4.1. 知る

目　標　－自分のまちで、誰がどんな活動をしているのか知っている人が増えている

『出会い、つながり』を目指すために、まずは誰が、どのような活動に取り組んでいるのか「知る」必要があります。そのために、情報を提供する側は、誰を対象にどのような情報を届けたいのかを明確にしていきます。情報を受け取る側は、改善点を提案し、より良い情報提供の方法を探っていきます。また、これまでまちづくりに関心のなかった方に対しても、興味をもってもらえるような情報伝達の工夫を行います。

イラスト

（2）場づくり

●「市民の声」の継続、「まちづくりプラットフォーム キャラバン」の開催	
現状	市政情報の共有、市民の市政への参加・参画促進を目的として、市民と行政の身近な場所で情報提供・共有を行う「出前講座」や、広報での「市民の声」などで市民が意見や提案を行いやすい工夫をしてきました。
取組	概ね小学校区ごとに、町内会・自治会、市民、市民活動団体、行政等の多様な主体が集う場を設け、地域課題を双方向に共有し、ざっくばらんに意見交換する場を設けます。
役割分担	

参考となる事例

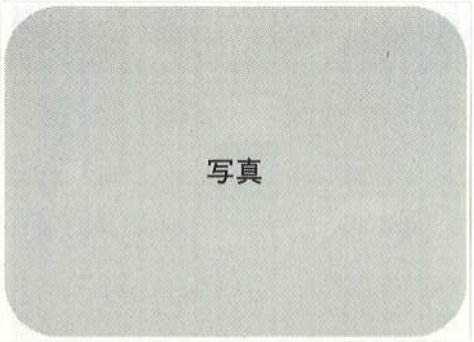
●地域円卓会議

地域の多様な主体が、お互いの力や課題を共有しながら協働による課題解決策を検討する会議手法です。

「参加者の顔がお互いに見えるよう机を円形に配置」「ざっくばらんに意見が出せるよう 20 名以下の登壇者で意見交換」などに工夫し会議を進めます。

（公財）みらいファンド沖縄では、出席者の間で課題を共有することに重点を置き、『新しくまちに来た住民にどうやって行政情報を届けるのか？』などの具体的な議題で会議を行っています。

島根県雲南市では、行政と地域自主組織に共通した「防災」「福祉」「生涯学習/社会教育」などの分野・部門から毎回テーマを定め、関係者が一堂に会して開催しています。



取り組み内容

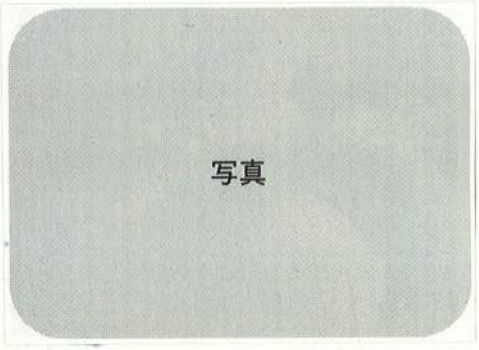
(1) 人づくり

●市民意識を高めるためのプロジェクト	
現状	市民協働のまちづくりについての市民の共通理解をはかることを目的に、平成 23 年度からは「市民協働のまちづくりフォーラム」を開催してきました。一方、長期総合計画の市民アンケートでは、市民協働の認知度が非常に低い結果となっており、まちづくり活動への興味・関心が低い人に対するアプローチが必要です。
	これまで市民活動・協働事業に興味のなかった層が、まちづくり活動へ関心を持つきっかけとなるプロジェクトを実施します。
役割分担	

