

富ヶ谷町会 業務棚卸と運営改善提案 プロジェクト

成果物提案

2020年5月18日

(補足)
本提案は2020年2月初旬時点の
内容をもとに構成しています



成果物提案ミーティングの位置づけ

本日は、前回の中間提案結果を踏まえ、富ヶ谷町会の皆様のニーズに見合った具体的な成果物をお持ちしています。

	2019年									2020年					
	10月			11月			12月			1月			2月		
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬
キックオフ事前ミーティング	10/5														
キックオフミーティング		▲ 10/16													
プロボノワーク															
中間提案ミーティング															
プロボノワーク															
成果物提案ミーティング															
最終成果物の納品															

▲ 10/16

ヒアリング
防災訓練

まとめ
分析

▲ 12/19

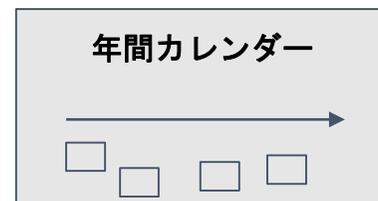
新型コロナウイルス
影響による延伸

▲ 5/18

提案（アウトプットイメージ）

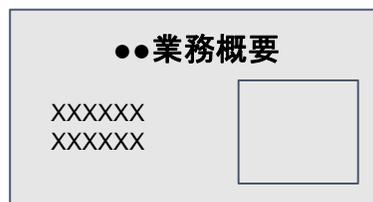
STEP 1

①防災業務全体概要 (4枚)

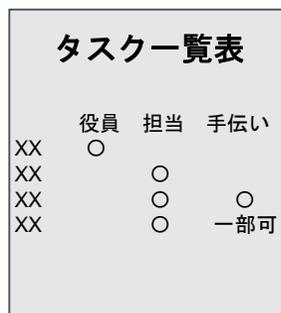


STEP 2

②業務概要 ※今回は防災訓練 (1枚)



②タスク一覧・手順書 (手順書は5~10枚程度)



STEP 3

③周知方法・ツール案内 (3~5枚)



