

資料1:市民まちづくり活動の現状と課題のまとめについて（※ゴシック部分は前回の計画部会の意見）

	項目	内 容	分 析	方策に向けた論点
<b>■ 参加する側から見た現状と課題</b>				
市民参加	市民まちづくり活動全般	○「参加経験がない」が6割と多数 <b>○最大のキーワードは「市民の孤立」、さらには家族の弱体化、地域力の弱体化</b>	○参加したことのある市民は少ない <b>○市民同士のつながりが希薄(バラバラ)⇒都会ならではの課題</b> <b>○地域の中に不安感がある(住んでいて不安)</b>	○市民による活動参加率アップ ⇒参加経験はなくても、聞いたことがある、気になるというように意識変化・認知度の高まりが見られる <b>○安心できるまちづくりが鍵⇒住んでいて良かったといえる精神基盤をどう作るか</b> <b>○市民と市民をどうつなげるか(地域の中にコーディネート機能が必要)</b> <b>○市民まちづくり活動という概念をどう捉えるか議論の必要</b> <b>○市民まちづくり活動を社会貢献活動で捉えるのか、市民同士がつながる活動と捉えるのか</b> <b>○まず市民と市民がつながって、そこで社会貢献活動に結び付くのが良い形(そのためのコーディネートが鍵)</b> <b>○まちづくりのアクションを個々人が起こせるような仕掛けを地域に多様に用意することが必要</b> ○多様な参加の機会の用意(多様なボランティアメニュー等) ○時間や体力がなくても、まちづくりに参加できる方法の開発(時間や体力に左右されない気軽に参加できる機会など)
		参加していない理由は「忙しく時間がない」が半数以上	○時間と体力がないことが活動をやめたしまった主な原因	
		参加経験がない方は、多忙、情報やきっかけ不足を指摘	○参加を促すには、多忙、情報、きっかけづくりが鍵	
		市民活動の活性化の条件は、活動内容や団体の情報、講座・研修	活動活性化のためには、的確な情報発信が必要	
		市民活動促進による効果として期待することは、身近な課題の解決と住みやすい地域づくりが多い	活動促進の効果として、安心して暮らせるまちが望まれている	
	市民活動の動向に対する印象は、「わからない」が半数で認識低い	○市民まちづくり活動の市民への浸透度はまだまだ <b>○市民まちづくり活動の概念がそれぞれバラバラにある状況</b>		
	シニア世代の参加	参加意欲は高いが参加経験は少ない	意欲はあるが実践に結び付いていない	
		参加したい頻度は、無理のない月1回から年数回が過半数	無理のない、手軽な参加方法へのニーズ高い	
		活動の範囲は、徒歩圏内が7割弱		
		活動を始めるとしたら必要な情報は、ノウハウ・基本的知識が6割	活動のための入門・基礎的な知識へのニーズ高い	
活動コミュニティの認識	参加したいは過半数	町内会活動へ参加したい、したくないは各半々		
	参加条件は、時間の余裕、魅力ある活動内容、責任の軽さ	参加には、時間があること、魅力ある内容、手軽さが条件	○町内会加入促進 ○参加しやすい組織、情報提供と気軽な参加の仕組み	
	コミュニティ活動の場としては、まちづくりセンターの活用が認識が高い	身近なまちセンへの期待が高い	○他団体との連携(とくに町内会とNPOの連携など) ○地域の拠点としてのまちづくりセンターの活用	
	活動活性化の条件は、参加しやすい組織、日時、情報、新たな活動	今までとは違う町内会像が求められている		
<b>■ 活動団体側から見た現状と課題</b>				
現状	○4人以下の小規模な活動団体が半数、活動年数が9年以下の団体が6割 <b>○多くの団体が市民とつながらないで活動している(閉鎖性・固定性)</b>	○小規模で活動年数の短めの団体が多数を占める <b>○団体数は増えてはいるが、多くの団体の活動が市民から離れている</b>	○小規模団体への支援(仲間集めなどが課題)、比較的活動年数の短い団体への支援 <b>○どういう団体が(市民から)求められているか提言することも必要</b> <b>○生活課題や地域課題を解決するという個別意識からまちづくりへの意識にどうつなげるか</b>	
情報	必要な情報	助成金に関する情報が過半数、続いて参加者、行政との協働が高い	助成金や参加者に関する情報のニーズ高い	○助成金、活動を支える人材など、必要とされる情報の発信
	市ポータル	市には情報発信の支援を期待、情報の内容として、活動内容やイベントが最も多い	市から団体の活動内容やイベント情報の発信を希望	○団体のPR支援 ○まちづくり関連情報を一覧できるまちづくりポータルサイトの必要性
