

新しいコミュニティ・ビジネスの可能性

— ボランティア型宅配・サービスの実験 —

陸 正

キーワード

コミュニティ・ビジネス, 街づくり, 商店街活性化, NPO, タウン・マネジメント機関, 宅配ビジネス, 顧客調査, 販促モデル, ネットスーパー, 商店街ホームページ

1. はじめに・・・・・・・・ 研究目的

現今、どこの商店街も衰退を示しており、中心市街地の空洞化、地域社会の崩壊が社会問題となってきている。本大学に隣接した真間商店街も人口の高齢化が他地区より進んでいることもあり、高齢者が住みやすい街への再生が急がれている。こうした状況の中、学生や地域住民が気楽に楽しめる商店やゾーンの構築を目指して2001年以降、2回の本格的調査を実施し、また商店小史研究、そのホームページづくりも進めてきた。この流れの一環として、2004年の秋、地域の商店と学生が中心になって、ボランティア型宅配ビジネスの実験を実施した。その経験を踏まえて2005年4月から本実施に入り、2年を経過している。⁽¹⁾

こうした背景から本研究の目的は、つぎのような多目的を同時に追求することになる。

- ① 文部科学省の現代GPのひとつでもあり、教室を出て現場で学ぶユニークなカリキュラムの開発に学生が主体的に関わることにより、社会人として成長する。
- ② コミュニティ・ビジネスの企画、立ち上げ、実行、評価とフィードバックのプロセスを体験することにより起業の理論と実践、さらにどうしたら継続していけるかを学ぶ。
- ③ このプロセスに参加しながら卒業論文のテーマを見つけ、調査、データ収集、分析、考察と日常性の中で論文を完成することを支援する。
- ④ 宅配のみでなく草刈り、洗車、部屋の模様替え、パソコン教室など生活のあらゆる場面で高齢者支援の可能性を実験していく。
- ⑤ 宅配のHPを企画、作成し、どうしたらその利用が行われるかを実験し、提案する。
- ⑥ 生鮮3品のお店の顧客調査を行い、その分析結果に基づき販促実験を実施し商店街活性化の提案を行う。
- ⑦ ボランティア型宅配・サービス活動、真間商店小史HPづくり、商店街のイベントへの参加、顧客調査・販促実験などを通じその輪を広げ、商店街活性化を支援する。

(1) 次の報告書、研究ノートを参照されたい。

「若者たちが気楽に楽しめるお店やゾーンの構築」2001年

「地域住民が気楽に楽しめるお店やゾーンの構築」2003年

「ボランティア型宅配ビジネス実験結果報告」2004年

「ボランティア型宅配・サービス活動報告」2005年

陸 正「商店小史研究への試論」千葉商大論叢 第41巻第3号 2003年12月

2. 先行研究のレビュー

(1) 大学教育に求められるもの

ここ10年来の経済の停滞の中で、年功序列制から能力主義への傾斜が進みつつある。また新卒者の人材育成を担ってきた企業にその余力がなくなり、大学にその負担を求めようになってきている。松原によれば、これには学生を学力によって評価する方向と学生に専門技能を期待する方向であるという。⁽²⁾また対人能力格差という問題も生じてきている。松原は、玄田有史の「営業力」こそが求められているという所説に関連して、「つまるところ「やる気」と「人柄」である。これは、商業・工業の知識や資格などというよりも、社会において異質な価値観を持つ人々とコミュニケーションできる能力ということだろう。以前ならば、サークルなどで人づきあいができているのかが採用の際に評価されたが、より広く世間とつきあえる能力（コミュニケーション能力）のことだと言える。」と述べている。⁽³⁾

水田は、新しい時代に必要な人材の質や能力が変わっていかねばならないとしたうえで、「基礎学力と社会的常識を備え、行動し問題を解決する力を持つこと、ボランティア活動やインターンシップ、留学体験などを通し、他者とコミュニケーションできること、即戦力として最低限必要な語学やIT技能などを修得していること」が必要と述べている。⁽⁴⁾

今後社会の場で必要とされるこのコミュニケーション能力の育成がボランティア型宅配・サービスの教育的な側面の主要な目標である。

(2) コミュニティ・ビジネスの理論

藤江は、コミュニティ・ビジネスを次のように定義している。地域に基盤をおいて活動する地域市民ビジネスをになう主体とその活動をコミュニティ・ビジネスと呼ぶ。⁽⁵⁾その活動について「地域市民が主体となり、コミュニティが抱える問題を解決し、地域を変革・再生する事業」と具体化している。⁽⁶⁾

この用語の提唱者、細内信孝は、「地域密着のスマール・ビジネスであり⁽⁷⁾、副次的に「コミュニティを元気にする」⁽⁸⁾という効果を併せ持つ」と定義している。

しかし、「地域の高齢者に喜ばれることの方が、大きな経済的利益を生み出すことよりも重視される」とも述べている。⁽⁹⁾

細野は「時代の変化に巻き込まれて困り果てている人たちへのセイフティネットを行政といっしょになって張ると同時に、ネットの綻びを必死で繕う市民たちの地域づくり・

(2) 松原隆一郎「分断される経済」2005 P210

(3) 松原隆一郎「分断される経済」2005 P215-6 玄田有史は、「景気の低迷によって求人数が激減するなか、比較的求人が多くみられるのは、営業職や技術職である。なかでも営業能力の高い個人に対する潜在ニーズは大きい。営業職に限らず、企画、事務、ひいては技術系の職務についてすら、広い意味での営業力が、多くの分野で求められている。」と指摘している。玄田有史「ジョブ・クリエーション」2004 P321-2

(4) 水田宗子「大学の教育力こそ問題」日本経済新聞 2006年2月27日掲載

(5) 藤江俊彦「コミュニティ・ビジネス戦略」2002 P9-10

(6) 藤江俊彦「コミュニティ・ビジネスで地域社会が蘇る」2004

(7) 細内信孝「コミュニティ・ビジネスとは何か」（「少子高齢社会を支える市民企業」）1999P17

(8) 細内信孝「コミュニティ・ビジネスとは何か」（「少子高齢社会を支える市民企業」）1999P40

(9) 細内信孝「コミュニティ・ビジネス」1999 P 56

街づくりの活動をコミュニティ・ビジネスと名づけたい。」「またその活動に合理的な自己決定力がなければならない。」⁽¹⁰⁾とその活動の主体を自己決定力をもつ市民と明確化している。

渦原は、ビジネスの継続性を重視して次のように述べている。「地域住民が地域に眠っている資源を活用し、地域の需要を満たして無理なく継続していく小規模ビジネスである。事業として継続させていくには、利益の追求とともに、コミュニティの課題を解決するという事業目的（ミッション）の2つの柱が重要になる。」⁽¹¹⁾

細内は継続性について「未来永劫続くというように考えないで、とりあえず3年間一生懸命やってみて、結果がでなければやめるというように活動目的を掲げることです。」とまずやってみることが大切と実践的な立場から述べている。⁽¹²⁾

こうしたコミュニティ・ビジネスの効果を細内は、次のように四つにまとめている。⁽¹³⁾

① 「自己実現を目指す」

個人の働きがい、生きがいを満たすことによる人間らしい暮らし、いわゆる「人間性の回復」ができる

② 「その地域特有の社会問題の解決」

③ 「文化の継承・創造」

地域文化のクラブ活動として地域にある愛好団体と地元企業を結びつけ、人々の交流を促す役割を担います

④ 「経済的基盤の確立を図っていく」

しかし、地域の高齢者に喜ばれることの方が、大きな経済的利益を生み出すことよりも重視される。

ここで行政の施策をレビューしておく。平成10年12月施行され、平成15年5月に改正されたNPO法（特定非営利活動促進法）では、申請要件として、下記の17項目⁽¹⁴⁾のいずれかを活動目的に掲げ、不特定かつ多数の利益の増進に寄与することを主な目的とする団体としている。

- 1 保健・医療又は福祉の増進を図る活動
- 2 社会教育の推進を図る活動
- 3 まちづくりの推進を図る活動
- 4 文化、芸術又はスポーツの振興を図る活動
- 5 環境の保全を図る活動
- 6 災害救援活動
- 7 地域安全活動
- 8 人権の擁護又は平和の推進を図る活動
- 9 国際協力の活動

