

第一回 チャリティーショップ・フォーラム

報告書



日時:2018 年 1 月 27 日(土)

会場:聖心グローバルプラザ(東京・渋谷区)

主催:日本チャリティーショップ・ネットワーク

■目次

はじめに	2
第一部：基調講演 『チャリティーショップが「地域拠点」として 発展していくために』	
講師：神田浩史さん....	3
第二部：分科会.....	6
① アクセサリー・リメイク	
“アクセサリー・リメイクでチャリティー・ショップでのワクワクを増やそう”	
講師：西田絵美さん....	6
② チャリティーショップの 新しい役割	
報告者：和喜田 恵介、大嶽 貴恵	
◆パート1．CS におけるフードドライブ	8
◆パート2．海外での不用品リユース.....	10
◆パート3．古着の行く先の人々とつながる～JFSA に同行して	12
③ ディスプレイ ～寄附品の魅力を引き出し、買い物を楽しんでもいただくために～	
講師：中村彰宏さん...	13
第三部：ワークショップ 『新しいチャリティーショップを作ってみよう！』	15
チャリティーショップ・アワード（表彰式）	18

はじめに

日本チャリティーショップ・ネットワーク（JCSN）が設立され2年。チャリティーショップの社会的価値がまだまだ認識されていない日本で多くの人に知ってもらい、チャリティーショップという拠点が各地に広がるよう活動している。

「チャリティーショップ」の仕組みを英国から取り入れ、日本で展開をはじめて20年あまり。孤軍奮闘してきたショップ運営団体が一堂に会し、互いの情報を交換することからはじまり、多くの共通課題があることを知った。容易に解決できないものもあるが、これらチャリティーショップ拡大の阻害要因ともなる課題を洗い出し、改善のために地道に取り組んでいく必要がある。なぜなら、チャリティーショップが持つ社会的役割や機能がこの日本社会にあった方が良いものであるから。

その役割や機能を私たち自身が言葉として整理し、各方面に伝え、理解を深めてもらうことで日本にもチャリティーショップ文化が定着していくのであらうと考えている。きっと長い道のりになるだろうが、それをするためにネットワークを設立し、その趣旨に賛同する各方面の皆さまのご助力を得て少しずつ前進している。

設立に先立ち、英国でのネットワークについて学ぼうと講師としてお招きしたのが、アイルランドでショップを運営し、英国チャリティー小売業協会（Charity Retail Association : CRA）に関わる方だった。ネットワークの役割と意義について述べられた中で、毎年一回開催される「チャリティーショップ大会」を挙げられ、百聞は一見に如かず、是非見に行くべきと勧められ、2015年6月に代表4名で視察・参加した。

講演や分科会形式での勉強会でショップ運営に必要なノウハウ、関連する最新情報を学んだり、企業がショップ向けにアイテムを提案して商談したり、実務担当者間で意見や情報交換する貴重な機会であり、そこから得られるもの、生まれるものに直に触れ、圧倒された。

英国にチャリティーショップが文化として根付き、市場として確立されているからここまで大規模かつ濃厚なイベントが開催できているとも言えるが、こういう大会がチャリティーショップやCRAを強くしてきたとも言える。

ここからヒントを得て、小規模ながら第一回となるフォーラムを開催した。一日に凝縮して実施したものだが、チャリティーショップが地域社会においてどういう位置付けであるべきものなのかなどを深く考えたり、新たな知識を得たり、楽しく実技で学ぶなど他団体の方々と交流しながらも貴重なスキルアップの機会となったことと推察する。

ここに第一回目の記録と今後の礎として、報告書を作成させていただく。

末筆になりますが、当事業への助成をしてくださっている地球環境基金はじめ、ご支援くださっている皆様に感謝申し上げ、当日の様子を報告させていただきます。

日本チャリティーショップ・ネットワーク
共同代表 新田恭子



『チャリティーショップが「地域拠点」として
発展していくために』

講師：神田浩史さん



◆ODA、NGO の活動から 地域づくりへ

ODA（政府開発援助）の現場（主にアフリカ）で地域開発に関わった後、アジア各地の開発現場を調査・研究し、NGO・外務省定期協議会やNGO・大蔵省（現・財務省）定期協議会への参画を通じてアドボカシーに取り組んだ。

こうしたODA改革の活動や水問題への取り組みなどを通じて、グローバルな課題と地域の問題とのつながりに気づくようになった。

現在は、地域の問題への取り組みからグローバルな課題解決へというアプローチで、垂井町でのまちづくり、環境、人づくり、多文化共生などに取り組んでいる。

◆垂井町での住民主体のまちづくりの萌芽

垂井町は岐阜県と滋賀県の県境近くの人口2万8千人弱の町。どこにあるのか

知らない人がほとんどだが、西国から東国へかけての交通の要衝であることから、1300年に及ぶ「まち」の歴史を持ち、美濃国府・一宮（南宮大社）・竹中半兵衛・中山道垂井宿など多くの歴史名所がある。また豊かな水に恵まれ、泉やガマがいくつも湧き、井戸、マンボ、井堰など水の名所でもある。



ここに、市町村広域合併（いわゆる「平成の大合併」）が起こり、町は揺れた。住民意向調査をしたところ、反対が賛成の2倍になり、単独町制を選択することになった。しかしその結果、賛成派・反対派住民間の断絶と相克が起こった。

この断絶を何とか解決するために、合併の賛否に関わらず参加できる母体を作ることになり、2005年11月垂井町最初のNPO法人泉京・垂井を設立し、事務手続きに精通していることから関わることになった。

