

生の音楽のエネルギーで活力UP!!

(目的) 普段コンサート会場に行くことが難しい人も音楽を通して、集中・発散・満足してもらい豊かな生活を送ってもらう。

(概要) 障がい者施設や福祉事業所で障がい者、その家族を対象に音大生が年に数回ボランティア演奏会を実施する。

背景・現状

- ・障がいがあることで、自由に外に出ることが出来ない方、ベッドから離れることが出来ない方がいる。
- ・後天的に障がい者になった方は特に、こんな体になってしまったからと好きなことに取り組む気力を持ってない方がいた。
- ・福祉事業所での作業は、下を向いている時間が長く体が固まってしまう傾向がある。

具体的内容

- ・総社市と包括協定を結ぶくらしき作陽大学の音楽学部の学生が障がい者施設や福祉事業所で継続的にボランティア演奏会を開催する。
- ・簡単なボディーパーカッションや歌唱等を取り入れ、アンサンブルを通してコミュニケーションをはかる。
- ・場所によっては、体を使って動きやすいテンポの曲を選びストレッチの要素を取り入れる。
- ・ポップスや童謡等音楽を身近に感じてもらえるような曲を入れつつ、物語があり想像を促すクラシック曲や、カノン等の耳にしたことのあるクラシック曲を聴きやすいように工夫して曲目に取り入れる。

対象

総社市在住の障がい者とその家族
くらしき作陽大学音楽学部の学生

あなたの役割

- ・くらしき作陽大学音楽学部の学生に参加協力の呼びかけ、説明
- ・ボランティア演奏会の参加

予算規模: 約10375円

- ・施設利用費→0円
- ・歌詞カードのコピー費→1枚3円
(25枚×3円)×5回
- ・楽譜等の準備代→2000円×5回

見込める効果・期限

- ・生の音楽を通してストレス発散とコミュニケーションをはかり、一体感と達成感を味わってもらい活力をもって豊かな生活を送ってもらえる。
- ・学生と障がい者の繋がりが出来て、学生の中の無意識のうちにある偏見を無くし、理解が進む。

実行上の課題

- ・ろう者の方がいた場合、音が聞こえなくても楽しめる方法を探さなければ悲しませてしまう可能性がある。
- ・一目見て分かるような結果が出にくい。

総社の宝を広めよう!!!

【目的】 ①就労継続支援事業所の施設充実や工賃を上げる。②企業の方だけではなく多くの人に知ってもらう。

【概要】 クラウドファンディング型ふるさと納税で全国の方に寄付を募る。

背景・現状

- ①第4期総社市障がい者計画より、事業所に通う方を対象にした「仕事のことで悩んでいることや困っていること」という質問で「収入が少ない」という回答が44.1%で最も多かった。
- ②実際に就労継続支援事業所を2か所訪れて、一生懸命自分の特性に合わせて働く利用者の方の姿があったが、このことは自分自身施設を訪れて初めて知ったことであり、広く伝える必要がある。
- ③継続的にできる仕事求められる（安定した収入に繋がるため）。
- ④クラウドファンディング型ふるさと納税は福岡県においても事例がある。
目標金額は達成していないが（目標100万円のうち37万8000円の寄付：2023年度実施）各施設が力を合わせて大きな仕事を獲得したり同じ商品を作ったりして、企業等からの大量受注の獲得といった成果を得ている。

具体的内容

【実施主体】 市

- ①通常のふるさと納税よりも地域貢献したいという思いや地域の問題を解決したいという思いを事業に反映しやすい「クラウドファンディング型ふるさと納税」を実施する。
- ②Webサイトには障がい者の方が頑張っている姿や、それに対して工賃が低い現状を掲載する。
- ③実施するにあたり、企業からみて近隣の事業所に興味関心を持っていただきやすくするために、総社市内の事業所を地区ごとに北部、南部、西部、東部と4つのブロックに分けて掲載する → 企業からの発注増加につなげる。
- ④目標金額は2,000万円に設定する。（500万円×総社市内事業所4ブロック）最終的に、集まった寄付金を各ブロックに振り分ける。→新しい共同事業や施設の充実に使う。

対象

事業に賛同して応援して下さる総社市民や全国の方

あなたの役割

SNSでこの事業について広める活動をする

予算規模：約5万円

ホームページデザイン料 約5万円

見込める効果・期限

- ①全国の方に寄付を募れる。
- ②総社市内外問わず活動についての理解が深まる。
- ③施設の充実化によって多種多様な仕事の請負が可能になり、将来的な工賃アップにつながる。

