

資料 2-2

**令和 8 年度阿倍野区区政会議第1回安全・安心なまちづくり部会
意見交換会と意見シートで出たご意見(R8.8.5)**

【意見交換会でのご意見】

- 【1-2①】地域防災リーダーの確保に関して「これなら自分でもできる」と思ってもらえるような、現役世代・女性が参加しやすくなる具体的な工夫について
- 【1-2②】防災に関心が薄い層が、日常の中で自然と防災を意識したり、地域とのつながりを持てるような「きっかけ(仕掛け)」について

- ・ 人はメリットを感じることで行動するため、体験型イベントや魅力的なテーマをきっかけにした参加促進が有効である。
- ・ 認定証(親子防災リーダー、救急救命等)の発行や、消防車への興味など、特に若い世代や子どもの関心を惹く工夫が求められる。
- ・ 地域の成功事例や優良な取組を全体で共有し、広げていくことが重要である。
- ・ 子どもの参加は保護者の参加に直結するため、親子をターゲットにした取組が極めて有効である。
- ・ 中学校でのポスター掲示、地域活動協議会やPTAの連携を通じ、幼少期・学生期からの防災教育と意識付けを推進する。
- ・ 平時からの顔が見える関係づくり(あいさつ運動、清掃活動等)が災害時の行動の基礎となる。
- ・ お祭り要素の導入、スタンプラリーやゲーム、かまどベンチを活用した焼き芋・もちつきなど、楽しみながら自然と防災知識や設備(防災倉庫等)に触れられる機会を創出する。
- ・ 熊本地震等の影響もあり住民の防災関心自体は高いため、若い世代のコミュニティ参画を一層促す。
- ・ 各町会単位での最小限の備蓄のほか、中学生との合同清掃などを通じて将来の地域防災の担い手を育成する。
- ・ 従来の貼り紙だけでなく、X等のSNSを積極的に活用した情報発信へシフトしていく必要がある。

【意見シートによるご意見】

【1-2①】地域防災リーダーの確保に関して「これなら自分でもできる」と思ってもらえるような、現役世代・女性が参加しやすくなる具体的な工夫について

○行事の工夫

- ・町会で行う各種行事を工夫し、誰でも参加しやすいものにする。
- ・子どもの興味を引く行事を開催し、ついて来る親に防災に関心をもってもらう。
- ・地域行事の中で、必ず「防災要素」を入れる。
- ・お祭りなどを利用して防災の PR
- ・地域でのまちなか防災訓練の場で現場での行動を見れば新しいメンバーが入会していただくきっかけになる。

○広報の工夫

- ・定期的に、女性・子ども向けの防災についての回覧を回し、促進する。

○地域防災リーダーの役割の工夫

- ・町会は 100% 任命している現状を思えば、各町会が責任をもって真剣に検討する必要がある。組織の中で防災リーダーの役割がはっきりせず、行政も役割をわかりやすく文章で書くべきである。町会も災害の折、災害救助部長との違いをもって動きやすい環境づくりが生まれる。
- ・ネットで防災リーダーの訓練の様子を見たが、大阪府が定義する自主防災組織の役割範囲でいいのではないか。初期消火や救助活動等は重責でハードルが高い。災害発生時の声かけとか、避難所での役所の方の補助をしてくれるスタッフなら参加しやすいのではないか。

○他都市事例

- ・茨木市：防災リーダーを全地域から募集・育成⇒女性の参加促進、子育て・福祉と連携
- ・東京都：女性防災人材バンク・町会とマンションの合同防災訓練・自治体 DX
- ・静岡市：子どもを中心にした防災活動⇒30 代・40 代も増える（親子参加型イベント）、オンラインの活用（LINE や SNS、インスタ等）、短時間参加システム（防災訓練受付や見守り・清掃等）、休日や夕方の開催。デジタル化は必須。

【1-2②】防災に関心が薄い層が、日常の中で自然と防災を意識したり、地域とのつながりを持てるような「きっかけ（仕掛け）」について

○行事の工夫

- ・防災訓練を親子参加型イベント（防災フェスタ・炊き出し体験、阿倍野区防災アプリの作成、スタンプラリー等）に変更
- ・企業を巻き込む（CSR 活動として）清掃・見守り・防災等
- ・参加時間の縮小・細分化・短時間化

