



相模原市南区

無作為抽出型区民討議会  
わいわいみんなて語ろう！ Part 5



## 開催結果報告書

《主 催》

相模原市南区区民会議  
相模原市南区役所

《運営協力》

南区若者参加プロジェクト実行委員会

# 1 事業概要

## (1) 報告書の位置付け

当報告書は、相模原市南区区民会議と相模原市南区役所が主催した「わいわいみんな  
で語ろう！Part5～しゃべくり3739(みなみく)～」の開催までの経緯や討議の結果  
をまとめたものです。

## (2) 開催の目的

この討議会は、南区のめざす将来像である「湧きおこる7つの風 響きあう南区」の  
実現に向けた取組を推進するにあたり、幅広い世代の区民意見を聴取することを目的と  
して開催しました。

## (3) 無作為抽出型区民討議会について

区民ニーズに対応した行政サービスの提供と、区の個性や特徴を活かしたまちづくり  
を進めていくためには、区民の皆様や各種団体との協働が重要であることから、幅広い  
意見を聴取でき、かつ、区民の皆様がまちづくりに参加するための手法として、無作為  
抽出型討議会を採用しました。

この手法の最大の特徴は、公募による募集と異なり、参加者が無作為で選ばれるため、  
限られた特定の人々の集団ではなく、ほとんどの場合がテーマに関して直接の当事者では  
ないところにあります。このような人が少人数による話し合いにおいて他の参加者の意  
見を十分に聴き、お互いの体験や視点を尊重しながら合意形成された意見は、利益誘導  
や専門家の意見のように偏ったものではなく、サイレントマジョリティー（一般市民の  
声なき声）を抽出できる有効な方法とされています。

なお、相模原市では、平成23年に「相模原市南区区ビジョン」の検討過程において、  
南区が初めて無作為抽出型討議会を開催し、今回で5回目の開催となりました。

〔参考文献：「市民討議会運営マニュアル2010（（社）日本青年会議所）」〕

## (4) 年齢制限、抽出の割合について

一般的な無作為抽出型討議会と同様に、16歳以上の方を対象として年齢の制限は設  
けていませんが、今回の討議テーマは世代間交流促進のための仕組みづくりを目的とし  
ているため、参加を呼び掛けるに当たり、各年代の抽出割合を調整しました。



## 2 事業経過

### (1) 開催の主体

この討議会の主催は南区区民会議と南区役所ですが、南区区民会議の検討テーマから発足した南区若者参加プロジェクト実行委員会（以下、「若プロ」という。）の委員と区民会議委員が運営委員会を組織し、イベントの企画・運営をしました。

#### ファシリテーター練習会

南区区民会議において検討が進められている『(仮称)南区ファシリテートスキル』の検討とともに、各回運営委員会において、若プロのメンバーを中心に、ファシリテーターとしての技術を身につけるための自主的な練習会を開催しました。

### (2) 開催方法の特徴

#### ア 年齢制限

南区における討議会では、テーマに合わせて年齢制限や抽出年代の割合を調整しています。第1回討議会は年齢制限を設けなかったため60歳以上の参加者が多くなり、第2回は16歳から39歳と年齢制限を設けた結果、参加者が大幅に減少する結果となりました。これらの開催結果から、第3回は16歳から49歳まで2,000名、50歳以上を1,000名と抽出割合を変更しました。

第4回及び第5回は、「世代間交流促進のための仕組みづくり」という検討テーマから、50歳代以上をシニア世代、26歳～49歳を働く世代・子育て世代、16歳～25歳を若者世代として、これまでの開催結果から、バランスよく参加者が集まるよう年代ごとの抽出数を調整しました。

なお、第5回については、第3回及び第4回開催時の参加者から、南区若者参加プロジェクト実行委員会及び南区区民会議の情報提供を希望した10代から40代までの27名を抽出し、参加の依頼を行いました。

	討議テーマ	抽出年齢	抽出件数	承諾者数
第1回	南区の魅力的なまちづくりとは？ ～私が南区を選んだ理由と魅力的なまち南区に必要なものは～ 高まる地域コミュニティの役割！ 今必要とされる地域力とは？ ～地域のきずなを支える自治会をより魅力的なものとするには～	16歳以上	3,000名	103名
第2回	若い世代のまちづくりへの参加促進方策	16歳から39歳	3,000名	29名
第3回	若い世代が「住んでみたい、住み続けたいと思う町」 若い世代が参加しやすい地域活動	16歳～49歳 50歳～	2,000名 1,000名	71名

第4回	世代間交流促進のための仕組みづくり まちづくりってなんだろう？ をブラッシュアップ！	16歳～24歳 25歳～49歳 50歳～	1,500名 1,000名 500名	58名
第5回	世代間交流促進のための仕組みづくり	16歳～24歳 25歳～49歳 50歳～ (16歳～49歳)	1,600名 1,000名 400名 (27名)	61名 (5名)

( )内は過去参加者

#### イ 無報酬

無作為抽出型討議会は有償での実施が一般的ですが、南区では行政の取組に参加する機会が少ない人に、まちづくりへの関心を高めて欲しいという意味合いが強いため、無報酬としました。

これまでの参加者アンケート等でも、謝礼を希望する方は少数であったことから、記念品として南区グッズ等を差し上げています。

#### ウ ファシリテーター

第4期南区区民会議の取組として、区民主体のまちづくりを推進するための「市民ファシリテーター育成研修」を平成29年7月22日(土)に開催したことから、無作為抽出型区民討議会をファシリテーター育成研修の実践の場として位置付けるとともに、当日は、運営委員である若プロメンバーがファシリテーターとして各グループの討議に参加しました。

