

自治会・町内会のための LINE活用説明会

LINEヤフー株式会社

2026/4/15

LINEヤフー



説明の全体像

様々な課題が山積

デジタルの活用

活気ある多世代コミュニティ

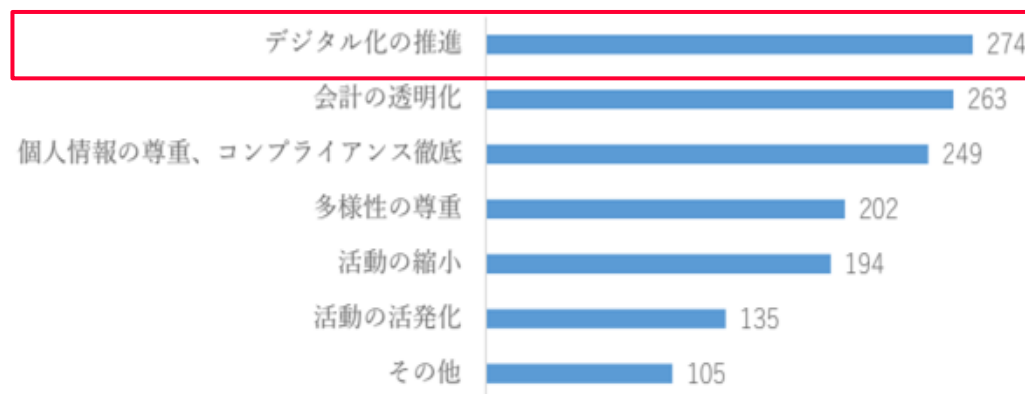


旭川市「町内会に関するオンラインアンケート調査結果報告」 未加入者へのアンケートより（2025年12月）

Q35

今後、町内会がどのようなになっていけば
加入しても良いと思いますか
(複数回答)

	回答数	割合
デジタル化の推進（回覧板の電子化、グループチャットなどの活用）	274	41.8%
会計の透明化	263	40.2%
個人情報の尊重、コンプライアンス徹底	249	38.0%
多様性の尊重	202	30.8%
活動の縮小	194	29.6%
活動の活発化	135	20.6%
その他	105	16.0%



未加入者に『デジタル化の推進』は有効

コミュニケーションアプリ「LINE」

LINEは、ユーザー同士であれば国内・海外、通信キャリアを問わず、無料で音声・ビデオ通話・トーク（チャット）が楽しめる**コミュニケーションアプリ**です
2011年6月にサービスを開始して以来、**世界230以上の国と地域**で利用されています



日本の人口の約 8 割以上をカバー

LINEの月間利用者数は約1億人。日本の人口の約8割以上をカバーしています。



人口の約 8 割が利用



※1 自社調べLINEアプリ 月間アクティブユーザー-2025年12月末時点

※2 LINEの国内月間アクティブユーザー÷日本の総人口1億2079万2000人 (2024年3月[確定値]総務省統計局)

本日の説明事項



1

**自治会・町内会で活用できる
LINEのツールをご説明**

2

**地域における
LINE活用事例のご紹介**



自治会・町内会で活用できる LINEのツール

自治会・町内会で活用できるLINEのツール

グループ
トーク

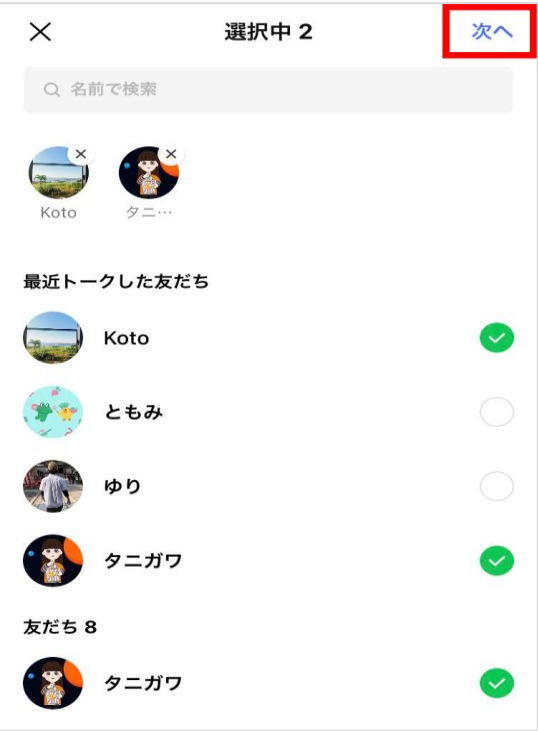
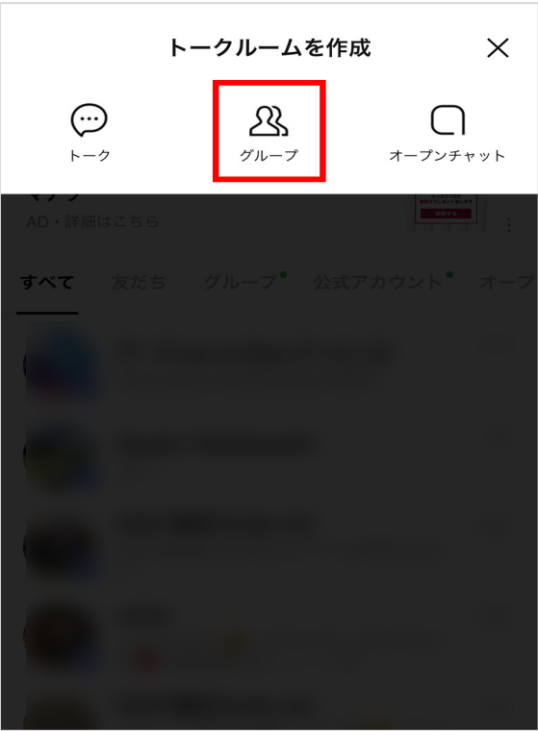
LINE
オープン
チャット

LINE公式
アカウント

① グループトーク




① グループトーク




LINEみんなの使い方ガイド グループを作成・管理する
<https://guide.line.me/ja/friends-and-groups/create-groups.html>

