

# 市民活動促進委員会シンポジウム(ワークショップ)での意見交換

資料4

平成23年1月18日(火)午後6時～9時

参加者59名(市民活動促進委員会委員11名を含む)

## Aグループ

### 顔の見える関係づくり

- ・市民活動の担い手は地域に埋もれている
- ・出会いの場所はまず歩いて行けるところから
- ・地域の社会課題が見えているのは地域の人

項目	内容
顔の見える関係	市民活動に関心のある全ての人が出会うべき
社会課題	社会課題を協議する場が必要 社会課題の共有が必要
どこで顔の見える関係を作るのか?	歩いていける場所 空き家や商店街の空き店舗 夜も開いている場所 出入りの自由な場所 異業種の人が集まるような場所 一人ぐらしの家を地域のサロンに
どのように出会うのか?	ちょっとしたきっかけや小さな機会が重要 一目ぼれのような(NPO活動との)出会いもある 定期的な会合があると参加しやすい
だれが顔の見える関係を作るのか?	町内会の世話好きな方 その地域で育った若者や他所からやってきた単身者など かつて「子ども会」の世話役だった方
顔の見える関係作りに必要な情報	どんなボランティア活動があるのかわからない 地域(活動)から離れていた人が地域に参加するきっかけとなる情報 相互に情報を発信することが必要(市民活動をしたい人⇔市民活動をして欲しい人) 広報なごやを活用した情報発信できっかけを提供

## B グループ

項 目	内 容
行政に求めるもの	行政職員の理解促進
	行政職員は市民目線で「話を聞く」事が大切
	行政職員の意識改革
	市民への市民活動のPR
	協働の姿勢
	行政の事業決定のシステムを公開すべき
	行政職員のNPO研修
	行政職員のNPO活動への参加
行政との協働	委託でない協働はどうすればよいか
	行政との出会いの場
	「行政との対話の場」をどうやってつくるか
	法人格のないNPOの限界
	行政は「やりたい事業があれば提案してこい」という姿勢
	行政窓口の職員の姿勢に問題あり
	行政はどのように若者を巻き込むべきか
NPOに求められるもの	NPO側にも腹をくくった覚悟が必要
	NPOの活動実体が把握できない NPOからのアピールも必要
	市民活動団体の方も力をつけることが必要
市民参加	意見交換の場づくり
	議論を深める協議の場
	市民目線での対等な関係
	「出会いの場」をつくるには、緩やかな参加しやすい場をつくる必要がある
	NPO活動は市民をどう巻き込むか
	普段から協働できる場が必要
	議論を深めることで、一回で終わらない関係を構築
若者	NPO法人の代表の魅力が若者を引き付ける
	学生が学ぶにはフィールドワークが必要
	若者は学びたいと思っている
	NPOの現場は学びの場

## Cグループ

項 目	内 容
①出会いの場	出会いの場 中学校区ごとに必要 現在のNPOセンターではダメ カフェ的（サロンの）な出会いの場が必要（例：区役所） 行政の縦割りの仕組みが行政とNPOとの間に距離を作っている 市の情報発信が不十分
②地域密着	集合住宅は地域に関心が薄い 地域との関わりが必要 地域の情報が集まる機能が必要 人はいる⇒つなげる努力が必要
③地域資源 空間はたくさんある	遊休施設の活用 空間はたくさんある 生涯学習センターや空家を活用すべき 生涯学習センターは十分に活用されていない 商店街の空家（空き店舗）を活用すべき
④人材育成	NPO法人も次世代後継者の育成が必要（二世代目がいない） 若い人材の育成が必要 就職活動に有利ではないか
⑤ネットワーク、 コーディネート	協働に関する行政の考えを発信すべき 様々な専門家をつなぐことが必要 情報発信の手段がチラシしかない団体もある ネットワークがあっても、そこから成果が生まれないとダメだ コーディネーターのネットワークが必要 コーディネーターのコーディネート 地域組織との連携が必要 学生の地域コーディネーター データ等だけがあっても活用できる人がいなければダメだ コーディネーターの身分保障が必要
⑥持続可能性	市民活動で食えることが必要 就職活動に有利ではないか 学生の地域コーディネーター

