

企業と住民の地域活動から広がる場

武蔵村山市中原地区のリフォーム展示場の地域開放 その3

猶予地域での社会実験
住み開き

企業と地域の協力関係
子ども食堂

地域活動の場

正会員 ○古谷 知彦*
同 小林 佐和*
同 森田 芳朗**
同 嘉規 智織*

1. 研究の目的

新築から既存住宅に視点が移りつつある住宅業界において、企業と住民が協力のもと地域活性化の活動を行い、互いに信頼関係で結ばれる中から、これからの時代に即した企業の知見で地域課題を解決できるビジネス・サービスとは何かを明らかにしていく。

大手メーカーが開発・分譲を行ったエリアを自ら再活性化する活動が見られるが、これに対し本研究は、自社(S社)の住宅オーナーが点在してはいるものの、住宅・都市整備公団が開発した分譲地を中心とした、自社とは関係性が希薄な地域(武蔵村山市中原)での社会実験であり、NPO と連携し実施している点に特徴がある。なお当該地域は、小林秀樹の地域分類¹⁾によると、人口減少且つ世帯数増加の「猶予地域」に相当し、高齢少人数世帯(夫婦のみ、独居)の増加により地域活動の停滞が予測されるエリアである。

前報²⁾では、活動(プロジェクト/PJ)を2つのレイヤー(図1)に分け、それぞれがステップ4に至るまでの過程や、具体的活動内容、ステップの進捗度合いを報告した。

本報では、その後の1年間(22年度)のPJを経て、①地域の活性化(L1)を進める中で生れた自律的活動や、拡大した活動の場(参画者)はどのようなものがあり、それらの発生から得られた今後PJに生かせるポイントとは何か②企業と地域の関わり(L2)の進捗状況と、地域・住民に対する具体的なビジネス・サービスは見え始めているのかを明らかにする。

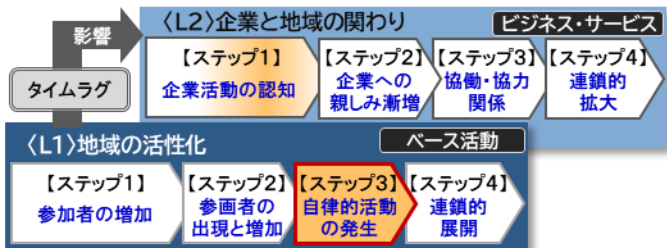


図1. 活動の2つのレイヤー

2. 進む地域の活性化、停滞する企業と地域の関わり

(1) 自律的活動の発生と場の拡大

21年度終了時点で、地域の活性化(L1)は、ステップ3「自律的活動の発生」の予兆を感じる段階であった。22年度は、2つの自律的活動を展開する「チーム」や「サークル」が生れ、ステップ3へと進んだ。新規の場も増え(表1)、行政を中心に、PJをバックアップする組織や個人も増大した(表2)。自律的活動や場の拡大に関し、特徴的事例として以下の4つがある。

1) 子ども食堂(表1①、図2)

自宅(元デイサービス併用住宅)駐車場をイベント会場に提供していた女性から、『1階の広いスペースを利用して住民に役立つことをしてみたい』という申し出があり、数回の打ち合わせの結果「子ども食堂」の構想がまとまった。調理場改装や食材費に係る助成金・補助金の確保や、調理・盛り付けなどを手伝うボランティアの人的支援もPJにて行い、また、近隣小学校より、学校側で毎回食堂のチラシを全児童へ配布することや、手伝いの児童を派遣するという全面的支援も取り付けた。10月にプレオープンとなり、その後は月1回の自主開催をしているが(表3)、中原のある西部地域では初めての試みであり、住民・行政共に切望していた機能のため、多くの賛同を得ている。更に、幼児からお年寄りまでの多世代が集まり、年代を超えたコ



図2. 子ども食堂

ミュニケーションが活発に行われる場にもなっている。なお、ボランティアを活動の主たる目的とし、固定メンバーに留まらず、地域人材からの人的支援等も受けて活動を行う主体を、PJでは「チーム」と称している。

