

1 1 特定非営利活動法人ちば地域再生リサーチ

活動のテーマ：団地レディース隊による団地居住トータルサポート

活動の特徴

団地に居住する主婦のサービス提供を事業として構築



活動対象地域 千葉県千葉市

団体のミッション

長期的・持続的・総合的な視点に立ち、魅力ある団地の再生プロジェクトの実践を目標として、市民、公共団体、企業、大学が連携して地域の活性化に取り組む。

この団体とは・・・

大規模団地の再生のための調査研究、プロジェクトの立案等を行ってきた大学教官等専門家組織

キーワード

大学発 NPO ニュータウン再生
DIY リフォーム 買物支援 企業との連携



事業化の背景

築 30 年以上経過した団地の住民の高齢化と住まいの不具合への対処方策を 団地内に住む主婦を活用したコミュニティサービスとしてモデル化する

活動内容

- ・事業計画の検討 試行によるシステムの精査
- ・レディース隊員の募集、結成
- ・サービスに必要な技術の習得
- ・サービスの実施

収入費目

- ・暮らしサービス（宅配利用料 スーパー支援金）
- ・住まいサービス（網戸・椅子・襖張替え料金等）

団体設立時期 2003年8月
代表者 服部 岑生
連絡担当者 鈴木 雅之
連絡先 住所 〒261-0004 千葉県千葉市美浜区高洲2-3-14
電話 043-245-1208
FAX 同上
E-Mail ask@cr3.jp
ホームページ http://www.cr3.jp

1. 団体の設立と経緯

1) 地域や社会の状況・課題・ニーズ

1970年代から開発が進んできた稲毛海浜ニュータウン内の高洲・高浜の両団地は東京を中心とした高度経済成長下の経済活動を支えるベッドタウンとして形成されてきた。この地区（高洲1～4丁目、高浜1～7丁目）は、約2km四方の中に公団分譲、公団賃貸、県営住宅、市営住宅、民間分譲、民間賃貸、戸建てなどのあらゆる住宅形式と大型商業、公共施設が集積している。

空き家が全国的に住宅ストックの1割を超え、世帯数に対し過剰な住宅ストックを抱えている中で、都心回帰現象や最寄り駅直近に新規マンションが供給され、団地内の人口減少や高齢化が進み始め、築年が古いものから見捨てられていくと予想されている。そうした衰退性を潜在的に持っている団地では、居住者を団地内に留め、さらに新たな居住者を地域に呼び込むような魅力をもつ再生計画が求められる。

現在この地区には、約17,000世帯、約44,000人の人口が住み、高齢化率は約14.0%であるが、団塊世代が多くを占めているため、今後高齢化率が急激に高騰することが予測されている。

2) 活動のきっかけ

対象地域において潜在的な地域課題を解決し、新たな居住者を呼び込めるような魅力ある団地、そして住み続けていけるような団地への再生計画を実践するため、2003年8月、「NPO法人ちば地域再生リサーチ」を設立し、団地内ショッピングセンターの空き店舗を利用してまず団地の居住者とともに地域の課題を把握し、今後の取り組みの方向を検討することを目的として活動を開始した。



地域のエレベーターの無い5階建ての住宅

2. これまでの活動の実績

高齢者の生活サポート

代済み商品配達、安否確認のための情報技術システムの構築を行った。「WEB買物代行サービス」「日替わり情報配信応答」「代済商品配達サービス」「定番商品配達サービス」の項目を用意し、各サービス項目を遂行する過程で、結果として安否確認が行われるようにした。

リフォーム系サポート

住民自ら住まいの手入れをすることを支援する「DIYサポート」「DIY講習会によるスタッフ養成」「材料販売」、自らできない住民に対しては作業を代行する「出張リフォーム」などを検討して、地域住民と連携して実施した。

地域活動

大学教官と学生の持つ専門知識を生かしながら、地域住民との距離を縮め、まちづくり活動を啓蒙しつつ組織をPRする活動として「地域交流会」「地域勉強会」「小学生街づくりワークショップ」「活動PRイベント『街の道具箱』」の開催、「団地夏祭りへの出展」などを行った。

