

# 第4章

---

## 先進事例調査

## 先進事例調査から得られた共通するポイント

### (1) 自治体として重要な考え方・スタンス

- 若者の思いを起点とし、自治体が結論を先取りしない姿勢
  - ・自治体が事前に落としどころや正解を設定せず、若者の思いや発意を尊重する姿勢が重視されている。
- 否定しない、失敗を許容する安全な場の設計
  - ・いずれの事例においても、若者が安心して発言、挑戦できる環境づくりが重視されている。「否定しない」「失敗しても伴走する」「結果が出なくても過程を大切にする」といった考え方は、若者の主体性を引き出すためのポイントとなっている。
- 自治体は主役にならず、後方支援に徹する
  - ・自治体の役割として、若者を主役とし、制度面・調整面・信頼性の担保といった自治体の強みとなる部分を担うことが位置付けられている（公共施設の使用許可、庁内調整、地域や事業者との橋渡し等）。
- 若者の実情も踏まえた関わり方の許容
  - ・若者は学業やアルバイト、仕事等で多忙であり、ライフスタイルの変化も大きいため、継続的な関与が難しい場合も多い。そのため、継続的な関わりを前提とせず、過度な期待や責任を押しつけない姿勢が重要。

### (2) 若者のまちづくり参画を促すポイント

- パートナーとしての位置づけ
  - ・若者を、使う対象ではなく、ともに学び、つくりあげる存在として位置づけられている点が共通している。
- 入り口のハードルを下げる工夫
  - ・多くの事例では、「最初からまちづくりを担う意識」を求めるのではなく、「面白そう」「楽しそう」「やってみたい」といった軽い動機を肯定している。
- 形や成果が見える設計
  - ・若者の参画意欲を高める大きな要素として、自分たちのアイデアが実際に何らかの形になることが挙げられる。提案が事業化される、商品開発やイベント実施につながるといった経験は、若者にとって強い動機付けとなっている。
- メンター・支援者の存在
  - ・職員、地域住民、活動OB・OGなど、若者を支える立場の存在が、活動の質と安心感を高めている。これにより、若者は孤立せず、困難に直面した際も相談しながら前に進むことができる。

### ○若者に合ったコミュニケーション手法

- ・ SNS や LINE 等、若者が日常的に使うツールを活用した連絡・情報共有が、参画の継続に寄与している。また、参画によって得られる経験やメリット（学びや実績、ネットワーク等）を分かりやすく伝える工夫も重要である。

## (3) 取組の継続性を担保する工夫

### ○制度・計画への位置づけ

- ・ 条例や総合計画・総合戦略への位置づけにより、首長や担当者が変わっても継続しやすい仕組みが整えられている事例もある。

### ○運営主体の柔軟な移行

- ・ 自治体主導で始まった取組であっても、民間との連携や、民間への運営主体の移行等により、継続につながっている事例がみられる。

### ○世代循環を意識した設計

- ・ 高校生や大学生、社会人、OB・OG といった段階的な関わり方を用意することで、進学・就職による離脱を前提としつつ、関係が途切れない仕組みとなっている事例もある。

## (4) 事業における成果の考え方

### ○成果を多層的に捉える視点

- ・ 先進事例の多くは、成果を提案数や事業実施数といった短期的・定量的なものに限定せず、以下のようなものも成果として捉えている。
  - ◇若者のアイデアが実装・事業化されたこと
  - ◇若者自身の成長（自信、コミュニケーション力、企画力等）
  - ◇若者との継続的な関係性やネットワークの形成
  - ◇自治体職員や庁内組織の意識変化・学習効果
  - ◇地域側の受容や応援の機運の醸成 等

### ○成果を追いすぎないという選択

- ・ 一部事例では、短期的・分かりやすい成果を過度に求めないこと自体が、結果として参加の質や継続性を高めている。「楽しい」「関わり続けられる」ことを優先し、その先に地域貢献や人材育成の成果が現れるという考え方が重視されている。

## (5) 若者の声から見える共通的な示唆

- ・ 若者インタビューからは、以下のような共通した認識が読み取れる。
  - ◇紹介や口コミなど、身近なきっかけで参加している
  - ◇自分たちの考えが形になることにやりがいを感じている
  - ◇多様な人と出会い、視野が広がるのが魅力となっている
  - ◇合意形成や具体化の難しさ、結果が出ないときの辛さも経験している
  - ◇参画を通じて、自分の成長や地域への見方の変化を実感している 等

## 4.1 先進事例の考え方

若者のまちづくり参画を進めていく上で、参考となる先進事例について、既存情報等から候補を抽出し、重視する視点に基づき、調査対象とする事例を選定した。

選定にあたり、重視した視点は以下のとおりである。

図表 4-1 選定時の「重視する視点」

＜重視する視点＞

- 取組熟度の高さ（一定のプロセスを経ている）
- 若者の主体性がある
- 自治体・地域の主体的な関わりがある
- 多様な主体が連携している
- 他地域への横展開が可能な要素が多い 等

## 4.2 先進事例の概要

選定した事例は以下のとおりである。また、可能な範囲で、活動に参加している若者へのインタビューを実施した。

図表 4-2 調査を行った先進事例（実施順）

取組名	対象地域	概要
①タテシナソン	長野県 立科町	<ul style="list-style-type: none"> <li>参加者を4つのチームに分け、立科町内企業の課題解決に向けた提案を目的として、28時間の中で情報収集や分析を行い、解決策の検討・提案に挑むプロジェクト。各グループには、さまざまな情報提供や活動サポートを担うガイド役（町民）と、アドバイザー役となるメンターが配置される。</li> <li>参加者は、地域のさまざまな方にヒアリングしたり、地域のコンテンツを体験したり、見聞きしたり、食べたり、五感で立科町を体感しながら、課題解決に向けた事業提案を目指す。</li> <li>最終プレゼンは、メンターやガイド役、対象企業、地域住民、役場職員等、40名程度が傍聴する中で行われる。大賞に選ばれた提案は、地元企業が事業化や商品化に向けて動き出す。</li> </ul> <p>※取組自体は2017（平成29）年から2024（令和6）年において計6回開催（コロナ禍で2年間中止）し、現在終了している。</p>
②若者議会	愛知県 新城市	<ul style="list-style-type: none"> <li>2014（平成26）年、当時の市長から市民自治会議（自治基本条例の推進委員会）に対し、若者政策について諮問。市民自治会議の下部組織として、若者政策ワーキング（WG）を設置。2015（平成27）年、WGでの検討を受け、新城市若者条例及び新城市若者議会条例を制定。</li> <li>この条例に基づき、市長の附属機関として「若者議会」を設置。</li> <li>公募によって委員として集まった若者達が、予算提案権1,000万円（上限）の中で予算の使い途を自ら考え、政策立案し、市長答申を行う。2023（令和5年）までに延べ約300名が参加。</li> </ul>
③多摩市若者会議	東京都 多摩市	<ul style="list-style-type: none"> <li>2017（平成29）年度に多摩市の事業として始まった取組。特徴は、参加者を市民に限定していない点と、提案者である若者が自らプロジェクトを企画・立案し、実践していく点にある。</li> <li>2年目に、若者の拠点となる「MichiCafe」（飲食営業も可能な活動交流拠点）のアイデアを実現するにあたり、クラウドファンディングによる資金調達に成功。地域の工務店の指導のもと、DIYを中心に内装を完成させ、3年目となる2019（令和元）年春にオープンした。</li> <li>4年目には、社会人メンバーの有志と顧問の計7名で「合同会社 MichiLab」を設立し、多摩市から「多摩市若者会議」の事業を受託・運営するという体制へ移行した。コロナ禍においては、飲食店営業がままならない中、若者会議以外の事業にも取り組み、受託事業を通じて若者の活躍の場を広げながら、多摩市との協力関係を継続・発展させている。</li> </ul>

取組名	対象地域	概要
④つばめ若者会議	新潟県 燕市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若者たちが、自分たちの理想とする燕市を実現するために活動する「若者のまちづくりの場」。市政に対して要望や事業。提案を行うのではなく、若者が自主的かつ主体的に活動している点が特徴。</li> <li>・2013（平成25）年、ワークショップを積み重ね、20年後の燕市はどんなまちを目指すべきかを記した「つばめの幸福論2013<sup>20</sup>」を策定。また、2016（平成28）年、10代から20代の参加を目的に、若者がまちに感じて感じたことを楽しみながら企画し実行するプロジェクト「燕（エン）ジョイ活動部」をスタート。</li> <li>・2020（令和2）年には、まちにあるものや場所を使い、まちの人と一緒にあそぶ「まちあそび」を行う「燕市役所まちあそび部」を始動。この取組は、総務省主催の「令和4年度ふるさとづくり大賞」において、「地方自治体表彰（総務大臣表彰）」を受賞した。</li> </ul>
⑤Z世代課の取組	福岡県 北九州市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市長の「日本一若者を応援するまちを目指す」という方針のもと、2024（令和6）年4月に全国初となる「Z世代課」を新設した。平均年齢28.3歳の若手職員を中心に、柔軟でスピーディな発想を自治体運営に取り入れ、Z世代の価値観をまちづくりへ反映することを目的としている。</li> <li>・主な事業は、既成概念にとらわれない発想を募る「Z世代はみ出せコンテスト」や、チームでアイデアの立案と実装を行う「次世代創造プログラム」、市政参画の場を提供する「Z世代課パートナーズ制度」などである。これらの事業では、民間事業者と協働し、参加者の伴走支援を行う点に特徴がある。</li> <li>・取組を通じて、庁内では若者の意見に耳を傾ける姿勢が広がり、地域社会でも若者の挑戦を受け止める機運が醸成されている。自治体と若者が相互に学び合い、変化に対応する新たな市政運営モデルを試行する取組といえる。</li> </ul>

