

会いたい人がいる。そんな街が好き。

HITOTOWA INC.

荒 昌史

# HITOTOWA Inc.

名称：株式会社 HITOTOWA

代表者：荒 昌史

設立：2010年12月24日

資本金：600万円

職員数：30名

事業：

ネイバーフッドデザイン事業

CSR/CSVコンサルティング事業

ソーシャルフットボール事業

web：<http://hitotowa.jp/>

## ◆主な受賞歴

ジャパン・レジリエンス・アワード2015

グッドデザイン賞2015「西新宿CLASS in the forest」

グッドデザイン賞2015「そなえるカルタ」

マニフェスト大賞2015 復興支援・防災減災 優秀賞

グッド減災賞2015

グッドデザイン賞2016「まちなわひばりが丘」

キッズデザイン賞2017「イニシア西新井」

グッドデザイン賞2017「ファインシティ甲子園」

グッドデザイン賞2017「イマジンテラス」

キッズデザイン賞2018「そなえるカルタ」

グッドデザイン賞2018「ザ・パークハウス 西新宿タワー60」

2019年都市住宅学会長賞「一般社団法人まちなわ甲子園」

グッドデザイン賞2020「みずべのアトリエ」

グッドデザイン賞2020「フロール元住吉」

## ネイバーフッドデザイン事業

住宅デベロッパーからの依頼を受け、人と人とのつながりをつくり、都市の課題解決、暮らしの充実を図る取り組み。



まちなわ ひばりが丘



まちなわ 浜甲子園

## ◆主なお取引先

神奈川県住宅供給公社

株式会社 京阪電鉄不動産

株式会社 コスモスイニシア

株式会社 コスモスモア

株式会社 長谷工コーポレーション

京浜急行電鉄 株式会社

公益社団法人 日本プロサッカーリーグ (Jリーグ)

相鉄不動産 株式会社

大和ハウス工業 株式会社

大和ライフネクスト 株式会社

東京建物 株式会社

独立行政法人 都市再生機構

野村不動産 株式会社

三井不動産レジデンシャル 株式会社

三菱地所コミュニティ 株式会社

三菱地所レジデンス 株式会社

三菱UFJリサーチ&コンサルティング 株式会社 他



住宅会社や行政から受託し、大規模マンションや地域のコミュニティづくり  
防災減災、子育ての支援、お年寄りの生きがいのため  
コミュニティスペースやイベントの企画運営、住民組織の立ち上げと伴走支援





# HITOTOWA こども総研

HITOTOWA INC.

子育て世帯の核家族化や共働きの増加、地域とのつながりの希薄化など、  
子育て環境が変化するなか、前向きに子育てができ、  
子どもが健やかに育つことができるよう  
調査研究とネイバーフッドデザインにおける実践を両輪で進めています。



# ネイバーフッド・コミュニティが大切な4つの理由

HITOTOWA INC.

人と和のために。


「ネイバーフッド・コミュニティ」があると、  
災害時や子育ての助け合い、お年寄りの見守りが  
可能になります。

また、地域団体にて共用施設の維持管理等を行います、  
「ゆるやかなご近所づきあい」があると、  
議論や意思決定がより建設的になります。

普段は楽しく、有事の際には助け合えるよう  
住民同士での自主的な活動が  
できるようにしていくことが重要です。

“会いたい人がいる。そんなまちを未来へ。”

## まちの活性化・賑わいの創出



防災・子育て  
の助け合い

管理の  
円滑化

趣味・学び  
の充実

# HITOTOWA ネイバーフードデザイン メソッド

HITOTOWA Inc.

まちの未来像 / future image

「まちの未来をイメージする」

PJのゴール設定 / goal

だれの何のためのつながりなのか？ = コンセプト

場所  
space

目的・目標設定

共用部・周辺施設  
(共用備品)

