

KIDS DESIGN CONCEPT BOOK 2017

キッズデザイン
コンセプトブック 2017



子ども・子育てに関わる問題は、
ひとつの要因から

起こるわけではありません。

地域の活性化、経済事情、教育、

働き方、コミュニティの崩壊――

すべての社会的課題が

その根底にあります。

こうしたひずみに対して

常にしわ寄せが来るのが

「子ども」ではないでしょうか。

キッズデザインは、

健全で安心な子ども・子育ての

環境づくりのための活動です。

それはつまり、多様な課題発見と

その解決につながる活動であり、

CONTENTS

04 「第11回キッズデザイン賞」に寄せて

巻頭特集

- 05 キッズデザイン宣言
～新たなる10年を見据えて
- 06 社会の変化を敏感に捉え、
オープンイノベーションで子どもたちへ明るい未来を
- 08 子育て課題の解決が新たな市場の創出となる
対談：和田 勇 × 山本正巳

第11回キッズデザイン賞

- 10 受賞作紹介
- 11 今年の審査を振り返って
益田文和(審査委員長) × 赤池 学(副審査委員長)
- 11 総評
- 12 最優秀賞
- 14 優秀賞
- 22 奨励賞・特別賞
- 33 キッズデザイン賞(入賞)
- 78 受賞団体名索引
- 80 第11回キッズデザイン賞 実施概要
- 86 キッズデザイン協議会 活動紹介



新たな時代の構築と未来への
道筋を描く活動でもあります。

あらゆるステークホルダーが関わり、
多くの業種・業態が

キッズデザインの視点で

研究・開発・実践を推進することで、
輝く次世代を生み出すことができます。

キッズデザイン

コンセプトブック2017は、

その良質な事例で溢れています。

でも子どもたちのためには、

まだまだ足りません。

皆さんの参画を

心よりお待ちしております。



「第11回キッズデザイン賞」に寄せて

平成29年9月25日
内閣総理大臣

安倍晋三

キッズデザインは、

子どもが安全かつ感性豊かに育つための社会環境、

子どもを産み育てやすい社会環境の創出を目指しています。

今回の内閣総理大臣賞は、

「人にやさしい、みんなと共に進む電車」をコンセプトとした

「進化したスマイルトレイン」が受賞しました。

これは、公共交通における子連れでの移動の難しさを、

保護者と子どもの目線から、

デザインで解決した素晴らしい取り組みです。

この他にも、今年度の受賞作品には、

スマートフォンで小児科医と直接相談できるサービスや、

子育て世帯も安全・安心の分譲マンション、

自治体や病院から子どもの成長に合わせて情報が届く母子健康手帳アプリなど、

生活者視点に立った、

子どもたちに優しい取組や製品が数多く受賞しています。

子どもたちこそ我が国の未来です。

安倍政権は、

すべての子どもたちが、

それぞれの夢に向かって頑張ることができる社会を目指します。

そうした社会づくりを支えられるよう、

キッズデザイン賞が今後も大きな役割を果たしていくことを期待しています。



巻頭特集

キッズデザイン宣言 ～ 新たなる10年を見据えて

2016年に活動10周年を迎えたキッズデザイン協議会。「子どもたちの安全・安心に貢献するデザイン」「子どもたちの創造性と未来を拓くデザイン」「子どもたちを産み育てやすいデザイン」の3つをミッションとして、これまでさまざまな取り組みを進めてきた。

この10年間、子どもと子育てを取り巻く環境や状況は大きく変化している。そして、未だ多くの課題が残されている。

次の10年を見据え、キッズデザイン協議会では、子どもたちに持続的で明るい未来をもたらすための活動指針である「キッズデザイン宣言」を策定した。

子育ての周辺にある課題の解決が、新たな市場を創出し、未来を拓くビジネスの可能性を拡げる。鍵は「オープンイノベーション」である。

社会の変化を敏感に捉え、 オープンイノベーションで 子どもたちへ明るい未来を



積水ハウスと高砂福祉会による「江東湾岸サテライト SMART NURSERY SCHOOL」本園は、防災拠点となる機能も備え、子どもたちの生活と安全を守っている。

「キッズデザイン宣言」は、協議会参画企業、団体やキッズデザイン賞作品、地域の取り組みなど、子ども視点を持つ優良な事例を収集・整理し、そこから導き出される望まれる社会の姿、子育て環境のあり方を議論し、とりまとめられた。宣言の各項目には、その言葉に込められた子どもや子育てに対する思いがある。

育児と仕事を両立する 多様な活動

「出産、育児と働くことがどちらにも喜びである」ためには、働き方改革、ワークライフバランスの浸透が欠かせない。キッズデザイン賞でも、育児休業からの職場復帰を支援する「はぐくみプログラム(凸版印刷)」や、産休から復帰した女性営業社員が子育て経験を活かす働き方のモデルを示した「マミーズプロジェクト(ミサワホーム)」が受賞している。メディアとしては、ワーキングマザーの「働く・育てる」を応援するサイト「WOMON.(コクヨ)」も良質な活動である。建築・空間分野でも、駅近保育園や企業内保育所の事例、生命保険会社が自社テナントビルへ保育園を誘致するプロジェクトがある。「江東湾岸サテライト SMART NURSERY SCHOOL」テニスの森キャンパス(積水ハウスほか)は、大型ショッピングモールに隣接した送迎に便利な分園と、子どもが伸び伸び過ごせる海を臨む本園を送迎バスでつなぐ、都市部での保育ニーズに応える取り組みである。

モノ・コト・情報で豊かな 家族の時間を

「子どもと過ごす時間が豊かなもの」であるためには、「子育てに関する情報へのアクセス」や「子どもとともに外出したくなる環境」の充実も重要である。現在、子育てに関する情報の多くはスマートフォンから入手される。口コミやリアルタイムのニュー

スはSNSが主役である。子どもが急に熱を出したり、病気になるたりした時の相談窓口として、小児科医のネットワークが答えてくれるサービス、自治体や地域の子育て情報、休日の子連れの出かけ先を教えてくれる口コミサイトなどは、ITやキャリア企業と子育て中の保護者からの情報、医療機関、自治体、NPOが協働している好例だ。

一方で、外出のための「足」と「場」も大切である。子どもを車酔いさせにくくする運転サポートや歩行者としての子どもを発見しやすいデザインなどを盛り込んだ「MAZDA TECHNOLOGY FOR KIDS(マツダ)」や商業施設などの授乳室設計のガイド「ベビー休憩室コンセプトブック(コンビニエンス)」などは、ハード面から子連れの外出支援を後押ししてくれる。日常の家事では、「子育てママをサポートする6ドア冷凍冷蔵庫(三菱電機)」や出産後の母親の身体的負担を軽減する空気清浄機とクリーナーを一体化させた「INSTICK(同)」などの先進的なアイデアが人気だ。

すべてのステークホルダー が子育てに参画

「子育てする人すべてが交流と支援を享受できる場づくり」「コミュニティが支える子育て」「地域と社会の若者や高齢者と子どもが接する機会」は、まさに地域コミュニティと産業界の接点構築がポイントである。「アイランドシティコミュニティガーデン(小さな循環いい暮らし実行委員会)・ベッタ会・積水ハウス・



フレール館の「キッズコミュニケーションラボ」では、思い込みや固定観念に囚われないものづくりを目指し、大学等との連携を含めた実証実験を実施。



学研ココファングループが展開する多世代交流プログラムは、高齢化・過疎化が進む地域における子育て支援の方向性を示唆するものである。



三菱電機の空気清浄機付スティッククリーナー「INSTICK」は、大人にとっての利便性はもちろん、コンパクト設計で子どものお手伝いにも適している。

キッズデザイン宣言

すべての子どもは社会の宝であり、未来そのものです。キッズデザイン協議会は社会の変化を敏感にとらえ、さまざまなステークホルダーとともにオープンイノベーションを起こし、その未来が持続的で明るいものであるよう行動します。

