

**「平成 27 年度ポイント制度を活用した
地域活動への住民参加促進に関する調査研究」
委託業務**

報 告 書

平成 28 年 3 月

株式会社 道銀地域総合研究所

【目 次】

I 事業概要	1
1. 事業目的	1
2. 業務概要	1
II 実証実験の内容検討	3
1. 実証実験実施方法（ポイント付与、交換、PR 方法）素案の検討	3
2. ワークショップによる地域からの意見聴取	7
3. 実証実験実施方法（ポイント付与、交換、PR 方法）の修正	10
III 実証実験の運営	13
1. ポイント（付与/交換用）ツールの作成	13
2. 広報用ツールの作成と PR 実施	16
3. 地域活動情報の発信	20
4. 地域ポイント制度の運営	22
5. 中間ヒアリング及びその結果に基づく対応	24
6. 景品の抽選及び発送	33
IV 実証実験の結果	34
1. 参加状況	34
2. アンケート結果	35
V 地域ポイント制度の今後のあり方	51
1. 分析結果の整理	51
2. 新たな地域ポイント制度案	60

I 事業概要

1. 事業目的

札幌市では、平成 23 年度以降、IC カード「SAPICA」を市民カードとして活用するため、地域貢献活動等へ参加した市民に対して、様々な特典と交換できるポイントを付与する「地域ポイント制度『まちのわ』」を運営してきたが、現行システムの下で利用者の利便性を高め事業拡大を進めるには、ポイント付与端末の大規模なインフラ整備が必要であるなど様々な課題が存在することから、札幌市にふさわしい、より効果的な地域ポイント制度のあり方について検討するため、平成 26 年度には、他都市先進事例の現状や市内 NPO 法人等の意見聴取などによる調査・研究を行った。

その結果として、①ポイント対象分野やエリアを限定したモデル事業を行い、その活動が定着したあとに全市に拡大することが効果的であること、②ポイント制度の実施にあたっては、活動団体の強化（活動 PR 等）、市民への普及啓発プログラムとの連動が重要であること、③ポイント付与交換媒体や制度はシンプルな形にすることで、市民の継続的な参加につなげる工夫が必要、との提案を受けたところである。

本調査研究は、現行制度における課題や前年度実施した調査結果等を踏まえ、IC カード「SAPICA」の活用にこだわらず、地域における実証実験を通じて市民の地域貢献活動等への参加促進という事業目的に合致する効果的な制度設計を行うための調査研究を行うものである。

なお、実証実験の実施エリアは北区幌北まちづくりセンターエリア及び西区発寒まちづくりセンターエリアとする。

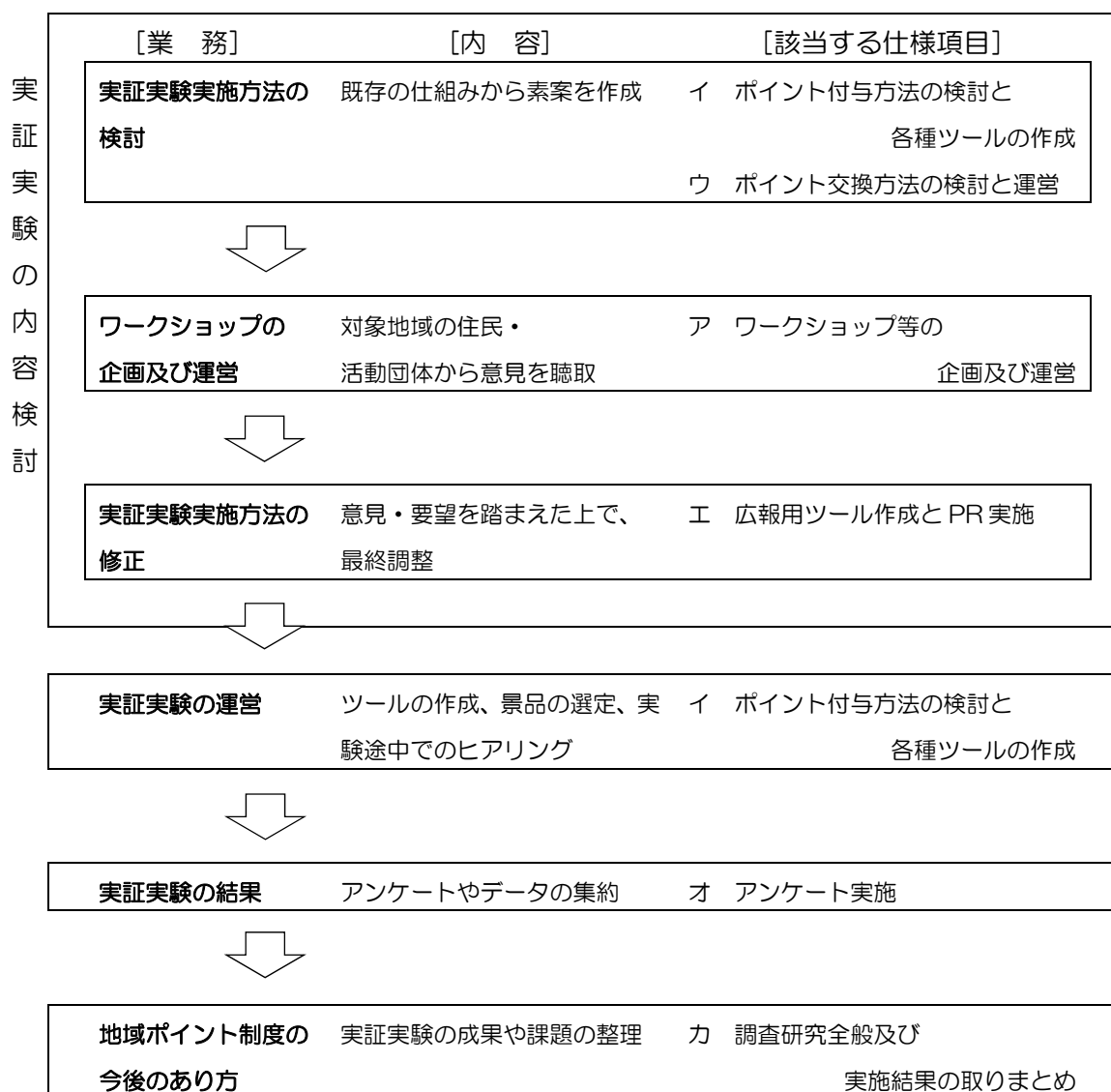
2. 業務概要

以下の業務仕様に従い、事業全体の枠組を整理した。

【業務仕様項目】

- ア ワークショップ等の企画及び運営
- イ ポイント付与方法の検討と各種ツールの作成
- ウ ポイント交換方法の検討と運営
- エ 広報用ツール作成と PR 実施
- オ アンケート実施
- カ 調査研究全般及び実施結果の取りまとめ

【想定する事業フロー】



Ⅱ 実証実験の内容検討

実証実験の内容の検討にあたっては、まず既存の仕組み等を参考に素案を作成した後、対象地域の地域住民・活動団体等から意見を聴取するワークショップを開催し、そこでの意見・要望等を踏まえた上で、最終的な実証実験の内容を決定した。

1. 実証実験実施方法（ポイント付与、交換、PR 方法）素案の検討

（1）基本的なフローの検討

【基本的な方針】

事業目的でも述べたが、「地域ポイント制度『まちのわ』」の利用者が伸び悩んでいる原因として、システムの煩雑さと周知不足が考えられる。

既存のシステムでは、登録時、ポイント端末に IC カード「SAPICA」をタッチし、会員番号を取得したうえで、①ウェブサイトアクセスする又は②「会員登録用リーフレット」に必要事項を記入して郵送する、のいずれかの手続きが必要になること、記載項目が多いこと、手続きの仕組みが煩雑であることなどが、利用者伸び悩みの一因と考えられた。そこで、記載事項を減らし、申込方法もできるだけシンプルにして申し込みやすい仕組みを検討した。

周知不足という点については、既存の仕組みではウェブサイトアクセスするなど、能動的にアクセスしないと情報に辿りつきにくいいため、今回の実験では、対象地域に告知・説明資料等を全戸配布して、その効果を図る方針とした。

実証実験の実施方法について、『まちのわ』はもちろん、他地域で実施されている既存の地域ポイントシステムを参考に、基本的なフロー（案）を以下のように組み立てた。

【実証実験の基本的なフロー（案）】

- ①事業の告知
- ②参加登録申請
- ③地域活動の情報発信
- ④住民の地域活動への参加
- ⑤応募用紙による景品への応募
- ⑥抽選後に当選者へ景品の発送

①事業の告知

対象地域に実験の実施を広く告知することとした。

そのための最適な手段として、ポスティングによる全戸配布を想定した。

②参加登録申請

参加意向のある地域住民に個人情報（氏名・住所・年齢など）を登録してもらうことを想定した。

③地域活動の情報発信

対象となる地域活動情報を収集・整理して、登録者に発信することを想定した。

④住民の地域活動への参加

参加希望者が主催者に連絡を取って、手続きをした後に参加する流れを想定した。

⑤応募用紙による景品への応募

ポイント（シール）がたまったら、ポイントカードに貼り付けて、個人情報を記入の上事務局宛に応募してもらう流れを想定した。

⑥抽選後に当選者へ景品の発送

抽選後、当選者へ景品を発送することを想定した。既存の『まちのわ』の景品であるゴミ袋等を含むものであるが、実験として様々なアイテムを試すことにした。

これらのフローを基本として、実証実験の具体的な内容について検討を行うこととした。

なお、検討に当たっては、本実証実験で対象とした幌北地区、発寒地区の地域特性が異なっていることから、それぞれの地域特性についても考慮することとした。

〔幌北地区の特徴〕

学生と地域住民が一体となり、小学校・児童会館などと連携して交流事業を行う「学生と地域で考えるまちづくり会」（以下「ネオロス幌北」という。）が活動している。

11 単町からなる幌北連合町内会は市内で最も学生の参加が多く、ネオロス幌北という学生と地域住民が一体となったまちづくり団体の存在は際立っている。また、町内会では地域活動への学生参加を積極的に受け入れ、地域活動の活性化と人材面の課題の解決に期待している。

ネオロス幌北としても正規スタッフとして継続的にまちづくりに関わってくれる学生を獲得したいという意向がある。

〔発寒地区の特徴〕

集合住宅などに住んでいる住民が多く、30～40代の親と子どもからなるファミリー層の多い地域となっている。発寒地区の商店街や町内会、子ども会などで構成され、環境活動に取り組んでいる「エコタウンはっさむ実行委員会」により、家庭ごみの軽量化を始めとした「地球にやさしいまちづくり推進事業」に取り組んでおり、平成22年には「さっぽろ環境賞・札幌市長賞」を受賞している。

JRと地下鉄が利用可能で交通の利便性が高く、それにより子どものいる世帯が流入したため、自然増加率と社会増加率ともに高い。一方で、これらの比較的新しく流入した層は、仕事や育児に忙しい、地域活動への参加意識は希薄と言える。

（２）具体的な実施内容の検討

今回の実証実験では、制度実施による新たな地域活動の担い手発掘の可能性を検証するため、幌北地区は学生、発寒地区では子育て中の地域住民を主なターゲットと定めて制度の構築を図った。

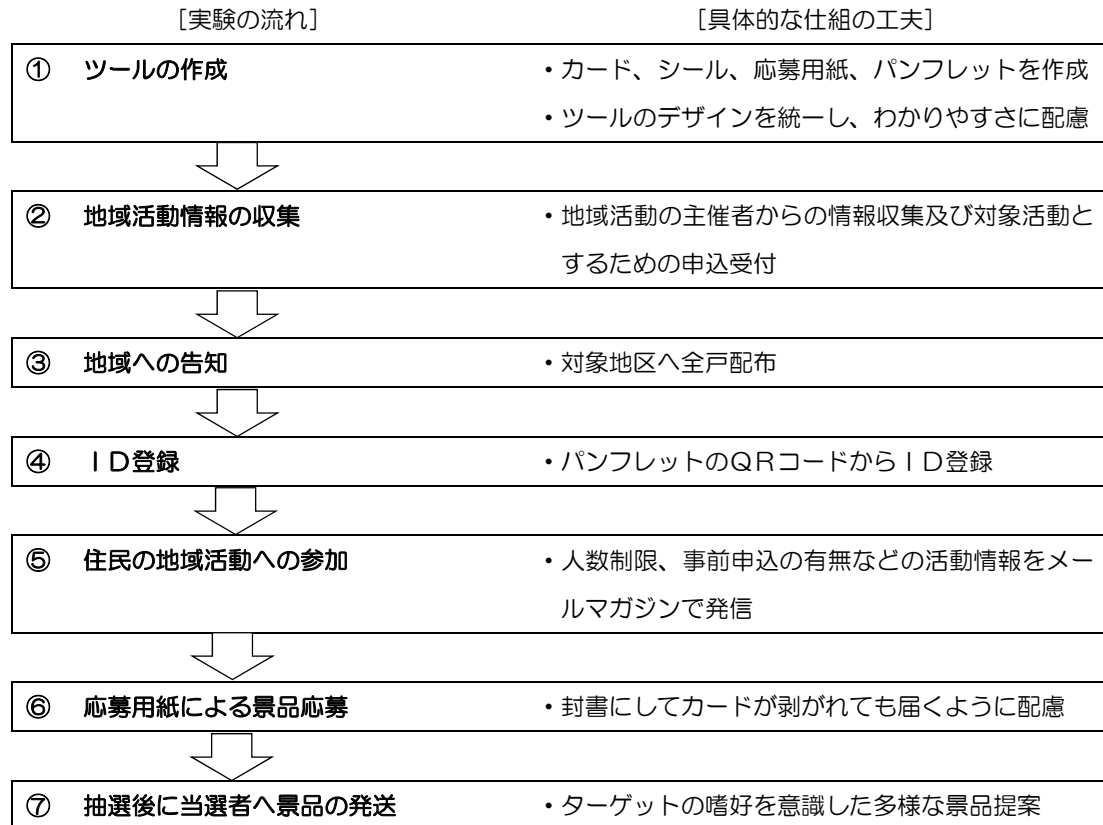
具体的には、告知媒体にQRコードを記載し、ウェブサイト上で参加登録ができるようにし、登録者の管理をID発行により行う仕組みを想定した。ID登録を検討した理由は、属性に応じた活動情報の発信が容易になることや、ターゲットがデジタルツールの扱いに長けた年齢層であるため、ID登録手続きにあたっての障壁が低いこと、地域活動として新たな取組が始まったことを印象付ける狙いがあった。

また、ターゲットの嗜好を意識した多様な景品を揃えることで、新たな利用者に訴求するような工夫も検討することとした。

ツールについては、テキストの羅列ではなく、誰が見てもわかりやすくなるようにイラストやフロー図を多用して作成することとした。参加に対する心理的負担が軽減されるよう、「手軽さ」を意識したポップなデザインを採用する方向で検討した。

(3) 実証実験の事務局素案の決定

実証実験の実施方法の事務局案を、以下のように整理した。



2. ワークショップによる地域からの意見聴取

事務局で作成した素案について、地域の意見を取り入れて、より使いやすい制度として構築していくため、地域住民や地域で活動する団体を対象にワークショップを実施した。

ワークショップは、以下のスケジュールで、発寒地区で1回、幌北地区で4回実施した。発寒地区では、まちづくりセンターの調整により連合町内会や発寒商店街振興組合メンバーとの意見交換会として場を設けるかたちで、幌北地区ではまちづくりセンターで行われている既存の会議の中での議題のひとつとして取り扱ってもらうかたちで、事業の趣旨及び実証実験の事務局素案の説明を行い、意見交換を行った。

【ワークショップの開催日時・参加人数】

回	日付	場所	会議	参加者数
(1)	平成27年9月17日	発寒まちづくりセンター	発寒商店街振興組合・発寒連合町内会との意見交換会	11名
(2)	平成27年9月24日	幌北まちづくりセンター	ネオロス幌北会議	20名
(3)	平成27年10月1日	幌北まちづくりセンター	幌北福まち会議①	20名
(4)	平成27年11月2日	幌北まちづくりセンター	幌北連合町内会会議	20名
(5)	平成27年11月5日	幌北まちづくりセンター	幌北福まち会議②	20名

各ワークショップで、実証実験実施方法の事務局案について出た主な意見・要望等を以下に整理する。

(1) 発寒商店街振興組合及び発寒連合町内会との意見交換会

発寒地区の商店街との連携を大きなテーマとして、発寒商店街振興組合及び発寒連合町内会の役員との意見交換会を実施した。結果的には、地域ポイントと商店街での商品交換に係る取りまとめが難しいことから、意見交換会終了後の調整により、今回の実証実験では商店街との連携を見送ることとした。

【主な意見・要望】

＜地域活動の参加について＞

- ・学生に参加してほしい。

⇒発寒地区には大学がないので、地区外の学生をどのように誘導するかが課題。

＜ポイントの付与について＞

- ・ポイント付与はスタンプラリー形式が良い。

⇒デジタルツールが扱えない高齢者層はターゲットにはならない。

＜実証実験の内容について＞

- ・代案がある訳ではないが、実証実験の内容にもっと光る工夫がほしい。

＜景品について＞

- ・学生向けには、就活に役立つような認定証や勉強に役立つ図書カードが良いと思う。

⇒商店街を絡めた交換品を検討してほしい。

(2) ネオロス幌北会議

学生と地域で考えるまちづくり会『ネオロス幌北』の定例会議において、事業趣旨や内容の説明を行った上で、意見交換を行った。

この会議は学生が中心になって運営する会議であることから、学生の地域活動参加に向けた動機付けなどを中心にヒアリングを行った。より多くの学生へ実証実験を周知するための方法などについて指摘があった。

【主な意見・要望】

＜対象活動について＞

- ・地域ポイントの対象になる活動と、そうでない活動の線引きが難しい。

＜PRについて＞

- ・学生の目に付く場所に資料を配架するべき。

＜地域活動の参加について＞

- ・インターネット環境にない人は対象とはしないのか。

⇒そもそも地域活動に人は足りている。学生向けに特化すべきでは。

＜景品について＞

- ・景品は学生にとって魅力的な内容にするべき。(タブレット、商品券など)
- ・学生の参加を促すには、景品よりも活動の内容が大切。

(3) 幌北福まち会議①

幌北地区福祉のまちづくり推進会議において、事業趣旨や内容の説明を行った上で、意見交換を行った。関連事業の多くが高齢者向けであることや、会議メンバーに地域活動の担い手が多かったこともあり、高齢者層も対象にすることや、運営側にもポイントを付与する仕組みづくりについて強い要望があった。