20 <https://www.city.tsubame.niigata.jp/material/files/group/6/100558572.pdf>（2025（令和7）年1月20日確認）

## 4.3 先進事例の調査結果

### 1. タデシナソン（長野県立科町）※取組は現在終了している

人口規模	6,554人（2025.12.1時点）	開始年度	2017年度
募集対象	高校生、大学生、大学院生等	担当課	企画課

#### 都心からの若者参画と地元産業の活性化の両立を目指す28時間のチャレンジ



出典：立科町資料

#### (1) 取組の背景

##### ○若者の減少と産業の衰退

- ・立科町では、若者流出と地域経済の停滞という二重の課題が深刻化していた。人口7,000人規模で毎年40人の若者が減少する状況は、地域文化や担い手の喪失につながる上、町への誇りや帰属意識が育たないまま若者が町を離れることに懸念があった。
- ・また、雇用者所得の低迷や生産付加価値額の全国1,400位台での停滞（RESAS「地域経済循環分析」からの引用）は、地域の「働いて稼ぐ」機能の弱さと価値創出の不足を示しており、持続性の脆弱さが浮き彫りとなっていた。

##### ○稼げる地域づくりが必要

- ・取組を開始した2017年度当時、多くの自治体が地方創生推進交付金を活用して移住促進プロモーションに力を入れていた。一方、立科町では、まず「地域が稼ぐ力」を高め、雇用を生み出すことが重要と認識していたことから、若手事業者が活躍できる環境づくりを重視し、その実現のための手段として、学生の発想力・行動力と地域事業者の実際の経営課題を組み合わせた結果、28時間で解決策を提案するアイデアソンの構想が生まれた。

##### ○アイデアの実装が前提

- ・事業の大きな特徴として、若者から提案されたアイデアの実現を前提としたアイデアソンとして設計された点にある。実装が前提であることが、参加する若者の意欲を高

める魅力となり、地元事業者も実現可能性を踏まえて、積極的に参画する枠組みが形成された。

## (2) 取組の内容

### ○取組の目的と基本的な考え方

- ・取組の最大の目的は、地域事業者の「稼ぐ力」を高め、雇用創出につなげることである。同時に、町外へ出ていく若者に地域の魅力を実感してもらい、誇りやUターン動機の醸成を図ることを重視した。タテシナソンでは、①提案の実装を前提とすること、②事業者のリアルな経営課題を扱うこと、③学生が理解し価値化できる抽象度で課題を設定することを重要な基軸としている。

### ○プログラム設計

- ・日帰りだと関係づくりや提案までの流れが不十分であることから、宿泊型の28時間プログラムとした。初日は説明・自己紹介・アイスブレイクの後、すぐにチームワークへ入り、翌日に公開プレゼンを行う流れとした。



タテシナソンの流れ (出典：立科町資料)

### ○チーム支援体制 (住民ガイド・メンター)

- ・各チームには地域住民や協力隊による住民ガイドを配置し、移動支援や地域の情報提供を行う仕組みを整備した。また、創業支援や産業振興に関わる専門家や実業家3名をメンターとして配置し、若者に寄り添った助言を行える体制とした。

### ○運営面の工夫

- ・事業者ヒアリングカードやメンターカード (各15分×2枚・30分×2枚) を配布し、戦略的に相談先を選べる仕組みとしたことによって、ゲーム性と提案の質向上を両立した。場づくりについては、柔らかいデザインを使用したり、星空観察など非日常体験ができる工夫をした。また、特定の年度ではプロフェッショナルチーム (企業に所属し、業務として企画立案や広報、事業化支援、地域振興などに関わっているもので構成されたチーム) も参加し、事業者には高度な提案を、学生にはプロの思考やアウトプットを体験できる機会を提供した。
- ・2年目以降は民間委託によって、集客・デザイン・進捗管理・調整の品質が向上し、町の負担軽減が実現した。

○集客の工夫

- ・初年度は実績も素材もなかったため、大学への営業訪問や知人などのネットワークを総動員し、15名の参加者を確保した。3年目以降は、プロモーション動画の公開によって応募が大幅に増加し、YouTube チャンネルも開設した。情報発信も Facebook から Instagram・TikTok へ移行し、若者に刺さる表現を採用した。チラシに「就活の話のネタはこれでできた！」など、参加者側のインセンティブを明確に示す工夫を行った。

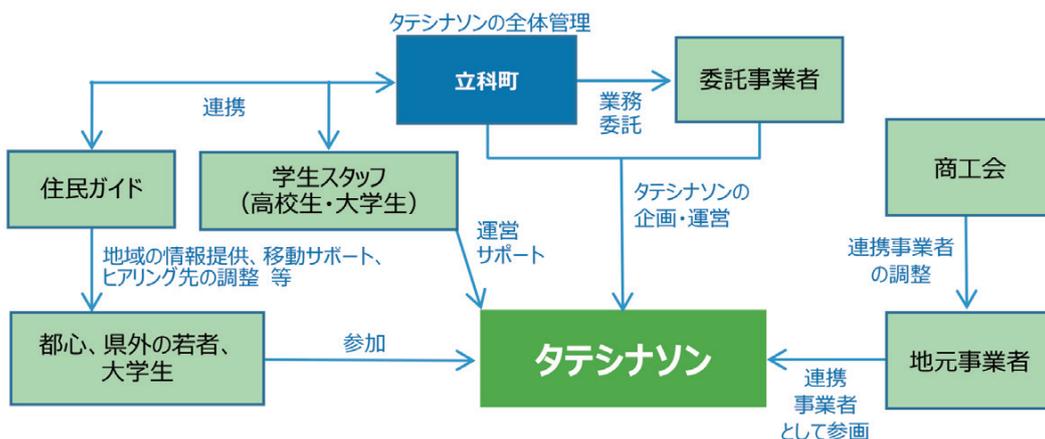
○事前レクチャーの導入

- ・3年目からは、本番の2～3週間前にオンラインで「プレタテシナソン」を実施し、顔合わせや現地情報の共有を行った。これによって、当日の活動密度が高まり、直前の辞退の抑制や参加者理解に基づくケアの向上につながった。



周知チラシ（出典：立科町資料）

(3) 連携体制



- ・立科町を中心に、商工会や地元事業者、委託事業者、住民ガイド、大学生・高校生を含むボランティア、メンターなど、多様な主体による連携体制で構成されている。
- ・立科町は、企画設計や統括、広報、公用車や会場の手配、当日の運営を担うとともに、取組後には事業者への進捗ヒアリング等を行い、実現性の確認と支援を行った。
- ・小規模自治体である強みを活かし、決裁は担当者から課長、課長から副町長・町長まで迅速に完結する体制が整っている。

- ・商工会と連携し、課題発掘や事業者調整のハブ的な役割を担ってもらった。形式上は、商工会の会員を対象に参加を募集して公平性を担保しつつ、応募があった事業者については事前調整の上、最終的に学生が提案しやすく、実装に至りやすいものを選定した。
- ・地元の高校生や県内の大学生は、運営ボランティアとして参画している。特に、長野県蓼科高等学校は、探究学習<sup>21</sup>の一環として参画しており、ボランティア証明書が発行される仕組みとなっている。

#### (4) 参画している若者

##### ○参加者の属性・動機

- ・参加者は都心や県外の大学生が中心で、高校生も対象としている。参加動機はおおむね、①経済・経営分野の学習者が実践的経験を求めるケース、②地方創生や地域づくりに関心を持つ学生が事業化を学ぶケース、③自分の将来に不安を抱き自己変革を求める「自分探し型」に分類される。また、医学生が専門領域外の実践機会を求めて参加する例もみられる。

##### ○若者との関わり方

- ・若者との関係構築では、参加者ごとの温度感の違いに寄り添うことを重視している。「プレタテシナソン」を通じて事前に人となり把握し、状況に応じ学生スタッフを配置してフォローすることで、チームのリズムを維持している。会場の雰囲気づくりや星空観察、夜の雑談など、堅苦しさを取り除き、発想が生まれやすい“余白”のある環境づくりを行っている。また、良いアイデアは自身の体験から生まれやすいことから、取組冒頭の挨拶で「自分の内側を掘り起こす」よう話し、これまでの体験やこだわり、感性等を早い段階でオープンにしてもらうことを促している。

##### ○若者への期待

- ・若者の柔軟な思考によって、実現可能性の高い新しいアイデアが生まれることを最も期待している。長期的には、参加者が将来の就職先と立科町をつなぐキーマンになってほしいと考えている。累計参加者は100名を超えており、過去の参加者同士が都内のイベントで偶然再会する事例も見られるなど、緩やかなネットワークを形成されつつある。

#### (5) 成果・課題

##### 【成果】

##### ○多様な主体の参画促進によって質の向上と負担軽減の両立へ

- ・イメージ動画の公開以降、応募者数が倍増し、有名大学からの参加も定着した。運営面では、民間委託による実施や、「プレタテシナソン」を通じた学生との関係構築、住民ガイドの配置、カードを用いた戦略性・ゲーム性の付与、学生ボランティアの導入などを進めた。これによって、事業の質向上と自治体職員の負担軽減の両立が図られた。