- 出産、育児と働くことがどちらも喜びであるよう、考え、実践します。
- 子どもと過ごす時間が豊かなものであるよう、行動します。
- 子育てに関する情報へのアクセスをわかりやすく、容易にします。
- 子どもとともにいつでも、どこへでも外出しなくなる環境をつくります。
- 子育てする人すべてが交流と支援を享受できる場づくりをサポートします。
- コミュニティが支える子育ての大切さを共有し、その支援を行います。
- 地域と社会の若者や高齢者と、子どもが接する機会を増やします。
- 子どもにとっての遊びと学びの普遍と変化を研究し、開発し、実践します。
- 子どもが自発的、継続的に体験、経験を積める機会をたくさんつくります。
- 不慮の事故による子どもの犠牲をゼロにする努力を継続します。



森ビルの「六本木ヒルズにおけるサポートクルー活動」は、事故防止の重要性を社会と社員に浸透させ、具体的な行動で発信した取り組み。

アメリカアガデンクラブ・福岡市）は、NPO、住民、行政とともに実行委員会を組織化し、環境活動の実験をする。「園児と高齢者の交流事業（学研ココファングループ）」は、保育園と高齢者施設の両方を有する利点を活かした相互交流プログラムで、子どもの社会性や協調性を育みつつ高齢者の脳の活性化にもつながる。

クリエイティブの根本は子ども目線にあり

子どもの感性や創造性を育む取り組みも多様に展開されている。「遊びと学びの普遍と変化を研究や実践」「自発的、継続的な体験、経験

の機会創出」は、発育発達に最も重要な要素のひとつであり、各企業のリソースやノウハウを活かした多くの実践がある。

「キッズコミュニケーションラボ（フレイベル館）」では、子どもの遊びと学びを科学的に検証し、本来の子ども目線のものづくりを目指す。クリエイティブ・ワークショップ「CAMP（SCSK）」は、創造性や協調性、表現力などを養う多彩なプログラムを有するとともに、ファシリテーター養成も同時に行っており、子ども視点を持った人材育成も目指している点で先導的である。Monocottionnovation（富士通デザインほか）では、企業が出すテーマ

に中高生がチームでアイデアを考え、プロトタイプを制作する。多様な業種が関わっており、レベルの高い提案がとても多い。

たゆまぬ安全向上への努力

子どもの安全・安心の確保は、キッズデザインの根幹にある考え方である。

「子どもの安全プログラム（セコム）」では、子どもの安全に関する調査・分析を日々行っている研究員がプログラムのモデレーターを務め、子どもの安全に関する情報をわかりやすく提供している。六本木ヒルズにおける「サポートクルー活動（森ビル）」は、年間約1000名

の社員がヒューマンセンサーとして街頭に立ち、ヒヤリハット点検や施設安全を見守る活動である。

これらは、宣言に盛り込まれた思いのほんの一部に過ぎない。共通している点は、子どもや親、保育者、地域、異業種が連携し、課題発見から開発、実践へとつなげている点である。

子ども・子育てに関わる課題は常に複層的であり、ひとつの分野、企業で解決できる時代ではなくなった。オープンイノベーションは必然なのである。

これからの10年は「宣言」が「現実」へと昇華していく、そんな10年にしなければならない。



和田 勇 × 山本正己

子育て課題の解決が 新たな市場の創出となる

「キッズデザイン宣言」の策定を機に、キッズデザイン協議会は第二のスタートを切り、新たなステージに入った。子どもたちを守り、育てるために、真に必要なこととは何なのか？ 女性活動やダイバーシティ経営などに詳しい日経BP社執行役員の麓氏をファシリテーターに迎え、発足以来、10年にわたり協議会会長として活動を牽引してきた積水ハウスの和田会長、協議会の今後を託された富士通の山本会長がその思いを語った。

PROFILE

和田 勇氏

積水ハウス株式会社
代表取締役会長 兼 CEO
(特定非営利活動法人キッズデザイン協議会・特別顧問)

山本正己氏

富士通株式会社 取締役会長
(特定非営利活動法人キッズデザイン協議会・会長)

ふもと
聴き手: 麓 幸子氏

日経BP社 執行役員、日経BP総研副所長

なぜ、いま、 キッズデザインなのか？

麓 協議会の発足10周年を機に「キッズデザイン宣言」が策定されましたが、私たちは、なぜ、いまキッズデザインに注目すべきなのでしょう？

和田 協議会は、子どもたちの不慮の事故に対して「モノづくりは子どもたちの目線で考えなければならぬ」という危機意識から始まりました。これまでに数々の成果を上げてきましたが、いまだ認知度が高いとは言えません。宣言は自分たちが積み上げてきたことの振り返りであるとともに、これからの進むべきアクションの方向性を示したものです。

山本 宣言で標榜しているのは、キッズデザインを軸とした、これからのものづくりに対する共通認識です。子どもはこの国の未来そのものである。人口減が国力の低下につながることは間違いありません。キッズデザインは日本発の世界に発信できる素晴らしい思想であり、この宣言を通じて、あらゆる関係者が集い、新たなムーブメントを起こしたいと考えています。

麓 私も2人の子どもを育ててひとりの孫もいるのですが、少子高齢化を招いたこれまでの社会は子どもがいる世帯にちょっと冷たい社会だったのではないかと感じています。キッズデザインに私

が共感したのは、子どもを産み育てやすい社会デザインを含めて理念化している点です。しかし、我が国の少子化はまだ課題が多くありますね。

和田 社会は今後5年くらいの間で激変します。少子化問題は社会を見直し、一極集中化を見直すチャンスでもあります。そのためには地方で子どもを産み育てやすい環境を構築する地方創生、産業構造の変化が欠かせないと考えています。キッズデザインに取り組むことはそこに気づき、先手を打つことでもあるのです。

山本 情報化社会がこれだけ進展すれば、地理的問題を克服できる働き方改革、ワーク・ライフ・バランスの新しい形が生まれます。ICTのさらなる進化が、その可能性をもっと大きく広げてくれるでしょう。住みやすいところ、子育てしやすいところに人は集まります。だからこそ、日本全体で「子どもを大切にしよう」という機運を呼び起こしたいのです。

麓 地域に持続的な職業があったり、自然を含めた環境も良くて、という地方が増えればワーク・ライフ・バランスの視点からもそのほうが理想的な子育て環境になるかもしれませんね。2020年には日本の女性の半数以上が50歳以



和田特別顧問

「単一の企業や業界だけでなく、横断的なコラボレーションが欠かせません」

上になるという予測もあるようですし、安心して子どもを産み育てられる社会づくりは急務だと思えます。

和田 例えば今、インバウンドが大きく増えて各地域で観光産業が活発化しています。地域の特色や資源を活かした独自の産業として育ってくれば、子育て世代も定住するし、経済的にも子どもを産みたいと考える若年層も増えてくるでしょう。地方で観光業や食と農の産業などを活性化させ、子育て世代を呼び戻すこともキッズデザインの取り組みの一つなのです。少子高齢化は避けられない現

実はあるものの、ネガティブな面ばかりが独り歩きしている感じがします。もっとプラス思考でこの現実と向き合い、先を見据えた対応をとるべきだと思います。

山本 ワーク・ライフ・バランスの根本は、「もっと子どもと一緒に過ごす時間を増やしましょう」という考えだと思えます。言い方を変えれば、子どもを健全に産み育てられる環境をいかに国全体として作っていくのかということ。これは私たち企業にとっても大きなテーマです。再び日本を強くするために人口も増やし、国力を上げていく必要があります。