## Dグループ

項 目	内 容
名古屋型とは？	○良いイメージ
	芸どころ名古屋、道路が広い、人と人との信頼・心のきずながある、敬老パス、コンパクトな街
	●悪いイメージ ノリがわるい、ケチ、垢抜けない、保守的、石橋をたたいて壊す、村社会
名古屋型の市民活動（促進）とは？	良いところを褒めて伸ばす
	きずなを作る 深める
	楽しいイベントを企画、芸どころの趣味の会、場をつくる、自分自身で動いてみる
行政、公職者との付き合い方	行政が市民活動団体のプログラムや企画を横取りして実施してしまう
	まちづくり活動は行政との協働が必要。実際は困難な場合がある
	縦割り行政への対応により、市民活動団体の活動が広がりにくい
	NPOに対する市職員の理解がない
	市職員は、NPO法人、NPO活動、ボランティア活動の区別ができていない
	縦割り行政の結果、市職員は地域の問題が見えにくい 市職員は数年で人事異動があるため、その都度新しい担当者にNPOの話をしなければならない
行政、公職者との付き合い方 アイデア①	小学校区ごとにつどいの場を持つこと
	前例がないと行動できない市職員に「前例はつくることだ」と発信する
	企画する際の視点は市民目線を重視し、行政は公平性を重視すべきと発信する
	行政の中で問題意識を持てる人と出会うこと。そのような職員と調和して改革すべき
	定期的に話し合える場が必要。サロンのなどところがあると良い
	市職員にはもっと現場を歩いて欲しい
	市職員が人事異動した時は、過去の活動を全部説明すべき 能力のある行政職員を地域に異動させるように公職に要望する
行政、公職者との付き合い方 アイデア②	選挙のマニフェストのNPO項目をチェックし、候補者の発言に耳を傾ける
	地域でデザインしたチェックリストを町に見せる
	市職員と一緒に仕事をすべき。NPOの現場に出向き事務所や現場の空気を知る。受益者の現状を見る。
	強かな市民活動家になる。行政の欠点等を逆取りするような市民が他の市民の不利になるような動きを慎む データを検証して書面に書き出し、国にも市にも海外にも訴える。回答の期限を明記する。
組織作りに関すること	新しい人を共同の輪に溶け込ませるため、雑用を頼める人を確保するため、定期的に繰り返し人に出会う。
	立ち上げ時はよいが数年経つとダメになるNPO法人が多い
	情報を必要としている人に届けられているか考える必要がある
	NPO法人内の内部対立、内部分裂が多い

<b>活動で悩んでいること テーマに関すること</b>	「テーマ」づくりでの悩み 目指すべき社会は「成長社会」なのか「安定社会」なのか
	COP10が終了間際なので環境系おしゃべりサロン、藤前干潟の渡り鳥イベントにどう人を集めるか
	人気を取る、おまけをつける、庶民的な食べ物を用いる
<b>仲間である市民との付き合い 方のアイデア</b>	人口220万の大都市名古屋に行政、民間の協働のネットワークがない
	ツイッターなどの緩いつながりで情報を流す。趣味の会の人と1対1の話す時間を増やす
	素直になる。友達になる。声をかけるクラブ活動。市民活動はサービス業的に接しよう、行動しよう
	自然体で誰とでも会う気持ちが大切。得意なことを知って助けてもらう
	関心度の高いテーマを地域に提案するようにアンケートづくりをする
	関心があるテーマ「例」公園づくりな子供、学校と連携する
	地域につながりのない転勤者、学生、フリーターにも目を向ける（30代の半数は独身、子なし）
	子どものために子どもの笑顔に出会える場を作る 専門力を高め、しかし謙虚な接し方を身につける

