



FUJISAWA CITY  
**COMMUNITY  
ASSOCIATION  
ACTIVATION IDEA**

## OVERVIEW はじめに

自治会・町内会（以下、自治会という）は、地域課題解決の基盤であり、住民同士の支え合いや助け合い、地域コミュニティを形成する重要な組織です。例えば、防災活動や高齢者見守り活動など、具体的な活動を通じて地域の安心安全を支えています。しかし、加入率の低下や若者の関与不足など、多くの課題が存在します。本提案書では、自治会町内会の存在価値を高め、行政が具体的なアクションを起こすための指針を示します。

## OBJECTIVE 目的とゴール

提案書の目的は以下の通りです：

- ・自治会町内会の現状と課題を把握し、改善に向けた具体的な方向性を示す。
- ・行政との連携を強化し、具体的なアクションプランを策定する。
- ・住民に自治会活動の意義を伝え、加入率・活動参加率を向上させる。
- ・地域全体で協働を促進し、住民間の信頼関係を強化する。

## KPI ビジョン達成のための指標

### 加入率

## 5年後も60%以上を継続

現状の加入率の減少を鑑みると、5年後の2030年には約56%まで自治会加入率が下降することも懸念されている状況です。

(2024年9月1日現在：64.5%)

また、仮に50%を切った場合、その下降線は勢いが増すことが想定されます。

これらの実情を踏まえ、まずは5年後の加入率の減少を9%から4%に改善することを目標に掲げ、戦略的に取り組んでいきたいと思います。

### 若年層加入率

## 20代30代の加入率 50%へ

自治会・町内会運営の課題の多くは、担い手不足、高齢化です。

将来を見据え、いきいきとした自治会・町内会運営を行うためにも、若年層への加入に向けた確かなアプローチは、とても重要なポイントになります。

### 加入者満足度

## 加入してよかった と感じる自治会へ

自治会・町内会の加入メリットについて、「特にない」という回答が36.6%と最も多い結果となっており、新たな価値提案が求められています。

30%を切るように取組を推進していきましょう。

## ISSUE 主な課題

自治会の活動内容が住民に十分認知されていない  
若者にとって魅力的な価値提案が不足している。  
初回参加時の孤立感や既存メンバーとの壁。  
活動の単調さや負担感。  
フィードバックや評価体制の欠如。  
活動がライフスタイルに適合していない。

# CAUSE 課題の根本要因

1

## 情報不足

自治会活動の認知度が低く、特に若年層や新住民でその傾向が顕著です。若年層アンケートでは約50%が自治会の活動内容を知らないと回答しており、新住民の多くは自治会の存在自体を認識していないケースが多いです。一方、高齢者からは活動範囲が限定的で日常的な支援が見えにくいとの意見も寄せられています。



2

## 価値提案の不明確さ

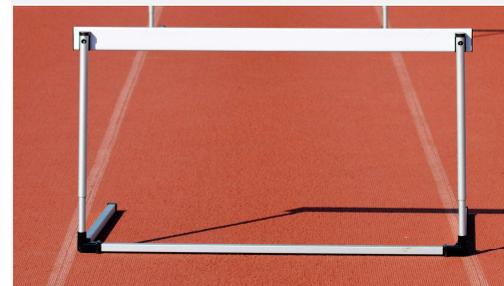
若者にとっては、自治会活動の参加によるスキルアップや社会的つながりが不明確。子育て世代には、地域のネットワーク形成やイベント参加の※ベネフィットが十分に伝わっていない。高齢者にとっては、健康維持や日常の安全面での支援が具体化されていない。  
※ベネフィット：生活者が商品やサービスを利用した際に得られる利益や恩恵



3

## 参加のハードルの高さ

時間的制約や負担感が参加を妨げている。特に若年層では、仕事やプライベートでのスケジュールが逼迫している中で、自治会活動が「自由度が低く拘束時間が長い」という印象を持たれていることが一因となっている。また、子育て世代においては、家庭での負担が大きく、活動への参加が物理的に困難であるケースが多い。



# OVERVIEW 自治会町内会の現状

## 一 自治会町内会とは

地域の身近な課題を解決するための活動の基盤であり、  
住民同士の支え合いや助け合い、地域で人と人のつながりをつくるための組織

(2024年9月1日現在)