写真左より、山本正巳会長、和田 勇特別顧問、聴き手の麓 幸子氏

求められる オープンイノベーション

麓 もう一つ宣言の中でキーになっているのが、「オープンイノベーション」です。私自身、取材を通してよく耳にするのが、「オープンイノベーションをやりたいが、方法がわからない」という企業の戸惑いです。

和田 少子化や子どもの問題は単一解では解決できません。すべての産業、企業とステークホルダーが関わるべきことであることが知ってほしいのです。例えば住宅はIoTのプラットフォームだ、と私は常々言っているのですが、暮らしの安全、快適さ、健康や娯楽まで、これからの時代、必ず今以上にその要求は高まってきます。

その時に「企業、一業種だけで実現できるわけがありません。まさにオープン化は必然です。」

山本 日本人の特性として、具体的なテーマがあったほうが力を発揮しやすいだろうと思うのです。その最先端が「キッズデザイン」というミッションだと考えています。世界では、5歳以下の子どもたちが年間600万人以上も亡くなっています。キッズデザインという視点で見れば、これはもはや日本だけの問題ではありません。キッズデザインという新しいソリューションを世界に発信することは、私たちの活動の大きな価値だと思います。



山本会長

「日本発のキッズデザインの考え方は、世界に発信する価値があります」



日経BP社・麓執行役員

「キッズデザインが社会的モチベーションにつながるという期待を持ちました」

麓 この国では今、大きなパラダイムシフトが起こっていると思っています。これまでの「男性は仕事、女性は家庭」ではなく、男も女も働くし、子どもも育てる、地域社会に参加する時代になる。そこで重要視されたテーマが働き方改革やICT推進だっただと思うのですが、そこにキッズデザインという横糸を通すことでソーシヤルなモチベーションにつながっていくのではないかと、いう期待を持ちました。

和田 10年間、協議会の会長として活動してきて、もっと多くの企業、経営者にキッズデザインのことを理解してもらい、参画してもらいたいと改めて感じています。社会が良い方向へ向くように、誰もがもっと夢を持てるように、その契機としてキッズデザインに活動が役立ってもらえれば嬉しい限りです。

山本 子どもは社会の宝であり、未来そのものである、という言葉にすべてが詰まっていると思います。子どもたちのために多様なステークホルダーが参画し、知恵を出し合い、ネットワークを活かせば、必ず明るい未来が見えてくる、そんな思いを強くしています。それがさらにグローバル展開に結び付けば日本発のキッズデザインという考え方が普遍的なものになるし、そうあるべきと考えています。

麓 企業にとっては、人材確保も大きな問題ですよ。学生は財務だけでなく、非財務でも企業を評価しています。キッズデザインに取り組む企業は「ホワイト企業」として学生たちに認知されることになるのではないのでしょうか。本日は、ありがとうございます。

第11回キッズデザイン賞

受賞作紹介

第11回キッズデザイン賞は
総応募数462点の中から、
298点が入賞を果たした。
そこからさらに卓越した子ども目線、
子ども視点を持つ
素晴らしい取り組みに
最優秀賞、優秀賞、奨励賞、特別賞が
授与された。

キッズデザインの
3つのデザインミッションを
具現化した作品の開発に至る
ストーリーとともにここに紹介する。

副審査委員長

審査委員長

益田文和 × 赤池学

今年の審査を 振り返って

益田 キッズデザイン賞は今
回11回目を迎え、第1回に0歳
だった子どもは10歳になっ
ています。子どもはあつという間
に育っていくわけで、そこには
時間軸を読み込むデザインの
視点がとても重要になってい
ます。今回の最優秀賞は「進化
したスマイルトレイン」です
が、子育て支援の良い提案であ
ることはもちろん、この車両に

乗った子どもが大人になっ
ても記憶に留めてくれるよう
な工夫が素晴らしいと思います。

赤池 私は「JOHNSON T
OWN」が強く印象に残って
います。子ども目線、子ども基
準で作られた住宅や公共施設も
たくさん入賞していますが、こ
の取り組みは、町づくり全体に
キッズデザインを取り入れて
いる。ストック住宅や老朽化し
た再開発地域に子育て世代を
呼び込むというビジネスモデ
ルを考える上でも貴重な参考
例になると思います。

益田 「せかい動物かんきょう
会議」は最近よく話題になる
「エシカルコンサンプション
（倫理的消費）」を触発する良い
テーマだと思います。自分たち
が何かを買って使う、それが動
物の生態や地球環境にどう影
響していくのかを見ていくと、
子どもの想像力や批判力の育
みにつながりますね。

赤池 SDGs（持続可能な開
発目標）では17のゴールが設定
されていますが、生物多様性の
みならず持続性のために多く
の条件や要素があります。子
どもの頃から社会性ある消費
活動の啓発は多様な分野のプ
ログラムでも展開可能なはず
で、今後の広がりを感じます。

益田 「母子健康手帳アプリ」
も大きな可能性を持っている
と思います。この仕組みは、つ

まり自分が生まれてからの履
歴を一人一人が持てるという
こと。ある時期お母さんがすご
く苦労したとか、家族がこう
見守ってくれたとか、その記憶
を持ち続けられるメディアに
なったら素晴らしいですね。

赤池 デザインは、「意味と価
値のイノベーション」である
という言説があります。例えば
うそくはLEDに取って代わ
られ、今は照明には使わな
い。ですが、場の演出装置という形
で価値と意味が革新されてい
る。鉄道車両も合理的な通勤通
学の足としてだけではなく、乗
客である子どもが地域の景観
を楽しむという価値を提供し
ているのです。機能や性能を無
理やり進化させなくても、今
のままでも十分にチャームイン
グなキッズデザインがまだまだ
存在するなと確信しました。

益田 あと50年、60年経った頃
には、今のキッズは間違いな
くシニアになっている。現在
のキッズデザインはシニア
デザインでもあるわけです。
そういう軸で見ているデザイ
ンはほかにない。人間の一生
をスケールとして持っている
デザインだと考えると、とて
つもなく広がりがあります。さ
らにそれはグローバルな展開
でも意味を持ちます。世界の
どこにいても同じ人間である
という意味で、非常に面白い
視点が生まれてくることを期
待しています。



副審査委員長
赤池学

審査委員長
益田文和

審査委員長 益田文和

インダストリアルデザイナー
オープンハウス 代表取締役

東京造形大学デザイン学科卒業。建設会社、デザインオフィス
を経て、インダストリアルデザイナーとして様々な製品のデザ
イン開発、地域産業のデザイン振興など国内外のプロジェクト
に関わる。1991年株式会社オープンハウス設立、代表取締役。

副審査委員長 赤池学

科学技術ジャーナリスト
ユニバーサルデザイン総合研究所 所長

筑波大学生物学類卒業。(株)ユニバーサルデザイン総合研究所
所長として、商品・施設・地域開発を手掛ける傍ら、(公財)
科学技術広報財団理事、(社)環境共創イニシアチブ代表理事、
(社)CSV 開発機構理事長などを務める。ウッドデザイン賞、
FOOD ACTION NIPPON AWARDの審査委員長を歴任。

審査委員長 益田文和

細部にわたって、子どもの安全
と安心に意をつくした製品づく
りから始まって、子どもを取り
巻く生活環境全体に配慮が行き
届いた設計へと、応募されるデ
ザインの内容は年々広がりを見
せてきた。11年目を迎えた今年
はさらに領域を広げ、子ども
たちを産み育てやすい社会環境を
作るために、親たちを支えるイ
ンフラやシステムにまで踏み
込んだ意欲的な提案が数多く見
られるようになってきた。キッ
ズデザインが子育てで社会その
もののデザインへと進化できれ
ば良いと考えている。

総 評



最優秀賞 内閣総理大臣賞

西武鉄道株式会社 新型通勤車両40000系

西武鉄道株式会社／川崎重工業株式会社

「40000系」は、現在「スマイルトレイン」の愛称で親しまれる「30000系」車両の後継として、「人にやさしい、みんなと共に進む電車」をコンセプトに「やさしさ」「沿線に寄り添う」「未来志向・先進性」をキーワードにした、これからの100年に向けて走り出す西武鉄道の新型通勤車両です。

