

## 令和3年度後期アーバンデザインスクール第2回実績報告書

### 1. 開催日時

令和3年12月1日（水）18時30分～20時00分

参加人数: UDCBK での視聴: 2名、オンライン: 13名=計15名

※オンライン会議システムとUDCBKのオープンスペースでの視聴を併用

### 2. テーマ

「ソーシャルビジネスとしての子育て支援」

- 子育てから未来に向けたまちづくりを思い描いた時、どのようなことを考えていく必要があるか。各分野の専門家の多角的な視点から、まちづくりと子育てについて全5回シリーズで展望する「子育てからまちづくりを考える」の第2回目である。
- 第2回目の本スクールでは、子育てひろばや子育てタクシーの運営など、地域密着型のビジネス活動を通して社会的課題を解決する子育て支援について、中橋恵美子氏に話題提供いただきながら、及川清昭氏（UDCBKセンター長、立命館大学工学部特命教授）のコーディネートのもと展望していく。
- なお、今回は、スクールが始まる前に、中橋氏の方からオンライン上で参加者の方にお声掛けいただき、交流をする場が設けられた。

### 3. 話題提供者

- 中橋 恵美子 氏  
認定NPO法人わははネット 理事長



#### 4. 話題の概要

中橋氏による講演

##### ア. 自己紹介

- 1998年に地元香川で育児サークルわはは(輪母)ネットを立ち上げる。2002年にNPO法人化し、2020年には認定NPO法人となった。現在、高松市や坂出市を拠点にして香川県全域で子育て支援の展開をしている。
- 法人のクレド(理念)は、以下の三つである。「I. すべての母親が子育てをしている自分を好きになれる社会を目指します」、「II. すべての子どもが愛され、生まれてきてよかったと思える社会を目指します」、「III. すべての人が子育てに関心を持てる社会を目指し子ども、家族、地域、企業、行政等との連携を推進します」。接することができない人達にも何とか手が届くような活動していきたいという思いを「すべて」という言葉に込めている。
- 主な活動としては、子育て情報誌の発行等の情報発信や県内4か所での地域支援拠点の運営による居場所づくり、子育てタクシーの支援など企業とのコラボレーションによる子育て支援事業等である。
- そのほかに、NPO法人子育てひろば全国連絡協議会の理事やかがわ子育てひろば連絡協議会の代表を務めている。

##### イ. わははネットの第1フェーズ(創業期・1998年～2003年)

- 自分自身の最初の子供が1999年に生まれたが、1998年に創業したわははネットの活動と並行して子育てを行っているような状況だった。
- そのままの創業事業は、子育て情報誌の発行であった。その当時、情報誌と言えば、東京で発行される内容で、地元に着した情報が全くなかった。そこで、子育ての当事者として、子育ての不安・負担感を「自分事」から「社会の課題」として捉え、自分たちが欲しいサービスを立ち上げることにした。言葉にするなら、「発想力・行動力・当事者性でシャカイを変える」、「子育て支援のゼロから1を生み出す」ということである。
- 仲間とお金を出し合い、1999年11月に香川初の地域密着型子育て情報誌『おやこ DE わはは』を創刊した。創刊当初は年1回の発行で650円の分厚い本だった(現在は隔月発行のフリーペーパー)。インターネットもそれほど普及していない時代、情報を求める親たちのニーズに合ったものとなり当初の3,000部が売り切れ、合計5,000部を発行した。
- その後、もっと子育ての情報交換ができる場所や親子の居場所が必要になるのではないかという思いを持ち、2003年3月に「わはは・ひろば」の第1号を坂出市にオープンした。これは、県内初の商店街空き店舗を活用した親子の居場所づくりの事例となった。なお、2年目以降は市からの委託となり、交付金が付与され事業としても