【主な意見・要望】

＜パンフレットについて＞

- ・文章ではなくイラストを多用してわかりやすくしてほしい。

＜地域活動の参加対象について＞

- ・学生のみを対象とせず、幅広く利用者を募るよう工夫してほしい。

＜PRについて＞

- ・学生はポスティングされた資料を見ないと思う。要検討事項だ。

＜地域ポイント付与について＞

- ・地域ポイントは地域活動の主催者も付与対象にしてほしい。

＜景品について＞

- ・ささやかなものでいい。提案しているものは贅沢すぎると感じる。

＜全体的な仕組みについて＞

- ・インターネットでの登録やIDによる管理などは、高齢者層の参加を難しくする。
- ・地域活動の情報は、町内会回覧板でも周知できないか。

（４）幌北連合町内会会議

幌北連合町内会において、事業趣旨や内容の説明を行った上で、意見交換を行った。

地域ポイント制度の有用性そのものに疑問が投げかけられた。実証実験に関しても、否定的な意見が多かった。

【主な意見・要望】

＜実証実験資料の全戸配布について＞

- ・国勢調査でさえ破棄されてしまう時代なので、配布物は事前告知が必要。

＜対象活動について＞

- ・ポイントの対象となる活動は、今回は決め打ちで行いたい。

＜地域ポイントの運営について＞

- ・大規模なイベントになれば、シールを渡すのは相当な手間。

＜景品について＞

- ・交換品の当選者数が少なすぎる。

＜制度そのものについて＞

- ・そもそも、このようなポイント制度は必要ないと思う。

（５） 幌北福まち会議②

幌北地区福まち会議のみ、意見交換会を二度実施した。その理由は、発寒地区及び幌北ネオロス会議では学生を主なターゲットとしたいとの意見であり、その方向で進めていく予定だったが、幌北福まち会議では高齢者も対象にすべきとの強い意見が出たためである。

結果的に、ターゲットを決め打ちせず、幅広い年代に訴求する内容に調整した上で、最終報告を兼ねて２回目の意見交換会を実施した。

【主な意見・要望】

＜対象エリアについて＞

- ・町内会がないエリアもある。高齢者層が集うグループにも行って説明するべき。
- ・学区によっては幌北地区以外の子どもたちが幌北小学校に通うケースがある。
⇒地区外からの参加者と比較して制度の利用に関して不平等感がないか。

＜対象活動について＞

- ・市の補助金絡みの地域活動が多く、そういったものは対象にならないのであれば、今回の対象活動を探すのも一苦労。

3. 実証実験実施方法（ポイント付与、交換、PR 方法）の修正

ワークショップで出た地域の意見を踏まえ、より現実的で地域ニーズに合わせた実証実験とするため、特に強い要望があった、あるいは検討すべきと考えられた以下の意見について、素案の再検討を行うこととした。

【検討が必要と考えられた地域側からの意見・要望とその対応】

- ・ポイント付与方法はスタンプラリー形式が良い。

<対 応>

ポイントはスタンプラリー形式で付与することとし、活動の内容に関わらず、シンプルに地域活動に参加した回数をポイントとすることとした。

<理 由>

対象活動の内容に応じて異なるポイントを付けるための基準を定めにくく、よりシンプルなシステムを求める意見を受けて、一律1回1ポイントとした。

- ・ポイントは地域活動の主催者にも付与対象にしてほしい。

<対 応>

地域活動の主催者も地域ポイント付与の対象とした。

<理 由>

地域活動は主催者がいるからこそ成り立っており、主催者側もまたボランティアで行っている場合がほとんどである。地域活動の主催者をポイントの付与対象とすることで、利用者との不平等感を払しょくする必要があると考えた。また、主催者から利用者に対して積極的に地域ポイントの利用を促してもらうことも期待できると考え、要望をそのまま反映した。

- ・デジタルツールが扱えない層はターゲットにならない。
- ・インターネット環境にない人は対象とはしないのか。
- ・インターネットでの登録やIDによる管理などは、高齢者層の参加を難しくする。
- ・地域活動の情報は、町内会回覧板でも周知できないか。

<対 応>

町内会回覧板やまちづくりセンターでの告知などを活用して、デジタルツールが扱えなくても、地域内で情報共有、参加ができる仕組みとなるよう配慮した。

<理 由>

地域活動の主体は高齢者層であるため、高齢者層もしっかりと参加できるシステムに修正する必要がある。これにより、幅広い年代に利用される仕組みとなった。

- ・景品は学生にとって魅力的な内容にするべき。(タブレット、商品券など)

＜対 応＞

タブレット、商品券（ＱＵＯカード、旅行券、図書カード）を景品に加えた。

＜理 由＞

学生等若年層の参加者を増やすため、ターゲットのニーズが高い景品を揃えることが必要と考え、要望を反映した。

- ・国勢調査でさえ破棄されてしまう時代なので、配布物は事前告知が必要。

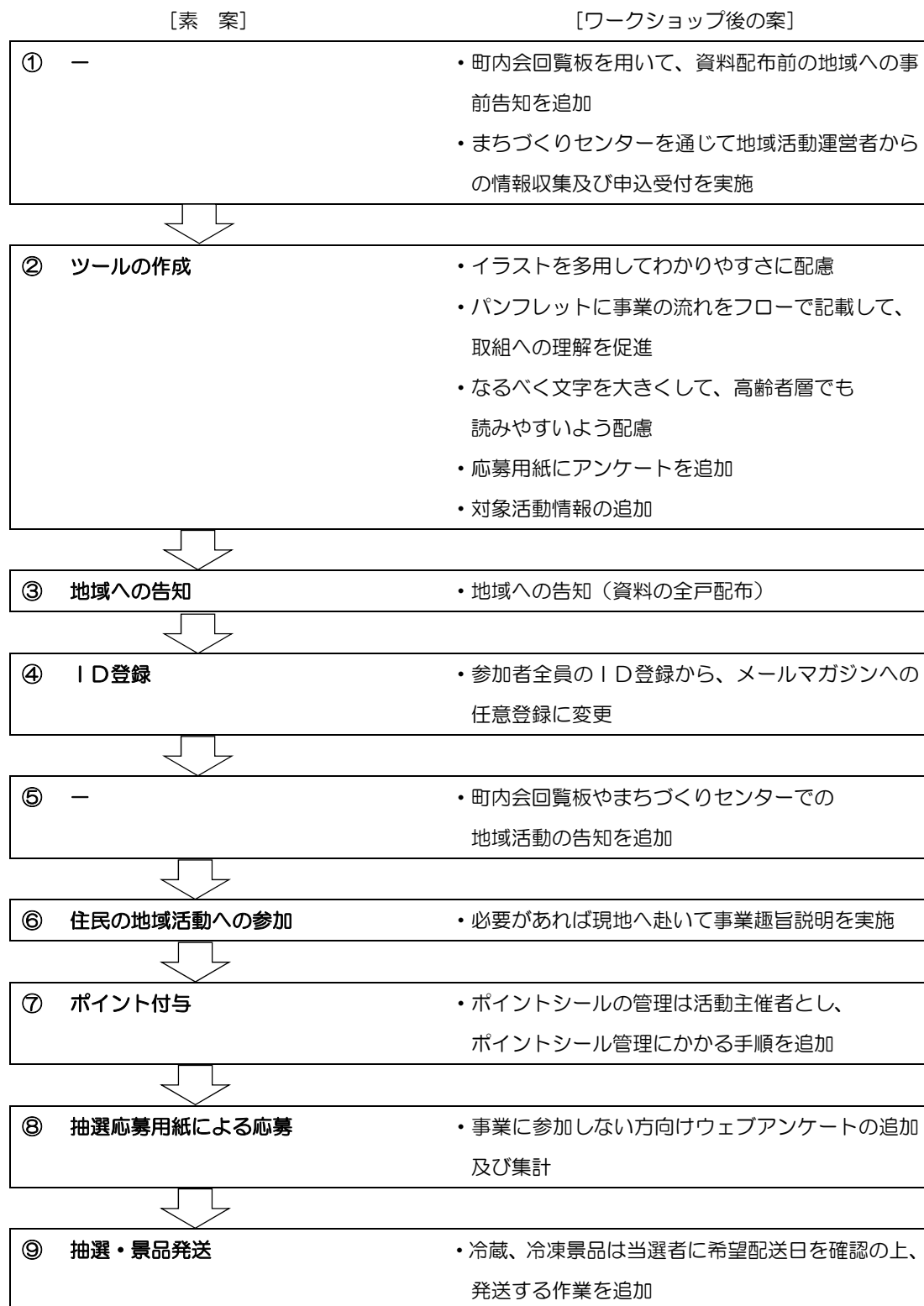
＜対 応＞

全戸配布の実施前に、町内会回覧板で事前に告知を行った。

＜理 由＞

配布資料が破棄されず、できるだけ多くに人の目に触れるよう、意見を反映した。

ワークショップ等での意見を踏まえて、実証実験実施方法の素案フローを以下のとおり修正した。



Ⅲ 実証実験の運営

決定した内容に沿って、各種ツールの作成、広報、地域活動情報の発信、地域活動ポイントの付与、景品発想など、実証実験にかかる一連の運営を行った。また、運営途中で利用者、運営側へのヒアリングを行い、可能な範囲で運営方法の改善を行った。

1. ポイント（付与/交換用）ツールの作成

ポイント付与については、誰でも直感的にわかるよう、ポイントカードとシールによるアナログ式の仕組みとし、カード及びシールの作成を行った。

また、ポイントと景品の交換は、シールが貼られたカードを送付してもらう仕組みとしたことから、そのための応募用紙を作成した。

（1）ポイントカード

持ち運びの利便性を重視し、財布やカードケース、ポケット等に容易に入る大きさを意識し、二つ折りにして名刺サイズとなるサイズ（55mm×182mm）で作成した。

表は目立つ色として黄色を採用した。また、カードに制度の仕組みを記載することで、どのようにすれば抽選に応募できるのかがわかるように工夫した。

内側にはシールを貼るスペース、メルマガの登録QRコードと連絡先を配した。

【ポイントカードデザイン】



(2) ポイントシール

活動参加に応じて配布するポイントシールは、子ども向けの対象活動がいくつかあったことから、地域活動に楽しく参加してほしいと考え、子どもにも喜ばれる親しみやすいデザインとした。

シール 1 枚、1 枚を切り取りやすくするため、委託者において、ミシン目入れの作業を行った。

【シール（直径 18mm）デザイン】



(3) 応募用紙

シールをためて景品抽選に応募するための台紙として、地域活動ポイント景品抽選応募用紙を作成した。

この応募用紙は、事業の告知とともに全戸配布をすることから、地域活動に参加しない（できない）方からも事業に対する意見を集め、制度検証の参考とすることを目的として、ウェブを活用したアンケート調査を兼ねた構成とした。

応募用紙は、応募者の負担軽減のため料金受取人払郵便とし、また、記載した住所、氏名等が透けて見えないように一つの面を塗りつぶすなど、個人情報保護にも配慮した。

内側には、応募方法、希望の景品へのチェック欄、アンケート、個人情報記載欄、カードを貼る位置などをわかりやすく配置した。また、用紙を折り畳み、のり付けして投函してもらう形状のため、イラストで手順を解説することで利用者の理解を促した。

社会受取人松郷
札幌中央局
承認
849
差出有効期間
平成28年3月
31日まで

北海道札幌市中央区大通西四丁目一番地

道銀別館ビル六階

応募大切
平成28年
2月29日



◀ コチラです!

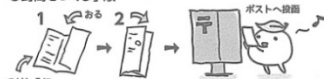
お問い合わせ先

☎ 011-215-1131
(平日9時～17時)

市政算資料番號 05-A02-15-1586

応募方法

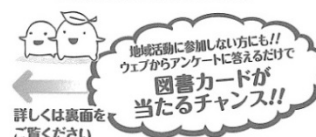
- ### ●封筒をつくる手順



平成28年3月18日 当日消印有効

- 5ポイント
 - タブレット
 - タラバガニ
- 3ポイント
 - QUOカード
 - 旅行券
 - 図書カード
- 2ポイント
 - ヨーグルトセット
 - スキンケアセット
 - オリジナルマグカップ

※当選発表は発送をもって代えさせていただきます。



Q1:この地域活動ポイント制度をどのように知りましたか？

- Q1:この地域活動ポイント制度をどのように知りましたか?
- | | |
|-----------------|--------------|
| 1. 自宅に届いたチラシを見て | 2. 町内会回覧板を見て |
| 3. 知人からの紹介で | 4. その他() |

- Q2:過去1年間に「地域活動」に参加したことはありますか？
 1. ある▶参加の頻度は？(当てはまる項目に○をつけてください)
 週1回以上 月1回 3、4ヶ月に1回 年1回
 (参加していない主な活動:)

- Q3:今回、地域活動に参加したきっかけ、動機は何ですか？
1. 自分たちの地域をより暮らしやすいまちにしたいと思っているから
 2. パンフレットを見て、参加できる活動があることがわかったから
 3. ポイントをためることができることを知ったから
 4. 知人に頼まれたから
 5. その他()

- Q4:地域活動についての情報(内容や開催日など)を
どのようにお知らせすると良いと思いますか?
(当てはまる項目を3つまで選んでください。)

1. 地域の回覧板
2. ダイレクトメールなどによるご自宅への配布
3. 広報さっぽろ(各区版のお知らせ)
4. まちづくりセンターでの掲示
5. パンフレット、ポスター
6. ホームページ
7. メールマガジン
8. SNS(ツイッター、フェイスブックなど)
9. 説明会
10. その他

- Q5:今回のようにポイントをためるとしたら、どのような方法が良いと思いますか?

1. 上記のようないしはシールやスタンプ用紙
2. サシガ
3. スーパーやコンビニ等の会員用ポイントカード
4. 携帯電話やスマートフォンのアプリ
5. その他()

- Q6: 今回の景品に関する感想をお聞かせください。
1. 今回のような景品と当選人数で良い
 2. 豪華な景品にすることを優先した方がよい
 3. 当選人数を増やすことを優先した方がよい
 4. 市販の物ではなく、特別な物の方がよい
 5. 景品は無くてもよい
 6. その他()

ご協力ありがとうございました

$\bar{T}$ *

住所

姓名	
----	--

電話番号

年代 10代以下 ・ 20代 ・ 30代 ・ 40代

性別 当てはまる性別に○をつけてください

＜個人情報取扱いについて＞
応募の際にご記入いただいた住所、氏名は景品の発送以外の目的で
使用することはありません。また、アンケートの回答結果は統計的に処理し
「こういうご意見が何%」というように数値、表にまとめますので、個人
のお名前が公表されることはありません。

ポイントカードは折り目でカットして、
ポイントシール台紙部分のみを貼り付けてください。



02130

2. 広報用ツールの作成とPR 実施

事業の告知は、対象地区の住民に向けて広く発信していくことを目的として、ポスティングによる説明資料等の全戸配布を行うこととした。

(1) パンフレットの作成

投函用資料の中で最も重要な役割を果たす制度の解説を目的としたパンフレットの作成にあたっては、わかりやすさ、見やすさを重視し、色味やフォントなどに配慮するとともに、イラストを多用して説明する手法を用いた。

【パンフレットA4三つ折り】



(2) 実証実験の告知

対象地区の住民に対して、ポスティングによる資料等の全戸配布を行い、制度の周知及び参加の呼びかけを行った。

実証実験の対象地区となる幌北地区 15,668 世帯に 16,611 部、発寒地区 15,473 世帯に 14,814 部、二地区合計で 31,141 世帯に 31,425 部を配布した。幌北地区において、配布部数が世帯数よりも多い理由としては、学生が多い地区の特性として住民票を移していない世帯が多いことが考えられる。

配布したエリアは以下のとおりである。

幌北配布

町条丁目	世帯数	配布日	配布数
北12条西1丁目	266	11月22日	181
北12条西2丁目	195	11月22日	236
北12条西3丁目	89	11月22日	93
北12条西4丁目	252	11月22日	260
北13条西1丁目	221	11月22日	375
北13条西2丁目	194	11月22日	106
北13条西3丁目	244	11月22日	122
北13条西4丁目	124	11月22日	36
北14条西1丁目	135	11月22日	118
北14条西2丁目	260	11月22日	255
北14条西3丁目	153	11月22日	111
北14条西4丁目	164	11月22日	34
北15条西1丁目	112	11月21日	202
北15条西2丁目	104	11月21日	127
北15条西3丁目	196	11月21日	269
北15条西4丁目	230	11月21日	294
北15条西5丁目	9	11月21日	11
北16条西2丁目	52	11月21日	0
北16条西3丁目	159	11月21日	156
北16条西4丁目	125	11月21日	195
北16条西5丁目	121	11月21日	182
北17条西1丁目	34	11月21日	40
北17条西2丁目	127	11月21日	173
北17条西3丁目	322	11月21日	398
北17条西4丁目	427	11月21日	231
北17条西5丁目	218	11月21日	286
北17条西6丁目	31	11月21日	34
北18条西2丁目	57	11月21日	57
北18条西3丁目	439	11月21日	510
北18条西4丁目	467	11月21日	654
北18条西5丁目	293	11月21日	245
北18条西6丁目	225	11月21日	308
北18条西13丁目	260	11月21日	49
北19条西2丁目	87	11月22日	111
北19条西3丁目	229	11月22日	341
北19条西4丁目	196	11月23日	244

町条丁目	世帯数	配布日	配布数
北19条西5丁目	231	11月22日	319
北19条西6丁目	222	11月23日	236
北19条西7丁目	110	11月23日	66
北20条西2丁目	279	11月22日	312
北20条西3丁目	212	11月22日	271
北20条西4丁目	313	11月23日	464
北20条西5丁目	167	11月22日	236
北20条西6丁目	224	12月1日	284
北20条西7丁目	178	12月1日	239
北20条西8丁目	79	12月1日	113
北21条西2丁目	257	11月22日	249
北21条西3丁目	282	11月22日	322
北21条西4丁目	226	11月22日	309
北21条西5丁目	220	11月23日	237
北21条西6丁目	296	11月24日	338
北21条西7丁目	220	11月24日	220
北21条西8丁目	269	11月24日	289
北22条西2丁目	250	11月22日	281
北22条西3丁目	325	11月23日	365
北22条西4丁目	304	11月23日	328
北22条西5丁目	227	11月23日	254
北22条西6丁目	200	11月24日	220
北22条西7丁目	211	11月25日	104
北22条西8丁目	227	11月25日	186
北22条西9丁目	120	11月25日	109
北23条西13丁目	192	11月26日	175
北23条西14丁目	138	11月26日	89
北23条西2丁目	307	11月21日	363
北23条西3丁目	508	11月21日	530
北23条西4丁目	502	11月21日	575
北23条西5丁目	512	11月22日	498
北23条西6丁目	396	11月23日	379
北23条西7丁目	206	11月20日	201
北23条西8丁目	215	11月24日	175
北23条西9丁目	178	11月24日	165
北23条西10丁目	48	11月23日	66
総合計	15,668		16,611

