

## 地域活動における関与の段階化

### — なぜ地域活動は参加しにくいのか —

鈴木 雄高（市川マーケティング研究所 代表）

2026年4月20日

#### 要旨

本稿は、地域活動への参加が広がりにくい要因を、個人の意欲や属性ではなく「関与の構造」の問題として捉え直すものである。消費行動との比較を通じて、地域活動ではフィードバックが遅延かつ不明確であること、さらに参加が「する／しない」という二分法で理解されがちなのが、初期関与の障壁を高めている点を指摘する。そのうえで、関与を段階的に設計し、各段階を正当な参加として位置づける枠組みを提示する。これにより、参加の入口を広げるとともに、関与の持続と移行を促す可能性を論じる。

キーワード：関与の段階化、地域活動、参加行動、フィードバック構造、初期関与、関与設計

## 1. 問題の所在

地域活動、とりわけNPO活動やまちづくりに関わる実践では、その意義が広く認識されているにもかかわらず、実際の参加者は限られている。この乖離は、個人の意識や時間制約といった要因で説明されることが多いが、それだけでは十分ではない。

西原（2015）は、消費者行動研究における関与概念を、社会心理学における自我関与概念との関係から整理しており、関与を、対象に対する重要性や関連性によって喚起される動機づけられた状態として捉えている。こうした理解に立てば、地域活動への参加のされにくさも、単なる意欲の問題ではなく、関与が生じる構造そのものの問題として考えることができる。

本稿では、地域活動への参加のされにくさを、個人の特性ではなく「関与の構造」の問題として捉え

ることとする<sup>1</sup>。

## 2. フィードバック構造の非対称性

ここで、消費行動との比較を手がかりに、関与の設計がどのように参加行動に影響を与えるかを整理する。

消費行動においては、選択の結果が比較的短期間で明確にフィードバックされる。商品やサービスの満足度は即時に知覚され、次回の選択に反映される。この反復により、消費者は判断の精度を高めていく。

一方、地域活動においては、行動の成果が可視化されにくい。活動の効果は遅れて現れることが多く、さらにその結果が個人の関与とどの程度結びついているかも判別しにくい。このようなフィードバックの遅延と不明確さは、継続的な関与を困難にする要因となりうる。

したがって、参加の少なさは意欲の欠如だけで説明できるものではなく、フィードバック構造の違いに起因する側面があると考えられる。

## 3. 関与の二分法とその限界

多くの地域活動は、「参加するか否か」という二分法で関与を捉えている。これは制度上明示されていない場合でも、暗黙の前提として共有されていることが多い。

しかし、消費行動においては、関与は段階的に進行する。認知、関心、試用、継続といったプロセスを経て、関与は徐々に深まる。この段階性があることで、初期段階の心理的負担は低く抑えられている。

地域活動においてこの段階性が欠落している場合、参加という行為は過度に重いものとして受け取られがちである。結果として、初期関与のハードルが高まり、行動が生起しにくくなる。

## 4. 関与の段階化という設計

この問題に対して有効なのは、「参加者を増やす」ことではなく、「関与の段階を設計する」ことであ

---

<sup>1</sup> 本稿は、筆者が千葉県市川市でNPOの理事や文化的な活動の実行委員などを務める中で感じた「参加のされにくさ」を一つのきっかけとして整理したものであり、示す枠組みは実務上の観察を一般化したものではない。

る。

具体的には、以下のような段階が想定できる。

1. 情報接触（SNS の閲覧、情報の受信）
2. 単発的関与（イベントへの一度の参加、短時間の協力）
3. 反復的関与（定期的だが限定的な参加）
4. 継続的関与（運営や意思決定への関与）

これらの各段階がいずれも正当な関与として位置づけられることが重要であり、関与の濃淡に価値的な序列を設けないことが、初期参加の心理的障壁の低減につながる。

このような段階化により、「関わる／関わらない」という二分法は解体され、より柔軟な参加の形態が可能となる。

## 5. 初期関与の設計と移行の連続性

関与の段階化においては、特に初期段階の設計が重要である。SNS のフォローや閲覧といった行為は、行動コストが極めて低く、参加の入口として機能しうる。

ただし、初期関与がそれ自体で完結してしまう場合、行動は次の段階に移行しにくい。そのため、「次に何をすればよいか」が明示されている必要がある。

例えば、

- 短時間の参加が可能であること
- 見学のみでも許容されること
- 途中離脱が許されること

といった条件を明確にすることで、次の行動への移行が促される。

むしろ焦点となるのは、関与が連続的に変化するように設計されているかどうかである。段階間の移行コストが低いほど、参加は持続しやすくなる。

## 6. 結論

地域活動における参加のされにくさは、個人の関心や意欲の問題としてではなく、関与の構造の問題として捉える必要がある。

特に、フィードバックの非対称性と関与の二分法は、参加行動を抑制する要因として作用している。これに対して、関与を段階的に設計し、各段階を正当な参加として位置づけることが、有効なアプローチとなりうる。

地域活動において必要なのは、参加を促すことそのものではなく、参加の形式を再設計することである。関与の粒度を細分化し、その移行を滑らかにすることで、行動の生起と継続の双方に影響を与えることが可能になる。

### 〈参考文献〉

西原彰宏（2015）「消費者関与の概念的整理に向けて——社会心理学における関与概念の整理」、『関西学院商学研究』69、pp.1-14.