店舗イメージとして、飲食店のメニュー内容、メニュー案、お土産、お酒、客層・時間帯のイメージ、店内の配置について説明した。さらに、関係者への挨拶、広報、周辺への配慮等についても話し合った。
第2回	2007年8月19日	メンバー12名	今までのイベントでの実施の様子について意見交換を行った。今まで、商店街でイベントなどを実施してこられた立場からイベント時のアドバイスや地域への配慮についてなどの意見をいただいた。また、今後ある地域イベントについての案内や方法について話し合った。
第3回	2007年8月27日	メンバー12名	今後の事業実施計画について再度説明を行った。また、その際に挨拶に行くべき場所やキーパーソンについて紹介およびアドバイスをいただいた。また、研究事業で実施したい項目についての説明し、その際の協力をお願いした。
第4回	2007年12月27日 19:00~21:00 旧パール化粧品店舗	メンバー12名	研究事業、報告書目次案について説明した。また、研究事業で委員の皆様にご協力いただきたいこととして、委員会日程、ヒアリングの依頼、視察(九州、県内)について検討した。店舗の営業に関しては、営業時間と営業日について意見交換をした。最後に図面を説明した。
第5回	2008年1月10日	メンバー12名	そばの試食を実施。現地の方の年代層や観光客の客層などを含めた意見をいただいた。また、視察場所の説明およびその趣旨を説明(それぞれの視察先のパンフレットをもとに説明がある)し、現時点での地域の方の意見やアドバイスをいただいた。
第6回	2008年3月13日	メンバー12名	ステーキホルダー分析の結果の確認および現時点での研究事業の報告案を確認していただき、意見をいただいた。同じように中心市街地で今後店舗を展開していく上でのポイントや今回の反省を生かした意見をいただいた。またこの研究事業を通しての商店街および行政としての意見および考察をいただいた。
第7回	2008年3月27日	メンバー12名	研究事業での結果報告を行なう。その結果、今後商店街で実施されるお店がどのような点に気をつけて実施していくべきか?この後の参加すべき会議およびイベントについてご意見をいただく。また、今後視察が来る可能性があることも説明し、今後同じような事業を実施する全国の事業所への説明協力をお願いする。【予定】

### c. 視察

商店街への福祉事業所の出店に関して先進的な取り組みを行っている商店街もしくは福祉事業所への視察を行った。参加者は、事業主体、研究主体、およびワーキング会議のメンバーが中心となっている。この結果は、本報告書の2章に詳細に紹介されているため、ここでは概要のみ表-3に整理する。

表-3 視察の一覧

視察先	日時・場所	参加者	事例概要
雁道商店街	2008年1月18日	3名	商店街の外からお年寄りのサービスを導入することによって活気を取り戻した商店街の事例。
コミレスネットこらぼ屋	2008年1月18日	3名	駅前商店街に、地域の中で弱い立場にある人材を雇用して商売をし、地域に役立っている事例。
株式会社コミュニティータクシー	2008年1月19日	3名	商売を本業とする経営者が商売と地域ニーズの双方を重視してタクシー会社を経営し成功している事例。
NPO 法人介護サービスさくら	2008年1月19日	3名	商店街の中に介護事業所が入り活性化している成功事例。商店街の人はどう受け入れ、どう溶け込んだのか。
豊後高田 昭和の町	2008年1月23日	9名	商店街が、町並みを新しくするのではなく、昔に戻すことで、活性化した事例。
街かど福祉・人の駅 ほっとかん	2008年1月24日	9名	商店街の中に障害者の店が入っている事例。どう受け入れられ、どんな機能を果たしているのか。身障者のトイレで人くるとい特徴がある。
NPO 法人楽笑	2008年2月6日	11名	漁港、地域の中の祭り組みなどの既存の関係性の中で、上手く溶け込んだパン屋を営む事業所の事例。
豊川稲荷美人おかみの会 稲美会	2008年2月6日	11名	商店街を旦那さん達ではなく新しいに担い手であるお上さん達が企画し活動して活性化させている事例。

### d. 地域の活動

地域のイベントには積極的に参加した。ここでは、関与した地域イベントの概要を表-4に整理する。山車祭りや雛祭りは地域でも大きなイベントであり、事前に準備のための会合が開催された。

表-4 地域のイベント一覧

イベント名	開催日時	内容
盆踊り	2007年 8月18～19日	盆踊り会場のちょうど真ん中に店舗が位置すること、地域の方との交流の場になることも含めて、盆踊りへの参加の声をかけてくださった。盆踊りの際は、障害のある方とともにだんごや焼き鳥・お好み焼きを出した。たくさんの方が買いに来てくださり、地域の方との交流もできた。また行政の方や商店街の方が一緒に盆踊り会場の中を歩いてくださることで、たくさんの方に紹介いただき、この町の会うべき人への挨拶ができた。また、商店街のはっぴを貸していただいたことで、町の人からも商店街のメンバーであるという目で見えていただくことができ、スタッフの間でも商店街に入った喜びを感じることができた。
中区 パーベキュー 大会	2007年 8月26～27日 9:00～13:00	商店街理事長よりお誘いをいただき、中村公園にてパーベキューを行った。地域の方に、むそうの紹介をしていただく。廃品回収情報を入手。敬老会の方からは、大判焼きとかのお店はこの辺にはないからいいことだ。いっぱい売りましょう！と。中区の方からは、盆踊りのお好み焼きと焼き鳥はおいしかった。この辺りは、子供はいても、外に遊び場がないから、でてこない。遊べる場ができたらいとおっしゃっていた。
はんだ山車まつり	2007年 10月6～7日	半田市をあげて実施している5年に1回のはんだ山車まつりの会場が店舗実施地域の目の前にある。ここに障害のある方の働く場所ができるアピールも含めて仮店舗を出した。委員の方から片手で食べられるものというアドバイスをいただき、現状他店舗で実施しているパンに工夫をして販売した。祭りということもあり、パンの販売は微妙であったが、まつり関係者を含め、地域の方との交流のきっかけになった。
イルミネーション	2007年 12月3日～ 2008年 1月7日	駅前およびその周辺の商店街をともしイルミネーションにスタッフ3名が参加した。このときは、実施が夜であったこともあって、日中同じ商店街でお店を営んでいる方々とも交流ができた。比較的若い年代層の商店街の方々も含めて、イベント実施後に食事を取るなどの交流もでき、また新たな地域の方との交流を図ることができた。

新年会	2008年 1月17日	商店街では、会員の方との新年会が毎年実施されている。その新年会にお招きいただいた。その際に自己紹介をさせていただく時間をいただいたことで、私たちが障害のある方とともに店舗をオープンしようとしていることやその趣旨を商店街の会員さんの多くの方に伝えることができた。会員さんの中にはお年寄りの方も多く、昔のこの町のにぎわっている様子や今どんな商売をやっているのかなどこの商店街の昔と今のお話を聞くことができた。
雛祭り	2008年 3月1～2日	ひな祭りイベントには大判焼を出す予定であったが、準備不足のため、パンの販売のみとなった。地域の中に新しくできた店舗にたくさんの方が足を運んでくれた。また、今までいくつかのイベントに参加させていただいたことや、廃品回収などにも参加させていただいたことで、地域の方がたくさん顔を覗かせてくれた。またその際にもお互いに「おひさしぶりです。〇〇さん！」と名前呼び合える方が増えていたことがうれしかった。

#### e. 日常のコミュニケーション(あいさつ、立ち話、廃品回収など)

日常行なわれたコミュニケーションの一部を表-5に整理する。

表-5 日常のコミュニケーション

種類	内容
地域への挨拶まわり	8月のはじめと、工事が始まる前には、ご近所への挨拶まわりを行った。工事が始まる前から日常のコミュニケーションがはじまった。事業が始まる前および工事の開始前など、ことある毎にワーキング会議に参加して下さっている商店街の方々が一緒について挨拶周りをしてくださった。「こんにちは、隣の〇〇ですけど・・・」と切り出して下さることで、ご近所の方も違和感なく話を聞いてくださるきっかけになった。商店街の皆さんが築き上げてきた信頼の上に、今の事業の展開があることを重く感じた。また、自分ごとのように「すみません。ご迷惑おかけしますがよろしくお願いします。何かありましたらご連絡ください」とお話をしてくださった。頼ってばかりではいけないが、力になってくれる方々が近くにいることを感じながら、事業を進めることができた。
廃品回収への参加 (月1回、第二日曜日)	ワーキング会議メンバーの皆さんに、廃品回収にも参加したほうが良いと教えていただき、月に1回の廃品回収に参加をした。廃品回収でも地域に住む方々との交流ができた。その際には、いつもお話をするワーキングメンバーだけでなく、地域にすんでいるお年寄りの方との会話をするきっかけにもなった。廃品回収が終わった後の缶コーヒーを飲みながらの会話の中で、どんな人がこの地域で暮らしているのかを知ることができた。
立ち話など	イベントに参加するごとに地域の方の顔と名前がわかるようになってきた。そうすると、商店街を歩くだけで知っている顔を拝見することになり、日に日に話をする人が増えていった。また、話をする会話の内容も増えていったように感じる。ただ単純にお店をオープンするのでは、見えなかった地域の人の顔を商店街のメンバーや行政の方が見つないでいってくれていると感じた。

### 3. 第三者によるヒアリング調査 ～ステークホルダー分析の実施～

#### (1) ステークホルダー分析の概要

##### ■ステークホルダー分析とは

ステークホルダー分析とは、ステークホルダー対話による合意形成(コンセンサス・ビルディング)を実際に始める前に、特定のテーマについて、誰が、どのような利害関係を有しているのか(＝ステークホルダーは誰か)、どのような対立があるのか、どのような共通の利害があるのか、実際に人を集めてプロセスを進める意味があるのか、を少し離れた不偏不党な立場にある人が評価するものである<sup>※)</sup>。

※参照: ステークホルダー分析に関するポータルサイト <http://www.stakeholderanalysis.org/>

ステークホルダー分析の基本的な流れは、以下のとおりである。

- ① 利害関係のありそうな人間を対象に「聞き取り調査(インタビュー)」を行なう。
- ② 芋づる式(snowballing)標本抽出により、聞き取り対象者を拡大する。
- ③ 聞き取り結果をもとに報告書素案を作成する。
- ④ 聞き取り対象者からフィードバックを取得する。
- ⑤ 報告書を一般公開する。

##### ■実施概要

本事業では、「ステークホルダー分析実施ガイドライン(案)」(2007年12月版)に基づき、ステークホルダー分析を行った。実施概要を以下に整理する。

項目	内容
目的	①商店街へ円滑に出店するため ②継続的に経営をしていくため ③まちづくりへの福祉からアプローチを考えるため ④他地域展開に向けた知見を獲得するため
調査期間	平成19年12月～平成20年3月
招集者	事業主体: 社会福祉法人むそう、 研究主体: NPO法人ふわり
評価者	パブリック・ハーツ株式会社
ステークホルダー	商店街(5)、商工会議所(1)、行政 福祉関係(2)、観光商業関係(1)、事業者(3) 計12名

##### ■事前準備

ステークホルダー分析の実施にあたり、以下の事前準備を行なった。

項目	内容
事前調査	・依頼者(むそう・ふわり)の理念、法人の事業、出店事業 ・障害者自立支援法下の福祉事業所のあり方
ステークホルダーリストの作成	・商店街、商工会議所、行政、事業者(計11+1名)
質問リストの作成	・“狐坊庵”との関わり(個人、団体) ・“狐坊庵”への率直な意見(経緯、現状、問題・懸念点など) ・商店街活性化について(継続的な経営のコツ、期待など) ・他に意見を伺うべき方
紹介状と依頼状の作成	依頼者が事前に口頭で依頼し内諾を得た上で、 ・紹介状は依頼者が作成し、ステークホルダーにFAX送信 ・依頼状は評価者が作成し、紹介状と共に依頼者よりステークホルダーにFAX送信

## ■聞き取り調査

つぎに、ステークホルダーに対して、以下のように聞き取り調査を行った。

項目	内容
日程調整	・ふわりからの紹介により日程調整
聞き取り調査の実施	・場所：現地 ・評価者：パブリック・ハーツ(株)
聞き取りメモの作成	・テープお越し →聞き取りメモの作成

## (2) 意見の整理

### ■意見項目の一覧

整理した意見の項目を以下に整理する。

大項目	中項目	小項目
A. 商店街への出店	1. 進め方	①年間のスケジュール ②実行体制 ③地域への入り方 ④地域との関係づくり ⑤地域への配慮の方法
	2. 事業内容	①目的 ②ターゲット ③メニュー
	3. 福祉事業所が商店街に出店するときのポイント	①基本的な考え方 ②事業所の信頼構築 ③障害のある方に対する理解促進
B. 継続的な店舗経営	1. 事業の成功イメージ	
	2. 経営のポイント	①理念 ②商品 ③営業・PR ④人材育成
	3. 地域との信頼関係づくり	①懸念点 ②毎日の姿 ③支援関係
C. まちづくり ～福祉からの アプローチ～	1. 商店街の活性化への貢献	①成功イメージ ②仕掛けづくり
	2. 観光資源としての活躍	①観光客の獲得 ②視察者の受入
	3. 地域ビジョンと各々への期待	



## ■意見の一覧

聞き取り調査より得られた意見を項目に従って整理する。ここでは、後の合意形成の必要性・可能性を探るため、過去の事実等に対する認識ではなく、将来を見たときの希望、要望に焦点をあてている。

### A. 商店街への出店

#### 1. 進め方

##### ①年間のスケジュール

- ・ 一般の商売人は1日の損失や営業・販売などの機会を考慮して動く。出店を決めてから開店するまでの時間は短縮できるように思う。
- ・ 先手先手で地域へアクションをしていくことが大切であろう。
- ・ 当初の予定からは大幅に遅れている。無理のない計画づくりが必要である。

##### ②実行体制

- ・ スタッフの方々は一生懸命やっている。
- ・ 特に心配していない。
- ・ 一部スタッフの体調を心配している。
- ・ もう少したくさんスタッフがこの事業に関わるとよい。

##### ③地域への入り方

- ・ 一般的には、組織の代表が事業に携わるスタッフとともに地域へ挨拶を行なう。責任者の顔が見えているという安心感は大切だろう。
- ・ 事業の責任者が地域へ挨拶を行うという方法でよいと思う。
- ・ 組織の代表は、節目節目に挨拶を行うとよい。
- ・ プレオープンの前には、ご近所に挨拶に行くことよい。

##### ④地域との関係づくり

- ・ 地域の資源回収やお祭りなどには、積極的に参加していきたい。
- ・ 地元企業、観光関係の方には、紹介者を通じて挨拶、PR、支援のお願いに行くと良い。
- ・ むそうやふわりが紹介されている新聞記事を多数持参し、この地域や全国の中心市街地の役に立ちたい、地元の人にご利用いただきたい、ご支援いただきたい旨を話すといい。
- ・ 企業の方に挨拶に行く際は、具体的に何をやるのかということをお伝えし、社員の方に周知していただくお願いをするとよい。資料やタダ券を持っていくとよい。
- ・ 趣旨をきちんと伝えられれば、難しいことではなく、構えずどんどん行くと良い。
- ・ イベントの準備の際には、直前に来て徹夜で作業をするのはもったいない。昼間に数日かけて準備することによって、地域の人たちもPRでき、盛り上がりを演出できる。
- ・ 商店街の近くを通るときには、なるべく顔を出すように心がけている。

##### ⑤地域への配慮の方法

- ・ 8月に動き出してから12月まで連絡が途絶えていた。何が起きているのか分からないという状態は不安である。
- ・ 夏のイベントの時に9月に店がオープンすると聞いていたがオープンせず、地域の人があの話しは無くなったのかと不安感を感じていた。最近そば屋になるという話しになって、店の内容が変わることへの不安感がある。本当に出店するのかという不安感に繋がる。
- ・ 事務的に会議をするときに情報を伝えるのではなく、店の前の掃除をし合っているときに近所の方や通りがかった方と会話するなど、日常の会話を大事にするとよい。
- ・ 福祉法人ではなくても、新店を出す場合は、ご近所や大家に大きなエネルギーを使う。工事現場へ行って、音やほこりなどで迷惑がかかってないか聞いたりするだろう。

## 2. 事業内容

---

### ①目的

- ・ 開店の準備時には、スタッフを含めて目指す方向を何回も確認することが大切。

### ②ターゲット

- ・ 土日に来る観光客だけでは食べてゆけないが、想定している日常のお客さん(近隣企業の社員など)だけでも成り立たないのではないか。
- ・ 大判焼は、子どもターゲットとする。
- ・ 食べに来るのは、半径 500 メートル以内の地域だろう。

### ③メニュー

- ・ そばは好みが分かれるので、大判焼をメインにしてもいいのではないか。
- ・ 昔、商店街にあったお茶常さんは子どもたちも買いにいけるお店だった。そこは電話注文も受けてくれたので、それをしたらどうか。
- ・ 試食会でのそばは、予想以上においしかった。
- ・ その土地にあった味付けの研究を大切にしていこう。
- ・ 「中に栗が入っている大判焼きが変わっていておいしい」など、口コミで広がるように、独特な商品づくり、メニューづくりが重要だと思う。

## 3. 福祉事業所が商店街に出店するときのポイント

---

### ①基本的な考え方

- ・ 店舗をやることと、商店街を含む地域でやることと、福祉事業所として障害の理解をどう深めるかということ。その 3 点をきちんと伝えられることがまずは大事だろう。
- ・ どの地域に入るのか、地域に入ってからどういう人間関係を作っていくのか、何かあったときのリスクマネジメントはどうするのかの 3 点を押さえないと地域に居続けるのは難しいと感じている。
- ・ 流行に迎合せず、自分たちの商品サービスを磨き続けることで、商店街の中でも生き残っていく店になる。
- ・ 地域の方々が、障害者の方の生活や職場を知っていて、障害者が働く店のイメージが持てるとうい。
- ・ 人付き合いの距離感や、土着のお年寄りへの溶け込みが大事。
- ・ 福祉事業所として、回覧板や地域への割引チケットのポスティングなど、事前のPRが大切だと思う。
- ・ 目の前にあることのみを見て全て内部で対応しようとするのではなく、外部に協力をお願いすることも大切にできるとよい。

### ②事業所の信頼構築

- ・ むそう・ふわりが目指しているものが見えると良い。
- ・ イベントの徹夜での準備は、本来の経済性から考えるとできないため、事業所に対する不安にも繋がる。

### ③障害のある方に対する理解促進

- ・ 先天的、後天的に関わらず自分や家族も障害者になる可能性がある。みなさんの理解を深めるチャンスになればいいと思っている。
- ・ 多くの方が、障害者に対して、単純な嫌悪感を抱いていることを懸念しているのではないか。それは、手足が曲がっているとか、何かができないため、多分死をイメージするからだと思う。特に死ぬということが日常から遠ざけられたため、経験がなく余計嫌悪感とか恐怖感が深まっているように思う。昨日まで温かったおばあさんが、冷たくなっている体験を子どものころからしてれば、当たり前のこととして受け入れると思う。触れ合ったことがないことによるものだと思う。

障害者雇用は業種にもよるが今の商店街の状況では難しいのではないかと感じる。理解が少ないと思う。逆に言うと、その理解促進のためにも孤坊庵にがんばってもらいたい。

## B. 継続的な店舗経営

### 1. 事業の成功イメージ

---

- ・ 福祉事業収入ではなく、売上でお店が回せる。
- ・ 反対運動などで地域の方々に全く受け止めてもらえない状態と比較すると、究極的には、障害を持った方が孤坊庵で、みんなが違和感なく付き合う状態を作れば、お店が成り立たなくても大成功だと思う。
- ・ 地域に受け入れられて、経済的にも成り立っている。より売上が上がり、障害者の方も受け入れられ、よいものを作るから他の人たちも来て、まちに人が歩くようになるといい。
- ・ みんなが集える楽しいお店にしてほしい。

### 2. 経営のポイント

---

#### ①理念

- ・ 地域の方と障害を持つ方や、地域の方同士をつなぐ役割を果たせたい。
- ・ 最初に関係スタッフ全員で店のコンセプト作りをすることが大切だと思う。

#### ②商品

- ・ リピーターを獲得する。
- ・ 商品開発を怠らない。
- ・ 商品に物語を作る。
- ・ お客様のニーズにあったものを提供する。

#### ③営業・PR

- ・ 試食会を開催したり、割引券を配るなどして、一度店へ来てもらうことが大切だと思う。
- ・ 待機中のバスの運転手・ガイドに大判焼の差入れをして、観光客に口コミで拡げて頂くなども営業の一手。
- ・ 大判焼を売るとき、5 個入りくらいでこだわりのパッケージを作り、直接お土産にできるようにする。魚福本店他でワゴン販売をさせてもらう。そのとき栗味は本店でしか購入できないなど仕掛けをしておくとうい。

#### ④人材育成

- ・ お客様一人ひとりを満足させるためには、顧客対応のスキルアップが必要。これは日々の失敗からのフィードバックが大切である。
- ・ アンテナを持った人と話しをするだけでなく、一緒にお店へ行き、箸の向きや、スタッフの動きを見たりして、具体的な意見交換をするとよい。
- ・ 先進事例やよい事例の視察は、イメージを作ることができるし、モチベーションも上がる。

### 3. 地域との信頼関係づくり

---

#### ①懸念点

- ・ むそう・ふわりが目指しているものが見えるとよい。
- ・ あやしい人が出たときに、その人が障害者だった場合、変なうわさが立つのが怖い。
- ・ うまく行きはじめたときに、距離を置いていた人たちの中で、排除の動きが出ないのかということが心配。
- ・ 小火を出したときなど、緊急時の対応は大丈夫なのか心配。
- ・ マイナスのアナウンスや口コミが始らないように、周りの方のポジティブな口コミが大切。
- ・ 問題があれば内向きに注意し、外にはあくまでポジティブなアナウンスをいただけると大変有難い。
- ・ 準備がまだ整っておらず不安。

## ②毎日の姿

- ・ 何か問題があったときに助けてもらえるかどうかは、店舗リーダーの力量が全て。いかに回りにアンテナを張って、気配りができるか。一見些細なことまで配慮できるようになるとよい。
- ・ 商店街のお店は、どこで買っても同じものは互いに買いあう。互助の精神が大切。食事も含めて、この町でお金を遣うことを考えるといいだろう。
- ・ 互いに共存共栄でやっていくという意識は大事だろう。

## ③支援関係

- ・ 行政としては、事業所が困ったときには相談に乗る。商店街や地域を時々覗いて、情報を集めそれらを事業所へフィードバックする役割は果たしたい。
- ・ 市役所や公的観光施設にパンフレットを置かせてもらうときの同行などサポートはできるだろう。
- ・ 大家さんも含めて隣近所に相談できる人たちを早く作ることが大事だろう。