発寒配布

町条丁目	世帯数	配布日	配布数
発寒1条2丁目	202	11月20日	186
発寒1条3丁目	472	11月21日	430
発寒1条4丁目	284	11月25日	264
発寒2条1丁目	55	11月20日	47
発寒2条2丁目	125	11月20日	108
発寒2条3丁目	212	11月23日	209
発寒2条4丁目	54	11月23日	61
発寒2条5丁目	186	11月25日	181
発寒3条1丁目	302	11月21日	294
発寒3条2丁目	232	11月21日	231
発寒3条3丁目	467	11月21日	421
発寒3条4丁目	288	11月21日	265
発寒3条5丁目	266	11月22日	253
発寒3条6丁目	190	11月22日	176
発寒4条1丁目	170	11月21日	159
発寒4条2丁目	132	11月21日	115
発寒4条3丁目	271	11月20日	277
発寒4条4丁目	358	11月24日	336
発寒4条5丁目	383	11月23日	376
発寒4条6丁目	283	11月25日	238
発寒4条7丁目	221	11月25日	205
発寒5条2丁目	170	11月21日	162
発寒5条3丁目	287	11月20日	263
発寒5条4丁目	386	11月20日	358
発寒5条5丁目	350	11月23日	329
発寒5条6丁目	146	11月25日	155
発寒5条7丁目	116	11月26日	93
発寒5条8丁目	376	11月24日	370
発寒6条3丁目	21	11月23日	23

町条丁目	世帯数	配布日	配布数
発寒6条4丁目	238	11月22日	215
発寒6条5丁目	313	11月21日	289
発寒6条7丁目	249	11月21日	229
発寒6条8丁目	209	11月21日	206
発寒6条9丁目	665	11月20日	643
発寒6条10丁目	259	11月20日	256
発寒6条11丁目	496	11月20日	509
発寒6条12丁目	343	11月21日	329
発寒6条13丁目	723	11月22日	696
発寒7条4丁目	62	11月23日	52
発寒7条5丁目	321	11月23日	299
発寒7条7丁目	296	11月21日	282
発寒7条8丁目	53	11月21日	49
発寒7条9丁目	272	11月20日	268
発寒7条10丁目	10	11月23日	11
発寒7条11丁目	506	11月23日	502
発寒7条12丁目	223	11月23日	216
発寒7条13丁目	75	11月21日	63
発寒8条5丁目	376	11月22日	371
発寒8条7丁目	166	11月20日	146
発寒8条9丁目	45	11月20日	42
発寒8条10丁目	165	11月21日	161
発寒8条11丁目	444	11月22日	525
発寒8条13丁目	137	11月22日	144
発寒9条9丁目	65	11月22日	67
発寒9条10丁目	235	11月21日	227
発寒9条11丁目	609	11月22日	562
発寒9条12丁目	465	11月21日	441
発寒9条13丁目	448	11月21日	429
合計	15,473		14,814

投函した資料は、「パンフレット」、「ポイントカード」、「景品抽選応募用紙」、「対象活動一覧（後述）」とし、これらを透明のPP封筒に封入して各戸に配布した。

PP封筒を用いたのは、一目見て内容がわかるようにしたいとの狙いがあったためである。また、A4 三つ折りサイズを基本とした理由は、ポスティング時に投函しやすいこと、情報を整理する上でレイアウトしやすい分割であったこと、そして、配架する際にもスペースを取ることがなく、見た方が手に取って持ち帰りやすいサイズであることなどが挙げられる。

【配布物一覧】



■左からPP 封筒、パンフレット、応募用紙、対象活動一覧（上段）、ポイントカード（下段）

また、実証実験期間中に、対象活動への学生の参加数が伸びていないことを受け、平成28年1月下旬に、周辺大学の学生が多数登録している外部のメーリングリスト及びFacebookで、実証実験の趣旨説明と地域活動への参加の呼びかけを行った。

いずれも、札幌市内の学生団体が運営するもので、対象となる学生数はメーリングリストとFacebookを合わせて約100名で、告知はそれぞれ2回ずつ実施した。

3. 地域活動情報の発信

(1) 対象となる地域活動情報の集約

対象となる活動情報は、事務局素案段階では、公募を行い、活動団体による申請により集約することを前提としていた。

しかしながら、実証実験期間が冬場で活動が少ないことや、登録にかかる手間などを考慮して、当該地区のまちづくりセンター所長らと協議した結果、今回の実験では予めまちづくりセンター所長と地域活動団体が協議して対象とする活動を選定し、実験開始時点で対象となる活動を確定させることとした。

選定された活動については、委託者において、日時や場所、内容、連絡先などを整理し地域活動情報一覧としてとりまとめた。

【発寒地区活動情報A4三つ折り】

**さっぽろ地域活動ポイント
ポイント対象活動のお知らせ**
(11月10日現在)



この紙に記載しているポイント対象活動に参加された方へは、一面の参加につき一枚、ポイントシールをお渡しします。

また、今後、開催日などの詳細が決定した活動や、新たに追加となった活動については、随時、町内会回覧板やメールにて、お知らせいたします。

なお、メール配信を希望される方は、登録方法を同封のパンフレットでご確認ください。

**さっぽろ地域活動ポイント
実証実験運営事務局**
☎ 011-215-1131
担当: 徳間
受付時間: 平日 9時～17時

活動名	商店街を巡る交通安全事業
日時	2月11日(木曜日) 9時30分～12時00分
主催	発寒商店街振興組合
内容	商店街に集まる通学路の交通安全の啓発活動を実施
集合場所	発寒まちづくりセンター (西区発寒5条3丁目12-14)
備考	降雪作業に差し支えないよう、天候により変更する場合があります。
問合せ先	発寒商店街振興組合(源光) TEL. 011-664-6411

活動名	『エコタウンほっこり』
日時	12月16日(水曜日) 13時00分～17時00分
主催	エコタウンほっこり実行委員会
内容	環境キンドルの作成
集合場所	発寒まちづくりセンター (西区発寒5条3丁目12-14)
備考	天候により変更する場合があります。
問合せ先	発寒まちづくりセンター TEL. 011-664-6411

活動名	アイスクリーム作り
日時	1月26日(水曜日) 13時00分～17時00分
主催	発寒商店街振興組合
内容	アイスクリームの作り方を学ぶ
集合場所	発寒まちづくりセンター (西区発寒5条3丁目12-14)
備考	降雪作業に差し支えないよう、天候により変更する場合があります。
問合せ先	発寒商店街振興組合(源光) TEL. 011-664-6411

活動名	アイスクリーム作り
日時	1月26日(水曜日) 13時00分～17時00分
主催	発寒商店街振興組合
内容	アイスクリームの作り方を学ぶ
集合場所	発寒まちづくりセンター (西区発寒5条3丁目12-14)
備考	降雪作業に差し支えないよう、天候により変更する場合があります。
問合せ先	発寒商店街振興組合(源光) TEL. 011-664-6411

活動名	アイスクリーム作り
日時	1月26日(水曜日) 13時00分～17時00分
主催	発寒商店街振興組合
内容	アイスクリームの作り方を学ぶ
集合場所	発寒まちづくりセンター (西区発寒5条3丁目12-14)
備考	降雪作業に差し支えないよう、天候により変更する場合があります。
問合せ先	発寒商店街振興組合(源光) TEL. 011-664-6411

【幌北地区活動情報A4三つ折り】

**さっぽろ地域活動ポイント
ポイント対象活動のお知らせ**
(11月10日現在)



この紙に記載しているポイント対象活動に参加された方へは、一面の参加につき一枚、ポイントシールをお渡しします。

また、今後、開催日などの詳細が決定した活動や、新たに追加となった活動については、随時、町内会回覧板やメールにて、お知らせいたします。

なお、メール配信を希望される方は、登録方法を同封のパンフレットでご確認ください。

**さっぽろ地域活動ポイント
実証実験運営事務局**
☎ 011-215-1131
担当: 徳間
受付時間: 平日 9時～17時

活動名	幌北不夜城
日時	毎月第2・第4金曜日 10時00分～12時00分
主催	幌北不夜城(老人クラブ)
内容	お菓子作りやゲームなど、交流を深めながらの活動
集合場所	幌北まちづくりセンター (北区北17条西5丁目1-7)
備考	参加費無料
問合せ先	幌北まちづくりセンター TEL. 011-726-6345

活動名	子育てひろば(ほろち)
日時	毎月第2金曜日 10時00分～12時00分
主催	幌北地区福祉のまちづくりセンター
内容	乳幼児と保護者、地域のつながりを深め、子育ての悩みを相談し合う
集合場所	幌北児童館 (北区北17条西5丁目1-7)
備考	参加費無料
問合せ先	幌北児童館 TEL. 011-727-4225

活動名	子育てサロン(民衆館)
日時	毎月第3火曜日 13時00分～15時00分
主催	幌北児童館
内容	乳幼児と保護者、地域のつながりを深め、子育ての悩みを相談し合う
集合場所	幌北児童館 (北区北17条西5丁目1-7)
備考	参加費無料
問合せ先	幌北児童館 TEL. 011-727-4225

活動名	幌北クリスマス会
日時	12月12日(日曜日) 10時00分～14時00分
主催	幌北地区福祉のまちづくりセンター
内容	クリスマス会、地域のつながりを深め、子育ての悩みを相談し合う
集合場所	幌北児童館 (北区北17条西5丁目1-7)
備考	参加費無料
問合せ先	幌北児童館 TEL. 011-727-4225

活動名	幌北歩くスキーのついで
日時	2月21日(日曜日) 9時00分～12時00分
主催	幌北地区福祉のまちづくりセンター
内容	歩くスキー、地域のつながりを深め、子育ての悩みを相談し合う
集合場所	幌北まちづくりセンター (北区北17条西5丁目1-7)
備考	参加費500円(スキーウェア、ヘルメット、グローブ、ストック、杖など)
問合せ先	幌北まちづくりセンター TEL. 011-726-6345

活動名	ボブスレー
日時	毎月第1・第3月曜日 10時00分～12時00分
主催	幌北ボブスレー(老人クラブ)
内容	ボブスレー、地域のつながりを深め、子育ての悩みを相談し合う
集合場所	幌北まちづくりセンター (北区北17条西5丁目1-7)
備考	参加費無料
問合せ先	幌北まちづくりセンター TEL. 011-726-6345

(2) 地域活動の情報発信手法

地域活動情報一覧は、ポスティングによる全戸配布のほか、メールマガジン、町内会回覧板、まちづくりセンターでの掲示の4つの手法により地域住民へ発信した。

①ポスティングによる全戸配布

制度の周知やポイントカードの配布と合わせて投函用資料とし、実験開始時点で対象活動が告知されるよう配慮した。

②メールマガジンによる登録者への定期的な情報発信

メールマガジンの登録者には、直近の地域活動や定期的に実施されている地域活動などの情報を、月一回のペースで各地区それぞれ3回ずつ配信した。なお、メールマガジンの登録や配信等のシステムは、無料で利用できるグーグルフォームを活用した。登録料や維持費が掛からないため、長期運用する場合でも事務局の経済的負担がないことから、実証実験後の本格運用時のコスト抑制も見据えて選択した。

③町内会回覧板での告知・まちづくりセンターでの掲示

町内会回覧板及びまちづくりセンターでの掲示は、ワークショップでの地域住民の意見を取り入れて実施した。

町内会回覧板は、11月中旬にパンフレット全戸配布の事前告知を目的として1回、そして12月に地域活動に関する告知を目的として1回、各地区2回ずつ活用した。

なお、素案ではウェブサイトでの情報発信も、対象活動の発信ツールの一つとして検討していたが、地域活動の主体が高齢者層であることから効果が低いと判断し、今回は実施を見送った。

4. 地域ポイント制度の運営

決定した地域ポイント制度の仕組みに沿って、実証実験の運営を行った。

実証実験の実施概要は、以下のとおりである。

【実証実験期間】平成 27 年 12 月 1 日（火）～平成 28 年 2 月 29 日（月）

実証実験の運営過程では、地域住民からの問い合わせも複数あり、適宜対応した。

また、地域活動主催者からの要請に応じて、個別に地域ポイント制度に関する説明や現地での制度運営に関するフォローなどを行った。

さらには、対象活動の現場にも足を運んで、利用者及び地域活動の主催者の様子を直接確認し、実証実験への参加状況や意見の把握に努めた。



■発寒地区（アイスクャンドル冬物語）



■幌北地区（健康リズム体操）

制度の運営にあたっては、ポイントカードやシールの管理を地域活動の主催者の協力の下で実施した。具体的には、地域活動の主催者に、配布資料の予備とシール、「対象活動記録簿兼シール管理表」（以下：管理表）を事前に送付して、シールの管理を依頼した。

シールは事前に各対象活動を実施する両地区のまちづくりセンターにも送付した。定期的実施される対象活動ではシールが不足することもあり、その際はまず地域活動の主催者からまちづくりセンターにシール追加依頼の連絡が入るようにし、まちづくりセンターから事務局へ、事務局から委託者に連絡して、委託者から当該まちづくりセンターへ追加分のシール発送を行う形を取った。通常であれば、活動主催者と事務局とのやり取りで対

応可能だが、地域活動の取りまとめ窓口がまちづくりセンターとなったことで、委託者を
経由し市役所内のメール便を利用することで迅速に送付できる状況だったことから、この
ような形とした。

また、地域活動の参加時にポイントカードを持参しなかった利用者のために、まちづく
りセンターには予備の資料を配架した。余ったシールと管理表は、実証実験終了後に主催
者より事務局宛に返送してもらい、配布数から差し引いて利用数の集計を行った。

5. 中間ヒアリング及びその結果に基づく対応

事業期間の途中で、実証実験に参加している地域活動の主催者、参加者に意見・要望をヒアリングし、制度のブラッシュアップに努めた。

しかしながら、ヒアリング期間が実証実験の終了間際まで続いたことから、その結果は実証実験の実施中にフィードバックする時間がなく、今後に向けての検証のために活用することとした。

ヒアリングは、年代、性別等の属性及び事前に準備した事業の評価に関する 8 つの質問について、対面形式で聞きとるかたちで実施した。

1 月下旬から 2 月下旬にかけて、利用者と主催者の双方を対象に実施した。主催者からは地域活動への参加状況やシールの発行状況についても情報収集を行った。

(1) 中間ヒアリング【利用者の評価】

以下の地域活動の参加者に、実証実験に関する意見・要望をヒアリングした。

【ヒアリング実施団体及び回答者人数・属性】

- ・幌北ぽぷら会 11 名（60 代 4 名・70 代以上 7 名、男性 1 名・女性 10 名）
- ・幌北健康リズム会 4 名（60 代 2 名・70 代以上 2 名、女性 4 名）
- ・幌北すこやか倶楽部 3 名（70 代以上 3 名、男性 1 名・女性 2 名）
- ・幌北不老会 2 名（70 代以上 2 名、男性 1 名・女性 1 名）
- ・子育てひろば（福まち） 3 名（20 代 3 名、女性 3 名）

【問 1】ポイントが付いて、景品と交換できることにより、地域活動へ参加したい気持ちになりましたか？

地域活動へ参加したい気持ちに「なった」方が 16 件と最も多かった。「ならなかった」とする 6 件は、既に長年参加しておりポイントの有無は関係ないとの回答だった。

＜回答結果＞

・幌北ぽぷら会	なった…6 件	ならなかった…5 件
・幌北健康リズム会	なった…3 件	ならなかった…1 件
・幌北すこやか倶楽部	なった…2 件	無回答……………1 件
・幌北不老会	なった…2 件	
・子育てひろば（福まち）	なった…3 件	

【問 2】今回は、カードにポイントシールを貼る方式でしたが、ポイントをためる方法として、わかりづらかったり、使いづらかったりといった感じは受けましたか？

「わかりやすい」が 22 件を占め、概ねポイント付与方法に関する理解は得られた。その他の意見として「デジタルだとわからないので、アナログならいい」という意見もあった。

＜回答結果＞

・幌北ほぷら会	わかりやすい…11 件	
・幌北健康リズム会	わかりやすい…4 件	
・幌北すこやか倶楽部	わかりやすい…2 件	問題はない…1 件
・幌北不老会	わかりやすい…2 件	
・子育てひろば（福まち）	わかりやすい…3 件	

【問 3】今回は、ポイントシールを貼ったカードを、応募用紙に貼りつけて、アンケートにお答えいただいたうえで、郵送していただく方式でしたが、わかりづらかったり、使いづらかったりといった感じは受けましたか？

「わかりやすい」が 16 件を占め、ポイント交換方法に関する一定の理解は得られたが、「はがきの方がいい」1 件、「説明不足」2 件、「応募の際に切手を貼るか迷った」1 件、などの意見もあった。

＜回答結果＞

・幌北ほぷら会	わかりやすい…9 件	切手を貼るか迷った…1 件
	説明不足…1 件	
・幌北健康リズム会	わかりやすい…4 件	
・幌北すこやか倶楽部	問題はない…1 件	アンケートが面倒…1 件
	説明不足…1 件	
・幌北不老会	わかりやすい…1 件	認知症予防に役立つ…1 件
・子育てひろば（福まち）	わかりやすい…2 件	ハガキのほうがいい…1 件

補 足

幌北不老会の「認知症予防に役立つ」は、応募方法の手順である氏名、住所などを書くことそのものが活動になっていて良いという意見だった。

【問 4】事前に会員登録をしていただくことによって、新しい活動についてお知らせすることも可能です。今回は会員登録いただいた方に電子メールでお知らせする方式と、町内会回覧板にてお知らせする方式の二つの方法で実施しましたが、それらの情報をご覧になれましたか？

「町内会回覧板」は高齢者層に有効で、「知人からの紹介」は年代を問わず有効な手段であることがわかった。

＜回答結果＞

・幌北ほづら会	町内会回覧板…4 件	知人の紹介で…6 件
	自宅に届いたチラシを見て…1 件	
・幌北健康リズム会	わかりやすい…4 件	
・幌北すこやか倶楽部	町内会回覧板…3 件	
・幌北不老会	知人の紹介で…2 件	
・子育てひろば（福まち）	知人の紹介で…1 件	ポスターで…1 件
	スマホで調べる…1 件	

【問 5】今回は、ためたポイント数に応じて、景品を選んで応募していただく抽選方式でしたが、それについてのご意見をお聞かせください。例えば、景品の種類や数、抽選より利用者全員にあたったほうがよいなど。