これまで何か問題が起これば「役場にお願ひしたらいい」「あかんかったら議員さん連れて行ったらいい」と行政依存

型の姿勢が常だったが、参加と公開を基本に、まちづくりを始めた。

◆流域単位で地域をとらえる

私たちに何ができるのかを考えた時、小さな町単独でできることは限られる。

2006年11月西濃環境 NPO ネットワークの立ち上げと呼びかけがあり参画した。揖斐川流域二市九町の NPO のネットワークである。



川は上流・中流・下流の流域ごとにそれぞれの機能を持ち、且つ互いに有機的につながりあっている。地域を行政域を超えて流域単位でとらえることによって、揖斐川流域の多彩な住民活動・NPO 活動と密に交流し、“レジ袋削減プロジェ

クト”から“エコライフ推進プロジェクト”、アースデイいびがわ、ぎふ・西濃・新しい縁づくりプロジェクト、垂井町からの委託を受けごみ減量政策の策定、垂井町エコドームの開設、環境省と揖斐川流域 ESD (Education for Sustainable Development) 拠点づくり、流域内地産地消の促進と活動は広がっていった。



◆フェアトレードデイ垂井と垂井町のフェアトレードタウン化

地域のまちづくりの中でも地球規模の課題につながることをするために、2011年5月第1回フェアトレードデイ垂井を始めた。

フェアトレードは日常的な買い物でできる国際協力として、若い人たちが関心を持っている。小さな町での開催にも関わらず大勢の方たちが集まり、以後、毎

年開催し、今では1万人以上の来場者を呼ぶイベントになっている。



2014年8月フェアトレードタウン垂井推進委員会発足を発足し、同年10月にはNPO法人泉京・垂井の事務所に「フェアトレード&地産地消みずのわ」を開店、地域の店舗・企業・団体や地域活動との連携も広がり、認証まであと一步のところまできている。



◆住民主体のまちづくりの進展

こうしたまちづくりを一過性のものにせず、担い手が変わっても持続可能であるためには、基本姿勢や大事な柱を法制度化しておくことが大事である。そのため、2013年3月垂井町まちづくり基本条例を制定し、2014年4月から施行した。

ここには、自主自律の協働のまちづくり、地域特性の尊重、住民がまちづくりの主権者であること、人権を尊重し、近

隣自治体と連携すること、地球規模の課題解決も視野に入れることを記している。作成過程でも参加と公開を実践し、住民目線でルールを作った。またルールは活用しなければ生きてこないもので、実践し続けることが大事である。

◆まとめ

小さな町の小さな主体は単独では存立も困難なので、活動展開には次のことを大切にしていきたい。

まず、活動する地域のファクターを捉え、蓋然性の高いものを活かす。行政や事業者・企業とテーマごとに最適な協働を進め、他団体、他地域とのネットワークを広げていく。制度化の重要性と実践の大切さはまちづくり基本条例で述べた通り。住民を主役とする“土着の民主主義”を地域社会に作っていく。踏み出す方向を間違えずに、すり足で半歩ずつ。

神田 浩史 略歴

京都市生まれ。大学を卒業後、開発コンサルタント企業に勤務し、タンザニア、ナイジェリア、バングラデシュなどでODAの農業開発事業に従事。企業を退職後、主に東南アジア各地の地域づくりの現場を調査研究し、日本政府の国際協力・ODA政策策定に関わる。

現在は、全国各地で地域づくり、環境・水・川、NPO・NGO、SDGsなどに関する講演を行うかたわら、複数のNGO・NPOの役員として、グローバルな観点を踏まえた上で、流域単位の循環型社会の再構築を図る社会を「穏豊」社会と銘打ち、揖斐川流域での穏豊社会の実現に向けて地域づくりに関わっている。岐阜県不破郡垂井町在住。

第二部：分科会

分科会では、参加者は①アクセサリー・リメイク、②ディスプレイ、③チャリティーショップの新しい役割、の3つのグループに分かれ、それぞれ専門家講師を迎えて実技等も交えながらチャリティーショップの運営に役立つ技術や知識を学んだ。

① アクセサリー・リメイク

“アクセサリー・リメイクでチャリティー・ショップでのワクワクを増やそう”

講師：西田絵美さん



チャリティーショップ（以下、CS）では、デザインに問題があったり、一部が破損していたりすることにより、アクセサリーが売れ残ってしまうことがある。

そのままでは不良在庫、もしくは廃棄処分となってしまうであろうこれらのアクセサリーも、リメイクによって新たな価値を付加し、他のお店にはない、オリジナルので魅力的な商品として再生させることができる。

当分科会では、アクセサリー・リメイクの基本的な手法やパーツ選びのコツ等を学んだ。さらに講師からは、リメイクの作業がボランティアの新しい活動の場となることや、リメイク・ワークショップを開催することにより、新しい顧客へのアプローチとすることができるのではないかと提案をいただいた。

◆売れ残ったアクセサリーを活用して、新しい価値を生み出す

チャリティーショップでは、アクセサリーを寄付いただくことも多いが、長さやサイズ、色、デザインが使いづらかったり、一部が破損していたりして、お客様に商品として購入してもらえないことも少なくない。

