

チャレンジ！！オープンガバナンス 2016 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注)	No. 14	タイトル 地域包括ケアシステムの推進	自治体名 東京都中野区
アイデア名 (公開)	特産品ゲットだけ！買い物イベントから始まる介護予防!!		

(注) 地域課題タイトルは、COG2016 サイトの中に記載してある応募自治体の地域課題名を記入してください。

1. 応募者情報

チーム名 (公開)	特定非営利活動法人 ストリートデザイン研究機構		
チーム属性 (公開)	<input type="radio"/> 1. 市民によるチーム <input type="radio"/> 2. 学生によるチーム <input checked="" type="radio"/> 3. 市民、学生の混成によるチーム		
代表者情報	氏名 (公開)	高澤暢	

※ 公開条件について

次ページ以降の「2. アイデアの説明」でご記入いただく内容は、内容を確認した上で、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示—非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。

(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)

(注意書き)

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2016_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2016 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。 admin_padit_cog2016@pp.u-tokyo.ac.jp

<公開非公開など>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、代表者氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません)
4. この応募内容のうち、「審査項目自己評価」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。
5. 「アイデアの説明」中に、文章、写真、図画などで応募したチーム以外に知的所有権が属する箇所がある場合には、法令に従った引用や知的所有権者の許諾を得るなどをした旨をそれぞれ注として書いてください。「審査項目自己評価」中も同様をお願いします。

<チームメンバー名簿>

6. チームメンバーは別紙のエクセルファイルに記載して提出してください。(2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は COG 事務局からは非公開です。詳細は別紙をご覧ください。)

2. アイデアの説明（公開）

データや資料を活用して課題の具体化とその解決につながるアイデア（公共サービス）のストーリーを語ってください。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、だれがする、何を、どこでする、いつする、どのようにするものなのかを考えて、各要素を入れて内容を描きストーリーを整理していくとよいでしょう。以下の欄内でご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）

【要旨】

「介護予防や高齢になる前からの健康づくり」に関するデータを分析すると、「外出の有無」がキーファクターであることが分かります。そこで、外出機会の減少した高齢者を再び街に呼び戻すために、区内施設で特産品を販売するマルシェを開催します。近隣で楽しいイベントを開催することで、高齢者の外出を促進します。

また、集客・運営方法として、下記の3点を実施します。

1. 声掛け状況を地区ごとに可視化する「陣取り合戦」アプリで参加率を向上します。
2. 参加者にはスタンプカードを配布し、多くのイベントに参加するモチベーションを付与します。
3. 高齢者ポジティブリストの作成により、協力したい高齢者に参加者から運営サイドへと転換を促します。

【ターゲット】

交通が不便であったり、体力が低下したりして、外出する機会の少なくなった高齢者。

【開催スケジュール】

月に1回。土日のいずれかに実施。

実施後の反応を見ながら、回数を増やすことも検討する。

【開催場所】

中野区内の高齢者会館、区民活動センター、小中学校校庭（以下、各区内施設とする）。

【開催主体】

NPO 法人ストリートデザイン研究機構

【販売者】

中野区内の商工業者

なかの里・まち連携自治体の商工業者

【開催方法】

各区内施設にテントとテーブルを設置して、そこで物品の販売をします。中野区は、縦の交通が弱いため、近隣の地域以外の商品に日頃触れる機会がありません。また、なかの里・まち連携自治体の産品を購入する機会もほとんどありません。そこで、商工業者の方がターゲット住民の近くに出店します。出店ブースで普段できない買い物を楽しんでいただきます。

【開催の狙い】

普段と違う商品を購入できるという特別な機会を誘因として、高齢者に外出していただきます。

買い物の場での会話をきっかけに、近隣住民とのネットワークを強化し、次の外出につなげていきます。

【付帯効果】

- 地域コミュニティの強化。
- 高齢者の生きがい役割を発揮できる場所の提供。

(2) アイデアの論拠（公開）

アイデアの論拠（なぜこのアイデアにするのか）を、それをサポートする数値データ（実績、統計やアンケートなど数字であらわされるもの）や証拠（資料や計画、既存の施策など）（以下：総称して「データ類」といいます）などを含めつつご記入ください。数値データや証拠は出所を明らかにしてください。以下の2ページの欄内におさまるようお願いします。

【高齢者の状況】

中野区地域支えあい推進室地域包括ケア推進担当が、介護認定を受けていない65歳位以上の高齢者を対象とした厚生労働省作成基本チェックリスト（以下、チェックリストとする）を分析したところ下記のような特徴が見られました。

1. 外出機会の少ない人は、他の項目でも数値が悪い

これは、外出機会が減少することで、足腰が弱り運動機能が低下しているものと考えられます。また、人と接する機会も減ってしまうため、鬱や物忘れが進むものと考えられます。