21 高等学校の必修科目である「総合的な探究の時間」のこと。実社会や実生活の中から問いを見いだし、自分で課題を立て、情報を集め、整理・分析して、まとめ・表現する学習活動。

### ○アイデアが具体的な事業として実現

- ・学生が提案したアイデアは、参加事業者の新たな取組や商品開発、新規事業化へ具体的に結びついている。例えば、焼き肉店ではオリジナルソースの開発・販売やオンラインストア開設に発展した。また、酪農事業者では新商品の開発やパッケージデザインの刷新が売り上げ向上につながるなど、実装を伴う成果が現れている。

### ○他地域への波及

- ・タテシナソンのパッケージは、他地域へと波及しており、長野県内の松川村や、北海道の鹿追町や当別町等での展開が始まっている。



新商品の飲むヨーグルトとラスク  
(出典：立科町資料)

### 【課題】

- ・初年度は、タテシナソンの概念や内容を示す素材が不足していたため、参加者募集に苦戦した。また、事業化に向けた伴走支援の知見や体制が自治体内に十分なく、創業支援機能の弱さから地元事業者任せとなり、事業化が進みにくい状況が生じた。金融機関と連携した支援も試みたが、効果は限定的であった。
- ・また、若者は進学・就職などライフステージの変化が大きく、長期的な関与を維持することが難しいという課題もあった。

## 2. 若者議会（愛知県新城市）

人口規模	41,682人（2025.12.1時点）	開始年度	2015年度
募集対象	16～29歳（メンター市民は16～39歳）	担当課	市民協働部 市民自治推進課

### 予算提案権を持ち予算の使い途を若者自らが考え政策立案



出典：新城市若者議会公式ウェブサイト

#### (1) 取組の背景

##### ○ニューキャッスル・アライアンスでの悔しい思い

・きっかけは、1998年（平成10）に始まった「ニューキャッスル・アライアンス<sup>22</sup>」という、世界中の「新城」と同じ名を持つまちへ呼びかけ、首長が集まる会議である。イギリスで2012（平成24）年に行われた際、新城市の若者も参加した。しかし、世界の若者たちと議論する中で、話し合いにうまく参加できなかったという悔しい思いが残り、「自分たちでもそういう場を作りたい」という機運が生まれた。また、当時、「若者が活躍するまち」を大切にしていた市長がその機運に共感し、担当職員も熱い思いをもってたたため、2015年に「若者議会」の創設に至った。

#### (2) 取組の内容

##### ○若者議会の流れ、検討方法等

- ・3月の委員募集で委員が決まり、準備会（4月）、所信表明（5月）、検討（6・7月）、中間報告（8月）、検討（9・10月）、市長への答申（11月）という流れになっている。
- ・運営は市民自治推進課が直営で行っている。体制は、主担当2名と副担当1名であり、課長と係長が全体会へ出席



若者議会の流れ（出典：新城市若者議会パンフレット）

<https://www.city.shinshiro.lg.jp/kanko/kokusai/newcastles/index.html>（2026年1月20日確認）

している。全体会は年12回、テーマごとの委員会は年間20回前後（多い年は月3～5回、週1回以上のペース）で行われている。

- ・会議は19時開始で、会議ごとに3,000円／人の報酬（謝礼）と交通費が支給される。宿題が出されることもあるが、基本的に検討は会議の中で完結されている。
- ・テーマの検討内容によっては、市内イベントでのブース出展や来場者へのアンケート等を実施することもある（例：レンタサイクルを提案した際のニーズ調査）。



話し合いの様子（出典：新城市より提供）



市長答申の様子（出典：新城市より提供）

#### ○グループ支援体制（メンターの配置）

- ・若者を支える立場として、数名のメンター職員（20～30代）、10名程度のメンター市民（多くがOB・OGで16～39歳）が関わり、情報提供や実現に向けた助言等を行っている。加えて、市外の視点として、5名程度の市外委員（大学生が多い）も参画し、提案内容の磨き上げをサポートしている。
- ・若者議会での検討が困難な状況になった場合には、メンターだけの会議を開き、助言の方向性等を整理している。

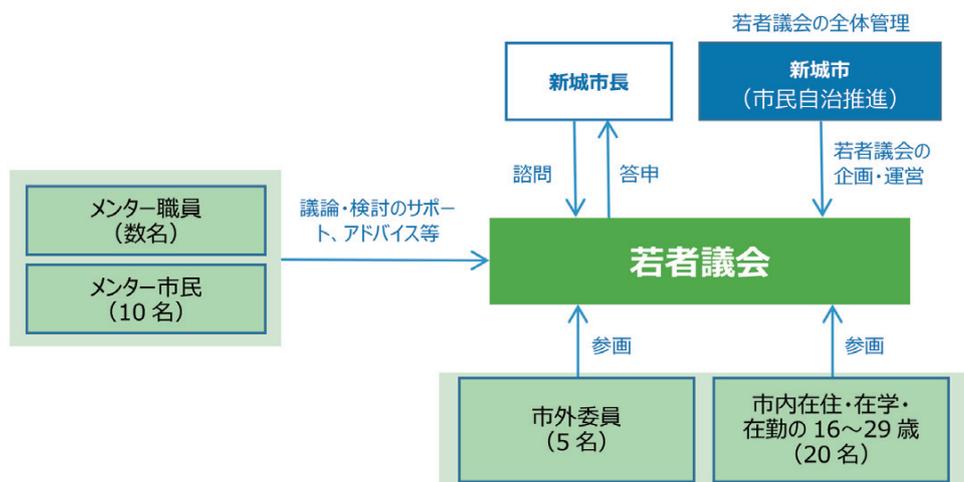
#### ○運営上の留意点

- ・提案をまとめていくプロセスにおいて、「自治体が落としどころを最初から持たない」、「若者の思いを大切にしながら提案内容をまとめていく」ことを大切にしている。検討を始めた初期段階は、非現実的な案も多く出されるが、事務局側が若者の考えと実現可能性のバランスを見ながら、具体的な形へ落とし込んでいく。
- ・検討は基本的に若者に委ねられている。自由で活発な議論となるように、お茶菓子を食べながら話し合うといった工夫も行っている。
- ・あまり発言しない若者には、発言を促す、個別にフォローする等の対応を行っている。

#### ○継続性の担保

- ・「若者議会」は、まちづくりに関する基本的な理念及び市民・議会・自治体の責務や役割を記した新城市自治基本条例を背景に「新城市若者議会条例」が制定されたことで、継続性が担保された。一方で、条例に基づく厳格な執行が求められるため、取組における柔軟性は制約を受けてしまう側面も生じている。

### (3) 連携体制



- ・委員は、条例に基づく非常勤特別職という位置づけで、定員20名である。委員の条件は、市内在住・在学・在勤で、年齢はおおむね16～29歳としている。
- ・市外委員（要綱による位置づけ）は、市外の視点を取り入れることと、大学進学等で市外に出た若者が関わり続けられるようにすることを目的に設定されており、役割は委員と同様である。定員5名であり、現在は大学生の参加が多い。
- ・メンター市民（要綱による位置づけ）は定員10名であり、市民又は若者議会の経験者としている。現在は「若者議会」のOB・OGで構成され、年齢は16～39歳である。
- ・メンター職員は若手を中心であり、庁内公募によって参画している。定員は特に設けておらず、毎年数名が参画している。

#### ○事務局（自治体）の役割

- ・事務局（市民自治推進課）は、会議日程の調整や記録、論点整理、PR・取材対応、委員との個別連絡（LINEグループの運用を含む）、温度差のある委員への個別フォロー、トラブルの未然防止・収拾等を担う。
- ・最初のチーム編成の際には、ファシリテートを担えそうな人材（経験者等）が各チームに配置されるように留意しながら決めている。
- ・若者議会で扱うテーマは、委員が出し合った中からいくつかに絞り込み、その中から原則第一希望のテーマに参加してもらう。

### (4) 参画している若者

#### ○参加する若者の属性、特徴

- ・委員は、市内の高校に通う高校生が多く、大学生や専門学校の生徒等も混在する。参加動機は「自分を成長させたい」、「新城市のために何かやってみたい」というものが多い。

#### ○若者との関わり方

- ・親密さを醸成するため、あだ名で呼び合うといった工夫がされている。また、会議の前後で雑談をするなど、会議外の時間でも距離を縮めることを大切にしている。
- ・LINEグループをつくり、メンバー間で自由に発言できるようにしている。また、フォ

ローが必要と思われるメンバーに対しては、個別にLINEでやり取りする等、モチベーションの維持や向上に留意している。

- ・年度によって、若者の雰囲気や個性に差がある。元気で意見が多いチームの場合は収束に苦勞し、反対に静かなチームの場合は意見の引き出しに苦勞している。

#### ○若者への期待

- ・まちづくりや新城市へ興味・関心を持ってもらうことを期待している。新城市への愛着を育てて社会へ出ていく（新城市を出ていく）ことで、将来的に新城市へ戻ってくる、新城市のために活動するといった展開も期待している。

### <若者インタビューの概要>

#### ○参加の動機

- ・兄から進められて参加した（高3・男子）。
- ・先生からの紹介がきっかけ。新城市にずっと住みたいと思っていて、まちを良くしていきたいと考えていた。（高3・男子）
- ・高校のときに友人から聞いて参加。個人的に関わってみたいと思っていた。（大1・男子）
- ・チラシを見て、地域に関わることに興味があったので参加。専門学校で看護を学んでおり、地域との関わりに関心があった。（専門学生・女子）

