

課題① 地域の魅力や活動の可能性を知る人を増やすには？

■経験した難しさ

<無関心>

- ・ 祭りは会員外も参加可能にしているが、そもそも興味が薄く子どもの参加も少ない。
- ・ 地元意識が薄く無関心層に魅力が伝わらない

<活動の見え方>

- ・ 町会活動が外から見えない。
- ・ 自分の活動のお思いをまとめ、伝えるのが難しい

<情報の届け方>

- ・ HPを見ないと何をやっているか分からない」＝新規の人・町会外の人はどうアクセスするかが問題
- ・ WEBサイトは、情報を取りに行く意識がないと、情報を届けにくい
- ・ オートロックのマンションが増え、訪問しても開けてもらえない

<情報を届ける体制>

- ・ HPの更新は、町会にとって負担。やれる人材や余裕がない。
- ・ 紙媒体での情報の伝達は、負担。見ない人も多い。（回覧板、各戸配布）
- ・ 情報をデジタル化してもITが苦手な町会員がいると紙も必要になり、負担増。



■町会の取り組み・工夫

<子どもたちへ地域の文化を伝える>

- ・ 子ども神輿に参加する子どもへ、神様・祭・神輿の意味を「きちんと説明」し、祭やまちを大切に思う気持ちを育てている。

<活動を見える化>

- ・ 町会の1年間の行事を一覧にしてまとめたチラシを作成し配布
- ・ 町会員のホテルで、外国人の宿泊者向けに、神輿を担ぐ体験会を実施し祭をPR
- ・ HP上で行事予定を報告（例：役員会、新年会、歳末警戒、一斉清掃などが見える形）
- ・ 大好き神田WEBで行事・活動レポートを紹介、町会長インタビューでまちへの思いを紹介

<SNSで町会員でない人へも情報提供>

- ・ 公式LINEの登録を、イベント時などに登録を呼びかける
- ・ Instagramで町会情報発信&キャラクター、4コマ漫画等で若い人に親しみ

<歴史など地域リソース活用>

- ・ 70周年冊子に古い写真・まちの歴史を入れて、歴史から興味喚起を促す。

■地域の活動

- ・ 助成金の仕組みなどを活用して、自分の活動を知ってもらうようにする
- ・ サンバカーニバルなど新しいプログラム取り入れるなど工夫すると、普段参加しない男性も参加
- ・ 色々な話を聞いて、自分の活動に参加してもらうターゲットをシャープにする（楽しく千代田区に住みたい人を想定）

■これから取り組みたいこと、必要なこと

- ・ LINE公式やQR導線で登録を促す
- ・ 情報発信にプロの力（ウェブ制作等）に借りる
- ・ 情報を見てもらえる導線をどう作るかを考えたい。
- ・ 千代田区は職員も区外在住者が多いため、災害時の初動は近所付き合いが命綱。「支え合い」という抽象的な言葉より、「災害時に助け合う」という文脈のほうが自分事になりやすい。

- ・ 町会長のような長く住む人が感じる「ここに住む良さ」を、新しい住民にも届く形で発信していく
- ・ 町会を身近に感じてもらいたい
- ・ 興味がない人にも目に入る仕組みがあれば。「偶然みつけました」という機会を増やしたい。

■経験した難しさ

<町会の加入>

- ・ マンションが多く、町会の未加入者が多い。
- ・ マンションの町会への「1棟加入」「新築時の加入」が管理組合担当交代で反故に

<何かしたい人がつながっていない>

- ・ 参加したい関心層（40%程度）がいるが関わっていない。

<企業と地域>

- ・ 企業は寄付・町会費は払っても「町会活動への参加がない
- ・ 地元の企業にも、町会に入っていない企業がある。新しく呼び掛けるのが難しい。

<地域との接点>

- ・ まちの個店が減り、住んでいる人とまちの接点が減っている。
- ・ 新しい人のアクセス（接点）を増やすことが課題
- ・ 参加機会が「見つけられない」＝情報導線が課題（若い人との接点がない）

<接点づくりの体制>

- ・ 町会でも新しいイベントをやりたくても、人員や予算がなくて難しい

<男性の地域参加>

- ・ 地域の活動では「集まって話す」こと自体にハードルを感じる男性が多い。



■町会の取り組み・工夫

<都会の子どもに体験させたいをきっかけに>

- ・ 子どもの半纏・神輿体験が“写真を撮りたい”が親も参加する動機に
- ・ 子ども向けイベントをたくさん実施。未加入者との接点となっている

<知ってもらおうきっかけをつくる>

- ・ 町会から成人の日や敬老の日のお祝いを届けるときに町会加入の案内も同封
- ・ 地元のイベントの時に町会説明ブースを設けた
- ・ イベントなどに参加した人に「LINE登録」をしてもらう
- ・ 敬老の日にお菓子を手渡しで配布。顔の見えるきっかけづくり