#### エ グラフィックカー

当日の会議の様子をグラフィッカーが、時系列に沿ってまとめました。

22、23ページ参照

### (3) 討議会開催までの事務等の経過

9月14日(土)	第1回運営委員会(討議内容の検討、各年代の抽出件数の検討)
9月26日(木)	第2回運営委員会(討議内容の検討、副題の検討)
10月12日(土)	第3回運営委員会(討議方法の検討)
10月15日(火)	参加依頼通知の発送、広報さがみはら南区版・市ホームページに参加依頼通知について掲載
10月24日(木)	第4回運営委員会(討議方法の検討)
11月1日(金)	3,000名からの回答取りまとめ、参加者名簿の作成
11月7日(木)	若プロ委員によるファシリテーター練習会
11月9日(土)	第5回運営委員会(討議方法の決定)
11月14日(木)	若プロ委員によるファシリテーター練習会
11月15日(金)	南区区民会議への経過報告 広報さがみはら南区版・市ホームページに開催周知について掲載
11月18日(月)	参加希望者抽選、当選者へ開催通知の発送

11月21日(木)	第6回運営委員会(討議方法の検討)
11月28日(木)	第7回運営委員会(最終確認) 若プロ委員によるファシリテーター練習会
12月 8日(日)	「わいわいみんなで語ろう!Part5～しゃべくり3739～」開催 <small>みなみく</small>

#### (4) 開催名称の検討

これまで4回の開催名称が、「わいわいみんなで語ろう!」だったことから、同様の名称を継続することによって知名度も上がると考えられるため、今回も同様にすべきであるという意見がありました。

副題の「しゃべくり3739(みなみく)」は、若者に人気があるバラエティ番組のタイトルを参考に、運営委員会において若プロ委員が中心になり検討し、決定しました。

#### (5) 参加依頼通知の発送

令和元年10月15日付で、住民基本台帳から無作為に抽出した3,000名の方と、過去の参加者から抽出した27名の方に、参加依頼通知と南区区民アンケートを発送しました。なお、申し込み方法は、郵送またはFAXとしました。

#### (6) 周知方法

参加依頼通知の発送に伴い、事前に区民へ周知するため、広報さがみはら南区版と南区区民会議 Facebook ページ及び市ホームページに記事を掲載しました。また、開催の直前にも同様の媒体で周知を行いました。

#### (7) 参加者の決定

10月31日の申込期限までに61名(内4名は過去参加者)の応募があり、抽選の結果、当選した54名の方を参加者としました。

#### (8) 個人情報の廃棄

無作為抽出型区民討議会終了後、住民基本台帳から無作為に選んだ3,000名の個人情報を適正に廃棄しました。紙媒体のリストはシュレッダー処理により、パソコン内のデータは削除処理を行い、それぞれ市職員による確認を行いました。

#### (9) 討議結果の取扱い

討議の結果は南区区民会議に報告し、今後の検討のための資料とします。

### 3 開催結果

#### (1) 開催日時

令和元年12月8日(日) 午後1時～午後4時

#### (2) 開催場所

南区合同庁舎3階 講堂

#### (3) 参加人数

40名(参加率1.32%)【61名(承諾率2.01%)】

【】内は参加を承諾した方の人数

#### (4) 参加者等の分析

##### ア 性別

男性：21名(52.5%)【33名(54.1%)】

女性：19名(47.5%)【28名(45.9%)】

##### イ 年代別

10歳代：8名(20.0%)【11名(18.0%)】

20歳代：9名(22.5%)【13名(21.3%)】

30歳代：8名(20.0%)【10名(16.4%)】

40歳代：6名(15.0%)【8名(13.1%)】

50歳代：3名(7.5%)【5名(8.2%)】

60歳代以上：6名(15.0%)【14名(23.0%)】

##### ウ 地区別

大野中：8名(20.0%)【11名(18.0%)】

大野南：6名(15.0%)【9名(14.8%)】

麻溝：3名(7.5%)【5名(8.2%)】

新磯：2名(5.0%)【4名(6.6%)】

相模台：8名(20.0%)【13名(21.3%)】

相武台：6名(15.0%)【7名(11.5%)】

東林：7名(17.5%)【12名(19.7%)】

(注) 端数処理により率の合計値 100%

#### (5) 参加者の経緯

ア 開催日までに欠席連絡があった者：13名

イ 当日欠席者：8名

ウ 当日参加者：40名

エ 傍聴者：5名

## 4 討議内容

### (1) 開催テーマ「世代間交流促進のための仕組みづくり」

少子高齢化と人口減少の傾向があるなかで、現在の地域の担い手である比較的高齢の方と、次に地域を担っていく働く世代・子育て世代、将来的に地域を担う若者の各世代が今から交流を図り、地域を盛り上げていかなければ地域が持続しないという懸念から、その解決方策をみんなで考えてみようという主旨で設定されたものです。

### (2) 討議方法

#### ア 前半(35分)

(ア)参加者は自分が興味のある分野を7つの分野から選び、同じ分野を選んだ参加者でグループを構成しました。(分野の希望は開催前に事前聴取しました。)

