

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.	タイトル	自治体名
	58	わかりやすい健康情報の提供による市民が主体の健康づくり	宇部市
アイデア名 (公開)	地域イベント掲示板「ためまっぷ」で可視化、宇部にもっと元気を！		

(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)	宇部 ESD リンケージ (宇部 ESD 連携協議体)		
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)	浮田正夫	

※ 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得ます。
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、何をする、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）

だれが：主に引きこもり男性シニアや、地域住民団体が主体となり、

なにを：（健康を中心とした）地域のイベント情報を、

どこで：宇部市にて、

いつ：来年から再来年に掛けて、

どのように：

自治体、企業、大学生が運営をサポートしながら、パソコン、タブレット等の端末で発信、キャッチする「行政区分にとられない利用者目線の」地域情報プラットフォームを整備します。

高齢化して人が減っても明るく楽しく助け合いながら住み続けられる地域社会を、私たちの時代でつくり残していきま

す。

「地域の活動を 5 秒でキャッチできる仕組み」を、最も普及している情報端末で実現します。地域活動のほとんどはチラシで広報しています。それらをシニアたちも一緒にスマートフォンや PC の技能を身につけて情報を発信する社会貢献活動で、有償ボランティアの仕事にもなり、多世代の住民が地域活動を見やすくなる仕組みをつくりま

す。市民も地域活動者も、どちらも普段から「孤立している」とは思っていません。しかし楽しい活動があれば参加してみたいと考えていますし、参加する人を増やして協力や応援をしてもらいたいとも考えています。それらがもっとスムーズにつながれば、いつか困ったときにお互いが助け合える存在になることができます。

チラシの写真を撮って（データ含む）地図情報と日付、簡単なカテゴリを付けて、1 件につき 30～60 秒ほどで、時間の掛かる入力作業を極力無くして発信できる仕組みです。見る側は、今日以降の参加できる地域活動を、自分のいる場所から半径数キロまでの情報だけをカテゴリを絞り込みながら見ることができます。これらを住民が無料で発信できるソーシャルなプラットフォームとすることで市民の主体性をもった取り組みにすることができます。

一方で公共機関が発信できるプラットフォームを別に用意して情報の正確性・不適切投稿の責任リスクを回避します。そこから検索エンジン、他の SNS にデータを連携可能にすることで情報量を充実させながら住民の利便性を確保する方法を組み合わせます。

この地域活動の情報網システムの仕組みを市民や活動団体等に広めて普及していきます。まずは自治体のための機能の作り込み、運営を代行する企業や学生との連携します。そしてシニア向けスマートフォン教室を開催します。スマートフォン教室では、シニアがタブレットなどを利用して多世代へ向けた地域貢献活動を行うことを主な目的にしています。時間に余裕のあるシニアに、生きがいと社会貢献で人生を過ごせる場作りを並行して実施します。

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）などを含めつづご記入ください。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。

転勤族はもとより、古くからの住民であっても意外にその周辺の地域活動の情報を知らないものです。知っていたら「参加したのに」「行ってみたのに」という声は全国で耳にします。その裏側には孤立している住民の生活があり、育児から介護、ひきこもり、子どもの貧困など、情報が伝わらないことが地域の住みにくさの大きな原因になっています。特に地域の小さな活動は、生活する上で非常に重要であるにも関わらず既存のインターネットの技術では見つけづらく、SNSではつながりがないと情報を得られず、地域そのものが埋もれています。

<近所が見えない>

宇部市でも同様に、助けてくれる人、相談できる場が近くにあるのに「近所が見えない」問題があります。コミュニティの外にいる人の多くは、地域内でつながらない人生経験が地域への愛着・互助の気持ちを生まれにくくしているサイクルが続いていると人口の減少からも感じられます。

その論拠として、「[○健康分野における各施策の満足度・重要度【宇部市民意識調査】](#)」では「住みにくさ」の上位に「娯楽・レジャー施設の不足」が上がっています。

普段の生活で今日、明日に地域活動が近所であるかどうか分からないため、定常的に運営されている施設を探す行動になっていると見て取れます。反対に多世代が対象の「健康づくり」になる地域活動の娯楽や体験といったものが既にあるのに、それらを見つけてづらいことを表していると考えられます。

今回の課題である、「健康づくりや生活習慣病の疾病予防」を市民が主体になって継続的に取り組むには、「止むに止まれず」の前に「楽しみながら」が必要です。そのためこれから参加できる「楽しい」地域活動の情報がなめらかに届けられる環境づくりが必要と考えています。

<情報へのアクセス時間>

少しでも地域に関心と楽しさを見つけやすくするため、少ないステップと短い時間で情報にアクセスできることがとても重要になっています。下記のレポートからも、情報へのアクセスの不良さは地域へのコンバージョン（地域参加・関心）を低下させている大きな要因と推測できます。

Amazon の調査では、ページの表示速度が 0.1 秒遅くなると、売り上げが 1%低下することが明らかになった。

Google からは、ページの反応が 0.5 秒遅くなるとアクセス数が 20%低下すると発表されている。さらに米 Aberdeen Group の 2008 年の調査では、スピードが 1 秒遅くなるとページビューが 11%、コンバージョンが 7%、顧客満足度が 16%低下することが報告されている。