#### ○若者議会の魅力

- ・考えた政策が実際に形になって実現されること。（大1・男子／専門学生・女子）
- ・いろいろな人の話を聞く中で、自分が持っていない視点を知ることは学びになる。  
（高2・男子）
- ・高校生がまちづくりに対して意見を言えることが良い。（専門学生・女子）
- ・自分が知らなかった市の良いところや悪いところを知ることができる。（高3男子）

#### ○やりがい、難しいところ

- ・それぞれのメンバーが、譲れない信念のようなものを持っていて、その中で、同じ方向を向くことができる共通点を軸として決めること。（大1・男子）
- ・個人の考え方だけではまとまらない点。お金も絡んでくる点。（高2・男子）

#### ○成長した点

- ・話すことは得意ではなかったが、参加を続けることで人前でも話せるようになった。  
（専門学生・女子）
- ・自分で考える力、コミュニケーション力が身についた。（高3・男子）

#### ○若者がまちづくりへ参画する意義

- ・今の若者の視点を取り入れることができる点。自分たちのことを、大人が考えるのではなく、自分たちで考えたい。（高2・男子）

## (5) 成果・課題

### 【成果】

#### ○新城市にとっての多面的な成果

- ・新城市にとっての成果として、下記①～④が挙げられる。
  - ①若者の提案が事業化へつながっている（良い提案は継続されている）
  - ②これまで、延べ300名ほどの若者が関わっており、若者との濃い関係性や、アプローチできるルートができている（ほかの審議会や庁内の若者参画機会へOB・OGの紹介が可能）

- ③若者の新城市への愛着や誇りが生まれ、市役所へ就職した若者（6名）や、議員になった若者（2名）もいる
- ④メンター職員（若手職員）への良い刺激、育成の場にもなっている

#### ○若者の成長に資する

- ・若者は、自身の提案が形になることによって、承認欲求が満たされるとともに、自信や成長にもつながっている。また、会議の密度が濃いため、コミュニケーション力や企画力を養う場にもなっている。

#### 【課題】

#### ○事業の実効性と若者の教育のバランス

- ・自治体としての考え・スタンスを持ちつつ、事業の実効性を担保することと、若者の教育に資することのバランスをとることが難しい。現実には寄り過ぎると若者の意欲を削ぎ、理想に寄り過ぎると実行が難しくなる。「落としどころを事務局が先に作らない」ことを大事にしつつ、メンター職員が自治体的な制約を適切に説明するという繊細な運営が求められる。

#### ○若者のまちづくり参画の難しさ

- ・提案までが役割であるため、提案したことが実際にどのように実現されたのかが参加した若者にとって分かりにくい状況がある（グループLINEで伝えるようにはしている）。
- ・取組開始から10年が経過したが、若者（特に高校生）のライフスタイルは1年ごとの変化が大きく、継続的にまちづくりに参画することが難しい。

#### ○集客・選考の状況

- ・取組開始当初は事業のインパクトも大きく、参加者は多く集まった。しかし、ここ数年は定員を下回る状況が続いている。
- ・これまで、住民基本台帳から無作為抽出した500名へ郵送する手法を用いていたが、効果が薄い。また、市外の大学のポータルサイトへの掲載や、大学の特定の部宛にチラシ送付も行っているが、反応は良くない状況である。そのため、今年度はSNS広告による募集へ切り替えることを検討している。
- ・地元高校のボランティア部の顧問の先生が生徒へ声かけをしてくれる年は高校生が集まりやすいが、市内に大学がないため、大学生の募集は苦戦している。

## (6) 今後の展開

#### ○事業の実施までを若者が担う試行

- ・「若者議会」の役割は事業の提案までであり、事業の実施主体は市となる。ただ、事業の実施にも若者が関与できないかという課題意識から、今年度、「若者議会」のOB・OGによる任意団体が立ち上がり、「若者議会」で提案された事業を、当該団体へ委託して実施するという試行に着手している。OB・OGにはさまざまな年代が含まれるが、学業や仕事がある中では参加の負担も大きく、継続性の確保が課題となっている。

### 3. 多摩市若者会議（東京都多摩市・合同会社 MichiLab）

人口規模	148,229人（2025.12.1時点）	開始年度	2017年度
募集対象	高校生、大学生、社会人等 （特に年齢制限を設けていない）	担当課	企画政策部 企画課

#### 若者がアイデア創出・企画立案・実践を担い多摩の魅力づくりに貢献



出典：多摩市若者会議公式ウェブサイト

#### (1) 取組の背景

##### ○大学生の流出

- ・多摩市で若者会議を立ち上げることになった背景には、市の人口構造の変化と大学生世代の流出問題がある。多摩市はニュータウンとして一気に人口が流入したが、その後急速に人口減少が始まり、2010（平成22）年代半ばには既に顕著な課題として認識されていた。
- ・市内には6つの大学が立地し、近隣にも大学が点在している。にもかかわらず、大学生は多摩センター駅などを通過するだけで、市に深く関わることはないまま、就職や結婚等のライフステージの変化に伴い、若いうちに市外へ流出してしまう傾向が強かった。

##### ○若者活躍の場づくりへの課題意識

- ・多摩市は、2004（平成16）年に自治基本条例を制定し、市民主体、市民協働のまちづくりを重視してきた経緯がある。しかし、若者が主体的に関わることができる受け皿が乏しく、何かやりたいと思っても相談できる窓口や思いを活かす場がないため、対応策の必要性を感じていた。

##### ○総合戦略における位置づけ

- ・こうした背景を踏まえ、2015年に「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の中で、大学生や若者によるまちづくりに関する協議を行う会議体設置の方向性が打ち出され、2017年度から3年間の時限事業として「多摩市若者会議」が始動した。

## (2) 取組の内容

### ○若者会議の目的、位置づけ

- ・目的は、若者自身が多摩市の未来を考え、まちづくりの実践に主体的に関わることを可能にする場をつくることである。単なる議論や意見交換にとどまらず、実際の活動や事業化まで結びつけることが重視された。
- ・当初、大学生が来てみたくなるような魅力を創出することを目的としていたが、若者会議のように、大学生等の若者が継続的に集まって議論して、やりたいことを実現できる場があること自体が魅力ではないかという気づきがあった。
- ・一方、大学生や高校生の1年間の活動から、革新的で実効性の高い政策提言を、継続的・安定的に政策や事業へ結びつけることは容易ではない。むしろ、若者が地域やまちづくりに継続的に関わることができる機会や場があることが重要だと考えた。
- ・多摩市としては、若者会議を通じて職員が刺激を受け、意識や考え方が変化する、他部署の施策や事業へ波及していくといった効果につながることも期待している。

### ○若者会議の運営の考え方

- ・企画・運営の中核を担うコアメンバー（若者会議のOB・OG（7名）が中心であり、若者会議の企画、ワークショップやフィールドワークの運営等を担う）は「ほかの人の意見や考えを否定しない」、「手を挙げた人がリーダー」、「賛同者がゼロでもやる」、「たとえ失敗しても伴走して振り返る」といったことを大切にしており、若者の思いや発意が重視され、失敗も許容されている。
- ・コアメンバーによる会議を月1回行っており、若者会議の運営方針等の協議や情報共有を行っている。
- ・若者や市民の背中を押して、地域で活動する人材を増やしていくことが重要だと考えている。人と人をつないだり、場づくりをしたりしながら、関わる人をその気にさせることが多摩市の仕事だと考えている。

### ○若者会議の進め方

- ・年間3回程度のワークショップを開催し、その間にフィールドワークを1回組み込むことが基本の形となっている。ワークショップやフィールドワーク等から出てきたアイデアを年度内に実践につなげることを基本としている。比較的、自治体の関わりが強いものから、若者自身が自由に試みるライトな活動まで、幅広く取り組まれた。



活動の様子  
(出典：多摩市若者会議ウェブサイト)

### ○多摩市の役割、求められるスタンス

- ・多摩市に求められる役割は、若者が活動できる機会や場を保証し、必要なときに「自治体としての顔」を提供することだと考えている。
- ・例えば、活動の一環として、イベントで公共施設等を使用する場合、その使用許可は自治体しか担うことができないため、そのような部分をサポートしている。また、地域や企業等との調整が必要な場合には、多摩市も同行してフォローする等、活動の後押しを行っている。さらに、庁内の別部署から、若者が関わる取組を進めたい等の相談がある場合にはコーディネートして、若者会議が活動できる機会・場の創出も行っている。

- ・多摩市が過度に主導せず、民間の自由度を尊重しながら、必要に応じて庁内調整や制度的支援を行う姿勢が重要である。多摩市が出すぎると、必要以上に意義や成果を求められ、民間の良さである自由度が下がる、面白さがなくなる等が懸念される。
- ・活動に関する日頃の相談や協議は、若者会議と多摩市の担当者との間でLINEを使って密に行われており、スピード感を失わず、活動が進められている。