(10) 細野助博監修「実践コミュニティ・ビジネス」2003 P IV

(11) 渦原実男「コミュニティ・ビジネスの新たな展開と方向性」日本消費経済学会年報 第25集 2003 P16

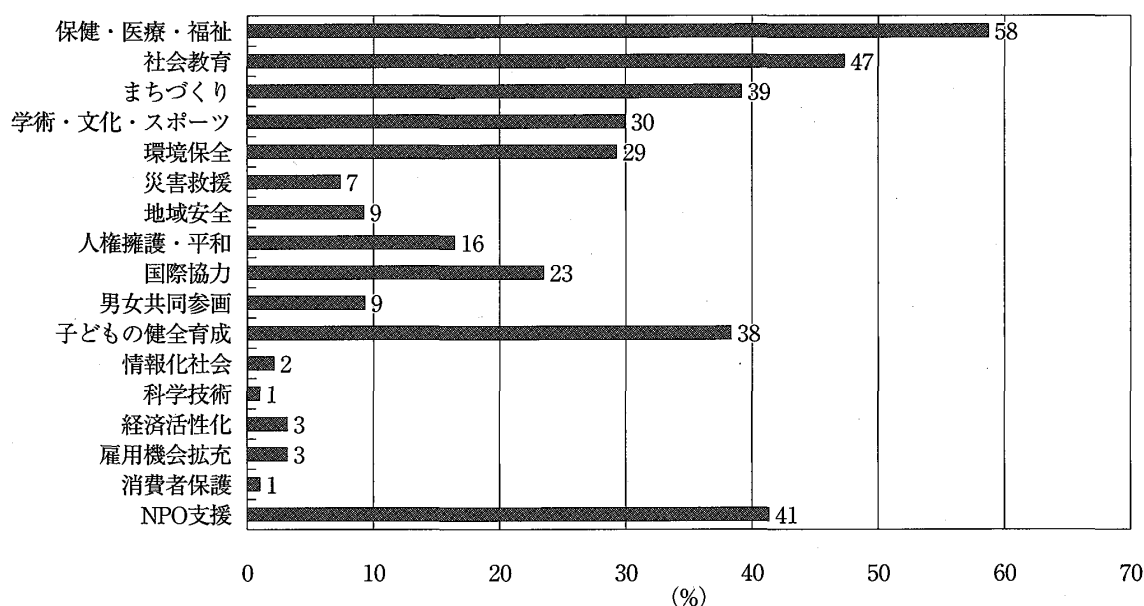
(12) 細内信孝「地域を元気にするコミュニティ・ビジネス」2001 P184

(13) 細内信孝「コミュニティ・ビジネス」1999 P 28, P 56

(14) 早瀬昇・松原明「NPOがわかる Q&A」2004 P42-44

- 10 男女共同参画社会の形成の促進を図る活動
 - 11 子どもの健全育成を図る活動
 - 12 情報化社会の発展を図る活動
 - 13 科学技術の振興を図る活動
 - 14 経済活動の活性化を図る活動
 - 15 職業能力の開発または雇用機会の拡充を支援する活動
 - 16 消費者の保護を図る活動
 - 17 前各号に掲げる活動を行う団体の運営又は活動に関する連絡、助言又は援助の活動
- 上記活動分野の割合は、図1のとおりである。

図1 NPO 法人の定款に記載された活動分野



出典：内閣府の統計による（2003年9月現在）

（早瀬昇・松原明「NPOがわかるQ&A」2004P45から転載）

宅配・サービスの活動分野は、福祉，社会教育，まちづくりなどであり，継続性を考慮すればNPO法人への展望を持ったその前形態といえよう。

われわれは，上記の先行研究をふまえて新しいコミュニティ・ビジネス「ボランティア型宅配ビジネス」を次のように考えて出発した。

一見矛盾する『ボランティア』と『ビジネス』が混在する命名をしたのは，ボランティア型宅配ビジネスは，当初はボランティアとして出発をしても，4，5年後にはビジネスとして成功することも視野に入れている。

そのねらいは次の三つである。

- 1 高齢者に対する宅配・サービスというコミュニティ・ビジネスの起業，運営，実践を通して学生に社会体験の場を与える。
- 2 商店街活性化のために宅配ビジネスの加盟店を募りその輪を広げていく。この輪の中で各商店が一店逸品につながる新製品を開発し，顧客をふやし，売上増加をはかる

施策の企画、実験、導入を学生が支援して、商店街再生の流れをつくっていく。

(3) 商店街衰退の理由と再生への展望

渦原は、商店街衰退の理由を次のように流通面、商店側に分けて示している。⁽¹⁵⁾

- ① 長期の平成不況 所得の伸び悩みによる消費意欲の低下が小売業の売上不振に直結
- ② 社会構造の変化 少子高齢化や女性の社会進出
- ③ 消費者の価値観やライフスタイルの変化 個性化、時間消費
- ④ 都市構造の変化 賑わいの喪失、中心市街地の空洞化
- ⑤ 交通体系の変化 高速道路網の整備とその影響
- ⑥ 業際化の進展 新しいサービス産業の登場
- ⑦ 規制緩和
- ⑧ 競争促進政策

(商店街側)

- ① 商店街のマネジメント力やマーケティング不足
- ② 店揃えの不備
- ③ 駐車場の不足
- ④ 駐輪場の不足
- ⑤ 大型店の閉店や撤退
- ⑥ 後継者難
- ⑦ 品揃えの不備（一店逸品の不足）

また商店街店舗の新陳代謝の実態について、この5年間に新規出店した店舗、商店街に必要な店舗のタイプ、現在商店街にないがぜひ必要な業種、成功すると思う店、商店街の中のコミュニティ・ビジネスに分けて次のようにまとめている。(平成14年(財)商工総合研究所調査)

(この5年間に新規出店した店舗)

- ① 飲酒主体の店 (111店/1448店)
- ② 婦人服専門店 (88店)
- ④ 携帯電話チェーン店 (61店)
- ⑤ 美容院 (60店)

(商店街に必要な店舗のタイプ)

- ① 個性的な中小専門店
- ② 高齢化社会対応の店
- ③ 個性的で人気のある飲食店
- ④ 日常性の高い食品店
- ⑤ パン・総菜など手作りの店

(現在商店街にはないがぜひ必要な業種)

- ① 生鮮食品複合店
- ② 鮮魚店
- ③ 生鮮食品ディスカウント・チェーン店

(15) 渦原実男「コミュニティ・ビジネスの新たな展開と方向性」日本消費経済学会年報 第25集 2003 P

- ④ 洋食レストラン
- ⑤ 書籍店・古書店
- ⑥ NPO 拠点
- ⑦ 生活者支援センター
- ⑧ 食品スーパー
- ⑨ 青果店
- ⑩ 精肉店

(成功すると思う店)

- ① 洋食レストラン
- ② 生鮮食品複合店
- ③ 総菜製造小売店

本大学周辺の市川真間商店街連合会についても上記調査と同様の傾向を示している。2003年に地域住民の調査⁽¹⁶⁾を行い、商店街にあったらよいと思うお店について自由回答では、次のような意見が出ている。

- ① 商店街が次々とさびれていき、とてもさみしい。なんとか続けていけることはできないだろうか。老人の人々の遠くのスーパーまで買いに行けない姿を見ていると、私たちが年をとっていった時に、どういう対策をとっていったらよいか今から考えこんでしまう。
- ② どこかで食べようと思っても行きたい店が無いので、中高年が暇な時間に出かけたくなるような店。
- ③ 味が良くて雰囲気の良い店が少ない。
- ④ 市川は子供が多いので、是非子供と一緒に動けるお店を沢山作って下さい。ゆったりとした配列、商品についても。
- ⑤ 都内のデパ地下にあるような商店があってほしい。
- ⑥ おしゃれなお店
- ⑦ 子供と一緒にいける（同じ場所で遊ばせられるスペースがある）歯医者、ヘアカット、エステ、欲しい!!!! 場所は駅近くがいい。

また具体的なお店についての要望は、表1のようになっている。

買い物に期待するサービスとその満足度についてのベネフィット・ストラクチャー分析の満足度Ⅰの結果は図2のとおりである。⁽¹⁷⁾

不足度（不満足度）が大きい項目は、商品の質がよい、価格が安い、品揃えが豊富、店内が清潔などである。商店街がスーパーと比較して弱い点がある。

満足度Ⅱの結果は、図3のとおりである。

さらに量的な視点から見ると、駐車場・駐輪場が使いやすい、価格が安い、重い物は配達してくれるがあがっている。前二者は商店街の対応しにくい点である。

商店街の活性化、再生のためには、必要な商店を回復し、さらにこうした弱い点をカバーしていく必要がある。

本稿の主題である宅配については、その利用頻度は図4のとおりである。

(16) 「地域住民が気楽に楽しめるお店やゾーンの構築」P 57-59

(17) 「地域住民が気楽に楽しめるお店やゾーンの構築」（2003年5月調査）P 31-32

表1 商店街にあったらよいお店

大型デパート 1 コンビニ 3 子供服のお店 6 リサイクルショップ (子供向け) 1 ビーズ、アクセサリーのお店 1 雑貨屋 1 薬局 1 早朝深夜まで開いている薬局 1 歯医者 1 スポーツ店 1	本屋 2 古本屋 1 24時間営業の本屋さん 1 花屋 1 ガーデニングショップ 1 お花屋さんのアルカフェ 1 ハーブを扱う店 1 ペットショップ 1 おしゃれな店 1 ヘアカット 1 エステ 1	クリーニングの宅配 1 まとめて買ったら届けてくれる店 1 総菜、デザートをお届けしてくれる店 1 銀行 1 市役所の窓口 1 味が良くて雰囲気の良い店 1 中高年が暇な時間に出かけたくなるような食べ物店 1 都内のデパ地下にあるような商店 1
---	---	---