Agenda

1 防災業務の整理と文書化

2 業務概要・タスク一覧化と手順書

3 周知/集客の方法・ツールの案内

1 防災業務の整理と文書化

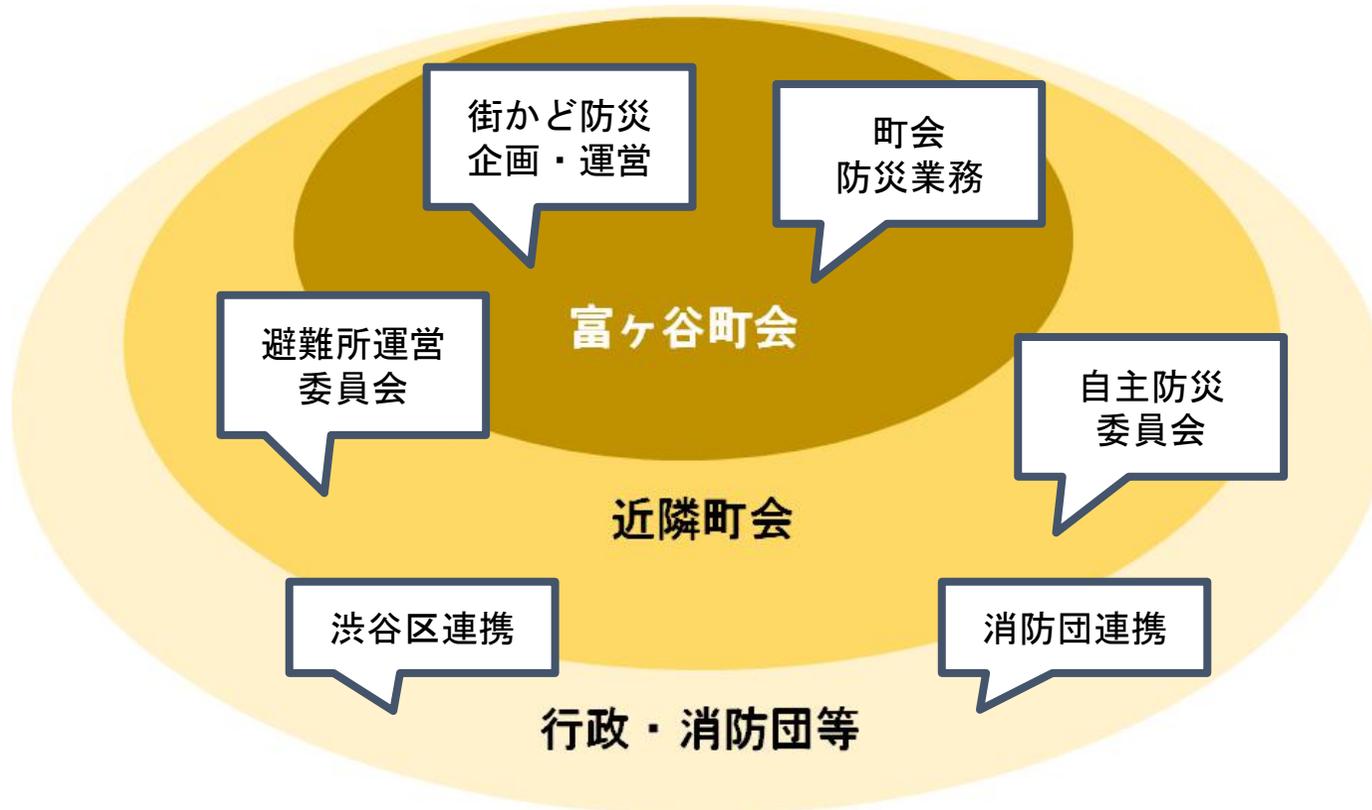
2 業務概要・タスク一覧化と手順書

3 周知/集客の方法・ツールの案内

防災業務の整理と文書化

防災業務の全体像

地区防災は、大きく3つ（町会・近隣町会・行政＝渋谷区）に区分される



消防団の出動要請や
補助金の申請などには
渋谷区が対応する

しかし、

地域毎の防災訓練など
各イベントの計画や
運営については町会が
主体的に実施する

防災業務の整理と文書化

防災業務活動のスケジュール

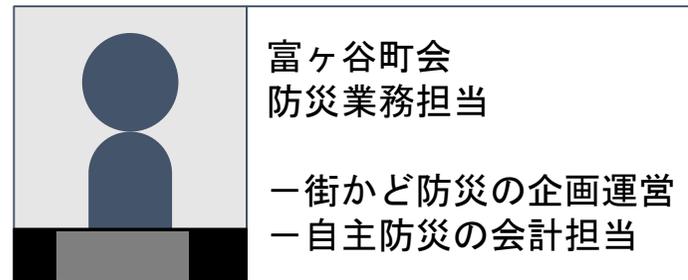
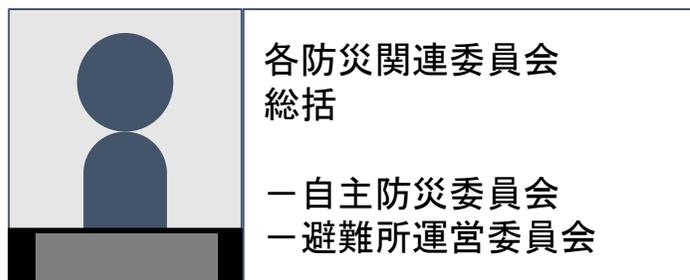
町会・近隣町会のほか、自治体（渋谷区）イベントも多く一年を通して断続的に開催
 （※下記日付は令和元年のもの）



