

季刊 **くらしと協同**

2016 冬号 No.19

特集

できることを活かすソーシャルインクルージョン

座談会

高齢化する生協組合員の実態～共同購入を中心に



できることを活かすソーシャルインクルージョン

巻頭言

生協における新たなマーケット展開の可能性……中川 雄一郎 1

座談会 高齢化する生協組合員の実態～共同購入を中心に

……九鬼 隆一・金銅 寿樹・高橋 剛太・村田 大輔・青木 美紗 3

特集 できることを活かすソーシャルインクルージョン……20

- 01 インクルーシブデザインの可能性……塩瀬 隆之 21
- 02 インクルーシブデザインの必要性とその実践……山田 小百合 27
- 03 ソーシャル・イノベーションの創出と地域に根ざした課題の解決……下門 直人 34
- 04 将来を見据えて地域のつながりを作る～サロンなんだ村と地域福祉通貨ボランの事例……加賀美 太記 40

くらしと協同をたずねて

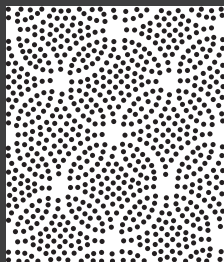
- 01 組合員活動による視覚障がい者へのサポート
～おおさかパルコープの視覚障がい者商品フェアの取り組み……岩橋 涼 46
- 02 「全国“おたがいさま”交流集会 in 神在月しまね」を訪ねて
……石井友梨・坂口恵里子・西藤千晶・児玉伊津季・青木美紗（監修）53

書評

- 01 『マイクロクレジットは金融格差を是正できるのか』佐藤順子 編……國本 英樹 57

バックナンバー／編集後記……59

小
紋
接
趣



表紙紋様「地落ち七宝文様」

この文様は同じ大きさの円の円周を四分の一ずつ重ねて繋いでいく文様で、「輪違い」と呼ばれます。これを連続して重ねて繋いでいく文様を七宝・七宝つなぎ文様といい、円満、調和、ご縁などの願いが込められた縁起の良い柄とされています。七宝とは仏教の教典に出てくる七種の宝のことで、金、銀、瑠璃（るり、青い宝石）、玻璃（はり、水晶）、しゃこ貝、珊瑚、瑪瑙（めのう、縞状の鉱物）であると言われています。この事から、人の御縁や繋がりは七宝と同等の価値がある事を示している柄でもあります。神も仏も、はたまた人間も、好きなものは金銀宝石のようですね。

田内隆司／京小紋画像提供（田内設計事務所）

生協における新たなマーケット展開の可能性

中川 雄一郎（明治大学教授）

くらしと協同の研究所に設けられている生協研究会の北川太一代表は、「生協研究会報告書・通巻71号」（2016年6月17日）の「はしがき」で、現今の「生協の経営危機」についてこう指摘している：近年にあっては、市場経済と同時に社会問題や公共政策にも対応する存在として協同組合の役割が極めて重要になるはずであるが、果たして、生協では真に協同組合らしい事業が展開されているのだろうか、また組合員や役職員の間では信頼関係に根ざした運営がなされているのだろうか。なされていないのであれば、その基本的な要因は、現代の生協が「経営危機」に直面しているにもかかわらず、それを克服するための方策が確立されていない点にある。その経営危機とは、すなわち、①生協が自らの経営環境を的確に認識しておらず、したがって、取り組むべき課題が明らかにされていないこと、②経営環境に主体的に対応するための生協それ自体の「仕組み」が確立されないことであって、具体的には、一般の企業と「ひと味もふた味も違う生協らしい事業、組合員の参加や活動、職員の働き方」なども含めたトータルなマネジメントが確立できないでいる、ということになる。そうであれば、われわれは、生協が現に直面している経営危機を「単に事業の伸び悩み、経営収支の悪化として捉える」のではなく、「生協の事業とそれを支える組織、さらには経営を支える理念の問題なども含めた『複合的な危機』として認識すること」の重要性を自覚しなければならないだろう。

生協における現今の「経営危機」の実体

をホリスティックに捉えなければならない、との北川氏の指摘は鋭い。なぜなら、生協も含めた現代協同組合の事業と運動は、市民である組合員や役員・職員が相互に協力し協同することで日々生活を営んでいるのだという「人間の本来的な関係」を自覚することによって成り立つからである。その意味で、「生協の仕組み」はまさに、かかる市民の具体的な関係に支えられたマネジメントによってはじめて機能するのである。このような人間関係を基礎とする協同組合に対して、ミシェル・フーコーが指摘しているように、「新自由主義の人間像」は、社会のあらゆる行為者を「資本主義の企業」をモデルとして捉え、個人もまた「費用対効果」を考えて自分自身に投資し、自らを「人的資本」として作り上げ、かくして「価値を高めていく存在」としてみなし、競争のなかで価値に見合った報酬を受け取る、とするものである。この人間像には「協同（共同性）の構築それ自体に価値や意味を見出す協同組合の存立する場所は初期設定からしてあり得ない」のである（重田園江「協同組合というプロジェクト」『にじ』JC総研、No.652）。本巻頭言のタイトルの趣意もまさにその点にあるのだ。

それ故、「新自由主義の人間像」に対する「協同組合の人間像」は次のように描かれるだろう：協同組合人は、「自治・権利・責任・参加」をコアとするシチズンシップに基づくヒューマン・ガバナンス（人間的な統治）に支えられる事業を通じて、組合員同士および組合員と役員・職員が相互に協力し協同するさまざまな機会を提供し合う

ことにより、教育や保健・医療といった福祉 (well-being) を享受する権利や生態系・環境を保護するための権利、そして文化的資源を活かし、物質的資源を公正に配分する、という「基本的な社会的枠組み」を創り出し、それを維持するための諸条件を再生産する、という社会的役割を果たすのである。協同組合によるこのような社会的役割の実践的プロセスを協同組合人は「協同組合運動」と呼んでいる。

協同組合の事業と運動のエートスをこのように捉え、自己意識化していくならば、「生協における新たなマーケット展開の可能性」も見えてくるかもしれない。なぜなら、「市場経済は都市における唯一のショー」では決してなく、市場経済を含め「経済は多種多様である」という現実を生協自体が自己意識化することで、「変化する社会における生協の潜在能力」を引き出し得るからである。その点で、各生協は、生協セクター全体の特性を引き出す確かな方法を探究する努力を強く求められることになる。

その一つは、地域コミュニティにおいて、組合員の日常生活に必要とされる財とサービスの消費と生産を再構成する可能性であり、もう一つは、「競争と市場」という枠組みに固執することなく、日常生活における経済的特性と社会的特性を組合員が身近に理解できるようにする可能性である。ここで重要なことは、組合員のみならず地域コミュニティで生活している多くの他の人びとにもまた「生協を通じて地域における経済活動が目に見えるようにする」ことであり、「生協の経済活動としての労働・仕事が可視化できるようにする」ことである。生協のこのような取り組みは「競争と市場の抽象化」を排除し、組合員と地域コミュニティの人びとに次のことを具体的に強く印象づけるであろう。すなわち、生協は、

- ①消費者と生産者の双方にとって公正な価値を有する、
 - ②地域コミュニティに利潤 (利益) の一部をもたらす、
 - ③財とサービスの地域購入を最大化することで地場産業を活性化させる、
 - ④地域コミュニティの持続可能な発展を遂行し得るサプライチェーンを志向する、
 - ⑤職員には公正な報酬を支払う、
 - ⑥職員に良質な職業訓練・教育を提供する、
 - ⑦地域コミュニティのレベルにおいて政策の意思決定を遂行し、またその意思決定に一連のステークホルダー (マルチステークホルダー) を参加させる、
- これである。

生協を含む協同組合にあっては、なに故にこのような理念や政策が求められるのであろうか。それは、イギリスに誕生した近代協同組合の創始「ロッチデール公正先駆者組合」の事業と運動を基軸とする「協同組合の歴史」が創り出したDNA (細胞の核のなかにある遺伝子) によるものである。その本性は、資本主義の後にやって来る是正ではなく、産業革命がもたらした「産業化というより大きな時代の流れの中でそれに形式と秩序を与えるための方策」であり (重田園江、同上)、それ故にこそ、協同組合は「私益の追求の結果としての公益の推進という自由主義の価値観」とは異なる、人間の本源的な関係に基づく人びとの「協力・協同のアイデンティティ」を具現化する「非営利・協同の価値観」を以てあるべき産業社会を追求するのである。イギリス初期協同組合運動が展開した「生活防衛」運動、ロバート・オウエンが提唱した「コミュニティ建設」運動、そして先駆者組合が実践した「生活防衛・コミュニティ建設」運動のDNAが現代社会にあってもなお協同組合をしっかりと背負っているのである。

座談会

高齢化する生協組合員の実態
～共同購入を中心に

2015年度全国生協組合員意識調査の結果によると、生協組合員の平均年齢は55.88歳となっており、日本国民の生産人口の平均年齢が約53歳であることを考えると、数年先を走っているのが生協であるといえる。今後、超高齢社会を迎える日本において、様々な対応が必要となってくるが、生協がいち早く対応することによって、将来的には日本社会に良策を提示できる可能性がある。

高齢化に伴って、若いときにはなんともしなかったことができなくなったり、他の人からのサポートが必要になる。生協組合員の中にも、注文ひとつすることにサポートが必要な組合員が増えてきているのではないだろうか。一方、日本社会は地域や家族のつながりの希薄化によって、家族やご近所さんと相互に協力することが難しい状況にもなっている。現時点では、困難を抱える組合員はマイノリティかもしれないが、将来的にはマジョリティになる可能性がある。

このような高齢者への対応として、国民生活センターなど公的機関における認知症対策と言えは詐欺に注意というような注意喚起に止まっているのが現状である。しかし、くらしにおいて重要な買い物という視点から見ると、もっと現実的

な問題が見えてくるのではないだろうか。生協はこのような課題をまずは把握し、どのように克服するのかを考える機会が必要であると考えられる。

そこで今回は生協事業の主軸となっている共同購入に焦点を当てて、各生協においてどのような問題が生じているのかをブラッシュアップするために3生協のコールセンターの方にご協力いただき座談会を実施した。生協の共同購入において、高齢化を含む現代社会の課題にどのようなことが現れているのかをお話いただいた。そこでは、具体的な事例を出していただきつつ、現在検討あるいは試行されている新たな動きもご提示いただいた。今後各生協において、対応を考える第一歩になれば幸いである。

(本誌副編集長 青木美紗)

高齢化する生協組合員の実態 ～共同購入を中心に

【出席者】

九鬼 隆一 (京都生活協同組合 組合員コールセンターマネジャー)

金銅 寿樹 (株式会社CWS (=Creative Workers Society) CSグループマネジャー)

高橋 剛太 (生活協同組合コープしが 宅配事業部統括マネージャー補佐)

村田 大輔 (生活協同組合コープしが 宅配事業センター高島センター長)

【コーディネータ】

青木 美紗 (奈良女子大学助教)

はじめに

【青木】生協は長年、共同購入を中心に事業を展開してきましたが、近年の高齢化や家族形態の変化、地域のつながりの希薄化に伴って、注文・配送・電話対応などで、以前にはあまり見られなかったような問題が生じているのではないかと考えています。今後も共同購入は生協の核の事業になりますので、高齢化を避けては通れないのが実情かと思います。

したがって、今回はまず、生協の共同購入において高齢組合員はどのような課題を抱えているのか、また組合員の高齢化に関してみなさんがコールセンター等で聞かれている悩みや課題を率直にお話ししていただけたらと思います。まずは自己紹介からお願いします。

【高橋】私は、コープしがで宅配事業部の運営マネジャーと宅配全体の管掌役員の補



佐を兼務しています。2年前まで現場にいて、センター長を6年経験しました。私は転職組でして、18年前に勤めていた一般企業が倒産したので、何もわからないまま生協に入りました(笑)。入ってみると、「いいところやなぁ」と感じて、現在に至っています。

【村田】私は、コープしがに新卒で入協して13年で、組合員担当を7年間、リーダーを2年、副センター長を3年経験し、今年から高島センター長をしています。今までは南部の草津や大津など、都市部で仕事をしてきましたが、今年から高島という超高齢化が進む地域に来ました。今年の3月20日から9月20日の間に500人も人口が減っていて、これは高島市の1%に当たります。いま高島社協や高島市役所の支援包括課と連携を進めたり、高齢者にとって注文しやすい方法などを徐々に進めているところですので、そういうことがお話しできたらと思っています。

【九鬼】私は、京都生協に入協して29年目ですので、参加者の中で一番長く生協にいると思います(笑)。16年間は担当者・チー

ムリーダー・副支部長を2004年から3年間は宅配運営部に着任し、共済や安全運転担当をしていました。その後、再び現場に戻り、副支部長4年、支部長を3年した後、1年半前にコールセンターに着任しました。

直近では、南丹支部（南丹市・亀岡市・京丹波町）など、高島市とよく似ている地域の支部長を3年間していましたので、その辺のお話とか、全事業所から来るコールセンターの話もできたらと思っています。

【金銅】所属はならコープで、いまは出向というかたちでCWSにきています。入協して20年目で、配送担当を経て、リーダーや副支所長（営業責任者を兼ねる）



などをした後、3年前からCWSに出向すると同時に、コールセンター長をしています。

CWSは、ならコープの子会社で、基本的にはならコープからの業務委託が主ですが、物流やコールセンター以外にも、「たすかる」という便利屋業も展開しています。

奈良県は、北和や中和など、北部のごく一部の盆地地域に人口が集中していて、南部は手つかずの山林が面積のほとんどを占めています。入協後、しばらくは中和エリアでしたが、その後は南部の桜井支所に配属されました。管轄エリアには宇陀郡や吉野町、東吉野村をはじめ、最南端の上北山村や下北山村などの山間部も含まれており、ご高齢の組合員さんが多い地域の配達をしてきましたので、その経験もお話しできたらと思います。

増加する高齢組合員からの相談

【青木】ありがとうございました。さっすぐですが、共同購入と高齢者の問題から話を進めたいと思います。コールセンターで受ける案件や現場でのご経験を通じて、高齢者に関する問題は年々増えていると感じておられますか。また、高齢者が抱える問題のなかで特に頻度の多いケースや印象に残っている事例などをお聞きかせいただけますでしょうか。

【高橋】感覚的にいえば、やはり増えています。1日のうち2～3割は高齢者の方からの電話で、「カタログやOCRの字が小さい」「仕組みがややこしい」「インターネットで注文したいが、やり方がよくわからない」「周りからインターネット限定商品はいいよと言われるが、自分はネット注文ができないから、普通の注文書でやってくれないか」といった声が寄せられています。また、同じ人が同じことを10回以上かけてこられるケースなんかが増えてきています。

【青木】すごく印象に残っている事例はありますか？

【高橋】認知症の組合員さんで医療スタッフのいるサービス付き高齢者住宅に住んでおられて、そこに個配に行っていました。注文はご本人がいっぱい書かれて、その注文通り山盛りお届けするのですが、代金の引き落とし先は娘さんなので、「なんでこんな引き落とし額になるのか」と苦情を言ってこられました。「ご本人が注文書を書かれているからですが…」と申しますと、「じゃ、母が注文したときは生協さんのほうで制限をかけてくれないか」とおっしゃっ

たのです。

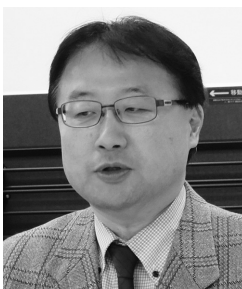
要は一定額を超えたら勝手に消してほしいということですが、やはりそれはできません。かといって娘さんがお母さんと直接連絡をとって注文のサポートをされるかといえば、それは物理的にも無理のようで、「母の注文したい気持ちを無視したくはないけれど、請求額が増えすぎるのは困るから、なんとかして」ということで、答えが出ないままケアマネさんの協力も得て、5000円ぐらいで抑えようということになりました。

かなり短縮してお話ししましたが、この件では半年ぐらい、いろいろな人とのやり取りが続きました。1回に何万円も買われるのですが、返品をお受けしたりということ、ずっと繰り返しましたね。

【青木】 京都生協さんはいかがでしょう？

【九鬼】 私だけでなく他の職員にもヒアリングしましたが、やはり京都生協でも2割ぐらいはご高齢の組合員さんからの電話かなと感覚的には思います。注文した物を忘れて、「何を注文しましたか？」と電話してこられる高齢の組合員さんがいらっしゃいます。また、コープしがさんと同じで、たくさん注文されて、「冷蔵庫に入らないのやけど」とか、商品は配達しているのに「届いてましたか？」とか。

【青木】 お二人のご意見を聞いていると認知症の方への対応が大変なのかなと思いますが。



【九鬼】 認知症とまではいなくても、ちょっと記憶があやふやで「どうやったかな？」という方もいらっしゃいますね。そういう方々も、ご家族に聞くのではなく生協に電話してこられます。やはり独居の方が多いのでしょうか。あるいは、ご高齢のご主人が「私、わからへんねん」とおっしゃることもあります。今日もそういう電話を受けたのですが、「耳が聴こえにくいんや。ちょっと嫁に代わるわ」とおっしゃいました。たぶん70代後半から80代の方で、いろいろな不具合が出ているのだらうと思います。

特にインパクトの大きなケースは思いあたりませんが、逆にそういう件数が多いということがとても印象的です。現場にいるときはわかりませんでした。だから認知症に関する学習会などをやろうという気にもなりましたね。

【金銅】 ならコープでも、高齢者からの問い合わせは年々増えてきております。特に最近では夕食宅配サービスを開始し、ご利用いただく組合員層は高齢の方が中心となっています。その問い合わせはコールセンターで対応をしていますので、利用者が増えれば増えるほど入電も増加しております。1入電あたりの対応時間も、夕食宅配については他の問い合わせに比べて時間を要しております。

入電内容はいろいろですが、コープしがさんもおっしゃいましたように、一回あたりに大量の商品を注文される電話は頻繁に入ってきます。また、配達担当をしていたときにも、注文欄にびっしりと記入してあるOCRを預かったときは感覚的に「ちょっと変だな」と思うのですが、どうすることもできませんでした。ご家族の方と約束しておけば、何か対応できたのかもしれませんが、ご本人に「注文したのに、なんで来

ないの？」と聞かれたら、「いや、消しました」とは言えないので、対応には苦慮しています。

大量の商品を受け取ってくださる方もいらっしゃるんですが、なかには1週間後に届けると、「いや、こんないっぱい買ってないのに、生協さん、誰か代わりに書いたんちがうか？」という入電もあります。「いえ、これはたしかに書いておられましたよ」と伝えると、「ほんまに私の字かどうか調べるから、コピーを持ってきてくれないか」、「留守置きしている間に誰かにいわずら書きされたのではないか」という入電もいただいています。

やはり大量買いについては、どう対応すればいいのか。ご家族から「勝手に注文した場合はすべて取り消ししていただけないか」という相談を受けますが、どの商品を買ったかという問い合わせについては、個人情報にあたりますので、生協としてもおいそれとお伝えするわけにはいきません。そこは今後の課題であると思います。

注文の取り消しについては、他企業のお客相談室の方やインターネットの電話注文のコールセンター長の方とお話すると、「そういう注文は勝手に消してはいけない。個人情報のこともありますし、こちらは相手が認知症かもしれないと思っても、それを証明するものはないので、最悪トラブルになったときに会社が不利になってしまうかもしれない」ということですので、かなり慎重に対応しないといけません。