調査・研究・コンサルタント

組織を設立する数年前から、地域の課題を探り明らかにするための調査や研究を行ってきた。「地域評価・



活動対象地区の範囲

施設利用実態調査」「暮らしやすい地域と住まいについてのアンケート調査」「大規模団地活性化のための市民・地域商店会共同型高齢者生活支援ビジネス」「新しいリフォームに関する研究」などがある。

パートナーシップ

大規模団地の本格的な再生に向けて、千葉県、千葉市、都市再生機構住宅および分譲住宅との連携を図る再生プロジェクトの立案、街の将来像を見据えた解決方法の研究などを行った。

また、千葉市の地域福祉計画推進委員、コミュニティビジネス推進委員として市の取組みにも関わった。

3. 助成年度（2年間）の活動内容

1) 事業化の背景と目的

本事業は、高齢者を中心とする団地居住者が安全に安心して暮らせるためのサービス事業を構築し、実践することによって、郊外の大規模団地を、市民自身がその経済活動で生活向上を図ることで「終の住処」にふさわしい居住地にすることを目的とする。

地域貢献に意欲をもち、地元で日中の時間がとれる主婦の人材ネットワークを構築して実施することによって、地域コミュニティを活性化することを目指す。

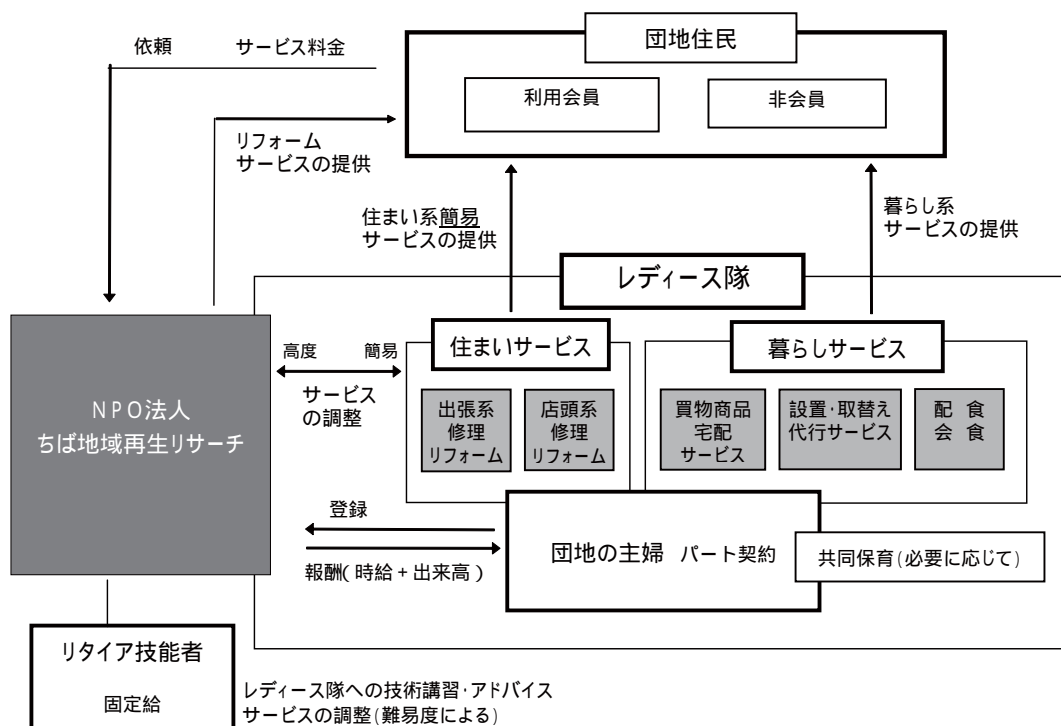
そのために、まず事業を動かす当 NPO と、地域のキーパーソンと子育て期の終わった主婦を中心とした地域

内のネットワークを構築する。そして、実際に事業を動かして、試行するとともに、その結果を評価・分析する。

2) 事業の概要（しくみ等の全体像）と詳細

2004年11月以来、当 NPO では地域の人材ネットワークを生かしてコミュニティビジネスを開始してきたが、実際に事業を始めてみると、当初のビジネスモデルではサービスを存分に遂行することが難しくなっていた。当初は、住まいクラブと暮らしクラブのそれぞれに担当のスタッフを確保し、サービスに従事する仕組みになっていた。ところが、当初予定していたよりも住まいクラブに従事する地元中高年スタッフを確保することが難しく、それにより無駄な部分や足りない部分を整備する必要があった。そこで、暮らしクラブに従事しているスタッフでも住まいクラブのサービスに従事できるような仕組みへと改善するために、新事業への取り組みを開始した。

