

令和8年度 民生委員・児童委員の日 活動強化週間

実践編

実施要領にもとづき、「民生委員・児童委員の日」の活動強化週間にあわせてPR活動を行ってみましょう！

以下、民児協でPR活動を企画するうえでのポイントや実践例（具体的なツールや方法）をご紹介しますので、ご参考としてください。

1.PR活動を企画するうえで意識したい3つの視点

①「誰に」～取り組みのターゲットの中心を決める～

小さな子どもがいる家庭の保護者や、高齢者、障がいのある方等。「誰に」知ってもらいたいかを明確に絞ってみると、内容が固まりやすくなります。

②「何を」～伝えたいことを明確にする～

「何を中心に伝えたいのか？」を考えて取り組みましょう。いくつも内容を盛り込んでしまうと、最終的に何も伝わらない恐れもあります。

伝えることの一例

- | | |
|------------|--------------------|
| ○児童虐待の防止 | ○ひとり暮らし高齢者を支える |
| ○ひきこもりへの支援 | ○認知症高齢者とその家族を支える活動 |
| ○悪質商法被害の防止 | ○差別、いじめをなくす活動等 |

③「どうやって」～方法を考える～

PR活動の手法は適切か、ターゲットと伝えたい内容に合わせて効果的な組み合わせを考えてみましょう。

2.具体的なPR活動の方法と内容

①広報紙

多くの地域住民に情報を届けるには、広報紙の活用は大変効果的です。多くの民児協では行政や社協の広報紙の紙面で関係情報を発信していることと思います。限られた紙面をいかに効果的に活用して発信するか、そのヒントをご紹介します。

アピールしたい内容

- 厚生労働大臣から委嘱され無報酬で活動していること
- 法に基づいた守秘義務を有しており、相談内容の秘密は守られること
- 地域住民の身近な相談相手であり、専門機関へのつなぎ役であるということ
- 子どもや子育て家庭に関することを専門に活動している主任児童委員がいること
- 100年以上の歴史と実績を有する制度であること
- 相談先への連絡方法、民児協事務局、または行政窓口の連絡先

連載や特集記事として考えられる内容

- ある民生委員・児童委員の一日に密着した具体的な活動の紹介
- 民児協が主催するイベント（子育てサロン等）の参加者の声
- 市区町村長、民児協会長からのメッセージ
- 民生委員・児童委員への相談から課題解決に至った相談支援事例

広報なばり 5月号



市の広報紙に民生委員・児童委員の特集を掲載（三重県名張市）

② マスメディアやSNSの活用



Instagramによる広報（熊本市）

地元の新聞、テレビ、ラジオ、街頭の大型スクリーン、防災無線などのマスメディアを用いて民生委員・児童委員の活動をPRすることも有効です。また、若年層に向けたPRを考える際は、X（旧Twitter）、Instagram、FacebookなどSNSによるPRも効果的です。

※SNSによるPRを行う場合は、「#民生委員・児童委員の日」のハッシュタグをつけるなど、目に留まりやすくするための工夫をしましょう。

熊本市民生委員児童委員協議会
Instagramアカウント



③ 日々の委員活動を通じた周知活動



防災マップの更新（秋田県湯沢市）

防災マップの見直し、連絡網の整備、関係機関への委員名簿の送付、清掃活動の実施など日ごろの民生委員・児童委員活動に、活動内容や役割の周知といった視点を取り入れてみましょう。

④児童の登下校時の見守り、あいさつ運動



県下一斉あいさつ運動（岡山県）

民児協、学校、警察等関係機関と連携し、日時を定めて児童の登下校時のあいさつ運動をしてみてもいいでしょう。児童や地域住民に民生委員・児童委員の存在を認知してもらうことができ、あいさつをとおして住民との関係づくりのきっかけになり、各種関係機関との交流もできます。市区町村や都道府県圏域全体で一斉に実施することも効果的です。

※一斉実施にあたっては、地域の関係機関と事前に協議し、日時を設定しましょう。

⑤活動紹介のパネル展

神奈川県座間市



市役所のアトリウムでパネル展の実施
（神奈川県座間市）

民生委員・児童委員の活動内容や歴史をまとめたパネルを展示した広報活動があります。興味をもってくれた人に声をかけて説明することで、住民との関係を築くきっかけにもなります。収益を目的とした営業活動とは違い、役場や大型複合施設等との協働により、会場費等をかけずに活動を行うことが可能になる場合もあります。

※パネル展とあわせて心配ごと相談会を実施するなどの工夫も考えられます。

⑥公共交通機関や公共施設への掲示



市営バス運転席後部にオリジナルPR
ポスターの展示（兵庫県伊丹市）

多くの人が利用する公共交通機関にポスターを掲出できると効果的です。多くの人がポスターを見ることになり、制度の認知度が高まります。

※必ず事前に掲載依頼をし、理解・協力を得たうえで実施しましょう。

⑦郵便局広告

日本全国の郵便局に広告を掲出できる仕組みがあります。有料ですが、民生委員制度や活動を紹介するポスターの掲出やパンフレットの設置、チラシやポケットティッシュ等の配付が可能です。郵便局を訪れる地域住民に幅広く民生委員・児童委員について知ってもらうことにつながります。

※事前に広告審査等の手続きが必要です。

※詳細は「JPコミュニケーションズ株式会社」のWebサイトをご覧ください。

JPコミュニケーションズ株式会社Webサイト



⑧グッズやカードの配布（街頭キャンペーンやポスティング）



市内のショッピングモールのクリアファイルとチラシの配布（宮崎県都城市）

PRカードやそれを入れたポケットティッシュ、チラシ等を街頭で配布したり、ポスティングしたりしてみましょう。PRするターゲットに応じて、配布場所や時間を工夫し、学生・会社員・主婦等さまざまな方との接点を作ってみましょう。

※実施場所によって事前の許可が必要な場合がありますので、関係機関に確認し、理解・協力を得ましょう。

⑨「一日民生委員」



市内の中学生への「一日民生委員」の委嘱（岩手県花巻市）

著名人、市区町村長や小中学生等に民生委員・児童委員の活動を体験してもらうPR活動です。民生委員・児童委員の役割について説明したうえで実際に訪問活動を行うと、より深い理解が期待できます。

「委嘱式」や意見交換会を合わせて実施することで、マスコミからの取材もあれば民生委員の認知度向上を図るとともに、関係者間の福祉課題の共有にもつながります。

※訪問先となる対象者宅にあらかじめ趣旨を説明し、理解していただくことが適当です。参加者には、事前に活動における姿勢や留意点を説明しておきましょう。