

高島平七丁目町会 マーケティング基礎調査 調査報告

2018年2月10日

内容

1. ご依頼内容の背景整理
 1. 住民側の町会に対するニーズ把握
 2. 町会加入者増のためのきっかけの模索
 3. 事前ヒアリングの内容の整理
 4. 貴町会の課題に対するアプローチ
2. 既調査データ等の分析
 1. 既調査データ等の分析
 2. 注目点と仮説
3. ヒアリング調査
 1. 目的と実施概要
 2. ヒアリング結果概要
 3. 注目キーワード
 4. ここまでのまとめ
 5. アンケート項目の設定
4. アンケート調査
 1. アンケート調査の狙いと概要
 2. アンケート結果（単純集計、クロス集計、自由回答）
5. まとめ
6. アンケート調査結果データ

1. ご依頼内容の背景整理

■ 住民側の町会に対するニーズ把握

<背景>

行事やお祭りなど、中心メンバーは熱心に町会活動に取り組んでいる一方で、昨今、加入率の低下が進み、現在30%程度にとどまっている

<課題>

加入率の低下による町会費の不足で今後の町会運営への不安

町会役員メンバーは熱心に活動しているがそれがちゃんと伝わっていない

町会の活動参加者も減ってきており今後の運営が不安

<原因>

高島平七丁目の住民の期待と町会の活動が違ってきている事により発生しているのでは？

<必要な事>

現状の町会活動に対する、一般住民のニーズや期待、不満や要望等を掘り起こすための調査を行い現状を数値で「見える化」していく必要がある

1. ご依頼内容の背景整理

■ 町会加入者増のためのきっかけの模索

<貴団体のニーズ>

町会加入率の向上

住民の積極的な町会活動参加

新たな試みが積極的に行われるようになる

役員だけではなく町会員による自活的な取り組みが増える

<プロジェクトの目標設定>

- ・ 住民側の町会に対するニーズ把握
- ・ 加入者増のためのきっかけの模索

これらを「個別ヒアリングとアンケートによって、「見える化」すること」

1. ご依頼内容の背景整理

■ 事前ヒアリングの内容の整理

■ 町会活動について

- 桜まつり、盆踊りなど年間28行事を開催し活発に活動
- イベント等頻繁に実施活動が活発な反面、イベント疲れという言葉も

■ 町会について

- 七丁目全体の世帯数2,700、町会加入率30%（世帯数約900）
- 七丁目には戸建てが多くそこで落ち着けて住もうという場所が多いが、最近は独身者向けアパートが雨後の筍のように建っている。しかしその方が町会に加入して下さるかという点、厳しい
- 町会活動理解促進のため、町会だより発行：3,000部をほぼ全戸配布
- 町会加入者の属性が不明でありどういった方が加入しているのかが分からない

■ 課題

- 町会は地域にとって重要な役割を担っており役員も様々な行事を通して活発に活動しているが、高島平七丁目の住民につたわっていない
- 高島平七丁目住民の方にどんな方がいて、どんなニーズを持っているのかが分からない
- 行事多く出ていくものも多い為に町会の財政は赤字であり、町会加入者を増やす必要がある

1. ご依頼内容の背景整理

■ 貴町会の課題に対するアプローチ

貴町会の悩み「町会加入の低さ」「活動が理解されていないのでは？」に対して、調査考察のアプローチをこう考えました

1. 既調査データ（区住民意識調査等）の分析より問題の類似点当を考察

2. 関係者ヒアリングによる7丁目町会固有の問題のあぶりだし

3. そこから見える仮説立案とアンケートによる検証

4. アンケート結果を踏まえた意見交換による問題解決への糸口模索

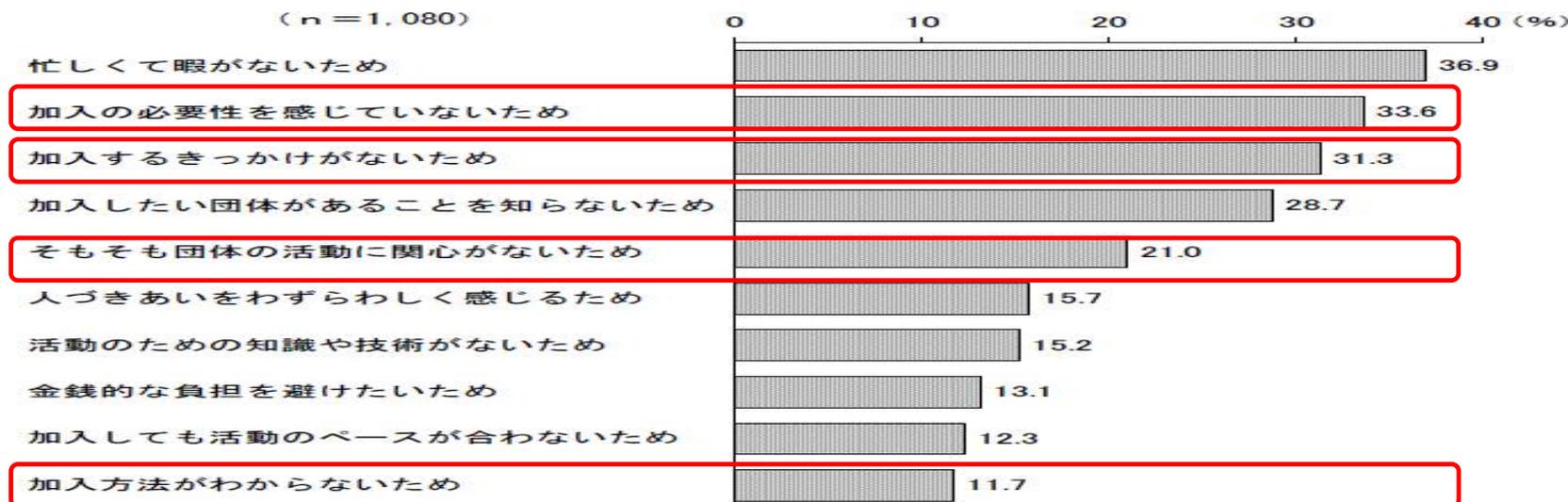
本日は1～3のご報告、および4の場という位置づけです

2. 既調査データ等の分析

■横浜市住民アンケート 平成28年度

- 加入しない理由：班長、役員になりたくないから 50.6%、ほとんど家にいない・活動に参加できない 44.4%
人づきあいが面倒 34.5%
活動がよくわからない・メリットわからない 31.7%

■板橋区区民意識意向調査 平成27年度



2. 既調査データ等の分析

■ 注目点と仮説

■ 注目点

- 「加入するきっかけがない」「加入方法がわからない」人の多さ
- 「メリットが不明」「必要性を感じない」など町会加入そのものに対する疑問
- 「役員等になりたくない」（※板橋区調査ではこの選択肢ないが大多数の本音か）

■ これらから考えられる仮説

- 生活スタイルや家族構成の多様化によりこれまでの勧誘アプローチが有効でない
- 町会活動の意義やイベントの様子・雰囲気を実感できず住民に存在意義が理解されない
- 既存の広報手段の有効性も再確認が必要

3. ヒアリング調査

■ 目的と実施概要

町会役員・中心メンバー、町会加入者、未加入者に深く話を伺い、貴町会固有の問題を把握して課題を再整理、仮説を見直す

■実施概要

- 方法：対象者の方に直接ヒアリング
- 対象者：町会役員や住民（加入／未加入）の方

■ヒアリング項目

- 現在の町会の役割や組織、また活動や広報・勧誘活動全般
- 町会活動全般に関わる役員の意見の確認
- 町会役員以外の方に外部から見た町会の役割や、活動全般について
- 町会の広報活動について
- 町会の課題について
- キックオフミーティングで示した仮説である「町会加入の方法の周知や活動内容などを伝える事により、加入のきっかけやメリットを感じていない層へのモチベーションアップや加入促進につながる」意見の収集

3. ヒアリング調査

■ ヒアリング結果の概要

■ 町会の役割

- いざというときのための近所とのお付き合い。「遠くの親戚より近くの他人」

■ 町会加入・集金について

- 新規転入世帯には班長が加入の呼びかけをするが、徹底されていないかもしれない
- 勧誘時に町会加入のメリットを質問されても答えにくい
- 転入してきた人が町会に入る意思があっても、加入手続や会費の払い方が分からないためにそのままになってしまうケースもある
- 町会にいったんは加入したものの、誰も集金に来ないからそのままにしている人もあると聞く。「会費を払いたいのだが誰に払えばいいのか」と質問されることもある

■ 世代ごとの住民の特徴と町会活動

- 単身世帯、子なし共働き世帯は、ここに住んでいるだけ、寝に帰ってくるだけで、地元とのつながりはない
- 町会に関心はあっても、役員をやるように言われるかもしれないと思うと尻込みする

■ 町会の広報

- 町会関係者の中でも回覧板に対する認識がまちまち

■ 外部マンション居住者（子育て世帯）の意見

- 祭りの準備や子供関連の行事等で明確な役割を示され頼まれれば手伝う気持ちはある
- 町会という括りよりも子供(幼稚園や小学校)を通じた付き合いは結びつきが強い
- お祭りや子供関連の行事などで明確な役割を頼まれれば手伝う気持ちはある

