

# PR活動やボランティアを実施 そろいの服装で存在感アピール

公益社団法人  
土浦市シルバー人材センター

(茨城県)

土浦市SCは、令和5年度の「シルバーの日」の活動として、三つの活動を展開した。土浦駅周辺での理事によるPR活動、同駅周辺をきれいに清掃するボランティア活動、そして、市の交通安全イベントに協力してキャンペーングッズを配布する活動である。センターのチラシと一緒に配布するノベルティを新しくしたり、活動時は皆でそろいのベストを着用したりと工夫を凝らし、PR効果を高めた。

土浦市は、茨城県南部に位置し、東に霞ヶ浦、西に筑波山を臨むなど豊かな自然環境に恵まれている。霞ヶ浦周辺ではレンコン栽培が盛んで、茨城県は生産量日本一を誇っている。

## コロナ禍も会員数が増加

コロナ禍においては、さまざまな活動の自粛を余儀なくされ、土浦市SCでは、それまで増加傾向の続いていた会員数が、令和3年度は減少に転じた。しかし4年度には盛り返し、続く5年度も順調に推移。会員増に比例して、契約金額も伸びている。

会員増加の要因として、毎月1回の入会説明会に加え、出前入会

説明会(年1回)、女性入会説明会(年1回)を開催したことや、入会説明会後の面談ではできるだけ丁寧な話を聞き、どのような就業があるのか具体的に説明するよう努めたことが考えられるという。その結果、以前は5割ほどだった入会説明会参加者の入会割合が、7〜8割に上昇した。

また、ホームページの充実やInstagramの開設などを行い、普及啓発活動にも注力した。

現在の会員数は、粗入会率より土浦市の60歳以上人口の約1%であることから、「まだ拡大が期待できる」として入会促進にさらに力を入れており、令和5年度の「シルバーの日」の活動では、次の三

つの活動を展開した。

## 土浦駅前でPR活動 「シルバーです」と声掛け

取り組み内容は、コロナ禍以前と比べて大きな変化はないが、令和5年度はセンターのチラシと一緒に配布するノベルティグッズを見直したという。新たに作成したのは、ボールペンセット(赤と青のデザイン各1本。センター名と電話番号入り)である。

「受け取ってもらえて、身近なところに置いて使ってもらえる物は何か」と考え、従来と変わらない経費の範囲内でいろいろな物を検討して選んだ。

ボールペンセットとチラシを手

提げ袋に同封して、10月1日、JR土浦駅西口周辺で配布し、PR活動を実施した。のぼり旗を立て、理事15人でそろいのオレンジ色のベストを着用して、通行人に「シルバーです」と声を掛けてアピールした。

前田浩理事長は、「300セットを用意したところ、日曜日だった

せいか、受け取ってくれる人が思ったより多く、1時間弱で配布を完了しました。来年度はもっと用意してもよいのではと考えています」と当日を振り返る。

活動時は、通行の妨げにならないように立つこと、また、横から差し出すようにして、「おはようございます」「シルバーです」の言葉

を添えて配布することを心掛けた。

新たに作成した名入りボールペンは、取引先にも使ってもらって、「見た目も書き味も良い」と評判は上々だ。駅前で配布した名入りボールペンも使用されている確率は高いと思われ、入会や発注につながる効果が期待できる。

また、活動に同行していた多田宏常務理事兼事務局長は、通行人の女性から、仕事の依頼について質問されるという出来事があったという。のぼり旗とそろいのベストがよく目立っていたようだ。

## 土浦駅周辺で清掃活動 「継続は力なり」を実感

10月12日の午前中、土浦駅西口ペDESTリアンデッキ周辺で、ごみや空き缶などを拾ってきれいに清掃するボランティア活動を実施した。

この活動は、毎月第2木曜日、ボランティア活動委員会の理事やボランティア活動に熱心な会員が

継続して取り組んでいるもので、毎回10〜15人が参加している。駅周辺をきれいにして地域に貢献することと、のぼり旗を立て、そろいのベストを着用して実施することでセンターのPRも兼ねている。「最初のうちは、声を掛けられることはなかったのですが、何度か実施するうちに『ご苦労さまです』と言ってくれる人が出てきて、この頃では毎回のようになっています。真や声を掛けてもらっています。真面目に継続していることで、センターに好意的な印象を持つ人が少しずつ増えているように感じています」と前田理事長。「継続は力なり」を実感していると話した。

## 全国交通安全運動 街頭キャンペーンに参加

9月21日、市が取り組む交通安全を呼び掛ける活動に参加。土浦駅前で、交通安全キャンペーングッズを車や自転車の運転者、歩行者に配布した。



令和5年10月1日、「シルバーの日」の活動として、土浦駅西口周辺でPR活動を実施。理事15人でそろいのベストを着用し、通行人にセンターのチラシとセンター名入りのボールペンセットを配布した。

10月12日、土浦駅西口ベデストリアンデッキ周辺で清掃ボランティア活動を実施。毎月第2木曜日に続けている活動で、継続することにより、センターに好意的な印象を持つ市民が増えてきたと感じられるという。



