

第II章 町会・自治会活動に関する聴き取り調査から

1 聴き取り調査の必要性

第I章では、アンケート調査という形で区民のコミュニティに対する意識調査を行った結果を分析してきた。この調査の対象としてアンケートに回答した区民の中には、町会・自治会を始めとするそれぞれの活動に何らかの形で関わっている人々も含まれているものと推察される。しかし、アンケート調査結果においては、各団体の活動に関与している個人の自らの属する団体や活動に対する思い入れは当然回答に反映されているとはいうものの、あくまでも統計的に処理された定量的な数値で表されるにとどまる。極論すれば、アンケート調査では、各団体・活動への参加者若しくは部外者として相対化された意識を客観的に分析することは可能であっても、個々の活動団体を主体的に担っている当事者の意識を分析し、掘り下げるまでには至らない。そのため、アンケート調査では推し量ることができない項目について補完する調査が別途必要になるのである。

そこで、当分科会では、団体を日頃から運営し、その活動を当事者として主体的に担っている個人に対して聴き取り調査を実施した。第II章から第IV章にかけては、それら聴き取り調査の結果について報告することとし、まず本章では、町会・自治会の役員の代表である町会長・自治会長から聴き取りを行った結果の概要について紹介する。

2 地域別の聴き取り調査結果概要

それでは、具体的に聴き取り調査した内容について、以下順を追って個別に報告する。聴き取り調査の対象となった町会・自治会の選定の方法であるが、第I章と同様に板橋区の基本構想・基本計画等によって示された地域区分に基づき区内全域を板橋・常盤台・志村・赤塚・高島平の5地域に分け、各地域から町会・自治会各1団体を選定することとした。また、聴き取り調査の方法であるが、当分科会の研究員が対象者と個別に直接面接してヒアリングを実施した。

なお、プライバシー等の問題に抵触しないよう配慮し、個々の町会・自治会名や個人名については仮称・匿名の形式を採用するとともに、団体名が特定しうる団体の属性に関する情報についても支障の無い範囲で抽象化していることを付記しておく。

(1) 板橋地域

昭和 20 年代半ばに発足した A 町会の町会加入率は、区域内全世帯のうちの約 52% となっている。

この地域の特性に関する町会長の認識では、地域における高齢化は進んでいるが、古くから住んでいる顔見知りが多いので、近隣で注意しあえる気さくな土地柄である。また、商店・工場・住宅が混在している地域であるが、店主世帯とサラリーマン世帯との関係は町会の中では良好であるとのことである。

A 町会の組織形態としては、会長・副会長・会計のほか、総務部・防犯部・アパート防犯部・防火防災部・婦人防災部・交通部・青少年部・衛生部・婦人部等で構成されている。構成員の属性では、店主世帯とサラリーマン世帯がそれぞれ半分程度を占めており、役員の中にはサラリーマンが含まれるほか、比較的年齢層の若い役員もいるとのことである。

主な活動内容であるが、防災活動では、9月の総合防災訓練のほかに近隣4町会合同による防災訓練、町会独自の防災訓練を行っている。訓練では若手を起用し、区民消火隊はここ数年、常に上位入賞している。夏休み期間中に実施するラジオ体操の最終日に消火器訓練を併せて行い、参加者も多く大きな成功を収めている。サラリーマンが多い地域であるため、昼間に在宅している女性への期待とその役割は大きく、婦人部の活動も盛んであるが、婦人防災部も組織している。

また、ファミリー層を対象とするイベントを重要視しており、年少の子どもが参加する事業では親の付き添いが必然的に伴うことから、事業そのものの参加者が多くなる。しかし、それだけの効果にとどまらず、普段は町会・自治会との接点が少ない親の世代にも町会・自治会の活動に目を向けてもらう絶好の機会にもなり、地域全体の活性化につながるという。そのほか、商店の多い地域であるというもう一つの特性も活かしており、商店街と協力して「ねぶた祭り」等のイベントを実施し、独自性を発揮している。

総じて比較的若い役員を登用したことにより、若い世代の事業への参加も増えてきており、18出張所管内ごとに開催される地区運動会では優勝争いの常連になっているほか、少年野球でも若い積極的な監督の下で町会独自の野球チームが結成されるなど、活性化している様子がうかがわれる。

一方、問題点としては、やはり無償のボランティア的な活動であるため、各種事業への参加者の動員が大変であることが挙げられている。また、町会としては財政的に厳しく、

区からの補助金・委託金等はあるものの、使途が限られているため使い勝手が悪い面もあるという。そのほか、賃貸マンション・アパート等の世帯の町会加入率が低いという状況が見られる。

