

福祉と地域の未来をつなぐ取り組み

～福祉・介護を「マルシェ」で身近に～

社会福祉法人 寿ノ家 企画開発部

地域連携推進課 新海あかね



1977年設立 3拠点 8事業（特別養護老人ホーム ショートステイ 地域密着型特別養護老人ホーム
通所介護 地域密着型通所介護 認知症対応型共同生活介護 小規模多機能型居宅介護 居宅介護支援事業所）
総職員数 149名（R7年8月1日現在）

はじめに

社会福祉法人寿ノ家は2023年（R5年）10月
「ことぶき **マルシェ**」を始めました。

マルシェ（Marche）

フランス語で「市場」を意味する言葉。

- ・生産者や制作者が直接消費者に商品を販売する場である
- ・さまざまな店舗や商品が集まる集合体である
- ・お店の人と来場者との交流の場である

昨今では、日本各地で「イベント」として開催されている

「寿ノ家がマルシェをはじめたわけ」

取り組みの始まりは「人がいない」という現実

その1 働く人がいない

何年もの間、全ての事業所で慢性的な人材不足が続いていた。それにより、介護の現場では身体的な疲労、精神的なストレスが増大し、離職率も増加傾向にあった。様々な手段を用いて職員の募集をするが、募集数に対しての応募数は圧倒的に少なく、退職してしまう職員もいるため、職員数の純増はなく、それよりも減少傾向が続いた。「この先、どうなってしまうのか？」という不安の声があちらこちらから聞こえていた。さらに、新卒（専門学校や大学など）採用の数が激減しており、組織の未来を懸念する声もあがっていた。

その2 地域の人がない

当法人は、設立以来地域との交流を大切にし、ボランティア活動にも力を注いできた。年間延べ1900人のボランティアを受け入れており、日常的に施設内にボランティアの姿があった。

しかし、新型コロナウイルス感染症の流行によりその交流が途絶え、施設への立ち入りが緩和された後も、コロナ禍以前のような状態に戻ることなく、施設内に地域の人姿を見ることはなくなった。



取り組みの始まりは「人がいない」という現実

その3 利用する人がいない

当法人は、特別養護老人ホームが母体となっている。かつては、入居待機者の数も常に500人以上を抱えていたが、ここ数年は、待機者の数が激減しており、地域のお施設と競合（利用者の取り合い）するような状況になっている。

さらに、定員40名のデイサービス、ふたつのグループホームと小規模多機能の運営・・・

働く人の確保と同時に、利用者の安定した確保が難しい状況も続いていた。そのような状況は、法人経営にも暗い影を落とし始め、法人の未来に関しても不安の声があがりはじめていた。

どうしたら「人が集まるのか？」

このままでは近い将来、法人経営が立ち行かなくなるのではないか、という強い危機感のもとに、対策会議を開くことになった。その会議では「なぜ人が集まらないのか？」という大きな問いを立て、バズセッションを重ね、原因の究明をした。原因は一つではなく、様々な要因が関連しあっていることが考えられた。すべてを一度に解決することは難しく、何から着手すればよいのか検討を重ねた。



選ばれる、魅力あふれる法人を目指して ～100年続く寿ノ家～

法人を経営していくためには、「ヒト」は必要不可欠である。どうしたら、働く人、利用する人、地域の人たちに選ばれることができるのか、様々な解決策を検討した。その結果、まず第一に「**選ばれるための魅力**」を法人がもっていることが重要だという結論に達した。そこから、「**寿ノ家の魅力とは何か?**」「ヒトは何に魅力を感じるのか?」など、それぞれの立場（働く人、利用する人、地域の人）に立ち、討議を繰り返した。

様々な考え方や意見があり、どれも重要であり、その中には短期的に解決できるものもあった。しかし、より重要なのは長期的なビジョンをもって課題解決に挑むことであり、目先の困りごとの解決だけでなく「**100年続く寿ノ家**」を目指した取り組みを始めることとなった。

何にどのように取り組むのかの検討を続けた結果、
「社会福祉法人の使命」に立ち返り、地域づくり（地域貢献）を通して
将来を担う人材の醸成に取り組むこととした。
その最初の一步として、新たに法人理念の下に
「ミッション・ビジョン・バリュー」を定め、法人の在り方をより明確にした。