高齢の利用者からは、値段が高いものではなく、実用的な日用品などを、できるだけ多くの参加者がもらえるようにしてほしいとの要望が多く見られた。一方、20 代の利用者からは、子育てをしている方に注目してもらえるよう木のおもちゃなど、自分ではなかなか購入できないものが良いとの意見があった。

＜回答結果＞

【60 代以上からの意見】

＜仕組みについて＞

- ・カードの使い方がよくわからない。

＜景品について＞

- ・安い物でいいので、もう少し当たる人数を増やしてほしい。
- ・ゴミ袋を加えてほしい。当選員数を増やしてはどうか。
- ・ゴミ袋がいいと思う。5kg じゃなくて 10kg が実用的で助かる。ある程度ためたら、全員が貰えるほうがいい。
- ・景品はティッシュくらいでもいいのでは。その分、多くの人が貰えればいいと思う。
- ・景品に興味はないが、楽しく活動ができるきっかけになるような物がいいと思う。値段が高いものではなく、安くてもなるべく多くの人が貰えるといい。貰えたことで楽しくなる。話題にもなるし、励みになる。
- ・（安価な物で）何でもいから当たると嬉しい。自分で応募して、何かが当たるだけで喜びになる。ティッシュ程度で良い。
- ・日用品がいい。普段の生活で役立つ物だと応募する。
- ・1,000 円以下の日用品でいいと思う。高価な物よりも安価な物を多くの人に当たるようにした方が、効果があるのでは。
- ・タブレットを貰っても使い方がわからないし、カニよりも他の物がいい。日常生活で使えるものがない。
- ・景品は必要ない。

- ・景品はどちらでもいい。
 - ・抽選を公平にしてくれるのであれば、景品はなんでもいい。
 - ・今回の応募数からどのくらい利用者がいるかわかると思うので、その人数を参考に景品の当選者数を考え直した方がいいと思う。次回は景品についても、応募者の年齢を参考にしたい方がいい。
 - ・このままで良い。
- 【20代からの意見】
- <景品について>
- ・マグカップは必要ない。(趣味趣向があるので)
 - ・木のおもちゃがあれば、もっと若いお母さん世代に注目されたのでは。木のおもちゃは高価なので、自分たちではあまり買わないが、いいものだとはわかっている。次回があるなら検討してほしい。
 - ・当選人数は多い方がいい。カニは欲しいと思う。自分ではあまり買わないものが当たるといい。

【問 6】 ポイント制度を実施する前に、地区内の全ての家にパンフレットを配布させていただきましたが、ご覧になりましたか？

「見た」13件、「見ていない」3件、「まちづくりセンターで貰った」5件、「その他」2件と、ポスティング時にパンフレットを見た方は半数強に留まった。ポスティングの効果を高める上では、投函時に内容を確認してもらえるような工夫が必要である。

<回答結果>

- | | | |
|--------------|------------------|------------------|
| ・幌北ぼくら会 | 見た…7件 | 見ていない…1件 |
| | まちづくりセンターで貰った…3件 | |
| ・幌北健康リズム会 | 見た…3件 | まちづくりセンターで貰った…1件 |
| ・幌北すこやか倶楽部 | 見た…1件 | 見ていない…1件 |
| | 周知を徹底してほしい…1件 | |
| ・幌北不老会 | まちづくりセンターで貰った…1件 | 見ていない…1件 |
| ・子育てひろば（福まち） | 見た…2件 | 活動の場で知った…1件 |

【問 7】 パンフレットや応募用紙、ポイントシール台紙それぞれについて、ご覧になりましたか？今回の取組の内容は分かりやすかったでしょうか。

わかりやすいが16件と最も多く、取組の内容は概ね理解してもらえるツールとなっていたと考えられる。「わかりづらい（“書体が見づらい”、“カードの使い方がわからない”を含む）」3件、「無回答」3件、「その他」1件となった。

<回答結果>

- | | | |
|--------------|------------------|------------|
| ・幌北ぼくら会 | わかりやすい…7件 | わかりづらい…1件 |
| | 無回答…1件 | 書体が見づらい…1件 |
| | 景品はいらない…1件 | |
| ・幌北健康リズム会 | わかりやすい…4件 | |
| ・幌北すこやか倶楽部 | カードの使い方がわからない…1件 | 無回答…2件 |
| ・幌北不老会 | わかりやすい…2件 | |
| ・子育てひろば（福まち） | わかりやすい…3件 | |

【問 8】其他のご意見がありましたらお聞かせください。

＜回答結果＞

- ・この実験が地域活動に参加するきっかけになったので良かったと思う。これからも続けていきたい。
- ・町内会回覧板を見ただけで、「ちょっとしたもの」が貰える機会があればいい。間違えてカードのみ送っている人もいる。
- ・ゴミ袋を景品にするという意見を耳にしたが、全員にプレゼントだとお金がいくらかかるかわからない。抽選のままでいいと思う。税金なので節約して使うべき。

＜中間ヒアリング【利用者の評価】のまとめ＞

- ・ポイントが付き景品に応募できることで、地域活動へ参加したい気持ちになった方が多く見られた。
- ・仕組みやツールについては、わかりやすいと感じてもらえた。
- ・告知では、「知人からの紹介」が年代を問わず有効な手段であることがわかった。
- ・高齢者層には「町内会回覧板」の効果が高かった。
- ・活動主催者にもっとPRしてもらいたいとの意見があった。
- ・ポスティングにより配布した資料を開いて確認している人は、参加者の声を聞く限りではあまり多くない。
- ・高齢の利用者からは、高価でなくていいので、実用的な日用品などをできるだけ多くの参加者がもらえるようにしてほしいとの要望が多く見られた。一方、20 代の利用者からは、子育てをしている方に注目してもらえるよう、木のおもちゃなど自分ではなかなか購入できないものが良いとの意見があった。

(2) 中間ヒアリング【地域活動の主催者の評価】

以下の活動の主催者に、制度に関する意見・要望をヒアリングした。

【中間ヒアリング（地域活動の主催者）実施一覧】

対象活動	ヒアリング実施日	場所	対象者の年代
幌北ぼぷら会	平成 28 年 2 月 1 日	幌北まちづくりセンター	60 代以上
幌北すこやか倶楽部	平成 28 年 2 月 5 日	幌北まちづくりセンター	40 代
アイスクャンドル	平成 28 年 2 月 11 日	発寒まちづくりセンター	50 代
子育てひろば(福まち)	平成 28 年 2 月 12 日	幌北児童会館	60 代
幌北冬のつどい	平成 28 年 2 月 12 日	幌北小学校グラウンド	20 代
幌北不老会	平成 28 年 2 月 26 日	幌北まちづくりセンター	70 代以上

【問 1】ポイントが付いて、景品と交換できることにより、地域活動へ利用者は増えましたか？

地域活動への利用者が「増えた」が 3 件で半数。「増えなかった」も同じく 3 件となった。

<回答結果>

- | | |
|--------------|---------|
| ・幌北ぼぷら会 | 増えた。 |
| ・幌北すこやか倶楽部 | 増えなかった。 |
| ・アイスクャンドル | 増えた。 |
| ・子育てひろば(福まち) | 増えなかった。 |
| ・幌北冬のつどい | 増えなかった。 |
| ・幌北不老会 | 増えた。 |

【問 2】今回は、カードにポイントシールを貼る方式でしたが、ポイントをためる方法として、わかりづらかったり、使いづらかったりといった感じは受けましたか？

「わかりやすい」が 3 件で、肯定的な回答 2 件を含めると、概ねポイント付与方法に関する理解は得られたと考えられる。「こういった活動そのものが認知予防につながる」という意見もあった。

<回答結果>

- | | |
|--------------|-----------------|
| ・幌北ぼぷら会 | 手間ではない。認知予防になる。 |
| ・幌北すこやか倶楽部 | 特に負担には感じなかった。 |
| ・アイスクャンドル | わかりやすい。 |
| ・子育てひろば(福まち) | わかりやすい。 |
| ・幌北冬のつどい | わかりやすい。 |
| ・幌北不老会 | 無回答。 |

【問 3】今回は、ポイントシールを貼ったカードを、応募用紙に貼りつけて、アンケートにお答えいただいたうえで、郵送していただく方式でしたが、わかりづらかったり、使いづらかったりといった感じは受けましたか？

事前説明もあって「問題ない」、「わかりやすい」と感じてもらえており、ポイント付与方法に関する理解は得られた。内容に関する利用者からのクレームなどもなかった。

＜回答結果＞

- | | |
|--------------|---------|
| ・幌北ぼぷら会 | 問題ない。 |
| ・幌北すこやか倶楽部 | 問題ない。 |
| ・アイスクャンドル | わかりやすい。 |
| ・子育てひろば（福まち） | わかりやすい。 |
| ・幌北冬のつどい | わかりやすい。 |
| ・幌北不老会 | わかりやすい。 |

【問 4】事前に会員登録をしていただくことによって、新しい活動についてお知らせすることも可能です。今回は会員登録いただいた方に電子メールでお知らせする方式と、町内会回覧板にてお知らせする方式の二つの方法で実施しましたが、それらの情報をご覧になられましたか？

中高年の利用者では「町内会回覧板を見て」が最も多く、次に「知人からの紹介」、「自宅に届いたチラシを見て」と続く。20代では、スマホやポスターなどでイベント情報を知ることが多い。

＜回答結果＞

- | | |
|--------------|-------------------------|
| ・幌北ぼぷら会 | 圧倒的に町内会回覧板が多い。 |
| ・幌北すこやか倶楽部 | 参加世代を考えるとメールの効果は期待できない。 |
| ・アイスクャンドル | アナログな手法が主流。町内会回覧板など。 |
| ・子育てひろば（福まち） | 町内会回覧板とパンフレットの併用でいいと思う。 |
| ・幌北冬のつどい | フェイスブック、LINEをよく使用する。 |
| ・幌北不老会 | 基本的に口コミだが、町内会回覧板も使っている。 |

【問 5】今回は、ためたポイント数に応じて、景品を選んで応募していただく抽選方式でしたが、それについてのご意見をお聞かせください。例えば、景品の種類や数、抽選より参加者全員にあたったほうがよいなど。

60代以上の高齢者からは、単価を抑えて景品をもらえる人を増やすことへの要望が多く見られた。20代からは、景品のセレクト自体は問題なく、あとは見せ方の問題との指摘があった。

＜回答結果＞

【60代以上からの意見】

＜景品について＞

- ・景品のためではないという意見もあるのだが、景品の数を増やせば違うと思う。実際に「景品の倍率が高そうで…」という声を聞いている。
- ・当たる商品を安価にして、当選者を増やすべき。今回は時間がなかったので仕方がないが、やはり商店街の物を景品にしたかった。例えば「プレミアム商品券が当たる」でもいい。次年度も実験を行うのであれば、何らかの商店街の活用を考えてほしい。「地域活動は物ではない」という意見があったと思うが、やはり物は大切だと感じた。景品は効果があると思う。
- ・当選者を増やした方がいい。その方が（主催者として利用者に）勧めやすい。
- ・ゴミ袋は買えばいいと思う。それが札幌市の維持経費になるから。景品は例えば「お楽しみ袋」のように、何が当たるかわからない位が楽しみになって面白い。それがまた、活動中の話のネタにもなるので、ぜひ検討してほしい。
- ・利用者全員に景品があった方がいい。
- ・足腰の弱い方は、まちづくりセンターまで来ることが難しいので、今後はいろんな場所でやっている取組も対象にしてほしい。
- ・全体の仕組みを説明して、帰ってからじっくりとパンフレットを読むように利用者には促している。自分で考えてわからなければ利用者同士でフォローしている。

【20代からの意見】

＜景品について＞

- ・タブレットはいい。図書カードも魅力的。学生がほしいと思う景品はある。あとは見せ方の問題だと思う。

【問 6】 ポイント制度を実施する前に、地区内の全ての家にパンフレットを配布させていただきましたが、ご覧になりましたか？

全戸配布したパンフレットについて、地域活動の主催者から「利用者から届いていないという声を聞いている」という意見が数件あった。そのような場合は事務局から資料を渡して事業趣旨説明をして対応した。

＜回答結果＞

- | | |
|--------------|-------------------------------|
| ・幌北ぼぷら会 | 届いているし見ている。 |
| ・幌北すこやか倶楽部 | 自宅に届いていないという利用者の声を聞いた。 |
| ・アイスクャンドル | 届いているが、見ていない人が多い。 |
| ・子育てひろば（福まち） | 見ている。 |
| ・幌北冬のつどい | 見ている。 |
| ・幌北不老会 | 届いている、届いていないという利用者の声をどちらも聞いた。 |

【問 7】（パンフレットや応募用紙、ポイントシール台紙それぞれについて）ご覧になりましたか？今回の取組の内容は分かりやすかったでしょうか。

「応募用紙ののりづけ位置がわかりづらい」、「一見して何を伝えたいのかわかりづらい」、「資料の見せ方に工夫が必要」、「もっと早い段階で地域への声掛けが必要」という意見があった。

＜回答結果＞

- | | |
|---------------|---|
| ・ 幌北ほづら会 | 応募用紙ののりづけ位置がわかりづらい。 |
| ・ 幌北すこやか倶楽部 | 資料の見せ方に工夫が必要。 |
| ・ アイスキャンドル | もっと早い段階で地域への声掛けが必要。 |
| ・ 子育てひろば（福まち） | 町内会で役員なので自分はわかるが、他の人はどうかかわからない。 |
| ・ 幌北冬のつどい | 一見して何を伝えたいのかわかりづらい。
ポイント制度とは何？となるので、何かしらのわかりやすい伝え方が必要だと思う。 |
| ・ 幌北不老会 | 読めばわかるので問題ない。 |

【問 8】（事前説明会に参加されていた方）事前説明会について、今回は事前に制度の概要を説明させていただきましたが、もっと詳しく説明が聞きたかったことはありませんか？

「新年会シーズンに次年度の周知をしてほしい」、「学生がよく行く飲食店などにポスターを貼って、その後に事前説明を行い、ポスティングという流れが理想的」という意見があった。

【問 9】 其他のご意見がありましたらお聞かせください。

＜回答結果＞

- ・ このような実験を今後も行うのであれば、開始から2～3ヶ月前には高齢者が集まる場所に赴いて、口頭で説明した方がいい。利用者世代は、文章よりも口頭の方が伝わる。（幌北すこやか倶楽部）
- ・ 札幌市からマンション管理会社にもっと働きかけてほしい。地域活動という枠から外れるが、ハザードマップの配布すらできないマンションがある。いざというときに、どこに避難したら良いのかわからない町民がいることが問題。（幌北ほづら会）
- ・ 次年度の周知を1月～3月に行うには、その期間に札幌市の協力が必要になるだろう。次年度もファウンドが継続するとは限らないので、市の方から「次年度も実証実験をしますので協力をお願いします」の一言があれば、新年会の時にいろいろ話せるし、決められることもあると思う。ぜひ検討をお願いしたい。（アイスキャンドル冬物語）
- ・ よく「世界一周〇〇万円」というポスターを見るけど、あの横に貼ってしまえば、どうせ参加するなら地域活動の方だな、という考えになる。自分のためにではなく、地域のために何かしようという見せ方が大切。（幌北冬のつどい）

＜中間ヒアリング【地域活動の主催者の評価】のまとめ＞

- 地域活動への参加者が増えたと回答する団体が半数あった。
- 事前説明については、「（参加者は）ちょっと説明したくらいでは覚えられない」との指摘があった。参加者によっては、丁寧な文章よりも、直接口頭で説明することが必要な場合もあることがわかった。
- 全戸配布の前に、地域内にポスターを貼るなどし、事前に十分な告知期間をつくったほうがよいとの意見があった。
- 若年層はスマホやポスターなどでイベントを知ることが多いとの指摘があった。SNSでの情報発信や地域内でのポスター掲示などが有効と考えられる。
- ポイント付与については大きなトラブルはなく、主催者側にとっても運用しやすい仕組みとなっていた。
- 景品については、発寒地区では、商店街との連携により、地域に還元できる仕組みを再検討したいとの声があった。商品券や商店街で扱っている商品を景品にするためには、事前の合意形成や仕組みづくりが必要だろう。

6. 景品の抽選及び発送

応募総数 102 件の中から抽選を行い、当選者へ景品を発送した。

抽選は、希望する景品ごとに応募用紙を抽選箱に入れ、クジ引きにより実施した。なお、タラバガニとヨーグルトセットは冷蔵・冷凍発送であるため、当選者に事前に連絡したうえで発送した。

応募用紙に希望する商品を記していない応募者もいたことから、抽選に先立って個別に電話連絡をして、希望する商品を確認するなどの対応を行った。

IV 実証実験の結果

1. 参加状況

地区の活動毎に参加人数とポイント付与数を集計した。

延べ 1,130 人が参加し、669 ポイントを付与した。

【発寒地区】

地域活動	参加者数（人）	ポイント付与数
『エコタウンはっさむ』	125	45
アイスクャンドル冬物語	53	14
商店街冬道安心安全事業	4	2
合計①	182	61

【幌北地区】

地域活動	参加者数（人）	ポイント付与数
幌北会館すこやか倶楽部	55	19
幌北ぽぷら会	125	52
幌北健康リズム会	173	173
幌北不老会	107	25
子育てひろば（福まち）	42	25
子育てサロン（民児協）	64	0
幌北クリスマス会	176	118
幌北冬のつどいとミニミニ雪まつり	139	139
幌北歩くスキーのつどい	37	27
「冬のつどい&ミニミニ雪まつり」 雪像作り&当日スタッフ	30	30
合計②	948	608

【対象活動の参加状況合計数】

総合計（①+②）	参加者数（人）	ポイント付与数
	1,130	669

また、地域活動情報の発信のためのメールマガジンに登録した人は 18 名となった（ただし、地域活動に参加していない人を含む）。

2. アンケート結果

アンケートは「制度を利用しない人を対象とした事前ウェブアンケート」と、「メールマガジン配信登録者への実験後ウェブアンケート」、そして「ポイントによる景品応募に合わせた実験後アンケート」の3つの対象に対して行った。

