

1.市民参加の概念図

情報共有のための情報提供の工夫

- 「手軽さ」や「SNS等のデジタルツールの活用」【市民W】
- 「エピソード情報」と「統計情報」を使い分けた提供【野田】
- 情報提供によりどう変わったかを観察・分析することが手掛かりとなる【鈴木】
- 「受け手」と「送り手」の課題認識や「送り手」のスキル向上【梶井】
- テーマごとの関心の高低を把握【梶井】
- 関心度や満足度を意識した提供【野田】
- 事前の信念（先入観）を考慮した提供【野田】

まちづくりへの参加の促進

今回の検討の範囲外

- 市民が活動・参加しやすい環境づくりや活動に対する支援
（例：条例制定、加入促進支援や各種補助など）

まちづくりへの参加

今回の検討の範囲外

- 市民が自ら取り組んでいるまちづくり
（例：町内会やNPO活動、各種ボランティア活動）

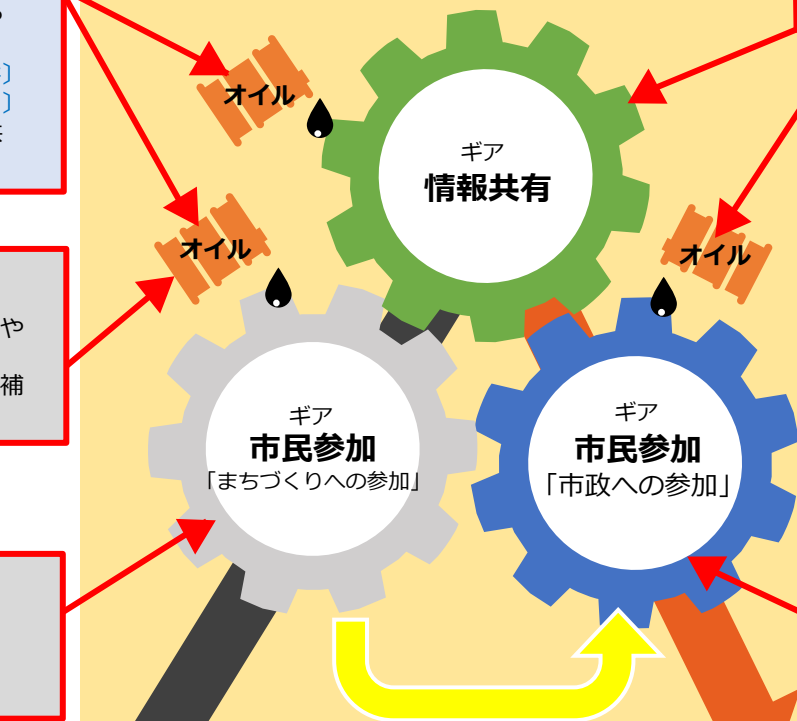
市民自ら取り組むまちづくり

今回の検討の範囲外

情報共有の時期（目指すべき状態）

- 1 企画・計画段階
- 2 決定後・実施段階
- 3 実施後の評価・改善段階

市民意見を市政に反映する仕組み（イメージ）



市民参加（市政への参加）の工夫

- 「手軽さ」や「ハードルの低さ」、「SNS等のデジタルツールの活用」、「インセンティブなどのメリット」など踏まえた手法【市民W】
- 参加して良かったものになっている手法（参加効果の見える化）【野田】
- 個別要望を超えた市全体のことを考えてくれた意見を出す市民を増やす【野田】
- ワクワクをどう引き出すか、どういつデザインならつい参加してしまう【片山】

市政への市民参加の時期

- 1 企画・計画段階
- 2 実施段階
- 3 評価・改善段階

- 市民参加は常に理想と現実のギャップが生じる傾向にある。【山崎】
- サイレントマジョリティはいくら働きかけてもサイレントマジョリティかもしれないことを押さえておく必要【山崎】
- 特に納税世代の30代～50代のサラリーマンの意向をどう吸い上げるか【野田】
- サイレントマジョリティの対象については、税の使い方や資源配分の在り方についての決定が最終的な議論と感じている【野田】
- 区ごとやコミュニティ単位で意見を収集して意見の相違を比較【梶井、片山】

市民の
意向・意見

+



市役所

市民意見を反映した
行政運営