<祭り・イベントをきっかけに活かす>

- ・ 祭りは「地域活動に馴染まない人を誘い込む」入口となっている
- ・ 企業の人を中心とした橋洗いイベント実施
- ・ 一斉清掃の参加を幅広く呼び掛ける。企業の人がたくさん参加
- ・ わらじの履き方教室。マンションの人も楽しんでいる。

<目につくところに情報を置く・情報発信の工夫>

- ・ マンション内デジタルサイネージへ町会イベント情報を掲載予定
- ・ 掲示板で町会イベントを掲示（掲示板は意外と読まれている）
- ・ SNSやWeb等の媒体ごとの役割を整理

■地域の活動

- ・ 他の人のイベントへ出展・参加し、自分たちの活動を発信する機会を増やす
- ・ 「参加感をつくる」：一方通行にならないよう、お互い楽しむ環境をつくる。
- ・ 昔遊び（お手玉など）を教える、幼稚園の預かり保育で子供と遊ぶなど、高齢者の出番を作る
- ・ 中高生のボランティアには、「探究学習の単位」が参加のきっかけになる
- ・ 食事だけ、お弁当をもらうだけでもOKとし、とにかく参加してもらう

■これから取り組みたいこと、必要なこと

- ・ 祭参加の呼びかけを「日本三大祭、江戸三大祭を体験しませんか」というスタイルでの呼びかける
- ・ 電子メールによるプッシュ型で町会の情報を届ける
- ・ 町会イベントを増やし、新しいことにチャレンジしたい。加入者増につなげたい

- ・ 地域通貨を「参加・ボランティアのインセンティブ」にできないか
- ・ マンション管理組合との連携を強化したい。
- ・ 他団体の取り組みの良さを知り、参考にする
- ・ 「そろばんができる人」「書道ができる人」など、地域のリソースをリスト化し、学校や企業のニーズとマッチングさせる仕組みがあれば

課題③ 活動やイベントをつくる・運営する楽しさを広げるには？

■経験した難しさ

<楽しむだけの人が多い>

- ・ イベントに来る人は多いが、手伝う人が少ない
- ・ イベント参加者を「加入者」「担い手」へどうつなぐかが難しい

<参加の形態>

- ・ 働く世代が平日日中の会議に出にくい

<土地の特性>

- ・ 転出する人が多く、定着しない
- ・ 住んでいる人がそもそも少ない、いない

<町会の体制>

- ・ 担い手が限られ運営が少人数に集中している
- ・ これまでのやり方を重視する人もいて、新しいことに取組みにくい
- ・ 若い人に独自にやってもらう必要はあるが、最終責任を誰が取るか等の難しさがある。
- ・ この地域に嫁いできて自然と婦人部をしているが、若い人にはその感覚がない

<外部の人の入りにくさ>

- ・ 外部の人に手伝ってもらおうと「楽しんでもらう」と、お客さん扱いになってしまいがち。
- ・ 運営側も「自分たちがやらなきゃ」という義務感や「私たちがやったほうが早い」という意識



■町会の取り組み・工夫

<柔軟な参加の仕方>

- ・ 「お祭りだけ」「SNSだけ」と限定して手伝いを呼びかける
- ・ クリスマス等（テーマごと）に手伝い手を増やす

<出番をつくる>

- ・ 7若手に任せると、自分たちでは思いつかない新しいことができる。
- ・ 町会活動に関わる理由は「地域でやりたいことができるから」。任せてもらえるとやりがいを感じられる。
- ・ 企業会員の専門分野を活かして、イベントなどの講師になってもらう

<イベントや会議の時間帯>

- ・ 町会イベントを金曜日に実施。法人会員の人も参加できる
- ・ 会議を19時開始にしたら若い人や企業も参加できるようになった。
- ・ 会議は1時間、飲み会参加は自由（現役世代の参加ハードルを下げる）
- ・ 法人会員に、部や役員などの役割を担ってもらう

<声掛けをする>

- ・ 祭りやイベントで会って「感じがいいな」と思った人に声をかける
- ・ 他地域で祭経験があると入手伝ってもらえることがある。

<体験を共有する>

- ・ お祭りやイベントを「やりきった」時の高揚感を共有することで、楽しさを実感してもらう。

<交流を増やす>

- ・ 婦人部は「浅草まで歩いてご飯を食べる」など、活動外での楽しみ（旅行や食事会）でつながりを強化している。
- ・ 飲み会などで交流しながら、青年部などへ参加を誘う

