

「行革甲子園 2018」エントリーシート

【取組の内容】

1 取組事例名

【地域活動マッチングイベント】まちが本気出せば、予算なんていらない！

2 取組期間

平成 30 年 3 月 21 日

3 取組概要

地域包括ケア推進のため、地域活動を行っている団体と、特に活動をしていない市民とを結ぶマッチングイベントの開催

単に開催するだけでは、多くの集客は見込めない。そこで、企業や社会福祉法人へ協力を依頼、500品（300名分）の協賛品が集まり、イベント最後に抽選会を行うことによって、多くの来場者が、最後まで会場にて留まり、多くのマッチングが行われた。会場にいた全員が新たな出会いに心を躍らせ、多くの市民より「次回も必ず開催してください！」との声が寄せられる大盛況であった。

4 背景・目的

地域活動を行っている団体への聞き取り調査から、担い手や、参加者の不足が大きな課題となっていることを把握。また、特に地域活動を行っていない市民へのアンケート調査から、地域活動は行いたい、きっかけや情報がないことにより活動に参加していない、という状況を掴んだ。

お互い求めているのに、出会えていないだけならば、一堂に集めてしまえばいい！から始まったマッチングイベント



6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

- ・【高齢者施策をまち全体で！】協賛についてのメリット
 「協賛者」商品を提供するかわりに、市報にて屋号等の掲載、イベント来場者への周知による宣伝効果
 「主催者」協賛品により大きな集客。普段関わりがない企業等まち全体が高齢者施策を一丸となって応援
- ・【予算不要】集客は協賛品、市報、広報誌を活用。また、「東京都健康長寿医療センター」より無料にて講師を派遣いただき、社会参加の重要性を語っていただくなど、基本的に予算がかからないイベント
- ・【地域活動に絞った大きなマッチングイベントは、例がない?】高齢者向け企業説明会などの開催は耳にするが、当該主旨イベントは、ネット検索しても例を見ない。

7 取組の効果・費用

予算はほぼゼロ！一番費用がかかる、来場者プレゼントや、広報は、**企業等の協力、市報や広報誌の活用**により、賄われた。

あいにくの**雪の中**、出展者 38 団体、約 200 人、来場客約 140 人、合計 **340 人**の来場があった。マッチングの実績に関しては、今後調査を行うが、出展者からは、「複数名から、参加希望を頂いた！」「連絡先を交換できた！」といった、目に見えた実績や、「こんな団体あるんだ！と、知っていただけるいい機会だった。」「出展団体同士の繋がりができて良かった。」など、数多くの好評をいただいた。

8 取組を進めていく中での課題・問題点（苦労した点）

このイベント成功のカギは、集客もさることながら、出展団体がいかに来場客に「楽しい活動であり、皆で楽しくやっぺいこう！」という雰囲気を出せるかであるため、出展団体への説明に苦慮した。

しかし、出展者向け説明会を複数回開催し、その中で、模擬出展ブースを設置し、寸劇方式で、良い例、悪い例を実演することにより、当日大盛り上がりとなった。

9 今後の予定・構想

会場が市内 1 カ所であるため、遠方にお住いの市民は利便性が悪いいため、他事業で運営しているバスを活用し、イベント用巡回バスを検討

市民と協働し、いかに来場客が地域活動をしてみたいと思えるかを、市民と協働し検討する機会を増やす。

10 他団体へのアドバイス

当初、ここまで盛況を得られるとは思わず、事業を開始したが、**ニーズは非常に高かった。**

基本的に費用がかかるものではないため、**予算措置がなくとも本年度中に開催することも可能**

地域包括ケアシステムの要である、生活支援コーディネーターは、地域の助け合いづくりという、成果が目に見えにくい業務を推進しているが、当該イベントは、目に見える大きな成果となり、また、普段関わりの無い市民とも大きく関わることができる。更に、普段より関わりのある団体へも、その団体が自らの活動の PR を行うことで、「なぜ参加者が増えないのか？」「どこが悪いのか？」を客観的に思料する、良い機会となる。

※興味があれば是非ご連絡下さい！詳しく情報提供いたします！

11 取組について記載したホームページ

掲載期間終了のため無し