活動をアップデートするポイント

- どの活動を重点的にやるのかなど、優先順位をつける。
  （住民ニーズや地域の課題に応じた活動が基本）
- 任務や作業を分散、統合することで、効率化させ、負担のないやり方にする。
- 活動や会議は「ついでにやる」など組み合わせる。（思いがけず効果が高まることもあり）
- 活動後はふりかえりを行う。（やりっぱなしにしない。次へ生かす）
- 住民ニーズや課題は日々の対話や気づきからもキャッチできる。
- 会計アプリやSNSなどのITサービスを使ってみる。
- いかに面白く、楽しくするかを意識する。

事例

新関コミ協

七夕の福祉の集いと敬老会を一緒に行い、子どもたちや福祉施設の高齢者が短冊を作成。にぎやかな七夕飾りとなった。事業を組み合わせることで対象が広がり、いろんな人が参加し喜んでいる。半年ごとに役員会で課題を出し合い年間活動計画を作成。事業実施後には検証を行い、マンネリ化を防ぎ次年度計画に生かす。

見附市北谷北部くさなぎコミュニティ

全住民アンケートと活動の洗い出しを行い、事業を見直した。健康ウォーキングと高齢者の参加が多かった歴史探訪ツアーを合体し、親子で楽しめる内容に変更。学校を通じて広報したところ、親子参加が予想以上に増加した。

〈各コミ協の声〉

- 地域のニーズは日々の対話や雑談からキャッチ。
- コミ協活動に参加者した人々との交流を通して課題を拾う。
- 新たな住民には、なぜこの地域を選んだかを聞くようにしている。
- 地域課題に応じた部会づくりと話し合いによる計画づくり。
- 地域住民が喜ぶ・楽しめる活動、運営側も楽しめる活動をする。

ポイント4　知ってもらう・参加を促す情報発信

人手不足や参加者が集まらない一因として、コミ協とその活動が知られていないことが挙げられます。知ってもらうには、地域活動の情報に触れる機会を多くすることや、情報を手に入れやすくすることが大切です。また、活動内容を報告するだけでなく、なぜその活動が必要か、実施して何に役立っているかも併せて伝えると、活動への理解につながります。

情報発信のポイント

- 誰に何を伝えたいかを明らかにし、伝え方（表現・手段）を考える。
  若者はインターネット（SNS）、高齢者は紙媒体の広報誌など。
- 口コミは最も有効。直接住民と会えるときは広報のチャンス。
  拡げてくれるキーパーソンを活用。
- 活動報告だけでなく、活動予告を出す。（参加を促す）
- 活動の意義や楽しさも伝える。
  予告は日時・場所などの基本情報、報告は参加者の生の声も掲載。
- 発信1回あたりの内容は簡単でもよく、頻度が多い方がいい。
- 新聞掲載やTV放映は地域の人が喜ぶ。（積極的にプレスリリース）

事例

庄瀬地域コミ協

広報誌を年3回発行から、A4サイズ1枚の月1回発行に変更。表面はコミ協だより、裏面は庄瀬生活センターの通信にして、地域の多岐に渡る情報をタイムリーに発信。コミ協や地域活動を知る機会が増え、高齢者からは「楽しみにしている」との声がある。若い世代向けにSNSでも情報発信している。事前告知は事業の周知や参加促進につながっている。

地域事業、小中学校の行事も掲載。写真は住民投票によるフォトコンテスト入選作品を掲載

おわりに

本冊子の作成にあたり、令和元年度からモデル団体として多くのコミュニティ協議会の皆様からご協力をいただき心より感謝申し上げます。

モデル事業のヒアリング等を通して、コミュニティ協議会の皆様が安心して暮らせる地域づくりのために、悩みながらも意見を出し合い、前向きに取り組まれている数々の事例をお聴きすることができました。

今後も地域にとって大切なことを次世代へと受け継ぎ、社会の大きな変化に対応していける持続可能なコミュニティづくりに向けて、市と協働のパートナーとして共に取り組んでいただきたいと思います。