検索番号：170934



都心部の電車は各社の相互乗り入れが増え、同じ車両に乗っている時間も長くなる可能性も高くなった。子育て層にとって、移動の問題は深刻だ。特にベビーカーを押しながら公共交通を使うの移動は社会問題化している感がある。

本プロジェクトは顧客にとつて、どのような電車が快適で乗りやすいか、今までの常識や考え方を見直し、今までにない電車を作ろうという意思から始まった。車両の開発にあたった、西武鉄道株式会社 山下和彦氏はこう語る。

「まず自由な発想を促すために、プロジェクトチームに電車の設計とは無関係な管理部門の男女6名に参加してもらいました。これは通勤電車の設計ではほとんど例がないと思います。さらに、ユーザーの声を聞くためにウェブリサーチを実施しました。西武鉄道の電車はどういう印象か、今の通勤電車に何が足りないの



か。結果として、約10000名の回答をいただき、耳の痛い話や非常に参考になるご意見を数多くお寄せいただきました。

日光を避けるためのロールカーテンや混雑時に吊り革の代わりにつかまるポールとの必要性、高さの違う吊り革などと合わせ、ベビーカー置き場と簡易イスに対する要望があった。未就学児の親では大半が賛成派、ベビーカーを利用する機会のある層は突出して高いニーズがあった。混雑時にベビーカーの置き場に困る、という意見が多数を占めた。山下氏は言う。

「子どもたちや育児に頑張る母親の活躍を後押ししたい。通勤電車でありながら、子ども向けの場所を作ろう、子どもに乗りたいたいと言われる車内空間を製作しようと考えました。車両コンセプトは、『人にやさしい、みんなと共に進む電車』。子育てママを始め、乗る人全てが心地良く、気兼ねなく乗れる電車。移動空間ではなく、





■審査委員コメント：子連れでも気兼ねなく乗れる通勤車両実現のために、従来の車いすスペースを拡大したエリアを設置し、広さだけでなく子どもが景色を楽しめる大型車窓、子どもと大人の高さに合わせた手すりなど、子連れの移動に対する真摯な開発姿勢が読み取れる。

■受賞理由：公共交通における子連れでの移動は、社会問題化している。ベビーカーを置ける空間構成や子どもが好む窓の外の景色が見られる窓の高さ、車内空気環境の向上など、子育てと移動という課題解決に向けた徹底した取り組みは高い社会提案性を有しており、こうした課題へ社会の目を改めて向けさせる説得力を持っている。これらの総合的な評価を踏まえて最優秀賞とした。利用者の意識調査から課題抽出、解決策の検討、VRも活用した保護者・子ども視点での検証等、利用者目線を取り込む設計が細部にまで注ぎ込まれており、生活者視点に立った優れた移動空間を実現した。

■購入・利用できる場所・方法：

西武鉄道株式会社 お客さまセンター TEL:04-2996-2888
西武鉄道池袋線にて営業運転中

生活そのものが移動する空間という思いを込めました。新たな挑戦が始まった。目指したのは、シニア、赤ちゃんのいる女性、怪我をしている人達を対象にした既存の「優先席」と異なり、ユニバーサルな概念を拡張した空間、「パートナゾーン」である。しかし、電車の幅は約2.7メートルしかない。そもそもこんな空間が実現できるだろうか。検討に検討を重ね、図面を何度も書き直し、パーチャルによる空間・動線の確認を何度も繰り返し行った。その結果完成したデザインが上の写真である。簡易腰掛けを中央に設置し、ベビーカーを支えながら、軽く腰掛けることができる。他の車両と床色を変えビクトグラムを配して、存在をアピールできるように工夫した。印象的なのが、低い位置からも外の景色がよく見える大型窓と手すりだ。

「アンケイトのご意見に、車両の先頭部に小さいお子さまが立って見られるスペースが欲しい、というものがありません。お子さまが景色を見る時にお母さんがわざわざ子どもを抱っこしなくてもすむようにしたいというご要望でした。そこで、パートナゾーンでは子どもたちの好奇心を満たすため、車窓から見える風景や電車の速さを感じていただけるように大型窓と手すりをデザインしました。また、車内の空気環境改善のために空気清浄器も4台導入し、トイレにはおむつ替えに使えるベビシートも備えています。」

まさに「キッズのために」を形にした車両は、最終図面から約1年半の歳月を要して完成した。完成には車両を製作した川崎重工業株式会社の設計と技術力が大きく寄与している。子どもと子育てに優しい電車、という考え方に賛同し、絶対に実現しようという立ち、努力と挑戦を続けたという。完成後の一般公開では、5000人を超える顧客が来場した。「実際に乗っていただいたベビーカーをお使いのお客様には、気兼ねなく乗車できる、もっとこのような電車を多く作ってください、10両編成でパートナゾーンを増やして欲しい、など多くの称賛と期待の声をいただきました。今回の開発のポイントには、リサーチを実施してキッズとママに着目したこと、プロジェクトチームのアイデアと行動力、川崎重工業さんの理解と挑戦力と言えるところだと思います。」

優秀賞 経済産業大臣賞

小児科オンライン

株式会社 Kids Public

「小児科オンライン」はスマホで小児科医と直接相談できるサービスです。「子どもが発熱したけど救急受診は必要な」平日18～22時に営業しているため、まさにそんなシーンに活躍します。「最近子どもの湿疹が気になる」そんな普段解決できない悩みにも対応しています。予約制なので待ち時間がなく、気軽な相談で子育てを支援します。

検索番号：170957

■審査委員コメント：子育て中の不安と負担を軽減すると同時に、小児科側の負担、医療費の削減にもつながる、遠隔相談サービスシステムである。チャットやビデオ通話の使い分けも可能で、使い慣れたアプリから利用できることも、子育て層の心理的負担を軽減してくれる。

■受賞理由：子育て層の孤立化や溢れる情報の選択の難しさから、育児の不安は増し、小児科外来受診者数は少子化と反比例して増加傾向にある。子どもが夜、熱が出たがどうしたらよいかわからない、といった悩みや不安への対応は育児者のみならず医療機関にも負担が大きく、緊急を要するケースばかりではない。子育て世代が使い慣れたアプリで小児科医に遠隔相談できることで、不安の解消と不要な緊急受診の削減という両面に効果が認められる。企業や健康保険組合との連携を進めている点も含め、ネットワーク時代の新たな子育て情報インフラ構築の取り組みとして高く評価した。

■購入・利用できる場所・方法：

平日18時～22時に小児医療相談サービスを利用可能

お問い合わせ：contact@syounika.jp

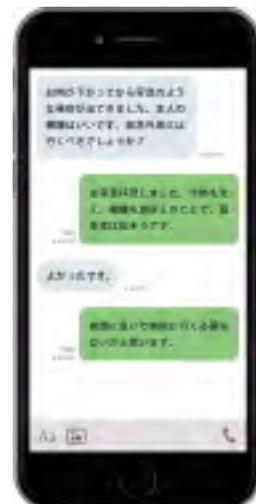
小児科オンラインホームページ：https://syounika.jp



「特徴は3点です。1点目は電話、少子化で子どもが減っている中で、小児科に来る子どもの数はむしろ増え、1日に約60万人が受診しているという。赤ちゃんが泣きやまない、これだけでも親は当然不安になる。インターネットを見るとさらに不安になるような記事が見つかったり、自治体の電話相談では心配なら病院に行ってくださいといしか言われない。60万人のうち、実に9割が軽症である。これが小児科外来の現状だ。親の不安と得ることのできる情報との間にある大きなギャップ。これを埋める社会インフラが全くないと考え、その解決のために生まれたのが小児科オンラインである。株式会社 Kids Public の橋本直也氏は語る。