教育...勉強、子育て

保健福祉...介護、医療、健康

暮らし...防災、防犯

文化...芸術、スポーツ、ゲーム、食

情報...SNS、マスメディア

国際...外国、外国語、異文化交流

環境...温暖化、ごみ問題

(イ)グループメンバーは次の4項目について、1項目につき1枚の付箋に書き込み、配布されたA3紙に張り付けました。

好きなことや得意なこと、興味があること

好きなことなどをしている時間、できる時間

好きなことなどをするための場所や環境

情報収集の方法

(ウ)各自で ~ を発表し、グループで結果をまとめました。

#### イ 後半(75分)

(ア)メンバーが発表した内容をまとめて、自分がやりたいと思うこと、得意なことをやることで地域活動につながる具体的な取組を考えました。

(イ)(ア)で考えた具体的な取組をどのように情報発信すれば、できるだけ多くの人に参加できるようになるか考えました。

(ウ)模造紙に具体的な取組に応じた情報発信の方法についての意見を任意様式にまとめました。

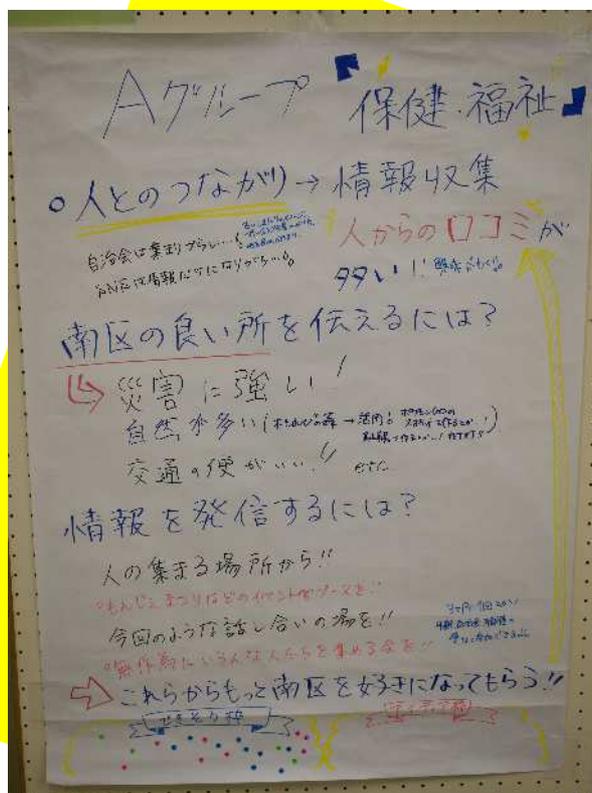
#### (エ)発表、投票

グループごとに具体的な取組に応じた情報発信の方法についての意見を発表し、最後に投票を行いました。

投票は参加者がどの提案に賛同したかの目安とするもので、優劣をつけることを目的としたものではありません。

## 5 討議結果

### A班 (保健・福祉)



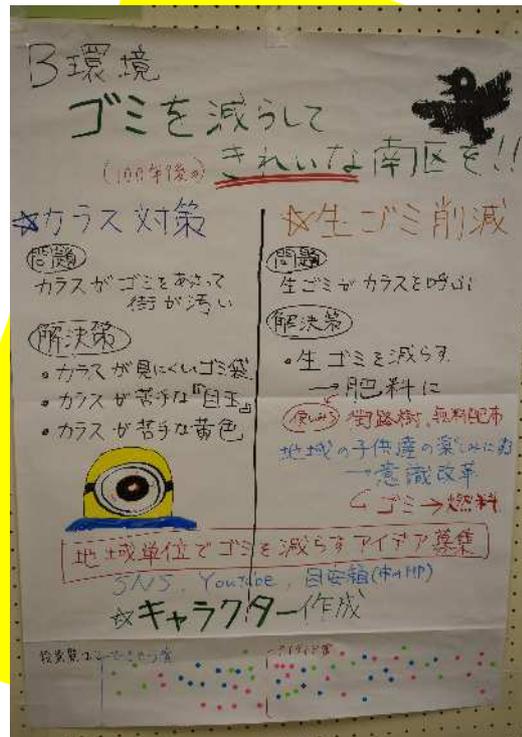
#### 【主な発表内容】

- ・ 情報発信の方法、人とのつながり  
情報収集は、人からの口コミから興味をわいて、行動を起こすことが多い。
- ・ 南区の良い所を伝えるには  
人が集まる場所、例えばもんじゃ祭りのブースや無作為抽出型区民討議会のような、無作為に抽出したいろんな人が集まる会を行ったときに周知するなどをして、それが、口コミやSNSでさらに周知されていく。

#### 【発表から伺えるヒント】

- 情報発信の方法として、人からの口コミが有効  
情報発信の内容が、興味がわく、人に伝えようという気を起こさせるものにする。
- 情報発信の場所は、イベント等の人々が自然と集まる場所が有効  
例として、相模大野のもんじゃまつりのブースや無作為に抽出しているような人が集まる無作為抽出型区民討議会など。

# B班 (環境)



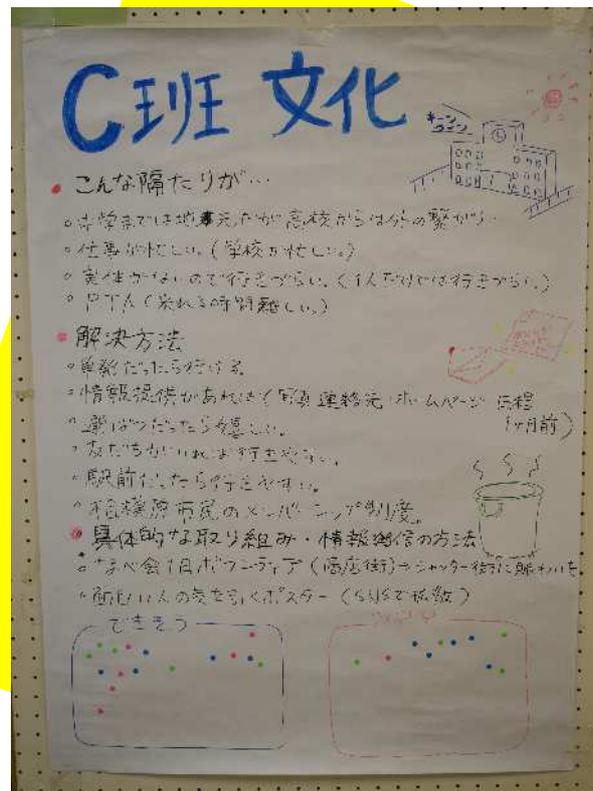
## 【主な発表内容】

- ・具体的な取組「ごみを減らしてきれいな南区を！」  
ごみ収集場所等でのカラス対策として、カラスが嫌う黄色で、目玉の模様のあるごみ袋を使用するなどの案が考えられる。  
生ごみを減らす対策として、生ごみを肥料にして、街路樹に使用する。その際、地域の子供たちを巻き込んで、子供たちが楽しく行えるように工夫する。  
この取組のキャラクターを作成する。
- ・情報発信  
SNS、YouTube、目安箱（市HP）などで「地域単位でごみを減らすアイデア募集」をして、取組を実施していく。また、キャラクター作成にあたって、キャラクター募集をすることも考える。

