

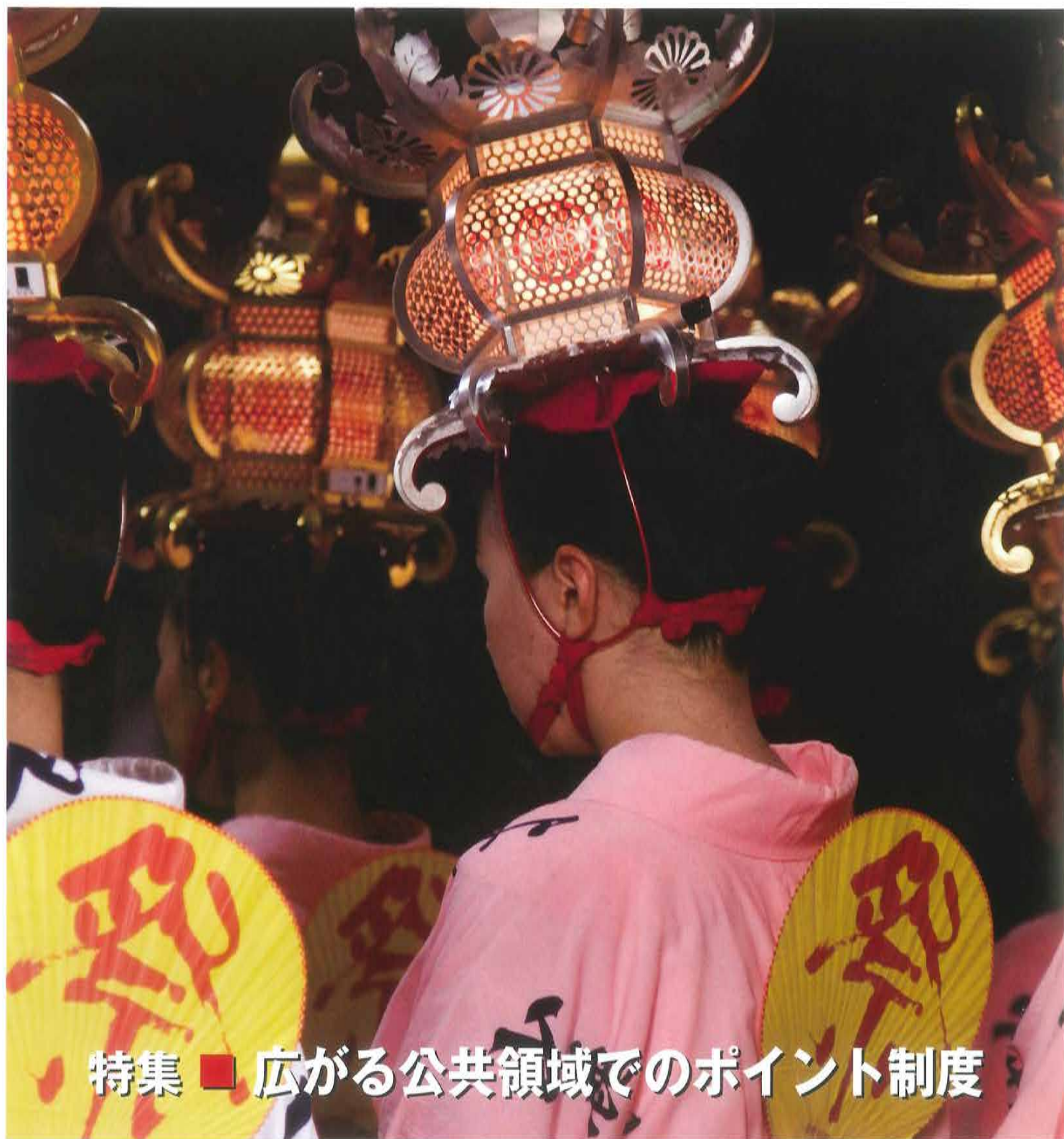
明日をひらく地域活性化のための情報誌

地域づくり

2011

7

ISSN 1340-8917



特集 ■ 広がる公共領域でのポイント制度

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです



1 巻頭エッセー／震災で裏付けられた公共施設老朽化対策の重要性 石森 亮（日本政策投資銀行 常務執行役員）

特集

広がる公共領域でのポイント制度

- | | | |
|----|----------------------------|-------------------------------|
| 4 | 顧客志向や民間との連携が課題に | 岸本哲也（早稲田大学大学院 公共経営研究科 教授） |
| 8 | 青森県 県産材の地産地消を！ | 辻健一郎 |
| 10 | 千葉県市川市 エコボカードで市民活動を支援 | 久木建吾 |
| 12 | 東京都稲城市 介護予防・保険料引き下げの効果も | 石田光広 |
| 14 | 神奈川県逗子市 市民活動参加者にポイント券発行 | 小野寺宏 |
| 16 | 長野県松本市 認知症予防へ若年層から健康づくり | 編集部 |
| 18 | 愛知県 地域社会に貢献する社員を応援 | 平井千鶴 |
| 20 | 岐阜県岐阜市 省エネ成果をポイント化！ | 下山淳二 |
| 22 | 兵庫県篠山市 新しい地域型ソーシャルポイントの可能性 | 藤原岳史 |
| 24 | 広島県福山市 未来のまちづくりへのパスポート | 平林由佳 |
| 26 | 四国4県 四国の地銀4行が地域活性化で連携 | ミュージアム88 カードラリー in 四国実行委員会 |
| 28 | 事業を継続し有効に機能させる方策は何か | 田中成幸（野村総合研究所 公共経営戦略コンサルティング部） |

レギュラーレポート

- | | | | | | |
|----|--|--------|----|-------------------------------------|------------|
| 34 | 地域トピックス 福岡県宮若市
「まちの駅」の連携が生み出す力 | 柴田裕美子 | 45 | 首長の思い
あなたの市や町は
非核都市宣言をしていますか？ | 田上富久（長崎市長） |
| 36 | 合併市町村住民組織活性化支援事業（島根県松江市）
国際演劇祭による「地域力」の涵養 | 園山土筆 | 47 | センター通信 | |
| 38 | 移住・交流推進支援事業（栃木県矢板市）
WA（輪）をコンセプトに地域づくり | 小堀幸夫 | | | |
| | 団体探訪 | | | | |
| 40 | 殿川クリーンクラブ
殿川ダムの景観再生をめざして | 福岡県苅田町 | | | |
| 42 | 五箇地区まちづくり協議会
歴史と伝統が息づくまちづくり | 福井県越前市 | | | |
| 44 | アンテナショップ訪問 福島県八重洲観光交流館
常連客に支えられ物販は好調 | 福島県 | | | |