次に、A町会と町会・自治会以外の他の地域団体との関係であるが、ボランティア団体との接点はほとんどないとのことである。趣味のグループ・団体との関係については、女性の踊りの会などが地域内に活動しているものの直接の関係はなく、そのほか複数の町会地域にまたがる太鼓の会があり、町会行事に参加してもらうなど、協力関係にあるとのことである。

最後に区に対する要望であるが、第一に、町会連合会から区に対する要望書を提出する際に事前に意見を出すように求められるにもかかわらず、実際に自分たちの要望したことがどうなったかという結果についてのフィードバックがないので、必ず報告・回答してもらいたいということを挙げている。このほか、第二に区による町会への加入促進、第三に補助金の使途の弾力化、第四に地域の安全性向上のためにも教育に力点をさらに置いてほしいということが挙げられている。

(2) 常盤台地域

昭和20年代の後半に発足したB町会の町会加入率は、区域内全世帯のうちの約47%となっている。

町会長によると、高級住宅街のイメージは確かに存在するが、高学歴の住民が多く、地域よりも個人を優先する土地柄であるため、町会への加入率は低いのではないかとのことである。さらに、単身世帯や独身寮等も多いことも、町会への加入率が低い要因ではないかと見ている。

組織形態は、会長・副会長・会計・監査のほか、総務部・防犯部・文化厚生部・防災防火部・女性部・交通部・青少年部・運動部等で構成されている。構成員の属性では、地域のほとんどを住宅街が占めていることもあり、サラリーマン世帯が多い。

主な活動内容では、やはり当町会もファミリー層を対象とするイベントの重要性を強調している。子どもを巻き込んだ事業は参加率が高く、それが契機となって町会の活動に参加するようになるということである。また、町会長の意見では、町会の使命は地域住民の安全を維持することを第一義とすべきであり、防災活動はもとより、児童や青少年の健全育成を見守ることが大切であるという。そして、地元の人材・財産を発掘して活用するこ

とも重要であり、出版業の経験者が町内新聞を作成したり、防災訓練の際にイベント業界の住民が無償でテントを張ってくれたりするなど、特技などを持つ地元の人材が地域に貢献・寄与している事例が見られるとのことである。

現在の問題点としては5点を挙げている。第一に、町会活動に関する「記録」が文書の形ではほとんど残されていないことがある。口頭による報告・連絡が主であり、詳細な情報が伝わらない構造になっている。しかも、情報の中身そのものも動員を要請する類のものが多い。第二に、事業計画等が役員だけで決められることが多く、透明性に欠ける部分がある。第三に、区の補助事業・委託事業が多いため、自主的な活動が阻害されている。第四に、町会の運営や活動内容が役員の属人的な資質にかなり左右される。第五に、青少年健全育成地区委員は町会からの推薦によるにもかかわらず、町会と青少年健全育成地区委員会との連携が必ずしも図られていない。

町会と他の地域団体との関係について聞いたところ、ボランティア団体との関係については、特に見るべきものはないとのことである。むしろ、町会自体がNPOのように法人化すべきであり、法人化すれば常勤職員の雇用や事務局の設置も可能となり、文書や情報の管理も適切に行われ、組織の活性化が図られるのではないかということである。また、趣味のグループについては、町会の内部にも幾つかのグループが存在しており、町会と関係があるグループであるということが信用を呼び、入会する人もいるという。

区に対する要望としては3点を挙げている。町会の自主的活動を推進するのであれば、やはり用途に制限のある委託金・補助金を出すのではなく、窓口を一本化して弾力的に使える包括的な補助金を交付するのがベターではないか。第二に、「成人の日のつどい」は18出張所毎の支部単位の事業とするよりも、卒業した中学校ごとの事業とした方が良いのではないか。第三に、青少年事業や教育関連事業等については、青少年健全育成地区委員会だけの事業とするような縦割りの形ではなく、町会にも関与できるものにしてほしいということ提案している。

(3) 志村地域

昭和20年代後半に発足したC町会の町会への加入率は、区域内全世帯のうち約60%となっている。

組織形態としては、会長・副会長のほか総務部・婦人部・青年部等で構成されており、構成員の属性としては商工業関係者が多く、比較的若い年代も少なくない。

主な活動内容であるが、ここでも子どもを巻き込んだファミリー向けのイベントの参加率が高いことに着目し、親子のイベント等の工夫を行っている。また、青年部も強化している。防災訓練についてもマンネリ化を回避すべく、講演会や救急救命訓練など内容を工夫し、婦人部の動員や老人クラブへの要請等も行った結果、まずまずの参加者を集めることができたという。この町会のユニークなところは、地域の商店街が商店街連合会から脱退したのを契機として、商店街組合としての機能も町会の中に取り込んだことである。これにより若い層の参加も広がり、イベント開催等においては一つの原動力となっている。さらに町会加入の拡大を図るため、出張所とも連携してマンション新築情報や転入者情報の把握に努めているとのことである。