安定して回せるようになった。その後、2004年9月に高松に「ひろば」をオープンし、現在県内4か所となっている。

- 2003年12月には、携帯電話への子育て情報の配信サービスとして、「わははメール」を開始した。情報誌は年1回だが、こちらのサービスでは週に1回情報が届くということで、一気に4,000人の登録者となった。
- この事業では、登録者の細かな情報が把握できているので、企業にとってはピンポイントで広告が提供できる利点がある。行政から補助金をもらうのではなく、ソーシャルビジネスのスキームとして成り立っている。
- その後、経済産業省のモデル事業として、沖縄・神奈川・静岡・福岡・京都の地元の子育てNPOでも同じメールシステムを使って情報提供できる仕組みを構築した。
- 現在は、このサービスから派生したかたちで地域密着型の情報システムを作っている団体であるNPO法人マミーズ・サミット全国ネットの理事を務めている。

#### ウ. わははネットの第2フェーズ（成長期・2004年～2018年）

- このフェーズは「専門性・多様な視点・連携でシャカイを変える」、「経験をもとに必要とされる新たな事業を生み出す」ということを念頭に、新たな事業を始めた時期である。
- 今でこそ、子育て支援は政策の中心であるが、創業間もない頃はそのような空気感はほとんどなく、自らも何の資格もないので不安だった。しかし、色々な事業をすることで、専門性や実績ができあがっていき、自信を持って次の展開を見据えることができるようになった。
- 一つ目の事業が、「子育てタクシー」である。これは子育てをしたお母さん達から出産などに際してタクシーが利用しづらいという経験談を聞き、2004年に発案したものである。
- この事業ではお母さん達が安心してタクシーを利用できるように、地元のタクシー会社と連携して子育てタクシードライバー養成の仕組みをつくった。2006年には、全国子育てタクシー協会を設立し、タクシー会社に養成講座の仕組みを提供している。協会では、加盟企業に会費や受講料を納めてもらい、ビジネススキームを回している。なお、現在、一般社団法人全国子育てタクシー協会の理事を務めている。
- これから、SDGs、環境問題が益々重要になる中、自動車はシェアしていくようになってくると思われる。そうすると、タクシーの需要というものは増えていく可能性がある。その中でも、子育てタクシーに対して人々は、誰にもやさしい、安心して任せられるというイメージを持ちやすく、新しい顧客開拓にもつながっていくのではないかと考える。
- もう一つの連携・コラボレーションはまちの美容院・サロンとのもので、「子育て美容-eki事業」である。全国初の取組で、行政から補助を受けて行っている。

- これは、お店や美容師さんが子育て情報の提供を行うというもので、香川県内に 2,000 店以上ある美容院・サロンの内、400 店舗で認定し実施している。
- 子育てしているお母さんたちがコンスタントに訪れ、情報との接点を持てる場所ということで、美容院・サロンに着目し、事業を始めた。「美容液」のように良い効果があるもの、また情報のステーション「駅」=“eki”という意味を掛け合わせている。
- お店の人達に子育てに関する研修を受けてもらい、認定ステッカーを配布して、お店に付けてもらう仕組みである。
- ほかに行政に働きかけることで、実現してきた様々な子育て支援事業がある（「かがわこどもの駅」や「子育てハンドブック」、「たかまつひとり親家庭サポートブック」など）。