活動は、全国交通安全運動に併せて春と秋、それに夏冬を加えて年4回行われている。街頭キャンペーンは、他団体の参加者も合わせると200人ほどが集まる大々的な活動だという。センターからは今回、理事、会員15人が参加し、そろいのベストを着用して取り組んだ。

### 服装をそろえて アピール力を高める

5年ほど前、背中にセンター名が書かれた紺色のジャンパーとオレンジ色のベストを作り、会員に配布した。前田理事長の発案で、PR活動やボランティア活動では、事前に「紺色のジャンパーを着用

してください」「今回はオレンジ色のベストを着てください」と参加会員に伝えて、そろいの格好で活動し、周囲へのアピール力を高めた。まだ持っていない会員には、当日その場で提供している。広報を担当する佐々木希管理係長兼業務係長は、「周囲からの視覚効果はけっこう大きいと思います」とそろいの姿での取り組みを語る。ジャンパーもベストも会員から好評な上、皆で着ることで活動時に一体感も生まれるという。

### 日常的なPR活動

前田理事長は、「あのベストやジャンパーを着て、私も一緒にボランティア活動をしたい」と、市民から思ってもらえるセンターにしたい」と目標を明かす。ちなみに、センターのボランティア活動は、毎月の土浦駅周辺での清掃のほかに、市内で開催される大規模イベントに協力し、「かすみがうらマラソン兼国際ラインドラマソン」(4月開催)ではマラソンコースの見守りや車両の迂回

日常的なPR活動は、会報「シルバーつちうら」(年4回)の発行、ホームページ、X(旧ツイッター)、Instagramでの発信を通じて、広くセンター情報の提供に努めている。Instagramは、コロナ禍の活動自粛が続いていた時期、職員が中心になって開設。ボランティア活動やセンターで野菜を販売するプチマルシェなど、何らかの活動をした際にその報告として、

写真とコメントを掲載している。

ホームページは、会員への就業案内情報を充実させたところ、それを見たという企業から労働者派遣の依頼が増えたという。

「シルバーつちうら」には、センターの定時総会開催の報告から、



9月21日、市の交通安全を呼び掛ける活動に参加。土浦駅前を通行する車や自転車の運転者と歩行者に交通安全キャンペーングッズを配布した。理事と会員がそろいのベストを着用して参加し、センターの存在をアピールした。

普及啓発やボランティア活動の周知や報告、会員の声などを掲載。活動記録と会員間の交流を育む内容が充実している。

広報委員会では会報の編集も手掛ける池和親副理事長は、「『シルバーの日』の活動報告も掲載しています。会報は、会員に配布されるほか、公民館に配架してもらっている。普及啓発の取り組み効果を上げるためにも、より良い会報作りに努めたい。また、多くの会員に読んでもらい、センター活動の活性化にもつなげたいと思います」と制作への抱負を語る。

### さらなるPRに向けて

「シルバーの日」の活動や今後のPR活動について、多田事務局長は、「センターの存在をアピールできる独自事業を検討しています。」

『月刊シルバー人材センター』を参考にして、まだ個人の考えですが、レストラン兼サロンのような場をつくるのができれば、就業

機会の拡大とともに、会員、市民の交流の場になると夢を膨らませています」と新たな構想を挙げた。林邦子副理事長は、「互助会があり、多数の同好会が活発に活動しています。そうした活動の作品、あるいは会員の趣味などの作品の展示とサロンを兼ねた文化祭のようなイベントを開けたらと望んでいます。ご家族や友人を誘うことで、センターの宣伝にもなると思います」とアイデアを語った。

また、取材時、事務局の皆さんから、「シルバー人材センターのテーマソングが欲しい」という希望を聞いた。例えば、スーパーマーケットで流れているような、それを聞くと自然とシルバー人材センターが思い浮かぶといった分かりやすいテーマソングがあれば、街頭キャンペーンをするときなどに流したいという。

前田理事長は今後に向けて、「これからは、75歳以上の会員がさらに増えていくと思います。年を重

ねて多少動きがゆっくりになっても、共働互助の精神で、明るく楽しく助け合っていくセンターを目指します。また、より多くの市民が参加できる環境づくりに努めていきます」と抱負を述べた。

(増山美智子)

(平成30年度～令和4年度)

年度	会員数			相入会率	就業実人員 (延人員)	就業率	受注件数	契約金額	公民比
	男	女	計						
平成30	349	118	467	1.0	365 (40,285)	78.2	3,872	223,604	52.9/47.1
令和元	371	138	509	1.0	285 (39,173)	56.0	2,644	216,877	54.8/45.2
2	374	139	513	1.0	349 (38,802)	68.0	2,375	217,251	51.2/48.8
3	360	130	490	1.0	321 (38,857)	65.5	2,301	218,318	50.4/49.6
4	363	151	514	1.0	353 (40,714)	68.7	2,283	230,246	49.4/50.6

※受注件数、就業実人員、契約金額は請負・委任と労働者派遣事業を合計した数値  
 ※就業実人員は請負・委任と労働者派遣事業が対象  
 ※就業実人員は令和2年度から労働者派遣事業の教育訓練受講を含む