#### ○若者との関わり方

- ・「否定しない」ことを徹底しつつ、若者の興味や関心に親和性のある大人がメンター役として寄り添うことに留意している。

#### ○MichiCafeの立ち上げ⇒継続に向けて合同会社を設立



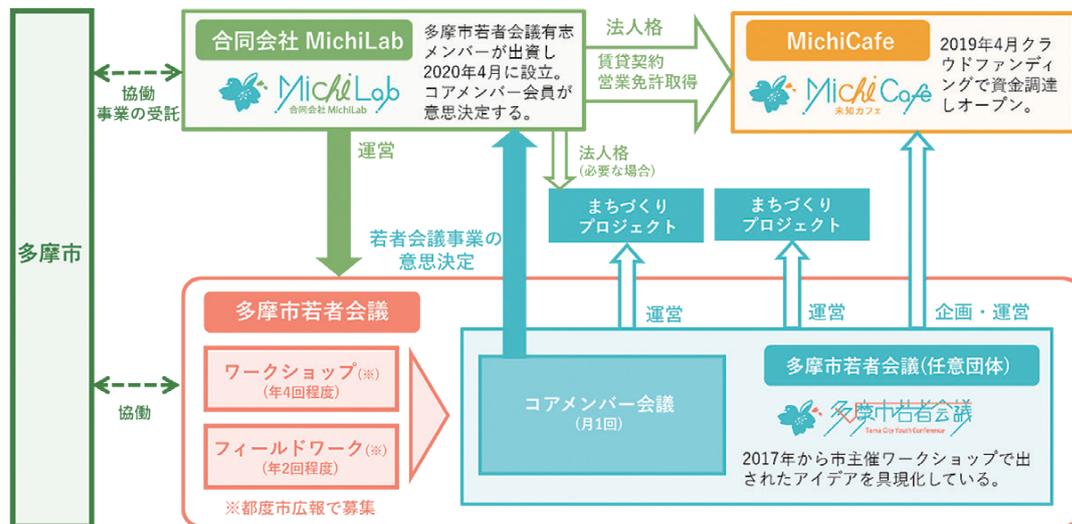
MichiCafeの内観

- ・1年目の検討の中で、「拠点がなければ継続的な活動は難しい」という気づきが生じた。クラウドファンディングによる資金調達によって、2年目に「MichiCafe」という拠点を立ち上げ、3年目には活動拠点として機能するようになった。
- ・活動を通じ、MichiCafeの必要性がコアメンバーの中で合意されたため、コアメンバーは2020年4月に「合同会社 MichiLab（以下「MichiLab」という。）」を設立。自分たちで拠点を継続していくことを決めた。MichiLabは、若者会議の企画や、ワークショップ、フィールドワークの運営、MichiCafeの運営等を行っている。

#### 【MichiLabの代表 高野氏】

- ・若者会議コアメンバーの一人である高野氏は、MichiLabの代表を務めている。多摩市出身であり、一度は地域を離れたものの、Uターンで多摩市に戻った際、まち全体にどこか元気のなさを感じていたという。
- ・そうした折、ちょうど若者会議の募集が行われており、高野氏は参加を決めた。この取組の特徴は、単に意見を出し合う場にとどまらず、それぞれの得意分野を持ち寄り、実践まで行う点にあった。議論だけで終わらせないスタイルは、高野氏にとって魅力的であり、自身がこれまで培ってきたエンジニアとしての経験も活かせるのではないかと考えたという。
- ・活動の中では、MichiCafe開設時のクラウドファンディングの担当も務めた。多くの人々から資金を募り、その思いによって生まれた拠点である以上、「なくしてはいけない」という強い責任感が芽生え、もし引き継ぐ人がいなければ、自分がやるしかないと考えていた。
- ・高野氏が勤めていた会社が副業を解禁したことも追い風となり、合同会社の立ち上げに副業という形で関わり、一層深く活動へコミットしていくこととなった。

### (3) 連携体制



#### ○自治体と民間の連携

- ・若者会議を推進するにあたって、最初の3年間（2017～2019年）は、多摩市が主導する形で事務局機能を担い、2020年以降は MichiLab へ業務委託する形へ移行した。
- ・若者会議の運営に関しては、MichiLab と多摩市が密に意見交換と目線合わせを行いながら進められている。自治体と民間では考え方が異なる場合もあるため、自治体が考えているスケジュール感やアウトプットのイメージをしっかりとすり合わせておくことが重視されている。一方、自治体が深く関わりすぎると、場の魅力が失われる可能性もあるため、「若者会議」の企画・運営に関して MichiLab の裁量を高めている。

### (4) 参画している若者

#### ○参加する若者の属性、特徴

- ・参画している若者は、大学生や高校生、社会人等、多様な構成となっている。多摩市主導で実施した最初の3年間は39歳以下に制限していたが、それ以降は制限を外しており、20代から30代を中心に、40代以上の参加も見られる。
- ・現在は大学生3～4人、高校生5～6人、社会人やOB・OGが4～5人程度の参加となっており、うち数名は初めての参加者も含まれる。
- ・参画のきっかけとしては、「地元が衰退していくことへの危機感」、「地元のまちづくりにも関心がある」、「自己変革を求めている」といった動機が多い。地域の高校から、探究学習の授業で参加したいとの話があり、高校生の参加も増えている。

#### <若者インタビューの概要>

#### ○インタビュー結果（大1・男子）

- ・参画のきっかけ・目的は、学校の探究授業でまちづくりに関わったときに非常に面白さを感じ、自分でもいろいろと調べていく中で、「若者会議」のことを知り、参加した。
- ・若者が自由にアイデアを出せる場は希少であり、考えたことを自ら実践できること、いろいろな人とコミュニケーションがとれることも魅力。

- ・運営側としてファシリテーションを行った際には非常に難しく、苦労した。また、広報・デザインに関わった際は、若者向けに刺さるチラシをつくる難しさを実感した。
- ・将来は探究学習等、教育に関わる仕事や、まちづくりに関わる仕事をやってみたい。

## (5) 成果・課題

### 【成果】

#### ○若者が参画する仕組みが庁内施策やシティセールスへ寄与

- ・若者会議という場自体が継続することで、場そのものが多摩市の魅力のひとつとなっており、多摩市における若者参画の象徴的存在となったことは大きい。
- ・また、場があることによって、庁内の別の部署も若者の声を把握しやすくなり、ワークショップや調査等における連携も進んだ。
- ・さらに、MichiCafe の開設と MichiLab の立ち上げは、若者自身が担い手となって活動を継続する仕組みへつながった。加えて、メディア取材などを通じて多摩市の知名度が高まり、シティセールス効果もあった。

#### ○新たな層の参画へ

- ・都心へ通勤・通学している層など、日中に多摩市にいない層が地域のまちづくりに参画する流れができたことは大きな成果だと感じている。また、若者会議への参画を通して、多摩市で就職、移住した者もいる。

### 【課題】

#### ○大学生の減少と対応

- ・大学生の参加が減少傾向にある。大学の授業でも、ワークショップによる対話や、フィールドワーク等によって地域と関わる機会等、若者会議の活動内容と類似する授業が増えていることも要因として考えられる。探究学習の広がりによって高校生の参加が増えていることから、多摩市に対する愛着や誇りの醸成という観点からも、高校生も対象として参画を促していく方向性も考えられる。

#### ○若者会議の意義の共有

- ・若者が継続的にまちづくりに関わる場自体を評価しており、これによる政策的な目的や目標が明確に定められていない（政策へつなげることが難しい面がある）ことから、若者会議が存続し続けることの意義を、庁内で発信、共有していくことが求められる。

## (6) 今後の展開

#### ○収益性の確保

- ・MichiLab では、若者会議の運営に係る多摩市からの委託費のほかに、多摩市の企画課が橋渡し役となり、他部局からの業務委託を受けたり、多摩市の施設運営の業務を受託する等によって、合同会社としての収益を確保している。
- ・2025（令和7）年度から、多摩市の施設運営の業務を受けたことで、合同会社としての売り上げは大きく増えた。一方で、多摩市への依存度が高まっており、ほかの収益源とのバランスをどうしていくかが中長期的な課題となっている。そのため、地域の課題解決に対応する事業を独自で構築していくことも考えている。

#### ○若者会議を継続していくための位置づけ

- ・多摩市の今後の展望としては、2027（令和9）年度に若者会議が10年を迎えることから、これまでの活動を棚卸しし、続けるべきこと、形を変えるべきこと等を整理することを考えている。庁内や地域において、若者会議の存在意義について理解や共感を得ながら、若者がまちづくりに参画する場をいかに継続させるかが課題だと考えている。

#### ○メンバーの世代交代

- ・活動歴の長いコアメンバーが中心となってきていることから、これまでプレイヤー的に関わってきたコアメンバーの役割を若い世代へシフトさせ、現コアメンバーは、経営や運営を主に担う形へ体制を変えていくことを考えている。
- ・若い世代の獲得のため、今後、大学のボランティアセンターへの働きかけや、まちづくり等に関わるサークルへの案内等、ターゲット層を絞る形で周知を行っていく。また、若者会議での活動によって受験や就活のインセンティブとなるようなポイント発行を行うことも検討している。

## 4. つばめ若者会議（新潟県燕市）

人口規模	75,304人（2025.11.30時点）	開始年度	2013年度
募集対象	16～40歳	担当課	企画財政部 地域振興課

### 若者の「あそぶ」感覚を起点に主体的なまちづくりへつなげる実践



出典：つばめ若者会議公式ウェブサイト

#### (1) 取組の背景

##### ○市長の強い思い

- ・取組のきっかけとなったのは、市民調査の結果から、40歳以下の若者のまちづくりに対する満足度が「どちらでもない」に集中していたということである。若者がまちづくりに対して無関心あるいは距離感を持っている現状に、市長が危機感を抱いた。そこで、若者の声を聞き燕市に対してどのような思いを抱いているのか知りたいという強い思いから、2013年にスタートした。

