中央区
町会加入促進アクションプラン
（R6～R8）



令和6年9月

大阪市中央区役所

第１　アクションプランの目的と背景

１　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は減少し続け、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おり、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。
・中央区では、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、「中央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。

２　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年間とします。

（2）目標

令和8年度末に町会加入率（※）を令和5年度より向上することを目標とします。
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います。

※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（区で把握した地域振興会以外の町会の加入世帯数も加算）を、国勢調査の世帯数で除して算出

第2　中央区の町会加入率の状況

1　区の状況

・令和5年調査において、町会加入世帯数は20,070世帯、町会加入率は29.9%となっており、大阪市平均46.4%と比較して低い水準にあります。
・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1,614世帯、町会加入率は6.8%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	21,684	59,084 （平成27年）	36.7%	55.1%
令和2年調査	22,156	59,084 （平成27年）	37.5%	54.3%
令和3年調査	21,881	67,139 （令和2年）	32.6%	48.5%
令和5年調査	20,070	67,139 （令和2年）	29.9%	46.4%

第2 中央区の町会加入率の状況

2 中央区の特性と町会加入における課題等

（1） 中央区の特性

中央区は、多種多様な地域特性を持つ市街地で形成されており、課題やニーズも地域によって異なっていることが特性としてあげられる。

ビジネス街である北西部では、マンションが急増し人口増加が著しく、東部においては、住宅と事業所が混在し文教地区でもある。

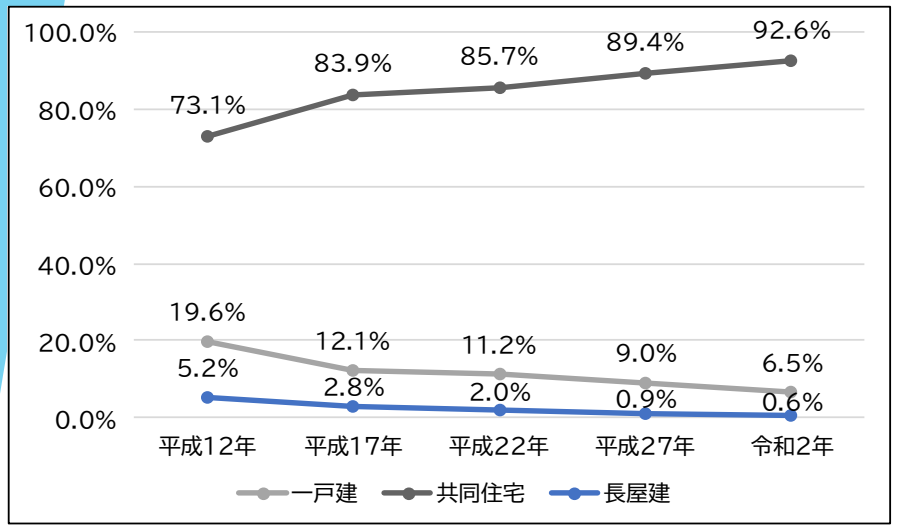
また、西日本一の繁華街を抱える南部は商業地区であり、昼夜を問わず国内外から人が訪れ、居住人口に比して滞在人口が多く、活気ある地域である。また、外国にルーツを持つ人も多い。

このように各地域が持つ特性の中で、地域住民、商店会、企業、団体等が連携し、それぞれが持てる力によって課題解決を図りながら、自律的な地域運営を行っており、歴史・文化とも共存した魅力あるまちとして活況を呈している。

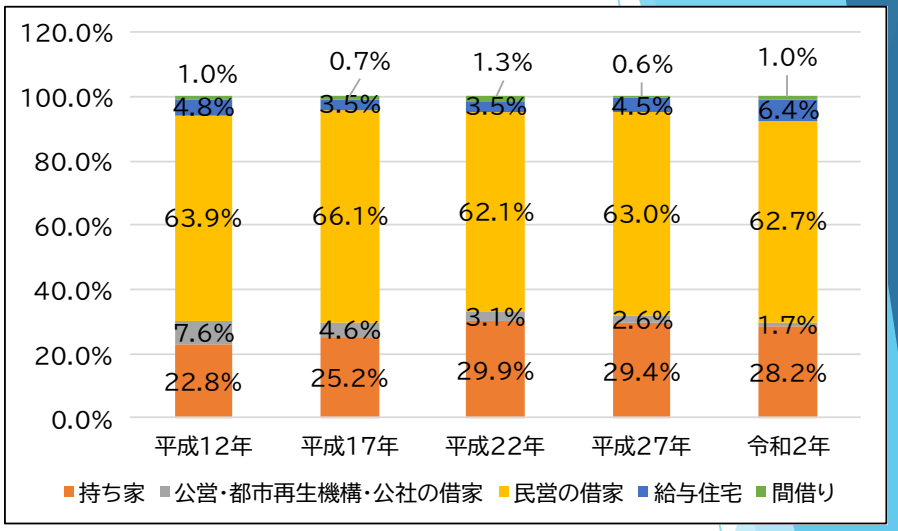
区の人口異動の動向については、近年、人口及び世帯数は増加し続けており、併せて転入・転出者数も多く、令和4年から令和5年では人口は3,683人、世帯数は2,490世帯の増、令和5年の転入者数は1万7,427人であり、24区の中で最も高い数値となっている。