寄付してくださった方のご厚意は大切に活かしたいが、そのまま売れ残ってしまうと、廃棄処分せざるを得なくなる。

しかしリメイクすることによって、新たな価値が付加され、一般に販売されている品物よりも魅力的な作品にすることも可能である。

寄付してくださった方の気持ち、モノの大切さに、手間とセンスを加えることにより、単なる不用品活用ではなく、新たな付加価値が生まれることが改めて提示された。

◆コツを掴めば、初心者でも楽しくモノ作り

アクセサリー作りに必要なもの

■工具

平ヤットコ
丸ヤットコ
ニッパー

平ヤットコ：先が平らなヤットコ
丸ヤットコ：先が丸いヤットコ
ニッパー：金具やパーツを切る
各500～1000円程度
アクセサリー用のものが使いやすい。

■金具

丸カン
Tピン
Oピン
端に使うパーツ

このようなガラスコードのためのパーツや、通すだけで簡単にアクセサリーを作れるパーツなどが、比較的安値で売られています。

★書写製作所
★パーツクラブ
★ユザワヤ

◆アクセサリー用のゴムでつないでプレスレットやネックレスは工具もいらず、金属アレルギーの方にも対応できるのであります。



当分科会では、初心者から経験者までの11人が参加し、ヤットコやニッパーなどの工具、丸カンやTピンなどの金具の基本的な使い方を学んだ後、売れ残ったアクセサリーを分解したビーズを自由に選んでイヤリングやグラスコード、ブレスレットなどを製作した。



グラスコード（講師作品）

ビーズの色や形の組み合わせなど、センスが必要な部分もあるが、講師から細かい手の動かし方などのちょっとしたコツを教えていただくことにより、初めてアクセサリー作りに挑戦した参加者でも楽しみながら作品を完成させることができた。

その他にも、2本のネックレスを組み合わせ、ブレスレットやイヤリングにリメイクしたり、ゴムを使った簡単なリメイク法なども教えていただき、作り手のレベルによって様々なものが作れることを学んだ。

◆ワークショップを通じて、モノとヒトの流れを活性化

講師の西田さんからは、リメイクした作品をCSで販売するだけではなく、ショップで一般を対象にしたワークショップを開催し、今までCSには入りづらいと感じていた若い方々がCSに関わるきっかけ作りとすることが提案された。

アクセサリ作りを始めとするモノ作りに興味を持つ若い人々が増えているが、一般的に開催されている講座は費用が高い。そこで、CSにあるパーツを活用して比較的安価な費用でワークショップに参加できれば若い方々にとっても魅力的であるし、CSに入ってみるきっかけとなる。また、アクセサリ・リメイクの講座であれば、友人を気軽に誘いやすく、グループでの参加が可能である。

また、モノ作りの時間を共有しながらコミュニケーションをとることにより、CSのミッションや思いを伝えることができるというメリットもある。

◆まとめ

アクセサリ・リメイクにより、不用品の活用だけではなく、ボランティアの活躍の場作りや、新しい層へのアプローチを通じて、CSをより魅力的なものにすることができるというより大きな利点に気づかされた。

参加者からは、ボランティアのワークや、ワークショップのテーマとして、ぜひ活用したいという感想が寄せられた。



② チャリティーショップの新しい役割

【発表者】

◎和喜田 恵介

NPO 法人中部リサイクル運動市民の会
(パート1、2)

◎大嶽 貴恵

環境まちづくり NPO エコメッセ
(パート3)

チャリティーショップ(以下、CS)は、運営する非営利団体に活動資金をもたらすだけでなく、家庭から寄付された不用品のリユースによるごみ減量、ボランティアとして社会に貢献したい人の受け皿、地域住民の交流の場など、さまざまな機能を持っている。

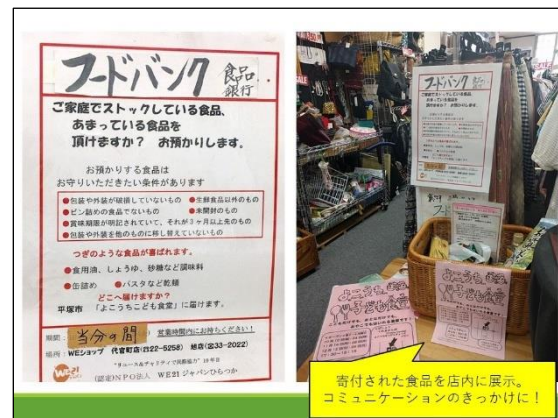
当分科会では、CSによる新しい機能として、最初に、家庭で余っている食べ物を集め、それらを地域の福祉団体やフードバンクなどに寄付する「フードドライブ」を実施している3つのショップの事例をお話しし、後半に、不用品を途上国で活用する2つの事例についてお話しする。



◆パート1. CSにおけるフードドライブ

<WE ショップひらつか代官町店の事例>

神奈川県平塚市にある「WE ショップひらつか代官町店」では、2016年10月の「貧困なくそうキャンペーン」の時にフードドライブを実施。最初は単発で実施するつもりだったが、市民の声に押されて、現在は常時食品の寄付を受け付けている。



「WE ショップひらつか代官町店」がフードドライブで受け付けた食品を届けているのは、母子家庭や外国籍の住民が多く住む県営横内団地で開催されている「よこうち子ども食堂」。平塚市の北東20kmほどのところに、インドシナ難民のために設置された「定住促進センター」という施設があり、1980年代後半に数多くの難民がセンターから横内団地に移り住んできている。

その子どもを対象にした、ボランティアによる学習支援活動の中で、家で一人で食事をする「孤食」の人たちが多くいることが分かり、「せめて月2回だけでも誰かと一緒に晩御飯を食べよう」とスタートしたのが、「よこうち子ども食堂」である。