3. ヒアリング調査

■ ヒアリング結果の概要

	町会役員	町会員	外部者
町会の役割	地域のセーフティネット、いざというときのお付き合い	認識がまちまち	
町会への勧誘	班長が加入を呼びかけることにしているが、 <u>徹底されていないかも</u>	町会に入る意思があっても、 <u>加入手続や会費の払い方が分からない</u>	<u>マンション内の自治会活動には積極的に参加</u> するし、自治会の祭りも楽しくやっている。必要なコミュニティが完結している
町会加入の「メリット」	町会加入のメリットを質問されても答えにくい。	町会活動に積極的に参加すれば、町会の人と仲よくなるが、会費を払っているだけではそうしたメリットはない	普段町会をあまり意識しないし、特段の必要性も感じない
町会費の集金		町会にいったんは加入したものの、 <u>誰も集金に来ないからそのままにしている</u>	町会費を払えと言われても <u>違和感を感じる</u>
住民の特徴と町会活動	活動時間は平日夜と日曜日だけなので、共働き世帯にも参加できるはず	町会に関心はあっても、 <u>役員をやるように言われるかもしれないと思うと尻込みする</u>	祭りの準備や子供関連の行事等で <u>明確な意義と役割</u> を示され頼まれれば手伝う気持ちはある。
町会の広報	・回覧板は（町会加入と関係なく）全戸回覧している ・ <u>回覧板が回ってきたことがない</u>	掲示板をもっと積極的に活用すればよい	

3. ヒアリング調査

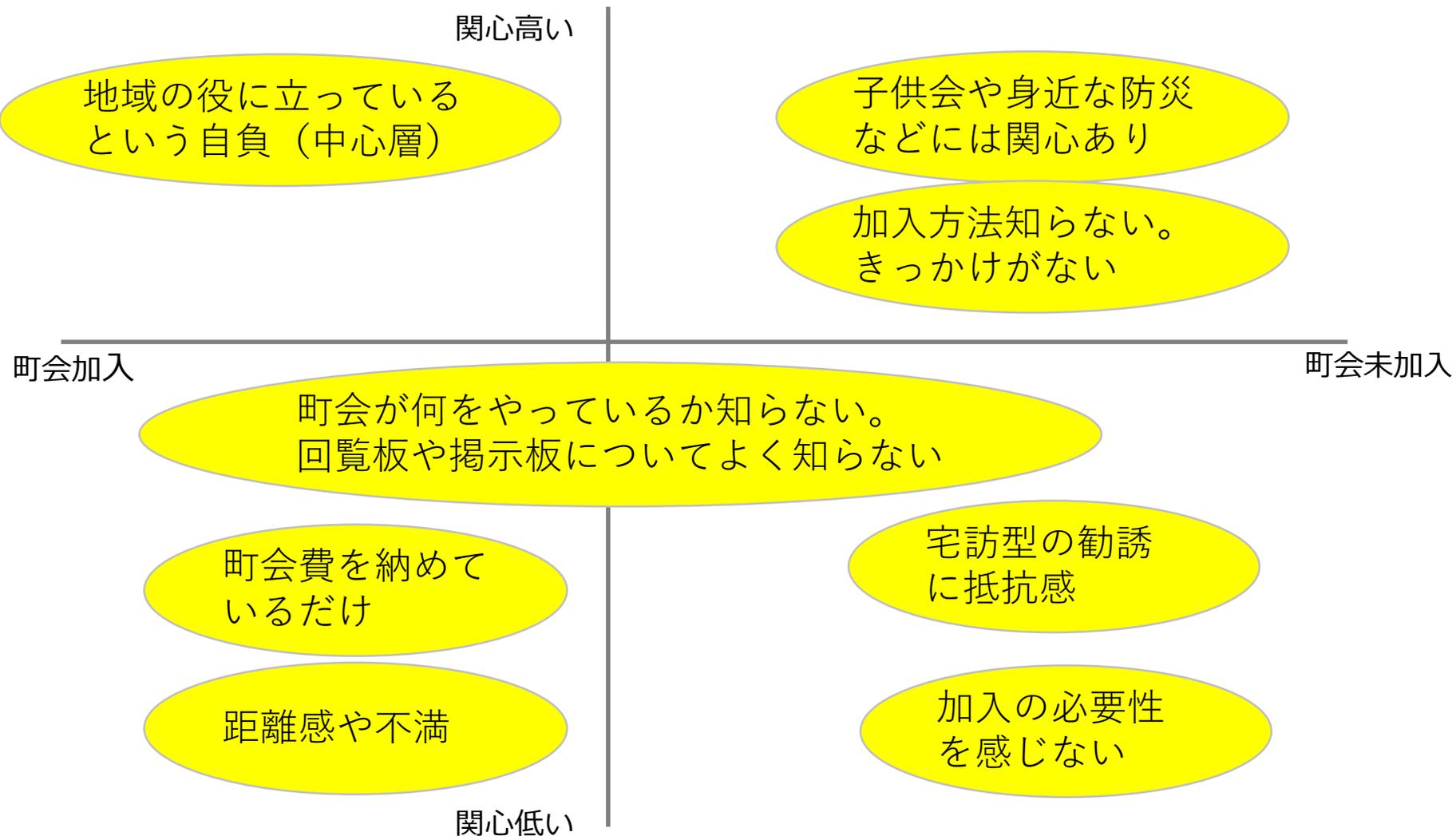
■ 注目キーワード

■ 総合的な感想とキーワード

- 町会が何をやっているか知らない人も多く、各活動の必要性が理解されていない
- 加入者の中にも町会費を納めているだけで関りが薄い、活動に消極的な層が相当数いる
- 町会側には「地域の役に立っている」という意識と自負があるが、住民側の感じ方と差がある可能性が高い。
- 町会という漠然とした存在の必要性よりも、子供関連や身近な防災防犯活動など、意義が分かりやすい活動への協力意識を持っている人は潜在的にいる
- 町会活動の広報がうまく機能していないか、露出度が低い（またはその両方）
- 町会加入（個別行事への参加協力も含む）へのきっかけや具体的な手段が認知されていない一方、宅訪など旧来の勧誘には抵抗が強い。また関係者への負担も大きくうまく機能していない

3. ヒアリング調査

■注目キーワード図



3. ヒアリング調査

■ ここまでのまとめ

既調査データの分析：町会に関する悩みや問題は他もほぼ同じ

一言で言えば

「メリットを感じない」など、「町会には入るもの」というこれまでの常識(前提)が成立していない。

「加入方法がわからない」など、近所で顔見知りだという前提の接点だけでは情報が伝わらない。情報発信の質、手法、量」の問題

個別ヒアリングで上記に加えてわかったこと

「加入手続や会費の払い方が分からない」

「町会加入のメリットを質問されても答えにくい」

「回覧板が回ってきたことがない」

「誰も集金に来ない」

「(町会より) マンション内の自治会活動には積極的に参加している」

「祭や子供関連で明確な意義と役割があれば手伝う気持ちはある」

3. ヒアリング調査

■ 既調査データ、ヒアリングを踏まえた仮説の再検証

ライフスタイル・家族状況・価値観の多様化により「町会には入るもの」というこれまでの常識が成立していない

個別の行事や活動に共感する人に「いかに個々の魅力を高めるか」「面白さをどう伝えるか」に注目する方が理解を得られる

町会や行事参加へのきっかけが見当たらない人に、知ってもらう方法やタイミングを多く用意することが必要

これらを充実させることで、結果的に加入者増に繋がる

アンケート項目設定へ

3. ヒアリング調査

■ アンケート項目の設定

町会役員と、住民（加入に関わらず）の意識差が大きい

町会行事の認知度や参加意向を確認する

町会との関わり方や接点が不明

町会行事の満足度や参加・不参加理由から確認する

回覧板、町会だより等多様な広報の効果不明

各広報媒体の活用や認知の程度を確認する

町会加入へのきっかけや具体的な手段が認知されていない

町会加入方法の認知度を確認する

4. アンケート調査

■ アンケート調査の狙いと概要

■ 概要

- 方法：町会だよりと一緒に全戸配布（回答はWEB上でも可能）
- 対象：高島平七丁目にお住いの住民
- 期間：12月下旬のアンケート配布から1月15日まで

■ 主な質問項目

- 町会の各行事・イベントの満足度、認知度等を個別に確認する
 - 町会だより、回覧板などの各広報手段の有効性を確認する
 - 町会に対するイメージ等
- ※「板橋区民意識意向調査」等で既知の調査は省略して質問数を絞る

■ 実施目的

- 七丁目町会の各活動の魅力度、認知度を確認し、実施後に町会加入者増加策を考える際のヒントを得るため
- 集計結果の専門的な分析よりも、キーワードやヒントを得ることで今後に繋げる

4. アンケート調査

■ アンケート結果(単純集計)

回答者数：124（配布約3,000）

うち町会加入者69／未加入者40／わからない10

未加入者の半数はインターネットで回答

回答率は低いですが、未加入者の回答割合が高く「未加入≠無関心」である希望が伺えるネット回答者が意外に多く、接点の多様化による今後の可能性を感じさせる

■ 行事の認知度

- 全員参加型と意義がはっきりしているものに参加意向高い傾向

■ 広報物の認知度、活用のされ方

- 掲示板はよく読む者は少ないが、存在は認知度が高い
- 町会だよりは最も広く読まれている
- 回覧板は、存在を知らない者が全体の3分の1

■ 町会に対する温度感

- ほぼ町会の地域貢献度は感じているが、加入者でも距離を置く者も多い
- 加入者と未加入者に違う傾向が見て取れる

さらに加入者・未加入者に分けて深く傾向を分析する

4. アンケート調査

■ アンケート調査結果（クロス集計）

	加入者	未加入者
年齢層／居住年数との関係	70代以上が圧倒的 居住年数高いほど加入	30代以下はほぼ未加入 5年未満の居住者はほぼ未加入
町会加入方法	—	知らない人が過半
行事参加意向（全員参加型）	今後の参加意向高い	今後の参加意向高い
行事参加意向（参加者限定型）	加入者でも参加したくない人が目立つ	今後の参加意向低い
広報物について	回覧板、町会だより、掲示板とも ほぼ認識されている	回覧板の存在を知らない人が3/4 町会だより、掲示板は認識
町会との距離感	加入メリット、今後の協力意向が 二極化している 距離を置きたい加入者も目立つ	町会の地域貢献は認めているがメ リットの認識はない 協力意向のある人の存在も