##### ○立ち上げからの多様な展開

- ・つばめ若者会議の立ち上げ当初、高校生から40歳までの幅広い世代を対象とし、市外からの参加も積極的に受け入れるなど、外からの視点を持つ若者も交えて燕市の現状や課題を多角的に議論できるようにした点は大きな特徴であった。
- ・立ち上げからの3年間（2013～2015年）は、若者を広く呼び込むことを最優先とした。また、立ち上げ直後には、若者自身が20年後の燕市の将来像を描いた冊子「つばめの幸福論」を制作・公表。2014年には、市民や関係者200名を対象に発表会を開催、2015年には、全国のまちづくりに関わる団体が集う「今宵サミット in 燕」を開催するなど、多様で大規模な展開となった。

##### ○自治体主導から若者主体へのシフト

- ・その後に顕在化したのが、若者の燃え尽き症候群のような状況である。若者の呼び込みを最優先に、自治体主導で一定の枠組みを決めて進めた結果、参画した若者も大規模なイベントをやり切ることがゴールとなってしまった。イベント等の実施に向けて短期的に頑張るものの、終了と同時に取り組む目的を見失い、離脱者が増えていく状況が続いた。
- ・このような状況を踏まえ、大人が成果やゴールを決めるやり方では継続できないとの反省から、2016年以降は若者の自主性・主体性を尊重することを重視し、若者がやり

たいことを土台として活動を展開する方針へ舵が切られた。

#### ○若者の年代区分の設定

- ・3年間の活動の中で、高校生から40歳までのメンバーと一緒に活動する場合、年下から年上へ話をするのが難しい場面も多かった。このことから、若者も一定の年代で区分する必要性を感じ、29歳以下（燕ジョイ活動部）と30歳以上（れっつばめ、ふくし×まちづくり）でグループを分けることとした。
- ・その後、燕市には大学がなく、市外から参加する大学生は活動が終わると市外へ出て行ってしまいう傾向が強かったことから、より若い段階（高校生）から地域やまちづくりに関わってもらう方が燕市に対する愛着や誇りも芽生えると考え、2020年に高校生を対象とした「まちあそび部」を創設した。

## (2) 取組の内容

#### ○取組の目的

- ・取組の目的は3つある。第一に「まちづくりの担い手を育てる」こと、第二に「若者同士のつながりを形成すること」、そして第三に「若者が地域で活躍する姿を生み出すこと」である。一方、はじめからすべてを達成するのは困難と考え、まずはこれらを実現するための前提として、若者に燕市のことをよく知り、好きになってもらうことを最優先に取組を進めることとした。

#### ○「あそび」を核とした世代循環の仕組み

- ・高校生が中心の「まちあそび部」では、「遊び」を切り口とし、燕市のヒト・モノ・バショを活かした活動を行っている。例えば、地元農家を訪ねて焼き芋イベントを企画したり、カフェや菓子店と連携して菓子づくりを体験したりするなど、身近で親しみやすいテーマを中心に展開している。
- ・高校生が卒業して大学生や社会人になっても、活動の流れを引き継げるよう「燕ジョイ活動部（大学生、20代の若者）」、「れっつばめ、ふくし×まちづくり（30歳以上）」、「OB（つばめ若者会議を卒業したメンバー）」という段階的な活動グループに分かれており、世代が変わっても関わり続けられる仕組みがある点が特徴といえる。
- ・また、進学や就職等で県外へ出た若者向けの「つばめいと」というグループがあり、帰省時やオンラインでの交流を通じて関係性を維持し、最終的にはUターンや定住へつながることを市では期待している。

#### ○あえて目標設定せず安心感を重視

- ・うまく進められた要因の1つは、活動のハードルを低く設定したことである。「楽しい」、「やりたい」という気持ちを大切に、若者に重い責任や目標を課さなかったことで、安心して参加できる雰囲気や環境が醸成された。さらに、職員が裏方として事務作業や調整を担い、メンバーは企画・実行に集中できる体制を整えられたことも大きい。

#### ○周知、集客における工夫

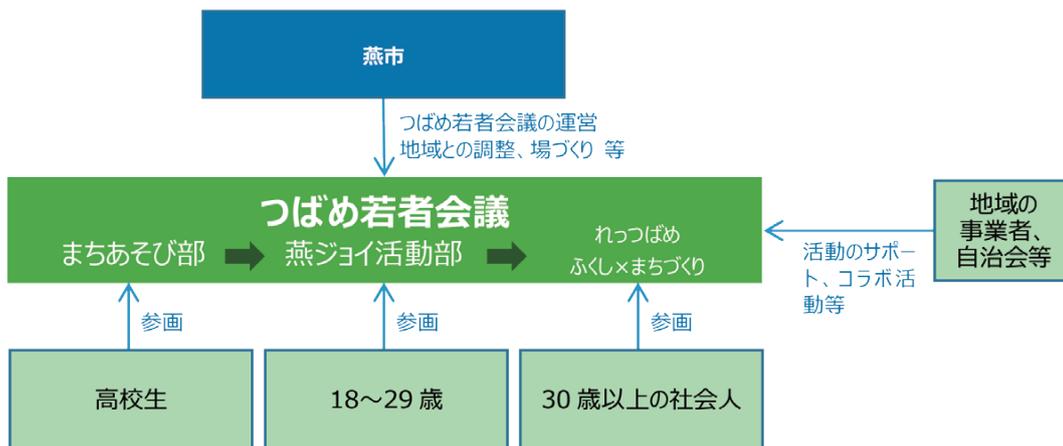
- ・燕市の担当者は、毎年、燕市内の3つの高校や近隣の高校を複数訪問し、全体集会等で「若者会議」の周知・参加募集の活動を行っている。加えて、教員を通して、興味がありそうな生徒へ個別に声をかけてもらうようにもしている。また、活動の様子を学校やJR駅構内で掲示することも行っている。
- ・SNSによる周知は庁内の決裁不要とし、若者会議のメンバーに任せている部分もあ

る。若者に自由度があることで、主体的に楽しんで発信してくれるため、結果として訴求力のある内容になっている。



活動の様子（出典：つばめ若者会議公式ウェブサイト）

### (3) 連携体制



- ・活動は、地域の多様な団体や個人の協力によって支えられている。農家や飲食店、カフェ、ドライフラワー店など、若者のアイデアに応じて、毎年新しい協力先が生まれている。例えば、旧市役所庁舎を学生向けの学習スペースにするアイデアを実行する際に、高校生が見つけた市内のおしゃれなドライフラワー店と連携したことで、若者にとって魅力的な空間をつくることができた。

#### ○燕市の役割

- ・市は若者の活動を円滑に進めるための縁の下の力持ちといえる。具体的には、スケジュール調整や場所の確保、予算の検討と精算対応、地域の大人との橋渡しといった役割を担うことで、若者が企画や実行に集中できる環境（楽しい、面白い部分を中心に）を提供する。また、地域振興課の職員は、遊びのパートナー的な立ち位置で若者と一緒に活動に加わり、若者が委縮しない雰囲気を保ちながら伴走している。
- ・社会人チームに対しては、会議室の提供程度の関与であり、チームの主体性に完全に委ね、世代ごとに関わりの度合いを変えている。

## (4) 参画している若者

### ○参画している若者の年代、特徴

- ・まちあそび部（高校生）、燕ジョイ活動部（18～29歳）、社会人チーム（30歳以上）と年代に応じたグループが設定されており、それぞれの区分に応じた若者が参画している。
- ・県外に進学した若者は「つばめいと」として、年4回程度、東京又は帰省した際に燕市で交流会を行っており、年末年始の帰省時には、地元のメンバーとの交流会も行っている。
- ・高校生は、学校の教員からの声かけや、参加した友人の誘いをきっかけに参加することが多い。

### ○若者に期待していること、担ってもらう役割、若者との連携による効果

- ・まずは、地域を楽しむことで「燕市が好き」という気持ちを持ってもらうこと、まちづくりへの興味を持ってもらうことを重視している。その上で、燕市内のいろいろなまちづくりに関わってくれる人材が増えることを期待している。
- ・また、若者につながることで、大人の意識も変化している。初めは、「若者がいない。若者になんとかしてほしい。」といった他力本願で抽象的な声が多かった。活動を積み重ね、認知度が上がっていくことで、「若者と一緒に商品開発できないか。アイデアがもらえないか。」と、ともに具体的なことに取り組もうとする声が増えている。

### ○若者と連携するときの工夫、留意点

- ・若者に大きな目標を課す、成果を求めるといったことはせず、萎縮しないように留意している。また、「否定しない」ことを徹底し、どんな意見も受け止めている。
- ・関わる際、「楽しい」「面白い」が入り口となるよう留意しつつ、活動した後に、実は地域のためになっていた、という成果につながれば良いと考えている。また、活動後には、取組によってどういう効果があったかを若者に伝えるようにしている。

### <若者インタビューの概要>

#### ○参加のきっかけ

- ・探究授業の中で紹介され、友達に誘われて、軽い気持ちで参加したのが最初だった。当初は大きな目的意識があったわけではなかった。(大学生・女性)
- ・ニート生活だった中で、社会と関わってみたい、誰かの役に立ちたいという思いから、若者会議の情報を見つけて参加した。(社会人・女性)
- ・成人式のときに配られていた若者会議のチラシを見て参加した。(社会人・男性)

