

最終報告書

1. 事業の概要

事業名	仮設住宅への移動販売を通じたコミュニティ再生事業				
開始日	2012年4月1日	終了日	2012年7月31日	日数	122日
団体名	ありすボックス（任意団体）				

総額（税込）	3,000,000円	スタッフ人数	8名
--------	------------	--------	----

事業目的	<p>仮設住宅における移動や買い物の不便さと仮設住宅内でのコミュニティ強化を目的に、特に支援が行き届いていない小規模仮設住宅を対象として、移動販売を通じた独居高齢者の訪問と見守り、お茶飲みスペースを設けて買い物に集まった人たちが交流できる場を提供する。移動販売の仕入れは、被災した商店や地元農家から行うことで地域の流通を促し、買い手にも商品選びを通して地域の情報が伝わるように配慮する。</p>
事業背景	<p>【ありすボックスとは】 ありすボックスは気仙沼出身者で構成される任意団体で、国際ボランティアセンター山形（IVY）が実施してきた移動販売事業を引き継ぐことを目的として2012年4月に設立された。現在ありすボックスは上記移動販売事業に加え、コミュニティ再生スペースの運営、仮設住宅の子供を対象とした勉強部屋の提供を行っている。団体名のありすボックスは、児童文学「不思議の国のアリス」と勉強部屋のスペースをイメージした「BOX」から来ている。</p> <p>【事業の背景】 気仙沼市内には現在93箇所仮設住宅があり、75箇所が50戸以下、うち52箇所が20戸以下と比較的小規模な仮設住宅が点在しているのが特徴である。日常の買い物をスーパーや商店が遠い仮設住宅も多く、特に津波で車を流された世帯や、移動手段の限られる高齢者にとって買い物の不便さが早期から指摘されてきた。しかしながら、現在こうした買い物ニーズを満たすための取り組みは民間業者（イオン、セブンイレブン、Big House、みやぎ生協など）が行っている大型仮設住宅対象の移動販売や巡回バスの運行、仮設店舗の設営などが見られるのみで、小規模仮設住宅への対策は支援団体が単発的に行う移動販売等に留まっている。行政による支援も現在は特段行われていない。仮設住宅自治会の中には買い物のために自主的に乗り合わせの調整を実施している所もあるが、買い物不便者の多くは親戚や知り合いの伝を頼るか、タクシーを利用するかという状況に置かれているのが現状である。</p> <p>さらに、高齢者においては買い物自体が生活の楽しみになっていたという側面も見逃せず、震災によって家事や家庭での日課、地域での役割やご近所付き合いなどが激減した中で、買い物という外出の機会も減少し、生活不活発病のリスクが高まるという懸念も抱えている。</p>

こうした状況を受けて、国際ボランティアセンター山形（IVY）は昨年7月から仮設住宅における移動販売を開始し、特に世帯数が50戸以下の小規模仮設住宅を対象に今年3月22日まで活動を行ってきた。移動販売は1台の軽トラックで行い、1日5ヶ所週5日で計25ヶ所の仮設住宅を訪問し、1日の平均利用客は30名程度であった。事業開始当初は小規模仮設住宅を全般的に訪問していたが、次第によりニーズの高い仮設住宅（例えば高齢者が多い、交通の便が悪い、近くにスーパーがないなど）を対象を絞り、毎週定期的な訪問が可能となる数まで規模を縮小した。もともとIVYの移動販売の取り組みは仮設住宅での見回り活動から発展したもので、定期的な移動販売により高齢者の生活にリズムや楽しみを生じさせるほか、地域内の交流促進という目的を併せ持っている点が特徴である。そのためIVYの移動販売事業では地元出身のスタッフが一軒一軒声をかけて回り、お茶飲みスペースを設けたり、滞在時間を多めに設定したりすることで、住民間そしてスタッフと住民の方との会話の機会を多く作り出してきた。3月の活動終了時点では移動販売は地域に定着しており、用がなくても移動販売スペースへやってきて会話を楽しむ高齢者の方々も多く見られた。また、利用者の方々からは4月以降も活動を継続して欲しいとの声が聞かれている。市内で別途仮設住宅支援を行っている気仙沼最大の地元支援団体である気仙沼復興協会（KRA）もIVYの移動販売を高く評価しており、4月以降はKRAとも随時情報共有をしながら活動を継続することで、気仙沼でのより多面的な仮設住宅への支援を実現する。