4. アンケート調査

■ アンケート集計結果(自由回答等)

- 町会費の集金が来なくなったからもう加入していないのだろうと記入している回答者が複数いる
- 加入者の中で、行事に参加したくない者や、町会に対する感想でネガティブな意見を示す者も少なくない。
- 賃貸住宅入居者で町会費を自動的に支払っている者の中には、町会費を払わされるだけで回覧板などの情報を伝えられないことなどに不満を表明している者もいる。

自由記述でも

「加入きっかけのない未加入者」「不満や距離感を持つ加入者」が散見される

5. まとめ

■ アンケート集計後の感想

- 広報でやるとよさそうなこと
 - 広報手段の多様化
 - 行事の告知、行事の楽しい様子を伝える
 - 回覧板の回覧方法、回覧対象の明確化
 - 掲示板の掲載基準明確化と掲示板の増加

- 行事でやるとよさそうなこと
 - 集客力のある行事（全員参加型）での加入呼びかけ
 - 意義と役割を限定、明確にした協力の呼びかけ

- 勧誘活動でやるとよさそうなこと
 - 加入きっかけのない潜在的協力者へのアプローチ
 - 加入手続きのハードルを下げる（はがき・ネット申込等）
 - 町会費支払いのハードルを下げる（カード払い、自動引き落としほか）

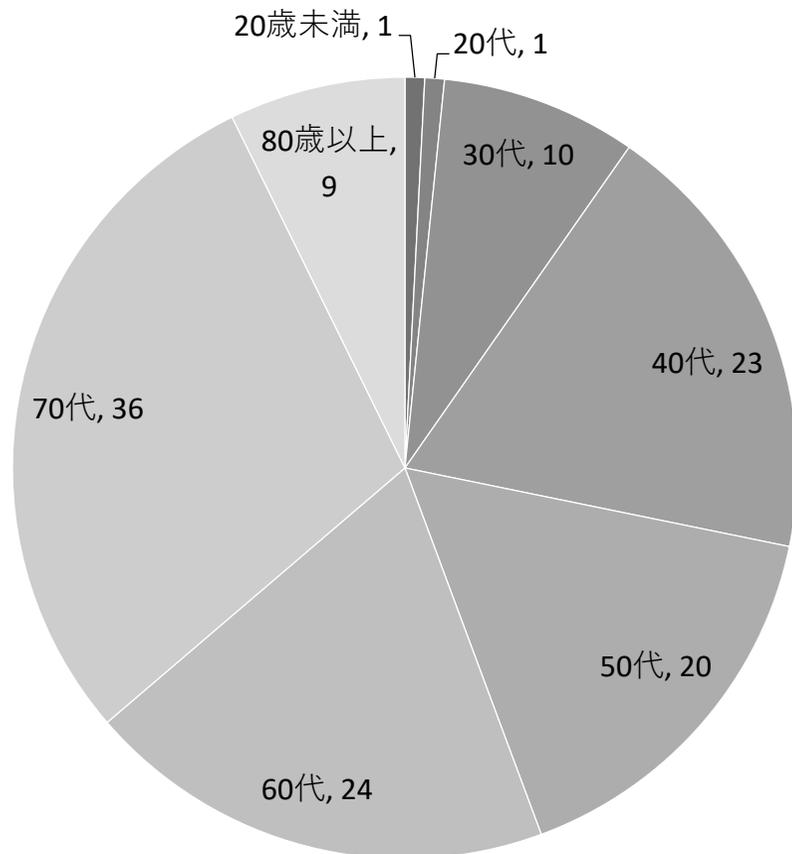
みなさんのお話合いのきっかけにしていただければ幸いです

アンケート調査結果データ

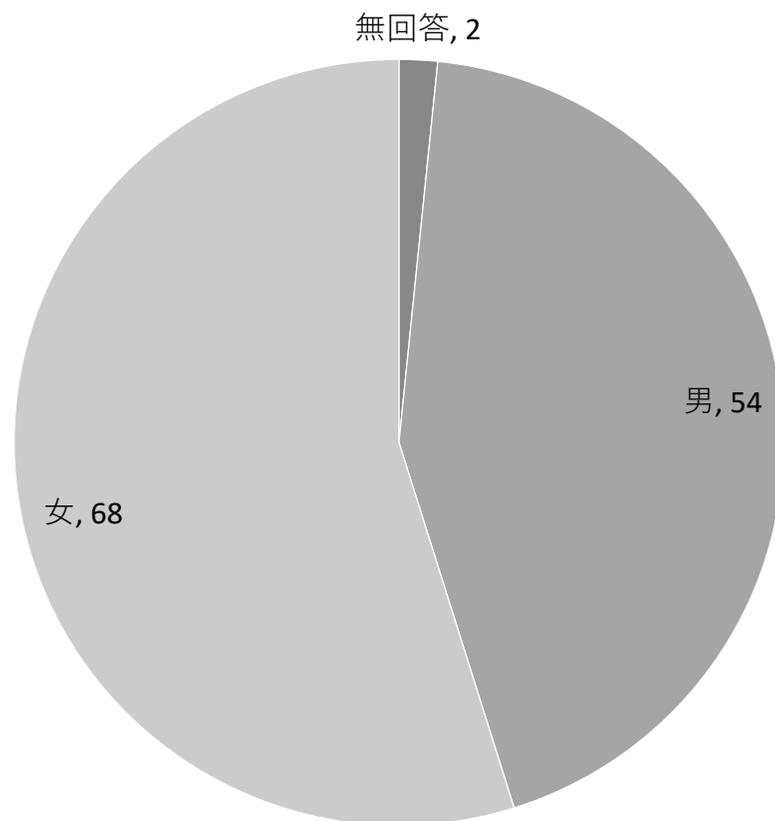
6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 集計結果グラフ

