

資料 6 - 2

令和 4 年(2022 年) 4 月 27 日(水)
第 6 回市民参加推進審議会

第 5 回八王子市市民参加推進審議会まとめ

【第 5 回での配布資料】

- ・ 第 4 回八王子市市民参加推進審議会（第 7 期）会議録
- ・ 第 4 回八王子市市民参加推進審議会まとめ
- ・ 若い世代（39 歳以下）のうち、現役・就労世代（学校教育終了後）の市民参加の現状、課題、方策【第 2 回～第 4 回審議会での参加予備群の市民に関するまとめ】
- ・ 39 歳以下のカテゴリー
- ・ LINE に関する取組事例

【市民参加を促進するための現状、課題、方策について】

《副会長から当日配布資料 1 「39 歳以下のカテゴリー」についての説明》

- ・ 39 歳以下の市民の市民参加の推進を考えたとき、参加する市民の状況には、八王子での在住年数、市との関わり方、地域への愛着、定住性などがあげられる。加えて、関わろうと思う度合いの強さや、何らかの仕掛けをすれば関わってくれるような人たちを類型化した。
- ・ A【定住性が高いと思われる層】
 - A-1 で、市内の在住居住年数が 10 年あるいは 5 年以上
 - A-2 で、市内在住で戸建て住宅、分譲マンションの持ち家
- ・ B【市民参加に参加できる時間的余裕がある層】
 - B-2 で、一定程度の世帯収入
参加したい気持ちがあっても、経済的に厳しい状況があると時間に余裕がないため。
 - B-3 で、余暇活動に参加できる時間的余裕
仕事で 1 日が終わってしまう、子育てで自分の時間がない方より余暇活動に参加できる時間的な余裕がある。
- ・ 次に A と B に当てはまる市民には、C【すでに参加したことがある層】 D～F【まだあまり市民参加に関わったことがない】の二つに分類できる。
 - C-3 で、すでに市内で市民参加、ボランティア活動等に参加したことがある。⇒個人的であったり、仲間と一緒に市民参加でボランティア活動に参加した経験がある方
 - C-4 で、市内で活動する団体、組織にすでに所属している。

- ・次に、【まだあまり市民参加に関わっていない】という部分ではD、E、F 三つのカテゴリーを考えた。
- ・D【市内や近隣に一定の人的ネットワーク、地域へのつながりを有している層】

D-5、6には、市内在住で市内・近隣の大学に通学、市内小中高を卒業し、これまで市民参加やボランティア活動には関わりがないが、地域社会への繋がりは一定程度ある方や、市内在住で市内・近隣に勤務し、仕事を通じた地域とのつながりがある方。
- ・E【八王子市以外で市民参加の活動経験がある層】

E-7では、市民参加やボランティア活動自体の経験があり、潜在的に参加の可能性のある方は、後押しにより住んでいる八王子での参加が期待できる。
- ・F【子どもと一緒に市民参加に参加する可能性のある層】

F-8では、親と一緒に行動するような年齢のお子さんを持つ家族では、子どもと親、あるいは家族と一緒に市民参加に参加することが期待できる。

この資料は、どういう人たちが潜在的に市民参加の可能性を持っているか、どういう人たちを市民参加に関わってもらおうと考えたとき、どの層を優先的に考えればよいかを、議論する材料とするためのもの。

【審議内容】

＜参加予備群からの参加を促す工夫＞

- 市民活動や市民参加は、子どものいることで参加するきっかけになる。
- 子どものいない世帯に子ども関連の参加を促しても参加に結びつくことが少ないと思われるので、ターゲットとする層に情報を確実に届けることが重要。
- 市民参加や社会貢献活動に携わる団体等に所属していると参加のきっかけは多いものの、どこにも所属していない市民のために企業単位や個人単位で参加できるプログラムがあり選択できるシステムがあるとよい。その際に、解決したい課題、参加単位、人数、回数など分かりやすく周知し、なおかつ参加したことでポイントが貯まるような制度があるとなおモチベーションアップに繋がる。
- 参加した結果、自分が人として成長できたと思えることが参加のインセンティブになる。
- 市民参加や地域自治の成熟度を高めるには、参加していない人に参加してもらうことも大切だが、参加している、した人がさらに関与を深めていくことが大切。その手法は紙以外にインターネットも必要で、加えて、多少なりとも参加することへのインセンティブも必要。