防災業務の整理と文書化

防災業務の主な活動・関係者

富ヶ谷町会では、とが中心となり、年間の防災活動・行事を運営



避難所運営委員会

- 有事の際の避難所開設運営
- 役員、民生委員も対応

6町会自主防災委員会

- 防災訓練の運営
- 各町会から2~3名が選定

渋谷区・消防署

消防団第10分団

防災防火協会

防災業務の整理と文書化

防災業務の主な活動・関係者

自主防災訓練は、6町会で構成する自主防災委員会を中心に渋谷区の協力を得て開催



防災業務の整理と文書化

ここまでは、富ヶ谷町会における防災業務の全体像や自治体（渋谷区）との関係性をまとめさせて頂きました。

今回は、防災業務の中でも、大きなイベントでもある自主防災訓練に焦点をあて「業務棚卸・見える化」（文書化）を行いましたので、次ページ以降で説明させて頂きます。



- 自主防災訓練
- 避難所運営
- 街かど防災



1 防災業務の整理と文書化

2 業務概要・タスク一覧化と手順書

3 周知/集客の方法・ツールの案内

タスク一覧化と手順書

別紙もあわせてご確認ください

業務概要シートの作成

「役員だけでなく町会内外の誰もが閲覧できること」を前提とし、「誰でも、時間をかけず、全体概要を知ることが出来る」ことを考慮して作成しました。

業務概要シート

	概要	備考
対象業務	自主防災訓練	
実施目的	定期的に訓練を履修し、有事の際の初動を早め災害時の地域被害を最小限にする。	
実施担当	防災担当	B町会自主防災委員会
実施内容	(訓練項目) ・AEDや仮設トイレ設置、避難車など 体験や訓練を実施 ・B町会の参加員約100名～130名が参加 ・渋谷区と連携し消防団や職員も参加 (事前準備・事後対応) ・渋谷区への申請や案内などの準備で 2ヶ月前より着手 ・訓練実施後は一週間の後片付け	(主な訓練内容) AED、仮設トイレと水消、パル ーン投光器・救急付キスタンドパイ プ、非常用電話、災害用のアンプ 体験、避難車体験 (主な事後準備) プログラム作成、ポスター・回覧 用チラシ作成、行政関連申請、開 催者通知、雨天時の対応方針など
実施時期	年2回：3～4月/10月～11月の平日	
実施時間 (訓練項目)	4～6時間 (7:45～12:15) ※訓練時間(3～4時間 (8:30～12:00))	準備作業・事後作業あり
実施場所	町内の小学校	渋谷小学校、上原小学校
参加町会	善ヶ谷、善ヶ谷一丁目、善ヶ谷二丁目、 上原一丁目、上原二丁目、上原三丁目、 元代々木、代々木上町	(参加者構成) 役員、会員、渋谷区自主防災組 織、避難所運営委員会
参加団体・関係者	渋谷区 (区民、区議会議員、区職員、渋谷 サービス公社、消防署員、消防団員10 分団)、東海大別荘聖華高等学校	(その他) 元記は2019年度実績
その他		

更新日	版	備考
2019年12月XX日	1.0	初版発行

～作成のPoint～

- 短時間で理解できるように **A4・1枚以内** に収める
- 分かりやすくするために **5W1Hを意識** する
- 作業量が把握できるように **期間や規模** も添える

～留意点～

- **個人情報** は記載しない
(出来る限り情報公開を行うため)

～更新頻度～

- 2年に一回程度

業務概要シートの活用

役員同士はもちろんのこと、町会員や町会員ではない方にも町会活動を知って頂くツールとして活用するために、積極的な「情報開示」を行いましょう。

① 誰でも確認できる場所

ホームページなどを通して
誰でも確認できる環境作り



- ・ 防災訓練
- ・ 街まど防災
- ・ お祭り
- ・ 花いっぱい運動
- ・ 地区運動会

② 掲載場所への動線づくり

人の目につくところ（接点）を
強化して、ホームページへ誘導



掲示板



SNS



ホームページ

タスク一覧・手順書の活用

タスク一覧・手順書は町会内に閉じた活用が基本ですが、町会員や町会員以外でも協力意思のある方には思い切って共有し「**協力を引き出す環境**」を作りましょう。

① 手順書の充実

お手伝いをお願いしたい・できそうなタスクから手順書を作成

作業内容	作業項目	作業手順	作業時間	作業曜日	作業場所	作業担当者	作業備考
ゴミの分別	資源物の分別	資源物の分別					
	燃やせるゴミの分別	燃やせるゴミの分別					
	燃やさないゴミの分別	燃やさないゴミの分別					
	資源物の分別	資源物の分別					
	燃やせるゴミの分別	燃やせるゴミの分別					
	燃やさないゴミの分別	燃やさないゴミの分別					
	資源物の分別	資源物の分別					
	燃やせるゴミの分別	燃やせるゴミの分別					
	燃やさないゴミの分別	燃やさないゴミの分別					
	資源物の分別	資源物の分別					
草刈り	草刈り	草刈り					
	草刈り	草刈り					
	草刈り	草刈り					
	草刈り	草刈り					
	草刈り	草刈り					
	草刈り	草刈り					
	草刈り	草刈り					
	草刈り	草刈り					
	草刈り	草刈り					
	草刈り	草刈り					