#### エ. 10 年後を見据えた次のフェーズへ（2019 年～2030 年）

- 2017 年の法人設立 15 周年の時に、「もう一步、前へ」というキャッチコピーを掲げ、改めて「生んで良かった!と思える社会の実現」に向けて、日々何ができるかスタッフ皆で考えるようになった。
- そのような中、具体的な新しい動きとして、2022 年 4 月に開館予定の讃岐おもちゃ博物館がある。
- これは、東京の四谷にあるおもちゃ博物館の素晴らしいコンセプト（親子で遊べる、交流・体験できる、木育など）を活用し、地域に根差した姉妹美術館をつくらうということで始めた。沖縄や秋田など全国に何か所かあるが、香川では NPO が運営するということが特徴である。
- そもそも始めようとしたきっかけは、全国学力学習状況調査の結果に衝撃を受けたことである。この調査では、教科科目以外にも生徒に質問を行っているが、「自分にはよいところがある」や「将来の夢や目標を持っている」という自己肯定感に関する項目について、平成 29 年から令和元年までの 3 年間、香川県の小学校の部・中学校の部とも全国最下位となっていた。
- これまで、子育て支援に関する色々な取組を行って、それなりの評価もいただいていたけれども、この結果を受けて、一体これはどういうことなのかと打ちのめされた気分になった。
- 自己肯定感が低い理由を特定はできないけれど、県外に働きに出て行った人達が香川県出身ということにあまり自信を持っていない現状があることに気付かされた。そして、自分の故郷、ルーツを肯定できないことなど自己肯定感以前の問題ではないかと感じ、まずは香川県の素晴らしさを伝えることが何より大切なのではないかと思いついた。
- その方法を考えていた当時、今ではまちづくりの事例として有名な高松市の丸亀町商店街の再生が成功した時期と重なっていた。ただ、商店街自体が少しおしゃれをし

ていくような雰囲気、また近くの高級マンションには高齢者層・シニア層が居住するようになっていくという状況であり、子育て世代や若い世代のための居場所があまりないという課題を抱えていた。

- そのような中、東京のおもちゃ美術館のようなものを商店街にもつくれたら良いのになあということをおもちゃ美術館の方に話したところ、再開発ビルの1階のスペースを特別価格で貸してもらえようになった。
- しかし、実際運営するとなると、毎月の家賃など運営費だけで年間数千万円ほどがかかるようになる。また、開館までに改装工事なども行わなければならない、総額では1億円以上の事業費が必要になった。
- 商店街からサポートもあるが、ビジネスとして運営する以上、入館料や企業との連携で何とか黒字にしていく必要がある。そのため試算を繰り返す中で、5万人の入場があればやっていけるだろうという結論にたどり着いた。
- これまで子育て支援を行ってきたので、美術館ではそういったノウハウも生かし、子どもと高齢者の触れ合いやお父さん向けのプログラムなど色々なことができるのではないかと考えている。
- 事業費を捻出するために、クラウドファンディングを実施した。最初目標金額500万円だったが、一週間足らずで達成でき、最終的には、1,300万円ほどまで集めることができた。ほかにも個人や企業からの直接寄付も同等額以上が集まり、想定外の金額を達成することができた。
- 自分自身が1998年に創業した時は、クラウドファンディングという制度はなかったが、今ソーシャルビジネスを志す人にとっては大変有効になると感じる。また、資金を集める以外にも、おもちゃ博物館という事業を宣伝する上でも役に立った。
- オープンするおもちゃ博物館は、小豆島で作られた木桶を使った作業場をしつらえたり、香川県の伝統工芸である張り子の虎をエントランスに並べたり、特産であるオリーブの木をつかったおもちゃを用意したりする予定である。
- また、おもちゃのストーリーを伝えてくれるボランティアのおもちゃ学芸員さんの育成も行っており、現在150名ほどに上る。学芸員さんが子どもと一緒に遊んだり、交流したりすることで、子ども達が歴史や背景を学び、ふるさとのことを知るきっかけになると思う。

## 5. 質疑応答

(1) Q: 草津市で地域情報誌を作っているが、わははネットでも当初の事業からステップアップした時や何か大きな変化があった時があったと思うが、そのことを教えてほしい。

A: わははネットでは、お母さんたちが困っている事業を一つ一つ事業化してきた。事業として情報誌一つだけでは少しビジネスとして弱いかもしれない。情報誌という紙媒体を持っているので行政との連携ができていますが、他の事業と複合的にやっている部分があり、その意味で、情報誌も広告の一つ、あるいはブランディングの一つというところがある。情報誌も当初は年 1 回 650 円で販売していたものが今は、広告を掲載するフリーペーパーになっており、柔軟に変化してきた。ほかにも例えば、配布先では保育園や幼稚園と交渉して保護者に確実に渡るように工夫するなど、広告主に喜んでもらえる工夫もしている。