理念 心を込めて ひとり一人を大切に…

～100年続く寿ノ家を目指して～

<ミッション>

誰もが互いに人格と個性を尊重し、支え合い、人々の多様なあり
方を認め合う地域づくり

<ビジョン>

寿ノ家は高齢者・子ども・障がい者、全ての人の幸せを創造（クリエイト）
する法人となる

<バリュー>

「認めあう」・・・お互いを尊重し、ありのままを受け入れる

「支えあう」・・・お互いに支えあうことで、新たな力を生み出す

「学びあう」・・・学びあうことで新たな道を拓く

「つながる」・・・人と人がつながることで、幸せな未来を築く

新たに掲げた「ミッション・ビジョン・バリュー」を取り組みの柱とし、地域づくりと福祉人材の醸成、福祉人材の確保を目指した長期的な取り組みとして「ことぶきマルシェ」を開催することとなった。



1, ことぶきマルシェ（取り組み）の目的

～100年続く寿ノ家を目指して～

1) 地域づくり（地域貢献）

目標：地域福祉のマインドの熟成

①世代を超えて多様な人たちが集まる場所をつくること。

（子どもも大人も、おじいちゃんもおばあちゃんも、学生さんも車いすの人も、認知症の人も・・・）

②お互いの存在を身近に感じ、お互いに何かを学び、つながっていく、そして
未来の福祉のためにできることを考え、行動を起こすきっかけとなる場をつ
くっていく。

1, ことぶきマルシェ（取り組み）の目的

～100年続く寿ノ家を目指して～

2) 人材確保

目標：地域福祉の後継者を育成する
福祉・介護を担う人材を醸成する

- ①地域の大人や、子どもが「福祉」をもっと身近に「当たり前」に感じられるようになる
- ②「福祉・介護のイメージ」を変えることで、1人でも多くの若者が興味・関心を持ち、将来の職業選択のひとつになること。延いては、将来的に当法人で働く職員の確保につながる。

2，取り組みの内容

1) 準備（R5年4月～R5年9月）

①プロジェクトチームの結成

法人内の職員4名と地域ボランティア2名、山梨県立大学の学生2名
企画立案、実施計画、準備・・・

②出店者の募集

職員と学生、地域の人、知人、家族・・・
地域資源を掘り起こす

③広告

チラシを手作りし、周辺の住居や店舗にポスティングする。
SNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）を活用。

2) 第1回開催（R5年10月5日）

7店舗で開催

大学生2店舗

地域住民1店舗

一般2店舗（雑貨とキッチンカー）

職員と関係者2店舗

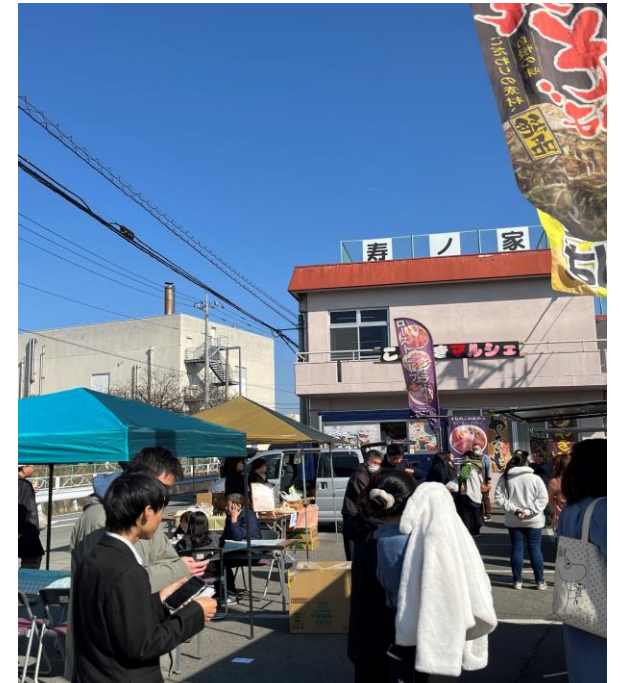
※毎月第1土曜日に開催する



3, 取り組みの結果、評価

R7年8月現在

- 毎回20店舗以上が出店。
- 来場者
地域の子ども、おとな、
利用者・入居者（寿ノ家の）その家族
- 運営ボランティア5名～15名





近所のご婦人たちが、マルシェの日はここで待ち合わせ。

「歩いて来られるからいいよね」「毎月この日が待ち遠しい」

といって、足を運ぶ近所の高齢者。マルシェでお買い物を済ませた後は、古い友人や、マルシェで出会った新しい友人と食事を楽しみながら談笑する光景が見られる。「やっぱり、こうして人と会っていると元気がでる。」「なぜかことぶきに来ると、安心して過ごせる。」という声が多く聞かれている。来場する子どもたちや、ボランティアの高校生との交流も生まれ、終始笑顔と笑い声が絶えない。



