

事例紹介 3
イベント「かえっこバザール」



いらなくなったおもちゃをかえっこバザールの通貨に変え、おもちゃを購入できる。
イベント通じて子供たちに「お金の大切さ」「働く楽しさ」「リサイクル」を体験。
びーのびーのスタッフの皆さんにお手伝いいただき開催。
現在ではトレッサの恒例イベントに。

TRESSA

■事例紹介 3: イベント「かえっこバザール」

- ・地域での子ども数は増えているが、各家庭内では兄弟が少ないためおもちゃが余ってしまう。余ったおもちゃを無駄に捨ててしまうのはもったいないということから、「かえっこバザール」を開催。
- ・いらなくなったおもちゃを通貨に換え、バザールでお買い物ができる。
- ・子どもたちがバンカーとなり、商品の査定、レジ係を行う。
- ・イベントを通じて子どもたちに「お金の大切さ」「働く楽しさ」「リサイクル」を体験してもらう。

事例紹介 4
イベント「子育てサミット」



横浜市は、毎年6月がフランス月間。トレッサでは、「子育てサミット」開催。
イクメンによるトークショー
横浜市山田副市長×仏大使館広報参事官
司会：びーのびーの奥山代表
大事なこと
「妻を愛すること」

TRESSA

■事例紹介 4: イベント「子育てサミット」

- ・横浜市は、毎年6月がフランス月間。その月間の特別イベントとして、横浜とフランスの「子育て」を考える「子育てサミット」を開催。

事例紹介 5
事例発表「職業体験」の紹介



びーのびーの地域発表会にて、トレッサ横浜の職業体験受入の事例
これにより多くの学校より問い合わせが増え、今年は、**16校457名**。
職業体験で得られること
学生⇒働く楽しさ・大変さを知る
学校⇒職業体験が実施できる
トレッサ⇒新たな発見（仕事の洗い出し）
みんなうれしい

TRESSA

■事例紹介 5: 「職業体験」の紹介

- ・ある中学校から職場体験の場の提供を頼まれて始めた取組。今年の実績は 16 校 457 名。
- ・学校からは、他に受け入れてくれる企業やお店が少ないので嬉しいというご意見をいただいている。
- ・職業体験で得られること
中学生⇒働く楽しさ・大変さを知る
トレッサ店舗⇒新たな発見（仕事の洗い出し）
*体験後の中学生の感想から、「自分の職業に誇りを持てるようになった。」「発見があった。」とのスタッフの意見もあり。


今後の取組み

ベビー休憩室開設に向けての相談

日本一の休憩室開設を目指し、より便利で使いやすい場所とするためにどのような設備、サービスがあると良いかの意見交換を実施。

大型ベビー店舗OPENの伴う情報拡散

6月にオープンする大型ベビー店舗の情報やイベントを事前に提供、ご利用になる方々に口コミで広げていただくとともに、広告宣伝でのアイデアもアドバイスをいただく。




■今後の取組み

- ・ベビー休憩室開設に向けての相談
*日本一の休憩室を目指し、びーのびーのや近くの保育園に相談。
 - ・大型ベビー店舗 OPEN に伴う情報拡散
*びーのびーの協力の元、イベント、口コミ等いろいろな方法にて情報の拡散をする予定。
- ※日本一を作ることを目的とするのではなく、日本一を目指して活動を継続していくことが大事である。

トレッサとNPO法人びーのびーのの繋がり

トレッサ横浜 <ul style="list-style-type: none">・ニーズの引き出し・子育て施策の実施・子育て関連の協力者の輪が広がる・地域との輪が広がる	びーのびーの <ul style="list-style-type: none">・ブログ製作・広告などによる収入増・自分たちの意見が反映された施設・実績の積み上げ
---	---

お互いがウィンウィンである事が大切である



■トレッサ横浜とNPO 法人びーのびーのの繋がり


- ・お互いがウィンウィンであることが大切である。
 - *トレッサ横浜
ニーズの引き出し。
子育て施策の実践協力者の輪が広がり、地域との輪も広がる。
 - *びーのびーの
ブログを作成することにより、収入増。
意見が施設に反映される。