コールセンターと現場の連携

【青木】とてもリアルなお話でした。丁寧に対応するというのは生協らしいと思いますが、今後、対応件数が増えたり、内容が

複雑になってきたときにどこまで対応できるのかはすごく問題になってくるのかなと思います。

コールセンターに入ってくる相談は配送担当者や支所の方にも伝わっているのでしょうか。

【高橋】2009年にコールセンターを開始するまでは配送センターに直接電話があったので、組合員さんからの苦情や困りごと、相談ごとをセンターの事務員や担当者も肌で感じる事が出来たのですが、コールセンターができてからは全部コールセンターが対応しているので、要約されたメールなどの文面を読んで知る形となり、現場の職員は直接的には感じにくくなっています。



【九鬼】コールセンターに異動するまでは、高齢者の方からコールセンターに多く入電があることを把握していませんでした。2012年にコールセンターができるまでは現場で入電対応をしていましたが、あまり現在のような問題は感じませんでした。しかし、コールセンターではそういう情報が入るので、認知症学習の必要性を感じ、9月にコールセンターの職員約20人を対象に、福祉事業部のケアマネジャーの責任者を招いて学習をしました。

【青木】組合員さんからの相談はコールセンターに集中しているということですね。では、実際に現場の職員さんと協力しなければいけないときは、どのように対応されていますか。

【村田】 私の配送事業センターでは、コールセンターのマネージャーから電話がかかってきて、「いまメールで送った件やけど、ちょっと電話を受けたオペレーターからの連絡で、ある組合員さんがこういうしゃべり方をしはって、もしかしたらこういうことを要求してはるんかもしれん。だから、対応するときにはちょっと気をつけたほうがいいで」という情報を教えてください。

それと、高島センターの地域では認知症の高齢者の方がすごく多いので、コールセンターには「もしこの人から電話があったら、おそらくコールセンターでは対応しきれないから、すぐこちに繋いでください」と言っています。配送担当者も、そういう地域でずっと配送しているので、「コールセンターに電話してくれ」と言っても、絶対に自分のところに返ってくるのがわかっているんです。だから、配送コース引き継ぎのときも、「この組合員さんは認知症を患っておられるけど、娘さんが草津に住んでおられて、何かあったら娘さんと連絡とれるから」という話をしています。

以前いた南部のセンターでは、まだそこまで高齢化が進んでいないこともあって、そういう組合員さんにお会いする確率も高島に比べたら低かったです。

【金銅】 ちょうどいま抱えている電話事例を申しますと、夕食宅配をとられている組合員さんで、8月頃から登録・ご利用いただいています。10月末ぐらいから「取り消ししてください」という電話が入るようになりました。それで、お届けを取り消しますと、息子さんのお嫁さんから「今後、本人から取消依頼の電話があるかもしれないけれども聞き入れないでください」という電話がありました。コールセンターでは対応できないので、現場の支所に対応を依

頼しました。

支所としては、いまは「組合員さんご本人から電話があった場合は、取り消しせずにお届けする。ただ、電話があったことについては息子さんにそのつど連絡する」という対応をしています。「なぜ取り消ししてくれないのか」とご本人に言われた場合は、「息子さんから頼まれている」とは伝えなくて、「また対応させていただきます」と伝えるようにし、結局はお弁当を届けています。そうやってお届けしたお弁当がどうなっているのかと思って、支所に問い合わせますと、毎日、召し上がっておられるそうです。

また、「いま入院しているので届けないでください」という電話もありますが、実際には入院されておらず、自宅にいらっやいます。そういう電話がここ2～3週間ほど毎日かかっております。対応時間は短いので、コールセンターとしても困るような案件ではありませんが、このまま「止めてください」という電話を受け続けて、止めずに息子さんに電話するという対応の繰り返しでいいのか？という疑問はあります。

【九鬼】 コールセンターの正規職員は、支部や他部署経験者です。私自身もついこの間まで現場で支部長をしていましたので、現場の立場も苦勞も含めて理解しています。

あとは、情報のすり合わせが非常に大切だと思っています。たとえば支部の職員から「高齢の組合員さんから、こんな話を聞いた。たぶんコールセンターに電話してこられるから」という話を聞いたら、コールセンターのメモ欄に「この方はこういう方なので、何かあったときはここに連絡してください」ということを入力しておきます。そうすると、オペレーターが電話を受けたときに、「ああ、この方だ」ということで、

余裕を持って、ゆっくりお話していただけるわけです。そういう対応ができ始めているかなと思います。

連携の難しさ

【青木】現場との連携が必要なケースでは、密に連絡を取り合っただけで対応されているのですね。その中で、現場とコールセンターの意識のずれ、連絡調整の難しさなどがあればお話しいただけますでしょうか。

【高橋】コールセンターのマネジャーの考え方は「組合員さんがおっしゃったことを正確に現場に伝える」ということです。同時に、組合員視点から見れば、何回も電話をかけ直すのではなく、コールセンターで全部答えられたほうがいいだろうとも考えています。これは組織的な考え方で、できるだけコールセンターで解決して、組合員さんに待たせたり、もう一度電話をかけさせるようなことはしないでおうとうということです。

と同時に、複雑な案件はコールセンターでは対応できないから、ふだん関係のある現場の担当者が対応するという分け方をしています。

しかし、このようなコールセンターの性格について配送担当は正確に認識しているのだろうかという疑問はあります。つまり、何かあるたびに、すぐ「コールセンターに聞いてください」と言う配送担当者が一部いるのも現状です。本来はそうではないのに言ってしまう担当者もいれば、逆にできるだけ自分で対応しようとする担当者もいて、その目線が合わせられていないのではないかと感じています。

【村田】コールセンターと現場担当者の意識のずれの原因に私たち現場の職員教育不足もあると思いますが、コールセンターは何でも屋さんだと思われる部分があるような気がします。たとえばグループ配送から個人配達に変わる組合員さんから、「何曜日の何時の配達になるやろ？」と聞かれて、「コールセンターに電話してください」と担当者が答えるわけです。でも、それは現場の担当にしかわからないので、結局、現場の担当者に返ってくることになります。特に担当者が若ければ若いほど、配送中に5分あれば解決できることを「コールセンターに電話してください」と言ってしまう傾向があります。そのような対応を高齢の組合員さんにしてしまうと、より複雑化して、コールセンターのオペレーターも話がすごく長くなって困ってしまい、最終的に配送事業センターに戻ってきて、また対応することになります。

【九鬼】京都生協ではここ3年ぐらい、20代の新卒の担当が大量に入ってきて、彼らへの研修も含めた教育が十分にできていないのではないかという問題意識を持っています。導入研修でコールセンターに数時間来られますが、短時間では「大変やな」と思うぐらいです。彼らは経験がない中で配送や店舗で年配の方と接しているのですから、たぶん戸惑いながらやっているのだらうと思います。コールセンターの相談内容を知ることでもっと仕事をしやすくなるのではと思います。

【青木】ならコープさんの場合は生活協同組合である、ならコープ内ではなく、CWSという株式会社でコールセンターを配置されておられますが…。

【金銅】正直なところ、それで戸惑うことがあります。扱っているのは組合員さんの声ですが、その声をどのように活かすかはならコープ側が考えることになりますので、「こういう声がありましたよ」という投げかけが中心になっています。

また、業務委託ということもあり効率を重視するがため、1つの入電もできるだけ早く回転させなければいけないということで、組合員さんはもっとお話ししたいけれども、もっと短くしていくように…というような運営を過去には行っていたようです。勿論、効率を上げることに否定はしませんが「いまはそれだけではだめなのではないか。言ってくださっていることをしっかり受けとめなければいけないのではないか。効率至上主義のままではいけない。やはり、ある程度しっかり時間をかけて、言いたいことは言っていたらこう」という方向に転換しつつあります。組合員さんがどのような思いで生協に意見をおっしゃっているのか、ということ現場に伝えるように心がけています。

ならコープでは、「組合員の声中央推進委員会」が月1回、専務の招集で組合員理事も交えて開かれていて、そこでは私が作成したコールセンターに寄せられた月間の組合員さんの声を集めた資料も題材のひとつになっており、改善に向けた連携をしています。

個別対応の必要な組合員を見つける

【青木】コールセンターと現場の連携は配送担当者や配送事業センターとの調整がすごく大変な様子がかがえます。実際に、この組合員さんは注意が必要だなと感じる

きっかけはどのようなことがあるのでしょうか。

【高橋】そのような方を特別にリスト化するということにはしていませんが、お話をした時に話がかみ合わないという点です。われわれの側から言えば、話を通じないというか…。

ならコープさんと同じように、コープしなくても副理事長や専務など組織のトップが入ったコミュニケーション委員会を開いて、コールセンターに入る1カ月の声について、どういう思いでこの電話をしてこられているのか、それを現場の職員はどう受けとめて、どう対応しているのかという話をしていますが、そのお申し出事例の中には、現場では「そんなこと、実際は言われていない」というのがたくさんあるんです。

たとえば、先日実際にあったケースでは、「目の前で自分が受け取った商品の袋を配送担当者が落とした。その中にビンが入っていて、割れた。それを担当者はボーッと見ていた。担当者に『あんだ、ちょっと手伝ってくれたらいいやん』と注意をしたら、『いや、マニュアル通りで、こういう教育を受けてます』と言って動いてくれなかった。どういうことですか?!』という苦情です。それは事実とは全然違うのですが、そういう実際にはないことを言ってくるケースが増えています。その苦情に対して、センター長やリーダーが電話をしても、その時々によって言われることが違ったりしたら、「もう個別対応をしていかなければいけないね」という話になりますし、それを引き継いでいくことになります。

【青木】そういう個別対応が必要な組合員さんは、1配送事業センターあたり何人ぐらいいらっしゃるのですか。

【村田】「ちょっとよく見とかなあかな」という組合員さんは、利用される週5000人ぐらいの組合員さんのうち、10人もいません。ただ現場で、認知症ではな



くても、「これぐらいはしてあげてもいいんじゃないか」ということで、コープしがのマニュアルとは異なる方法で個別対応をしている組合員さんも含めると、相当数になると思います。

現場で「この組合員さん、ちょっと大丈夫かな…」と感じるのは、配達した商品を「まだ届いてへん」と言われるときです。現場で手渡ししているのに、夕方になってコールセンターに「まだ配達に来ない。どうなってるんや」と。それで担当が電話すると、コールセンターに電話したことすら忘れておられて、「えっ？ 何の電話ですか。商品、いただきましたよね」という受け答えをされるというようなことがあります。要は、その時々感情の状態によって受け答えが変わるわけです。

認知症以外にも…

【高橋】認知症の方以上に多いと思うのは、心の病気になっておられるのでは、と思うケースです。認知症の方ははっきりしていますが、1時間話しても解決しない人がいます。女性の組合員さんで、すごく高齢というよりも30～50代ぐらいの人で、最終的にセンター長やコールセンターのマネジャーといった責任者が話さなければ取まらないという方が増えています。

そういう方の電話の内容は、担当者の対

応のまずさとか、コールセンターのオペレーターのまずさなどの説明を繰り返し延々とおっしゃられ、堂々巡りとなって1時間2時間と続けても解決しないことがあるのです…。

【村田】このようなケース、多いです。

【九鬼】そういう電話も、コールセンターメモに入れておきます。そういう方から何回かかかってきたら、オペレーターもひと呼吸置いて、「そういう方だ」ということでゆっくり対応します。そうしないとオペレーターもストレスがかかります。

何分電話されているか、電話の内容もモニタリングできるようになっているので、どういう電話が入っているのかは気にしています。他のコールセンターの方も、オペレーターのケアのことをおっしゃることがありますが、やはり受ける側のメンタル面も大変だと思っています。

【金銅】ならコープでも同様のことがありますし、最近多いのは70代前後のリタイアされた男性の方からの入電です。特に品質保証関係のお仕事をされていた方は、商品の品質についてすごく詳しいので、「生協さんはどのようにするのか」ということまで問い詰められ、私もオペレーターも太刀打ちできません。そういう方の電話は、ご高齢の方の電話と同じぐらい増えています。

1日に何度も、それも長電話をしてこられる方は、今後の対応方針を現場の者と確認しておかないと、対応している者だけが疲弊してしまいます。ここがまだまだ弱いところで、ならコープの課題でもあります。それをいま「なんとかしなければいけないのではないか」と提案しているところです。

また、ここで重要になるのが、どのよう

に対応するかです。「こう言われたときは、ならコープとしては、ここまでしか対応しません。これ以上要求されても無理です」というのを、あらかじめ決めておくことが必要かと思います。そうすると、「上の者を出せ」と言われても、「いえ、上が出ても対応は変わりませんので私に対応します」とどんな職員でも言い切れませし、対応している者にとってもそれが支えになります。このあたりはいろいろな場面で考えなければいけない、今後の大きな課題のひとつです。

【青木】 認知症以外にも最近増加傾向にある相談やクレームがあるのですね…現代社会の問題が浮き彫りになっているような気がします。

【金銅】 生協はメンバーシップ制なので、「私らは組合員だから」という思いでコールセンターへ電話をしてこられます。逆にいえば、生協に対しての期待の裏返しかもしれないかもしれませんが、何でもかんでも希望をきくわけにはいきません。どこまで対応するかは各単協の共通した悩みであると思います。

やはり班の役割は大きい！？

【青木】 一昔前までは班会が共同購入の中心で、そこで苦情を出し合ったり、担当者と話ができたりすることがストレス発散にもなっていたかと思いますが、個配になってそのようなはげ口がなくなっているのでしょうか…。

【金銅】 個配にシフトして行って、班内のやり取りや組合員との関係性も薄れてしまっているのは感じます。私が入協して1年目

の配達のとときに、トラックの後ろのゲートに荷物を並べていると、ある組合員さんに「そこ、金銅くんが土足で上ってるところやろ。そのまま商品置いたら、いちおう袋には入っているけど、どうかと思うよ」と教えて頂き、それからはシートなどを敷いてから荷物を置くようにしました。

そのように組合員さんから教えていただく職員が、私も含めて昔は多かったのですが、だんだん薄れてきています。こうしたちょっとした気づきが減っていることが、組合員対応を自分の都合に合わせてしまうという弊害につながっているように感じます。

【高橋】 7～8年ぐらい前からですか、コールセンターができたぐらいから、共同購入をグループ（班）で利用されているのに「私、ちょっと都合が悪いから生協さんで預かってほしい」という連絡が入るんです。グループだからグループのメンバー同士で預かってくれればいいのに、生協に言ってこられるのです。最初は耳を疑いましたが、いまは当たり前になっています。「じゃ、グループは何のためなのか。手数料不要のためだけなのか…」とってしまいます。こういうケースは本当に増えていて、コールセンターによく電話が入ります。

【九鬼】 京都生協の場合は、班の構成も3人を少し切る程度で、他の生協に比べるとまだ維持している方です。私も電話を受けていて感じるのは、60～70代の、京都生協をつくってきた方がまだ班を支えてくださっているということです。年配者だけの班で、70代位の班の方が他のメンバーを「世話してるねん」という電話がかかってきたりして、その人たちに支えられているのかな、この方たちがリタイアされたらどうなるの

かな、と考えながらやっています。

ならコープさんがおっしゃったように、個配がこれ以上増えていくと、ますます組合員同士の助け合いや組合員と職員とのつながりの希薄化が気になります。担当者が忙しそうにしている、話しかけにくいことからコールセンターに電話をしてこられる。そこで、いまコールセンターを「コミュニケーションセンター」と呼んで、われわれが気概を持ってお声を受けとめようという方針で臨んでいます。オペレーターには苦勞をかけていますが、「そういう気持ちで受けてほしい」という話をしています。

顔が見えないので、ただ単に機械的に受けていると、本当にしんどくなってくると思うんですね。ならコープさんは「受付時間を気にしないで」とおっしゃっていましたが、いまは目安を6分以内ということにして、毎週実績表を貼りだしています。それもプレッシャーになっている部分があるので、考えなければいけないかなと思います。

【高橋】 スーパーにセルフレジがあって、自分で選べるようになってきているように、コールセンターも、用件を伝えて早く解決することを求めている人と、いろいろ聞いてほしい人など、要件によって対応方法を選べるようにしないといけないかなと思ったりします。配達も、スピーディーさを求めている組合員と、もっとゆっくり話して、いろいろしてほしいという組合員さんが混在しておられるので、そこを分けて対応しなければいけない時期が来たのだろうと。これらを一括りにしてしまって、「丁寧にしろ。効率追求せよ」という矛盾があることを一緒にたにして議論してもなかなかすっきり解決しないですね。

【九鬼】 コールセンター方針では「迅速、丁寧、正確に」となっています。

しかし、目安という意味では、その認識が必要なわけで、ただやらなければならないというものではありません。高齢の方からかかってきた場合、早く終わらせようと思ったらだめだと思うので、そこは今後の課題かなと思います。

展望のところでの話になるかもしれませんが、高齢者に対してどんな配達をしていくのがポイントになるだろうと思います。

現場から生まれる新しい発想

【高橋】 いまもたまに配送した商品を「冷蔵庫にしましてほしい」という連絡があります。それに応えたいのですが、いまは移動時間も含めて6分30秒の配達ピッチなので、担当者が配送の中でそこまでの対応はできません。でも、高齢者は電球交換など、ちょっとしたことは、わざわざ息子・娘に頼りたくないのではと思うんです。私の母親も1人で住んでいます、私に頼みたくないから、先日もトイレの電灯が3日間切れればなしかったようです。「なんで連絡くれへんの？」と言うと、「あんた、忙しいやろ」と。もしそこに生協の配達があって担当者がちょっとやってあげられたらいいのに、と思うんです。

【青木】 生協だったら頼れるんですね。

【高橋】 そうです。でも、いまの配達の仕組みの中ではちょっと無理なので、やっぱり別枠を作っても、できるようにするのが生協ではないかなと思います。

【村田】 組合員のこまりごとなどに対応する生活サポート事業として配達時とは別の形で、全国の生協でとりくまれています。

滞在時間をゆっくりとる代わりに、手数料は少し高くなるかもしれませんが、そういう工夫も要るのかなという気がします。

【青木】特に中山間地域はより一層大変で、電球交換のような配送にプラスアルファのサービスがあればいいのかなと思いますが、ならコープさんやコープしがさんの、中山間地域に顕著なことやあればいいと思われるサービスなどはありますか。

【金銅】配送は時間が限られているので、なかなか期待に応えられていないということで、いまは移動販売車の展開を、「買い物難民」と呼ばれるような人たちが多い南部を中心に進めています。冒頭にお話したCWSの「たすかる」という便利屋業も、生活していくうえでの困りごとについて、組合員さんだけではなくて、生活に困っている人たちの期待に応えることはできないかという思いから始めた事業です。しかし、まだまだ期待に応えきれていないというのが正直なところですね。

【九鬼】京都生協でも、移動店舗を京都市西京区の洛西ニュータウンで始めています。30年前は30～40代の若い組合員さんがおられたのですが、いまは高齢になられたので、週に何回か、洛西のお店から「おかいもの便」を走らせています。

それと、京都縦貫道が開通しましたので、京丹波町や福知山でも実験的に取り組んでいます。来年からはもう少し本格的に、「買い物難民」と呼ばれる地域のサポートをやっていこうと考えています。