#### ○活動に参加して感じたこと

- ・面白かった。具体的には、地域の商店街を歩き、普段は関わらないような人やお店と出会えることに楽しさを感じた。お気に入りのお店や個性的な人との出会いを通して、地域のことを知ることができたとし、地域を見る視点が広がった。(社会人・女性)
- ・学校や職場とは異なり、年代や背景の異なる人と交じり合う場であることに面白さがある。考え方の違う人と話すことで、普段の環境では得られない学びがあると感じている。(社会人・女性)

#### ○活動の楽しさ

- ・楽しいと感じる瞬間は、「誰かのためになっている」と思えたとき。例えば、廃校活用の取組に関わった際には、「役に立っている」、「地域に変化をもたらしている」という実感が得られた。(社会人・女性)
- ・自由にアイデアを出し合い、その場の流れで企画が動き始める雰囲気が良い。「イベン

トやりたいよね」という話から動き出し、自然に形になっていく過程が楽しい。  
(社会人・女性)

#### ○活動の難しさ

- ・例えば、これは良いねと思って、一生懸命つくったお菓子が全く売れなかったり、イベントを行っても誰も来なかったりしたときは辛かった。(社会人・女性)
- ・取り組むテーマがある程度具体的に決まっている場合は進めやすいが、スタートが抽象的な話の場合は、そのままなんとなく進んでしまうことも多く、みんな分かっているようで共有されていないような状況になり、ズレが生じることもある。合意形成や具体化に苦労する。(社会人・女性)

## (5) 成果・課題

### 【成果】

#### ○若者参画の広がり

- ・近年は、市内の中学校や高校から、探究学習の一環として“まちあそび”の体験をさせてほしいという相談も寄せられるようになり、教育現場とのつながりも広がりつつある。

#### ○若者会議の認知度や期待値の高まり

- ・高校生の意見や行動をきっかけに連携できた地域の店舗と Instagram の共同投稿を行うことで、若者会議と直接的な関係のない層にもアプローチすることができるようになり、活動の周知力が飛躍的に高まった。
- ・また、若者会議に対して、地域の店舗や団体等から協力依頼が寄せられるようになり、若者会議の存在が地域に浸透している。

#### ○若者会議の認知度や期待値の高まり

- ・若者会議には、これまで延べ300名以上の若者が参画しており、若者会議が地域に根付いたこと自体が大きな意義を持つと考えている。また、若者会議に参加した者のうち、68名が市内へ就職しているという実績も成果として挙げられる。
- ・若者会議を卒業した若者からは、「燕市のことをもっと知りたい」、「燕市に恩返ししたい」、「大学でまちづくりを学んで燕市に帰ってきたい」といった意見を言う若者も出てきており、地域への愛着も深まっていることがうかがえる。
- ・現時点で、燕市の担当職員と顔が見える関係でつながっている若者は約60名おり、若者とのネットワークを有していることは大きな意義がある。
- ・若者会議を通じて取り組まれた事業数は225事業で、地域や企業との連携は78事業となっており、若者会議が地域づくりに貢献している一つの見える成果といえる（2025年7月時点）。

#### ○成果の定量的な把握

- ・成果の定量化が課題であり、慶應義塾大学 SFC 研究所の協力のもと、若者会議の成果を定量的に評価する仕組みの試行を始めている。
- ・その中で「ゆるいまちづくり目標」YDGs (Yurui Development Goals) と呼ばれる指標を開発した。若者会議の活動において評価できる要素を12個の項目と項目ごとに細分化された評価項目を設定。活動を踏まえて達成状況を入力し、ポイントを積み重ねて評価を数値化している。

- ・この12の項目は、若者会議に対してさまざまな形で関わる関係者に聞き取りを行い、どのようなことが達成されると評価できるかを把握・分析した上で決定した。
- ・2026（令和8）年度から本格運用し、若者事業の学びや発見といったソフトな側面も対外的に成果として示せるよう取り組んでいる。

#### 【評価で使用する12項目】

- |                 |                   |
|-----------------|-------------------|
| 1. 面白そうに参加したくなる | 7. まちにある場所やモノを使う  |
| 2. 安心して話せるチーム   | 8. 市外とつながる        |
| 3. 自分たちで企画、実現する | 9. まちの課題に向き合う     |
| 4. 枠を越える挑戦      | 10. まちに応援され、見守られる |
| 5. まちの大人と仲良くなる  | 11. 注目が集まる先進事例    |
| 6. 市役所が仲間になる    | 12. まちづくりを担う次世代   |

#### 【課題】

##### ○若者の主体性醸成の難しさ

- ・高校生のときは「まちあそび部」に参加し、楽しいことを中心に関わってきた若者が、「燕ジョイ活動部」に進んですぐに主体的な活動へシフトできるかという点、そうではない。一歩踏み込んで、まちづくりの企画・運営側にシフトする場合、一定の責任や主体性が求められるため、負担感が増し、離脱してしまうリスクをどう低減するかが課題である。
- ・自治体事業として、予算を使用している以上、ある程度目に見える形で成果を示したいと考えており、若者の燕市に対する愛着や活動の楽しさ、主体性の醸成といった定性的な効果を定量化していくことも課題と認識している。

##### ○担当職員の負担の大きさ

- ・若者の活動を最前線で支える担当職員は、定型業務ではない要素が多いことから、負担は大きい。若者の活動に寄り添い、助言等を行うことができるメンターを担える人材を確保することも課題と考えている。

## (6) 今後の展開

##### ○主体性醸成へのシフト

- ・「燕ジョイ活動部」の主体性をより高め、「まちあそび部」からステップアップしていく流れを構築していく。また、「まちあそび部」、「燕ジョイ活動部」、「つばめいと」、「社会人チーム」の循環を強化し、多様な世代の若者が、燕市のまちづくりに関わり続けることができる機会・場を提供し、まちづくり人材の育成を加速させていく。

##### ○継続性の確保に向けて

- ・若者会議の成果を分かりやすく数値化し、庁内や議会での明確な説明が可能な体制を整えることが求められる。

##### ○体制の継続性

- ・年間の会議回数も多く、会議の運営サポートやメンバー個別のフォロー、教育機関等への営業活動、取材対応、関係者との日程調整、等を直営で実施しているため、事務局負担が大きい。また、若者との関わりや活動支援等、定型業務ではない部分も多いことから、担当者の異動も踏まえた継続性確保のための方策が必要である。

## 5. Z世代課の取組（福岡県北九州市）

人口規模	905,469人（2025.12.31時点）	開始年度	2024年度
募集対象	おおむね16～30歳	担当課	政策局 Z世代課

### 常識にとられないZ世代の自由なアイデアを応援するまちづくり



出典：Z世代はみ出せコンテスト特設サイト

#### (1) 取組の背景

##### ○自治体の課題意識とZ世代課の創設

- ・北九州市は、社会減より自然減の方が大きく、毎年約5,000人規模で総人口が減っており、高齢化率も高い。また、製鉄業の再編に伴う就業構造の変化や大都市規模で整備されたインフラの維持コストの増大など、複合的な課題が地域の持続性を圧迫している状況にある。
- ・こうした背景に加え、各分野にまたがる若者施策に横串を刺し、組織横断で若者施策を強力に推進すべく、「日本一若者を応援するまちを目指す」という方針のもと、2024年4月に新しい課（Z世代課）が創設された。この課は、Z世代の価値観や考え方を学び、その学びを政策・まちづくりへ実装する、庁内横断型の事業を担う課として政策局に設置された。

#### (2) 取組の内容

- ・2024年度からの新事業として「シン・ジダイ創造事業（若者のチャレンジ応援）」に取り組んでいる。代表的な事業は以下①～③である。

##### ①「Z世代はみ出せコンテスト」（アイデアコンテスト）

- ・Z世代の常識にとられない、若者の「はみ出した」提案を市内外問わず募集し、1事業あたり最大300万円を上限として事業経費を補助し、挑戦を伴走支援するものである（最



コンテストの様子  
(出典：Z世代はみ出せコンテスト特設サイト)

大3件を採択)。選定の考え方としては、事業性を求めず、どれだけ若者らしく常識にとらわれない内容となっているかが重視された。

- ・募集の結果、事前の相談会に53件の申込みがあり、本申請は29件にのぼった（東京都や京都府など県外からの応募もあった）。そして、1位に輝いたのは、全国的に有名な北九州市の成人式をVRで実施するというアイデアだった。そのほかにも、北九州をコーヒー豆の産地にするアイデアや、子どもたちと福祉ロボットを開発するアイデアもあった。
- ・採択者は、事業を実現するための補助だけでなく、事業の委託事業者や自治体担当者が伴走し、実装に向けた支援を受けられる体制になっており、「Slack」を活用して、日常的にコミュニケーションを図り、実現をサポートした。
- ・なお、2025年度は前年の倍の60件の応募が集まっており、このコンテストのインパクトは大きなものとなっている。



2024年度の採択プロジェクト  
(出典: Z世代はみ出せコンテスト特設サイト)

