

資料3-3

令和5年(2023年)10月3日(火)  
第3回市民参加推進審議会

# 地域・市政への参加に関する 企業ヒアリングの結果について

令和5年(2023年)10月3日

総合経営部広聴課

# ヒアリング実施目的

- 地域に根差した地域貢献活動を行い、  
地域・市政に参加している企業の実態把握
- 企業が実施する地域貢献活動による、  
従業員の意識への影響確認

# ヒアリング対象の選定

- 八王子市と協定を締結している企業 2社
  - 協定に基づき取り組みを実施
- 八王子市を拠点とする企業 2社
  - 市政との関わり
  - 企業規模(従業員100名以下、100名超)

# 主なヒアリング項目

## 1 取組について

(1)地域や市政への参加事例

(2)地域や市政に参加する理由

(3)従業員の参加促進に向けた工夫・制度

(4)課題

(5)従業員への参加者の募集、周知方法

(6)参加者の裾野を広げるための工夫

# 主なヒアリング項目

## 2 従業員の意識の変化

(1) 従業員の地域や市政への関心度が  
高まったか

(2) 地域貢献を通じ、市の計画策定等への  
参加意欲が高まることは起こり得るか

# ヒアリング結果から見えるもの

- 地域貢献を行う理由は様々。  
(市民としての責任、トップの意思、地域密着のブランド化など)  
⇒実施理由だけでなく、目的、方法等、各社それぞれに考えがあり、ひとくくりに考えることは出来ない。
- 地域との距離感やスタンスは各社異なる  
⇒地域との距離感に気を使うケースも。地域や団体とのマッチングニーズの可能性。

# ヒアリング結果から見えるもの

- 地域貢献が従業員の市民参加に直接的に結び付くことはない。  
(居住する地域のことを考えるきっかけにはなる)
- 市政情報や市からの依頼を、企業を通じて従業員に周知することに協力的な企業は存在する。  
⇒市から企業や従業員に積極的に意見を求めに行くことも有効

# ヒアリング結果から見えるもの

- 企業主体ではなく、地域住民による主体的な取組につながる事例も  
⇒ 地域住民を巻き込む取り組みにより、参加の裾野を広げる効果も。
- 自社のPR効果も期待して活動を行う企業も多い。
- 外部から活動について取り上げられることは企業、従業員のモチベーションにつながる。  
⇒ 地域貢献活動について、市が周知することで企業の活動意欲が向上する可能性。