

協働推進に係る意見等のまとめ

※本資料は、協働推進に向けて行政やUMECOが取り組むべき施策を検討する基礎資料とするため、これまでいただいた意見等をまとめたものです。今後は、まとめた意見等から有効な施策案を検討するとともに、協働事例の研究を行い施策案の精度を高める予定です。

1 協働の推進全般に関すること

協働意欲の促進

- ・寄附について、様々な仕組みがあることを周知し、すそ野を広がると良い。
- ・指定・認定NPO法人への寄附金に税制上のメリットがあることを周知できると良い。

相談窓口

- ・協働の相談について、UMECOを包括的な窓口として周知できると良い。
- ・市町村により市民活動団体の活動状況が異なるため、連携の幅を広げるには、相談窓口において近隣市町村（特に市民活動サポートセンターのないところ）の団体情報も把握できると良い。
- ・気軽に相談できる窓口があると、課題解決につながりやすくなる。
- ・行政から各主体に接触する場を捉えUMECOについて周知するなど、行政内の横の連携も重要である。

マッチング・コーディネーター支援

- ・市民活動団体の紹介冊子やホームページでの団体紹介だけでなく、交流会等できっかけをつくることも重要である。
- ・協働相手を探しやすくするには、周知したい対象を明確にし、ニーズに沿う内容となるよう意識する必要がある。（団体紹介と会員募集の動画は両立が難しい。）
- ・中間支援組織ならではの、専門性の高いマッチングイベントがあると、より多様な主体がつながれる可能性がある。
- ・ホームページの団体紹介を活用する場合は、具体的な協力内容から検索できるようにするなど、さらなる工夫ができると良い。
- ・コーディネーターとしての支援は、伴走支援が求められる。
- ・コーディネーターにはケースごとに柔軟な対応が必要となるが、公平性の確保等のため、ある程度は関わり方を統一しておくことが望ましい。

広報・企画支援

- ・周知面での支援で、SNSへの掲載、メディア（ミニコミ誌なども含む）への情報提供等、様々な手法を提供・提案できると良い。
- ・より公益的な市民活動団体が埋もれないよう、PRを工夫する必要がある。（ボランティアの見本市を開催、動画サイトやミニコミ誌でPR等）
- ・協働の成功事例を周知する際は、特定の広報媒体のみだと伝わらない層が出てくるため市報やミニコミ誌、SNS等の様々な媒体を活用すべきである。

その他の支援、市民活動の促進

- ・市民活動への想いは人それぞれだが、まずは参加の敷居を下げる必要がある。
- ・市民活動団体にとっては特に、知名度・信用度の向上が重要である。
- ・専門性のあるボランティア人材情報を集約できれば、人材を求める側、活動に参加したい人の双方にとってプラスになる。

2 特定の主体間の協働等に関すること

(1) 市民活動団体同士

マッチング・コーディネート支援

- ・身軽な主体同士であり、特にスピード感のある支援が必要である。

(2) 市民活動団体と地域活動団体

相談窓口

- ・他地域の協働事例を収集しておく、相談があった際に対応しやすい。

マッチング・コーディネート支援

- ・UMECOにおいて、地域向けのテーマ（具体的な事業をイメージしやすいもの）で団体交流会を実施するなど、マッチング方法を検討できると良い。
- ・サロンや子育て広場は得意な市民活動団体が多く比較的連携しやすいが、地域振興等は地域ニーズがあっても市民活動団体とつながりにくい。
- ・地域住民が所属しているなど、地域と関わりのある市民活動団体の方が、人間関係や経費（交通費）の面で連携しやすい可能性がある。
- ・地域活動団体は事業を途中でやめることが難しいため、継続して連携できる市民活動団体が相手として特に望ましい。
- ・地域活動団体との協働に最初につまずくと再挑戦の敷居が大変高くなるため、コーディネートには入念な準備が必要である。（反面、成功すればリピーターを得やすい。）

広報・企画支援

- ・行政等からの回覧物が多岐にわたる中で情報を受け取ってもらうためには周知方法を特に工夫する必要があり、ガイドラインであれば特に見やすいデザインや、概要版等が必要である。
- ・特に地域活動団体側で若者の参画が少なく、参加者数を増やす手法、参加者から将来的に運営側に回ってもらう手法など、ノウハウの需要がある。