問1 回答者の年代



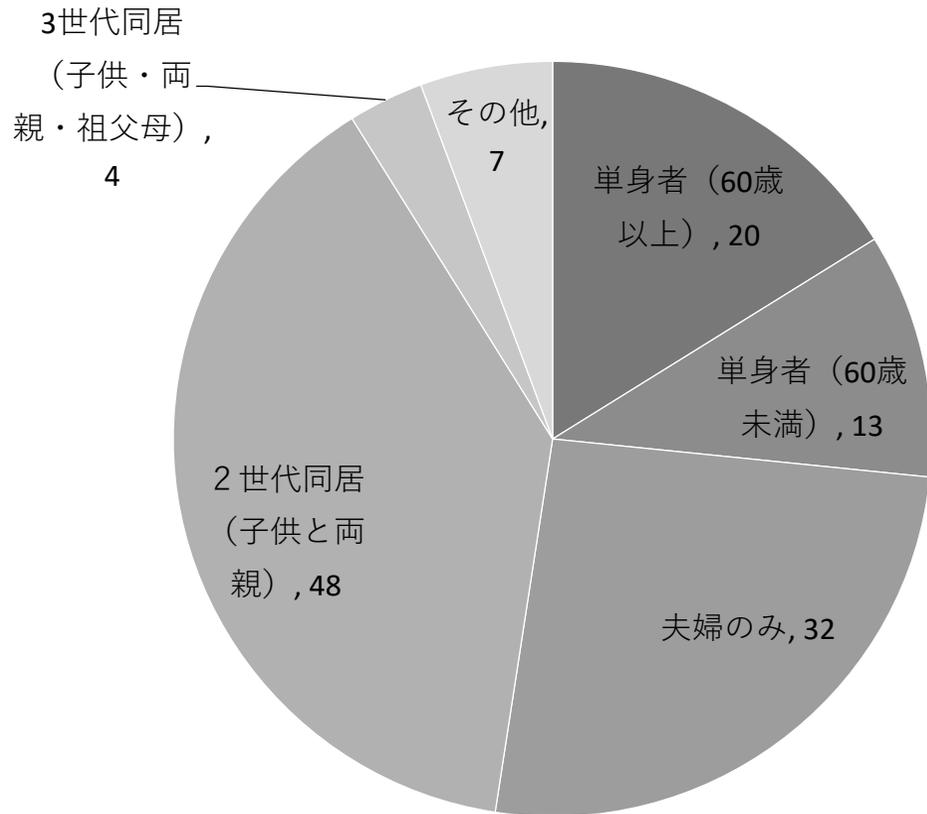
問1 回答者の性別



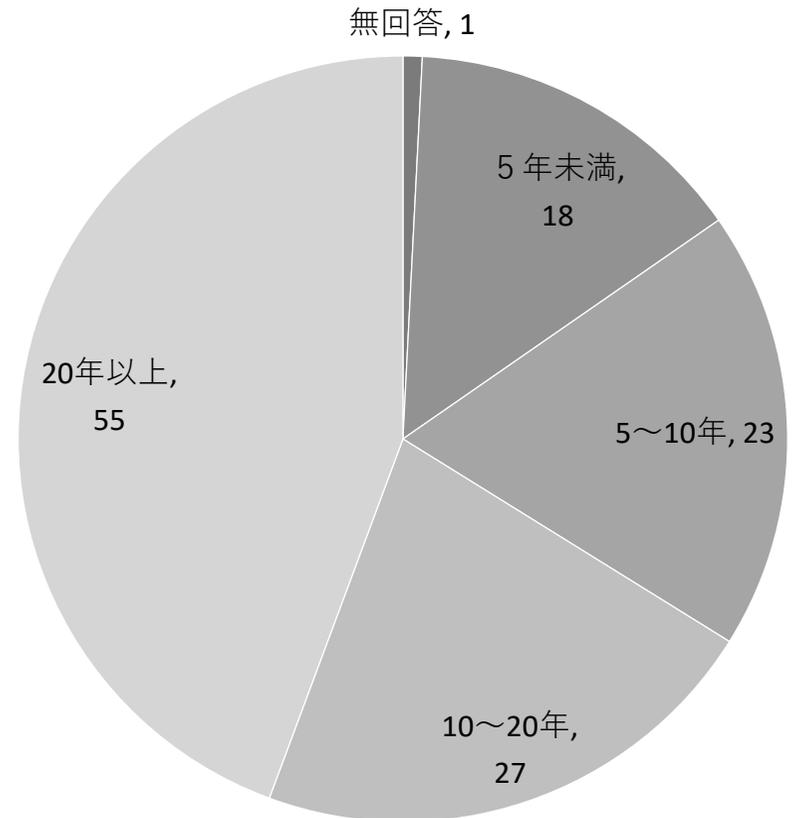
6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 集計結果グラフ

問1 回答者の世帯構成



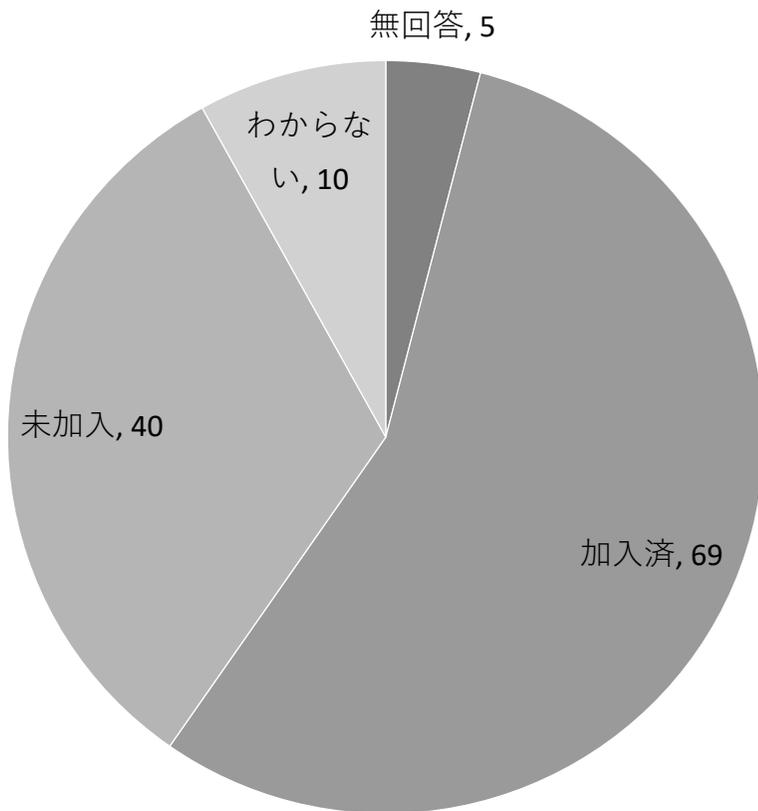
問1 回答者の居住年数



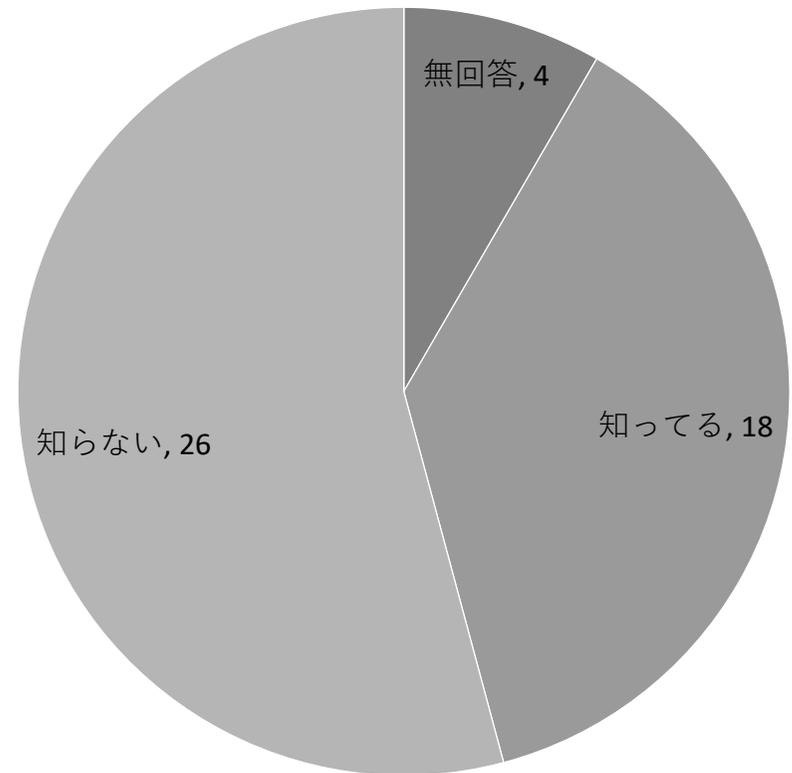
6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 集計結果グラフ

問2 町会への加入状況



問3 町会加入方法の認知度
(未加入者への質問)