新たにサービス従事者によるチームを組み、そのメンバーで住まいサービスと暮らしサービスの両サービスの提供に当たる。新たなチームの名称は『レディース隊』とし、既存スタッフに加え、募集チラシを配布して人員を確保した。



住まいサービス

見積もりはNPOで行い、NPO独自で行うか、レディース隊に作業依頼するかを振り分ける。レディース隊のサービス内容には、店頭で行うものと出張して行うものと2通りあり、詳細は以下の通りである。

・店頭系修理リフォーム

主に網戸の張替え、襖の張替え、椅子座面の張替えを行う。依頼者の住宅から店頭で作業物を持ち込み、店頭にて作業を行う。

・出張系修理リフォーム

主に壁紙の張替え、襖や網戸の建てつけ調整などを行う。依頼者の住宅に行き作業を行う。また、店頭で作業したものを持ち込む際に、建てつけを調整する。

暮らしサービス

・買物商品配達サービス

NPO事務所のある高洲第一ショッピングセンター内で買い物したものを団地内の自宅まで配達する。サービス対象者は原則として高齢者および子育て期の、妊婦やベビーカーを持った人。依頼者から徴収する価格は一律50円。ただし、配達回数によりスーパーから1個当たり50円を月締めでもらえる仕組みになっている。

・設置、取替えサービス

高齢者宅に配達した際、電球の取替えや高い場所の作業、家具の簡単な移動など、ちょっとした作業代行を有料で行う。

・配食、会食

定期的に宅配会員を招待し、茶話会を開催する。お茶を飲みながらざっくばらんな会話をする中で、サービスの向上につながるようなニーズを引き出す。



襖張替え

3) 事業量と収支の推移

住まいサービス

・店頭系修理リフォーム

店頭で行った網戸張替え、椅子の座面張替え、襖の張替えサービス及び、鍵の交換の実績は、下記の表の通りである。

2006年度及び2007年度のリフォーム実績

年度	月	網戸張替え		椅子張替え		襖張替え		鍵交換	収入	
		件数	枚数	件数	脚数	件数	枚数			件数
2006年	4月									
	5月									
	6月									
	7月									
	8月							2	¥ 17,000	
	9月	1	1			2	4		¥ 1,500	
	10月	3	3	1	1	3	18	1	¥ 66,030	
	11月	1	1			2	30		¥ 66,510	
	12月	1	10	4	10	2	17	3	¥ 179,590	
	1月	1	2			1	2		¥ 12,400	
	2月					1	4	2	¥ 31,950	
	3月								¥ -	
	計		7	17	5	11	11	75	8	
収入	¥	31,500	¥	41,440	¥	215,690	¥	86,350	¥	374,980
2007年	4月				1	3			¥ 25,410	
	5月				1	4			¥ 10,400	
	6月	10	25					1	¥ 66,000	
	7月	8	20	4	8				¥ 76,850	
	8月	5	11			2	15		¥ 29,870	
	9月	1	1	3	9				¥ 32,560	
	10月	1		1	1	2	19		¥ 36,520	
	11月	1		2	4	1	5		¥ 41,160	
	12月	1		4	11	1	4	1	¥ 97,030	
	1月	2	5			1	21		¥ 52,610	
	2月			1	3	2	6		¥ 25,480	
	3月			1	1				¥ 3,360	
	計		29	62	18	44	10	75	2	
収入	¥	128,160	¥	145,450	¥	182,360	¥	33,000	¥	497,250