その他の支援、市民活動の促進

- ・地域の期待に応えられる市民活動団体を育成する、という視点も必要である。

(3) 市民活動団体と事業者

協働意欲の促進

- ・事業者側に協働や社会貢献活動のメリットを、事例も踏まえて周知することが大変重要である。
- ・コミュニティビジネスについて、事例を交えて紹介できると良い。

マッチング・コーディネート支援

- ・業種ごとに連携のしやすさが異なると考えられ、より幅広いパターンの事例収集が必要である。
- ・事業者と市民活動団体の連携に特化した説明会兼交流会を実施できると良い。交流会については、ビジネスマッチングのような形で、具体性のあるテーマ設定を設定するとともに、単なる情報交換で終わらないように対面で実施することが望ましい。
- ・協働や社会貢献活動に前向きな事業者をリストアップし、マッチングの際にいつでも声掛けできるようにしておくが良い。

広報・企画支援

- ・商工会議所や信用金庫など、多くの事業者が関わる組織に周知面等で協力を依頼できると良い。
- ・多くの事業者は地域のつながりを重視するため、回覧やミニコミ誌等、地域への周知と合わせたPRも有効な可能性がある。

(4) 市民活動団体と行政

協働意欲の促進

- ・行政では、事業の企画段階、予算編成、振り返りなど様々なタイミングにおいて、事例を踏まえて検討することが多い。
- ・協働に対する意欲向上を狙い、各事例紹介では役割分担や相乗効果に言及すべき。
- ・協働の意義を行政職員が理解していなければならず、定期的な啓発が必要である。

マッチング・コーディネート支援

- ・スムーズな調整のため、コーディネーターには、行政側の各所管の事務の範囲と、市民活動団体側の内情のいずれも理解していることが求められる。
- ・行政所管の課題意識に合致していて、かつ具体的な事業化に至っていない領域について市民活動団体から提案できると、マッチングが成立しやすい。
- ・提案型協働事業での役割分担について、お互いのため曖昧な取り決めは避けるべき。

その他の支援、市民活動の促進

- ・提案型協働事業を担える市民活動団体、行政職員を育成するため、従来の市民活動応援補助金と提案型協働事業の中間的な位置付けの支援制度があると良い。

(5) 複数主体

相談窓口

- ・活動に関わりたい人が、UMECOに相談すればコーディネーター支援を受けられる体制があると良い。

マッチング・コーディネーター支援

- ・交流会等を実施する際は、各参加者にあらかじめ趣旨を理解してもらうこと、各参加者が積極的に連携を成立させようとする事、コーディネーターが参加者の特性を理解し具体的な連携のイメージを持つことが重要である。
- ・多数の主体が協働するにあたっては特に、日頃から協力できる関係性を構築するよう心掛ける必要がある。
- ・関係主体それぞれが自らの強みを理解し、積極的に協力できると相乗効果が増す。
- ・各主体の提供できることが、あらかじめ明確になっていると良い。
- ・人脈や口コミによるネットワークは有効であるが、更なる広がりにはコーディネーターが必要である。

(6) 若者等の参加

マッチング・コーディネーター支援

- ・若者等が何に興味を持っているのサーチするとともに、細やかなコミュニケーションを継続して行えると良い。
- ・学生等を取り込むには、定期的に出前講座を行うなど、学校単位で関係性を継続できると良い。
- ・活動に参加する意義、できることは人それぞれであり、状況に応じて無理なく関わられるような配慮が必要である。

広報・企画支援

- ・活動に参加するきっかけがターゲットに届くよう、ターゲットの具体的な想定、それに合った発信方法の工夫が必要である。
- ・目的や想いを発信することで活動に共感し関わりたいと思わせるきっかけをつくるとともに、ボランティアを呼びかけて実際に参加できる機会を設けるなど、メンバーのすそ野を広げる工夫が必要である。
- ・イベントは、ターゲットが参加しやすい日程で、参加者にメリットのある内容になるよう意識すべき。
- ・会員募集、イベント集客等の様々な場面において、参加のメリットを伝えることが重要である。
- ・学生、若手社員、子育て世代など、若者の中でもニーズは様々であるので、ターゲットに応じたアプローチを工夫する必要がある。