グラビア

- | | |
|----|-------------------|
| 2 | 広がる公共領域でのポイント制度 |
| 46 | 手前みそですが… 【島根県大田市】 |
| 48 | 都道府県漫遊 【徳島県】 |



暗闇に千の灯りが浮かび上がる
「千人灯籠踊り」

（写真提供：熊本県山鹿市）

山鹿灯籠まつりは、毎年八月十五日から十六日に開催される熊本県を代表する夏の風物詩だ。まつりの由来は、菊池川一帯に立ち込めた深い霧に進路を阻まれた景行天皇の巡幸を、山鹿の里人がたいまつを掲げて迎えた時以来、里人たちが大宮神社に天皇を祀って、毎年たいまつを献上したことが始まりとされている。

灯籠まつりは、山鹿市中心部各町内から大宮神社へ灯籠の奉納を行うもの。まず、町内の街角に飾られる様々な「飾り灯籠」で幕が開く。

中でも、浴衣姿の女性が、金・銀の紙と糊だけで作られた金灯籠を頭に載せ、この金灯籠にあかりを灯し、民謡「よへ節」の調べにのって、しつとりと優雅に舞う、「千人灯籠踊り」の幻想的な美しさは圧巻だ。暗闇に千の灯りが浮かびゆりゆりと揺れる様は、多くの観光客や見物客を魅了してやまない。

紙だけで作る灯籠は、十数年の修練を重ねた灯籠師が制作し、現在、七名の灯籠師が伝統を守っている。千人灯籠踊りも、山鹿灯籠踊り保存会が、踊り手の芸向上や後継者育成に努めており、祭りの保存に尽力している。

表紙
山鹿灯籠まつり
（熊本県山鹿市）



震災で裏付けられた 公共施設老朽化対策の重要性

日本政策投資銀行 常務執行役員 ● 石森 亮

東日本大震災で被災された皆様に心よりお見舞い申し上げますとともに、一日も早い復興をお祈り申し上げます。

日本政策投資銀行では、震災後、部局横断的体制による「東北復興支援室」を東北支店内に設置し、復興へ向け行内の知見・金融ノウハウを結集する体制をいち早く整備しました。地方自治体が主導するインフラ整備や新しいまちづくりに係る構想段階からの協力、各県の地域金融機関と連携した被災地域向けの円滑な資金供給などを通じて、全社を挙げて震災復興支援に取り組んでおります。

さて、今回の震災は、公共施設や公共インフラに係る老朽化問題の深刻化が徐々に明らかになりつつある最中に発生しました。震災による公共施設の被害状況をみると、多くの施設が津波の影響で甚大な被害を受けたのは言うまでもありませんが、中には震度6以下かつ津波のなかった地域で、被災により庁舎が使用停止になるような事例もいくつかありました。

このような事例には、地震が直接のきっかけとはいえ、老朽化や耐震改修未実施が被害の主因といえるものもあることから、改めて老朽化問題への適時適切な対処の重要性が裏付けられたと言えます。

高度成長期以降に全国で集中整備されてきた道路や橋、上下水道、学校、図書館、公民館等の多くは、既に築後三十〜四十年が経過するなど老朽化が進展しています。実際、今回の震災が発生する以前から、全国の道路や下水道、橋の一部で老朽化を原因とする陥没や通行止め等の障害も数多く発生しており、今後これら施設の更新対応は待ったなしの状況です。

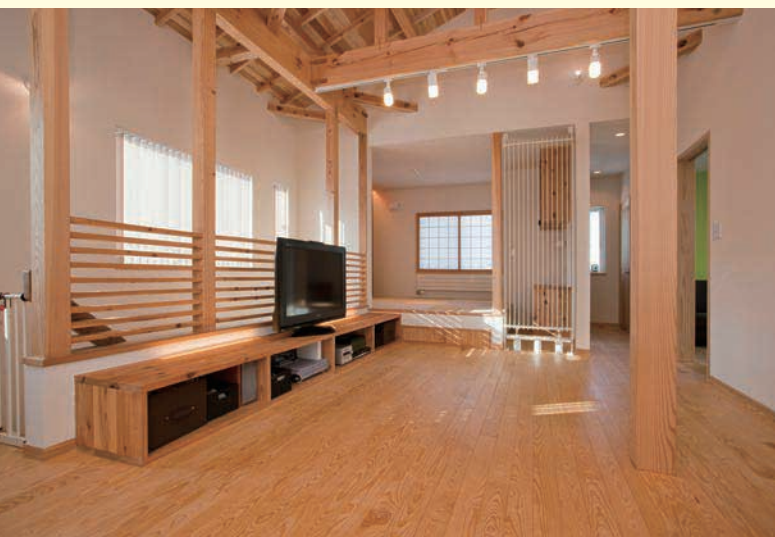
しかしながら、これを進めるには課題もあります。まず国土交通省の推計では、道路、港湾他所管八分野で向こう五十年間に必要となる維持管理・更新費は国内全体で約百九十兆円に上り、財政制約を踏まえると、このう

ち約三十兆円分が更新できなくなるとされています。つまり更新財源不足の問題です。また、加えて問題となるのが、各地域単位に話を移した時に、老朽化した施設の実態や今後想定される維持管理・更新費などを正確に把握している自治体が極めて少ないことです。

こうした状況の中、各自治体にとって今後どのような取組みが求められるのか。「公共施設マネジメント」への取組みが重要です。公共施設マネジメントとは、一言で言えば、保有施設を経営的視点から総合的に企画・管理・活用する取組みのことです。具体的には、まず保有施設全体の基本情報、利用・コスト状況、老朽化状況等の実態をしっかりと把握し、将来的な維持・更新コストも試算する。また、これに人口動態や将来的な財政制約なども踏まえた上で、保有施設をより適切なポリシームや構成とすべく総合的な対策・方針を策定する。さらにその下で、個別施設に対し長寿命化、処分・利活用といったプロジェクトマネジメントを実施する、というものです。既に首都圏など一部の地域では、公共施設の実態や課題を白書として公表するなど、戦略的な公共施設マネジメントに取組む自治体も現れているところです。

