

1

今回のアンケート結果を見ると…

回答総数262件のうち、ほとんどが反対意見

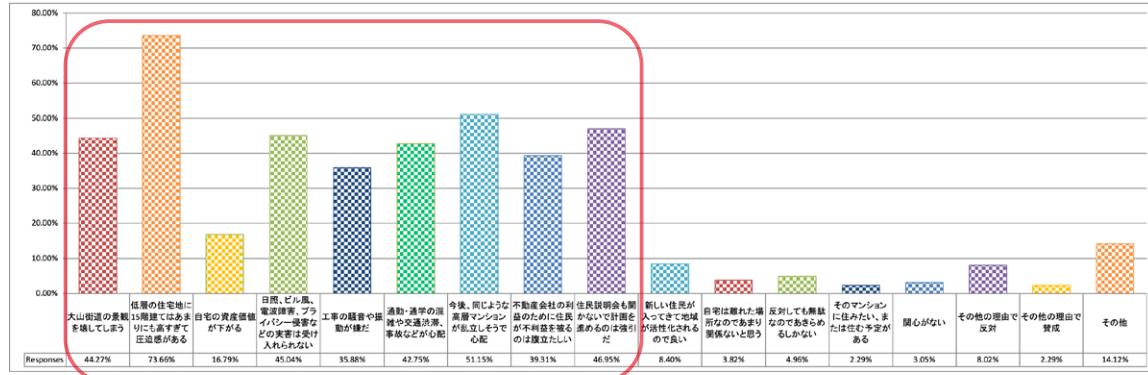
ところが、

2

説明会や意見交換会には

「出席しない」が最多 なんでやねん

Q3. この計画をお知りになったとき、どう思われましたか？



反対意見

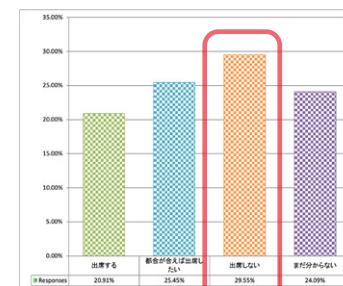
反対の意思はあるが、行動を起こすのは億劫

Silent Minority サイレント・マイノリティ

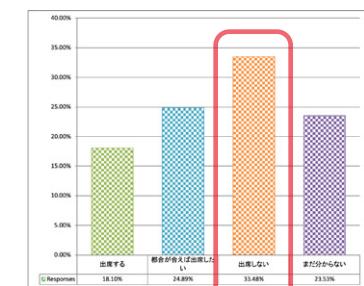
この層に動いてもらうには…？

2

Q7. 説明会があれば出席しますか？

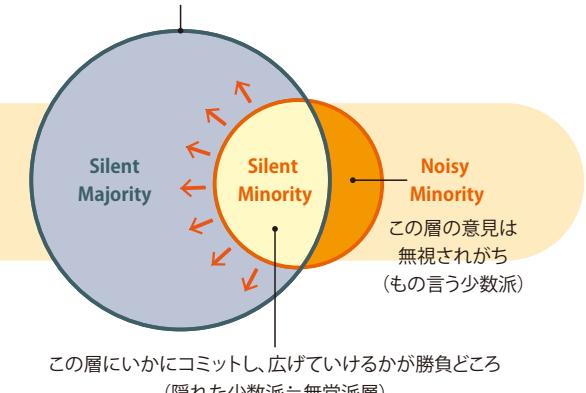


Q8. 意見交換会があれば出席しますか？



「出席しない」

企業・行政が主に対象とするのはこの層（もの言わぬ大衆）



3

行動を起こさない理由は？

- 人との関わりが億劫
- 仕事が忙しくて時間がない
- しつこく勧誘されたり、過大に期待されると困る
- 他にも問題を抱えていて、気持ちに余裕がない（プライオリティが低い）
- 会社とかに知られるとちょっと困る …など

4

広く、ゆるく、手軽に参加できる選択肢が必要

- 面倒な準備や手続きが不要
- 好きな時間に好きな形で参加できる
- 本人の自由意志が尊重される（強要されない）
- しがらみがない
- 出かけなくてもよい …など

Action:1 スマホができる抗議行動

- 集会に出向いたり、チラシ配りに駆り出されたり、そんな時間や場所の制約を受けることなく
クリックひとつで意思表示ができるよう、WebやSNSでの発信を充実させる。
- 様々な切り口、選択肢を用意。それぞれがやれることをやれる範囲でやってもらえるよう、なるべく多くの選択肢を用意する。。