LINE、Skypeといったお母さんが使い慣れているアプリケーションから接続できる気軽さです。張り付けた動画や画像の具体的な情報をもとに、小児科医が相談にのることができ、海外からもアクセス可能なので、ハワイの旅行中に急に熱が出たとか、ブラジルの母親から相談を受けた事例もあります。2点目は丁寧に行う医療相談です。通常の外来では大勢来院しますので1人当たり2、3分しか時間がないこともあり、小児科オンラインは10分間を確保します。これで内容の濃いコミュニケーションが可能になっています。3点目は小児科医という当事者がつくった会社である点です。ネットワークを活かし、小児科医が33名、当番医としての勤務を行います。各得意分野を活かし専門性の高いアドバイスが可能です。

昨年の5月リリース以来、企業との連携にも力を入れ、B to B to Cのモデルでのビジネススキームに注力した。困っている母親には課金をできるだけしたくないという開発者の思いからだ。連携企業の健保組合との検証によると、利用した上で夜間受診の必要性が低いと判断された利用者の中で、夜に結局不安になって夜間外来を受診した人はこれまで0人であることがわかっていく。この軽症受診の減少によって医療費削減効果が期待される。しかしあくまでもゴールは「子育ての不安に寄り添う」こと。親子ともに元気になる、世界観で運営されている。



優秀賞

経済産業大臣賞

積水ハウスの分譲マンションにおける安全・安心のための取り組み

積水ハウス株式会社

安全であるはずの住まいの中でも、事故は発生しています。マンションも例外ではなく、実際に起こり得る事故を未然に防止するためのアイテムを整備し、子どもが危険なく安心して成長できる、子どものためのユニバーサルデザインを分譲マンションにおいて展開しています。

検索番号：171225

取り組み内容：子どもの特性や事故事例に基づき開発した幅広いアイテムを展開しています。

積水ハウスの子どものためのUDの考え方

発達途中にある子どもは大人とは異なる心身の特性や能力を持つため、日常の暮らしの中にたくさんの「できない」と「危ない」が存在します。子どもの身体や行動の特性を「小さい」「弱い」「わからない」の3つにまとめて、「できない」や「危ない」に細やかに対応しています。

小さい

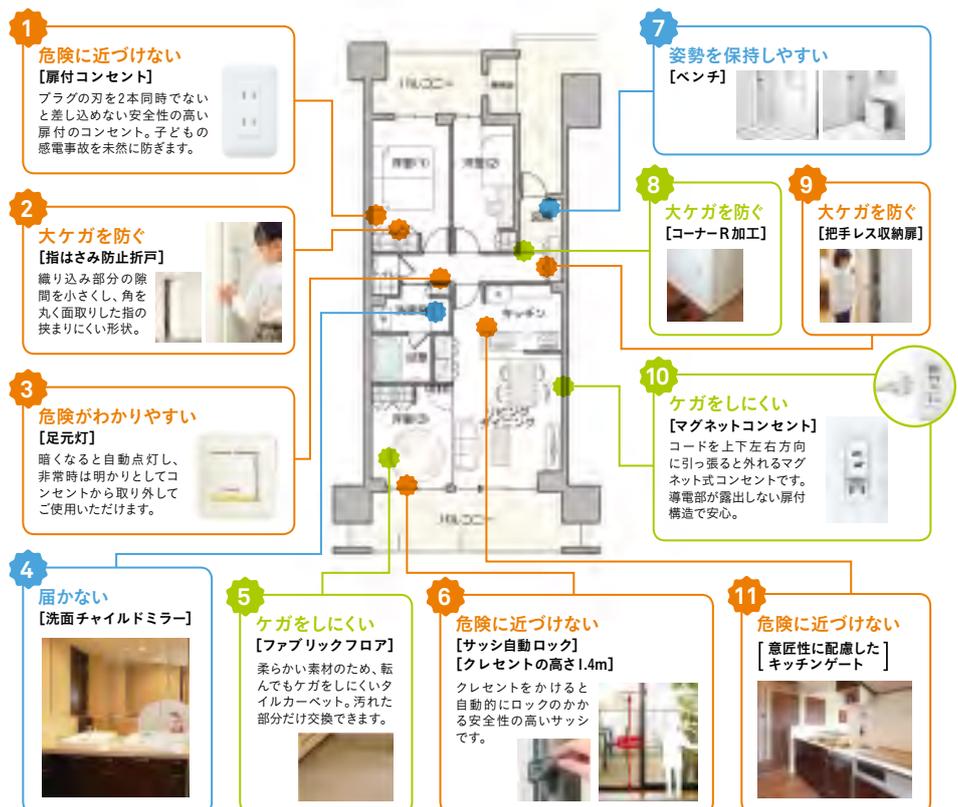
手が届かないため、無理な姿勢で事故に繋がる。身体のパランスが不安定で、転倒してしまう。

弱い

体力や免疫力が弱く、手足も不器用。抵抗する力がない。初めてのものに適応する力がない。

わからない

好奇心旺盛でありながら注意力や知識力は未熟。何かわからずに危険なものに手を伸ばして、思わぬケガに繋がる。



平成27年の厚生労働省が発表した統計では子どもの死亡事故は交通事故を除くと実に64パーセントが家庭内で発生している。同社では以前より、子どもの身体や行動で、小さい、弱い、わからないという3つの特性に注目し、解析研究を行っている。この結果をもとにマンションにおける対応についても検討を重ねてきた。積水ハウス株式会社の浅尾力哉氏は語る。

『第1回キッズデザイン賞受賞の『コトモイドコロ』では、戸建て住宅の研究成果をもとに子育てでの子育ての視点から、子どもの生きる力を育む住まいづくりを提案しました。3つの特性から起こり得る事故を防ぐとともに、誰もが使いやすいスマートユニバーサルデザイン思想の設計を推進しています。例えば、転落事故が多い1歳から4歳児が容易にベランダに出ることなく、子どもが部屋内から鍵を掛けて親がベランダに残されないように、小さい子どもには届きにくく、大人は操作しやすい床上約1.4メートルにサッシ・クレセントを取り付ける仕様を全ての『グランドメゾン』ブランドで標準装備しています。』

安全・安心に使いやすさを加えた、誰もが心地よい住まいという理念のもと、子どもの住環境に目を向けてきた同社。近年ではマンションの共用部にキッズルーム、絵本ラウンジ、外部のデッキテラスなど、子どもが成長に合わせた『イドコロ』を見つけ、長年にわたり同じ体験をすることで強固なコミュニティが形成することを企図する。安全・安心の先に地域づくり、街づくりの視点を見据えている。

優秀賞

経済産業大臣賞

■審査委員コメント：ブロック玩具を使って立体物で起きる錯視を自ら作り、視点を変えることによる見え方を試すことで体感的に認識していく。身体運動を伴うことで、1回限りのプログラムでは定着しにくい、日常生活のなかで子どもが科学的視点を持つきっかけづくりに成功している。

■受賞理由：錯視は「視覚における錯覚」で形や長さ、方向などが特定条件や要因のせいで実際とは違って知覚されることである。錯視を活用して、子どもの科学的な見方や考え方の学習につなげようという意欲的試みである。見る角度によって異なる形になるなど、思いがけない発見があり、身体性を伴いながら自らの知覚の不思議に気づくことができ、ファッションや建築などの幅広い分野にも活かされる知見である。継続的な活動であり、その結果からも有効性が認められる、クリエイティブ性を喚起する秀逸なパッケージといえる。