・その他の修理リフォーム

依頼者宅に行って修理を行う出張系修理リフォームは、下表の通りである。出張系の修理内容は依頼者

2006年度修理リフォームの内容

月	内容	価格
9月	戸滑り改善	¥ 10,800
10月	敷居金具レール	¥ 7,800
10月	風呂場コーキング	¥ 3,800
10月	家具移動	¥ 9,800
11月	敷居金具レール	¥ 7,800
11月	敷居金具レール	¥ 7,800
11月	カーペット工事	¥ 60,000
11月	家具解体・移動・組立	¥ 3,000
11月	トイレCF	¥ 7,900
12月	引き戸レール	¥ 5,460
12月	敷居金具レール	¥ 4,800
12月	敷居金具レール	¥ 7,800
12月	障子張り替え	¥ 22,200
12月	敷居すべり	¥ 3,800
12月	襖折れ補修	¥ 1,000
12月	物入れ扉修理	¥ 2,000
1月	トイレペンキ塗装	¥ 15,000
1月	表札づくり	¥ 100
1月	ズボン裾上げ	¥ 400
2月	ガスホース取り付け	¥ 100

月	内容	価格
6月	荷物降ろし	¥ 700
10月	植木カット	¥ 1,000
11月	椅子修理	¥ 800
11月	ズボン裾上げ	¥ 400
11月	網戸取付	¥ 1,000
11月	照明取り外し	業者紹介
12月	ビニルカット	¥ 300
2月	カーテンレール取り付け	¥ 3,200
3月	換気扇交換	¥ 9,980

宅の事情によって様々である。表には、住まい系の設置・取替えサービス内容も含まれている。

暮らしサービス

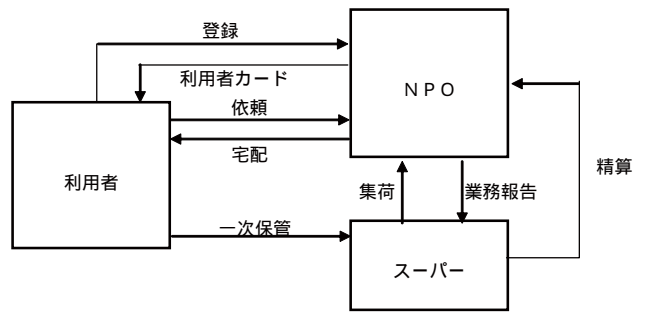
・買物商品配達サービス

2006年度および、2007年度の買物商品配達実績は、下グラフの通りである。

2006年度及び2007年度の買物商品配達実績

	宅配件数	売上	宅配個数	スーパー支援	合計収入
2006年	4月	65 ¥ 3,250		¥ -	¥ 3,250
	5月	56 ¥ 2,800		¥ -	¥ 2,800
	6月	52 ¥ 2,600		¥ -	¥ 2,600
	7月	58 ¥ 2,900		¥ -	¥ 2,900
	8月	59 ¥ 2,950		¥ -	¥ 2,950
	9月	53 ¥ 2,650		¥ -	¥ 2,650
	10月	59 ¥ 2,950		¥ -	¥ 2,950
	11月	59 ¥ 2,950		¥ -	¥ 2,950
	12月	70 ¥ 3,500		¥ -	¥ 3,500
	1月	41 ¥ 2,050		¥ -	¥ 2,050
	2月	48 ¥ 2,400		¥ -	¥ 2,400
	3月	65 ¥ 3,250		¥ -	¥ 3,250
	2006年度合計	685	¥ 34,250		¥ -
2007年	4月	53 ¥ 2,650	106	¥ 5,300	¥ 7,950
	5月	48 ¥ 2,400	81	¥ 4,050	¥ 6,450
	6月	70 ¥ 3,500	139	¥ 6,950	¥ 10,450
	7月	76 ¥ 3,800	147	¥ 7,350	¥ 11,150
	8月	58 ¥ 2,900	104	¥ 5,200	¥ 8,100
	9月	69 ¥ 3,450	118	¥ 5,900	¥ 9,350
	10月	81 ¥ 4,050	153	¥ 7,650	¥ 11,700
	11月	71 ¥ 3,550	133	¥ 6,650	¥ 10,200
	12月	97 ¥ 4,850	188	¥ 9,400	¥ 14,250
	1月	58 ¥ 2,900	100	¥ 5,000	¥ 7,900
	2月	40 ¥ 2,000	96	¥ 4,800	¥ 6,800
	3月	40 ¥ 2,000	93	¥ 4,650	¥ 6,650
	2007年度合計	761	¥ 38,050	1458	¥ 72,900