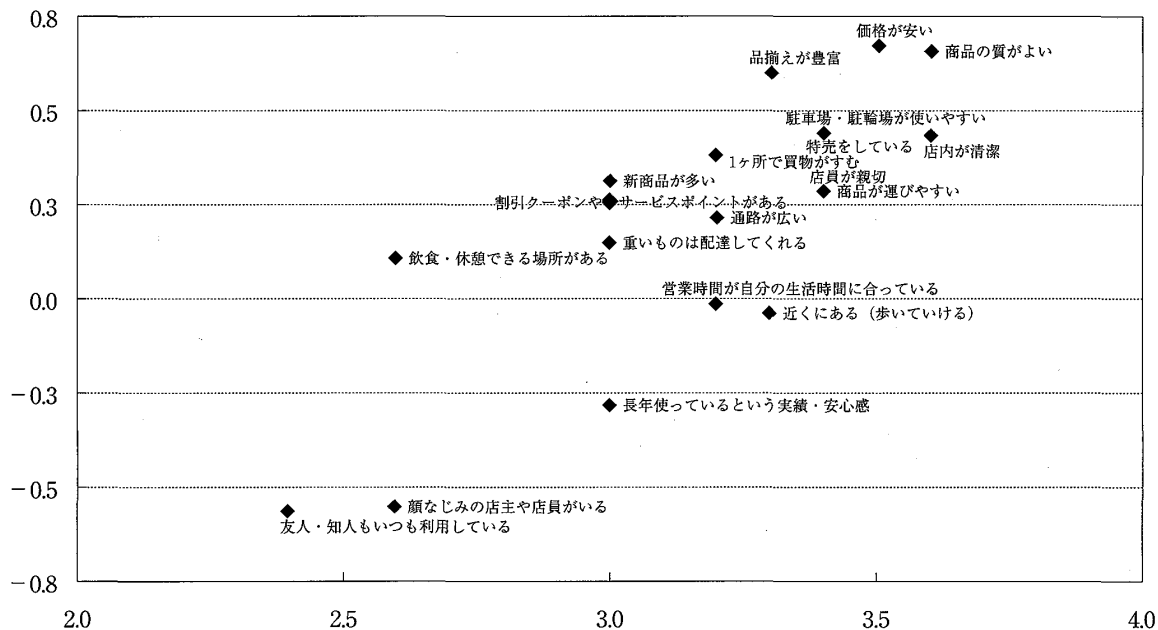
(注) お店の末尾の数字は、調査対象者が上げた件数

週1回位が16.7%，月2回位が8.3%，月1回位が16.1%であり，全く利用していないが17.7%である。30代が上記分類で45.6%をしめている。

宅配の利用意向については，表3の通りである。

利用したいはトップ3ボックスで，59.4%，どちらともいえない，28.1%である。

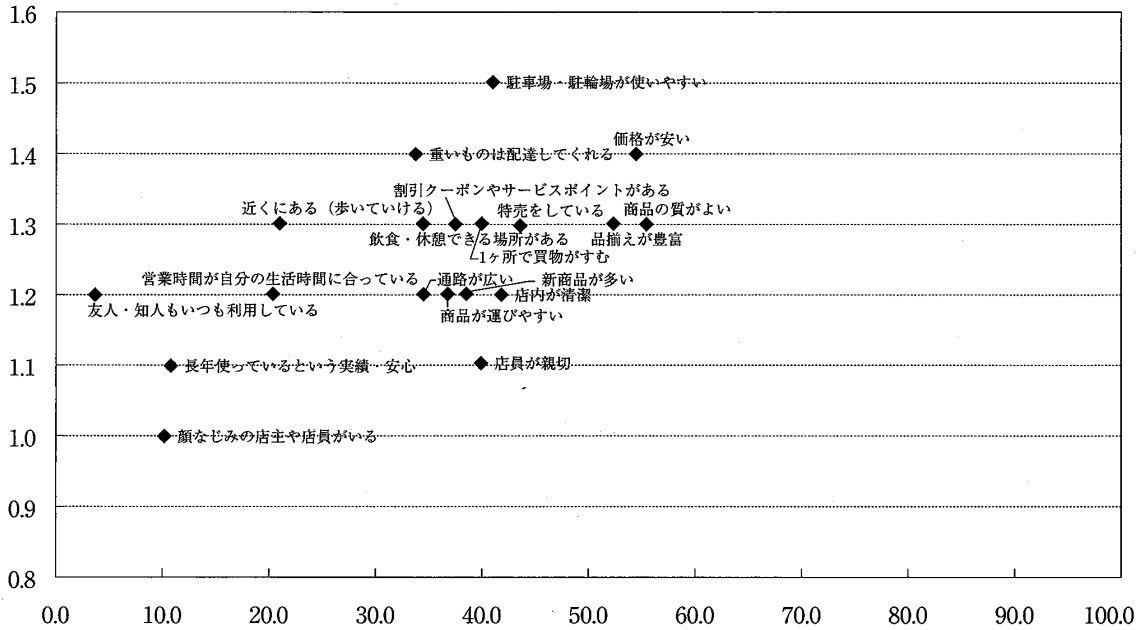
図2 買い物サービスとその満足度 I



横軸：欲求度 (各ベネフィットに対する欲求の強さ)

縦軸：不足度 (欲求度から充足度を差し引いた値。不満足度を表す)

図3 買い物サービスとその満足度Ⅱ



横軸：正値不足度；(充足度より高い欲求度をもつ人(正値不足度者)だけを基礎とした不足度の加重平均値)
 縦軸：正値不足度者比率；正値不足度者が全体に占める比率。不足のあるベネフィットに対する未開発市場の限界を示唆する

表2 宅配の利用頻度

(上段：人数、下段：%)

	計	週に2～3回以上	週1回位	月2回位	月1回位	2～3ヶ月に1回位	半年に1回位	1年に1回位	全く利用しない	不明
計	192	6	31	15	31	27	27	16	34	5
	100	3.1	16.1	7.8	16.1	14.1	14.1	8.3	17.7	2.6
10・20代	28	0	1	3	3	2	7	6	4	2
	100	0	3.6	10.7	10.7	7.1	25	21.4	14.3	7.1
30代	68	3	15	4	12	8	7	6	12	1
	100	4.4	22.1	5.9	17.6	11.8	10.3	8.8	17.6	1.5
40代	50	2	10	5	8	7	7	1	8	2
	100	4	20	10	16	14	14	2	16	4
50代	22	0	1	2	4	6	3	2	4	0
	100	0	4.5	9.1	18.2	27.3	13.6	9.1	18.2	0
60・70代	24	1	4	1	4	4	3	1	6	0
	100	4.2	16.7	4.2	16.7	16.7	12.5	4.2	25	0

表3 宅配の利用意向

(上段：人数、下段：%)

	計	ぜひ利用 したい	利用したい	まあ利用 したい	どちらとも いえない	あまり利用 したくない	利用した くない	全く利用 したくない	不明
計	192	28	36	50	54	13	1	7	3
	100	14.6	18.8	26	28.1	6.8	0.5	3.6	1.6
10・20代	28	6	6	7	6	2	0	1	0
	100	21.4	21.4	25	21.4	7.1	0	3.6	0
30代	68	11	9	21	21	3	1	2	0
	100	16.2	13.2	30.9	30.9	4.4	1.5	2.9	0
40代	50	6	12	11	17	0	0	2	2
	100	12	24	22	34	0	0	4	4
50代	22	1	5	6	5	5	0	0	0
	100	4.5	22.7	27.3	22.7	22.7	0	0	0
60・70代	24	4	4	5	5	3	0	2	2
	100	16.7	16.7	20.8	20.8	12.5	0	8.3	8.3

特に10代、20代や現ユーザーである30代の利用意向が高い。

宅配にぜひおいて欲しいものは、表4のとおりである。

希望の高い食品は、米、弁当、寿司、ピザ、野菜、酒、サンドイッチ・パン、牛乳・ヨーグルト、魚、ケーキ、肉、豆腐、コーヒー・紅茶の順になる。その他の商品では、トイレットペーパー・ティッシュペーパー、紙オムツ、介護用品の順になる。

年齢別で平均より高い要望は、次のとおりである。10・20代では、弁当、ピザ、野菜、サンドイッチ・パン、ケーキ、コーヒー・紅茶である。30代では、弁当、米、ピザ、サンドイッチ・パン、ケーキ、コーヒー・紅茶である。40代では、米、寿司、酒、牛乳・ヨーグルト、豆腐、肉である。50代以上では、寿司、野菜、肉、魚である。

食品以外は、30代がトイレット・ティッシュペーパー、紙オムツ、60代が介護用品である。

エリア別の宅配の利用意向は、表5のとおりである。

利用意向を地域別にみると、真間、国分、市川は、利用したいが多い。また商店街の周辺地域で利用したいが多い。

(4) 高齢者に対する宅配ビジネスの現状

高齢者世帯400人を対象に、横浜市でNPOと地元商店会が組んで日用品などを宅配するコミュニティ・ビジネスに乗り出している。商品・サービスを掲載したカタログを配布、注文を電話やFAXで受け付け、各商店に取り次ぐ。商品は各店を回って利用者へ届けるサービスを配達料1回200円で、サービス代行者は商品代の5%を受け取り、残りを各商店に渡すサービスをNPO法人が行っている。⁽¹⁸⁾

(18) 日経流通新聞 2003年12月11日

表4 宅配にぜひおいて欲しいもの (MA)

(上段：人数、下段：%)