(2) Q: 長年、活動を続けていられるコツは何か。

A: 事業化したことが最も大きい。スタッフがボランティアのままだと、ここまで続かなかったと思う。しっかりと有償で、給与や賞与を支給して、仕事の内容も評価するといった企業が行っている仕組みを取り入れられたことが長く続けられたコツだと思う。また、子育て系の事業では、皆さん優しいためか、値付けを必要以上に安くしてしまう部分がある。しっかりしたものを提供し、正当な対価をもらうということも大切である。

(3) Q: 草津市国際交流協会(KIFA)の活動に関わっているが、香川県では外国にルーツを持つ親子のサポートなどはどのようになっているか。

A: 香川県でも行政のパンフレットを翻訳したものなどを発行しているが、十分な支援ができているという状況ではないと考えられる。滋賀県もそうだと思うが、香川県内では、子育ての支援センターがここ 2, 3 年で整備されつつある。そういった支援の窓口において、外国にルーツのある家庭もワンストップで対応していくことになっていくと思う。ただし、外国にルーツを持つ方に限らず、障害を持っておられる方やひとり親の家庭というのはマイノリティに当たり、ビジネスという意味では対象にはなりにくい。どちらかと言えば福祉の問題になってくる。また当事者の受益者負担が難しいので、行政から事業を受託するという形態にならざるを得ないと思う。その意味で、行政の側に対して、こういった部分に問題があるか、何が必要とされているかということをどんどんとアピールしていく必要がある。

