チャレンジ！！オープンガバナンス 2022 市民／学生応募用紙

自治体提示の地域課題名（注１）	No.	自治体提示の地域課題名	自治体名
	-（事務局用）	多様な住民を巻き込み、コロナ禍で見えた課題に対応できる新たな地域活動の可能性をみつけたい	大阪市
チームがつけたアイデア名（公開）（注２）	地域の誰もが気軽に楽しく地域活動へ参加できる宝くじ「チョイス」の発売		

（注１）地域課題名は、COG2022 サイトの中に記載してある応募自治体提示の地域課題名を記入してください。

（注２）アイデア名は各チームで独自にアイデアにふさわしい名前を付けてください。これは自治体提示の地域課題名とは別です。

１．応募者情報　赤字部分は削除して該当の番号を記入

チーム名（公開）	大阪の未来をチョイス	
チーム属性（公開）	１．市民、２．市民／学生混成、３．学生	1
メンバー数（公開）	３名	
代表者（公開）	南　隆文	
メンバー（公開）	木下　智香子、渡邊　芳枝	

【注意書き】※　必ず応募前にお読みください。

＜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 COG2022_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 COG2022 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。admin_cog2022@pp.u-tokyo.ac.jp

＜応募内容の公開＞

２．　アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者と公開に同意したメンバー氏名、「アイデアの説明」は公開されます。

３．　公開条件について：

「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、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（表示ー非営利）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/）

４．　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開いたしません）

５．　この応募内容のうち、「自治体との連携」は、非公開です。ただし、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。

＜知的所有権等の取扱い＞

６．「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様でお願いします。

７．「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

＜チームメンバー名簿＞

チームメンバーに関する情報を最終ページ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本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧下さい。）

アイデアの説明全体が肖像権・著作権等を侵害していないことの確認	○

2．アイデアの説明（公開）　　(1) アイデアの内容（公開）

（1）アイデアの内容、（2）アイデアの理由、（3）実現までの流れ、の三項目に分けて記入してください。

必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、対象とする課題解決のために、何をする社会的な活動（サービス）なのか、をわかりやすく示してください。これが将来実現した場合、**魅力的で新規性があり、実践したくなり、活用してみたくなる**、そしてその結果として、課題が解決される、そんな**わくわく感のあるアイデア**を期待します。**２ページ以内**でご記入ください。

＜応募チームとして解決したい課題の要点はこれ！をごく短く書いてください＞

地域活動の担い手が一部の高齢者に依存しがちになっており、多様化する地域課題への対応が難しくなっていること

＜この課題解決のために「何を」するアイデアか、それを「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」するかをわかりやすく書いていきます＞ ＜アイデアが具体的に実行される場面を想定してください。＞

＜よいアイデアを生むには関連データの分析確認とデザイン思考によるアイデアを使う人への共感が必要です＞

大阪市は、おおむね小学校区を範囲として、地域団体や NPO、企業などが集まった連合組織である地域活動協議会（地活協）を設置して市民による自律的な地域活動の運営を委ねている。しかし、地活協の一員として地域活動に参加するためには、個人ではなく地活協に加盟する組織人でなければならない要件があり、そのことが可処分時間の制限された人材や強い動機づけを持たない人材（潜在的人材）の気軽な地域活動への参加を難しくしている。そして、現在は地活協への新規参加者を増やすことができずにメンバーが固定化されがちな状態である。

そこで、本課題への解決策として**『地域の誰もが気軽に楽しく地域活動へ参加できる宝くじ「チョイス」の発売』**を提案する。大まかな流れとしては、下記の通りである。

