



MIRAI-NA CIRCLE

西東京市若者会議（みらいーなサークル）

「西東京市の意見表明の取組に関する評価」についての報告書

1 西東京市若者会議について

(1) 概要

若者が日ごろ感じていることや、市に求めるもの、市が実施している事業について若者がどう感じているか、市の情報が若者には届きにくいといった若者調査の結果などについて、若者の意見を伺い、若者が市政に参画するための仕組みなどの検討をするために「西東京市若者会議」を令和8年度から実施している。

(2) メンバー

- ① 高校生年代以上 29 歳以下の市内在住・在勤・在学の者・15 人
- ② 元若者ミーティングのメンバー、ファシリテーター4人
- ③ 若手職員・2人

(3) 活動

会議	実施月	内容
第1回	令和8年5月21日（木）	・ 評価検証事業の説明・選択
第2回	6月17日（水）	・ 検証する上での視点の説明 ・ 第1回会議で選択した事業について勉強会
第3回	7月8日（水）	・ 各グループの若者の評価のまとめ ・ 全体の若者の評価のまとめ
第4回	7月15日（水）	・ 発表



2 西東京市子ども・若者ワイワイプラン（令和7年度）の事業評価について

(1) 事業実施にあたり、子ども・若者の意見を取り入れたり反映したか、聞いた意見に対して何らかのフィードバックをしたか

よかったところ	良かった点として、まず、意見を聞く対象や場を工夫し、必要な層から意見を集められていたことが挙げられた。中高生など、事業に関係の深い層を対象にした準備会を設けたことや、事前課題によって参加者が意見を出しやすい環境を整えていたことが評価された。 次に、アンケートを通じて幅広い層から多くの意見を集めていた点も良い点として整理された。意見の数が多いほど、より良い判断につながるという考えが示された。 さらに、意見を聞くだけでなく、参加者同士で意見交換を行い、発表などのアウトプットの機会を設けていたことにより、意見を磨く場が用意されていたことも評価された。
改善するところ	改善点として、若者本人だけでなく、保護者や周辺の関係者など、若者を客観的に見ている人の意見も聞く必要があるとされた。また、意見を聞く対象をより細かく分けることや、会議の場で言えなかったことを、帰宅後に改めて聞く仕組みがあるとよいという意見も出された。 意見を聞く人数については、母数を増やし、より多様な意見を取り入れる必要があるとされた。媒体についても、紙のアンケートだけでなく、デジタルツールやタブレットなど、複数の方法を活用することが望ましいとされた。 フィードバックについては、一方通行になりがちである点が課題として挙げられた。また、複数の施設でフィードバックの機会を設けることや、フィードバック内容を自由研究などに活用できる形にする案も示された。



(2) 子ども・若者に事業を知ってもらうために、広報・周知をどのように行ったか

よかったところ	良かった点として、動画を用いた発信、若者目線で作成されたチラシ、大学生によるチラシ作成、写真の掲載、VR など目を引く言葉の使用、視覚的に見やすい報告書の作成などが挙げられた。これらは、情報を受け取る側の目に入りやすくする工夫であると整理された。
改善するところ	改善点は、市報、動画、学校・チラシ、SNS の4 つに分けて整理された。 市報については、読む人と読まない人が分かれるため、当事者の目に留まりやすい表現が必要であるとされた。例えば、「〇〇へ」といった呼びかけや、保護者向けに「子どもが参加するとどのような良いことがあるか」を伝えることが有効であるとされた。また、市報の表紙は中身を読まない人にも届く可能性があるため、表紙での情報発信を重視すべきであるとされた。 動画については、子どもや若者が YouTube やショート動画をよく見ることを踏まえ、市のアカウントから人気コンテンツを参考にした動画や、クイズ形式の動画を発信する案が示された。また、市長のコメント動画などを通じて、市政をより身近に感じられるようにすることも提案された。さらに、「自分たちの声によって何が改善されたのか」が分かる動画を作ることで、子どもたちが実感を持ちやすくなるとされた。動画から関連サイトへ移動できるように、URL や QR コードを活用することも有効であるとされた。 学校やチラシについては、カラーでも白黒でも見やすいデザインにする必要があるとされた。学校で配布する際には、先生から一言声をかけてもらうことも重要であるとされた。また、子どもと一緒にチラシを作ることや、塗り絵のように子どもが触れたいくなるチラシにする案も出された。 SNS については、周知のきっかけとして重要であるとされた。小学生には使いにくい面がある一方で、中高生が主体となって SNS を運用したり、参加者自身のアカウントから発信したりすることで、友人などに広がりやすくとされた。市の PR 大使を一般の人から募集することや、Instagram、X、TikTok など活用することも提案された。また、市のキャラクターの積極的な活用や、中高生向けにボランティア情報、講座情報などをまとめた専用サイトの整備も有効であるとされた。 全体として、どの媒体でも対象者に合わせた言葉、画像、テーマを使うことが重要であるとまとめられた。子ども向けであればクイズなどを活用し、子どもの目に留まりやすくすることが望ましいとされた。また、子ども本人だけでなく、保護者にもアプローチする必要があると整理された。



(3) この事業を行うことによる子ども・若者への影響をどのように確認したか

良かったところ	良かった点として、意見を聞いて終わりにするのではなく、その後にフィードバックを行っていたことが挙げられた。また、タブレットなど若者に合ったツールを活用していたことにより、確認しやすい方法になっていたとされた。 さらに、数値だけでなく、子どもたちの行動や表情など、数字では見えにくい部分も確認していたことが評価された。加えて、市長から直接手紙が届くことは、子どもたちにとって市長との関わりを実感できる機会になり、参加意欲にもつながるとされた。
改善するところ	改善点としては、ターゲットをより明確に絞る必要があるとされた。具体的な方法として、公共施設など若者が集まる場所に、シールで意見を示せるボードを設置する案が出された。 また、具体的な数字をもっと示す必要があるとされた。事業の実施前後でどのような変化があったのか、また意見を聞くタイミングをどうするのかなど、数値化や比較の工夫が必要であるとされた。 さらに、今後より多くの人に参加してもらうための工夫として、食事イベント、参加のお礼としてのグッズ配布、個人宛てのメール、動画、トークイベントなどが提案された。 最終的には、単に意見をもらうのではなく、意見をもらいやすい土台を作ることが、影響を確認する方法として重要であるとまとめられた。

