

「すべての世代がつどう公民館を目指して

～公民館活動へ導く情報発信・PR 方法について」

1. 協議テーマの選定理由

公民館は地域住民にとって最も身近な学習拠点というだけでなく、交流の場として重要な役割を果たしています。

公民館においては、住民の学習ニーズや地域の実情に応じた多様な学習機会の提供が行われています。さらに、今後は、社会の要請に的確に対応した取り組みや、子ども若者や、働き盛りの世代も含めて、地域住民全体が気軽に集える、人間力の向上などを中心としたコミュニティー（地域社会）のためのサービスを総合的に提供する拠点となることが期待されています。

しかしながら、現状を見ると公民館利用者の高齢化が進み、小学生以下の利用はあるものの中間世代の利用が少ない状況にあります。

その理由として、公民館活動に対して強い関心と興味を持って参加する人たちがいる一方で、若い世代を中心に公民館活動への関心を払わない、あるいは関心があっても参加する時間がない、方法を知らないという人たちが増えている状況が考えられます。

そのような中で、今後、指定管理者と連携しながら「すべての世代がつどう公民館」を目指していくため、平成 30 年度は現在あまり利用していない人たちへのアプローチ方法等について協議を行い、令和元年度は引き続き公民館活動へ導く情報発信・PR 方法について協議を行いました。

2. 協議の経過

- 第 1 回 平成 30 年 5 月 25 日（金）平成 30 年度社会教育委員会議第 1 回公民館部会事務局より審議テーマ「すべての世代がつどう公民館を目指して」の提案
- 第 2 回 平成 30 年 10 月 26 日（金）平成 30 年度社会教育委員会議第 2 回公民館部会審議テーマ「すべての世代がつどう公民館を目指して」を協議
- 第 3 回 平成 31 年 2 月 4 日（月）平成 30 年度社会教育委員会議第 3 回公民館部会審議テーマ「すべての世代がつどう公民館を目指して」を協議
- 第 4 回 令和元年 5 月 23 日（木）令和元年度社会教育委員会議第 1 回公民館部会審議テーマ「すべての世代がつどう公民館を目指して～公民館活動へ導く情報発信・PR 方法について」を協議
- 第 5 回 令和元年 10 月 24 日（木）令和元年度社会教育委員会議第 2 回公民館部会審議テーマ「すべての世代がつどう公民館を目指して～公民館活動へ導く情報発信・PR 方法について」を協議
- 第 6 回 令和 2 年 1 月 29 日（水）令和元年度社会教育委員会議第 3 回公民館部会審議テーマ「すべての世代がつどう公民館を目指して～公民館活動へ導く情報発信・PR 方法について」を協議

3. 委員からの主な意見

■現在公民館をあまり利用していない世代とその原因

【学生（中学生・高校生・大学生）】

年齢が上に上がるほど、生活圏や活動範囲が広がり、地域での活動は少なくなっていく。

【勤労世代】

平日は仕事に時間がとられ、あまり地域に目が向かない。

【今まで地域とかかわりがなかった退職した世代（特に男性）】

特に男性は、社会人をやっていて退職してから、公民館（地域）に入ってくるのはきっかけが難しい。

【共通】

- ・広報等を全く見ない人がいるので、興味がありそうな講座等を企画しても、情報を目にしない。
- ・公民館という存在を知らない。公民館はこういうところだという情報発信が足りない。