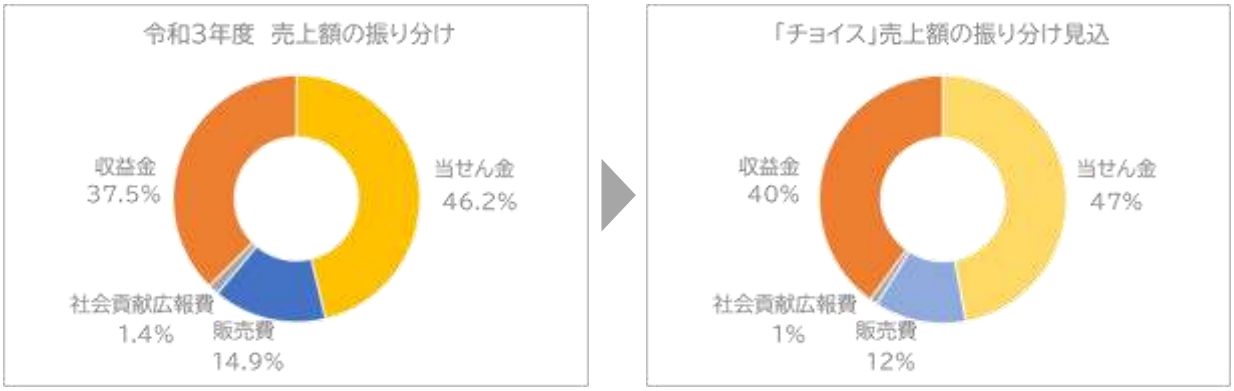
①大阪市が、地域の課題解決に向けた地域活動の企画を公募により市民から広く募集し、選考された複数の地域活動案（プロジェクト）の活動資金源となる宝くじ「チョイス」をオンラインで発売する。
②市民は、「テーマ[1]」又は「個別のプロジェクト」のどちらに宝くじの収益金を支援するか選択し、 それに紐づく宝くじ「チョイス」を購入する。 ただし、「テーマ」を選択した場合のみ支援する地域エリアも追加で選ぶ。
③プロジェクト提案者は、宝くじで得た収益金を用いて地域活動を実施する。
④購入者は宝くじが当選した場合は、当せん金を受領する。
⑤購入者は宝くじの当落に関わらず、支援した地域活動についての実施報告を電子メールで受領する。

なお、プロジェクトの募集にあたっては、まちづくりセンター[2]が主体となり学生や子育て層、企業市民等を巻き込んだ企画型のワークショップや説明会を開催して支援する。企画アイデアの具体化やプロジェクトの実施チーム結成には、大阪市の地域公共人材バンク登録者からの支援や地活協参加者の協力を駆使する。応募資格は大阪市民であることとし、地域活動を企画提案するために地活協に参加する必要はない。当然ながら地活協参加者も応募は可能である。まちづくりセンターは、市民が自然発生的に組織する非公式な組織やグループにも働きかけて、能動的に地域活動の提案を促す。優秀な企画案に対しては表彰を行うなどして機運を醸成する。大阪市は、各地域から提案されたプロジェクトを選考した上で、区ごとにその特性や実情に即した施策等のプロジェクトを追加し、宝くじ「チョイス」を発売する。

「チョイス」の販売は、委託業者（金融機関・クラウドファウンディング事業者等）が宝くじ販売サイトで行う。支援を募集するプロジェクトの実行は確約されており、目標金額は段階的なストレッチゴールのみを設定する。支援が多くなるほどプロジェクトの実施内容を充実させることができるため、地元の支持者や受益者にインセンティブを与えることができ、地域を挙げての販売促進を図ることができる。

「チョイス」の発売価格は１枚 100 円～300 円、最高当せん金額は 100 万円～1,000 万円に設定し、比較的低価格かつ当せん本数の多いくじとする。当たっても当たらなくても高揚感と多幸感を感じることができるギャンブルとなるようデザインする。地域活動案を提案できなかった地域住民も少額の宝くじを買うだけで気軽に地域の課題解決への取組み（＝地域活動）に参加することが可能になるのである。購入者は、実施されたプロジェクトに参加することができなかったとしても実施報告を受け取ることができるので、自身が地域に貢献できたという実感が持て、地域とのつながりを感じられると共に、地域活動への関心が高まり地域活動の参加のきっかけとなる。

なお、宝くじを電子化することにより、印刷・運搬等にかかる販売費を削減できる。また、社会貢献的性格を前面に出した商品設計となっているため、社会貢献広報費[3]の圧縮が可能となる。これらの費用削減分を当せん金とプロジェクトの原資となる収益金へ振り分けることで、従来の宝くじから収支を改善させる。なお、改善後の売上額の内訳見込は下図の通りである。



[1] テーマ　子育て等のテーマごとのまとまりで分別されたプロジェクトの集まり
[2] まちづくりセンター　行政と地域の間に立って、社会の変化やニーズを把握し、地域におけるさまざまな団体の活動や団体間の連携を支援する、中間支援組織
[3] 社会貢献広報費　宝くじの社会貢献性について、公益法人助成を通じた広域的な広報や、市町村向け助成を通じた住民に身近な広報を実施する費用

2．アイデアの説明（公開）　　(2) アイデアの理由（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

このアイデアを提案する理由（なぜ）について、それを**サポートするデータを根拠として示しつつ 2 ページ以内で説明**してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類などの数値データやアンケート・インタビュー・経験の記述、関連の計画、既存の施策などの定性データも広く含みます。データは出所を明らかにしてください。

＜この「アイデアを提案する理由（なぜ）」を書いていきます＞

＜先の（１）で書いた「何を」「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」するというアイデアの内容を支えるための、「なぜ」このアイデアがいいのか実現したいのかを上記のデータを示しつつ書いていきます＞