	計	弁当	ピザ	寿司	サンド イッチ ・パン	ケーキ	コー ヒー 紅茶	酒	牛乳・ ヨーグ ルト	米	野菜	肉	魚	豆腐	トイレッ ト・ティ ッシュ ペーパー	紙 オムツ	介護 用品	キャン プ用品	スキー	旅行用 スーツ ケース	その他
計	192	80	58	64	41	17	12	42	31	85	51	16	23	13	51	32	27	4	3	8	8
	100	41.7	30.2	33.3	21.4	8.9	6.3	21.9	16.1	44.3	26.6	8.3	12	6.8	26.6	16.7	14.1	2.1	1.6	4.2	4.2
10・20代	28	14	13	8	9	4	4	2	4	10	10	1	1	1	6	4	2	2	1	2	2
	100	50	46.4	28.6	32.1	14.3	14.3	7.1	14.3	35.7	35.7	3.6	3.6	3.6	21.4	14.3	7.1	7.1	3.6	7.1	7.1
30代	68	34	23	22	17	7	6	17	12	34	16	4	8	2	20	18	7	1	2	5	3
	100	50	33.8	32.4	25	10.3	8.8	25	17.6	50	23.5	5.9	11.8	2.9	29.4	26.5	10.3	1.5	2.9	7.4	4.4
40代	50	20	14	17	9	3	2	16	9	27	13	7	10	8	17	5	8	0	0	0	2
	100	40	28	34	18	6	4	32	18	54	26	14	20	16	34	10	16	0	0	0	4
50代	22	6	5	9	2	2	0	4	3	9	6	2	2	1	5	2	3	0	0	1	0
	100	27.3	22.7	40.9	9.1	9.1	0	18.2	13.6	40.9	27.3	9.1	9.1	4.5	22.7	9.1	13.6	0	0	4.5	0
60代	15	3	2	7	3	1	0	3	2	4	6	2	2	1	2	2	6	1	0	0	1
	100	20	13.3	46.7	20	6.7	0	20	13.3	26.7	40	13.3	13.3	6.7	13.3	13.3	40	6.7	0	0	6.7
70代	9	3	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0
	100	33.3	11.1	11.1	11.1	0	0	0	11.1	11.1	0	0	0	0	11.1	11.1	11.1	0	0	0	0

表5 エリア別宅配の利用意向

(上段：人数、下段：%)

	計	ぜひ利用 したい	利用したい	まあ利用 したい	どちらとも いえない
計	192	28	36	50	54
	100	14.6	18.8	26	28.1
真 間	91	14	17	24	23
	100	15.4	18.7	26.4	25.3
国 分	38	5	11	8	11
	100	13.2	28.9	21.1	28.9
市 川	35	7	5	9	9
	100	20	14.3	25.7	25.7
須 和 田	12	0	1	6	5
	100	0	8.3	50	41.7
国 府 台	12	2	2	1	5
	100	16.7	16.7	8.3	41.7
その他・ 不明	4	0	0	2	1
	100	0	0	50	25

また高齢者向けの買物代行サービスが石川、京都、徳島、東京など、多くの地域で取り組みが行われている。課題としては、安定的に事業を継続していくことが求められ、コスト管理と参加商店の強い情熱が欠かせないといわれている。⁽¹⁹⁾

3. ボランティア型宅配ビジネスの実験 (2004年12月)⁽²⁰⁾

地域住民に対する調査結果に基づき、参加商店の意向も勘案し、つぎのチラシを作成し、2004年12月に実験を実施した。

千葉商科大学の政策情報学部がボランティア型宅配実験を開始するというチラシを配付して実施することとした。

『真間商店会のホームページに参加している商店の推奨品を高齢者世帯を中心に学生が宅配する新しいボランティア型サービスビジネスのモデルをつくり、地域住民と学生とがコミュニケーションする新しい地域コミュニティをつくるのが目的です。文部科学省から現代的教育ニーズにこたえ、地域活性化に貢献するプロジェクトとして評価され、研究費を頂いて取り組んでいます。来年4月から本番の実施に入りたいと考えています。そのため小さい実験を次の日程で行いたいと思います。

実験が成功するようにぜひご協力をいただきたいと思います。

- 1 実験期間 12月7日(火)から12月18日(土)
- 2 営業日 毎週火曜日、木曜日、土曜日
- 3 事務所 陸(クガ)研究室 TEL 373-9954
- 4 実験でのターゲット
お年寄りを中心として幅広く考えています。

(19) 日本経済新聞 2005年1月04日

(20) 「ボランティア型宅配ビジネス実験結果報告」(2004年12月実施)

5 実験参加店

あたりや、東屋、肉の米久、KAZU COFFEE、ファミリー松屋、フレッシュマートがあるが、吉永米店、広岡商店、宮崎商店

6 配送時間 10時40分から12時10分

男女ペアの学生が配送します。

配達先でお話をさせていただき、ご要望やご意見を聞かせていただきたいと思いますと考えております。

7 注文受付時間

火曜日 月曜日の10時40分から12時10分まで

木曜日 火曜日の10時40分から12時10分まで

土曜日 木曜日の10時40分から12時10分まで

陸(クガ)研究室の直通電話 TEL 373-9954で注文をお受けします。

8 配送料 一回 200円です。』

チラシの配付は、要望の多かった赤線で囲った図4のエリアとした。

第1回(図の黒線の上部)は、12月2日(木)、3日(金)、4日(土)の3日間で3,900枚を各家庭の郵便受けに配付し、第2回(図の黒線の下部)は、12月10日(金)、11日(土)、12日(日)、13日(月)の4日間で3000枚を配付した。

実験初日と二日目に注文が2件ずつ、中2日は注文がなく、最終2日に2件ずつ注文があった。前日に注文を受ける方式に無理があり、授業での実験の難しさを実感したが、新

図4 チラシの配布エリア



しいコミュニティ・ビジネスとして継続していける感触も得た。

その他の収穫としては、宅配だけでなく、庭の水やり、犬の散歩、パソコン教室などのサービスもして欲しいという要望があり、本番ではこれらも組み込んで高齢者世帯へのサービスも加えていくこととした。

また参加学生は、高齢者との接触、対話が緊張感を持ったよい体験になるという実感をもったようである。

4. ボランティア型宅配ビジネスの活動状況（2005年4月から2006年3月）⁽²¹⁾

(1) 宅配の仕組みづくり、各種サービスの考案、チラシ作りなど企画、準備2006年4月の学期から、現代GP特別講義+研修という授業構成で学生の参加を呼びかけた。企画・準備は、4月から6月中旬にかけて、受講者23名が各グループに分かれて活動に当たった。時間外でミーティングを行い、講義時間にプレゼンして議論をするという方式で、表6の今後のスケジュールに基づいて進めていった。

全体スケジュールをにらんだ自主的な小集団活動であり、意欲的で熱のこもった議論と活動であった。

秋学期は、20名の学生が参加し、表7の今後のスケジュール（秋学期）にそって活動に当たった。

① 宅配の仕組み

宅配の仕組みは、実験結果に基づきつぎのように決定した。

- ・ 営業日 毎週木曜日
- ・ 配達時間 10：40～14：20
- ・ 運営・配達員 現代GP特別講義履修者および研修の履修学生
移動は徒歩又は自転車
- ・ 事務所 CUC 宅配・サービス事務所（陸研究室）
- ・ 注文受付方法 直通電話・FAX

表6 今後のスケジュール（春学期）

今後のスケジュール

2005/05/13作成

項目	期日													
	4月21日	4月28日	5月5日	5月12日	5月19日	5月26日	6月2日	6月9日	6月16日	6月23日	6月30日	7月7日	7月14日	7月21日
チラシ作成	チラシ作成・完成						印刷							
マニュアル作成	マニュアル作成・完成													
商店との関係作り							商店街・挨拶回り・聞き込み							
web site	site作成・完成													
サービス検討	予行練習						検討・決定							
経理											会計・監査など			
練習						サービス応対練習								
チラシ配り														
配達・サービス提供									配達・サービス本格実施					

(21) 「ボランティア型宅配・サービス活動報告」（2005年度）

表7 今後のスケジュール (秋学期)

今後のスケジュール

項目	期日											
	11月3日	11月10日	11月17日	11月24日	12月1日	12月8日	12月15日	12月22日	12月29日	1月5日	1月12日	1月19日
地域サービス	宅配	→										
	PC教室	→										
	洗車	→										
	草刈り	→										
	・松澤様 ・山下様	→										
全体スケジュール	地域サービスの見直し			研修計画の提出				年末年始休み			春期休暇中の活動計画	
勤務	○実施は全員 ○責任者など教人は班から選出 ○コンパニオン・ボランティア											
	領収前に必ず請 売掛支払い 取支報告 営業方法検討 営業マニュアルの作成 取支報告 マルガ請求 松澤様請求 スタッフメンバー 売掛支払い マルガ領収 取支報告 マルガ請求 松澤様請求 マルガ領収											
宅配運営	計画の検討・発表 商品分析 → 商品検討 → 商店確認 チラシの検討 → チラシの作成 → 新チラシ完成 計画の検討・発表 備品・予算計画の検討 ○顧客ノート(会話の記録) ○納品書が必要											
サービス運営・企画	見積検討 【パソコン教室】 ○人数は5~6人 【洗車】 ○備品の充実検討 ○車内清掃の計画 ○洗車実施場所検討 人件費と備品代から料金の検討											