また、マンション等の共同住宅居住者は9割を超えており、さらに一世帯当たりの世帯人員は、24区中最も低い数値の1.52人となっている。 ※大阪市の推計人口年報(令和5年)より

中央区の住宅に住む一般世帯の内訳



共同住宅の所有形態の構成（比率、世帯数）の推移



人口動向

	総人口	うち外国人	比率
平成１２年	55,324	2,664	4.8%
平成１７年	66,818	4,352	6.5%
平成２２年	78,687	4,261	5.4%
平成２７年	93,069	2,155	2.3%
令和２年	103,726	7,294	7.0%

国・地域別外国人人口（令和４年３月末現在）

中国	3,264人
韓国・朝鮮	2,514人
台湾	515人
フィリピン	513人 など

（中央区将来ビジョン2023ー2027より）

第2 中央区の町会加入率の状況

(2) 町会加入における課題と方向性

中央区における区の特性、地域性を踏まえるとともに、ライフスタイルの変化、価値観が多様化する中で、地域活動コミュニティに参加する住民が少なく、町会加入率が減少している状況を鑑み、地域コミュニティがより柔軟に”ゆるやかにつながるまちづくり“を目指した取組を推進する。

(マンション等集合住宅居住者の町会未加入)

区の最大の特性であるマンション居住者へのコミュニティを中心に、区民の関心が高い「防災」を切り口として、行政と連携したマンションコミュニティの防災力を高めつつ、地域コミュニティの充実を目指したアプローチを行う。

(町会に対する認識不足)

町会未加入者の課題として、町会活動に対する理解、認識不足があげられ、コロナ禍により町会活動が停滞したことからも、効果的かつ継続的に加入促進に向けた啓発が必要である。

第3　中央区における基本的な方針と具体的な取組

1　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みます。

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**

第3 中央区における基本的な方針と具体的な取組

2（1） 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

第3　中央区における基本的な方針と具体的な取組

2（2）　中央区において、共通取組のうち特に優先的に取り組む内容

取組Ⅰ

戦略②　「町会プロモーション」の徹底

町会加入促進に向けた広報の充実

【令和8年度末実績】
・
・
・

内容	・町会加入促進チラシ・ポスターの作成・配布による啓発 ・広報紙や区役所ホームページ等による啓発 ・地域のイベントにおける啓発 ・区のイベントや各種事業等における啓発 ・区役所庁舎内、附設会館における来庁者に向けた啓発 ・転入者パックを活用した啓発 ・地域の情報発信力向上に向け、まちづくりセンター(中間支援組織)を効果的に活用しながら支援を行う。

工　程	令和6年度	令和7年度	令和8年度
	・町会加入促進チラシ・ポスターの作成、必要に応じた啓発内容の更新 ・広報紙や区役所HP、地域・区役所イベント等、様々な機会をとらえて啓発を行う。 ・地域に対し情報発信のデジタル化支援を行い、区と協働した町会加入促進の啓発を行う。		

第3　中央区における基本的な方針と具体的な取組

3　区の特性に応じた重点的な取組

取組Ⅰ

戦略①　集合住宅への働きかけの徹底

集合住宅等に向けた防災セミナー・合同訓練等を活用した加入勧奨

内容	・マンション防災をテーマとして、町会での防災訓練や区役所が行う出前講座、防災セミナー等を実施し、防災におけるつながりの必要性から町会加入を呼びかける。
区の特性・取組理由	• 中央区は、全世帯数の9割以上がマンション等の集合住宅に居住している。 • マンションの居住世帯は、プライバシーを重視する一方で、防災意識は高い傾向にある。 • マンション防災を切り口として、いざという時のつながりの大切さに気付き、マンションコミュニティの醸成を図り、地域コミュニティへの参加につなげる。 • 出前講座や町会等との合同での防災セミナー・訓練等の実施に合わせた町会加入促進に向けた啓発を行う。

【令和8年度末実績】
・
・
・

工程	令和6年度	令和7年度	令和8年度
	地域での防災訓練や、区が行う出前講座・防災セミナー等の機会に、防災における必要性から町会加入を呼びかける。		

第3 中央区における基本的な方針と具体的な取組

3 区の特性に応じた重点的な取組

取組2

戦略③ 「次世代型の町会」のモデル導入と展開の支援

デジタルを活用した町会加入促進

内容	・地域におけるホームページやSNS等による情報発信の支援	【令和8年度末実績】 ・ ・ ・
区の特性・取組理由	•地域ホームページの活用等による町会への理解と、地域活動の認知度の向上を図り、町会加入につながるようまちづくりセンター(中間支援組織)による支援を行う。 •各地域が自ら情報発信できるようデジタル化の支援を行う。 •住みます芸人を活用した動画配信等による啓発の推進を行う。	

工程	令和6年度	令和7年度	令和8年度
	まちづくりセンターを通じた地域支援、動画配信等による啓発をするとともに、適宜検証しながら必要に応じて改善する。		