## 【発表から伺えるヒント】

- 興味をひく取組を考える。  
地域の子供たちを巻き込んで行えるような取組  
参加のきっかけをつくる。  
取組の実施にあたって、「～のアイデア募集」「～キャラクター募集」などを企画し、情報発信することで、情報を得た人が、興味がわいて、アイデアやキャラクターの募集に応募するということが、取組への参加の第一歩となる。
- 応募してきた人に取組の参加を促す。  
応募することで、その取組に興味があると推察され、そのあとの当該地域活動の実施内容等の情報を発信し、地域活動への参加を促していく。

# C班 (文化)



## 【主な発表内容】

### ・私的な活動と公共的な活動との隔たり

中学校までは学校が地元だが、高校からは学校が地元ではないので、区とか地域とかの枠では集まりにくい。

仕事・学校が忙しく、時間がとれない。

現状の情報発信の内容によりどのような地域活動かは分かるが、実際に活動している方がどのような人か、どのような場所で活動をしているかなど実態が良く分からない。友達が参加するかどうか分からない。一人では参加しにくい。

P T Aなどの保護者の方々は、昼間も夜間も忙しく、地域活動に参加できる時間がなかなかとれない。1～2時間であれば、とれるかもしれない。

### ・隔たりの解決方法

無作為抽出型区民討議会のように単発の事業であれば参加してもらえる。

ホームページで写真などを使用して、十分な情報提供をする。掲載は日程の1ヶ月前からなど。

選抜方式により、参加者を募る方法で行う。例えば、今回の無作為抽出型区民討議会の方法だと、選ばれて嬉しいと思う。

友達も一緒に参加できる形があると参加しやすい。

市民のメンバーシップ制度のようなものがあるとよい。

- ・具体的な取組「『なべ会』の一日ボランティア」  
シャッター通りの商店街を盛り上げるために東北など、地域で行われている「なべ会」という面白いイベントを実施する。

- ・情報発信の方法

面白くて、人の気を引くポスターを作成する。

例えば、自動車教習所の広告で、標識の絵が何と言っているか、それを募集する内容のもの。電車の車内広告だったが、面白く気をひくポスターであった。SNSで拡散すると思う。

【発表から伺えるヒント】

「食して楽しむ」という楽しさで人を引き付ける。

商店街を盛り上げるための「なべ会」といった、参加者がみんなで美味しいもの食べて、わいわい楽しく過ごすような取組

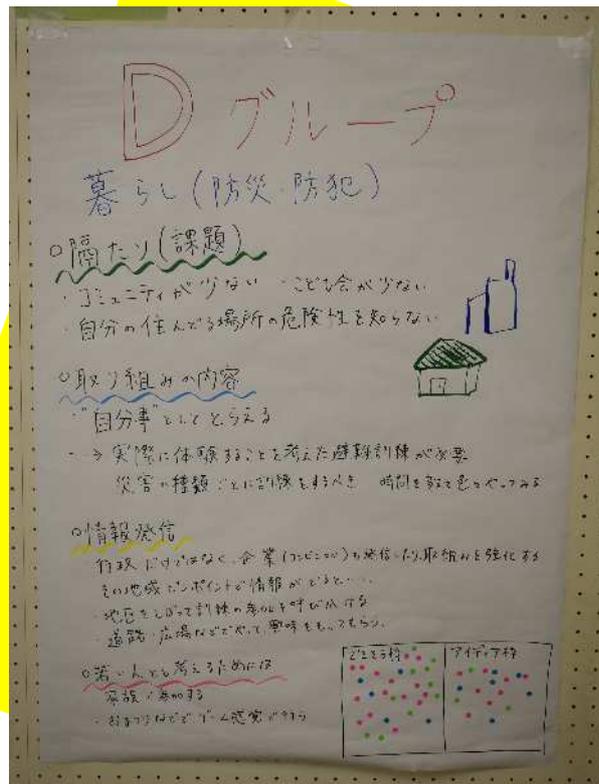
参加のきっかけをつくる。

取組の実施にあたって、「～の絵は何と言っているでしょうか。」「～は何を表現しているでしょうか」など、クイズ形式で回答を募集する内容を盛り込んで情報発信する。情報を得た人が、興味がわいて、クイズに回答するということにより、取組への参加の第一歩となる。

回答してきた人に取組の参加を促す。回答することで、その取組に興味があると推察され、取組への参加を促す情報（通知など）を回答者に発信し、取組（地域活動）への参加を促していく。

メンバーシップ制度など人材登録をベースとした仕組みづくり。

# D班 (暮らし)



## 【主な発表内容】

- ・ 私的な活動と公共的な活動との隔たり  
コミュニティの希薄、コミュニケーションが少ない。  
子ども会が少ないことで、保護者と地域の方が接する機会が少ない。  
災害時など、自分の住んでいる場所(地域)の危険性(危険度)を知らない。(自分事のように考えていないために隔りがある。)
- ・ 具体的な取組  
自分事としてとらえることができるような取組  
例として、実際に体験することができる避難訓練の実施。  
地震、台風など災害の種類ごとに訓練を行い、訓練時間は、多くの人に参加できるように時間帯にバリエーションを持たせる。
- ・ 情報発信の方法  
行政だけでなく、コンビニエンスストアやショップなど、企業や公共性の高い法人にも情報発信を協力してもらう。  
取組をする地域など、その地域ピンポイントで情報を発信する。  
地区を絞って、訓練の参加を呼びかける。  
多くの人を通る道路や多くの人が集まる広場など、人の目につく場所で取組を行い、興味を持ってもらう。取組を実際に見てもらうようにする。