ただ、事業ですので、赤字になってもいけないので、その辺は様子を見ながらということで進めています。

【村田】今年センター長として着任したとき、たまたま帰ってきた配送担当者が、高齢の組合員さんがメモ書きとして注文をいっぱい書いておられるのを入力しているのを見たんです。「それ、毎週出したはるんか」と聞いたところ、「毎週なんです、この組合員さんは」ということでしたので、担当者と一緒にいろいろ考えて、「高齢者が書きやすい注文書を用意したら、わざわざ家の中で紙を用意してもらうこともないし、統一した書式にしたら、みんなも使えるので、配送コースが変わってもわかる」というので、高齢者が書きやすい注文書を作成しました。

それでひとつ思ったのは、子育て世代には便利なサービスがいろいろ考案され、注文書も過去の注文履歴には色がついたりインターネットで注文できたりと対応が進んでいます。高齢者の方は置き去りになっている現実があるということです。

それでも高齢者の組合員さんは、「交通の便が悪いから、生協さんに頼らないと仕方がない。なんとか自分で理解をしよう」と思って、必死についてきてくださっています。この状況はちょっとまずいし、これから超高齢社会になっていくことを考えると、そこに対して何かアクションを始めないと大変なことになると考えています。

また、高島センターは、高齢組合員さんが他よりも多いので、生協が組織としてやろうとしていることだけでなく、このエリアで独自のことをして役に立たないと、生協である意味がなくなってしまう。

【青木】実際に高齢者用の注文書はどれくらいの方が使用されているのですか？

【村田】高齢者用の注文書を使ってきている組合員さんは、週に10人ぐらいです。

手入力の手間は、メモ書きで出されたときと変わらないので、組合員さんにとってもいいかなと思いますし、こちら側にとっても打ち間違えもほとんどなくていいかなと思います。また、そこに「ふだんのお困りごとがあれば書いてくださいね」というのも付けています。

【青木】 生協にとっても組合員さんにとっても使いやすいしくみなのですね。

【村田】 いま、夢として持っているのは、独居老人専用コースをつくることです。採算が合うかどうかという話がありますが、滞在時間を長くするコースです。

先日、こんなことがありました。去年までは個配で玄関まで商品を取りにきてくださっていたけれども、動くのが大変になって、ベッドに寝たきりになってしまった組合員さんがおられます。配送担当が戸をガラッと開けて商品を置いて帰った後、自分のペースでゆっくり冷蔵庫に入れておられました。今年のある日、そのお家に「こんにちは」と声をかけても返事が聞こえないことがあって、配送員は「でも、いつもどおり寝てはるんやろ」と思って、商品を置いて帰りました。しかし、ちょっと違和感があって、もう一度「こんにちは」と声をかけると、「うーっ」という声が聞こえてきたので、「ごめんなさい。おじゃまします」と言ってお宅に上がると、ベッドから落ちておられたんです。ベッドの上に置いていた携帯電話が落ちて、それを拾おうとして落ちて、2日間もその状態だったということでした。生協が行かなければ、いつ、誰が気づいていたのか、という話です。

今後、そういう方が増えると予測できるなかで、移動も含めて6分30秒の配達ピッチで、そういうことにちゃんと気づけて、

対応もできるかというところ…。

先日も高島社協と高島市役所と福祉に興味がある組合員さんで会議をしたのですが、何でもかんでも生協がするのかということ、それは不可能ですので、行政にやってもらわないといけないこともあるし、行政と民間企業が協定を結んでやってもらわないといけない部分もあるので、この先この部分を調整していく必要があり、非常に難しいなと思います。

生協が何でも屋さんになるのではなくて、生協が歯車になりながら、行政も巻き込み、いろいろな地域の方も巻き込んで、お互いが得意分野で助け合いをするような仕組みをつくらないと、生協があれもこれもというのは厳しいので、課題は山積みですね。

効率重視の配送を見直す必要性

【青木】 高齢者の多い地域だからこそ、新たな発想で取り組んでおられるんだなと思いました。配送事業センター単位で、その地域の状況に合った対応をされているわけですが、コープしがさん本部としては、そういう活動どんどん推奨するという雰囲気なのでしょうか。

【高橋】 高齢者からの声で、注文書が見にくい、というようなことはずっと前から言われていることでした。それに対して本部部署は、フォントを変えたりだとか、字を少し大きくしたりとか、それなりに対応してきましたが、根本的な解決は出来ていません。生協というのは結局、いちばん利用の多いゾーンにずっと焦点を当て続けてきた背景があると思います。

組合員もご家族も歳をとっていきますが、そこに共についていかずに、ずっと同じゾー

ンに焦点を当ててしまう傾向があると感じています。それでは駄目で、その一人ひとりの組合員、ご家族の成長、くらしの変化にともなっていく、これが「寄り添う」ということだと、私は思います。

だから、配送事業センターで組合員のことを想って、みんなで考えていろいろやってくれるのはすごくありがたいです。コープしがの中でも、もちろん地域差があるので、それぞれのセンター単位で、自分たちで考えたことをまずはやってみるというスタンスで、いろいろやっていけたらと思います。ここ10年ほどは、業務の平準化、効率化、統一化を進めてきましたが、「やはりそれだけじゃあかんやろ」という話になってきて、よくやく、本当に組合員一人ひとりに役に立つ仕事をしなくては、という空気が生まれてきたと思います。

【青木】客観的に見て、どのような点が遅れているイメージですか。

【高橋】生協が進んでいると思うのは、食品宅配部門では民間企業も含めてもみても、レベルが高くプロですし、考えていることも深いと思います。民間企業であれば、社内での会話において、取引先や顧客を呼び捨てすることが多くありますが、コープしでは職員は、陰でも組合員のことには呼び捨てにしませんし、まっすぐな組織だと思います。だから、生協はすごくいいなと思う部分と、逆に遅れている部分、すなわち一般社会、一般企業で常識と言われることと少しずれているところが混在している組織だと思うんです。

われわれが見ている対象は組合員で、組合員を大事にしなければいけない。組合員は一人ひとりの人で、それぞれの家庭があって、そこをちゃんと見ることが大事だと思

います。コールセンターに入る事例を取り上げても、「これは特殊な人なんや」ではなくて、その一つひとつが組合員のくらしなんだという見方をやっとするようになってきたなと思っています。

組合員さんの高齢化など、いろいろな問題が起こってきて、ようやくということです。そういうことがなかったら、結局、いちばん買ってくれるゾーンばかり見て仕事をしているのではないかと思います。

【金銅】ならコープの現在のルールでは、「共同購入は基本的には班長さんか当番さんのところにまとめてお届けし、留守の場合は保冷箱を貸し出しますので、お預かりいただく」ということになっていて、それができないのであれば個別配達便にシフトしていただくという対応をしています。でも、班の組合員さんとの関係性を壊したくないとか、いろいろ事情があって班を維持しながら個別に対応することを約束してしまう例があります。

ただ、高齢のために荷受け場まで取りに行くことが出来ない、また運んであげることが出来ないというようなケースについては、今後、個別対応の約束をしてもいいのかもしれませんが、それは最終的に組織としてどう期待に答えていくかという判断になるのかなと思います。そのあたりの整備がまだまだ追いついていないのが現状です。そこは、現場とコールセンターの両方を経験して感じる場所ですね。

【九鬼】京都の場合、縦に長くて、丹後と福知山等の北部地域と、その中間の南丹地域（美山町、南丹市、亀岡市等）、京都市、宇治と京田辺等の南部地域があります。3年ぐらい前に、様々な自治体と「見守り協定」を結び始め、現在はほとんどの市町村

と協定を締結しています。配達時に異変を感じたら社会福祉協議会のセンターに連絡し、支部の責任者から連絡を入れるというルールになっています。

残念ながら、複数の方が亡くなっておられた事例があったと聞いていますが、生協が一定の社会的な役割を担っているという現状があります。しかし、配達時のお声かけは配送担当者しかできません。委託先が多くなっている京都生協では、彼らへの意思統一が十分ではないと感じています。生協職員に対しては支部長が伝えることができますが、委託先はすぐ配達に出てしまうので、学習の機会がほとんどない現状だと思います。特に個配が増えていて、高齢者の方も増加しているので、委託先への教育を早急にしなければいけないと、いまの議論で感じた次第です。

特に村田センター長の事例はすばらしいと思いますね。高齢者目線の注文書をつくるといった取り組みは、京都生協ではまだまだ不足していると思いますので、そういうところに着手しなければいけないと思います。

高齢者に対応していくための課題

【青木】人口減少や高齢化の中では、地域や組合員一人ひとりの実情に合わせた対応が必要になってきているということだと思います。

【金銅】コールセンターという位置づけで考えますと、先ほど九鬼さんからもお話がありましたように、まず認知症について正しく理解することが非常に大事ではないかと考えています。私も、これまで認知症の

ことを全然知らなくて、「認知症サポーター養成講座」を受講して、認知症の方の考え方について初めて学びました。

認知症の方の思考がわかっているのと、そうでないのとでは、受け止め方も変わると思います。

夕食宅配でも「まだ届いてないんですけど」という電話がけっこう多いのですが、受講した後でその入電を見たときに、実際にはもう届いていて、召し上がっていたとしてもご本人が「まだ届いていない（食べていない）」とおっしゃっているのであれば、まだ何かできることがあるのではないかなと思うようになりました。認知症の方にとっては「届いていない」ということが事実であるだけに、「生協の夕食宅配、頼んでるんやけど、全然来ないやないか」というような再入電も実際あるんですね。このようなときに、もう1食届けるかどうかも含めて考えていかなければならないのかもしれないかもしれません。今後は認知症サポーター養成講座をコールセンターの社員研修に取り入れる準備をしています。

それと、高齢の方で聞こえづらい方には大きな声をはりあげても全然聞こえないようで、どちらかといえば低い声でゆっくり話すほうが聞き取りやすいということだそうです。また、自分の声が高齢の方にどのように聞こえているか音声を変換するようなツールもあるようで、こういうものをコールセンターでのトレーニングツールとして使うことができれば、話し方も変わるのかなと考えています。これも、考えているだけでまだ何もできていないのですが…。

大量買い注文については、個人情報も絡んでくるので、それをどうクリアするかということがありますが、「コールセンターやOCRで〇〇点以上の注文があった場合は、ご家族にメールで配信し連絡する」と

いう対応も今後は必要なのかなと、個人的には感じています。

また、安否確認の方法として、トイレのドアやテレビやポットにセンサーを付けて、その反応がなければ対応するという方法もありますので、それを生協として紹介するもひとつのお役立ちであると思います。

ただ、生協だけで何でもかんでも言うことを聞くというの、やはり無理がありますので、どこまで応えていくのかについては生協として岐路に立たされているところであると感じますね。

【九鬼】 ご家族が注文内容を確認できるシステムがないので、そのようなシステムも要るのかなと思います。もちろん、ご本人の同意のもとですが、近々そういう仕組みも作っていかねばいけないと思います。また、現場で把握した内容を入力し共有するシステムも現在はありません。支部職員の中には、コールセンターに「情報を入力してもらえますか」と連絡をされる方もいますが、自分で情報を抱え込んでいる方もいると思うので、それを支部でも入力できるようなシステムにして累積していく取り組みも、情報を共有するという意味では必要かなと思います。コールセンターができたのは、そういう意味もあるのだろうなと思います。

【青木】 大学生協では、プリペイドシステムで、学生が何を買い、何を食べたかが全部、親御さんに伝わるようなシステムがありますのでご参考にしていただければと思います。コープしがさんは、いかがですか。

【高橋】 高齢の方が何かをしようとして「困ったなあ」と思われたときに、「まず生協に聞いてみよう」と思ってもらえる存在

でなければいけないというのが、ひとつです。困りごとをコールセンターや配送担当に言ってこられたときに、ちゃんと受けとめる教育をしなければいけないと思います。コープしがでも、認知症サポーターのオレンジリングをやっていて、私も受講しましたが、40分ほど話を聞くだけで、正直なところ本当にはわかっていませんので、「まずそれを受けとめるのが生協やで」という教育をすることが大事だと思います。

それと、受けとめた後は、「じゃ、こういう人については、個別に配送を組んだり、またコールセンターでは電話を長めに受ければいいのか…」といったことを、単に心の中で思っているだけではなく、仕組みとしてきちんと整備しなければいけないと考えています。それが現時点での課題だなと思っています。

それから、いま組合員アンケートをとっていますが、そこに「いまは自分で買い物に行けるからいいけれど、あと10年20年経って、車に乗れなくなったりしたら、どうしようかと不安です」というようなことがよく書かれているんです。それに対して、「こういうものがありますよ」と示せるものがなければいけないだろうと思います。生協としても「個配があります」とか、いろいろ言っていますが、すでに注文書の字が見えないとおっしゃる方も多し、かといってeフレンドで注文できるかも疑問で



す。現時点では、やはり示せていないと思います。

宅配などの効率よく剰余が出せるころではしっかり出して、赤字でもやらなければいけない事業や活動を、組合員のため、社会的弱者のために取り組んでいくこと、それが生協なんだと、今日お話をさせていただく中で思いました。

【村田】私が高島センターに着任して疑問に思ったのは、組織的にいろいろなマニュアルやシステムがありますが、結局、この配送事業センターがあって、それぞれの地域の特性があって、組合員の特色も違うので、1つのマニュアルやシステムですべてをカバーしようとしていること自体、もうそろそろ限界が来ているのかなということです。そのセンターで働いている職員が「いま、この地域では組合員さんはこんなことに困ってはって、こんなことができへんか」と考えるようなことが各センターで起こることは当たり前のことではないかと思えます。

あと、仲間づくりや供給高、利用人数に対して、職員はすごい力を注ぐんです。そういう現実があって、それは間違いではないと思いますが、そこに力を注ぎながらも、生協の職員として本来やるべき仕事は何なのかというふうに分けて教育をしなければいけないのではないかと思います。そうしないと、仲間づくりでは成績がすごくいいけど、組合員さんの申し出は全部コールセンターに振る…みたいな職員が出てきてしまいます。現状は、そうやって仲間づくりの成績のいい職員が、生協職員としてすごいなという感じになってしまっています。

そもそも生協とはどんな組織で、この地域のなかでどういう位置づけで仕事をさせてもらっていて、地域の人にとってかけが

えのない存在であるのかどうか、役に立っているのかどうか、ということを考えるような教育をしなければいけないと思います。きれいごとではなく、地域の人口など、具体的な数字も出しながら、「いま自分たちが働いている地域は、こういう地域やなあ」という話をしていって、みんながちゃんとうなずくような時間をもっと増やさないと、真の「お役立ち」はできないのではないのでしょうか。方針では「お役立ちしていこう」となっているけれども、実情はどうかの。そこは今後ちゃんと考えていかなければいけない、ということを感じていて、現場では課題が山積みです。

高島は滋賀県内でも特に高齢化が進んでいます。たぶん日本全国、早かれ遅かれそういう時代になっていきます。そこにちゃんと向き合って、いろいろなことを試して、組合員さんや地域の方の声を聞いて、成功事例や失敗事例のデータを持っておかなければいけないのだらうと思います。

【青木】ありがとうございました。応援したくなくなってしまうような熱いご意見がうかがえて、大変充実した議論になりました。お話をうかがっていて、どこの生協でも高齢化を含めた現代社会特有の問題に直面しつつも、現場からさまざまな発想が生まれていることを感じました。

生協は、地域があって、組合員さんがいて、地域から抜け出せないがゆえに、他の地域にも提言できるようなモデルケースになっていく可能性が大いにあるのかなと思っています。いろいろなご苦労はあると思いますが、ご経験等を重ねつつ、若い世代の方々を育てながら頑張っただけであればと思います。

特集

できることを活かす ソーシャルインクルージョン

座談会では、高齢化する生協組合員の実態を捉えることを目的に、各生協の現場の声を聞くことができた。しかし、各生協がどのように高齢化や地域の課題に対応していけばよいのか、についてはまだまだ議論の余地があると考えられる。

そこで特集においては、障がい者や高齢者が住みやすい、あるいは働きやすい社会がどのようなものなのかを検討するために、インクルーシブデザインという考え方とその実践例、障がい者雇用に取り組んでいる事例や、高齢者施設の中でも地域通過を利用しているユニークな事例をご紹介させていただくこととした。どのような人でも自分の得意なことやできることを活かし、生き生きと生活できる社会を築くためのヒントを見出すことができれば幸いである。

また、「くらしと協同をたずねて」のコーナーでは、生協に関連する取組みを2つ取り上げさせていただく。一つ目は、おおさかパルコープの組合員がボランティアで実施している視覚障がい者を対象にした商品フェアについて、その企画内容をご紹介するとともに組合員の想いと活動をご紹介させていただく。もう一つは、地域のつながり構築に向けた生協発の有償ボランティアシステムである「おたがいさま」について、交流会の内容と交流会に参加した若年層の考え方をお示しさせていただくこととした。

障がいや世代を超えて、今後迎える超少子高齢化社会において、どんな人でも居心地のよい日本社会や地域社会を構築することについて考えるために参考にさせていただきたい。

(本誌副編集長 青木美紗)

1. インクルーシブデザインの可能性 (塩瀬 隆之)
2. インクルーシブデザインの必要性とその実践 (山田 小百合)
3. ソーシャル・イノベーションの創出と地域に根ざした課題の解決 (下門 直人)
4. 将来を見据えて地域のつながりを作る
～サロンなんだ村と地域福祉通貨ボランの事例 (加賀美 太記)

特集 できることを活かすソーシャルインクルージョン

01

インクルーシブデザインの可能性

塩瀬 隆之 (京都大学総合博物館准教授)



塩瀬隆之氏

1. 社会課題を解決する
参加型デザイン

インクルーシブデザイン (Inclusive Design) とは、高齢者や障害者、妊婦や子どもなど、これまでプロダクトデザインやサービスデザインのメインターゲットとして意見を求められなかった多様なユーザーを積極的にデザインプロセスに迎えるデザイン手法である。排除 (Exclude) から包摂 (Include) への移行により、デザインの力を社会課題解決につなげる英国王立芸術学院のヘレンハムリンセンターは、インクルーシブデザインの世界的研究拠点として知られる。このヘレンハムリンセンター出身のジュリア・カセムと九州大学の平井康之らによって日本に紹介されたインクルーシブデザインは、様々なプロダクトデザインやサービスデザインの革新手法の一つとして注目を集めはじめただけでなく、多様な人々の活躍を要する組織や地域そのものの組織変革手法としても期待されている。

単なるデザインの一手法に留まらない理由は、結果として出来上がったプロダクトやサービスのみならず、ユーザーとデザイナーとが「ともに」デザインに関わるプロセスの協働性にこそ注目する点にある。これまでも、ユーザーにデザインへの参加機会が決して与えられなかったわけではない。しかし、「新しいこの製品は使いやすいですか」という質問者の意図が見え透いた問いかけに対して、意に沿わない回答でも正直に話せるユーザーは決して多くはない。「どのような製品が欲しいですか」という主題すら丸投げされた問いかけに対して、プロダクトやサービスに関する具体的なニーズをあらかじめ網羅的に表現できるユーザーもまたそう多くはない。従来与えられてきたユーザーの参加機会とは、過小評価か過大な責任転嫁か両極端であったと言わざるをえない。インクルーシブデザインでは、特別なニーズを抱えるユーザーをリードユーザーとして迎え、デザイン

プロセスにおいてそのニーズの言語化そのものを協働し、曖昧な概念を徐々に言葉や絵、カタチとその姿を変えながら具体化していくという意味において、デザインの協働性を最も体解したデザイン手法の一つである。