国や自治体ともに厳しい財政状況の中で、多くの老朽化施設の効果的・効率的な更新を着実に実現していくためにも、全国の自治体がいち早く公共施設マネジメントに取組むことを期待したいと思います。そしてその際、厳しい財政状況をふまえば、個別施設プロジェクトマネジメントにあたって、PPP/PFI等民間の知見・ノウハウ・資金を活用することも不可欠であると思います。

震災で重要性が改めて浮き彫りとなった公共施設の老朽化対策進展の一助となるべく、各地の自治体の公共施設マネジメントやPPP/PFI事業のサポートなどに、全力で取組んでまいりたいと考えています。



県産材を使った住宅の内部 ● 青森県 (p8-9)

広がる公共領域での ポイント制度



介護支援ボランティア活動の様子

● 東京都稲城市 (p12-13)



市川市のエコボカード（上）と
エコボ届出（左）

● 千葉県市川市 (p10-11)



「脳活ポイントプログラム」抽選会のもよう

● 長野県松本市 (p16-17)



海岸清掃の様子 ● 神奈川県逗子市 (p14-15)



顧客志向や民間との連携が課題に

―公共部門のポイント制度をどう運用するか―



早稲田大学大学院公共経営研究科 教授 ● 岸本哲也

1. 公共部門におけるポイント制度

ポイント制度は、民間企業・商店での購入金額に応じてポイント（あるいはシール、スタンプ、ICカードへの記録）を発行し、次の買物にあたって、特典を与える仕組みである。景品の形での特典もあるが、ほとんどの場合は、ポイントに応じた金額を買物に使える形になっていて、実質上は値引きをしていることになる。これは、顧客囲い込みの手段として広く使われている。

顧客が得たポイントは、それを発行した店あるいは提携する加盟店のみでの次回以降の買物に使える。それによって顧客を自店あるいは加盟店グループに囲い込み、顧客を維持・拡大するのである。単なる値引きであれば、割安になった分を値引きした店以外で使われてしまうかもしれないが、顧客がポイントを貯めることに関心を持つ結

果、外部に顧客が流出しないのである。

顧客からすれば、直接の値引きをしてもらった方が、その値引き分をどの店でも使えるので、特定点店のみで使えるポイント制度よりも望ましいはずである。しかし、消費者心理は必ずしもそのように合理的ではなく、ポイントが貯まって行くのが楽しみで、囲い込まれたことに不満を感じることもない。消費者の心理を巧みに捉えた販売促進手法である。

このような民間の販売促進手法が公共部門（主として地方自治体）によっても使われている。

その主要な例が本誌にも収載されているので、詳しくはそれらの記事を見ていただくことにして、ここでは、主要な事例を「ポイント賦与対象」と「ポイントの用途」について四つの群にパターン化して表1に掲げておく。

2. 物品販売促進策としてのポイント制度

1群と2群は、民間企業・商店による顧客囲い込み目的のポイント制度を直接に応用したものである。地元産品購入、地元商店での買物あるいは地元公共交通機関利用がポイント賦与の対象になっていて、ポイントの用途もその範囲内に限られている。

地域経済が不振に陥っているときに地産地消を奨励するのは非常に魅力的な政策である。また、乗客が減少してきて経営が難しくなってきた公共交通を維持するためにも魅力的な策である¹⁾。

人間の心理には「感覚の順応」と呼ばれる傾向があり、同じ刺激が続けば、それに対する反応は薄れることが知られている。経済活動においても同様のことが生じる。物質的（金銭的）刺激が消費者心理に与える効果は減衰しやすく、ポイント

表1 公共部門ポイント制度一覧

群	ポイント賦与対象	ポイント用途	実施主体
1	地元産品購入	地元産品、地元商店街 地方税充当	青森県、矢野町、富山県
2	公共交通利用	公共交通料金充当	金沢市、富山市、鹿児島市
3	ボランティア活動 地域行事参加	地域商店街、介護保険料・ 自治体行事参加料充当 自治体施設利用、団体への 寄付・補助金、図書カード	湯沢市、砺波市、松本市 鶴ヶ島市、福井県、市川市 稲城市、町田市、品川区、 世田谷区、逗子市、兵庫県、 福山市、徳島市
4	環境保全/リサイク ル活動	自治体施設利用、地元商店 街、行政手数料充当、省エ ネ商品、再生おもちゃ	帯広市、駒ヶ根市、足立区 墨田区、江東区、中野区 市川市、横浜市、岐阜市

- (1) 「ポイント用途」に記載されている項目は、それぞれの実施主体が指定しているものを羅列している。各実施主体がそのすべてを指定しているのではない。
 (2) 3群の湯沢市と兵庫県は、ポイントを団体への補助金配分に利用している。
 (3) 3群の福山市はボランティアを市内在住の小中学生とその家族に限定している。
 (4) 3群のうち、稲城市、町田市、品川区、世田谷区ではボランティアを高齢者に限定している。高年齢者の健康維持・促進策の性質をも帯びている。
 (5) 4群の「区」はすべて東京都。

制度導入時には大きな効果があっても、時間とともに有効性が薄れるのである。

効果を持続させるためには、絶えず新しい企画を打ち出す必要がある。民間の企業・商店においては、さまざまな企画を工夫して効果の持続を図っているが、公共部門はそのような作業が得意ではない。むしろ熱心な販売促進活動が住民（納税者）の反発をかうことさえある。

ポイント制度による公共部門の販売促進策は、短期的にはともかく、長期にわたって効果を期待

するのは難しい。ただ、直接的な効果ではなく、間接的な効果を期待することはできる。

それは、販促活動を企画・実施する作業を通じて、公共部門の職員が顧客志向とはどのようなものかを学ぶことである。それは、職員が「管理」「統治」の発想から抜け出すための貴重なOJT（オン・ザ・ジョブ・トレーニング）になるかもしれない。

3. ボランティア活動の動機

ボランティア活動を行う人は、報酬を求めることなしに社会に貢献したいと思っている。そのような人にポイント制度でインセンティブを与えようとする3群の策は一見奇妙に見える。