■現在公民館をあまり利用していない人たちへのアプローチ方法について

【公民館を知るきっかけづくり】

公民館を知らない人、関心のない人への情報発信

関心のない人に情報がいきわたる工夫、PR方法はどのようなものが考えられるか。

- ・年1回公民館の講座やPRするような保存版の冊子を配布する。
→3~4月に配布すれば、退職してこれから何かを始めようとしている人も活用できる。
- ・利用者からの口コミ。
→今利用している人たちに有効な情報を流すことで、利用していない家族等へつなげる。
- ・子どもの発表や展示を行う。
→子育て世代（勤労世代）が見に来るので、公民館に足を運び、知るきっかけになる。また、来た時に子どもの発表等とは別に、親が興味を持ちそうな展示や配布物等情報提供ができると勤労世代の参加へもつながる。
- ・ニーズに見合った場や使い道があることを知らせる。
→生活圏や活動範囲が離れがちな学生であっても、近くて安く利用できるサークル活動の場、勉強を教えてくれる等のニーズに見合った場や使い道があることを知ることができれば、休日や夜間の利用拡大の可能性も考えられる。
- ・インターネットでの情報発信を工夫する。
→中高生は、インターネットでの情報収集が中心となるため、中高生の検索に引っかかる工夫やメール配信等を活用することで情報を目にする機会を増やすことができる。
- ・学区の学校へ公民館の存在をアピールする。
→学区の学校へ公民館を見学してくれるよう話しかけることで、来てもらう機会が増え、公民館を知ってもらうことができる。

【公民館へ足を踏み入れるきっかけづくり】

公民館に行きやすく、入りやすい雰囲気づくりを行う。

1人でも気軽に立ち寄れる公民館であるために、どのようなサービスや働きかけがあれば行きたくなるか。

- ・ウォーキング等の休憩場所として利用できる。
→ウォーキング等の際にトイレの利用やのどが渴いたときなど立ち寄って休憩したりできる。冷水等のサービスがあるとなおよい。
- ・掲示板等の活用
→館外の掲示板等を利用して外を歩いている人たちに今日の催し等魅力的な情報をPRすることで、立ち寄るきっかけにつながる。
- ・ロビー等で気軽に見学や参加ができる催しの実施
→休みの日など親子で気軽に立ち寄れて、実際に雰囲気を見てもらうことで活動に広がる。

【公民館活動を行うきっかけづくり】

公民館講座やサークル活動に参加するきっかけ

公民館活動へと導く働きかけ、取り組み

- ・サークル活動が気軽にのぞけるサークルをオープンにする期間があるといい。
→気軽にサークルの状況を知ることができ、自分に合った活動を見つけることができる。
- ・親子で参加できる事業を開催する。
→子どもと一緒に参加できることで子育て世代は参加しやすくなる。また、休日に開催すれば父親の参加も望める。
- ・アンケートを取って、やりたいことや入りたいサークルなどニーズを把握する。
→より利用者のニーズに合った事業を開催でき、参加者も望める。
- ・サークルが立ち上がるような講座を開催する。
→新しいジャンルの講座を開催することで、サークルが立ち上がり、継続的な利用が見込める。
- ・小中学生が興味を持ちそうなものを特化したPRを行う。
→子どもたちは、広報等の一律の情報は見ないため、学校でやっていることの発展した講座や授業と関連した学校では見られない物の展示など興味を持ちそうな情報を特化してポスター掲示などすることで、より目に触れやすくなり、講座等への参加につながる。
- ・公民館の利用が少ない男性の参加を促進する
→公民館は女性の利用が多いため、そば打ちや歴史講座など、男性に人気のあるような内容以外はほぼ参加者が女性となる。男性が来ることを特化するような内容や募集方法を工夫する必要がある。

■公民館活動の情報発信・PR方法について

各情報媒体のメリット・デメリット及び活用方法

【広報さむかわ】

- ・毎月1日発行（原稿締切は2ヶ月前）

- ・広報は興味を持って募集記事を読み、参加する人は多い。掲載文字数の都合で詳細は伝わらない。
- ・町内全戸配布であるため、募集記事は広報さむかわへ掲載することを基本とする。
- ・短い内容で伝わるように、タイトル・内容・対象を簡潔に表現すること。

【広報掲示板】

- ・歴史講座、映画会などのジャンルは一定数の固定ファンがいるため町内掲示板が効果的。
- ・掲示板に A3 縦サイズのポスターに統一して掲示されていると見やすい。
- ・外で散歩をしている人は公民館にも足を運んでくれやすい。町内掲示板にポスターを掲示すれば、目につきやすい。
- ・応募の状況が予測しにくい新規講座、定員に余裕のある講座、人数の融通が付きやすい講演会、映画会などは広報掲示板を利用することで、多くの人に気が付いてもらいやすくなる。