ショップでは以前から、横内団地に住むカンボジア難民の方が設立したNGOを通じてカンボジアの少女たちの自立支援にも取り組んでいたことから、フードドライブで集まった食品の届け先を「よこうち子ども食堂」に決めた。

この子ども食堂は、毎月第2・第4月曜日の17時30分～19時15分に開催され、

料金は大人 300 円、子ども 100 円。毎回 30 食の食事がボランティアの手によって用意され、母子家庭・父子家庭の子どもだけでなく、配偶者をなくした高齢者等も一緒に食事を楽しんでいる。

「WE ショップひらつか代官町店」でのフードドライブの特徴は、フードドライブのポスターやチラシだけでなく、寄付された食品もあえて店内に置いていること。来店者とのコミュニケーションのきっかけを意図的に作っている。「テレビで見た子ども食堂って平塚にもあるの？」と驚かれることも多いという。

ショップ運営団体の代表は、「チャリティーショップに来て、寄付品を買ってもらうだけではなく、地域社会の課題について考えるきっかけも提供したい。」と考えており、「チャリティーショップに来る人は、だいたいフードドライブにも共感してくれる」と言う。

<WE ショップさむかわの事例>

神奈川県高座郡寒川町にある「WE ショップさむかわ」がフードドライブを始めたのは、2015 年の「貧困なくそうキャンペーン」の時から。2015 年 10 月に約 1 ヶ月間、2016 年 10 月にも約 1 ヶ月間フードドライブを行ったが、市民の要望が多く、現在は一年中、食品の寄付を受け付けている。

ショップの運営を担う運営委員会が、3 年前から「国内の貧困にも目を向けた」と支援先の調査を開始。当初は、東京で路上生活者を支援する団体を支援していたが、現在は家庭で生活できない少年たちのための自立援助ホーム「湘南つばさの家」を支援している。

「児童養護施設を退所した後、子どもたちが自立できるようになるには、生きる意欲を育む場所が必要」というホーム長の前川氏の話に感銘を受け、会員総会に前川氏を講演者として招くなど、ショ

ップを支える会員やボランティアにも情報を共有した。

現在、ショップでの食品寄付数は、10 月のキャンペーン時で 20~30 件、それ以外の月で 10 件ほど。「湘南つばさの家」ではフードドライブの食品を活用して、5 名程度の食べ盛りの少年たちの食事をつくっている。

通常のフードドライブでは、食品はいったんフードバンク団体に寄付され、フードバンク団体から各種福祉団体に配分されるが、「WE ショップさむかわ」では自分たちで直接支援団体に食品を届けている。ショップの代表は、「ボランティアが食品がどんな人たちに届いているのかを知っているからこそ、熱意をもってショップの客にフードドライブのことを伝えられる」と言う。

<WE ショップちがさきの事例>

湘南の「サザンビーチちがさき」の近くにある「WE ショップちがさき」では、2014 年の秋の「貧困なくそうキャンペーン」によりフードドライブを実施。2 週間間に、段ボール 3 箱分の食品と約 4 万 8 千円の募金が集まり、東京のフードバンク団体「セカンドハーベスト・ジャパン」に寄付した。そして 2016 年、DV（ドメスティックバイオレンス）や生活困窮に苦しむ人を支援する「フードバンクかわさき」の活動を知り、支援を開始した。



フードドライブの食品寄付先を「フードバンクかわさき」に変更したことによって、フードドライブで集まった食品がどのように活用されているかを、スタッフやボランティアがショップの客や食品寄付者に説明できるようになった。

店内に置いてある食品を見て、「この食べ物はどこでもらえますか？」と聞いてくる人たちがおり、CSの周辺でも貧困問題が広がってきていることが感じられるという。

<まとめ>

3つのCSがそれぞれの背景や思いから、独自のフードドライブにチャレンジしている。共通しているのは、フードドライブの食品寄付先を自ら足を運んで見つけ、顔の見える関係を築いていること。そして、ショップのスタッフやボランティアがフードドライブの意義を客に熱意をもって伝えていること。

皆さんのCSでフードドライブをする際、食品を集めること自体はさほど難しくない。期間を限定して集めるか、通年集めるかを決める必要がある。最初は期間限定でやると、ニュース性が高まり、広報に有利かもしれない。通年やる場合は定期的な運搬が必要となる。

フードバンクを介さず、直接、福祉団体等に寄付する場合、食品のバラツキの平準化が課題となる。食品の寄付先が、CS関係者の共感が得られやすい団体だと長続きしやすい。

地域の生活困窮者の課題解決に取り組む団体とショップの客をつなぐことができるフードドライブは親和性が高く、それほど手間やコストがかかるものではないため、チャリティーショップが果たす新しい機能としてとても有意義な活動だと思われる。

◆パート2. 海外での不用品リユース

CSを運営すると、必ず売れ残りが発生する。皆さんのCSでは、どのように売れ残りを処理しているか。

基本的に売れ残り品は、資源化できるものは資源化し、それ以外のは廃棄物として処理していると思う。廃棄物として処理するにはコストがかかるので、できるだけ廃棄物となる可能性が高いものはできるだけ寄付を受け付けないようにしているところが多いが、そうすると多くのものが家庭からごみとして排出され、ごみ減量につながらないというジレンマがある。