もちろん、ボランティア活動をする人は報酬を拒否するのではなく、通常の賃金よりも低い報酬を受け入れる用意もある。

また、ボランティアで得たポイントを自分のために使用するのはなく、希望する団体への寄付・補助金になる場合にも、「ボランティア精神」は堅持されることになる（表1の注2参照）。

ボランティア活動にポイントを賦与する方策は、より広い範囲の人が活動に参加してもらうための呼び水のはたらきをする。一旦活動を始めれば、人々は物質的（金銭的）報酬よりも、同じ志を持つ人との交わりや、社会に貢献できたという自己実現の要素からより多くの「報酬」を受けけるのである。

人々に働く意欲を与える方法についての知見は民間企業に多く蓄積されている。ボランティア活

動促進を図る自治体、そしてボランティアを受け入れる公共施設はそのような知見に学ぶことで、3群の政策をより効果的なものにする事ができる。また、ボランティア活動を軸に運営される地域通貨との連携から、ノウハウを得る方法もある。

4. 政策の「販売促進」

4群は、環境保全やリサイクル推進を図る公共部門の政策を後押しするポイント制度である。

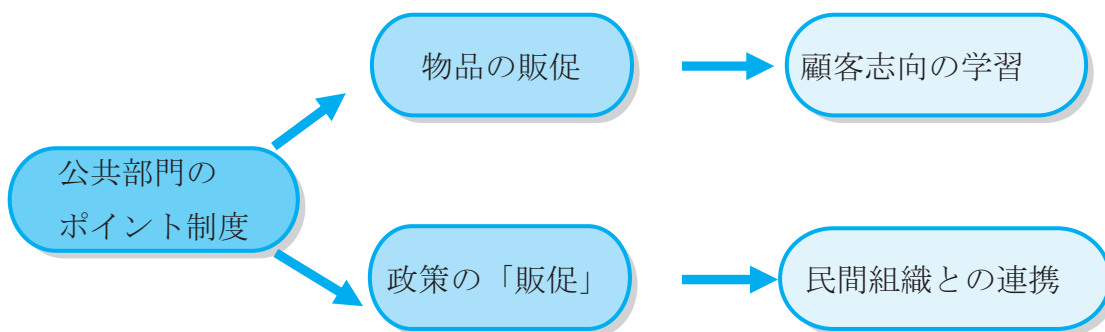
ポイント賦与は、省エネ機器購入、各家計による電気・ガス・水道利用のチェックと使用量抑制、ペットボトルリサイクル、さらには環境保全に向けた行事参加など多様である。それは、商品ではなく政策を売り込む販促活動、とみなすことができる。

電気料金などのチェック自体にポイントが賦与されるが、それに基づいて使用量を減らすと、料金支払いが減るという二重の誘因が与えられるので、二酸化炭素（CO₂）削減に向けての優れた方策である。ただし、1、2群に関して指摘したように、金銭的誘因の持続性には限界があるうえに、ある程度の使用量削減を達成してしまうとそれ以上の削減は難しくなり、努力を止めてしまう恐れがある。

また、省エネ機器も一旦購入するとしばらくは買う必要がなくなるので、効果の持続性には限界がある。

それにもかかわらず活動を続けるのは、それらの政策の重要性を認識し、社会に貢献していることに満足を覚え、同じ志を持つ人とのつながりに

図1 ポイント制度を有効に機能させる



意義を見出す人たちである。これは3群のボランティア活動のケースと似ている。

すでに〈3. ボランティア活動の動機〉で見たように、このような活動を持続させるには、民間の環境団体の活動を参考にしたり、それらと連携

するのが有効である^⑥。

5. 結び

以上の議論が図1にまとめられている。

地元産品販売促進のためのポイント制度は、金銭的刺激が長く続かず、絶えず新たな企画が必要になることを考慮すると、公共部門では効果的に運用するのが難しい。

むしろ、職員が顧客（住民）志向の経営を学ぶ機会として意義がある。

ボランティア活動や環境保全活動の奨励のためのポイント制度においては、物質的（金銭的）誘因としての意義は少なく、活動の中で人とのつながりを作り、社会貢献をしているという充足感による誘因が重要である。

そのような誘因を適切に使いこなすのは、民間部門が得意とすることである。この種のポイント制度を公共部門単独で運用するのではなく、民間企業やNPOと連携して運用することで効果を上げることができる。

〈注〉

- (1) 公共交通機関利用奨励策は、単なる増収をめざしたものとどまらず、自家用車利用の抑制による排気ガス減少に向けての策という側面もあり、4群の性質をも兼ね備えている。
- (2) ユニクロが二〇〇七年にポイント制度を廃止している。
- (3) NPO法人の従業員のうち有償ボランティアの占める割合は調査によってばらつきがある

が、約一七～二三％である。小野晶子「有償ボランティアは労働者か？―活動実態と意識から」『日本労働研究雑誌』No.560、2007年特別号、78ページ。

ただし、の中には正規の給与をもらいたい人が、有償ボランティアとしてしか職を得られない人も含まれている可能性がある。

- (4) 組織の中で人に働く意欲を持たせる誘因には、物質的（金銭的）、評価的、人的、理念的、自己実現的という五つのものがある。このうち、物質的（金銭的）誘因は限られた影響しかもたず、他の四つの誘因がより重要とされる。伊丹敬之・加護野忠男「ゼミナール経営学入門」第3版、日本経済新聞社、2003年、301～4ページ。
- (5) 全国規模で展開されている例として、「ボランティア労力ネットワーク」(<http://www16.ocn.ne.jp>)、^{*}「全国まじっくネットワーク」(<http://www.jp-care.gr.jp>)、^{*}「ニッポン・アクティブ・ライフクラブ時間預託制度」(<http://nalc.jp>)などがある。
- (6) そのような団体で、地域とのつながりが強いものの例として、江戸川区「えどがわっと」(<http://www.sokuon-net.org>)、^{*}「富士山クラブ」(<http://www.fujisan.or.jp>)「環境市民」(<http://www.kankyoshimin.org>)がある。