■チェックリスト結果クロス分析（出所：介護予防基本チェックリスト集計 平成26年）

地域と該当項目のクロス集計を行ったところ、外出関連の該当項目が3.46%（全体平均2.79%）と最も高い南中野地区は、運動機能関連の該当項目数においても7.52%（全体平均6.96%）と最も高い割合を示し、逆に外出関連の該当項目が2.45%と最も低い本町地区は運動機能関連の該当項目数においても6.77%と低い数値でした。

また10項目すべてに該当する人数も南中野地区は2.61%と高く、本町は2.10%と最も低い（全体平均2.37%）結果を鑑み、外出を促す施策が運動機能のみならず介護予防の幅広い項目に渡って効果的であるという仮説を採用しました。

2. 南中野の外出関連該当項目は、3.46%と突出している

南中野地区は、電車の駅が丸ノ内線中野富士見町駅しかなく、バス路線も京王バスの一路線となっています。また、中野区は一人あたりの自動車保有台数が0.198台と東京都内で最も少なくなっています（出所：東京都区部の自動車保有動向 - 運輸政策研究機構）。そのため、交通の便が悪く外出が困難になっていると考えられます。

■バス路線別乗車人数（平成20～24年度）（出所：第54回中野区統計書 平成26年）

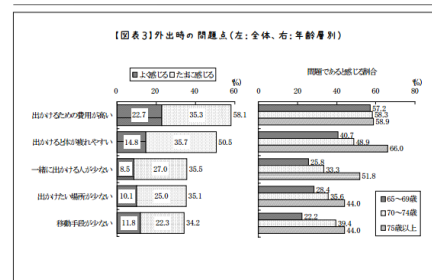
京王バス東							
流63 幡代線	流谷駅(幡代)～中野駅(8)	9.31					
中81 代田橋線	中野駅(代田橋側)～中野車庫	6.71					
			7,137	6,788	6,854	6,978	7,046
中83 中野南線	中野駅～南郷高齢者会館	8.33	149	150	151	169	167
流41 新宮線	新宮駅前口(新宮中野)～中野車庫	4.68					
流64 初台線	中野駅(中野坂上)～流谷駅(9)	8.65	8,388	8,110	8,006	8,103	8,047
中92 練馬線	中野駅～練馬駅	6.42	6,147	5,950	5,946	5,867	5,809
		6.09					
中92	南蔵院～中野駅	4.92					
		5.29					
中92	練馬駅～南蔵院	6.59					
		6.19	5,628	5,404	5,444	5,650	5,596
流33 方南線	永福町～新宿駅西口	8.27					
		7.01	7,562	7,554	7,492	7,463	7,496
中71 大宮線	中野駅～永福町	6.99	2,345	2,241	2,112	2,089	2,076
流32 聖堂線	聖堂前(弥生町5丁目)～新宿駅西口	4.77					
		4.33	5,354	5,035	4,984	4,806	4,845
西武バス							
流20 中井線	新宿駅西口～西武百貨店(10)	8.34	354	334	343	314	326

←バスの路線数乗車人数ともに少ない。

【外出機会低下要因】

株式会社第一生命経済研究所が2004年9月に公表したレポートによると、高齢者の外出が低下する要因としては、以下の5点が考えられます。

1. 出かけるための費用が高い (58.1%)
2. 出かけると体が疲れやすい (50.5%)
3. 一緒に出かける人が少ない (35.5%)
4. 出かけた場所が少ない (35.1%)
5. 移動手段が少ない (34.2%)



【課題解決の方向性】

高齢者の外出を促すことができれば、他の問題点も改善できると考えられます。

外出低下要因を除去した、「安・楽・近」イベントを開催することで、高齢者にとって外出するきっかけになります。さらに、イベントに参加するインセンティブも設定します。

1. 安く楽しいイベント

高齢者にとって安く楽しいイベントを検討した結果、「買い物」が適切であると考えました。食品などであれば、千円以下での購入が可能です。実際に購入はしなくても、商品を見たり、販売者と会話をしたりするだけでも楽しいものです。特に、普段手にする機会の少ない区内や姉妹都市の商品に触れることができれば、気持ちも高まります。中野区では、中野区商店街連合会が主催となって、中野逸品グランプリを実施しています。過去の受賞店であっても、近隣になければ、なかなか購入する機会がありません。また、なかの里・まち連携自治体の商品となると購入機会はさらに少なくなります。これらの商工業者が出店することで、特別感が高まります。

2. 近隣での開催

高齢者が居住する近隣地域でイベントを開催することができれば、外出のハードルを下げることができます。この場合での近隣とは、徒歩で移動できる範囲ということになります。

中野区内で該当する施設を検討したところ、各区内施設が適切であるとの結論に達しました。各区内施設は利用者が徒歩で通える範囲内に設計されているため、高齢者でも十分に歩いていけると判断しました。