(1) 地域活動に参加しない方向けのアンケート（事前・ウェブ）

【実施概要】

時 期：11月下旬～1月下旬

対象者：地域活動に参加しない方、参加できない方

方 法：全戸配布した応募用紙にQRコードを掲載し、ウェブアンケートに誘導

お 礼：回答者の中から抽選で10名に1,000円分の図書カードをプレゼント

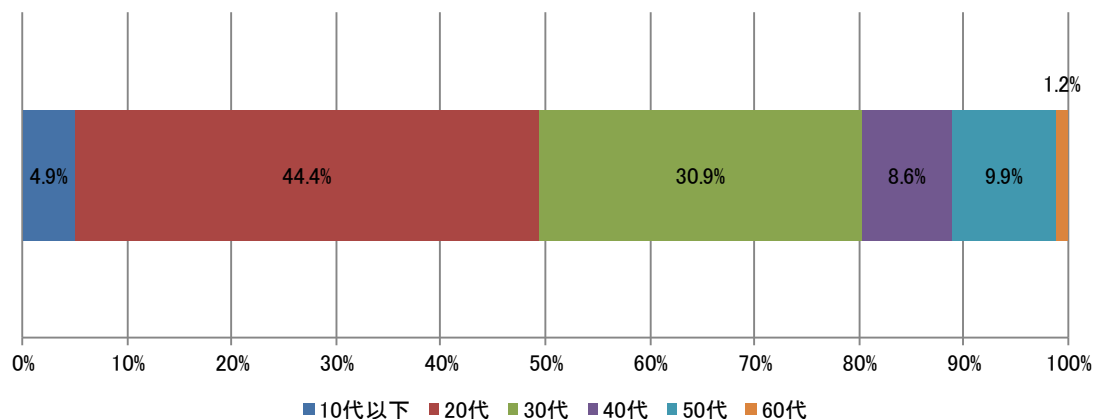
回収数：94件

【アンケート調査結果】

<年 代>

回答者の年代をみると、20代が44.4%と最も高く、次いで30代が30.9%となっている。70代以上の回答はなかった。

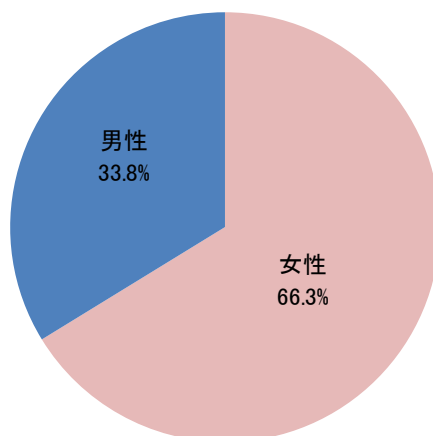
■回答者の年代（N=81）



<性 別>

アンケートに回答した方の性別をみると、女性が66.3%、男性が33.8%となった。

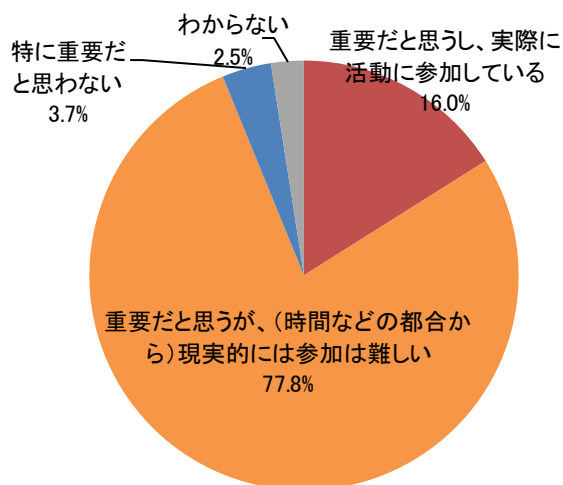
■回答者の性別（N=80）



【問 1】地域活動（町内会活動や市民団体等により地域内で行われる公益性の高い活動）に、地域住民が参加することについてどう思いますか。

「重要だと思うが（時間などの都合から）現実的には参加は難しい」が最も多く、77.8%となった。「重要だと思うし、実際に活動に参加している」（16.0%）と合わせて、町内会活動の重要性はほとんどの回答者が認識しているが、その多くは自ら活動には参加できていない状況が確認された。

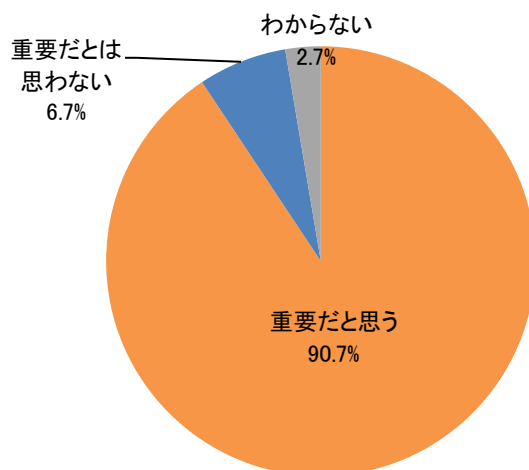
■地域活動への参加の重要性（N=81）



【問 2】行政が積極的に地域活動を支援することは、重要だと思いますか。

「行政が積極的に地域活動を支援することは、重要だと思いますか」という問いに対しては「重要だと思う」が90.7%という結果であった。

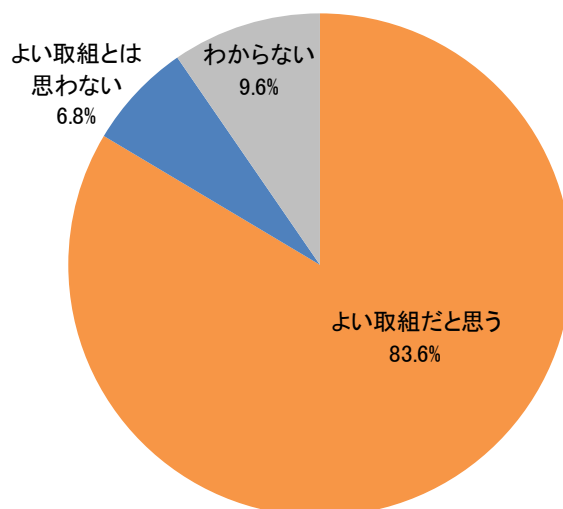
■行政による地域活動支援の重要性（N=75）



【問 3】「地域活動ポイント事業」は、地域活動の活性化のために、利用者にポイントという形でインセンティブ（動機づけ）を付与することにより「参加のきっかけ」を提供する事業ですが、この取組についてどう思いますか。

「地域活動ポイント事業」については、「よい取組みだと思う」が全体の 83.6%を占める結果となった。

■「地域活動ポイント事業」の取組（N=73）

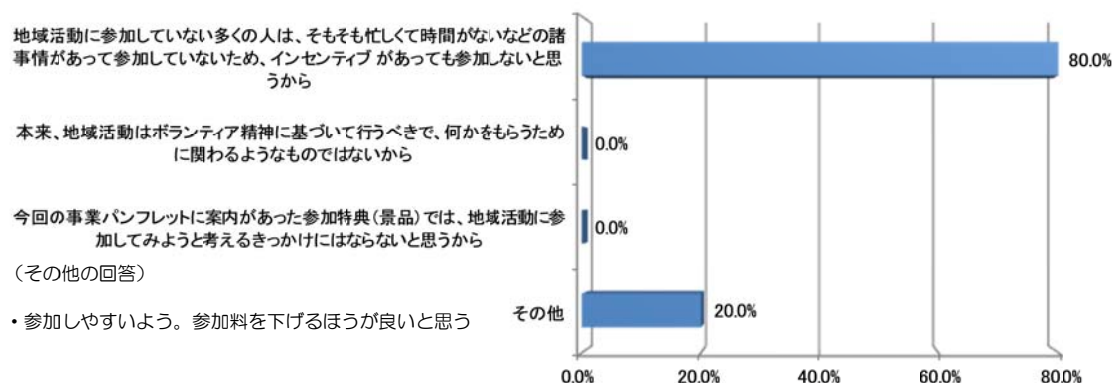


【問 4】 問3で「よい取組とは思わない」と回答した方にお聞きします。

その理由は何ですか？

「よい取組とは思わない」と回答した人に理由を尋ねたところ、5人中 4 人が「地域活動に参加していない多くの人は、そもそも忙しくて時間がないなどの諸事情があって参加していないため、インセンティブがあっても参加しないと思うから」と回答した。

■「よい取組とは思わない」理由（N=5）



【問5】 地域ポイント事業をはじめとする札幌市の地域活動活性化の取組についてご意見等がありましたら、ご自由にご記入ください。

<回答結果>

○肯定的な意見

- ・いまは乳児をかかえているので参加できないが、今回こういう企画があったおかげでいつどこで地域活動が行われているのかを知ることができた。今後機会があったら参加してみたいと思う。
(30代、女性、発寒地区)
- ・最近札幌へ引越して来たばかりで、住んでいるマンションには町内会がなく、地域のことが全く分からない状況なので、こちらで少しでも知れたらと思う。(30代、女性、発寒地区)
- ・ポイント制度を初めて、徐々にポイントに促されることなく自主的に参加をできるようになるといいと思う。(30代、女性、発寒地区)
- ・良いと思うが、こうまでしないといけな時代かと思うと、少し複雑。(30代、女性、発寒地区)
- ・地域活動は告知さえしっかり行えば、活動に興味を持った人は参加するはず。ポイントをつけるよりも告知の方法を考えることが先決ではないだろうか？地域活動の内容にもよるのでは？
(50代、女性、幌北地区)
- ・この地域ポイント事業で地域活動に参加するきっかけになると思うので良いと思う。私自身、今住んでいる地域での活動が全くわからない状況なので、このちらしをきっかけに「このような活動あったんだ」という風に気がつき興味を持った。しかし、よくちらしではわからないという人も中にはいると思うので、もっと詳しく説明する何かがあるといい。(20代、女性、幌北地区)
- ・札幌が大きな都市だからこそ、できることも多くあると思う。しかし都会になればなるほど、地域のつながりが少なくなってしまうので、市による多少の補助があればと思う。(20代、女性)
- ・ポイントは悪くないが、これで参加したいと思うか、これで参加する人はどういう人なのか、少し疑問ではある。でも、何もやらないよりは良い。結果を見て、更なる活性化支援を期待。
(30代、女性、発寒地区)
- ・時間が合えば参加したい。(40代、男性、発寒地区)
- ・今回家のポストにお知らせが届いておりこの活動を知った。参加してみたいと思ったが、参加できない日程だった。参加できる日程であればやってみたいと思った。ポイントが付与される取組みは楽しさが増してよいと思う。(30代、女性、発寒地区)

- ・素晴らしい取り組みで地域が、子供からお年寄りまでやさしい気持ちを持ち一体化することは、小さなことから大きなことまで何をするにも大切になってくると思っている。(40代、男性、発寒地区)
- ・地元は札幌ではないが、幼い頃は子供会に入っていて、毎週末の午前中ゴミひろいをしていた。活動が終わると、子供たちにはお菓子や豚汁などが配られた。当時は特別な意識はなかったが、今思うと地域に良いことをして、地域の人とも関わって本当に良い活動だったと思う。札幌市でも行っているかもしれないが、あまり見かけないので書かせていただいた。こういう活動をもっともっと増やすべきだと思う。(20代、女性、幌北地区)
- ・積極的に推進してほしい。(60代、男性、発寒地区)
- ・積極的に取り組んでおられる姿が伝わってきて、自分が参加出来ない分、とてもありがたく思う。(20代、男性、幌北地区)
- ・地域の方々と交流したい、と考える自分にとって大変ありがたい企画。今後継続して頂ければ非常に嬉しく思う。(20代、男性、発寒地区)
- ・地域活動を活性化することが、治安の維持や強調性の向上に繋がると感じるので、大変良い取り組みだと思った。(20代、男性、幌北地区)
- ・良い活動だと感じた。実際に参加したいと思う。(20代、男性、幌北地区)
- ・活性化できる良い取り組みだと思うので、もっと幅を広げていけると良いと感じる。
(20代、男性、幌北地区)
- ・地域の人との繋がりを大切にしたいと思う。(50代、女性、幌北地区)

○否定的な意見

- ・労働に従事する年齢層が参加したいような活動はなく、もちろん参加する時間もない。またポイントでの応募が抽選では価値が低く、参加は期待できない。(30代、男性、北区)
- ・平日午前中のイベントに参加できない。ポイントの意味が理解できない。(30代、女性、幌北地区)
- ・時間に余裕のある高齢者にお金がかかるだけではないか？企業にも働きかけて、仕事を通じて参加した人にもポイントを付与するなど、誰にも公平になってから始めてほしい。チラシを配るのも紙代がもったいないと思う。(30代、女性、幌北地区)
- ・対象のイベントに本当に急に行っても大丈夫なのか雰囲気はわからず、初心者にはハードルが高い気がした。(20代、女性、幌北地区)
- ・邪魔をしないこと。(30代、男性、発寒地区)

○その他提案などの意見

【仕組みについて】

- ・札幌市としては家庭での地域参加を促せるよう、ホワイトな労働環境の実現を最も重視するべき。
(30代、男性、北区)

【活動関係について】

- ・幅広い年齢層が活躍できるリアル脱出ゲームや勝敗以外の目的を持ったスポーツなど従来以外の活動を推進するべき。(30代、男性、北区)
- ・お祭りをもっと増やしてほしい。(20代、女性、幌北地区)
- ・小学生対象で、地域の年配の方が指導してくれる将棋クラブのような活動があったら、子供を参加させたい。(30代、女性、幌北地区)
- ・今回のポイントを景品交換だけではなく、子育てサポートや高齢者支援のボランティアに拡大したり、集めたポイントで支援を受けるなど、交互作用もあると嬉しい。(30代、女性、発寒地区)
- ・赤ちゃんがいると参加しにくいと、授乳室やオムツかえる場所を確保してほしい。そしてその場合は案内に明記してほしい。(20代、女性、幌北地区)
- ・老人や子供向けの企画が多く、学生が参加するのは抵抗があるものが多い。
(20代、女性、幌北地区)
- ・当たり前かもしれないが地域の主婦や老人が主体のような活動ばかりで、学生である身分にとって非常に参加しにくいのが残念。(20代、男性、幌北地区)
- ・若い方、海外からの方が一緒に参加しやすいサークルがあって欲しい！(50代、男性、幌北地区)
- ・子供でも参加できるような内容もあったらいいと思う。(20代、女性、発寒地区)
- ・拘束時間が少なく都合のつく時間帯に参加できるものと良いと思う。例えば近所の除雪等。近所付き合いがないので、今回の地域ポイント事業はきっかけになり得ると思う。町内会活動より気軽に思える。(40代、女性、発寒地区)
- ・札幌に引っ越してきて、地域活動は参加したことがなかったが、ポイントをためて景品が貰えるチャンスがあるということで参加してみようかな？と思った。しかし、同封のポイント対象活動のお知らせには私が参加出来るような活動は無く、残念。ポイント対象の活動のほうも充実させてからお知らせしたほうが良かったのでは。(20代、男性、北区)
- ・またもっと全年齢層向けの活動があると良いと思う。(20代、女性、幌北地区)

- ・仕事をしている人も参加できるような時間帯や日付だと自分も参加しやすい。
(20代、女性、発寒地区)
- ・地域活動に参加していない多くの人は、そもそも忙しくて時間がないなどの諸事情があって参加していないため、インセンティブがあっても参加しないと思うから。(40代、女性、発寒地区)
- ・大学生も参加できるような活動があればいいと思う。ボランティア活動などほしい。
(10代、女性、幌北地区)
- ・大学生などの若者が積極的に参加したくなるプログラムとなっていない(プログラムがつまらなさそうで、参加しようという気にならない)。学生の立場から、こういった活動や景品に興味があっても、なかなか一人では参加しづらいというのが正直な気持ちである。学生が団体で参加できる、例えば今人気の謎解きゲームのようなものも取り入れて、参加しやすくする取り組みが必要なのは。結局こういった小さなチラシを見ている高齢者に利用者が限られてしまうのではないだろうか。(20代、男性、幌北地区)

【景品について】

- ・抽選ではなく、バッジなどポイントに応じた景品をプレゼントする形が良いと思う。
(20代、男性、幌北地区)
- ・ポイントをためるのは良い方法だと思うが、当選人数が少なく当たる気がしない。ちょっとした物でも良いから沢山ためたら必ず貰えるが良いと思う。(30代、女性、発寒地区)
- ・ポイントカードの集める個数が多く、やる気にならない人も多いのでは？ もっと、参加しやすいよう工夫を。(10代、男性、幌北地区)
- ・ポイントをためることで目標が出来るし、地域活動に参加する良いきっかけにはなと思うが、景品が当たらなくなったときに継続できるかが問題だと思う。今回の事は、もし子育てが落ち着いていたら子供と一緒に参加出来たらいいなと思ったので、この取り組みは良いと思う。
(30代、女性、発寒地区)

【PRについて】

- ・情報提供が乏しいので、ネットや紙面、地元のスーパーや駅等での貼紙などで、多くの方々の目に付くようにした方が良いのでは。参加したくても時間の制限で難しいものが多いので、様々な種類の活動が出てくることを楽しみにしたい。(40代、女性、発寒地区)
- ・ポイント目的で参加しはじめた人とも交流を持つことができるから。良い取り組みだと思うが、認知度が低いのが問題だと思う。(30代、性別不明、幌北地区)
- ・札幌市としてだけではなく、札幌市職員一人一人がSNSでの発信などに関心を向けて、可能であるならば有効に活用していただけると一市民として嬉しい。直接お会いした方からの生の市政情報はすごく信頼できるものだなあと感じる。職員の方でSNSをうまく使っている方が少ない印象なので。(20代、男性、幌北地区)
- ・今回の冊子で初めて情報を知ったが、あまり詳しい内容がわからなかったために広報さっぽろのような大型の冊子で詳細な説明があれば分かりやすいと感じた。特に札幌圏は学生など地域に根差す前に離れてしまう人も多いため、地域で何をしているのか詳しく説明すべきだと思う。
(20代、男性、幌北地区)
- ・良い取組だとは思う。でもこのお手紙がくるまで知らなかったのもっと大々的に宣伝してもいいのでは。(30代、女性、発寒地区)
- ・パンフレットに写真を使うなど、告知については感覚的に訴えられる工夫が必要。
(20代、男性、札幌)
- ・地域ポイント事業があるなんて今まで知らなかった。今回初めて活動内容を知ったが、参加したいものは特になかった。詳しい活動内容もよくわからなかったので、わかりやすくしてほしいと思った。(20代、女性、幌北地区)
- ・自宅ポストに案内チラシが入ってくるまで、地域ポイント事業について全く知らなかった。でも内容を見てみると、廃油キャンドル作りなど面白そうなものもあり、機会があれば参加してみてもいいかなと思った。私のように地域の取り組みについて知らない人が他にもいると思う。地域の活動についての情報をもっともっと広められると、興味を持ってくれる人も増えるのではないかな？
(20代、女性、発寒地区)

【その他】

- ・マンションも多く、なかなか地域の方との付き合いもなく、どのような方が近くに住んでいるのかわからない状況なので、活動に参加し、地域の方々とつながりが持てるのは安全面のことを考えてとても良いことだと思う。(30代、女性、幌北地区)

- ・時間が空いている人にかぎり文句の一つも言うので、仕事を持ってボランティアする、一人二役のような人しか参加していない。この感じが…なかなか社会活動が進まない原因。