- ・若い人とも考えるためには（例：防災訓練）

家族で参加できるように考える。

お祭り等で子供や若い方が集まる場所で、ゲーム感覚で楽しむことできるような内容を盛り込む。例えば、水消火器訓練で、的当てによるゲーム形式で、景品を用意するなど。

#### 【発表から伺えるヒント】

自分事として誰もがとらえる取組を考える。

例えば、近年の地震・台風などによる甚大な被害が発生している状況から、防災訓練を行う。

考案した取組の実施時間にバリエーションを持たせる。

多くの方に参加してもらうために、実施時間帯を複数設けて行う。

家族で参加する取組を考える。

ゲーム感覚で楽しめる取組を考える。

例えば、水消火器訓練で、ゲーム形式の的当てで景品を出すなど。

取組に対して、興味を持つきっかけをつくる。

自然と人の目につく場所で、取組を実施する。

多くの人を通る道路や多くの人が集まる広場などで実施することで、実際に目で見て、気を引き、興味を持つきっかけをつくる。

# 巨班 (国際)

**◎課題**

- 相手を知るきかけ作り → ちょとしたお土産(お品)を渡す(入居時)の  
しるし(お土産を渡す)のしるし(お土産)
- 視覚化(言語)の病院等 → 情報誌、アプリ(15分)、メールマガジン(定期的)  
→ 日本語を聞いてもらう(15分)  
→ 英語で伝える
- 病院の緊急時の対応方法 → 市民向けにまとめる
- 受け入れの準備 → 回覧板で同知

○外国人が来たらどう思う?

- 国によって文化が違う → 対応も変わるかも
- 不安なことは何か聞く (アンケート等)
- 対応方法をまとめる(市民向け)
- 孤立している外国人へのケア
- 信頼性(信頼)の確保
  - ・日本人の意識(海外に帰国する人への意識)
  - ・緊急時の対応の場所
  - ・緊急時の活動(ボランティア)
  - ・緊急時の活動(ボランティア)
  - ・緊急時の活動(ボランティア)
- 手助けの要りしやらないか?
  - コミ出しのルールなどを教える(お土産を渡す)
  - コミ出しのルールを教える(お土産を渡す)
  - コミ出しのルールを教える(お土産を渡す)
- 病院の緊急時の対応方法 → 緊急時の対応方法(お土産を渡す)

**<肉体的・物理的>** **<精神的>**

- 直接的な関わり
- サークル(スポーツ)
- 道案内 イベント
- ボランティア
- 話し(コミュニケーション)
- 情報(災害時)
- 日本の習慣 マナー教える
- 言語の教え合

## 【主な発表内容】

### ・私的な活動と公共的な活動との隔たり

日本に滞在または居住している外国人に興味・関心があり行動を起こすことと、そうした外国人が住みやすくなるような活動との隔たり(課題)

国によって文化が違い、相手(外国人)をよく知らない。知らないから怖い。

相手(外国人)に物事をうまく伝えられない。

お互いの信頼関係を築くことがうまくできない。

### ・解決方法

相手を知るきっかけを作る。

ちょっとしたお土産(地域情報《行事、困った時の連絡先等》入りのもの)を入居時等に渡し、その時に相手方の情報(国籍、年齢、来日目的など)や暮らしやすくするためのニーズ等を聞き取る。

どのような外国人が居住しているかを回覧板等で周知する。

相手方の言語などを視覚化して情報を提供する。

回覧板、情報誌、アプリ、メールマガジンなどのツールで入居時に情報提供する。

相手方とのコミュニケーションが図れる場を提供する。

相手方にラウンジやサークル活動等の場を提供し、そこで相手方をサポートできる内容を提示すること等の活動を単発で行っていき、信頼関係を築いていく。

### ・具体的な取組

日本に滞在することとなった外国人が居住地域で住みやすくするための取組

話しかけて、道案内や困っていることに応える等によりコミュニケーションをとる。

防災対応等の情報提供や日本の習慣・マナーを教える。

言語をお互いに教え合うなどを行う。

イベントやスポーツなどのサークル活動、ボランティア等に誘って楽しむ。

### ・情報発信、情報提供の方法

相手を知るきっかけを作ってから、相手方の言語を視覚化して情報を提供する。

相手方の居住時に、ちょっとした地域情報提供物を渡し、相手方とコミュニケーションをとる。相手方をよく知ってから、回覧板・地域情報誌等のツールで定期的な情報提供を行う。

相手方とのコミュニケーションが図れる場を設け、そこで情報提供する。

相手方にラウンジやサークル活動等の場を提供し、そこで相手方をサポートできる内容を提示すること等の活動を単発で行い、その積み重ねにより、自然と集まる場所を作って情報提供を行う。

## 【発表から伺えるヒント】

人が困っている事を解決できるような取組を考える。

相手を知るために、直接的なアクションを起こす。

気軽に参加できるコミュニティの場を設け、信頼関係を築きながら、情報提供を行う運営側のスタッフ・参加者などが持っている知識・得意なこと等を活かす。

# F班 (情報)

Instagram

Sofamiharashi - miramiku

---

目につく × コンテンツ

行動数 × ターゲット

---

目につく ... プロモーション 広告  
 コンテンツ ... 祭事系 イベント系  
 行動数 ... 登録 頻度  
 ターゲット ... アカウント 複数

目につく 結果  
 ターゲット 結果

用区のインスタ増

- アカウント作成
- シロツの投稿を作る  
↳ 投稿頻度
- インスタの普及活動 (XV.15 以降)
- アカウントの認知活動 (XV.15 以降)

複数アカウント化  
(3ヶ月前)