機会  
opportunity

目的・目標設定

イベント、サークル  
メディア、日常的な接点

主体性  
ownership

目的・目標設定

多様な参加方法  
コミュニティ担当理事

見識  
literacy

目的・目標設定

社会課題やコミュニティ  
楽しみながら学ぶ

仕組み / system

目的・目標設定

コミュニティ形成費用、初期投資、資金管理・運用、  
理事会サポート、規約、重要事項説明書、情報コミュニケーションなど

コンセプト



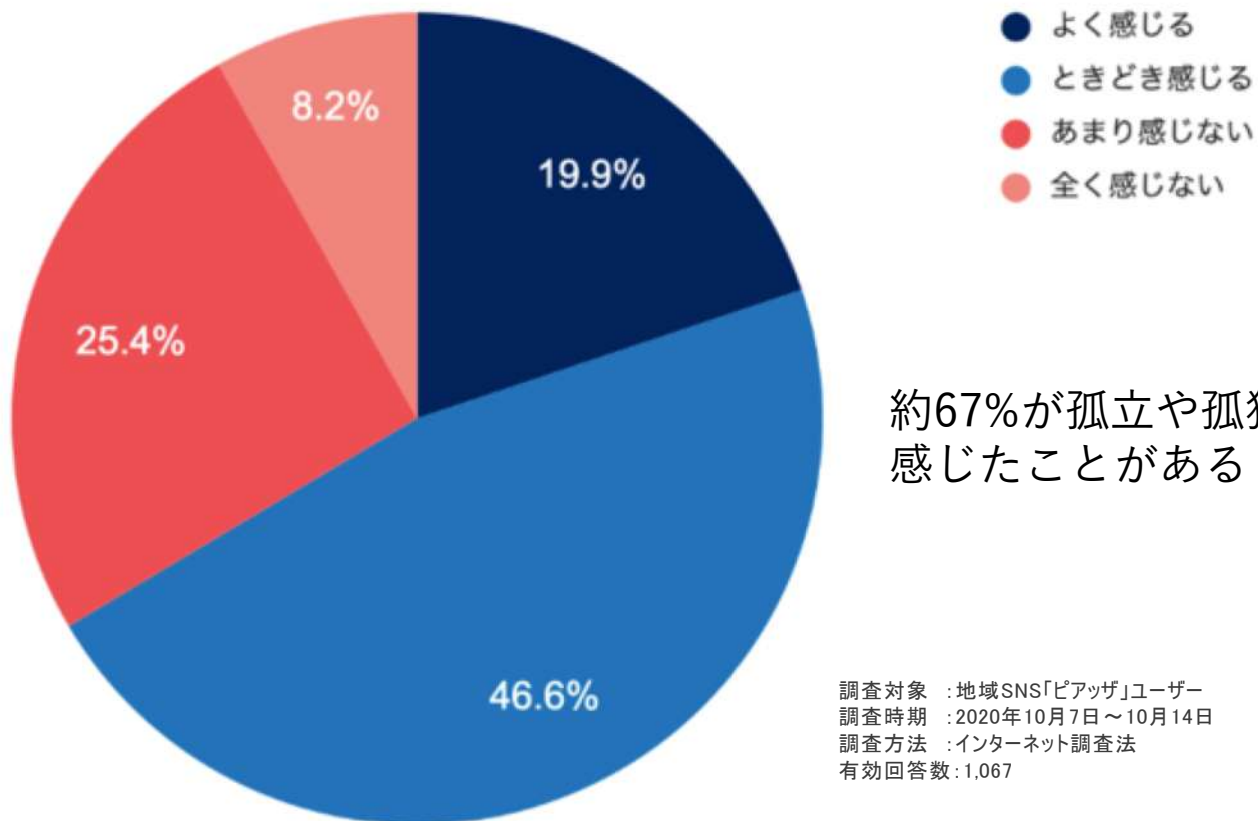
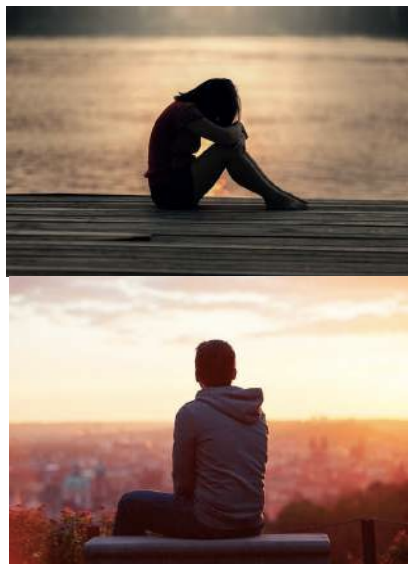
# 孤立や孤独を乗り越えるために