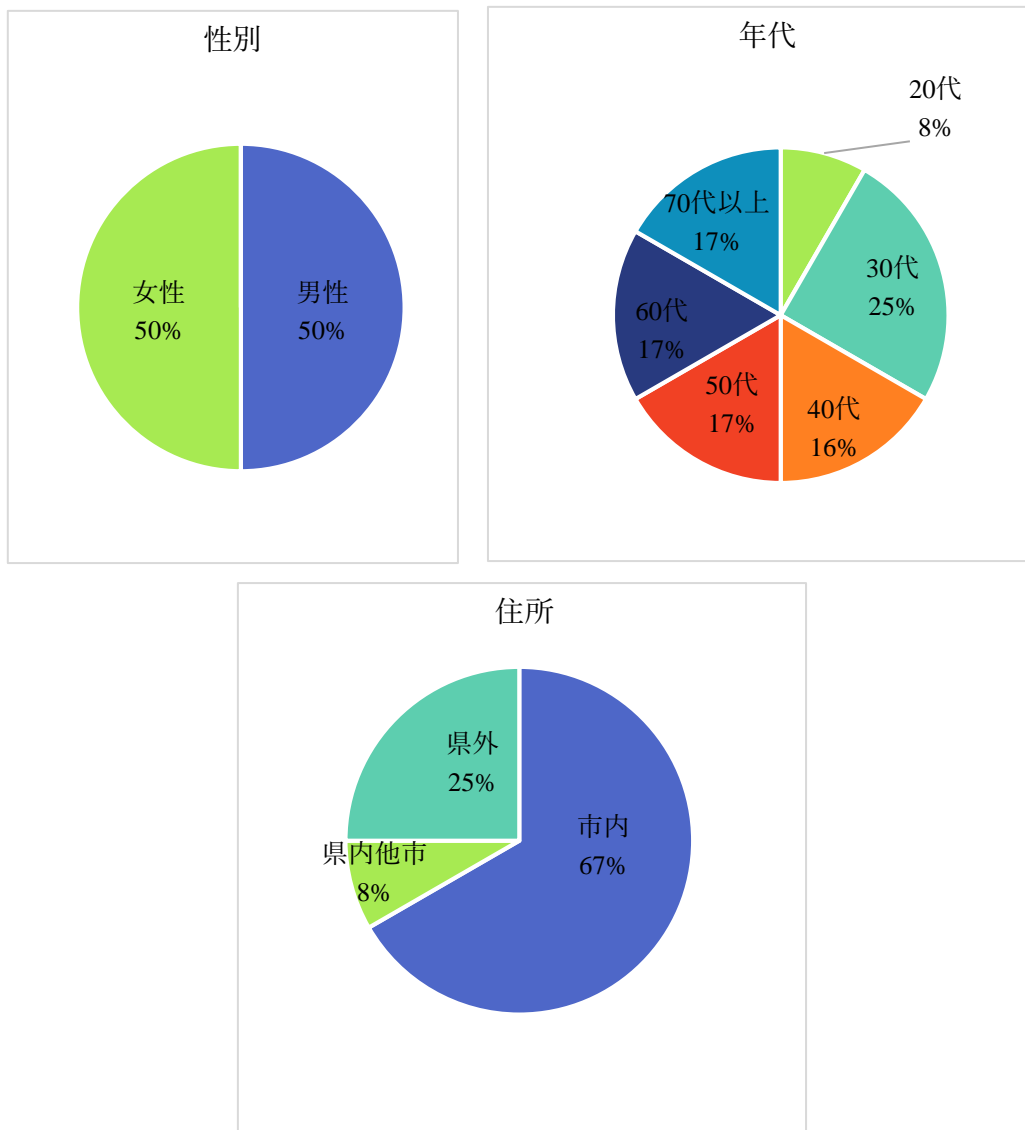
## 6. まとめ

- 当事者として感じた困りごとを広く社会における課題として捉え、発想力や行動力そして培ってきた経験・専門性を生かして、社会性と事業性を両立させながら課題解決に当たっていくソーシャルビジネスは、まちづくりを進める上でも大きな力になり得る。
- ソーシャルビジネスを通して子育て世代にとって優しいまちをつくっていくことは、全ての人にとって優しいまちづくりを行うことにつながる。
- 事業は人と人との出会いから生まれていくものであり、ソーシャルビジネスでは様々な主体がつながっていくことが重要となるが、UDCBK を介して新しい連携のかたちが生まれるきっかけづくりについて考えていきたい。