【事業内容】

これまでのIVYが実施してきた仮設住宅への移動販売を、気仙沼の地元団体であるありすボックスが引き継ぐ形で事業を実施する。加えて、当事業期間においては自立運営に向けた体制づくりにも取り組み、今後売れ残りの野菜や食材を使ったお惣菜やお弁当販売など収益事業を開始するための体制を整えていく。

コンポーネント①移動販売によるコミュニティー再生事業

約20箇所の仮設住宅を毎週定期的に巡回し移動販売を実施する。対象となる仮設住宅は50戸以下の小規模仮設住宅とし、1台の販売用軽トラックで1日3-4箇所の仮設住宅を毎週同じスケジュールで訪問する。対象となる仮設住宅はIVY時代の知見より小規模仮設住宅の中でも特に高齢者の割合が多い、または近隣にスーパーがないなど移動販売のニーズが高い場所が選ばれている。近くに商店が出来るなどニーズが低くなり訪問販売を中止した仮設住宅もある一方で新規対象仮設住宅も3箇所あり、今後もニーズと状況に応じて対象は柔軟に変更していく予定である。仮設住宅到着後はまずスタッフが一軒一軒回って声をかけ、特に独居高齢者には異変がないか配慮するなど見守りの役割も担う。また、移動販売車の隣にはテーブルと椅子を設置し、集った住民にお茶や試食を提供してゆったりと会話を楽しめる空間を創り出す。買い物客は高齢者が中心だが、若い世代や主婦も多く訪れ、普段交わる機会の少ない様々な世代の交流が生まれるのも当事業の特徴である。また、こうした会話を交わすことが同じ仮設住民間の相互の気遣いを生み、独居老人の孤立化や引きこもりを防ぐという効果も期待できる。一方高齢者においても毎週定期的な外出し、「買い物」へ行くことが仮設住宅での生活に刺激を与え、仮設住宅生活で懸念されている生活不活発発病の予防につながる。移動販売の案内とスケジュールは各仮設住宅の掲示板へ掲載する他、各戸へ一軒一軒訪問して移動販売の日時を記

載したマグネットを配布し冷蔵庫に貼ってもらうなどして周知している。商品の仕入れは気仙沼市の被災した商店や農家から行い、気仙沼市内での流通を促進すると同時に、商品の売買を通して地元的话题を地元の言葉で提供できるような工夫を行う。販売価格に関しては、今後の継続性や自立性を尊重して市内の平均に設定し、他の市内商店へも配慮する。商品は日常の食卓で需要の高いものを取り揃えるほか、醤油や油など持ち運びが大変なものも多数用意している。また、移動販売では補いきれない顧客の細かいニーズに対応するため、買い物代行サービスも一回 100 円で提供する。

高齢者の見守りに関しては、市の包括支援センターと連携し情報共有を行うほか、特定非営利活動法人生活支援プロジェクトKとも連携し、いつでもサポートを受けられる体制を整えている。

この度の震災で世界的に評価された人々の絆の大半は、長い歴史の中で地域の人々が積み上げてきた相互関係が基礎になっていた。震災・津波の襲来という未曾有の事態に直面する中で、地域コミュニティの存在が極限の状態にあった人々の心を支え続け、共に生きようとするエネルギーを生み出した。しかしながら、震災後は避難所生活から仮設住宅等への移動に伴い今まで築き上げてきた地域コミュニティは分散し、新しい移動先での関係構築を余儀なくされている。臨時的な仮設住宅での滞在とはいえ、仮設住宅生活の長期化が予測される中、新たな住民間での相互関係が今後復興過程において貴重な社会資源となり、未来のまちづくりへの想像力を生み出すものと考えられる。当事業では移動販売を行うことで仮設住宅でのコミュニティ強化に貢献していくことを目指していく。