①SNSとウェブサイトの活用

- SNSでの情報発信、「いいね」「リポスト(拡散)」
- WEBサイトへの誘導
- 考えを同じくする人・団体・インフルエンサーとの連携

ハッシュタグ

- # 高層マンション建設反対
- # 野村不動産
- # 高津計画
- # 大山街道
- など

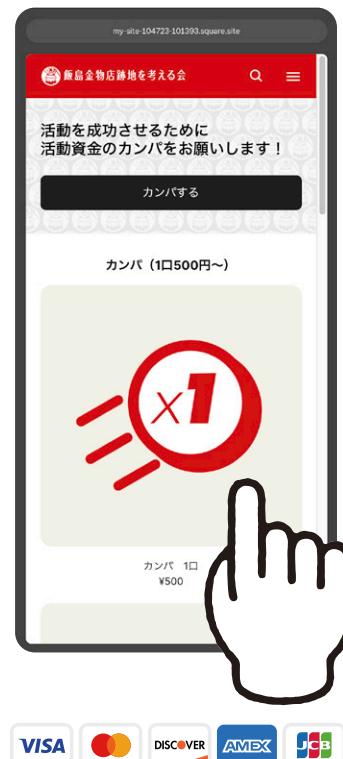


X (旧ツイッター)



②ネット募金(少額カンパ)

- ネット通販感覚でスマホから簡単に募金できるサイトを作成(クレジットカード決済)。
- 1口500円から何口でも何度でもカンパできる。
- 会のホームページとX(旧ツイッター)から募金サイトへ飛ぶリンクを貼る。



ネット募金サイト

<https://my-site-104723-101393.square.site>



リンク決済

<https://square.link/u/YXvotJTT>



③メッセージグッズの販売

- 推し活をやるような感覚で、缶バッジ、ステッカーやTシャツを購入・着用して、ゆるくアピール＆連帯してもらう。
- チラシに登場したハイライズ・モンスター(侵略者の象徴)やゴエモン&大釜(地元の象徴)をシンボルキャラクターとして展開。
- 全てネット注文サイトで購入できるようにする(受注発注?)。



- ステッカー(100mm) : 100部 5,090円
- 缶バッジ(57mm) : 100部 7,100円

ネット印刷 Graphic
<https://www.graphic.jp>



- Tシャツ: 30枚発注で1枚あたり約 1,600円
- オリジナルプリント .jp
<https://originalprint.jp>



Action:2 のぼり旗作戦

- 希望者にのぼりを発注(購入)していただき、**自宅敷地内外から見える場所**(ex.玄関前やベランダなど)に掲げてもらう。
- のぼりにもQRコードを付けてサイトに誘導、さらに賛同者を集める。
- 「マンション建設反対!!」ののぼり旗で街全体をいっぱいにする。
- 注文はネット受注サイトを用意。数がまとまつたら一括で業者に発注。



- 過激orシリアルすぎる反対運動は敬遠されるので、**イベント感覚**で子どもでも参加できるキャンペーンに。
- デザインはいくつかのバリエーションの中から**自由に選べる**ようにする(カラーを統一するか、デザインを統一するか)。



●通常サイズ：
600 x 1,800mm
10 本まとめて発注で
1 本あたり約 2,400 円
(ポール&台座セット)

●ジャンボサイズ：
900 x 2,700mm
10 本まとめて発注で
1 本あたり約 3,000 円
(ポール&台座セット)

納期は発注から4営業日で発送。
納品されたら連絡→受け取りに
来てもらうか、配送(着払い)。

のぼり屋さんドットコム
<https://nobori-print.just-shop.jp>



実現させたいビジョン

- 「反対」の意思を可視化する。
 - 問題意識の醸成と、街の連帯感・結束感(ゆるくて広い連携の継続)。

} =野村が最も嫌がる状況を作り出す

Action:3 マスメディアへ発信

→ このような景色が実現したら、マスメディア（テレビ、新聞、ネットメディア）へ発信する。

計画中のマンションは「地元に受け入れられない」「不人気」つまり「資産価値が低い」ことを発信する

- ◆マンション購入者「ここに住んでも地元に歓迎されない(嫌われる)」「買うのを躊躇」→断念へ
 - ◆野村「企業イメージが下がる」「ここにマンションを建てても儲けにならない(売れない)」→計画見直しへ
 - ◆さらに、他地域で同様の問題を抱えている人たちとも連携して、利益優先の高層マンション建設・再開発を社会問題化できれば大成功。
二度とこんなことで苦しむ人が出ない持続可能な社会へ!!

