別紙

令和８年度校区まちづくり交付金　交付決定助言書
【西山本小学校区まちづくり協議会】

〔交付決定にかかる条件〕

※下記に記載の〔交付決定にかかる条件〕については、年度内の活動の中で実践や実施に向けた検討を進めてください。その実績や検討状況については、実績報告書に記載いただき、ご報告ください。

○チャレンジメニュー②：3-①ホームページやインスタグラムやXなどSNSの導入

・SNSによる情報発信が、実際の新規参加につながっているのか等の導入後の効果について、イベント開催時のアンケート実施等により把握し、今後の改善に活かす手法についてご検討ください。

・ブログの情報発信については、定期的な更新や、SNSの二次元コードを掲載したポスター掲示でお知らせするなど、地域住民への周知を強化する手法についてご検討ください。

○取り組み①：青色防犯パトロール

・街頭犯罪ゼロという目標を掲げられていることから、事業実施前後で街頭犯罪等の経年的な数値等をもとに、本事業が犯罪抑止につながっているのか等の効果検証の実施についてご検討ください。また、その検証結果については、年度初めに前年度の取り組みの効果として掲示板に掲示するなど、紙媒体でも地域住民へ周知を図る手法についてご検討ください。担い手のモチベーションアップにもつながると思います。

○取り組み②：西山本地区防災訓練

・安否確認の旗が上がらなかったところへのアプローチを検討していくことが、次のステップにつながると考えられます。訓練実施後に、旗が上がらなかったところがどれくらいあったのかについてチェックし、その結果を踏まえた今後のアプローチ方法について、ご検討ください。また、安否確認への参加率の目標値を設定することについてご検討ください。

・訓練の実施にあたっては、訓練の目的やどのような成果を期待するのかを検討した上で、地区防災計画を踏まえた訓練となるよう、具体的な目標の設定についてご検討ください。

○取り組み③：サロンさくら

・この場を通じて寄せられている、お悩みや困りごとを含めた住民からの情報の集約や、その結果を踏まえた今後のアプローチの手法についてご検討ください。

・昨年度は中高生も参加されていたとのことですが、今年度も中高生が参加されていれば、一般参加者も含めて中高生の感想や意見を聞き取り、今後の活動に積極的に取り入れ、交流の輪を広げる手法についてもご検討ください。

○取り組み④：サマーフェスティバル

・参加者数や満足度などの目標設定や、参加者やスタッフの感想や意見を集約する等、事業の検証を行う手法についてご検討ください。

別紙

○取り組み⑤：ノルディックウォーキング
○取り組み⑥：わかわかごぼうトレーニング
・体重減少や歩く距離が伸びる、参加者の筋力アップ、フレイル予防への効果など、データを見える化し、取り組みの効果を検証する手法についてご検討ください。
・参加者数や満足度、健康増進や筋力アップができたか等の目標を設定するとともに、参加者及びスタッフの感想や意見集約等をもとにした取り組みの効果検証の実施についてご検討ください。また、筋力アップへの効果については、年度途中や年度末に確認のための筋力測定の実施についてご検討下さい。高齢者向けの健康増進プログラムは、参加してもらうだけで満足してしまう傾向が強いと思います。また、継続事業は参加者が固定化しがちです。筋力がどの程度アップし、フレイル予防に役立っているかを目に見えるかたちにすることで、参加できていない引きこもりがちな高齢者の参加を促すきっかけになると思います。

○取り組み⑦：子育て広場
・「取り組み③サロンさくら」と同様に、保護者のお悩みや困りごとの相談の内容や解決状況について把握し、効果検証の実施や結果を踏まえた次期の改善策についてご検討ください。
・参加者数や満足度などの目標の設定とあわせて、参加者やスタッフの感想や意見を聞くなど、事業の効果検証の実施についてご検討ください。

○取り組み⑨：スタンプラリー
・昔の古い写真をもとに、それがどこの場所かを巡って当てるような企画も興味深いかと思いますのでご検討ください。
・毎年テーマを変えて、地域を知る取り組みをされているので、参加者もスタッフも楽しんでおられる様子がわかります。参加者の意見や満足度を把握するための参加者アンケート等の実施についてご検討ください。

○取り組み⑩：ふれあいフェスタ
・「世界かんがい遺産」という大阪府下でも珍しい施設に触れ、歴史を学ぶとても良い企画だと思います。その学習成果を発表する機会づくりについてご検討ください。子どもたちのモチベーションが上がり、参加していない子どもたちへの刺激にもなると思います。

○取り組み⑪：高齢者への友愛訪問
・訪問告知チラシの配布や、離れて暮らす子どもや親族にも伝わるよう SNS を活用するなど、幅広い広報の実施とともに、訪問頻度の増加についてもご検討ください。

○取り組み⑫：高齢者へのイベント
・防災訓練の安否確認旗と同様に、イベントに出てこられない、出てこない方々へのアプローチする手法についてご検討ください。
・取り組みの検証を行うとともに、近隣の参加されていない高齢者のことについて尋ねるなど、参加