昨今、ユーザーとのデザインの協働性に着目することそのものを否定する声は少ないが、少数の特定ユーザーへ注目するという点については未だ懸念をもつ初学者は少なくない。特定のユーザーのためだけに何かプロダクトやサービスを開発するとの誤解である。インクルーシブデザインでは、特定のユーザーに向き合うことが本質的なニーズを抽出する最短距離だとの認識をもち、むしろ市場のなかで当該製品やサービスの開発が持続するためには多数のユーザーの手に渡って経済的に自立するような循環が重要だと考えている。そのため個別の本質的なニーズの追求を皮切りに多様なユーザーへと複線化されたシナリオを描くために、かえって徹底した個人の生活への回帰からデザインインスピレーションを得ることが重要だと考えられている。

2. 困難の要因をデザインの課題として受け取る

「マウスカーソルを上にしてください」、との指示を受けたパソコンの使い方に明るくない世代が、物理的にマウスを垂直に持ち上げてしまう失敗があると、それはコンピューターリテラシーの問題だと一笑にふされてしまっていた。しかし、タブレット端末になってはじめて、マウスカーソルの移動と手指の操作とが直感的に一致するようになり、パソコンに明るくない世代だけでなく、小さな子どもまでもが意のままに

アプリを起動したり検索したりできるようになった。すなわち、情報技術利用の壁はリテラシーだけの問題ではなく、むしろインタフェースデザインの課題であったことになる。これは技術者やデザイナーの怠慢であり、困難の要因を個人に責任転嫁していたことになる。

1990年代、ヨーロッパで注目を集めた高齢者のためのデザインネットワークがもたらした重要な成果の一つは、「障害のある人」という語彙の表現をDisable person（できない人）からDisabled person（できなくさせられている人）へと読み替えたことである。障害が個人の特性ではなく社会的にもたらされたものという視点に立脚すればこそ、社会変革の契機をデザインの課題として引き受けることができるようになる。

技術者であれデザイナーであれ、当該分野で何かの専門家になるということは、物事をどうとらえるかという特定のフレームを手に入れることであるが、特定の製品開発に五年十年と長く専従すればするほど、課題解決に直結する制約条件とそうでない制約条件とを一瞬で見分けるフレームが完成してしまう。このあまりに効率的な課題解決の技能は、逆に前提を疑うことを困難にする。過去の実績を踏襲すればするほど、そのフレームの中でしかもものづくりができなくなってしまう。この技術者やデザイナーが陥る閉塞感を払拭する大きな気づきが、リードユーザーの生活行動に対する徹底した観察と対話から生まれる。われわれがとかく知識や事前の情報にたより、ユーザーの生の経験や声をおろそかにしがちな怠慢を正してくれるものがインクルーシブデザインである。

3. 協働性と デザインワークショップ

インクルーシブデザインでは、想定する主題に沿った製品やサービスの開発においても教育普及においても、デザインワークショップ形式の相性がよい。デザインワークショップでは、6～8人程度で1グループを構成し、ワークショップ全体では4～5グループで合計30～40人程度が集まることが多い。各グループには、視覚障害や聴覚障害、肢体不自由などを抱える障害のある人や高齢者をリードユーザーとして迎え入れる。そこに技術者やデザイナー、研究者、学生ら、できるだけ多様な分野の参加者でチームを構成する。

デザインワークショップのテーマは、生活場面から着想することもあれば特定の製品やサービスの改革からはじまることもある。いずれにしても、リードユーザーの生活行動に対する徹底した観察と対話こそが出発点である。観光、通勤、調理、スポーツなど、様々な生活場面を取り上げること Alternatively、健康機器や文具など特定の道具類に注目することもできる。たとえばターミナル駅での待ち合わせをテーマとしたデザインワークショップにおいて、実際に視覚障害者や車いすユーザーと特定時間での待ち合わせを準備段階から実施することがある。見えない人と待ち合わせをするには、事前にメールや電話などで入念な情報共有が重要であるが、初めての駅構内の様子を口頭やテキスト情報のみでどのように共有するのかを工夫する必要がある、また当日に携帯電話で詳細をやりとりしようと計画していたものの大混雑するターミナル駅ではそもそも電話越しの声が拾えないという課題に直面するなど、多様な気づきが生ま

れてくる。車いすユーザーにとっては、待ち合わせ場所を指し示す看板が人混みにまぎれて見失ってしまうかも知れない。一見すると何気ない待ち合わせですら、目印のサインがその機能を果たせなくなる脆弱性や待ち合わせの失敗を補うはずの情報共有の困難など、リードユーザーらの導きによって潜在するニーズが次々と具象化していく。

参加したメンバは付箋やメモに一つ一つの気づきを言葉にして、グループのメンバとともに気づきから言葉へ、言葉から絵やかたちへと昇華させていく。アイデアが本質的であればあるほど、リードユーザー以外にも同様に課題に直面する多様なユーザー像がすぐに思いつく。デザイングループは、このニーズシナリオの複線化に傾注し、できるだけ多様なユーザーを巻き込めるようなアイデアを膨らませていく。カーナビゲーションの音声を手席で楽しんでいる視覚障害者がより明確に現在地や道筋を理解できるような音声ファイルを求めるニーズは、現在地把握が聴覚情報だけで済ませば運転に視覚情報を優先的に配分できる運転手にとっても同様に大切であることが分かる。

アイデアが具体化してきたら、つぎはラピッドプロトタイプングである。ここで述べるラピッドとは、手早く簡単にとという意味であるが、ものづくりの精度を求める技術者やデザイナーにとっては腑に落ちない言葉の一つでもある。建設中の家の外観を表す美しいホワイトモデルは、建築士にとっては腕の見せ所の一つである。しかし、その完成度が高ければ高いほど、ユーザーを圧倒してしまい、感嘆こそ生まれども、批判的な意見や建設的なアイデアをも抑制してしまうことにつながる。むしろ、あえて手早くラフに試作品をつくることこそが、コミュニケーションにとっては極めて重要

な条件となる。ベニヤ板に黒板塗料を塗布して作られたラフな建築模型は、障害福祉施設の建設において極めて重要な役割を果たした。チョークを渡された参加者は、狭い建物の脇で手に入る一瞬の憩いや2mを超える崖を滑り降りてまで人目をはばかって休憩しなかったことなどを次々に吐露し、インタビューやアンケートではわざわざ回答することのない潜在的なニーズの具体化に成功している。

ワークショップの最後には、グループごとの成果をプレゼンテーションする。各グループは、ワークショップの過程で得た気づきがリードユーザーのどの行動観察に基づいたものなのか、その着想からどれだけ他のユーザーにシナリオの複線化ができたのか、そのエピソードを明らかにすることが期待される。このエピソードは、製品やサービスのユーザーに対しても訴求力の高い説得材料として生かすことが可能となる。

このワークショップの進行をリードし、参加者が核心に迫る議論へと導く役割を担うのがファシリテータである。ワークショップファシリテーションについての研究も進み、一部のファシリテータらの熟達技能を体系化した論考も報告されはじめている。腕の良いファシリテータたちは、参加者の緊張をほぐし、打ち解けた雰囲気を作ることに献身しつつも、進行時間に注意を配り、かつ創造的で誰も予想していなかったアイデアへと参加者を導いていく。参加者が自由に個人の意見を述べ合うだけでは、自らの行動や経験を言語化する際の制約条件としては十分ではない。とくに高齢者や障害のある当事者が延々と昔話を続け、まるで説教をするかのごとく強い口調で他の参加者のモチベーションを折ろうとする場合には、適切に介入してワークショップ全体

の生産性を維持するように心を碎かなくてはならない。自由な着想からアイデアを発散させることと、堅実な姿勢によってアイデアを収束させることの両方が重要であり、そのバランスをとることこそがファシリテータの最大の腕の見せ所である。しかし、あらかじめ決められた進行表と照らし合わせながら分単位で参加者を追い詰める強制的な進行は本末転倒である。進行通りに進めることを主眼におくのではなく、リードユーザーが社会生活の中で何に注目している、何を喜び、どのような行動をとるのか、その背後にあるその人の文化と生活世界をグループ全体が「うちとけた会話」の中で気づいていく、その関係構築に全身全霊を傾け、そのために段取りを尽くすのである。ファシリテータの手腕は、そのまま参加者の学びの深さに直結する。初めて互いに顔を合わせた参加者同士の緊張をほぐし、リラックスの中にもお互いが打ち解けあって連携を強められるような進行が期待される。

4. ダイバーシティと インクルージョン

インクルーシブデザインは、多様な人々の活躍を要する組織や地域そのものの組織変革手法としても期待されるが、ダイバーシティとインクルージョンという昨今注目を集める二つのキーワードといかに結びつくのか。ここでダイバーシティとは多様な価値観をもった人々を指し、インクルージョンとはその多様な価値観をもった人々が対等に社会参加できることを意味し、新たな価値の創造を目指す共創社会に不可欠な考え方である。しかし人々の差異や違いを乗り越えることは、一筋縄ではいかない。いまだ外国人と女性、障害のある人を一人ず

つ雇うだけで「うちの会社もダイバーシティをやっている」と満足してしまう人も少なくない。言葉の違いは共通言語づくりに多くの時間を要し、価値観のずれはただ混乱を招くこともある。実際には、異なる文化や異なる特質などさまざまな要素から起きる暗黙的な排斥や区別に気づくばかりで、ダイバーシティに対しては消極的に避けられない対応という認識にとどまっている。本来の組織マネジメントとは、正方形のタイルを規則正しく並べる定型業務だけを指すわけではない。むしろ一つ一つ形の違うピースを集めて、大きな一枚絵をつくるステンドグラスのようなものである。いろいろな形のをありのまま並べ、できるだけその特性を生かすことである。タイルのアナロジーで言えば、細長い形や丸い形など多様な形態のタイルが認められるにも関わらず、正方形の並べ方しか知らないマネジメントではまず一枚一枚について有無を言わさずに正方形に加工し、それからレイアウトすることしかできないため、結果として小さな絵しか描けないことになる。例えば、育児休暇明けの女性は「時短で16時までしか会議に参加できない人」だと考えたり、外国人留学生を「空気が読めない人」だと考えたりしてしまう。知的障害のある人が組織に加わったとしても集中力が3時間しか持たないと聞かされると8時間勤務との差分をどう埋めればよいか気になってしまう。結局、就労のロールモデルが限定的であるが故に、つねに見慣れた正方形からの差分でしか判断できなくなってしまう。彼ら彼女らにとって何ができることかについて注目できればよいのに、何ができないかということばかりに視点を集めてマネジメントしてしまう。

生産労働性人口の不足が避けられないと予測されている我が国においては、これま

でのリクルートとは考え方を根本から改めなければならない。また多文化共生の時代においては、消費者のみならず生産者においても同様に多文化共生の価値をもっていなければならない、組織そのもののダイバーシティとインクルージョンは避けて通れない。次世代のリーダーに期待されるのは、そういった多様な候補者を活躍させることのできる柔軟なマネジメントの力である。このダイバーシティとインクルージョンの好例としては、障害者千人雇用（平成28年11月現在で960名）を目標とする岡山県総社市の取り組みが先進的である。国道沿いにあるガソリンスタンドに視察に訪れた当日、勤務されていた8人の従業員のうち、障害者手帳をもっていない作業者は一人だけであった。発達障害など7人も何らかの特性をもつなかで、一人ひとりがあくまでも自動車好きという気持ちを一つに仕事をしていた。ガソリンスタンドに自動車が入ってくると、F1のピットクルーのようにわっと自動車に集まってくる。ガソリンスタンドの利用者も当初は驚いていたようであるが、働いている一人一人が皆、自動車が好きで丁寧に作業し、自動車が見えなくなるまで手を振っている姿が共感を集めているという。また別の施設に通う発達障害のある人は、市で借り上げた一律料金の福祉タクシーを通勤に利用しているという。混み合うバスでの長時間の通勤でストレスを抱えてしまうと不安定になり、一日のあいだで集中できる時間が短くなってしまったという。

このように通勤のための公共交通インフラでさえ、それがインクルーシブであれば、多様な人の活躍を促す仕掛けの一つになれるということは極めて示唆に富む好例である。ワークプレイスそのものがインクルーシブであれば、活躍できる人の多様さをさ

らに加速させることができる。これまで活躍できる人のレパートリーが少なかったのは、当事者の特性の問題ではなく、実は私たちのマネジメント力が乏しかったせいではないのか、労働生産性人口の減少に歯止めをかけるためにはダイバーシティとインクルージョンに真正面から向き合わなければならぬのではないのか。

5. インクルーシブデザインから インクルーシブワークプレイス デザインへ

あらゆる組織において、優秀な人員の確保は至上命題であることは疑いない。しかし、高齢者も若手も、外国人も女性も、障害のある人も皆それぞれ個人の特性とは別に、ワークプレイスそのものが極めて排他的であったために適切な就労機会に恵まれなかった可能性が高い。仕事に人をつけるのではなく、人に仕事をつける、当たり前だけれども難しいこの「はたらき方改革」をインクルーシブデザインが牽引できる可能性に注目したい。

インクルーシブデザインは、多様な人々の活躍を要する組織や地域そのものの組織変革手法として期待されている。しかし、これらはプロダクトやサービスのデザインに留まらず、ワークプレイスそのものをもデザインの対象とすることで、多様な人々が活躍できる当たりの、しかしそれが最も本質的な「はたらき方改革」につながると期待される。

<参考文献>

インクルーシブデザイン：社会の課題を解決する参加型デザイン、ジュリア カセム、平井 康之、塩瀬 隆之 編著、学芸出版社、2014

「インクルーシブデザイン」という発想 排除しないプロセスのデザイン、ジュリア・カセム、平井康之、フィルムアート社、2014

ワークショップデザインにおける熟達と実践者の育成、森 玲奈、ひつじ書房、2015

John Clarkson, Roger Coleman, Simeon Keates, & Cherie Lebbon : *InclusiveDesign - Design for the whole population*, Springer, Great Britain, 2003.

特集 できることを活かすソーシャルインクルージョン

02

インクルーシブデザインの必要性とその実践

山田 小百合 (特定非営利活動法人Collableコラボル 代表理事)

山田小百合氏

障害のある人との日常

みなさんは、街中で障害のある人たちと出会ったときに、どのようなことを考えるでしょうか。私は大人になって初めて障害のある人と「出会う」ということが、今の社会ではまだ「特別」なことであり、だからこそとまどいが生まれたり、どうしていいかわからず不安に感じたりするのではないかと考えるようになりました。

私自身、自閉症を併せ持つ知的障害の兄と弟の間に生まれ育ちましたが、おかげさまで家族として関わると障害者福祉などの「専門性」というものを持たぬまま過ごしてきました。しかし、私なりに彼らと言語・非言語コミュニケーションを重ね、家族としての関係を重ねていく日々を過ごしました。みなさんもきっとよその家族のことなんてわからないだろうし、家族とのその生活が当たり前なものとして過ごしているかと思います。私も自分の家族との日々は日常でしたが、私の家族経験が一風変わったものであることを知るのは、大学生になり、親元を離れて暮らすようになってからのことでした。街中で障害のある人と出会うことは少ないし、声を上げて歩いているこどもを見る機会もありませんでした。その時初めて18年間の生活が一風変わった者だったことに気づいたと同時に、障害のある人達との生活環境に距離があることを実感しました。そしてなぜそれが起こるのかを考えたときに、思い返したことが、小さい頃に体験した様々な学習機会でした。

「共同学習」は機能しているのか

例えば「障害体験」を通して障害のある人の疑似体験をするという機会があった人はどれくらいでしょうか。アイマスクをしたり、車椅子に乗ってみたりする学習機会です。自分が想像し得ない立場の人について、疑似体験をするのは大事な学

習機会です。しかし、方法を間違えると「障害のある人は苦勞して大変だと思いました」というよく見る思考停止した感想が並んで終わってしまう側面もあります。白杖について町を歩くことや、車椅子で生活することは当事者の日常であるということ想像することは簡単ではなく、ここで壁が生まれてしまいます。

他にも、兄は養護学校（現：特別支援学校）に通っていたので、私と兄は学校が異なる生活でした。しかし、文部科学省が「交流及び共同学習」という機会を学校内でつくるよう示しているおかげで、数カ月に1度、兄は私の通う学校に足を運んでいました。また、私自身も自分のクラスで養護学校や特別支援学級の同級生を迎えることもありました。その時のことを思い浮かべると、私が家で日常として過ごす兄弟との関係と、他の児童・生徒の関わり方は三者三様でした。お世話好きな子がお世話をしすぎるくらい手をかしてくれたり、どうしていいかわからずおどおどしながら声をかけたり、先生に何も言われぬ限りその場をやり過ごす人がいたり…それがなぜなのか、当時の自分にはわからずにいました。ただ、1つ言えることは単純に「つまらない」というこども心でした。つまらないので、その時の経験をポジティブに覚えている人はあまりおらず、障害者という存在を特別視するための機会にとどまっていたように思います。「交流及び共同学習」は文部科学省のホームページを見ると、「障害のある子どもと障害のない子どもが一緒に参加する活動は、相互のふれ合いを通じて豊かな人間性をはぐくむことを目的とする交流の側面と、教科等のねらいの達成を目的とする共同学習の側面がある」と明記しています。特に後半の「共同学習」の側面は、機能しているのでしょうか。こど

もなりに「つまらない」と感じていた当時のことを振り返りながら、何が必要かを考えていたときに、インクルーシブデザインに出会いました。学習環境デザインの分野で研究を進めていた大学院生のころでした。

インクルーシブデザインと学習

インクルーシブデザインという言葉がこの2年ほどで知れ渡るようになりました。関連書籍も出版され、インクルーシブデザインを試してみたいという声を多く聞くようになりました。インクルーシブデザインは「デザイン」という言葉が示すように、デザイン領域から登場したデザイン手法です。新しいものを生み出すことを目的としたデザインの手法の1つであり、ワークショップをしながらアイデアを検討していきます。インクルーシブデザインワークショップでは、デザイナーのようなデザインに日々触れている人たちが議論をしていく場というよりも、普段デザインに関わることがなかったり、デザインを届けるターゲットにされてこなかった人を、あえて招いて進めていく点が特徴です。リードユーザーなどと呼ぶことが多く、特に障害者をリードユーザーとして招く形の実践が多く見られます。例えば、グループ5人のうち、1人だけ視覚障害者の方に入ってもらうことで、「見えない」という特徴をあえて引き出しながら、「見えないからこそいつもとは違う視点を引き出し考える」場をつくる事例が散見されます。その他にも、高齢者や子供連れの親子など、テーマによって招くリードユーザーは様々です。

ワークショップと聞いて、多くの人は他者との共同作業を通じて、学びを深めていく活動をイメージされるかと思います。ジャ

ンルやテーマによって、活動も多種多様で、授業や研修といった一方的な講義スタイルの学びの場と対比されることが多いことも特徴です。ここで私が注目していることは、ワークショップで新しい価値を生み出すことには学習がつきものということ。そう考えていくと、インクルーシブデザインワークショップでも何かしらの学習があるはずだと考えられます。ワークショップならではの学習が、先の「交流及び共同学習」のような物足りなさを補うヒントになるのではと思ったのです。