人材	講座	団体に必要なノウハウ・知識としては、広報、協働、助成金申請が高い 小規模団体の事業企画力アップへのニーズ高く、段階的なレベルアップが有効(ヒアリングによる)	○広報や他団体との協働についての受講希望が多い。 ○段階的にレベルアップしていく事業企画力アップ支援が有効	○活動に必要なスキルとその向上方策(広報、他団体との協働、事業企画力アップ、会計などの実務知識、助成金申請書作成ノウハウ、コミュニケーション能力向上、経営に携わる人材やコーディネーター育成、リーダーの組織マネジメント能力の育成など) ○後継者の育成
	必要な人材	求める人材は、継続的に活動を担う人材、活動に参加してくれるボランティア	活動を支える人材が求められている	<b>○面白い、楽しい、役に立つ、得をするという部分を前面に出しながら人を集め、まちづくり活動を回転させていく地域コーディネート力が求められている(参加のハードルを低くして、ちょっとやってみようかなを増やす)</b> <b>○自分たちの住んでいる地域のまちづくりへの参加のプロセスを通じて札幌のまちへと関心が広がる</b>
場	身近な施設への会議室やスペースの設置、低廉な事務所スペースへのニーズが高い	身近な施設の利用や低廉な事務所が求められている	○身近な日常的な活動場所の必要性(打合せ、会議、作業、研修などのスペース) ○低廉な家賃の事務所スペースの必要性(共同事務所スペースも含む) ○公共施設の有効活用(まちづくり活動支援のための公共施設ネットワーク化など)	
資金	基金的支援 基金の設置には7割が賛成 そのほか、人件費等の運営費に使える助成金が必要、融資を受ける力のない団体の支援策が必要、助成金ではなく、単純な資金繰りをさせたほうがいい、助成金が事業終了後の後払いなのでそれまでの運営がきびしいといった意見(ヒアリングによる)	主に小規模団体の運営を安定化させるような資金支援へのニーズもある	○小規模団体向けの資金支援策の必要性と方法(運営の安定化に向けた資金支援) ○プロポーザル型の資金支援策の必要性と方法(団体からの企画提案を広く募り助成できる仕組み)	
協働	団体との連携 ○連携を行っているが6割、連携を希望するが行っていない2割 ○連携に必要なことは、団体間をつなぐコーディネート、交流イベントなど、知り合うきっかけが求められている ○地域における町内会、PTA、その他地域団体間の総合力があまり感じられない	○連携はすでに6割の団体が行っている ○スタッフ少ない小規模団体ほど連携行えない状況 ○他団体との連携へのニーズ高い ○連携の実現にはコーディネート、他団体の情報、交流イベントが必要	○小規模団体の連携支援(中間支援NPOの役割) ○NPOと企業や町内会との連携支援(それらをつなぐことでまちづくりが進む) ○企業とNPOの連携が必要 ○団体間のネットワークをつくる事業の必要性と方策(コーディネート、他団体情報、交流イベント、発表の場など、活動団体がお互いに経験交流し、連携のきっかけとなる場) ○市民まちづくり活動団体同士の協働の関係促進(とくにNPO全体の底上げを念頭に) <b>○協働という言葉にとらわれる必要はない</b>	
町内会	人材	○担い手不足、役員の高齢化(70代以上が過半数)が大きな課題 ○加入率の微減傾向が続く	○担い手の確保、若い人材が求められる ○加入促進が必要	※ 上の「人材」の欄と同様 <b>○共同住宅についてはオーナーである企業が入居者を町内会に加入させるよう勧める必要</b>
	連携	○活動での連携相手は、町内会や他の住民組織が主流で、NPOとの連携は希薄 <b>○まちづくりにおいて町内会とNPOの間にある意識のギャップをどう埋めるかが課題</b>	○NPO等、他団体との連携の検討の必要性 <b>○町内会とNPOでは活動の範囲が違う(コミュニティの捉え方の違いがある)が、NPOでも突き詰めれば地域との接点があるはず</b>	※ 上の「協働」の欄と同様 <b>○町内会とNPOは、お互い歩み寄って、テーマごとで協力し合えるのではないか</b> <b>○NPOのノウハウ、情報、やり方を地域(町内会活動)に生かす方途はある</b> <b>○連携・協働といわずとも、同じ目的に向かって各団体が出来ることをやれば、自然と連携は出来るもの</b>
企業	CSR ○社会貢献の実施経験なしが4割、過去に実施と合わせると現在未実施が6割 ○未実施の理由は経済的事情と多忙が主 ○社会貢献活動の活発度については9割が活発度が低いと認識 ○活発化のための行政に必要な取組としては、情報提供、市民とつなぐコーディネートや地域でのサポート機能が低い	○企業の社会貢献活動はあまり活発とはいえない ○企業の社会貢献活動への認識も高くない ○社会貢献の促進のために行政に求められているのは、情報提供、市民と企業をつなぐコーディネートやマッチング、地域におけるサポート機能の充実	<b>○企業への意識啓発が必要</b> <b>○企業の手法・ノウハウをまちづくりに生かす方法の検討</b> <b>○企業の社会的なあり方と市民まちづくり活動の接点を見出す必要</b>	