

(2) NPO 法人自立生活サポートセンターもやい

1. 取組主体名 NPO法人自立生活サポートセンター・もやい

2. 協働の相手方 単独事業

3. 対象者 居場所を求めている生活困窮者、地域住民

4. 開始年月 2004年6月

5. 目的

当法人の入居支援事業（アパートの連帯保証人提供）利用者など、社会的に孤立しがちな人々が気軽に立ち寄れる場を作ることにより、人間関係の再構築を支援する。

6. 取組内容

交流サロン「サロン・ド・カフェこもれび」の開催（原則毎週土曜日 11時～17時）及び「こもれびコーヒー」の焙煎・販売

7. 効果（社会的な居場所を得たことによる利用者の変化など）

サロンの場で出会った仲間同士と一緒に遊びに行くようになるなど、友人関係が育まれた。サロンの運営やコーヒー焙煎・販売を通して、生活困窮を経験した当事者が自信と社会とのつながりを取り戻した。

8. 取組開始課程（取組を開始する契機となった問題点の発見、どのように組織作りをしていったか、当初の行政との関係など）

入居支援事業利用者への家庭訪問を担当したスタッフが、生活保護や年金を受給して衣食住が整っていても誰ともつながれない孤立した状況の中で生活している人々を目の当たりにして、「人間関係の貧困」に取り組む必要があると考えた。

2004年春より、コーディネーターのスタッフが、喫茶店の経営や調理の経験がある当事者数名に声をかけて協力を仰ぎ、週一回会議を開いた。会議ではそれぞれの意見を尊重しながら、メニューや値段、サロンの名前、運営の仕方、食器やテーブルクロス一枚にいたるまで、サロン運営に関わるすべてのことを

決めていった。

個性豊かなメンバーが多かったためコーディネートは困難を極め、時にはメンバー同士で衝突したり言い争いになることもあったが、「サロンを自分達の手で運営する」という共通した目的に向かって団結することを最優先にして、徐々に信頼関係を築いていった。

その雰囲気はサロンに来る仲間達にも伝わり、サロンは6年間という歳月をかけて徐々に「みんなの居場所」としての位置づけがなされていった。生活保護を受けていることやホームレス生活の経験があることを隠さなくてもよく、気兼ねなく何でも相談でき、開店から閉店まで格安のランチやドリンクでのんびり過ごすことができる、生活困窮者が集える居場所作りは「人間関係の貧困」への取り組みとして不可欠なものである。

また2005年12月からは、サロンに加えて「作業所的な居場所が欲しい」という当事者のニーズに応える形で、自家焙煎コーヒーの焙煎に組み込み、2007年1月からインターネット等を通じた販売を行なっている。さらに、コーヒーの粉を使った「コーヒー染め」を楽しむ会を毎週催すなど、居場所作りが広がっている。

団体としては、これらの活動のほか、女性や若者に限定した居場所作りの活動も行なっている。

9. 利用者数（うち生活保護受給者の数）

交流サロンの参加者は毎週約30名（約8割が生活保護受給者）。「こもれびコーヒー」の焙煎・販売に携わっている当事者は6名（うち5名が生活保護受給者）。

10. 行政との連携（今後、必要なことも含む）

新宿区社会福祉協議会を通して、サロン保険の保険料補助を受けている。

11. 取組費用をどのようにしているのか

法人の事業費として支出。またサロンで出すドリンクやランチは実費程度の価格を設定している。サロン及びコーヒー焙煎の立ち上げ費用には民間の助成金を活用した。

12. 取組実施に当たって困難だったこと（現在の状態も含む）

サロン運営スタッフ、コーヒー焙煎スタッフともに、中高年の男性が多く、すでに社会の中で独立した一個人としてのプライド、確立されたアイデンティティがあり、共同作業が苦手なメンバーが多かったため、コーディネートは困

難を極めた。

しかし、会議や作業過程において常に「何のためにやっているのか？」という目的を確認し、どんなに細かいことでもメンバー全員が共有することを最優先にした。また、それぞれの意見や意思をできるだけ尊重しながら、丁寧に運営や作業をすすめるように心がけた。

