

令和6年10月
大阪市阿倍野区役所

阿倍野区 町会加入促進アクション プラン(R6~R8)



●アクションプラン策定の背景●

大阪市では、もっとも身近な地域コミュニティである町会への加入世帯数が減少し続け、加入率の低下に歯止めがかかっているとは言い難い状況が続いています。

地域コミュニティの維持・活性化を目的として、令和6年3月に「大阪市町会加入促進戦略」（以下「戦略」という。）を策定しました。一方で、区や地域ごとにその特性が異なることから、それぞれに効果的な加入促進策については、地域特性に沿った手法が求められます。阿倍野区では、区や地域の現状を把握したうえで、優先順位を決めて効果的な施策に取り組むため、「阿倍野区 町会加入促進アクションプラン」（以下「アクションプラン」という。）を策定し、町会等の取組み支援を行い、町会等と協働で加入率向上に取り組んでまいります。ただし、戦略に改訂があった場合や本市及び当区の地域コミュニティを取り巻く状況の著しい変化が生じた場合は、必要に応じて、適宜見直しを行うこととします。

●アクションプラン期間と目標●

（1）期間

令和6年度から令和8年度までの3年間

（2）目標

令和8年度末に町会加入率（※）を令和5年度より向上

また、人口動態や町会加入者数を加味した総合判断も参考指標として評価を行う。

※町会加入率：大阪市地域振興会を通じた組織現況調査による加入世帯数を、国勢調査の世帯数で除して算出

●加入率●

- ・令和5年調査において、町会加入世帯数は33,590世帯、町会加入率は62.6%となっており、大阪市平均46.4%と比較して高い水準にあります。
- ・また、平成31年調査から令和5年調査では、町会世帯数・町会加入率は低下傾向が続いており、平成31年と令和5年を比較して、町会加入世帯数は2,164世帯、町会加入率は8.8%減少しています。

	加入世帯数	世帯数 (国勢調査年)	町会加入率	(参考) 市平均 町会加入率
平成31年調査	35,754	50,104 (平成27年)	71.4%	55.1%
令和2年調査	34,158	50,104 (平成27年)	68.2%	54.3%
令和3年調査	33,835	53,649 (令和2年)	63.1%	48.5%
令和5年調査	33,590	53,649 (令和2年)	62.6%	46.4%

●課題●

- 未加入世帯の多い集合住宅へのアプローチが必要です。
- 新たに建築される集合住宅等情報を活用した建築事業者への強力な働きかけが必要です。
- 町会の取組みを広く知っていただく情報発信が必要です。
- デジタルを活用した情報発信や地域との橋渡しの支援が必要です。
- 民間事業者などと地域がよりよい関係づくりができるよう橋渡し(支援)が必要です。



●基本的な考え方●

戦略における3つの柱に基づく具体的取組みのうち、全区で共通の取組を徹底することに加え、区・地域の特性に応じて重点的に取り組む内容を定め、町会と対話しながら、協働で加入促進に取り組めます。

戦略の3つの柱

戦略① 集合住宅への働きかけの徹底

戦略② 「町会プロモーション」の徹底

戦略③ 「次世代型の町会」のモデル導入と展開の支援

・共通取組の徹底

- ・全区において、局等と連携し、共通して以下の取組を徹底します。

戦略① 集合住宅への働きかけの徹底	建設段階からの働きかけ	・新たに建築される集合住宅等情報を活用した建築事業者への強力な働きかけ（大規模建築物事前協議制度や建築物事前公開制度情報の活用）
	既存集合住宅への働きかけ	・集合住宅向け町会加入促進パンフレット等、広報物の配布・提供
		・宅建協会や地元不動産業者との連携
		・市営住宅への加入勧奨
戦略② 「町会プロモーション」の徹底	「オール大阪」で取り組む広報	・区の広報紙を使った情報発信
		・ICTを活用した情報配信
		・大阪市地域振興会のホームページ等との連携
		・町会加入促進チラシ・ポスターの充実
		・イベント等での啓発グッズの配布や呼びかけ
		・「転入者パック」への町会加入案内の封入
		・児童向け啓発冊子の活用
		・加入促進推奨事例の収集・共有
	関係機関・企業との連携	・区社会福祉協議会との連携
		・民間企業等との連携
戦略③ 「次世代型の町会」のモデル導入と展開の支援	現在の町会の課題解決	・行政からの依頼事項の総点検
		・効率的な町会運営事例の収集・共有

・共通取組のうち特に重点的に取り組む内容

取組1

戦略① 集合住宅への働きかけの徹底

集合住宅向け町会加入促進パンフレット等、広報物の配布・提供

【令和8年度末実績】

-
-
-

内容

町会役員が既存の集合住宅に町会加入の案内へ出向く際の広報物として、ちらしを作成し、加入に向けた働きかけの支援を行います。

工程

令和6年度

広報物としてちらしを作成

令和7年度

令和8年度

既存の集合住宅への働きかけの際にちらしを活用していただく（地域）。ちらしの内容については、地域と調整しながら必要に応じて修正を行う（区役所）。

取組2

戦略② 「町会プロモーション」の徹底

さまざまな機会、媒体を活用した情報配信

【令和8年度末実績】

-
-
-

内容

- ・区広報紙、HP、SNSを活用し町会の情報を発信するとともに、それらのページの二次元コードを、ポスターやチラシに入れ問い合せがしやすくなるよう案内します。また、加入申込みをデジタルで行える仕組みづくりを支援し情報発信します。
- ・「転入パック」へ町会加入案内ちらしを封入します。
- ・児童向け啓発冊子を活用し、入学説明会において町会の情報を掲載したちらしを配付します。
- ・イベント等で啓発グッズの配布や加入の呼びかけを行います。

工程

令和6年度

二次元コードを区広報紙、HP、SNSやチラシに掲載したものを作成し情報発信を行う。

令和7年度

令和8年度

転入者、子どもを含めた保護者を対象にしたお知らせ、イベント等さまざまな機会において情報発信を行う。区内でのイベントにおいて啓発グッズを配付し町会について情報発信を行う。