3. イベント参加インセンティブの付与

(1) 声掛け陣取り合戦の実施

町会単位毎に、参加の声掛け状況をアプリで可視化します。可視化することで、町会毎の競争心を煽り、より多くの高齢者に告知し、参加を促すようにします。

(2) イベント参加ポイントの付与

イベントでの購入もしくは、運営側での参加1回毎にスタンプを1つ押します。スタンプ6個で、区内共通商品券500円分と交換します。

(3) ポジティブリストの活用

「自分はこれができる」という高齢者ポジティブリストを作成し、高齢者にお手伝いいただける場所は、積極的にお手伝いいただきます。

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを実現する主体、アイデアの実現にいたるプロセスとマイルストーン等、アイデア実現までの大まかな流れについて、以下の欄内におさまるよう、簡潔にご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）



【開催主体】

NPO 法人ストリートデザイン研究機構のメンバーが主体となります。メンバーはこれまでの各種区内イベントの運営に携わっています。

【アプリ開発】

当団体と日頃から交流のある区内大学学生団体との産学官連携により共同開発します。

【出店業者選定】

出店業者の選定に当たっては、取扱商品の「値頃感」と「特別感」を基準に判断します。1 回あたり、6 店とします。また、以下の業者を優先的に選定し、ブースに空きがある場合には、区内の商工業者に広く告知し募集をかけます。優先業者については、開催主体から直接打診します。その他の区内の商工業者については、商工会連合会を通じて打診します。

（優先業者）

1. 中野逸品グランプリ受賞店、2. なかの里・まち連携自治体の商工業者、3. 青森県青森市、宮城県東松島市など中野区と交流のある自治体の商工業者。

【開催時期・場所調整】

原則月 1 回の開催とします。多くの参加者が見込まれる土日のいずれかに実施します。毎月第 3 土曜日のように固定できるのが理想ですが、会場となる各区内施設の催事もありますので、開催月の前月 10 日までに調整するようにします。各区内施設へのお願い・調整については、自治体の協力も仰ぎます。

【開催告知】

1. シルバー人材センターにチラシポスティングを依頼。
2. 町会単位での声掛け競争の実施。その進捗状況をアプリで可視化する。

【開催運営】

開催時間は午前 10 時から午後 3 時までとします。明るい時間帯に実施することで、高齢者の安全を確保します。出店者に対しては、売上の 10%を出店費用として徴収します。この出店費用は、各種運営経費に充てます。

【出店者評価】

開催時に来場者アンケートを行います。その評価や売上高などを元に、不適切と判断した商工業者については、次回以降入れ替えを行います。また、アンケート結果を元に、告知方法、開催運営方法などを見直し、より良いイベントとなるように改善していきます。

(4) そのほか（公開）

アイデアのアピールポイントや、アイデア実現に当たっての制約があればそれとその当面の解決方法、さらに将来の発展可能性（例えば「将来的に xx という制約をクリアできれば、追加で○○ということが実現できる」など）について、以下の欄内におさまるよう、簡潔にご記入ください。

【開催運営ノウハウ】

中野区では、毎年9月上旬ごろ、区役所正面玄関前において各連携自治体の様々な特産品が日替わりで集合する物産展「なかの里・まちマルシェ」を開催しています。また、中野区観光協会は、「まちなかのバル」を実施しています。こうしたイベントの開催運営ノウハウを活用することで、本イベントも円滑に運営することができます。

■ なかの里・まちマルシェ開催風景（出所：中野区役所 HP）



【イベントの開催拡大】

まずは、外出項目の点数の悪い南中野地区から、本イベントをスタートさせます。中野区内の縦の交通が弱いことは、全区域に当てはまり、他の地域でも同様の課題があるものと考えられます。そこで、南中野地区での反応を見ながら、随時開催地区を拡大していき、最終的には、全区域で実施します。

そのために、運営主体のノウハウの蓄積の他、良質な商工業者の確保、地域の理解が必要です。実績を元に、ステークホルダーを周り説明することで、理解を得て協力体制を築いていきます。

【イベント内容の拡充】

スタート時点では、物販のみとします。ある程度参加者が集まり、ニーズが把握できた段階で出展内容を充実させます。例えば、近隣住民の課題を解決するための区役所機能の出張サービスや、各種専門家の無料相談会などを実施します。

また、ポジティブリストを作成し、近隣住民の活躍の場も設けます。それにより、参加者から運営者側へと立場が変化します。それにより、高齢者のより自主的な活動を促し、介護予防効果を高めることができます。

【コミュニティ機能の強化】

本イベントでの出会いをきっかけに、日常での近隣住民同士のコミュニケーションが強化されます。また、自治体や専門家との接点もできます。それにより、地域のコミュニティ機能を強化できます。

【波及経済効果】

ポスティングなどの作業をシルバー人材センターに委託することで、高齢者のやりがいと収入を増加させます。ポスティングは、女性でも可能な仕事なため、シルバー人材センターでも需要の高い業務です。

出店者においては、通常と異なる商圈で販売をすることで、その場での販売収入だけでなく、新規顧客開拓にもつながります。