

## 第 1 回 協働の日（仮称）検討部会 摘録（案）

- 1 日 時 平成 25 年 8 月 28 日（水曜日） 午前 10 時～正午
- 2 場 所 京都市役所 寺町第 6 会議室
- 3 出席者 市民参加推進フォーラム委員 7 名（伊藤委員，大西委員，北村委員，小辻委員，菅原委員，谷口座長，本城委員）  
事務局 5 名（高溝室長，北川課長，籟課長，宮原係長，堀）
- 4 傍聴者 なし
- 5 特記事項 動画共有サイト Ustream による会議のインターネット中継を実施
- 6 内 容 以下のとおり

**（1）部会の目標とスケジュールについて**

- 年度内には取組内容を固める。会議の開催回数は 5 回程度が必要になるかと思う。第 1 回は全国の事例について勉強して、これをどういかにするかを考えていきたい。第 2 回は、課題を設定して誰をターゲットにし、テーマをどうするのかを議論する。第 3 回は協働のカタチを確認し、第 4 回以降に具体的な事業の企画を検討しようと思う。（北村）
- 協働のカタチの検討は、委員だけで検討するのか。（菅原）
- 第 2 回までは委員だけで検討して、具体的なテーマが決まりそうになれば、第 3 回以降は関係する団体等の方にも議論に加わってもらいながら企画を練っていければよいと考えている。（谷口）

**（2）協働の日（仮称）について**

- NPO にヒアリングをしているが、一般の人にまで社会課題の認識が広がらないという声をよく聞いている。市民の当事者意識の底上げを検討する時期にきていると思う。（伊藤）
- 「Let's "KYO" Together！キャンペーン事業」は対象が広いので、もう少し対象の幅を狭めて、具体的な運動としてはどうか。（北村）
- 「Let's "KYO" Together！キャンペーン事業」では、ラジオ放送に市民活動団体が出演して活動内容を PR することで、良い活動をしている市民活動団体を知ってもらおうとしている。（北川）
- 協働の日が目指すのは公共に対する行動を起こすことや既に行動している団体同士を連携することを目的としていると思う。これまでに京都市は河川団体に呼び掛けてクリーン大作戦といった事業をしているが、これも協働の日のようなものと位置付けられるのではないかと。また、地域の清掃活動も評価し、宣伝もすることで、協働を意識づけていくのも良いのではないかと。（大西）
- 既に様々なところで市民活動をされているが、いわゆる動員参加のようなものがある。どういう目的でその活動をしているのかを学べるプログラムがあると良い。例えば、私の学区の地藏盆で紙芝居をしてもらい説教をもらったのだが、それだけで地藏盆の意味が変わったように思う。活動が社会にどういう意味があるのかを気付くにはただ参加するだけでは不十分だと思っている。（谷口）
- 国連が決めた世界的な取り組みの日でも一般的にはあまり知られていない。一般的に良く知られているのは、「全国交通安全運動」ではないかと思う。それは、自分にとってデメリットが発生する可能性があるからである。メリットやデメリットなしに参加しようとするのは難しいのではないかと。何がどのような状態になっていけば市民参加が出来ている状態といえるのかを知りたい。そのうえ

で絞り込みをすればゴールが見えやすくなるのではないか。漠然としているとテーマが絞り込めないと思う。配布資料の中では、「チェンジ!やまがた」が一番しっくりする取組だと感じたが、どのような成果があがっているのか。(本城)

- 「チェンジ!やまがた」の詳細は後ほど確認して報告させていただくが、ツイッターのつぶやきを見る限りでは事務局側が多いように感じた。(宮原)
- ラジオ放送を利用してNPOを紹介したが、その成果は見えないので、評価に悩んでいる。どの範囲にどの程度まで伝わっているのかが分からないということが実情である。また、「京都のために良いことしませんか」「まちでこんな良い取組を見た」というつぶやきを募集したが集まらなかった。テーマを決めて募集もしたが、これも同様に集まらなかった。更に応募すれば品物をプレゼントするインセンティブも導入したが、あまり効果がなかった。(北川)
- 元々市民参加は日常的なものだったと思うが、いまでは非日常的になっているように思う。大学生でも自分の住む地域以外なら市民参加をしている人が多い。日常的に継続して参加することは無理だが、単発なら参加したい市民はいると思う。束縛があると気軽に参加できない。最近、思うのだが、市民の求めている市民参加像と活動している人の市民参加像は乖離しているのではないかと感じている。私の運営しているNPO団体では、「まちの縁側」を広める活動をしているが、今回複数の団体と協働で講座をするに当たって、講座名に「まちの縁側」ではなく、「コミュニティカフェ」という言葉を使ったところ、これまでは反応しなかった人が反応してくれた。見せ方を変えるだけでも、情報が届くことを実感したところである。(小辻)
- 「京都に良いことをしよう」という呼び掛けはやらされ感がある。「京都に」ではなく、地域や人にとしてもらえともう少し関わりやすい。(菅原)
- 自分の日常生活に密接なことに関わりを持つと責任が発生するので参加しにくい。非日常で責任が発生しないところなら気軽に参加できるとすれば、気軽に参加できる取組を増加させるのが良いとも考えられるが、責任も発生する地域での取組に参加するように仕向けるのが良いのかというのは一つの論点だと感じた。(北川)
- 人はメリットやデメリットがないと動かない。公共的なことに関わることをポイント制にして、ボランティアに参加すると何点といったようにすると良いと思う。(本城)
- 地縁組織の担い手不足は深刻である。誰もが役割から逃げていたら地域は成り立たない。人のつながりを求めて田舎に住む人も増えてきている。人が動くのはメリットやデメリットだけではないと思う。ビジネスモデルだけならフォーラムではなく他の組織が考えれば良いのではないか。フォーラムでは、地域で重要な役割を担う地縁組織とNPOが連携して地域の課題解決に取り組むにはどうすれば良いのかを議論したい。私としては、子どものいる親世代が地域での活動の成功体験から継続的に地域に関わるようにできないかと思っている。(菅原)
- 京都市では今年度から地縁組織とNPOのマッチング事業を始めている。現在、地縁組織とNPOが連携して取り組む事業を募集している。支援対象の団体に採択されると、事業を実施するための費用を寄付で集めることになる。寄付を集めるに当たり、公益財団法人京都地域創造基金がPR等に協力して寄付金を集める。集まった寄付金と同額を京都市から補助する仕組みである。(旗)
- 地縁組織の中には活動が行き詰っているところがある。すべての地縁組織がNPOとの連携をできるとは思わないが、成功例を作って紹介することで、解決策の一つとして提示できたら良いと考えている。地縁組織の活動を京都市がどう支援するのかは並行して考えなければならない。(旗)