全国で実施されている主な公共等のポイント制度（1）

自治体／事業体	事業名	内容
青森県	あおもり型県産材 エコポイント	ポイント助成によって、県産の材木の利用につなげている。H23年度は、現金助成がプラスされた。一定量以上の認証県産材を使用した木造住宅やその他建築の施主に、建材で使用した家具・建具などと交換でできる。最大61万円相当助成。
秋田県湯沢市	地域自治組織交付金 (ポイント加算))	地域が担っている公共的な事務事業が永続的にできるよう、地域自治組織に対して財政支援の一環として、ポイント加算制度を設けている。
福島県矢祭町	ポイント納税制度	公共料金や税金の支払いに充てられるポイント納税制度を実施。スタンプ券の使用範囲拡大により利用価値を高め、地元商店街の活性化に繋げる。
千葉県市川市	いちかわエコボカード	ポイント対象の活動がボランティア活動、エコ活動、ウォーキングなどの健康づくり活動など多様であり、たまったポイントの交換品も市施設の入場料、文化関係図書、コミュニティバスの乗車券だけでなく、1%支援制度に寄付する。
東京都品川区	品川区地域貢献ポイント事業	貯まったポイントは、社会福祉協議会の事業や区内福祉団体へ寄付ができるほか、区内共通商品券と交換ができる。商品券の使えるお店は、区内約2,200店舗。
東京都世田谷区	介護支援ボランティア・ ポイント事業	介護支援ボランティア活動に参加した場合、Vスタンプがもらえる。Vスタンプは、1枚1ポイント（1ポイント=50円相当）とし、10枚以上貯めると1年後、6,000円を上限として介護保険料負担軽減資金の申請をすることができる。
東京都足立区	エコネットポイントカード	住民・企業・行政が一体となって取り組んでいる事例であり、ペットボトルという資源回収率の向上、行政事業の効率アップ、コストの削減、環境負荷の軽減につながっている。還元したポイントが流通することで地域経済活性化にもつながる。
東京都町田市	いきいきポイント制度	高齢者が住み慣れた地域で社会活動等に参加することで、自らの健康を維持しながらいつまでもお元気でいきいきと暮らせることを目的としており、高齢者の社会貢献事業。
東京都稲城市	稲城市介護支援ボランティア制度	高齢者が介護支援に参加、実績に応じてポイントを付与することにより、高齢者の生きがい創出、介護費用の抑制につながっている。
神奈川県逗子市	社会参加・市民活動 ポイントシステム「Zen」	逗子海岸の清掃活動や公園の維持管理活動、防災訓練への参加などによりポイントを発行し、市所有施設の無料利用券や逗子市の地域通貨「Zen」に変えることが出来る。地域内消費の促進だけでなく、ポイントが発行される。
富山県	県産品ポイント制度	富山県の農業産出額は昭和60年の1,346億円をピークに減少が続き、平成20年は673億円と約半分までになっている。そこで、まず県民が県産品を見直し地域ブランドを育成することに重点を置き、地産地消を根付かせている。
富山県富山市 ／(株)まちづくり富山	まちなかポイントサービス	社会実験（H23.10.23～）、公共交通の利用促進と中心市街地の活性化に向けた取り組みであるまちなかポイントとは、ICカード「パスカ」「えこまいか（おでかけ定期券含む）」を使って、公共交通利用による環境、加盟店でお買い物をした際にももらえるポイントサービスによって商店街活性化に取り組んでいる。
富山県砺波市 ／砺波市社会福祉協議会	レッツ！ ボランティアとなみ	市内の特養老人ホーム、デイサービスセンター、障害者施設での補助を始め、高齢者の日常生活を手伝う「ケアネット活動」で、ポイントをためる、市ボランティアマスコット「ゆーりっぷちゃん」の缶バッジに交換できる。市の各施設の入場券等がもらえる。ボランティア活動に気軽に参加してもらうためのきっかけづくりが目的。

続きは、33頁をご覧ください。

県産材の地産地消を！

―「あおもり型県産材エコポイント」制度の創設―

青森県農林水産部林政課 主査

辻健一郎

1 全国有数の森林県「あおもり」

本県は、三方を海に囲まれ、豊かな水産資源に恵まれているほか、りんごやながいも、ごぼうなど、全国一の生産量を誇る農産物を数多く生産している。

それらを育んでいるのが、県土の約七割を占める森林であり、県内全域に生育しているスギをはじめ、日本三大美林のヒバや県の太平洋側に多く分布しているアカマツ、世界自然遺産に登録されている白神（しらかみ）山地に代表されるブナなど、多種多様な樹種に恵まれている（図1）。

2 森林に関する政策について

県では、平成十六年度から、農林水産業全般の振興策として、生産から流通・販売までを結びつけ、収益性のアップを基本として、販売を重視する「攻めの農林水産業」を県政の主要な柱として

位置付けている。

林業部門では、本県の豊富な森林資源を有効に活用し、需要者が求める品質・性能が確かで安全な「使ってもらえる製品」を提供していくため、関係者が相互に連携し、役割分担のもと、県産材の販売促進に取り組む「青森県県産材総合販売戦略」を平成二十年三月に策定したところである。

☆青森県県産材総合販売戦略の五本の柱☆

- I 全体戦略…システム構築、県産材のイメージアップ
- II 丸太生産分野…低コスト丸太生産、集出荷の一元化
- III 加工分野…売れる製品づくり、乾燥材等の生産拡大、バイオマス利用拡大
- IV 流通分野…県産材認証制度の活用による地産地消の推進、首都圏での販路開拓
- V 情報発信分野…首都圏等でのマーケティングリサーチ

3 県産材も地産地消の時代！

県内各地にある農産物の産地直売施設では売り上げが年々増加し、休日には行列ができるほど賑わっている。

これは、「産直施設」が「地産地消」につながるイメージから、消費者の「安全・安心」、「顔が見える」というニーズにマッチしている表れといえる。

そこで、県では消費者が木材の産地についてどのように考えているのか把握するために、平成二十一年にアンケート調査を実施したところ、新たに住宅を取得する際、県産材を使用しますかとの問に対して、「積極的に使用したい」（三十四％）、