インクルーシブデザインワークショップでは、「デザイン」を目的とするため、グループ内でアイデアをまとめていく活動になります。リードユーザーとなる方との関わりの中で気づいたことを発見していく前半と、発見したことを踏まえて、異なる立場であるグループ全員にとって嬉しいデザインを一緒に考えていく後半の活動とを準備します。アイデアを形にしていくために大切なことは、グループ内のメンバーがリードユーザーの立場をよく理解しつつも、共にアイデアを考えていく協同作業が行われているかどうかであり、グループ内でリードユーザーに対して一方的にアイデアを押し付けたり、反対にリードユーザーだけが便利そうなアイデアを推し進めたりしないことです。アイデアがまとまっていくグループにはいくつかの特徴があることがわかりました。1つはリードユーザー以外のメンバーが、リードユーザーに対して共感的理解を生み出していることです。共感的理解とは、相手の感情に巻き込まれることなく、他者の立場を自分の立場から感じようとする状態を意味します。同情とは異なり、リードユーザー独自の視点そのものを理解している状態です。共感的理解が生まれると、リードユーザーの立場と他のメンバーとの

立場の違いから創発が生まれやすくなります。もう1つは、相互理解が見られることです。つまり、リードユーザー自身も、他参加者に対して共感的理解を生み出すことで、お互いを尊重し合う関係が生まれます。相互理解が生まれるということは、それだけ自分自身のことをさらけ出している。実際にワークショップが終わった後に、初対面同士だったグループが昔からの友人だったかのようになかよくなっている様子が見られます。学校現場における「交流及び共同学習」は、こうした状態を起こしたいはずなのでは、と思ったと同時に、インクルーシブデザインは様々な「多様な人」との学びの場において、更に活用ができるなど実感しています。

インクルーシブデザインの事例

(1) 新しいデザインを提案するインクルーシブデザイン

ここから2つの事例について簡単にご紹介させていただきます。インクルーシブデザインにもいくつかのパターンがありますが、この事例は企業の商品開発の事例に類似します。2011年に私が大学院生の頃に、京都大学の塩瀬隆之先生と初めてご一緒し



インクルーシブデザインワークショップ
「絆創膏のデザイン」：手右の女性が視覚障害者

たワークショップです。視覚障害者の方をリードユーザーにする典型的な事例として、絆創膏を使ったワークショップを行っています。

絆創膏という商品を使うときのことを思い出して見てほしいのですが、絆創膏を貼るという行為は、実は視覚情報によく頼って行われる行為です。加えて、絆創膏を貼るプロセスが非常に細かな行為の連続であることにも気付かされます。ここで、「絆創膏を貼るときに困ることはありますか?」と直接的なヒアリングを行っても、頻繁に絆創膏を使うことがなければ、困っていることをすぐに話すことはできません。しかし、実際に様々な絆創膏をテーブルの上に準備して、実際に絆創膏を手や足などに貼ってみることで、初めて見過ごされていたことを思い出してもらえます。写真では、様々な形状の絆創膏だけでなく、最新の液体状の絆創膏や、ガーゼなどの類似商品、そして視覚情報がなかったら一見見分けの付かないお菓子の箱なども置くことで、単なる絆創膏ですが、議論が多様に広がっていきました。

(2) まちづくりは「多様性」を価値にする

(1) の事例は、典型的なデザインのワークショップに近いものですが、新しいアイデアを考える機会は決してプロダクトなどのデザインに限りません。インクルーシブデザインのような考え方をを用いる別の領域はどこだろうと考えていた頃、「まちづくり」という領域に注目するようになりました。近年まちづくりの分野でもワークショップは多く実施され、質の高い実践事例も豊富になってきました。一方で、「まち」を担う市民こそ、「多様な人の集合体」であるにもかかわらず、まちについて議論する

人はどうしても偏りがちという側面も見られます。議論も凝り固まり、新しいことが生まれないのである。そんなことを考えていたときに、2014年に愛知県西尾市で進められていたプロジェクトとご縁をいただきました。西尾市民の皆さんの要望を新しい公共施設プロジェクトに反映するために、公共施設について考えるワークショップの企画と運営をさせていただくことになりました。「多様な市民」がいるからこそ、その多様さを顕在化し、議論につなげることに挑戦しています。

「にしお未来まちづくり塾」と題されたワークショップシリーズは、各回様々な領域のエキスパートの方が来てワークショップを行うのですが、私が担当した回では、インクルーシブデザインの手法を活用して、まちづくり塾メンバーではない人を「リードユーザー」として招き、議論をしてもらうことにしました。リードユーザーも多様にご協力いただきました。例えば障害者施設の施設長さんご夫婦は、お一人車椅子でお越しいただいたので、車椅子ユーザーの目線と、福祉施設で働く目線で、まちの公共施設について視点をいただきました。他にも高校生がリードユーザーとなってくれたグループでは、公共施設と聞いてもピ



「にしお未来まちづくり塾」のワークショップの様子
：当日は地元テレビ局の取材も入りました

ンと来ない生徒さんたちだからこそ、新しい公共施設にどのように目が行くのか、議論してもらいました。まちには多様な立場の人がいるからこそ、まちの可能性を想像してもらおう機会にさせていただきました。

(3) インクルーシブデザインの応用：こども向けワークショップ

インクルーシブデザインの考え方は、こどもたちとの活動でも応用ができると考えています。前2つの事例とは異なり、こども向けのワークショップでは、大人向けのものよりも造形活動や身体表現、音楽などのアートを軸にしたワークショップが開催されることが多くあります。学校ではこどもたちの表現活動を推進する動きがある中で、図画工作などでは、スキル習得に寄った指導が多く見られ、現場との乖離が多く見られます。一方ワークショップでは遊びの延長で自由に表現する場を用意されています。自由な表現が保証されている環境のワークショップだからこそ、学校では控えめでお友達関係があまりない子が、ワークショップという非日常の場になると力を発揮するという話をよく耳にします。一方で、表現することが苦手な子どもたちも多くいます。創造的な力を育むことを望む保護者の方も増えていることもあり、「苦手なのにワークショップにつれてこられた」というこどもたちも見ようになりました。

こうしたこどもとアートの活動が盛んに行われている中、こどもの創造表現活動の分野では「障害のある子もない子」というコンセプトのワークショップ実践が、少なからず行われていることを知ったのも大学院生の頃でした。多くの事例はアート領域の方（芸術表現専門の方、アーティストなど）が手がけているようでした。私が大学院生から今のCollableに至るまで変わら

ずに活動しているものが、こどもとアートの領域です。実際にCollableとしても、アーティストのみなさんのお力をお借りしてワークショップを開催する機会が多くあります。

「障害のある子もない子」というコンセプトのこども向けワークショップには、いくつか特徴があることがわかりました。1つはこどもたちが人間関係を育む上で欠かせない「遊び」の要素をふんだんに活用する点です。遊びと芸術表現の境目はとても曖昧です。どちらも創造的な活動だからこそ、遊びの延長で、表現をするという自然な芸術表現への導線をつくることができます。もう1つは、特に知的・発達障害のこどもたちの表現の力を借りて、他のこどもたちの表現の力を押し上げるという、インクルーシブデザインのような視点が散りばめられていることでした。表現が苦手だったり恥ずかしいと思っているこどもたちには、同じ歳くらいの障害のある子が楽しそうにしている様子を見るのが、参加のハードルを下げることがあります。

こども向けのワークショップでは、一般的なインクルーシブデザインワークショップとは異なり、リードユーザーのようなシンボリックな存在を立てません。そこで、ファシリテーターは多様な表現そのものを承認する存在となります。その存在がないと、ただ目立つこどもたちが野放しになっているだけになりかねない場合もあります。個々の表現を翻訳して編集してくれるのも、ファシリテーターの重要な役割でもあります。また、こども向けのワークショップでは、更に大人が加わると、表現が特に苦手な大人の表現の力をこどもたちが引き出してくれる側面もあります。そうすると、障害の有無を問わず、こどもたちは大人を気を引くために自然と団結し、そのエネルギーに大人が乗っかる形で表現を行うという場

面も見られます。その中で、こどもたちが障害というものに限らず、お互い楽しそうにする姿は、同時に障害という概念が固まってきた大人にとって、多様な人との関わりをこどもたちから学ぶ機会にもなっていることもわかりました。

こどもたちにとって「障害」という概念は、まだまだ抽象的すぎます。むしろ未就学児や小学校低学年のこどもたちは、どのような人とも自然と関係性を創ることができます。また、小学校低学年以降から、なんとなく違いがおぼろげに見えてくる狭間にもいたりします。そんな子どもたちに「違い」を押し付けても、良い学習は生まれません。ただ、違いがあることを受け入れる学習の架橋として、ワークショップは子どもたちにとって相性がよいと考えています。



大人もこどもも参加する身体表現
ワークショップの様子 (写真: 金田幸三)

インクルーシブデザインの 発展のために

インクルーシブデザインの認知が広がり、もっとその可能性を知り体験したいと思う人が増えていることはとても嬉しく思っています。しかし、その場の機会はまだまだ

限られているのが現状です。インクルーシブデザインの広がりのために、今見られる課題は大きく2つあると考えています。

(1) リードユーザーの育成とコミュニティづくり

インクルーシブデザインワークショップは、リードユーザーがいればできると思われがちですが、リードユーザーはテーマに沿えば誰でも良いとは言えません。特に障害当事者の場合、生活環境の限られたコミュニティ(特別支援学校など)に慣れすぎていると、自分と立場の異なる人との議論に壁ができてしまったり、コミュニケーションスキルが偏っている人も見受けられます。例えば、障害者全体の立場をまるで代弁するような発言をしたり、知らないことがあると説教気味に話をしてしまう人がたまにいます。あくまでお互いの立場を尊重して、共に新しい価値を生み出すパートナーである以上、メンバー内に優劣はありません。障害のある人達が育ってきた環境は、一般的なものと比較しても違うとは思いますが、そこを特別視するのではなく、あくまで個々の特性に着目する活動への理解があり、人のおしゃべりが単純に好きな人が向いていると思っています。同時に障害があってもなくても、コミュニケーションスキルが求められる時代において、特別支援教育の中でも、他者との対話を通して考えて生み出す経験をつけられるとよいと思っています。学校教育以外でも、人と学んでつながる場所づくりができるのはNPOなどの団体です。他者と楽しい人たちのコミュニティをつくることができれば、多くのインクルーシブデザインの事例を創りやすくなると思います。

(2) プログラムへの配慮と実践家の育成

ワークショップそのものへの関心が高まる現代において、ワークショップデザイナーやファシリテーターは増加し、育成プログラムも様々なところで展開されています。しかし、そうしたワークショップデザイナーのみなさんがすぐにインクルーシブデザインワークショップの実践ができるかといえば、そう簡単にはいかないようです。ワークショップを成功させるには、ワークショップデザイン（プログラムデザイン）とファシリテーションの2つがポイントです。しかし、インクルーシブデザインの場合は、それに加えて参加者を中心としたケア（配慮）が必要です。

インクルーシブデザインは、特に障害のある人をリードユーザーとして招くことが多くあります。視覚障害者であれば、駅から会場まで1人で来ることは困難なため、事前の待ち合わせ等の連絡は必須です。また、事前のメールや電話で安心感をもって参加してもらうようコミュニケーションをとっておくことも重要です。さらに、リードユーザーの協力を得られても、単にグループの中に入れて成立するというものでもありません。2つの異なる立場の人を丁寧にコーディネートする必要のある実践という意味では、従来のワークショップ実践では補いきれないインクルーシブデザインならではのスキルや配慮が必要です。インクルーシブデザインを手がけられるようになると、日常生活でも他者を想像し尊重する姿勢が身につくようで、インクルーシブデザインに留まらず、生きづらい社会のなかで、身近な人へ目を配るための重要なスキルと経験も、身につけられるように思います。そういう意義も含め、インクルーシブデザインを手がけるワークショップデザイナーを育成する機会を作っていく必要があると思います。

インクルーシブデザインはまだまだ発展途上でもあります。もっと多くの人が挑戦し、機会が増えれば、新しいアイデアが生まれやすくなり、イノベーションが起こりやすい社会になると同時に、多様な他者への配慮が自然と育まれる社会になると思っています。

<参考文献>

安齋勇樹, 塩瀬隆之, 山田小百合, 水町衣里 (2013) インクルーシブデザインワークショップにおける共感的理解を促すアイズプレイク手法の提案. 日本教育工学雑誌 37 (Suppl.), 97-100.

文部科学省「交流及び共同学習ガイド」
http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/tokubetu/010/001.htm

特定非営利活動法人Collable

2013年設立。遊びと創造を通して、どんな人にも拠り所がある社会を目指して活動しています。東京を中心に、インクルーシブデザインワークショップの活動や、こどもたちとの表現ワークショップなど、様々な学びの場作りを通して、多様な人が集う環境づくりに挑戦しています。

特集 できることを活かすソーシャルインクルージョン

03

ソーシャル・イノベーションの創出と
地域に根ざした課題の解決

下門 直人 (京都大学大学院経済学研究科博士後期課程)



一麦会の田中秀樹理事長 (右) と
けいじん舎の宮本久美子所長 (左)

はじめに

地域や社会が抱える課題を解決する手段として、ソーシャル・イノベーションが注目されている。ソーシャル・イノベーションとは、「社会的課題の解決に取り組むビジネスを通して、新しい社会的価値を創出し、経済的・社会的成果をもたらす革新」を指す¹⁾。ソーシャル・イノベーションが注目される背景の一つに政府や地方自治体の財政支出が削減され、福祉などの住民サービスが行き届かない問題がある。さらに些細なきっかけにより制度や政策の対象からはずれ、社会的に排除されてしまう危険性も増している。

特に福祉分野では社会的排除は深刻な問題となっている。例えば、障害者自立支援法などの法律の制定や制度の変更が原因となり福祉サービスを受けられなくなったり、個人の能力差を無視した一律的な自立が求められたりすることがおき、障害者の社会参画が困難になるといった問題が生じている。

本稿では社会福祉法人一麦会 (通称「麦の郷」。以下、麦の郷) の田中秀樹理事長とけいじん舎の宮本久美子所長へのインタビューを通じて、どのようにして地域の人々とともにソーシャル・イノベーションを生み出し、福祉分野を中心に上述したような課題を解決してきたのかを考えてみたい。

麦の郷の発展と 「ほっとけやん」の精神

麦の郷は障害者の就労支援や雇用創出を通じた自立支援を中心に事業を運営している社会福祉法人である (表 1 参照)。麦の郷全体では職員が200人おり、200人の障害者の雇用を生み出し、数千人の相談や支援をおこなっている。

麦の郷は1977年にたつこの共同作業所を設立したことで事業をスタートさせた。それ以後は地域

の要望や障害者の労働支援を通じて生まれてきた新たな課題に対応することが事業拡大の引き金になってきた。その結果、現在では障害者の労働支援に限らず、若者の自立支援や高齢者の生活支援など様々な分野にまたがって多くの施設を運営している。

麦の郷の事業は①子ども支援、②労働支援、③就労・相談支援、④生活支援の4部門に分けられ、それぞれの部門ごとに施設が運営されている。子ども支援部では「こじか園」や「第二こじか園」を中心に発達につまずきがある就学前の子どもを対象に保育の場を提供し、子どもたちが豊かに発達・成長できるよう支援している。

労働支援部は障害者に対して就労継続支援A型・B型の事業や生活介護を通じた経済的自立の実現や充実した日常生活を送れるようにするための支援をおこなっている²⁾。麦の郷ではA型であってもB型であっても基本的には利用者のニーズに応じた仕事を見つけるか、既存の事業の中に適当な仕事があれば新たにつくりだすための挑戦をしている。つまり一人一人の特性に応じ、彼らの能力を引き出せるような仕事の提供を図っている。

就労・相談支援部では障害者とその家族からの相談を受け、具体的な支援がおこなわれている。例えば、生活を送る上で困ったことの相談を受けることや企業への就職希望者に対して関係機関・組織と連携しながら就職実現へ向けた取り組みをしている。また気軽に集まれる居場所や仲間づくりの場としての生活支援センターや地域の高齢者から求められている高齢者地域生活センターも運営している。

最後に生活支援部は障害者が仲間たちと協力しながら安心して暮らせるグループホームの運営や、引きこもり経験のある地域の若者たちが再び人や社会との関係の中で成

表1 麦の郷の事業概要

社会福祉法人 一麦会	子ども支援部	こじか園
		第二こじか園
		こじか親子教室
		こじか相談室
	労働支援部	くろしお作業所分場
		はぐるま共同作業所
		はぐるま共同作業所 和の杜
		はぐるま共同作業所 ラ・テール
		ソーシャルファームピネル
		ソーシャルファームもぎたて
		けいじん舎
		麦の郷印刷
	就労 相談支援部	むぎピース
		麦の郷和歌山生活支援センター
		麦の郷紀の川生活支援センター
		サポートセンター「麦の郷」
		障害者就業・生活支援センターつれもて
	麦の郷高齢者地域生活支援センター	
		くろしお作業所
		麦の郷居住福祉事業所
ハートフルハウス 創		
麦の郷訪問看護ステーション		

(出所) 一麦会のパンフレットより作成。

長を果たせるよう相談支援をおこなっている。

このように麦の郷は多様な分野に事業を展開しているという特徴をもつが、この多角化の背景には「ほっとけやん」の精神がある。「ほっとけやん」とは和歌山の方言で「ほおっておけない」という意味である。つまり麦の郷は歴史的に困りごとや課題を抱えた人がいれば、放っておけずに自分たちでなんとか解決しようという姿勢で事業を経営してきた。それはすなわち麦の郷の事業展開は障害の種別や福祉制度の対象の有無にかかわらず、一人一人が必要とする支援のあり方を模索し、新たな支援の仕組みを創造する過程にほかならないことを意味している。

地域のニーズから始まった 「たつのご共同作業所」

1977年に無認可のたつのご共同作業所を開設したことから麦の郷の事業は始まった。たつのご共同作業所の「たつのご」とは聾者の象徴であるタツノオトシゴを表し、盲聾者のための施設という意味合いが込められている。

共同作業所が設立された当時は、和歌山県内に障害者のための生活支援施設は一つもなく、また企業に就職することも難しかった。そのため養護学校の生徒は卒業すると基本的に自宅で過ごさなければならず、障害者は自宅から出て友人や知人と会うといった機会や就業機会が奪われている状態であった。こうした状況を地域の課題として捉え、変えてゆこうと立ち上がったのが麦の郷である。

たつのご共同作業所は制度の枠外の施設であったため行政からの支援も補助金もなく、市民の協力やカンパ、廃品回収やバザーの売上に支えられて設立された。さらに障害者支援も経営も素人同然の人々が地域の人々に支えられながら試行錯誤と困難の連続の中で運営しなければならなかった。そのためたつのご共同作業所の設立にあたっては、当時全国で非常に少なかった障害者作業所の「ゆたか作業所」が名古屋にあったため、そこへの見学を通じて作業所の運営や経営の方法を学びとっていった。しかしその一方で、資金や知識、ノウハウなど様々なものが不十分な条件のもとで組織を運営してきた職員は経験豊富な人材として成長し、その後の麦の郷の事業の発展を支え続けてきた。