## C. まちづくり ～福祉からのアプローチ～

### 1. 商店街の活性化への貢献

---

#### ①成功イメージ

- ・ 商店街にとって、人が歩くことが一番の元気につながる。人が集まってくる商店街になったらいい。
- ・ 今シャッターが閉まっているところに福祉事業所が入ることによって、活性化できたらいい。
- ・ 味を生かした商店街ができればいい。
- ・ 互いに共存共栄でやっていく。
- ・ 自然な見守りや広い繋がりがある商店街になるといい。

#### ②仕掛けづくり

- ・ JR 半田駅の昭和の風景をそのまま残して、岐阜県明智の大正村のように、町の中を歩いてもらう仕掛けを作りたい。
- ・ 蔵のまちから新しくできる中埜の美術館まで歩いてもらえる商店街になると人通りが増え、その結果、商店街への出店者も増えてくるだろう。
- ・ バリアフリーで身障者用トイレがたくさんある観光場所があると、それだけで絶対に流行るだろう。今後車椅子に乗る高齢者も増えるし、その家族を含めるとものすごい数になる。

### 2. 観光資源としての活躍

---

#### ①観光客の獲得

- ・ 半田市の観光産業振興計画に則って、半田の観光に一役買ってもらいたい。質の高い土産物などをうまく販売することによって、障害者の雇用も広げることができる。
- ・ 口コミだけでは厳しいだろうから、観光産業も巻き込んでターゲットとしていく必要があるだろう。
- ・ それぞれの商店街の中の店舗が個性豊かになり、観光客も足を伸ばすようなお店が増えるといい。
- ・ 今は土産物屋が少ない。半田の歴史が分かるようなもののお店の中にあると、それだけでも人の流れはかわるのではないか。

#### ②視察者の受入

- ・ 町を 100 メーターぐるっと歩いてもらうだけでも町がにぎやかになる。その繰り返しが大きいだろう。
- ・ 視察者から定額料を取って、それを 500 円ずつなどにばらして商店街で使える商品券にしてはどうか。
- ・ 周辺の蔵のまちの観光とセットで視察コースを設けていくのはどうか。
- ・ 視察と半田の観光をセットでできるとよい。
- ・ 見学者の駐車場をどうするか心配。近隣の人に苦情を言われないように対策しておくべき。

- ・ 視察者が一度にたくさん孤坊庵にやってきて、他のお客が入れないということにはならないのか。
- ・ 年間 2000 人の人が来ると、名鉄や、ビジネスホテル、食事所、土産物品店等々も潤う可能性がある。

### 3. 地域ビジョンと各々への期待

- ・ 今小学生の子供達が障害者の子どもたちと触れ合う機会が少ない。孤坊庵が社会勉強の場として機能してくれたらいい。今すぐは難しいかもしれないが、将来的には子供達も入れる店作りがされるといい。
- ・ 半田駅前商店街への想いが強くある。そのため今回はかならず成功させたい。
- ・ 商店街のコンセプトなどをはっきりさせたり、メディアをうまく使えばまだ商店街として活性化する可能性は十分あるだろう。
- ・ みんなが集える楽しいお店にしてほしい。

#### (3)意見に対する考察

ステークホルダー12名の意見に対する意見の整理を踏まえ、とくに重要と思われる意見の共通点、相違点、懸念点、および今後に関わる情報について考察を行なう。

##### ①事業の進め方に対する意見の共通点、相違点

地域へ入る際に、はじめにキーパーソンを見つけてアクセスし、キーパーソンの理解と協力を得て協働で事業を推進した出店アプローチは非常に良かった、という意見は概ね共通している。最初は、法人の代表が事業に携わるスタッフと共に挨拶まわりを行い、その後はスタッフが商店街、行政、商工会、近隣住民、地元企業の方々と連携を図りながら、先手先手のアクションを行なうとよい。

事業を推進するスピード感については、商売をする人と福祉事業所の間には差異がみられた。商売をおこなうにはスピードが重要であるが、行政機関からの助成金の獲得や研究事業の実行は、事業年度ごとの行動を求められることもある。事業所の事情などを説明した上で、関係者からアドバイスをいただきながら出店プロセスを作成し、共有化し、適宜修正をするとよいと思われる。内容や進め方が変更になった場合には、関係者への報告・連絡・相談は速やかに行なう必要がある。

関係者との連携については、早い段階から積極的に協働し、情報収集、情報提供に努めることができたという意見が多かった。また、その支えあい、学び合いの過程を通じて、信頼関係を築いているように思われる。今後のコミュニケーションの図り方については、日々の挨拶、掃除、接客、地域の活動における日常のコミュニケーションが重視されている。

##### ②経営方針に対する重み付けの違い

飲食店経営と障害者福祉サービスの提供の両者を追及するという方向性は、基本的に一致している。しかしながら、以下の経営と福祉に対する重み付けは各々異なっている。

【経営重視】 一般の飲食店と同様に売上げ向上に努め、従業員である障害者への工賃アップを重視する。

【福祉重視】 売上げは採算がとれる以上とし、障害者の就労や地域理解の促進を重視する。

このような経営方針は、一般的には事業主体が意思決定をするべき事項である。しかしながら、地域とともに飲食店経営を行なう場合は、主たる関係者と地域福祉の考え方を共有化した上で、地域・商店街のビジョンに基づき、売上げ向上、障害者への工賃アップ、障害者の地域理解や支援の促進等を全て満たすような策を模索し、合意少なくとも納得をしていることが望ましいと思われる。

##### ③商店街の活性化、まちづくり

活性化イメージとして共通して挙げられたものに、「人が歩いている」という状況があった。人が歩いていることで活気が感じられ、商売をする気力向上から実際の売上げ増、そして店も増えるという上向きスパイラルを生じさせることができる、というものである。経済、観光、福祉、そして文化等の含めた地域の発展、商店街の活性化については、多くの方が多様な策を有している。一方、むそう・ふわりが目指すところや、地域福祉の考え方については、恐らくあまり知られていない。このようなベースとなる情報を共有した上で、商店街の活性化やまちづくりについて議論することで、半田市および地域福祉の可能性が広がるように思われる。

#### ④懸念事項とその払拭方法

懸念される事項としては、開店後、新たなステークホルダー（例えば、顧客となる住民の方・近隣企業に勤めている方、遠巻きに見ていた方、近隣の商店街の方、観光客など）が関係することになり、そういった方々の意向や反応が分からないことである。心無い噂や政局に左右されることの無いよう、以下のような地域との地道な信頼関係構築の重要性が言われている。

- ・ 店主の日々の地域への配慮の姿勢・・・店周りの掃除、観光客が大勢来店した場合の地域利用者へ対応、客の車の駐車方法など
- ・ 商店街や近隣住民の方々との日常的なコミュニケーション・・・挨拶、掃除、地域活動など
- ・ 障害者に対する地域理解の促進・・・名前で呼び合う関係づくり
- ・ 福祉からのまちづくり・・・商店街の活性化やまちづくりへの積極的な貢献

また、事業所内部に関して、意思決定権者の明確化、意思疎通、人材育成が懸念事項と捉えうる関心事項及び今後の課題となっている。これに関しては、4. の全体の考察の中で述べる。

#### ⑤継続的な経営に向けたアドバイス

飲食店を継続的に経営していくためのポイントとして、商品開発、営業、ノウハウの獲得方法等について多数助言いただいた。これらについては、貴重な情報として別途整理、活用される予定である。

#### (4)提案

分析の結果、本件では大きく利害が対立している点はなく、合意形成プロセスに進む必要はないと思われる。このため、今後より一層の良好な関係を築きしていくための提案を行う。

#### ①商店街の活性化に向けて ～福祉からのアプローチ～

商店街への出店事業に関する情報提供は、多様なコミュニケーションの中で行なわれてきたが、法人としての目指すところや、事業内容をもっと知りたいという意見があった。また、地域にも、お客にも、観光客にも十分に知っていただけるような工夫が必要だという意見もあった。地域福祉の考え方については、恐らく知らない人の方が多い。商店街、商工会、行政、福祉事業者各々が、どういったまちづくりを期待しているのか、半田の駅前商店街にどんな可能性があるのかを議論する機会を設ける価値は十分にあると思われる。

#### ②元気で居続けるための“ふりかえり”

開店直後は非常に忙しいため店舗運営がひと段落したところで、関係者と本社会実験の評価会議を行ってはどうだろうか。良かった点は更に良くするために、悪かった点は改善するために、次なる課題を見出すためのふりかえりの場を設けることを提案したい。PDCA(計画→実行→評価→改善)サイクルを回していけるかどうか継続的な経営にも寄与することと思われる。

また、本社会実験から得られた知見は、立場や関与の仕方によっても異なるであろう。これらを、他の空き店舗への展開や、他地域への展開の際にも役立つナレッジとして整理する価値は大きいように思われる。

#### ③日頃のコミュニケーションを重視する

狐坊庵やむそう・ふわりが目指すところについて、地域へ積極的に情報発信を行い、口コミでも広げていけるとよいという意見が多い。その際、関係者には、悪い点は直接指摘し、良い点は外部に向けて発信できるような関係が期待されている。また、狐坊庵には、夕方ごろに地域の人が何となく集まって話をする場になることを期待している人が多い。新たな説明、議論の場は、必要な時に設けることにし、通常の情報交換等は日常生活や、地域の活動を通じて行われることを重視するとよいと思われる。

※ステークホルダー分析の「聞き取り調査」および「取りまとめ」の実施にあたっては、第三者性を保持するため、国立大学法人東京大学法学政治学研究科がパブリック・ハーツ(株)に委託をした「ステークホルダー分析実施業務」内で行なわれた。第四章 3 は、この報告書より重要部分を抜粋する形で掲載している。

### 4. 考察

福祉事業所による商店街への出店に係る地域コミュニケーションについて考察を行う。まず、本事業において成し得たこと、及びその成功要因について述べる。つぎに、今後の課題を整理する。最後に、本研究事業の成果を今後活かすための提案を行う。

#### (1) 本事業において成し得たこと

##### ①商店街への円滑な出店

ワーキング会議のメンバーを中心とした商店街、行政、商工会議所の方々の多大な支援のもと、“狐坊庵”は、2008年3月1日にオープンすることができた。大手新聞4社に紹介され、初日から大勢の人が訪れた。その後、そば、大判焼きの売り上げともに順調である。企画申請から1年以内でオープンできたことになる。

##### ②商店街、行政、商工会の方々との信頼関係づくり

ワーキング会議のメンバーは、当初より非常に暖かく受け入れてくださり、商店街への出店や店舗経営は初めての事業主体のメンバーに対して、多々助言、準備協力、フォローまでもいただいた。オープン当日、ある大きな失敗をしたときに、障害者福祉に携わるものとして当たり前に行なっていることに対し、商店街の新たな視点で障害者の権利を守る発言をして下さった。深く反省するとともに、障害者を受け入れて下さっていることがひしひしと伝わり非常に嬉しかった。常に叱咤激励をいただき心より感謝している。

##### ③継続的な経営のための情報収集

商店街で継続的に飲食店を営んでいくためのアドバイスを常日頃から多々いただいた。また、ステークホルダー分析の中でも多数意見をいただいている。売上げを上げ障害者の工賃アップを図ることも、障害者に対する地域理解を促進していくこともどちらも重要であることが改めて分かった。さらに、継続的な経営にむけたりスク回避の方法として、日常の地域への配慮が必要であることも分かった。

##### ④商店街の活性化、まちづくりの可能性の拡大

今後は、地域から支援をいただくばかりではなく、地域への貢献をすることが必要となる。商店街の一員として、商店街の活性化やまちづくりに新たな風を巻き起こすべく、福祉の分野からのアプローチをしていきたい。本研究事業を通じて、その可能性が見えてきたことは、一つの成果であると思われる。

##### ⑤事業所内部の人材育成

店舗責任者は新卒であり、分からないことばかりの中、責任者となる店の開店を目指して、日々地域に溶け込むべく一生懸命努力し、事業所内外の方々の信頼と支援を獲得した。「何かあれば、商店街で雇う」とおっしゃっていただけたことが、商店街の方々に受け入れていただいた何よりも証拠であろう。

また、本研究事業を通じて、人材育成をも課題としていた事業責任者は、店舗責任者と常に夢を語り、苦楽を共にすることで影ながら支え、試行錯誤を繰り返しながら徐々に権限委譲を行った。立派に人材育成をなしたといえるであろう。

#### (2) 人にみる成功の要因

- ① 事業主体である社会福祉法人むそうが、障害者福祉の分野で全国的にも有名な取組みを行っており、障害者が働く飲食店についても実績があり、それを行政の方々も支援している状況にあった。
- ② 事業の計画段階において、半田市役所福祉課に相談に乗っていただき、良い人間関係が既に構築され、新しいことに積極的にチャレンジしている半田駅前の商店街のキーパーソンを紹介いただいた。その後も、地域情報を熟知し地域と信頼関係を築いていた地域代表及び行政職員の方々の的確な支援を得られた。
- ③ 地域のリーダーの方が所有する立地条件のよい店舗をお借りすることができ、十分な支援のもと出店の準備をすることができた。また、商店街の組合役員や近隣住民の方にも受け入れていただき、地域の活

- 動やお祭り等へも参加できた。
- ④ ワーキング会議や視察をはじめ、地域の活動や日々の電話や打合せ等通じて、狐坊庵立上げに必要な情報や協力を得ることができた。また、商店街や商売、福祉に関する学びを深めるとともに、信頼関係を構築していくことができた。
  - ⑤ 半田市役所商工観光課および商工会の方の協力により、観光や地元企業を絡ませた地域活性化の今後の可能性が拓けてきている。
  - ⑥ こういった素晴らしい環境の中で、地域福祉のあり方を日々懸命に追及し邁進している事業責任者、店舗責任者およびスタッフの若さと情熱とこれまで培った経験を持って事業を推進した。法人代表の経営判断と、食の専門家の腕も素晴らしく、チームとして力を発揮していた。

### (3)課題1: 余裕をもった先手の地域コミュニケーション

#### ①コミュニケーションのプロセスの共有化【設計→共有化→適宜修正→連絡】

本事業を実施していく中で、当初の見通しよりも地域での活動が極端に増えた。対応が後手に回ることも多く、PRや営業のチャンスを逃したり、地域の方を不安にさせることにもなった。これより、事業の実施の前に、できる限り綿密な地域コミュニケーションのプロセスデザインを行うとよい。さらに協働する人たちと共有し、適宜修正していくことで、プロセスに関する不安感をなくすることができる。キーパーソンにアクセスした際に、相手方の一年のスケジュールを聞いておくことも重要である。

事業がスタートし暫くして落ち着いたときに、本社会実験に対する評価会議を実施することで、どのようなプロセスであればよかったかを再考するなど、フィードバックからのナレッジマネジメントができるとうい。

#### ②地域住民、施行業者、障害者の出店プロセスへの参画

近隣住民の方とのコミュニケーションについては、これまで経験した出店事業と比較すると少なかったと思われる。また、以前は改修工事等に携わってくださった方々に、障害者の方と共にお茶出しをすることがあった。このとき工事に携わった方々は、そこで働くことになる障害者の方が利用しやすくなるように配慮しながら工事を進めてくださった。こういった準備の過程に多くの方に参画いただくことは、障害者に対する理解を深め、親近感をもっていただくことにもなり、開店してからもお客として末永くお付き合いいただけることに繋がる。

#### ③第三者による聞き取り調査の活用

事業の途中で第三者によるステークホルダー分析を実施した。これにより、出店プロセス、継続的な経営、福祉からのまちづくりに関する意見が整理され、今後の情報共有のポイントや他地域での展開にむけた要点が整理されたといえる。この分析手法は、関係者間の合意形成の可能性を探る調査として開発されたため、事業の構想、計画段階、もしくは事業を実施する前に利用されることが一般的である。今回事業の途中で実施されることで、今後の論点の見極めのみではなく、地域のナレッジマネジメント機能も果たせることが分かった。事業の後の振返りでも活用できると思われる。

### (4)課題2: 事業所内部のチームづくり

一般的に、外部とコミュニケーションを図る上で一番難しいことは、内部のコミュニケーションであることが多い。本事業を推進する上で難しく感じたことをもとに、事業所内部のチームづくりに関する課題を整理する。

#### ①意思決定権者の明確化 : 誰が何を決めるのか?

事業を推進する上で、法人の経営責任者、出店事業の責任者、障害のある方が働く店の運営を任せられることになる店舗責任者、調理等の専門家が協力をする必要がある。今回は、店舗責任者が若く経験が少なかったことから、出店事業の責任者から店舗責任者への権限委譲のタイミングが難しかった。店舗のビジョンは店舗責任者が描くものとして、店舗責任者がビジョン実現のために出店事業の早期に店舗の決裁権を持つことが、コミュニケーションの円滑化に繋がる。



## ②意思疎通：十分な報告・連絡・相談と合意形成

事業所内部では、主たるメンバーのみで夢を語りあってきた。緊急時やイベント等の際に、他のスタッフにも自主的に参画してもらうためには、全員に対して夢を語り続けることが重要であることがわかった。また、主たるメンバーから経営責任者への報告・連絡・相談が少なかったことで、助言の機会を逸することがあった。十分な意思疎通を図っていくことが、今後の課題といえる。さらに、地域や事業所内部では、お互いが良くしようと思っている中で、意見がぶつかり合うことがある。このような場合は、なぜそう思うのかという理由を明確にし、互いの関心事項を満たす提案をしていく合意形成が重要である。

## (4)本社会実験から得た知見を、いかに社会に役立てるのか？

全国を中心市街地が空洞化、高齢化していく傾向にある中で、今後こういった取組みが当たり前になっていくのではないだろうか。福祉が商店街活性化、少なくとも異文化交流(福祉、まちづくり、商売など)のきっかけになることを期待したい。

本研究では、障害のある方が地域に馴染むためにはどうしたらよいか、地域ニーズをどのように把握するか、障害のある方と店舗を運営するにはどうしたらよいか、店舗を経営的に成立させるためにはどうしたらよいかなど福祉事業者が商店街に出店する際に必要な福祉の知識、経営、コミュニケーションが実学的な見地から報告されている。

これらの知見を今後全国での取組みに役立てようとする場合、以下の事項が課題といえる。

- ①福祉事業所による商店街への出店マニュアル ver.1 の作成
- ②福祉事業所職員や関係者を対象とした研修プログラム、教材(具体案件のシミュレーション等)の作成
- ③“狐坊庵”における店舗経営、事業運営のインターン制度の構築
- ④他地域における商店街への出店支援(コンサルティング、アドバイス等)およびOJT

このような取組みは、福祉事業者を支援する人材育成にも寄与するものと思われる。例えば、障害のある方が社会の中で生きることを支援する社会福祉士が、ケアワーカーに留まらず本来のソーシャルワーカーになるためには、こういった知識、経験、技術やノウハウも必要になってくるであろう。

ぜひとも、今後の社会で実益を生み出す取組みに繋げていきたい。

## 第二章

### 先進事例に学ぶ

## 第二章 先進事例に学ぶ

### 1. 事例紹介

#### (1) 調査目的

今後の福祉サービスは、地域とともに歩んでいく方向性に進んでいる。しかしながら、一般的な福祉事業者は地域に溶け込もうとする努力を、必ずしも充分にしてきたわけではない。しかし、地域に入って事業を行っている／行おうとしている事業者は、何も福祉事業者だけではない。障害者福祉事業者も、そこから学べるものがきっとあるはずである。

そこで、既に地域に入り地域と共に歩んでいる事業者、或いは地域としての受け入れ皿としての商店街の中から先駆的な事例を選出し、ヒアリング・訪問調査を行った。

#### ・ コミュニティビジネス事業者

近年、地域の課題を地域で解決する身の丈サイズのビジネス:コミュニティビジネスという形態が注目されている。コミュニティビジネスは、ニーズはあっても従来型のビジネスとしては成り立たないような事業を行っていることが多い。当然そこには発想の転換があり、地域に眠る資源を有効活用している事業者が多い。この視点は、これからの地域福祉を担うべき福祉事業所がぜひ学ばなければならない視点である。そこで、東海地域で先駆的と言われているコミュニティビジネス事業者を3件、ヒアリング調査を行った。

#### ・ 商店街

今回の調査研究事業は、障害者福祉事業所の商店街への出店ということからも、商店街として先進的に取り組みをされている事例も調査対象とした。九州への視察で2件、地元愛知県の事例で1件、ヒアリング・訪問調査を行った。

#### ・ 福祉事業者

福祉事業者の中にも、地域の商店街や自治組織と良い関係を築き上げ、地域に上手く溶け込んでいる事例もある。そのような事例を地元愛知県から2件、ヒアリング調査を行った。

#### (2) 調査対象

##### ■ コミュニティビジネス事業者

- ① コミレスネットこらぼ屋（三重県四日市市）
- ② 株式会社コミュニティタクシー（岐阜県多治見市）
- ③ 雁ぶら物語 <雁道商店街内>（愛知県名古屋市）

##### ■ 商店街

- ④ 街かど福祉・人の駅 ほっとかん <新栄町商店街>（福岡県大牟田市）
- ⑤ 豊後高田 昭和の町 <豊後高田市内8商店街>（大分県豊後高田市）
- ⑥ 豊川稲荷美人おかみの会 稲美会 <豊川稲荷界限商店街>（愛知県豊川市）