ラオスのリサイクルショップ



クーラーのない倉庫物件

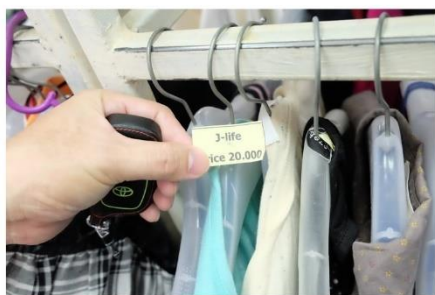


近年、主に東南アジアの途上国（カンボジア、フィリピン、ラオス等）では、日本から来た不用品を取り扱うショップが増えている。日本の大手リサイクルショップや片付け事業者、廃棄物処理事業者が40フィートコンテナに荷積みして、ブローカーを通じて輸出している。輸出先によって、価格が異なる。

価格は意外にも、日本での販売価格とそう変わらない。ものによっては、日本での販売価格よりも高いものもある。
(家具、置物等)

少々汚れていたり、穴が開いていたりするものも多く販売されている。もともと古着は途上国に輸出されていたが、このような輸出では、古着としては禁忌品であるぬいぐるみや布団のようなものも取り扱われている。取扱品目は服、靴、靴、食器類、調理器具、電化製品、家具、インテリア等、非常に幅広い。

ブラウスが約200円



少々、汚れているものも



スピーカーは人気



日本では非常に高い処理費がかかる金庫も取り扱われている。鍵が壊れているものでも、現地で修理して販売されている。

ただし、和服、和風の食器、チャイルドシートのような安全器具のように、現地ではあまり売れないものもある。通常の販売価格で売れないものは値引きして販売される。低品質で低価格なものを必要としている人たちも多く存在する。

フィリピンにある、日本の中古品のオークションサイトでは、一つ一つの品に管理シールが貼られ、・入荷日・出品者・落札者・落札金額等が記載される。

オークションを待つ中古品



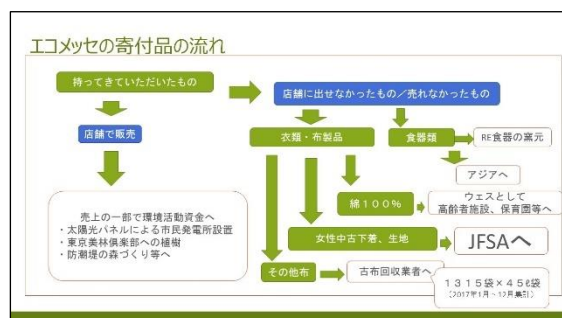
オークションには、中古品販売事業者が多く参加し、次々に落札されていく。オークションには入場料を支払えば、だれでも参加できる。

廃棄物管理のレベルが低いため、最終処分後に自然環境に与える影響は大きいと思われる。

CS で不用品を輸出することは可能だが、CS らしい活動と言えるかどうか。CS で輸出する場合、現地でどのように物が活かされているのか、トレーサビリティが不可欠ではないか。また、電化製品のように廃棄後に高い環境負荷が予想されるような商品の輸出については、議論の余地があると思われる。

◆パート3. 古着の行く先の人々とながら～JFSAに同行して

エコメッセでは、市民からご寄付いただいた寄付品を店舗で販売し、売上の一部を太陽光パネルによる市民発電所設置や植樹活動等に充てているが、店舗に出せなかったもの、売れなかった衣類・布製品のうち、女性用中古下着と生地についてはJFSAに寄付している。



JFSAのスタッフと一緒に、JFSAが古着を輸出しているパキスタンに行ったので、本日はその経験を共有させていただく。

JFSAは年に4～5回、40フィートコンテナに古着や生地等を詰めて、パキスタンに輸出している。古着等は20円/kgでAKBG（アルカイル事業グループ）に売却される。AKBGはその古着等を古着卸売商に売却し、その売却益をストリートチルドレン等が通う学校「アル・カイルアカデミー」の運営に充てている。



パキстанは世界的な古着の集積地。日本の古着店のバイヤーもビンテージ品の買い付けにパキスタンまで来るほど。

古着は内容や状態に応じた価格で売買されている。韓国の団体が古着の売却価格を交渉していたが、内容・状態が良くなかったため、低い価格で取り引きされていた。途上国に売られるからと言って、品質の低いものでもいいというわけではない。

パキスタンには、ライトハウスやサスタバザール等の古着のマーケットがあり、日本から来た古着も販売されている。



パキスタンの最終処分場はオープンダンピングであり、ウエイストピッカーが有価物を拾い集めて生計を立てている。

アル・カイルアカデミーにはストリートチルドレンやあまり裕福でない家庭の子どもたちが通っている。先生やスタッフは愛情をもって子どもたちに接しており、子どもたち（女の子も含む）は将来の夢に向かって勉強していた。



JFSAの活動によって得られる資金は、アル・カイルアカデミーの3分の1の運営費にあたる。CSにとって必要なことは、店舗で資源を循環することだけではなく、店舗から出ていくその先の行く先まで追究する姿勢だと思う。

③ディスプレイ

～寄附品の魅力を引き出し、買い物を
楽しんでいただくために～

講師：中村彰宏さん

チャリティーショップに寄附していた
だいた、色、形、大きさ、テイストが
様々な品物を、限られたスペースにどの
ようにレイアウトすればいいのか、とい
う共通の悩みに、経験豊かなプロからテ
クニックやアイデアを学んだ。