2006年度までは宅配金額は、依頼個数によらず一律1回50円を利用者から徴収していたものが売り上げとなっていたが、2007年度4月以降、スーパーの協力を得て、宅配個数に応じて売り上げが上がる仕組みとなった。利用者から徴収するのは一律50円のまま変わらないが、配達量1個につき50円をスーパーから徴収する。配達個数の目安は、エコ袋1袋分を1個とカウントし、重たい水や米、かさばるトイレトペーパーやティッシュも1個とカウントするように、スーパーと取り決めを行った。



・設置、取替えサービス

設置、取替えサービスの内容は、出張系修理リフォームの内容に含めた。

・配食、会食

本サービスのための茶話会開催状況は以下の通りである。

年	日時	参加費	参加者数	テーマ
2006年	9月5日(火) 14:00~15:00	参加費無料	参加者6名	テーマ: サービス内容
2006年	10月30日(火) 14:00~15:00	参加費¥300	参加者0名	テーマ:
2006年	11月30日(木) 11:00~12:00	参加費¥300	参加者3名	テーマ: 年末大掃除
2007年	1月8日(火) 11:00~12:00	参加費¥300	参加者2名	テーマ: 新年の様子
2007年	11月3日(水) 10:30~12:00	参加費無料	参加者3名	テーマ: サービス内容

4) 事業推進にまつわるエピソード

想定外の事柄

助成期間の1年目が終了した時点で、組織が経営危機に陥り、事業の主要な役割を担っていたスタッフを解雇せざるを得なかった。本助成事業の継続を断念することをも考えたが、その折、生活が助かっているの



茶話会参加募集のチラシ



第1回 茶話会

だから、「なくなってもらっては困る」というサービス受益者からの声が少なからずあった。また、サービスの提供者であるパートスタッフからは、「組織がなくなって地域で非難を受けるのは私たちだ」という厳しい意見も受けた。

このような意見があることで、サービスを開始した以上、“継続すること”が地域の中では義務となり、断念することは裏切り行為に値するということを実感した。

結果としては、サービス内容を少なからず縮小して、できることを継続することで、地域の支援を受けながら、2年度目の1年間を通じて立て直しを図った。

工夫した点

サービス内容を、真のニーズに合ったものへと改善していくため、定期的に宅配会員を招待して茶話会を開催し、受益者との対話の中から、サービスの評価や事業の改善などを行うヒントを得た。

苦労した点

経営難からサービス内容を縮小し、事業内容の方針を事業性向上の視点から変更する過程で、既存のスタッフと、変わらなければならない組織との間で温度差が生じた。その温度差を埋める作業は忍耐を要した。組織もスタッフも同一地域内にあるため、逃げ場がないためである。スタッフが不満を抱えているとすれば、それはたちまち組織に対する地域内での悪評価へと直結しかねない。

そのため、運営側がミッションを明確に打ち出し、そのミッションための活動であることを熱心に訴え続けることで、スタッフや周囲の理解を得られるように、根気強く活動を続けた。



宅配サービスのPR

自慢できる点

組織としての存続が危ぶまれたが、そこからの立て直しのプロセスによって、地域に対して、何があっても決して逃げないという意思表示ができたと思う。それにより当NPOの信頼性がより一層高まってきたことを実感している。

4. 活動の成果と課題

1) 目的・目標の達成度 自己採点

本事業の目的は「高齢者を中心とする団地居住者が安全に安心して暮らせるためのサービス事業を構築し、実践することによって、郊外の大規模団地を、市民自身がその経済活動で生活向上を図ることで「終の住処」にふさわしい居住地にすること。そのために、まず事業を動かす当NPOと、地域のキーパーソンと子育て期の終わった主婦を中心とした地域内のネットワークを構築する。そして、実際に事業を動かして、試行する」ことであった。この点においては、2ヶ年度を通じて、レディース隊を立ち上げ、危なげながら事業を継続したことで、“60点”と採点できる。

ただ、申請時に設定した目標は、2年度終了時点で、住まい系サービスにおいて、210件/年、420万円/年の受注、暮らし系サービスにおいて3,600件/年、18万円/年の受注があることであった。この点においては、ほとんど達成されておらず、採点は“10点”である。