##### ■ 福祉事業者

- ⑦ 特定非営利活動法人介護サービスさくら <西山商店街内>（愛知県名古屋市）
- ⑧ 特定非営利活動法人楽笑（愛知県蒲郡市）

#### (3) 調査方法

- 現地視察・ヒアリングなし:「豊後高田 昭和の町」
- 現地視察・ヒアリングあり:「豊後高田 昭和の町」以外

#### (4) 調査期間

- 2008年1月～2月

(5) 調査先一覧

No.	名称	所在地	概要	種別
①	コミレスネットこらぼ屋	三重県 四日市市	主婦等のアマチュアシェフが1日だけのシェフになる「ワンデイシェフシステム」の生みの親。人の関係性をつくる仕掛けにも注目。	コミュニティ ビジネス 事業者
②	株式会社 コミュニティタクシー	岐阜県 多治見市	「地域の足になりたい」。従来のタクシー業界のイメージを壊し、子供から高齢者まで地域に愛されるタクシー会社となっている。	コミュニティ ビジネス 事業者
③	雁ぶら物語 (雁道商店街内)	愛知県 名古屋市	商店街活性化事業の一環として、商店街内に居場所づくり事業をおこなっている。多様な人の交流の場となりつつある。	コミュニティ ビジネス 事業者 (商店街内)
④	街かど福祉・人の駅 ほっとかん (新栄町商店街)	福岡県 大牟田市	商店街内に、福祉をベースにした交流施設がオープン。高齢者・障害者の区別なく、人々の交流拠点としての役割を果たしている。	商店街
⑤	豊後高田 昭和の町 (豊後高田市内 8 商店街)	大分県 豊後高田市	「昭和」をコンセプトに商店街活性化に成功した事例。昭和 30 年代の雰囲気を残した店構えが、50-60 代に人気を博す。	商店街
⑥	豊川稲荷美人おかみの会 稲美会 (豊川稲荷界隈商店街)	愛知県 豊川市	商店街の衰退におかみさんが立ち上がる。おかみさんの活躍により商店街が活性化した事例。観月会は 300 人を集客する人気行事に。	商店街
⑦	特定非営利活動法人 介護サービスさくら (西山商店街内)	愛知県 名古屋市	小さな商店街に出店した介護事業所。さくら出店後、地域に人が戻ってきて、シャッターを再び開けた店も現れたとか。	福祉事業者 (商店街内)
⑧	特定非営利活動法人 楽笑	愛知県 蒲郡市	理事の平均年齢 27 歳という若さ溢れる事業者が、自立支援法を大いに活かして地元で障害者サービスを開業。	福祉事業者

## コムレスネットこらぼ屋

アマチュアのシェフが日替わりでやってきて自慢の料理を振舞ってくれるレストラン——「ワンデイシェフシステム」と呼ばれる一風変わったレストランが三重県四日市市に生まれたのが2001年。今ではこのシステムは、ロコミだけで全国11県20店舗にまで広がっている(2008年2月現在)。

こらぼ屋とは「コラボレーション」が生まれる場。食を通じて、様々なつながりを生み出そうとする場でもあるのだ。代表の海山氏はこのシステムを「コミュニティ再生装置」と表現している。ワンデイシェフシステムは、競争社会とは異なる、コミュニティを基盤にした市場を作り出そうとする試みでもある。

### <概要>

- 所在地: 三重県四日市市陶栄町4-8  
ばんこの里会館2F
- 代表者: 海山 裕之
- 設立: 2001年11月
- 事業内容: ワンデイシェフシステムに基づくコミュニティレストランの運営、ワンデイシェフシステムの普及啓発、ワンデイシェフシステムから派生するコミュニティ事業

### 経営理念 誰もが自分の色で輝ける社会を創ろう。

#### □ ワンデイシェフの仕組みで地域コミュニティーを！

コムレスネットこらぼ屋はとても不思議なレストランだ。その理由は、レストランのシェフが毎日違うからである。またそのシェフは決してプロではなく、近所の主婦の方や学生が実施している。しかしながら、こらぼ屋にはたくさんのお客さんが来ている。その秘訣は、こらぼ屋独特のシェフシステムにある。こらぼ屋は、ちょっと料理自慢の主婦や、友達とお店を出してみたいと思っている学生や、もう少しでお店を構えたいと思っている方が登録して日替わりでシェフをしている。またそのシステムは多くても2週間に1回シェフができるという仕組みになっている。だからめいっぱい愛情のこもったランチがでてくる。シェフの友達やシェフの料理を目当てにくるお客さんで一杯になるのだ。それだけではない。このシェフシステムには、コーディネーターとシェフ・アシスタントという役割の人達がいて、決して一人ではお店ができないところに秘訣がある。コーディネーターはシェフやアシスタントをコーディネートするだけでなく、地域との関係もコーディネートする。またシェフは始めからシェフとして始めるのではなく、アシスタントからはじめる。どのような流れでお店が回っていくのか、どんなメニューが好まれるのか？今までシェフをしている方と協力して実施することになる。もちろんシェフはアシスタントなしではお店を回していくことができない。つまり、それぞれがお互いの力を出し合ってお店が成り立つ仕組みにしているのである。助け合い・お互い様の関係がこのシステムの中には自然に成り立つ仕組みになっているのが秘訣だといえる。

#### □ こらぼ屋の今後の展開

こらぼ屋では今まで実施していたワンデイシェフにワンデイズを取り入れた。ワンデイズは、また新たな人の輪を取り込む仕組みである。今までは料理が得意な人がワンデイシェフもしくは、アシスタントとして関わっていて、それ以外の人はお店を利用する形で関わっていた。ワンデイズは、レストランで1日コンサートをするとか、展示会をするとか、1日塾をするとか、作りたての野菜を売るという人のことで、自分の得意なことを活用して、こらぼ屋に関わる仕組みである。この取り組みで地域にいるいろんな人



を巻き込む動きができています。

もう一つ取り入れた仕組みが中・高生が参加するカタリバである。これは、先輩世代の 20 代と高校生のコミュニケーションの場で、先輩世代が働いている今を語ったり、悩みを聞いたりする場である。これは、先輩から意見を聴くという利点だけでなく、この活動を通じて、今後こらぼ屋というコミュニティーに関わっていくきっかけにもなる事業となっている。また、今後の野望として、全国各地にこらぼ屋の理念を共有したコミュニティーレストランやサロンを作っていくことによって、いろんな地域にシェフが出かけたときに出かけたその地でワンデイスシェフができたり、お互いに産地のものを交換できたり、ゆくゆくはその加盟店が集まってフォーラムを開いて、それぞれの郷土料理を出して、お互いに教えあうような仕組みを考えているという。コミュニティーがそれぞれの地域で深まり、またそれだけに留まらず、交流していけるネットワークを目指しており、それが地域コミュニティーを作りたいという 1 つの理念の上にあることが未来予想図から読み取れたように思う。



#### □ 家族と親戚をつくりたい！？

海山さんの話で印象的だったのが、それぞれのお店に家族を作りたい。またいろんな地域に同じ理念を共有した親戚を作りたいという話だった。その名もホームスティネットワーク。何か自分の能力を提供する代わりに、1泊させていただくような、1宿1班の恩義ではないけれども、自分のできることを提供し、また何か家族のような暖かさやネットワークとつながるそんな仕組みを意図しているのではないかと感じた。

#### □ コミュニティーづくり

コミュニティーを作る際に大切なことは、理念の共有・体験の共有・財源の確保・適正な利益であると説明してくれた。初めて来てくれた人には 20 分は理念をお話する。単なる場を貸すのではなく、相互支援があり一緒に汗を流す場所を作りたい。長続きするためにビジネスの視点は欠かせない。一人が価値しない。どの話も地域に普通に店舗を展開する上で、必要な視点だと感じるとともに、その当たり前前に欠けていることが少なくないと感じた。また最後に海山さんは「私たちはすべてを自分たちの中で完結しようとしている。もっと外と手を組めれば、部分的に担当する形で連携すればいい形になるのではないかと。商店街にはいろんなお店があって、それをうまく活用できれば、いろんなお店が関わる分、全体ですごくいいものが作れるように思う。」とアドバイスをくれた。

#### ■ 学ぶべき視点

- \* コミュニティーの中でともに活動をしたいと思うとき、決して自分たちの中だけでは解決できないということ。またその足りない部分をお互いに部分的に出し合える関係がコミュニティーを作っていること。一緒に汗を流す関係の中に、家族的なコミュニティーの意識が芽生えてくること。
- \* 常にどのようにありたいのかという理念の上にならって、未来予想図を描くことで、今のあり方やこれから関係をつくるであろう人達が見えてくること。未来を描くために、今何が必要であるかが見えてくるということ。
- \* 常に理念と手をつないでいて、その片手はまた新たにその理念を共有してくれる仲間を求めている、それが無限大に広がっていること。それこそが NPO(市民活動)のあるべき姿であること。

加藤恵 (特定非営利活動法人ふわり)

(訪問日: 2008 年 1 月 18 日)

## 株式会社 コミュニティタクシー

タクシーなのに、駅待ちなし。流しなし。このタクシーに乗るには電話予約が必要である。しかも繁忙時には30分待ちと言われることも。それでも待つお客さんがいる。

コミュニティタクシー(略称コミタク)は、公共交通の便があまり良くない多治見市において「市民の足になりたい」と始まった。お客様本位のサービスで、シニア層を中心に住民から大きな支持を得ているタクシー会社でもある。「うちはタクシー業ではありませんよ。生活支援業ですよ。」岩村社長はこう言う。事実、タクシー業以外にも、便利屋サービスや福祉サービスも展開するなど地域に不可欠な存在になっている。

### <概要>

- 所在地: 岐阜県多治見市大原町 5-99-3
- 代表者: 岩村 龍一
- 設立: 2003年1月
- 事業内容: 生活支援業(タクシー事業、便利屋サービス事業、福祉サービス事業、コミュニティバス事業ほか)

### 経営理念 すべてはお客様の「ありがとう」のために。

#### □ コミュニティータクシーがなぜコミュニティビジネスといえるのか?

コミュニティタクシー(以後、コミタク)は、多治見市において小回りの間くタクシー業務と日常の困りごとを解決するホームサービスに加えて、老人福祉サービスを実施している企業である。コミタクの代表岩村さんはもともと運送業をしていた。その後、タクシー業界で企業したのである。コミタクの特徴は、当たり前疑問を解決し、小さなニーズにまで目を向けた結果、お客様のまた次もコミタクさんをお願いしようという思いにつながり、コミタクさんがいてくれてよかったという企業として多治見市に存在していることである。タクシー会社が「コミタクが必要だ」と固有名詞で指名される点にある。コミタクでの当たり前疑問とは、私たちが感じる態度の悪い運転者であり、タバコのおい染み付いたタクシーである。また、街を流し、駅前でお客を待つという営業スタイルである。そのタクシー業界では当たり前のサービスの怠慢をお客様の立場から心地よいタクシーに改善した。この改善自体は誰にでもできる改善のように思える。しかし、これが社内に徹底されており、またその成り立ちが地域の問題を解決するために、みんなで出資しあってきた株式会社であって、それがまわりまわって地域の人に必要とされている点が、コミュニティビジネスであるといえる特徴だ。つまり、地域の困りごとから出発し、地域で出資をして成り立ち、その結果地域の方の資源になっているという地域の循環を生んでいることがわかる。

#### □ コミタクの成り立ち

コミタクの成り立ちについて岩村さんはいふ。昔は、隣に誰が住んでいて、今何に困っているかをお互いが知っていて、おせっかいも含めてちょっとした助け合いが成り立っていた。しかし、現代にはそのちょっとした助け合いが難しい世の中になっている。そんな中であって、岩村さんはそのちょっとした手助けができたなら株式会社コミュニティタクシーを立ち上げた。岩村さんは株式会社だから、地域の問題を解決するために、お金を出し合って、会社を作って、その問題を解決してもいいだろう?それが本来のサービスなのではないか?と考え、出資金を募ってコミタクを設立した。また、もともと社会起業家は社会の何かのために、誰かのために会社を立ち上げる



んだらう？誰かが求めているものを提供してお金をもらう。それがサービスなんだよという。そんなお話の中で、印象的だったのは、「ずっとこの街に住んでいるから愛着も強いんだよ」の一言だった。おそらく、この街の移動の困難さや生きづらさが他人事ではなかったのだから。それが根源のように感じた。



#### □ 岩村さんの組織の成長に対する考え

組織についてこのようにも語ってくれた。思いや価値観が共有できている人の組織は強い。理念がある会社はつぶれないという。これまた、自分のやっている仕事や目の前の問題が他人事ではない人達の集合体だといえるからだろう。岩村

さんは、後ろ向きなことは口にしない。素敵な人達にあう。何かのせいに誰かのせいにはしない。絶好調といえば絶好調になるからと。これこそ成功のキーワードのようにも感じた。

また、岩村さんには尊敬する社長がいるというお話をしてくれた。その人は、人を喜ばせるために尋常でない手間をかけてサプライズを起こすという。そんな人になりたいと。選ばれるサービスとはそういうものなのかもしれないと思った。岩村さんにも、今までに、もうだめだと思うほどの危機もあったという。しかし、自分のためじゃないからがんばれたという。他人のためにはらがんばりきれると。また、人間、成長する根源は素直に受け入れることだと教えてくれた。

#### □ 商店街について

そんな中であって、商店街についての意見を聞いてみた。商店街にはこれまでたくさんの補助金が投入されてきた。しかし、商店街の人達は、昔はこうだったということにこだわり、商売がうまくいかないことを、大きなマーケットができたからなど外の責任であるとしてきた。お客様の求めるものにあわせて変われないとしたときには、つぶれても仕方ないと言われていた。確かに、サービスとは何か？という点について考えさせられた。

この取材は、多治見の企業展の会場にて行われた。岩村さんの周りには、ひっきりなしに人が訪れた。岩村さんはそのたびに「いつもお世話になってます」「がんばってんの？」「あの件だけどさ～」とお互い様の会話が途切れることはなかった。

#### ■ 学ぶべき視点

- \* 事業主にとっての当たり前(都合)ではなく、お客様にとって何が必要なのか？何が心地よいのかという視点でサービスする当たり前を身に付けること。
- \* この街に対しての愛着が強く、それゆえに街の問題が他人事ではなく、自分ごととしてとらえられたこと。
- \* 地域の困りごとから出発して、地域の支えによってサービスが成り立ち、故に地域の固有名詞で指名されるお店になりえたこと。
- \* 人を喜ばせるために手間をかけることを惜しまないことがサービスであるという考え方。
- \* 一人でサービスをしているわけではなく、回りの企業や仲間と支えあってサービスが成り立っていること。またそれをうれしく思い、その次の世代にもつなげていること。



加藤恵（特定非営利活動法人ふわり）  
（訪問日：2008年1月19日）



## 雁ぶら物語 (雁道商店街内)

地域の人が気軽に使えるフリースペース「雁ぶらサロン」では、毎日日替わりで、デイサービスや生け花教室、パソコン教室、歌声喫茶、コミュニティレストランなどが開催されている。また、「雁ぶらショップ」では、地域の人のちょっとした自慢の品を販売できる棚賃のミニショップを運営している。

始まりは、愛知県が商店街活性化事業として雁道商店街が選ばれ、その時に同じ瑞穂区に住む吉川さんがそのワークショップに参加してから。当時宅老所を運営していた吉川さんは、実はその直前の県議選に立候補した際雁道商店街を訪れており、あまりの淋しさにびっくりしたとか。

当初は、商店街側も新参者の受け入れを快く思わなかったものの、次第に打ち解け、幾多の困難の末、「雁ぶら物語」がスタートした。

### <概要>

- 所在地: 愛知県名古屋市瑞穂区雁道町2-21 メゾン青木
- 代表者: 吉川 富士子
- 設立: 2004年2月
- 事業内容: 「雁ぶらサロン」: 地域の人が利用できるフリースペース。  
「雁ぶらショップ」: 誰もがショップオーナーになれる棚賃ミニショップ。

### 経営理念 商店街の活性化と個々の夢の実現

#### □ 始まりと現状

雁道商店街は30年ほど前、子供を連れて通ることが難しいくらい人がたくさん通る商店街であった。しかし、近くにスーパーマーケットができ、商店街には空き店舗が目立つようになった。そんな中で、商店街活性化プロジェクトの一環で商店街の方も含めたワークショップを実施する機会があり、友人に誘われて吉川さんも参加することになる。地域通貨を広げようという活動をしており、瑞穂デイサービスセンターえんがわにてお年寄りが集える場所を実施している吉川さんは、商店街でも同じような仕組みができないかと提案した。商店街の理事長さんは「商店街とは物を売る場所。商売をする場所だ。何を売ってくれるんだ？八百屋を連れてきてくれるのか？」といった対応であり、人が集まる場所をしたいんですという吉川さんの話を受け入れてくれる土台にはなかった。また、よそ者を受け入れないという雰囲気もあった。そんな中で、吉川さんはそのワークショップに多方面の仲間を誘いこんだ。一人では、1店舗をあけることができなくても、たくさんの方の手があれば商店街の1店舗のシャッターをあけることができるかもしれないと考えたからだ。その活動の仕方は、今やっていることでできること。たくさんの方が雁道に来てくれるような企画ということで、えんがわフェア-IN 雁道を実施することになった。その企画は、自分たちだけで実施するというものではなかった。商店街の理事長さんの喫茶店を利用して、雁道をぶらぶら歩くツアーを用意して、地域通貨を発行して雁道商店街でお買い物ができるように仕掛けた。その結果、今までになくたくさんの方が、雁道商店街を歩いてくれた。それをみた商店街の理事長が「やっpegらん」と声をかけてくれて、店舗が見つかり、空き店舗活性化事業の補助もつき現在の雁道ショップの実施に結びついている。雁道ショップでは、



えんがわで作っているものの販売、仕入れたパンの販売、華道やカラオケ、将棋などの教室も日替わりで実施している。また日々フリーマーケットを実施している。見学に行った日も華道教室をしており、近所の主婦の方、若いカップルが講座に参加していた。その雰囲気は、隣の家にちょっとお邪魔して華道を楽しんでいるという雰囲気だった。日々のフリーマーケットにも地域の方がふらっと立ち寄って商品を買ってくれたり、これいらなくなったからと商品を持ってきてくれる人もいるという。またその商品はなくなったなと思うと商品を持ってきてくれる人がいてという具合に成り立っている。地域の方との自然なコミュニケーションができていているといえる。この際のポイントは、何かイベントをしたいときには、必ず地域の方と近所を回ることであるという。また、少し高くなっても地域の商店街で買い物をするように心がけることだという。



#### □ 現状の問題点

しかしながら、実際に展開している課題も少なくない。1つは、資金的問題である。商店街活性化事業の賃借料補助も期限があり、今年度末で終わる。運営資金を稼ぐだけの商売をもたない事業体にとって賃料・水光熱費を維持していくことは大きな課題である。2つ目は、商店街との連携である。私たちも経験をしてきたことであるが、商店街会長さんや区長さんは、数年で交代する仕組みになっている。立ち上げたときの思いや考えが継承される方法を考えていかなければならない、と思った。

#### ■ 学ぶべき視点

- \* たくさんの方を巻き込んで店舗展開を考えた点→たくさんの方を巻き込むことで、1つの視点・興味ではなく、いろんな視点・興味を持っている人が関われる拠点になっていること。
- \* 私たちにできることから関わりをはじめたこと→何か協力してくださいではなく、私たちが何からできるかから働きをはじめたことで、商店街から拒否をされない関係になっていること。
- \* ちょっと関われる側面を持っていること→市民活動というハードルの高さではなく、お店にくる客、いらぬ商品を持ってくる人など、ちょっとした関わりができる側面を持っていること。
- \* 店員が商店街のお客さんになること→商店街のお客になることで、顔を知っていただき、情報を得て、その地域で必要とされる(生き残っていける)店舗の展開が考えられる。
- \* 賛成者は一人ではなく、複数の協力者を作ること→地域での理解をえようとするとき、一人ではなく、複数の協力者を得ること。そのことで、人間関係が続く要因になる。



加藤恵（特定非営利活動法人ふわり）  
（訪問日：2008年1月18日）

## 街かど福祉・人の駅 ほっとかん（新栄町商店街）

ここ福岡県大牟田市の新栄町商店街においても空き店舗が目立ち、その対策は急を要していた。2003年時点で、新栄町商店街の空き店舗は4分の1超を占め、また核となる大型店舗も軒並み閉店もしくは売り場面積を半分以下に減らしている、という状況であった。

この空き店舗を何とか活用しようと、2003年度にコミュニティ施設活用商店街活性化事業として、障害者の交流拠点「街かど福祉・人の駅 ほっとかん」を設置した。商店街に障害者を含む多様な人たちが訪れるようになることで、人々の交流する場として商店街を活性化させよう、ということである。運営主体は、市内の25の障害者関連団体が参加するNPO法人大牟田障害者連絡協議会。三障害、当事者・家族・支援者の枠を超えた連携を図り、ノーマライゼーションのまちづくりを推進している団体である。

「ほっとかん」では、障害者のみならず、高齢者の交流促進や子供の居場所づくりなどの事業を行うなど、ハード面の受け入れ態勢だけでなく、心のバリアフリーとして自然に人々を受け入れられる形へつなげようと活動している。

### <概要>

- 所在地: 福岡県大牟田市新栄町 19-9
- 設立: 2003年 10月
- 運営団体: 特定非営利活動法人  
大牟田市障害者連絡協議会

### <レポート その1>

#### □ 新駅設置によって出来た街から大規模耕地店舗が撤退した

昭和45年に西鉄による新栄町駅設置に伴い、駅前に井筒屋、サンリブなどの大規模小売店舗が建設され、その周辺に商店街が形成されたが、人口減に伴う営業不振のため、井筒屋が撤退し、現在空き地となっている。また、サンリブについても4階建ての建物であるものの、現在は売り場面積を大幅に縮小し、1階の食料品売り場のみの営業となっている。そこで、国の中心市街地活性化プロジェクトにより、井筒屋跡地にマンションを建設して人口増を図る計画をしているが、平成19年度に完成予定も実施が進んでいない。

#### □ 住んでいない商店街

商店街の多くは、3階建て店舗兼住宅となっており、道路はアーケードやカラー舗装が施されるなど一定の整備がされている。景気が良かった頃に店主は郊外に住居を構えており、夜間人口は少ない。

視察当日も日中にもかかわらず商店街を歩く人はほとんど見かけなかった。

#### □ 空き店舗に障害者の交流拠点を

この商店街の空き店舗を何とか活用しようと、平成15年度に国のコミュニティ施設活用商店街活性化事業を実施、障害者の交流拠点として、まちかど福祉「人の駅」ほっとかんを設けた。

『ほっとかん』とは、障害者を放っておかないという意味が込められているようである。

ここは、市内のNPO法人など25の福祉団体で作るNPO法人大牟田市障害者協議会が運営している。



業務の内容は、

- ①市内作業所の製品販売
- ②車イス対応トイレの設置
- ③障害者の相談窓口の設置
- ④高齢者用電動カーの貸出し
- ⑤各団体の会議の場
- ⑥キッチンの貸出し
- ⑦子供の居場所提供 などとなっている。



#### □ NPO 法人大牟田市障害者協議会

NPO 法人大牟田市障害者協議会は、3障害の枠や、当事者・家族・支援者の枠を超え、全ての人が生きていけるノーマライゼーションのまちづくりを目指して結成された協議会。

大牟田市の相談支援事業は、市内の4事業所で行っているが、元々扱っていた障害種別に特色がある。ここで、週に一度、毎週木曜日にここで4事業所が揃い相談支援を行うことで、利用者のニーズに応じた対応が出来るようになったことと、週1度4事業所が情報交換できる場が出来たことが効果といえる。