■地域の活動

- ・ 「活動意義を伝える」ことで、共感と理解を深めていく
- ・ 「講座」参加から、活動立ち上げへ
- ・ 地域の活動で大変な時期を乗り越えられた経験から、次の人へ恩返し

■これから取組みたいこと、必要なこと

- ・ 「祭」が好きな人などテーマで人を集め、手伝いに回ってもらう
- ・ 子どもイベントは「子ども実行委員」を作り、子どもが関わることで親の参加も。地域の体験で将来の担い手へ期待。
- ・ 企業の人に参加できる「サポーター会員」（議決権なし・イベント等に関われる）

- ・ 自分がやりたいことを語るだけでなく、来た人の「やりたいこと」にも目を向ける。
- ・ 「地域で何かしたい人」や「得意なことがある人」が関われる仕組み、マッチングができれば
- ・ 運営側と参加者側の境界線をあいまいにし、小さな役割（ワンブースの手伝いなど）から「作る側」の楽しさを体験してもらうステップが必要。

■経験した難しさ

- ・一緒に取組むためのきっかけや仕組みがない
- ・一度コラボをしてもつながりは続かない
- ・町会運営が少人数で、外部連携の窓口対応も含め、連携は負荷が高い。
- ・近隣の町会同士でも「うちのうち、よそはよそ」という意識があり、合同イベントなどの連携が難しい場合がある
- ・他町会コラボや全区イベント参加は、急な依頼だと難しく、年度計画に前年度から入れておかないとハードルが高い。
- ・連携の枠組みが難しいこともある（共催/主催など）
- ・繋がりが「個人」。異動などがあると関係性が一からとなる
- ・大学とつながるきっかけが難しい
- ・企業が「やりたいこと（提供したいもの）」と、地域住民が「やってほしいこと」がマッチしない
- ・企業と町会のコラボは「なぜその企業か」の根拠が難しく、営利目的と見られる可能性



■これから取組みたいこと、必要なこと

- ・団体同士の連携が生まれる“きっかけ作り”を自分たちで企画
- ・他町会の取り組みの事例を情報共有・情報交換（どこで情報を得られるのか、人材を得られるのかなど）
- ・得意な人を集め活かす場
- ・活動への思いを知ってもらう場
- ・人を集めるのではなく、人が集まっている場所（銭湯、お祭り、ガソリンスタンドなど）に出向く（専門職等）
- ・企業のリソース「野菜摂取量の測定」「健康クッキング」やキッチンなどを活用してもらいたい

■町会の取り組み・工夫

<大学との連携>

- ・大学の地域連携推進センター等でイベントの手伝いを派遣してもらう
- ・大学サークルとの連携（落研など）

<イベントや行事を一緒に実施>

- ・地区にある高齢者施設と一緒に防災訓練を実施

<まちのイベントを町会以外が実施>

- ・大人縁日：町会主導ではなく商店街主導、プロデュース/取りまとめは企業が受託（＝町会以外が主導する形で“まちのイベント”を作った）

<情報でつながる>

- ・町会のWEBサイトがあることで、地域企業のイベント/講座情報など町の情報が集まってくるようになった。

<活動団体との連携>

- ・活動団体の人と連携し、子ども向けのイベントの楽しいコンテンツを提供してもらっている。実施時期を柔軟に設定。
- ・参加型イベントの形態で外部団体も町会イベントに参加してもらう
- ・活動団体は場所確保に苦労するが、町会と組むことで学校や施設を借りやすくなる。町会はコンテンツ（アイデア）不足を団体に補ってもらう

<共通の課題>

- ・「ネズミ駆除」など共通課題で、町会だけでなくまち全体で協力

<コーディネート>

- ・企業のやりたいコンテンツと地域のニーズをコーディネート
- ・学校と地域をつなぐため、学校が依頼した人材を地域で探している
- ・ボランティアセンター等を活用して、講師などを派遣してもらっている

■地域の活動

- ・「町会」「日比谷公園」「障害者福祉センター（えみふる）」「企業」のイベントに積極的に参加する
- ・コラボの機会があれば積極的に参加＝聞く／聞いてもらう機会が新しいつながりに
- ・他の団体も参加できるイベントで、活動披露・紹介する機会を提供し、コラボのきっかけづくりをつくる
- ・人との出会いを大切にし、何かあった時に思い出すように情報を整理