図1 県内森林分布

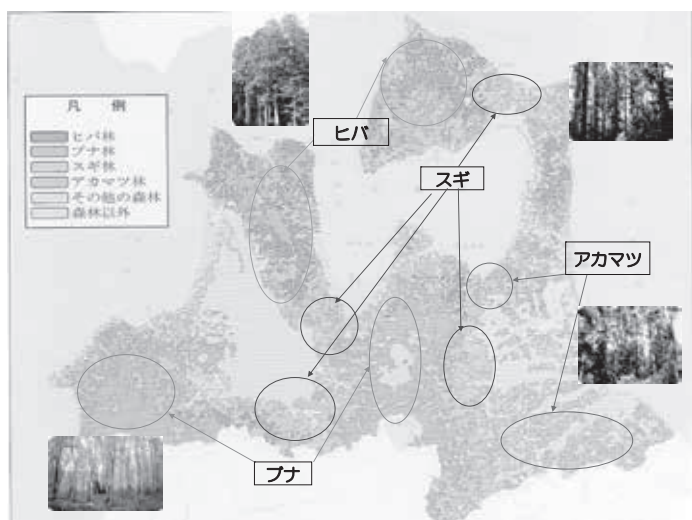




写真1 県産材をふんだんに使用した住宅

図2 県産スギエコプロジェクトキーワード



図3 県産材エコポイント制度イメージ



ながら制度の活用を促進させるとともに、この制度の創設をきっかけとして関係団体が一体となって、ニーズに対応できる木材の生産・供給体制の整備を進め、今後とも安全・安心で品質の良い「県産材」の地産地消を通じた産業振興、環境貢献に努めていきたいと考えている。

4 「あおもり型県産材エコポイント」制度の創設

アンケート結果を踏まえ、県内の林業・木材産業はもとより、住宅関連産業や運送業など、幅広い産業の活性化につながる住宅への県産材利用を図るとともに、利用期を迎えているスギなどの県産材を積極的に使用することが、森林整備の促進につながり、ひいては地球温暖化の防止などに貢献することから、県では平成二十二年度から重点施策として、「県産スギエコプロジェクト」（図2）

「他の産地の木材と価格が同等なら使用したい」（三十三％）、「助成や優遇措置があれば使用したい」（二十六％）と答えており、条件付きを含めると、約九割の消費者の方が、地元で伐採された「県産材」を使いたいとの意識を持っていることが明らかとなったところである。（写真1）

5 制度の概要

「あおもり型県産材エコポイント」は、一定量以上の県産材を使用した木造住宅などの新築やリフォームを行う施主に対して、県産材を使用した家具・建具等と交換できる「県産材エコポイント」を発行する制度である（図3）。

交換商品となる家具・建具は、その住宅等の間取りや施主の好みによりオーダーメイドでき、昨年度はテレビ台やテーブル、椅子などとの交換が多く見られた。

6 今後の取組

この制度は、全国初の取組としてスタートしたが、県産材利用に対する助成制度として多く見られる現金助成に比べて、「手続きが面倒である」「メリットが感じられない」などの意見も寄せられたところである。

一方で、住宅の間取りやイメージにあった家具や建具は市販品では入手し難いことから、この制度でオーダーメイドできるメリットを感じている方も多く、今後はこのメリットを前面に打ち出し

【交換商品の例】

- ・ 家具（テーブル、椅子、棚等）
- ・ 建具（戸、ふすま、障子等）
- ・ 木工品（照明器具、玩具等）
- ・ 外構（ウッドデッキ、小屋）

エコボカードで市民活動を支援 ―先行実施の「1%支援制度」とも連携―

市川市企画部ボランティア・NPO課

● 久木建吾

市川市では平成十六年度に「地域通貨てこな」を実証実験として行ったが、住基カードの普及などの課題も明らかとなったため、地域通貨の今後のある方について検討を行い、誰もが気軽に参加できる「地域ポイント制度」として進めていくことになった。

従来、住基カードなど個人情報が必要とする地域通貨ではカード及びシステムにかかる経費が大変多く、また、個人情報の管理等の手續きもあるため、なかなか普及することが難しい。

そこで、新たなコミュニティの活性化の手段として誰もが気軽に参加でき、経費もかからないポイントカードを使った「地域ポイント制度」を開始することになった。

一方、平成十七年度にスタートした市民活動団体支援制度（1%支援制度）において、納税者でない市民の意思を反映できる手段が求められていたため、平成十九年度よりこの地域ポイント制度を連携させ、納税者以外の方も支援ができるようにした。

ボランティア活動に 取り組む市民の励みに

一人でも多くの市民に地域への関心をもってもらい、市民活動への理解を広げながら、ボランティア活動を推進する市民を応援する仕組みとして「地域ポイント制度 エコボカード」事業を平成十八年十一月よりスタートした。

まず、市が指定したボランティア活動や環境活動などに参加することによりカードへポイントが付与される。そして、たまったポイントを「1%支援制度」の対象団体へ支援したり、公共施設の利用などに使うことができようにした。

また、インターネットを利用したアンケートシステム「e-モニター制度」ともポイント利用で連動して進めている。

本地域ポイント制度は、エコロジーとボランティアを合わせた『エコボ』ポイントと命名され、市民に地域への関心をもってもらい、市民活動への理解と参加を広げながら市民活動への支援を図

ることを目的としてきた。

ポイントをためる方法としては、空き缶回収機でのアルミ缶回収（2缶で1ポイント）、マイバツグ運動（レジ袋を1回断って5ポイント＝平成十九年度で終了）や、環境関係講座（1回10ポイント）への参加といったエコ活動と、市指定のボランティア活動や地域で行われている防犯・清掃活動（1回20ポイント）、健康都市推進に関する講座への参加（1回10ポイント）、献血への協力（1回20ポイント）がある。

取空き缶回収量は 毎月10万缶以上に

またポイントの利用法としては、カードが満点（100ポイント）になると、市の施設（動植物園や東山魁夷記念館、市民プール、コミュニティバス）の利用や、市発行の文化関連図書やじゅんかん堆肥との交換ができる。

また1%支援制度への利用は、カードが満点になっただけでも支援に使え、1ポイントを1円に換算し、団体への助成金とする。

平成十八年十一月の開始以来、約十七万枚以上のカードを発行しており、徐々にではあるが、認知度がアップしている。十九年度下期からは自治会等の防犯パトロール・清掃活動も対象にし、参加される自治会も増加してきている。

空き缶回収機は市内八カ所で順調に稼働し、回収量も毎月十万缶以上まで伸びてきた。

制度そのものの実施による成果が目に見えてくるのはこれからだと考えるが、自分たちが活動したことがポイントとなる喜び、ためていく楽しみ

ポイントをとめるメニュー

ボランティア活動に参加 ●市指定の活動 ●地域清掃 ●地域防犯・ストロール ……	講座に参加 ●健康都市推進講座 ●生活習慣病予防講座 ●環境学習講座 ……	その他 ●災害時要援護者に対する支援活動 ……
エコ活動に参加 ●空缶回収機 ●マイバッグ運動(H19まで) ……	WHO健康都市に関連した事業に参加 ●元旦マラソン、ウォーキング ●夏休みラジオ体操 ……	e-モニター制度でアンケートに答える

ポイントを利用するメニュー

① 市川市市民活動団体支援制度に参加する カードのポイントを1ポイント1円換算し支援金に		
②カードが満点(100ポイント)になったら利用する	施設に入場する・利用する ●市民プール ●動植物園 ●東山魁夷記念館 ●文化関係有料イベント (例:星野道夫展など) ●クリーンスノールイッチかわ ●コミュニティバス	交換する ●市発行の文化関係図書 ●動植物園発行の写真集 ●じゃんかん堆肥 ●市案内マップ ●絵葉書(動植物園、自然博物館)



空缶回収機でポイント!