そのためには、メンバーひとりひとりの個性を把握し、寄り添い、メンバー同士をつなぎ、意見を引き出すようなきめ細かい気遣いや心配りが不可欠であった。

近年では、サロン内部で常連のお客さん同士がかたまり、新しい人が入りにくい状況も生まれている。それらを踏まえて、サロンに初めてくるお客さんに対しては、会話に溶け込めるように声かけしたり、常に全体を把握して気配りや目配りをしていくのもコーディネーターの大切な役割である。

コーディネーターの負担が重くなりすぎないように、それらの役割を担う人を育て複数体制にするなど、団体としてどのようにフォローしていくのかが今後の課題のひとつであると考えます。

サロン開催当初からのメンバーが高齢化していく中で、世代交代をどのようにしていくのかも今後の課題である。

13. 取組に携わる職員数、立場（NPO職員か、ボランティア等）

NPO職員 1 名、ボランティア約十名（当事者を含む）

14. 対象者にどのように広報していったか

当法人の入居支援事業利用者に定期的に案内を送付しているほか、ウェブサイトなどで広報している。また、新宿区内の他のNPOを通じた広報も行っている。

15. 地域社会との関わり

近隣の住人の方々が「常連客」としてサロンに来てくださるほか、新宿区社会福祉協議会のサロン交流会への参加を通して、地域内の他のサロンと交流している。

(3) 有限会社 ビッグイシュー日本

1. 取組主体名

- ① (有) ビッグイシュー日本
- ② NPO 法人 ビッグイシュー基金



2. 協働の相手方

- ・ ホームレス状態にある方で、雑誌『ビッグイシュー』販売を通じて自立を目指している方(基本的には生保受給者は対象外)
- ・ 『ビッグイシュー』販売中に、心身の悪化などが理由で生活保護の受給を開始し、なおかつ『ビッグイシュー』販売を希望されている方
- ・ 過去、現在ホームレス状態の方で NPO 法人ビッグイシュー基金が開催している各種プログラムの参加希望者



左 新宿で『雑誌ビッグイシュー』を販売する販売者越沢さん
右 お客様に一冊買っていただいたときの風景

3. 対象者

雑誌販売を希望される方で、下記ビッグイシュー日本の行動規範に同意できる方

- (1) 割り当てられた場所で販売します。
- (2) ビッグイシューの ID カードを提示して販売します。
- (3) ビッグイシューの販売者として働いている期間中、攻撃的または脅迫的な態度や言葉は使いません。
- (4) 酒や薬物の影響を受けたまま、『ビッグイシュー日本版』を売りません。
- (5) 他の市民の邪魔や通行を妨害しません。 このため、特に道路上では割り

当て場所の周辺を随時移動し販売します。

- (6) 街頭で生活費を稼ぐほかの人々と売り場について争いません。
- (7) ビッグイシューのIDカードをつけて『ビッグイシュー日本版』の販売中に金品などの無心をしません。
- (8) どのような状況であろうと、ビッグイシューとその販売者の信頼を落とすような行為はしません。

4. 開始年月

ビッグイシューは1991年にロンドンで生まれ、日本では2003年9月に創刊。会社は2003年5月に設立、基金は2007年9月から活動を開始しました。

5. 目的

(有)ビッグイシュー日本は、ホームレスの人の救済(チャリティ)ではなく、仕事を提供し自立を応援する事業です。

NPO法人ビッグイシュー基金は、有限会社ビッグイシュー日本を母体に設立されました。会社での経済的自立と平行して、ホームレスの人々の「自助＝セルフヘルプ」をサポートします。このため多面的なコアプログラムに加え、広く市民の参加と社会への提案活動を行いホームレス問題の解決に寄与します。

6. 取組内容

(1) (有)ビッグイシュー日本

定価300円の雑誌を作り、それをホームレスである販売者に路上で売ってもらいます。300円のうち160円が彼らの収入になります。最初の10冊は会社が無料で提供し、その売り上げ(3,000円)を元手に、以降は1冊140円で仕入れていただく仕組みです。販売者の自立へむけて、私たちは次の3つのステップを考えています。