- ・ 注文受付時間 営業時間内は主に電話で受付 (FAX・メールも受付ける)
営業時間外は留守番電話・FAX・メールで受付
- ・ 配達料 一回 200円
- ・ 配送寄付金 商店の店頭価格 (配達時の価格) の10%
- ・ 参加商店 東屋 フレッシュマートあるが 宮崎商店 吉永米店
肉の米久 KAZU COFFEE 広岡商店 あたりや 武蔵屋

② 主な活動

参加商店との商品メニューの調整など関係作りを行い、パンフレット400枚の参加商店を通して口コミ型で配付した。

③ 主な成果物

パンフレット「CUC 宅配サービス」、ホームページ「CUC 宅配サービス」、マニュアル「宅配マニュアルブック」、CUC 宅配サービスのユニフォーム (Tシャツ)、草刈り・洗車などのサービス基準、パソコン教室の授業計画などを作成した。

(2) 宅配・サービスの実施と評価

① 宅配

6月16日に最初の受注をうけてから12月末までに47件、営業日1日当たり平均1.8件であった。高齢者二人世帯と高齢者単身世帯がほぼ毎回注文されている。あと比較的頻度の高い1名とスポットの注文が2名であった。注文品は、店別で野菜果物など32件、肉が27件、総菜が18件、そうめん・カステラ7件、煮豆7件、米5件、日用雑貨4件、コーヒー豆4件、ミネラル水2件、買物代行3件であった。

宅配の参加者が思うように増えなかった点が反省点である。実験で全戸チラシ配付を行い、今回は商店の顧客から口コミで高齢者を紹介してもらったたちをとったが初期の参加には効果があったがその後の拡大にはつながらなかった。

学生の宅配電話受注のスムーズさ、商品知識や注文主の好みなど買付のノウハウの

習得、宅配のさいの商品取り扱いの丁寧さ、配達時の会話など心くばりに向上が見られた点が収穫であった。

② サービス

・ 草刈り

隔週実施の2件を中心に夏場に受注が多かった。12月末までの総受注は31件であった。

学生が草刈り先で高齢者の日常の会話を体験したことやキレイにするという気持ちが高まった点が収穫であった。

・ 洗車

夏場を中心に5件を受注した。

洗車先での対話と洗車・ワックスがけには車の知識とスキルが必要だということを学生が認識したことが収穫であった。

・ 部屋の模様替え

ベッドの移動など部屋の模様替え2件、電球取替え・ガラス拭き1件、電球取替え1件を受注した。

学生が高齢者の日常に触れ、会話によるコミュニケーションが収穫であった。

・ パソコン教室

ワード、エクセル、インターネットの3日コースが4回で受講者14名、自由課題3日コースが2回で7名、エクセル個別指導2日が1名の実績であった。

全体を進行する学生と受講者に一人ずつついて教える学生という仕組みで行ったが、和やかな雰囲気では話が弾んで、学ぶ側から教える側を体験して学生も知識、スキルの向上があった。

(3) 本年度の成果と反省

ビジネスとしては、ランニングコストもカバーできず、今後に課題を残したが、学生の成長という観点からは得るものが多かった。とくに参加学生の「社会において異質な価値観を持つ人々とコミュニケーションできる能力」の向上については見るべきものがあったと評価できる。しかも通常の講義にない、自由な議論や会話を楽しみながら活動できたという感想が多かったことがあげられる。

なおその他の活動、成果として次の項目を挙げておく。

① このビジネスのからテーマを選んだ卒業論文（研究表現）2編

「新しいコミュニティ・ビジネスの可能性を探る－ボランティア型宅配ビジネスの実験を通して－」（女子学生）

「高齢者と学生の創発的コミュニケーション」（男子学生）

② このビジネスのPR活動

- ・ 真間大門会ふれあい広場への参加 春秋2回 パソコン教室 6月4日、10月22日
- ・ サマージャズ支援活動への参加（ユニホームを着て参加） 7月9日
- ・ いちかわケーブルテレビからの取材（9月8日）、放映（宅配、草刈り活動）（9月16日から一週間）
- ・ 市川市中央教養講座での商店小史講演 6月2日（16名参加）

- ・ 市川市民アカデミーでの講演「新しいコミュニティ・ビジネスの実験」
10月15日 (50名参加)
- ・ ボランティア・NPO 活動センターでの講演 10月21日 (20名参加)
- ・ 地域NPO 交流会への参加 (宅配サービスの展示・説明) 11月6日

5. ボランティア型宅配ビジネスの活動状況 (2006年4月から2007年3月)⁽²²⁾

2年目は、ビジネスの定常化と拡大への努力が中心になる。ビジネス立ち上げ時の興奮を再現することは難しいが、新しく参加する学生に企画段階の経験を体験できる仕組みが必要になる。このために新しい企画をいくつか取り上げていくこととした。

- ① 宅配参加者を現在の常時2世帯から春学期常時3世帯、秋学期常時4世帯にするために宅配エリアを200世帯ずつに区切り、パンフレットの配布方式を変えながら実験をしていく。
- ② パソコン教室を充実し、高齢者のIT人口を増やしていく。
- ③ 宅配参加商店のネットワークを広げるために新しい商店を探索、折衝する。
- ④ 新しいサービスを開発する。
- ⑤ 複式簿記での仕訳、決算、小口現金の管理など経理処理を将来、ファイナンシャル関係に進む学生に移管する。

(1) 2年目の新しい試み

① パソコン教室

春学期参加者が、28名と多かったため、事務所の手狭をカバーするために授業受講日数が少なくなっている4年生を中心にパソコン教室を火曜日に移し活動日数を増やした。またパソコン教室入門編のテキストを完成し、初期レベルをあげることができた。さらに継続受講者の個別の要望にあわせ、デジカメの写真のパソコンへの取り込みと編集、商店会の決算報告書をエクセルで作成、顧客割引券の設計などアドバンスのタスクを支援することも行っている。また受講希望者に受講前に問診書の質問に答えてもらい、教える内容の事前準備を行うことも始めている。

秋学期参加者は、24名で春学期と同様に火曜日にパソコン教室を開催している。2007年2月からは、火曜日の午前10時30分から12時までと午後1時30分から3時までの2回、パソコン教室を常時開催し、自由に参加できるようなくみを試みている。

② チラシ配布による宅配、サービスの申し込みの呼びかけ

チラシは、春学期2回、秋学期1回(12月まで)、毎回200世帯前後に配布した。

第1回 5月18日 草刈り1件を受注

第2回 7月6日 草刈り3件を受注

第3回 12月7日 宅配1件と草刈り1件

第3回は、参加者全員の集合写真を掲載し、協賛商店のお勧め品も掲載のイベントも組み込み、大口の宅配を受注した。注文した方から学生の集合写真がよかったからという感想をいただいた。次回からはチラシをカラーにし、新たなイベントの工夫を加えて実施することになっている。

③ 宅配のしくみの改良

⁽²²⁾ 「ボランティア型宅配・サービス活動報告」(2006年度)作成中

注文時間を1時間早め、9時30分から11時30分までとし、注文しやすいように変更した。

また宅配加盟店に魚屋「魚勝」、洋菓子店「ペシェ・ミニヨン」を加えた。同時に両店のホームページも作成した。

(2) 宅配・サービスの実施と評価

① 宅配

4月から12月末までに59件、営業日1日当たり平均1.2件と去年の1.8件を下回った。高齢者二人世帯からほぼ毎回注文を受けているが、高齢者単身世帯が秋学期以降、注文が中断したのが低下の原因である。あとはスポットの注文であった。

注文品については、野菜果物その他食品54件（昨年32件）、肉が20件（昨年27件）、総菜が2件（昨年18件）、そうめん・カステラ0件（昨年7件）、煮豆4件（昨年7件）、米4件（昨年5件）、日用雑貨0件（昨年4件）、コーヒー豆22件（昨年4件）、ミネラル水・お酒2件（昨年2件）、買物代行40件（昨年3件）であった。去年は6月14日が最初の受注であり直接比較することはできないが買物代行の商品を関連のお店に置いてもらうことを要請する必要が出てきている。

新たに加盟店となった魚屋「魚勝」と洋菓子店「ペシェ・ミニヨン」への注文は、次のとおりである。

「魚勝」 18件

「ペシェ・ミニヨン」洋菓子・パン 13件

業種をふやすこと、特徴のある商品を加えることの重要性を再認識した。

チラシ配布を3回行ったが宅配の参加者が増えなかった。新しい工夫を加え、回数を増やすことと営業日数を増やすことが今後の課題である。

学生にとっては、交代での宅配電話受注、買付、配送を行うことで各人のコミュニケーション能力の向上、商品知識、買い付けのノウハウの修得、顧客のニーズ、要望に応えることの重要性を肌で感じるマーケティングセンスの体得など収穫は多かったと思っている。

② サービス

・ 草刈り

5月から9月いっぱいまで受注が多かった。12月末までの総受注は44件（昨年31件）であった。

しかし夏場に入り各週実施のお宅からしばらく草刈りを中止したいとの申し出があり、その原因は、学生が不用意に大事にしていた草花をみんな抜いてしまったことであった。重大な苦情であり、ショックではあったが関係修復につとめ、特に庭フジなど貴重な草花を分けていただき、育てることで草花マニュアルを作ることを申し出て、協力を得、半年後の12月から再び草刈りの注文をいただけるようになった。お客様の要望をしっかりと聞き、作業に移ることの重要性を学んだ苦いけれど貴重な経験であった。