#### □ 大牟田市の視察を終えて

中心市街地の空洞化は、全国共通の課題であり、ここ大牟田においてもかなり厳しい状況であった。しかし、この「ほっとかん」の設置により、障害者やその家族が集まって賑わいが出来たり、高齢者が買い物しやすくなるなどの効果があったということで、地域商店街の理解も進んだと感じた。

また、このステーションが子供の居場所になって、ここで宿題をやって帰る子がいるなど、単に障害者のみの施設としてでなく、地域の子供たちとの交流の場ともなっており、障害者理解を進める上で非常に効果的な施設といえる。

本市においても、半田駅前商店街の空き店舗利用を進めることにより、これまでとは違った客層で賑わいを創出できる可能性があると感じた。

小野田靖（半田市福祉課）

#### <レポート その2>

大牟田市の新栄町商店街の役員の年齢は、60歳代から70歳代と聞き、しかも高度化融資の返済中で、組合員の減少に大変悩んでいるとのことでした。半田駅前商店街の役員は、40歳代が中心で30歳代の役員も多いので、まだ半田の方が恵まれているのだと感じました。

ほっとかんの利用者人数や電動車椅子貸し出し数なども説明してくれましたが、基本的に大牟田市の事例は「無料サービス」が中心でした。半田市では、有料サービス(飲食など)の予定で研究していますが、「無料」より「有料」の方が、実施する側も市民も厳しい日で、事業を判断していくと思いますので、「有料」の方が良いと思います。

大牟田市は商工会議所や市役所の職員も熱心に商店街の活性化に協力的でしたので、半田市でも商工会議所や市役所からの応援をもっと強く要望していきたいと思います。

新美武夫（半田駅前商店街振興組合）

#### <レポート その3>

先方の新栄町商店街は私鉄駅前に立地していますが、共同歩道やアーケードは整備されているものの、大型店は撤退し、昼間の通りはシャッターが閉まっている店が半数以上と、「シーン」とした印象でした。その商店街の角店に福祉系のサービス事業所が開設されたとのことですが、欲をいえば、福祉を前面に打ち出し、他の福祉サービスも揃う連続性が欲しいところでした。

「ほっとかん」前のアーケード街も人通りが少なく、もっと「商店街を利用する目的」をはっきりさせて、商店街内に人を呼び込むことが重要だと思います。

大牟田市は炭鉱産業が全盛の時代の「良き時代」からの真剣な脱却が必要ですが、過去のハード事業(アーケード・歩道整備など)の負債を目の当たりして、民間が行うハード事業の難しさを痛感しました。今回の視察で学んだ課題解決への厳しさを認識しながら商店街&福祉系事業との協働に活かしたいと思います。

内田哲也（半田駅前商店街振興組合）

#### <レポート その4>

小雪が降る寒い日でしたが、とても暖かい対応を大牟田市関係者からしていただきました。さすが、福祉系の事業を空き店舗で実施している人々は心から暖かいものです。

私は、本年度地元小学校PTA会長ですが、商店街の活動に近隣の幼稚園や保育園を巻き込んでいる事例に興味がありました。商店街内に園児たちの絵画が貼り出されていました。とても暖かい雰囲気でした。

先方の商店街の役員さんによると、50歳前後の店主が商店街に参加しなくなったとのことですが、私たちの半田駅前商店街は30～50歳前半の理事ばかりですので、取り組み方法によっては、半田の方が元気ある活動ができるわけです。

ほっとかんの「だれでもキッチン」制度を他地区での「ワンデーシェフ」制度とミックスさせた事業を半田で展開すれば、商店街内での滞留時間拡大と来訪者の増加に期待できますので、ぜひ半田でも実現したい事業です。

竹内元章（半田駅前商店街振興組合）

#### <レポート その5>

「ほっとかん」を運営する特定非営利活動法人大牟田市障害者協議会の大場事務局長の講演で紹介された「ほっとかん開設により、地域の子供たちがトイレ利用などで、立ち寄ってくれる。高齢者も立ち寄る」という話から、文字通り「人の駅」機能として、空き店舗が活用されていると分かりました。半田市の新体系サービスでの空き店舗活用策でも、市民や通勤客が気軽に立ち寄れる雰囲気づくりが重要なポイントではないでしょうか。

大牟田市では、商店街も全面的に「ほっとかん」開設や運営に協力していることなどから、半田も商店街や行政、商工会議所が連携しながら事業を進めることが必要です。そのためには、まず商店街や地域住民の人に「半日ボランティア」などで、新事業に参加してもらいながら、街全体で新しい事業を育てていくというアイデアがよいと思います。また、地元の小学校や中学校にも呼びかけて、協働できる人の輪を広げていくことも将来的には必要なことでしょう。

田中宏幸（半田駅前商店街振興組合）

#### <レポート その6>

大牟田市は人口約13万人。炭鉱の閉鎖後、人口がピーク時より7万人減少し、中心市街地の空き店舗率が4割弱となるほど、空洞化が進む商店街内の空き店舗に福祉系サービスを設置した先進事例。

当該商店街である新栄町商店街の役員の説明による「商店街が本来持つべきコミュニティや福祉などの役割について検証した結果」福祉サービスの開設に至った経緯、空き店舗オーナーとの交渉、パブリシティの活用策など、半田駅前商店街として、今後の事業展開や、現在研究中の福祉系新サービスについての協働姿勢など、参考となる教授があった。

また、イベント開催時などには、地域内の保育園等、子供や家族を巻き込んだ活動や、定期的に行っている「十日市」や「節分イベント」などにも、「ほっとかん」関係者と協働して実施開催している活動姿勢と事業の継続性については、半田市の駅前地区でのイベント等のあり方を検証する上で、充分参考となった。

柴田哲治（株式会社タウンマネジメント半田）

#### <レポート その7> ～概要説明、意見交換を通して～

大牟田市の中心市街地である駅前の新栄町商店街内の目立つようになった空き店舗を活用して開設された、高齢者や障がい者の交流の拠点。大牟田市内の25の障がい者関連団体が参加する特定非営利活動法人大牟田市障害者協議会がその拠点を構え、商店街と連携を取りながら、高齢者等の交流事業に取り組んでいる。

#### □ 新しいコミュニティの形成

概要説明、意見交換を通して、商店街の活性化には新たなコミュニティ（枠組み）づくりが必要ということを感じた。

そのコミュニティづくりとは、商店街に関係する人（買い物客を中心とした人を指す）だけでなく、本来ならば商店街に直接的に関係してこなかった人も、商店街にきてくれる、又は来られる仕組みづくりということである。

視察先である「ほっとかん」を一つの例にとってみれば、この施設の整



備によって、①高齢者やサークル団体が施設内の交流スペースや誰でも使えるキッチンを利用するために商店街へ訪れるようになったということ、②これまでトイレに困っていた車椅子利用者が、この施設の存在によって、商店街を訪れやすくなったということ、さらに③子どもの居場所づくりの取り組み(イベントの実施など)によって、子どもたちのみならず、その親も商店街に関わる機会が見出されつつあること、これらの要素がここで言う新たな「コミュニティ」づくりということなのである。



このような新しいコミュニティの形成を、商店街としてどうバックアップし、このコミュニティ形成によって集まる人々を自店の利用にどうつなげるかということは考えていく必要があるであろう。

#### □ 福祉情報の提供、発信基地として

また、「ほっとかん」は、誰でも利用でき、様々な人が交流を持てる施設であるほかに、福祉情報の発信という昨日も備わっている。それは、福祉に関する全般的な情報はもちろんのこと、個々の専門的な相談への対処やケアマネジメントも含まれている。

日常生活の中で目にしたり耳にしたりすることがなかなか少ない福祉の発信源が商店街にあることで、地域での福祉や障がいに対する理解や交流が深まることが期待されるといえる。

#### □ 最後に

こうして今後の街づくりや商店街の活性化の核となる施設が、常に安心して、どんな世代も、障がい者も、誰もが気軽に立ち寄れる場所である、気軽に利用できる場所にあり、またそうした場所である必要が出てくるのではないであろうか。

狐坊庵の outlet に際しては、飲食店であり、ほっとかんがその商店街内にて担う役割を網羅するものではないが、誰もが安心して、そして気軽に立ち寄れる飲食店であることが求められる。また、そこで働く障がい者、そこを利用するお客さん、地域の人々が、お互いの理解を深め、関わりあえる場であることが望まれるのではないであろうか。

赤坂英寿 (半田市商工観光課)

#### <レポート その8>

たくさんの店舗が並び、アーケードなどの整備もされた商店街。しかし、多くの店舗にはシャッターがおりていた。平日の日中にも関わらず、歩いている人や車通りは少ない。そんな商店街のなかに「ほっとかん」があった。

ほっとかんの店先にはいくつかの商品が置いてあった。それにつられてお客様が店内に入って来て下さる。店内には、県内の福祉団体が製作・製造している、さおり織りの小物や豆腐などの食品が置いてあった。豆腐などは、安全でおいしいと評判を呼び、それを求めにほっとかんへ来られるお客様もいるそうである。ここでしか買えないものがある、それが定期的に地域の方がほっとかんに来る目的になっていると感じた。

ほっとかんは、トイレを開放し、誰でも自由に使えるようにした。そのことによって、小さい子供連れの親子が足を運ぶようになった。また、キッチンも整備されており、コーヒーを低価格で提供することにより、高齢者の談笑の場になったり、キッチンを地域の方に貸し出しをし、子供たちとその親を対象に料理教室をしてもらったりすることで、商店街に足を運ばなかった人と呼ばれ込むこともされている。このように、ほっとかんでは、積極的に地域の方を巻き込む工夫がされている。来てくれる人を待つだけでなく、ほっとかんからも積極的にPRをしていき、ほっとかんに集まる人の輪を広げていく。こうして出来た人の輪から、さらに口コミで輪が広がっていく。このようにして地域のつながりは出来ていき、今までにはなかった交流が生まれていくのだと感じた。

もともと障害のある方の交流の拠点という目的でつくられたほっとかんも、たくさんの人に足を運んでもらうことにより、障害の理解が広がることはもちろんのこと、子育てをひとりで悩んでいた親御さんや、放課後の居場所がなかった子供たち、昼間の外出がしづらかった高齢者の生活を豊かにする、みんなの居場所になっていると感じた。

ほっとかんのように、積極的にPRをしていき、より多くの人に足を運んでもらえる拠点となることで、地域の人々のつながりを強くしていくきっかけづくりが出来ると感じた。

加藤春菜 (特定非営利活動法人ふわり)  
(訪問日: 2008年1月24日)

## 豊後高田 昭和の町（豊後高田市内 8 商店街）

昭和 30 年代まで国東半島一栄えていた豊後高田市も、時代の流れとともに過疎化が進み、商店街にも空き店舗が目立つようになった。危機感を募らせた商工会議所が大手代理店に商店街再生プランを依頼したものの、紋切り型のプランにあえなく挫折。「町で生まれ育った自分たちの知恵と力を出し合ってやるしかない。」覚悟を決めた商工会議所は、1994 年まちづくり委員会を発足。この頃すでに空き店舗率は 40%を越えていたという。

同委員会は、豊後高田でしかできないことを探して、每晚膝を突き合わせて話し合った。そこで生まれたコンセプトが「昭和」だった。その後、綿密に町の歴史調査や、旧中心商店街の店舗・住居・空き家 301 軒全てを調べ上げる「まちなみ実態調査」を実施し、2001 年、たった7軒ながら、「昭和の町」がオープンした。

現在、町おこしの中心を担っているのは、豊後高田市観光まちづくり株式会社。2005 年に豊後高田市と商工会議所の出資により設立された。7 軒から始まった「昭和の町」も、現在は 38 軒。目指すは、「小さくてもキラリと光る町づくり」である。

- 所在地： 大分県豊後高田市新町 989-1
- 設立： 2001 年 9 月
- 中心団体： 豊後高田市観光まちづくり株式会社

### <レポート その1>

1994年、豊後高田商業まちづくり委員会が設置された時点では、商店街の40%が空き店舗であった。てづくりの町おこしとして昭和の街の再生に取り組み、2001年9月にオープンした。当時は25,000人が訪れたが、昭和風の店作りをしたのはたった7軒であり、評判も悪かったようである。その後、徐々に増やして2002年には38軒に増え、拠点施設として昭和ロマン蔵に「駄菓子屋の夢博物館」をオープンさせている。

5年後に年間40万人、最終的には200万人の観光客誘致を目指しているが、視察した際にも多くの観光客が訪れており、昭和のまちづくりによる賑わいの創出は確実に成果を結んでいる。

### □ 商店の意識改革による賑わいの創出

なにより驚いたのは、歩いていると各商店から店員が出てきて声掛けをしてくる。「これ安いよ。」「ちょっと見ていきませんか。」など、昔ならよく見かけた光景だが、残念ながら半田市内の商店街であるような光景に出会うことはなくなっていた。

一軒だけでやっても効果は薄いですが、軒並みどの店も声掛けを行っており、まちの活気に相乗効果を生み出している。

### □ 視察を終えて

半田市においても、空き店舗が目立つ半田駅前商店街に「狐坊庵」がオープン控え、大規模な改修を行っている。蔵の景色にマッチしたデザインにするとのことであり、商店街全体としての雰囲気作りに一役買うことが出来ると思う。ただし、豊後高田市でも成功しているように、通行人への声掛けや店舗前の清掃作業により、通行人との接触の機会を増やすことが必要と思われる。



幸い蔵のまちには、「国盛酒の文化館」「博物館酢の里」といった観光拠点施設がすでにあり、半田駅とこれらの観光施設を結ぶエリアに蔵のまちの景観とマッチした施設が増えれば、やがて2つの拠点のみの観光地でなく、まちぐるみの観光地化が図れるものと考え。「狐坊庵」がその起爆剤となることを期待したい。

小野田靖（半田市福祉課）

#### <レポート その2>

テーマ館内にある「南蔵(レストラン)」での昼食を含め、約3時間、豊後高田市「昭和の町」に滞在し、商店街を見学しました。

「昭和の町」は昭和30年代の商店街をテーマに再生したとのことですが、昭和30年代生まれの私としては、「表(うわべ)だけが一人歩きしている」と感じました。例としては、食事をした「南蔵」は、館内やメニュー、食器などに何も昭和30年代を意識した印象もなく、価格も高額でした。

私の育った半田市の駅前周辺は、江戸時代からの土蔵や運河を有していますので、反面教師的に考えれば、半田も地域がもつ資源を、明確なテーマとリーダーシップで活用すれば、愛知県内でも有数の商店街再生が図ることが可能であるということだと思います。最近、「道の駅」や「まちの駅」など各地で地域色やレトロ感を打ち出した施設が増えていますが、内容面までキチンとした差別化した運営をしないと、市民や消費者から飽きられてしまうと思いますので、半田駅前商店街内での新サービス系の事業も、十分な研究が必要だと痛感しました。

新美武夫（半田駅前商店街振興組合）

#### <レポート その3>

私は、創業100余年の和菓子店の役員です。家業での目線で「昭和の町」を視察してきました。

半田市は、まだ観光客が少ないので、地元のお客様の継続来店を主に商売をしています。豊後高田は、近年、観光客が急増したので、各商店の店頭は、観光客を意識したものでした。具体的には、試食体制が充実していることや土産品の単価を低くおさえてあったことです。また、各店とも包装紙や制服にも気配りしていて、何となく昭和の良き時代を懐かしむことができました。

駐車場から徒歩で商店街を回りましたが、地図を見ても迷うことがあったので、看板(サイン)への配慮が欠けていると感じました。内部(地元)の人には分かっていることも外部(特に観光客)の人は、分からないことも多いと思います。

この昭和の町の整備改善が進むであろう数年後にも視察して、変化を自分の目で確かめたいものです。

内田哲也（半田駅前商店街振興組合）

#### <レポート その4>

町に到着した第一印象は「あれ？事前資料に比べ、スケールが小さい」です。

それでも、商店街の中を歩いていると、「お茶でもどうぞ」とか「座って試食してってください」などと店員さんが声を掛けてくれました。その点は、とてもよい印象が残っています。

残念だと感じたのは、昭和30年代の希少車が雨ざらしで展示してあったことです。簡易な屋根や説明文の設置など、細やかな点まで配慮されていませんでした。

批判することは簡単ですが、商店街のテーマを定めて、各商店の内外装、商品構成やテーマ館を運営していく活動力は、見習わなくてはと思います。半田市の商店街には、老舗や和菓子・製茶店・日本料理店が多くありますので、「和」をテーマに再生することも必要かもしれません。

竹内元章（半田駅前商店街振興組合）





### <レポート その5>

- 参考になったところ、半田市にも取り入れたいところ
  - \* 観光客を取り込む工夫をしている点
    - ……バス駐車場の整備、観光案内ボランティア制度、テーマ館の設置、観光マップ
  - \* ホームページや各種パンフレットが充実している点
    - ……予約方法や各商店の紹介が見易い
  - \* 共通テーマ「昭和 30 年代」にあった品揃えなど工夫
    - ……商店毎に看板やウィンドー陳列や取扱い商品に工夫を凝らしていた
  - \* 商店街全体が同じ方向(テーマ)に向かっているエネルギー
    - ……様々な業種や価値観の異なる商業者の団結力を感じた

これからの商店街運営は、観光客主体か地元客主体かなど、ハッキリとしたビジョンが必要であり、そのビジョンに沿った活動やハード整備を行うことの重要性を今回の視察で学ぶことができました。

田中宏幸（半田駅前商店街振興組合）

### <レポート その6>

豊後高田市は人口約2万3千人。空き店舗が増加して空洞化が進む中心市街地を「昭和」をテーマに再生させている先進事例。

テーマ館である「昭和ロマン蔵」と「駄菓子の夢博物館」は有料入場システム。商店街全域を回遊できる仕組みとして、「マップ」や「食事おすすめ」などのパンフレット類も充実しており、3時間ほどの滞在時間も苦にならず、散策できる。注目すべきは、各商店が、店前を通る観光客に「声」を掛け、試食品や飲み物の振るいをするなど、「おもてなし」の姿勢が随所で体験できた点である。町づくりや活性化は、ハード整備と平行して、ソフト面の充実があってこそ、来街者の共感を呼び、来街者増加に結び付く好事例であった。また、空き店舗を活用した「漬物店」や「煎餅店」も、5坪ほどの店舗内に、POP や試食コーナーなどが設けられており、店内への誘引の工夫も充分感じ取れた。

柴田哲治（株式会社タウンマネジメント半田）

### <レポート その7> ~商店街などの見学を通して~

「昭和の町」は、豊後高田市の旧中心商店街が元気だった昭和 30 年代の賑わいをもう一度よみがえらせようという願いをこめて、平成 13 年に着手した町づくりにおけるテーマとなっているもの。「昭和の夢町三丁目館」のほか、商店街の通り沿いに昭和を思わせる商店が軒を連ねている。

### □ 街や地域に根付くネタを利用する

今回の見学を通して感じたことは、その街並みが、単に外見上で昭和の街並みを再現しているわけではなく、そこに根付く人々や建物、心意気をうまく利用しているということである。

ここ「昭和の町」では、例えばお店を訪れるお客さんに、



消費税のなかった昭和の時代に合わせて、消費税額をカットする(正確には消費税分を還元する)といったことをしている。そしてなにより、そこに軒を連ねる建物自体が昭和から続く建物であったりするのである。

自分たちなりに、街づくりや地域の活性化のためには発想やアイデアを活かして新しいものを生み出していくことも、ときに求められるが、その街や地域がもともと持つ「ネタ」をどう活かすかということも求められるのであろう。

#### □ 声かけによる街、商店街の活気

また、印象に残ったのは、店先でのお客さんへの声かけだ。そのお店を最終的に利用してもらえるかどうかは、そのお客さんのニーズに影響されることも多いであろうが、声をかけられることで、足を止めるお客さんの様子を何度も目にする事ができた。

いくら、テーマを掲げてまちづくりや商店街の活性化を頑張ろうとしても、訪れたお客さんをいかにおもてなすか、いかにその街や商店街の魅力を知ってもらうかという意識が地域に欠落していれば、ゆくゆく客足が途絶えてしまうであろう。



#### □ 最後に

狐坊庵が店舗を出店しようとする半田市の駅前商店街、またその周辺は昔ながらの建物や醸造蔵といった地域の「ネタ」を多くもった地域である。こうした「ネタ」をうまく利用することはもちろん、観光で訪れるお客さんへの声かけ、商店街やお店までうまく引き込む導線づくりも意識することが求められるのではないであろうか。

赤坂英寿 (半田市商工観光課)

#### <レポート その8>

レトロな看板や車、昭和30年代の家電製品や、駄菓子屋さんなど、商店街全体がレトロな雰囲気ですべて統一されている。一歩商店街に足を踏み入ると、まさにテーマパークに来たようにわくわくする気持ちになれる。街を歩いていると、「いらっしやい」「ちょっと味見していつて」とあちらこちらから声をかけられる。その度に、どれどれ、と足を止めてしまう。そして、お店の人と話しているうちに、ついつい笑顔になってしまう。この商店街は、歩いていると感じられる人の温かさ、その周りに溢れる笑顔がとても魅力的だと感じた。

商店街のいいところは、人の温かさが感じられるというところにあると感じた。ただ、お客さんとお店の人の「これください」「〇〇円です」という関係ではなく、「今日のおすすめは?」とか「最近元気そうだね」とか、ちょっとした会話が交わされるような。買い物をするだけで居場所、ひととのつながりを感じられるような感覚をものが商店街の魅力なのではないかと感じた。

また、豊後高田の商店街は、全体で「昭和」というテーマで統一されており、商店街を訪れたお客様にわくわくを提供している。商店街全体でひとつのテーマに向かって進んでいくことで、商店街の魅力はアップすると感じた。

お客様にわくわくしてもらえるような雰囲気づくり、また来たいと思ってもらえるようなまちづくりを半田でもしていきたいと感じた。

加藤春菜 (特定非営利活動法人ふわり)



(訪問日: 2008年1月23日)

## 豊川稲荷美人おかみの会 稲美会（豊川稲荷界限商店街）

日本三大稲荷の一つ、豊川稲荷の門前は、幾筋もの通りが商店街である。全国から参拝者が訪れるこの地も、大型店舗の出店等により徐々に客足が遠のき、空き店舗も目立つようになって来た。

「低迷する商店街をなんとかしたい。」門前で和食店を営む女将・藤井智香子さんの声かけにおかみたちが集まり、1988年「稲美会」が結成された。

当初は、相互の交流、情報交換からスタートしたこの活動も、徐々に自分たち自身でイベントを実施するようになっていく。豊川稲荷の僧侶たちと共に1995年から開催している観月会は、現在では毎年300人を集客する恒例イベントになっている。また、女性ならではの視点から「おもてなし活動」を実施。駅前の美化・清掃活動にも力を入れている。