- A 簡易宿泊所(1泊千円前後)などに泊まり路上生活から脱出
(1日20~25冊売れば可能に)
- B 自力でアパートを借り、住所を持つ
- C (1日30~35冊売り、毎日1,000円程度を貯金、7~8ヶ月で敷金をつくる)

住所をベースに新たな就職活動をする

今、販売者の多くは第2ステップに挑戦中です。

(2) NPO 法人ビッグイシュー基金

① 生活自立応援

ア 医療相談

ボランティアな医師や医師団体と協同して定期健康相談を実施します。

イ 依存症（アディクション）克服相談

ホームレス状態になる原因の一つに、飲酒・ギャンブルといったさまざまな依存症（アディクション）があげられます。そこで、依存症克服相談窓口を設け、関連するセルフヘルプグループ、NPO や医療機関との連携を強めてサポートを行います。

ウ 住宅相談

行政や他の団体と協力して、低家賃住宅や保証人紹介、居宅保護などについての情報提供を行います。また、販売者による自主的なグループホームづくりへの相談援助を行います。

エ 社会福祉相談

他の団体と連携して、社会福祉制度の利用に関する相談窓口を設けます。

オ 法律相談

今後の暮らしの見とおしを立て、ホームレスになる原因の多重債務などを法律的に解決できるような相談援助を行います。

カ 金銭管理等支援

住所がないことから口座を持ってない販売者さんのために、金銭管理のサポートを行います。

キ 若者ホームレス支援

最近、20～30代までの若い販売希望者が増えてきています。そこで、若者ホームレスに関する調査・研究を行い、彼らの今後の進路相談、研修機会の提供、就業などのサポートを行います。若者のホームレス化を予防し、早期に社会復帰できる方策について提言します。

② 就業応援プログラム

ホームレスになる背景には、長年建設や土木などの現場で働いていた中高年男性労働者の失業、非正規雇用の若者の増加など、さまざまな要因があげられます。彼らが新しい仕事につくためには、それぞれのニーズに応

じた個別のサポートが必要になります。就業に対する不安、今後の見通しなどについての相談、さまざまな就業トレーニングや体験の場の提供、仕事の紹介、就職後の継続的なサポートを行います。

③ スポーツ文化活動応援プログラム

ビッグイシューの販売を継続したり、就業に向けてのトレーニングに励んだりできるのも、生きることへの意欲や喜びがあつてこそ。そこで、ホームレスの方たちが主体となった同好会活動やイベントの開催をサポートしていきます。同時に、この活動を通じて多くの市民の方とホームレスの方との交流の場を広げていきます

7. 効果（社会的な居場所を得たことによる利用者の変化など）

- ・ 延べ登録者数 1,024 人のうち約 4 割が仕事として継続し、そのうち 102 人が自ら他の仕事を心得て卒業。。
- ・ ホームレス状態の方に、ビッグイシュー販売を通じて、4 億 8,010 万円の収入を提供。その過程で多くの方が、自分の尊厳と自信を回復していきました。

8. 取組開始課程（取組を開始する契機となった問題点の発見、どのように組織作りをしていったか、当初の行政との関係など）

ホームレス人口が日本で一番多かった大阪で、ビッグイシュー日本はスタートしました。 緊急支援型の活動が多くあるなかで、モノではなくチャンスを提供する自立支援型事業の必要性を感じ、欧米の先行事例を研究する過程で、英国『ビッグイシュー』と連携することにしました。

2002 年 9 月、水越洋子（現編集長・共同代表）がビッグイシュー・スコットランドの創設者メル・ヤングに会いにグラスゴーを訪問。帰国直後の 10 月にビッグイシュー日本版発行準備会を佐野章二（現共同代表）とともに発足し、創刊の可能性を探りました。2003 年 5 月に有限会社ビッグイシュー日本を設立、6 月に『ビッグイシュー』創設者、ジョン・バード氏が来日。8 月、NPO 法人釜ヶ崎支援機構の協力のもとホームレスの人への説明会を開催し、2003 年 9 月 11 日ビッグイシューが創刊されました。