・ 洗車

洗車の知識と経験を持った学生が卒業したため、受注に消極的になり、3件に留まった。

- ・ 部屋の模様替え

部屋の模様替え，引っ越しに伴うフローリング，壁紙張りの手伝い，掃除など6件を受注した。引っ越し関連は時間外の実施であり，参加者有志の協力で実施できた。

その他幼稚園児の送迎を1件受注した。また車椅子で買い物に行くお手伝いの要望も受けているがまだ実施はしていない。

- ・ パソコン教室

パソコン教室参加者は，開催17日，延べ受講者34名であった。このほか自宅への出張サービスとして，プリンターの設定1件，パソコンのセットアップとメンテナンス2件，パソコン買い換えによる新規設定1件，自宅でのパソコン指導2件があった。

教える内容が高度になってきており，学生も予習が必要になり，また複数の学生で知恵を出しあう必要も出てきている。参加者では対応しきれず，その分野に詳しい受講者以外の学内学生の協力を得たケースもある。

(3) 本年度の成果と反省

ビジネスとしては，継続していけるレベルにはほど遠いし，草刈りで大事にしている草花を不用意に抜いてしまうミスもあったが，総じてすべての活動に深みが増して着実に実施していける自信を参加学生が持ったことが大きな収穫であった。学生の成長という観点からも得るところが多かった。とくに参加学生の「社会において異質な価値観を持つ人々とコミュニケーションできる能力」の向上は高く評価できるし，その上に全体のリーダー，サブリーダー，各グループのリーダーをおき，企画段階から実施，フォローアップを任せる体制にし，リーダーシップ，フォロワーシップの面で著しい成長が見られたことが大きな進歩であった。

コミュニティ・ビジネスと人材育成に関して，越智は，「自発的」であることを特色とする小組織の特色として次の項目をあげている。⁽²³⁾

- ① 活動が自律的であること
- ② 報酬が第一義的でないこと
- ③ 日常性の中の非日常的な作為であること
活動が集権化することを廃し常に分散分権化すること
- ⑤ 地域の既存組織とのかかわりを持続しながら，常に非通念性の浸透を図ること
- ⑥ 地域的にフォーマル，インフォーマルなネットワークを多様に形成していること
- ⑦ 学習など自省的契機を媒介していること，所与の状況に無反省に適応している日常性を自省し，創造的な運動のバネになること
- ⑧ 活動の拠点づくりを含めて，具体的な環境変革を伴うこと

これらはボランティア型宅配ビジネスの目指す活動形態であり，人材育成にかかわる重要な教育的視点であり，この1年でこうした点を確認できたことはこれまた大きな収穫であった。

なおその他の活動，成果として次の項目を挙げておく。

(23) 越智昇「都市における自発的市民運動」社会学評論 147号 1986

- ① このビジネスのからテーマを選んだ卒業論文（現在，作成中）4編
 - 「大切な草花育成マニュアルの作成」（3年 男子学生）
 - 「宅配の顧客をふやす」（3年 女子学生）
 - 「高齢者に対する新しいサービスの開発」（3年 女子学生）
 - 「魚屋『魚勝』の顧客をふやす」（店頭チラシ，宅配チラシあり，なしによる顧客数，売上高の測定による販促モデルの構築）（3年 男子学生）
- ② このビジネスの広報活動とパブリシティ
 - ・ 真間大門会ふれあい広場への参加 春秋2回 6月3日，10月21日
 - ・ サマージャズ支援活動への参加（ユニホームを着て参加）7月29日
 - ・ 活性化へのニューウエーブ「街，人つないで御用聞き」商店街ニュース 東京都商店街振興組合連合会発行 6月5日
 - ・ 街に出て地域住民と積極的に関わる実践授業「千葉商科大学『ボランティア型宅配ビジネス』（「息子，娘を大きく成長させる大学」読売新聞社 所収）
 - ・ 商店街活性化と高齢者支援 千葉商科大学政策情報学部 学生が商品宅配サービス 市川よみうり 12月9日
 - ・ 千葉商大生がボランティア型宅配ビジネス ふれあい毎日 2007年2月7日

6. ここまでの活動結果からいえること

ここまでの活動結果から即座に新しいコミュニティ・ビジネスの可能性について結論を出せる段階ではない。しかし高齢化社会がますます進んでいくことを想定すれば，若者と高齢者とのふれあいの場がそれぞれのコミュニティに必要なことは間違いない。半径1キロメートルが効率的な宅配のエリアとして都市圏に宅配ビジネスの輪が広がってすべての面をカバーするかたちに進めば，業種，商品に過不足のある商店街が相補って生活者のニーズに答えられる商品，サービスの提供ができるし，物流システムもそれに即したかたちにシステムを作っていくことも可能になるだろう。ここで活動する宅配・サービスを核にしたビジネスは，継続性を実現した学生主体のボランティア型もあるし，元気なシルバーも加わったかたちも考えられるし，営利も目的としたビジネスも存在でき得るだろう。

現実的には，大学周辺の商店街の再生も大きな目標として，高齢者をメインにした宅配・ビジネスの継続性を可能にする条件を一つ一つクリアしていくことを当面の目標として努力していく必要がある。

7. 今後の課題

- (1) 宅配に参加する商店のネットワークを広げ，さらに一店逸品を育て，商店街活性化をはかる。この視点から各業種とも2店制で，比較購買を可能にし，ここでしか買えない逸品を持ったお店，それを育成していく意欲を持ったお店の参加を呼びかけていく。
- (2) 宅配参加商店の顧客調査を企画，実施し，チラシ実験を行い，どうしたら顧客を増やすことができるかを提案する。まず魚屋「魚勝」の店頭チラシ，戸別配布のチラシある，なしで実験を行い，さらに生鮮3品の協同チラシへと発展させ，商店街全体へと展開していく視点を持つ。
- (3) まず現在の木曜日に加え，パソコン教室を開催する火曜日にも宅配を行うよう営業日

数を増やし宅配参加者をふやす。このためにチラシのコンテンツ、イベントとの組み合わせ、配布の仕方など工夫して実験を繰り返し、有効なチラシを開発して実践していく。こうした課題を少しずつ実行していくプロセスから高齢化社会におけるボランティア型宅配・サービスの事業モデルを構築していくことで商店街の新しいかたちでの再生を一歩ずつすすめていきたいと考えている。

(謝辞) 2001年から2003年まで市川市から委託研究費をいただき、学生と住民の調査、商店小史調査とホームページづくりをすすめることができた。また2004年から2006年までは、文部科学省から現代GPの研究費をいただき、ボランティア型宅配・サービスビジネスの実験から本番での活動をすすめることができた。これらの調査研究を支援いただいた多くの関係者および社会調査法受講者、現代GP特別講義・研修に参加した学生諸君に感謝します。

(参考) ボランティア型宅配ビジネス参加者の感想

この2年間の活動を通して1年目より2年目と参加した学生も先輩の経験をふまえて成長してきている。学生の感想の中からいくつかをとりだしてみた。

(2005年度の活動の中から)

- ★ 私は将来誰かの役に立ち、誰かに喜んでもらえる仕事がしたいと考えていましたが、漠然としすぎていて、どのようなものか見出せずにいました。「人に喜んでもらう」ということが、どういうことなのかわかりませんでした。自分の行ったことが、本当に些細なことでも喜んでもらえ、その笑顔を見るだけで、嬉しい気持ちになりました。(4年女子学生)
- ★ 最後にこの授業を通して、地域住民の人達や授業受講者と楽しくふれあうことができました。CUC 宅配・サービスという事業を経験したことにより人との接し方についても考えさせられました。この経験は就職してからも必ず役に立つと思っています。またこのCUC 宅配・サービスが学生時代の貴重な思い出の1つにもなり、充実した学生生活を送れてとても嬉しいです。(4年女子学生)
- ★ 一人暮らしをしていたおばあさんは、やっぱりどこか寂しそうな感じでうれしそうに自分の事を話してくれた。何を話ししてくれているのかよく自分には理解できなかったけど、その表情からうれしそうなのは見てとれた。と同時に自分からも話しをしてみたりする事ができた。その上でのこのボランティア宅配は、これから発展して改良を加えていけば、市川の人たちに必要な物になっていくのではないのかと思った。そして私達もいい影響をお年寄りから受け、また私達もお年寄りにより影響を与えていけたらと思う。(2年男子学生)
- ★ 草刈りにおいては、Aさんのお宅を中心に作業をしました。依頼人のAさんは腰を悪くされているので、自分で草刈りをする事ができません。私はAさんのお宅に何度も作業にいったので、たくさんコミュニケーションをとることができ、とても仲良くなる事ができました。世間話をする事、草、花、植物の名前などを教えていただくことで学ぶこともありました。草刈り作業はAさんとコミュニケーションがとれる楽

しい時間であり、私にとって1番の収穫になりました。今までの私にはなかった新しい発見があり、知識となりました。大学では学ぶことのできないところを学外での実践で学ぶことができるのです。自分の経験として、成長できたと思います。(4年男子学生)