①グループトーク

用途	小規模での情報共有・意思決定 (役員同士の連絡等)
----	------------------------------

 **メリット**

- ・ 無償
- ・ 簡単
- ・ 閉じられたコミュニティ
- ・ 特定の個人だけでつながることができる
- ・ 既読状況がわかる

 **留意点**

- ・ 個人のアカウントが知られてしまう
- ・ 既読状況がわかってしまう
- ・ 休日夜間につながってしまう
- ・ 人数が多くなると話が流れてしまう

自治会・町内会で活用できるLINEのツール

グループ
トーク

LINE
オープン
チャット

LINE公式
アカウント

LINEオープンチャットとは

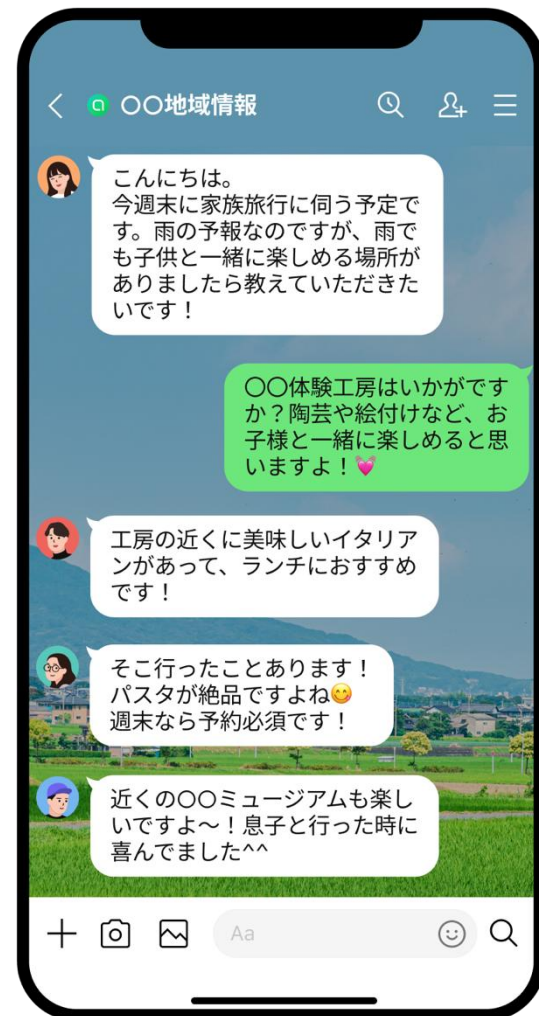
いつも使っているLINEのアプリで、気になる話題や関心ごとについてみんなと話せるサービスです。

サービス開始から約5年で累計3,000万人以上*が利用しています。

*2024年5月末時点でオープンチャットの利用規約に同意したことのあるユーザー

LINEの友だちにならなくてもトークをしたり、
情報交換ができます

幅広いテーマで活用されています



LINEオープンチャットの特徴

※2025.12月時点の仕様であり、予告なく仕様は変更されます

LINEアプリがあれば
誰でも・無料で利用可能



新しくアプリをダウンロードする必要なく、簡単に利用できます。

普段のLINEとプロフィール
を分けて使える



トークルームごとに専用のニックネーム・アイコンで参加できます。

LINEのIDを知られたり、友だち追加されることはありません。

トークルームには
最大5,000人*参加可能



途中でトークルームに参加しても、過去のトーク履歴を遡ることができます。

※5,000人以上に拡張することもできます

LINEオープンチャットの参加方法

1 オープンチャットの
メイン画面を開く



2 参加したいト
ークルームを探す



3 ニックネーム・アイコ
ンを設定する



4 ルールを守って
楽しく交流



2 オープンチャットを作成する | 作成手順(1)

どなたでもご自由に作成可能ですので、まずはテスト用のオープンチャットを作成して操作や見え方を確認・お試しされることをおすすめします。

動画でもご確認いただけます
https://youtu.be/mXjS4TyH4rc?si=IIBwhNjEv_556aHF



1 LINEアプリを開きます



2 「トーク」をタップします



3 右上のオープンチャットアイコンをタップします



4 中央下のアイコンをタップします



2 オープンチャットを作成する | 作成手順(2)

5 利用規約を確認し、同意します



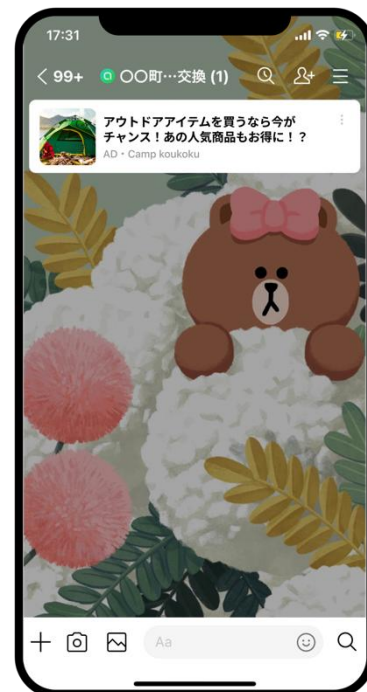
6 オープンチャット名・画像・説明文などを設定し右上の「次へ」をタップします



7 自分のプロフィール（アイコン、ニックネーム）を設定し”参加”をタップします



8 オープンチャットの作成が完了しました



「プレビュー」ボタンでプレビューが確認できます。

名前と画像は後からいつでも変更が可能です。

※⑤は初めてオープンチャットをご利用される場合のみ表示されます。オープンチャットは通常のLINEのトークと異なる点がありますので必ずご確認ください。

3 各種設定を行う | 公開範囲の変更

必要に応じて、オープンチャットの公開範囲を変更します。公開設定を変更することで、入室者を制限することができます。



全体公開

デフォルトの状態は全体公開です。
 全ての利用者が参加ボタンをタップするだけでトークルームに入ることができます。
参加コードや承認制の非公開トークルームに切り替えることで、入室者を制限できます。

参加コードの入力

管理者が設定した「参加コード」を知っている人だけが参加できます。
 参加コードは4~8文字の半角英数字で設定します。

参加の承認

参加を希望するユーザーに対する質問を設定します。
 質問の回答を確認後に、管理者が参加の承認・拒否を行います。
 ※参加リクエストの確認・承認は「メンバー管理」(★印)から行います。

開設・運用マニュアルをご参考にしてください

地域活性化のための
LINEオープンチャット
開設・運用マニュアル

LINE オープンチャット



資料はこちらから



②LINEオープンチャット

用途	小～中規模での情報共有・意思決定 (役員同士の連絡等、組の連絡網)
----	--------------------------------------

メリット

- ・ 無償
- ・ 簡単
- ・ 個人のアカウントでつながらない
- ・ パスワード設定可能。広く開放も可能。
- ・ 参加者間のやりとりが見える

留意点

- ・ 休日夜間につながれてしまう
- ・ 人数が多くなると話が流れてしまう
- ・ 匿名ゆえに悪意ある参加者の懸念
- ・ 参加者間のやりとりが見えてしまう
(不要な会話、クレームなど荒れる恐れ)