前半は実際に什器や商品を使って基本
的な知識を学び、後半は参加ショップか
ら寄せられた相談を取り上げ、たくさ
んのヒントをいただいた。



◆基本知識

VMD (Visual Merchandising) とは、品
揃えした商品をお客様にわかり易く選び
易いように展開することで、商品の組み
合わせ方や使い方を心地よくお知らせ
し、品揃えと連動して商品を視覚的に表
現することである。

様々なお店が存在する中で、お客様に
選ばれ、足を運んで頂くためには、VMD の
実践は効果的である。

お客様と良い出会いができるように売
り場を整えお客様をお迎えすることが大
切である。

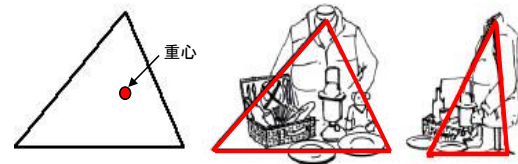
VMD の 5 原則

① シンプル
(情報を絞りわかり易くする)

② クリーン
(整理整頓・清掃は大原則)

③ シンメトリー (左右対称)

④ トライアングル (三角形)



⑤ リピテーション (繰り返し)

【売り場を知る】

まず、陳列、演出の前に、お客様の目で
自分の売り場を知る

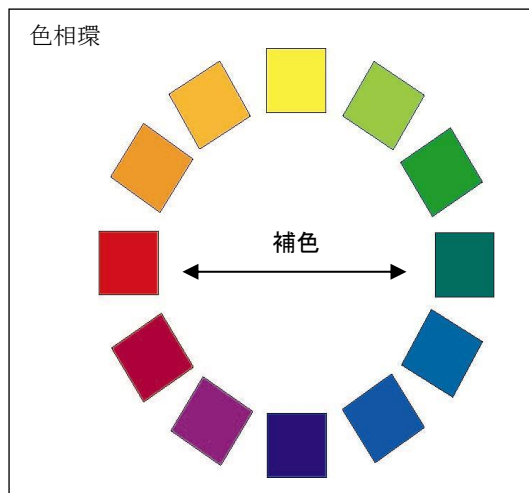
【陳列】

お客様が見易く、選び易く、触り易く、
買い易くする

- ・ハンガーラックの適量は、片手で商品
を一方に寄せた時に 1/3 に隙間ができ
る量
- ・ハンガーフックは手前に取り出す方向
で揃える
- ・陳列の方法にはいろいろあるが、イン
パクトが強いのはカラー別の並べ方
- ・什器の間の通路は、お客さんが通り易
いように大人 2 人分の幅を確保する
- ・「今の一番」(顔)を目立たせ、どこ
から見ても見えるようにする
- ・棚と棚の間の高さを均等にする。不揃
いだと目が動き易く、棚に目がいつて
しまう
- ・カゴも大きさ・色を揃える

【演出】

商品の持っている価値を利用し、視覚的に表現する



- ・ 色には色相、明度、彩度があり、色相環の相反する色を組み合わせると目立つ
- ・ カラーコーディネートにより、安定感、清潔感、スポーティ感などを出す
- ・ シンメトリー：左右対称のディスプレイは見る人に安定感を与える
- ・ トライアングル：三角形のディスプレイは立体感や安定感を生み出す。そこにある場面を演出し、商品を使うイメージづくりをする

◆ショップからの相談



8店舗から事前に送っていただいた写真を見ながら、工夫のヒントをいただいた。下記のような点がポイントとしてあった。

- ・ アピールしたいものの前に物は置かない（お客様の注意が散漫になってしまう）
- ・ 通路の確保は乳母車や車椅子を通すためだけではなく、商品を見易くするためにも必要
- ・ お店に出す商品量を減らす。ストックしておき、週ごとに出す商品を変える。出しておかないと売れないのでは?と思いがちだが、出していないものは口で紹介する。スタッフの意識の統一が必要になる。
- ・ 店全体でPOPの位置を統一する、POPの字体や大きさを揃えるなど、ルールを決める
- ・ バッグの持ち手の長さ調整し下の位置を揃える。奥に大きいもの、手前に小さいものを置く
- ・ 生地はディスプレイに使う、巻いてカゴに立てるなどする

◆まとめ

最後に講師が強調されたことは重要である。

「これらの工夫は、一人の工夫ではまた元に戻ってしまいます。ショップに関わる者全員が、ディスプレイの意味を理解し、共通の意識で取り組むことが大事です。ショップに誰が入っていても、同じことをして、お客様にも同じように説明できることが大事です。」

そのためには、組織全体で取り組み、理解することが大事であることを学んだ。

第三部：ワークショップ

『新しいチャリティーショップを作ってみよう！』

「もっと魅力あるチャリティーショップにして参加を広げたい！」「新しい機能をもって社会的意義を高めたい！」そんな思いを実現するために、みんなで知恵を出し合いました。