まずはお手伝いをお願いできそうなタスクからOK



② ちょっとした手伝い募集

ちょっとしたお手伝いを掲示板やSNS、フライヤー・チラシで募集



タスク一覧化と手順書

今まで使ったことのないツール（マニュアル）利用はなかなか馴染まず、使いにくさを感じるかもしれません。

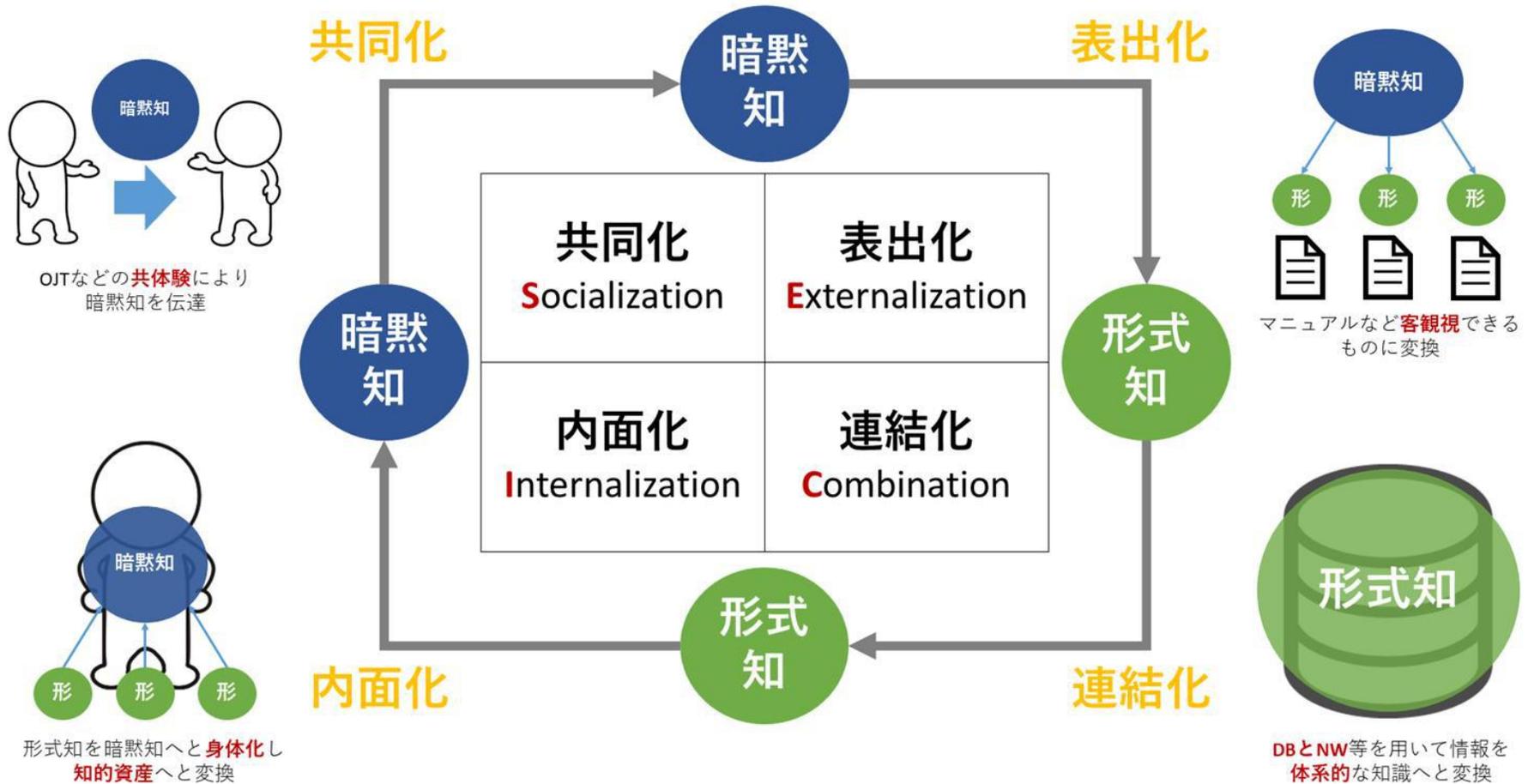
しかし、業務改善には「見える化」が不可欠です。

ぜひ、皆さんご自身で自主防災訓練や他の業務を対象に「業務概要シート」「タスク一覧」「手順書」を作成し実際に利用しながら、フォーマットに縛られることなく皆さんが使い易い形に変えていって下さい。