**474** 団体

## 一 主な活動内容

防犯防災活動/環境美化清掃/文化レクリエーション/広報活動/諸団体との連携

## 一 ファクトでみる自治会町内会

加入率は、64.5% (2024年9月1日現在) までに低下している。【2016年は75.9%】

20代は62.2% 30代は49.7%は加入していない。(地域共生社会推進室「地域福祉に関するアンケート調査(2023)」)

### 加入しない理由

- ・きっかけがない/特にない→そもそも自治会に入るとするのが選択肢にない。
- ・役員などが大変→自治会を知っているor理解しているが、と同時にめんどくささをわかっている。
- ・時間がない/時間があわない→限られた余暇時間に自治会に時間を使おうと思わない

### 加入してよかったこと

- ・特にないが3.7割程度→そもそも自治会に入るとするのが選択肢にない。
- ・自治会が提示しているメリット→情報収集(別に地域の情報はいらぬし、SNSで入ってくる)住民との交流(自治会でうまれる交流は厄介そう)  
災害時(いざというときのみ)地域イベント(入ってなくても参加できる)

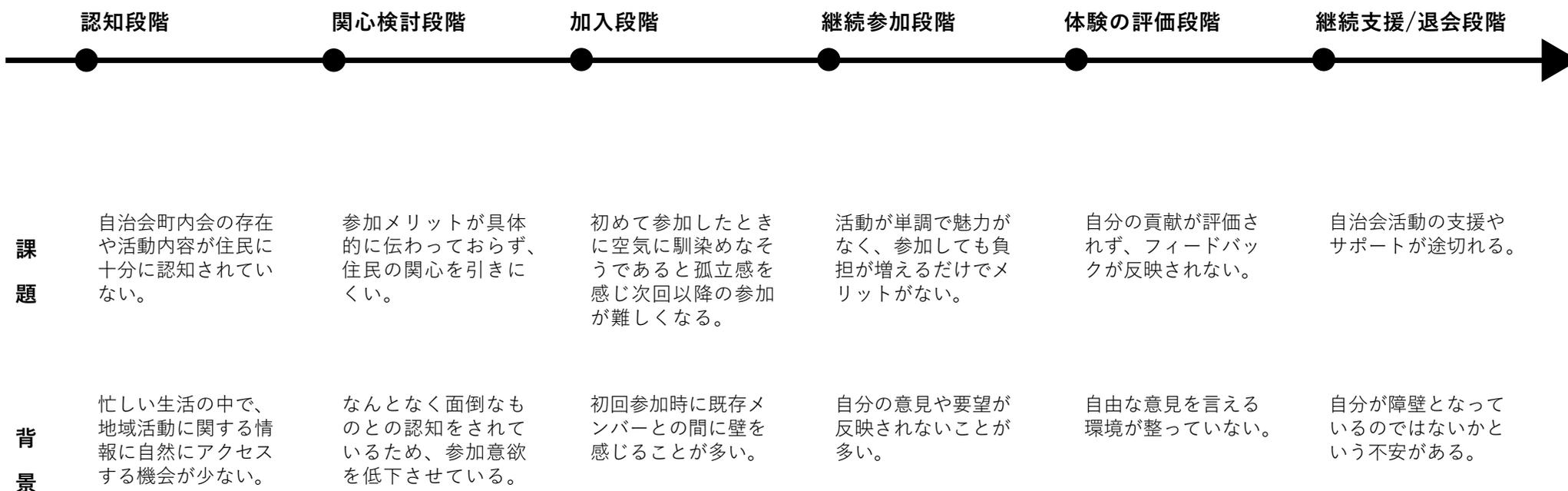
→ これらが、どこにどんな課題があり、どんなアクションが必要なのか明確にするために、**カスタマージャーニーを作成**



