



S&Dスポーツパーク富士見を起点としてさまざまな世代、さまざまに暮らす市民の皆さんにとっての居場所をつくっていく「ポットラックプロジェクト」のトークが10月7日にクラブハウス1階拠点で開催されました。10名の方が参加され、行政と市民が協働で取り組む意義と、継続して事業を進める秘訣などを話していただきました。このレポートでは当日のトークの内容をご紹介します。

## ポットラックプロジェクトって？

自分の楽しみ、やりたいこと、できることを持ち寄る。  
小さくはじめる、日常の公園あそび。

本事業は地域の皆さん自身が、公園を「つかう」「つくる」「つなぐ」ことで、さまざまな世代、さまざまに暮らす皆さんにとっての居場所をつくっていく事業です。2023年度から3年かけて取り組みます。「トーク」「ワークショップ」「イベント」の3つのプログラムの中で、公園での過ごし方について考え、企画をつくり、実践。それを繰り返す行うことで、一過性ではない、新しいつながりと日常の中での過ごし方が生まれることを目指します。皆さんが普段の生活で愛用しているもの、やってみたいと思っていることなどを「持ち寄り（ポットラック）」してほしいという想いをこめて命名しました。



## 2025 年度のすすめ方

	2025 年	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
イベント		4/19			7/26	8/23		10/25		
トーク								10/7		
ワークショップ			5/23	6/28			9/11		11/13	

無理なくイベントを開催したり、集まることができるように話し合っ  
て決めた今年度の活動予定です。イベント前後に、準備会やふりかえり  
会をこまめに開催しながら今年度の取組を進めていきます。

## ● 泉北をつむぐまちとわたしプロジェクト

泉北ニュータウンは、人口減少や少子高齢化などの課題を抱えていただけでなく、府営住宅という公的福祉の賃貸住宅が多いエリアであったため、築50年を過ぎた頃には空き家が増え、市内でも特にまちの退勢が進んでいました。そこで、まちの住民自らが地域の魅力を発見し、発信してもらう3か年の事業「泉北をつむぐまちとわたしプロジェクト（通称：つむプロ）」を立ち上げました。1年目に参加したメンバーでフィールドワークやワークショップをして、最終的にはみんなのアイデアをお披露目しました。2年目以降は新しいメンバーも参加し、年に1度、みんなのアイデアをお披露目することを継続しました。3年目の下半期からは、住民による活動の自走に向けて、つむプロメンバーみんなで運営するという理念のもと、プロジェクトの代表や事務局などの役割や業務を市役所からつむプロメンバーへ移行していきました。市役所は、事業終了後1年間は伴奏支援を行い、ノウハウや知識の伝達をしました。その後、つむプロメンバーで活動を自走していきました。つむプロでの活動は、やりたい企画があるメンバーがリーダーとなって企画を発表し、仲間を募るというしくみです。リーダーとして活動できるのは1人1プロジェクトですが、リーダーではなく参加するチームの掛け持ちを可能としていました。**活動のルールは3つで「泉北ニュータウンの魅力を見つける、つくる、伝える活動」「みんながいいねと思える活動」「活動にかかる収支をプラマイゼロ以上にすること」**でした。特に、活動費については、市から補助を出さず、チームのみんなに収支を考えてもらい、趣味でも営利活動でもないバランスになるよう注意しながら活動してもらいました。



泉北をつむぐまちとわたしプロジェクト  
堺市職員（当時）

高松 俊 氏



## 自走後の活動の発展

3か年の事業で、さまざまなチームが結成されましたが、今回は自走後の活動について紹介します。空き家や空き店舗をシェアキッチンにするチーム「Share space まちいえ」は、少しずつ集めた活動資金を使ってオープンの制作や内装の施工などをして、保健所の許可を取りシェアキッチンにしました。そのシェアキッチンでつくられたお菓子を、公園内の常設マルシェコーナーで販売する動きがあったり、ここでノウハウを学んで新たにお店を始める人もいます。また、まちの魅力をまとめた雑誌を編集するチーム「RE EDIT」は、クラウドファンディングに挑戦して活動資金を集め、完成した雑誌を地域の本屋さんで販売しています。地元の電鉄会社からお仕事の依頼が届いて、一面を任されることもありました。泉北のレモンで特産品をつくるチーム「泉北レモンプロジェクト」は、地域のジャム工場にみんなで育てたレモンを持ち込み、加工してジャムをつくりました。ジャムは、百貨店で販売されたり、ふるさと納税の返礼品にもなったりしました。さらに、レモン農家になって、空いた農地や公共空間にレモンの木を植えるメンバーも出てくるくらいに発展しています。このように、これまでの活動を発展させ、専業主婦だったメンバーが起業したり、都心に働いていたメンバーが地元の企業に就職して新規事業に着手したりなどの発展がありました。**公共性を大切にしながらステップアップを続け、今ではまちの生業や営みにもつながっています。**

## Q and A

当日会場からでた質問の一部をご紹介します！

Q.1

チームリーダーになるのはどんな人？

A.