しかしながら、組織存続の危機にあいながらも、地域へも協力を要請し、スタッフの入れ替えの中で、新たな人材ネットワークも構築され、さらに事業を継続することによって地域の信頼感も向上するという効果を得た点からは“70点”を与えることができると考える。



宅配の受付

また、非営利活動やボランティアな地域活動においては、“資金投入のタイミング”と“成果が生まれるタイミング”は同時ではないので、今後さらにさまざまな効果が現れてくると予想している。

2) 地域内外への波及効果

当初は、地域での認知度はあまり高くはなく、チラシを配布しても反応が鈍いと感じることや、「何をやっているのかわからない」といわれることが多かった。2年間を通じて、次第に認知度も高まり、以前に配ったチラシが保存してあり、それを頼りにした依頼や、「存在は知っていて気にはなっていた」という声をよく耳にするようになってきた。確実に地域に浸透していることが実感できる。

3) 事業の継続性

本事業は、初年度に事業プランの検討を重ね、試行し、2年度目から本格的に事業をスタートさせようとしたところで運営組織の経営的理由で縮小せざるを得なくなった。そして、地域の要請で継続することこそが重要であるという認識を得て、事業そのものは継続することができた。しかし、それは、当 NPO 全体の地域の中での存在意義という全体的な判断によるもので、今回の事業単独では継続的なものではない。

4) 事業の採算性

現時点では、本事業が独立的に採算が取れているとはいえない。住まいサービスはそれ単独で材料費+工賃の価格設定となっているため、サービスを行う上では独立採算が可能であるが、暮らしサービスは受益者の負担を増やしたくないという思いから、継続させるためには、当 NPO の他の事業の利益によってカバーす

るとい、NPO 全体での収支で合わせている状況である。

5) 事業推進に活用した資源がもたらした効果

地域の様々な企業に呼びかけて NPO と連携したサービス提供の可能性を模索した。地域のホームセンターや、地域の施工業者、地域包括支援センターとの連携が始動している段階である。住まいや暮らしに必要なサービスをワンストップで提供していくため、レディース隊がワンストップサービスの窓口として活躍することが期待できる。

地域ホームセンターとの連携

ホームセンター「ユニディ」との連携を図っている。まずはできることから始める、ということで DIY 講習会を月に1度のペースで行っている。2008年3月から取り組みを開始し、3月には「防犯対策・玄関錠の交換方法」、4月は「ガーデニング教室・寄植えの方法」を開催した。今後の開催予定は以下の通りである。

5月「実用編・網戸の張替え方」

6月「主婦にも出来る・水道パッキンの取替え方法」

7月「冷房効率UP・断熱フィルムの張り方」

地域の施工業者との連携

全国的組織である日本総合住生活（JS）の支社との連携を図っている。現在内容を検討中ではあるが、今後リフォーム相談会を協働で開催する予定である。

地域包括支援センターとの連携

最寄りのセンターとの連携を図っている。現在、高齢者の居場所づくりについて連携して取り組むために話し合いを進めている段階である。



ドアの修理



DIY講習会「防犯対策・玄関錠の交換方法」

6) 事業着手後に見えてきた課題と活動方策

地域の課題はすでに十分に把握しているため、事業着手後に新たに見えてきたものではないが、組織マネジメントを進める上での新たな課題が見えてきた。いずれも、経営危機にあって、活動を推進する中で見えた課題である。

多様なスタッフ意識の調整の難しさ

スタッフは“ボランティア意識”、“社会貢献意識”、“事業意識”など、NPO やサービスに関わる動機付けが異なる。その相違が事業推進における摩擦を発生させた。

地域コンセンサスづくりの難しさ

“問題に関する地域の認識”と“数歩先を行くNPOのミッション”とにずれがあり、当初は当NPOの活動がなかなか理解されにくかった。

組織改編の困難

事業性を高めなければならない中で、変わらなければならない組織と変わらない構成員との間に摩擦が発生した。特に、当NPO発足時は、手弁当でボランティア的であったため、その趣旨に賛同したスタッフと、今回事業性の向上を要求する運営側との間の溝は大きくなった。

