

西成区
町会加入促進アクションプラン
(R6～R8)

令和6年9月
大阪市西成区役所

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いることから、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。
- ・西成区では、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、「西成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 西成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20,292世帯、町会加入率は30.6%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3,080世帯、町会加入率は3.2%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	23,372	69,225 (平成27年)	33.8%	55.1%
令和2年調査	22,658	69,225 (平成27年)	32.7%	54.3%
令和3年調査	21,948	66,379 (令和2年)	33.1%	48.5%
令和5年調査	20,292	66,379 (令和2年)	30.6%	46.4%

第2 西成区の町会加入率の状況

3 西成区の町会加入における課題

- 区民が町会の存在を知らなかったり、活動内容を詳しく知らないことが多い。
- 加入や活動参加にメリットを求める傾向があり、それをうまく伝えることができていない。
- 高齢者の死亡などにより急速な自然減に直面しており、これまで町会に加入していた世帯が減少している。
- 転入超過（社会増）の状態が続いているものの、こどもとその親世代（20代後半から30代）が人口減となっており、新たに地域活動に参加する住民が少なくなっている。
- 高齢化率の高さ及び単身高齢者数が多い（ともに24区中1位）など、社会的に孤立する可能性が高い世帯が多い。
⇒ 65歳以上人口38,771人（人口割合39.2%）、65歳以上の単身者数18,855人 ※令和2年度国勢調査結果より
- 外国人住民が増加傾向であり、加入勧奨のハードルが高くなっている。
⇒ 区内の外国人住民は13,497人、区人口の約12.82% ※令和5年12月末時点「大阪市の外国人住民数等統計のページ」より
- 役員のみ手不足等により、連合からの脱退や解散、活動休止などに至る町会が多数ある。
- あいりん地域においては、地域活動の展開が難しく、地活協や町会が機能しづらい。

第3 西成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な取組のうち、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

第3 西成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 西成区における基本的な方針と具体的な取組

2(2) 西成区において、共通取組のうち特に優先的に取り組む内容

取組1	戦略② 「町会プロモーション」の徹底		
	町会加入促進チラシ・ポスターの充実		
	内容	令和5年3月に区が作成した町会加入促進リーフレットの多言語版、もしくはやさしい日本語版を作成し、各連合に配布するとともに、区内各所に配架する等の周知を行います。	
	工程	令和6年度	令和7年度
	町会加入促進リーフレットの多言語版、もしくはやさしい日本語版の作成	各連合へ配布 配架先の選定、依頼	
			令和8年度
			【令和8年度末実績】
			・ ・ ・

取組2	戦略② 「町会プロモーション」の徹底		
	イベント等での啓発グッズの配布や呼びかけ		
	内容	町会等や地域活動協議会、行政が開催するイベントにおいてリーフレット等の配布を行い、町会の必要性やつながりづくり、地域活動に関わるメリット等を周知します。	
	工程	令和6年度	令和7年度
	・町会等や地域活動協議会が開催するイベント等において、町会PRが行えるよう支援します。 ・行政が開催するイベント等においては、区作成のリーフレット等を活用しながら町会PRに取り組みます。		
			令和8年度
			【令和8年度末実績】
			・ ・ ・

第3 西成区における基本的な方針と具体的な取組

3 区の特성에応じた重点的な取組

戦略③ 「次世代型の町会」のモデル導入と展開の支援

SNSや地域情報アプリからの町会加入PR

取組	内容	LINEのセグメント配信や区SNS (Facebook、X、Instagram) を活用し、町会のメリットをPRするとともに、区ホームページの町会・自治会の紹介ページへの誘導を行います。			【令和8年度末実績】 ・ ・ ・
	区の特性・取組理由	<ul style="list-style-type: none"> 加入率の低下に伴い、身近な人や周りで町会に入っている人がいないケースが増え、活動内容などが認知されなくなっています。 区の持つツールを活用して、町会の意義、目的、活動内容、町会に入るメリットや入るための方法等をわかりやすく情報発信し、町会加入促進を行います。また、情報発信にあたっては、ターゲットを意識して使用する媒体や内容などを検討します。 			
工程		令和6年度	令和7年度	令和8年度	
		「届けたい情報」と「情報を届けたい層」を意識した戦略的な情報発信を継続して実施します。			

第3 西成区における基本的な方針と具体的な取組

3 区の特성에応じた重点的な取組

戦略③ 「次世代型の町会」のモデル導入と展開の支援

地域集会所等の資源を活用した「居場所づくり」によるコミュニティ活性化支援

取組2	内容	イベント時や定期的な居場所として地域集会所等の開放を行い、多様な世代や世帯、新旧住民の交流を行うことでコミュニティを活性化させ、町会未加入者にとっても魅力が感じられるメリットを地域集会所等の運営主体と共に探りながら、町会加入促進につなげます。			【令和8年度末実績】 • • •
	区の特性・取組理由	<ul style="list-style-type: none"> 西成区では、令和4年度に1件、地域集会施設の建替えを行いました。 令和6年度には、新たに2件の地域集会施設の建替えを予定しています。 建て替えを行う地域には、校区の小学校が廃校になっていたり、連合振興町会から脱退する町会が続出するなどの課題を抱えた地域もあります。 新しい地域集会施設で実施される様々な催しを通じて町会のPRを行い、地域集会所等の運営主体と協働して町会加入を呼びかけます。 			
工程	令和6年度	令和7年度	令和8年度		
	建替え後の施設において行う取組みを地域集会所等の運営主体と検討	新しい地域集会施設で実施される催し等において、町会のPRを行い加入を呼びかけます。			