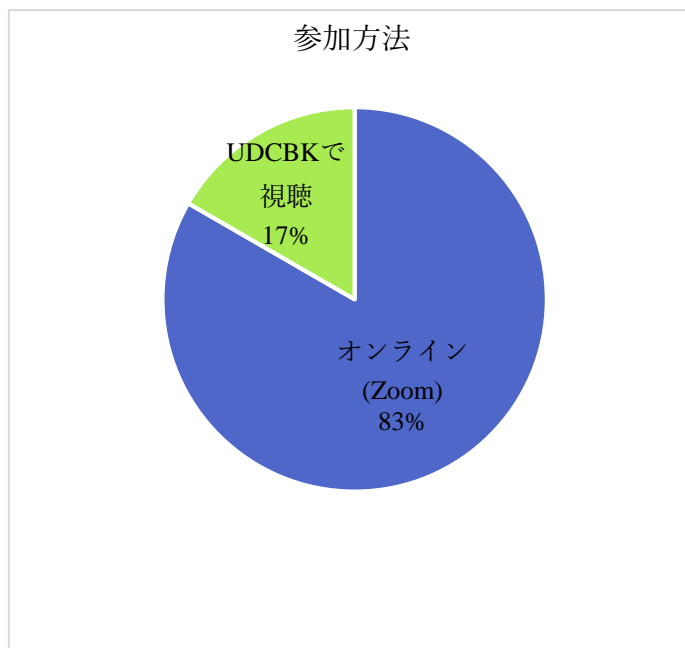
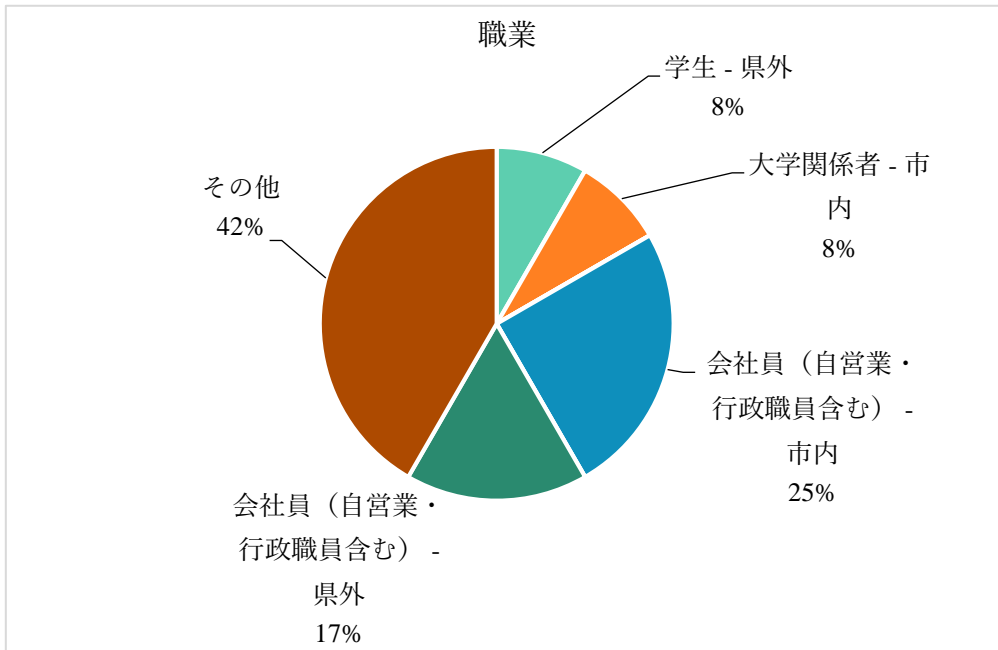
## 7. アンケートまとめ

### (1) 