また麦の郷の新事業への進出は基本的に無認可の施設や事業から出発している(表2参照)。たつのご共同作業所をはじめ、

表2 麦の郷の沿革概要

年	月	設立・開設事業
1977	3	たつのご共同作業所(無認可)
1985	4	こじか園(無認可)
1985	5	黒潮作業所(無認可)
1986	9	いこいの家(無認可)
1987	3	はぐるま共同作業所(無認可)
1988	1	御障害者自立工場 (クリーニング事業)
1989	2	社会福祉法人 一麦会として認可
1990	5	麦の芽ホーム(認可化)
1990	5	むぎ共同作業所(認可化)
1990	12	黒潮第2作業所(無認可)
1994	4	はぐるま共同作業所(認可化)
1995	4	ソーシャルファーム ビネル (全国初の精神障害者福祉工場)
1996	4	ハートフルハウス (不登校児童居場所)
1997	4	こじか園(認可化) こじか親子教室 心身障害児通園
1998	4	麦の郷高齢者地域生活支援センター(無認可)
1999	5	麦の郷訪問看護ステーション
	6	和歌山高齢者生活協同組合
	10	はぐるま第2共同作業所 来夢ペーカーリー(無認可)
2004	4	障害者就業・生活支援センター「つれもて」
2006	10	麦の郷居住福祉事業所
		サポートセンター「麦の郷」
2008	10	自立支援法により事業名・施設名が一部変更される
2009	7	社会的ひきこもり者支援センター「創~HAJIME~」
2011	4	むぎピース
2012	3	第二こじか園 障害児通所支援
2014	4	ソーシャルファーム もぎたて

(出所) 一麦会パンフレットより作成。

こじか園(1985年設立)や黒潮作業所、いこいの家(1986年設立)、はぐるま共同作業所(1987年設立)など麦の郷が初期に立ち上げた事業のほとんどは無認可施設として始まっている。無認可施設として始めた理由は主に二つある。一つは国や自治体において障害者支援のための法制度が当時は整っておらず、したがって行政からの制度的支援や補助金がまったくなかったという点である。そしてもう一つは麦の郷がハンセン病問題の教訓から現状の制度や状態が

正しいわけではないという認識をもち、問題があれば解決しようという思いがあった点である。そのため麦の郷は事業のほとんど全てを自分たちの手でゼロから創りださなければならなかった。

最低賃金以上の仕事づくり

麦の郷は障害者への就労支援において「働ける人には最低賃金以上の暮らしていける給与を支払いたい」という目標のもと、今までに多くの雇用を生み出してきた。1988年に病院のシーツのクリーニングをおこなう障害者自立工場の設立を皮切りに、1995年に全国初となる精神障害者福祉工場ソーシャルファーム・ピネルを設立した。それ以後も就労継続A型として「けいじん舎」や「ソーシャルファームもぎたて」など複数の事業を展開している。麦の郷には最低賃金以上の給与をもらい障害者であっても経済的自立を果たし、さらに同じ障害を持つ人たちが結婚してお互いを支え合いながら独立した生活を送ることを実現させた人もいる。

障害者であっても最低賃金以上の給与を支払いたいという思いの背後には障害者に対する差別的な扱いをなくしたいという強い願いがある。それは障害者が死亡事故に巻き込まれた際、保険金の支払いが生前の給与水準である日給3000円をもとに算定された額しかないということがあり、健常者と比較すると著しく低い評価がなされたことに起因する。つまり同じ人間であるにもかかわらず障害者というだけで不平等な扱いが平然とおこなわれている現状を変えなければならないという考えが基礎にある。

また実際に最低賃金以上の給与を実現するためには市場価値のある製品の生産やサー

ビスを提供することが求められる。そのため麦の郷はビジネスチャンスにつながる可能性があればどのようなものであっても挑戦することを心がけている。

ソーシャルファームもぎたて

「ソーシャルファームもぎたて」は紀ノ川農協の直売所ファーマーズ・マーケットふうの丘に併設されているカフェ「mulino」と「風車」の経営や、紀ノ川農協と協同して地元の農産物を加工した商品を生産する作業所を運営している。ソーシャルファームもぎたての事業は精神障害者を最低賃金以上で雇用する事業組織である。

mulinoは地元紀ノ川の新鮮な野菜や果物を使った料理を食べられる落ち着いた感じのお洒落なカフェであり、店員の雇用を生み出している。



紀ノ川農協の直売所に併設している
カフェ「mulino」とその店員さん。

もう一つの風車はコロッケやうどんなどの軽食やソフトクリームが気軽に食べられるオープンカフェになっている。風車で提供されているコロッケは麦の郷の「けいじん舎」で作られており、そのコロッケが毎日届けられ販売されている。ちなみにけい

じん舎も最低賃金以上で障害者を雇用している事業体である。またソフトクリームは地元で放牧中心の山地酪農を営む黒沢牧場でつくられている。つまりmulinoも風車も精神障害者の雇用を生み出すと同時に、紀ノ川農協や地域と協同しながら地元の野菜や果物、牛乳などの食材を積極的に使っているという特徴をもっている。



オープンカフェ「風車」

はぐるま共同作業所ラ・テール

はぐるま共同作業所ラ・テールは就労継続B型事業であるため最低賃金以上の給与ではないが、精神障害者に様々な仕事をつくりだし、豆腐やパウンドケーキ、おかきや果汁100%ジュースなどの食品や飲料を生産している。ラ・テールの運営は事務局長の浦口裕成氏を中心としておこなわれているが、実際の仕事は精神障害者たちが主体的にこなしている。ラ・テールで働いている精神障害者は作業場で自分で機械を動かす、なにかモノを作りそれが人に喜ばれたり人の役に立ったりすることに生きがいを感じ、働くことに喜びを感じている。

ラ・テールでは少しでも多くの雇用を生み出すために様々な仕事を引き受け、作業場では複数種類の商品が生産されている。

例えば地元の紀ノ川農協と共同で地場の農産物を使った商品の開発・生産や全国の業者から仕事を受けることも積極的におこなっている。ラ・テールで作られている豆腐は静岡の豆腐メーカーからの委託であり、さらに同じメーカーの豆腐の粉を原材料にしたパウンドケーキも作っている。また生産ロットが小さすぎて普通の企業では引き受けたがらないような仕事もラ・テールでは引き受けている。最近の例では、新潟の米生産者から依頼されたおかきの生産や非常に少量のトマトを専用の機械を使ってジュースにする仕事などだ。こうした仕事を地道に続けることによってその仕事ぶりが評価され、徐々に口コミが広がり最近では全国から仕事の依頼がくるようになりつつある。

浦口氏はラ・テールと一緒に働く精神障害者の方たちを「仲間」と呼ぶ。そして自分たちが作った製品を依頼者が喜んでくれていることを仲間に理解してもらうため、上述のおかきを納品する際には新潟まで一緒に連れて行き、彼らが直接依頼者とコミュニケーションをとれる機会をつくっている。さらに仕事では一人一人の能力に応じて彼らができることは積極的に任せ、彼らにできないことについては健常者がサポートするという姿勢で接している。つまり一人一



はぐるま共同作業所 ラ・テールにある豆腐作りの作業場と浦口氏。



ラ・テールの作業場で使われている
果物や野菜を絞るジュース製造機。
日本では販売されていない貴重な機械。

人の障害者こうした関係を丁寧につくることで相互に信頼が生まれ、皆が一丸となって様々な仕事にも対応できるような組織をつくりあげている。

おわりに

麦の郷は「ほっとけやん」の精神を根底にもちながら障害者雇用や福祉を中心に地域の課題や当事者のニーズに応えることを続けてきた。そしてこの「ほっとけやん」の精神があるからこそ、たとえ始めは自治体からの支援がない無認可事業であっても事業を立ち上げてきた。その一方で、それぞれの事業を持続可能なものとするために経営面での努力をおこない、就労継続A型とB型の事業バランスをとりながら様々な仕事を生み出している。こうした課題解決の積み重ねがソーシャル・イノベーションとなり、実現が難しいと考えられている最低賃金以上での障害者雇用も積極的に生み出すことができたのではないだろうか。

そしてそれら麦の郷の事業を支えている根底には職員と障害者との関係づくりを大切にしているということが考えられる。例えば、カフェ風車で働く障害者の一人は吃音症を抱えており、一緒に働いていた宮本氏は当初彼に接客業は難しいのではないかと考えていた。しかし実際に彼と一緒に働き続けると、彼は吃音症であることに臆することなく自分ができる範囲でしっかりとお客さんに対応していた。宮本氏はこうした彼の働き方をみて、たとえ障害者であっても自分にできると思っていることはしっかり務めることができ、さらに彼らがそれを達成することで充足感を得ているということに気づいた。つまり、まずは障害者として働く個人との信頼関係をつくり、彼らが「できること」と「できないこと」を細かく理解する必要がある。その上で、彼らにできることは積極的に任せ、できないことについては健常者がサポートすることで彼らの「できる」範囲が少しずつ広がりをもつようになるのではないだろうか。そして最終的に障害者の選択の幅が広がり、自由に選択できるようになることが障害者の自立につながっていくのではないだろうか。

注

- 1) 谷本寛治・大室悦賀・大平修司・土肥将敦(2013)『ソーシャル・イノベーションの創出と普及』N TT出版、8頁。
- 2) 就労継続A型は障害者と雇用契約を結び、最低賃金以上の給料を支払う義務のある支援を指す。また就労継続B型は雇用契約に基づく就労が困難である人を対象に就労機会を提供し、就労に必要な知識や能力を身につけることを目的とした支援を指す。

04

将来を見据えて地域のつながりを作る

「サロン」なんだ村と地域福祉通貨ボランの事例

加賀美 太記 (就実大学経営学部講師)



理事長 八田和明氏 (右)
副理事長 今中慶一氏 (左)

はじめに

2000年代初頭にかけて進んだ地域自治体の「平成の大合併」。地方の財源不足を補う地方交付税の優遇と合併自治体の新規借り入れの7割を国が負担する合併特例債といった財政支援を背景にして、政府が主導した地方自治体の合併促進は、1999年(平成11年)4月に3,229であった市町村の数を、2006年(平成18年)4月には1,821にまで減らすこととなった。一連の優遇策をまとめた、いわゆる合併特例法の適用期限は2006年3月末までであったが、その後も市町村の合併は進み、2016年(平成28年)12月現在、日本の市町村数は1,718にまで減少している。

平成に進められたこの市町村合併の主な目的は、肥大化した地方行政の効率化にあったと言われる。しかし、効率化が進むということは、暮らしの視点に立った場合、近場にあった役場が統廃合でなくなり、地域単位の行政サービスなどが手薄になることも意味する。事実、合併後の多くの市町村でこうした事態が現実化してきた。

そうした中で、地域で暮らし続けるために、地域住民が自らの力を活かそうという動きが広がっている。たとえば、香川県三豊市では、有償ボランティアの「まちづくり推進隊」に法律等で規定されない業務の一部を委託しており、日々の暮らしに必要な公共サービスを地域住民が自分たちの手で営むようになってきている。こうした有償ボランティア、あるいは非営利活動団体(NPO)は、他の地域においても公共サービスの担い手として期待を集めている。

しかし一方、その活動には企業や自治体とは異なる多くの困難が存在している。人口減少・高齢化・少子化といった課題を抱える現代社会において、「住民自身によるまちづくり」の一角を担うNPOやボランティアが持続的に活動していくために必要なことは何かを考えることは、重要な課題になっている。

そこで本稿では、岡山県岡山市で活動する「特定非営利活動法人ホッと灘崎ボランティアネット」を取り上げる。同団体は「サロンなんだ村」を拠点に、「ボランティアネットワーク事業」という、活動を継続し広げていくための工夫が詰まった事業を展開している。今回は理事長の八田和明氏と副理事長の今中慶一氏へのインタビューをもとに、地域で活動するNPOが持続的に活動していくにあたっての課題は何か、またそうした課題に向き合うための工夫と視点について学んでみたい。

サロンなんだ村とは？

ホッと灘崎ボランティアネットの活動の拠点が「サロンなんだ村」である。名前に「村」がついているが、当然、地方自治体としての村ではない。なんだ村は、岡山市南区宗津という地区で空家を借りて運営している地域サロンである。

なんだ村の目標は、家に閉じこもりがちな一人暮らしの高齢者や障がい者が、地域社会で孤立することを防ぐことにある。そのために地域の高齢者などが気軽に立ち寄れる「場」を提供している。

なんだ村は平日の月・水・木・金曜日の10時から15時までオープンしており、入村料（利用料）は1日一律400円である。利用者はボランティアによる手作りの昼食や喫茶を利用できるうえ、1人1人の利用者に合わせて量を調整するなど、きめ細やかな心づかいが随所にみられる。

なんだ村では、ただ食事ができて集まるというだけではなく、「こだわり工房」という名前の手打ちうどんや手打ちそば、石窯で焼くピザ焼きや、施設内での味噌やこんにゃくづくり、近隣の畑での農作業も

できる。あるいは、リハビリ体操や茶道・詩吟等のカルチャー教室、幼児クラブとの交流、買物サービスなど、多彩な活動に自由に参加することができる点が特徴である。ホッと灘崎ボランティアネットによる、なんだ村までの送迎サービスもあるため、今では、数km圏内の地域から一日あたり10～20人程度の高齢者が訪れている。デイサービスなどの施設が休みの場合、必ずなんだ村に来るという方もいるという。



サロンなんだ村外観



なんだ村の日常。この日は利用者とボランティア全員で体操をしていた。

ホッと灘崎ボランティアネットは、このなんだ村の運営事業と送迎サービスの一環としての福祉輸送業務を主な事業としている。2016年現在、ホッと灘崎ボランティアネットには、約25名のボランティアが参加されており、なんだ村での昼食づくりや畑作業、利用者の日常のお相手等に関わっている。

ボランティアの年齢は65歳位の高齢者が中心ということだが、その分豊富な経験を持っている方が多く、たとえばプロ並みの料理技術を持つボランティアもいれば、詩吟や茶道に造詣の深い人もいる。そのため、自身の経験や知識を活かした得意分野でそれぞれが活躍されているという。



この日は厨房で3名のボランティアが昼食を準備していた。

地域福祉通貨ボラン

このように、なんだ村は非常に幅の広い活動を行う元気な地域サロンであり、それ自体興味深い事業なのだが、ホッと灘崎ボランティアネットにおいてもっともユニークな点は「地域福祉通貨ボラン」の存在である。

地域福祉通貨ボランとは、なんだ村でボランティアへの報酬として渡される自らが

発行する地域通貨である。ボランティア活動1時間当たり50ボランとして設定され、1ボラン=1円で換算されている。ただし、ボランは「地域福祉通貨」の名前が示すとおり、なんだ村の入村料もしくはホッと灘崎ボランティアネットの事業でのみ利用でき、通常の地域通貨のように小売店などで利用することはできない。あくまでホッと灘崎ボランティアネット内で完結する通貨システムである。



地域福祉通貨ボラン

ボランのユニークな部分は、ボランティア本人がボランを利用できるのは当然として、自分のボランを家族や近隣の利用者、障害者のために融通（寄付）できる点にある。ボランティアは自分自身のボランティア活動だけではなく、その活動の対価であるボランを通じて、さらに活動に貢献することが可能な仕組みになっている。ボランティア活動が直接的だけでなく間接的にも拡大するのであり、同時に自分が将来利用者としてなんだ村を訪れる際に利用することもできるため、ボランティアの意欲や継続への意向を向上させることにつながっている。

多くのNPOやボランティアでは、個人の力量や意思が運営の活性化や活動の継続を左右することが多い。さらに、活動が長

期にわたる場合、どうしてもモチベーションの低下が生じてしまう。ボランは「通貨」という経済的な仕組みをアレンジして導入することにより、これらの課題の解決を図ろうとする取り組みである。

なお、ボランも「通貨」である以上裏付けとなる原資が必要不可欠だが、そこは賛助会員制度（年1,000円）によって支えられている。なんだ村では、利用者もボランティアも互いに賛助会員になっており、ボランの仕組みを自分たちで支えあっている。ただ、八田理事長によれば、最初は仕組みを理解してもらうのに大変苦労したという。利用者からは「入村料以外にもお金を取るのか」と言われ、ボランティアからは「ボランティア活動をするのにお金が必要なのか」と言われるなど、「とにかく最初は大変だった」と八田理事長は当時を振り返る。だが、苦労の甲斐もあり、2016年度の発行済みボランの残高と原資は約150万程度で、ほぼ収支が取れるようになったそうだ。このボラン関係の取り組みを、ホッと灘崎ボランティアネットでは「ボランティアネットワーク事業」と呼び、長期的には他の福祉系NPO等との連携も図りながら、地域における自主的な活動を支えていきたいと考えている。

なんだ村への道のり

ボランの仕組みは、NPOのユニークな取り組みとして行政等でも度々取り上げられてきた。しかし、そもそもなぜこの新しい取り組みは始まったのだろうか。次いで、なんだ村への道のりを確認しよう。

ホッと灘崎ボランティアネットが発足したのは、今から10年前の2006年1月のことである。きっかけは、岡山市となんだ村の

所在地域であった児島郡灘崎町の合併であった。平成の大合併の中、人口70万人の岡山市と1万6千人の灘崎町も2005年に合併を選択し、灘崎町は岡山市南区に編入することになった。

しかし、合併は地域住民に不安をもたらすことにもなった。とくに、地域の情報を発信していた町の広報がなくなってしまうため、自分たちの暮らす地域についてきちんと情報を得られるのか、という不安が高齢者の間で広がっていた。

もともと灘崎町では、「ホッと灘崎ふれあい祭り」という、地域住民が主体となり、行政を巻き込んで2001年から開催していた地域のお祭りがあった。このお祭りの運営に関わっていた八田理事長を含む10数人が、こうした地域に暮らす高齢者の不安に何とかして応えようと決意したことが活動の出発点であった。早速、自分たちで地域情報誌「ホッとなださき」を発刊することを目指して、ホッと灘崎ボランティアネットが設立される。2006年3月から発刊されたこの情報誌は、町内会を經由して地域の全5,500戸に配布され、灘崎地域の情報を広く伝える媒体として多くの住民から歓迎され



情報誌「ホッとなださき」

たという¹⁾。

翌2007年には福祉有償運送事業を開始する。灘崎は公共交通機関が利用しにくい地域であり、高齢化にともなって買い物などが不便になりつつあった。そこで、情報誌の次は、高齢者に「足」を提供しようとしたのである。これが現在のなんだ村への送迎サービスや福祉輸送事業につながっている²⁾。

そして、2008年にいよいよなんだ村を開村する。なんだ村の開村は、NPO設立から間が空いているが、これも合併をきっかけにして立ち上がった事業である。というのも、もともと灘崎には社会福祉協議会が2004年頃から開設していたふれあいサロンがあったのだが、合併に伴って休止になってしまう。先述のホッと灘崎ふれあい祭りの運営に関わっていた人の中に、このふれあいサロンに参加していた方がいたこともあって、情報誌や送迎サービスの次に、今度は「自分たちでサロンを再開しよう」という機運が盛り上がり、なんだ村の開村につながったのである。

こうして始まったなんだ村において、ボランの仕組みは開村当初から構想・導入されていた。新しいユニークな仕組みであるボランが導入されたのは、八田理事長の「ボランティアを何とか『地域』で活かしたい」という強い思いがあったからである。1995年、八田理事長は阪神大震災のボランティアに参加された際、もともと地域のつながりがあった地域では、震災という非常時にも関わらず、避難所などでお互いに協力して支えあっていることに気が付いた。その経験から、常日頃から地域社会のつながりを築き、維持していくことの重要性を痛感したという。そのため、地元に戻ってからは、ホッと灘崎ふれあい祭りの開催を働きかけるなど、行政に頼るのではなく、