(50代、男性、幌北地区)

- ・札幌市内のゴミ処理マナーがあまりよくなく、カラスがゴミを荒らしている。その点について何かしらの対策があれば良いなと思う。(30代、女性、発寒地区)
- ・北区ならサンブラザとかもう少し通いやすい場所にしてほしい。幌北まちづくりセンターばかりだから。(30代、女性、幌北地区)

【行政にかかる意見】

- ・札幌地域活動支援条例はないのか。市民活動に食事提供付与があると、参加に出てきやすい。景品を応募しても不必要な物をもらっても困る。印刷屋や運営スタッフが儲けても、このケースはうまくいかない。地域ボランティアも含むので。昼食におにぎりや豚汁・バナナくらい出してもいいし、食材の寄付も募った参加も良いかと。飲食店に企画やスポンサーを担ってもらい、お店の集客にもなるし地域活動支援も活発になるかと思う。参考まで。(50代、男性、幌北地区)
- ・行政が支援するのは重要だが、そこに行政の支援が入りすぎではいけないと思う。市民活動はあくまで市民が主体である。また、過度に支援し過ぎることで逆に市民の自由な活動を阻害してしまう可能性も包含している。かといって社会に貢献する活動を知らないがために、市民が関わっていない現実があるのは事実だし、金銭的人員的に厳しくて活動を断念せざるをえない団体も少なくない。そのような点で、行政が支援するのは重要だと思う反面、双方に頼りすぎず介入しすぎない気持ちが必要不可欠だと思う。(20代、男性、札幌)

＜地域活動に参加しない方向けのウェブアンケートのまとめ＞

- ・回答者は30代以下の若年層が8割を占めており、その多くが「地域活動は重要だと思うが、参加は難しい」と回答している。
- ・地域活動の取組が重要と答えた人は8割を超えており、そのための支援を行政が行うことに対しても9割以上の支持が得られた。
- ・インセンティブを付与することで地域活動の参加意欲を促す本事業に8割以上の支持が得られた。
- ・子どもや若い人が参加したいと思える活動が少ないことが指摘された。
- ・育児中の方にとっては、参加するためには、授乳室やおむつを交換できる場所が必要との意見があった。
- ・告知をもっとしたほうが良いとの指摘があった。具体的には、近隣のスーパーや駅などでの貼紙、SNS等での情報発信を期待する声があった。
- ・対象活動に興味を持っても、実際にどんな雰囲気なのか、安易に参加してもいいのか、情報が少ないために、地域活動の初心者に参加するにはハードルが高いとの意見があった。
- ・告知の際は、活動写真があると、どんな活動かわかりやすくなって良いのではという指摘があった。
- ・行政の支援は必要だと思うが、地域活動は住民主体なので関与しすぎない配慮が必要という意見があった。

(2) メールマガジン登録者向けアンケート（事後・ウェブ）

【実施概要】

時 期：3月7日～3月15日
対象者：対象活動周知用のメールマガジンに登録した方
方 法：最終配信のメールマガジンにて事業参加へのお礼と併せてウェブアンケートへの協力を依頼
お 礼：なし
目 的：メルマガでの情報発信について評価し、今後の周知方法を検討するため
回答数：5件（登録者18件中）

【アンケート調査結果】

○属性情報

メールマガジン登録者アンケートに回答した年代は40代が3名、60代が2名の合計5名となった。全員、女性だった。

【問1】メールマガジンでご案内した地域活動に参加されましたか？

「はい」1件、「いいえ」4件となった。地域活動に参加した1件は60代の女性。

【問2】問1で「いいえ」と答えた方にお聞きします。その理由は何ですか？

「参加したかったが日程が合わなかった」の回答が4件となった。

【問3】メールマガジンでのご案内は必要だと思われますか？

全員が「はい」と回答した。

【問4】メールマガジンの内容はわかりやすかったですか？

全員が「はい」と回答した。

【問5】今回は活動日の10日前頃にメールマガジンを配信していましたが、配信のタイミングはいかがでしたか？

「丁度良い」が4件、「遅い」が1件となった。「遅い」と回答したのは40代女性。

【問6】問4で「早い」又は「遅い」と答えた方にお聞きします。メールマガジンの配信は、活動日から遡ってどのタイミングが良いですか？

「1か月前」との回答があった。

【問 7】地域活動の周知方法について、あれば良いと思われるものをお選びください。

(複数回答可)

40 代女性 3 名では「フェイスブック」、「LINE」、「ウェブサイト」などインターネット経由での周知が中心となっているのに対し、60 代女性 2 名では「フェイスブック」も挙げられているが、「町内会回覧板」、「新聞」、「郵便物」などのアナログ媒体での周知が多かった。

＜回答結果＞

1	フェイスブック	4 件	6	郵便物（封書など）	2 件
2	LINE	2 件	7	新聞（折込チラシ）	1 件
3	Twitter	0 件	8	戸別配布のフリーペーパー	2 件
4	ウェブサイト	1 件	9	その他	0 件
5	町内会回覧板	2 件			

【問 8】その他ご意見がありましたらお聞かせください。

既に人間関係が構築されているイベントには、新たに参加することがためられるという意見があった。

＜回答結果＞

- ・これから、日程が合えば出来るだけ参加したいと思う。
- ・土日のイベント参加は、町内会役員関係などのお馴染みさんが多いかと思うと、参加はためられた。町内会の行事は気軽に参加しにくい。働いている人には、平日日中のボランティア活動が難しいので、地域活動にはどうしても参加しにくいと感じる。地域を限定しない活動のほうが、選択肢もそれなりにあるので参加しやすいと感じる。。

＜メールマガジン登録者アンケートのまとめ＞

- ・登録者数自体が少なく、同じウェブアンケートの「地域活動に参加しない方向け」と比較して少ない回答数となった。
- ・少ない回答の中では、メールマガジンでの情報発信について、全員が必要だと感じており、また内容もわかりやすかったとの回答が得られた。
- ・周知方法では、年代に関係なく Facebook が挙げられた。また、40 代の回答者では LINE やウェブサイトが、60 代では町内会回覧板や郵便物などが挙げられた。
- ・既に人間関係が構築されているイベントには、新たに参加することがためられるという意見があった。

(3) 景品抽選に応募した方向けのアンケート（事後・応募用紙記載）

【実施概要】

時 期：12月上旬～3月18日

対象者：地域活動に参加して一定ポイントをためた方

方 法：景品抽選応募用紙にアンケートフォームを掲載し、応募時に記入を依頼

お 礼：ポイントに応じて希望の景品を抽選によりプレゼント

回答数：81件

【アンケート調査結果】

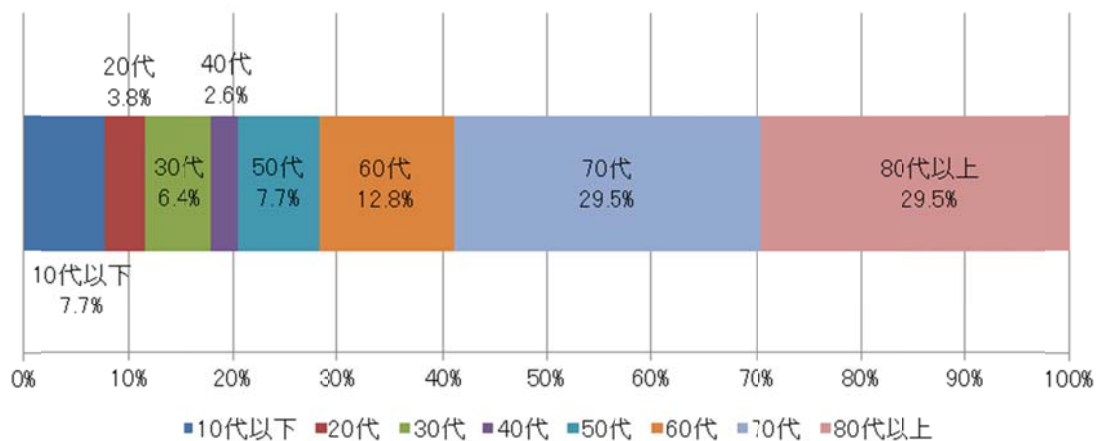
○属性情報

＜年 代＞

回答者の年代は80代以上及び70代が29.5%と最も高く、70歳以上で全体の6割近くを占めている。

地域ポイント制度の利用者と回答者属性が完全に一致するわけではないが、地域活動の現場などを見る限り、制度利用者の構成比との乖離はあまりないと思われる。

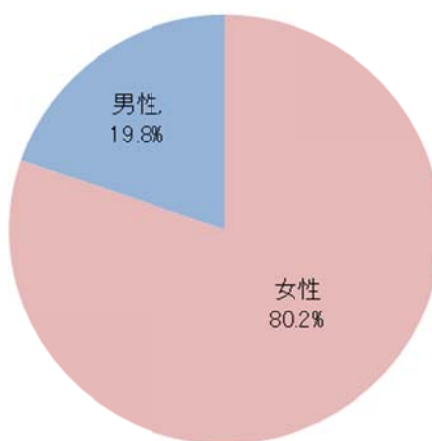
■年代別回答者割合（N=78）



<性 別>

回答者の性別は、女性が80.2%、男性が19.8%となっている。
これは対象活動に女性中心の地域活動が多かったことが影響していると考えられる。

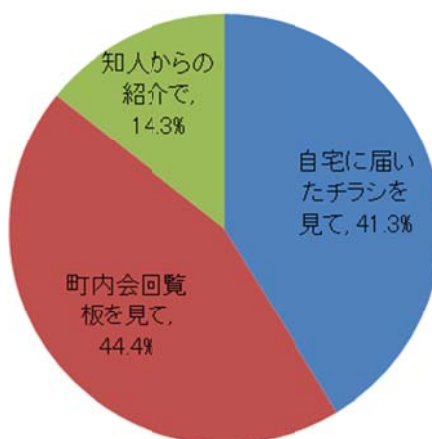
■性別回答者割合 (N=81)



【問 1】この地域活動ポイント制度をどのように知りましたか？

地域活動ポイントを知ったきっかけとしては、「町内会回覧板を見て」が44.4%と最も多く、次いで「自宅に届いたチラシを見て」が41.3%と続いている。
町内会回覧板は各地区2回ずつ回覧を行っているため、より着実な認知につながっているものと考えられる。

■地域活動ポイント制度の認知方法 (N=63)

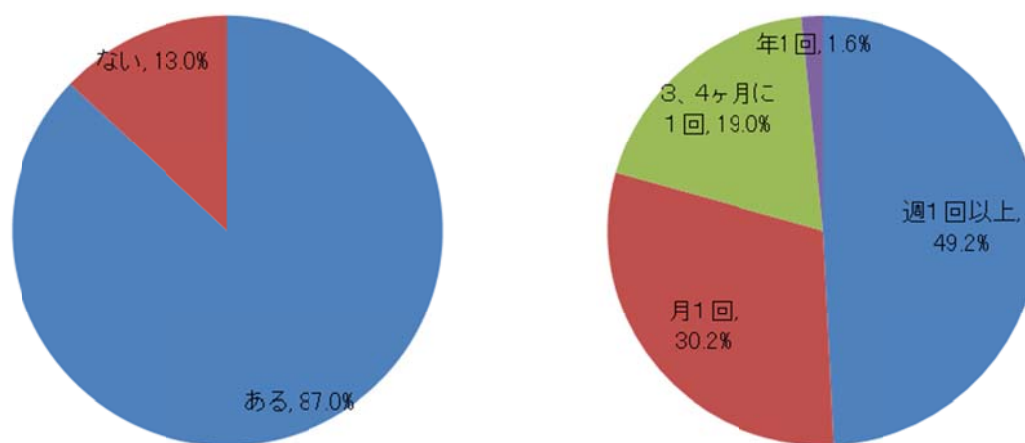


【問2】過去1年間に「地域活動」に参加したことはありますか？

「地域活動」に参加した経験のある人は全体の87.0%を占めた。そのうち「週1回以上」参加されている方が49.2%という結果であった。

地域ポイント制度の利用者の多くは、普段から地域活動に参加している方中心ではあるものの、地域活動に参加していない層も1割を超えていることから、この制度が地域活動参加のきっかけとして一定程度機能したことがうかがえる。

■「地域活動」への参加経験（N=77）と頻度（N=63）

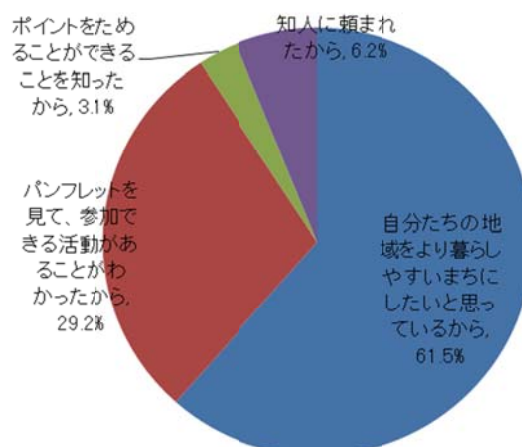


【問3】今回、地域活動に参加したきっかけ、動機は何ですか？

「地域活動」に参加したきっかけは、「自分たちの地域をより暮らしやすいまちにしたいと思っているから」と回答された方が全体の61.5%と最も多く、次いで「パンフレットを見て、参加できる活動があることがわかったから」が29.2%で続いた。

「参加できる活動があることがわかったから」が3割近くとなっており、ポイント制度そのものよりも、地域活動の存在の周知のほうに参加動機につながっていることがわかる。

■参加のきっかけ（N=65）

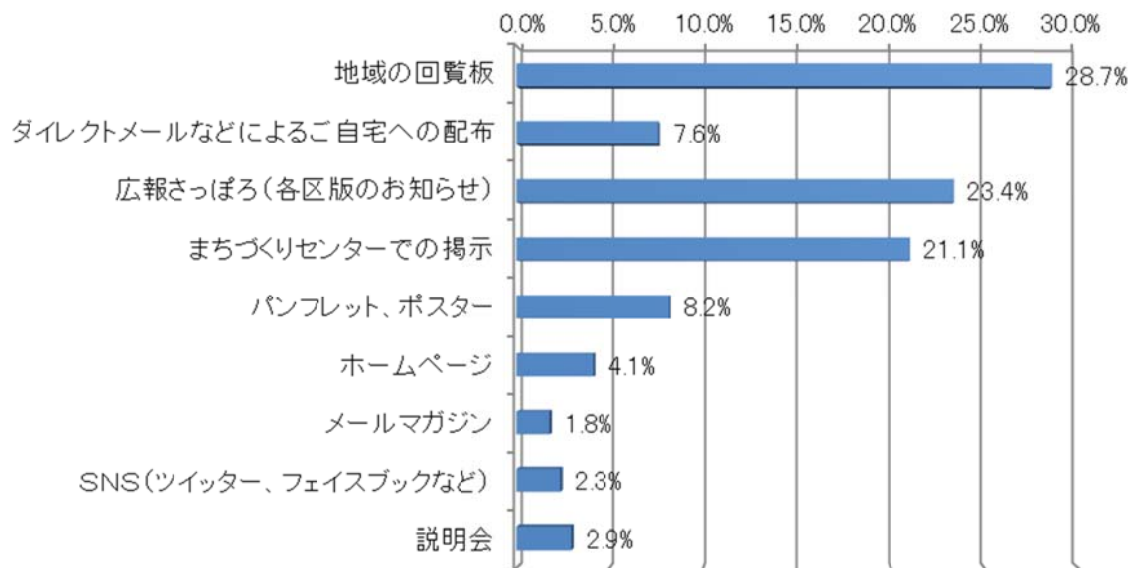


【問4】地域活動についての情報（内容や開催日など）をどのようにお知らせすると良いと思いますか？

「地域活動」の告知方法の希望については「地域の回覧板」による告知が28.7%と最も高く、次いで「広報さっぽろ（各区版のお知らせ）」が23.4%、「まちづくりセンターでの掲示」が21.1%と続いている。

年代別に見ても、「地域の回覧板」、「広報さっぽろ（各区版のお知らせ）」はどの年代でも多く挙げられている。また、回答数でみると少ないが「パンフレット、ポスター」も広い年代で回答が見られた。

■適した周知媒体（N=171）



■適した周知媒体と回答者の年代のクロス

(上段：件数、下段：%)

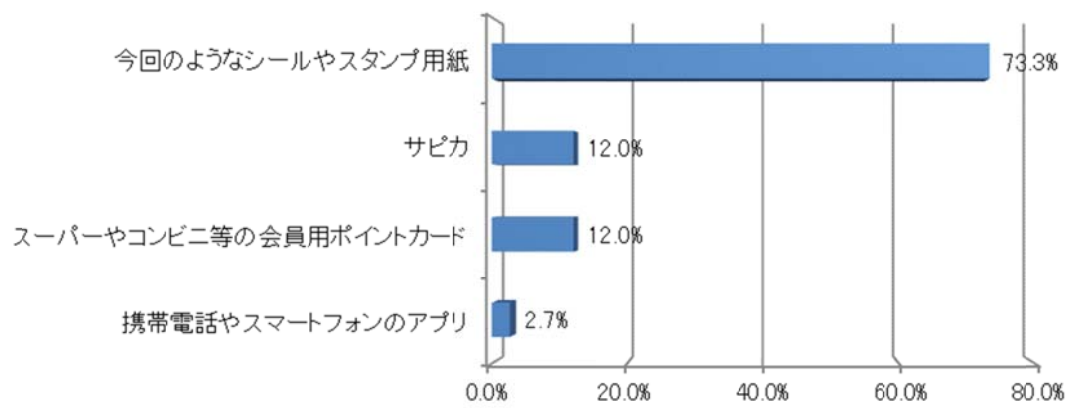
	10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
有効回答数	6	3	5	2	6	10	22	23
1. 地域の回覧板	3 50.0	0 0.0	3 60.0	1 50.0	4 66.7	8 80.0	14 63.6	15 65.2
2. ダイレクトメールなどによるご自宅への配布	1 16.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 33.3	3 30.0	5 22.7	1 4.3
3. 広報さっぽろ（各区版のお知らせ）	3 50.0	2 66.7	4 80.0	0 0.0	3 50.0	6 60.0	12 54.5	7 30.4
4. まちづくりセンターでの掲示	1 16.7	0 0.0	2 40.0	0 0.0	5 83.3	4 40.0	13 59.1	8 34.8
5. パンフレット、ポスター	2 33.3	1 33.3	2 40.0	1 50.0	1 16.7	3 30.0	3 13.6	1 4.3
6. ホームページ	2 33.3	0 0.0	1 20.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	2 9.1	0 0.0
7. メールマガジン	0 0.0	0 0.0	1 20.0	1 50.0	0 0.0	1 10.0	0 0.0	0 0.0
8. SNS（ツイッター、フェイスブックなど）	0 0.0	2 66.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 10.0	1 4.5	0 0.0
9. 説明会	0 0.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 13.6	1 4.3