タスク一覧化と手順書

SECIモデル



1 防災業務の整理と文書化

2 業務概要・タスク一覧化と手順書

3 周知/集客の方法・ツールの案内

周知/集客の方法・ツールの案内

周知/集客の方法としては、回覧板や掲示板のように紙媒体を使う方法もあれば、SNS（Twitter、Facebook）のようにデジタル技術を使う方法もあります。

インターネットやスマートフォンの普及に伴い、これまで紙媒体では届けることが出来なかった人・地域に、わずかな時間（数日→数秒）や費用で情報発信が出来るようになりました。しかし、インターネットは利用者側に「検索する」意思がないと見られることがなく、タッチポイント（接点）を確立できるまで効果を得ることが難しい、という課題も抱えています。

メッセージを届けたい相手側の状態に応じて、使い分けたり双方を連動させることが必要となります。

周知/集客の方法・ツールの案内

周知/集客のツール

紙媒体＋α	デジタル
回覧板・掲示板（集合住宅）	ホームページ（町会・区）
掲示板（町会）	Twitter
チラシ・フライヤー	Facebook
ビラ配り・ポスティング	Instagram
紙アンケート	Eメール（メーリングリスト）
ポイントカード	LINE
口コミ（家族・学校・近所）	Googleフォーム（アンケート）

周知/集客の方法・ツールの案内

周知/集客については、一般的なマーケティング手法を参考にすることでより効果的に情報を届け、相手に行動を喚起しやすくなることが期待できます。（※何度も検証を繰り返すことが不可欠です）

参考：インターネット/SNS世代の消費行動モデル

AISAS（アイサス）



DECAX（デキャックス）



周知/集客の方法・ツールの案内

闇雲にあれこれ対策を講じても大きな効果は期待出来ません。
まず「誰を」「どんな状態にしたいのか」を整理しましょう。

～ターゲット～

誰を

町会員

中高年

町会員以外

若手

子供あり

～目的・狙い～

どんな状態に
するために

存在を知る

興味を持つ

調べる・検索する

行動する

共有・発信する

～対策～

何を
どうするのか

回覧板で回覧

掲示板に掲載

チラシ・
フライヤーを配布

SNSで発信

その他



周知/集客の方法・ツールの案内

富ヶ谷町会でも課題であり、増やしていきたい**若手層の参加**は
集団住宅に住み、企業/団体に属していると想定されます。

Aさん

幼稚園・保育園や小学校低学年の子供がいて、
地域とのつながりを求めている

ex. 子供向けイベントには積極的に参加している

Bさん

子供はいなく、地域との接点もほぼ無いが、
困っていないし、それでいいと思っている

ex. 平日は仕事のため 週末は自分の時間にあてている

Cさん

地域の企業に勤めていて、ボランティアには興味もあり、キッカケを探している

ex. 自宅は別場所なので地域の活動は参加していない

最も接点の確立が難しい Bさんタイプ を更に具体化してみます

周知/集客の方法・ツールの案内

ペルソナ

(※写真の方と下記内容は全く無関係であり、あくまでも仮の内容となります)



佐藤 栞 さん

業種：IT企業
年齢：31歳
性別：女性
年収：500万円
婚姻：既婚
家族：夫婦二人
居住：Brillia

ユーザーストーリー

高校まで福岡に住んでいたが大学進学とともに上京。就職で地元福岡へ帰ることも考えたが、東京の企業に就職。大学時代に付き合い合ったサークルの1つ上の先輩と結婚。結婚当時は賃貸マンションに住んだが、両親からの勧めと援助もあり、現在のマンションを購入。夫婦ともに大手企業に勤め収入は安定、住宅手当などもあり金銭的負担が少なく、外食や旅行などの出費がかさみがち。週末は出かけることが多く、食料品や日用品の買い物は大半がネット購入。そろそろ子供も欲しいと思っているが、今の生活スタイルが変わることに躊躇している。