<子育て中の孤立や孤独の経験について>

■約67%が「孤立や孤独」を経験、女性は74%/男性は33%が感じたことあり

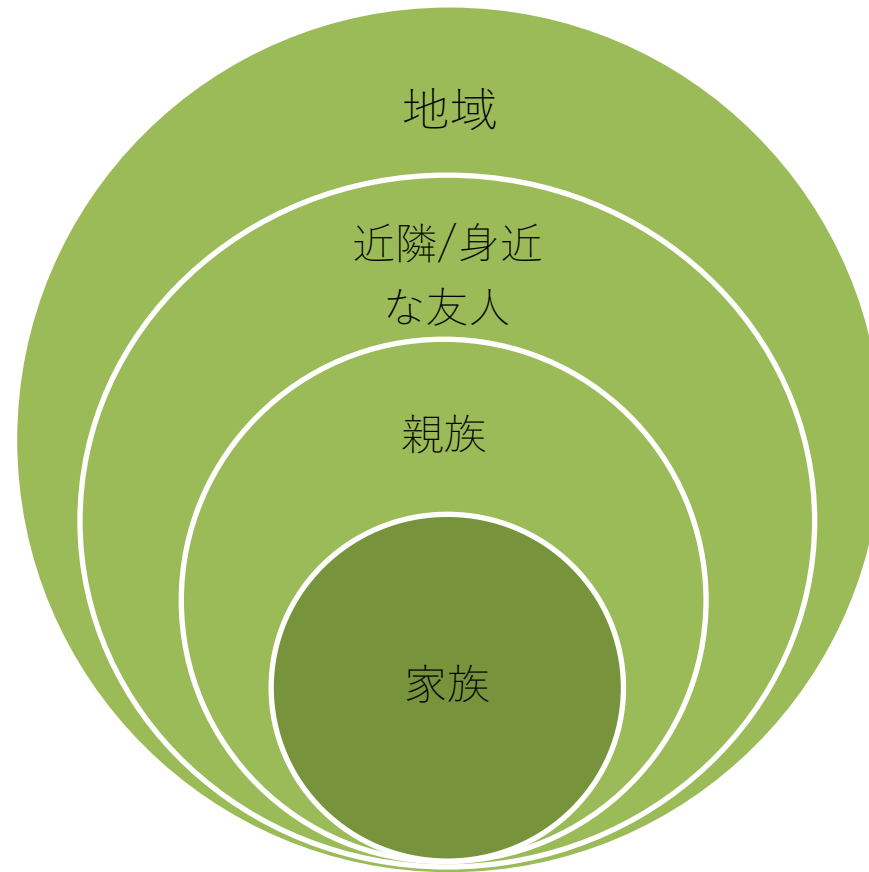
子育て中に孤立や孤独を感じた経験は「よく感じる」「ときどき感じる」を合わせると約67%にのぼりました。男女別で見ると女性は74%、男性は33%となり、女性の方がより孤立や孤独を感じているという実態がわかりました。

<全体>



# 子育て世帯が置かれていた環境

HITOTOWA Inc.

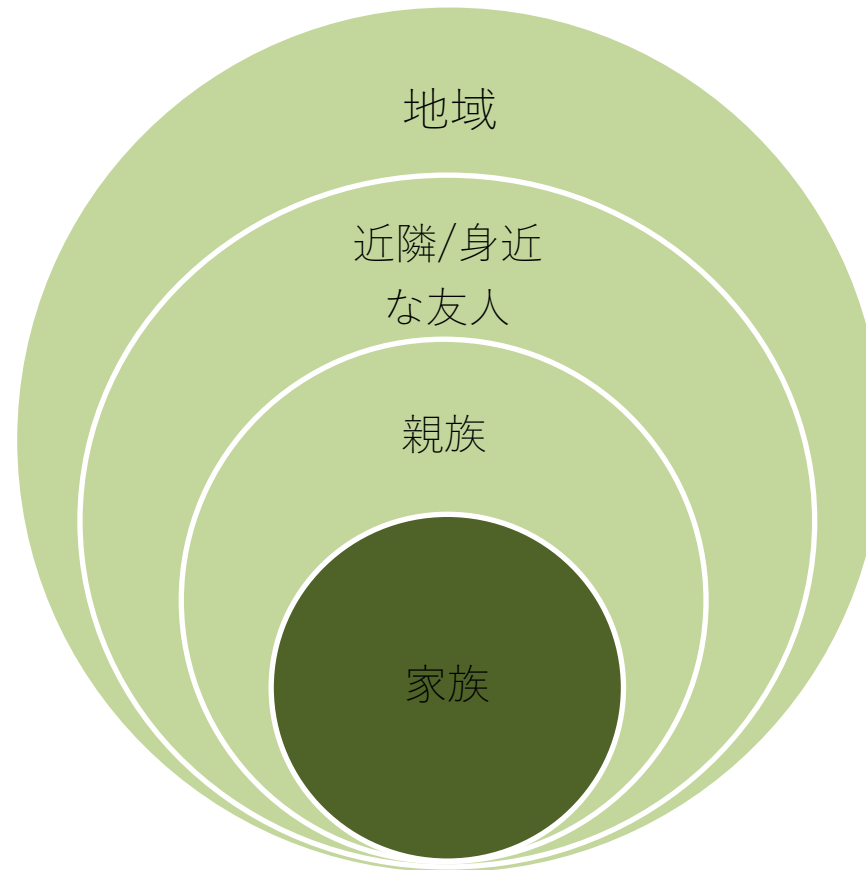


親だけでなく、親戚やご近所・地域も一緒に子育てをしていた



# 子育て世帯が置かれている環境

HITOTOWA Inc.



