

事業実績書

事業名	喜びも哀しみも分かちあい、支えあえる街ぬまづ	
場所	沼津市内（サンウェルぬまづ、千本プラザ、オンライン）	
期間	2025年6月1日 ～ 2026年2月18日	
	日程	実施項目・作業項目
内業	※ 実施内容、実施場所、参加対象、人員配置、役割分担など、スケジュールも併せてわかりやすく記載してください。イベントや研修会等の行事日程だけでなく、事業期間すべてにわたる実施内容を記入してください。（打合せ・会議・資料作成・参加者募集・準備・検討会など）	

●当事者向けわかちあいの会 「グリーンケアふれいす “ひといろ”」

<実施>

2025年10月15日(水)14:00~15:30 (参加者3名+事務局2名)

2026年2月18日(水)14:00~15:30 (参加者2名+事務局2名)

<準備、打ち合わせ>

2025年6月11日 ファシリテーター打ち合わせ

2025年7月28日 チラシ原稿作成着手

2025年8月25日 チラシ(A4)発注依頼

2025年8月28日 チラシ(B5)発注依頼

2025年10月15日 ファシリテーター打ち合わせ

2026年2月18日 ファシリテーター打ち合わせ

<広報(Instagramを除く)>

2025年8月4日 広報ぬまづ掲載申請書送付

2025年8月27日 校了

2025年9月15日 広報ぬまづ掲載

●周囲の方向け「オンラインわかちあいの会」

<実施>

①2025年7月11日(参加者1名+事務局3名)

②2025年9月12日(参加者0名)

③2025年11月14日(参加者1名+事務局3名)

<準備、打ち合わせ>

2025年6月21日 広報スケジュール作成

2025年6月27日~7月11日 資料作成(→もっと前からにする?)

2025年7月4日 Facebook イベントページ作成

2025年7月4日 打ち合わせ、①開催、実績表入力

2025年7月16日 チラシ作成開始

2025年8月23日 チラシ発注依頼

2025年8月31日 「ぬまづら」掲載申請

2025年9月1日~9月12日 資料作成

2025年9月8日 打ち合わせ

2025年9月12日 打ち合わせ

2025年9月30日 「ぬまづら」掲載

2025年10月1日~11月14日 資料作成

2025年10月18日 参加者へ連絡

2025年11月14日 打ち合わせ、参加者当日キャンセル対応、実績表入力

●グリーンマルシェ@ぬまづ

<実施>

2026年1月17日(土)

<事前準備、打ち合わせ>

2025年8月7日 マルシェ概要検討会

2025年9月1日 出店候補者に出店打診

2025年10月30日 出店候補者FIX

2025年11月5日 出店登録のご案内を出店候補者にメール送信

2025年11月21日 出店登録完了メールを出店者に送信

2025年12月8日 作業分担打ち合わせ

2026年1月11~12日 事務局メンバー打ち合わせ

<広報(Instagramを除く)>

2025年10月21日 広報ぬまづ掲載申請確認

2025年10月24日 広報ぬまづ掲載申請

2025年11月13日 校了

2025年12月1日 広報ぬまづ掲載

2026年1月6日 コーストFM出演

【Instagramからの発信】

●当事者向け わかちあいの会

2025年6月22日 6月18日の開催報告投稿（+ストーリーズ）
2025年9月23日 チラシ完成投稿
2025年10月16日 10月16日開催報告ストーリーズ
2026年1月19日 2月18日募集開始ストーリーズ
2026年2月3日 2月18日募集投稿
2026年2月16日 2月18日募集ストーリーズ

●周囲の方向け

2025年6月26日 開催日程投稿
2025年7月30日 7月11日の開催報告投稿（+ストーリーズ）
2025年8月12日 9月12日募集ストーリーズ
2025年9月5日 9月12日募集ストーリーズ
2025年9月23日 チラシ完成
2025年10月19日 11月14日募集投稿（+ストーリーズ）

●グリーンマルシェ

2025年11月7日 開催日決定投稿（+ストーリーズ）
2025年12月9日 チラシ完成投稿
2025年12月10日～13日 出店ブース紹介投稿（10件）（+ストーリーズ）
2026年1月12日 出店ブース紹介投稿（1件）
2026年1月15日～16日 出店ブース紹介ストーリーズ（12件）
2026年1月20日 1月17日の開催報告投稿（+ストーリーズ）
2026年1月23日 出店者様の投稿シェア・ストーリーズ

事業効果	<p>※ 事業計画書において設定した、成果指標に対する実績値を、具体的な数値を用いて記載してください。</p> <p>グリーンマルシェや当事者向けわかちあいの会には、広報ぬまづやチラシを見て来場 or 参加くださった方が複数いた。「沼津にこのような支援があることを知らなかった…」「家族にすら話せない気持ちを話せる場があって、ありがたい」などの声をいただいた。個人の発信では届かない“グリーンを抱える様々な年代の層”にアプローチできたことは、哀しみを支え合う街づくりを推進できたと考えている。</p> <p>【成果指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ Instagram フォロワー数 〔目標〕 プラス 100 → 〔実績〕 プラス 70 → 未達 ・ グリーンマルシェ来場者数（当日配布チラシの残数で計測） 〔目標〕 100 名 → 〔実績〕 105 名 → 達成
自己評価	<p>※ 上記事業効果を踏まえて、事業の自己評価をしてください。</p> <p>「周囲の方向け わかちあいの会（オンライン）」は参加者集めに苦戦した現状から、ひといろが優先すべきことは、地域における当事者向けの支援の実績、市民団体として信頼を得ることだと理解した。実績を積んだ先で、再度チャレンジしたい。</p> <p>「当事者向け わかちあいの会（対面）」は、駅から徒歩 or 公共交通機関でアプローチできる場所での開催にニーズがあること、宗教施設における会への参加には躊躇してしまう方がいることを、今回の活動を通して把握したので、次年度も継続して開催したいと考えている。</p> <p>「グリーンマルシェ」は、来場者ひとりひとりの顔が見え、挨拶ができる人数とゆとりを持てたからこそ、『勇気を持ってマルシェに参加したグリーンを抱える方々』に寄り添う時間となった。そのため、通常の物販マルシェと比べ、集客増加が必ずしも来場者満足につながるわけではないことが分かった。このことをグリーンマルシェの性格と位置付け、次回以降の組み立てに意識していきたい。</p>
今後の活動予定	<p>※ 補助金を利用予定・自己資金で活動・事業の見直し等、今後の展開について記載してください。</p> <p>「当事者向けわかちあいの会」は補助金を利用して、次年度も年3回、サンウエルぬまづで実施したいと考えている。</p> <p>「グリーンマルシェ」は、グリーンケアという支援をより多くの市民に知ってもらう機会とするべく、次年度は地元企業やグリーンケア関連団体から協賛や後援を得るなどのアプローチを考えている。開催規模は今年度同様に来場者ひとりひとりに声かけができる規模感を大切に、千本プラザ多目的ホールで実施する方向である。</p>