

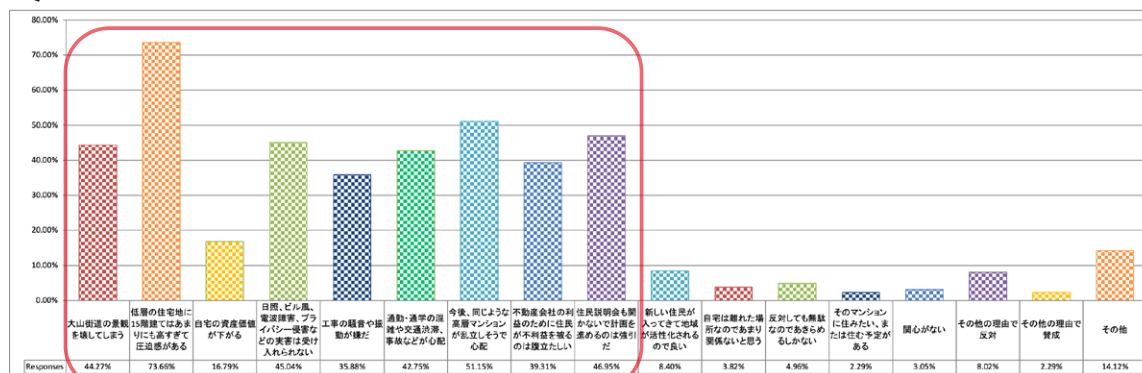
# 1 今回のアンケート結果を見ると… 回答総数262件のうち、ほとんどが反対意見

ところが、



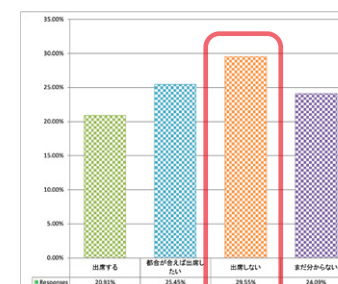
## 2 説明会や意見交換会には 「出席しない」が最多 なんやねん

Q3.この計画をお知りになったとき、どう思われましたか？

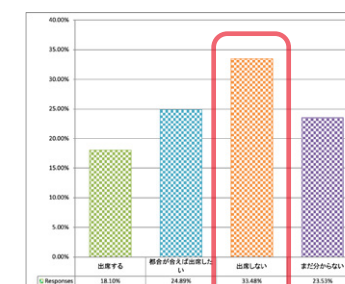


反対意見

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」

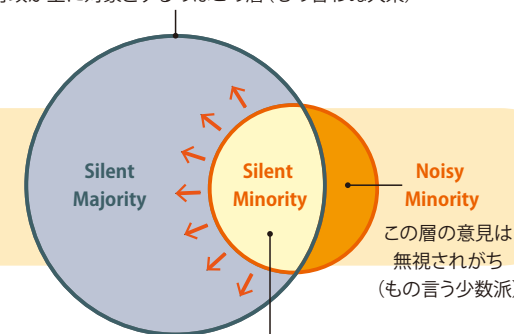
企業・行政が主に対象とするのはこの層 (もの言わぬ大衆)

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…？

この層にいかにかコミットし、広げていけるかが勝負どころ  
(隠れた少数派＝無党派層)

### 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 スマホでできる抗議行動

- 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

ホームページ



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

- 押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?)。



### ④動画配信?

配信に関してはまだリソースが整っていません。今後の検討課題。



- 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>



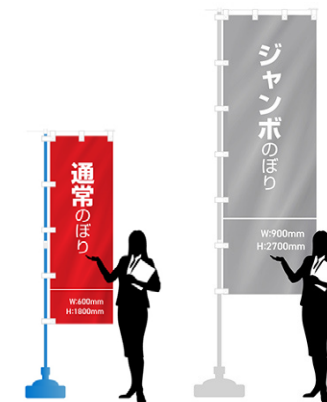
- Tシャツ: 30枚発注で1枚あたり約 1,600円

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、**自宅敷地内の外から見える場所**(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。数がまとまったら一括で業者に発注。



- 通常サイズ：  
600 × 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 × 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>



- 過激orシリアス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)。



## 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「地元を受け入れられない」「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で歓迎されない(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!!