実行上の課題

事業に興味・関心をもってもらうにはどうしたらいいか。

目指せeスポーツNO.1！

【目的】高齢者にeスポーツイベントを通して、①地域交流や、体に負担の少ない運動をしてもらい、②医療費を削減する

【概要】市がeスポーツイベントを開催して、高齢者を中心に参加してもらう。

背景・現状

- ・2024年度総社市の後期高齢者医療予算(案)は12億5500万円
- ・高齢者に多く入院や介護が必要になる病気は、1位認知症、2位脳卒中、3位身体の衰え、その他心疾患などである
- ・高齢者は社会的な繋がりが少なく、孤立化する割合が高い
- ・社会的孤立は病気の発症リスクを高める
(脳卒中約1.3倍、心臓病約1.3倍、認知症約1.5倍)
- ・eスポーツはシニアのフレイル予防効果があると期待
(株)PREVENTが同様の大会を週に1度約3ヶ月続けて開催
⇒軽度認知障害疑いがあった6名の参加者の内5名が回復)

具体的内容

【実施主体】市

- ・週に1度の「eスポーツイベント」を開催
- ・参加者は65歳以上の高齢者推奨（年齢制限なし）
各回30人程度で開催する
- ・Nintendo Switchを活用したスポーツゲーム
- ・A B Cブロックに分かれる（1ブロック10人程度）
- ・トーナメント戦で実施する
- ・場所:総社市の公民館など

対象

総社市に住む市民（高齢者推奨）

【典型例】市内在住75歳男性。定年退職後、人と関わる機会が減り孤独感を感じることが多いため人と交流できる場が欲しい

あなたの役割

- ・大会運営(ゲームの説明、会場案内)
- ・eスポーツイベントのボランティアスタッフを募る
(大学や地域の方、家族や友人に呼びかける)

予算規模：約35万円

- ①初期費用(31万4000円)
 - ・Nintendo Switch(本体1つリモコン2つでセット) 33000 円×3
 - ・モニター40インチ(70000円×3)
 - ・カセット(1個約5000円×3個)
- ②大会毎費用（会場費、光熱費など）は別途必要
(参加希望が多かった場合、新しいカセット購入)

見込める効果・期限

- ・認知症予防
- ・3ヶ月で軽度認知症改善
(続けてイベントに参加した場合)
- ・高齢者の孤立感の軽減。それに伴う
死亡リスクと病気の発症リスクの軽減
- ・医療費の削減

実行上の課題

イベントの認知度をどのようにして
高めるか
(広報誌などに掲載する予定)

文化交流による相互理解の取り組み

ノートルダム清心女子大学
3年 横田利奈（市民生活部）

学ぼう！作ろう！キッズコミュニティ

（目的）総社市に在住する日本人と外国人の子供が互いの文化への理解を深め、同時に互いの言語を学ぶ機会をつくる。
（概要）総社市に在住する日本人と外国人の子供に向けた言語教室、文化体験を行う。

背景・現状

- ・総社市では「地域でつながる日本語教室」や「地域に根ざした日本語学習サポーターの育成研修」「地域ではぐくむ子育て応援事業」など多くの多文化共生施策が行われている。しかし、日本人の子供と外国人の子供が交流できる機会はあまりない。
- ・コミュニティ交流事業が年に1度のみ

具体的内容

- ・総社市が今まで行ってきた多文化共生施策を活用し、日本人と外国人のこども（小中学生）に向けて互いの言語をゲーム感覚で学べる教室を月に1回程度行う。また、定期的に文化体験を行える場を催す。日本語を教えるのは日本語教師やボランティアのサポーター、近隣の高校生や大学生
- ・月に1回、総社市が主体となって料理教室を行う。日本と外国の料理を交互につくる。料理を教えるのは大人の外国人や文化体験に興味のある日本人や大学生。

対象

総社市在住の日本人と外国人の子供
近隣の高校生や大学生。文化体験を支援したいと総社市民。

あなたの役割

- ・大学や地域の方に参加を呼びかける。SNSなどを活用する。
- ・日本語学習サポーターの育成研修への参加。

予算規模：約50万円

- ・毎月20人参加を想定。
 - ・文化体験費 20人×1000円×12ヶ月 240,000円
 - ・料理教室費 20人×1000円×12ヶ月 240,000円
- 合計約50万円