しかし、新規加入が簡単には増えないということも、やはり問題点として挙げられている。町会に加入してもしなくても生活を送るうえでは特別な支障がないことから、加入勧誘をしてもあまり成果が上がらない。特に、民間賃貸の集合住宅の加入率は芳しくない。

次に、他の地域団体との関係についてであるが、ボランティア団体との関係は希薄であり、趣味のグループ団体との関係においても、太鼓の会以外は特筆すべきものは見られないとのことである。

区に対する要望としては、町会の加入促進のために転入者情報の連絡がほしいということに加えて、区の方からも加入促進のためのPRなど、積極的な働きかけをしてもらいたいということを挙げている。また、町会のエリアと小・中学校の通学区域とが完全には重なっていないため、PTAや学校等との連携を緊密にするうえでも、区域が完全に一致することが望ましいということも指摘している。

(4) 赤塚地域

昭和30年代初期に発足したD町会における町会加入率は、区域内の全世帯の約61%となっている。

組織形態としては、会長・副会長・会計・監査をはじめ、青少年健全育成部・防犯部・婦人部等である。

構成員の属性については、町会費は払っている会員は多様であっても、実際に活動に参加するのは50歳代が中心である。ただし、芋掘りは比較的若年層も参加するし、子ども向けのファミリーゲームの集いや青少年健全育成事業である子どもまつりなども、ファミリー層が参加している。町会区域内には、中学校はほぼ1学校区ということで問題はない

が、小学校については二つの学校区が存在しており、両学校区の間で必要となる調整の労は町会長がとっている。

主な活動内容としては、年3回実施する防災訓練のほか、上記の子どもまつり、家族向けの町内納涼大会等が挙げられる。

現在の問題点として挙げられているのは、ワンルームマンション住民の加入がなかなか得られないということである。町会に入ってもいなくても不自由がないということから、加入のPRや勧誘を何度行ってもほとんど効果がなく、回覧板も回らないという実態がある。

行事への参加を促進するための手立てとしては、事前に参加券のようなものを配布することが必要ではないかとのことである。景品や記念品など参加の見返りの有無によって、参加状況は随分異なるようである。その他、普段から飲み会やカラオケ等でコミュニケーションを緊密に保つことも重要であり、何か依頼する場合でも円滑に事が運ぶかどうかにか大いに影響があるということである。

ボランティア団体との関係では、区域内に野球やバレーボールを子どもに教える新興のボランティアグループが活動しているらしいが、町会との接点はあまりないとのことである。趣味のグループ・団体についてみると、町会の中にゴルフのサークルやバレーボール部、踊りの会等が活発に活動しており、その背景には、土地所有者層など比較的裕福で時間にゆとりのある女性の存在が大きいのではないかと分析している。

区に対する要望では、町会会館や補助金等に関することも挙げているが、町会の円滑な運営のために町会長が個人負担する場面が少なくなく、その辺りの改善ができないかということである。さらに、町会に加入していない世帯に対するPR・勧誘に努めてほしいということも強調している。

(5) 高島平地域

昭和40年代初頭に発足したE町会の町会加入率は、区域内世帯の中の約47%となっている。

構成員の属性としては、サラリーマン世帯が多く、事業所は会費のみ支払う形となっている。アパート等の単身世帯などでは未加入世帯が多いが、無理な勧誘はせずに自主的な加入を待つ形をとっている。

主な活動内容としては、まず隔月で広報誌を発行していることが挙げられる。また、厚

生部の行事としてバスハイクを実施しているほか、防災の分野では自主防災組織の訓練を年間2～3回行っている。防犯面においては、警察と連携して夜回りの巡回等も実施している。青少年健全育成についてみると、支部の行事のほか、独自に潮干狩り、卓球、ボーリング、ラジオ体操など様々な事業を展開している。さらに、部員数25～30人の少年野球チームもできている。環境衛生面では、啓発冊子を毎月全戸配布するなど非常に力を入れており、リサイクルの実績も区内トップレベルにある。交通安全では、全国交通安全運動の際にテントを3か所に設置し、夏休み前には自転車の安全点検を励行するなどの活動を実施している。そのほか、福祉部が最近立ち上がり、輪投げや卓球など高齢者向けの事業を展開している。