2) 中原元気女子会(表1②)

同じく自宅駐車場をイベント会場に提供していた女性を中心に、22年4月から自律的活動を開始している。PJ主催イベントでの飲食物販売に加え、歴史的知見を高める関東近県へのバスツアー、タオル体操、日米文化交流ともなる米軍横田基地関係者との英語サロン等、PJ参画を端緒に、趣味の域を超えたコミュニケーション活性化活動を展開している。この様に同好の士が集まり発展していく主体を、PJでは「サークル」と称している。

3) ハロウィンパレード(表1③、図3)

今回2回目の開催となったが、SNSや口コミを利用して積極的誘致を行った結果、参加者は前回の20名から152名へと大幅に増大した。立ち寄り家の主人が子ども達を嬉々として迎える光景や、想定外の隣家の主人が自家の菓子を大量に提供する光景が見られた。PJへの関心や、地域の集まりへの参加意欲が低いと思われていた同地区の中老年男性が積極的に協力したことは、地域の一体感を出せるイベントづくりのヒントとなった。



図3. ハロウィンパレード

4) ノルディックウォーキングとフラワーガーデン(表1④)

月1回開催のノルディックウォーキングで分譲地内のフットパス(歩行者専用通路)を歩行中、周辺ではフラワーガーデンの師匠的存在である夫人と庭先で出会った。その後、プロカメラマンによるガーデンの撮影と、展示場の一室を利用した写真展を開催する運びとなった。ハロウィンパレード協力宅のガーデンも加えた写真展は、予想を上回る20名超の見学者が訪れ、趣味でつながる地域ネットワークの存在の大きさを知ることとなった。往来での偶然の挨拶が、新たな場やコミュニケーションを生み出した事例であり、また、展示場の新たな活用法として、市民全員を対象とした展示場の無料開放(事前予約制・3月開始)にもつながった。

(2) 企業の認知度・親しみ度の状況とビジネスヒント

21年度終了時点で、企業と地域の関わり(L2)は、ステップ1から2の段階にあると捉えていた。そこで、「企業の認知度・親しみ度」の数的把握のため、2回目の住民アンケート調査^{注2}を実施した。認知度は、「名前ぐらいは知っている」と「知っている」を足した割合(計55%)が、20年度調査に対しプラス8ポイントの微増に留まった^{注3}。親しみ度は、「信頼できる～できない」「よい～悪い印象」「身近に感じる～感じない」の3項目で評価を受けたが、同様に殆ど変化は無かった^{注4}。以上からL2は、ステップ2への進捗がなされていないことが明白となった。一方、ビジネス・サービスについては、未だ見えない状況にあるものの、場の利用は総じて「住み開き」となっていることから、今後は、このキーワードを手掛かりに具体策の探索を試みる。

表1. 地域活動の場と利用法・特徴

NO.	名称	屋内	屋外	利用法	形態	PJサポート内容	L1ステップ	道路付け方位とフットパス(F)
	展示場	●	●	イベント・講座会場(20年度～)・ 展示会場・市民無料開放(22年度～)	—	—	—	北
1	元併用住宅①	●	●	イベント会場(21年度～)、子ども食堂(22年度～)	チーム	食堂と同時開催のイベント運営	ステップ3	南
2	中原元気女子会宅②	●	●	イベント会場(21年度～) 中原元気女子会講座・打合せ会場(22年度～)	サークル	PJイベント参画時のみ	ステップ3	南
3	駐車場提供宅	●	●	イベント会場(21年度～)	個人	イベント運営全般	ステップ2	東
4	カフェ	●	●	イベント会場・ドーナツ等販売(21年度～)	ショップ	イベント運営全般	ステップ2	南
5	お菓子の家A	●	●	HP立ち寄り(21年度～)	個人	—	ステップ2	北+F(東)
6	お菓子の家B③	●	●	HP立ち寄り(22年度～)	個人	HP運営全般	ステップ2	西+F(北・東)
7	フラワーガーデンの家A	●	●	HP立ち寄り・ガーデン公開(22年度～)	個人	—	ステップ2	北+F(西)
8	フラワーガーデンの家B④	●	●	ガーデン公開・NW立ち寄り(22年度～)	個人	ガーデン系イベント企画運営	ステップ2	南+F(東)
9	地区集会所	●	●	イベント会場・駐車場・スタッフ休憩所(22年度～)	—	—	—	—