自治会・町内会で活用できるLINEのツール

グループ
トーク

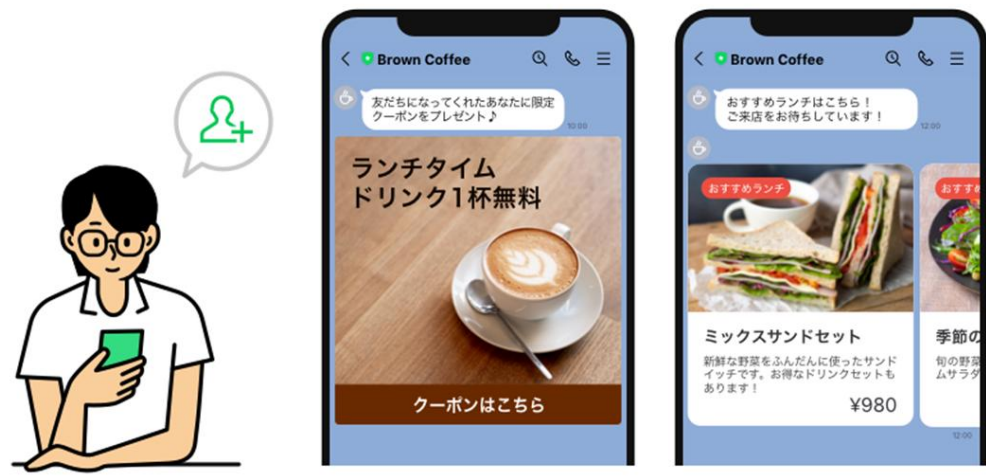
LINE
オープン
チャット

LINE公式
アカウント

LINE公式アカウントとは

「LINE公式アカウント」とは

「LINE」を通じて、**企業や店舗、自治体**がユーザー／市民とコミュニケーションをとることができるサービス



「友だち追加」とは

LINE公式アカウントを**友だち**に追加すると、LINE公式アカウントとメッセージのやり取りなどができる



LINE公式アカウントの機能

LINE公式アカウントではさまざまな機能が利用可能です

機能一覧

 <p>メッセージ配信</p>	 <p>ツール ↳クーポン ↳ショップカード ↳リサーチ</p>	 <p>分析</p>	 <p>LINEコール</p>
 <p>ステップ配信</p>	 <p>トークルーム管理 ↳あいさつメッセージ ↳リッチメニュー</p>	 <p>LINE VOOM (旧タイムライン)</p>	 <p>メンバーシップ</p>
 <p>自動応答メッセージ ↳応答メッセージ</p>	 <p>データ管理 ↳オーディエンス ↳トラッキング (LINE Tag)</p>	 <p>チャット</p>	<p style="text-align: center;">+</p> <p style="text-align: center;">オプション/別メニュー</p> <p>LINE通知メッセージ LINEチャットPlus LINEコールPlus LINEで予約 etc...</p>
 <p>メッセージアイテム ↳リッチメッセージ ↳リッチビデオメッセージ ↳カードタイプメッセージ</p>	 <p>友だちを増やす</p>	 <p>プロフィール</p>	

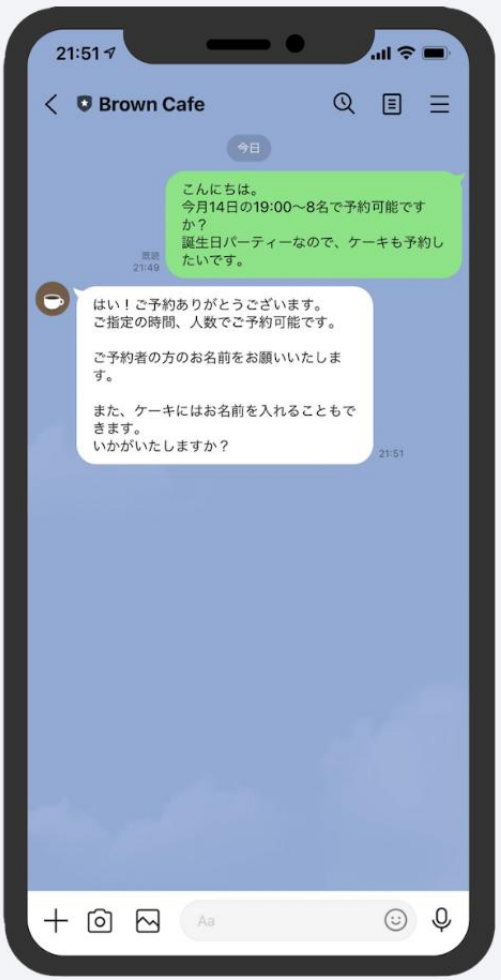
※ターゲットリーチ（性別や年齢、地域で絞り込んだターゲティングメッセージの配信先となる友だちの母数）数や利用プランにより一部機能が利用できない場合があります。

代表的なLINE公式アカウントの機能

メッセージ配信



LINEチャット



リッチメニュー



LINE公式アカウント料金プランについて

プラン名

初期費用
¥0

+

- 月額固定費
- 無料メッセージ通数
- 追加メッセージ料金

コミュニケーションプラン

0 円

200 通/月

不可

集客や販促目的のメッセージ配信なら **こちらがおすすめ!**

プラン名	月額固定費	無料メッセージ通数	追加メッセージ料金
ライトプラン	5,000 円	5,000 通/月	不可
スタンダードプラン	15,000 円	30,000 通/月	~3 円/通

メッセージ通数の考え方

「メッセージを送った回数」 × 「送った友だちの数」を「通数」としてカウントします。


例：100人の友だちがいるLINE公式アカウントでメッセージを1通配信した場合



- ✓ 無料メッセージ通数を越えた場合は、配信できなくなります。
- ✓ 月途中でのプラン変更は可能です。差額をお支払いいただくことで月中から適用し、差分の通数の配信が可能です。

メッセージ通数の考え方 (補足)

LINE公式アカウントで1回に配信できるメッセージは、**最大3吹き出し**までです。



The screenshot shows a LINE chat interface for 'Brown Coffee'. The message content is as follows:

- 吹き出し ①: こんにちは！Brown Coffeeです。
- 吹き出し ②: 本日限定のランチクーポンをお届けします！
皆さまのご来店をお待ちしています♪
- 吹き出し ③: 本日限定！ランチタイムの
コーヒー1杯無料
有効期限：2023/12/13
今すぐ確認

Diagrammatic elements:

- A large blue bracket on the right groups the three callouts.
- Text next to the bracket: **メッセージを送った回数**
- Large green text: **1回**

③LINE公式アカウント

用途	中～大規模での情報配信 (自治会の全体連絡、外部への活動発信)
----	------------------------------------

👍 メリット

- 管理者と友だち間の連絡のみ
- プライバシー保護に適している
- つながることの煩わしさが少ない
- 様々な機能が充実
(URL遷移、自動応答、スタンプなど)
- 組織外にも訴求しやすい