【ファシリテーター】

吉田恵美子（NPO 法人ザ・ピープル）



【ゲスト】

神田浩史さん

本田亮さん（イラストレーター）

【目的】

自分が作りたいCSの「新しい機能」について具体的なイメージを持てるようになる

【流れ】

①グループ分け

②目的・流れの説明、ゲスト紹介

③「もんもんポイント」洗い出し

現在のショップ運営で困っていることや、「こんなことがやりたいのに、できない」といったような「もんもんポイント」をグループ内で出し合う

④「もんもんポイント」共有化

各グループで出された「もんもんポイント」を全体で共有

⑤「はればれポイント」を考える

「もんもんポイント」を解決するための「はればれポイント」をグループ内で考え、イラストや文章でまとめる

⑥新しいチャリティーショップの発表

グループとゲストの発表

⑦まとめ

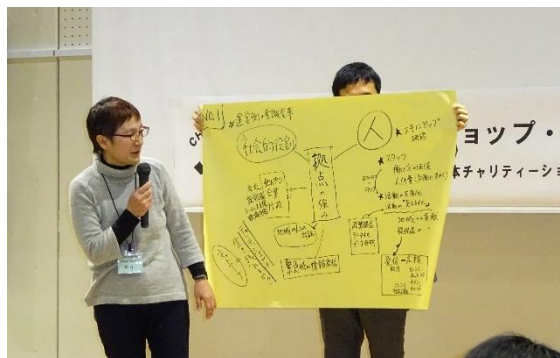
「もんもんポイント」洗い出しで出された課題



- ・ 寄付品：質の低下、減少
- ・ ボランティア：人数不足、スキル不足、高齢化
- ・ スタッフ：働き方
- ・ お客さん：意識、対応の難しさ
- ・ 事業収益：売上向上、営利リサイクルショップとの対抗
- ・ 組織運営：次世代への引き継ぎ、会員不足、制度政策、ミッションを伝える

→これらの中から、「人の確保」「認知度の向上」の二つに課題に絞り、解決策を考えた。

「はればれポイント」で出されたアイデア



◆拠点の強みから「人」と「社会的役割」を考える。鍵は「ネットワーク」。

人を育て、活かすには、スキルアップ研修、スタッフの働き方の価値、人件費の検討

地域への貢献、提供品の貢献を広報（口コミ、ネット、HP、チラシ、イベント、ミニコミ）

活動の共有化、活動の見える化→データ化、データ分析して政策提言へ

「社会的役割」について運営側の意識改革

地域の人との対話、緊急時の情報発信、他団体、企業、行政、学校などとのコラボ

◆外に出て行こう！

人をまきこむ…リタイヤした人、ユースボランティア

社会的役割の伝え方…ホームページ、フェイスブック、ブログ

◆チャリティーショップの本を作る

組織に若い人をまきこむために…店づくり、企画、働く環境、SNS、ボランティア、大学生

社会的役割をどう伝えるか…広報・写真、企画売り込み

◆敷居は低く、すり足で半歩ずつ歩みを進める

- ・ SNS 発信
- ・ 仲間を増やす
- ・ 店に来てもらう
- ・ 内なる努力（イベント）
- ・ 外への努力（他団体へのアピール）

◆暮らしにつながる講座を開催

認知度向上の入り口としてショップでイベント

- ・ おかたづけ講座
- ・ 炊き出し体験
- ・ 石鹸講座 など

◆組織運営

多様な世代の参加、学生・若者を引き付けるキーワードはフェアトレード



◆居場所づくり

人の発掘、人を受け止める。ボランティアについてもっと考える。

イベントの企画、勉強会の開催。SNS の活用。他地域、団体などとのつながり。

神田さんの提案



① 人の確保

◆ボランティアは対象に合わせたアプローチを考える。

中高生…学校を通じて＋主体的に仕事を任せる

大学生…ボランティア論、NPO 論などの講義とタイアップ

ポスト子育て世代…有償ボランティア＋ちょっぴり責任と権限

高齢男性…ボランティア広報 ポリウムゾーン

現役世代…事務所・企業単位で寄附ボランティア協力

◆スタッフ・役員は替わりあえる流れをつくる

役員交代のカレンダー作成と実行

ボランティアから有給スタッフや役員への回路確立

外部研修への参加

外部役員の迎え入れ

② 認知度の向上

◆地域イベントへの参画

チャリティーショップと一見無関係そうなイベントでも出店・出展

→実働を下支えし、手柄は他者に

◆お店のスペースの開放

地域のイベント紹介

有料でお茶・コーヒーなどを飲めるミニ・スペース

◆直接民主主義への参画

審議会、各種委員会、公募委員

公聴会、パブリックコメントでの意見表明

本田さんの提案



ボランティア&スタッフの人員不足はそもそも社会的認知度の低さからきているのではないか？

では、知ってもらうためには？ →

- ・ まず相手を知る、地域を知る、隣人を知る。
- ・ 自治会のイベントに参加する。逆に企画する。
- ・ 市や近隣の学校と連携。定期的に仕事体験の場にする等。
- ・ チャリティーショップで働くことで若者たちが得られる技術や経験、メリット、ロードマップを明確に示す。
- ・ JCSN だけでなく、個人で似たような事業をしている人たちも一堂に会する場を年に何度か開催する。

ボランティアのその先にあるものは何か？

チャリティーショップ・アワード（表彰式）

全国のチャリティーショップのすぐれた活動を表彰するアワードを実施した。スタッフやボランティアの日ごろの努力を称えるとともに、互いの取組みの工夫から学ぶことでチャリティーショップ全体の向上へつなげ、魅力的なショップ運営のヒントを分かち合う機会となった。