- そういった情報がまだ十分には届いていないように感じている。(菅原)
- 能動的に情報を集める人はまれで、そういう人は情報の見せ方を工夫しなくても情報を見つける。なんとなく入ってくる情報が通常だと思う。新聞は年に1～2回紙面を変更するが、読者の方から「コーナーがどこにいったのか」といった苦情を受けることが多い。新聞では毎日何がどこに何が載っているのが重要になっている。情報発信してピンポイントで必要な人に届けるのは難しい。同じ場所に同じ種類の情報を掲載して発信し続けることで、情報を欲しい人にときどき届く程度に考えるしかない。情報を必要な人にどれだけ届けられるかを突き詰めようとすると失敗する。情報発信と受け手の関係はおおざっぱに考えておくくらいが良い。(北村)
- 「Let's "KYO" Together ! キャンペーン事業」で取り組んでいるFMラジオでの放送の効果は分からないと思うが、同じ時間帯に同じコーナーが続いていれば、その時間帯にラジオを聴く習慣の人には届いていく。日常の動作に入っていくことで、広がっていく。定点的に情報を発信していくことが大事。手段と方法が増えても人間は対応できないと思う。(北村)
- 自分に必要な情報を収集するには、自分の関心のある分野に熱心に取り組んでいる人に聞くと早い。(菅原)
- 誰に聞けば分かるかという知識を持つと良い。(北村)
- 誰が何をしたときに市民参加を実感したかという具体的なイメージはあるか。(本城)
- 例えば地縁組織であれば、住民がどうするのが大事になるので、達成目標のようなものは市役所側で持つことは難しい。(北村)
- ある市では市民が高齢者の見守り活動に取り組んで成功したり、犬猫の殺処分を市民の力を借りて減らした事例を聞いたことがある。京都市として市民にして欲しいことはあるか。(本城)
- どこまで市民の方をお願いできるのかの線引きは難しいが、市民の方がしたほうが地域にとって良いことは、市民の方をお願いすることはある。この場で何をお願いしたいというのはすぐには出てこないが、市民の方から一緒にしませんかという働き掛けがあったほうが協働しやすい。(北川)
- 福祉的な問題で発生する不安を解消できると良い。(菅原)
- 福祉分野は個別ニーズなので、行政だけで対応するには限界がある。様々な人の協力の下で進めることになる。(北川)
- 働く世代が市民活動から一番離れており、そこをどうするのかを考える必要があると思う。(伊藤)
- 滋賀県では村の活動にできるだけ参加するよう職員に指示している。企業が村の活動を手伝う取組もしていたように思う。地縁組織が弱体化している背景には働く世代が参加していないことがあると思う。(北村)
- 働き盛りの市民が参加できるような仕掛けが不足しているように思う。(伊藤)
- 企業はメリットがないと動かない。また社員の安全にかなり神経質になっているので、やりたい人には自己責任でするようにいつている。ただ某製薬会社のように東日本大震災の被災地に社員を派遣したようなところもある。(本城)
- 働き盛りの取組としては、専門的知識を社会のために使うプロボノのような取組もあるが、寄付することも参加の一つだと思う。少し市民参加の幅を広く考えたほうが良い。事業者が比較的参加しやすく社会貢献できる仕組みがたくさんあるので、そういったところとタイアップしても良いと思う。京都市は課題が山積している。例えば二条城修復の寄付金は全然集まっていない。寄付することに積極的な意味合いが必要だと思う。京都市やNPOの取組も少しやり方を変えるだけで大き

く展開できるものがあると思う。フォーラムから改善につながる知恵を出すことができると良い。  
(谷口)

- 寺社に寄進すると瓦に名前を彫ってもらえるとかメリットと一緒に売り込まないとうまくいかない。(伊藤)
- ふるさと納税では、納税すると特産品がもらえるところが多いので、特産品をもらうために寄付している人もいる。(小辻)
- ある飲料メーカーの飲み物を買うと水質保全の取組に寄付される取組をされていた。少額ではあるが、購買者としては少しでも社会に良いものを買うことで気分が良くなる。(北村)
- 参加の実感が重要だと思う。例えば地域の活動では実感はないのではないか。(北村)
- 非日常的なことで刺激を受けるのも重要だと思うが、地域活動に意義を感じることができると良いと思う。(大西)
- 犬猫の殺処分数減らすためにペットショップも巻き込んで取り組んでいる。本来なら利益相反するペットショップとなぜ一緒に取り組めたのかは気になっている。(本城)
- 京都市も市民活動団体と協働して犬猫の殺処分数を激減させてきている。その事例は後日紹介させていただきたい。(北川)
- 次回の会議は、委員からテーマ(動物愛護、子育て、寄付など)を持ち寄ってもらって議論をしたい。資料がなくても口頭でも良い。(谷口)