トレッサ横浜の子育てへの取組み

効率の追求でなく
ご東館いただく子育て世代に支持いただくためには、**ニーズを引き出し、課題解決のために前向きに取組む**（効率でなく、喜ぶ顔をイメージ）

協力者得る
子育て世代の率直な意見を聞くために、その道のプロである子育て支援のNPO法人に協力をいただき、**ターゲットの声を聞く**。

お互いが幸せに
関係者、参加者も含め、**すべての人がウィンウィン**となるように取組む



■トレッサ横浜の子育てへの取組み

- ・効率の追求ではなく常に指示していただくためにニーズを引き出し、そして前向きに喜ぶ顔を見るために取組んでいく。
- ・NPO 法人などの協力者を得ることで、常にターゲットの声を聞けるようにする。
- ・お互いが幸せになるように関係者、参加者も含めて全ての人がウィンウィンとなるように取組んでいきたい。

<コーディネーターコメント>

トレッサ横浜との連携のきっかけ

コーディネーター(奥山氏):

とても大きなショッピングセンターが地域にできるというのを聞いた時に、恐らく子育て家庭も買い物に行くだろうと思い、北棟が先行オープンした際に私たちも見に行き、実は勝手にトレッサの使い方解説書みたいなのを作って、私たちが運営している情報サイトに載せていたのです。でも、やはりトレッサにお伝えした方が良いのではないかという話になり、作ったものをトレッサに持って行き、交流が深まったという次第です。

恐らく、全面オープンにするにあたり、とてもお忙しかったと思いますし、私たちが行って聞いてもらえるのかしらとも思いましたが、隣の区にある大きなショッピングセンターでは、地域 NPO と連携している事例もあったため、地元ショッピングセンターが出来たらお願いをしに行かなければならないという思いもあり伺ったのです。

ただ、やはり大きなショッピングセンターというからには地域とどのように連携をするのだろうか、小売店との関係はどのようなのだろうか、気になるところもありそのようなことも含め伺ったところどんどん地域と連携をしたいとおっしゃってくださいました。

職業体験についても、近隣に商店街がある中学校もありますが、ない中学校もあつてご苦労されていました。そういう意味で言うと 220 店舗で構成されるトレッサとうまく連携できる中学校は多いのではないかなと思いました。最初の 1、2 年間は、地域にトレッサをご紹介したりということがよくあったと思います。

あと行政にも連携を求めて、ずいぶん市役所や区役所に通われていました。行政が行う啓発事業には、なかなか人が集まらないと思うのですが、トレッサがそういうことも全部引き受けてくださいました。

実は、今朝トレッサの広告が入っていたのですが、その後ろのほうに必ず地域のことが書いてあるのです。振り込め詐欺被害防止キャンペーンや地域の小中学校の吹奏楽やマーチングバンドというのがボンと入っていて。月に 1、2 回は、こういう大きなイベントをなさっています。

そんな形で、大型ショッピングセンターができたのだからというところを遠巻きに見ているのではなく、地域を豊かにするために連携してやれるといいというのが第一でした。

ただ、やはり企業さんなので私たちもドキドキする部分があったのですね。例えば今、江口からブログのことを紹介してもらいますが、トレッサの回し者的な(笑)、そういう形のブログではないことを少しお話してもらいます。

江口氏(NPO 法人びーのびーの ブログ執筆担当者):

ブログの取材方法は、基本的に自分たちがトレッサに遊びに行き、気が付いたこと、気に入ったお店、気に入った場所などを自由に書かせていただいています。

例えば、子どもと一緒にご飯を食べに行ったお店で取り分けのお皿が出てきてすごく良かったとか、子どもと一緒に買い物していたらここがちょっと不便だったので、こうなったらいいな等の希望も少しずつ書かせていただいています。また、月 1 回打ち合わせをしております、その際にも、ここがこうだったらもっとうれしいのですけどね、なんていうお話をさせていただいております。