参考となる事例

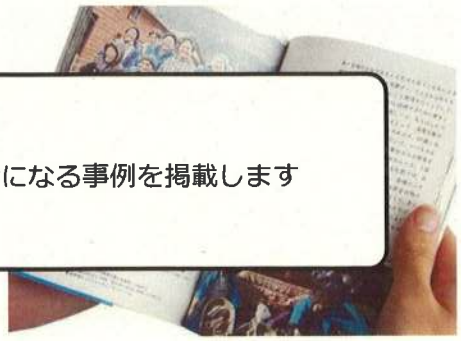
●イザ！カエルキャラバン！

「消火する」「救護する」「救出する」などの防災の知恵や技術を楽しく身に着ける「防災ワークショップ」のイベント。阪神・淡路大震災の教訓と知恵を次世代へ活かすべく、防災訓練に「体験する楽しさ」を加え、子供たちの参加を通じて家族で防災意識を高める内容になっています。



●福井人

「地域に住む人」「地域で活動する人」を観光資源と見立て
に 39
制作
が参加
ラウドファンディング[2]により集められました。



全国の先進事例と合わせて、三原市での参考になる事例を掲載します

2 クラウドファンディング…「想い」や「志」を持った人や団体の活動資金を、インターネット等を通じて寄付を募り、実現を目指す手法です。大衆(crowd)と財政的支援(funding)を組み合わせた造語であり、日本では「FAAVO」「READYFOR?」「CAMPFIRE」などの web サービスがある。

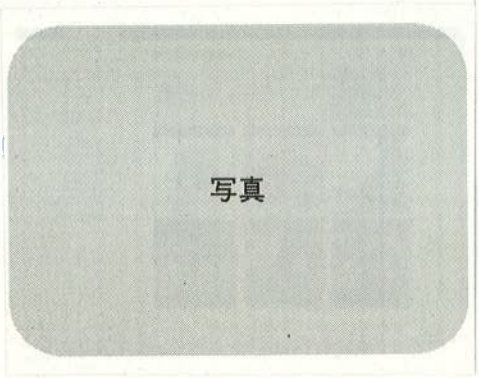
（3）仕組みづくり

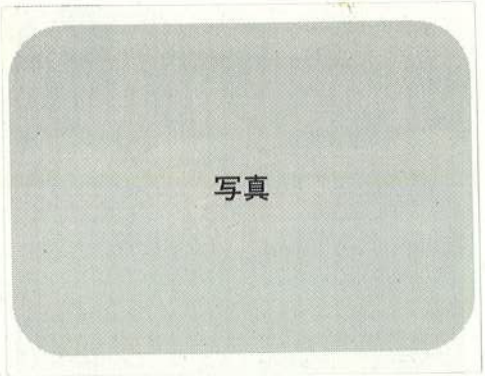
●市民協働ホームページの充実、広報紙，ケーブルテレビ等の活用	
現状	協働の担い手となる団体等の活動情報、市のまちづくりや協働事業の情報などを集約し共有できる「みはら市民協働サイト つなごうネット」を整備しました。アンケート調査では、市民活動団体に比べ住民組織からの満足度が低い結果となっています。 また、市民協働に関する様々な情報をできるだけ多くの市民に提供するため、「広報みはら」を活用した広報を行っています。
取組	「つなごうネット」を市民協働の総合的な情報ネットワークとして位置づけ、使用者ニーズに沿った改善、活用方法の検討を行います。 また、できるだけ多くの市民に市民協働のまちづくりに関する情報を提供できるよう、広報紙、ケーブルテレビ等の活用も引き続き行います。
役割分担	

参考となる事例

●デンマーク電子政府のホームページ

デンマークの電子政府のホームページは、政府が「見せたい」情報よりも、市民が「見たい」情報にアクセスしやすいつくりになっています。「住宅」「社会保険」「子育て」など、人気のページが上部にまとめられ、意見投稿ページへのリンクも大きく表示されています。「マイページ」も作れ、気になる情報を取得しやすいつくりになっています。



●インクルーシブデザイン

インクルーシブデザインとは、高齢者、障がい者、外国人など、これまでの製品やサービスの対象から無自覚に排除されてきた個人を、設計や開発の初期段階から積極的に巻込み、対話や観察から得た気づきをもとに、一般的にも使いやすく魅力的なものを生み出すデザイン手法です。「観察」「問題提起」「創造」「プロトタイプ」の過程を経て検証していきます。