- ★ 一つの事業として関わる事によって、授業では学ぶ事の出来ない実践的な要素が多くあったと思います。その場その場の対応をはじめとした、いつ依頼されるかわからない状況での柔軟な対応の仕方など、これから社会に出るために必要だと感じられる事を、多く学んだと思いました。一つ一つの事業を計画し、実施してからここまで利用して貰えるとは考えていなかったのも、今は自分が企画した事業がここまでになっている事はとてもやっていて良かったと思いました。(4年男子学生)
- ★ パソコン教室はとても素晴らしいサービスだと思いました。大学で学んでいる学生が教え、地域の方々が教わりに来るシステムで、そのお客様(利用者)はとても満足して帰って行くのを見て、こういったサービスも一石二鳥で良いと思いました。教えるというのは、教わることより大変なことで、相手に分かりやすく説明しなければならない。これはとても難しいことであって、分からなければ事業としても成り立たない。この無意識のうちに成り立っている事業と教育の関係がとても印象に残りました。(4年男子学生)
- ★ パソコンを通してですが、地域の人とのコミュニケーションをとれたのが、大きな収穫になったのではないかと思います。私が受け持った生徒さんは私たちと同じくらいの年頃の息子さんがいるそうで、私たちが親に対してどのように考えているか?などいろいろなこととお話することができました。そのなかでは、自分に対してもこんな風に親はかんがえているかなあ。とかいろいろ自分にとってもためになったと思っています。このようなコミュニケーションが取れるような事業が、コミュニティービジネスのあるべき姿だと思いました。このように互いに得るものがあるというのが理想だと思うし、このパソコン教室は需要が多いので成功しているのかなあとおもいます。(2年男子学生)
- ★ 地域の人と交流できる点で自分たちの行っていることも分かってもらえるということがいいと思いました。子どもが独立してしまった奥様と話したり、すると色々な話が聞けたり、とても楽しそうにしてくれるので作業じゃなく活動としても面白かったです。(3年女子学生)

受講生から今後授業を受ける学生へ

- ★ これから宅配・サービスの講義を取ろうと思っている人たちへのアドバイスとしては、地域の人たちに貢献したい人やいろいろな人とコミュニケーションをとりたい方にお勧めしたいと思います。普段やりそうであまりやらないことでさらにそのほとんどの作業は誰にでもできることで、他学年や普段話さない人との交流もあり、他の講義には無い充実感みたいなものが得られると思います。(4年男子学生)
- ★ とにかくたくさんさんの事業を体験してもらいたいと思います。どの事業も自分にとってプラスになると思います。特に「大学へ何をしに来たのか」分からなくなっている人は、このCUC宅配・サービスに力を入れて楽しい大学の思い出をつくってほしいと思います。(4年女子学生)

- ★ ただ学校に通っているだけでは、ただ講義を聴いているだけでは、経験出来ないことがたくさん出来ました。是非、たくさんの方が履修して、真間商店会と千葉商科大学の学生みんなが、すれ違う時に挨拶出来る街にしてほしいです。(4年 女子学生)

(2006年度の活動の中から)

- ★ 草刈りでは、どの草が雑草かお花か最初はわからなかったのですが、草を抜いていくうちにだんだんわかるようになり、最後には名前まで覚えていました。普段汗をかきながら草刈りをするなどめったにないので、とても良い経験ができたと思います。地域の活性化になり、人助けもでき、何より自分自身が成長できる宅配ビジネスは、とても素晴らしい事業だなあと改めて思いました。

宅配では、よくB様のお宅へ配達することが多く、最初の頃より自然に会話ができるようになりました。B様も私の顔を覚えてくださっていて、配達に行くのがとても楽しみになりました。フレッシュマートあるがさんとのコミュニケーションも自然にとれるようになり、顔を合わせると挨拶をしあう仲になれました。この授業を通して、地域の人とのコミュニケーションもとれるようになり、授業中はとても温かい気持ちで行動できている気がします。(3年 女子学生)

- ★ 毎回Cさんのお宅に行って作業を終えるたびに思うのですが若い大学生が5,6人で90分作業しても大体の部分の清掃しか終わらないわけでCさん一人ではとてもできる範囲ではないなど実感しました。こういう現場を見るとわれわれの重要性というか過大評価するわけではありませんが、私たちもお役に立てることができるのだと思いやる気も出てきていると思います。Cさんも先週の作業が終わったときに「本当に助かったよ、君たちといてとても楽しかった」と笑顔でおっしゃってくれて私たちもやっていて良かったと思え、最後は充実感がありとてもためになったと思います。

地域が活性化していくには、草刈りの話だけではありませんが、地域の人たちとCUCも一丸となって取り組んでいく必要があるわけでこういう小さなことかもしれませんが、宅配・草刈りなどで信頼を高めコミュニケーションをとっていくことで何か変わっていきけるものがあるかもしれません。結局のところ私たちだけで地域活性化と目標を掲げて活動しようが実際に活性化するのは商店街・地域の人たちですからお互い相互関係を築きあげてければなどと思います。(4年 男子学生)

- ★ 今期は、リーダーとして活動しました。前期までは、指示を出されて動いていましたが、今期は指示を出す側として活動しました。

リーダーは、裏方の仕事が多く、毎週役割を決めたり、スケジュールを立てたり、シフトを作成したり、連絡のメールを流したり、お客様と連絡をとったり。宅配やサービス、会計班以外の仕事でも多くの仕事がありました。なので、週で多くの時間をとられました。一言で言って大変でした。受講生みんなからここはどうするだとか、指示をくれとか。リーダーなので、頼られる部分が多く、はじめのうちは困惑した部分もありました。いつしかこの活動だけにのめりこまれ、他の勉強ができなくなっていることがこわくなったこともありました。しかし、春学期を終え、リーダーに慣れている自分、成長した自分があるような気がします。もう3年の夏休み。就職を意識し始める時期です。ただ活動しているだけでは何も得られないような気がします。自分は何をしたいのか、

どうあるべきなのかを考えながら活動していきたいです。今期は、リーダーという役割の難しさ、忍耐が必要であることを学びました。(3年 男子学生)

★ 春学期からは1年間活動してきたメンバーが私を含め4人だったので、上に立って人を動かすという立場になったのだが、非常に難しかった。4年生も多く上手く指示ができない場面が多々あった。しかし中心メンバーではあるが、私の役割、立場としては表立って引っ張るよりも、裏でのサポートのほうが向いていると思い、新メンバーの人たちが分からない事がないように、ミスを極力なくすようにした。多の3人と協力し合っ
て活動しなければならないが、全員が全員同じ役割をこなすのではなく、中心メンバーの中でも個別の役割が必要だと思った。またこの4人でこの講義を引っ張るのではなく、土台とかルール作りをすれば良いのだと思った。

★ 宅配では初めはなかなか話したりすることができずもたもたしてしまい、相手のお客様に気を使わせてしまったりしてしまいましたが、すこしずつ慣れてきて少し会話も出来るようになりました。

草取りの方では一番初めに言ったときに、大事にしていた草花が生えてこなくなってしまったので、しばらくお断りしたいということと言われ、今後は全員が草取りをするときの気をつける部分を把握しておくべきだと痛感しました。

草取りを始めてやった時、私は虫が本当に苦手で、最初はなかなか積極的にやることができずでしたが、一生懸命草をとっているうちにだんだんと夢中になってしまい、きれいになったあとの草のない土を見るのがとてつもなく気持ちよく、積極的にやることも自然とできていました。幼いころにやった草取りを今になって汗を流してやることはとても充実感があり、貴重な体験だと感じました。

また、これらは全てお金を貰ってやっているということを忘れてはいけないと思います。お金を貰うということはそれなりのサービスを提供しなければいけないという義務があるし、なによりも、私たちをしたってくれる、お客様の笑顔や気持ちのためにも、精一杯サービスをしていくべきではないかと感じました。(3年 女子学生)

★ 買い付け・配達では商品を入れる際に、重いものと軽いものがあつた場合には軽いものを最初に入れずに、重いものを先に入れてからその上に軽いものを乗せようという考えをしました。また、自分が依頼主さんの立場に立ったときにどんな考えをするかというのも考えました。買い付け・配達の自分自身での問題点は、やはり人前で話すのが苦手なのでどうも声が小さくなってしまいます。徐々に回数を重ねれば声が大きくなるのですがなかなか自分にとっては大きな問題点であり課題でもあります。

そして、買い付け・配達の問題点は、ないと思う。強いて言うならば、各お店への行き方マップや依頼主さんの家までの行き方マップを作ったほうが良いと思います。

電話番では、2回しかやったことなく1回目は電話が入らなくて2回目が初めてだったので自分自身での問題点は多々あった。

電話番の自分自身の問題点は、「買い付け・配達」の問題点のように声が小さいために依頼主さんが聞き取れない場合があるので声を大きくしてはきはきと話した方が依頼主さんも気持ちが良いと思うので声を大きくすることが問題点であり今後の課題だと感じます。そのための対策は、電話慣れをすることだと思います。電話番の問題点は、ないと思います。注意点は、マニュアルにも書いてあるとおり依頼主さんが話しているこ

とをよく聞き取って、聞き取れなかった場合はもう一度聞く。また、依頼主さんの要望が言い終わったらこちらから依頼内容の復唱を忘れないようにすることだと思います。

(2年 男子学生)