住民が自分たちで自分たちのつながりを作る活動を一步一步進めていった。

現在、なんだ村の村長を務めるボランティアの安達代里子氏は、実はなんだ村を営む空家の持ち主である。長年、婦人会の会長を務め、ふれあい祭りの運営にも関わっていた安達氏と八田理事長のつながりがあったからこそ、なんだ村は開村できたといえよう。ボランは、このように地域社会が協力・協同するための具体的な仕組みを模索し、つながりを作ろうと奮闘する中で誕生したアイデアなのである。

ボランの導入以降、ボランティア自身が「将来、自分もボランを使いたい。だから、活動が継続してほしいし、継続させたい」と、ボランティアの広がりを期待し、そのために自らが働きかけることの必要性を感じている。また、何よりもボランを自分で利用するよりも寄付するボランティアが多く、寄付という行為を通じて「地域に繋がっている」という感覚を実感しているのだという。

ただ善意を頼りにするだけでなく、どうしたらより長く、より深く地域の社会を形成していけるか、自分たちから積極的に関わってようになってくれるかを真剣に考えた一つの回答が、このボランというユニークな仕組みが誕生した背景であった。

出来ることを、出来るだけ、自分たちで

以上、ホッと灘崎ボランティアネットの取り組みを紹介してきたが、その過程で示唆されたのは、地域社会のためにできることをしようとした際に持つべき視点、とくに将来を見据える眼差しの重要性である。なんだ村は開村8年を迎え、ボランティア

の高齢化などの問題も抱えるが、いまだ事業としては健全に営まれている。それを可能にした背景には、目の前の課題に真剣に向き合うだけではなく、社会と地域のためにも、持続的に活動していく仕組みを作ろうと、真剣に考え抜いた経験がある。

実際、ホッと灘崎ボランティアネットではボランという仕組みだけでなく、周囲からも期待されていた情報誌を終刊させ、あるいは福祉有償運送事業も休止させるなど、事業を自分たちの状況や身の丈に合わせて調整することも心がけてきた。このように、地域社会を自分たちの手で守ると決めて、それをどうすれば続けていけるのかを考えてきたことが、ボランというユニークな一つの取り組みを生み出したのではないだろうか。

昨今、地方創生の掛け声のもと、地域社会の活性化が重要な政策課題に浮上している。しかし、行政が声を大きくすればするほど、それとは反対に地域住民の主体性は見えにくくなっていないだろうか。公共サービスの受益者としての声をあげるだけではなく、自分たちのことを、自分たちで考え、自分たちにできることは何か、どうすればそれができるのかという問いを持ち、問いに向き合う姿勢の大切さを、なんだ村の事例は示唆しているように思われる。

八田理事長は、長期的には地域の町内会などを通して、住民自身がなんだ村のような「場」を作り、運営していく形になって欲しいと述べている。そして、そこにボランを活用してもらいたいと考えている。それは昔の地域社会の再建である一方で、今らしい工夫が盛り込まれた新しい地域社会であろう。これからも多くの苦労や、さらなる工夫も求められていくだろうが、地域の今だけでなく、将来をも見据えるホッと灘崎ボランティアネットとなんだ村のこれ

からに期待したい。

注

- 1) 情報誌「ホッとなださき」は発行費用の確保が難しくなったことや、合併から一定時間が経過したことで、2012年に第37号をもって終刊した。
- 2) なお、同事業は運転手の確保の問題などもあり、2015年に休止となった。

くらしと協同をたずねて 01

組合員活動による視覚障害者へのサポート ～おおさかパルコープの「視覚障がい者商品フェア」の取り組み

岩橋 涼 (京都大学大学院農学研究科博士後期課程)

1. はじめに

生協における視覚障害者向けの取り組みとして、まず挙げられるのは、「リーディングサービス」である。これは、共同購入や個人宅配の商品カタログを読み上げて録音したものを、視覚障害のある組合員に配布し、受け取った組合員は、それを聞いて商品の注文をおこなうという仕組みである。

しかし、音声だけを聞いて選ぶのは簡単なことではない。リーディングサービスでは、多くの場合、商品に関する説明も含まれているが、実際の商品カタログには写真がある。商品を理解し、選択する際に、視覚情報の果たす役割は大きい。

おおさかパルコープには、視覚障害者のための商品フェアという取り組みがある。この商品フェアは、視覚障害のある組合員が、実際に食べて、商品に触れて、メーカーと直接話ができるもので、今年で第9回目をむかえた。この商品フェアを中心に、視覚障害者へのサポートをおこなう組合員の活動について紹介する。

2. 「視覚障がい者商品フェア」とは

「視覚障がい者商品フェア」は、おおさかパルコープの組合員で構成される「ボランティアチーム」が主催する行事である。

ボランティアチームについての詳細は後述するが、視覚障害のある組合員へのサポートと交流をおこなうグループとして、1995年から活動をおこなっている。現在は15名で、「声の商品案内」や請求明細書の点訳（点字への変換）と音声として受信できるメールでのお知らせ、「識別リボン」¹⁾、商品フェアや産地訪問といった行事をおこなっている。

第1回目の商品フェアは、2005年6月、雑貨商品のフェアとして開催された。きっかけは、視覚に障害のある組合員が「音で聞くだけではどんな商品かわからないのがいっぱいある」と配送担当者に伝えたことだった。その組合員の声は、支所長へ、そして商品部へと伝えられた。商品部で実際に「声の商品案内」を聞いたところ、確かに説明だけではわからないという認識に至った。たとえば、「なが〜いタワシ」という商品があったが、これはタワシというより、実際にはスポンジのようなもので、そのスポンジ部分を好きな長さに切って使用するものだった。このようなわかりにくさを解消するために何かいい方法はないかということで、商品を直接触ることができるようなフェアをしてみようという話になり、視覚障害者へのサポートをおこなう組合員のボランティアチームに協力の依頼があった。そして、第1回目として雑貨の商品フェアが開催された。参加者の感想では、商品に触れ、メーカーの担当者から直接話を聞け

ることが、大変好評だった。第2回以降は、ボランティアチームが主催で、商品には食品も加わり、今日までおよそ1年に1回（2005年と2015年は開催なし）のペースで開催されてきた。開催時期については、夏、秋、冬と固定されていないが、これはあえてそのようにしている。ボランティアチームのメンバーの話では、固定すると毎回同じ時期の季節商品になってしまうため、様々な商品を知らせるためにもあえて異なる時期に開催しているということだった。なお、どのメーカーが参加するかについては、ボランティアチームからある程度の商品の希望は出すものの、具体的な商品の選定と交渉は事務局として生協の組織部がおこなっている。

10月29日に開催された第9回商品フェアには、出展者として、食品メーカー・生産団体が13、雑貨・化粧品・衣料品が10、そのほか福祉機器メーカー、視覚障害者向けアプリ関連の企業、組合員活動のグループなどが参加した。食品ではすべてのブースで試食・試飲があり、日用品雑貨では各メーカーが実際に手に取って触れるようなかたちで数多くの商品を並べた。

なお、ボランティアチームのメンバーによるブースもあり、メンバーが実際に使用してよかった商品を並べ、商品の特徴や使用方法などを自分たちの経験をふまえて伝えた。

今回の商品フェアは、「かんたん・べんり・おしゃれ」をテーマとして、とくに衣料品では、ボランティアチームのメンバーが、服選びから会場での展示まで自分たちでおこなった。これまでも衣料品の展示・販売はあったが、参加者の好みとずれがあると感じていたことから、今回は、業者の協力を得てこのような方法で取り組むことになった。試着室も用意され、実際に何点

か商品を買ったという来場者の声も多く聞かれた。また、服のコーディネートの手助けをするアプリ開発に携わる企業も参加しており、現在は試験的な利用ということであったが、参加した組合員や衣料品販売業者が熱心に話を聞く姿もみられた。

訪れた視覚障害者は48名で、組合員のガイドボランティア、視覚障害者と同行で訪れたガイド、子ども、ボランティアチーム合わせて、参加者は総勢111名だった。



熱心に商品の説明を聞く参加者と説明をおこなう出展者



ボランティアチームのブース



衣料品の展示・販売コーナー

3. 視覚障害者へのサポートに関する組合員活動

「視覚障がい者商品フェア」は、主催者であるボランティアチームはもちろん、様々な組合員活動によって支えられている。ここでは、それらについて簡単に紹介する。

(1) ボランティアチーム

商品フェアを主催するボランティアチームの活動の原点は、1991年の3生協（しろきた市民生協、みなみ市民生協、かわち市民生協）の合併前にさかのぼる。しろきた市民生協では、1983年から「声の注文書」²⁾として音訳（吹き込み）がおこなわれてきたが、合併後、活動が途絶えかけた。

その時、ある組合員が元しろきた地域で活動を継続させ、エリア全域に利用を呼びかけた。その後、1995年開催のおおさかパルコブ福祉大学に参加した組合員が加わり、5名で音訳をおこなうようになった。「声の注文書」だけでなく、機関誌「パルタイム」の吹き込みも始まり、さらに、1997年に開催された点字講習会の修了者10名を加えて、1998年には15名で「障がい者ボランティアチーム」（のちに「ボランティアチーム」に改称）として、音訳・点訳をおこなう現在のような形となった。メンバーの入れ替わりもありながら、15名で活動を続けている。

ここで「声の商品案内」について簡単に紹介する。かつてはカセットテープであったが、現在はデージー版（DAISY, Digital Accessible Information Systemの略）のCDとなった。カセットテープと異なり、聞きたい箇所やページを見出して検索して聞くことができるが、専用の機器で聞くことになるため、編集作業が必要となる。また、今年から食料品については、商品案内のデータを利用して音声化する自動音声を導入している。「声の商品案内」に関する音声の吹き込みは、火曜の夕方に受け取った商品案内を金曜の10時までに届けなければならないというハードスケジュールだった。自動音声は聞きやすさなど完成度への懸念から当初は導入を見送ったが、改善されたこともあり、今年から導入に踏み切った。今後は雑貨について導入を検討している。ただし、自動音声では不必要な情報が含まれたり、誤読があるため、修正・編集作業をおこなっている。

また、請求明細書の点訳だが、これは引落日・購入金額の点訳から始まり、さらに届いた商品の確認ができたという声から明細書を点字にするようになった。しかし、

実際には視覚に障害があっても点字を読める人ばかりではないということに気が付いた。そして、読み上げ機能を使ってメールのやり取りをする視覚障害者がいることを知り、請求明細書をメールで送る取り組み³⁾が始まった。

こうした取り組みの利用者数は、2016年7月現在、デジ版「声の商品案内」CDが125名、点字請求明細書75名、メール請求明細書40名となっている。

ボランティアチームの代表を務める許斐裕子さんは、1995年の福祉大学受講修了後から「声の注文書」の取り組みに携わってきた。家のことだけでなく、なにか社会に関わることがほしい、少しでも自分の力を外で使ってもらえたらという思いがあり音訳を始めた。その時、声の注文書を途絶えさせてはいけないと考え、精力的に活動していた前述の組合員から大きな刺激を受けたという。しかし、吹き込みの締め切りまで時間に余裕がなく、家族への配慮などから夜中の1時、2時になるなど苦労もあった。かつては間違えた箇所の消去や差し込みができなかったため、最初からやり直しになることもあった。それでも続けてきたのは、やはり活動を引っ張っていたその組合員の存在だった。彼女のアイデアで、機関紙パルタイムの吹き込みでは、BGMを流して季節の挨拶を入れるなどの趣向を凝らした。「それも素敵やなと思っていたから、あきらめようとは思わなかった。楽しかった。」と振り返る。現在、その組合員はボランティアチームを引退しているが、彼女の意思はチームに引き継がれ、率先して行動するメンバーばかりだという。

(2) さざ波

ボランティアチームの活動とあわせて注目されるのが、視覚障害者と晴眼者がとも

に活動をする「さざ波」というグループである。さざ波は、2006年に結成され、視覚障害者6名を含む13名がメンバーとして、視覚障害者の情報収集のあり方をテーマとして活動をおこなっている。具体的には、食品の調理法・アレルゲンのデータを含むQRコードやバーコードの読み取りアプリについて、開発を手掛ける大学の研究者とコンタクトを取って実現化に向けた活動をおこなっており、福祉機器展などに参加して広報活動にも取り組んでいる。バーコード読み取りのアプリは、現在は開発者の事情により新たに利用することはできないが、すでに完成に至った。おおさかパルコープのつるみ店では、バーコードを利用してQRコードのシールを発行できるシステムが導入されている。ただし、視覚障害者は店舗に行かない人も多いため、今後は配送商品でのシステム導入を模索している。なお、さざ波の活動で得られた情報は、ボランティアチームでも共有されている。両方に所属する出原恵美子さんによれば、今回の商品フェアに参加していた長野県の福祉機器メーカーは、さざ波の活動で参加した福祉機器展での出会いがきっかけで、参加が実現した。

(3) ガイドボランティア

視覚障害者をサポートする組合員活動には、登録制のガイドボランティアという仕組みもある。今回の商品フェアでは、最寄り駅から会場への同行、ブースを回る際のサポートをおこなった。毎年、くらしネット福祉という組合員活動の中で、視覚・聴覚障害者へのサポートのためにガイドヘルプ講習会や手話講習会が開催されており、趣旨に賛同する組合員がボランティア登録をするものである。自治体によって異なるが、行政の支援でガイドヘルパーを利用

きる時間は決まっているため、病院などを優先することになり、どうしても商品フェアのような行事は後回しになる。そこで、同じ組合員である登録ガイドがいることで、商品フェアなどの行事にも来られるようにというねらいがある。しかし、現状では100名近くの登録に対して、必ずしも実働が伴っていない。今回のフェアでは、行政のガイドヘルパーと同行で訪れる視覚障害者が多くみられたが、ボランティアチームのメンバーによれば、関心をもってガイドヘルプ講習会に参加する人は、ボランティア登録ではなく実際に仕事としてガイドヘルプをおこなうようになり、登録ガイドボランティアのあり方については悩ましいところがあるという。

4. 視覚障害のある組合員の声

視覚障害のある組合員は、この商品フェアに対してどのような感想を持っているのだろうか。商品フェアに来場した2人の組合員からお話をうかがうことができた。

橋本佐知子さんが生協の組合員となったのは90年代前半で、組合員歴は20年を超える。作業所で働いていたときに、生協の配送が来ていたことから、生協に加入し、商品を家に届けてもらうようになった。当時はカセットテープだったため、最初から聞かねばならず、聞き逃して買い損ねてしまうこともあったという。現在は一人暮らしで、配送の際には、一つ一つ手渡しで説明を受け、商品のなかでもややこしそうなものは先に開けてもらって説明を聞くこともある。食料品では、同じような袋のものは間違えやすいので一度に買わないようにしている。この商品フェアには、すでに何度も参加しており、メーカーに直接聞けるこ

と、そして雑貨商品なら自分で触って、「このことだったんだ」と確かめられるのが良いところだという。電話注文の時に説明はしてくれるが、やはり思っていたことと違うことがある。また、商品名から判断して、これに使えると思って購入したら違う商品だったということや、開け方がわからず強引にやって使う前に壊してしまうこともあった。今回の商品フェアでは、奥まで掃除ができそうな丸い形のトイレ用ブラシや、バターナイフとしても使えるようなスプーンなどがいいなと思ったそうだが、これらは手に取って初めてわかるものだと語った。

堀雅子さんも、組合員歴20年以上で、商品フェアには初めの頃から参加している。家族4人暮らしで、生協は食品を中心に利用し、日用品雑貨はヘルパーや家族と一緒に買うことが多い。ただ、食品はスーパーでも購入しており、ヘルパーと一緒に行くだけでなく、一人でも出かけるという。スーパーでは店員と一緒に店内をまわって買い物をおこなう。生協の宅配とスーパーでの買い物の違いについてうかがったところ、スーパーで店員と店内を回る時にはルートが決まっているため、どんなものがでているか、どんな目新しいものがあるかがわからない。一方、生協の場合は、季節商品など、こんな商品があるというのを声の商品案内で聞くことができ、新しいものやめずらしいものも買えるという。

今回の商品フェアを訪れた目的の一つは、服のコーディネートをサポートするスマートフォンのアプリ⁴⁾であった。このアプリは試験段階だが、事前に自宅に来てもらって持っている服の写真をデータ化しており、このフェアでアプリを入れたという。今回の商品フェアでは、アプリだけでなく、前述の「さざ波」のブースで、 아이폰や

アイパッドに関する情報提供があった。堀さんは、時代の先端をいくようなそうした取り組みがあったことがよかったと感想を語った。



コーディネートアプリを試す参加者と説明をおこなう担当者

5. 商品フェアの今後

ボランティアチームでは、視覚障害＝情報障害だと考えている。視覚障害のある人は、毎回決まった商品、わかるものしか選べず、なかなか新しい商品を買うことができない。メンバーの出原さんは、こんなものがある、あんなものがあるということを知らせて、その中から自分の好きなものを選べるようになってほしいと考えている。

今回の商品フェアで課題としてあがったのは、来場者の対応について、出展者であるメーカーへの説明が不十分だった点である。商品フェアも9回目の開催となり、ボランティアチームとしては、来場者とのやりとりもわかってきていると考えていた。出展者のなかには、前はメーカーの主力商品だったが、今回は手に取って触れるような様々な商品を持ってきたという担当者や、食品メーカーではパックに複数が入っているものは、一つをアルミホイルで包み、

触って大きさがわかるようにするなど工夫しているところもあった。しかし、フェアに来る担当者は入れ替わりがあるため、感想のなかには、初めての参加だったことや、説明の仕方がわからなかったことが書かれていた。また、慣れているガイドは商品の紹介を積極的におこなうが、わからないガイドは、簡単な紹介だけですーっと通り過ぎてしまうことがあった。そこでメーカーの担当者が説明をしてくれたらいいが、そうした連携もとれていなかったという話もあった。今後は、出展が確定した時点で、依頼状を配布するなどの対応が必要ではないかと感じている。

そうした反省点もあるものの、ボランティアチームでは、今回は衣料品について自分たちが選んだ服を並べるなど新しい取り組みに挑戦し、反応も良かったと感じている。次に何をするかまでは決まっていないが、マンネリ化はしないようにこの商品フェアを続けていくこと、商品だけでなく、それ以外にも様々な情報提供をおこなっていきたいと考えている。

6. おわりに

視覚障害者が生協を利用するとき、たとえば「声の商品案内」であっても、音声だけではどんなものかわからない商品があるなど、困難を感じることも少なくない。この商品フェアは、商品に触れ、利用にあたっての疑問をメーカーに直接聞くことができる貴重な場となっている。

また、今回の商品フェアでは、スマートフォンやタブレット端末を利用したアプリが紹介されていた。これらの機器やアプリの利用は、視覚障害者の生活に変化をもたらす可能性を持つ。視覚障害者にとって、

スマートフォンの利用は簡単ではないが、コーディネートをサポートするアプリのほか、たとえば印刷物を読み取るアプリを利用すれば、他人の助けを借りることなく情報を得ることができる。新しい機器やアプリの利用など、商品に留まらない情報提供をおこなうことも、この商品フェアの大きな特徴である。こうした取り組みを支えてきたのは、新しいことにも積極的に挑戦する組合員の熱意である。

最後に、商品に関するアプリ開発やシステムの導入については、生協を含め、メーカーや企業の協力があって初めて実現するものである。ボランティアチームのメンバーが語ったことだが、コストの問題があっても、それらが視覚障害者に特化したものではないという視点をもつことが重要だろう。たとえば、視覚に障害がなくても、高齢になれば小さい字は見えにくくなる。すなわち、ユニバーサルデザインの観点から、商品の販売、購入、利用のあり方を考えることが、今後の社会において求められるのではないだろうか。