# CUSTOMER JOURNEY 行動の可視化

## 一 カスタマージャーニーとは？

住民が自治会町内会を認知し、関心を持ち、加入し、継続的に参加するまでの一連の行動や接点を可視化したもの



# CUSTOMER JOURNEY 行動の可視化

## 一 カスタマージャーニーとは？

住民が自治会町内会を認知し、関心を持ち、加入し、継続的に参加するまでの一連の行動や接点を可視化したもの



課題

転居やライフスタイルが変わったタイミングなど自治会町内会に接する可能性がある機会のときに関心をひく認知を獲得できていない。

↓  
**自治会の存在を意識してもらうためには？**

初めて参加したときに空気に馴染めなそうであると孤立感を感じ次回以降の参加が難しくなる。

活動が単調で魅力がなく、参加しても負担が増えるだけでメリットがない。

自分の貢献が評価されず、フィードバックが反映されない。

自治会活動の支援やサポートが途切れる。

背景

忙しい生活の中で、地域活動に関する情報に自然にアクセスする機会が少ない。

なんとなく面倒なものとの認知をされているため、参加意欲を低下させている。

初回参加時に既存メンバーとの間に壁を感じる人が多い。

自分の意見や要望が反映されないことが多い。

自由な意見を言える環境が整っていない。

自分が障壁となっているのではないかという不安がある。

## ISSUE 問いの深掘り

どんな問いも複数の小さな問い（サブ問い）でできている。そのため、小さなサブ問いを特定する必要がある。それによって、本当に解くべき問いがサブ問いからも見えてくることもある。

### メインの問い

自治会町内会の存在を意識してもらうためには？

### サブの問い

- 1.自治会のこれまでのイメージを払拭するためには？（ブランドイメージの向上）
- 2.若者にリーチするためにはどんなコミュニケーション手法が有効か
- 3.小さい頃から自治会に身近に感じてもらうためには？
- 4.住民のニーズを把握して、コミュニケーション戦略に反映させるためには？
- 5.若者が参加することで、他の世代に副次的な効果を与えるためには？

時代や価値観が変わっているなか、自治会の価値提案が変わっておらず求められなくなっている。そのため、これまでのイメージを刷新する自治会の価値提案をしめす“**コンセプト**”を打ち出す必要がある