現在の問題点としては、区域内は第一種低層の住宅地で環境は良好であるが、最近3層重ねなどの野積みコンテナの増大という「公害」が発生しており、対策をとるよう区に要望しているという状況にある。

ボランティア活動との関わりであるが、中学校が地域の清掃活動に参加する一方で、美術展等の学校行事に町会が逆に参加したりしているとのことである。学校の校庭で青少年健全育成部が主体となってキャンプを実施するなど、子どもを守るのは町会の責務という意識の下に町会がまともっており、そういった町会が実施する行事に対して学校教師も非常に協力的であるとのことである。また、趣味活動などにおいても、町会そのものの中に様々な団体のメニューが用意されている。

区に対しては、放置自転車を何か月も回収しない場合があるので改善を求めたいということがある。また、単身世帯用マンションのごみ集積所を町会役員が清掃せざるをえないという実態もあり、公園清掃については町会が区から受託しているが、同じような財政的支援があればベターであるとのことである。

3 調査分析の総括

以上、各地域ごとに町会長から聴き取り調査した結果の概要を述べてきたが、これらの結果を総括することにより課題を抽出し、さらには、その解決に向けて、何らかの提言を導き出すこととしたい。

(1) 新規加入の伸び悩み

町会・自治会への加入率については、都市化の進行とともに低下傾向にあるとはいえ、

それでも40～60%の世帯が加入しているという数値は、決して過小評価することはできないところである。もっとも、加入率自体は、会費を支払うだけで実際には活動に参加していない会員も含んでの数値であるから大した意味がなく、むしろ、実際に活動に参加している会員数がどれくらいなのかを問題にすべきであるという見方もあると思われる。しかし、近年、いくらNPOやボランティア団体等の新しい組織が脚光を浴びているとはいえ、地域の中においてこれだけの規模を誇る組織の存在はほかになく、地域のポテンシャルを高める財産であるといっても過言ではない。従って、NPOやボランティア団体等との協働を推進すると同時に、既存の町会・自治会組織についても活性化を図ることが何といても重要である。

とは言え、全体の会員数という分母が増えないことには、実体として活動する「実働」会員の数そのものの拡大にも自ずと限界があり、また、新規加入が増えないことには組織として新陳代謝が進まず、活性化を図ることも困難になってくる。

そこで、組織への新規加入を促進するためには、現状の何処に問題があり、何が不足しているのかを考察することが第一に必要なようになってくる。

(2) 魅力ある情報発信の不足

未加入者にとっては、町会・自治会に加入してもしなくても何ら支障がないという理由から、新規加入がなかなか進まないという実情がある。加入のメリットがないと感じられているということは、実際に組織の活動自体に魅力が乏しいということもあるかもしれないが、魅力的な活動を行っていたとしても、そのことが意外に知られていないということに起因するのかもしれない。即ち、情報発信の不足ということである。

このことについて、区が広報媒体等を通じて町会・自治会に関するPRをもっと積極的に展開してはどうかという意見が聴き取り調査の中でも見られた。また、区民に対して実施したアンケート調査においても、町会・自治会をはじめとする地域活動に関する情報量の不足を指摘する意見が幾つか見られた。無論、区が地域振興を施策として掲げている以上、区としてもPRを行う必要性は少なからずあるが、町会・自治会を含む地域自身からも、従前にも増して自らの活動について情報発信していく必要があるだろう。

(3) 地域活動を紹介するためのホームページの開設

町会・自治会における情報提供の媒体としては、掲示板や回覧板が主体であり、熱意あ

ふれる有能なスタッフの存在など幾つかの条件に恵まれた場合にあってはミニコミ誌を発行・配布している団体も中にはある。しかし、いずれにしても紙ベースの域を大きく出るものではない。

もちろん紙ベースの既存媒体にはそれなりの長所があるのであり、その意義も依然として失われてはいないが、やはり一定の限界があることは否定できないであろう。まず、個人が掲示板や回覧板を目にした時に、即ち情報が供給されるタイミングに、その本人の情報ニーズがうまく合致するとは限らない。本人がメモでもしておかない限りは、時間が経過した後に当該情報を探そうとしても容易にはたどり着けない。与えられた機会を的確に捉えないと、その情報を永遠に逸するということにもなりかねないのである。これが双方向でないメディアの限界であろう。この短所を補う意味で、双方向性のあるインターネットを活用することは十二分に意義があると考ええる。

そこで、情報発信の絶対量の少なさを解消するためにも、既存のPRに加えて、町会・自治会の組織や活動を含めた地域情報について紹介するホームページを立ち上げることが重要である。できれば町会・自治会単位での開設が望ましいが、初期の段階では18出張所管内単位、即ち支部単位で立ち上げることから始めるのもやむを得ず、徐々に拡充していけばよいであろう。