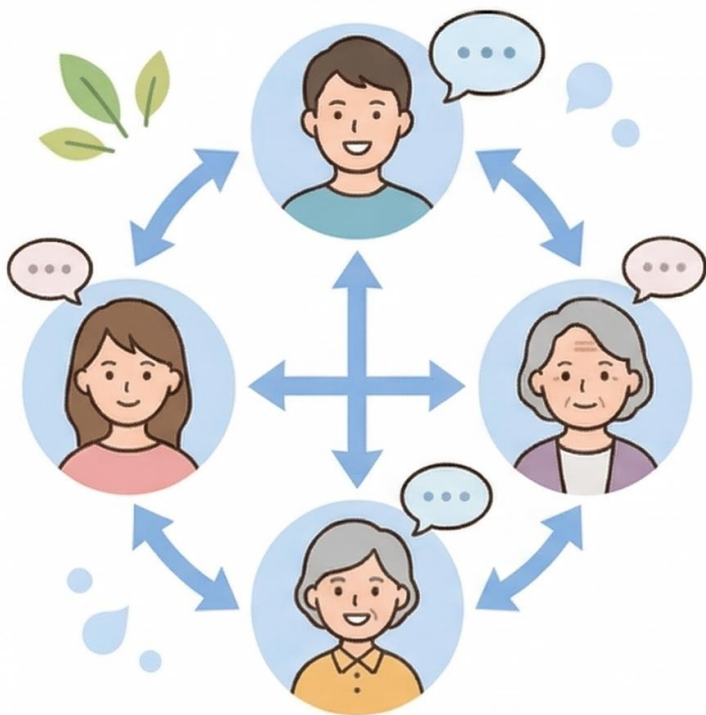
👎 留意点

- 200通以上は有償
- 一定の知識が必要
- 複数人でのコミュニケーションは不可

各種ツールの違い

グループトーク (少人数)

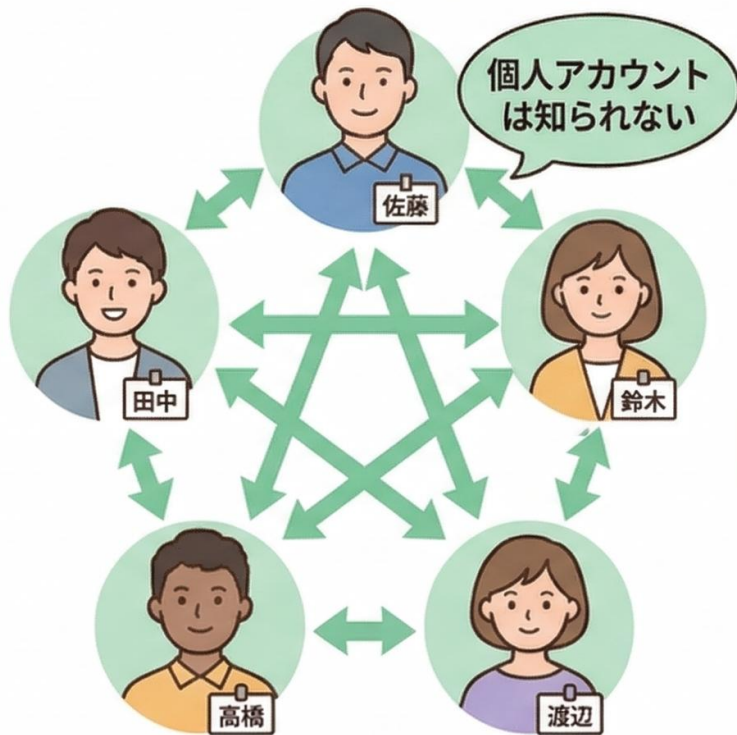
少人数・親密



少人数・親密

LINEオープンチャット (中規模)

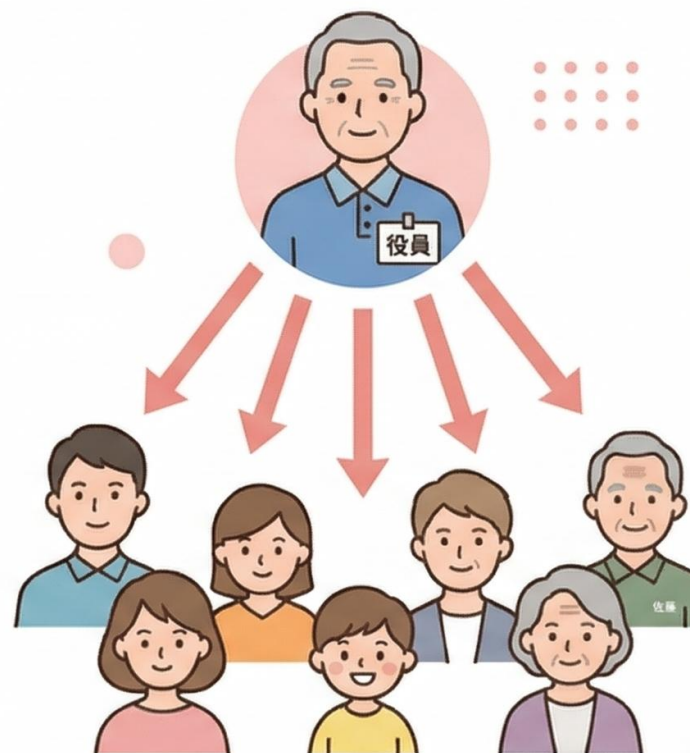
ニックネーム・中規模



ニックネーム・中規模

LINE公式アカウント (情報発信)