おかみさん会のそんな活動にだんな衆も触発され、今では商店街あげてのまちづくり活動に発展している。

### <概要>

- 所在地： 愛知県豊川市豊川西町 19
- 設立： 1988年

### <レポート その1> ～藤井智香子氏の講演を通して～

豊川市にある豊川稲荷の門前町として、全国から訪れる参拝者をもてなす店が軒並みを揃えている商店街。大型店の進出などで低迷するこの商店街を何とかしたいという思いから立ち上がった「稲美会」を通して、稲荷周辺の幅広い業種の方々が結束を固め、商店街の再興に取り組んでいる。

#### □ 街、商店街での協力、支え合いの必要性

まず、今回の講演を通して感じたのは、棟を連ねる「街や商店街」において、お互いが支え、協力しあうことが重要であるということである。それは、自店の目先の利益にばかり着目し、他の店舗を訪れようとするお客さんを囲い込みに行くのではなく、他店と一緒に街や商店街を訪れるお客さんを誘致するという意識をことである。その上で、いかにしたら自店を利用してもらえるのだろうかと考えることが大切とのことであった。

街や商店街への誘客やそれらの発展を意識して活動することが、結果的に自店の利益につながるということである。この意識をもつことは必要であろう。

#### □ 街やその商店街のコンセプトの創造、統一

第2に感じたことは、コンセプトをつくり、また統一していくことが必要であるということである。商売にはある種の「こだわり」も必要であるが、藤井氏が進めるのは、大きなコンセプトというしぼりの中、細かいアピール方法やアイデアは各店舗に任せるとのことであった。

これらは地域のもつ特性や色合いに着目しながらも、独自のカラーを出す必要性をうたったものであると考えられる。

#### □ 継続性の必要性、声かけの必要性

第3に、何をしても、お客さんがリピーターとなるように仕掛けていくことが必要であるということである。単発で終われば、そのときの売上や盛況は得られるが、その後の展望は見えてこない。将来にわたって、定着していく仕掛けづくりが必要とのことである。

また、お店を利用してもらおう働きかけとして、店外での声かけも積極的に行うことはもちろんだが、それだけではなく、店内に入ってくれたお客さんへの声かけ、会話



によって、またここにこよというリピーター客化を図ることが大切であるとのことであった。

#### □ 最後に

以上の3点に着目しながら、藤井氏は街や商店街の発展に向け活動しているということであった。

「狐坊庵」の出店に際しても、上記3点を踏まえた上で、商店街一体となって、またその中で、いかにしてオリジナリティーを出していけるかを考えて、リピーター客の獲得できる店づくりをしていくことが求められるのではないだろうか。

赤坂英寿（半田市商工観光課）



#### <レポート その2>

私は、稲荷界限商店街女将さん会の藤井会長の飲食店で食事をしたり、講演を聞くのは、昨年に続き2度目となります。

「きつね」をキーワードに「いなり寿司や新製品」を常時開発していたり、イベントを実施したり、定期的に各店舗の営業終了後に会合を続けている姿勢には、並々ならぬエネルギーを感じ、この1年間での同店と開会の活動の進化も勉強になりました。会議や掛け声だけではなく、実際に「出来ることは、どんどん行動していく」スタンスが、平日でも、活気あふれている商店街の源泉であると感じました。

半田駅前商店街でも、この研究事業の成果として、障害者が働く飲食店の開店口が近づいてきましたが、「福祉の店」として成功するのではなく、本当の意味での「商店」としても、早く一人前になって、商店街の中でも「小粒でも光る店」として成功して欲しいと思います。そのためには、先輩商業者の意見を素直に聞き、日々改善と努力を重ねていって欲しいものです。

新美武夫（半田駅前商店街振興組合）

#### <レポート その3>

先方の稲荷界限商店街は豊川稲荷の門前に立地していますが、初詣の1月以外の閑散期への具体的な対応を商店街関係者が前向きに行っています。会長の藤井さんの説明では、毎週定期的に閉店後に参集して、定番の「稲荷寿司」の価格や味付け、製造能力など、真剣に話し込んで、新メニュー開発などを行っているそうです。数店舗の稲荷寿司を1個ずつ入れた味比べパックの販売や新メニュー「狐のおっぱい」発売など、地域が一体となって、町おこしに協力しています。半田駅前商店街での新店舗（飲食店）に対しても、稲荷寿司やそばの調理方法もアドバイスしていただき、活気を生み出す原動力は、商売に携わっている人のエネルギーが根底にあるものだという、貴重な勇気を与えてくれました。



半田での新店舗には、開店当初には様々なお客様が来店し、不慣れな分だけ、トラブルもありがちですが、困難や苦勞を克服した経験が、将来かけがえのない財産として残るものですから、視察や研究で学んだことを生かして、活気あふれる店舗運営をしてもらいたいところです。

内田哲也（半田駅前商店街振興組合）

#### <レポート その4>

新聞記事で紹介された「きつねのおっばい」という稲荷界隈女将さん会が開発した新しい土産の「味」および商品開発までの道のりに興味がありました。女将さん会の藤井智香子さんの飲食店で買い求め、他の稲荷(きつね)関連の商品も食べました。どれも「もう1つ食べたい」と思う工夫がありました。半田駅前商店街の新店舗も童話作家・新美南吉の作品にちなみ「きつね」をテーマに展開する予定ですので、テーマが上滑りすることなく、地に足をつけた創意工夫が求められていると思います。



今回の視察先で特に印象的だったのは、新規事業を推進する際、多くの人の意見を参考している点です。ひとりよがり(自己満足)では、商売として継続できないという、有意義な勉強ができました。

竹内元章 (半田駅前商店街振興組合)

#### <レポート その5>

「女将さん会」代表の藤井智香子さんの講演を聞いた後、新しく女将さん会で開発した「狐のオッパイ」という油揚げを工夫した土産品を試食しました。藤井さんのバイタリティにもものすごい迫力というかリーダーシップを感じるとともに、同業(飲食業)間でも、良きライバルと同志である認識で、お互いの味や価格まで突っ込んだ意見交換をしている点など、「この町を良くしたい」という真剣さが伝わりました。

半田駅前商店街の空き店舗で、NPOふわりが立ち上げようとしている店は、飲食店ですので、駅前商店街の飲食店の店主などの意見にも耳を傾けて、良い店になるようにしてもらいたいです。特に、飲食業の場合、地域内のリピート客を数多くつかまえることが必要ですので、新商品(新メニュー)開発にも努力が必要だと思います。女性や高齢者のニーズ(意見)にも配慮した店づくりをして、研究と精進を怠らないようにがんばって欲しいです。

田中宏幸 (半田駅前商店街振興組合)

#### <レポート その6>

豊川市は人口約15万8千人。

視察先である豊川稲荷界隈商店街は、文字通り豊川稲荷の門前に位置する観光客主体の商店街で、土産物店・飲食店が軒を連ねている。

視察日は、初詣時期を過ぎ、肌寒い天候であったが、商店街内は、活気にあふれ、観光客で賑わっていた。随所で、通行客に対して「心地よい呼び込み」が聞こえるなど、街全体で「おもてなしの心配り」をしている感があった。

同商店街女将さん会の藤井智香子会長から講演をしていただいた。藤井会長は、老舗の飲食店の女将をしながら、初詣時期以外の閑散期にも来街者に満足してもらえるよう、近隣の女性経営者などに呼びかけ研究会やイベントを主催している実行派。出来ることから…を合言葉に毎月、同会をリードしている姿に感銘した。また同業有志で「油揚げ」をテーマに土産品開発を行っている話は、半田市でも「新名物」作りのプロセスとして参考になろう。

柴田哲治 (株式会社タウンマネージメント半田)



#### <レポート その7>

少ないお客様がリピーターとして再来店してもらう重要性、来年客数を増やすためのイベントの有

用性、お客を自店に呼び込む話題づくりや口コミの大切さ、「おかみさん」こそが、まちづくりの最適任者である等々、商売繁盛の原則をお聞かせいただいた。全てが今後の狐坊庵運営に役立つ事柄ばかりでした。

前田隆（半田商工会議所）

#### <レポート その8>

□ 稲美会代表・藤井智香子氏(松屋女将)の講演から

「自分たちが自分たちの街の中でやれることをしたい！一生続けられるようなもの、また将来も続いていけることをやりたい！」という願いを持って稲美会を作った。旦那衆は地元のつながりがあるが、おかみさん達はお嫁に来た人が多い。しかし、旦那は番頭であって、店に出ているおかみがお客様のことを一番知っており、私の店という思いも強い。「よそ者、バカ者、若者」がまちづくりを考えた。



以前は年間 600 万人が豊川稲荷を訪れ、うち 300 万人が1、2月に訪れるという場所であった。今、まち全体でいなり寿司の PR に取り組んでおり、各店がいなり寿司を開発しいなり寿司ラリー(300 円で 5 個)、つまみ食いツアーなど、店を巡る取組を進めている。

□ 視察を終えて

障害者がいかに地域に溶け込んでいくかを考える場合、地域のニーズに合うものを探し出し、それを叶えるもの作り上げた中に、本来の目的である障害者が活動できる場所という部分をプラスするのは、比較的地域に馴染みやすいように感じる。残念な話ではあるが、障害という言葉を前面に押し出すことで、一部に抵抗が生まれることは、ありうる話なのだろう。

また、よそ者である稲美会の女将たちが、自分のまちのためにできることを考え、活動をされてきたように、まちの活性化につながることを地域になじませながら進めることは大部分として受け入れられるのではないかと。

今回、シャッターが閉まったままの店が増えている商店街の中に新しいお店がオープンする。これは、商店街、半田市にとって、とても喜ばしいことだと思われる。また、オープンに当たっては、地元商店街の協力を得て色々な検討を重ねていく中で、地域のニーズを知ることもできた。昔あった大判焼の店「お茶常」は地元民ならみんなが知っていて、懐かしむ声を今でもよく耳にする。そのイメージも取り入れ、地域に親しまれるお店を目指してもらうことで、そこで働く障害者と商店街が生き生きとして元気になることを期待したい。

桂優子（半田市福祉課）  
（訪問日：2008年2月6日）



## 特定非営利活動法人 介護サービスさくら (西山商店街内)

西山商店街は 20 店舗ほどの小さな商店街である。ここも 30-40 年前までは賑わいを見せていたというものの、今はシャッターを閉める店も目立つ。そんな折、高齢者の「くらしの助け合い」活動を営んできた当時まだ有償ボランティア団体に過ぎなかった介護サービスさくらが、介護保険事業のための拠点を探していて、この空き店舗に注目。2000 年に入居を果たした。

介護事業のように物品を販売しない店舗の入居は、商店街側としては問題視する向きがなかったわけではない。しかし、さくらの入居を機会に、地域の高齢者が商店街に出かけ、またさくらのスタッフが商店街で買い物をすることで、商店街に人通りが戻ってきた。今では、商店街内に 4 店舗を構え、商店街にとってなくてはならない存在になっている。

### <概要>

- 所在地: 愛知県名古屋市名東区  
西山本通 2-23
- 代表者: 村居 多美子
- 設立: 1988 年 8 月
- 事業内容: 訪問介護事業、居宅介護支援事業、通所介護事業、障害者自立支援事業、特定高齢者自立支援事業、移送サービス事業、くらし助け合い活動事業、福祉用具販売・レンタル事業

**経営理念** 「住み慣れた街で、家族とともにいつまでも安心して暮らし続けたい」と願い人たちの助け合いの輪が広がるように

### □ なぜ介護サービスさくらが商店街に！？

介護サービスさくらは 12 年間有償ボランティアの会として実施していた。村居さんの自宅を使って実施していたため、経費はかからなかったが表どおりではないため、たくさんの人に知っていただく機会は少なかった。皆さんに知っていただきたいと日頃から思っていた。また、一方で道を挟んである商店街は、以前は歩道も広く全国から見学がくるにぎわった商店街であったが、現在は、シャッターが下りている商店も少なくない状態にあった。その当時 15 件のうち 8 件のシャッターがしまっていた。あの場所に・・・と考えるようになった。しかし、さくらは物を売っていたわけではない。商店街で販売するものがないのはどうだろうか？と考えた。商店街の当時の理事長は、売るものはないけれどもと話をすると、シャッターが下りているようりは、開いていたほうが人も来るのではないかと・・・と商店街に入ることを了解して下さった。商店街活性化の助成金やその他助成金を活用し、かつ地元の実業会社の方に協力していただいて、改装を行った。また、一方で居場所のない高齢者が多いことに気づいた。みんなが喜んでくれるサービスをしようということで、デイサービスを始めることになった。



### □ 現在の商店街の中でのさくらの活動

現在さくらは、商店街の中に 3 つの店舗を構えている。1 つはケアマネ+訪問の事務所を 2 階に構え、1 階に福祉用具の店+デイサービスを構えた拠点。もう一つはデイサービス。もう一つは、さくらんぼという児童のデイサービスである。商店街に行ったとき、ガラス張りのそれぞれの店舗は、中の様子が良く見えた。中では、お年寄りがこちらをみてにっこり笑っていた。すぐに職員さんが「こんにちは？どうされました？」と話かけてきてくれ

た。何か日常を見ているようで暮らしがそこにある温かみを感じた。すぐ隣には、一般のお店があり、その店先をお母さんと小さな子供がほうきで掃除していた。その風景が当たり前の町並みというか日常の生活であり、特別な福祉という枠組みやサービスという支援の中にあるわけでない同じ流れの中にあることを感じた。



#### □ 商店街にさくらがあることで・・・

さくらは、商店街に3つの拠点をもっている。それは、商店街のシャッターを3つ開けているというだけでない役割や効果があるという。1つは、ケアマネさんやホームヘルパーさんがその商店街の中で食事をし、化粧品を買うという経済効果である。1つの拠点だけでゆうに30人を超える人が出入りしているであろうことが予測されることを考えると、その経済効果はばかにできない。また、同様に3つの拠点を借りているということは、家賃が発生していることは言うまでもない。1ヶ月に36万円の家賃が地域に支払われていることになる。大家さんはまたこの地域でお買い物をするわけで、その経済効果も考えられる。また、商店街には電灯や看板などの経費として、1ヶ所1万円納めているという。これも商店街をとにもよくするためには必要な経費だという。これらの点から、少なからず新たな経済効果が生まれていることは確かだと思う。

それ以外に、さくらにいるたくさんの人という財産も商店街のなかで活用されている。どの商店街でもイベントを実施しているが、お年寄り夫婦が多くなった商店街や、商売をやっているなかなかイベントの準備がままならない商店街にあって、イベントの準備をし、当日も要員として動けるさくらの職員は、商店街の大事な財産になっているようである。もともと地域のこまったということに有償ボランティアで対応してきたさくらは、いざというときの人脈をたくさんもっている。その手配や準備が上手なのだ。みんなの喜ぶ顔が見たいからね～とうれしそうに語る村居さんは、そのイベントの一つもちつきイベントでサンタ子の衣装を着ておもちをつくという。「自分が小さいころにふかされたお米の香りとおばあちゃんのお餅をつく手、つきたてのお餅の香りを知っているからね、今のこの町の子供たちにも知ってほしいんだよね。」と語っていた。何かその言葉の中に、この町への思いや、この町に住む人への思いを感じることができた。

#### □ 地域の人との関わり

さくらは、みんなのこまったをサービスにしてきた。またみんなに楽しんでもらえるイベントに参加してきた。自分から飛び込んでいくことで、地域の会う人会う人が声をかけてくれるようになったという。そんな中であって、地域の方からいろんな情報をいただけるようになったという。「〇〇さん最近買い物にきてないけどどうしてるの？最近みかけないようね。」と。近所の情報は近所の人が一番良く知っているのだ。その情報はとても大事だと感じた。

村井さんは「町に誇りを持っているからみんなこの町に住んでいるんだな～。もっと住みやすく魅力的な町に私たちも一緒に仕掛けていきたい」と話してくれた。町の人にもこの町に誇りがあり、また村居さんもこの町に誇りを感じているのだと思った。また、その中には、地域の方のお互いへの気配りや声の掛け合いが存在しているのではないかと思った。

#### ■ 学ぶべき視点

- \* 特別な存在としてではなく、地域の中の当たり前の風景の中にあり、日常が流れていっていること。
- \* 商店街のちょっと手が届かないもしくは、こんな人がいるといいな地域の一員として自然に答えていること。
- \* 商店街に出店したことが、人を通じてその地域の経済効果を生み出していること
- \* 町の人達だけでなく、そこで働いている人達もまたその町や商店街に愛着や誇りを持っていること。

加藤恵（特定非営利活動法人ふわり）

（訪問日：2008年1月19日）



## 特定非営利活動法人 楽笑

「自分の生まれ育ったまちで障害者福祉事業所を立ち上げたい。」自身の親類が障害を持ったことから福祉の関心のあった小田氏も、最初は「障害者は施設に入るもの」と思っていたとか。そんな折、「障害を持つ方が地域で暮らし続ける社会づくり」を実践しているNPO 法人との出会いが彼を突き動かした。「自分のやりたいことはこれだ！」

その後、福祉事業所で学んだ小田氏は、地元に戻って自ら事業所を立ち上げることに。それを、地域の人々の声に真摯に耳を傾け、地域の人々と交わる中で具現化していった。法人名「らくしょう」は、地元のお祭りの厄年会から頂いたものである。

楽笑の理事は平均年齢27歳。福祉分野だけでなく、地域で様々な活動をしている人が集まっている。これも、楽笑は、障害者福祉を福祉の視点ではなく、まちづくりの視点から見ているからこそである。

**経営理念** 障害のある方もそうでない方も、自分の好きな地域で暮らし続け、そして地域の人と共に生きられるような普通の社会の実現を目指し、楽しく笑えるまちづくりをより多くの人と協働し活動する。

### <概要>

- 所在地: 愛知県蒲郡市三谷町魚町通12-1
- 代表者: 小田 泰久
- 設立: 2007年2月
- 事業内容: 障害者福祉サービス事業(指定地域活動支援センター事業、私的レスパイトサービス事業、楽しく笑えるまちづくり事業、パン工房、駄菓子屋)

### <レポート その1> ~理事長・小田泰久氏の講演を通して~

障がい者と地域の方とが一緒にパンを製造、販売する「パン工房八兵衛」を2007年5月に開店。「障がい者の働く場」ではなく、「地域のニーズの中に、障がい者が加わる場」というまちづくりの発想が取り入れられている。

#### □ 地域のニーズを取り入れる

まず、今回の講演を通して感じたのは、出店する場所や出店しようとする店舗が、地域の方にとって、どんな意味を持つのかを理解しなければならないということである。今回の視察先である「パン工房八兵衛」は「主婦の働ける場所」、「子どもが安心して集まれる場所」、「子どもがおつかいにいける場所」といった地域のニーズが反映されている。

店舗を構えるのに当たり、福祉事業所の思いや考えのみが強く反映されたものに対しては、店が存続していく上で必要となる地域からの理解は得られにくい可能性もある。しかし、店作りのコンセプトを構成する段階から、「地域のニーズ」を意見として汲み取り、店作りに反映させることで地域から受け入れられるだけでなく、その店と一緒に作っていき、盛り上げていこうという連帯感や責任感が芽生える。今回出店する「狐坊庵」に関しても、この点を意識する必要はあるだろう。

#### □ 地域の方が実際に関わる(働く)店である

第2に感じたのは、店舗として存続していくために、地域の方が「お客さん」となることは必要であるが、障がい者と、地域の方とが一緒に働くことを通して、お互いの関わり方、接し方を理解していくことも必要となるということである。

「パン工房八兵衛」では、障がい者14名のほか、地域の主婦が4名一緒になって働いている。その中で、お互



いの関わり方や接し方を見出しているということであった。

単に「お客さん」として地域の方を見るのではなく、一緒に働く、一緒に経営をともにするという姿勢づくりをコンセプトに取り入れていくことで、障がい者の働くお店という意味づけ以外に、地域の方、障がい者の相互交流も可能になるのであろう。

□ かしまった場作りだけではなく、ざっくばらんな場作りをする

第3に、地域の方々に店舗のあり方の説明や、ビジョンを伝える際、必ずしも、「説明会」のようなかしまった場でのみならず、地域の方の集まりへの何気ない顔出しや、井戸端会議などの切り口も必要となるということである。

地域の方との何気ないコミュニケーションによって、どんなお店が出るのかを伝え、また、そこに地域のどんなニーズが反映させられるかを模索することがより気軽にできるようになるとのことであった。

「狐坊庵」の出店に際して、商店街での顔見知りとなった方(例えば、蔵のまち協働のまちづくりワーキング会議の委員など)を通して、地域の集まりなどに自分たちから積極的に働きかけることが求められるだろう。

□ 最後に

以上のように、「パン工房八兵衛」はあくまで、「障がい者が働くパン屋」ではなく、「地域に根付くパン屋」を目指し、いかにして収入を得られるかを意識して経営を行っているとのことであった。

「狐坊庵」についても、以上の事柄を踏まえ、地域から愛される「そば、大判焼きを食べられる飲食店」経営を目指し、そこで障がい者が働き、また地域の方と一緒にあって、店づくりをしていくことが求められるのではないだろうか。

赤坂英寿（半田市商工観光課）

#### <レポート その2>

この「パン工房・八兵衛」は、決して良い立地というか人通りもない裏路に立地していて、正直な第一印象はこのパン屋の経営は大丈夫だろうか?というものでした。しかし、代表の小田泰久さんの説明で、日商が、私の想像よりも多い約3万円と聞き、うわべだけで店舗を判断しては、いけないと反省しました。店頭には、駄菓子コーナーがあり、パン屋にした理由が、元々、その地にあった「パン・駄菓子店」をイメージして開店したそうです。地域にあった業種を再現し、しかも障害者の人が働く場を提供する手法は、今後の商店街内の空き店舗対策にヒントとなりました。さらに、開店前や開店後にも、不安点や悩みを行政(蒲郡市役所)に相談に行き、的確な助言をもらっていることなど、協力や支援体制を自然休のうちに作り上げていることは、代表者の人柄と情熱の結果だと思えます。この店は日曜と月曜の週2日が定休日と聞きましたが、一般的なパン屋は、年中無休か、せいぜい週1日の定休日だと思いますので、スタッフの勤務体制面で定休日を設けるのではなく、消費者のニーズにあった営業をすることが、この店の課題だと感じました。

新美武夫（半田駅前商店街振興組合）

#### <レポート その3>

半田市と人口規模や港を有するところなど類似点が多い蒲郡市で、商店街から200m程離れた場所に店舗を構える「八兵衛」。店前の道路は、幅員4m程の路地で人通りも少ない。NPOが障害者の就労支援のため開設準備をするなか、①主婦の儲ける場所がほしい、②子供がおつかいに行ける場所がほしい、③子供たちが安心して集まれる場所がほしい、という地域のニーズを汲み取り、「パン屋と駄菓子屋」の構想が具体化した、地域参画型の好事例でありました。