【問5】今回のようにポイントをためるとしたら、どのような方法が良いと思いますか？

ポイントをためる方法としては、「今回のようなシールやスタンプ用紙」が 73.3%と最も多く、次いで「サピカ」、「スーパーやコンビニ等の会員用ポイントカード」が 12.0%と続いた。

年代別にみると、70代以上では「サピカ」とする回答がなく、20代以下では「スーパーやコンビニ等の会員用ポイントカード」とする回答がなかった。また、「携帯電話やスマートフォンのアプリ」とする回答は70代の1件のみだった。

■適したポイント付与方法（N=75）



■適したポイント付与方法と回答者の年代のクロス

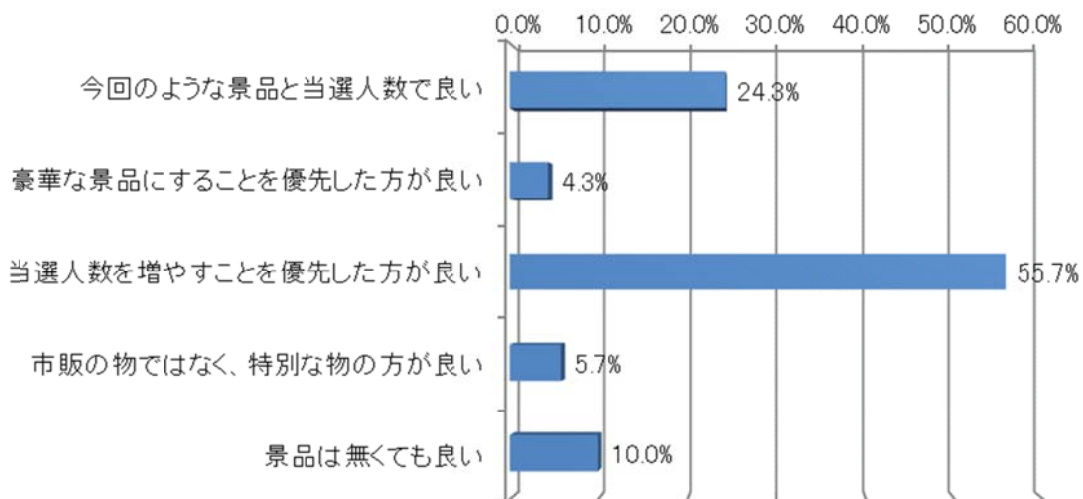
(上段：件数、下段：%)

	10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
有効回答数	6	3	5	2	6	10	20	19
1. 今回のようなシールやスタンプ用紙	4 66.7	2 66.7	2 40.0	0 0.0	4 66.7	8 80.0	16 80.0	17 89.5
2. サピカ	2 33.3	1 33.3	2 40.0	1 50.0	1 16.7	1 10.0	0 0.0	0 0.0
3. スーパーやコンビニ等の会員用ポイントカード	0 0.0	0 0.0	1 20.0	1 50.0	1 16.7	1 10.0	3 15.0	1 5.3
4. 携帯電話やスマートフォンのアプリ	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 5.0	0 0.0

【問 6】 今回の景品に関する感想をお聞かせください。

景品に関する感想については、「当選人数を増やすことを優先した方が良い」が 55.7%と半数以上を占め、次いで「今回のような景品と当選人数で良い」が 24.3%と続いた。

■景品に関する感想（N=70）



また、景品への応募状況を見ると、多かった順にタラバガニ（39 件）、図書カード（20 件）、タブレット（10 件）、旅行券（10 件）、QUOカード（7 件）、ヨーグルトセット（7 件）、マグカップ（3 件）、スキンケアセット（0 件）となった。

年代別にみると、図書カードが若年層の応募が多く見られたのが特徴的だった（10 代：5 件、20 代：1 件、30 代：2 件）。高齢者層はタラバガニに応募が多く集まり（70 代：10 件、80 代：18 件）、その他の景品については応募がばらけた。

■景品応募数と応募者の年代とのクロス集計

景 品	10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	無回答	合計
タラバガニ【5P】	0	1	0	0	1	3	10	18	6	39
図書カード【3P】	5	1	2	0	1	4	4	3	0	20
タブレット【5P】	0	0	1	1		1	3	4	0	10
旅行券【3P】	0	1	1	0	0	0	4	4	0	10
QUOカード【3P】	1	0	1	0	2	0	2	1	0	7
ヨーグルト【2P】	0	0	0	1	1	1	1	2	1	7
マグカップ【2P】	0	0	0	0	1	0	2	0	0	3
合 計	6	3	5	2	6	9	26	32	7	96

＜景品抽選に応募した方向けのアンケートのまとめ＞

- 回答者は、70代以上が全体の6割以上を占めており、制度の利用者も概ね同様の年代構成となっていることが考えられる。
- 性別をみると、8割以上が女性となっているが、これは対象活動に女性中心の地域活動が多かったことが影響していると考えられる。
- 地域活動の参加状況をみると、直近1年間で地域活動に参加していない層が1割を超えていることから、この制度が地域活動参加のきっかけとして一定程度機能したことがうかがえる。
- 「地域活動」に参加したきっかけとして、「参加できる活動があることがわかったから」が3割近くとなっていることから、事業が地域活動の周知につながり、ポイント制度とは別の意味合いで参加動機につながっていることがわかる。
- 制度の認知は、「町内会回覧板を見て」が最も多かった。町内会回覧板は各地域2回ずつ回覧したため、より着実な認知につながっているものと考えられる。
- 年代に関係なく、「地域の回覧板」、「広報さっぽろ（各区版のお知らせ）」が周知方法として適しているとする回答が多くみられた。また、「パンフレット、ポスター」も広い年代で回答が見られた。
- ポイントをためる方法としては、「今回のようなシールやスタンプ用紙」とする回答が7割を超えており、年代に関係なくシンプルでわかりやすい方法が支持される結果となった。
- 景品については、「タラバガニ」が最も多くの応募を集めたが、一方で“低価格でも構わないので、当選人数を増やしてほしい”という意見が多く見られている。若年層では「図書カード」への応募が目立った。

V 地域ポイント制度の今後のあり方

1. 分析結果の整理

ヒアリング調査及びアンケート調査の結果から、地域ポイント制度の実証実験の成果や課題について整理した。

(1) 地域ポイント制度の必要性について

- ・地域活動の取組が重要と答えた人は 8 割を超えており、そのための支援を行政が行うことに対しても 9 割以上の支持が得られた。
- ・インセンティブを付与することで地域活動の参加意欲を促すことに、8 割以上の支持が得られた。
- ・行政の支援は必要だと思うが、地域活動は住民主体なので関与しすぎない配慮が必要。
(地域活動に参加しない方向けのウェブアンケートのまとめより)

行政が地域活動の活性化を支援していくことの必要性、そしてその取組の一つとして「地域ポイント制度」というインセンティブを付与する仕組みを行っていくことについては、市民の理解が得られるものであることが確認されたと言える。

しかしながら、一方で住民主体の地域活動に行政が関与する場合は配慮が必要との意見もあり、あくまで市民自治という考えを軸に、地域が中心になって、持続可能なエコシステムとしてこの制度を運用できるよう、さらなる仕組みの調整をしていくことが必要だろう。

(2) ポイント制度の仕組みの検証

(2)－1 ポイント制度そのものの有効性の検証

- ・ポイントが付き景品に応募できることで地域活動へ参加したい気持ちになった方が多く見られた。
(中間ヒアリング【利用者の評価】のまとめより)
- ・地域活動への参加者が増えたと回答する団体が半数あった。
(中間ヒアリング【地域活動の主催者の評価】のまとめより)
- ・地域活動の参加状況をみると、直近 1 年間で地域活動に参加していない層が 1 割を超えていることから、この制度が地域活動参加のきっかけとして一定程度機能したことがうかがえる。

- ・「地域活動」に参加したきっかけとして、「参加できる活動があることがわかったから」が3割近くとなっていることから、事業が地域活動の周知につながり、ポイント制度とは別の意味合いで参加動機につながっていることがわかる。

（景品抽選に応募した方向けのアンケートのまとめより）

町内会活動や老人クラブ等、担い手が主に高齢者である活動においては、ポイント付与を切り口にして周辺住民に参加を呼びかけ、実際に新しい参加者が増えた活動もあるなど、参加に対するインセンティブとしての効果が見られた。

また、ポイントというインセンティブ以外にも、対象活動の情報発信が、“地域にどのような活動があるかを知る”ことにつながっており、結果として参加につながっていることがアンケート結果からわかった。このように地域の活動をよく知ってもらうという意味でも、この制度が有効に機能したことは大きな収穫だった。

活動を周知し、その参加にポイントというインセンティブを付与して、景品と交換するというこの制度は、今回の実証実験で一定の効果があることがわかった。

（２）－２ 仕組みの内容・説明・ツール等のわかりやすさの検証

- ・仕組みやツールについては、わかりやすいと感じてもらえた。

（中間ヒアリング【利用者の評価】のまとめより）

- ・ポイント付与については大きなトラブルはなく、主催者側にとっても問題ない仕組みとなっていた。

（中間ヒアリング【地域活動の主催者の評価】のまとめより）

- ・ポイントをためる方法としては、「今回のようなシールやスタンプ用紙」とする回答が7割を超えており、年代に関係なくシンプルでわかりやすい方法が支持される結果となった。

（景品抽選に応募した方向けのアンケートのまとめより）

制度の仕組みは、活動主催者から参加者へ書面に加えて口頭でも伝わったことで、概ね理解されたようで、システムとしては十分理解してもらえる内容となったことがわかった。

ツールについても、わかりにくいという声はあまりなく、仕組みを理解してもらう上で必要十分を満たしていたものと考えられる。

ポイント付与の方法は、従前の地域ポイント制度で活用されているサピカよりも、今回のシールやスタンプ用紙を活用したアナログ方式がわかりやすいということがアンケート結果からも一目瞭然となっており、地域活動の中心を担う高齢者への配慮はもちろん、簡単でわかりやすいために幅広い年代から支持された。

これらのことから、今回整理した地域ポイント制度の仕組みは地域住民に十分理解でき

るものとなっており、今後更なる調整等を行っていく場合においては、現在の仕組みのわかりやすさを維持するよう意識しながらブラッシュアップを行っていくことが重要となる。

(2)－3 地域への告知の検証

- ・告知では、「知人からの紹介」が年代を問わず有効な手段であることがわかった。
- ・高齢者層には「町内会回覧板」の効果が高かった。
- ・活動主催者にもっとPRしてもらいたいとの意見があった。
- ・ポスティングにより配布した資料を開いて確認している人は、参加者の声を聞く限りではあまり多くない。

(中間ヒアリング【利用者の評価】のまとめより)

- ・事前説明については、「(参加者は) ちょっと説明したくらいでは覚えられない」との指摘があった。参加者によっては、丁寧な文章よりも、直接口頭で説明することが必要な場合もあることがわかった。
- ・若年層はスマホやポスターなどでイベントを知ることが多いため、SNS での情報発信や地域内でのポスター掲示などが有効と考えられる。
- ・全戸配布の前に、地域内にポスターを貼るなどし、事前に十分な告知期間をつくったほうがよいとの意見があった。

(中間ヒアリング【地域活動の主催者の評価】のまとめより)

- ・告知をもっとしたほうが良いとの意見が多く見られた。具体的には、近隣のスーパーや駅などの貼紙、SNS 等での情報発信を期待する声があった。

(地域活動に参加しない方向けのウェブアンケートのまとめより)

- ・周知方法では、年代に関係なく Facebook が挙げられた。また、40 代の回答者では LINE やウェブサイトが、60 代では町内会回覧板や郵便物などが挙げられた。

(メールマガジン登録者アンケートのまとめより)

- ・制度の認知は、「町内会回覧板を見て」が最も多かった。町内会回覧板は各地域 2 回ずつ回覧したため、より着実な認知につながっているものと考えられる。
- ・年代に関係なく、「地域の回覧板」、「広報さっぽろ (各区版のお知らせ)」が周知方法として適しているとする回答が多くみられた。また、「パンフレット、ポスター」も広い年代で回答が見られた。

(景品抽選に応募した方向けのアンケートのまとめより)

制度の周知については、ヒアリング、アンケートを通じて、多くの指摘を受けた。

■ポスティングによる告知

ポスティングによる全戸配布は、漏れの少ない情報発信の手法としては一定の効果があっ

たとえているが、それだけでは認知や関心の喚起には不十分であり、多様な媒体を活用して多面的に情報を発信することで、認知する確率を高めていくことが必要との意見が多く見られた。

特に、ポスティングの前に、区役所やスーパー、駅など、人が集まる・行き交う場所にポスターを貼るなどの事前告知をしたほうがよいとの指摘が多かった。事前に制度が始まることを地域住民にある程度認識してもらうことで、ポスティング時にパンフレットを読んでもらえる可能性が高くなり、結果として制度による地域活性化にもつながると考えられる。

また投函するパンフレットそのものにも、一定の工夫の余地があることがわかった。今回の実証実験ではパンフレットに加えて対象活動一覧やポイントカードも一緒に PP 袋に入れてポスティングを行ったが、ヒアリング結果を見ると、資料を開いて中を確認していない方が多数いることがうかがえた。「袋から出し、開く」というアクションを強いるよりも、ポスティングでは A4 サイズのチラシのみで事業の説明を行ったほうが、内容を一読してもらえ、確率は高くなると考えられる。対象活動は、まちづくりセンターなどでの配布や町内会回覧での周知が可能であるし、ポイントカードは対象活動参加時に主催者が渡すことで対応が可能だろう。一度にたくさんのツールをポスティングするよりも、まずは一読してもらえ、シンプルな告知にしたほうが、効果が期待できる。

■その他の媒体告知

また、町内会回覧板や広報さっぽろは、事業の周知媒体としてどの年代にも一定の効果が見込めると考えられる。町内会回覧は、学生などが多い賃貸住宅などでは回らないことも多くその周知の範囲は若干狭まるが、回覧している地域住民に対しては、期間中に複数回情報発信を重ねることができることもあり、効果の高い媒体であると考えられる。制度自体を地域で自主運営していくことを見据えた場合、町内会回覧板は最も現実的で効果の高い告知の柱となる媒体と考える。

若年層に対しての告知という面では、Facebook や LINE などの SNS を活用することが効果的という意見もあるが、これは若い人が参加したいと思える地域活動が地域内にあるか、という点とセットで考えていく必要がある。現時点では、高齢者が対象の活動が多く、SNS 等で告知をしても、参加を促すことはなかなか難しいだろう。

■口コミによる告知

今回の実証実験でも、「知人からの紹介」で制度を知り活動に参加してくれた方が一定数おり、人のつながりを介した制度告知の効果も実感することとなった。

口コミで情報が伝わると、紙媒体だけの場合よりも理解しやすく、また、活動や景品を話題に会話が広がったり、直接誘えたりと、周知・参加促進に対する効果が高い。

地域内の制度という点から考えても、口コミは費用のかからない重要な告知手段であり、活動団体の主催者が制度のことについて周囲に話すだけでも一定の効果が期待できること

から、制度運営側が積極的に推奨していくべきと考える。

また、制度の仕組みについてしっかりと理解してもらうためにも、口頭での説明は重要である。今回の実証実験では、主催者が制度をしっかりと理解していないために、利用者への説明を避けてしまい、ポイント付与が行われなかったケースが見受けられた。特に高齢者の中には、「難しいことはわからない」、「すぐ忘れる」など、制度の理解に消極的な方も散見されたことから、主催者に対する制度説明はできる限り口頭で丁寧に行うなど、一定の配慮が必要と考える。

多面的な告知については予算制約があり、地域による制度の自主運営を見据えると、費用をかけて大々的に実施することは難しい。しかしながら、町内会回覧板や口コミによる周知はコストがほぼかからず、店舗等でのポスター掲示は地域内ネットワークを活用することで実現できる可能性もあることから、様々な工夫を検討しながら、点ではなく面で告知していくことが期待される。

(2)－4 地域活動情報の発信にかかる検証

- ・回答者は若年層が中心となっており、その多くが「地域活動は重要だと思うが、参加は難しい」と回答している。
- ・子ども・若年層が参加したいと思える活動が少ないことが指摘された。
- ・育児中の方にとっては、参加するためには、授乳室やおむつを交換できる場所が必要との意見があった。
- ・対象活動に興味を持っても、実際にどんな雰囲気なのか、安易に参加してもいいのか、情報が少ないために、地域活動の初心者が参加するにはハードルが高いとの意見があった。
- ・告知の際は、活動写真があると、どんな活動かわかりやすくなって良いのではという指摘があった。

(地域活動に参加しない方向けのウェブアンケートのまとめ)

- ・メールマガジンでの情報発信について、登録者全員が必要だと感じており、また内容もわかりやすかったとの回答が得られた。
- ・既に人間関係が構築されているイベントには、新たに参加することがためられるという意見があった。

(メールマガジン登録者アンケートのまとめより)

- ・回答者は、70代以上が全体の6割以上を占めており、制度の利用者も概ね同様の年代構成となっていることが考えられる。
- ・性別をみると、8割以上が女性となっているが、これは対象活動に女性中心の地域活動が多かったことが影響していると考えられる。

(景品抽選に応募した方向けのアンケートのまとめより)

地域活動情報の発信に関しては、「種類・内容」、「発信媒体」「見せ方」の3つの視点から検証する。

■地域活動の種類・内容

実証実験に参加した人は、アンケート結果を見る限り、70歳以上の高齢者が中心となっており、若い人の参加は限定的であった。また、女性の参加が男性の参加に比べ多かった。これは、制度の周知が年代や性別によってばらついたり、景品のターゲットが偏ったりといった制度運営上の問題ではなく、従来の地域活動自体がこれらの層中心の活動に偏っていることに一番の理由がある。

もちろん、子育てサークルなど若い人が中心の活動もあるし、今回の実証実験では、幌北地区では学生を、発寒地区ではファミリー層を地域の特徴的な層と位置付け、これらの層が参加しやすいよう景品や呼びかけ方に工夫をしたが、その効果はあまり見られなかった。

活動主催者が内容を検討するなどして、従来参加していない人にとっても魅力的な活動にしていくことが最も効果的と考えられるが、それは地域活動そのものの問題であり、地域ポイント制度のあり方を越えた議論となってしまう。今回の実証実験において、発寒地区では、この制度のために新たな活動を設定してみたが結果は芳しくなかったし、活動はあくまで住民の主体性に基づくべきで行政が過度に関与すべきではないとの意見もあったことを考えると、活動の内容にまで踏み込んだ議論を行うべきではないだろう。