**マイズ**

- ・ネットワイク
- ・SNS 活用

## 【主な発表内容】

### ・情報発信の課題

他区の情報・就職情報など様々な情報が、南区の隅々の方まで行き届いていない。

### ・課題を解決する情報発信の方法

Instagramをツールとして情報発信・情報提供をする。

Instagramの利用者は現在、若い世代など限られているので、スーパーマーケットなど様々な世代で多くの方が行く店などで、目につくような広告を行ってInstagramによる情報発信ツールのことを周知する。

Instagramによる情報発信内容は、食事(グルメ)、イベントなどのほか、各世代が生活していく上で必要な情報(大学生なら一人暮らしのためのアパート物件情報、就活時には就職情報、子育て中の方なら子育て情報、その他スーパーマーケットの安売り情報など)とする。何か困っていることへの対応が分かる内容とする。

Instagramを利用することで、何かポイント制をつくり、利用者にとってメリットが生じるようにする。

Instagramの利用者を増やすために、演歌歌手を呼んでイベントを行い、Instagramとの関係を作って、Instagramを利用するという行動を起こすきっかけをつくるなど各世代に応じて行う。

## 【発表から伺えるヒント】

情報提供では、多くの方が集まる場所で自然と目につく方法で行うことがキーポイント  
スーパーマーケットなど、様々な世代で多くの方が集まる店で、自然と目につくような形式で情報提供する。

情報に興味をもつ、人の気を引くきっかけづくり

全ての世代の方々が、生活していく上で必要な情報、困っていることへの対応が分かる情報が得られる場。

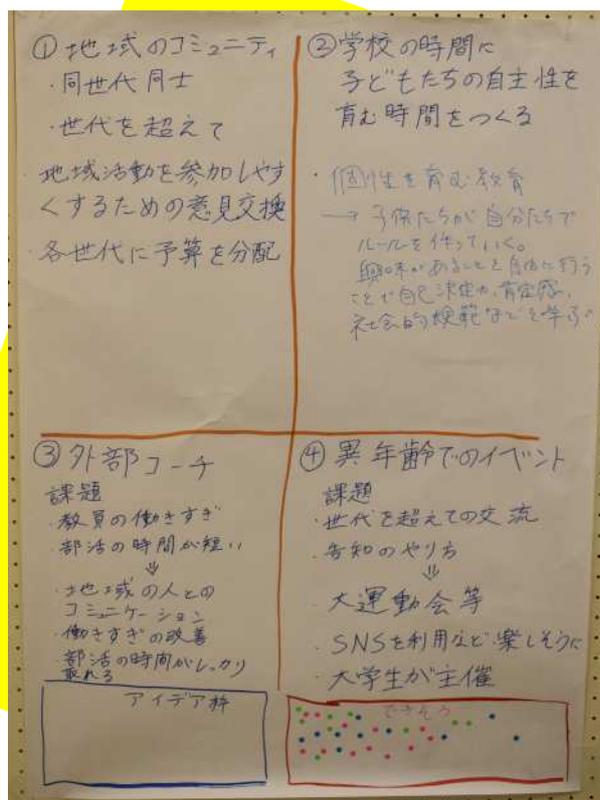
機会となる要素が盛り込まれた内容であること。

ある特定の情報収集手段を利用すると、利用者にとってメリットがあるという要素があること。

参加のきっかけづくり

各世代が興味をわいて集まる場を設け、人を集め、集まった人たちが取組に参加するような仕掛けをつくる。多くの方が集まるイベント、例えば演歌歌手が出演するイベントを実施するなど、興味を引くイベントで、人を集め、集まった人たちが取組へ参加するきっかけを提供する。

# G班 (教育)



## 【主な発表内容】

### ・地域活動参加への課題

地域コミュニティが希薄である。

子どもたちの自主性を育む機会が少ない。

教員の働き過ぎにより、時間に余裕がない。

世代を超えての交流が少ない。周知の方法に課題がある。

### ・具体的な取組

#### 地域コミュニティの醸成を図る取組

同世代同士又は世代を超えた者同士のコミュニティを醸成するための取組を行う

例えば、同世代同士又は各世代を集めて、地域活動に参加しやすくするための意見交換会を行う。自治会の予算を各世代に一定割合配分して、その使い方を同世代同士が集まって話し合っで決める。

#### 学校の道徳の時間を利用して子供たち自らが考えた地域活動の取組

子供たちが興味のあることを子供たち自ら考えることで、自主的な行動が期待できる。個性を育む教育ができ、子供たちにとっては自己決定・自己肯定感につながる。

部活動のコーチ・監督を学校以外の外部の人(地域の人)が担い、地域とのつながりを形成していく取組

部活動のコーチ又は監督を外部の人に任せ、地域とのつながりをその人を通して形成していく。

#### 世代を超えた異年齢でのイベント実施等の取組

大学生などが企画した子どもたちも楽しめるような大運動会を実施する。

**【発表から伺えるヒント】**

自分の意見・考えが反映する形をもたせる。

例えば、自治会の予算を各世代に配分して、同世代同士で話し合っ  
て配分された予算を使って地域活動を行うなど。

既存の行事・地域活動を従来と違う世代が企画してみる。

例えば、地域の運動会を大学生などが企画し、子供たちも楽しめる  
内容とすることで、様々な世代が楽しめる運動会にする。

学校等に関わりのある地域の人を通じて、いろいろなアクションを起  
こし、地域活動参加のきっかけをつくる。

学校の部活動のコーチを外部(地域)の人が任されている場合には、  
その人を通じて地域とのつながりを持ち、そこから、地域活動への  
参加を進める。

子どもたち自らが考えたことを反映する形をもたせる。

子どもも参加できる地域活動において、子どもたち自らが考えた  
ことを反映させたイベントとして実施する。

## 6 討議結果から伺えるヒントのまとめ

無作為抽出型区民討議会での討議結果資料を、区民会議の検討資料とする視点から、A～G班の発表から伺える「世代間交流促進のための仕組みをつくる」上でのヒントを次のとおり4項目にまとめました。