一方通行・大規模



一方通行・大規模



地域におけるLINE活用事例

今この瞬間、大きな地震が発生しました。

みなさんは、どんな情報を知りたいですか？

発災から3日後、7日後、1か月後、3か月後

どんな情報が必要ですか？

情報ツールの活用に関する調査研究報告について

令和6年の能登半島地震の際、情報ツールがどのように使われ、どのような課題があったのかを金沢大学様と共同調査を行いました。

令和6年能登半島地震における 情報ツールの活用に関する 調査研究報告書

LINEヤフー

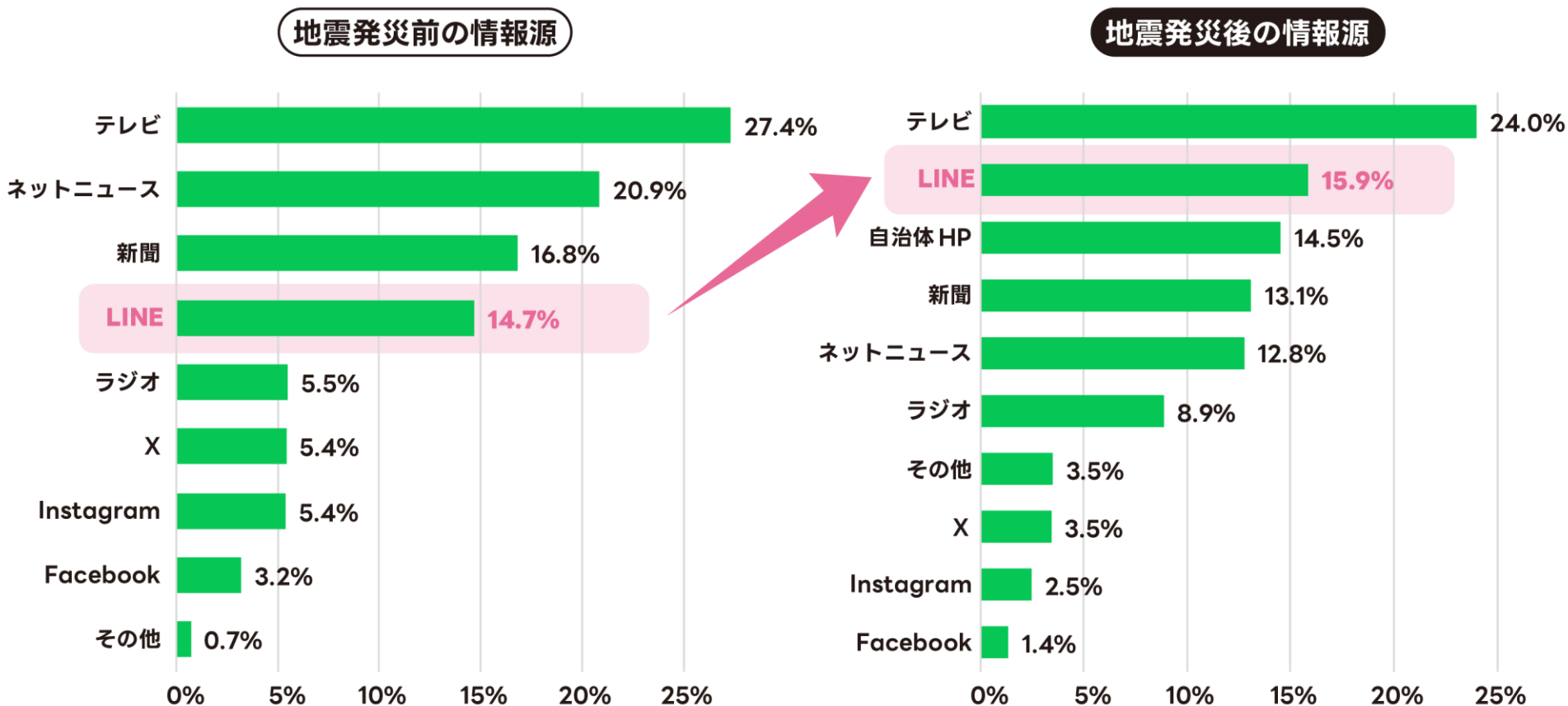




- 発災直後に限らず、様々な情報が必要
- 行政やメディアからは発信されない地域独自の情報も重要

情報源について (地震発災前後比較)

- 情報源は、地震発災前後ともテレビが1位。地震発生後には、LINEが2位。
- 地震発災前後を比較すると、多くの情報源がポイントを落とす中、LINEが1.2ポイント上昇。
- **LINEの有用性**が明らかとなった。(本集計においては「役立った情報源」として加重点数法を用いて算出)



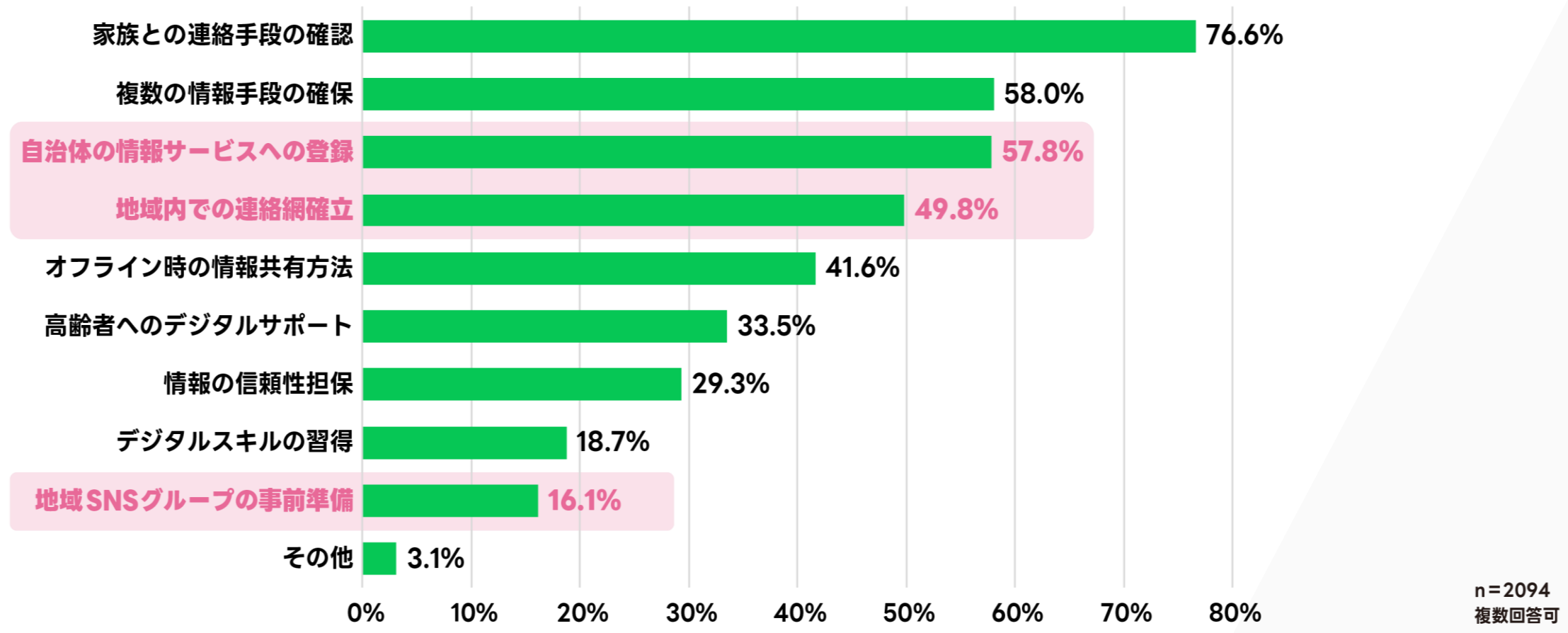
自由記述での回答

震災直後からテレビで行方不明者を出してもらえてありがたかった

LINEだけが通じた！(60代)