見込める効果・期限

- 1年間行う
- ・子どもたちにとって異国の文化を学ぶ機会ができる
- ・近隣の高校大学と連携できる

実行上の課題

- ・子どもたちが参加してくれるかどうか
- ・料理を教える外国人をどう集めるか
- ・どうやって広報活動をするか
- ・日本語サポーターが必ず必要になる

チュッピーの4コマ漫画を描いてみよう！

〔目的〕『チュッピー』の国内外での認知度と魅力を高めることで、総社市への興味関心を促進し、観光客・移住者の増加や地域活性化を図る。
〔概要〕『チュッピー』の4コマ漫画を制作し、SNS(特に『X』)を通じて広く発信する。

背景・現状

- 新たなクールジャパン戦略において、知的財産戦略本部は、日本のコンテンツ産業のアニメ・漫画・キャラクターが世界的に人気を集め、観光にも大きな影響を与えていることを強調している。
- 『チュッピー』の魅力も上記の流れを受けて、効果的にアピールすることが、総社市のプロモーションとして重要であると考えられる。
- 総社市のイメージキャラクター『チュッピー』は、『ゆるキャラグランプリ2016』で全国第3位を獲得している。現在、X(旧Twitter)のフォロワー数は7,771人、『YouTube』のチャンネル登録者数は763人である。

対象

総社市在住者を含む、広く一般からの応募者。

あなたの役割

- 採用作品のSNS投稿や広報活動。
- 受賞者への商品券・賞状配布。

予算規模:約11360円

「封筒つきリーフレット」
「返信ハガキ付きフライヤー」
上記2つは、広報誌の制作費の一部とする。
商品券5000円(全国に通用;QUOカード)×2
⇒10000円
賞状(印刷)×2<パプリ byASKUL>
⇒¥1,360(税込)

具体的内容

〔応募要項〕

- ・ 総社市内の住民を対象に、テーマ自由で『チュッピー』の4コマ漫画を募集する。
 - ・ 応募頻度は、3ヶ月に1回程度(3月/6月/9月)
 - ・ 〈作品募集期間/選定期間/作品閲覧期間〉⇒各1ヶ月間の猶予を取る。
 - ・ 部門:①作画部門/②ストーリー部門
 - ・ 賞品:商品券5000円分(各部門一枚ずつ)・賞状用紙(各部門一枚ずつ)
- 応募形態は《アナログ版》と《デジタル版》に分ける。↓↓↓

《アナログ版》

- ・ 3ヶ月ごとの広報誌に「封筒つきリーフレット」を同封する。
 - ・ 作品応募用紙はA4サイズ(B5も可)で、題名記入欄と四つに区切られたコマが記載されている。
 - ・ 封筒には(郵便番号、住所、氏名とペンネーム、職業、生年月日、電話番号・メールアドレス)を記入し、提出していただく。
- 〈選定方法・掲載〉
- ・ 「返信ハガキ付きフライヤー」を広報誌に選同封し、応募作品を選定する。(応募作品の画像は、フライヤーに掲載。)
 - ・ 採用された作品は、広報誌にペンネームと共に掲載し、賞品として「商品券5000円分・賞状」をプレゼントする。

《デジタル版》

- ・ 「チュッピーのお部屋(総社市HP)」とX(旧Twitter)に募集告知と特設ページのリンクを投稿し、特設ページに作品応募用紙データ版と応募フォームのリンクを掲載する。応募フォームは[LoGo Form]で作成する。
 - ・ 作品応募用紙はA4サイズ(B5も可)で、題名記入欄と四つに区切られたコマが記載されている。
 - ・ 応募フォームにも以下の情報を入力し、データ版作品応募用紙を添付して提出する:〈郵便番号・住所・氏名とペンネーム・職業・生年月日・電話番号・メールアドレス〉
- 〈選定方法・掲載〉
- ・ X(旧Twitter)に広告を投稿し、[LoGo Form]で作成した応募フォームにおいても、特設ページやXに掲載する。
 - ・ 採用された作品は、X(旧Twitter)にペンネームと共に掲載し、賞品として「商品券5000円分・賞状」をプレゼントする。

見込める効果・期限

- 『チュッピー』の認知度向上により、総社市への関心が高まり、観光客の増加が期待される。
- 地元住民の参加意欲を喚起し、地域の一体感を強化する。
- 4コマ漫画を通じて、幅広い年齢層へのアピールが可能となる。

実行上の課題

- 応募作品の質を確保するための審査基準の設定。
- SNSフォロワーの拡大に向けた継続的なプロモーション。
- 地元住民以外からの応募を増やすためのインセンティブや広報活動の工夫。
- 投稿されたコンテンツがどれだけの反響を得るかのモニタリングと分析。