本稿の執筆にあたっては、おおさかパルコープのボランティアチームをはじめ、商品フェアに参加された皆様にご協力いただきました。心より感謝申し上げます。

注

- 1) 視覚障害者が、服や靴下などの色柄を識別したり、自分と他人の持ち物を区別するのに使うもの。特殊ビーズを点字に見立てて、アイロンで一つずつ貼り付けて作られる。
- 2) 現在は「声の商品案内」と呼ばれているが、2008年までは「声の注文書」という名称だった。
- 3) メール請求明細書は、静岡大学で開発されたシステムを利用するものである。
- 4) 株式会社コネクトドットが開発中のアプリ。このアプリは、スマートフォンを利用して、自身の所持する衣類の情報をアプリに登録し（この際、ICタグをつけて衣類の識別を可能にする）、デジタルクローゼットとして、管理できるようにするもの。音声での再生ができ、アプリの入っ

たスマートフォンをICタグにタッチすれば、衣服の特徴がわかるようになっている。

おおさかパルコープの「QRシール」とは

「バーコード」から「QRシール」へ

「バーコード」を専用機器で読み取り、読み取った内容に独自の情報を加味して「QRコード」に変換し、シールとして発行することで、より便利なツールになります。「おおさかパルコープ つるみ店」では、購入された商品の「バーコード」を読み取って、「QRシール」を発行するサービスを実施しています。

おおさかパルコープ「QRシール」の特長

- ① シールなので、読み取る場所が勝手にわかります！
- ② らくらくホンやスマートフォンなどで読み取れば、音声にできます！
- ③ 購入日と日持ち情報から、賞味期限の目安がわかります！
- ④ 冷凍食品・インスタント種など、約1000アイテムの調理法をお知らせします！
- ⑤ 生鮮食料品・お惣菜を含め、店内すべての商品に対応しています！
- ⑥ インターネットに接続しなくても、情報を知ることができます！

「生活協同組合 おおさかパルコープ」は

「QRシール」のアイデアと発行機すべての技術を「目が見えなくても中身が分かる」世の中づくりにご協力くださる各POSメーカーはもちろん競合チェーンストアにも無償で開放いたします。

<参考>
 おおさかパルコープつるみ店の「QRシール」について（おおさかパルコープ提供資料より）

くらしと協同をたずねて 02

「全国“おたがいさま”交流集会in神在月しまね」を訪ねて

石井友梨・坂口恵里子・西藤千晶・児玉伊津季・(監修：青木美紗)
 (奈良女子大学生生活環境学部生活文化学科)

2002年に有償たすけあいシステム「おたがいさまいずも」が生協しまねに誕生してから約14年が経過し、現在「おたがいさま」は全国に10県20団体にまで広がりを見せている。地域や家族のつながりが希薄化し、ちょっと手伝って欲しいけど気軽に頼める人がいないという悩みを抱えている人が増えている現状があり、それに対応するものとして生協組合員が中心となって非組合員も巻き込んだ「おたがいさま」を展開しているのである。

このように「おたがいさま」が全国的に拡大するなか、2015年11月7日にくらしと協同の研究所にて「おたがいさま4生協交流会」が開催された。この流れを受けて、2016年11月11日～12日に、「全国“おたがいさま”交流集会in神在月しまね」が開催された。全国から20の「おたがいさま」が結集し、成果や課題について意見交換がなされた。交流会の内容としては、1日目に学識者による講演と各「おたがいさま」の

紹介、2日目に「おたがいさま」活動に関するグループワークが実施された。

本稿では、この交流集会に参加した奈良女子大学3回生の学生4名に、若年層に「おたがいさま」がどのように写ったのかをご紹介させていただきたい。若い世代の視点もご参考にしていただければ幸いである。

「想い」で動く有償ボランティア

私はこの交流集会に参加するまで、ボランティアとは無償で行うものであるからこそ、人々の想いが価値を生み出すものだと思っていた。したがって、「有償ボランティア」という言葉が新鮮であり、どのような点で仕事と異なるのか疑問を感じた。

無償で行われることが多いボランティアであるが、交流集会では有償で行うことの利点を大きく二つ述べていた。一つ目は、利用者が負い目を感じることなく継続的に利用できることである。無償であれば言いづらい些細な困りごと、有償にすることによって利用者は気軽に「困っている」と声を出すことができるという。二つ目は、応援者やコーディネーターとして活躍する女性が家を出て活動しやすくなるという点である。ボランティア活動が無償である場合、継続して活動することは家族や周りの人の理解が得られにくいかもしれないが、有償にすることで女性の活動範囲が広がる



浜岡政好先生による基調講演

と考えられている。このように、利用側と応援側の双方にとって有償であることのメリットがあることがわかる。

この有償というボランティアを応援側はどのようにとらえているのだろうか。交流会集ではコーディネーターとして活躍されている方々に多くの話を聞くことができた。その中でコーディネーターの活動内容は驚くほど大変なものであるように思えたが、多くの人は「これはボランティアであって仕事とは違う」と口を揃えて言っていた。有償であることや活動内容を考えるとボランティアではなく仕事として捉えてもいいのではないかと感じたが、あくまでもボランティア活動であり、報酬を当てにして活動しているのではなく、「助けたい」という想いだけで動いているように見えた。

このように、「おたがいさま」は人の想いで動く点はボランティアであるが、有償にすることで多くの人に関わりやすくなり継続的な活動になることがうかがえた。この価値に共感できる人を増やしていくことが「おたがいさま」の発展には必要であると考えられる。(石井友梨)



各「おたがいさま」の事例報告

有償ボランティアの 意義と課題

これまで「ボランティア」といわれると、「無償でサービスを提供し、誰もが平等に利用することができるもの」というイメージが強く、特に「無償であるからこそ意味がある」と思い込んでいた。そのため「有償」という形式をとると、「利用者が限られてしまうのではないか」「お金をもらう行為をボランティアと位置付けてよいのか」など、疑問に思うことがいくつかあった。しかし交流会に参加し、実際に活動している「おたがいさま」の話を聞くうちに、有償であることでさまざまな配慮ができることがわかった。

例えば「利用者」が「応援者」に依頼する立場に立つため、無償であれば利用者が申し訳なく思うようになり、継続して利用しづらくなるケースがあるという。「おたがいさま」はあえて「有償」という形態をとることで、「利用者」の心の負担を軽減し、両者をフラットな立場におくことで、利用しやすい工夫がなされていた。

しかし一方で、利用者から「料金と仕事の質が釣り合っていない」という声や、応援者から「もっと報酬を上げてほしい」という声があるなど、「有償である」という事から引き起こされる課題も存在することがうかがえた。有償ではあるものの、仕事ではなくあくまで「ボランティア」というスタンスを維持することの難しさが顕著に表れているように感じた。多くの人が持っているであろう「ボランティア」＝無償である、という固定概念をなくしていくことが第一歩として必要なのではないだろうか。このような課題はあるものの、「有償」であるからこそできる配慮があるということ

は私にとって新しい気づきであった。有償ボランティアとしての活動が広く受け入れられるようになれば、「ボランティア」として活動できる幅が広がり、より多くのサービスが提供できるようになると思う。

(坂口恵里子)



グループワークの様子

「思い」は「重い」

交流集会第二部では、各おたがいさまの方々と10人ぐらいずつに分かれて、「私とおたがいさまを語る」というテーマに沿ってグループワークが行われた。その中で最も印象深かったものが、ある応援者さんから発せられた「思いは重い」という言葉である。

その応援者の話によると、利用者である一人の年配女性のもとに掃除を主とする応援に行くことになり、何度も通うにつれて、その年配女性は応援者のことをとても気に入り、応援活動後に自分の洋服をプレゼントするようになったそうだ。年配女性からのプレゼントは何度も続き、応援者は年配女性の「思い」は嬉しかったが、そのプレゼントを素直に受け取っていいものなのか悩んだという。受け取ってしまえば、年配

女性の着る服がなくなってしまう。しかしながら、受け取らなければ年配女性の「思い」を踏みにじり、傷つけてしまいそうで簡単には断れなかったそうである。結局、応援者は年配女性の家族に連絡を取り、受け取るふりをしてこっそりと年配女性の家のタンスの奥にしまっていたそうだ。

有償ボランティアという「おたがいさま」の活動がうまく機能するためには、利用者にとっても応援者にとっても負担にならない、ということが求められるように思う。利用者が応援者にとって喜ばしいことだと思って行動したとしても、残念なことに、応援者にとってはお節介な行動であったということがあるようで、利用者と応援者が逆の場合もあるだろう。

せっかく応援したいと思っても、伝えたいことを伝えることができず、利用者との「思い」がすれ違い、その「思い」が「重い」ものとして相手に受け取られてしまうことはとても悲しいことである。「おたがいさま」は、そのとき限りの付き合いかもしれないし、継続して行われる長期的な付き合いになるかもしれない。しかし、どちらにしても利用者と応援者がプラスの感情をもってお互いを「想い」、その応援活動を終わられるよう、伝えるににくいことを伝えることができる関係づくりを心掛け、お互いが楽しく取り組めることが一番大切なことであるように感じた。(西藤千晶)

「おたがいさま」の「想いの力」

私が普段利用する生協は大学生協のみである。そのため地域生協の活動である「おたがいさま」のことは、今まで利用することはもちろん、存在も知らなかった。しかし今回交流集会に参加することによって、

「おたがいさま」のはじまり、活動内容、今後の期待など、社会的背景から実践例に至るまで多くの話を聞くことができた。その中で、全国の「おたがいさま」が地域とつながることや地域の人をつなげることに対して強い「想い」があり、それが大きな力になっているということを強く感じた。交流会において、講演でもワークショップでも参加者は皆、胸を張って自身の地域の「おたがいさま」を紹介していた。あまりにも多くの参加者が、地域とつながることの喜びを語っていたため、「裏では苦しんでいることや、おたがいさまの欠点などもあるのではないか」と疑問をもった。そこで、参加者の方に「何か大変なことはないのか」と尋ねてみた。すると、「大変なこともあるが、利用者の方が『ありがとう』と言ってくれることの喜びの方が大きい」「地域の人とつながることが楽しい」という答えが返ってきたのである。このような言葉から、彼・彼女たちは活動を心から楽しみ、やりがいを感じているということが伝わってきた。他にも、「おたがいさま」を通じて何でも話し合える人に出会えたという方もいた。活動を行うことによって、普通なら出会うことのない幅広い世代の人や地域の人とつながることができるという。このことも、彼女たちがおたがいさまを誇らしげに語る理由であるだろう。

「おたがいさまが人を元気にするのか、それともおたがいさまに集まる人が元気な人なのか」と交流集会の中で問いかけられていた。このような問いが示しているように、「おたがいさま」の人たちはパワーで溢れていた。少子高齢化などによって地域の活力が薄まりつつある現在、彼・彼女たちの「想いの力」を若い世代が引き継いでいくことが大切であり、また、そうすることにより、地域に活力が蘇り生き生きとし

た暮らしを生み出すことができるのではないだろうか。(児玉伊津季)



学びの多い2日間でした！

書評 01

佐藤順子 編

『マイクロクレジットは金融格差を
是正できるのか』ミネルヴァ書房/2016年2月刊/284ページ/6000円+税
ISBN 978-4-6230-7449-5評者：國本 英樹
北海道大学大学院農学院修士

○本書への関心と意義

貧困は、人間が人間としての尊厳を持って生きていく上での大きな問題である。それは今日、途上国だけでなく先進国においても深刻な問題となっている。日本も例外ではなく、子どもの貧困や非正規雇用、生活保護を巡っては様々な議論がある。しかも、それら諸問題は単体で存在するのではなく、各要素が複雑に絡み合っていることも解決を難しくしている。特にサブプライムローン問題に端を発する金融危機で起こった雇い止めといった現象は、現代日本において一度貧困に陥ったらそこから抜け出せない「すべり台社会」の様相を国民に強く印象付けた。

こうした貧困の裏にあるのは金融格差である。低所得者層は通常の融資を受けることが難しく、高金利の融資を余儀なくされる。金融へのアクセスが限られることによって、低所得者層はより一層貧困から抜け出せなくなるというスパイラルに陥る。これが「すべり台社会」と言われる構造をつくり出している。

本書は、こうした金融格差を是正するための取組みとして、マイクロクレジット（小口融資）による貸付活動に注目している。マイクロクレジットに関しては途上国における研究が注目されがちだが、だからと言って先進国に不必要であるというわけではない。本書の研究対象は専ら先進資本主義国であり、実際に貸付制度が各国で導入されてきた歴史的経緯を実証的に明らかにしている点で本書は新しい視座を与える。

そして、海外事例から日本の実情を客観視する材料を与えるとともに、先進国の貧困に対しても誠実に向き合う必要があり、マイクロクレジットがその一助になり得ることを教えてくれるという点で大変意義深いものである。

○本書の構成および概要

序章では、本書における課題と展開について述べた上で海外の事例から得られる示唆を挙げている。それは、①政府による財政的バックアップ、②実務段階での円滑な融資の実行と継続支援が組み合わせることで初めてマイクロクレジットが機能すると強調している。また、日本におけるマイクロクレジットの普及を考える上では、海外事例との歴史、社会、文化、宗教的背景の違いを考慮する必要があるとしている。

第1章では、日本におけるマイクロクレジットのルーツを江戸時代にまで遡り考察している。また、明治政府成立から今日に至るまでの貧困者向け貸付制度を、制度の性格、都市と農村での普及の差異、当時の社会的背景を踏まえながら連続性をもって叙述されている。

第2章では、特に近時の日本の生活困窮者向け貸付制度として、1990年に名称を変更して今日まで行われている「生活福祉資金貸付事業」を取り上げて、事業の変化と問題点を考察している。その上で、貸付事業の利用者が自立した生活を送れるようになることに重きを置いた制度のあり方に言及している。

第3章では、日本において協同組合が行う貸付事業を4つの事例を交えて紹介し、一般消費者金融や政府の貸付事業との性格の違いを解明している。そうした違いの中で、信用生協（消費者信用生活協同組合）に代表される協同組合の貸付が果たしている役割を強調している。

以降は、海外におけるマイクロクレジットの事例である。第4章では、アメリカで金融排除が起こる要因を社会的文化的に考察し、それに対する政府の対応を述べている。また、具体的なマイクロクレジットの活動として、非営利の協同組合と貸付基金の2つの機関を取り上げ、低所得者や零細企業に対して果たしている融資の役割と課題を考察している。

第5章は、イギリスについてである。筆者は、アメリカにおけるマイクロクレジット機関の組織形態との違いを考慮しながら、イギリスの政権交代による政策変動がマイクロクレジット機関に及ぼした影響に言及する。

第6章は、マイクロファイナンス先進国と評されるフランスについてである。筆者は、フランスのマイクロクレジットが困難な状況にある人向けの貸付であるにもかかわらず貸倒率が相対的に低くなっている点に注目し、その活動方式から日本の生活困窮者が自立に向かうためのポイントを提示している。

第7章では、フランスの協同組合銀行「クレディ・アゴリカル」の事例を中心に、協同組合の相互扶助精神を土台として地域の貧困問題に対処することの効果と社会的な役割を検討している。前章までの事例では、マイクロクレジット機関と生活困窮者という構図であったが、本章では新たに「地域」という概念が加わり、生活困窮から抜け出す上での人と人との繋がりと社会的関係性の大切さを解き明かしている。

さらに本書では、第2・4・5章の章末に補論としてフランス・アメリカ・イギリスのマイクロクレジットの動向を補足している。

○本書から得られた示唆

本書からは、次の二点が今後のマイクロクレジットにとって重要であると考えている。

一つは、海外先進国の豊富な事例から日本が学ぶべき点が多いということである。その一例を示すと、アメリカは地域再投資法の整備とその後の規制強化によってマイクロクレジット機関が育成される土壌をつくったと記述されている。しかし、日本においては貸付制度の拡張という応急処置的対処によって補われてきており、生活困窮者に寄り添う機関そのものの育成を政府が導いていくことができなかったと言える。これは、今後の行政の貸付事業におけるあり方そのものを考え直す必要があることを迫る問題提起となっている。

もう一つは、協同組合による貸付事業への関与が金融格差の解消に大きな役割を果たしているという点である。本書に出てくる日本の信用生協、フランスの協同組合銀行というように、マイクロクレジットの普及に協同組合の存在が大きく関わっている。これは協同組合論的視点からも意義深いものと言えるだろう。

根底にあるのは協同組合の理念でもある「相互扶助」であり、貸付に終始するのではなくその後の丹念なアフターケアがセットになっている。まさに、貧困を解決するのは金だけではなく最後には人であるところに協同組合の強さを感じさせる内容となっていた。

冒頭で評者は、貧困問題における金融格差とそれに対処する手立てとしてのマイクロクレジットについて言及した。しかし、本書では金融格差という問題、及びマイクロクレジット機関に大きな焦点が当てられている。したがってより一層マイクロクレジットの普及とその意義を探究するためには、現代の貧困問題との関係でマイクロクレジットをとらえる必要があるのではないかと感じる。だが、それを差し引いても本書が与える視座には意義深いものがあり、現代日本に一石を投じる本としてお薦めしたい。

季刊号



2016 秋号 (第 18 号)
2016.09.25 発行

特集
事業における「協同」の多様性に学ぶ
争論
協同組合が地域「経済」に果たす役割の再検討



2016 夏号 (第 17 号)
2016.06.25 発行

特集
大学生協の変遷と新たな可能性
争論
事業連合化における独自性を問う



2016 春号 (第 16 号)
2016.03.25 発行

特集
地域の拠点としての生協店舗
争論
地域とくらしを支える「店」とは？



2015 冬号 (第 15 号)
2015.12.25 発行

特集
いま一度考えるごみ問題
争論
さらなるごみの減量化にむけて



2015 秋号 (第 14 号)
2015.09.25 発行

特集
“CO-OP”と「商品」の現在地
争論
くらしに寄り添うのか？くらし方を示すのか？



2015 夏号 (第 13 号)
2015.06.25 発行

特集
70 年前から協同へのメッセージ
争論
「生活」が先か、「平和」が先か

増刊号



2016 年 9 月増刊号
2016.09.25 発行
第 24 回総会記念シンポジウム特集
地域再生と協同
～協同組合に何を期待するか



2015 年 9 月増刊号
2015.09.25 発行
第 23 回総会記念シンポジウム特集
超高齢社会における暮らしとまちづくりへの多様な接近
「地域包括ケア」と生活協同組合

編集後記

紅葉も終わり今年も年の瀬。この一年もくらしと協同の研究所を通じて多くの出会いと学びの機会をいただきました。来年も引き続き『くらしと協同』を盛り上げるとともに、協同組合に関心がある 20 代、30 代の研究者を中心に交流を深め、研究所でいただいている機会を共有し情報を発信していければと考えています。来年もどうぞよろしくお祈りします！（紗）

季刊 くらしと協同 2016 冬号 (第 19 号) 2016 年 12 月 25 日 発行

編集企画 | 『くらしと協同』編集委員会 電話 | 075-256-3335
 編集長 | 杉本貴志 F A X | 075-211-5037
 発行所 | くらしと協同の研究所 E-mail | kki@ma1.seikyone.jp
 理事長 | 的場信樹 U R L | http://kurashitokyodo.jp
 住所 | 京都市中京区烏丸通二条上る蒔絵町 258 コープ御所南ビル 4F (〒604-0857)