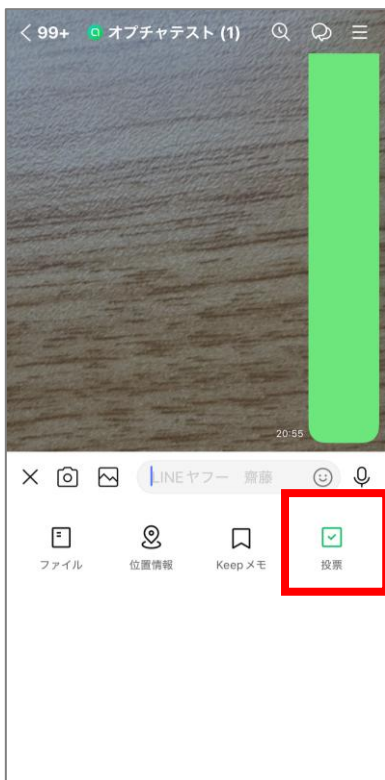
n=2094

今後の災害への対策として必要と実感した点



「家族との連絡手段の確保」 「自治体への情報サービスの登録」 の他に、
「地域内での連絡網確立」 「地域SNSの事前準備」 が挙げられています。

LINEオープンチャットで安否確認を簡単に



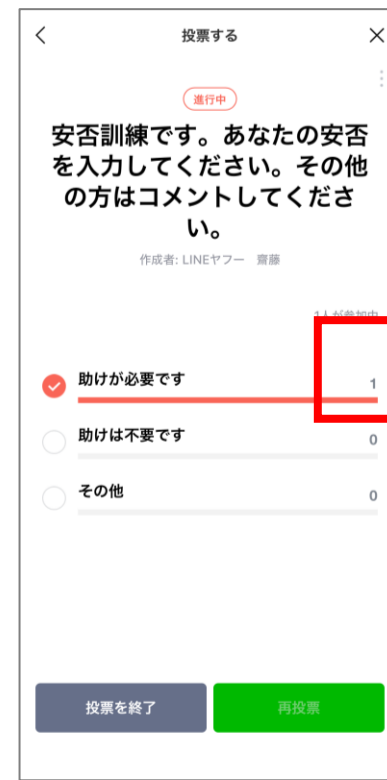
① 投票機能を押下



② アンケート作成



③ 自動的にトークへ



④ 参加者が回答



⑤ 回答状況を把握

事例集のご紹介

先進的な5つ自治会町内会の担当者にインタビューし
「地域コミュニティにおけるLINE活用事例集」を公開



まちの未来は
ひとりひとりのつながりから生まれる。

世代も距離も越えて、
気持ちと情報が届くまちに。

「すぐに・手軽に・確実に」の3つのコンセプトでLINE活用を展開。
「お父さん世代」にも「若い世代」にも情報を届けたい、両世代では情
報が届きにくかった働く現役層への情報伝達を強化。

コロナ禍により地域活動が停滞し、町内会への関心低下や参加者減少という課題に
直面。おられた人員での従来の運営は限界が来る事となった。特に、若手不在の働き方
（特に男性）には従来の活動種では情報が届かず、課題のある高齢者層向けとしてLINE
を導入。

先進事例から学ぶ解決のヒント（高齢者編）

うちの地区は高齢者が多く、デジタ
ル化ができません。

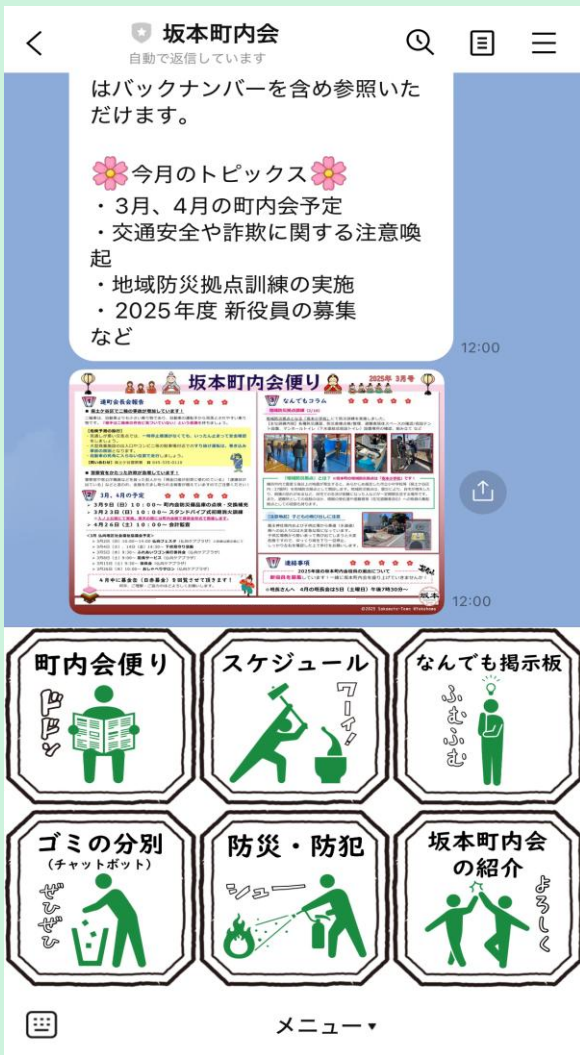
デジタル導入が難しいからこそ、デジタルは「認知障
碍の一つ」として導入しました。紙の資料も増
しつつ、LINEでも同じ内容を配信。無料です、
メリットを感じた人から始め、結果的に若者の
力がある地域の登録へ至りました。地域の若者
によるスタッフの増強も行い、デジタルを活用す
る力が広がってきています。きっかけは人でも
いい。ある世代の条件は「若い世代の学習が早
くて」スマホデビュー。高齢者だからできない
のではなく、やりたいと思える理由があるかど
うかです。」

デジタル導入は“強制”ではなく“自然な選択肢”として提示
・メリットや楽しみがあれば、年齢関係なく、高齢者も自然に
スマホやLINEにチャレンジ。

この
ポイント！

板本町内会
神奈川県横浜五保土ヶ谷区
約600世帯

活動へ
の思い



坂本町内会

神奈川県横浜市保土ヶ谷区

約900世帯

「すぐに・手軽に・確実に」の3つのコンセプトでLINE活用を展開。
 「お父さん世代」にも「若い世代」にも情報を届けたい。回覧板では情報が届きにくかった働く現役層への情報伝達を強化。

背景

コロナ禍により地域活動が全面停止し、町内会への関心低下や役員数減少という課題に直面。限られた人員での効率的な運営体制構築が急務となった。特に、**日中不在の働く世代（特に男性）には従来の回覧板では情報が届かず**、即時性のある情報伝達手段としてLINEを導入。