# CONCEPT MAKE コンセプト策定

コンセプトをうむためには、問いに対して生活者の本音や潜在的なニーズを見つけ出して、それに答える価値提案のストーリーをうむ必要がある

## キャラクター

### 本音や潜在的なニーズ

#### コンフリクト

自分のスキルや情熱を活かして地域に貢献したいが、形式的な活動や制約には縛られたくない。

地域での存在感や影響力を感じたいが、従来の自治会活動は退屈で意味を見出せない。

新しい出会いや刺激を求めているが、古い体質のコミュニティには入りたくない。

社会的なつながりや承認を得たいが、自分の時間や自由を犠牲にしたくない。

自分のアイデアやクリエイティビティを発揮したいが、受け入れてもらえない場がない。

いざというときには助けてしてもらったり、協力してもらいたいが、日常的には適度な距離を保ちたい

困ってるときに助けてほしいけど自治会に入らなくてもそれが叶ってしまう

何か取り組みをしたいと思うが、自治会が何をやっているのかわからない

地域にはあってほしいと思うが、自分には関係のないものだと思っている。

20代、30代を中心とした働き盛り世代

「忙しくて余暇時間が限られている」  
「取り組むことに意味を求める」  
「体験を重視」

### 解決するために体験する感動や驚き

#### カタルシス

##### 自分のスキルや情熱を地域で活かせる新しい形

**体験例:** 自分の得意なスキル（デザイン、写真、プログラミングなど）を活かし、地域の課題解決プロジェクトに参加。例えば、地域マップをデジタル化するプロジェクトをリードし、成果物が地域で評価される

**感動ポイント:** 「自分が関わったことで目に見える変化を作れる」「周りに感謝される充実感」

##### 楽しく、新しい形の自治会イベント

**体験例:** 地域の廃材を使ったDIYワークショップや、アートフェスを企画・運営。オンライン投票で企画内容を地域住民から選ばせる仕組みを導入し、若者のアイデアが反映されやすい

**感動ポイント:** 「自治会ってこんなに自由で面白いんだ」「新しい友人や刺激的な経験が得られた」

##### スマートで柔軟な地域コミュニティへの貢献

**体験例:** 通常はオンライン上でつながり、困ったときだけ手を貸し合う「助け合いアプリ」を運用。イベント運営や災害時サポートなど、リアルで集まるのは必要最低限。

**感動ポイント:** 「手軽で便利、でもちゃんと地域に貢献できている実感」

##### アイデアを形にする場

**体験例:** 例えば「地域を盛り上げるためのアイデアコンテスト」を開催し、採用された企画が実現される。自分のアイデアが地域のイベントやサービスとして形になる。

**感動ポイント:** 「自分のクリエイティビティが評価され、地域で実際に役立つ喜び」

##### 自治会の透明性と親しみやすさ

**体験例:** SNSやカジュアルなWebサイトで藤沢市すべての自治会の活動内容をオープンにし、興味を持てるプロジェクトやイベントにだけ参加できる柔軟な仕組みを導入。

**感動ポイント:** 「自治会がこんなに近くて自分のライフスタイルに合うものだったんだ」

### それに対する価値提案

#### コンセプト

##### 個人の自由を尊重した参加方法

- ・スキルシェア型自治会：自分の得意分野に必要な時だけ貢献する仕組み
- ・「忙しい人向けの軽年版自治会活動」の提供

##### 自治会の「カジュアル化」と「モダン化」

- ・アプリやSNSを活用したデジタル自治会の実現。
- ・プロジェクトベースの短期活動（例えば、3カ月で1つのイベントを企画・実行）

##### 若い世代向けのイベントと交流の場

- ・新しい趣味やスキルを学べるイベント（例：コーヒー焙煎体験、ドローン操作体験）
- ・地域の歴史や文化を発掘し、再解釈する「若者プロジェクト」

##### 参加のハードルを下げる情報発信

- ・「1分でわかる自治会の活動」といった短い動画や漫画形式のパンフレットで活動内容を説明
- ・参加しやすい「自治会お試しプラン」（一回だけの参加でもOK）

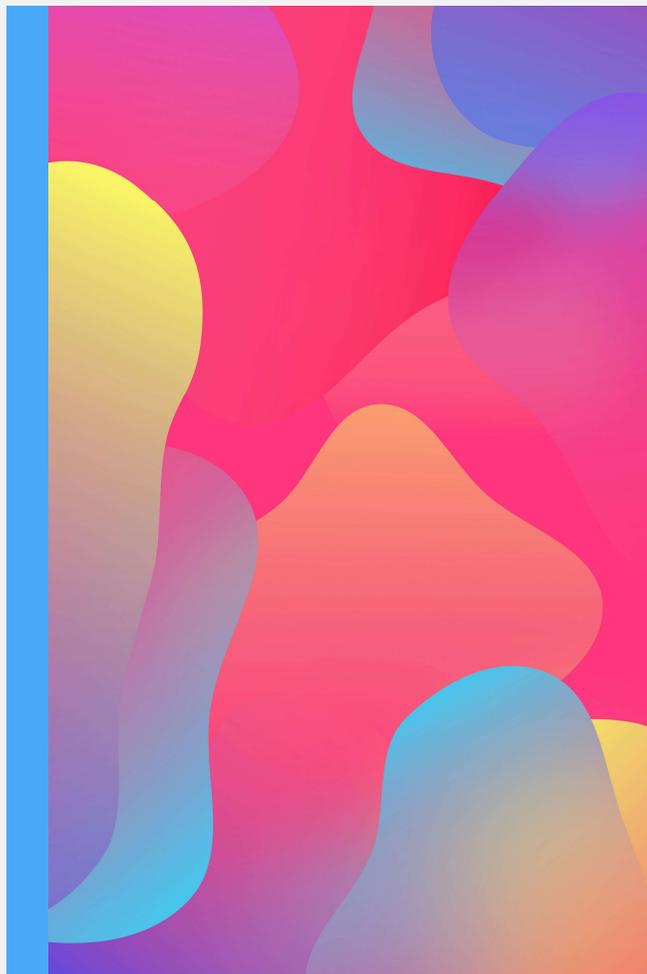
##### 小さな成功体験を提供

- ・成果がすぐわかるプロジェクトやイベント（例：ゴミ拾いイベントでのピフォーアフターをSNSで共有）
- ・活動を行った人へのポイント制や地域通貨報酬を導入

##### 「参加する意味」を感じさせる仕組み

- ・災害時や緊急時のサポート体制を整備し、「自治会に入っていると安心感が違う」と思わせる
- ・日常的な生活の助け合いができるオンライン掲示板の導入

## CONCEPT 自治会の新たな価値提案



### +1∞

## +1のつながりが、+∞の安心に

「日常に彩りを、地域にぬくもりを。

誰もが気軽に繋がれる、それぞれの

ライフスタイルに寄り添う、そんな自治会」

挨拶程度でも顔見知りのご近所さんが1人増えたり、地域でお気に入りのお店が1つ増えたり、新しいことに1つ挑戦したり、学んだり、たった一つの繋がりが増えるだけで、生活に彩りを与えて、安心感や支え合いの輪は無限大に広がっていく。+1の関係性の積み重ねが無限大の安心につながる。