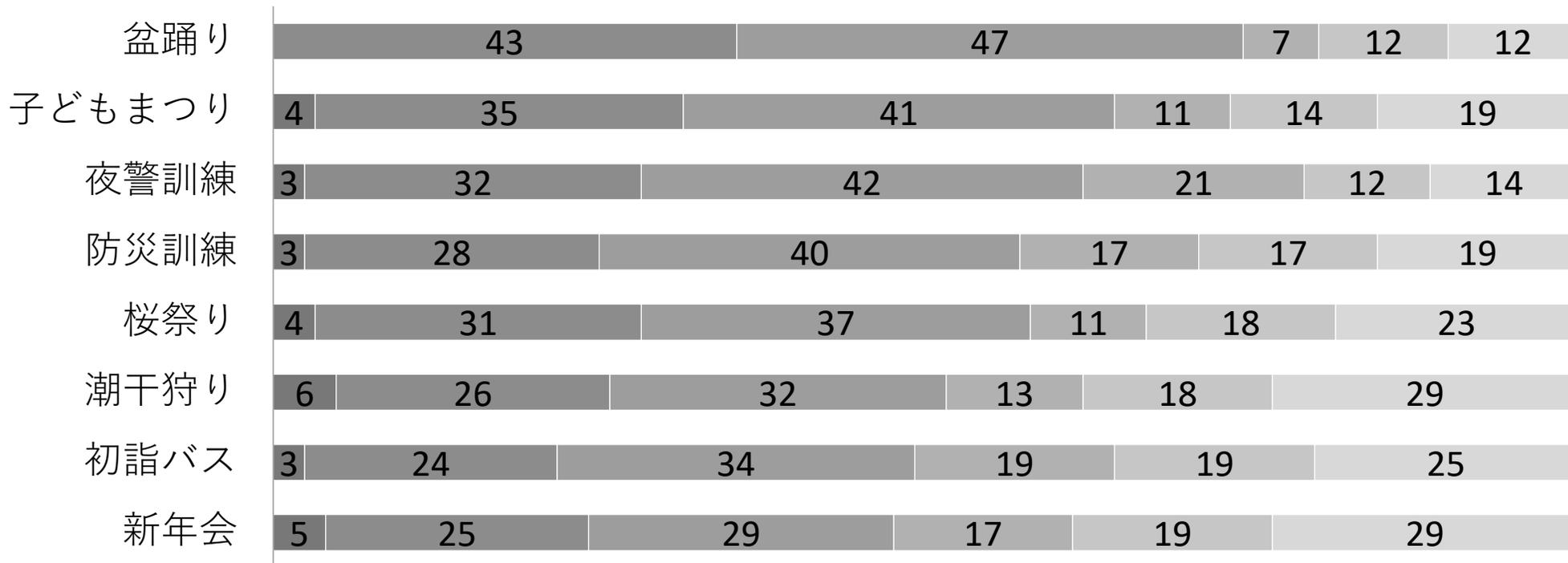


6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 集計結果グラフ

問4 行事の認知度

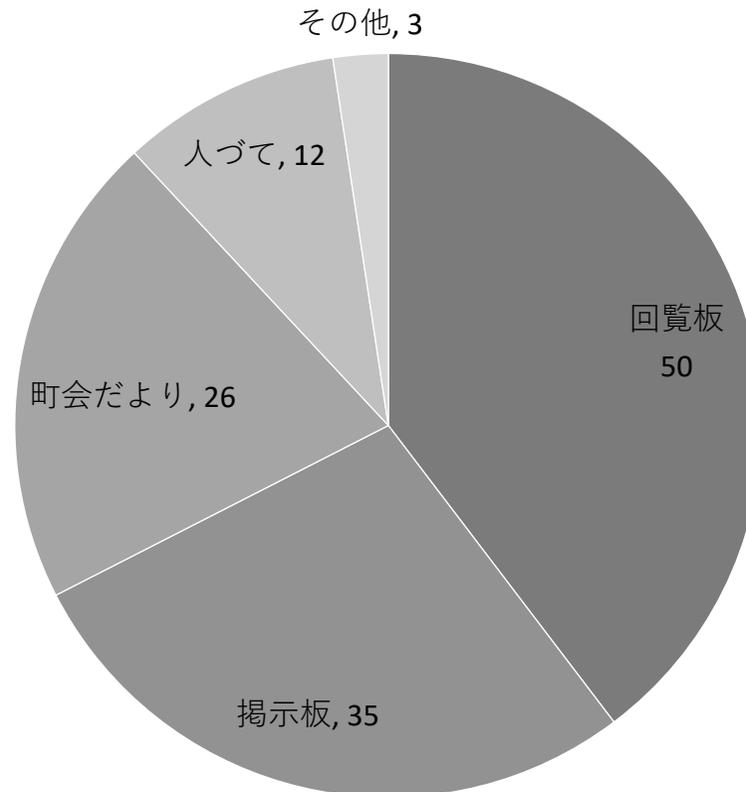
- 無回答
- よく知っている
- およそ知っている
- あまり知らない
- ほとんど知らない
- 知らない