【事業終了後の展望】

事業終了後も継続して移動販売事業を行っていく予定で、今後の自立した運営を目指し移動販売と併せて収益事業を立ち上げる計画が進んでいる。具体的には移動販売で売れ残った野菜や食品を使用して惣菜および弁当を作り、移動販売に加えありすボックスの別事業実施場所である「コミュニティ再生スペース」において販売することで事業運営費を捻出するというものである。当事業期間においてはそのためニーズ調査や各種許可／資格取得、商品開発も移動販売を実施する中で進めていく。

【期待される効果】

当事業と大手スーパーの実施する移動販売は買い物の不便さを緩和するという目的では共通しているが、前者は人と人が会話を楽しむ時間と場所と雰囲気をも併せ持っているという点で後者と大きく性質が異なる。実際に利用客の滞在時間にも大きな差が生じており、当事業は単なる買い物の場の提供だけではなく、人と人との交流の場を提供しているため利用客の平均滞在時間は長い。

仮設住宅でのコミュニティ形成事業は他にも多くの取り組みが行われているが、戸数の多い大規模仮設に活動が偏りがちで、当事業が対象とする小規模仮設は見逃されがちであった。また、コミュニティ形成と移動販売と組み合わせている例は気仙沼では他に行われていない。また、もともと商店街など顔の見える位置関係が築かれている買い物の場では利用客は買い物だけでなく、売り手や他の買い物客との交流を楽しみ、地域の情報を仕入れていたという側面があった。この点、当事業でも同様の客同士の交流や情報交換の場としての効果が期待できる。加えて、人が集まりコミュニティ形成につながるツールとして移動販売を活用するという新

	しい試みは、今後他の被災地域でも応用可能で、今回の取り組みから多くの経験や教訓が引き出されることが期待される。
事業内容	<p>① コンポーネント 移動販売によるコミュニティー再生事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 仮設住宅において移動販売を実施する（移動販売車 1 台で週約 20 箇所） ・ 移動販売の際には一軒一軒声をかけ、独居高齢者などの生活状況を確認する ・ 移動販売車の脇にはお茶飲みスペースを設け、利用者がゆっくり会話を楽しめる時間と空間を提供する ・ 市内の被災店舗や農家から商品を仕入れることにより、地域の流通を促進する ・ 個人個人のより細かい買い物ニーズを満たすため、買い物代行サービスも併せて実施する ・ 上記活動において、スタッフと利用者、及び利用者同士のコミュニケーションが多く生まれるような環境作りを行う

2. 事業の評価（評価者： 久保田 智之 / 日本ストレスケア研究所 研究員）

最終評価実施日：2012 年 11 月 9 日（金）

(a) 妥当性：事業開始当時の状況やニーズに合致していたか、事業実施のタイミングは

よかったか

【コンポーネント①】

- 国際ボランティアセンター山形（IVY）が実施していた移動販売については、継続を望む地元の声が多数あり聞かれた。現地状況のニーズを再確認した上で事業を引き継いだため、被災地に求められる活動を展開されていたように思われる。事業期間の利用者についても安定した人数が確保され、現在まで大きな利用者の減少も見られないことから地元のニーズに合致した事業であることが伺われる。

(b) 有効性：目的の達成率

【コンポーネント①】

- 小規模仮設への移動販売について、当初目的の 20 か所より少ない 17、18 か所の仮設を対象に留まった。当初目的よりも少ない訪問対象数であった理由としては、近隣に商店が建設されるなどの環境の変化や住民のニーズの変化により、その必要性が低くなったことが仮設住宅に対し、訪問を取りやめる決断をしたことが挙げられる。そのため、当初目的としていた訪問対象数は達成されていないものの、訪問を絞ることにより、必要性の高い仮設への訪問回数を増やすなど、事業の目的である支援の行き届いていない小規模仮設に対する支援を行う点を重視した活動が展開されていた印象である。