自治会町内会はこれまでの「地域の義務を果たす団体」から「地域のライフスタイルに彩りをあたえる提供者」と価値を転換していく。

そのために地区内全世帯加入を暗黙の前提とするのではなく、SNS上で情報共有だけ行うゆるやかな参加者やイベント時のみ協力する会員など段階的な関わり方ができ、多様な参加形態を認める形にしていく。

また自治会の価値提供だけでなく、運営においてもこのコンセプトを反映させていく。自治会単独では対応困難の課題が増えているのが現状。また運営には負担もかかる。

そのために、自治会がハブの役割となり、それぞれの地域課題において最適なパートナーシップを組み、

多様な人や団体（NPO、学校、企業、プロボノ人材など）と協働・分担する形にコンセプトを変えていく。

## APPROACH コンセプトの重要性

### 自治会のコンセプト見直しの意味

現行の自治会を時代にあわせてアップデートする作業であり、決して地域コミュニティをそのものを放棄するのではない。むしろ、自治会の根幹にある「住民自治・共助」の精神を維持しつつ、それを実現する手段や組織形態を現代社会に合うように再構築していくことである。

地域の義務を果たす団体



地域のライフスタイルに彩りを  
与える提供者

地区内全世帯加入



多様な参加形態を認める

自治会のみで運営



地域課題解決のための  
プラットフォーム

## PERSONA 1

# ターゲット

ひとことと言うと

藤沢ライフを満喫したいコロナ移住者

世代	24歳～38歳
性別	男女問わず
エリア	藤沢市内の賃貸アパートやマンション
特徴	大卒であり、独身または夫婦（子供なし）で都内に勤務しており、比較的自由的な働き方が許されるITエンジニア、マーケティング職についており年収は400万円～800万円程度
キーワード	カフェ巡り、キャンプ、オンラインゲーム、SNS、地域とつながり希薄、孤立感を感じる



## PERSONA 2

# ターゲット

ひとこと言うと

子供と共に豊かな地域の生活を求めているファミリー

世代	30歳～44歳
性別	男女問わず
エリア	藤沢市内の一軒家やファミリー向けマンション
特徴	大卒であり、未就学児または小学生の子供が1～2人いて、夫婦共働きでおり世帯年収は1,000～1,600万円程度のパワーカップルで、どちらも都内に週1～2程度に仕事で出かける
キーワード	公園遊び、ショッピング、子育て、体験を通じた学習



## PERSONA 3

# ターゲット

ひとこと言うと

自治会活動を日々おこなっている  
高齢者メンバー

世代 70歳～

性別 男女問わず

エリア 市内の一軒家やファミリー向けマンション

特徴 現役時代は、都内に通勤で通っている方も多く、  
リタイア後に自治会運営に参画。平日・休日と  
もに時間にゆとりがあり、現在もサークル活動  
など精力的に活動。