日々のゴール：広い部屋で快適に過ごしたい
週末は外でおいしい食事
年に2回は海外旅行

将来のゴール：退職後は地方や離島に移住したい

よく使うツール

Amazon（買い物）、LINE、PayPay、
Hulu、メルカリ、Youtube、
SNS（Twitter、インスタグラム）

仕事の内容

入社して以来10年、一貫して事務職についている。人のサポートをすることが好きなので仕事への不満はなく、周囲からも評価されている実感はある。現在の職場は年休取得や残業軽減を促進しているので心身ともにストレスはない。

課題

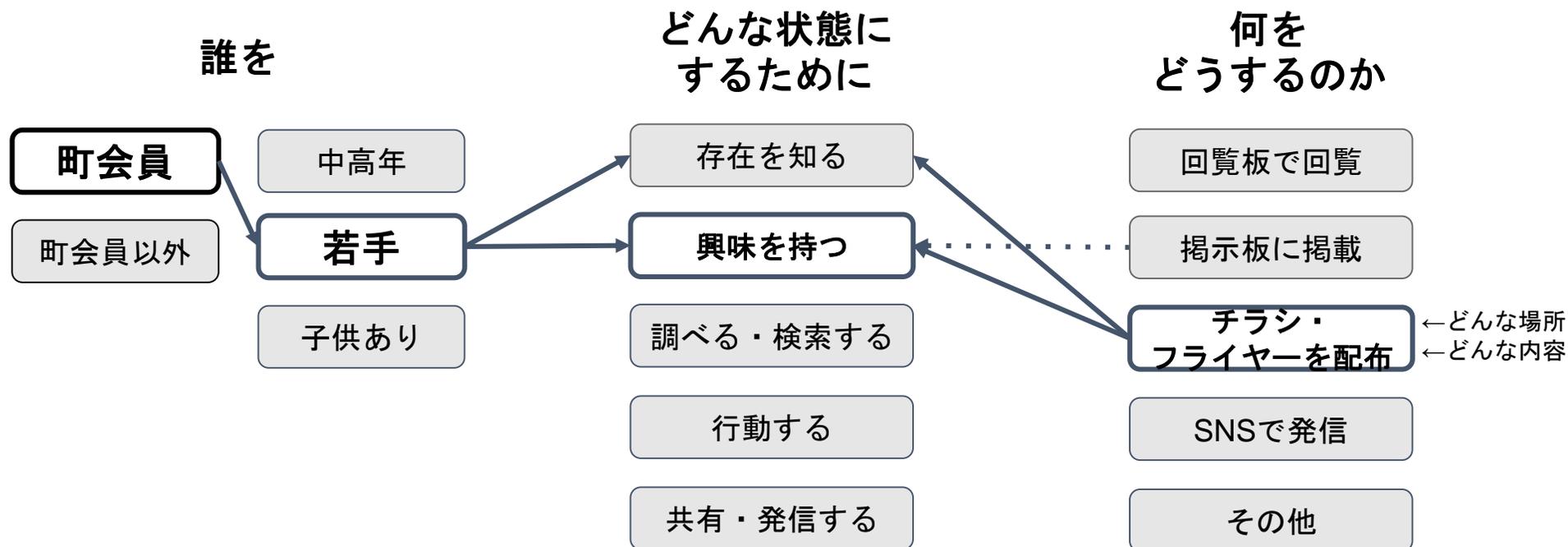
このままずっと同じ仕事をやり続けることに漠然と不安を感じているが、出産のこともあり、新しいことを始めたり異動希望を出すまでには至っていない。