駄菓子コーナーは地域の方がボランティアで改築に協力するなど、開店前から、地域と良好な絆を築き上げていた。その他、開店後は、小学生の職場体験など子供への学習の場や楽しみの場として店舗を利用させている他、地元の大学と「おすすめパン」を共同開発するなど、常に地域と協調・連携を続けている運営姿勢は注目に値します。

内田哲也（半田駅前商店街振興組合）



#### <レポート その4>

半田駅前商店街で研究事業を続け、この春オープンが予定されている障害者が就労できる飲食店の参考事例として、この「パンの店・八兵衛」に大変興味がありました。それは、「味」と「サービス」です。店舗見学の際、実際にパンを買い求めました。ガラス越しに働いている障害者の人から明るい「いらっしゃいませ」の声と笑顔で迎えられ、数種類のパンを食べました。朝食後間もない時刻でしたが、すべて完食しました。その中でも近所の工場から直送の竹輪を利用した「ちくわパン」は絶品で、質問すると、この八兵衛の人気商品とのこと。やはり、商売は、工夫やオリジナリティの積み重ねと明るい笑顔での接客が基本であるなあと再認識しました。そして、開店の計画を地域の人々に理解してもらい協力を得るために、NPO理事長の小田さんが、苦労された話から、物事を進めていくためには、情熱だけではなく、相手(先方)の立場に立って、時間を掛けながら、双方の意見に耳を傾けることが重要なことだとわかりました。

竹内元章（半田駅前商店街振興組合）

#### <レポート その5>

□ 参考になったところ、半田市にも取り入れたいところ

- \* 開店までに地元住民と合意形成をとっている点
  - ……地域住民の会合やお祭りの会合に積極的に出席して熱意をもって説明している
- \* 手作的(アットホーム)な内装や外観
  - ……木製の壁や土間など「ぬくもり・優しさ」が伝わる
- \* 地元の産品を取り入れたオリジナル商品を開発している点
  - ……目の前の工場で作った材料を使用した「竹輪ロール」など
- \* 地元の大学などへ出張販売に出掛けている点
  - ……売上(収益)確保のため、店頭販売だけではなく、販路開拓に努力している

本通りから外れた「裏通り」で、売上を確保することは、容易ではないと想像できるが、スタッフ(障害者も支援者も)の一生懸命さと温かみが伝わる運営を感じ取れた。初心を忘れず、努力するとはどの業種でも共通していることであります。

田中宏幸（半田駅前商店街振興組合）

#### <レポート その6>

蒲郡市は人口約8万1千人。

視察先である「八兵衛」は、蒲郡市三谷漁港近くの路地に面した手作りパン店。障害者生活支援を事業とする「特定非営利活動法人・楽笑」が運営している、障害者がパンを焼き、販売をしている自立支援事業所の路面店舗の先進事例。

同NPOの小田泰久理事長から、店舗案内と詳しい説明をしてもらった。小田理事長によると、試行錯誤の上、地域のニーズをつかむため、地域住民や祭礼関係の会合に出掛け、構想を説明し、地域からの要望やニーズを極力集約しながら、地域のコンセンサス形成後に、開店できたとのこと。時間を掛けながら、膝を突き合わせて、本音で語り合うことから地域の理解を得られたことは、新規事業をスタートさせる上で、重要なポイントであろう。また、開店後も、店頭販売のみならず、近隣での職域・大学などへの出張販売を継続的に行っているなど、経営面でも積極性を感じた。

今後の展開として、団塊の世代を対象とした「干物加工販売」事業も計画中とのこと、地域特性に合った事業着手法など多いに参考となる事例であった。

柴田哲治（株式会社タウンマネジメント半田）

## <レポート その7>

### □ ちくわ一本のまちづくり

福祉作業所「パン工房八兵衛」は、子供たちがお使いに行け、安心して集まってこれる場所がほしいというニーズと、主婦が働きたいというニーズを見事にマッチングさせたもので、子供たちに障害者との関わりを持たせ障害者に対する理解を深めさせることにも役立っている。

「パン工房八兵衛」は、地域の逸品として「ちくわパン」を開発した。買い手に「あ、そんなこともあるのか」という驚きや発見、話題のあることは大切です。同じパン屋でも、新たな商品を作り出し販売することの効果は大きく、狐坊庵でもぜひ取り入れて運営に生かしていける点であると感じた。

商売のあり方に近江商人の「売り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」が言われる。これまでは「売り手よし、買い手よし、世間よし」の順番で語られたが、これからは売り手と買い手より先に、「世間よし」が重要視される時代かもしれない。大人の障害者への接し方がそのまま子供たちに反映することで大人が考えさせられたり、子供たちが障害者に関わることで障害者に対する理解を深めたり、地域の人と人のつながりができたりすることなどにより市民協働の場が作られ、地域に暮らして幸せに感じることができる、これが「世間よし」である。売り手と買い手の満足利益より、「世間よし」を優先させれば、ほとんどの事業は軌道に乗るかもしれない。この「世間よし」の延長が、小田代表が言われた「地域の方の意見を形として反映させることで、緩やかな責任感が生まれ、自分たちが関わり、作り上げたものが愛着に変わる」というまちづくりの最終ステージにつながっていくのだろう。

「地域のニーズを形にするまちづくり」と主婦と障害者のニーズと地域のニーズをマッチングさせた福祉作業所「パン工房八兵衛」は、小田代表の優しさや志と信念が原動力になり、それを多くの人々が支援し地域のまちづくりに貢献している。その活動と理念に、参考となり学ぶべき事項が多々あった。

前田隆（半田商工会議所）

## <レポート その8>

### □ 小田泰久理事長の講演から

事業所を立ち上げようとした時に、地域には障害に対する抵抗感があり、なかなか事業が進められずにいたが、視点を変え、「まちづくり」をキーワードに考えてみた。そこで出たのが、「主婦が働けて子供が集えるパン屋と駄菓子屋」であり、「そこで障害者も働いてみたら？」という発想は地域にスムーズに受け入れられた。また、その後も代表が地元民である利点を生かして、地元の集まりの中で話題に出して地域の意見を聞くことができた。それをお店に反映することで地域が関心を持ってくれることになった。

現在、主婦4人、障害者14人(4~6人/日)が働き、平均3万円/日の売上。店舗だけではなく大学・企業への出張販売や市立保育園に50円パンをおやつとして提供するなどし、経営努力は欠かせない。

また、保護者の要望は尽きない。働いている姿を見れば賃金を上げてほしい、住まいの場を考えてほしいとエスカレートしていくが、じっくり話して理解して頂かない。

課題は山積みであるが、地域の方の支えを受けてやっており、新たなプロジェクト(干物作り)も始めていきたい。

### □ 蒲郡市・鶴飼秀好福祉部長から

協働とは、「役所がやらなきゃいけないことを民間にやってもらうこと」と考える。協働により行政の少しの支援で大きな成果を上げることが可能となる。ただ、行政は思うほど力にはなれず、「情報の提供、マスコミ等PRの手伝い、その他お手伝い(制限つき)」程度である。また、今後は障害者だから・・・では済まされず、一般と競争できるものを作っていかなければ生き残っていけない。

楽笑に対しては、他ではなかなかやってもらえなかった保育園のおやつを提案はしたが、要望に合うものを努力して作り、軌道に乗せたのは楽笑である。また、他事業所にも蒲郡の特産みかんの木を使った土産品の制作を提案し、季節に合った人形の置物(サンタ、雛など)を作っているが、実際に売り物になるものを考えたり、販売ルートを検討するのは事業所自身である。そこに協力はするが、事業所の努力次第である。



桂優子（半田市福祉課）  
(訪問日：2008年2月6日)

# 2. 考察

### (1) 「また来たい」—そう思わせる笑顔が印象に残る

元気な事業所は、どこも代表が笑顔である。代表自身が、仕事を楽しそうにしているのである。そんな彼／彼女らに共通しているのは、必ず未来の展望を語ってくれたこと。「次はこんなことをやろうと思っている。」「今度はこんなこと始めるよ。」こんな話をされては、ヒアリングに来た私たちが「また来たい」と思ってしまうほど。このような魅力が、ビジネスとして継続してお客を惹きつけられる要因の一つなのだろう。

また、今回は、代表にしか話を聞いていないにも関わらず、地域の人とのやり取りやスタッフとのやり取りなど、人が動いているイメージが容易に湧いて来る。

### (2) 人材の活用が上手く、関わってくる人々に誇りが生まれてくる

地域の人材を上手く使っていることも特徴的である。こらぼ屋では普通の主婦が一日だけのシェフに。コミュニティタクシーではタクシー・ドライバーの多くが再チャレンジ組。楽笑では障害者と地域の主婦が普通に一緒に働いていたりする。このように通常のビジネスでは日の当たらない人にスポットが当たる事業がコミュニティビジネス系には多い。このことは、事業に参加する(スタッフとして、ボランティアとして、協力者として、お客として)ことで、次第に人々の間に誇りが生まれて来るのも見て取れる。

### (3) 地域から信頼されている

ヒアリングをしていると、話の中に頻繁に地元地域の話が出てくる。時には自分の事業の話そっちのけで、地域のことを話したりもする。それほど、地域に根付いて、そしてしっかり地域住民の意見に耳をしっかりと傾けていることが感じ取れる。楽笑の小田代表は積極的に地元の祭りに参加し、地域からの信頼も厚い。こらぼ屋は、四日市ではワンデイシェフのみならず、様々な能力を持った「ワンデイズ(ワンデイトーチャー、ワンデИАーティスト、ワンデイファーマーなど)」を発掘・連携させて、多様なコミュニティを創出しようとしている。介護サービスからは、今や地元商店街の催し物では無くてはならない存在になっていたりする。

### (4) 次世代の育成には困っている

課題も挙げておくと、コミュニティビジネス事業者も商店街も、次世代の顔が見えない、ということが挙げられる。その原因として2つほど考えられる。一つには、代表のカリスマ性が高いために、次世代が台頭できないのではないかと、ということである。特にコミュニティビジネス系は、コミュニティづくりとビジネスとの両方を同時に実現しようというのだから、それ相応の強烈なリーダーシップを持った人が代表であることが多い。そのことが、逆に次世代との格差を生んでいるとも考えられる。もう一つは、若者が育つ職場環境にない、ということである。経営的には、人件費はパートやアルバイト、ボランティアの活用に頼ることが多く、若者を正規で雇用するには負担が大きい。また、人材教育をする余裕もほとんどない、というのが現実である。

### (5) 補助金・助成金頼みをいかに脱するか

補助金や助成金を使って始まった事業所の場合、それらが切れた時が正念場である。雁ぶら物語では、補助金無しでも自立していける運営方法を模索中であるが、現実には厳しい。ほっとかんで、行政が力を入れている今は良いかもしれないが、助成金がなくなった後の継続には不安が残る。

## 第六章

### 外部の評価

## 1. (株)タウンマネージメント半田 柴田氏

### 商店街と福祉系サービス事業とのコラボレーションについての考察

株式会社タウンマネージメント半田 専務取締役 柴田 哲治

#### 1. タウンマネージメント半田とは

株式会社タウンマネージメント半田(TMH)は、半田市中心市街地活性化を目的に、平成11年10月に設立された第3セクターの街づくり会社である。半田市、半田商工会議所の他、中心市街地内の4商店街が出資と役員出向を行っている。

TMHは、「出会いとにぎわいを創出する街づくりのコーディネーター」として、これまでの約10年間、様々な活性化事業を行ってきた。空き店舗対策事業(テナントミックス管理事業)、重要文化財活用事業(喫茶店の経営)、街おこしグッズ企画販売、月刊情報紙の発行、共通商品券の発行、街おこしポイント付きクレジットカードの発行、各種イベントの企画立案等のソフト事業を継続実施している。

TMHの主たる活動エリアである半田市中心市街地内には、①知多半田駅北商店街振興組合(愛称:かぼちや通り)、②半田ランプリングタウン協同組合、③半田中町商店街振興組合、④半田駅前商店街振興組合(愛称:蔵しっくたうん)の4つの法人組織の商店街が在る。それぞれの商店街は、単独予算の中で独自事業を展開する他、TMHがコーディネートする合同企画も商店街間で緊密な連携を図りながら、積極的に実施している。例えば、商店街マップの作成、雛祭りや夏季イベント、クリスマスイルミネーション等の合同企画は、エリア内の回遊性を高めることと来街者を個店へ誘引することを主眼に継続的に実施している。

また、TMHの実務的運営は、その多くを商業者および商店街主導で行っており、運営に携わる商業者個々の経験やネットワークを最大限活用しているマンパワーが組織活力の源泉となっている点は特筆すべきことである。

#### 2. 福祉系サービス事業所と商店街の関係と役割

中心市街地の商店街空洞化が全国的な課題であるように、半田市においても、その傾向が顕著であり、有効な空き店舗対策を講ずる必要があった。本調査研究事業の対象となった半田駅前商店街振興組合(半田駅前商店街)においても、平成14年度に約80店舗であった商店街加盟店が、平成19年度では約60店舗となっていた。

これまでも、半田駅前商店街には、学生チャレンジショップや自主防災活動センター等が、空き店舗にオープンした例があるが、いずれも単年度事業としての開設であり、当該の年度末には撤退しており、恒常的かつ安定的な営業形態の空き店舗対策が求められていた。

今回、福祉系のNPOである「ふわり」と半田駅前商店街が、障害者自立支援に則った新体系サービスによる空き店舗活用策について調査研究を行うに際し、半田駅前商店街では、理事会において慎重に協力体制などを審議した。その結果、「①空き店舗が減る(閉まっているシャッターが開く)こと、②新しい取り組み(障害者自立支援)を理解し、協力すべきであること、③今回の事例を契機に空き店舗対策のノウハウを得ること」等の効果や使命があることにより、本調査研究事業に、商店街三役(理事長・副理事長・専務理事)が参加し、協力することになった。併せて、TMHからも専務取締役(筆者)が、参加協力することになった。

つまり、商店街にとって、今回の新体系サービスの調査研究は、単に「空き店舗対策」のみをとらえているのではなく、「福祉系サービスへの理解促進」と「ノウハウ蓄積」という側面を合わせ持っているのである。

### 3. 地域関係者の理解と合意形成

本調査研究事業は、その成果として「新店舗の開店」を目指すものであるから、開店後も視野に入れ、地域関係者の理解と協力を得られるよう、商業者委員として助言と協力をした。

具体的には、

- (1) 店舗予定地の近隣住民への挨拶と構想への理解・協力要請
- (2) 地元区長への挨拶と構想への理解・協力要請
- (3) 商店街への加盟と商店街事業・会議への積極的な参加
- (4) 各種イベントへの参加
- (5) 地元行事(月例の資源リサイクル活動など)への参加

などである。

その結果、「何か新しい取り組みで新店舗を準備しているらしい」などと街の話題として取り上げられるようになった他、各種事業への参加を継続することにより、新店舗の運営スタッフ予定者の顔や店舗の構想が地域内に徐々に浸透していった。地道に人間関係を良好に築きながら、地域関係者への理解と合意を得ていったのである。このことは、スタッフ達の努力と姿勢の賜物であることはもちろんであるが、委員会メンバーである商店街役員が、自店の経営を含め、地域活動にも積極的に参加している等、商業者委員の地元信用力も背景としてあったことが、地域内の合意形成が順調に進んだ要因のひとつとしてあげることができよう。

このように、地域内での理解が進んだことにより、スタッフに「頑張ってるね」、「開店が楽しみだよ」などの暖かい声援が、街なかから掛かるようになった。

### 4. 店舗計画とチェック機能

本調査研究事業は、「NPOふわり」が実施し、委員会形式で調査研究を行ったものであるが、新店舗の計画を検討する際に、商業関係者の委員として気づいたことを記述する。

福祉系サービスの「新店舗」であっても、今回の新体系サービス(自立支援)では、対象となる顧客は一般消費者であり、事業の安定的な継続を考慮すれば、経営分析(マネージメント)を充分に行うことは当然であろう。

つまり、店舗の業態(本件では飲食店)プラン(素案)に基づき、「商圈分析」、「投資効果(回収計画)」、「メイン客層の予測」、「売上・客数予測」、「取扱商品(メニュー)と単価」、「店舗レイアウト」、「販売促進・広告宣伝」など、様々な角度からの検証が必要不可欠である。

しかしながら、委員会等での計画素案の発表内容や議論時間は、マネージメント的な観点よりも、「新体系サービスの開店準備と障害者による店舗運営」に比重が多かった感は否めない。

障害者が就労するためには、厨房や客席のスタッフ動線、調理器材の選定などに配慮する必要性は、充分理解するものの、「日々の売上(日銭)が商いの糧」という商業者意識に立った検証をする時間は少なかった。

商業者の委員からは、その都度、具体的なアドバイスや警鐘が発せられていたが、新店舗運営を担う予定の「社会福祉法人むそう」側のチェックや修正が十分に機能していない様子であった。

利用対象者が限定されている福祉サービス事業とは異なり、一般店舗では、その利用者(客)は不特定多数である。つまり、広く一般市民(消費者)に満足してもらえる運営(商い)を継続的に行えるかが、事業安定のポイントである。一般的な商売では、顧客からは何ら継続的取引を約束されたものではなく、厳しい競争の中で成り立っているのである。次回の来店につながるサービス(商品価値・接客・店舗など)を常にチェックして改善していくという面が、本件では特に危惧される。

新店舗開店の準備段階には、多大な労力とノウハウを必要とする。我々の商業者委員は、自らの事業での経験を基にサポートとアドバイスをしてきたが、本件では、開店準備を行っていく体制面に未熟さがあったことを指摘しておきたい。それは、計画通りに準備が進まない場合(一般的には、準備が遅れる場合など)での対応を処理できない、対処が遅れるなどの課題が発生していた点である。大げさにいうと「危機管理対応」の甘さであろう。

物事は、計画通り(机上論通り)進まないものであり、アクシデント(危機)をも想定し、処理しきえる体制と組織体力がなければ、アクシデントの都度、時間だけが無意味に経過して、アクシデントから派生する「傷口」を広げかねない。



## 5. 営業面での課題

本店舗の営業面で気づいたことを挙げてみる。「甘い商売」をしている、という声が聞こえてきそうである。

◎ 営業時間が、午前10時から午後6時までである点。

「蕎麦」という食事メニューがメインであるにも関わらず、夕食時間帯には、閉店している不自然さ。ランチ(昼食)だけで売上(採算)確保は難しいと思われる。

◎ 定休日が、週2日間設定されている点。

ごく一般的な商店は、週1日の定休日が多く、飲食店は年中無休店もある中、週2日定休は、「殿様商売」として理解されにくいこと、客を自ら逃していると思われる。

また、店舗オペレーション(運営)では、

◎ スタッフの職務分担が不明確である点。

大まかに区分すると、飲食店では、「厨房(調理)」と「客席(接客)」の2つ職務に分かれる。本件店舗は、セルフサービス形態であるが、接客の重要性を軽視してはならない。TMHでは、飲食店(紅茶専門店)を経営しているが、職務を「厨房(キッチン)」、「客席(ホール)」、「会計(フロント)」の3つに分け、スタッフ全員が、これらの3職務を経験した上で、連携しながら店舗を運営している。つまり、責任区分を明確しながらチームワークで業務にあたっている。

来店客の声なき「無言の不满」や「ストレス」をキャッチするアンテナ係は、店舗内で重要なキーパーソンである。

## 6. 課題解決に向けて

まず、商業の大原則である「店は客のためにある」という意識を店舗スタッフのみならず、運営母体の組織全体が持ち続けることであろう。

本調査研究事業を通じて、各所の先進事例で研究したことと商業者委員からの提案や意見、民生委員などのアンケート・意見を再度精査して、課題解決に全力で取り組んで欲しい。

本件では、商店街や街づくり会社であるTMHが、商店街マップなどを通じ店舗紹介などに協力している他、全国的にも珍しい「障害者就労と商店街の空き店舗対策事業」として注目を集めている。これらの地域内外からの期待に対し「成功」という答えを出して欲しい。

具体的な課題解決策については、本稿ではあえて述べない。それは、教えられることで身に付くものより、自ら考え追求した上で習得したことや失敗から学んだことが、「生きた解決」になると信じるからである。

## 7. まとめ

本調査研究事業の目的であるキーワードは、「福祉新体系サービス」と「駅前(商店街)の空き店舗活用」であり、その成果として「地域密着型事業」実施プロセス開発である。

新しい取り組み故に、問題点や課題なども多く抽出された反面、全国的に衰退傾向が続く商店街にとっては、新しい切り口の「空き店舗対策事業」として、本件の類型店舗の開店と成功が望まれるところである。

商店街で営業を続けている店の多くは、立地環境の変化や駐車場対策、消費者行動の変化などのハンディを乗り越えながら、厳しい生き残り競争に挑んでいる。「地域一番店」、「オンリーワンショップ」しか、生き残れないという覚悟で商いをしている。

同様に、福祉系サービス事業を展開する事業者は、求められるサービスの向上や新しいサービスを提供するなど、常に福祉を必要としている人の立場に立って努力を続けている。

今回、「福祉のプロ(経験者)」と「商業のプロ(経験者)」とのコラボレーション事例のモデル事業であるが、調査研究段階までは、委員として商業者(商店街関係者)も積極的に意見を述べ、アドバイスをやってきた。しかし、店舗オープン後の実際の店舗運営責任は、本件の場合、社会福祉法人が行っていく。

つまり、「障害者の就労支援」という観点では、福祉のプロ(経験者)としてノウハウが、最大限に生かされる筈であるが、「商業のプロ(経験者)」が、直接的に経営に関与できない弱点を早急に改善すべきであろう。開店後は、商店街としては、1加盟店としての側面的な応援しか出来ないことを理解してもらいたい。

開店後(店を構えたこと)は、自助努力で結果を得ることが、商業ばかりではなく、経済の原則である。

本稿を通じて指摘している「商業者の視点」をもつ人材育成を運営組織内で行うか、外部から手当するなど

して、「福祉と商業」をバランス良く経営に反映させてもらいたい。

障害者が、就労できる環境整備、しかも本人が生まれ育った街で就労できる店舗開設の重要な意義と、消費者に継続して来店していただける店舗運営の重要性は、不特定多数の消費者の前ではお互いに補完できないものである。前者の理解だけでは、経営として成り立つ売上げ確保は困難であろうし、仮に理解者だけの来店数で経営を語ろうとするのなら、商店街内に店を構える必要性はなかろう。

