

# 最終報告書

## 1. 事業の概要

事業名	乳幼児を抱える母親の就業機会創出と情報交換の場の提供事業				
開始日	2012年2月20日	終了日	2012年6月19日	日数	121日
団体名	特定非営利活動法人 ピースジャム				

総額(税込)	2,982,250円	スタッフ人数	専従5名+ジャム製造パート7名
--------	------------	--------	-----------------

事業目的	<p>東日本大震災で被災した母親が就業機会の獲得と育児を両立させながら、情報交換も行うことのできるような野菜ジャム作り事業を行うことで、復興の一ロールモデルと成りうる「母親＝確かな労働力」を証明し、気仙沼市そして三陸沿岸地域の暮らしの復興と再生を図るモデルを創出することを目的とする。そして、母親が安心して働くことで子どもの成長にも反映され、気仙沼を支える元気な子どもたちが一人でも多く育つことを促進することを目指す。</p>
事業背景	<p>東日本大震災発災直後に、当該団体の発起人である佐藤代表（気仙沼市でブルーベリーを経営しており、店が流され自身も被災者）が個人で粉ミルクや紙オムツ等の支援活動を始めた。この活動が仙台放送などに取り上げられたことで、気仙沼市在住の有志の賛同と参加を得、現在の災害時乳児救済ボランティアとしての組織化に至る。「とにかく赤ちゃんのおなかには減らさない」をモットーに1軒1軒個別訪問の上でニーズ調査を行い、必要な支援物資を必要な時に迅速に募集するシステムを構築してきた。気仙沼市役所保健福祉部健康増進課「すこやか」と情報共有しながら、乳児検診時に支援物資配布を行っている他、子育て支援活動として「おやさロン」、「育児美人ハーブカフェ」などを主催している。</p> <p>震災以降、ニーズ調査と物資配送を行う中で乳幼児を抱える母親から、これからの子育てや生活に不安を感じる姿を目の当たりにしてきた。特に、沿岸被災地では震災から約9ヶ月が経過した今も津波被害により働く場所が失われたままで、雇用確保が難しい状況であり、生活に関わる収入の不安を訴える母親が非常に多い。中でも、家族を支えるために彼女らが非常に高い労働意欲を持っているにも関わらず、「働ける場所がない」、または子どもを預ける施設が被災し「子どもを預ける場所がなく働けない」という声が切実である。被災世帯の中には家族を失い、母親が生計を立てていかなくてはならない世帯や共働きが必要な世帯も存在するため、被災地での就業機会確保は極めて重要な課題だと認識している。</p> <p>●パートナー協働プログラム対象事業：「乳幼児を抱える母親の育児・就業の両立、及び情報交換の場の提供を目的とした有機野菜使用ジャムの製造」</p> <p>10月に開始した「乳幼児を抱える被災地の母親の就業機会創出支援」としてのジャム作りは、これまで10月に約200セット600個、11月・12月は約700セット2,100個と順調に売り上げを伸ばしてきた。当該団体は、現段階で工場建設費用の9割強に当たる950万円を確保しており（タケダ「いのちとくらし再生プログラム」：<a href="http://www.inochi-kurashi.jp/enterprise/josei/">http://www.inochi-kurashi.jp/enterprise/josei/</a>、気仙沼信金「三陸復興トモダチ基金」）、この工場竣工（2012年8月予定）を条件に、生活協働組合をはじめとし</p>