南区区民会議では、世代間交流を促進するためのひとつの仕組みとして、運営主体ではなくスポット的に運営を手伝う地域活動スポット参加の仕組みづくりを検討しています。

スポット参加の仕組みを検討する上では、まずは参加そのものを促す工夫を考えるなど、地域活動に取り組む際の根本的な課題の解決が大切になると考えられます。

ヒントは、必ずしもスポット参加の取組に直結するものとは限りませんが、ここで挙げられたいくつかの視点を取り入れることで、今後より良いアイデアを検討することが可能になると考えられます。

### 1 「地域活動を行う取組の内容を工夫する」

人を引きつける、興味をひく、面白い取組。

食して楽しむ。(例)「なべ会」で参加者がみんなで美味しいものを食べて、わいわい楽しむなど。

地域の子供たちを巻き込んだり、子どもたちがゲーム感覚で楽しめることを行う。

(例)防災訓練で、水消火器を使った景品付きの的当てゲームなど。

家族で参加できる取組。

誰もが自分事として捉える取組(地震・台風などの災害対策など。)

人が困っていることの解決を導くきっかけとなる取組。

自然と人の目につく場所で地域活動を行う。

多くの人の目につく道路や広場などで地域活動を行い、実際に目で見て、気を引き、興味を持つきっかけづくりとする。

地域活動の実施時間帯を毎回固定せずに、各世代が参加しやすい時間帯に変えて地域活動を行う。

運営側のスタッフ・参加者などが持っている知識・得意なこと等を活かした取組内容  
メンバーシップ制度など人材登録をベースとした仕組みにより地域活動を行う。

### 2 「検討方法を工夫する」

あらゆる世代で自分の意見・考えが反映できる形をもたせる。

自治会の予算を各世代に配分して、同世代同士で話し合って配分された予算を使って地域活動を行うなど。

既存の行事・地域活動を従来と違う世代が企画してみる。

地域の運動会を大学生などが企画し、子供たちも楽しめる内容とすることで、様々な世代が楽しめる運動会にするなど。

子どもたち自ら考えたことが反映できる形をもたせる。

### **3 「地域活動への参加のきっかけづくり」**

地域活動に関する提案募集・クイズ形式による回答募集などを行う。

地域活動を行うにあたって、「～アイデア募集」「～キャラクター募集」などを企画して、情報発信することで、情報を得た人が、興味が湧いて、アイデアやキャラクターの募集に応募するというのが、地域活動への参加の第一歩となる。

応募してきた人に地域活動の具体的な実施内容等の情報を発信し、地域活動への参加を促していく。

学校等に関わりのある地域の人を通じて、地域活動参加のきっかけをつくる。

例えば、学校の部活動のコーチを外部(地域)の人が任されている場合には、その人を通じて地域とのつながりを持ち、そこから、学生の地域活動への参加を勧める。

### **4 「情報発信を工夫する」**

気軽に参加できるコミュニティの場を設け、信頼関係を築きながら、情報発信していく。

「～ラウンジ」など、コミュニティの場を設け、そこでは困ったことをサポートできる内容を提示すること等の活動を単発で行い、その積み重ねにより、自然と人が集まる場にして、情報提供を行っていく。

既にコミュニティの場があれば、そこで情報提供を行うようにする。

情報に興味をもつ、人の気を引くきっかけづくりを行って情報発信をする。

生活していく上で必要な情報、困っていることへの対応が分かる情報と併せて地域活動の情報発信を行う。

ある特定の情報収集手段を利用すると、利用者にメリットがあるという企画と併せて地域活動の情報発信を行う。

多くの人が集まる場所で自然と人の目につく方法で情報発信を行う。

相模大野のもんじえまつりのブースや無作為に抽出しているんな人が集まる無作為抽出型区民討議会などのイベントやスーパーマーケットなど様々な世代で多くの方が集まる店で自然と目につく形式・方法により情報発信を行う。