今一度、「商店街内への出店」を考えると、おのずから答えは出てこよう。

誤解を恐れずに書く。エールとして理解していただきたい。

「福祉系の店が商店街にオープンする」のではなく、「商店街に新しい店をオープンする。その店では障害者もイキイキ働いています」という気構えを持ってもらいたい。

開店することは「ゴール」ではなく、あくまで「スタート」である。

半田駅前商店街での新店舗が成功して、半田市内外の商店街空き店舗対策事業のモデルケースとなり、商店街活性化の新しい方策のひとつになることを心から念願しているので、敢えて苦言も申し上げた。

## 2. 半田市役所 小野田氏

### まちの活性化と障害福祉

半田市福祉課 副主幹 小野田 靖

#### ■ 蘇る「蔵のまち」

##### ・ 商都半田の復活と創造

…キーワードは、歩いて回れる観光地

今回狐坊庵がオープンするエリアは、通称「蔵のまち」と言われ、「山車」や「南吉」とともに半田の観光の大きな柱となっている。特に「蔵のまち」は、「博物館 酢の里」「国盛酒の文化館」の2大観光施設があり、年間13万人の観光客が訪れている。

また、半田運河は、環境省の『かおり風景100選』に選定され、5年に1度開催される「はんだ山車まつり」では、そのメインエリアとして48万人の観光客で賑わう場所でもある。しかし現実には、中心市街地の空洞化により、商店街には空き店舗が目立ち、バスで訪れる団体の観光客を除けば、まちを歩く人もまばらな状況である。

そこで、平成18年3月に策定された「半田市産業・観光振興計画」においては、この蔵のまちの観光による振興が大きな課題と位置づけられている。

その昔、醸造蔵が立ち並び、地域経済の中心として多くの人が行き来した「蔵のまち」。黒澤明監督の「姿三四郎」など数々の映画ロケ地として使われたそのロケーションを再発見し、かつての賑わいが蘇る日を目指して、地域では雛祭りや端午の節句といったイベントが始まっている。これらイベントを通じ、蔵のまちの魅力を市内外の方々にPRしてきた成果は、徐々にではあるが市民の意識に根付いてきており、『商都半田の復活と創造』は地元商店街・観光協会・市民団体・行政の協力により、着実にその歩みを進めている。

車社会にありがちな点と点で結ばれる観光地を、歩いて回れる観光地へ。

「点」から「面」への転換による街の活性化である。国の観光立国懇談会報告書(次頁参照)でも述べられている「住んでよし、訪れてよしの国づくり」は、障害の有無に関わらず誰もが地域で暮らすことを目標とする障害者自立支援法の理念と、実は大きく重なるものである。



## 参考：観光立国懇談会報告書 から抜粋（2003年4月24日）

### －住んでよし、訪れてよしの国づくり－

#### 2. 観光の革新－文化の磁力を高めて－

##### (1)「国の光を観る」－観光の原点－

「観光」の語源は、中国の古典『易経』の「国の光を観る」にあるといわれている。『易経』は、一国の治世者はくまなく領地を旅して、民の暮らしを観るべしと説いている。民の暮らしは政治の反映であり、善い政治が行われていたならば、民は活き活きと暮らすことができ、他国に対して威勢光輝を示すことができるというわけである。つまり、「国の光を観る」という行為は「国の光を示す」という国事行為につながっていたのである。

観光立国の推進に当たっては、まずはこうした「観光の原点」に立ち返ること、つまり「観光」概念の革新が必要になる。観光の原点は、ただ単に名所や風景などの「光を見る」ことだけではなく、一つの地域に住む人々がその地に住むことに誇りをもつことができ、幸せを感じられることによって、その地域が「光を示す」ことにある。そのように考えると、観光は、国づくりや地域づくり、町づくりと密接にかかわることが明らかになる。

##### (2)観光は住んでよし、訪れてよしの国づくり

観光立国の基本理念は、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を実現することにある。

日本に住む全ての人々が、自らの地域社会や都市を愛し、誇りを持ち、楽しく幸せに暮らしているならば、おのずとだれしもがその地を訪れたいくなるものである。観光立国を契機にして、美しい日本の再生、都市の活性化、新しい地域文化の創造などをより積極的に推進することによって、「くらしといのちの輝き」を發揮することが可能になる。日本は長い年月をかけて独特の魅力を育ててきた。戦後における経済の高度成長、産業化の中で、多かれ少なかれ見失われ、あるいは滅殺されてきた文化の魅力を再活性化させ、「光」の輝きに磨きをかけ直し、心と頭にいい旅を再び創造することが「観光の革新」の意味するところでもある。

観光は、住む人々が地域の「光」をよりよく自覚することを可能にするだけでなく、訪れる人々にとっても地域の「光」をよりよく感じさせるものでなければならない。さらに全ての人々が身体的条件や経済的条件にかかわらず安心して楽しめる観光が世界的に推進されていることを考えて、日本もこの点に配慮した観光立国を促進する必要がある。従来の大量生産・大量販売型の観光に代わって、個々の観光客の主体性を尊重して、学びや癒しや遊びなど、それぞれなりの楽しみ方を可能にする「新しい型の観光」の促進も図らねばならない。さらに、地域の貴重な自然資源や文化資源を持続可能な方法で活用する「持続可能な観光」を念頭に、地域の人々が主導的に展開する「自律的観光」の実現化を図ることも重要である。

観光システムの改革こそ、観光の革新のために不可欠な要素である。

## ■ 障害福祉の今

### ・ サービスが選ばれる時代

一方、障害福祉では、平成18年10月から障害者自立支援法が本格施行され、障害のある方が、毎日の暮らし方を様々なメニューから選択し組み立てることとなった。それに加えて原則1割負担が始まり、障害のある方の負担は増えることになった。事業所サイドから見ても月割から日割へ。つまり、一月間毎日同じ施設に通うだけでなく、曜日によって組み立てることができるようになったが、その分、それぞれの事業所は、より『質の高いサービス』を提供することはもちろん、『他事業所との違い』、『特長』を分りやすくPRすることが利用者確保のポイントとなると思われる。

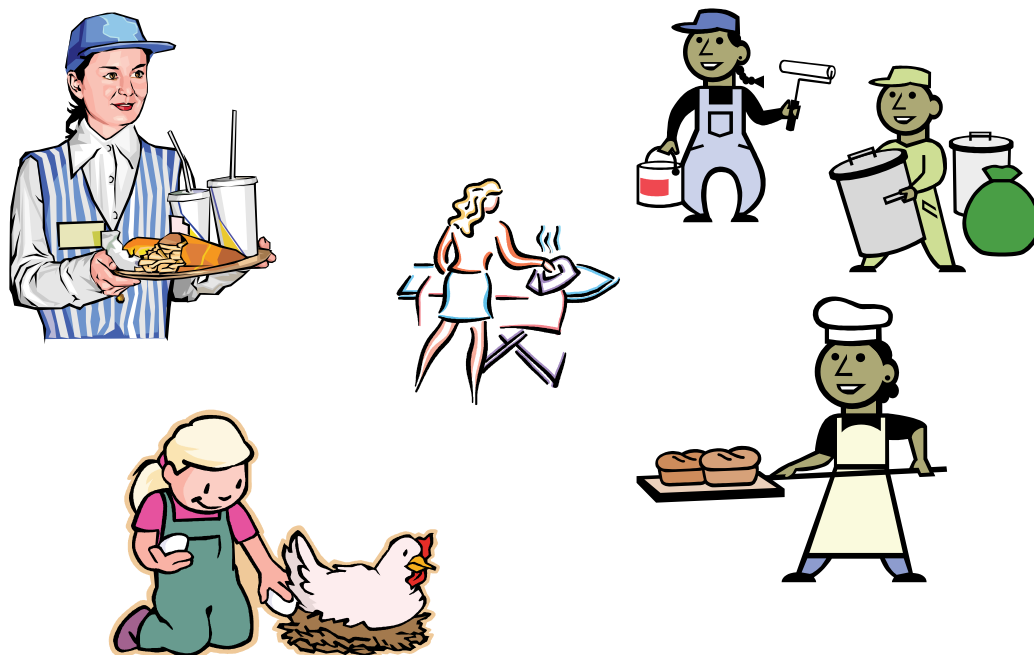
画一的な内容ではなく、利用者がレストランを選ぶようにサービスを選ぶ。つまり事業所の『サービスが選ばれる時代』、利用者主導の時代になったといえる。

自分らしく生きるために、自分のやりたい仕事に就くというのは、障害の有無にかかわらず理想とするところである。

だから、狐坊庵のような飲食店営業に憧れる障害者がここで働くことができれば、他の仕事よりも効果的な訓練ができるかもしれない。

今回の「蕎麦」「大判焼」を中心とするお店も、きっと何人かの障害者に「働く喜び」を与えてくれるものと思う。

他業種と違い、店舗での就労体験は直接お客様と接するため、厳しい目に晒される側面はあるものの、「ありがとう」「おいしかった」といった言葉が作業の疲れを癒し、また明日も頑張ろうという意欲を与えてくれるだろう。



## ■ 障害福祉をまちづくりに活かす(行政の果たす役割)

- ・ 「働きたい」という想いをまちづくりの力に

障害者自立支援法は、サービスの多様化とともに、もうひとつの側面を強く押し出している。それは、障害のある方の就労である。自らの力で働いて生活に必要なお金を得たいという想いは、障害の有無に関係なく、至極当然である。

これまで、企業の側も受け入れノウハウが無かったり、設備面の不備を理由になかなか障害者就労の実現に結びつかなかったが、今回の障害者自立支援法施行を機会に、ハローワークを中心に多くの関係機関がネットワークを作りだしてきた。

障害のある方は、「出来ること」「出来ないこと」が個々に異なり一律ではないが、「出来ること」を組み合わせることによって生産力に結びつけることができれば、「働きたい」という想いを現実のものとする事が可能となる。

そこで求められるのが、社会のニー



ズに合わせたコーディネート力である。

障害福祉サービスで実施されている、就労移行支援、就労継続支援などの就労関係メニューを実施する事業所がどれだけ社会的ニーズに対しアンテナを持つか。そして地元経済界との接点をどれだけ拡大するかが障害者就労の重要な要素となる。

一方、半田市の商店街では、どこも高齢化が進み、空き店舗が目立ってきているが、これは中心市街地に限ったことではない。商店街の活性化のためには、空き店舗の入店者を迎えて既存の商店と商店の間を埋めていくことが肝要であるが、郊外型の大型店舗が進出する中、新たな入店者を探すことは容易ではない。

そうしたニーズと、商店街に店舗を開き「働きたい」という障害のある方のニーズを繋げれば、両者にとってメリットがあると考えたのが今回の事業である。まさに、「働きたい」という想いをまちづくりの力として生かす社会実験といえる。したがって、今回の事業が成功すれば、本市のみならず、全国の商店街空き店舗対策や障害者就労のモデル的事业になるものと考えられる。

#### ・ 「誰が作る」じゃなく、「何を作る」か

さて、障害のある方の就労の場として店舗を開くことは出来たとしても、継続的に運営が出来なければ、結局店舗を閉鎖することになり、障害のある方は就労の場を失い、商店街としてもまた空き店舗が出来てしまう。

そうしないためには、何が必要か。

ポイントは、福祉的店舗ではなく、どれだけ一般の店舗として事業化できるかだと思う。そこで作られる蕎麦や大判焼きについて、障害のある方が作っているからという理由で行ってみようという人は限られており、それだけの理由であるとすれば一元さんに終わる可能性も高い。

きっかけはそうであれ、要はそこで食したものが美味しいかどうかである。

もう一度訪ねてみたい商品を提供しているかどうかである。

つまり、「誰が作るか」ではなく「何を作るか」である。障害者自立支援法により障害福祉サービスにより一層の質の向上や特長が求められるのと同じく、空き店舗が目立つ商店街で今も暖簾を守っている商店には、お客様から見てその店でなければならぬ理由があると思う。

今回の狐坊庵においても、提供するメニューに特長を持たせ、一度訪れたお客様がわざわざ訪ねていきたい気持ちになる、そんな店になってくれることを切に願うものである。

#### ・ キーワードは「観光」

ただ、特長のあるメニューを提供するだけでは、一時の話題に終わる可能性もある。

冒頭に申し上げたように、あのエリアは「蔵のまち」。同じ大判焼きを作るにしても、パッケージに蔵や山車をデザインする。大判焼きに「ごんぎつね」や「山車」などの焼印を付けるなど、ちょっとした工夫で観光客の目を引きやすくする仕掛けを施し、旅行雑誌やマスコミに取り上げられるようなことも検討の必要がある。

店舗オープンで満足することなく、売上げを伸ばすための戦略を積極的に打ち、結果として販売量が拡大すれば、生産量を増やさなければならないので、必然的に障害のある方の就労の場も拡大する。入念な販売戦略のもと、新たな観光みやげとして認知されれば、今後の夢も広がる。



#### ・ 行政はネットワーク作りの黒子、支えるのは地域の皆さん

障害者の就労について、障害福祉サービスを提供する事業所では、様々な訓練を行っており、市内の通所施設でも、ダンボール組立て、自動車部品、ゴム製品のバリ取りなどの工業系の仕事のほか、パンやクッキ

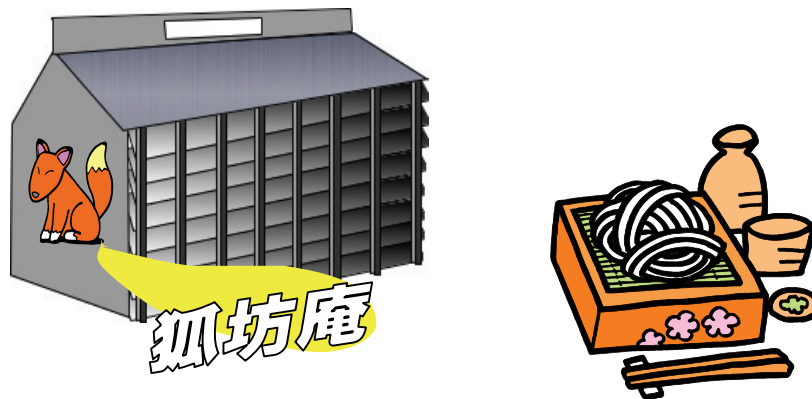
一の製造、木工による土産品作り、ラーメン店、喫茶店、養鶏、椎茸作り、名刺印刷など、多種多様になってきている。

問題は受け皿、いわゆる市場開拓である。

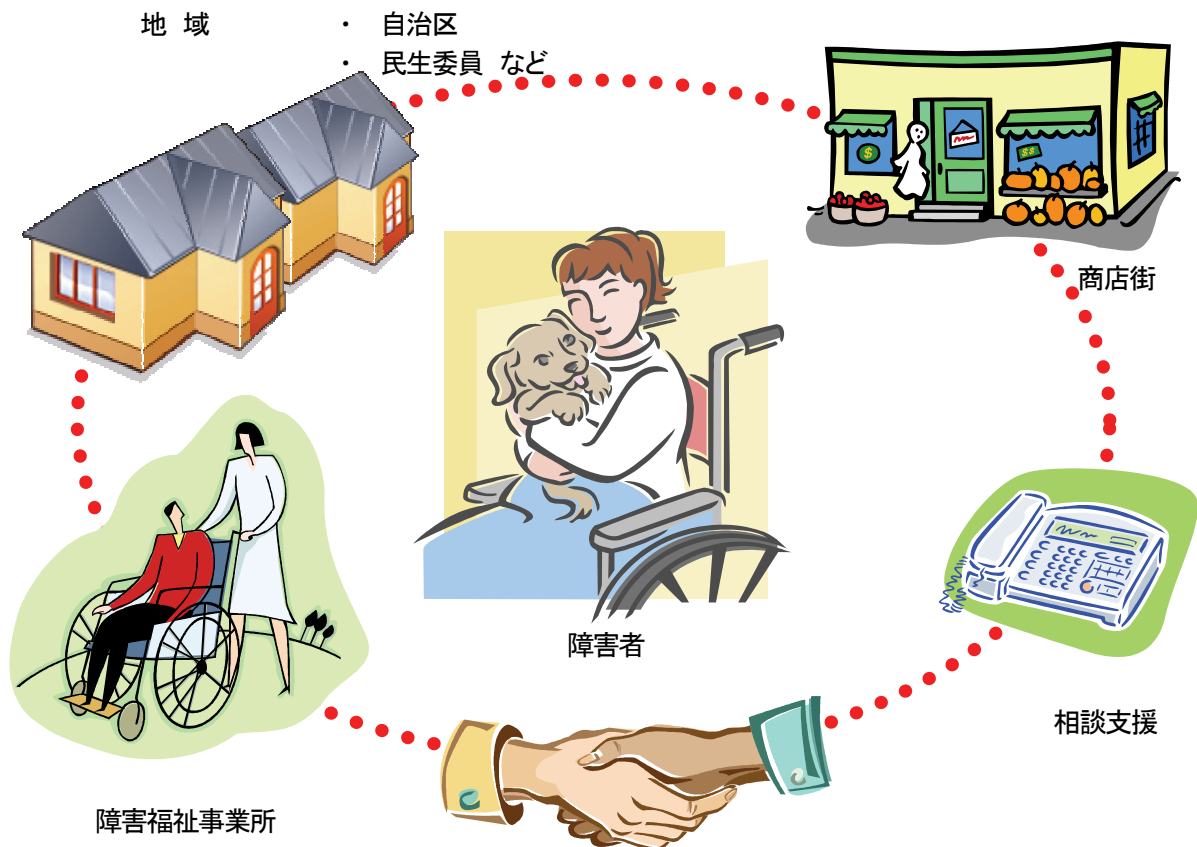
そのとき行政の果たす役割として、もちろん、公共施設における消費、発注もあるだろう。しかし、それだけでは限界がある。行政には、様々な窓口があり、商業、農業、建設業など各業界とのパイプもある。地域の自治区の皆さん、民生委員の皆さんなどとの関係もある。

行政は直接事業者ではなく、それらを繋いでネットワーク化する、即ち黒子的役割を担うべきで、あくまで実際に実施するのは、障害福祉事業所であり、働くのは障害よりのある方。そして、障害のある方が最も頼りにするのは周辺に住む方や商店街など地域の皆さんである。

地域に支えられ、地域の賑わいのために働くことが出来たらどんなに素晴らしいことだろう。市としてもこれからの障害福祉の発展のため、本事業の成功を切に願うものである。



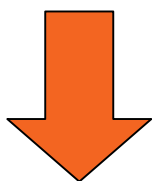
【障害者就労を支える地域ネットワークのイメージ図】



市役所は地域の資源をつなぐネットワークの要

# 観光

地域の誇り、幸せが「光」となる



「光」を「観」る＝「観光」

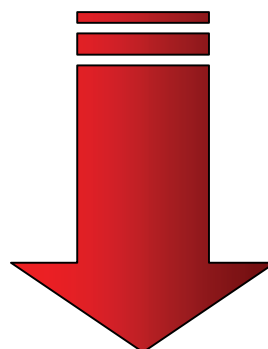


『住んでよし、訪れてよしの国づくり』

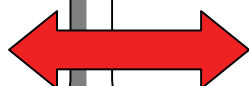
# 障害福祉

地域で暮らしたい

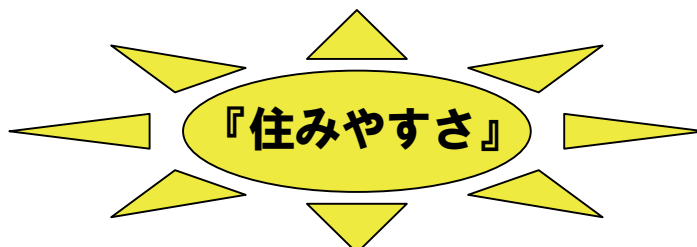
地域で働きたい



「人にやさしいまち」



「観光」と「障害福祉」に共通する基本理念





## 【参考資料:半田市産業・観光振興計画より抜粋】

### 3. 観光の振興(観光客100万人を目指して)

半田市の観光客は、現在年間約43万人。これを、常に年間100万人を超える観光地にすることを第一目標とする。

別表1の長浜市は、年間観光客497万人のうち宿泊数が27万人と全体の5%に過ぎず、立寄り型、日帰り型の観光地であり、日帰り型観光地であっても十分観光地として認知される規模となることを示している。

長浜市は琵琶湖周辺に大規模な宿泊施設を擁しているが、本市においても知多半島南部や三河に大規模宿泊施設を擁しており、広域的観光施策について連携を進めていけば、双方にとって相乗効果を期待できるものと思われる。

100万人の観光客が平均2,000円の支出で20億円の経済効果が生まれる。このことは、周辺商店街の振興にもつながるものであり、まちづくりのキーワードの一つとして「観光振興」を位置づけることが必要である。

ここでは、そのために本市が今後行うべき観光施策について

- I. 蔵のまちの観光客による賑わいの「創造」
- II. 南吉観光客による賑わいの「創造」
- III. 山車観光客による賑わいの「創造」
- IV. 新たな食文化の創出による賑わいの「創造」
- V. 「おもてなし」の土壌醸成による賑わいの「創造」
- VI. 「農業観光」による賑わいの「創造」
- VII. 文化・スポーツによる賑わいの「創造」

の7点に分け、重点施策について述べていくこととする。

#### 別表1《観光地の年間入り込み客数データ》

長浜市	497万人(平成15年)	黒壁ガラス館・長浜オルゴール館ほか
尾道市	240万人(平成15年)	尾道ラーメンほか
美濃加茂市	214万人(平成15年)	日本昭和村ほか
中津川市	110万人(平成15年)	中山道・根ノ上高原ほか
美濃市	58万人(平成15年)	うだつの上がる街並みほか
明智町	32万人(平成15年)	日本大正村ほか

#### I. 蔵のまち観光客による賑わいの「創造」

観光拠点施設整備用地として市が確保した蔵のまち広場については、将来的に飲食物販機能のほか山車会館の建設などの要望もあるが、今後蔵のまちエリアをそうした機能を備えた一大観光ゾーンとして整備するための第一段階として、そして当面の有効な活用方法として以下のとおり提案する。