-- 中略 --

Nielsen Norman Group によると、人間の操作に対するシステムの反応速度でユーザーの思考を止めない限界は 1 秒だという。また 2012 年に開催された Search Marketing Expo では、ユーザーがページの表示に待てるのは 2 秒まで、3 秒以上かかると 40%以上のユーザーが離脱することが発表された。

参考：[Web サイトのレスポンス速度から見るインターネットユーザーの閲覧行動と企業の課題](#)

<近隣の情報>

さらに市民が地域に求めるものは、住まいから5分～10分程度で行ける場所（地域活動の場所）の情報です。

（第6期宇部市高齢者福祉計画（素案）に対する意見募集の実施結果（意見の概要及び意見に対する考え方等））

<見られることで意欲が生まれる>

健康づくりに限らず、地域の活動者の方から「地域の人に伝わらない」、「若者は地域に興味がない」と耳にします。今のインターネットサービスでは「地域」が埋もれていますし、紙チラシは圧倒的に見られずに廃棄されています。

健康づくりに関する市民の地域活動にも、人に見られることでの「社会的促進・観察者効果」が活動継続には不可欠です。

アナログの良さでもある、あたたかさが伝わる紙チラシの良さ、視覚的にまとまりやすいなどの利便性を損なわず、活動自体を市民に見られることが大切です。

<ソーシャルな情報が好まれる>

インターネットの検索もある意味では誰もが参加できるソーシャルメディアです。より多くの情報が少ないステップで検索結果にでてくることを市民は望んでいます。10～20代では、検索エンジンよりもSNSを検索することで情報を得ています。また、ソーシャルメディアもITリテラシーの向上と機械学習による評価システムで、適切な情報を人工的に判断する仕組みなどを利用しており、当システムでも同じく機械学習を取り入れていきます。それにより、他に事例のあるように地域で自然に徳を積んでいけるような仕組みを作れると考えています。

<いきがいになること>

シニア世代は、スマートフォンやタブレットの技能を習得し、自身ができること幅を広げることに高い関心を持っています。先日広島市内で15名の応募数で初心者向けスマートフォン教室を行った際に70名を越す応募がありました。そのテーマは「スマホで社会貢献」です。25名で実施して次回のレポート参加率は90%を越えています。

デジタル機器を使い、それを利用して自分が発信した情報が活用されることで、いきがいになります。

[援助行動経験が援助者自身に与える効果：地域で活動するボランティアに見られる援助成果](#)

実際に、76歳の女性は「今までずっと住んできた地元のことが知らないことだらけだった。地元の良さをもっと伝えていきたい」と同じようなサービスに取り組んでいます。

有償であればなおさらいきがいになると考えます。

(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）

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

主体：地域協議体

自治体、社会福祉協議会、地域住民団体、運営業務の委託企業、システムサービス提供企業など

◆協議体の設立

イベント情報の IT プラットフォーム化に強い関心があり、地域内の情報流通の課題意識を共有しており、「できない理由にとらわれない」実現力のある各分野の 5 団体以上で結成する。

◆2～3 回程度の協議でサービスと運営とスケジュールについて決める。

◆サービスの制作と広報企画の準備

◆サービスの公開

◆広報企画を実施

◆スマートフォン教室の実施

◆効果測定（住民のレスポンス、生きがいのあるシニア、地域の健康活動への参加者増など）

(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。

このアイデアはクラウドファンディングで全国の方々にご支持をいただき目標額を達成しました。

ご支援にご協力いただいた方の中で、特に多かったのは介護関係の方たちや地域包括関係者の方でした。（特定非営利活動法人 もちもちの木など）

ここ最近では親の介護が始まると子どもとのダブルケアで家庭環境が劣悪になり、虐待、ネグレクトなどにより子どもの不登校、発達障害、うつ病になるケースが増えているとのことでした。その発生要因は「孤立」であるとのことでした。現場の方たちからこの仕組みが「孤立」を防ぐ有効な仕組みになると言っていました。

2016年2月にソーシャルメディアバージョンを試験的に公開して1年近く経ちました。

ボランティアによる投稿数は2万件を越えましたが、デジタルとアナログという壁が埋もれた地域に関心を持っていない地域社会に変えてしまっており、デジタル世代にはネットでの広報予算を掛けなければならず、それ以外では地域単位で地道に広めていくしか方法がないことが大きな課題でした。

解決策として、自治体や地域密着企業などへの予算化の後押しで地域単位での確実な普及、投稿の有償無償のボランティアや運営委託団体などにより、大きく利用が進むと予想しています。

今回のように、地域単位で予算の制約がクリアできれば、ソーシャルメディアとは別に、責任範囲が明確な特定団体バージョンを作ることが可能となり、それとソーシャルメディアバージョンやネット検索、他 SNS とのデータ連携を行うことで、地域活動の一元的な情報プラットフォームを作ることが可能になります。

また予算化により、主婦やシニア世代による朝市やママ市といったマイクロビジネスや、地域の伝統的な小さな体験型イベントを国内外の旅行者が立ち寄るための情報として発信する仕組みを作り込むことができます。

自治会も会員には無料チケットで、外部の人には現金による販売で運営費にしていますので、近隣住民や立ち寄る旅行者にも、思い出深い貴重な体験の機会を生むことができると考えています。