促進の工夫につながる手法についてもご検討ください。

○取り組み⑬：登校の見守り
・保護者世代に対し、見守り活動参加への働きかけを行う手法についてご検討ください。仕事をされている世帯も多いことから、そのような世帯でも参加しやすい工夫についてもあわせてご検討ください。

〔今後の活動にかかる助言〕

※下記に記載の〔今後の活動にかかる助言〕については、まち協活動でご活用ください。こちらの項目については、実績報告の際の実施状況等のご報告は不要です。

＜全体を通して＞
・とても良い取り組みを展開されているので、さらなる発展に向けて、全ての取り組みでの目標設定や事業の効果検証の実施についてご検討ください。
・事業終了後のふりかえり実施の際は、アンケート、聞き取りなどで参加者やスタッフの声を拾うとともに、事業実施前と実施後の変化を確認し、次年度の取り組みにつなげることで、事業への手応えを感じ、改善点を見出しやすくなると思います。
・地域のイベントや防災訓練を一生懸命企画しても、肝心な方々が足を運んでくれない――これは全国のまちづくり協議会ならびに自治会や町内会、コミュニティ役員の方々が共通して抱えている非常に悩ましい課題です。そういった取り組みに、「出てこない・出てこられない」理由には、主に「身体的なハードル（足腰が痛くて会場まで行けない）」と「心理的なハードル（知っている人がいない、面倒、自分は役に立たないという思い込み）」の 2 つがあると考えられます。そこで、今回は、この壁を突破し、実際に参加率の向上や孤立防止に成功している日本各地の事例を、アプローチ別にご紹介します。

1. 会場に集めず「ご近所」で完結させる：体育館や公民館まで移動しなければならないという「場所のハードル」をなくすアプローチです。
・【千葉県柏市・西山町会防災会の事例】
高齢者の多いこの地域では、大がかりな避難所への移動を伴う訓練の代わりに、町会全世帯を 35 の班に分けた「向こう三軒両隣」での安否確認訓練を実施しています。事前に被害状況を知らせずに行う実践的なものですが、自宅のすぐ目の前で完結するため負担が少なく、なんと確認率 99.9%という高い精度を実現しています。「いざという時は近所の○○さんが声をかけてくれる」という安心感に直結する成功例です。
https://www.kashiwa-bousai.com/
・【公園ベンチの「青空サロン」】
室内イベントへの参加をためらう高齢者向けに、街区公園のベンチを活用して「気軽に語り合える場」を作った地域の事例があります。わざわざ着替えて建物の中に入る必要がなく、散歩のついでに立ち寄れるため、閉じこもり予防として機能しています。https://www.city.matsumoto.nagano.jp/soshiki/31/159697.html

別紙

2. 待つのではなく「個別訪問」から同伴する：チラシや回覧板で「来てください」と待つのではなく、日常の声かけや個別訪問を起点にしてイベントに巻き込む手法です。

【広島市の個別避難計画・避難訓練の事例】

「足が悪いから避難は諦めている」という高齢者に対し、民生委員や福祉委員が直接自宅を訪問し、「個別避難計画（誰がどうやって助けるか)」を一緒に作成しています。そして、日頃から顔を合わせているその支援者が、そのまま避難訓練への参加を呼びかけ、一緒に同伴して参加しました。「この人が一緒に行ってくれるなら」という安心感が、参加への最大の動機付けになっています。

【徳島県美波町の「防災サンタ」】

地域おこし協力隊などが中心となり、クリスマスの時期に「防災サンタ」として高齢者宅を直接訪問。ちょっとした楽しさや季節感のプレゼントを交えながら防災の呼びかけを行うことで、警戒心を解き、防災対策やイベントへの関心を高めることに成功しています＜この 2 事例は貴協議会でも SNS や HP 等を検索してみてください＞

3. 「お客さん」にせず「出番（役割)」を用意する：高齢者を「守られる側」「サービスを受ける側」として扱うと、「自分はもういいよ」と遠慮されがちです。そこで、彼らが「教える側」「活躍する側」になる仕掛けを作ります。

【世代間交流の料理教室や昔遊び】

ある地域包括支援センターが企画した料理教室では、高齢者が伝統料理の作り方を若い世代に教える形式を採用しました。また、保育園児と一緒に折り紙やけん玉をするイベントも同様です。「自分の知識や経験が人の役に立つ」という自己有用感が刺激されると、普段引きこもりがちな方も見違えるように生き生きと参加するようになります。

【子ども・若者をフックにする防災キャンプ】

ある地域では、高齢者ばかりだった防災訓練を、若者や子どもが興味を持つ「防災キャンプ（非常食を使った夕食づくりやアウトドア体験)」に切り替えました。結果として子どもたちが多数参加するようになり、「孫世代が頑張っているなら見に行こうか」と、高齢者世代もつられて参加するようになり、高い参加率をキープしています＜「住民の適切な避難行動の 促進に向けた好事例集」令和５年６月内閣府（防災担当)」 などをご参照ください＞

このように、改善へ向けた第一歩企画の目線を変えることが重要です。「来ない人」を無理に大きな会場へ引っ張り出すのではなく、地域の小さなブロック（数軒単位）での活動に切り替えたり、中学生や子ども会との合同企画にして「見に行きたくなる理由」を作ったりするのが近道と思います。