ホームページについては、例えば世界に向けてというように、広域に情報発信するためのツールであるが故に、町会・自治会のエリアのような特定の狭い地域内での広報媒体としては不適切であり、新たに開設する意義が乏しいのではないかという誤解も一部では見られる。しかし、これはあまりにもホームページの意義・可能性を矮小化した見方ではないだろうか。「地域限定」のホームページという事例では、現に板橋区立の小・中学校において開設されているホームページの存在がある。地域の広狭という意味では、学校の通学区域も町会・自治会とそれほど大差はない。それでも、開かれた学校、魅力ある学校として自らの学校を内外にアピールするとともに、構成員同士のコミュニケーションを活性化させるメディアとして、学校のホームページの意義は自他共に十分認められているところであろう。

学校と同じように、町会・自治会を含む地域においても、自らの地域の魅力について積極的に情報発信していくべきであり、会員・非会員の差異を問わず、地域内の住民間のコミュニケーションを活発にしていけることが必要である。例えば、回覧板や掲示板では見逃してしまった地域の情報で、後から知りたくなったものを手軽に検索したり、地域の隠れ

た人材を発掘し、データベースを構築して活用していく。また、地域の課題について、住民同士がweb上で意見を交換する会議室的な使い方も可能である。さらに極論すれば、今後のまちづくりを進めていくにあたっては、他の地域から住民を呼び込むほどの気概を持って地域の魅力発掘と情報発信に努めていくべきであるとも言えよう。地域情報を発信するホームページの開設は、そのための触媒となりうる可能性を秘めている。

(4) 創意工夫を活かした魅力ある地域活動の展開に向けて

しかし、ただ単にホームページを開設したとしても、そこから発信する情報の内容、即ちコンテンツが旧態依然としたものにとどまっていたのでは十分ではない。町会・自治会の活動には、区からの委託又は補助を受けて実施されているものが少なくなく、そのことが自主的な活動の展開を阻害しているという見方もある。従って、町会・自治会の創意工夫がより一層活かせるように裁量の及ぶ範囲を広げる必要がある。

また、聴き取り調査においても、ファミリー層の参加を増やすうえでは子どもを対象とした事業展開が有効であるという回答が見られた。このように、企画次第では若年層を巻き込んだ事業展開が可能になるということがうかがわれる。魅力ある地域活動にするためには、事業の企画段階から広汎な各層・世代が参画し、様々なアイデアや創意工夫が事業内容に反映しうるよう、運営体制を開かれたものにしていくことが重要である。

(5) IT時代における地域と出張所との新たな関係の構築

以上、地域単位でのホームページの開設や町会・自治会の新たな事業展開の方向性等について見てきたが、町会・自治会の自己責任にすべて委ねるということではない。町会・自治会の団体としての自主性・主体性を尊重しながらも、区としては側面から支援していくことが不可欠である。

現在、産業革命にも匹敵すると言われるIT革命が急進展している。近い将来には、行政サービスのうち申請や証明書発行等の定型的な業務については、コンビニエンスストアや郵便局などの他の施設や機関の窓口で、或いは自宅のパソコンからネットワークを通じてなど、当該担当機関の窓口で直接出向かなくても手軽に済ませることができる時代が到来すると予想される。区の出張所で提供している窓口サービスの大半についても、出張所以外の他の施設による代替や、自宅から居ながらにして済ませることなどが、いずれ遠くない将来においては可能となるであろう。

そのような時代が到来した後の出張所の役割・機能はどうか。既に他の自治体では行政の効率化の観点から統廃合等の動きが見られるが、板橋区においては、組織数や施設数という単なる「数」の問題に還元するのではなく、地域振興の観点を重視し、もう一つの選択肢を追求すべきではないだろうか。

即ち、これからの出張所のあるべき姿としては、IT革命の恩恵を最大限に利用することにより事務的な側面では身軽になる半面、地域振興やまちづくり、コミュニティ施策という側面に軸足をさらにシフト、或いは特化していくという方向性が考えられる。

魅力的な地域情報の発信をはじめ、これまで述べてきた新たな展開を切り拓いていくにあたっては、町会・自治会等の団体が独力で進めていくことが本来望ましいことである。しかし、出張所の職員がまちづくりコンサルタントやプロデューサー的な立場で地域の中に入り、行政と地域との間の連携をより一層緊密にしていく「仕掛け人」になるということも必要である。21世紀の出張所は、言うなれば、まちづくりの人材派遣センター的な役割・機能を担っていくということが求められているのではなかろうか。