5. 今後の展開

1) 団体や事業の理想的な方向性

地域の課題に対して地域の住民がサービス提供にあたり、受益者から報酬を得る、というコミュニティビジネスの手法では、受益者負担が増えるという点で一

定の限界がある。また、これまでにないサービス提供という面では有効であるが、サービスの継続という視点で捉えたときに行き詰まりもある。

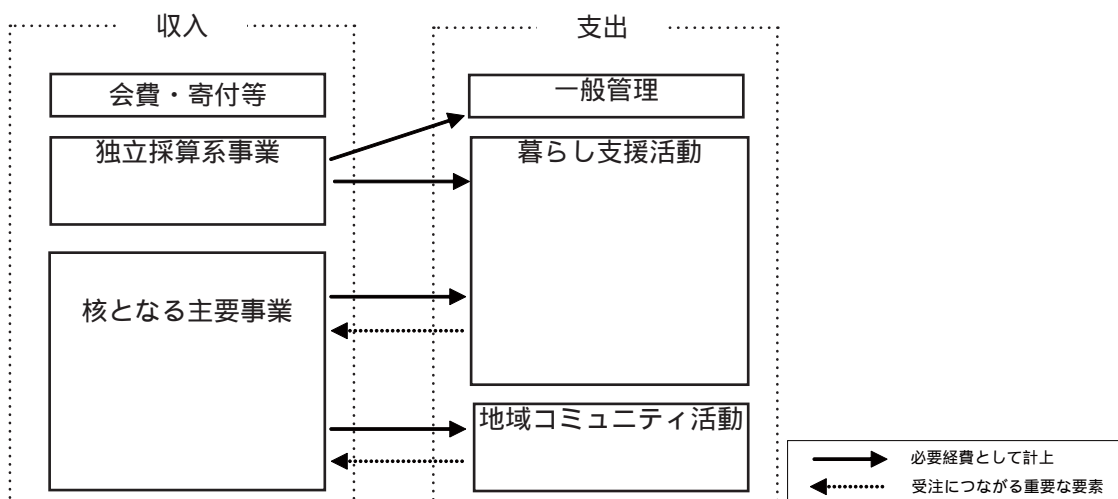
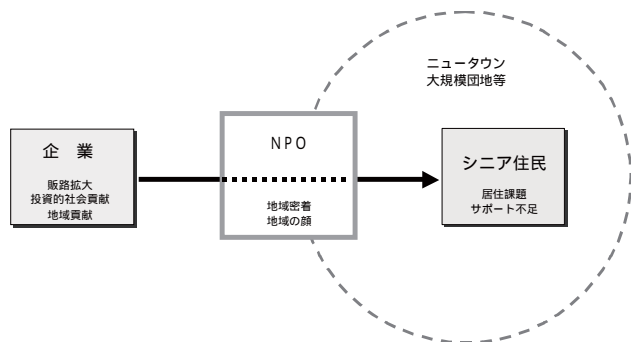
そのため、受益者負担があまり望めない生活支援については、以下のような2つの事業推進方策を考えなければならないと考える。

組織全体での採算

本事業の理想は暮らしサービスにおける独立採算であるが、上記のような理由から難しい。そのため、組織内に核となる主要事業があり、その利益によって、暮らしサービスの赤字部分や地域活動をカバーするような、組織全体での採算化が必要である。

民間企業とのパートナーシップ

もう一つ有効なポイントは、民間企業との連携である。民間企業は優れたサービスや商品を有するものの地域やコミュニティの係わり方のノウハウを有していない。一方、NPOはすでに地域の顔であり、密接な関係を築きやすく、その両者がパートナーシップを組むことで、地域に新しいサービスを提供できると考えられる。



2) 事業化の意義

本事業の意義は、当 NPO のミッションである「高齢者を中心とする団地居住者が安全に安心して暮らせるためのサービス事業を構築し、実践することによって、郊外の大規模団地を、市民自身がその経済活動で生活向上を図ることで「終の住処」にふさわしい居住地にすること」のひとつの手段である。そのために、本事業を軌道に乗せ、継続してサービスを提供することが最大の意義であると考えている。

地域の中での人材ネットワークや、サービス従事者と受益者との間に生じた信頼関係を大切に、活動を続けたいと思う。



宅配利用者へ配達



DIY の指導



サービス利用者からのヒアリング



クロス張替え



ショッピングセンター内にある団体の拠点