参加者属性

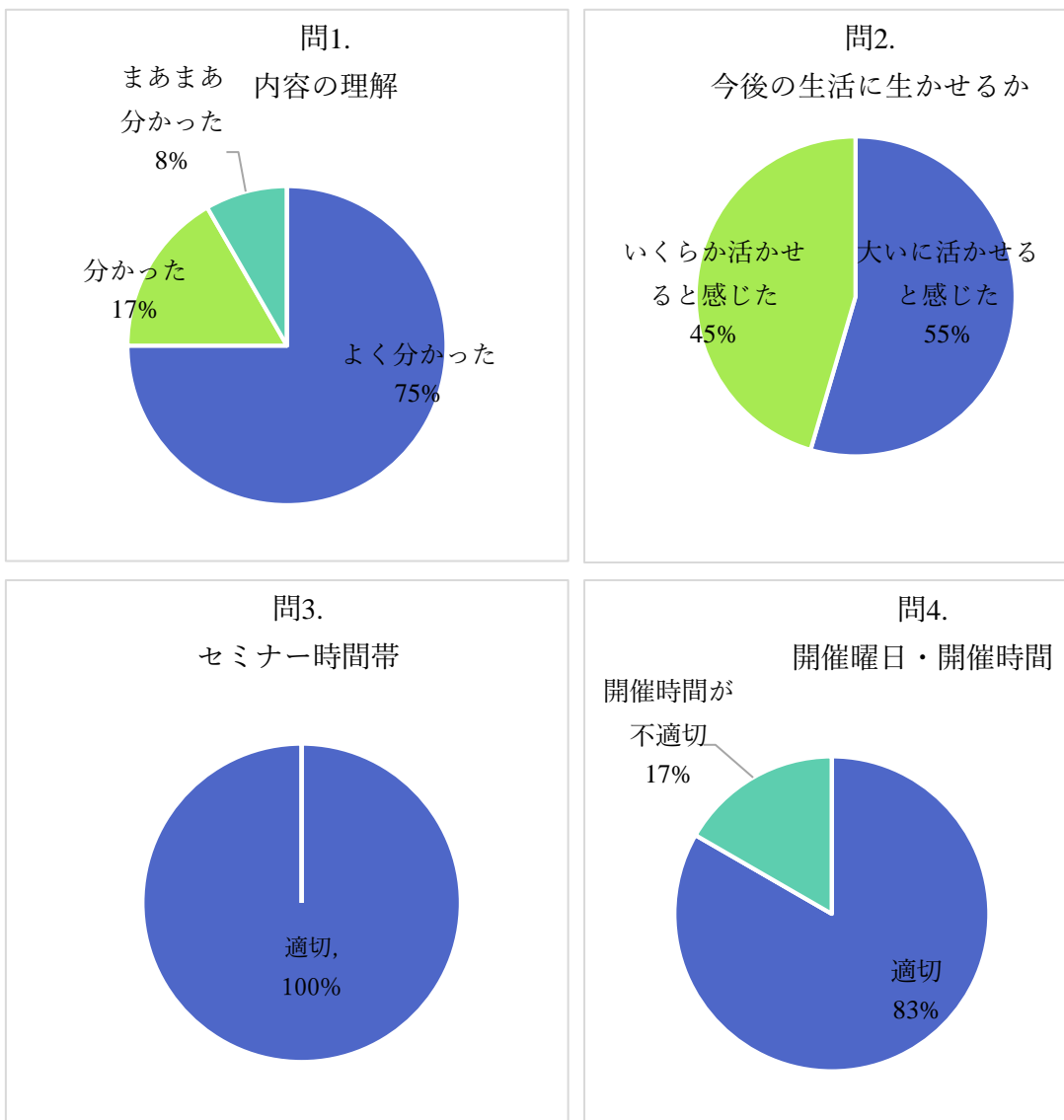
参加者 15 名のうち、アンケートに回答いただいた方は 12 名、回答率は 80%だった。