特定の傾向があるわけではなく、主婦や柔軟な働き方ができる方、公務員など、**多様なメンバーがチームリーダーとして活動**しています。普段の仕事ではできないけど、地元のためにやってみたいことを実践しているメンバーもいます。また、そのメンバーが知人友人を連れてきて、新たな企画を生み出してもらえるように呼びかけていました。

Q.



## メンバー同士の交流

年に1度開催していたお披露目会は、引き続き、つむプロのメンバーが全員集合し、活動をお披露目する機会としていました。コロナ禍前までは毎年開催していて、回数を重ねるごとにスタッフ数も参加者数も増えました。家族や友達を誘って参加するメンバーもいて、メンバーの関係性が徐々に深まっていきました。売上資金の一部はプロジェクト全体の活動資金として活用し、講師を招いたスキルアップ講座の開催や、全国の先進事例への視察兼旅行をしています。このように、**みんなで集まる機会や関係性が続くことが、大人になってからも友達ができるきっかけとなり、そこに意義を感じて参加し続けてくれる人が多いです。**趣味や興味、まちとの関わりで友達ができ、きたことがまちの良さや住み続ける理由になったと語るメンバーもいます。**みんなで集まる日時や場所は、30代女性が参加しやすいように配慮**していました。30代女性が参加しやすいということは、どの年代でも参加しやすいことにつながるので、ランチミーティングをしたり、オフ会は飲み会だけでなくランチ会も開催していました。様々な機会をつくっていましたが、メンバー同士仲良くなってしまうと飲み会でもランチ会でも参加する傾向があったので、まずはお互いのことを話すことが大事かもしれません。現在、つむプロという大きなプロジェクト自体は活動しなくなっており、プロジェクトで結成されたチームの企画が日常に落とし込まれたり、生業や営みになって、活動が継続されたり拡大されたりしています。

## 活動の情報発信

まちを知ってもらうことを大事にしていたので、みんなでもちのよさや魅力を発信していました。なるべく市役所は関与せず、**メンバーでルールをつくって情報発信**をしてもらいました。SNSの投稿はメンバーで当番制にし、活動の濃度が異なってもそれぞれの関わり方について、みんなが主役になって発信していました。自分のまちの好きなところを見つけて、誰かに伝えるようにしていて、魅力をまだ見つけられていないメンバーには、どうしたら自分が思う魅力が作り出せるのかを聞いていました。チラシの型やロゴのデザインもデザイナーに依頼して、30代女性を対象にしたチラシのつくり方や色合いを大切にしました。チラシの型は、デザインが苦手なメンバーでも文字を打ち込むだけでチラシができるようにしてもらいました。そのおかげで、活動を続けてきたメンバーがスキルを身につけてチラシをつくるようになり、情報発信スキルの発展がありました。一方で、デザイナーのサポートが常にあるわけではないため、**自分たちがデザイナーの卵になったり、スキルを独占せずメンバー同士で共有することを大事**にしていました。市役所としても、広報を力を入れていて、市報を活用したプロジェクトへの参加の呼びかけや宣伝をしていました。プロジェクトの評価は、売上や集客ではなく、メディアに掲載された件数としていました。そのため、メンバーも市役所も報道提供や情報発信に力を入れたおかげで、新聞の取材やテレビの出演などにつながりました。そのように掲載された件数や媒体、紙面の大きさや時間などを広告費として換算し、数値化していました。非営利活動ですがプロジェクトとして、大きな成果があったことは常々発表していました。**広報方法は様々あると思いますが、まちの人がまちのことをいいねと情報発信することが1番良い**と思います。

## 非営利活動を継続する秘訣は？



A.

活動資金の収支をプラマイゼロにすることも大切にしていますが、「**楽しむこと**」が**とても重要な要素**です。自分たちの企画を自分たちで愉しめるよう、企画によって参加の仕方を工夫するチームもありました。また、チームの活動を事業化せず、興味の範囲内で自分のペースで活動するメンバーも多かったです。それでも、収支計画を立て、長期間でもいいので収支のプラマイゼロにすることを大事にもらっていました。All or Nothing 方式でクラウドファンディングに挑戦し、目標金額を達成したら企画を実施するけれど、達成しなかったらお蔵入りにするチームもありました。