## E グループ

・もっと高校生の話を聞いて

項 目	内 容
<b>交流</b>	話を聞く場としての中間協働体
	NPOの異業種交流
	高校生用中間支援 高校生団体と中間支援組織の関わりの場、学生向けの講座を開催
<b>NPOはこうあれ！</b>	信頼性が必要 (行政から助成を受けなくても方法はいくらでもある) 工夫が足りない
	(社会的課題への) チェックの目
	経験者に聞くべき。行政と対等でなければ協働できないのでNPOもレベルアップすべき
	中間支援NPOは、共通の問題意識をもち、常にレベルアップを図り、行政に提言できる存在であるべき
	NPOは業界団体であれ
<b>行政にモノ申す！！</b>	行政の意識改革 NPO理解を NPOをコストダウンに使ってきた
	行政の意見 NPOは注意すべし
	NPOは団体で交渉を！
	NPO＝寄付で働くは× 正当な報酬が必要
	なごや型など 関係なし
<b>企業へのおねがい</b>	寄付してくれる企業はある 冊子あり
	企業はNPOを信頼しきれない
	継続して事業を行うのがNPO
	資金を自ら稼ぐ

## F グループ

項 目	内 容
<b>信用力</b>	行政の役割は情報の信頼性の担保
	行政に対する信用力より地域に対する信用力を
	活動レベルで評価を分けても良いのでは
	団体自身が気付く為のチェックシートも良い
	専門性を高めると信頼性も高くなる
	自分の持っている情報を常に出し続けることが必要
	評価結果だけ見て信用力を決めるのは疑問
<b>評価項目、必要な情報</b>	何のための信用か？ 誰に対しての信用なのか？
	正確な会計報告
	利益団体ではない
	活動の専門性、強みを外に発信することが必要
	ボランティアの必要としているもの
	エンドユーザー
	モットー、理想を持つこと、ミッションを伝えること
<b>方策</b>	情報をまとめて定期的に発行する
	構成員に常に情報開示
	身内の信用を高める
	行政の先を見る、対話力
	第三者による評価を行うと良いのでは？
	地域のキーマンを味方にする
	付き合っている人を知らせる
	地域を一軒ずつ回り顔を知ってもらう
	自分の顔を見せるようにする
	団体へ一度顔を出してもらう
	色々の方のお話を聞く、本を書く、雑誌に顔を出す
	本物人間を見抜く

## Gグループ

項 目	内 容
<b>組織</b>	思い（目標、目的）の明確さ
	信用力とは？ 明確な目標が必要
	活動内容の明確さ、ぶれないこと
	命の大切さの確保、ニーズ設定、的を得た方針
	対象とする市民の方へのニーズの把握
	組織で動いているか
	目的に達するためのCDPAを速やかに、継続性
<b>スタッフ</b>	迅速な対応、仕事ぶりを見てもらう、責任の所在を明確にする
	事業をプレゼンする際の表現力
	メンバーの熱意、情熱
	実際に会って話を聞く
	信用力とは？ 専門性
	躊躇なく実施する
	代表者の人柄（誠実さ） 団体の代表の方の本人アピール
	知識、姿勢（傾聴、受容）
<b>外部</b>	スーパーバイザーの評価
	実行力→実績
	活動実績 結果を出しているかどうか
	・実績を作る・よいものを提供する・安心感を与える・満足感を与える
	利用者からの評価、活動の先進性への評価
	信用できると思う人からの評価を聞く
	・知名度・情報をどれだけ知ることができるか
	地域の方とコミュニケーションを 長く住んでいること
<b>会計報告</b>	情報（ホームページ公開等）
	正しい情報の提供、知識
	実施されることが見えるようにする
	情報公開+PR力
	会計（透明な財務状況）
	お金の使い道、動き