ちょっと無茶な要望に対しても全部話を聞いていただき、できる限りで反映していただくということで参加しているスタッフやグループインタビューのメンバーも、次に行った時、それが反映されているととてもうれしく感じています。例えば、ベビールームに行ってみたときに感じた要望が叶っていたことに対し、もっとトレッサが好きになりどんどん通うようになりました。

ショッピングセンターは子育て中にとって欠かせないものだなという思いがあり、できる限り居心地が良く、みんなが楽しく過ごせる場所になって欲しいと思っています。いつもありがとうございます。

コーディネーター(松田氏):

ありがとうございました。

ビーのビーのが、「トレッサがオープンした時に勝手に紹介していたものを持って訪問に行った」と簡単におっしゃいましたが、どうやって訪問したのですか。どうやってアポを取り、どういうふうに受け入れていただいたのですか。

コーディネーター(奥山氏):

実は、知り合いがトレッサにいたので、その方を通じてってコンタクトさせていただきました。そのような「つて」を頼って行くことはひとつあると思います。

NPOとの連携について

トレッサ横浜(栗原氏):

団体の紹介は色々あるのですが、ビーのビーのさんは話してみても信頼できましたし、良い提案であるということが分かりましたので、試しにひとつやってみよう、そしたら、もうひとつやってみようと、どんどん広がっていったと思います。

実際ブログやホームページを作るにあたり、他の広告会社に出していたらすごくお金が掛かるのです。だから、大変申し訳ないのですが、そこに出すよりは遙かに安い、そして良いものができるって意味ではビジネス的にも成り立っている。単純に来て、これはいいことですからお金くださいって言われても、一回ポッキリならあるかもしれませんが、続かない。

そういう意味で、同じようなことをするにあたっては、どちらが得かみたいな比較のものになってくると思います。

<質疑応答>

Q: 本日のお話では、企業と NPO が、Win-Win で効果的にお互いの強みを生かした事業体制ができたというようにお話だったと思います。

しかし、他方で難しさもあるのではないかと思います。特に NPO の立場から言いますと、企業の下請けではないですが、企業にうまく使われてしまうのではないかと心配。また、企業にとっては財政力、組織力の弱い NPO が財政的にうまく利用されるのではないかと心配。

今回の事業形成をする上で、企業と NPO のそれぞれの立場から、難しかったことや苦労したことを教えてください。

トレッサ横浜(栗原氏):

最初、ブログをお願いした時に、月いくらという契約でスタートしたのですが、そうすると、何かやりがいとか良さが出にくいということで、上限は設けるのですが、ブログ1本につきいくらという契約に切替えました。

そうすると、たくさん書けば書くほど収入を得る事ができるので、発信数も多く内容も良くなり、その結果、お互いの信頼にも繋がりました。

最初にお金の価値をお互いに、世間相場も含めて見比べることができないと、たかりのようになってしまったり、上下関係が生まれてしまうこともあると思います。ビーのビーのさんの強み、私どもの強みというのを、両方ともしっかりと持たないとだめだし、対等ということが重要だと思います。どちらかが、お願いするということでは成り立たないと思います。やはり、成果が分かるような形で、できることが良いのだと思います。

コーディネーター(奥山氏):

NPO 側からも申し上げますと、ビーのビーののミッションというのは、港北区で子育てしやすい環境を作ることです。それを目指すためには、ビーのビーの自身で実現できることや委託とか、補助など行政と協働して実現できること、企業と組んでやる場合があります。

その中で、トレッサの集客力というのは大きいのです。ここが発信することによってうまく乗せられれば、子育てしやすい港北区が、実現に近づけられます。

ブログを書いたことに対しての精算払いという意味での対価はあるのですが、ビーのビーのでは、それ以上に中学生が職業体験できたり、子育てしているお母さんたちの居場所になったりということが、すごく大事なのです。相手の企業さんとの関係性の中で、法人としてもどういうふうなお付き合いになるのかってということが、変わってくる部分もあるなと思っております。