

大正区
町会加入促進アクションプラン(案)
(R6～R8)

令和6年 月
大阪市大正区役所

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。
- ・大正区では、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、「大正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 大正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17,014世帯、町会加入率は57.0%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。
- ・一方、町会加入率は低下傾向が続いており、平成31年調査と令和5年調査を比較して、6.1%減少しています。

	世帯数 (国勢調査年)	加入世帯数	町会加入率	(参考)市平均 町会加入率
平成31年調査	29,209 (平成27年)	18,439	63.1%	55.1%
令和2年調査	29,209 (平成27年)	17,728	60.7%	54.3%
令和3年調査	29,859 (令和2年)	17,572	58.8%	48.5%
令和5年調査	29,859 (令和2年)	17,014	57.0%	46.4%

第2 大正区の町会加入率の状況

2 大正区の町会加入における課題

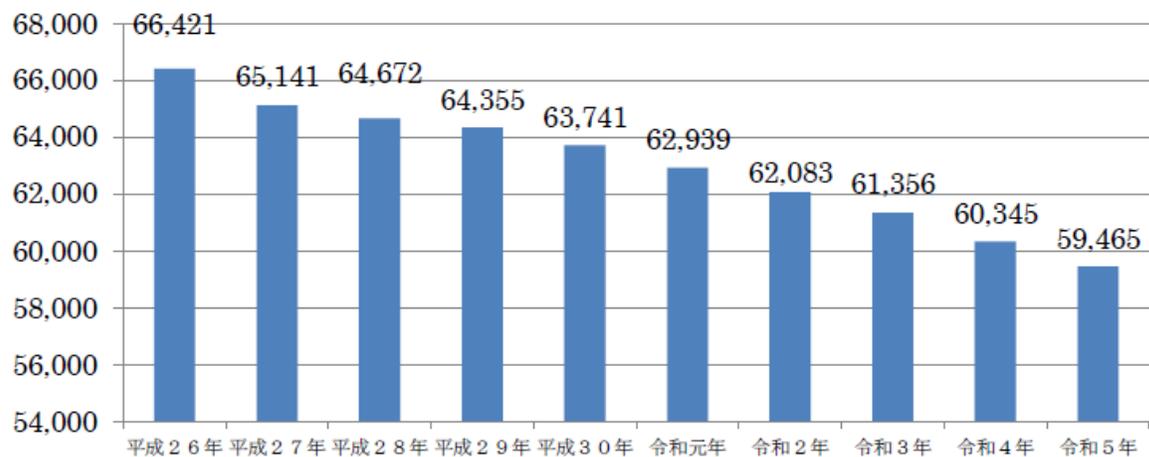
(1) 少子高齢化を伴う人口減少(下図は「大正区将来ビジョン2025」より抜粋)

区内の人口減少に歯止めがかからず、大阪市の24区の中で最も人口の少ない行政区となっており、自然動態、社会動態ともにここ数年は減少基調であり、特に高齢化率の上昇に伴う自然動態の減少が顕著となっている。

こうした高齢化を伴う人口減少下にあっては、地域活動の担い手の不足や、持続的に地域活動を行うことが困難となり、ひいては地域社会におけるつながりの希薄化にも波及し得ることが課題となっている。

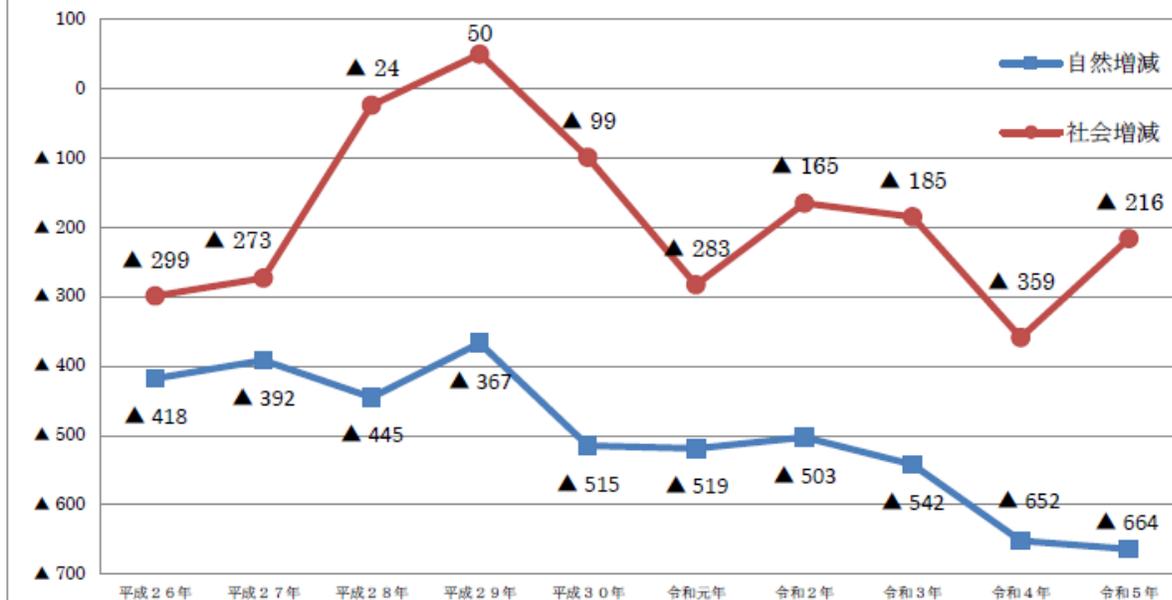
各年10月推計人口

大正区の推計人口推移(単位:人)