■購入・利用できる場所・方法：

大谷智子：<https://opticalillusionblock.tumblr.com/>

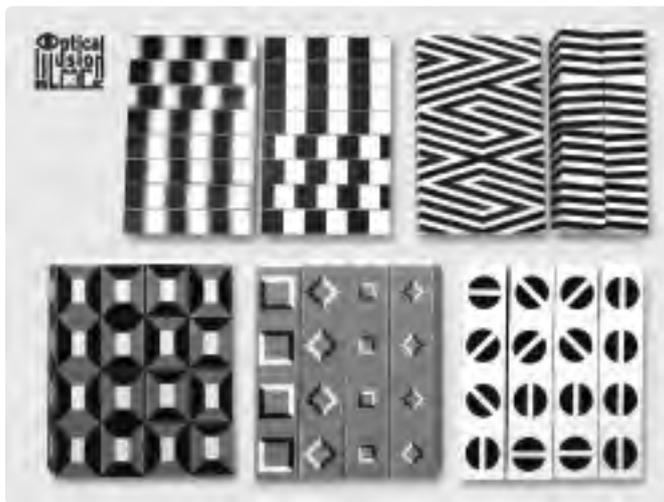
対象年齢、場所や目的に応じて実施可能なワークショッププログラムを提案・実施します。

錯視ブロックワークショップ

錯視ブロックワークショップグループ

自分が手で触るモノが錯覚を起こす。絵や画面の中ではなく、現実の物体で錯覚が起こることを体験することができる。自分で創った錯視を、様々な方向から観察すると、錯視の強さが観察方法で変わること気づく。このような身体運動を通じた学びのしかけと、主体的な参加を促進するワークショッププログラムをデザインしました。

検索番号：170999



錯視ブロックワークショップグループは、心理学や情報工学、インタラクティブデザイン、建築美学などの大学などに所属する研究者とフリーで活躍するデザイナーで構成されている。メンバーである東京藝術大学の大谷智子氏はこう語る。

「このワークショップで大切にしたいことは観察、試行錯誤、共有の3つです。体験学習やアクティブラーニングが有効であるとわかっていても、限られた学校の授業の中では何度も繰り返すことはなかなか難しい。そこで、日常生活で反復できるような手法があるとなによりではないかと思いつき、着目したのが錯視でした。錯視は『目の錯覚』で、特別な専門家のものではなく、錯視が成立するルールや条件を知っていれば、自分自身でも作ることも見つけることもできます」。

ワークショップでは、ツールと場のデザインが重要と考えた。ツールはブロック型玩具に錯視模様を貼った錯視ブロックを制作、多様な組み合わせができ視点を換えれば不思議な見え方をする。自分自身の身体運動を通して試行錯誤やルールの発見を体験し、科学的観察の方法を学ぶことが目的だ。

一方の場のデザインは、ワークショップのプロトコルを考えた。この4つのフェーズを大切に、科学研究の現場でも使われる手法を取り入れながら、自然にルールを見つけたら、視点を見つけたら、何度も繰り返すことができるような仕組みを入れた。



「ツールと場のデザインを工夫して、ワークショップを10年間行っていますが、回数を重ねていくと参加者から、駅の床で錯視が見えた、といった報告がくるようになりました。さらに広めるためにパンフレットや手引き、自宅でもできるペーパーキットも作り、みんなの作品が見られるウェブサイトも設けました」。

コミュニケーション分野で高い評価を得る作品の共通点は、子どもがやっても大人がやっても素晴らしいものであること。人間の感覚がいかに不思議で素晴らしいかを、奥が深いものかということ、あらためて気付かせてくれる、秀逸なワークショップなのである。

優秀賞 経済産業大臣賞



■審査委員コメント：深い軒を持つ片流れのチタン瓦をいただく快適な木造園舎が印象的である。同園の伝統である裸足の生活とマーチング隊活動をのびのびと実現するための広大な芝生を囲む。地域に見守られながら自ら遊びを発見する園庭の豊かさを含め、大胆かつ高水準な保育空間を実現している。

■受賞理由：裸足で駆け回れる30メートル四方の広大な芝生、発見の喜びのある園庭、開放感のある快適な木造園舎など、保育施設としての優れた機能性を子どもに刻むサステナブルデザインとして巧みにまとめあげた。保育室、廊下、ピロティまでフラットに走り抜けられる空間構成が心地よい。木造園舎の短工期実現、経営母体である自動車部品メーカーのプレス技術を活かした新開発のチタン瓦の採用、社員による伐採、製材による社有林の杉材活用など、CSV活動としての側面も評価できる。

■購入・利用できる場所・方法：
社会福祉法人 こじま福祉会 こじまこども園
園長 高島康行：0565-32-2281
所在地：愛知県豊田市金谷町7-30

こじまこども園

社会福祉法人 こじま福祉会 こじまこども園/
株式会社 エムアーキ

子どもは自分で遊びを見つける。子どもたちが遊びという生活の中で、先生や地域の人々と共に、自然な街を作り上げていくことを期待した。そのために、木造園舎、芝生広場、ミニタウンで構成される保育園を、子どもの深層心理に残るサステナブルデザインで建て替えた。こじまこども園は地域と支えあいながら子どもを育てている。

検索番号：171202

こじまこども園は、トヨタ自動車の内外装部品メーカーである小島プレス工業の社会福祉法人が運営している保育園である。47年の歴史を持つこども園の建て替えにあたり、設計にあたった株式会社エムアーキの宮原亮氏はそのコンセプトについてこう語る。

「敷地は愛知県の豊田市で、小島プレス工業と上挙母地域の真ん中にあります。設計の1つ目のコンセプトは、『伝統の継承』。同園ではマーチングバンドを通じ、みんなで最後まで力を合わせてやり遂げるという喜びを長年教えてきました。伝統のはだし教育も、健康で自由活発な子どもが育っている大きな要因になっています。今ではこの園舎にこじまこども園の卒園生が保育士となって戻ってきています。2つ目のコンセプトが、『子どもの見つける遊び』です。空間や環境に少し変化を与えてあげると、遊具に頼らなくても子どもたちは自分で遊びを見つけていると思います。庭内には足場

もあり、地域のおじいさん、おばあさんたちと一緒に楽しんでいきます。3つ目のコンセプトが、『自社森林の活用』。同社が所有する三重県大台町の森林の木を使い、社員自らが木こりになり、雨の日でも仕事ができるように製材所も作りしました。この木材を施工者へ支給して園の部材として使っています。

柔らかな光が抜ける園舎は内と外が緩やかにつながり、子どもが自由に動ける場所を作った。オープン化するとどこまでもはだしで行ける。深い庇のピロティは日よけの役割にもなり、雨模様の運動会の日はこの観客席になる。小島プレス工業の技術を活かし、木を守るためにチタンのプレス屋根を開発した。

こじまこども園は子どもたちの深層心理に残るようなデザインを施している。子どもたちが自分で居場所を見つけたり、自分たちで遊び方を探したり、子どもの力を引き出してくれる仕掛けがとても印象に残る空間である。



優秀賞 消費者担当大臣賞



日本と世界の子どもたちが創発。 「せかい！動物かんきょう会議」

せかい！動物かんきょう会議プロジェクト

「動物になって考えよう」を合言葉に、子どもたちが大好きなアニメーション手法を用いて、次世代の日本と世界の子どもたちが、よりよい地球の未来について話し合い考え合う「教育コンテンツ番組」を含む総合エデュテイメント事業です。本作品は2016年、モントリオールの企業と日本・カナダ共同開発合意し、世界規模でプロジェクトが進行中。

検索番号：170964

キャッチフレーズは、「Growing Up Together」。アニメーションを使い、次世代の日本と世界の子どもたちが地球の未来について話し合い、考え合う教育コンテンツ番組を含む総合エデュテイメント事業が本作品である。企画・運営に携わっている株式会社ヌールエの筒井一郎氏は語る。