キーワード 地域愛、責任感



# IDEAS

「手に取りたくなる、暮らしに役立つ自治会ガイド」

## Community Association BOOK

### 自治会まるわかりガイド ～暮らしに+1の安心を～

自治会の役割や活動内容をお洒落で分かりやすいデザイン冊子として作成し、住民が気軽に手に取り理解を深められるようにする。

#### 目的とゴール

- 自治会活動の認知・理解向上
- 自治会への加入検討率の上昇

#### ターゲット

- 新住民、若年層、自治会未加入者
- 自治会の活動内容が不明確で参加に躊躇している層

#### 提供価値

- 自治会活動への理解が深まり、心理的なハードルが下がり、地域参加のきっかけが得られる。

自治会の活用方法がわかるHOW TO

自治会の活動内容紹介

住民の声

面白い/意義のある活動をしている人の紹介

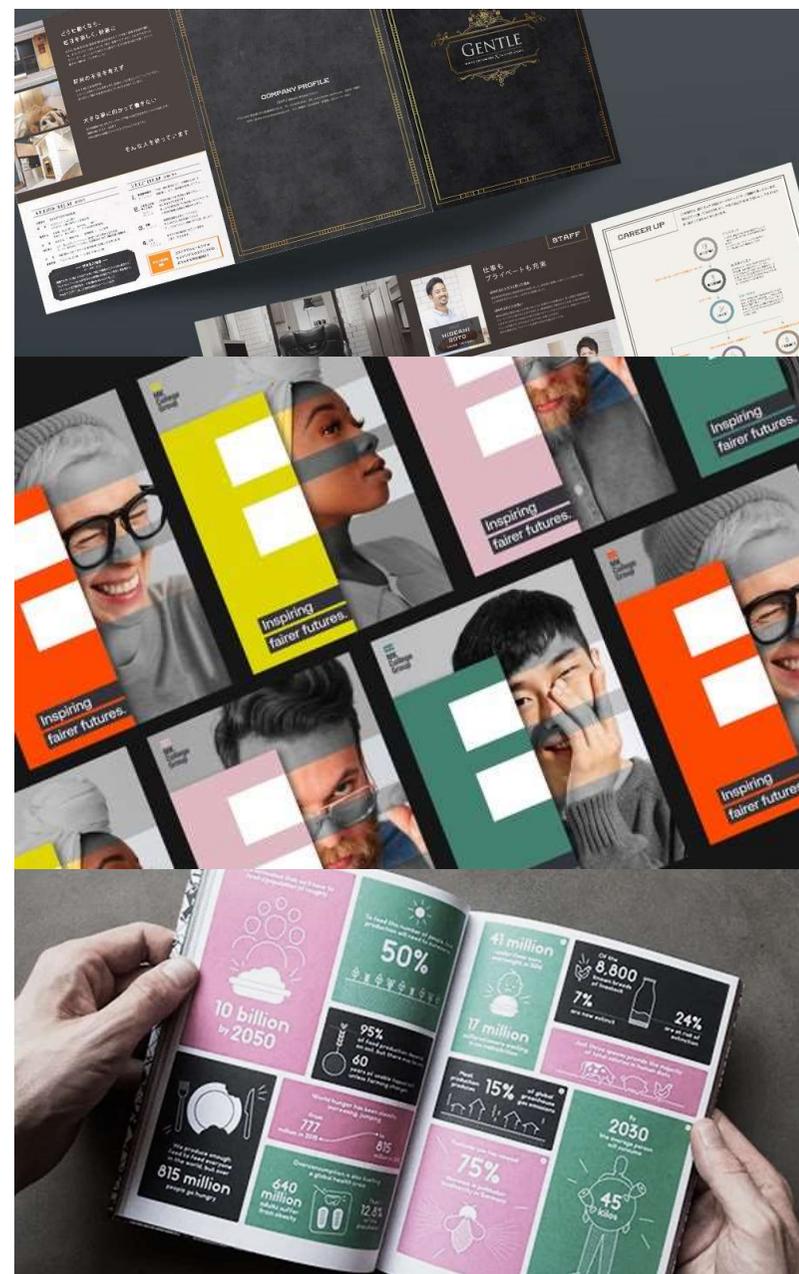
住民同士の助け合いシステム

新しいアイデアを歓迎する姿勢

自治会費の使い道（透明性）

Q&Aコーナー

最初の一步ガイド（入会方法、初めて参加する人向け）



# IDEAS

「地域課題をチームワークで解決する」

## Local Co-Creation Hub

## まちの未来を共に創る「課題解決ステーション」

自治会を地域課題解決のプラットフォームとして再編し、企業・NPO・行政・プロボノ人材など多様な主体と連携し、地域課題の解決を推進する仕組みを整える。

### 目的とゴール

自治会が多様な主体（住民、企業、NPO、行政、学校など）と協力し、地域課題を自分たちの手で解決することで、「自分の住む地域は自分たちで良くできる」という前向きで主体的な雰囲気が広がっている状態。

