

平成 30 年度 練馬区地域おこしプロジェクト選定事業の評価について

団体名	ノースファミリー実行委員会
事業名	<しもねり・かわら版>みんなで創るよ！宿場の絆！！

1 平成 31 年度の事業継続

[可 ・ 不可] とする

2 平成 30 年度の実績

[賛同者、協力者]

- ・ Facebook フォロワー (約 50 人)
- ・ 体験記者 延 6 人

[しもねり・かわら版の発行]

- ・ 創刊準備号 (500 部発行)
- ・ 創刊号、第 2 号 (各 10,000 部発行)

北町一丁目～三丁目全戸配付

東武練馬駅、北町地区区民館、商店街等で配布

[主催イベント]

- ・ 親子向け交流イベント「ノースファミリーとおとあーと」(親子 16 組参加)

3 平成 30 年度の評価

地域コミュニティの希薄化を改善するには、地域の活動や行事への関心が低い住民に当事者意識を持ってもらうことが必要です。まずは彼らが参加しない理由やそのニーズを把握する取り組みを行うとよいでしょう。

具体的には、かわら版を全戸配付しているメリットを活かしたアンケート調査や子育て世代との少人数の対話など、直接意見聴取できる機会を設けることが大切です。

また、かわら版を単なるイベント情報紙に終わらせるのではなく、紙媒体の特性である「蓄積性」を活かした内容にしてください。地域の魅力や課題を分析したテーマ(例:地域にある公園の良い点や生活の中の困り事)や、身近で参加しやすいテーマ(例:わが子、ペット)を発信することにより、地域住民への訴求力が高まるのではないのでしょうか。

そのためにも、今一度、この事業の目的と到達目標、具体的な行動計画の再考をお願いします。これまで地域の活動等に関わる機会が無かった方が体験記者として参加した数の増加や、かわら版でつながるサークルを作ることなど、この事業の成果をどのように測るのかを明確化してください。

地域おこしプロジェクト 2 年目の実施にあたり、補助終了後、安定・継続的に運営することも視野に入れてください。彼らをコアメンバーに巻き込むことによる紙面づくりの活性化や、有料広告の検討など、活動規模に合わせて、資金と人手が適切になるように工夫してください。期待しています。