「きっかけは1997年の地球温暖化防止京都会議でした。2002年には絵本シリーズを、2010年には1話5分、全部で20話のショートアニメーションを作りました。『動物になってしまえば、もはやそこには国境も国籍もない。男でも女でも、年の差も超えられるかもしれない。フェアな関係の中で、子どもたちのクリエイティブティを引き出したい』。これが企画コンセプトです。NHKのアニメーション誕生をきっかけに、小学校の現場にも進出しました。5分間のアニメーションで問題提起をするのですが、そこには答えがありません。動物会議の続きを先生たちと子どもたちとで一緒に考えます」。

この着眼点のもと、動物かんきょう会議は、せかい！動物かんきょう会議へと進化しました。プロジェクトはSDGsの課題に取り組み団体、NGO、企業と一緒に進めています。例えば公益財団法人OISCは、世界の森を守るため世界36カ国4900の学校で木を植える活動を実施しています。日本の場合、森林問題は間伐やその利用がテーマになりやすいのですが、インドネシアでは急激な都市化による森林破壊、タイでは無計画な焼き畑問題、フィジーではサンゴの森の減少問題と、同じ森でも課題がさまざまです。こうした内容を子どもたちとシェアし、議論に活かしています」。

現在、新たな企画を日本とカナダの共同開発で進めている。それぞれの国の言語、日本語とフランス語で実施し、あえて英語をプラットフォームにしない。すると自分の言語こそがクリエイティブの源だと実感するという。

日本の子どもたちが世界の子どもたちとリアリティを持ってつながり、中学、高校と成長するにつれ、この社会的課題を解決することこそが最もエンターテインメントであり、大切なことである。このようなマインドを幼少期のうちから学んで欲しいという。

エシカル消費は子どもたち自身も、物の来し方、行く末を知ることから始まる。自分が消費者になった時に正しいものを選択する目を養う。そういった視点で今回、消費者担当大臣賞に選ばれた。せかい！動物かんきょう会議の考え方は、多様なものづくり、ことづくりに共通する重要な視点を含んでいるのである。

■審査委員コメント：日本と世界の子どもたちが、多様な立場を表す動物キャラクターになり、AI機械翻訳を活用して環境問題について考え、意見を交わし合うワークショップである。短編アニメーションを問題提起に用いることでわかりやすく、使用するツール群のデザインクオリティも非常に高い。

■受賞理由：環境や多様性をテーマに生活や経済との関わりを理解する歴史あるプログラムが、ITやAIといったテクノロジーを駆使してグローバルな展開に至った。日本の子どもたちが世界中の子どもたちとともに持続可能な開発目標(SDGs)を考えるきっかけとなり、経済や生産、消費、廃棄に至るまでサステナブルな視点を持つことの重要性を習得するという視点で本賞にふさわしいものと考えられる。積極的な発言が不得手な日本の子どもも、キャラクターに仮託することで発言でき、世界の子どもたちとの交流を通じてコミュニケーション力育成にもつながる優れたプログラム構成といえる。

■購入・利用できる場所・方法：

株式会社ヌールエ デザイン総合研究所
小学校、美術館、博物館、ユネスコ学校などでの屋内スペースを活用。参加者は10名以上。



優秀賞

少子化対策担当大臣賞

■審査委員コメント: 妊娠・育児情報があふれる一方、広報紙などの紙媒体中心で発信されている行政情報に子育て世代が接触する機会は減る傾向にある。医師や専門家による信頼性の高い情報が、自治体からの公式情報と合わせて適宜にプッシュ型配信される、時代のニーズに合ったサービスである。

■受賞理由: 子どもの成長に合わせ必要な時に必要な情報を閲覧できる、インターネット・スマホ世代向けのアプリである。こうしたプッシュ型配信サービスは、情報に対して「受身型」になりやすい生活者へ然るべきタイミングで必要な情報を届けてくれ、紙の母子健康手帳との併用でさらに効果を発揮するだろう。自治体、企業、病院、先輩ママのアドバイスなどコンテンツも有用かつ豊富で、データのクラウド保管によって成長の記録を蓄積し可視化できる点も、子育ての苦労と喜びを実感させる記録になる。

■購入・利用できる場所・方法:

App Store、Google Playストアで公開中、ダウンロードして無料で利用可能

母子健康手帳アプリ

NPO法人ひまわりの会 / 株式会社NTTドコモ / 株式会社 博報堂 DYメディアパートナーズ

妊娠・出産・赤ちゃんの成長を正しく学ぶアプリ。妊娠週数や月齢に合わせて「赤ちゃんの成長に合わせたコンテンツ」を毎日お届けします。自治体や病院から子育てに大事な情報も届きます。各種健診や予防接種記録など、紙の母子健康手帳の記録をすべてクラウド保管。紙の母子健康手帳と一緒に使って欲しいアプリです。

検索番号: 171349



初めての妊娠、出産には心理的・物理的な不安が常につきまとう。核家族の浸透により、身近に経験者が少ないことも不安に拍車をかける。その解決へ向けた取り組みが本作品だ。

株式会社NTTドコモと株式会社博報堂DYメディアパートナーズの2社は妊婦手帳というサービスを2013年から実施しており、妊婦の不安にいかにより添うかという観点でサービスを提供してきた。年間10万ダウンロード、つまり10人に1人の妊婦が使うほどの人気のアプリで、大半の妊婦が出産まで使い続ける。人気の秘密は、妊娠期の各タイミングに合わせていかにその人の不安を払しょくしてあげられるか、信頼ある情報でサポートするか、に配慮してきたことだという。

一方、NPO法人ひまわりの会は、妊婦や子育てを応援する活動の一端として2014年に「母子健康手帳アプリ」を立ち上げ、その普及に努めていた。前者の経験をもとに、協業してさらなる社会的役割を果たすべく、母子健康手帳アプリの運営・普及活動は活発化した。NTTドコモの西口孝広氏は語る。

「アプリケーションは、学びの要素と記録の要素の2本立てになっています。学びの要素は、妊婦手帳から長年取り組んできた、成長のタイミングに合わせた情報の提供です。具体的には妊娠週数や生後の月齢に合わせて必要な情報を発信します。今日はこのページを読んでみてください、といった感じで無理なく続けられるコンテンツとして工夫しています。タイミングよく情報発信することで、学習

効果があり、理解も進むと考えています。さらにそれが信頼ある情報、医者の監修した情報や自治体情報として提供されている点も信頼が増す条件になっています。もう一つの要素が記録の機能です。

母子手帳の全項目をデジタル化し、ご自身のデータをクラウドに保存することができ、成長の可視化ができることも、デジタル化されていけば紛失の心配もなく、データ活用も容易です。母子手帳に記録された情報を、将来子ども本人に渡し、一生涯使うようなサービスに長い時間をかけて仕立てていきたいなと思っています。

本アプリのキャラクターであるクマのデザインは、「ハグクマ」と名付けられ、温かみのあるアプリのロゴを顔に見立て、親子に優しくみんなで見守ってほしい、というコンセプトを表しています。

協力者の一人である小児科医の中村安秀氏は、母子手帳の国際会議を主催しており、母子手帳を世界に普及させようという試みを実践している。母子健康手帳アプリは自治体の提携・賛同も進み、開始1年弱で20ほどの自治体が参加、さらに40〜50の自治体が検討しているという。

「母子手帳国際会議では、宣言として『誰一人取り残さない』というメッセージを発信しました。私たちは、幼いうちに亡くなった子どもがまだまだ多い国際的な状況に、このアプリの普及で貢献できないかと考えています。」

妊娠・出産の心の揺らぎや悩みに寄り添う、欲しい時に欲しい情報に触れられる、温かみのあるアプリとして、国内外でのさらなる普及を期待している。

優秀賞

少子化対策担当大臣賞

JOHNSON TOWN

株式会社 磯野商会 /
渡辺治建築都市設計事務所

15年前は、高齢化・老朽化し子どもが一人もおらず「磯野スラム」と呼ばれていた。米軍ハウスを改修し平成ハウスに建替えなどをして、子どもが50人以上住み、子育てをしながら家族の夢を叶えられるまちに生まれ変わった。