## ②次世代創造プログラム

- ・何かやってみたいと思うが何をやれば良いか迷っている、具体的なアイデアを仲間と一緒に考えてみたい、と感じている若者を対象としたプログラム。自分のやりたいことが明確な①の対象者とは異なる層を対象としている。
- ・自分たちが考えたアイデアを実装できることが、若者にとっての大きな魅力になるという考えのもと、参加者がチームに分かれ、ワークショップ等を通してアイデアを具体的な形にしていく。
- ・9～10月で行われる全5回のワークショップを通じて、アイデアを具体的な事業の計画へ落とし込む。そして、11～1月の期間で企画を精査し、2月にアイデアの実現を行う流れとなっている。まず、課題解決に向けた基本的な考え方やプロセス、情報収集・整理・データ分析等のスキル等を学び、チームで協力しながら事業計画を立て、実践するもので、受託事業者と自治体担当者が伴走支援して進められる。



ワークショップの様子  
(出典: 2024シン・ジダイ創造事業特設サイト)

## ③Z世代課パートナーズ制度

- ・課の創設後、自身の経験や特技を活かして北九州市を盛り上げたい、何かまちの役に立ちたいという声が多数寄せられたことを受けて、年度途中から設けた制度である。
- ・まちへの貢献を望む若者を登録する仕組みで、自治体の各種委員会への参加や、市内の事業者と連携した企画の実施、市長との対話等、北九州市が進める施策や地元事業者の事業へ参画している。2025年9月時点で48名（最年少17歳、最年長29歳、平均年齢24.4歳）が登録しており、知り合いのSNS等を通じて、月に2～3名程度のペースで増えている（約半数は市外出身者）。

- ・2024年度は21件の派遣を行っており、地元の交通事業者と連携した地域の魅力を紹介するウェブ記事の企画・出演や、市長・シニア世代・若者世代による対談企画等に参画している。
- ・登録にあたっては、自治体担当者が一人ひとりと面談し、関心や得意なことなどを把握した上で、丁寧にマッチングすることを心掛けている。また、若者を受け入れる際のルールとして、若者を労力として使わないことや、取組の目的・担ってほしい役割等を明確にすること、交通費等の実費分は支給するといったことを大切にしている。Z世代は、コスパやタイパを重視しており、そこに時間をかけるだけの価値を感じてもらえるかが重要であることから、目的や期待する役割を明確に伝えるようにしている。

### ○Z世代の活動を周知、応援する仕組み

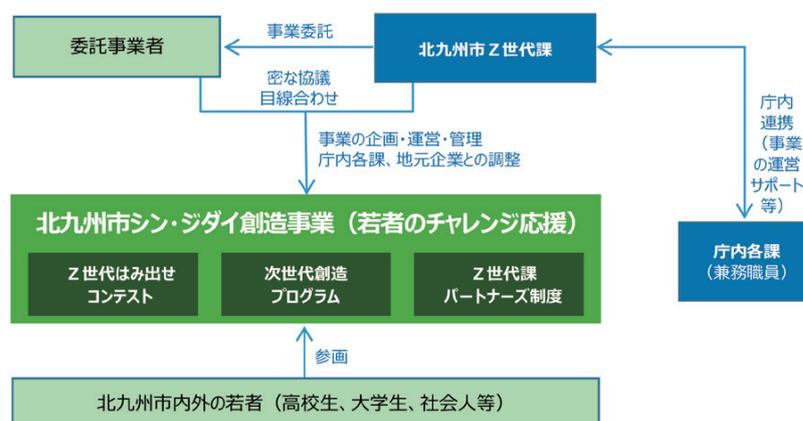
- ・Z世代はみ出色コンテストの広報は、SNS (Instagram 等) を活用したターゲティング広告を行い、若者層への訴求力を高めている。エリアや年代、趣味・嗜好によるターゲティングを行い、レスポンスを見ながら、広告の内容や発信先を絞り込んでいる。
- ・Z世代の活動をより広く市民に知ってもらい、理解を得るため、「市政だより」に「温Z知新」と銘打って、Z世代の価値観やアイデア、それを受けた他世代の意見などを聞いたインタビュー記事の掲載を開始した。また、「株式会社みんなの銀行 (Z世代をターゲットとしたデジタルバンク)」と連携して、集まった預金の一部を北九州市へ寄付するという仕組みである「北九州市Z世代課 Cheer Box (※)」を実施した。その結果、1億2千万円を超える預金が全国から集まり、約87万円が市に寄付され、2025 (令和7) 年8月に開催したZ世代はみ出色コンテスト採択者への補助金の一部として活用されることとなった。

※ Cheer Box とは、みんなの銀行アプリで提供する、目的別の貯蓄機能「BOX」を活用したファンとチームを“つなぐ”仕組みのこと。アプリを通じて、Z世代のチャレンジの応援を目的とする預金を行うことで、みんなの銀行が、集まった預金残高の1%相当をZ世代課に寄付する。寄付金は、アイデアコンテスト受賞者のプロジェクト運営費に充てられることとなっている。



Cheer Box の仕組み (出典：Z世代はみ出色コンテスト特設サイト)

### (3) 連携体制



- ・庁内は、課長含む4名及び兼務職員12名の全16名体制。兼務職員は、各所属に在籍しながらプロジェクト単位で関与する形となっており、16名の平均年齢は28.3歳と極めて若い体制となっている。
- ・兼務職員の派遣にあたっては、所属長へ丁寧な事前説明と事後のフォローを行い（イベントの概要、担う役割、期待される成果や成長点等）、気持ちよく送り出してもらえる環境づくりに留意している。
- ・また、兼務職員は、庁内各部署へZ世代のマインドを伝えるアンバサダーと考えており、庁内におけるアイデア出しや民間企業の若手向け研修にも参画し、市の今後について意見交換を行っている。

#### ○民間（委託事業者）との連携

- ・本事業は、民間へ委託する形で取り組んでいるが、すべて任せるのではなく、密に相談や意見交換を行いながら、進め方や方向性等について常に目線合わせをして進めている。
- ・民間とは言語や理屈が異なることを理解した上で、自治体の考えを押し付けず、柔軟に対応することや、民間のスピーディな動きに対応していくことに留意している。

### (4) 参画している若者

#### ○参画している若者の年代、属性

- ・2024年度のアイデアコンテストは、男女比や年代に偏りなく、高校生から社会人まで、幅広い若者がエントリーした。

#### ○若者の現状への配慮

- ・Z世代は日々膨大な量の情報に触れ、上の世代と比べて学業やバイト、推し活など、行動の選択肢が非常に多く、常に取捨選択しながら忙しい日常生活を送っているということに留意している。

#### ○若者と連携する際の留意点、工夫

- ・若者に対して、「否定しない」、「失敗も許容する」という姿勢を大事にしている。
- ・アイデアコンテストにおいて、若者は企画書を書くという経験が乏しい。そのため、申請に必要な資料の作成の際には、委託事業者とも連携し、申請書の書き方を指導するワークショップを開催する等、手厚くサポートしている。このワークショップを通じて、参加者同士の交流が生まれ、貴重な機会にもなっている。
- ・メールをほとんど見ない若者とスムーズに連絡を取るため、公用スマートフォンを契約し、SNS（LINE等）を介して若者とコミュニケーションを図っている。
- ・若者が審議会等に参加する際は、担当者に対して、平日の日中の参加は難しい、オンラインでの参加も可能とするなど、若者が参加しやすい方法の検討を求めている。また、可能であれば若者が複数名参加し、発言しやすい雰囲気づくりを要請している。

### (5) 成果・課題

#### 【成果】

#### ○取組による成果・効果（実施主体、若者、地域それぞれの視点で）

- ・地域内外から賛否両論意見をいただくが、全体としてZ世代を巻き込むことに対しては好意的である。

- ・市内においても、若者の意見に耳を傾けることへの理解が促進され、若手職員を中心に新たな取組へのチャレンジ意欲が醸成されつつあるのではないかと感じている。
- ・地域の大人の間でも、若者が参画することへの歓迎ムードが醸成されつつある。また、Z世代を含む若者の間でも、同世代がSNS等を通じてまちづくりに参画する様子をキャッチし、徐々にまちづくりへ関心を持つ者の輪が広がりつつある（若者は同世代の影響を受けやすい）。
- ・ネーミングも重要である。単に「若者〇〇課」とするのではなく、「Z世代」とターゲットを明確化して分かりやすく掲げたことは、広報効果も含めて大きかったのではないか。
- ・実際にZ世代から「若者だと誰のことを言っているか分からないが、Z世代と明確になったことで自分事として捉えられるようになり、自治体に対して意見を言いやすくなった」と言われたことがあり、自治体と若者の距離が近くなったことは大きな成果だと感じている。

## (6) 今後の展開

### ○市民・企業への理解促進

- ・「日本一若者を応援するまち」に向け、市全体で若い世代の感覚や考え方を上の世代が学び、取り入れていく必要がある。今後、企業との連携プロジェクトの推進やZ世代課パートナーズの更なる活躍を進める。
- ・Z世代の価値観や傾向を社会背景やデータ、実際に活躍する人材から学び、組織経営等に活かしていただくセミナー等を開催する。

### ○取組の継続に向けて

- ・若者が一歩踏み出すためには、上の世代がどんな挑戦であっても否定しないこと、そして北九州市でなら失敗を恐れずに挑戦できるということを、若者が感じられるまちとなることが重要だと考えている。
- ・予算事業の成果指標として、市民アンケートの中で活躍する若者を目にするようになった方の割合を設定している。設定指標以外にも、マスコミ等に取り上げられることで、都市イメージの向上に寄与していることも、成果の一つとして説明できるようにしている。
- ・Z世代を応援する事業を通じ、価値観や行動傾向の変化を学び、誰もが住みやすい持続可能な街になることを目的としており、市民にも理解してもらえるよう周知広報に努めたい。