- 事業期間に新規に訪問を始めた仮設住宅もあることから、受益者との密なやり取りの中から、サービスの必要性を吟味している姿勢が伺われる。また、各仮設に訪問を楽しみにしている住民がおり、お茶飲みスペースで語らう住民の姿が見られるなどコミュニティ促進の面にも寄与していたものと思われる。

(c) 効率性：インプットに対してアウトプットがどれくらいあったか、手法は正しかったか

【コンポーネント①】

- サービス対象の仮設住宅に対し、週1回程度の訪問がなされていた。買い物の不便さを補う上で最低限の頻度であろうが、当団体の運営体制面から長期継続において無理のない頻度であったと思われる。また、不便さを解消するサービスとして、買い物代行を取り入れるなど細かな配慮は住民にも受け入れられ、実施数も伸びていることから適切に受益者のニーズに応える手法としては適切なものと思われる。

(d) 調整の度合：いかに被災地コミュニティと連携できていたか、終了時のタイミングや方法はどうか

【コンポーネント①】

- 各仮設との密な連携をとり、受益者の意見を取り入れながらサービスの必要な仮設を見極め、効率的な事業運営を行っていた印象であった。また、仕入れも地元商店から行い、売上を地元還元するシステムもできていたことも、受益者の方々に好印象で受け入れられた要因の一つと思われる。買い物不便さは復興が進むにつれ減少は見られるものの、一人暮らしの高齢者を中心に車を持たない方や周囲とつながりの希薄な方など格差が広がる傾向にあり、サービスの必要性は依然残されている印象であった。

(e) 波及効果・インパクト：当初の目的以外に得られた効果、課題

【コンポーネント①】

- 当初目的以外に得られた効果としては訪問を毎週にしたことにより、住民の生活リズムの中に組み込まれ、定例的に住民が語らう場となった。滞在時間にすれば10~20分不足ではあるが、毎週訪問する安心感により、スタッフと住民間の信頼関係も構築されやすくなっていたように思われる。課題としては、収益性の問題が挙げられる。本事業終了後に実施予定の惣菜および弁当販売による収益事業に期待したい。

(f) 新規性・独自性：新しいアイデアや工夫が取り入れられているか、他被災地のモデルとなり得る事業か

【コンポーネント①】

- コミュニティ促進と住民の孤立化を防ぐ見守りを目的とした事業に移動販売という手法を用いた点は大変興味深い。移動販売時に仮設全戸にスタッフが訪問し声かけを行うスタ

イルにより、訪問自体を目的とする見守りとは別の切り口でコミュニティに根付くチャンネルの構築がなされていた。また、個別の訪問には住民側の負担も考えられるが、本事業は仮設住宅入居が開始されはじめた 2011 年 7 月から実施されており、その当時から在籍しているスタッフが継続参加していることから、すでに関係性が構築されていたことも訪問による見守りが機能している要因の一つと考えられる。長期的な視野で関係性を築く点は「言うは易し、行うは難し」であるが、他の被災地のモデルとなる姿勢であろう。

3. 評価者の所感

コミュニティ促進を重要な目的としながらも、イベント型の交流事業ではなく、買い物ついでの「井戸端会議」に着目して、お茶飲みスペースによる自然な「語らいの場」を提供した点は非常に興味深かった。実際、多くの仮設ではイベント疲れがみられることから、本事業のさりげない、自然な形での機会提供は、実際の現場の肌感覚で生まれたものであろう。入りやすさだけでなく、去りやすさにも気を配っているコミュニティスペースの提供に鋭いセンスを感じた。当団体は本事業終了後も独自にサービスを継続する意向を示している。収益面から独自に事業を継続することへの課題は大きいですが、その熱意と地元を思う心には胸を打たれる。今後の活躍を期待したい。