6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 集計結果グラフ

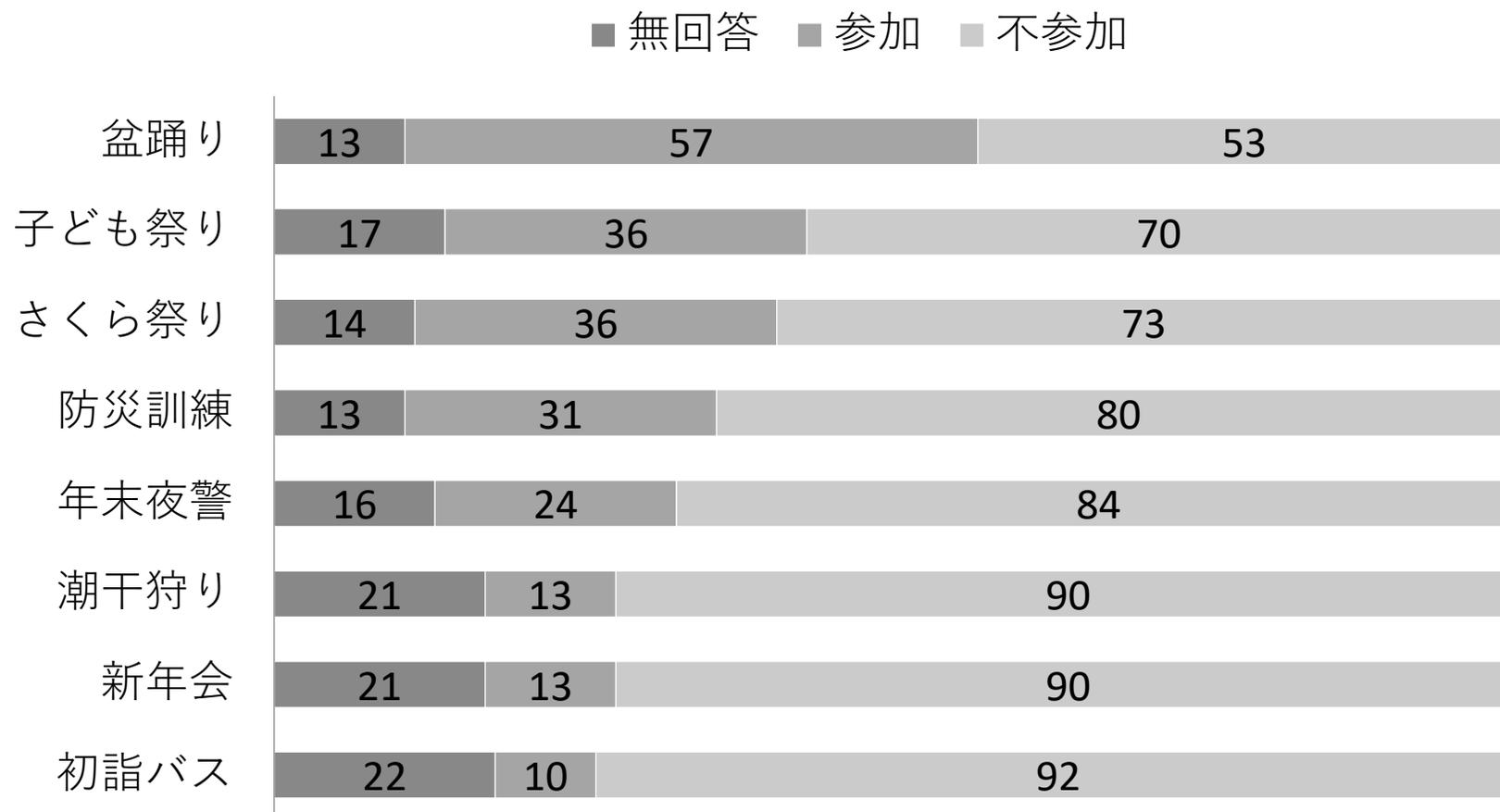
問5 町会行事を知る媒体



6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 単純集計結果

問6 町会行事への参加経験

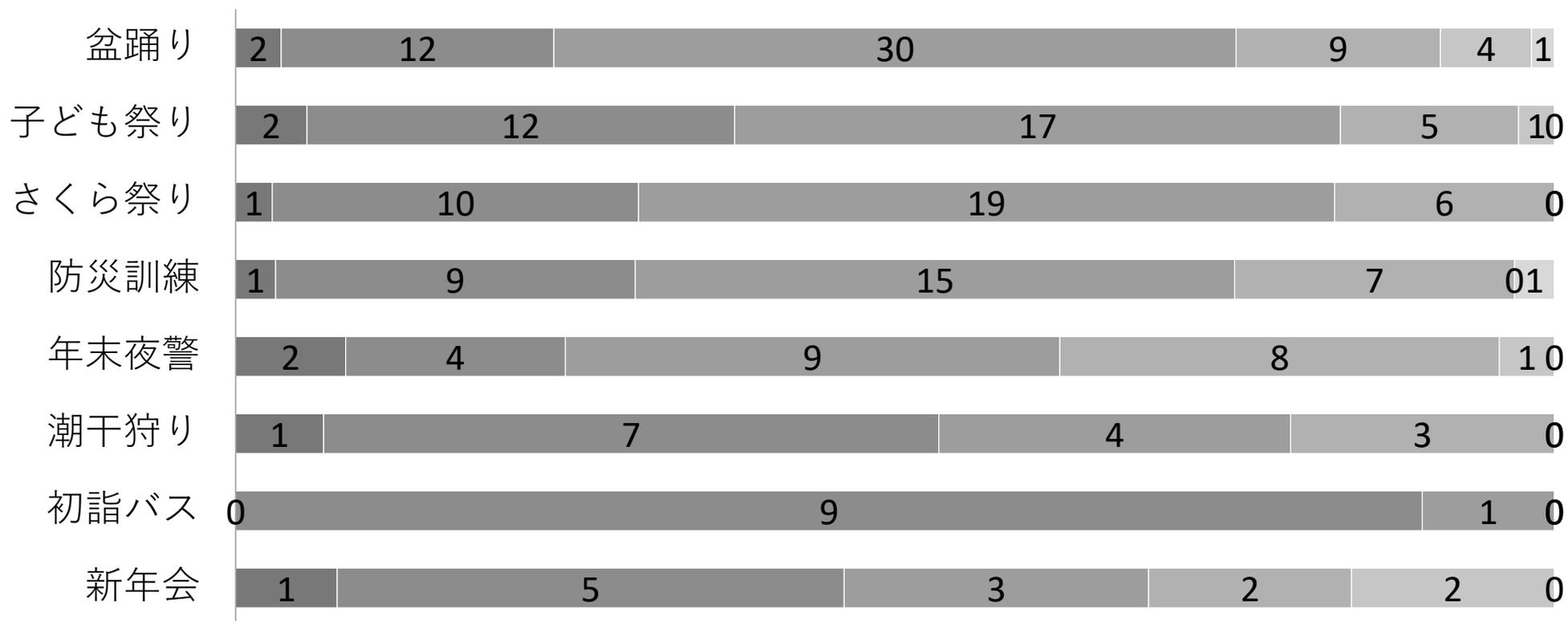


6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 集計結果グラフ

問6 町会行事の満足度

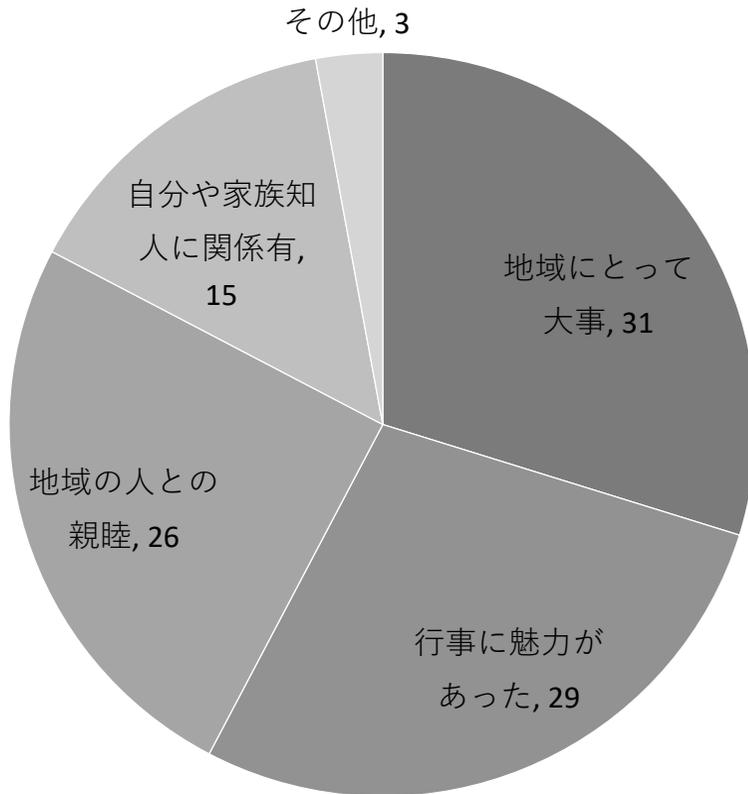
■ 無回答 ■ 満足 ■ おおむね満足 ■ どちらともいえない ■ やや不満 ■ 不満



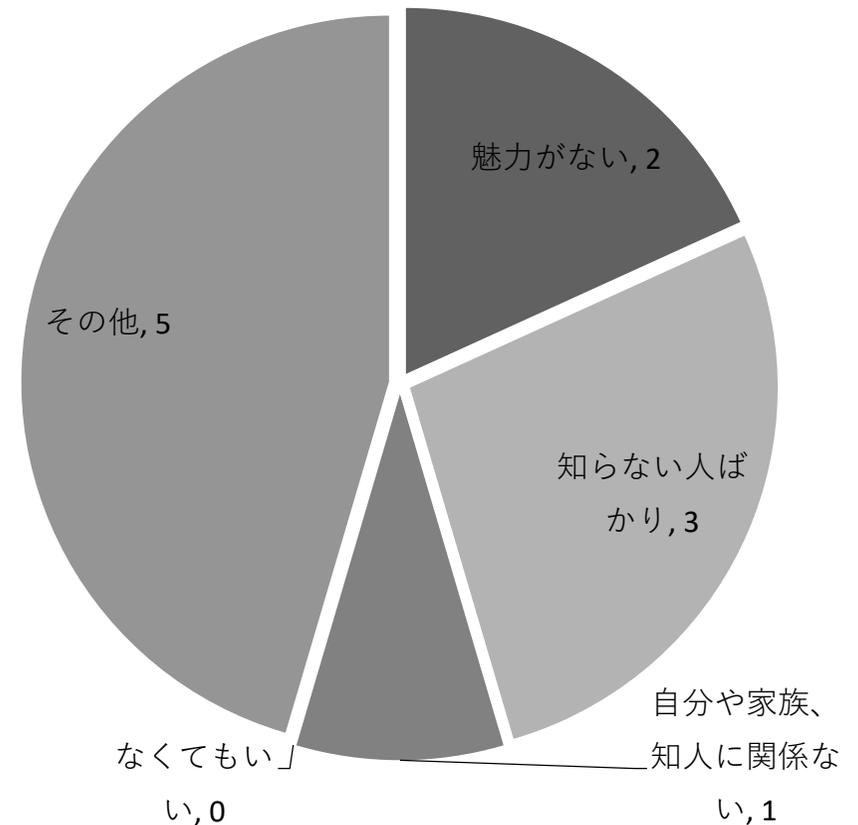
6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 集計結果グラフ

問7 満足理由



問8 不満足理由

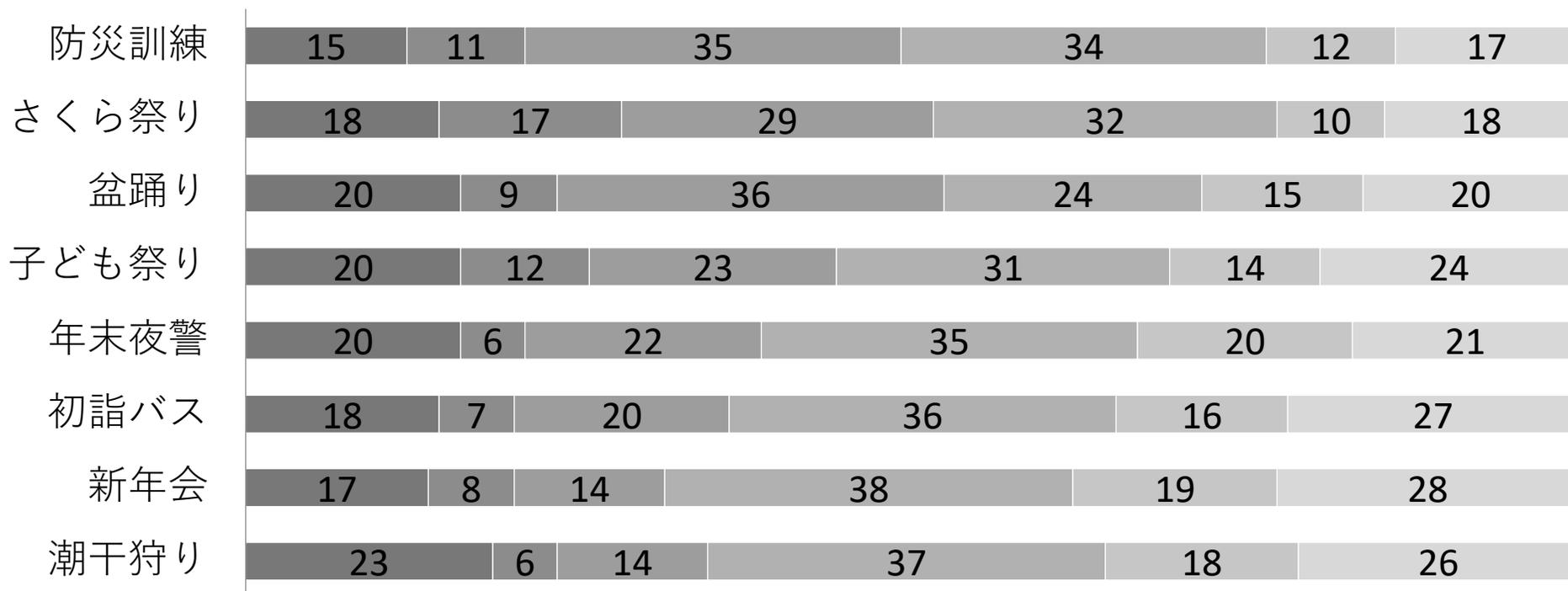


6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 集計結果グラフ

問9 町会行事への参加意向

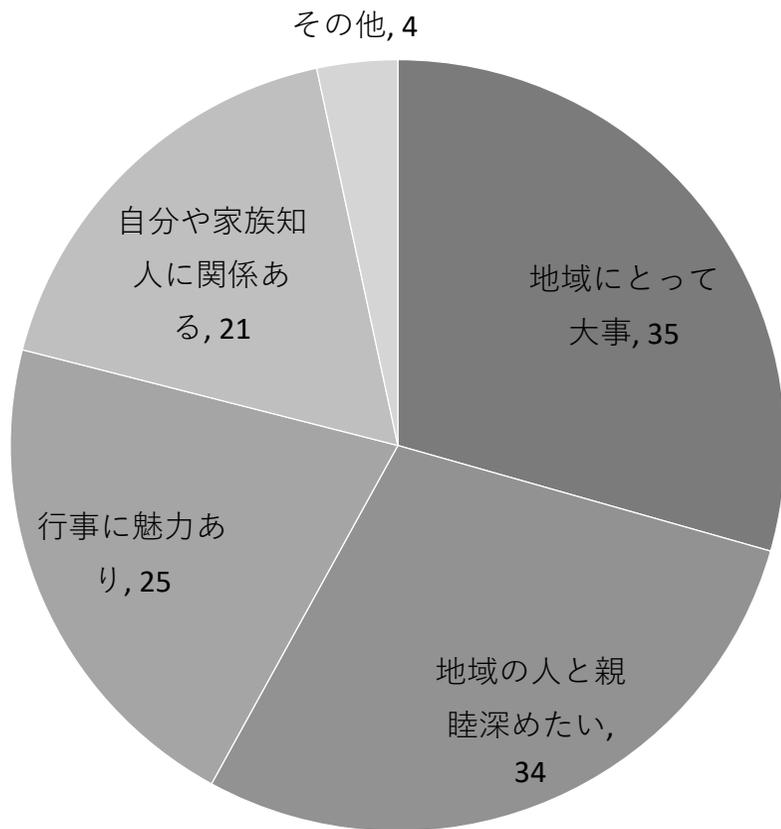
- 無回答
- 参加したい
- 機会があれば
- どちらともいえない
- あまり参加したくない
- 参加したくない