	<p>た幾つかのスーパーマーケットに商品受け入れの打診も行っている。また、東京都内の協力者（絆合同株式会社）と連携し、全国に販路・賛同者を募るための営業活動にも力を入れている。現在の販売ルートは、気仙沼復興プラザ（銀座）、かに物語（気仙沼市）、青空市場（気仙沼市）、祭事等の各イベント、インターネット販売、電話注文。しかし、これまで販路の拡大が順調に進んできた一方で、今後販売数は拡大より安定に向けて収斂すると思われる。1セット当たり 200 円の利益、700 セットで 140,000 円の売り上げによる一人頭の取り分を考慮すれば、ジャム製造に携わる母親を増員することで裨益者を増やすことは、当該団体のみの力では少なくとも現時点では困難である。</p> <p>従って、本協働事業では雇用とは別の形で裨益者を拡大した上で、将来的な事業としての持続可能性を増大させるような基盤づくりのための施策の検討を行う。非営利団体が主導する母親たちのジャム製造がもたらす地域への波及効果を重視し、以下の 2 コンポーネントをその柱とする。</p>
事業内容	<p>① コンポーネント <u>乳幼児を抱える母親の雇用支援を目的とした、ジャムの製造</u>  農村環境改善センター（岩手県一関市）の調理室を借り、支援対象者を集めてジャムを製造する。調理室にはバウンサーやベビーサークル等を持ち込み、こどもを近くで見ながら働ける環境を用意。製造数に応じて支援対象者へ賃金が支払われる仕組みを作る。本協働事業では、製造コストの大部分を CF 資金で負担するため、既に就業している母親 7 名の取り分の増加と、他にジャム製造への参加を希望する母親へのインターンシップ的な就業機会の提供も行う。</p> <p>同時に、付加価値醸成の試みとして、単純な販路の拡大ではなく、Peace Jam の活動理念がムーブメントとして広がるよう、商品に小さな母親達のメッセージカードをつけるなど非営利団体が製造する「メッセージの伝達媒体」としてのピースジャムのシンボル化を試行する。これにより、当該団体が CF 協働事業終了後も、購入者をはじめとする共感者から継続的支援を受けられるような付加価値作りを行う。</p> <p>② コンポーネント <u>母親達のネットワーク作りと復興文脈での母親の役割考察の機会提供</u>  ジャムの製造者だけでなく、消費者も裨益者となれる仕組み作りを行う。製造されたジャムをコミュニティ・カフェで振舞い、母親達が育児の喜びや悩みを共有できるような場作りを行ったり、次の母親となる世代（中高生主体？検討中）に向けたジャム作り講習会やジャムを使ったレシピの料理講習会を行うことで、異なる世代間の交流も図る（事業期間 4 ヶ月で計 6 回予定）。また、それらを復興文脈における母親の役割を考え、共有できるような機会とみなし、より主体的な地域復興の担い手としての「働く母親」像の確立を目指す。</p>

## 2. 事業の評価（評価者：藤森和美／武蔵野大学）

最終評価実施日：2012 年 8 月 17 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】

- 災害からおおよそ1年が経過した段階で、生活場所がやや安定した段階での事業スタートは、良かったであろう。特に3月のジャムの売り上げが、アニバーサリー効果の賃金71000円/月が最大であったことから、災害特需効果も見込めたと言える。

### 【コンポーネント②】

- 母子が集まれる場所を作れたことで、交流の場になったと考えられる。新しいコミュニティを作る時期としては適当だったと判断する。

## (b) 有効性：目的の達成率

### 【コンポーネント①】

- 中間モニタリング後の5月/30000円前後/月、6月/35000円/月とほぼ3万円代で留まっている。
- CFの助成終了後、ジャムは、フルーツ4種を加え（ブルーベリー、アップルシナモン、ストロベリー、マーマレード）を開発し商品化し、税込み500円から525円で販売を開始している。
- 母親たちの食品衛生責任者資格の取得は実施されていない。取得者は理事長と副理事長に留まる。
- リーダーの選定は、高木氏（40歳代、女性）となった。
- 販路の拡大は、イオン、コープ、JR仙台駅、アスクルと交渉中であるが、製造場所が確定せず商品に記載できないため、工房建設が課題となっている。

### 【コンポーネント②】

- 交流の場になっているのは現実であろうが、そのことを外部に客観的に示す方法を考えていないため、伝える方法は代表の言葉で語る方法のみである。母親たちの、感想や意見を吸い上げる工夫が必要であると感じた。
- 親子サロン3回、ハーブカフェ3回を開催している。開催はされているが、それぞれのコンセプトが不明確で、どのような効果がありそれが波及したかの情報に欠けているため、達成度の判断が難しい。