検索番号：170846

■審査委員コメント：米軍住居などを含む広大な住宅地を建屋の特徴を活かした改修や建替えによって新たなライフスタイル提案につなげ、子育てにとっても魅力ある街として再生した。1階を店舗にできる2階屋や路地を活かした回遊性、安心安全な街づくりの成果が15年を経て家族や子どもに優しい街として結実している点は特筆すべき成果である。

■受賞理由：広大な住宅地の再生にあたり、街の独自性を活かしながらコミュニティ形成を重視した街づくりを実践してきた成果が15年を経て実証されており、喫緊であるストック住宅問題や地域再生に新たなライフスタイルの提案をすることで「子どもと住みたい街づくり」につながることを示す好事例である。街に点在する路地をコミュニティ活動の拠点として活用し、住民の自発的なイベントや活動につながっている点も、地域の多様な住民が子育てに関わるモデルとして高く評価できる。

■購入・利用できる場所・方法：

磯野商会入間事業所：04-2962-4450

渡辺治建築都市設計事務所：044-344-3640

埼玉県入間市東町1丁目

借間・借家をするか、運営されている店に入りサービスを受ける

JOHNSON TOWNは、米軍ハウスと呼ばれる平屋のアメリカン古民家と、平成ハウスと呼ばれる現代的低層新築住宅が点在する、埼玉県入間市の北東部にある独特の雰囲気をもったエリアである。15年前、所有・管理者の株式会社磯野商会の磯野達雄氏が会社を受け継ぎ、タウンを見てあまりの荒廃ぶりに驚いたという。磯野スラムと呼ばれるような、この街をどうしたらよいか。それを考えるところから、JOHNSON TOWNの物語が始まった。設計にあたった渡辺治建築都市設計事務所の渡辺治氏は経緯とコンセプトを語ってくれた。



「米軍ハウスは戦後、進駐軍が民間誘導型で建てさせたもので、上下水道がなかった60年前に給湯器、水洗トイレがあり、ダイニングキッチンが10畳ある立派な仕様です。車いすで生活でき、介護にも対応できる驚きのプランを持つた先進的かつ、ここ独自のつくりでした。『未来の標準住宅をつくらう』と論議を重ね、屋根はトラス構造でスケルトンインフィルであったため、店舗として使うには格好の躯体でもありません。屋根は垂木構造、屋根裏にもいくつかできるようなことで、2階に住み1階は店舗や趣味の空間として使う家ができました。戦前の将校長屋があった場所に、この平成ハウスが39軒建築された。従来あった路地を残して新しい路地を作り、回遊性を持たせ人が出会う機会を増やした。路地は子どもたちにとって仲間をつくり交流する場であるとともに、冒険の場でもある。居間同士を向かい合わせたキッズストリートや、入り口同士を向かい合わせたままのストリートも作った。舗装は最小限にとどめ、雨が降ると水たまりができて子どもの水遊び場になる。15年前には1人もいなかった子どもが、今は50人以上もこの地に暮らし、遊び、学ぶ。「居住者たちは月に1回、自主的にワンデーマーケットを行っており、そこでは子どもたちもお店の運営に参加します。嬉しいのは、タウンでは子育てしながら家族が夢をかなえていることです。デザイン事務所を運営したり、小物店を3店舗運営したりしているオーナーもいます。元劇団四季のダンサー夫婦はスタジオを運営し、子どもたちにダンスや歌のレッスンをしています。クリスマスイベントで思い思いの楽器を演奏し、子どもたちがダンスと歌を披露します」。

JOHNSON TOWNは、子育てをしながら家族の夢を実現でき、みんなが楽しく住める街になった。多様な参画とデザインが実現した、良質なキッズデザインの街づくりの実践と言えるだろう。



優秀賞

男女共同参画担当大臣賞



マミーズプロジェクト

ミサワホーム株式会社

ミサワホームのマミーズプロジェクトは、産休から復帰した女性営業社員が自身の経験とスキルを活かしながら働き続けられる新しい働き方のモデル。SNSの活用で可能とした時短による探客、親子参加型イベントの企画・実施、子育てにやさしい住宅のプロデュースなど、ママ営業がイキイキと働ける職場環境をデザインしている。

検索番号：171178

マミーズプロジェクトは2015年4月に発足した、産後復帰の女性の営業チームである。発足の背景をミサワホーム株式会社梅田每美氏はこう語ってくれた。「一般的に住宅営業職は女性にとって大変やりのある仕事ですが、子育てママには不規則、長時間勤務という大きな壁がありました。そこで時短勤務でも活躍できる仕組み作りが必要だと感じ、ママ営業が子育てと仕事を両立し、活躍できる場として、マミーズプロジェクトを首都圏で発足しました。社内の女性を対象にしたアンケートでは、やりがいがあり長く働きたい反面、若い年齢層の女性営業職ほど将来に対する不安を抱えているという結果が出ており、新たな働き方の仕組み作りが必要だと感じました。マミーズプロジェクトは、子育て中のママ営業が生き生きと働き続け、活動できる取り組みです。時間に制約のある中で、より効果的な取り組みを中心に活動しています。その内容は、SNSを活用した営業活動、地域イベント開催による集客、商品企画とプロデュースです。3つの活動は、同じ境遇にある地域のママやママ団体とコラボをして推進しています。ママの口コミ力やSNSの発信力は効果絶大で、営業活動ではポータルサイトやFacebookを開発し、自分たちの子育て体験や、子育てママ向けのイベント情報を発信することで、多くの方のアクセスがありました。地域イベントは、子育てママが時間に余裕のある平日の日に開催し、SNSの発信に

共感いただいた多くの子育てママに参加いただきました。商品企画とプロデュースは、子育てママならではの視点を間取りや設備に盛り込み、発売直後に契約に至っています。いずれの取り組みも比較的時間に融通を利かせやすく、子育て中の女性が活動しやすい点が特徴だ。地域密着のコラボイベントでは分譲地を会場として使い、スタンプリリーを通じて家族で楽しみながら街並みに触れあい、愛着を持ってもらえるような企画を立てた。真冬の5時間の開催だったが、140組もの来場者があった。「今後の展開としては、これまでの活動を全国に展開していくとともに、活動の幅も広げていくために4つの取り組みを考えています。『地域ママとの交流の場をつくる』『胸キュン住まいの街づくり』『女性社員の働きやすさの一層の向上』『イクメン、イクボスの参加促進』です。これらの活動は会社や上司の理解、協力してもらえらる同僚、そして家族のおかげだと考えています。時間にさまざまな制約がある業種業態は多い。住宅メーカーのみならずこうした分野でも参考となるモデルである点が高い評価につながった。ママ社員が生き生きと働ける活動のさらなる展開が現場から発信されることに期待したい。

■審査委員コメント：本来、住宅会社の営業職は子育てで経験を活かし、ニーズに沿った提案を行うことに適した職種である。顧客対応およびチーム連携にSNSやICTツールを活用することで子育てと仕事の両立を実現すると同時に、子育てに寄り添った各種の取り組みで成果を挙げている。

■受賞理由：産後の復帰や育児に伴う時短勤務や不規則勤務の課題に対し、SNSなどのツールを活用したチーム体制を確立し、子育て支援と営業職としての実績向上の双方に貢献している。平日の分譲住宅を活用した地域の子育てママ向けのイベントや自身の経験や参加者の意見を反映した住宅提案など、子育てに関する「共感」がビジネス面での成功につながっている。職場男性の理解促進など多面的なプロジェクトから成立しており、勤務時間に制約のある他業種でも参考になるモデルである。

■購入・利用できる場所・方法：

ミサワホーム株式会社 首都圏営業本部 埼玉支店 埼玉営業三部 マミーズプロジェクト

