

■各グループで出された主な内容

Aグループ 6名

- ・ターゲットについては全世代が基本だが、特に、高齢者の方、高齢者を支える家族の方、声をあげられない方、子どもや中高生、事業者や在勤の方、外国人などがあげられた。
- ・方法については、イベントの際にヒアリングや街頭インタビューをする、テーマごとに参加者を募集してワークショップ形式で掘り下げた議論を行う、公民館などの施設にアンケートを置き、訪れた人に記入してもらう、子ども食堂や放課後カフェに出向いて子どもや主催者の方に話を聞く、中高生については意識が高いと思われる生徒会に話を聞く、街頭インタビューで若い人に直接話を聞くなどがあげられた。

Bグループ 6名

- ・市民活動団体は、それぞれの活動分野での知識・経験があり、実行につなげられる人であることから有効だという意見があった。また、普段、積極的に出てこられないため意見が拾いにくいマイノリティの方、働き盛りの若い世代や中高年、子育て世代や子どもなどがターゲットとしてあげられた。
- ・一方、誰に何を聞くかも大事ではあるが、つながりにくい相手にどうやってつながるか、その関係づくりのプロセスこそが市民参加の大事な点ではないか、と視点が出された。
- ・関係づくりに重点をおいた市民参加を一大イベントとして立ち上げ、10,000人が関わる計画づくりなどの目標を掲げて盛り上げる、いくつかの市民参加のプロセスを並べて表現するのではなく、1つにまとめてキャンペーンとしてタイトルを付け、盛り上げていくのはどうか、という意見が出された。

■伊藤会長によるまとめ

いろいろな立場の人たちに対して、アクションを起こしてつながるプロセス自体が市民参加になっている、というのは大事なことだと思う。また、聞いた相手にとって何か学びにつながる、例えば、地域を知る、自分に必要なサポートを知るなどの機会になることが大事。さらに、子どもについては、知る機会だけでなく、具体的な提案をするなど積極的な参加につながる機会をつくるのが重要だ。小学生、中高生、大学生が一緒になって活動するなど、普通の学校とは違うアクションができると良いのではないか。今日のグループワークを聞いて、夢が広がったように思う。