- ・参加した成果の見える化
⇒活動人数、参加数、ボランティア人数⇒防災訓練のブラッシュアップ、継続参加、達成感。
- ・普段から、近所で顔見知りになっておくための活動たとえば、清掃活動、お祭りイベントなどを、活発化させ、つながりを強化する。
- ・楽しいフェスティバルとのコラボを企画運営する必要がある。フェスティバルだけでなく、消防車が来るとかの仕掛けが必要である。
- ・町会だけでなく、マンションの管理組合と協同で事業を行うことを検討する。
- ・各町会において、初期的な地域ボランティア会(50 歳未満)の発足(強制的でない、地域行事応援・非常時のボランティア)
- ・熊本地震をきっかけに災害の強い地域を築くため、町会での防災意識を強めていく必要がある。そうすることで町会での組織改革をもって行動ができる。活動協議会の行事はその場だけの行事であって、防災組織には組み入れられない。
- ・常に啓発に努める。
- ・防災への関心、地域とのつながりのきっかけについて、関心が薄いのではなく、日々忙しくやりたいことやすべきことが沢山あるのでそのように感じるのではないかな。
- ・お祭りや餅つきなど、参加しやすいイベントや、学校の協力も必要かもしれないが、学生が企画したイベントの実施。人のつながりは、一気に築けるものではない。何年も根気よく続ける。

【1-4】おさんぽマップは継続しつつ、デジタルスタンプラリーよりもさらに効果的な魅力発信の方法について

- ・企業協賛を募り、予算をつけて内容をさらにカテゴライズ並びに深さを求め多くの区民ニーズに合ったものにする必要がある。AI を組み込んだアプリなどを使って施設や名跡等の検索、イベント参加など一通りできるものが好ましい。スタンプラリーをイベントで終わらせず人の交流やつながりを生むものに昇華できればまた街に対してのファンづくりの一助になれば。ボランティア参加が商店街の活性化につながればいい。防災を含めた地域参加アプリ(LINE が好ましい)を作成し、地域ボランティア防災も兼用できればと思う。
- ・スタンプラリーも魅力があるので、宣伝方法を考えるべきだと思う。コストやその手法は申し訳ないが不明だが、スマホでゲームをやっていると宣伝が出たり、Youtube を見ていると地域的なインフォメーションが出たりするのを利用できないだろうか。
- ・あべのおさんぽマップは、あべのの魅力を上手くまとめてあり、とても素晴らしい。しかし、しっかりと手に取り、じっくりと見る方は案外少ないのではないかと推察。人も世代も～、個性的な文化～、暮らしと～、いろんな時代に～、いにしえに～、お店・企業・銭湯 6 つのパート毎に情報がコンパクトに集約されており、魅力発見に即繋がるが、ここで、各パートを A4 1 枚にまとめて、6 種類のチラシを作製
➡「メインテーマに着目したワンペーパーを作成する」

つまり、人は自分が一番興味がある事柄にしか行動を起こさないのではないかと考え、経費の少ないチラシ配布を提案する。各所で、一般人が気軽に手にし、活用してくれる頻度を高めることを期待。

- ・既に魅力ある街だと思う。見る人は見ている。現在の掲載内容にこだわらず、掲載内容を充実させたり、多くの方から情報がもらえるようにできればいい。
 - ・おさんぽマップは、阿倍野区の知らないことを沢山教えてくれた。これの内容を絵と5・7・5の文にまとめ、カルタを作成し学校に配布する。カルタ大会も良い。区民を巻き込んでカルタ作成するのも良い。
 - ・ナゾ解きっぴのような、ナゾを解きながら阿倍野をめぐる。
 - ・もう少し予算を付け、景品を出す。
 - ・体験型コンテンツの導入
スタンプではなく、QRコードで読み取れるミニ動画・音声ガイドをスポットごとに用意(地元店主の一言、歴史スポットの豆知識など)。
 - ・地域参加型フォトコンテスト
「私の好きなあべの」、「昭和と令和のあべの」などのテーマで写真を募集し、受賞作品をおさんぽマップやHPに掲載。景品は区内商店街等の協力で提供してもらう。
 - ・“あべの dakara”バッジ
参加者が集めたバッジに応じて称号またはレベルが上がる。デジタルデザインのコースだけで済む。
- 周知機会を増やす
- ・各連合町会でのイベント発信(写真付き)
 - ・子ども会・青指、老人会の活動報告
 - ・商店街、企業紹介
 - ・商店会、町内会への加入促進のため、地域媒体等でのアピール