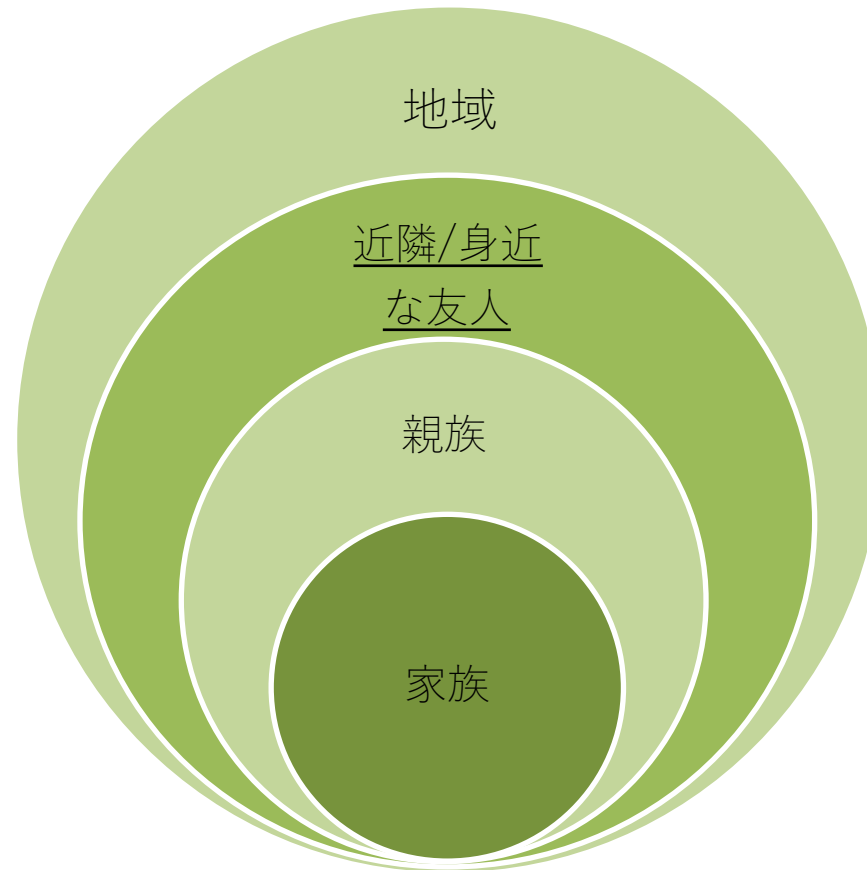
社会環境/ライフスタイルの変化

- ・地域コミュニティの希薄化
- ・ご近所づきあいの減少
- ・核家族化
- ・地縁のない場所での子育て
- ・子育ての孤立
- ・子育て経験の不足
- ・長時間労働
- ・共働き世帯の増加等

子育てで頼れる先が減り、家族だけで担うことが増えた  
→ネイバーフッドデザインで子育てをもっと社会に開けないか？

# ネイバーフッドデザインの焦点

HITOTOWA Inc.



ネイバーフッドデザインを通じて、子育てサービスの充実(事業者→利用者)ではなく、子育てを相互に支え合える(支える⇔支えられる)近隣/身近な友人との関係性を育む<sup>10</sup>

# 他人から知り合いへ





## 課題意識を共有する



# コミュニティを下支えするコミュニティ





# 子育ての助け合いのための集まり





## 生きがいと趣味の交差点





# 世代を超えたつながり





comma, coffee. 大人気の「ぐりとぐらのパンケーキ」 (西東京市)







子育て親子が気軽に集まれる  
【子育ておしゃべり会】



住民の声に応じた様々な企画  
【ラグビーワールドカップ応援】



台風被害を振り返り、今後の防災対策に活かす  
【ボウサイ会議】



住民有志による様々な企画  
【女子会忘年会】（別途パパ会も開催された）

# 持続するネイバーフッド・コミュニティ

HITOTOWA INC.