2018 年に実施された大阪市の地活協を対象にしたアンケート調査[4]によると、地活協の運営や活動にあたって区役所及びまちづくりセンターに求めることは、「会計・会議運営の支援」（区役所に求める支援 61.5%、まちづくりセンターに求める支援 62.4%）が最も多く、次いで「企画や運営のアイディア提供」（区役所に求める支援 43.7%、まちづくりセンターに求める支援 57.1%）が上がっている。また、担い手を増やすためにどのような人に働きかけているかという質問には、子育て世代 71.2%が最も多くなっている。このことから、現在の地域活動の主体となっている地活協では、運営事務が負担になっており、地域活動の企画アイデアや子育て世代の参画が不足していることがわかる。

そして、大阪市こども・子育て支援に関するニーズ等調査結果[5]によれば、大阪市民 15～39 歳が地域活動に参加しない理由は、「興味がないから」が 33.5%で最も多く、次いで「参加する時間的余裕がないから」が 26.7%となっている。

つまり、大阪市の子育て世代の概ね 4 人に 1 人は、地域活動に興味を持っているものの時間的余裕がなく、任期中に煩雑な運営事務を行わなければならない地活協に入ることができずに、地域活動に参加できていないのである。地活協非参加者は、地域活動の原資となる地域活動協議会補助金[6]を利用できないため、地域活動のアイデアがあったとしても現実的には地域活動の企画運営を行うことは難しい。

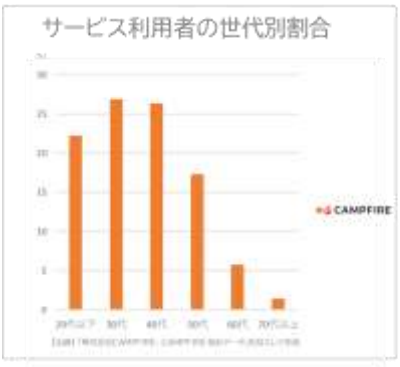
そこで必要となるのが、地活協に参加せずとも、地域活動の提案や実施のための資金調達ができる仕組みである。現在も子育て世代等から地域活動の提案を募集することは可能かもしれないが、良いアイデアがあったとしても現状の活動に加えて新たな大掛かりな取組みをする場合には財源が足りずに実行できない可能性がある。そのため、地域活動の提案と資金調達は一気通貫のプロセスで行われることが望ましい。

資金調達を行う方法には、ふるさと納税や支援系空くじがあるが、それらと比較しても「チョイス」に優位性がある。市場規模は、ふるさと納税市場とクラウドファウンディング市場を内包する個人寄付市場は 1.2 兆円であるのに対し、「チョイス」の市場は、パチンコ・パチスロと公共ギャンブルを合算した 22 兆円である。用途の選択は具体的な事業まで選べて、政策の実施報告が受けられる。行政全体の収支は、ふるさと納税の場合、住民税を自治体同士が取り合うことになり、全体ではマイナスとなるが、宝くじはすべての自治体の収支がプラスとなる。更に、ふるさと納税は、返礼品をもらえる場合があるが、住民票のある自治体からは受け取れない。宝くじは住民票のある地域のプロジェクトを支援しても当選の機会があるため、地域全体でプロジェクトの支援を盛り上げていくことが可能になる。

なお、これまでの宝くじは、人口比を加味した上で主に宝くじが購入された地域のためにその収益金が使われてきた。しかし、チョイスの場合には、購入者が収益金を使ってほしい地域やプロジェクトを選択することが可能であるため、住民票のない地域に支援ができるようになる。

2．アイデアの説明（公開）　(2) アイデアの理由（公開）

「チョイス」とデザインが類似するサービスのクラウドファウンディングサイト「キャンプファイヤー」は、下図の通り子育て世代がメインユーザーとなっている。そのため、「チョイス」においても現在の地域活動への参画が望まれている子育て世代を巻き込むことができると考えられる。



独自にインターネットアンケート及びインタビューによる需要調査を行ったが、想定顧客の反応に確かな手ごたえがあった。アンケートでは、宝くじを普段買わない人（購入したことがない人又は購入歴が１年以上前の人）であっても 56%が「チョイス」を買いたいと回答している。また、インタビューでは、用途の明確化や娯楽性、罪悪感の緩和について好意的な意見が聞かれた。