集団住宅に住み町会費は払っているが、今のところ町会活動に無関心

周知/集客の方法・ツールの案内

認知・興味喚起

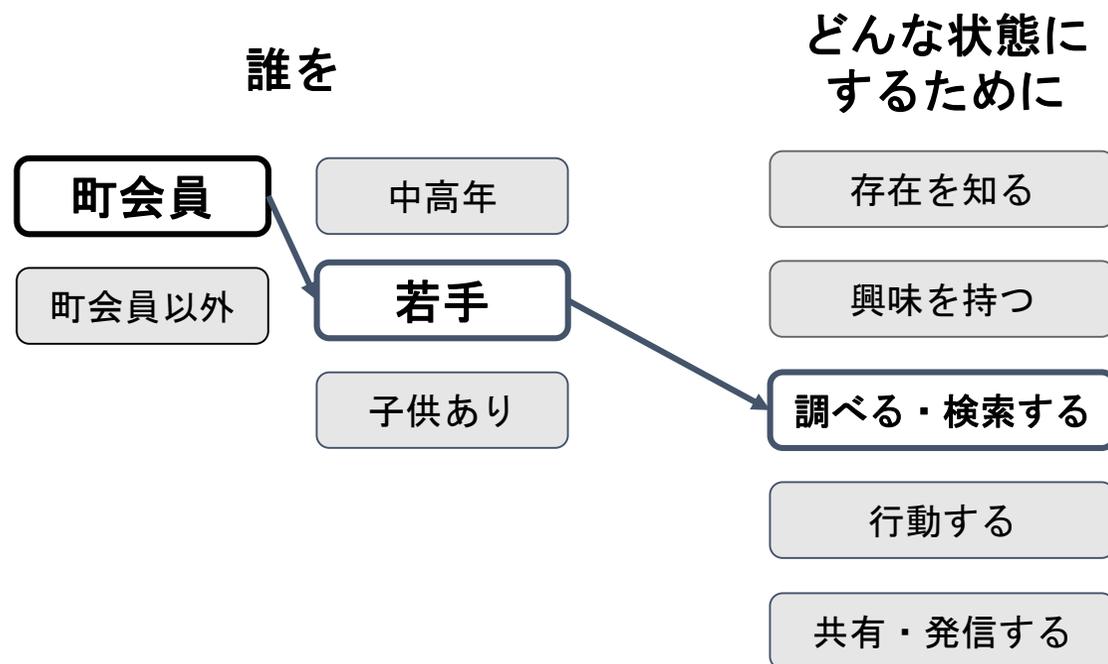
認知や興味喚起のフェーズでは、見に行く意識を伴う掲示板やSNSより、飲食店などでのフライヤー（チラシ）の方が効果的



周知/集客の方法・ツールの案内

検索・行動

検索や行動のフェーズは、日頃接点が少ない人ほど重要です。
(悪いイメージがついても払拭する機会を作りやすくするため)



☑スムーズに情報に辿り着けるか？

- スマホなどからすぐにアクセス
- HPのデザイン
- QRコード

☑分かりやすい内容になっているか？

- 文字説明だけでなく写真も添えて直観的に理解できる紹介ページ
- イベント概要 (参加日時、参加条件)
- 協力募集 (若い人が得意な領域)
- 町会業務 (業務概要)