ビジョン・組織体・事業に一貫するコンセプト / 仕組み / ゴール設定



まちにおける自治 / 管理 / 経営の組織バランス



サービス受益者を生むのではなく相互コミュニケーションの回復→一人ひとりの出番が生まれる



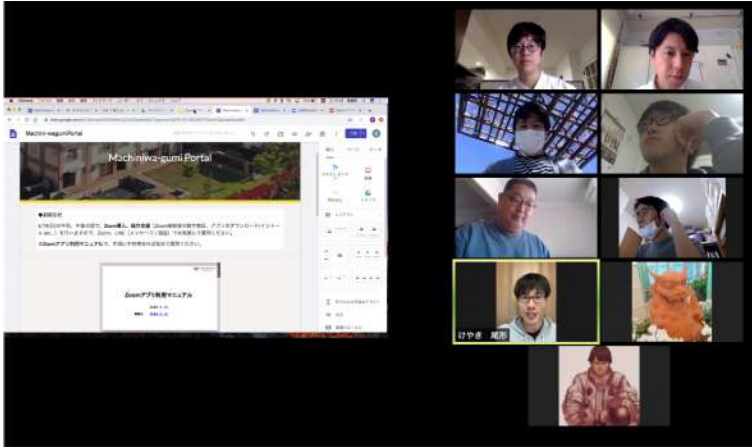
活動エリア内から外へ染み出す関わりを増やす



# コロナ禍の取り組み

HITOTOWA Inc.

## オンラインツール講習会



## 住民オンライン懇親会



## 専門家による講習会

日本赤十字社リンク <http://campaign.irc.or.jp/kansensho/>

**「ウイルスの次にやってくるもの」**  
人から人へと広まっていく、もしかしたら、ウイルスよりも恐ろしいものは？そして、わたしたちができることは？

<https://www.youtube.com/watch?v=rBnUkVDRN4>

**「新型コロナウイルスによる3つの感染症」**  
日本赤十字社災害医療統括監、丸山喜一が、新型コロナウイルスが引き起こす3つの感染症についてお答えします。

<https://www.youtube.com/watch?v=0TUdYQJofp4>

**新型コロナウイルスの3つの顔を知ろう！**  
～身のまわりのウイルスを振り払うために～

[http://www.irc.or.jp/activity/saiei/new/200326\\_006124.html](http://www.irc.or.jp/activity/saiei/new/200326_006124.html)

## 感染症対策情報交換会

### 情報整理の全体像

大きく、1.共用部、2.専有部、3.その他で項目を整理し、16項目を抽出。それぞれについて「想定されるリスク」、「個人および管理組合の対策案」を列挙する。

	該当箇所	
1.共用部	① エレベーター	想定される リスク
	② ゴミ置き場	
	③ コミュニティルームやロビー	
	④ ゲストルーム	
	⑤ 廊下や階段の手すり	
	⑥ 自宅のドアノブ	
	⑦ オートロックのテンキー	
	⑧ 集合ポスト・宅配ボックス	
	⑨ 集合ポスト近くのゴミ箱	
2.専有部	⑩ 玄関	個人の 対策
	⑪ 部屋内	
	⑫ 排水口	
	⑬ トイレ	
3.その他	⑭ 心身の健康	管理組合の 対策
	⑮ 理事会の開催	
	⑯ 総会の開催	



# ご質問への回答

HITOTOWA INC.

①どの程度（期間）、コミュニティ形成の支援を行うことで、居住者等の自主的な取組に移行が可能か。

・実際には2-3年、2-3ヶ月に1度程度の機会提供と、下支えする母体形成があることが望ましいが、制度のハードルになるようであれば、きっかけをつくることから本格的なものまで、グラデーションを示すのも考えられる。

②既存住宅におけるコミュニティ形成において、こういった手法が考えられるか。

・動機付けと機会提供を行っていくことには変わりはないが、既存住宅ごとに状況が異なるところは留意が必要。

③また、コミュニティ形成の取組を実施するスペースのない場合（特に既存住宅）におけるコミュニティ形成支援の手法

・必ずしも住宅内にスペースがなければならぬというわけではない。近隣店舗・施設を有効活用する。

④分譲、賃貸におけるコミュニティ形成支援方法の違い（主体（管理組合、管理会社等）の違い等）

・分譲の方が熱しにくく冷めにくい、賃貸は熱しやすいが冷めやすい。また、物件規模によって取り組み方が変わる傾向がある。大規模の方が取り組みやすいが、小規模においてニーズがないわけではない。いずれにせよ管理会社の理解/協力は必要。