## (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】

- マクロビオティック (Macrobiotic)による製法が、団体の主たるコンセプトになっていくのかもしれないが、この原理や考え方をスタッフが正確に説明できないのであれば、商品価値として問題が大きい。また、非常に広く知られている概念ではないので、広報の難しさも感じた。

- コストパフォーマンスを考えると、60グラム500円～525円/個のジャムをリピートして購入してくれるマーケット調査ができていない。震災特需が過ぎた後の、他のブランドやメーカーとの競合に対して、どのように個性化を出していくのか具体的な案がない。

#### 【コンポーネント②】

- 調理室にベビーサークルがあり、授乳し、抱っこしながらの作業は、確かに母親にとっては安心できるかもしれないが、加工食品製造の場面としては、衛生面での問題は非常に大きい。おむつ交換や抱っこ後の手洗い、消毒などがどのようにされているか、専門家の指導を仰ぎマニュアルを作成すべきであろう。
- 今後の工房建築にあたって、マーケット拡大を視野に入れるなら上記の点を厳しく精査し製造現場や育児現場の設計、並びに母親たちの協力が必要と考える。

(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】

- 7人の母親たちの参加人数は変わらない。商品を展示販売してくれる被災地の復興屋台村が出てきている。銀座の東北復興プラザは8月で終了。
- 他団体からのファンドを受けることができておりCFの助成機関は妥当だったと考える。

#### 【コンポーネント②】

- 母親たちがフルーツジャム作成を自力で達成しており、その成果はあったと考える。
- 7人という少人数、さらにその中の数人が入れ替わり立ち替わりの製造で、人間関係もこじんまりした中で交流が良いと感じられた。人数が増えた場合、あるいは入れ替わった場合の関係維持を配慮できる人や、子育ての問題をアドバイスできる専門家との連携があればさらに望ましい。

(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】

- 理事長、副理事長とも報酬をNPOから受け取っていないと報告を受けた。今後のことを考えると、何らかの報酬を受け取る必要があるのではないだろうか。NPO運営に関して、他団体との交流や研修を受け、運営などを勉強していく必要がある。

#### 【コンポーネント②】

- 理事長が広報を契約農家、並びに販路の拡大を担当している。人間関係の交流だけでなく、女性の自立や社会進出を考えるなら、製造だけでなく経営面に母親たちの考えや期待を反映できることも大事である。

(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】

- 子育て支援、母親支援を具体的な製造業として立ち上げたのは、震災復興の象徴的な位置づけがされたと思われるが、製品がジャムだけでは生き残りの難しさは明らかである。独自性を確立し、さらに付加価値をどのようにつけるかが今後の課題である。

【コンポーネント②】

- 母親たちの交流が仕事にもなり、賃金が得られるという仕組みは、動機づけとして良かったと思う。母親たちがこの活動を通して心理的に安定したことについて、文字や画像など報告書的なものを残していくことがモデルの構築につながる。

### 3. 評価者の所感

雇用支援に関しては、本来15万円/月を目的としていたと理事長は話されており、そこには大きな開きがある。現状が母親たちには丁度よいのか、より利益を上げたいのかを含めて、雇用を提供する側の事業計画が不明確である。NPOだけでなく、プロの食品製造の経営を視察し学んでいく必要があると考える。

参加している母親の中には、津波で家族を亡くした方もおり、交流場所としては非常に有意義で心の安定につながったと推察する。また、子育てに関する情報交換場所としても、孤立せず情報交換ができるという価値は評価できる。ただし、それを具体的な形で残せていないという事業理念の表現、実施、結果の出し方が未成熟なので、今後の課題は大きい。

付記) 試食用に、シナモンリンゴジャムを購入し持ち帰ったが、瓶の表面シールはすぐに剥げてしまい破れた。お土産に人に分けるには、このようなことが起こると残念である。リピーターからの聞き取りなど丁寧なマーケティングが必要である。