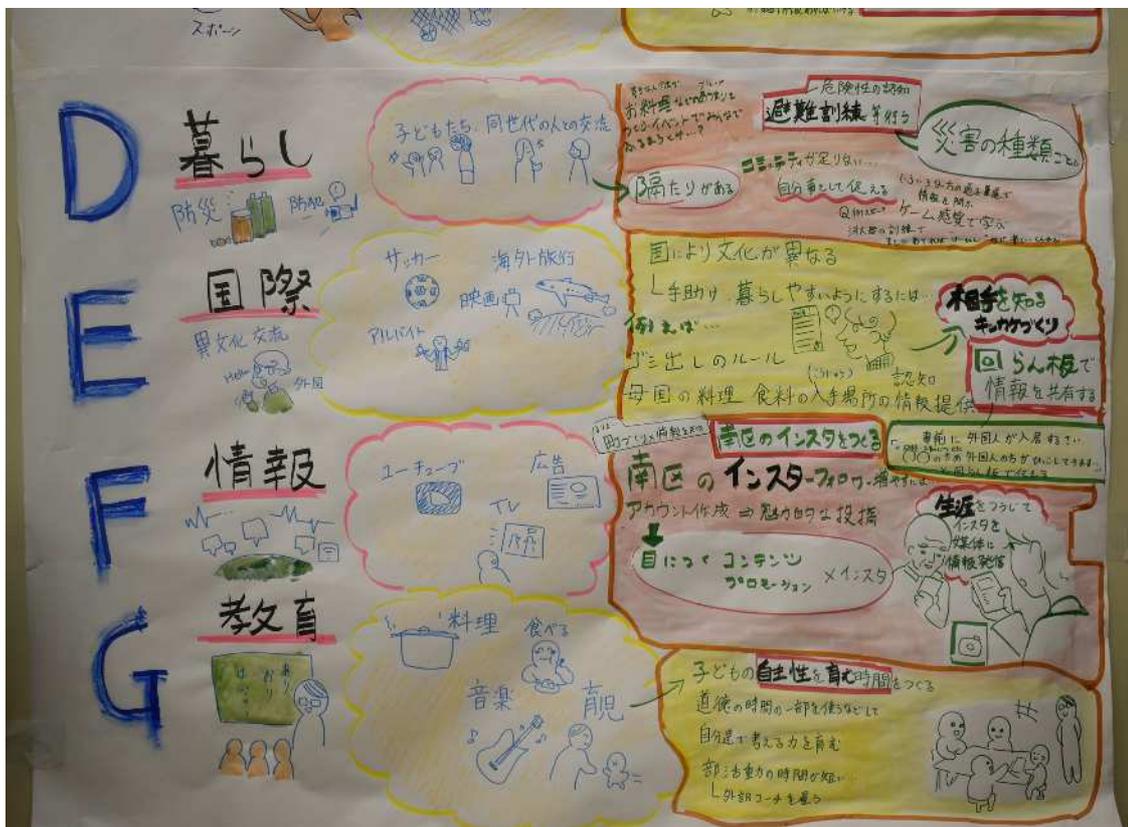
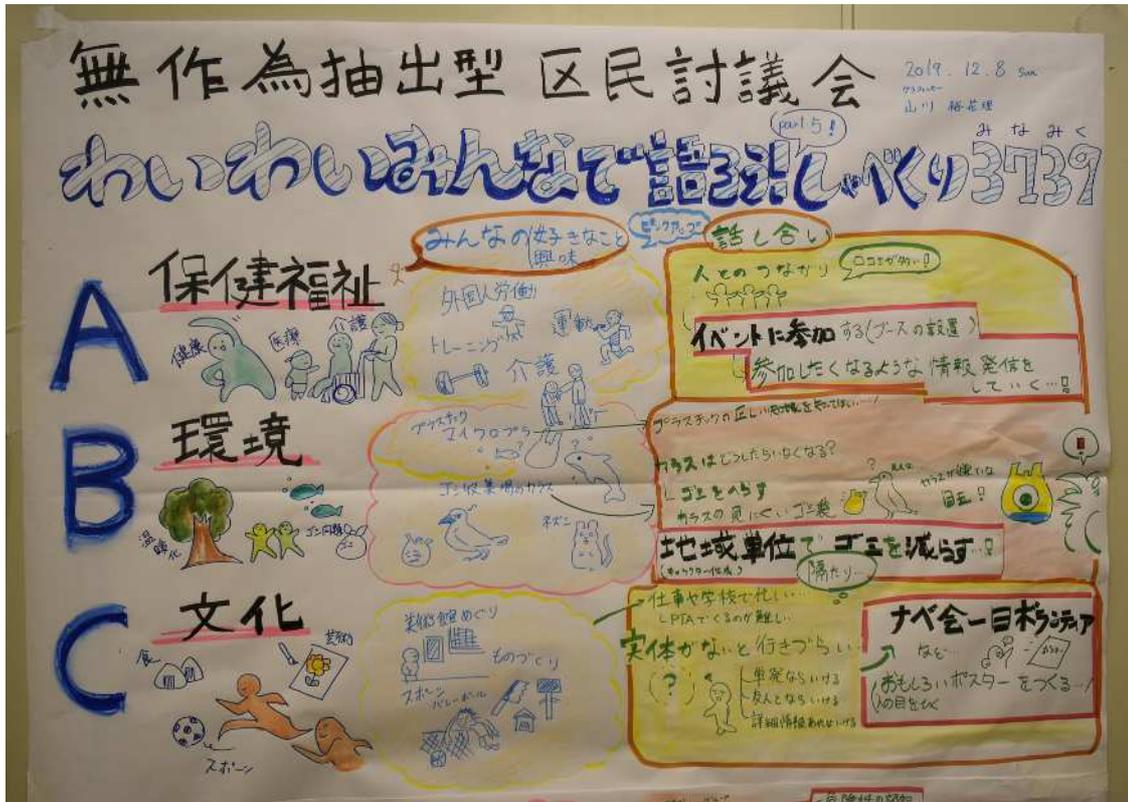
相手を知るために、直接的なアクションを起こす。

相手を知るきっかけを作ってから、相手方に情報を発信する。

相手方の居住時に、ちょっとした地域情報提供物を渡し、相手方とコミュニケーションをとる。相手方をよく知ってから、回覧板・地域情報誌等のツールで定期的な情報発信を行う。

人からの「口コミ」による情報発信が有効なことを意識する。

# 7 グラフィックターの作品





12月8日(SUN) わいわいお話し会!

**A 保健福祉**  
 職場、介護、生活、健康、保険、年金、税金、子育て、高齢者、障害者、外国人労働者、外国人生活、外国人労働者、外国人生活、外国人労働者、外国人生活

**B 環境**  
 CO2削減、エコ生活、自然環境、都市環境、防災、防災、防災、防災、防災、防災、防災、防災

**F 情報**  
 TV、インターネット、YouTube、スマートフォン、タブレット、パソコン、デジタル、デジタル、デジタル、デジタル

**E 国際**  
 旅行、英語、外国人労働者、外国人生活、外国人労働者、外国人生活、外国人労働者、外国人生活

PART 5 ~ 13:30 ~ 13:39 ~

**C 文化**  
 祭り、音楽、映画、読書、美術、伝統文化、伝統文化、伝統文化、伝統文化

**D 暮らし**  
 子育て、高齢者、障害者、外国人労働者、外国人生活、外国人労働者、外国人生活

**G 教育**  
 子育て、高齢者、障害者、外国人労働者、外国人生活、外国人労働者、外国人生活

16:30の発表 & 投票  
 発表者! Dグループ 1位 Bグループ 2位 Bグループ 1位 Bグループ 2位 Fグループ