[4]出典：住民の自治・統治研究会「大阪市地域活動協議会アンケート調査 2018 報告会（2018.06.22 開催）」資料
（https://www.evernote.com/shard/s26/client/snv?fbclid=IwAR2dwXv7V5EqWnsOT6RhO5mIqR8F1xicK8lVhNWbuNGGX8GGYs13LBGHVsY&noteGuid=881dfd8c-2666-4ca8-b1aa-b9be95550295&noteKey=1602941c55ec107d&sn=https%3A%2F%2Fwww.evernote.com%2Fshard%2Fs26%2Fsh%2F881dfd8c-2666-4ca8-b1aa-b9be95550295%2F1602941c55ec107d&title=20190622%25E5%25A0%25B1%25E5%2591%258A%25E4%25BC%259A%25E9%2585%258D%25E5%25B8%2583%25E8%25B3%2587%25E6%2596%2599%25E5%2585%25AC%25E9%2596%258B%25E7%2594%25A8）

[5]出典：大阪市「大阪市こども・子育て支援に関するニーズ等調査結果」資料 https://www.city.osaka.lg.jp/kodomo/cmsfiles/contents/0000508/508175/04_wakamono-kekka.pdf

[6]地域活動協議会補助金　地活協のもとで行われる活動に対し、その活動の公益性や使途、成果をチェックすることを前提に、活動内容を限定せずに補助限度額を提示し、具体的な活動内容は地域の選択に委ねる支援制度

(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**実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）の大まかな規模とその現実的な調達方法**、アイデアの**実現にいたる時間軸を含むプロセス**、実現の制度的制約がある場合にはその解決策等、**アイデア実現までの大まかな流れ**について、**2 ページ以内**でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

＜アイデアに即した実現に向けての具体的な活動を上記のポイントに即して工夫して書いていきます＞

＜以下のように分けて書いていきます＞

1．実現する主体

2．実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）の大まかな規模とその現実的な調達方法

3．実現にいたる時間軸を含むプロセス

実施する主体は、宝くじの発行や地域活動案を募集する大阪市である。大阪市は、大阪府とともに、関西２府２県４政令市構成される近畿宝くじ事務協議会を発売元として関西６府県での発売に向けた調整を行う。調整後は、全国の都道府県と政令市によって構成された全国自治宝くじ事務協議会を通して総務省へ「チョイス」の発売を申請し、許可を得て販売を開始する。

「チョイス」の販売を行う受託金融機関及び再委託先は、事業理念に賛同を得ている GMO あおぞらネット銀行株式会社、株式会社 CAMPFIRE、READYFOR 株式会社を想定している。販売プロモーションに関しては、受託金融機関から広告代理店へ発注することを想定している。

実現に必要な資源は、下記を想定している。なお、「チョイス」発売に参画する大阪市以外の自治体においても同様の資源が必要になるが、便宜上、大阪市のみについて記載する。

ヒトに関しては、プロジェクト提案実施者、大阪市の地域活動の活性化を図る市民局職員、宝くじを担当している財政局職員、地活協との調整を行う各区役所職員、まちづくりセンター職員が挙げられる。また、大阪市で「チョイス」発売に向けた企画調整を行う主担当１名を確保する。

必要なモノは、下表のものが考えられる。

必要なモノ	調達主体	備考
施策公募に係るウェブサイト・ポスター・チラシ等の広告物	大阪市	
施策公募に係る電子システム	大阪市	電子メール等で代用可
販売促進に係る広報誌	大阪市	現行の広報誌を活用
販売促進に係るポスター等の広告物	広告代理店	
「チョイス」販売に係るウェブサイト・電子システム	受託金融機関 及び再委託先	

なお、これらの広告物や販売サイトの UX デザインは、「チョイス」の射幸性ではなく社会貢献的性格の訴求を重視する。

2．アイデアの説明（公開）　(2) アイデアの理由（公開）

必要なカネは、大阪市の場合、人件費や事務費、広告宣伝費を含めて年間 20 千円程度を見込む。一方、「チョイス」販売に係るウェブサイト・電子システムの開発費は、当せん金付証票法の規定に基づき、受託金融機関及び再委託先が負担することを想定する。これらの投資資金は、販売費にあたる委託料の中から捻出されるが、事業者側に投資額未回収のリスクが生じることから契約内容の柔軟な設定等で対応することを検討する。

最後に、実現にいたる時間軸を含むプロセスであるが、まず 2023 年度には大阪市が近畿宝くじ事務協議会加盟団体及び総務省と発売に向けた調整を行う。また、発売価格や当せん金額、販売サイトの UI／UX について、ユーザーヒアリングや AB テスト等による販売検証を実施し、詳細設計を行う。同時に販売システムの要求定義を進める。

2024 年度は、「チョイス」の発売計画を公表し、「TEAM EXPO 2025 共創チャレンジ」にエントリーして随時パートナーの募集を行うなど機運を醸成する。また、プロジェクトの募集と選考、受託金融機関及び再委託先との契約を締結し、システム開発を進める。

2025 年度には関西 6 府県からの発売を開始し、2026 年度からは全国展開を行う。