(2) 内容について



【自由記入欄回答】

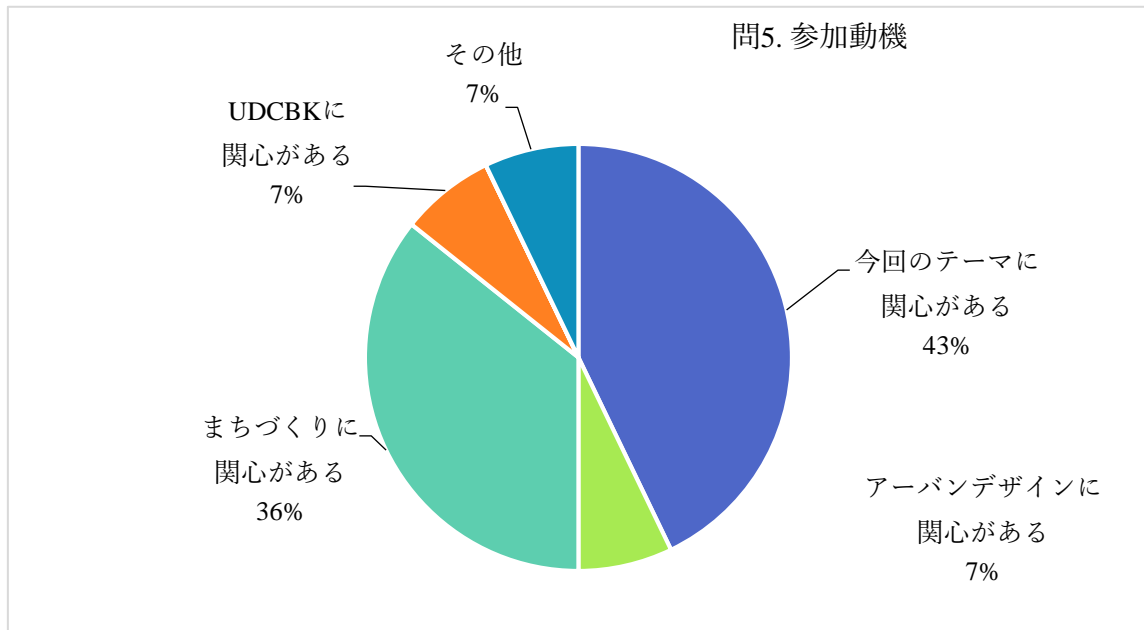
問3. 時間はどうでしたか。

回答なし

問4. 開催曜日、開催時間は適切でしたか。

開催時間が不適切: 19時

開催時間が不適切: より遅いか早いかが良い。ちょうど忙しい時



【自由記入欄回答】

問6. それぞれに関心のあるテーマについて御自由に記載ください。

- 歩行者から公共交通まで、自家用車も含めて交通・モビリティの視点から活気あるまちづくりを考えてみたいです。(20代男性)
- パブリックスペースの活用方法など(50代男性)

【自由記入欄回答】

問7. 今回、印象に残ったこととその理由をお聞かせください。

- 大変参考になりました! 本当に良い内容でした。ありがとうございます!(40代女性)
- 社会課題に対して、手探りからここまで事業化した御経験は大変参考になりました。ありがとうございました。(30代男性)
- 自身は子育ての分野に関して疎かったですが、講師の方の当事者性や現場の声、または客観的データに基づいて子育て支援の活動をビジネスとしてうまく回しているのが大変素晴らしいと思いました。現実には、自分の知らない世界で悩みを抱えている人がたくさんいて、そこにある需要を拾い上げて課題解決につなげる手法を学ぶことができ、とても有意義でした。(20代男性)
- 美容院を活用した子育て情報を発信する事業の話は、個人的に美容院に協力いただいて何か行政等が発信することはできないのかなあと漠然と考えており、ピンポイントの話だった。また、NPOが行政に働きかけて事業を立ち上げさせ、それを受託

するまでのストーリーを描く話は行政の立場としても参考になる話だった（30代男性）

- 子育てひろばについて、私の子育て時代は、本を読んで子育ての知識を得る事しか無かったので、子育てが本の通りにいかなければ、とても悩みました。子育てひろばが近くにあったら、相談しながら楽しく子育てを出来たと思います。（70代以上女性）
- 補助金だけでなく、収益化をしながら継続していき、雇用も創出しているところが良いと思う。（50代男性）
- 一連のお話全てが印象に残りました。理由は、実体験をもとにした大変現実的なお話であり、初めて気づかされた点、考えさせられた点も多く、実際、違う世代の声をきく機会が、今の私には大変少ないことも実感したからです。善意だけでは、長期間の継続的な活動は難しいと、まちづくりに関して思っていました。各世代によって違う希望や問題を、まちづくりの中で少しずつ解決していくには、ビジネス感覚が必要なのだと考えさせられました。大変勉強になりました。（60代女性）
- 「誰も困らない仕組みづくり」という言葉が印象的でした。前回のお話とも共通して、子育て世代だけが住みやすい、ではなく、誰もが困らないまちになっていったらいいなと思いました。そのために自分ができることはまだわかりませんが、お話からパワーというか元気をいただけた気がします。貴重なお話をありがとうございました。（30代女性）
- ソーシャルビジネスが育ちやすい土壌があるエリアは強く持続可能性のある地域だと思いました。もちろん離れたところからの支援も得やすい時代（クラウドファンディングなど）ではありますが、創業者のエネルギー源は顔の見える人の悩み、それを笑顔に変えることを思いつくこと、その目標に向けて支援を得られた瞬間、思わぬ反響があったのだと今回のお話で感じました。行政の支援が得られない時代があったというお話がありましたが、それが反発する力とされたように思いました。当事者性・仲間・企業との連携がソーシャルビジネスのキーですね。（50代女性）
- 大変パワフルな講演者の方で、内容もわかりやすかったです。参加者との交流も促してくださり良かったと思います。もっとたくさんの人に聞いていただきたい内容でした。（40代女性）