※HP:ハロウィンパレード、NW:ノルディックウォーキング、フットパス:歩行者専用通路

表2. 主な支援組織・支援者

NO.	名称	分類	支援内容
1	ボランティア・市民活動センター	公的機関	イベント手伝い派遣(20年度～) 子ども食堂手伝い派遣(22年度～)
2	西部地域包括支援センター	公的機関	運営アドバイス・高齢者系相談窓口・ (20年度～)
3	市・高齢福祉課	NPO	子育てひろば主催(21年度～)
4	いついよファミリー・育はぐ	個人	園芸・手芸・PC等講座(20年度～) 屋号がある作家の手作り品販売・作成講座 NW指導(21年度～)
5	講座講師、出店販売者	個人	キッチンカー、駄菓子販売、読み聞かせ 手作り品作成講座(22年度～)
6	農園2ヶ所	個人	地元産野菜販売(21年度～)
7	市・子ども子育て支援課	公的機関	子育てひろば(21年度～) 子ども食堂支援(22年度～)
8	市立第十小学校	教育機関	子ども食堂支援(22年度～)
9	中原町内会長	自治組織	子ども食堂支援(22年度～)

表3. 子ども食堂オープンまでの経過(2022年)

日付	主なできごと
5月	・立ち上げ相談(子ども子育て支援課)
6月	・改修助成金申請(昭和記念財団)
7月	・代表挨拶等(子ども子育て支援課)
8月	・第1回・第2回準備会
9月	・試食会 ・市立十小の副校長訪問、協力要請 ・食材補助金を申請(子ども家庭部)
10月	・プレオープン (社会福祉協議会主催“福祉のつどい”参加)

*株式会社住環境研究所

**東京工芸大学工学部 教授

3. 結論

地域の活性化(L1)は、2つの自発的活動が発生し、ステップ3へと確実に進んだ。自発的活動へのランクアップ形態として、「チーム」(ボランティア目的型)と「サークル」(趣味発展型)という少なくとも2つのパターンがあることを得た。場の拡大では、お菓子の家やフラワーガーデンの家といった、玄関先や庭先を開いてのイベント協力宅が中心となったが、特筆すべきは、お菓子の家・フラワーガーデンの家4軒全て、フットパス(図4)に接する多方向道路の家であったことである。これは、PJ側が道路付けを条件に協力要請をした結果ではない。

図4. フットパス



企業と地域の関わり(L2)は、殆ど進捗していないことが判明し、信頼関係の構築には多くの時間を要するが、「住み開き」というビジネス・サービス探索のヒントを導き出した。現在、お菓子の家Aを「住み開きカフェ」へランクアップさせる計画を進めている。

注

1. オーナーから買い取り、大規模リノベーションを実施。築31年の軽量鉄骨造の2階建て、延床面積は104㎡。
2. 調査対象は、武蔵村山市中原1~4丁目在住の1,984世帯。うち71%相当の1,410世帯に投函、郵送にて回収。(配布:22年12/20~12/26、最終回収日:23年1/16、回収数:100、回収率:約7%)
3. 20年度n=166、22年度n=89。いずれも自社住宅オーナーを除く。
4. 20年度n=93、22年度n=58。信頼出来る:3.8→3.7、良い印象:3.7→3.7、身近に感じる:2.9→3.0。5点満点評価(20年度→22年度)。

参考文献

- *1. 小林秀樹「コンパクトなまちづくりに向けた既存マンションの活用」マンション学51号、pp24-31 2015.3
- *2. 小林佐和/黒木里佳「8154 企業の社会貢献としての地域活動に関する研究 武蔵村山市中原地区のリフォーム展示場の地域開放 その2」巻号:2022、ページ:307-308、年月次:2022-07