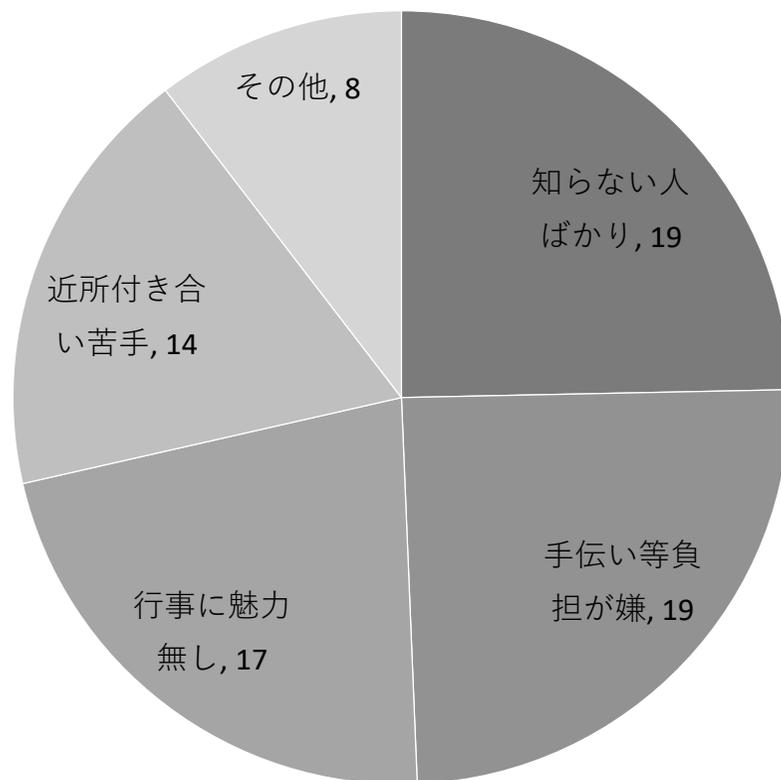
6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 集計結果グラフ

問10 町会行事に参加したい理由



問11 町会行事に参加したくない理由

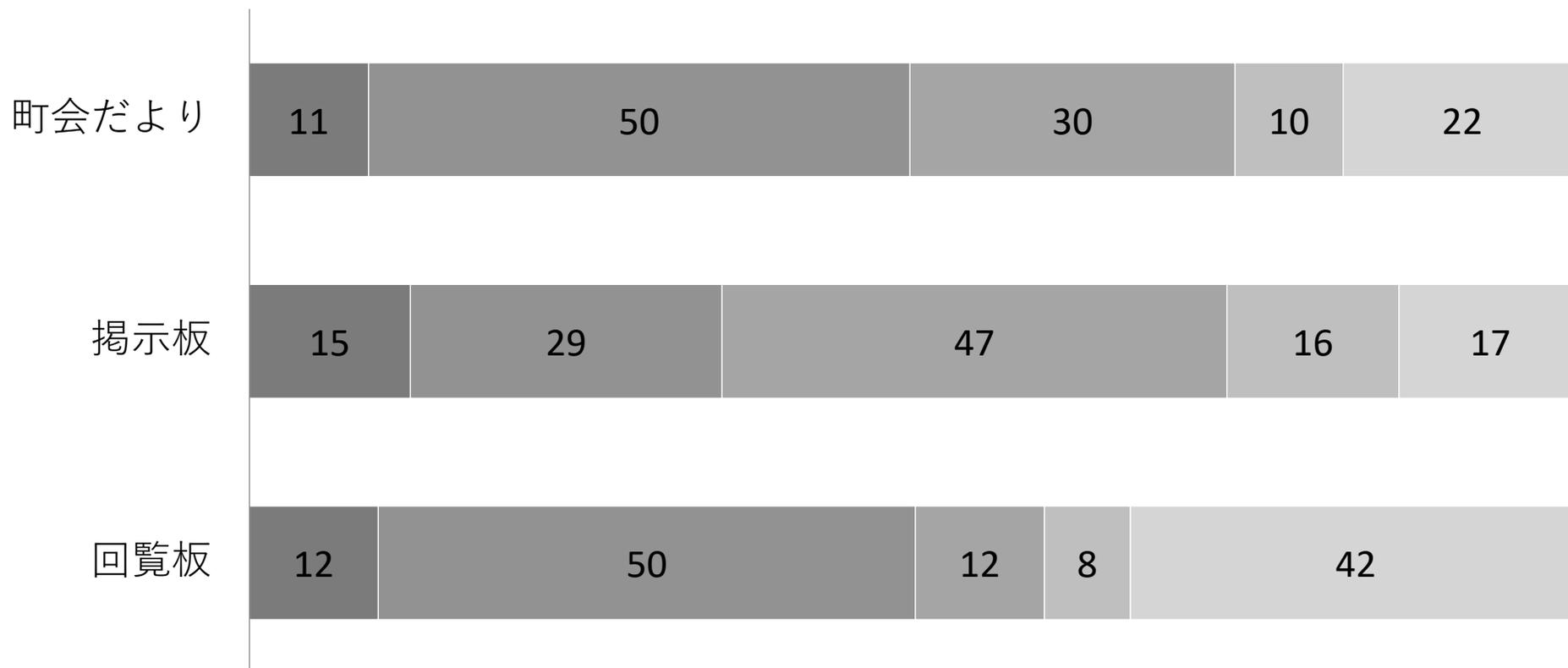


6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 集計結果グラフ

問12 町会の広報物

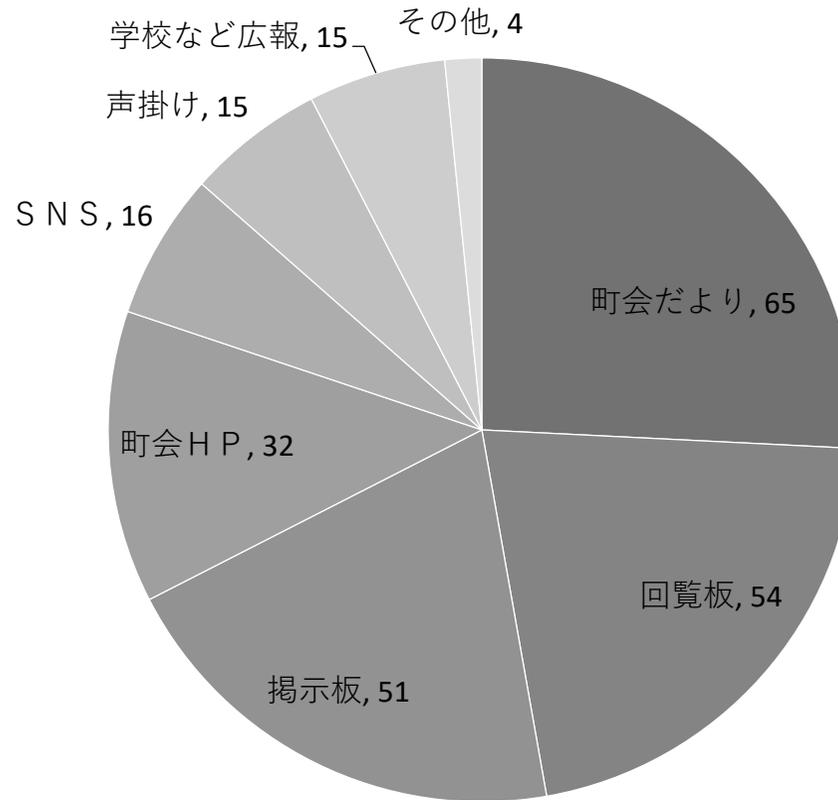
■ 無回答 ■ よく読む ■ たまに読む ■ ほぼ読まない ■ 知らない



6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 単純集計結果

問13 望ましい広報物



6. アンケート調査結果データ

■ 調査結果 集計結果グラフ

問14 町会のイメージ

- 無回答
- そう思う
- やや思う
- どちらとも言えない
- あまり思わない
- そう思わない

機会があれば協力したい



加入してメリットがある



自分や家族に関係が深い



地域に貢献、大事な存在



身近で親しみやすい



6. アンケート調査結果データ クロス集計

■ 結果分析 年齢層と町会加入の関係

- 住民の年代別に町会に加入しているかどうかを確認

年齢	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	
加入有無	列ラベル <input type="button" value="↑↓"/>								
	1	2	3	4	5	6	7	8	総計
無回答							3	2	5
加入済み			1	11	7	18	27	5	69
未加入	1	1	6	10	12	4	5	1	40
わからない			3	2	1	2	1	1	10
	1	1	10	23	20	24	36	9	124

- 70代以上では加入者が圧倒的に多いが、30代以下ではほとんどが未加入者

6. アンケート調査結果データ クロス集計

■ 結果分析 居住年数と町会加入の関係

- 高島平七丁目の居住年数別に町会に加入しているかどうかを確認

居住年数	無回答	5年未満	5-10年	10-20年	20年以上	
加入有無	列ラベル	0	1	2	3	4 総計
無回答				1		4 5
加入済み		1		12	16	40 69
未加入			15	8	9	8 40
わからない			3	2	2	3 10
		1	18	23	27	55 124