☑自分にも出来そうだと感じられるか？

- 参加者の属性 (若い人) に合わせた開催時間や参加条件
- 毎回決まった時間、短時間の開催
- 子連れ参加OK、お試し参加OK

周知/集客の方法・ツールの案内（周知）



例えば
ショッピングカード型

↑表裏→



ツール

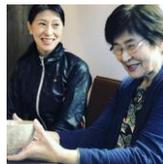
フライヤー

内容

回覧板が回せない集合住宅住民には
掲示板への掲載だけでなく、持ち帰り
たくなるようなフライヤーを用意。

利用例

イベント内容が
よりよく伝わるように
写真を使用



大きなイベントは
より多くの人の目に付く
スーパーや駅に設置



フライヤーには
QRコードなども添えて
手軽にホームページや
イベント特設サイト、
アンケート回答フォームへ
アクセスできる工夫を

富ヶ谷町会
ホームページ



周知/集客の方法・ツールの案内（周知・意見収集）



ツール

LINE公式アカウント

内容

老若男女問わず広く使われているLINE用の企業やお店向け情報発信ツール。
*2019年1月時点の開設数は約300万件

利用例

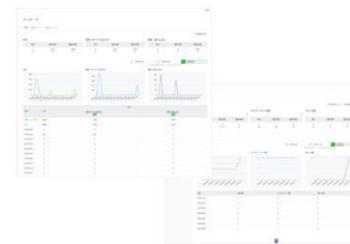
登録ユーザーへの メッセージ配信



イベント情報などの タイムライン投稿



このほかにも、ユーザーからの問い合わせに対応できるチャットやどれだけのユーザーが参照しているかなどを確認できるレポートを提供



周知/集客の方法・ツールの案内（周知）

ツール

Instagram

内容

#（ハッシュタグ）を活用すればより多くの人の目に触れるチャンスができる情報発信ツール。

利用例

#代々木八幡駅の投稿数は
2,819件



#代々木八幡の投稿数は
154,000件！



※2020年5月17日時点

ハッシュタグはフォローもでき、フォローしているタグがついた投稿は定期的にタイムラインに表示されるため、より多くの人の目に触れられる可能性あり

周知/集客の方法・ツールの案内（意見収集）



ツール

Google フォーム

内容

一般的な設問設定のほか、分岐や集計機能も実装されたアンケートアプリ。
*2020年1月現在 個人向けは無償提供

利用例

直観的に利用できる
アンケート作成&配信



プルダウンや記述など
豊富な回答方式



このほかにも、
アンケート結果をExcelに変換する
ダウンロード機能や
アンケートの回答状況を
リアルタイムに確認できる
レポート集計機能を提供



周知/集客の方法・ツールの案内（運営）



ツール

地域密着型プロボノチーム

内容

ビジネススキルを活かし、社会に貢献するプロボノの地域密着型チーム。
*ツール活用における有力なサポーター

利用例

企業で培われた
スキル活用



休日や平日夜間に
解決に向けた討議



プロボノチームの活動は
町内会との関係性も強いが
活動領域が未定義の段階では
別組織としての運営を推奨

↓
連携パートナーとしての
位置づけ



周知/集客の方法・ツールの案内

紹介させていただいたツール以外にも、自治体や地域の情報共有を目的としたサービス（アプリ）は多数提供されています。

しかし、こういった新しいサービス（アプリ）を導入・浸透させるには、利用者にインストールさせたり、日常的に「使う」レベルまで育て継続的に維持させる必要があり、運営する側の負荷も非常に高くなります。

利用者の利便性や運営者の継続性の観点から、広く利用され、導入障壁や運営コストがさほど高くない方法から接点を増やしていくことを推奨します。

まとめ

周知・集客の改善により、イベントに若い方が参加してくれるようになったり、お手伝いの申し出が増えるかもしれません。

その時に最も重要となるのは『**最初の体験（印象）**』です。

参加者のライフスタイル・ペースで、時間が少しかかっても、町会活動を一つ一つ重ねていけるようステージ別のタスク設定や気軽に相談できる仕組みのご検討・ご導入を提案します。

キッカケ
づくり

お手伝い募集
接点発掘

雰囲気
づくり

子連れイベント
町内会の透明性

受入れ
体制

サポート係
開催日時の配慮

ITツール
活用

LINEや
クラウド活用

他団体と
の連携

大学生連携
飲食店

まとめ

新型コロナウイルスにより、私たちのライフスタイルは大きく変わろうとしています。町会活動も、この変化を捉えながら、『地域住民との新しい関係』を築かれること、心より期待しています。

いま、ココ

ステージ	Beforeコロナ	Underコロナ	Withコロナ	Afterコロナ
生活様式	従来の日常 生活・仕事の大半はリアル（対面）での接点を中心	活動の自粛 在宅を余儀なくされるリモートでの接点を中心	部分的に緩和 三密や濃厚接触の回避しながらリアルでの接点を回復	新しい日常 日常的にリアルとリモートを併用した接点にシフト
在住時間と地域接点の変化（若手層）	在住時間は少ない 地域接点も少ない	在住時間が増加 地域接点が限定的に増加	在住時間が減少 地域接点が増加（行動動線が増）	在住時間が増加？ 地域接点を増加？それとも元通り？

さいごに

成果物提案における報告事項は以上となります。
いかがでしたでしょうか？

ご指摘頂きました内容の修正反映などを実施した後、
最終成果物の提出とさせていただきます。（約2週間後を予定）

引き続きご協力のほど宜しくお願いします。