主な取り組み

✓ 利用者目線で選んだ情報伝達ツール

「すぐに伝達できる」「手軽に利用・運用できる」「幅広い世代に確実に届く」の3要件を満たすツールとしてLINE公式アカウントを採用。**本格導入前に1年間の実証期間**を設け、組織内での運用イメージの共有と運用負担の検証を行い、段階的に展開した。

✓ 継続利用を促す工夫と多様な周知活動

月1~2回の適度な配信頻度で情報過多による離脱を防止。町内会便りやポスターへのQRコード掲載など複数の周知手段を活用。**イベント動画配信**や友だち限定の特典配布など、**住民が継続的に利用したくなる工夫**を実施。地道な活動の結果、2年間で約340名が登録し、幅広い世代の利用実現につながっている。

活動への想い

- ・ 親世代の地域活動参加が、子どもたちに地域への愛着を育み、将来の担い手を生み出す
- ・ 時代の変化に合わせたデジタル活用で、より多くの住民が参加できる進化する町内会を目指す



西味鏡学区連合協議会

愛知県名古屋市北区

約1,800世帯

HP×LINEの相乗効果でHPアクセス数が月10件から100件超に。町内会未加入者からのイベント参加相談や若者の活動参加など、新たな地域のつながりが生まれる。

背景

約1800世帯を抱える西味鏡学区では、保護者の多忙や少子化による子ども会の縮小が深刻化。紙の回覧板は回覧に時間がかかり、イベントの募集タイミングを逃してしまったという声もあった。さらに自治会との接点がない若い世帯が増える中、区の補助金を活かしてLINE公式アカウントを導入し、地域活動の再活性化を図っている。

主な取り組み

✓ LINE公式アカウントによる情報発信と登録促進

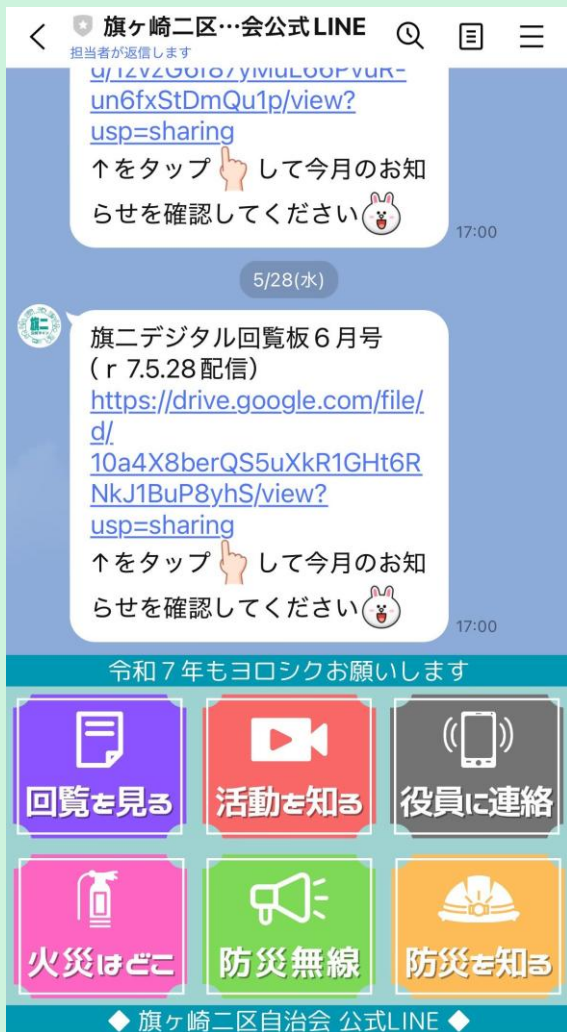
毎月の定例会で話し合われた事、ごみ収集日やイベント告知、回覧板情報など、地域情報を月2-3回配信。HPアクセス数はLINE公式アカウントからのメッセージ配信開始後に10件程度から100件超に。QRコード付きポケットティッシュの配布や市指定ごみ袋のプレゼントなど、具体的な施策で登録を促進。

✓ これからの地域を担う子どもや若い世帯、未加入者とのつながりを作る

LINE活用により、これまで口コミや紙ベースのため、加入者の周辺で完結していた情報が未加入者でも入手可能となり、未加入者からの行事参加相談や、選挙ボランティアへの学生参加など、これまで地域活動との接点が限られていた層とのつながりが広がっている。

活動への想い

- ・未加入者にも公平に地域の情報が届くことが大切
- ・子どもたちが地域に愛着を持てる機会を増やし、将来的に若い世代が地域の担い手になる循環を目指す。



旗ヶ崎二区自治会

米子市住吉地区

約360世帯

全国共通の自治会課題「担い手不足」「参加率低下」「高齢化」を一挙解決。事業部廃止という大胆な組織改革とLINE活用で、役員0人から高校生役員誕生まで2年で実現。「義務」を「選択」に変えた先進モデル。

背景

「ずっと成り手がいなくて、何年も同じ人が耐えながら続けてきた」状態から、ついに役員候補が0人となり、解散の危機に。「役員は負担が大きくて、できない」という声が大半を占め、義務的な役目が重荷となっていた。「誰もが負担なく、楽しく参加できる自治会」を目指し、事業部廃止とデジタル化による透明性向上に取り組んだ。

主な取り組み

✓ 「旗二だより」が生む参加の連鎖

毎月配信の「旗二だより」は、行事の様子や協力者への感謝を楽しく伝える内容に刷新し、LINE公式アカウントから配信。「毎月の楽しみ」と語るファンも生まれ「スマホは一生持たない」と言っていた女性が「旗二だよりが楽しくて」スマホデビュー。約350世帯中、約8割がLINEに登録しており、読者から「楽しそう」「私も協力したい」の声が続出。

✓ 「手伝って」が生むうれしさの循環

事業部廃止により、役職の壁を越えた協力が可能に。「手伝って」の一言に「必要とされてうれしい」と応える関係性が構築。納涼祭40名→200名、とんどさん20名→200名と参加者激増。温かい飲み物を振る舞う有志、餅つきの道具を持ち寄る住民。強制なき助け合いが自然に進む仕組みができた。

活動への想い

- ・「楽しくなければ、旗二じゃない」を合言葉に、できる人が、できる時に、できることを。
- ・「地域に必要とされるとうれしい」「手伝うと喜んでもらえることがとてもうれしい」の声が原動力