がさらに活動を継続させる力となっている。そのため、メニューが増えないと市民の関心も得られにくく、ポイントを付与できるメニュー、利用できるメニューの充実がやはり課題である。

市民の自主的活動にどうポイントを付与するか

また、市民が自主的に進める活動に対してどうポイントを付与するかも大きな課題である。極力、地域の活動現場に向いてポイントを付与するが現場近くで付与できる仕組みにしたいが、職員の

負荷の問題や、ポイント発行機器の配置場所、発行管理の問題がある。

一方、取り組みへの工夫としては、市内の各部署に積極的に出向き、ポイント取得・利用メニューの増加に努めた。市内各部門で実施されている様々な市民参加の事業や市民ボランティア事業メニューを提供いただき、協力を得ている。

また地域に対しても、自治会の役員会や団体の会合に積極的に出向いてエコボカード事業を説明し、理解と参加をお願いした。発行機器は市の関係施設、公民館や市内の協力店舗に設置し、市内をカバーしつつある。

ポイント利用メニューの増加に伴い、市民の皆さんから好評をいただくようになってきた。

また、自治会や団体が自主的に行っている防犯パトロールや地域清掃といった継続的な活動では、責任者の方に参加者の把握をお願いし集計し

て定期的にポイントを発行する仕組みが定着しつつあり、「活動参加のはげみとなる」との声をいただいている。

将来は商店等との連携も視野に

もっと市民の活動の中に入れていけるポイント制度を目指し、ポイント獲得、ポイント利用のメニューを充実させ、さらに、e-モニター制度や「1%支援制度」との連携もさらに深めていく必要がある。将来的には、市内の商店等とも連携した商業ポイントも視野に入れた「エコボカード」事業に育てていきたい。

市民まつりなどの市内の大きなイベントではキャンペーンを行う中で広く市民の反応を把握するよう努めており、ポイント利用施設で実施したアンケートや市民メールなどの情報も含め、制度改善のための貴重な意見としている。

また市内メンバーだけでなく民間の方も加えた推進会議を継続的に開催し、他地域での行政・商業ポイント事業の情報参考しながら制度充実の工夫に励んでいる。

地域ポイント制度はあくまで「ツール」である。使いやすく、市民が地域で主体的に活動することの励みになるような制度に育つように留意されている。

チェンジ&チャレンジの気概が地域を変える、との意欲で自由な発想のもと、市民に愛される制度になるよう積極的に情報交換しながら、ともに地域ポイント制度の定着を図りたい。

介護予防・保険料引き下げの効果も ―元気な高齢者増やす「介護支援ボランティア制度」―

稲城市福祉部長 ● 石田光広

平成17年に制度創設を国に提案

介護支援ボランティア制度とは、高齢者の介護支援ボランティア活動実績を評価したうえで評価ポイントを付与し、その高齢者の申し出により、評価ポイントを換金した「介護支援ボランティア評価ポイント転換交付金」を交付する制度である。言い換えれば、一定の社会参加活動をした者に対し、活動実績に応じて、実質的に介護保険料負担を軽減するものである。

制度の目的は、高齢者が介護支援ボランティア活動を通じて地域貢献することを積極的に奨励・支援し、高齢者自身の社会参加活動を通じた介護予防を推進して、その結果、いきいきとした地域社会となることを目指すものである。

本制度は、平成十七年に稲城市が国へ制度創設を提案し、その後の特区提案を経て、平成十九年に国が「地域でボランティア活動に取り組む高齢者の活動実績を「ポイント」として評価し、この

ポイントの用途について介護保険料や介護サービス料に充てる制度」として実施を認めたものである。稲城市では同年九月からの試行的実施を経て、平成二十年四月から本格実施に踏み出した。

本稿では、この介護支援ボランティア制度の特色、利用者から見た制度の流れ、稲城市での実施状況について紹介するとともに、今後の展望などについて簡単に述べる。

介護支援ボランティア制度の特色

介護支援ボランティア制度には、三つの大きな特色がある。

第一は、ボランティア活動が介護予防として評価されること。第二は、獲得したポイントを活用して介護保険料負担を軽減できること。第三は、高齢者自身の自助の取り組みが互助・共助へつながっていることが明確であり、その効果が実感できること、である。

介護支援ボランティア制度は、これまでの高齢

者ボランティア活動における評価の既成概念を超えたものであり、導入にあたっては国でも議論があった。結果として、地方の発案である「介護支援ボランティア活動」が介護保険の一部として取り扱われるようになったこと自体に大きな意義があると思う。