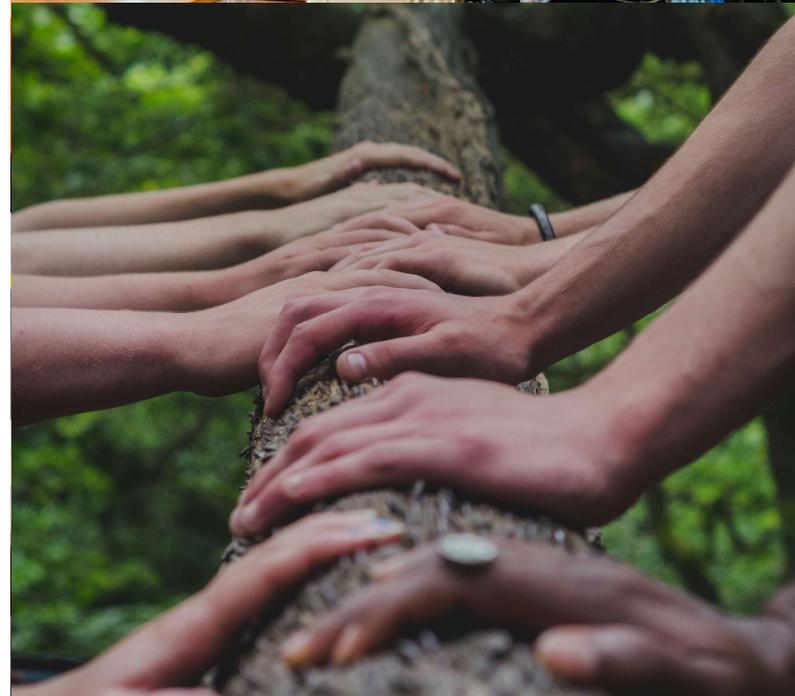
- 自治会の運営負担が減る
- 他団体・主体と連携することで、若年層の参加率が増える

### ターゲット

- 自治会役員、行政関係者、企業、NPO
- 単独では解決困難な課題を抱えている自治会

### 提供価値

- 多様な主体が参加しやすくなり、地域課題を迅速かつ効果的に解決できるようになる。
- 運営することで、新しいネットワーク、学びになるために若年層の参加率が高まる



# IDEAS

「気軽に繋がる、地域の輪を広げる」

## Small Connections, Big Community

### ちいさな交流、大きな安心「+1交流フェス」

ときにはマルシェ、ときにはフェス、ときにはビジネスマッチングイベント  
地域住民が気軽に参加できるイベントを定期開催し、顔見知りやゆるやかなつながりを増やし、地域交流を促進する。

#### 目的とゴール

地域に住む人々が気軽に交流を楽しみ、挨拶やちょっとした会話が自然に交わされるようになり、「ご近所同士がほどよくつながって安心できる」というコミュニティが育っている状態。

#### ターゲット

- 地域住民全般（特に若年層、ファミリー層）
- 地域交流機会が不足しており、孤立感や交流不足を感じている層

#### 提供価値

- 住民間の交流機会が増え、地域の親密度や安心感が高まる。



# IDEAS

「あなたの大切なものが、世代を超えて誰かの「+1」になる。」

## Life Stories Café: Share Your “+1” Treasure

### 人生の宝物を伝える『+1ものがたりカフェ』

地域の高齢者が大切にしている「人生の宝物」（思い出の品、写真、手紙など）を持ち寄り、その背後にある人生のストーリーを若者に語る交流イベント。一方、若者も自分が大切にしているアイテム（趣味の道具・本・写真など）を持ち込み、その背景にある想いや夢を高齢者と共有する。互いに人生の視点を交換し合い、感動や気づきをSNSや地域メディアを通じて広く発信する。また、交流から生まれたストーリーを魅力的な動画やポッドキャスト、Instagramのストーリーなどにまとめて配信。地域外からも注目されるコンテンツとして展開することで、若い世代の関心や参加意欲を高める。

#### 目的とゴール

高齢者が「自分の経験が若い世代に新しい視点を与えている」と感じ、世代間の相互尊重が深まる。

孤独の解消にもつながる

若者が高齢者との対話を通じて新しい価値観や気づきを得ることで、地域への関心や帰属意識が高まる。

地域全体が世代間交流の楽しさを実感し、多様な世代が参加するイベントが地域に根付く。

#### ターゲット

-地域住民全般（特に若年層、ファミリー層）

-地域交流機会が不足しており、孤立感や交流不足を感じている層

#### 提供価値

-若い世代と交流できる貴重な機会を得ることで、生きがいや活力を感じる。

-自身の人生の価値を再認識し、地域の中で存在感や尊敬を得られる。

-普段聞けない貴重な人生のエピソードを知ること、自己の視野が広がる。

-SNSなどで共感されるユニークなコンテンツ作りができる。

-自分の大切な想いを伝える機会となり、他者からの共感や新しい繋がりが生まれる。