新たな層の地域活動への参加促進のためには、活動の種類や内容とセットで考えることが必要だが、その検討は各活動団体の考え方や工夫に委ね、制度の役割は活動の後方支援にあると割り切る必要があるだろう。

とは言え、今回の実証実験は、地域活動が少ない冬期間であったという时期的な理由や企画から実施までの期間の短さなどの影響もあり、十分な対象活動を設定できなかったことも、制度利用者に大きな偏りが出たことの一因となっている可能性は否めない。

更なる検証のため、地域活動が活発化する春から秋までの期間で、今回の仕組みをベースにした実証実験を行っていくことが必要と考える。

■地域活動の発信媒体

今回の実証実験では、地域活動の発信方法の一つとしてメールマガジンを発行した。しかしながら、結果的には登録件数は18件に留まり、アンケートでも希望する地域活動情報の入手手段としては1.8%と低迷した。

地域活動の内容が高齢者向け中心だったこともあり、ターゲットとしていた若者の反応が思わしくなく、登録者数が伸びなかった。

登録者のアンケート結果では、回答者全員がメールマガジンを必要だと答えていることから、登録した人にとっては役立っていたと言えるが、インターネットを使いこなしている若年層が活動にあまり参加していない現状を考えると、必ずしも効率的・効果的な情報

発信手段ではないと言える。

もちろん、若年層を取り込んでいく上では、メールマガジンや意見として挙げた Facebook、LINE などの SNS を情報発信に活用していくことが望ましいが、それはあくまで若年層を対象とした地域活動とセットで展開していくものだと考える。

■地域活動の情報の見せ方

地域活動の発信において、制度として最も効果的な支援を出来るのが、地域活動の見せ方に関する工夫だろう。

ヒアリングやアンケートの結果からも、活動の内容や雰囲気、初心者への参加に対する歓迎度合いといったことが伝わらないために、興味はあっても不安のほうが大きく参加しにくいという心理的なハードルが存在していることがうかがえた。

また、これらの解消のために、活動の様子を写真で伝えたり、気軽に参加していいということを明記したりといった具体的な提案も見られた。

地域情報をとりまとめて発信する際には、できるだけ内容を具体的に記載する、写真を添付してイメージを持ちやすくする、「初めての方大歓迎」といった記述を入れるなど、興味を持ってくれた人の不安を取り除き、背中を押すような工夫を行っていくことで、さらなる参加を促すことができると考える。

また、アンケート結果からは、子育て中の母親の潜在的なニーズがうかがえることから、そういった方に対して適切にアプローチできるよう、情報発信の工夫を重ねていくことで、地域活動のさらなる活性化が図れる可能性がある。

(2)－5 景品にかかる検証

- ・高齢の利用者からは、高価でなくていいので、実用的な日用品などをできるだけ多くの参加者がもらえるようにしてほしいとの要望が多く見られた。一方、20代の利用者からは、子育てをしている方に注目してもらえるよう、木のおもちゃなど自分ではなかなか購入できないものが良いとの意見があった。

(中間ヒアリング【利用者の評価】のまとめより)

- ・景品については、「タラバガニ」が最も多くの応募を集めたが、一方で“低価格でも構わないので、当選人数を増やしてほしい”という意見が多く見られている。若年層では「図書カード」への応募が目立った。

(景品抽選に応募した方向けのアンケートのまとめより)

景品の提供については、一部に必要ないとする意見もあったものの、地域活動に参加するインセンティブになり得るとというのが大勢の意見であった。

実証実験の結果としては、最も人気が高かったのはタラバガニで、続いて図書カード、

タブレット、旅行券、ＱＵＯカードと続いた。中でも、図書カードは年代を問わず応募があったので、どの年代に向けても有効なインセンティブになり得ると考える。

高価なタラバガニへの応募が最も多かった一方で、特に幌北地区では、景品は安価なもので構わないので、利用者全員が貰える景品について考えてほしいとの意見が多く見られた。貰えること自体が共通の話題となって、活動内でためたポイントについての会話が出るようになれば、活動に参加してためようというモチベーションにつながっていくとの考えから、ティッシュペーパーやごみ袋のようなものでもいいので、とにかく多くの人に渡るほうが良いとの指摘だった。

多くの人に渡すということは、ポイント交換の事務手続きが増えることにもなるため、実施する場合は「抽選」ではなく「交換」という形で、まちづくりセンター窓口などで対応できるような仕組みを検討する必要があるため、それらの体制づくりも含め、今後はその実現性を検証していくべきだろう。

子育てサークルの利用者からは、木のおもちゃなど高価で自分ではなかなか買えないものが景品としてあると良いとの意見があった。このように活動と景品が連動するような工夫は訴求効果が高まると考えられることから、対象活動がある程度まとまった件数になるのであれば、十分検討していく余地があると考えられる。

(2)－6 地区毎の特徴を踏まえた制度構築の検証

- ・景品については、商店街との連携により、地域に還元できる仕組みを再検討したいとの声が発寒地区であった。商品券や商店街で扱っている商品を景品にするためには、そのための合意形成や仕組みづくりが必要だろう。

(中間ヒアリング【地域活動の主催者の評価】のまとめより)

地区毎の特徴を踏まえた制度構築は、今後の課題となった。

発寒地区では、当初想定した商店街との連携によるポイントの地域還元を、時間的な制約や幌北地区との整合性への配慮などから見合わせる事となった。今回の実証実験で、制度の趣旨や仕組みに対する地域側の理解が進んだことから、次にこのような実証実験を行う機会があれば、地域商店街との具体的な連携方法の検討が可能ではないかと考える。

一方、幌北地区では、ネオロス幌北メンバーによる直接的な呼びかけや、タブレットや図書券など学生がほしいと思える景品の設定など、学生の参加を促すことを意識した工夫をいくつか盛り込んだが、学生中心のネオロス幌北の活動が少ない時期だったこともあり、十分な効果を得るには至らなかった。

調査結果からは整理されていないが、春から秋にかけては、地域内で多数の活動が予定されており、その中には学生が活躍できる場面も数多くあることから、継続的な実証実験の実施により、通年での効果測定を行っていくことが望ましい。

また、ネオロス幌北内部での制度周知が遅れたことも、学生の活動参加に繋がらなかった要因のひとつに挙げられる。継続的な実験を行う場合は、できるだけ特定にスタッフに偏ることなく、メンバー全体に広く制度の趣旨や活用するメリットなどを伝えていくことが重要だと考えられる。

2. 新たな地域ポイント制度案

今回の実証実験の検証結果を基に、札幌市全域で事業を展開することを前提として、より効果的な仕組みとするための改善点を以下に整理する。

なお、現行の地域ポイント制度『まちのわ』は、町内会等が主催する地域活動だけでなく、NPO 等が主催する広域的なボランティア活動等も対象としているが、ここで提案する制度案は、実証実験で対象とした「町内会活動を中心とする地域活動を想定した制度」を前提として、実験結果を検証した案となっていることに留意が必要である。

【ターゲット】

幌北地区のように若年層が多く住む地域では、若者に地域活動への参加を促すことが望ましいが、地域活動の中心は高齢者であるため、高齢者層が利用しにくい仕組みでは意味がない。そのため、登録や情報発信、景品などの仕組み全体でバランスを取りながら、幅広い年代に対応できるように配慮していく必要がある。

冬と違い、春から秋にかけては地域活動の数が多いことから、特に若年層に参加してもらいたい活動などをカテゴライズ化して、その層の関心を喚起するような広報手法や景品選択とを絡めながら、参加促進を図っていくことが望ましい。

幌北地区に限定すると、ネオロス幌北メンバーの制度に対する理解が深まっていることから、事前に協議を行い、積極的な働き掛けを促すことで、幌北地区の活動を中心に学生の参加を呼びかけていくことができると考えられる。

【全体告知】

告知については、ポスティングによる告知に加え、ポスターや町内会回覧板を併用して、多面的なPRを行っていくことが理想的だろう。

ポスティング用の資料は、すぐに開いて読めるようPP袋に入れずに投函することとし、その内容も制度説明よりも地域活動への参加イメージを沸かせることを重視したものとするのが望ましい。制度の細かな説明を記載したパンフレットは、まちづくりセンター等で配架すればよく、ポイントカードは地域活動に参加したときに渡せば済む。むしろ、対象活動の情報と簡単な説明に留め、投函資料の情報量を減らすことで、受け手の負担を軽減することが重要である。

また、町内会回覧板は、高齢者を中心に年代を問わず、回覧される世帯に対しての情報発信効果が高いと考えられることから、実施前、実施中を問わず、定期的な回覧スケジュールに合わせて有効に活用すべきである。

ポスターについては、区役所やまちづくりセンターなどの行政関係施設はもちろんのこと、地下鉄・JR 構内や大学、保育所や幼稚園、商業施設、飲食店などの協力を得て、若年層が日常的に立ち寄りそうな場所での掲示をしていくことが望ましい。活動の会場に掲示

して対象活動であることをわかりやすく示すといったことも有効だろう。ただし、場所によっては地域内調整が必要になるため、町内会等の協力を十分に得ながら、掲示場所の選定も含めて地域と一体となって進めていくことが必要である。さらに、告知に際しては、地域活動の主催者を中心に、活動の参加者や日常的にコミュニケーションを取っている地域住民に対して、制度の告知に協力をいただけるよう予めお願いをしていくといった働き掛けを行うべきだろう。

【地域活動の主催者の理解促進】

全体の告知はもちろんだが、地域活動の主催者に対しては、制度に対する理解をしっかりとしてもらい、参加者に説明してもらうとともに、制度を効果的に活用して活動を活性化するための工夫をしてもらえるよう促していくことが重要である。

書面のみでの説明に留めずに、まちづくりセンター所長等の協力を得ながら、事業主旨や活動の主催者をお願いしたいことなどをしっかりと口頭で伝えるため、事前説明会などの開催も検討することが望ましい。

今回の実験においては、主催者の中でも制度への理解が一部のスタッフにしかなされずに、組織としての活用が十分でなかったというケースも見られたことから、中心となっている方に限らず、主催者側内部でもしっかりとメンバーへの周知をしてもらい、制度を活用して新たな参加者を獲得していく意識を持ってもらえるよう促していくことも大切だと考える。

【地域活動の情報発信】

地域活動の主催者と一緒に取り組むことで大きな効果が期待されるのが、活動情報の発信における工夫である。

実証実験では、地域活動への参加動機として、ポイントのインセンティブだけでなく、地域活動の存在自体を認知したことが挙げられている。つまり、魅力的な地域活動があることを効果的に発信することで、地域ポイントとの相乗効果により、これまで地域活動に参加したことのなかった層の活動参加につながる可能性がある。

具体的には、「活動内容をわかりやすくかつ魅力的に見せる」、「参加してほしい層を明確にする」、「歓迎ムードを示す」といった工夫をしていくべきである。

「活動内容をわかりやすくかつ魅力的に見せる」という点では、できるだけ活動写真を有効に活用すると、参加した際のイメージがしやすく訴求力が高まるだろう。紙面の都合にもよるが積極的に取り組んでいくことが望ましい。

また、どんな活動なのかを簡潔かつわかりやすく記載することも重要である。運営の手伝いなのか単純な参加なのか、といったことはもちろん、どんな目的で何をするのか、参加するとどんな効果があるのか、といったことを、できるだけ短い言葉で伝えるようにすべきだろう。これは地域活動の主催者が考えるべきものだが、事務局がサポートしてより伝わりやすい文言にしていくことで、効果が高まるものと考えられる。

■発信イメージ【アイスクャンドル制作（発寒地区）の例】

■アイスクャンドルをつくろう！

日時：1月26日（火曜日）13：00～17：00

場所：発寒まちづくりセンター

冬の商店街を彩るアイスクャンドルをつくります！

- ・氷をバケツから出して、空気を取り込む穴を開ける作業です。作業は簡単！（点灯は別日に行います）
- ・小学生低学年 OK。初心者にも丁寧に教えます。
- ・防寒をしっかりと。早く終わる可能性あり。

（問合せ）

発寒商店街振興組合 TEL 011-XXX-XXXX



○魅力的な写真で「参加したい」という気持ちを喚起するとともに、対象や作業を明確化

■発信イメージ【健康リズム体操（幌北地区）の例】

■健康リズム体操で身体を動かそう！

日時：毎週火曜日 10：30～12：00

場所：幌北まちづくりセンター

音楽に合わせてリズムよく身体を動かせる体操です。

- ・普段の参加者は20人くらい。40～80代の女性がほとんど。
- ・無理せず、体力や体調に合わせることができます。
- ・参加費は無料！
- ・はじめての方大歓迎！メンバーが優しく丁寧に教えます！

（主催）健康リズム会

（問合せ）幌北まちづくりセンター TEL 011-XXX-XXXX



○活動規模（参加者数など）をイメージしやすくすることで、心理的なハードルを下げる工夫を。

【ポイントの付与方法と景品交換】

ポイント付与の方法については、概ね問題がないとの結果であったことから、今回の実証実験のように対象範囲が限定的であれば、ポイントカード・ポイントシールを用いたアナログ形式は十分機能とすると考える。しかしながら、これが札幌市全域まで対象範囲を広げるとを想定すると、ポイントシールの管理など主に運営側の事務手続きの面で負荷が過大になることが想定されるため、ある程度のシステム化・電子化は必要になるだろう。

とは言え、単にポイントを電子化するだけでは、高齢者の対応が難しくなるため、地域側にとっては好ましくない。また、シール方式は、活動した結果や景品応募までの残数が視覚的に確認できるため、モチベーションを維持しやすいという点でも優れている。

現行制度のようにサピカなどの電子カードをポイント付与に活用する場合は、ポイント付与時に画面上で視覚的に確認できるような環境整備も含めて、アナログ式の良さを引き継ぎつつ、ゲーミフィケーションの要素を入れる、他のデジタル系サービスと連動するなど、参加者側にとっての電子化のメリットを創出していく必要があるだろう。

景品について、高齢者層を中心に「多くの参加者（できれば参加者全員）がもらえるようにしてほしい」との要望があったが、これを実現する場合、ポイント交換のあり方から見直しが必要となる。今回は応募・抽選という形態を取ったが、多くの参加者に景品を渡

すことを考えると、郵送形式は利用者にとっても事務局にとっても負荷が大きく、現実的な方法とは言えない。このため、ポイントと景品を「交換」という仕組みに変えるのであれば、まちづくりセンターなどの拠点に景品を置いておき、その場で利用者のポイントカードと景品を交換するといった交換窓口の設置が必要となるだろう。

このような形態は、地域による制度の自主運営の観点から考えても望ましい形だと思うが、まちづくりセンター職員への負荷が高まることから、その実現に向けては慎重な検討を行っていく必要があると考える。

この形態を取るのであれば、景品としてはポケットティッシュ（制度告知や感謝のメッセージ入り）や市指定のごみ袋などが適当だろう。抽選との併用もできることから、交換体制が整備できるのであれば、対応していくべきである。

抽選における景品は、図書カード等人気のあったものに絞り込んだ上で、「抽選」と「交換」それぞれのニーズを検証していくことも必要となるだろう。

なお、今回は実証実験期間が短かったことから、抽選応募締切を一回のみとしたが、長期間の実施となる場合は、数回に分けての抽選を検討することが望ましい。

【商店街との連携】

発寒地区のように、商店街組合の活動が活発な地区においては、商店街連携について、地域の方と改めて具体的な方法や必要な準備について検討し、地域で自主的に継続していくことも想定しながら、交換品の選定や交換の仕組みなどを検証していく必要がある。

【新たな参加を促していくために ～活動と仕組みの連動を～】

新たな層の地域活動への参加促進に向けては、活動の種類や内容と連動するような工夫を制度側で仕掛けていくことでより高い効果を生み出すことも可能だろう。例えば、幌北地区であれば、活動への若年層の取り込みに向けて、ネオロス幌北メンバーが活動の企画に協力した上で、情報発信に Facebook、LINE などの SNS を活用し、タブレットや図書券などの景品メリットも含めて活動の魅力を伝え、参加を呼びかけていく、といったことができれば、より効果的な参加促進につながる。

もちろん、活動の種類や内容は地域活動の主催者に委ねるべきところだが、この制度をきっかけとして、若年層などこれまでなかなか地域活動に参加してくれなかった地域住民に対して、改めて参加を促すための活動や工夫を考える契機にもなるし、その検討においてはまちづくりセンターや事務局も協力できる部分はあるだろう。

このような取組は簡単に成果を出せるものではないが、検証を積み重ね、効果的な仕掛け方を模索していくことは重要である。今回、発寒地区で試験的に実施したアイスクャンドルの活動のように、制度実施を契機にモデルとなる活動を企画・運営してもらい、その効果を検証していくことも、地域活動の活性化に向けた有効な取組となると考える。

参考：広域化した場合の費用試算

今回の実証実験を広域的に実施した場合を想定し、その運営に係る経費について試算した。ここでは、実証実験で参加が多かった幌北地区の実態をベースに、北区全域にそのエリアを拡大したと仮定して、その費用を積算した。

なお、運営に係る経費は、配布ツールの作成（ポイントカード、シール、対象活動情報などの紙媒体）、事業告知のためのポスティング費用、景品およびその発送費用とし、運営にかかる事務局の人件費は除外した。

＜北区全域で実施した場合の経費試算＞

・北区の世帯数 133,861 世帯（平成 28 年 3 月 1 日現在）

・全戸配布する媒体 対象活動の情報（コート 73kg A4 両面カラー巻 3 折を想定）
@3 円×140,000 枚=420,000 円①

※ 予備も含めて 14 万部の印刷を想定

・仮に全戸配布した場合

@20 円×135,000=2,700,000 円②

※ 北区に住民票がない世帯として約 1,200 世帯を想定

・全作業を業者に委託した際の全戸配布に係る見込み費用（①+②）
420,000 円+2,700,000 円=3,120,000 円

・カード、シールの想定経費

カード @1.4 円×140,000 枚=196,000 円

シール @0.91 円×560,000 枚=509,600 円

合計 196,000 円+509,600 円=705,600 円

・景品（今回と同額予算と仮定して）

景品一式 100,000 円

カード、シール、景品費用合計 805,600 円

・想定される費用の総合計 3,925,600 円

※市内印刷業者及びポスティング業者見積りを基に積算

さらに札幌市全域に対象範囲を拡大した場合、資料の印刷費等は単価が下がっていくものと考えられるが、ポスティングの費用は件数に影響しないため、かなりの費用が必要となる。市全域での実施を想定するのであれば、単独でのポスティングではなく、広報さっぽろ等での告知など、経費を抑えて告知が可能な方法を再検討していくことが必要だろう。