【公民館内のポスター掲示】

- ・図書館の講座は広報より図書館内ポスター・チラシによる認知度が高い。
- ・普段から公民館を利用している人にも、情報が届きやすい。
- ・館内に掲示してあるポスターは一か所にまとめて貼られているため、見ている人も多い。
- ・初めて公民館へ足を運んだ人へ公民館講座を PR でき、そのまま公民館講座へ参加の契機となり効果的である。

【公民館だより】

- ・各館ごとに毎月 10 日発行。公民館窓口で配布。講座の予告、報告が掲載できる。
- ・公民館の窓口で配布しているため、利用をしていない人には届いていない。
- ・公民館以外の場所で手にとれるとよい。町役場の窓口など初めて寒川町に来た人も手に取れる。
- ・各館ごとでフォーマットや色づかいが統一されていない。窓口で多くのチラシが配架されているため、カラー印刷をしても目立たず、手に取ってもらいにくい。
- ・全館で統一フォーマットも見やすくはあるが、各館で個性のある紙面づくりも良い。
- ・広報紙より講座情報などを詳しく掲載することができる。公民館窓口で配布するにあたり、手に取って見てもらえるように色、デザイン、配布方法を工夫する必要がある。
- ・様々な人が利用するため、フォントや色づかいにユニバーサルデザインも意識すること。

【知人等の紹介】

- ・各公民館生涯学習推進員事業は推進員による声かけの効果が大きい。

【ホームページ・SNS】

- ・ホームページは指定管理者側が開設。寒川町のホームページのトップページからは直接リンクを張ることができず、施設のページから繋がっているため、やや探しにくい。
- ・SNS のフェイスブックを令和元年 5 月 20 日より運用開始。公民館ホームページや QR コードを掲載したポスターを掲示している。
- ・参加者アンケートではホームページから公民館の講座情報を得ている人は少ない。
- ・公民館利用者は年齢層が高く、インターネットやスマートフォンをあまり使いこなしていない年代のため、効果が見えにくい。
- ・ホームページ、SNS は開設しても、そこを見る道筋を作らないと見てもらえないため、ある程度継続して他の媒体で PR を行う必要がある。
- ・SNS で口コミ的評価が高いと見てもらいやすいため、利用者、受講者がコメントを書き込める構造であると効果的である。

【公民館リーフレット】

- ・公民館の講座等をPRする保存版のリーフレットを年1回発行する。
- ・公民館活動を総花的に紹介しようとせず、「公民館に来てください」とアピールするものを強調する。
- ・公民館講座の内容を充実させ、健康や環境など分野ごとで紹介する。
- ・表紙は「公民館ご利用ガイド」など堅い言葉を使わず、「公民館へ行こう」というような呼びかけるキャッチコピーや写真などを用いて、目を引くデザインが良い。
- ・子ども向けや女性向けの講座はこれまでも充実している。これまで公民館を利用してこなかった人に向けた講座づくりや、きっかけづくりが必要であるが、「利用していない人」では対象が漠然としてしまうため、仕事を退職して、時間に余裕ができた人をターゲットにする。

4. まとめ

平成30年度の協議意見から、公民館を知らない人、関心のない人への情報発信の方法として、公民館の活動をPRするリーフレットの作成の案が出されました。令和元年度の協議ではこれまでの情報媒体のメリット・デメリット、さらなる改善点や公民館リーフレットの発行に向けた意見が出されました。

新規に作成する公民館リーフレットについては、公民館を普段利用していない人に響くことを重点に考え、とくに退職したばかりの人は、地域で新たなつながりを求めて、公民館の利用者になることが見込めることから、すぐに参加できる講座やサークルがある、情報を知ることができる方法をPRできるよう、4月に全戸配布をすることになりました。

2年間の協議から公民館リーフレット発行という町民が公民館を知る新たな手段が生まれ、発行された後の成果、効果など寒川町における公民館活動の活性化が期待されます。