応募総数 29、運営委員による審査とフォーラム当日参加の皆さんの投票で下記のショップが表彰された。

ボランティア部門

【グランプリ】

◆オックスファム・ショップ（オックスファム・ジャパン）

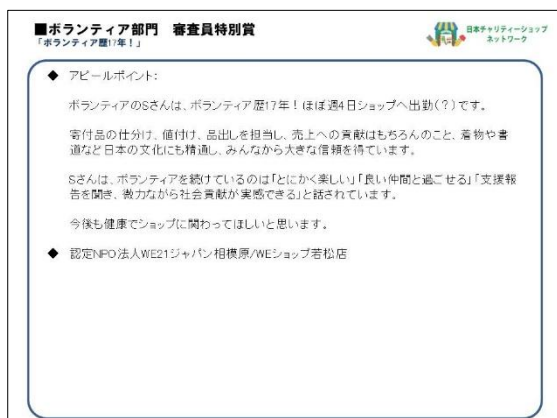
「(株)セブン&アイ・ホールディングス・ボランティアチーム 仕事のスキルをチャリティーショップに活かすボランティア活動」



【審査員特別賞】（3 ショップ）

◆WE ショップ相模原若松店（WE21）

「ボランティア歴 17 年！」



◆WE21 ジャパン・エコものワーキングチーム（WE21）

「元気なチームメンバーでリユース・リサイクルを推進中！」

*当日参加者投票とダブル受賞



◆WE ショップみなみ井土ヶ谷店（WE21）

「WE ショップみなみの親善大使です。」



ディスプレイ部門

【グランプリ】

◆WE ショップいずみ中田店 (WE21)

「ブティック??いえいえ チャリティーショップです!」



【審査員特別賞】

◆WE ショップかながわ六角橋店 (WE21)

「人の愛が・・・工夫が・・・誰かのために!」



【当日参加者投票】

◆水・緑・木地 小金井店 (エコメッセ)

「身体や環境に優しい石けんを使おう」



寄付品部門

【グランプリ】

◆水・緑・木地 昭島店 (エコメッセ)

「調べたら約 50 万円のティーセットだった!」

※当日参加者投票とダブル受賞



【審査員特別賞】

◆エコメッセ中野店 (エコメッセ)

「クラシックな着物」



イベント企画・掲示部門

【グランプリ】

◆エコロジーセンターRe☆創庫あつた、さくら、春日井、よしの（中部リサイクル運動市民の会）

「チャリティーショップで『フードドライブ』」



【審査員特別賞】

◆風とみどりのマルシェ（エコメッセ）

「ソーラーキッチンで楽しく自然エネルギーとお店をアピール！」



【当日参加者投票】

◆水・緑・木地 田無店（エコメッセ）

「リメイクで地域とつながる みんなで楽しむ」



《 おわりに 》

ボランティア部門でグランプリを受賞したオックスファム・ジャパン「㈱セブン&アイ・ホールディングス・ボランティアチーム 仕事のスキルをチャリティーショップに活かすボランティア活動」は、商品管理のボランティアをしていたセブン&ホールディングスの方々が、ショップが人手不足で困窮していると知り、ボランティアチームだけで月に1度店を運営し、継続的なサポートを続けている。

オックスファムは日ごろからの伝えきれない感謝を今回の表彰で表したいとエントリーしたそう。この表彰がこうした「外からの評価」として重要な位置づけとなったことを記しておきたい。

英国の大会ではディナーパーティー会場で注目のメイン・イベントとして大変盛り上がったのが表彰式であった。表彰されることがステイタスであり、このためにマネージャーやボランティアが工夫を凝らして応募したという話も聞いた。

日本でも、いつか「受賞を目指して」工夫するショップや応募総数が増え、刺激を与えあう機会になるよう期待したい。



当日投票の様子

『第一回 チャリティーショップ・フォーラム』

日時：2018 年 1 月 27 日（土）10:00-16:45

会場：聖心グローバルプラザ（東京・渋谷区）

主催：日本チャリティーショップ・ネットワーク

参加者数

●参加者 計：75 名

チャリティーショップ運営団体（ネットワーク加盟）68 名

- ・特定非営利活動法人 WE21 ジャパン 25 名
- ・特定非営利活動法人 エコメッセ 31 名
- ・特定非営利活動法人 オックスファム・ジャパン 1 名
- ・特定非営利活動法人 ザ・ピープル 4 名
- ・特定非営利活動法人 中部リサイクル運動市民の会 5 名
- ・日本チャリティーショップ・ネットワーク 2 名

その他 7 名

- ・大学研究者 2 名
- ・持続可能な消費研究会 1 名
- ・特定非営利活動法人日本ファイバーリサイクル連帯協議会 1 名 ほか

参加者の声

「1日を通して長時間なので参加を迷ったが、あっという間に過ぎ、学びが多い一日だった」

「刺激を受けた」

「来てよかった」

「ショップを運営する仲間に会えた貴重な時間」

「学んだことを持ち帰り、ショップで共有したい」

「ショップは地域の中にあるが、本当の意味で地域で活動するというスタンスを神田さんの話から学んだ。実践したい」

「とても参考になった。異業種交流できた」

「今後も参加したい」

「基調講演が良かった」

「一堂に会してのチャリティーショップの方たちとお話しができたこと、勉強になりとても良かった」

「ワークショップは楽しく、参考になった」

「楽しく参加できた」

「もんもんとしていたけれど、やってみたらと背中を押された」

以上

発 行：2018 年 6 月 1 日

発行者：日本チャリティーショップ・ネットワーク（JCSN）

〒231-0023

神奈川県横浜市中区山下町 70 土居ビル 6 階

（認定 NPO 法人 WE21 ジャパン内）

Tel：045-264-9390 Fax：045-264-9391

E-mail: jimu@charityshop.jp

この報告書は平成 29 年度独立行政法人環境再生保全機構地球環境基金の助成を受けて作成しました。