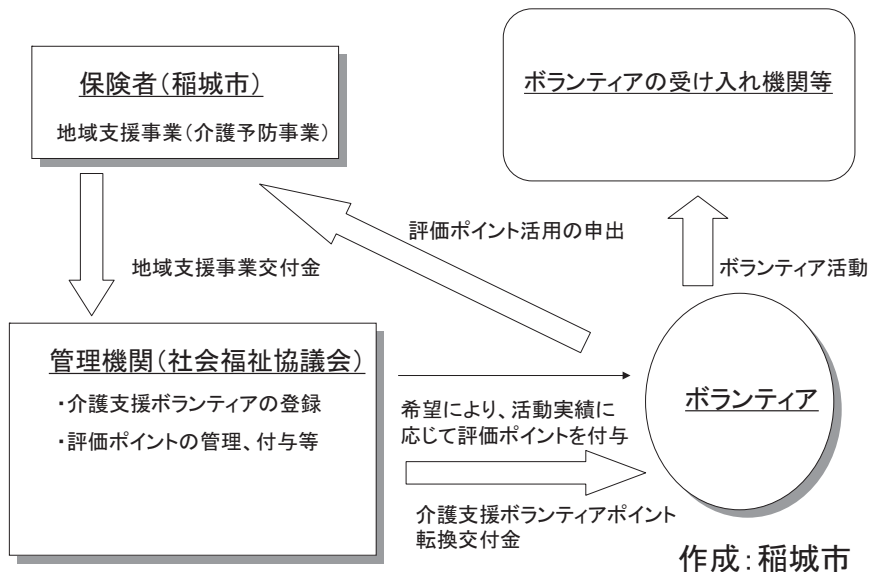
利用者からみた制度の流れ

- (1) ボランティア登録 稲城市社会福祉協議会でボランティア登録をし、「健康に心配なし手帳（介護支援ボランティア手帳）」を受け取る。
- (2) ボランティア活動 ボランティアの受け入れ先の紹介を受け、介護支援ボランティア活動を行う。
- (3) 手帳にスタンプをもらう 活動後、その施設や行事の主催者等に手帳を提示し、スタンプの押印を受ける。
- (4) 集めたスタンプを評価ポイントに変える申請 一年間の活動後、手帳を稲城市社会福祉協議会に提示し、評価ポイントに変える。
- (5) 評価ポイント活用の申し出 評価ポイントを現金化する場合は、手帳を添えて市へ申し出る。
- (6) ポイントに応じた金額が振り込まれる 評価ポイント数に応じて現金が指定された金融機関の口座に振り込まれる。現金は、介護保険料の支払いに活用が可能となる。

稲城市での実施状況と成果

介護支援ボランティアの活動内容は、次のよう

稲城市介護支援ボランティア制度の実施スキーム



なものである。

(1)レクリエーションなどの指導、参加支援、(2)お茶出し、食堂内の配膳、下膳などの補助、(3)喫茶などの運営補助、(4)散歩、外出、館内移動の補助、(5)行事などの手伝い(模擬店、会場設営、利用者の移動補助、芸能披露など)、(6)話し相手、(7)その他施設職員とともに行う軽微かつ補助的な活動、(8)その他の活動(高齢者世帯の見守りかねた定期的なゴミ出し)——など。

現在、介護支援ボランティアを受け入れている団体は、社会福祉協議会、老人ホーム、NPOな

どの全十九団体で、登録の介護支援ボランティアは四百四十五人(平成二十三年五月三十一日現在)である。このボランティアには、九十歳以上の方や要介護者等の方も登録している。

次に成果であるが、介護予防効果として保険料抑制という観点から捉えると、一定の減額効果高年齢者一人あたり一月に換算して十一・一円の抑制があったものと試算している(平成二十年度ベースでの試算)。

さらに、介護支援ボランティア登録者へのアンケート調査(平成二十二年実施)でも、健康面や精神面において次のような評価が得られた。

「張り合いが出てきた」「健康になったと思う」などの声のほか、「自分のできる範囲で参加ができて、無理なく続けられるのが良いところだと思う」「今は支える立場にあるが、色んな人との出会いが自分自身を成長させてくれるのを実感できる」「スタンプが増えていくことは元気でいられたことの喜び」「自分のためにもなり、喜んで

られればうれしい」——などである。こうした意見から、自身の介護予防活動が他の高齢者の役に立っている、との実感も伝わってきている。

平成二十二年度には、写真家の小林チヒロ氏(市内在住)のご協力いただき「活動記録展」を実施したが、介護支援ボランティア活動を良く知っていただくことになり、非常に好評であった。

また、東日本大震災の被災地支援と復興を目的に、介護支援ボランティア転換交付金を義援金として寄付する希望者への対応も行った。

今後は対象範囲の拡大も検討

制度発足後五年を迎えようとしているが、地域での介護支援ボランティア参加者が増え続けており、稲城市では既に介護保険制度の一つとして定着している。市民からの本制度への関心も高く、制度拡充の要望もあることから、今後は、対象範囲の拡大に向けて検討していきたい。

また、昨年の「活動記録展」に引き続き、今後も介護支援ボランティア活動を広く市民に紹介する機会を増やしていきたい。

介護支援ボランティア制度を実施する自治体は、現在も全国で増えており、着実に浸透している。是非、その地域の高齢者、ボランティア関係者及び自治体職員が協働して、地域に適したご当地の介護支援ボランティア制度を創っていただきたいと願っている。



市民活動参加者にポイント券発行 ―地域通貨「Zen」を活用、社会参加広がる―

逗子市市民協働部 市民協働課 主事 ● 小野寺 宏

逗子市は、三浦半島の付け根に位置し、三方を山に一方を海に囲まれた温暖な地域である。人口は約五万八千人。戦前は別荘や保養所が多く、戦後は東京・横浜への通勤に便利なことからベッドタウンとして発展してきた。

ここ数年は、団塊の世代の方々が会社を退職し、*「逗子都民」* だった方々が「地域で生きる」ことの第一歩として市民活動・ボランティア活動を行おうとするものの、「何から始めたらいいかわからない」という方も数多く見受けられる。

このような状況の中で、市民活動やボランティア活動への参加意欲を高め、これまで活動に縁遠かった人をはじめとして、より多くの市民が参加する「きっかけづくり」に役立つことを目的に、社会参加・市民活動ポイントシステムがスタートした。

社会参加・市民活動ポイント「Zen」

社会参加・市民活動ポイントシステムとは、ポ

イント交付対象活動の参加者やボランティアスタッフに一枚百円相当のポイント券を発行するシステム。ポイントの名称はZen（ぜん）。一日一善の「善」と逗子（Zushi）のお金（円↓en）という意味が込められている。

Zenの交付対象活動に参加すると、その場で参加者やスタッフにZenが配られる。もらったZenは、逗子の「お金」（地域通貨）として使うことができ、市民交流センターの会議室やプール、市立体育館のトレーニングルームなどの施設利用料の支払いなどに使える。

さらに、自分が応援する団体へ寄付することもできるほか、市内の商店で構成される逗子ポイントカード事業協同組合の協力により、Zen五枚で五百円相当の商品券（逗子しおかぜカード地域貢献カード）と交換し、市内百五十店舗が加盟する逗子しおかