

持続可能な地域社会開発 (II)

ー社会関係資本による新松戸市民向けコミュニティ・ ケア・ビジネスの起業ー

若 林 宏 明

内容

- I. 序論
- II. 福祉国家の将来
 - 2.1 衰退する国家福祉と新しい福祉形態の可能性
 - 2.2 資本主義社会における市民福祉
- III. 社会関係資本
 - 3.1 社会関係資本とは
 - 3.2 社会関係資本の意義と効果
 - 3.3 地域連帯問題の社会関係資本による解決
- IV. 社会的問題意識と地域社会の構想
 - 4.1 コミュニティ・ビジネスによる地域活性化の意義
 - 4.2 コミュニティ・ビジネスの経済史的背景
 - 4.3 コミュニティ・ビジネス発生と企業社会の変貌
 - 4.4 社会システム設計
- V. 新しいコミュニティ・ビジネスの起業
 - 5.1 概要
 - 5.2 あなたの街のコンシェルジェ
ー新松戸安心生活支援組織ー設立企画
- VI. 考察
- VII. 結論

附録

- A1. 「あなたの街のコンシェルジェ」ー新松戸住人安心生活支援システムー（平成17年7/16,17新松戸祭配布チラシより）
- A2. 顧客としての新松戸の方々が要望するサービス内容（平成17年流通経済大学新松戸キャンパス青春祭9/18,19顧客アンケート結果より）
- A3. 「あなたの街のコンシェルジェ」取り扱いアイテム一覧（17/8/23打ち合わせ資料より）
- A4. あなたの街のコンシェルジェ事業請負事業者の営業内容（17/9/15打ち合わせ資料より）
- A5. コンシェルジェ業務処理（クレーム処理を含む）の行い方（17/9/15打ち合わせ資料より）

参考文献

謝辞

I. 序論

21世紀に入り、5年が過ぎた。長く続いたデフレ不況にやっと薄日が射すかとみえる今、わが国においては国民の間に経済格差が広がっており、上流社会、下流社会の言葉が踊るようになってきた。一旦所得格差が生じてしまうと、それは目に見えぬ人種的格差にも似た様相を示す恐れがある。たとえば、2005年10/11月にフランス各地で発生した不就労青年の暴動をみればその推移をイメージすることができる。現在、日本でも見られるように、産業社会の隅々に行き渡ったIT技術の活用は水平分業をもたらし、いわゆる中抜き現象の結果、従業員リストラ過程を経て高失業率の常態化を生み出した。さらには、2005年において210万人に上る若年フリーター労働者や、いまや85万人とも言われ増え続ける若者のニート（Not in Employment, Education or Training=NEET）・引きこもり化の結果、社会経済環境は子供たちが独立・結婚するにも厳しく、両親と同居を続けるパラサイト化に至るライフスタイル現象をもたらした。いうまでもなく、よります晩婚化、超少子・高齢化社会の進展に繋がる状況を招いている。これらはまさに、社会的環境問題である。環境問題は放置されてはならない。早急な根源的対応を必要とする。

我が国の人口は、2005年より減少期に入ったと言われる。それは、超少子・高齢化社会の到来を意味する。同時に、フリーター人口やニート人口の急上昇、男女共同参画の促進に相俟ち、著しい社会の変容が起こっている。現在政府が進めようとする小さい政府の行政改革にあつては、福祉や教育に割ける予算が限られがちである。そして、元来は地方自治体の責任であるべき福祉行政からこぼれ落ちる多くの住民のニーズの多くは、地域のNPO活動などに委ねられざるを得ない状況にある。

事実、先進諸国型福祉国家においては、既に前世紀より、「揺り籠から墓場まで」に代表される公的福祉に限界が見え、「自助」はもとより、旧来から西欧諸国で盛んであった「共助」が新しく息吹をまし、NPO活動への依存が益々盛んになっている。しかし、わが国にあつては、多くのNPO活動において、参加者のボランティア活動への大幅依存と、組織の維持に対する時間的経費が大きく、きめ細かな活動に対する負担となっている。

本稿では新しい資本概念（社会関係資本）を活用して地域の福祉を増進させる市場経済システム開発の実践的取り組みの理論的背景と実践的推進について紹介する。

なお本稿は、2005流通情報学部紀要（第10巻1号）の同一表題の研究ノートに新しい副題を付けた続編であり、トータルケア・コミュニティー・ネットワークの一部として、

近年、都市近郊地域社会での少子・高齢・核家族化の進展にともなう各種需要に応ずる社会システム開発の一例である¹。

II. 福祉国家の将来

2.1 衰退する国家福祉と新しい福祉形態の可能性

20世紀には、無条件、当然のことのよう、「生活水準の改善」が基本的「進歩」であると見なされた。今日では、平均所得の増加によって個人は（極端なケースは別にして）ごく身近な問題に関する限り、より容易に対処できるようになった。一方、社会の経済的格差は拡大するにもかかわらず、ケースバイケースの個人的事情に対する細やかな配慮は「公共」の名の下に切り捨てられてきた。そして、その中間部分を補うべき家族的基本機能（親身になって問題処理をするシステム）は欠落したままであった。現代の国家規模の公共福祉は21世紀においてはその機能を失いつつあり、国家レベル福祉の再設計を必須とする新しい状況が生まれてきた²。

歴史的言えることは、20世紀末に共産主義が敗北するとともに、先進福祉国家において重篤な慢性病が驚くほど急速に蔓延した。それらは、「ヨーロッパ硬化症 (Euro sclerosis)」, 「英国病 (The British Disease)」, 近年では、「民主主義硬化症 (Demosclerosis)」と呼ばれている。既に20世紀後半以降、これらの疾病が原因となり工業先進国の経済・社会・政治的な構造が著しく衰退したことが明白になった³。

西ドイツ時代の自由主義経済学者レプケ教授 (Willhelm Röpke:1899-1967) は言っている：個人と国家という両極端の中心にあり、政治と行政の重心として、不可欠、内在的、自然であり、潜在的固有の小コミュニティである「家族」が存在する。「家族」は確かに健全な社会の礎石に違いない。そして、多種多様な中小のコミュニティの発展を促し、ボランティア活動、責任感、ヒューマンタッチ溢れる集団組織の支援をし、国家型社会福祉に特有の冷たい非人間性を回避できる (NPOのような) サークル内でグループ支援を行い、奨励することは、紛れもなく我々の義務である⁴。

今日、国家であれ家族であれ、個人の抱える生活上の困窮に時宜をえて適切に対処できない時代に入り、既存の国家福祉の俤では福祉は今後不十分にならざるを得ない。そこで、貧困や福祉の問題を構造的な社会経済問題であるとしてとらえ、孤独に悩む人の存在に留意し、豊かな社会・経済基盤の建設を目指すものとして、雇用（製造業・サービス業）、教育・訓練、医療、介護、流通などの分野において新しい解決が求められている⁵。本稿は社会・経済システム設計の観点より、これらの課題に応えようとするもの

である。

2.2 資本主義社会における市民福祉

現代の福祉国家が抱える基本問題の回答の一つとして、市民が直接統治できる社会システムの開発がある。市民が直接統治する福祉主体のNPOや本稿に取り上げるコミュニティ・ビジネスのような「非公的システム」を強化し、既存の統治概念に追加する経済においては、政府はより小さい政府へと新しく転換し、伝統的な福祉と追加的な福祉が車の両輪として整合性ある同時充足が容易になるであろう¹。そして、全ての人間が等しく人生を楽しみ、自由と平和な状態で高齢化が進む社会の基盤作りを市場主義経済社会の中に、市民が自主的に進める改革により福祉国家の再興を図ることが可能であれば、極めて有意義であると考えられる。しかし、このことは言うに易しく実現することは難しい。

本研究では、社会の隅々に存在する信頼をベースとした社会関係資本を活用し、コミュニティ・ビジネスを起業することとした。

III. 社会関係資本

社会関係資本 (Social Capital) はその意味する多様な内容を反映するため、英語を日本語化してソーシャル・キャピタルと呼ばれる場合も少なくない。しかし本論では、その主題と関係の深い社会関係資本という言葉で統一し、その範囲内で、改めてその定義と意義についてみておきたい。

3.1 社会関係資本とは

社会関係資本とは、簡単には、信頼に裏打ちされた社会的な繋がりに基づく豊かな人間観関係を捉えた新しい概念であり、地域社会の安心・安全・安定などの好ましい効果をもたらすものと考えられている。社会関係資本を、パットナム (Putnam, Robert D., et. al., 1993) は、次のように定義している⁶：人々の協調活動を活発にすることによって、社会の効率性を高めることのできる、「信頼」、「規範」、「ネットワーク」といった社会組織の特徴である。

ここで「信頼」とは、良く知っており、互いに親しい人同士の緊密なネットワーク資産と、よく知らない人同士の間に存在する薄いネットワーク資産である。前者は当然であるとして、後者は難しい面がある。いわゆる価値観や世界観の相違、文化的政治的背景の相違、特異な個人的倫理を修辞学的言動において戦略的武器とする人も居るからで

ある。しかし、薄い信頼の方が、却ってより広い協調行動を促進することに繋がり、社会関係資本の形成に役立つのみならず、それが信頼を生み出す相乗作用がある。

「規範」とは市民倫理（Citizenship）に基づくものである。短期長期を問わず、均衡の取れた互酬性である。ここで互酬性とは相互依存的な利益交換であり、均衡のとれた互酬性（同等価値のものを短期間に交換）と一般化された互酬性（現時点では不均衡な交換であっても将来均衡がとれるとの相互期待をもとにした交換の持続的關係）に分類され、前者は愛他主義に基づき、後者は長期的に当事者全員の効用を高めるだろうという利己心に基づくものである、いずれも調和ある連帯に役立つとしている。

「ネットワーク」には、伝統的な企業の垂直的なネットワークと協同組合的な水平的なネットワークがある。前者が如何に密でも社会的信頼や協力を維持することはできない。

表1.にパットナムによる社会関係資本の分類を整理する。

表1. パットナムによる社会関係資本の分類

（文献6，内閣府国民生活局，社会関係資本豊かな人間関係と市民活動の好循環，平成15年8月20日より，脚注参照のこと）

性質	結合型（例，家族，人種）	橋渡し型（例，環境団体）
形態	公的（例，PTA，労働組合）	非公的（例，クラブチーム）
程度	厚い（例，家族）	薄い（例，知らない人）
志向	内部志向型（例，商工会議所）	外部志向型（例，赤十字）

あらためて理解を深めるために、梅木（2005, No.1）によると社会関係資本を理論付ける定義と特徴は：

社会関係資本とは、社会構造の要素によって構成されており、その構造の中で各主体に特定の行動をとるように促す機能をもっている。各主体にとってはそうした構造を自らの利害に即しつつ活用することにより、社会関係資本を構築することが可能になる。すなわち、ただ単に関係が存在するだけではなく、それを活用することによって社会関係資本は成立する。社会関係資本は、物的資本や人的資本と同様、主体の活動にとって有益な資本の一つであるが、しかし、それらとは異なり、一つの主体によって占有され

注）パットナムの整理した社会関係資本から抜け落ちているケースがあると考えられる。すなわち、その性質が橋渡し型から結合型に進化する場合や、非公的なものが、事実上公的なものに変化する場合、さらに、知らない人同士が家族のように振舞う場合や、そして内部指向型であったものが外部指向型に脱皮する場合などである。これらが本稿の社会システム設計テーマの場合であると言える。

ることのない資本である。また、金銭資本や一部の物的資本とは異なり、この資本は絶えず、維持・整備される必要がある。他者との関係は外部環境の変化にともない変化するため、放置しておけば時代遅れになってしまう。したがってつねにその中身をあらためていく必要がある⁷。

3.2 社会関係資本の意義と効果

社会関係資本が経済・社会の各側面における具体的な意義と効果はどのようなものだろうか？

まず、正の側面としては、子供の教育効果の向上、近隣の治安の向上、経済発展、健康と幸福感の向上、民主主義の機能化、地域の健康増進、教育レベルの向上、犯罪発生率の抑制にもつながり、より良い行政の実現に資することが上げられる。殊に、経済面においては、信頼の増大が情報の共有化を促進し、取引コストを低減化させる結果、市場の効率化がもたらされ、経済成長に寄与する可能性があると言われる。

しかし、不の側面の存在にも注意を要する。すなわち、カルテル結成による経済のパフォーマンスの悪化や、結合型の場合における社会参画・社会移動の遮断、コミュニティ間の対立の発生がありうるし、社会的・民主的目的を濫用し、反社会的・非民主的に使われる恐れもある。その結果、犯罪を減らすより、その温床となる恐れもある⁸。

しかし、これら両側面は他の資本に関連しても言えるので、ことさら特異なことではない。

3.3 地域連帯問題の社会関係資本による解決

本研究において、社会関係資本活用による持続可能地域社会開発を、より具体的に、その解をネットワーク化市民社会の中に求めることを考える時、その原理はなにか？

梅木（2005, No.2）によると：これまでの社会学において、社会関係資本の構築のプロセスは、通常、個人によって担われるものと解釈されてきた。組織間関係論においては、仲介者（対境担当者ないしはゲートキーパー）がこうした役割を担ってきた。こうした関係を組織的に構築する前提として、経験の蓄積と共有を必要とする。獲得された知識や情報を、学習と同様のパターンで、（組織に）組み込んでいく必要がある。社会関係資本の共有と、他企業の持つ社会関係資本の存在がもたらす影響の一つとして、社会的な一体感の形成があげられる。社会関係資本の連鎖・共有は、時として独自のコミュニティを生み出す。そうしたコミュニティの中では独自の規範やコードが生み出さ

れ、それがコミュニティにおける交流をより円滑にし、ひいてはコミュニティにおける濃密な社会関係資本の形成を可能にする。このことが企業を取り巻く社会関係資本をより豊かなものにしていき、新たな知識や事業拡大の機会に結びついていく好循環をもたらす⁹。

ここにおいて、社会を救うべきものとしての福祉機能が文字通り経済学の一部となることがわかる。つまり、かつてリプケ教授が主張したような、むしろ小さい政府による広範な福祉にかかわる社会的諸問題の経済学的処理の可能性である。これまで長く続いた既存の福祉国家概念からの脱皮である。すなわち、地域社会のもつ社会関係資本を有効に活用する機能のある経済システムを再構築すれば、この資本を活用するビジネス活動を鼓舞する時、社会関係資本の活用を基盤とする市場主義経済システムを構想することができる。

本研究においては、松戸市新松戸地域において、ひとつのコミュニティ・ビジネスの形態の中に、そのような、あたらしい市場モードを発見することを試みた。この新しい社会関係組織にあって、市場は新しい命をもち、外部からの社会関係資本の更新手続きは必ずしも必要が無くなり、自律的になる可能性が期待される。

IV. 社会的問題意識と地域社会の構想

近年、身近な日常生活においても、以下のような新しい社会的ニーズに応えるべき時代的背景がある¹⁰：

- ① ライフステージに応じた生涯教育の必要性
- ② 核家族化の進展とともに、乳幼児・初等中等の家庭教育が弱体化しつつあるにつき、家庭の教育のあり方を助言するシステム
- ③ 親子でふれあいを深める機会の拡充
- ④ 少年期における、いじめや不登校などに対応して、幅広い自由な学校システムの展開
- ⑤ 未就労青年・壮年・高齢者のための職業能力開発システムの提供

以上を踏まえ、以下のような事業の企業化を促進することが有意義であると考えた：

- ① 民間主導型の地域の都市開発、環境開発、福祉開発を大学が地域と協同して立案・推進すること。
- ② 既存の福祉・教育・医療・雇用などの公的事業の枠を超えて、具体的なコンサルテーションや請負活動を有償または地域通貨交換等により行うこと。

4.1 コミュニティ・ビジネスによる地域活性化の意義

わが国ではバブル経済崩壊後、大都市の中心部がいわば歯抜けになり、活力が失われるいわゆる日本型のインナーシティー問題が発生した。この問題の解決に、地域社会やコミュニティを活性化するための経済活動として、専門ビジネス「コミュニティ・ビジネス」の必要性が考えられるようになった。「コミュニティ・ビジネス」は、1994頃から使われている「和製英語」であり、地域住民が良い意味で企業的経営感覚をもち、生活者意識と市民意識のもとに活動する「住民主体の地域事業」のことである¹¹。

国レベルでは経済産業省で、「市民活動活性化モデル事業（市民ベンチャー事業）」（以下「市民ベンチャー事業」）が平成14年度から実施されている。市民ベンチャー事業である「コミュニティ・ビジネス」発生の背景に、以下のような現実がある。

少子高齢化が進展する中、我が国の生産人口が減少することが確実であり、我が国の社会経済が持続的に成長していくためには、女性や高齢者等が活躍できる社会とすることが不可欠となっている。一方、地域では、少子高齢化の進展とともに既存の画一化した行政サービスや営利を目的とする民間企業では対応しきれていない「介護」、「子育て」、「まちづくり」、「生涯学習」等といった新しいサービスのニーズが生まれている。こうした地域の課題への対応や地域資源を活用した活動が女性や高齢者等が中心となった市民活動団体や地域に密着した中小事業者によって始まっている。

しかし、このような市民活動団体等が継続して事業を展開するにあたっては、多くの組織が人的な結合を基盤にした小規模で不安定な組織であり、事業の競争力という面でも十分ではなく、多くの困難を抱えている。そのため、新たな産業の創出や雇用の受け皿としての可能性は高いにも関わらず、現状ではそのための機能を果たすことが困難な状況になっている。

このような背景のもと、地域において「介護」、「子育て」、「まちづくり」、「生涯学習」等の分野において多様なサービスの提供を行う女性又は高齢者等を主たるメンバーとする市民活動団体等及びそれらを支援する団体等の活動主体が、情報技術（IT）を有効に活用し、コミュニティ・ビジネスやベンチャー企業等へと成長する機会を拡大させ、もって雇用の増大と新たな産業の創出をめざすことを目的としている¹²。

以下、上田（2003）による論考をベースに、理解を助けるために、あらためて、コミュニティ・ビジネスによる地域活性化の意義を整理しておく¹³。

(1) コミュニティ・ビジネスとは

コミュニティ・ビジネスの定義は様々に行われているが、これらを整理すると以下の要素を持つものといえる。

- ・コミュニティ・ビジネスの主体は地域住民である。
- ・取り組むテーマは、地域が抱える課題や住民ニーズである。
- ・活動の形態は、継続的な事業である。
- ・期待される効果は、地域の問題を解決して、雇用を生み出すことにある。

これらの要素からすると、コミュニティ・ビジネスとは、地域住民が主体となり、地域が抱える問題を、ビジネスとして継続的に取り組むことにより、地域の問題を解決し、新たな雇用を作り出し、地域を元気にする事業のことである。

(2) コミュニティ・ビジネスの特徴

コミュニティ・ビジネスの特徴としては、まず活動の主体が従来の企業社会の担い手の他に地域の主婦や高齢者、早期退職者、サラリーマンなどが会社勤務しながら、地域をベースに仕事を作り出せる可能性も示唆しており、いずれも従来型の企業社会以外に地域社会の担い手である住民をその枠内に取り込んでいる。さらに、そのテーマは地域の身近な問題であり、活動形態もボランティア活動とは異なり、赤字を出さない程度の最低限の利益を生み出し、事業として成立させることを重視している。コミュニティ・ビジネスの行動価値基準は、必ずしも営利第一ではなく、地域社会のためになる事業を通じて、意義や意味を追求していくことにある。事業規模については、「地域の中で顔の見える関係」が前提となり、「等身大のビジネス」とも言われている^{注)}。表2に、コミュニティ・ビジネスの特徴をまとめておく。

注) このような事業主体の他に、このたびの新松戸の場合のように、商店会連合会などがこのビジネスに乗り出す動きとして本研究の方向が付け加わることとなった。

表2. コミュニティ・ビジネスの特徴

(上田 真弓, 日本総合研究所, 2003/4/15より, 文献13)

項目	内容
活動の主体	地域住民（高齢者，主婦，早期退職者など）や地域の企業が主体である
取り組みテーマ	地域の問題を解決する
活動の形態	事業に責任が持て，継続的に活動し，赤字を出さない程度の利益を出す，事業（ビジネス）形態として成立させる
行動の価値基準	地域や人のためなど，意義や意味を追求する
活用する資源	地域資源を活用する（労働力，原材料，ノウハウ，技術など）
組織形態	NPO法人，協同組合，企業組合，有限会社などがある
利益	適正な利益（必ずしも利益第一ではない）を追求する
事業規模	地域の中で，顔の見える関係の中で，自分のできることからはじめ，等身大で事業を展開する
事業リスク	（通常の事業と比較すると）低リスクである

(3) コミュニティ・ビジネスの効果

コミュニティ・ビジネスを地域で起こすことには，下記のような効果があると考えられている。

・地域問題へのきめ細かい対応

従来の行政の組織では解決することができなかった地域社会の問題が，地域ネットワークや個人の働きにより，それぞれの地域の実情に合わせたきめ細かい対応が可能となる。特に市町村合併後における行政サービスを補完することが可能である。

・生きがい創造

コミュニティ・ビジネスは「地域の問題を解決する」という役割を担っているために，問題解決を行うことで地域住民に感謝されるなどして，それが個人の働きがいや生きがいをつくり，自己実現へとつながり，さらには人的ネットワークの創造やコミュニティ意識を生み出すことが可能となる。

・創業活性化

経済のグローバル化の進展により，地域外からの企業誘致が困難になりつつあり，地域内で産業を興すことが求められている。コミュニティ・ビジネスは，原材料，労働力，技術・ノウハウなど，地域の資源を活用して，取り組むことから，産業の創業活性化に貢献することができる。

・雇用の創出

コミュニティ・ビジネスは，地域の問題解決が主眼のビジネスであるために，高齢者や主婦などの生活者が担い手の中心となっている。生活費を稼ぐための仕事というより

は、生きがいのための仕事に近い側面を持ち、本業ではないために、気軽に始められるという特徴も持っている。コミュニティ・ビジネスは、今までの企業の担い手とは異なり、主婦や高齢者、学生、フリーターなど、地域の新しい担い手による創業活性化が期待される^{注)}。

・地域の経済自立促進

コミュニティ・ビジネスは住民の個別多様なニーズに応じて、地域の固有資源をできる限り活用し、地域から働き手を募り、既存の事業者と連携するなど、地域での人材交流や経済循環を促す節点として様々な役割を果たす。個人や地域の潜在的な力を生かし、個人や地域の実情に添った形で地域の経済の自立を支援するような効果が期待できる。

4.2 コミュニティ・ビジネスの経済史的背景

コミュニティ・ビジネスは市場主義経済システムの一つの形態として勃興しつつあるとみなすことができる。その必然性は何か？ 宮坂（2004, No.1）は次のように述べている：コミュニティ・ビジネスは、その事業主体が多様であることに起因して、多彩な形態で展開されている。たとえば、これはいわゆる「むらおこし」や「商店街の活性化」と連動する現象である。しかしそれだけにとどまるものではなく、コミュニティ・ビジネスは、一方で、日本社会が大きな転換期にあること、すなわち、「少子・高齢」社会の到来に備えて「地域社会」をどのように立て直し・健全化するのか、戦後一貫して続いてきた経済成長が不可能になった現在、いかにして「雇用機会」を創出していくのか、等々のいままでの範疇を超える新たな問題の発生とも密接に関連している社会・経済現象でもあり、そこには行政側も「新しい視点」から取り組まざるを得なくなってきたという現実がある¹⁴。

さらに、概念としてのコミュニティ・ビジネスの位置づけについて、宮坂（2004, No.2.）は、次のようにのべている：いわゆる第1セクターとか第2セクター等の概念に囚われることなく、大企業中心のビジネスの対抗軸として提示された「新しい」概念である。既存の概念を利用していえば、小・零細規模の経済主体を中軸に据え、それらを既存の視点とは異なる「コミュニティの視点」を導入して再構成する概念である。しかし、その内容は、福祉・介護・子育て支援・家事支援、まちづくりなど多様であり、その多様性の故に、概念に関しては明確な定義をすることは困難である。事実、横浜市では、『コミュニティビジネス』は地域の身近な課題に対応するもので、地域やコミュニティの特性によって、その組織や事業は様々であり、高齢者支援、子育て支援や子供の健全育成、環境・資源の保全、商店街の活性化など、地域・コミュニティの様々なニーズや課題に対応して、市民自らが主体的に、地域の人材やノウハウ、施設、資金な

注) 新松戸の場合には、商店会など既存の事業所も含まれている。

どを活かして、継続的に事業を行うビジネスの手法で解決してゆくことで、豊かな地域社会づくりと地域経済の活性化をめざすビジネス」としている¹⁵⁾。

以上をふまえ、宮坂（2004, No.2）はコミュニティ・ビジネスの主な特徴を以下の3点にまとめた：

- 1) 地域のニーズや課題を事業機会として捉え、「ビジネス」として解決すること、
 - 2) 事業を継続するのに必要な利益をあげるとともに、事業を通じて社会貢献することを目的としていること、
 - 3) 市場原理のみでなく、地域との信頼関係の中で事業を行っていること、
- サービスの担い手としては、企業、NPO法人（特定非営利活動法人）、商店街等がある¹⁵⁾。

本稿の4.4以降にて提案するコミュニティ・ビジネスは、まさにこれらの内容を包含するものである。

4.3 コミュニティ・ビジネス発生と企業社会の変貌

コミュニティ・ビジネス発生とともに過去の企業社会が変貌する。

宮坂（2004, No.3）によると：戦後の日本社会は、一方で古い共同体を崩壊させ、他方で企業という新しい「共同態」をつくりだしながら、「発達」してきた。多くのサラリーマンたちの「ベッドタウン」として新興住宅地が造成・開発されたが、そこは文字通り「眠るためだけの場所」であり、「新」市民（住民）と「旧」市民（住民）が「対立」している（「溝」が横たわっている）地域も少なくなく、結果として、彼らは「地に足の着かない」生活をおくることを余儀なくされてきた。このような状況のなかから「会社人間」が生み出されてきたのである。そのような人間が退職するとどうなるのであろうか。まさに「居場所」がないのである。退職したサラリーマンが「意識的に」地元へ眼を向けてコミュニティ・ビジネスを始めだしたのは決して偶然ではない。そして、このコミュニティ・ビジネスは現役のサラリーマンにとっても大きな意味を持つようになった。コミュニティ・ビジネスがより発達するようになれば、たとえ自分が直接に関わっていなくとも、情報が流れ、地域社会に眼を向けざるを得ないような状況がつくりだされることになる。そして、地域が「眠るためだけの場所」から「生活の場所」へと転化する。このようになれば「会社人間」が再生産される条件のひとつが姿を消すことになろう。地域共同体が活性化すれば、会社以外にも、準拠集団が生まれ、会社との距離がいままでとは異なったものとなり、「市民」としての眼を備えた「会社人（組織人）」が生まれる。親が変われば・子どもも変わり、会社人間が世代を超えて再生産されていく「基盤」が消失するのではないだろうか。コミュニティ・ビジネスは日本社会を大きく

変える可能性も秘めている。つまり、コミュニティ・ビジネスが日本の企業社会に及ぼす影響である。コミュニティ・ビジネスの趨勢は大企業中心の企業社会を変えるひとつの契機になるかもしれない¹⁶。

4.4 社会システム設計

「社会システム設計」を目標とするにあたり、本研究のとする基本的立場は、システムの新形態が実現されるような「枠組の創造」である。したがってその組織的活動のスキームは、プロアクティブ（先導的）であり具体的実践にある¹⁷。

本研究では、この方針に従い、一例として、千葉県松戸市新松戸地区を対象に、教育・福祉・医療の非公的側面の問題解決を市場経済の中にシステム化することを試みた。

日本の人口が2005年にピークを打つ中であって、超少子・高齢化した社会構造を考えると、いずれの地域においても、早急に社会システムの対応を考えなければならない時点にある。平成16年度開講した流通経済大学の新松戸キャンパスのある地域周辺も例外ではない。新松戸地域は、農業地域より大型の集合住宅が多数存在する東京のベッドタウンの一翼として発展し、商業施設も増加してきた。比較的多い集合住宅には新しいものもあるが、築20年以上と見られる古いものも少なくない。それらの中には無人化している部屋も数多く見受けられる。一方、若年者人口が減り、若い家族が少なくなり、その結果、小中学校の学生も減少しつつあり、学校の統廃合が余儀なくされている。地域の人口分布は全体的に高齢化し、核家族となった独居老人も少なくないと考えられる。因みに平成16年12月31日現在の住民基本台帳によると、比較的人口の多い新松戸3丁目（人口8,049）の65歳以上人口割合は11%、新松戸7丁目（人口7,577）では13%であり、高齢化が松戸市（47万人）の平均レベル15%に迫っている。

このような背景にあって、社会関係資本を基礎とするコミュニティ・ビジネスの起業により新しい地域福祉の増進強化を考えるべき時点にあると言える。ここでは、平成17年度4月より、流通経済大学流通情報学部若林ゼミが新松戸商店会連合会との協力の下に進めてきた新松戸での実践的活動の第一段階の進捗状況を報告する。

V. 新しいコミュニティ・ビジネスの起業

5.1 概要

平成17年11月15日、千葉県松戸市新松戸6-184藤屋ビル2階の一室を事務所とし、新松戸商店会連合会が企業主体となり、傘下の商店会商店をメンバーとする新松戸安心生

活支援組織「あなたの街のコンシェルジュ」「御用サポート新松戸」が試験的に起業し、モデル営業を開始した。流通経済大学若林ゼミでは、其の開設にあたり平成17年4月本プロジェクト開始の時点より、新松戸商店会連合会と連携をとりつつ協同してきた。

本企画の基本概念は「ホテル方式新松戸地区生活支援サービス提供コンソーシアム」とも呼べる。すなわち、新松戸の街全体を一つの大ホテルとみなし、そこに住まわれる宿泊客（ゲスト）である住人を対象に事業者が連合を組み、「おもてなし（ホスピタリティ）」を提供し、対価を収集するというアイデアである。概要については、平成17年新松戸祭りの機会に市民に配布されたチラシに分かり易くまとめられている。（付録1. 参照）

5.2 「あなたの街のコンシェルジュ」—新松戸安心生活支援組織—設立企画

その詳細内容は、以下に説明する組織設立企画書の通りであり、それに基づき、商店会連合会が平成17年度千葉県商店街地域連携モデル事業募集に応募した結果、優秀モデル事業の一つとして認められた。以下の枠組みにその主要部分を紹介する。

1. 本企画の背景

松戸市新松戸地区は、区画整理によって生まれ、入居開始から28年という新しい街です。多くの緑と豊かな公共施設に恵まれたお洒落で住み易い快適な街です。そこに住む人々の生活や文化レベルは高く、明るく、活発です。しかし街の特徴でもある高層住宅に居住する人々の間では、ご近所付き合い、住民同士のふれあいも少ないまま、高齢化が進み核家族化が進んでいます。又、小中学校の統廃合が進みつつあり、現在日本全体の特徴として叫ばれる、（超）少子化社会がこの新松戸でも目前です。

一方、商業者にとっても、居住者（消費者）同様、高齢化が進んでおり、後継者の育成、新たな時代の要望に対応するためにも活性化は共通の課題となっています。

このような背景にあって、私達は、今後の地域開発を地域の人々のニーズに合った、安心して暮らせる魅力的な街の長期持続的発展に対応できるよう、その仕組みを変えていく必要があると考えます。この問題を解決するにあたり、オリジナルなコンセプトを考案・設計し、事業者のコンソーシアム組織により、新しいコミュニティビジネスを起業し、実践し、実証することを目指します。具体的には、新松戸地区にて営業するホテル・商店会連合を中心とする各種事業所、各種NPOと流通経済大学が連帯・協力することにより、主として、同地区に居住する核家族ないし独居の高齢者、独り暮らしの青壮年者、共稼ぎの方、シングルペアレントの方々はもとより、住民の中核を占める多忙なサラリーマン世帯の日常生活に起こるあらゆるニーズを、即時的に、又継続的に、支援・処理能力をもつ「取次ぎ・案内サービス（コンシェルジュサービス）」を提供します。その目的は地域の生活の安全と安心を確保し、福祉を増進し、豊かな共同体社会を樹立することです。

参加商店事業者にとっても、このようにして住人のサービス要求に迅速に応えることは、新規事業の創造、サービスの開発、工夫の糸口となって、扱い商品の品揃

えの改善、品目の変化となって、地域全体のサービスの底上げ、地域内消費者の掘り起こしや、引き留め、他地域からの誘客に発展するメリットがあると考えます。

2. 事業者連合の目的

本コンソーシアムは新松戸地区にて営業するホテル・商店会連合を中心とする各種事業所と流通経済大学の連带的協力により、主として、同地区に居住する核家族ないし独居の高齢者、独り暮らしの青壮年者、共稼ぎ、シングルペアレントの方々の生活に起こるあらゆるニーズを、即時的に、又継続的に、支援・処理する取次ぎ・案内サービス（コンシェルジェサービス）の提供をすることにより、地域の生活の安全と安心を確保し、福祉を増進し、豊かな共同体社会を樹立することを目的とします。

3. コンソーシアムの提供するサービスの例

コンソーシアム企業とのネットワークにより上記目的を満たす具体的な「ホテルコンシェルジェ（案内人）」の「取り次ぎサービス」には、以下のような例が想定されます。

(1) 商品・食べ物・情報などの宅配の例

品物：コンビニ・スーパー・商店会商品のお届け、ケータリング（出前）

生活情報調査サービス：質問項目に対する問い合わせにFAX、メールにて回答する。

(2) 訪問サービスの例

屋内サービス

- ①家事手伝い（散髪、ベッドメイキング、ケータリング、ランドリー、掃除、子守り、料理、片づけ、掃除、ごみ捨て、布団干し、布団綿打ち直し、庭しごと、草とり、農作業）
- ②機器接続・立ち上げ・不具合修理（コンピュータ、インターネット、メール、電話、電気、水道／下水関連）
- ③室内模様替え・リフォーム（ふすま張り替え、畳表張り替え、部屋模様替え、居住環境デザイン、外壁塗装）
- ④インストラクター（こどもの家庭教師、中国語、パソコンソフト、インターネット、メール、テニス）
- ⑤筋肉トレーニング（マッサージ、整体）
- ⑥相談（何でも相談、ゲームの相手、お茶・話相手）

屋外サービス

同行サービス（風呂、市役所、病院、商店、スーパー、百貨店、散歩）、
代行サービス（買い物、ネット購買、入院付き添い、ペット散歩）

(3) 緊急サービスの例

顧客体調不良、24時間トラブル発生処理対応

4. 主要参加セクターの説明

(1) 顧客メンバー

通常の顧客メンバーは年単位でコンシェルジェ代金のみを支払うホテルの長期宿泊者に相当する。住所を部屋番号と対応させる。メンバーはチェックイン、チェッ

クアウトが確認される。その間本システムの宿泊者として登録される。顧客の希望に応じ、定期的に健康状況、御用の有無などを電話などで確認する。長期宿泊者の他に短期宿泊者や緊急の宿泊者も受け入れる。

(2) ホテルフロント/コンシェルジェ

ホテルのフロント業務であるルームコントロール（部屋の特典、宿泊者の特典）、売上管理を行う。事業者に依頼して、宿泊者の住宅に赴き、定時の清掃・クリーニング（日、2日、3日、一週間毎など）を行う。要求に応じ、ルームサービスの仕事を行う。ホテルコンシェルジェはFAXと電話を受けて、宿泊者の要望に応じ、その代理者として最も適切な事業者 서비스에電話とFAX（マニフェスト）にて依頼する。万一生ずる苦情処理にも対応する。

(3) 事業者連合

事業者連合は会員組織とし、年会費を支払うものとする。会員は自分が責任をもって提供できるサービスを予め申請しておかねばならない。

原則的に、顧客の部屋である住所に最も近くに位置し、顧客の要望に応え得る事業者が紹介される。サービス終了後は顧客の確認署名をもらい、FAX（マニフェスト）をホテルに返送する。ホテルはそれに基づき、当該事業者課金する。サービス経費は「時間*人数ベース+回数ベース」とし、同一サービスの定価は事業者によらず基本的に定額とする。

事業者は売上の一定比率と一定手数料をホテルのフロント/コンシェルジェ経費としてホテルに支払うものとする。比率ならびに手数料は固定費と変動費により算定し、会員である顧客ならびに事業者報告し、了承を得るものとする。（課金の部分は要検討）

5. 今後の進め方

① 提供可能商品／サービスの調査

商店会連合会の会員他の方々を対象に本ビジネスコンセプトを説明申し上げ、各事業者が提供できる商品やサービスとして何があるかに付き項目／内容概要をアンケートする（進行中）。早急に顧客・事業者向け規約を整備し、各種動向に対処するため、事務局、運営委員会を設立する。

□モニター顧客のニーズ調査

町内会にお願いして、モニター顧客を紹介していただき、本ビジネスコンセプトを説明し、各顧客が希望する商品やサービスとして何があるかに付き、項目／内容概要をアンケートする。

□システム安全の分析と対策

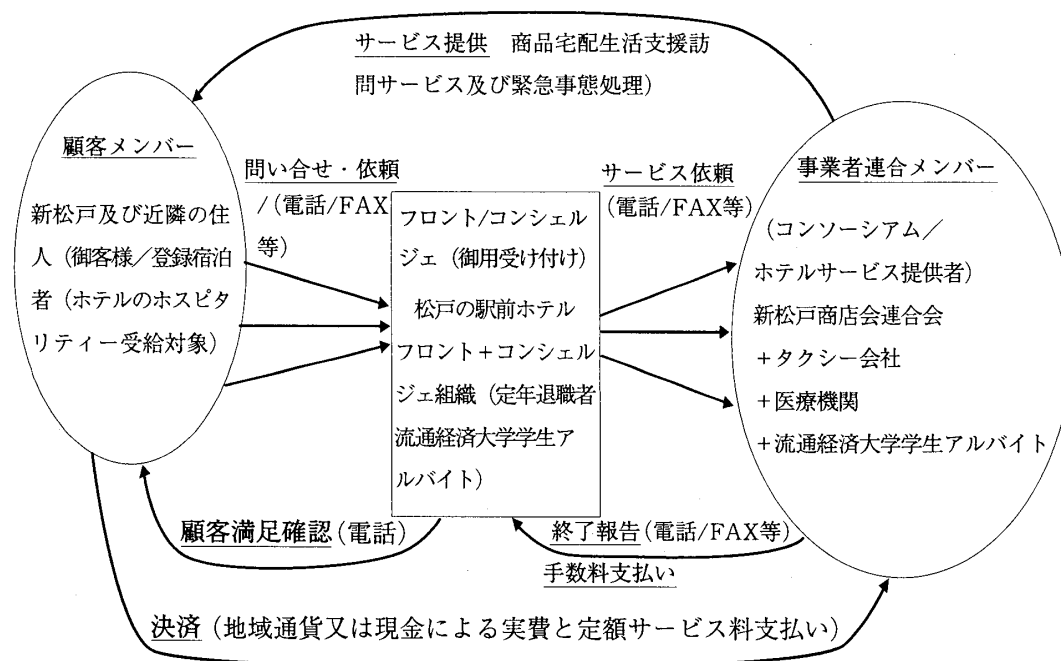
関連する犯罪など、将来のトラブル発生を未然に防ぐために可能性のある問題の対処方を考える。

6. 本コンソーシアム企業のスキーム

本企画のスキームは以下の枠組みに示すとおりである。なお、対価手数料の詳細については、今後至急詰める必要がある。

「あなたの街のコンシェルジュ」—新松戸住人安心生活支援システム—
「ここまでやる課 新松戸生活支援サービス提供コンソーシアム (事業者組合)」

新松戸商店会連合会+松戸旅館組合+流通経済大学若林ゼミ



7. 本事業の特徴

本事業の特徴として、以下の点を挙げることができる。

- ① 本事業においては、ホテルの宿泊人である住民顧客への定期的な御用聞きと、ホテルの部屋に相当する顧客の自宅から発信される御用依頼を、コンシェルジュが受けとめるところからスタートする。既定のメニュー項目については、対応する新松戸商店会の事業者にと次ぎ、そこより迅速に顧客の許に赴き対応する。新規複雑項目については、別途、主として人生経験豊かな退職者よりなるコンシェルジュ組織が対応するので、新しい雇用創造につながるという利点が生まれる。
- ② 本事業の事業組合方式のビジネススキームでは、費用が主として変動費であり、固定費比率が小さくて済むので、ビジネスモデルとして持続自立的であるという特徴がある。
- ③ 地域住人を宿泊対象者に加えることにより、「ホテル」概念が新しく生まれ変わり、高齢化社会に入りつつある新松戸の住民福祉を地域の商店会を含む事業者とともに協力して、既存の形態の枠を越え、住民のニーズに親身に応える点に、本事業の特徴がある。

- ④ ホテル宿泊対象者としての住人に会員事業者店舗における割引購買の特典を与えることにより、顧客の囲い込みが可能になる。
- ⑤ 本事業は商店会連合ならびにホテル経営にあたる旅館組合等が法人組織としての事業組合を組織し、大学と連合して社会的責任を果たすという新しいコミュニティビジネスである点がユニークであるといえる。

8. 期待される効果

さらに、本事業の期待される効果としては以下がある。

- ① 住民が複雑な都市の詳細を必ずしも十分に知らなくても、あたかもホテルの宿泊者と同様、ホスピタリティーあふれる情報やサービスを安心して受け取ることができる。
- ② トータルな安全・安心生活を保証することにより、あらゆる顧客の囲い込みができ、商店街活性化につながるモデル事業としての波及効果が期待される。
- ④ 流通経済大学が超少子化高齢化する都市に発生する社会的問題の解決に市場原理を適用するコミュニティ・ビジネスに協力できる。
- ⑤ 新松戸と類似の先進国都市において、普及・発展が可能なモデル事業として波及効果が期待される。

VI. 考察

本プロジェクトにつき、新松戸元気創会のメンバーにより新松戸3丁目会館において、以下の検討（17/6/10, 17/8/26）が行なわれた。

（1）プロジェクトのネーミングについて

宿泊者の意味が上手く理解されないおそれがあるのでできるだけ分かり易くする。最終的に、以下の通り決定した。

あなたの街のコンシェルジェ「御用サポート新松戸」

—新松戸住人安心生活支援システム—

（2）医療関係について適正なアドバイスの可能性について

医療関係については適正なアドバイスは難しいといえる。しかし、安心・安全を目指していく以上、顧客の要望に沿いつつ、できるかぎり前向きに協力する姿勢が望まれる。そこで、顧客よりの医療関係であることを確認し、会員の総合病院から直接依頼者に電話するようにする。つまり、専門のコンシェルジェへつなぐ、補助的な連絡役を果たすこととする。

(3) コンシェルジュの果たすべき責任について

- コンシェルジュということであれば、逆提案を含め、付加価値をつける専門的判断能力が必要である。
- 専門アドバイザーが必要となるので、差し当たり、関連事業者自体にもその役割を期待する。すなわち、必要に応じ、事業者の中にコンシェルジュ事業専任を設け、第一段階として、そこにつなぐ、そこで顧客の要望を分析し、最適の解決案を探ることとする。
- 事業者の中にも適切なコンシェルジュを設け、そこより顧客に赴き、具体的な相談にのり、最適の解決案を探る。類似の事業者が複数ある場合は、見積もり合わせをして請け負う。
- コンシェルジュの教育システム整備が必要である。ただし、内容は予め明確な判断のつく単純な案件にとどめる。
- 翌日以降の処理とならざるを得ないような複雑な案件については、別途、経験豊富な退職者などをメンバーとするコンシェルジュ組織（時間交代制）をもうけ、判断を引き継げるようにする（時間実費、費用はコンシェルジュ手数料を充てる）。
- コンシェルジュ組織にはクレーム処理機能を持たせる。

(4) 経費の配分・調達について

必要経費を賄うために、顧客メンバーと事業者会員より年会費を徴収することが考えられる。後者について、売上％、取次ぎ手数料を想定する必要がある。少なくとも初期の運営費（人件費、諸費用）、募集費、管理費を賄うに必要な資金として、参加組合事業者よりの出資／年会費を充てる。

(5) 請負項目の範囲について

請負の範囲が広範囲、多様であり、焦点がしぼり難い面があるが、コンシェルジュとしては、生活支援と言うキーワードで請け負える事業所がある限り、幅ひろくとりあげざるを得ない。ただし、あらかじめ、分かり易く整理しておく必要がある。そこで、なお、顧客の求めるサービスの項目についてアンケート調査が行なわれた。（付録2.参照）その結果を参考に、考えられる取り扱いアイテムの一覧が整理された。（付録3-5.参照）

(6) 顧客について

顧客は予め定められた範囲（項目内容、時間等について）のニーズ処理の希望者とし、メンバー登録をする。その場合、入会金は退会時に返却する条件の「デポジット制」とすることが考えられる。その意味で、顧客に権利義務の明確な「ステータス」を与える

ことを前提条件として、住民のシステム信用度の担保に努力する。

(7) 進め方の要点と将来性について

- 数次による具体的な試行をしながら、その経験の記録をし、問題点を探る。
- 当初はたとえ顧客が少なくとも、その人たちのニーズ処理を誠実に計ることにより、システム信頼度を高めるように努める。システムの存続自体が「新松戸のシンボル/ブランド」になるよう育てる。
- 内容を容易にできることにしほり、時間制限などを設け、段階的に拡大し、成長させていく。
- 長期的には新松戸を武蔵野線沿線である千葉県臨海地域（お台場など）とむすぶりゾート地を目指す。全国からの訪問者のみならず、新松戸の住民人口が増える方向を模索する。

(8) 企業設立時に必要な検討項目案について

以下の枠組みの如く整理できる。

1.	<u>提供すべきサービスの明確なイメージ</u>	サービスの種類・項目一覧と量質的説明の整理
2.	<u>準備すべきサービス提供者の資質</u>	専門的な内容とスキルにつき、関係者の教育・養成
3.	<u>ビジネス経営ツールの整備</u>	マーケットリサーチ、商圈、顧客とのコミュニケーション、データベースの準備（顧客・サービス提供者/個人情報の保護）、ネットワークの確立（プッシュフォン対応、コールセンター機能）、PR、広告メディア戦略
4.	<u>経営準備</u>	サービス提供者派遣の常時確保、人事管理、資産管理、資金管理、取引管理、顧客管理、取引先管理、会計帳簿（伝票、元帳、貸借対照表、損益計算書など）準備
5.	<u>企業組合の責任体制（案）</u>	ホテル/コンシェルジェ：各ホテル、サービス提供（質の均質化、トラブル処理）：商店会連合会等、顧客：町内会、顧客グループ、顧問：流通経済大学若林ゼミ
6.	<u>注意すべき項目</u>	提供すべきサービスの質的確保、メニュー定価の維持、入札による事業者間の競争原理保持等、住民側の代理者たるコンシェルジェ組織の公平な業務処理慣行の確立が課題であるので、平成17年度においては実験的段階よりスタートする。

(9) 事業組合設立に必要な検討項目について

以下の枠組みの如く整理できる。

1.	提供すべきサービスの明確なイメージの確立	サービスの種類・項目と質についての整理
2.	準備すべきサービス提供者の資質	コンシェルジェの専門家とスキルの養成
3.	ビジネス経営ツールの整備	マーケットリサーチ：消費者・顧客とのコミュニケーションの確立、データベースの準備：顧客・サービス事業者（個人情報の保護）、口コミ情報、ネットワークの確立：プッシュフォン対応、コールセンター機能、PR：広告メディア、看板
4.	経営準備	サービス提供事業者の常時確保、事業者管理、資産管理、資金管理、取引管理、顧客管理、取引先事業者管理、会計帳簿（伝票、元帳など）準備
5.	企業組合の責任体制	コンシェルジェ：ホテル、サービス提供事業者（質の均質化、含むクレーム処理）：商店会連合会等、顧客の定義：各事業者に対する消費者、コンシェルジェに対する事業者
6.	顧問役：	流通経済大学若林ゼミ

(10) コミュニティ・ビジネスの事業形態について

本企画はすでに存在する地域の商店会所属の事業所がコンソーシアムを形成することにより、実現する可能性がある。事業形態の一つとして、2005年8月1日より制度がスタートした新事業組織、「有限責任事業組合（Limited Liability Partnership=LLP）」の仕組みがある。LLPは専門的な知識や技能をもった人達の共同事業や保有特許を使った企業同士の共同事業など、新規事業に適している。民法上の組合の一種なので出資者に課税されるが、LLPには課税されない点で、会社より有利である。出資した企業などはたとえばLLPが赤字の場合は損失を自社との損益と合算して税免除を抑えることができる。また、出資者がすべて有限責任である上、少なくとも成功につながる発明を行なったひとは利益配分を増やすというようなルールを自由に決めることができる。したがって、株式会社などの有限責任制と民法組合の自由な運営という長所の両者を活用して起業を促すものとなっている¹⁸。

事業者を株主とする事業組合とすると、法律的に、また資金的に問題が少ないので好都合であると考えられる。平成17年12月現在具体的な準備が進んでいる。

VII. 結論

今すでに高い生活水準にあり、自分たちの幸福と繁栄状態の持続が今後も期待できるような恵まれた人々や企業にとっては、本稿で紹介したコンシェルジェ安心生活支援システムは不要であろう。しかし、内外における社会経済的危機の徴候が顕在化し、日常生活における心配事やストレス感高騰の経験者が増加するとともに、かかる福祉代替案の討論が避けて通れない時代になった。そのとき、社会関係資本の活用が一つの役割を果たすに違いない。このネットワーク型社会システムを新時代の社会システムの一つであると考え、社会のあらゆる構成員が社会関係資本を通して、より直接的に社会に向き合うという意義が生まれる。そして、ただ単に、自分自身の雇用条件を保全するレベルを超え、人生の岐路や社会の矛盾を自らの努力により解決する場のみならず、新しい生きがい構築の場としても期待できる。

今後ますます公的な福祉「公助」のみならず、毅然たる「自助」や集团的「共助」による福祉が必然であり、重要となる時代にあつて¹⁹、本稿で紹介した社会関係資本を基盤とするコミュニティ・ビジネスを通して、新しい集团的「共助」による福祉が、先進諸国一般に、わが国においても、全国的・地域的を問わず、少数派、弱者の社会経済的地位改善はもとより、生き甲斐豊かな超高齢化社会システム開発の議論に役立つことが期待される。全ての社会構成員が人生を楽しみ、そして、自由と平和な状態で高齢化し得る社会構築へ寄与するものとして、本稿で紹介したコミュニティ・ビジネスが市場主義経済システムの一環として有意義であると考えられるからである。このようにして、新しい福祉国家の歴史が刻まれる可能性が生まれることが期待される。

以上

附録

A1.「あなたの街のコンシェルジュ」—新松戸住人安心生活支援システム—

(平成17年7/16,17新松戸祭配布チラシより)

請うご期待!! 新事業計画中

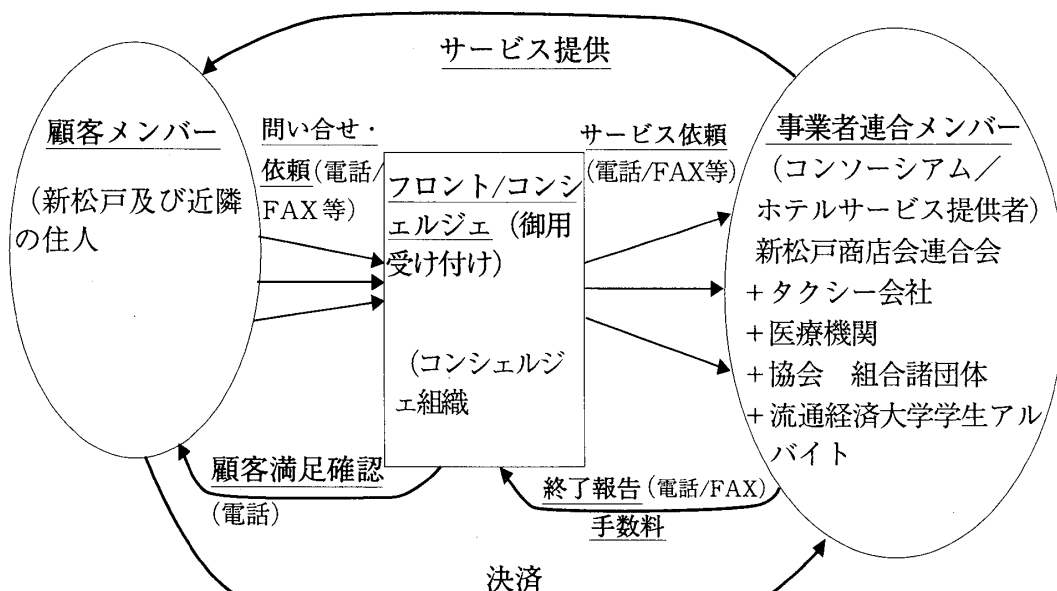
「あなたの街のコンシェルジュ」

—新松戸住人安心生活支援システム—

- 大ホテルにはコンシェルジュというお客様の困り事の相談に応じる係りがいますが、私たちは、新松戸住民のコンシェルジュ役をつとめますので、新松戸にお住まいの、あなた様にこのホテルのお客様（有料ゲスト）になっていただくと幸いです。
- 私たちは、新松戸の一軒一軒のお宅が、大きなホテルの一部屋一部屋に見立てて考えてみました。そして、ゲストに提供するサービスは一流を目指します。
- あなたの「よろず相談」担当として、1年365日、専門のコンシェルジュ（相談員）がお相手をします（当初は時間制限があります）。
- 事業者組合員である新松戸商店会、支援協力団体、流通経済大学有志学生がお客様へのサービスを出来るだけ素早く提供し、あなた様のご希望を満たさせていただきます。（業務の流れは下のスキーム図でご理解ください。）

「あなたの街のコンシェルジュ」—新松戸住人安心生活支援システム—

「そこまでやる課! 新松戸生活支援サービス提供コンソーシアム（事業者組合）」



- フロント、受付業務を担当するコンシェルジェが、ゲストの注文によって、コンサルタント（相談員）、アシスタント（介助者）、ガイド（案内人）、サポーター（支援者）、などの役目をしながら、請負人と言われる、ホテル出入りのプロ（組合員）を派遣することがこの事業です
- このホテルに長期滞在されますあなた様に、ぴったりの生きがい（趣味、旅行の機会など）の場の紹介をいたします。
- 私たちのお客様である元気なあなた様の安心と安全を何時も見守ります。
- 新松戸にお住まいの方々のうち、核家族の方、独居の高齢者の方、独り暮らしの方、共稼ぎの方、シングルペアレントの方、お子様・高齢者・病人のお世話をされている方々はもちろんのこと、多忙なサラリーマンの方々のニーズにも必ずお役にたてると思います。
- 個人情報を十分管理し、提供するサービスの質の維持、安全・安心への配慮に最大の注意を払います。
- 当初は、ホテルフロントを窓口にし、どのようなサービスの頻度が高いか、ホテルプロの協力を得てモニターし、教育期間後、順次事業者組合の形態を整えます。
- お客様（ゲスト）募集の窓口としては、町会、共同住宅管理組合、高齢者クラブなどの団体にも協力を依頼します。殊に福祉的サービスでは、関係機関との連携も考慮に入れた体制とする予定です。
- 今、この事業の提供サービスの詳細、必要経費を見積もっていますが、コンシェルジェ費用はお客様（ゲスト）のオーダー数に依る変動要因も想定されます。
- 現在事業実施にむけて準備中ですが、今後各種の連絡メディアを通して、講演会開催準備及び参加、協力の呼びかけを行わせていただきますので、その節には、皆様がたのご協賛、ご支援をお願いいたします。

以上

事業主体：新松戸商店会連合会（6 商店会加盟）、連携団体：元気新松戸創会、流通経済大学若林ゼミ、協力支援団体：旅館業組合、商店会員加入の職能組合/協会など

A2. 顧客としての新松戸の方々が要望するサービス内容

(平成17年流通経済大学新松戸キャンパス青春祭17/6/18,19顧客アンケート結果より)

平成17年6月18, 19日新松戸キャンパス青春祭新松戸コンシェルジェプロジェクト訪問者アンケート結果について(参加若林ゼミ2・3年生, まとめ協力2年生青木翔君, 17/6/27)

アンケートおよび結果(複数回答を含む)

Q.顧客としてのリクエストや提供すべきご専門内容をおもちですか?できるだけ, 実際的な内容をお教えてください。(以下のお答えがありました。なお, 括弧内の数字は年齢です。)

A.顧客メンバーとしてのニーズ

- 託児所や保育園への子供の送り迎え (女25)
- 週2日位食事の支度をしてほしい。(女58)
- 買い物物を週一回くらい手伝ってほしい。(女25)
- 週1-2回話し相手や, 洗濯・掃除を手伝ってほしい。(女30)
- 重い荷物や家具の移動等をこれから先お願いできると助かります。(女73)
- 高齢化しているので頼みたいことがあると思います。(女59)
- 地域の清掃を行ってほしい。(男21)
- すでに高齢化・少子社会に入っているのでもっと地域特有の社会をつくるべきと思います。(男22)
- 子供の託児 (男40) (女35)
- 大人または子供むけ講座開講 (男40)
- 買い物代行 (男40)
- 防犯 (男39)
- クリーニング (男39)
- 話し相手 (男39)
- 家事をお願いします。(女64)
- 高齢者が実生活で必要としているニーズは何か考える必要。(男67)
- 地域コミュニティを相手に取り組む。(男67)
- 単なるサービスではなく, 地域の人に歓迎される事業として考えるべき。(男67)
- コンピュータを教えてほしい。(女50)
- 重い買い物物の手伝いをしてほしい。(女50)
- 宅配
- 散髪
- 窓口をインターネットにしてほしい。
- もう少し先をお願いするかもしれません。(女80)
- 急病になったら手伝ってもらいたい。(女58)
- あいさつ運動を起こして, 人々とのコミュニケーションをはかってほしい。(男19)
- 一人暮らしの高齢者が一箇所で楽しくお茶を飲んで話し合える場所を提供してほしい。(女30)

- パーティーや催し物（軽音楽・能などに）参加できるようにしてほしい。（男66）

B.複雑なコンシェルジェ業務の担当

- コンシェルジェのできることを業種別に整理してほしい。（男21）
- 特技はないが定年になったら参加したい。（女55）
- 誰でも気軽に使えるようなコンシェルジェをしたい。（女30）
- 身体の不自由な人へのアドバイスをします。
- お客様にこのシステムの説明を、窓口で丁寧に対応して、満足してもらうよう取り組みます。

C.事業者（連合）としてのサービス参加

- 学生に対するサービスができる。（男63）
- 私はPCサポート、インストラクターができます。（男21）
- このようなシステムの発足は大事だと思いますが、消費者の立場にたって、経済的にも、もっと使いやすいようにしてほしい。（女34）
- 高齢者の家に行き、本を読んでさしあげたり、老人が出来ないことを手伝ってあげ、安心な生活環境を提供します。（男17）
- お年寄りの話し相手ができます。（女50）
- 掃除、洗濯、料理ができます。
- ペット預かります。
- お好みの料理をつくれます。
- 劇や映画などにご一緒する。荷物運びができます。
- マッサージができます。
- 週末に家の掃除をする。料理をつくる。買い物に行く。

以上

A3. 「あなたの街のコンシェルジェ」 取り扱いアイテム一覧

(17/8/23打ち合わせ資料より)

カテゴリ	ID	単位	アイテム	ID	単位	アイテム
A 物品購入電話相談・お届け	A1	回	家電品購入電話相談・お届け・据付	A8	回	ペットボトル飲料購入電話相談・お届け
	A2	回	寝具購入電話相談・お届け・据付	A9	回	クリーニング
	A3	回	家具購入電話相談・お届け・据付	A10	回	お酒・米購入電話相談・お届け
	A4	回	薬・生花・日用品購入電話相談・即お届け	A11	缶	灯油購入電話相談・お届け
	A5	回	寿司・そば・ピッツア購入電話相談・お届け	A12	回	自助用品（ステッキ等）購入電話相談・お届け
	A6	回	おにぎり・お弁当購入電話相談・お届け	A13	回	冠婚葬祭引き出物購入電話相談・お届け
	A7	回	パン・ケーキ購入電話相談・お届け	A14	回	花・チョコレート等プレゼントお届け
B 情報提供	B1	回	困りごと解決生活情報FAX提供	B4	回	旅行情報FAX提供
	B2	回	地域情報FAX提供	B5	回	映画・演劇・スポーツ情報FAX提供
	B3	回	趣味情報FAX提供			
C 屋内サービス提供	C1	時間・人	室内整理・清掃作業	C14	時間・人	植木・草刈・庭仕事・水撒き請負
	C2	時間・人	生活ごみ捨て請負	C15	月・人	留守宅警備・管理請負
	C3	時間・人	粗大ごみ処理請負	C16	時間・人	引越し
	C4	時間・人	台所料理援助	C17	時間・人	パソコン・FAX機器選定・立ち上げ援助
	C5	時間・人	洗濯・取り込み請負	C18	時間・人	パソコン（eメール・インターネット）指導
	C6	時間・人	出張美容・理髪・着付け	C19	時間・人	パソコン修理
	C7	回	電球取替え・電池交換	C20	時間・人	中国語・韓国語・ポルトガル語・フランス語家庭教師派遣

	C8	時間・人	水道・風呂・トイレ 水周り修理	C21	時間・人	絵画（油絵・テンペ ラ画・デッサン）教 師派遣
	C9	時間・人	不動産売買相談	C22	時間・人	整体・マッサージ
	C10	時間・人	居住環境デザイン・ リフォーム請負	C23	時間・人	話し相手
	C11	時間・人	家具移動	C24	回	往診・健康診断
	C12	時間・人	畳・襖張替え	C25	日・匹	ペット貸し出し
	C13	時間・人	外装請負	C26	時間・人	自宅での冠婚葬祭イ ベント請負
D屋外 サービス 提供	D1	時間・人	風呂屋同行	D10	時間・人	入院付き添い
	D2	時間・人	市役所等公官庁同行	D11	時間・人	ペット散歩代行
	D3	時間・人	公官庁（社会保険 事務所・税務署・ハ ローワーク等）手続 き代行	D12	時間・匹	ペット預かり
	D4	時間・人	病院同行	D13	時間・人	子守
	D5	時間・人	商店／スーパー／百 貨店同行	D14	時間・人	子供送迎
	D6	時間・人	散歩・ウォーキン グ・マラソン同行	D15	回	映画・演劇観劇・ス ポーツ観戦同行
	D7	時間・人	お買い物代行	D16	回	冠婚葬祭請負
	D8	時間・人	ネット購買代行	D17	回	墓参り代行
	D9	時間・人	車関係（車検・板金 修理・整備）代行			
E連絡補 助	E1	回	医師往診連絡補助	E3	回	消防（119）連絡補 助
	E2	回	警察（110）連絡補 助	E4	回	タクシー手配

A4. あなたの街のコンシェルジュ事業請負事業者の営業内容

(17/9/15打ち合わせ資料より)

() は軒数

新松戸1丁目(駅前)商店会					
1班	ファミレス	寿司	銀行	ホテル (2)	JR
	洋菓子	質屋			
2班	文具	そば	建設	お茶	保険
	中華	不動産	傘や	飲食店 (4)	
3班	そばや	総合病院	寿司	洋菓子	商事
	飲食店 (4)				
4班	薬局	介護	薬局	飲食店 (3)	不動産
5班	飲食店 (5)	不動産			
6班	車関連	クリーニング	スーパー	畳屋	不動産
	タイヤ	飲食店 (1)			
新松戸2丁目商店会					
1班	ホテル	喫茶店	不動産	飲食店 (3)	商事
2班	そば	銀行	賃貸	和裁	飲食店 (5)
3班	指圧整骨	不動産	クリニック	調剤薬局	洋品店
	寿司	専門学校	内科クリニック	飲食店 (3)	
4班	コンビニ	不動産	印刷屋	飲食店 (4)	
5班	建設業	旅行業	理容	飲食店 (4)	
6班	ビルサービス	不動産	メガネ	歯科医院	マージャン
	ダンス	靴屋	楽器		
新松戸3丁目(中央商店)会					
	保険	寿司	不動産	写真	みやげ物
	パン	婦人服	靴	ドーナツや	生地
	美容室	歯医者	喫茶店	電器屋	持ち帰り寿司
	本屋	中華	銀行	塾	薬局
	ラーメン	そば	メガネ	リフォーム	雑貨
	レンタルビデオ	コンビニ	インテリア	クリーニング	飲食店
	パソコン	イタリアン	回転寿司	電気工事	スナック
	カラオケ	居酒屋	お菓子	生協	うどん
	レストラン	畳屋	自然食品	幼稚園	スーパー
	花や	弁とう	肉や	印刷	医療機器 (歯科)

	看板	理容	ハウスクリーニング		酒屋
	ふとん	たいやき	動物病院	ファミレス	
	ドラッグストア	エステサロン	社会保険労務士	新聞	
新松戸4丁目商店会					
	雑貨	コンビニ	パチンコ	理容	レストラン
	銀行	レンタル	浴場	美容院	用品店
	メガネ	和菓子	活魚	洋菓子	ビルメンテナンス
	歯科	コープ	畳屋	寿司や	
	新聞	左官	そば	自動車販売	中華
	ラーメン	居酒屋	酒屋	薬局	小児科
	OA機器	建築業	宅配ピザ	模型	スポーツジム
	化粧品	飲食店	訪問看護	歯科	
新松戸5丁目商店会					
	たばこ	クリーニング	産婦人科	家電工事	自転車
	手打ちそば	理容	運送業	電気工事	設備設計
	インテリア	化粧品	中華	弁とう	喫茶店
	そろばん	外科胃腸科	学生服	新聞	洋菓子
	うなぎ	本屋			
新松戸6丁目商店会					
	生地	写真	自動車	酒屋	ガソリンスタンド
	そば	自転車	花や	理容	園芸店
	美容院	防災システム	不動産	リフォーム	青果
	焼肉				

A5. コンシェルジュ業務処理（クレーム処理を含む）の行い方

(17/9/15打ち合わせ資料より)

(1) 商品・食べ物・生活情報などの宅配サービス	
商品宅配：	商店会事業所への送迎を含め、顧客の希望に相応しい、品名、価格、個数、配送希望時刻などを確認する。
商店会商品	商店会事業者と連絡を取り、対象商品を直接宅配するよう依頼する。
ケータリング（出前）	レストラン等に連絡を取り、対象商品を直接宅配するよう依頼する。
情報調査：	調査の目的、調査項目などを確認の上、調査員（専門家、学生アルバイト）に依頼する。
生活情報調査サービス	コンシェルジュ調査員は詳細確認の上、FAX、eメールにて、顧客に報告をする。
(2) 訪問サービス	
屋内サービス：	
①家事手伝い	場所、時間帯、家事内容（清掃、かたづけ、料理）を確認の上、女性2名を派遣する。
②機器接続・立ち上げ・不具合修理	商店会の専門家が、予め、具体的な内容（電球取替えなど）を確認の上、先方に赴く。
③室内模様替え・リフォーム	具体的な内容について複数の専門商店が見積を出し、その中より、顧客が選択する。
④インストラクター（家庭教師派遣）	生徒の学年/語学等指導科目に応じ、ゲストの都合に合わせて、先方を訪問する。
⑤筋肉トレーニング	マッサージ、整体をふくめ、希望内容を確認する。スポーツセンターへの送迎も含む。
⑥各種相談（何でも相談、ゲームの相手、お茶・話相手）	顧客の希望に相応しい、専門相談員（含むアルバイト）等を派遣する。
⑦往診	顧客の希望する病院を紹介し、医師が直接打ち合わせの上、往診する。
屋外サービス：	
①同行サービス：	時間をきめ、顧客に同行し、顧客の求めに応じ、取引・依頼・荷物運びなどを行う。
風呂	顧客と同性の担当者（アルバイトなど）が風呂やへ同行し、身体を流すことを手伝う。
市役所	顧客に同行し、市役所での手続きなどを手伝う。
病院	顧客に同行し、病院に行く。
商店/スーパー/百貨店	顧客に同行し、買い物に出かける。

散歩	顧客とともに、一定時間、散歩に出かける。
②代行サービス	
買い物	現金を預かり、顧客の希望する商品の買い物をし、レシートにて精算する。
ネット購買	顧客に代わり、ネット商品の紹介、ネット購入を行い宅配にて、代引き処理する。
入院付き添い	患者の親族代わりに病院付き添いをする。
ペット散歩	決まった日時に先方を訪れ、ペットを預かり、散歩に連れ出す。
子守、子供送迎	決まった日時に先方を訪れ、子守、子供の送り迎えなど育児支援をする。
(3) 緊急サービス	
顧客体調不良	体調不良の状況により、緊急対処する。
トラブル発生処理対応	警察（110）、消防署（火事、救急119）の連絡を手伝う。
(4) 会員顧客の会員事業店舗における商品・サービス割引利用	
登録顧客の特典	登録会員が商標を掲げた登録商店、レストランを直接利用するときには一定の割引利用できる。

参考文献

1. 若林宏明（2005, No.1.）, 持続可能な地域社会開発－松戸市民のトータルケア－システム構築に向けて－, 流通情報大学流通情報学部紀要, Vol. 10, No.1, 13-15.
2. 若林宏明（2003, No.1.）, 福祉国家の衰退と再興, 流通情報大学流通情報学部紀要, Vol. 7, No.2, 119-149., 150.
3. Wilhelm Röpke (1960), Crisis of the Modern Welfare State, A Humane Economy: The Social Framework of the Free Market, Henry Regnery Company, 1960, Joint Economic Committee, Economic Classics, July 1994, <http://www.house.gov/jec/classics/röpke.htm>
4. 若林宏明（2003No.2.）既出2., 145.（付録A2. Röpke 31参照）
5. Peter Fleissner, Computer Aided Welfare State (CAW)-Revival by Technology?, Meeting of the Slovenian Sociological Society, Portoroz, 25-27 October 2001, “Sociological Aspects of New Technologies”
6. 内閣府国民生活局（2003, No.1.）, 社会関係資本豊かな人間関係と市民活動の好循環, 平成15年8月20日, 15-17.

7. 梅木眞 (2005, No.1.), ベンチャー・キャピタルによる社会関係資本の構築－浜松地区の事例より, 流通経済大学論集, Vol. 39, No.4, 2.
8. 内閣府国民生活局 (2003, No.2.), 既出 6., 22-24.
9. 梅木眞 (2005, No.2.), 既出 7., 4-5.
10. 若林宏明 (2005, No.2.), 既出 1., 6.
11. 細内信孝編著 (2001), 地域を元気にするコミュニティ・ビジネス－人間性の回復と自立型の地域社会づくり－, ぎょうせい, 2.
12. 商務情報政策局サービス産業課 (2004), 「市民活動活性化モデル事業 (市民ベンチャー)」について－地域の身近な課題をビジネス化する市民活動の活性化－, 経済産業ジャーナル 6 月号, 30-33.
13. 上田 真弓 (2003), コミュニティ・ビジネスによる地域活性化, 日本総合研究所, <http://japan.internet.com/public/report/20030415/1.html>
14. 宮坂純一 (2004, No.1.), 奈良産業大学「産業と経済」, 第19巻第 2 号, 119-120.
15. 宮坂純一 (2004, No.2.), 既出14), 127.
16. 宮坂純一 (2004, No.3.), 既出14), 141-142.
17. 若林宏明 (2005, No.3), 既出1), 1-2.
18. 朝日, 2005/7/21, 夕刊
19. 若林宏明 (2003), 高度情報化社会における市民教育－欧州型生涯学習システム－, 流通情報大学流通情報学部紀要, Vol. 8, No.1, 158-159.

謝辞

本稿をまとめるに当たっては、新松戸商店会連合会ならびに傘下の新松戸元気創会の川津清会長ならびに阿部俊樹事務局長、松戸市旅館組合高橋実組合長、中央商店会藤井晃会長を始め、各町商店会会長諸氏、並びに新松戸3丁目会館において夜遅くまで熱心に本プロジェクトの検討に参加された松戸商工会議所や商店会の皆様のご指導・ご意見のすべてを参考にすることが出来た。本プロジェクトの今後の成長を祈念して、衷心より感謝する次第である。