まず、基本的な考え方について以下のとおりとする。

##### 【基本的な考え】

蔵のまち広場・・・飲食・物販を中心とした施設を誘致する

隣接民有地・・・借用が可能であれば蔵のまち観光客向けの観光駐車場とする

目標観光客(蔵のまちエリア)・・・現在の年間13万人規模を50万人規模とする

目標経済効果・・・10億円(50万人×2,000円)／年

このために必要な事業として

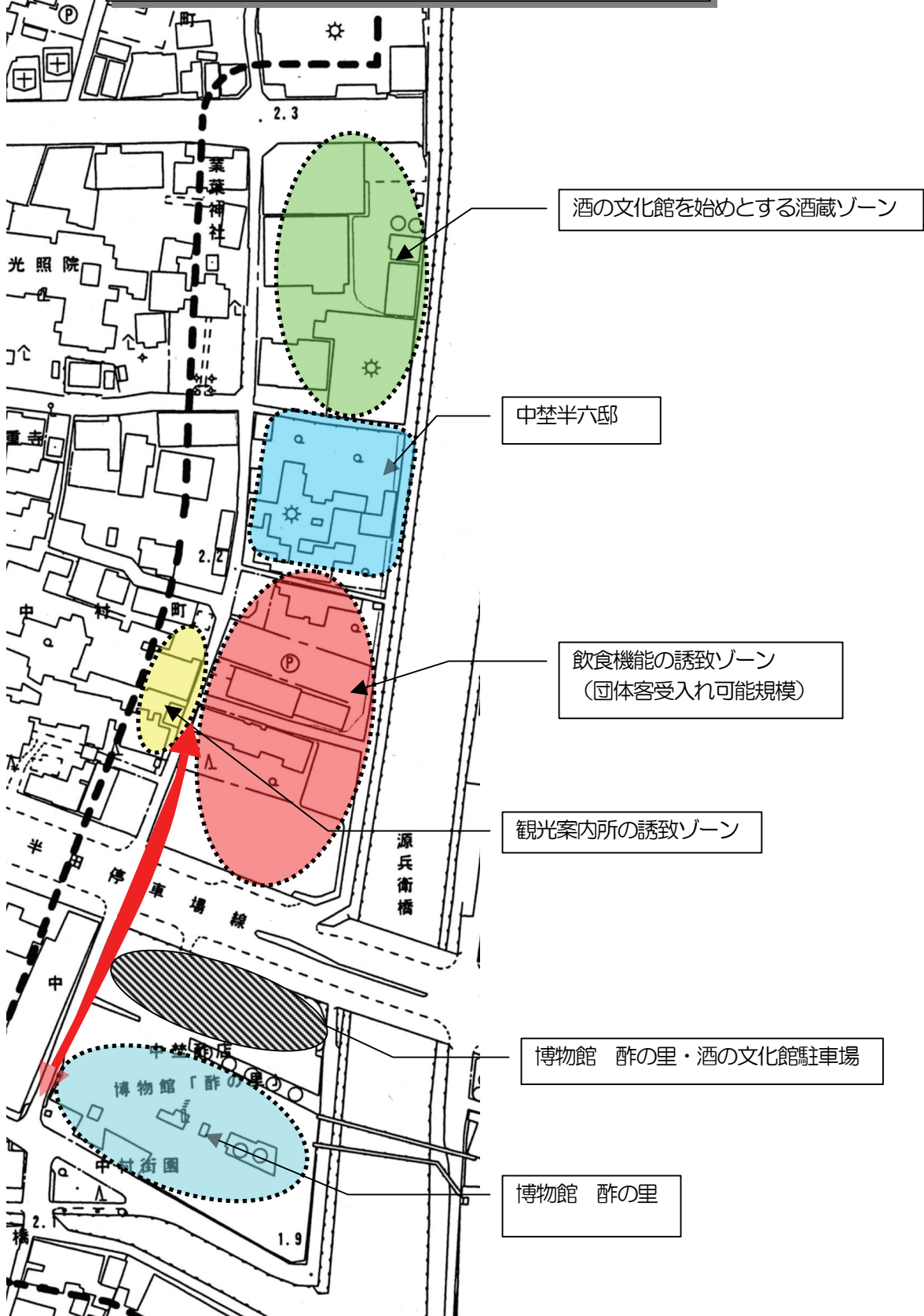
- 蔵のまち広場に飲食拠点施設を設ける(食の発信)
- 観光協会を蔵のまちに開設する(サービスの提供)
- 港の観光利用を推進する
- 蔵のまち半田協議会により、蔵のまちを活性化する(人の活性化)

について、事業化を目指す。

**【備わっているもの】** 博物館酢の里・國盛酒の文化館・小栗家住宅(国登録文化財)・半田赤レンガ建物(国登録文化財)

**【不足しているもの】** 観光客用トイレ・観光客用駐車場

# 蔵のまちエリアのゾーン整備構想



酒の文化館を始めとする酒蔵ゾーン

中埜半六邸

飲食機能の誘致ゾーン  
(団体客受入れ可能規模)

観光案内所の誘致ゾーン

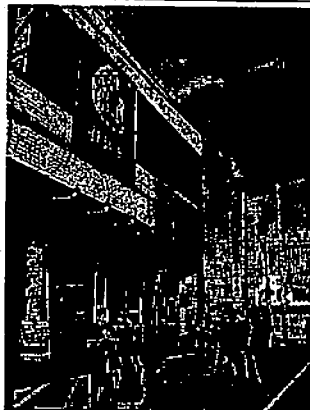
博物館 酔の里・酒の文化館駐車場

博物館 酔の里

# 半田自立とびぎわいの店

「半田自立とびぎわいの店」は、半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された。現在は、半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された。現在は、半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された。

## 商店街に飲食店 きょう開店



半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された「半田自立とびぎわいの店」は、平成20年3月1日(土)に、半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された。

## 空き活用 障害者働く場

半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された「半田自立とびぎわいの店」は、平成20年3月1日(土)に、半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された。

# 空き店舗活用 障害者働く場

半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された「半田自立とびぎわいの店」は、平成20年3月1日(土)に、半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された。

## 半田駅前商店街 きょう開店

半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された「半田自立とびぎわいの店」は、平成20年3月1日(土)に、半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された。

## 就労支援と活性化狙い

半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された「半田自立とびぎわいの店」は、平成20年3月1日(土)に、半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された。



## そばや大判焼ききょうぞ

### 支店の店 狐坊庵きょうオープン

半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された「半田自立とびぎわいの店」は、平成20年3月1日(土)に、半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された。



半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された「半田自立とびぎわいの店」は、平成20年3月1日(土)に、半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された。

## 「狐坊庵」きょうオープン

半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された「半田自立とびぎわいの店」は、平成20年3月1日(土)に、半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された。

### 半田 大判焼きなど販売

半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された「半田自立とびぎわいの店」は、平成20年3月1日(土)に、半田駅前商店街の活性化を目的として、平成17年に設立された。



「狐坊庵」のそば

# 3月1日(金)2日(日)のイベント

**半田赤レンガ建物一般公開**  
 [内 容] 入場無料、建物内での職人形(土製、ステンダグラス、ガラス職)の展示(入場無料)、復刻カブトビールの限定販売、半田からくりらーめん限定販売  
 ※無くなり次第終了  
 [会 場] 半田赤レンガ建物

**博物館「酢の里」一般公開**  
 [内 容] お夢の演奏会、職人形の展示、ミツカン商品のサンプリング  
 [問合せ] 伊物館「酢の里」(電話0569-24-5111)

**國盛 酒の文化館一般公開**  
 [内 容] 職人形の展示、有料試飲・無料試飲、限定酒・あま酒の販売  
 [問合せ] 國盛 酒の文化館 (電話0569-23-1499)

**中笠半六郎公開**  
 [内 容] 20組以上のおひな様の展示、夢の演奏会  
 [観覧券] 前売券500円 当日600円(お茶・お菓子付)  
 [会 場] 中笠半六郎

## 2008駅前フェスティバルinはんだ

～みんな笑顔だ!ひなまつり～

市民活動団体・ボランティアグループが知多半田駅前集合します。「見て、聴いて、触れて……一緒に楽しんでください。」

[内 容] 市民活動・ボランティア活動紹介・体験コーナー・作品展示・バザー・ステージ・川柳大会各為発表など

[会 場] クラシティ半田3F市民交流センターおよび周辺地域

## 商店街おもてなしイベント「蔵しつたうんの雛祭り」

新しい仲間「狐」の魅力を、付くそば、ドリンク等を販売)もオーブン、食べる「買う」の魅力がいっぱいです。

[内 容] ぜんざいふるまい(各日先着100名)、なつかし駄菓子販売

[会 場] 知多雛祭り会

## ランプリングタウンの雛祭り

[内 容] みたらさんごんご・ホットコーヒー・ゆず茶の販売子供向けミニイベント(缶バッジづくり…など)、ミニステージなど

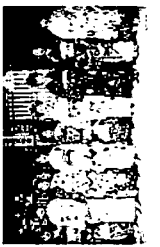
[場 所] 旧知多信用金庫駅前支店跡地(おおまた公園向かい)

## T's CAFE コンサート

[内 容] コンサート(チェロ&ピアノ)の他、特別メニューの提供もあります。  
 [日 時] 1日(土)13:30～15:30  
 [問合せ] T's CAFE (電話0569-21-0802)

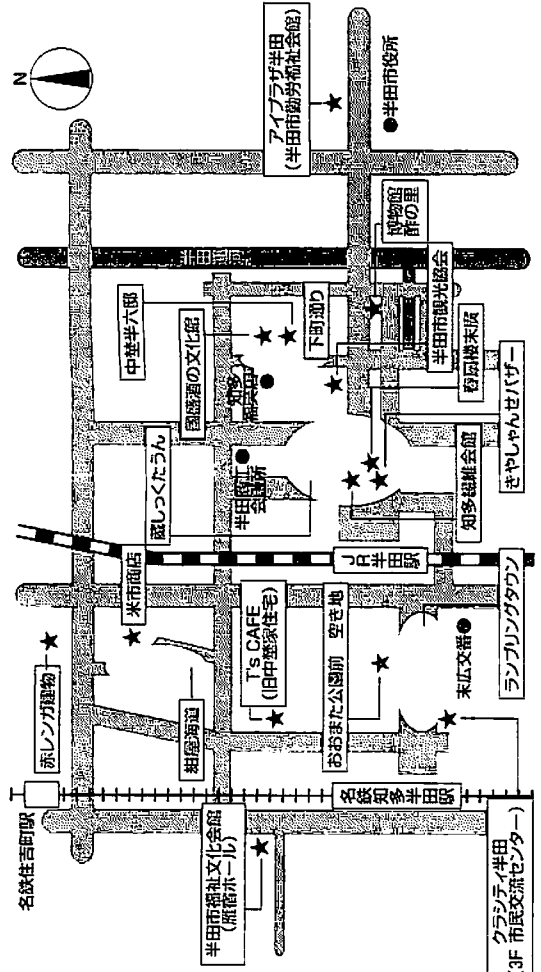
## きやしゃんせバザー

[内 容] 半田信用金庫本店・名古屋銀行半田支店 各駐車場  
 [内 容] バザー  
 [問合せ] きやしゃんせ半田 梅原和子(電話0569-21-9887)

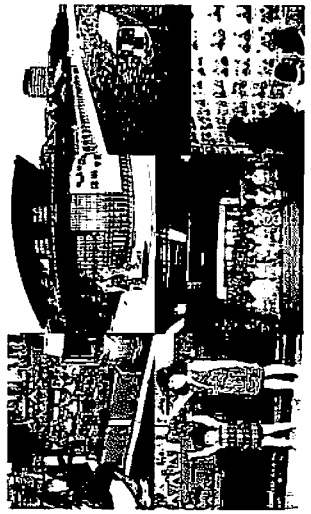


昨年の十三歳の子の雛

# はんだ蔵のまち雛祭り会場 周辺マップ



## 昨年行われた雛祭りの風景



昨年のフォトコンテスト入賞作品より

## 雛人形を展示してあるお店

- [ランプリングタウン]
- 花の豆文
  - 知多信用金庫駅前支店
  - 加藤靴店
  - ファミリープラザ マルアイ
  - 深谷カメラ
- [蔵しつたうん]
- カクサン商店
  - 松華堂
  - コスメティック 緑
  - 明月園
- [ランプリングタウン]
- マル二精肉店
  - 時計・宝石の美与輪
  - 大和屋家具店
  - 加藤家具員
- [その他、イベント盛りだくさん]
- 安昌堂
  - 豊島屋本店
  - 若松軒
  - AVIX

## 半田菓子組合 和菓子フェア開催

その他、イベント盛りだくさん

# 期間中の主なイベント

**蔵しつたうん ランプリングタウン**  
 商店街参加店舗での職人形展示、クーポンセール  
 [期 間] 2月22日(金)～3月3日(月)  
 [会 場] 各商店街の参加店

**米市の「手焼きMy煎餅」作り体験**  
 [日 時] 2月22日(金)～3月3日(月) 水・木曜日以外  
 11:00～14:00～各5名  
 [料 金] 一人300円(事前予約必要)  
 [会 場] 米市商店  
 [申込み・問合せ] 半田市観光協会(電話0569-32-3264)

**蔵のまち観光ガイド**  
 蓮花河周辺の観光案内をガイド協会にて行います。(無料)  
 [日 時] 2月23日(土)・24日(日)・3月1日(土)～3日(月)  
 時間は応相談、事前予約必要  
 [申込み・問合せ] 半田市観光ガイド協会(電話0569-32-3264)

**子育て講演会「わが子にホレて子育てしよう」**  
 ～イヤイヤ、タダコネの真実にあるステキな顔を見つけて～  
 [日 時] 2月25日(月)10:30～12:00  
 [会 場] 市民交流センターホール  
 [講 師] 神田 英雄 氏(筑波大学教育学部教授)  
 [対 象] 乳幼児期から小学生までの子育て中の保護者や子育てに関わっている方  
 [定 員] 100名  
 [その他] 当日は手話通訳・託児あり(未就園児のみ20名程度、先着順)

**「市民活動・ボランティア活動による 蔵のまちづくり」講演会**  
 [日 時] 3月1日(土)19:00～21:00  
 [会 場] 市民交流センターホール  
 [講 師] 堀内 正美 氏(非営利NPO法人「阪神淡路大震災17希望の灯」前理事長)  
 [対 象] 市民活動・ボランティア活動に興味のあるかた(参加無料、ただし整理券が必要)  
 [問合せ] 市民活動支援センター(電話0569-32-3430)

**「はんだ蔵のまち雛祭り」フォトコンテスト**  
 雛祭り開催期間中、各会場で撮影した写真をお申込みください。  
 [問合せ] 中日写真協会半田支部(電話0569-22-6885)

**職人形出展者募集**  
 長く押入れなどで眠っているお雛様を生か返らせてみませんか。  
 [展覧期間] 2月28日(木)～3月3日(月)  
 [会 場] クラシティ半田3階市民交流センター会議室※展示スペースに限りがありますので購入等については、別途打ち合わせをお願いします。※合わせて職人形を寄贈していただく方も募集しています。(古いまのでも可)  
 [申込み・問合せ] きやしゃんせ半田 梅原和子(電話0569-21-9887)

## 募集してあります

◆ 雛人形を展示してあるお店の募集  
 ◆ 職人形の出展者の募集  
 ◆ 雛祭り期間中の写真撮影の募集  
 ◆ 雛祭り期間中の写真撮影の募集  
 ◆ 雛祭り期間中の写真撮影の募集

温つゆ、ラー油の  
 新感覚日本そば&  
 大判焼き  
 半田の新名物誕生!!



やんちゃこぎつねのおもてなし  
**狐坊庵** こぼうあん

半田市 そば・大判焼き

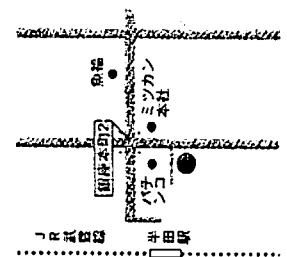


ひかえめな甘さの  
 大判焼きは3種類

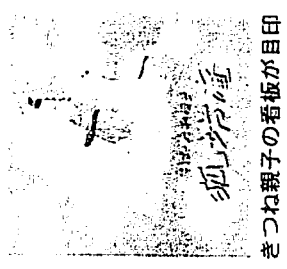
新美南吉の「てぶくろを買いに」からイメージしたというきつねの親子の看板が印象的な「狐坊庵」は、本格ラーメンの店「うんぷう」や喫茶「なちゆ」を手がける社会福祉法人・むそうが新しくオープンさせるお店。ここの目玉は、冷そばを温かいつゆで頂く「狐坊そば」(500円)。信州の名店から狐坊庵の為にだけに直送されてくるコシの強い日本そばが、武豊・伝右衛門のたまりを使用したあつあつのつゆに良く合う。狐坊庵お勧めの食べ方はつゆにラー油を入れること。『日本そばにラー油?』と思うなかれ、これが驚きの美味しさ。つゆの甘みがラー油の辛味を和らげ風味増。まさに新感覚の日本そばだ。まずはつゆそのまま、次はラー油を入れて、トッピングを入れて…と味の変化を自分の舌で楽しんでみよう!大判焼きはきつねの焼き印付きでお土産にもぴったり。ほっくりした皮の中にさっぱりした甘さの餡が、ついもうひとつ…と手が出てしまうおいしさ。焼き印は日によって変わるので、全種類制覇を狙ってみてはいかが?ミツカン酢の里や国盛酒の博物館などのある観光エリア近くの出店で「地元の方と観光客の方が気軽に集って言葉を交わせるようなお店になれば」と願っているそうだ。働く事を心から楽しんでいるスタッフ達は、お店の一番の売り。温かい接客と美味しいおそば&大判焼きで心も身体も温まり、みんなが笑顔になれる。そんなお店だ。

☎ 0569-32-8443

半田市銀座本町3-15  
 10:00~18:00  
 木・金曜休み



狐坊そばはワンコイン500円。好みてトッピングを。



きつね親子の看板が目印

- ◆狐坊そば 500円
- ◆ラー油、揚げたまごま、のりほこ半田に1円
- ◆トッピング
- ◆豚骨汁、あじ、すのぼし、あけ煮 1杯50円
- ◆いわし、1個50円
- ◆大判焼き
- ◆黒糖焼き(小判、こんのくり焼き(栗あん)、なちゆからん焼き(オースタード)) 1個50円

http://www.musou03.org/index.php

## 参考：観光立国懇談会報告書 から抜粋（2003年4月24日）

### －住んでよし、訪れてよしの国づくり－

#### 2. 観光の革新－文化の磁力を高めて－

##### (1)「国の光を観る」－観光の原点－

「観光」の語源は、中国の古典『易経』の「国の光を観る」にあるといわれている。『易経』は、一国の治世者はくまなく領地を旅して、民の暮らしを観るべしと説いている。民の暮らしは政治の反映であり、善い政治が行われていたならば、民は活き活きと暮らすことができ、他国に対して威勢光輝を示すことができるというわけである。つまり、「国の光を観る」という行為は「国の光を示す」という国事行為につながっていたのである。

観光立国の推進に当たっては、まずはこうした「観光の原点」に立ち返ること、つまり「観光」概念の革新が必要になる。観光の原点は、ただ単に名所や風景などの「光を見る」ことだけではなく、一つの地域に住む人々がその地に住むことに誇りをもつことができ、幸せを感じられることによって、その地域が「光を示す」ことにある。そのように考えると、観光は、国づくりや地域づくり、町づくりと密接にかかわることが明らかになる。

##### (2)観光は住んでよし、訪れてよしの国づくり

観光立国の基本理念は、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を実現することにある。

日本に住む全ての人々が、自らの地域社会や都市を愛し、誇りを持ち、楽しく幸せに暮らしているならば、おのずとだれしものがその地を訪れたいくなるものである。観光立国を契機にして、美しい日本の再生、都市の活性化、新しい地域文化の創造などをより積極的に推進することによって、「くらしといのちの輝き」を発揮することが可能になる。日本は長い年月をかけて独特の魅力を育ててきた。戦後における経済の高度成長、産業化の中で、多かれ少なかれ見失われ、あるいは滅殺されてきた文化の魅力を再活性化させ、「光」の輝きに磨きをかけ直し、心と頭にいい旅を再び創造することが「観光の革新」の意味するところでもある。

観光は、住む人々が地域の「光」をよりよく自覚することを可能にするだけでなく、訪れる人々にとっても地域の「光」をよりよく感じさせるものでなければならない。さらに全ての人々が身体的条件や経済的条件にかかわらず安心して楽しめる観光が世界的に推進されていることを考えて、日本もこの点に配慮した観光立国を促進する必要がある。従来の大量生産・大量販売型の観光に代わって、個々の観光客の主体性を尊重して、学びや癒しや遊びなど、それぞれなりの楽しみ方を可能にする「新しい型の観光」の促進も図らねばならない。さらに、地域の貴重な自然資源や文化資源を持続可能な方法で活用する「持続可能な観光」を念頭に、地域の人々が主導的に展開する「自律的観光」の実現化を図ることも重要である。

観光システムの改革こそ、観光の革新のために不可欠な要素である。

## ■ 障害福祉の今

### ・ サービスが選ばれる時代

一方、障害福祉では、平成18年10月から障害者自立支援法が本格施行され、障害のある方が、毎日の暮らし方を様々なメニューから選択し組み立てることとなった。それに加えて原則1割負担が始まり、障害のある方の負担は増えることになった。事業所サイドから見ても月割から日割へ。つまり、一月間毎日同じ施設に通うだけではなく、曜日によって組み立てることができるようになったが、その分、それぞれの事業所は、より『質の高いサービス』を提供することはもちろん、『他事業所との違い』、『特長』を分りやすくPRすることが利用者確保のポイントとなると思われる。

画一的な内容ではなく、利用者がレストランを選ぶようにサービスを選ぶ。つまり事業所の『サービスが選ばれる時代』、利用者主導の時代になったといえる。

## 執筆者一覧

新美 武夫	(半田駅前商店街振興組合 理事長)
内田 哲也	(半田駅前商店街振興組合 副理事長)
竹内 元章	(半田駅前商店街振興組合 副理事長)
田中 宏幸	(半田駅前商店街振興組合 専務理事)
柴田 哲治	(株式会社タウンマネジメント半田 専務取締役)
前田 隆	(半田商工会議所 中小企業相談所長)
小野田 靖	(半田市福祉部福祉課 副主幹)
桂 優子	(半田市福祉部福祉課 書記)
赤坂 英寿	(半田市市民経済部商工観光課 書記)
戸枝 陽基	(社会福祉法人むそう 理事長)
加藤 春菜	(社会福祉法人むそう 担当職員)
水谷 香織	(パブリック・ハーツ株式会社)
戸上 昭司	(株式会社ピー・エス・サポート)
伊東 かおり	(株式会社ピー・エス・サポート)
加藤 恵	(特定非営利活動法人ふわり 副代表)

## 「新体系サービスによる駅前空き店舗を活用した地域密着型事業の調査研究事業」報告書

---

平成 19 年度障害者保健福祉推進事業  
2008 年(平成 20 年)3 月 31 日 発行  
特定非営利活動法人ふわり