マルシェを楽しみにしてくれている子どもたちが増えている。

「また来たよ!」といって店舗にかけよる子どもたち。店主も思わず笑顔がこぼれる。子どもたちが飽きずに楽しめるように体験型ワークショップの出店やゲームも用意している。



毎月、みんなで楽しみに参加してくれる家族も…

「子どもたちが楽しみにしていて…」といって親子連れで来場してくれる人たちも増えている。「温かい雰囲気が好きなんです」といって、何度も足を運んでくれる家族もいる。



地元の高校生が、先生に嫌々ながら マルシェに連れてこられた…

未来の福祉の担い手を醸成するためには、若い世代の福祉や介護に対する興味・関心を高める必要があると考えた。そこで、地元の高校生にマルシェの運営ボランティアとして参加してもらおうという案が出た。学校側に出向き、マルシェ開催の主旨を説明すると、理解と共感を得ることができた。そして、どのようにしたら、興味・関心のない生徒たちがマルシェに参加してくれるのかを一緒に考えた。しかし、チラシなどを使ってボランティアを募集しても、なかなか手応えが感じられなかった。そのような中で、一人の先生が「社会勉強」と称して、福祉や介護に興味のない3名の生徒をマルシェのボランティアとして連れてきた。

その日、不愛想に嫌々ながらマルシェに参加した3人であったが、少しずつ笑顔が増え、生き生きとした姿に変わっていった。

そして、マルシェが終わった後も施設の中庭で楽しそうに談笑しており、「また来ます」といって帰っていった。



今では、主体的に参加。来場した子どもたちとゲームを楽しむ。

マルシェには子どもたちが楽しめるゲームが用意されている。そのゲームを任されて子どもたちと楽しそうに時間を過ごしている。



高校生ボランティアたちが店舗で販売を担当

地元の人気パン屋さんの店主に変わって販売を担当する。介護が必要な高齢者や障がい者がお客としてたくさん訪れる。自然と姿勢が低くなり、表情が優しくなる。



ついには、お年寄りが乗る車いすを押している姿が…

嫌々ながら野菜の販売を担当していた生徒。気が付けばいつの間にか利用者のそばにいて笑顔で話している。そして、そっと車いすを押す姿が見られた。



高校生、大学生の主体的な参加が実現

地元の高校生がカリキュラムの一環でつくったバスソルトを、大学生がゼミで開発した地産・地消の自然派プリンを、それぞれマルシェに出店。ボランティアとしてではなく、出店者としての参加もある。

高齢者・子ども・障がい者、すべての人の幸せをクリエイトする。

思い描いていたカタチが実現しつつある・・・

多い時には30店舗近くの出店があるが、その中で、障がい者の授産施設から2店舗、就労支援施設から4店舗が出店することもある。また、高齢者施設や障がい者施設から多くの利用者がお客として来場してくれる。



「認めあう」「支えあう」「学びあう」「つながる」の実現



3, まとめ

**『社会福祉法人の使命を果たす、「地域づくり（地域貢献）」
を全うすることが、未来の福祉を担う人財を育てることになる。』**

- ・マルシェにボランティアとして参加していた高校生のうち2名が、医療・福祉の分野への進学を決めた。
- ・小学生が「将来ここで働いてあげるね」と言ってくれた。
- ・高校生をはじめ、様々な世代のボランティアがマルシェの運営に参加している。

『地域づくり（地域貢献）が、法人の魅力そのものとなる』

- ・マルシェという場に多様な人たちが集まり、一緒に「魅力的な場づくり」ができている。
- ・マルシェは地域と当法人の共同の地域づくりである。
- ・「ことぶきマルシェ」が地域の一部になる。
- ・選ばれる、愛される法人となる。