先進事例から学ぶ解決のヒント（高齢者編）

うちの地区は高齢者が多く、デジタル化ができません。



米子市旗ヶ崎二区自治会

「高齢者が多いからこそ、**デジタルは『選択肢の一つ』として導入**しました。紙の回覧板も残しつつ、LINEでも同じ内容を配信。**強制せず、メリットを感じた人から始め**、結果的に8割の方が自らLINEの登録へ至りました。地域の若者によるスマホ相談会も行い、デジタルを活用する方が増えてきています。きっかけは人それぞれ。ある70代女性は『旗二だよりの写真が見たくて』スマホデビュー。**高齢者だからできないのではなく、やりたいと思える理由があるかどうか**です。」



ここが
ポイント！

- ・ デジタル導入は“強制”ではなく“自然な選択肢”として提示
- ・ メリットや楽しみがあれば、年齢関係なく、高齢者も自然にスマホやLINEにチャレンジ。



最後に

説明の全体像

様々な課題が山積

デジタルの活用

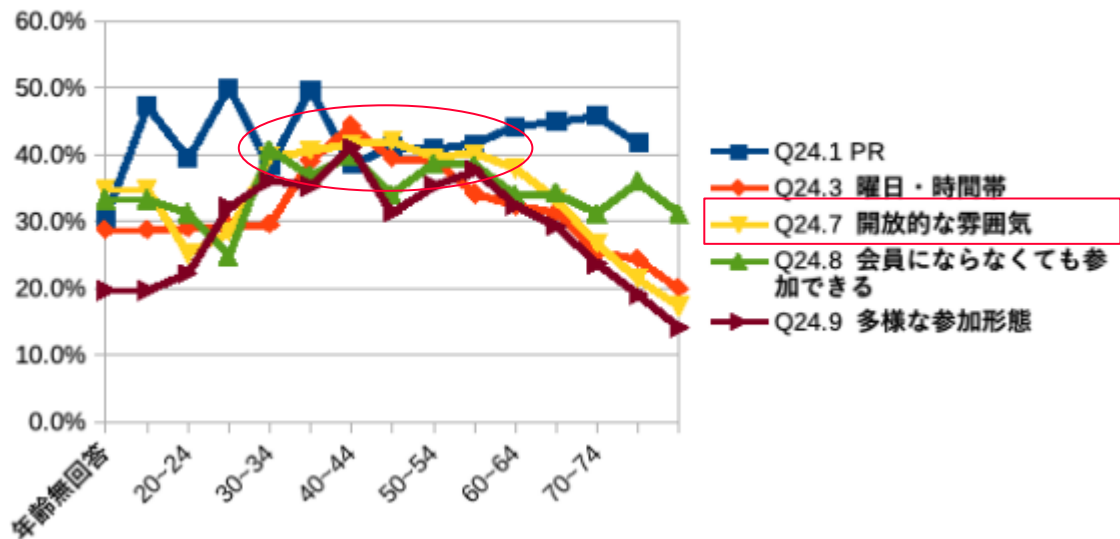
活気ある多世代コミュニティ



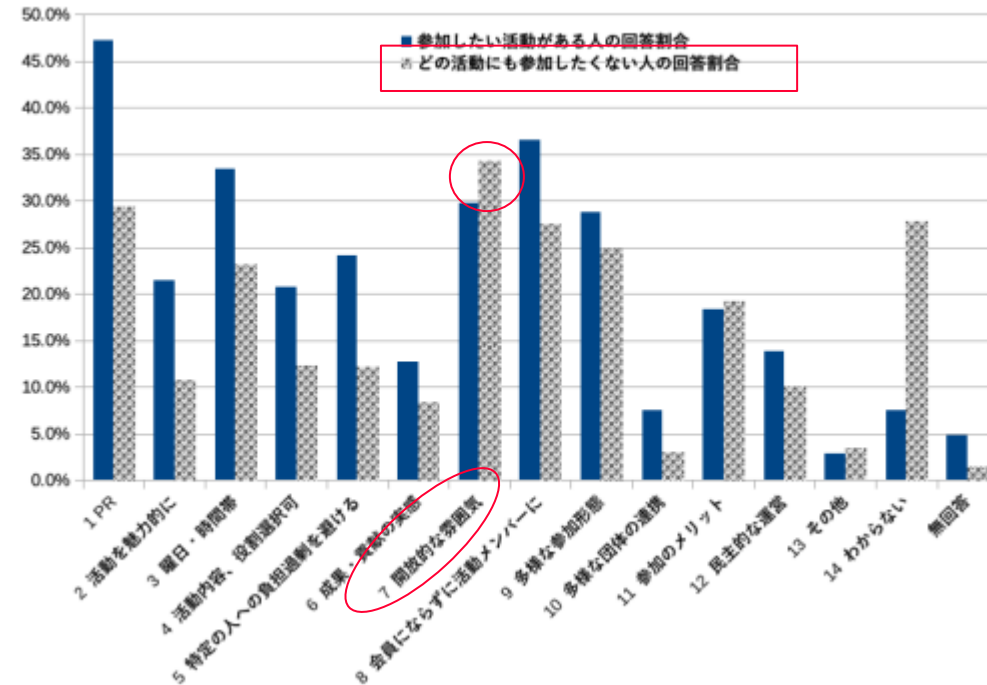
「開放的な雰囲気」というソフトな解決策も必要

町田市と法政大学による合同調査「町田市における地域コミュニティの未来に関する共同研究」中間報告
問24 「お住まいの地域の活動が、もっと参加しやすいものとなるためには、どのようなことが必要か」

問24 参加しやすい条件 年齢層別集計 (割合)



問24 活動したくない人にとっての参加しやすい条件



いつもの『LINE』が、地域を変える力になります。

「使い慣れたツール」だからこそ、
誰でも参加できる



新しい操作を覚える必要はありません。日本の人口の8割以上が使っているツールだからこそ、高齢者から若者まで無理なく繋がれます。

日常の小さな会話が、
有事の大きな安心に



「お祭りの動画」や「桜の写真」といった楽しいやり取りが、いざという時の防災ネットワークの土台になります。

日常生活のネットワークを補完し、
未加入者・現役世代とも繋がる



培ってきた地域の関係性を、デジタルで広げ、補強します。今まで届かなかった現役世代や未加入者に、情報を届け、新たな関わりを生み出します。

「小さな一歩」を踏み出しましょう！

ステップ1

まずは「仲良し役員」でオープンチャットを作る

全体を巻き込む必要はありません。まずは気の合う数人で、LINEでの連絡を試してみる。



ステップ2

「写真」を共有して、楽しい空気を共有する

お祭りの写真や日常の風景を共有し、「LINEって楽しいな」という開放的な雰囲気を役員から作っていく。



ステップ3

失敗を恐れない「柔軟さ」を持つ

「とりあえずやってみよう」「失敗してもいいよ」という空気が、新しい世代を惹きつけます。