- ★ 私は特に宅配の仕事をさせてもらうことが多かったです。電話対応は1度しかしませんでした。少し緊張してしまい、ご注文を最後に全部繰り返して確認するということをせずに電話を切ろうとしてしまいました。Bさんからのご指摘を受けたので「繰り返さなくていいの？」とのご指摘を受け、きちんと繰り返して確認することは出来ました。これが初めて注文をとるお客様だったら、確実に失敗していたなと思いました。電話対応は何度も繰り返してこなさないと慣れることはないのです、頑張らなければいけません。

電話対応のことで思ったことは、明らかにその対応をした人とお客様とでしか通用しない話だとか内容があるということです。その内容をその人の中だけで留めておくと、次回そのお客様が電話をかけてきた時にうまく対応ができず、結局は始めに対応をした人を呼んで対応してもらうということになってしまうので、それは良くないなと思いました。少なくとも何を話したのかということは書き出して置いて欲しいです。また、宅配の買出しに行くとき、もうお客様の好みだとかが分かっているならば、どの野菜は小ぶりが好きだとか、そのようなリストのようなものもあれば便利だし、お互いに気持ちが良いのではないかなとも思いました。(3年 女子学生)

- ★ やはりパソコン教室教えるときのパソコンと自宅で使うパソコンを一緒にしなければやり方や作業が全く異なってきてしまうことが大きな問題点でもあり課題になってくると思います。ノート型のパソコンを持っていればパソコン教室に自分のパソコンを持ってこられるのですが、全員がそういうわけにはいきません。どれだけ自宅のパソコンとパソコン教室でのパソコンを同じ機能、同じソフトにしていかなければならないと思いました。次に、教える側が受講者のやりたいこと、教えてもらいたいことをマスターしておかなければならないと思います。これから参加してくる生徒の中には熟練の人が来るかもしれないので、これからは何を教えていくのかをこちら側が決め、みんな教えることは同じにし、資料はみんなが使えるようにレベルをそろえていかなければならないと思います。個人個人教えることが違えば、資料も変わってくるだろうし、そのプロフェッショナルが必要となってきます。最後にパソコン教室のアフターケアが大事だと感じました。パソコンを使っていてわからなくなったとき、電話一本で説明を聞けるサービスが大切ではないかと思います。(4年 男子学生)

- ★ この講義を実際に体験してみて気づいたこと。お客さんは自分ではできないことや、一人ではできないことの手助けをしてもらうために、サービスを求めてくるので、それには、やらされるのではなく、やってあげようという気持ちが大事だと思いました。それを通じて得るものも大きいと思いました。(4年 男子学生)

受講生から今後授業を受ける学生へ

- ★ まず、大きく言いたいのは、何のために受講しているかを考えて行動してほしいと考える。単位の取得のためだけならば、履修はしないほうが良いということだ。

このサービスが成り立つ前提として、「人」といった部分は大きい。学生自身には給

料といった部分での報奨はないので、どうでもいいといった考えでやってしまっただけ、サービスは継続しないだろう。どれだけ、お客様の目線に立てるかが、重要である。

ただ、こういった考えの中でサービスを提供していくと、私もそうだが問題にぶつかる。それは、どこまでのレベルのサービスをお客様に提供すればいいのかである。

企業や、商売を目的としている場合、お客様のニーズに応え更に新規のお客様の確保のために進展していかねばならない。私もそのつもりで、最初はお客様の要望に応え、さらなる発展系を目指していた。しかし、講義として行うサービスの限界である授業日数が決まっているため、「人」が変わってしまった時点での継続性にかけてしまう。

私の行っていた、「パソコン教室」では、主にお客様の要望が先にあり、それに合わせるだけといったサービスであったが、私達が主導であるものによってからは、お客様の要望に応えるのはもちろんのこと、個人個人レベルが違うので一人一人の問題を発見することに努め、基本的パソコンのスキルのレベルの上昇を図ろうと実践した。その結果、お客様の基本的な知識の上昇から、また更なる問題をお客様自身が発見できるような成長を感じることができた。また、それがリピーターともなり、基本的な三回の講義を終わってからも、さらに受講してくれるといった、お客様自身の意欲の向上にもつながり、サービスとしてはいいサイクルになっていた。私が行っていたときのお客様も、三回を終え、更に三回を終えたところで、また受講したいと全員が希望したが、授業の限界により、次回の「人」に任せるといった結果になってしまった。

そういった意味でも「人」=学生にお客様が求めるものは大きいと思う。引き継ぐことが難しいとは思いますが、せっかくつかんだ顧客を逃さない、学生だからといった風に思われなようなサービスを提供できるよう努めることが大事であると強く思う。(4年男子学生)

★ ※組織としてのリーダーの力を伸ばす方法

1. バッドノウハウ

リーダーは組織のすべてを把握する事が重要になります。組織として活動する上で、失敗は無いはずがありません。そんな中でコレをしたら失敗する。というバッドノウハウをリーダーが溜めていき、それを受け継いでいけば、世代が変わったとしても同じ失敗を繰り返す事がなくなります。

2. コンピュータ上で利用したファイルの一元管理

宅配サービスではリーダーが複数人存在します。そんな中で帳簿などのファイルを誰か特定の個人が所有していた場合に、ファイルの衝突などが起きてしまう可能性があります。ファイルの一元管理をするスペース(インターネット上のアップロード等)を設けることにより、ファイルの紛失、ファイルの衝突が避けられます。そして、世代が変わり、ファイルを引き継ぐことも容易になります。

3. 手順書の作成

リーダーがいかに優れた人間だとしても、失敗はするものです。しかし、リーダーが失敗してしまったときの影響範囲はとても大きいので、できるだけ失敗は避けるのは当然の事です。その失敗を避けるためにも、作業の手順書を作成することが必要です。決められた仕事に対しては、マニュアルを作成しそのマニュアルの手順どおりに作業をする。そうする事により、作業のミスが少なくなります。

4. スケジュール管理

組織で運営される宅配サービスにおいて、スケジュール管理は重要かつ必須事項だと思います。現状のスケジュール管理では、学生が欠席する可能性があるからという理由であいまいになっていますが、それらのバッファを見てスケジュールをひかぬかぎり、先の見通しが立ちません。先の見通しが立たぬかぎり、新しい何かをやる時に障害となります。学生が来る、来ない、の管理をいかにするかという事も重要ですが、それを見越しての管理ができないかぎり、組織として安定していない事だと思うので、スケジュール管理は必要だと思います。

以上4つの事柄をリーダーの力を組織として伸ばす方法として、考えてみました。上記の4つの事は、今後CUC宅配・サービスを実践する人へのアドバイスという意味も含まれています。

最後に今回の講義である「コミュニティ・ビジネスの実践」という内容は、ずっと実現したいと思っていたビジネスでした。高校生の頃に、食の安全という点から調査し、プレゼンをする部活に所属していた時に地産地消という言葉に出会いました。地産地消を実現するにはコミュニティ・ビジネスが絶対的に必要なビジネスで、石油資源の枯渇、地域経済の活性化、地域伝統食品の保存などの視点からも同じ事が言えます。講義を受けている中で、「ビジネスとして成り立たぬ」という声を良く聞きましたが、実際にこのビジネスは必要とされるものであり、近い将来に今のビジネスモデルが破綻しかけた際に、日本経済が沈没しない支えになるものだと私は思っています。とても重要な意味を持つ講義に今回参加できて、本当に良かったなと思いました。(4年 男子学生)

- ★ 挨拶が大切です。やはり、加盟店のひとやお客様との関わりがあるので、必ず会ったときに挨拶をしました。当たり前の事です、挨拶をきちんとすることがこの活動をするに当たって、ひととの繋がりができる行動だと思います。(3年 男子学生)
- ★ 新たにこのサービスを実践する人には、この活動は誰かにやらされてやっている活動ではなく、自ら進んでボランティアをしているので、積極的に取り組めること、毎回出席できること、ボランティアに興味のある人に履修してもらいたいと思う。作業後では、作業の成果を話しあい、今後の課題発見などもするので、自分の考えをはっきり言えるようにしといた方がいいと思う。また高齢者のほとんどが依頼者なので、そういった人達とコミュニケーションを進んで取れる人には向いていると思う。また、協調性のある人、仕事内容をしっかりこなせるような責任感のある人にやってもらいたい。(4年 男子学生)
- ★ この授業では、商店街や地域の方々と関わりを持って、とても深い絆と信頼関係を結ぶことができます。私たちは給料のでない、いわばボランティアではありますが、こういった活動への参加を苦だと感じているようなら、参加をしない方がいいと思います。本当に地域の方々と結びたい、コミュニケーションを取りたいという人だけが参加するべきです。(4年 男子学生)

[抄 録]

現今、どこの商店街も衰退を示しており、中心市街地の空洞化、地域社会の崩壊が社会問題となってきた。本大学に隣接した真間商店街も人口の高齢化が他地区より進んでいることもあり、高齢者が住みやすい街への再生が急がれている。こうした状況の中、学生や地域住民が気楽に楽しめる商店やゾーンの構築を目指して2001年以降、2回の本格的調査を実施し、また商店小史研究、そのホームページづくりも進めてきた。この流れの一環として、2004年の秋、地域の商店と学生が中心になって、ボランティア型宅配ビジネスの実験を実施した。その経験を踏まえて2005年4月から本実施に入り、2年を経過している。

これらの活動をレビューし、新しいコミュニティ・ビジネスとしての可能性を探ってみたい。