9. 利用者数（うち生活保護受給者の数） 約 150 人 （27人）

10. 行政との連携（今後、必要なことも含む）

- ・ 自立のチャンスとしての路上販売への理解と協力（大阪府／東京都福祉保健局「支援状」の発行等）
- ・ 公共スペースでの販売協力（札幌市での地下コンコースでの販売ブース設置等）
- ・ 新宿区役所（相談所とまり木）での販売者勧誘へのご理解

【今後必用なこと】

- ・ 基金の活動スペースの低料金での提供等（たまり場等居場所づくり）
- ・ 行政、政府との機動的な協力と連携（若者ホームレスへの理解、支援。販売など仕事づくりへの更なる理解と協力等）
- ・ 住宅手当など低家賃住宅支援方策の充実（ビッグイシュー販売者が利用しやすいもの）

11. 取組費用をどのようにしているのか

（有）ビッグイシューは販売者の売上/ NPO 法人ビッグイシュー基金は個人・企業、団体からの寄付

12. 取組実施に当たって困難だったこと（現在の状態も含む）

行政をはじめとする社会からの理解を得ること、また、市民のホームレスに対する偏見が強かったことが、事業開始直後から現在まで続いている困難です。創刊から7年たった今でも、道路管理者や警察当局からの、理解は十分とはいえません。

これらを含む創設時の困難をビッグイシューは「四重苦」とよんでいます。
（1.若者の活字離れ、もはや雑誌の時代は終わった 2.すでに情報はただの時代 3.路上で雑誌を売り買いする習慣がない 4.わざわざ好んでホームレスの人からは買わない） 創刊から7年余、多くの市民とともに、「四重苦」を「四つの強み」に転換するため、あらゆる常識に挑戦しています。

13. 取組に携わる職員数、立場（NPO 職員か、ボランティア等）

正規スタッフ 17 人 パート 4 人 登録ボランティア数 約 400 名

14. 対象者にどのように広報していったか

- ・ 路上脱出ガイドの作成・配布（札幌、東京、名古屋、京都、大阪、福岡 計 2 万 5 千冊配布）
- ・ 夜回りでの勧誘や他団体での勧誘チラシをおかせていただいくなど

15. 地域社会との関わり

各地でボランティアによる2ケタの販売者サポート組織が出来ています。ビッグイシュー販売者には、マニュアルはありません。マニュアルではない心を込めた「ありがとう」がさわやかな街角コミュニティをつくっている、といわれています。また、自立をめざす販売者の姿に励まされる、という声もよく寄せられます。

(4) NPO 法人自立支援センターふるさとの会

1. 取組主体名

NPO 法人自立支援センターふるさとの会

2. 協働の相手方

- ・ 東京都福祉保健局
- ・ 福祉事務所（カンファレンスなど）
- ・ 地域（町会、不動産屋等）
- ・ 地域ケアネットワーク（地域の医療関係者、介護事業所、福祉事務所、NPO など事業者のネットワーク「地域ケア連携をすすめる会」を運営（17 団体・個人で運営委員会を構成）。「台東区・墨田区・荒川区を中心に、路上生活者・生活保護受給者など生活が困難な状況にある人々に対し、居住支援を社会サービスの事業者が連携し、安定した住居と生活、及びより善い医療・保健・福祉サービスを提供するネットワークの形成を目的とする」（規約より）。

3. 対象者

- (1) 働くことのできない人：高齢・疾病・障害を持つ生活困窮者
- (2) 働くことのできる人：働くことの可能な生活困窮者、自立支援センター・更生施設等の入所者、「ネットカフェ難民」、様々な就労阻害要因（軽度の障害など）を抱えた要保護者

4. 開始年月

1990 年ボランティアサークルふるさとの会設立

1999 年 NPO 法人自立支援センターふるさとの会法人格取得

5. 目的

生活困窮者が地域のなかで、安定した住居を確保し、安心した生活を実現し、社会のなかで再び人としての役割や尊厳・居場所を回復するための支援を事業として行うこと。

6. 取組内容

- (1) NPO 法人 自立支援センター ふるさとの会（1999 年 認証）
三事業部と事務局で構成。