各年10月推計人口

自然動態及び社会動態の増減推移(単位:人)

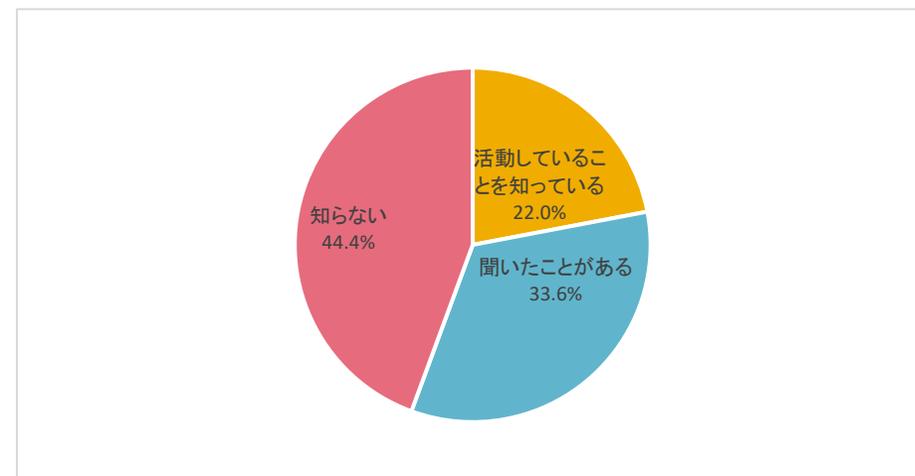


(2) 町会の存在の認知や活動内容などの理解が広まっていない(下図は「区民意識調査結果」より抜粋)

過去に実施した区民意識調査における以下の二つの設問に対する回答結果から、団体の認知度や活動内容の理解度に課題があることが窺える。

【設問】 自治会・町内会や子ども会、老人クラブ、PTAといった地縁型団体やNPO、企業など地域のまちづくりに関するいろんな団体が集まり、話し合い、協力しながら、地域課題の解決やまちづくりに取り組んでくための仕組みである「地域まちづくり実行委員会(地域活動協議会)」をあなたは知っていますか。

【結果】 「活動していることを知っている」との回答者が22.0%、
「聞いたことがある」との回答者が33.6%、
「知らない」との回答者が44.4%となっており、
団体の存在が広く認知されているとはいえない。



【設問】 町会(地域振興会)に加入しない理由は何ですか。

【結果】 「加入するメリットがわからない」との回答者が34.1%と最も多く、次いで「その他」が23.2%、
「役員をするのが嫌だから」が20.7%の順となっており、活動内容が理解されているとはいえない。

第3 大正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、町会の方々のご相談しながら、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 大正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
(大規模建築物の建設計画の事前協議制度や建築計画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 大正区における基本的な方針と具体的な取組

2(2) 大正区において、共通取組のうち特に優先的に取り組む内容

取組1	戦略① 集合住宅への働きかけの徹底				
	集合住宅等に向けた町会加入促進広報物の配布・提供			【令和8年度末実績】	
	内容	集合住宅等(アパート、マンション、戸建て団地)に向けた町会加入促進パンフレット等の広報物を作成し、町会の意向を確認のうえ、町会に広報物をお渡し、あるいは区から集合住宅等へ広報物の配布・提供を行います。また、町会と連携しながら、集合住宅等に町会の意義や活動の説明を行い、町会加入に向けた働きかけを行います。			・ ・ ・
	工程	令和6年度	令和7年度	令和8年度	
	集合住宅等向けの町会加入促進に係る広報物を作成する。	町会の意向を確認のうえ、集合住宅等に広報物の配布・提供や町会の意義、活動の説明を行うなど、町会加入に向けた働きかけを町会と連携しながら行う。			

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				
	効率的な町会運営事例の収集・共有			【令和8年度末実績】	
	内容	収集した町会運営事例(モデル)を分類のうえストックするとともに各町会に当該モデル情報を共有します。また、町会がモデル導入する際には、定着するための初動が的確且つ効率的に行えるよう、町会からの要請に応じて、展開元の町会から情報収集しそれを提供するなどの支援を行います。			・ ・ ・
	工程	令和6年度	令和7年度	令和8年度	
	町会運営事例の収集、招集した事例を分野別に仕分けする。ストックした情報等を各町会に共有する。	運営事例情報の更新を続けながら、町会からモデル導入の相談等があれば、当該モデル導入の支援を行う			

第3 大正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			
取組	内容	「区の広報紙」、「バス停留所への広報物の掲示」を通じ、町会の認知度向上とともに町会加入の促進を図ります。	
	区の特性・取組理由	<p>・大正区においては、様々なアンケートから、区広報紙やバス停留所に掲示するポスター・チラシから情報を得ている方が多いという結果がある。</p> <p>・上記から、町会や、町会を主たる構成メンバーとして活動しているまちづくり実行委員会の活動状況を区広報紙に掲載することで、町会の認知度向上につなげる。</p> <p>・また、上記認知度向上に係る取組と併せて、バス停留所にも町会加入促進ポスター・チラシを掲示することで、町会加入促進につなげる。</p>	
	工程	令和6年度	令和7年度
	町会等の活動状況を随時区広報紙に掲載するとともに、バス停留所に町会加入促進ポスター・チラシを掲示する。	町会等の活動状況を随時区広報紙に掲載するとともに、適宜、町会加入促進ポスター・チラシを更新しながら町会加入促進を図る。	
			【令和8年度末実績】 ・ ・ ・