- 居住年数長いほど加入の傾向

6. アンケート調査結果データ クロス集計

■ 結果分析 町会加入方法の認知度

- 町会に加入・未加入者が加入方法を知っているかを確認

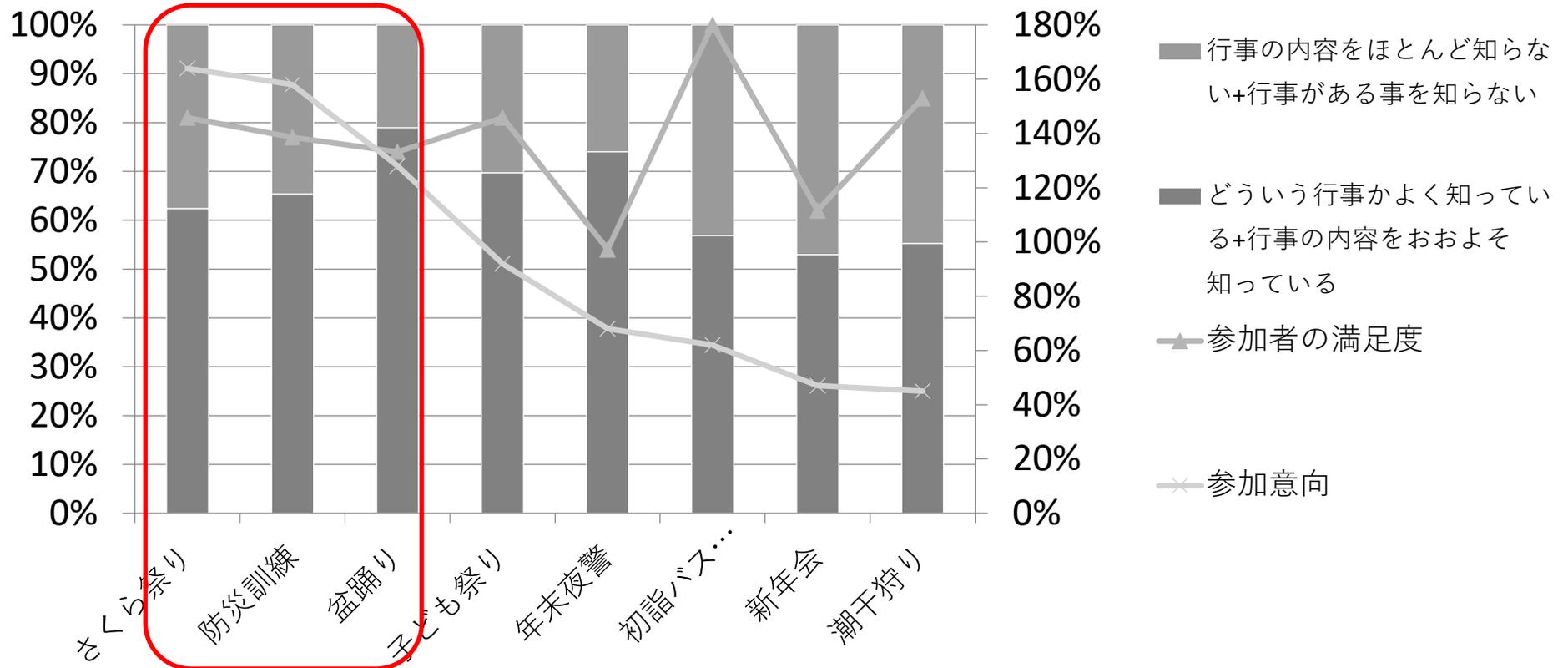
加入有無	加入	未加	わから	総計
	済み	入	ない	
加入方法				
	1	2	3	
無回答(未加入・わからない)		2	2	4
知っている	11	6		18
知らない		21	4	26
具体的な方法わからない	1	11	4	17
無回答(加入済み)	57			59
	69	40	10	124

- 未加入者には加入方法を知らない者が多い

6. アンケート調査結果データ クロス集計

■ 結果分析 町会行事に対する住民の意識

■ 各行事ごとの認知度・満足度・参加意向を確認



●参加意向が高いのは、さくら祭り、防災訓練、盆踊り。参加意向が低いのは潮干狩り、新年会、年末夜警。→全員参加型と意義がはっきりしているものに参加意向高い傾向

6. アンケート調査結果データ クロス集計

■ 結果分析 町会行事特性別の参加意向

■ 「全員参加型行事」

- 誰もが気軽に参加する行事

⇒例：盆踊り・さくら祭りなど

全員参加型	データの個数 / 列14	列ラベル	0	1	2	3	総計
	行ラベル						
積極的に参加したい	1			5	3		8
機会があれば参加したい	2	1		15	7	2	25
どちらともいえない	3			21	13	3	37
あまり参加したくない	4			6	6	1	13
全く参加したくない	5			9	8	1	18
(空白)							
総計			1	56	37	7	101

- 「全員参加型行事」は未加入者でも今後参加意向も強い一方、「参加者限定型行事」は加入／未加入に関わらず参加意向が低い

6. アンケート調査結果データ クロス集計

■ 結果分析 町会行事特性別の参加意向

■ 「参加者限定型行事」

- 誰もが気軽に参加するものではない行事

⇒例：新年会・年末夜警など

		加入有無				
		無回答	加入	未加	わからない	
参加者限定型	データの個数 / 列ラベル	列ラベル	0	1	2	3 総計
積極的に参加したい	1			3	1	4
機会があれば参加したい	2	1	9	3	1	14
どちらともいえない	3		22	14	4	40
あまり参加したくない	4		13	5		18
全く参加したくない	5		9	14	2	25
	(空白)					
	総計	1	56	37	7	101

- 「全員参加型行事」は未加入者でも今後参加意向も強い一方、「参加者限定型行事」は加入／未加入に関わらず参加意向が低い

6. アンケート調査結果データ クロス集計

■ 結果分析 広報物の活用度

加入有無		無回答	加入未加わから 済み入 ない				
回覧板(読んでいるか)	データの個数 / 列83 行ラベル	列ラベル	0	1	2	3	総計
無回答	0		2	6	2	2	12
よく読む	1		1	48	1		50
たまに読む	2			9	2	1	12
ほぼ読まない	3			1	6	1	8
存在を知らない	4		2	5	29	6	42
総計			5	69	40	10	124
町会だより(読んでいるか)	データの個数 / 列84 行ラベル	列ラベル	0	1	2	3	総計
無回答	0		1	6	2	2	11
よく読む	1		3	39	7	1	50
たまに読む	2			12	15	3	30
ほぼ読まない	3			2	6	2	10
存在を知らない	4		1	9	10	2	22
特殊回答	9			1			1
総計			5	69	40	10	124
掲示板(読んでいるか)	データの個数 / 列85 行ラベル	列ラベル	0	1	2	3	総計
無回答	0		2	9	1	3	15
よく読む	1		1	22	6		29
たまに読む	2		2	25	16	4	47
ほぼ読まない	3			9	7		16
存在を知らない	4			4	10	3	17
総計			5	69	40	10	124

- 町会だよりは読まれている一方、未加入者は回覧板の存在を知らない者が多い

6. アンケート調査結果データ クロス集計

■ 結果分析 町会に対する住民の意識（町会は身近な存在か）

- 高島平七丁目町会に対して住民がどれだけ身近に感じているかを確認

加入有無		無回答	加入済み	未加入	わからない	
身近	データの個数 / 列ラベル	列ラベル	0	1	2	3 総計
無回答	0		1	5	2	2 10
そう思う	1		2	12	3	17
ややそう思う	2		1	17	5	3 26
どちらともいえない	3		1	20	23	3 47
あまりそう思わない	4			6	3	1 10
そう思わない	5			9	4	1 14
総計			5	69	40	10 124

- ・ 町会と距離感のある加入者と未加入でも身近に感じる人の存在

6. アンケート調査結果データ クロス集計

■ 結果分析 町会に対する住民の意識（町会の地域貢献）

- 高島住民が地域にどれだけ貢献したいと思っているのかを町会に加入・未加入の人別に確認

加入有無	加入 未加 わから			総計
	済み	入	ない	
地域貢献				
	1	2	3	総計
無回答	2	2	2	7
そう思う	21	6		29
ややそう思う	20	12	5	39
どちらともいえない	15	16	3	34
あまりそう思わない	3	2		5
そう思わない	8	2		10
	69	40	10	124

- ・ 加入者・未加入者とも漠然と地域貢献度は感じている

6. アンケート調査結果データ クロス集計

■ 結果分析 町会に対する距離感（今後の協力意識）

- 町会加入者と未加入者で町会への距離感が違う事例
問13の町会についての感想を項目別に集計してまとめる事で
住民と町会との距離感を確認

		加入有無				
		無回答	加入	未加入	わからない	
データの個数 / 列10		列ラベル				
行ラベル		0	1	2	3	総計
そう思う	1	2	4	1		7
ややそう思う	2	2	21	6	2	29
どちらともいえない	3	2	20	23	5	50
あまりそう思わない	4	4	10	6	1	17
そう思わない	5	5	6	2		8
総計		4	61	38	8	111

- ・ 町会に協力意向のある未加入者も存在する一方、加入者の反応は二極化。

4. アンケート調査

■ 結果分析 町会に対する距離感 (町会加入のメリット)

- 加入者と未加入者で町会への距離感がはっきり違う事例
町会の加入・未加入別に、町会へ加入するメリットがあるかどうかを確認

加入有無		無回答	加入済み	未加入	わから ない		
加入メリット	データの個数 / 列ラベル	列ラベル	0	1	2	3	総計
無回答	0	1	5	2	2		10
そう思う	1	2	8	1			11
ややそう思う	2		16	3	2		21
どちらともいえない	3	1	15	22	4		42
あまりそう思わない	4	1	14	8	1		24
そう思わない	5		11	4	1		16
	総計		5	69	40	10	124

- 加入メリットは未加入者はもちろん、加入者にも理解されていない