- 市のために貢献しようと思い参加すると、荷が重くなるので、参加してみたら結果的に八王子のためになっていたという、気軽なイメージが必要。
- 市民参加を促すためには、様々なメニューが必要。参加したい、してみようと思う市民には、とりあえず軽く、浅く、短期で参加してみたい人や、専門的な領域に深く、一定期間参加したい人もいる。また、これから参加したい人の負担にならず、かつ持続的に参加してもらうには、参加の楽しさを追求しすぎると継続性がなくなることもあり、市の支援体制や関わりの方法を考えることが必要。
- 市民参加を誘導する入口はSNS等のデジタルが有効。一方、参加してもらいたいという市側の熱量（思い）や参加して楽しい、人として成長したことを実感してもらうには、デジタルがメインではなく、人が集まり、顔を会わせることも重要。
- 「市民参加」と言われてもイメージしにくく、すごいことをやらないといけないのかという気持ちになってしまう。例えば「八王子をよくしましょう」のように参加してほしいことが伝わる言葉の方がよいこともある。
- 参加予備群にいる市民は、子どものころの町会活動やボランティア活動への参加経験が頭の片隅に残っていると思われるので、市の情報発信次第では参加につながる。
- 今は市民参加やボランティアに距離がある市民が、市に興味を持ったり、地域の人と同じ地域に住んでいるという意識を今よりも少しでも持ってもらえるようなことができるとうい。仲間意識は顔を合わせ一緒に取り組む時間の共有が大切。

<企業・団体との協力>

- 活動している団体へさらにアプローチをして、参加者がさらに深化するとよい。一方、まだ参加していない人が参加しやすい状態も必要。市が発信する情報は、多様な手法で行うことが大切。
- 企業にはプロボノ制度やボランティア制度が整っていることがあるので、市内や周辺企業に向けて市民参加の情報を発信し、企業やその従業員に参加をアプローチする試みが大切。
⇒協力企業には、アワード制度などを用意することもよい。
市民参加をした企業などを市として称えることで、次の活動に繋がったり、それに触発される企業もでてきて、好循環が生まれることも考えられる。

<情報発信の変革>

- 市民活動を通し感じていることとして、参加者は自主的に参加し地域を元気にし、自分も元気になっている。同様に市民参加も奉仕ではない。つまり楽しくないと続けられないし、自主的な参加が重要。それには、様々な組織のボランティア情報等を含め、参加メニューを豊富にすることが大切。
- 不特定多数の人への平準化した発信方法から、より伝わる、訴える熱量のこもった発信へ行政側の心構えをパラダイムシフトすることも必要。
- アプローチには浅く広く案内する方法と興味のある人に深く案内する方法があり、子育て者、単身者が参加するには面白さが伝わり、参加目的などがわかりやすく、参加者にとってプラス感、お得感などが参加のきっかけになる。

<参加経験者へのアプローチ>

- 学校のPTAや市全体のPTA連合会への参加者はボランティア精神があると思う。子どもの卒業が同時に親の参加の卒業としてはもったいないので、教育やそれ以外でも興味のある分野で参加してもらえるようなアプローチや参加状況のアーカイブ化が大切。

<参加を誘導することへの注意点>

- 市民には参加したくない人がおり、参加しない権利もある。いつでも参加できる環境があることは恵まれていること。しかし、皆が参加することを目標にしてしまうと、参加しないことへの引け目になり、参加しているから偉いという雰囲気になることは避けるべきこと。いつかは参加してみようと思える雰囲気づくりが必要。
- 市民参加やボランティアに参加している間には、個人的事情や参加している中でも、いろいろな問題や困難が発生して大変なこともある。しかし、一生懸命続けた結果がでたときには、続けてよかったと思えるもの。一方で、ボランティアを行うときにインセンティブを目的にしたり、面白そうだから参加する人の中には、一定程度、途中で続かなくなることもあるので、参加するにはそれなりの覚悟がいる。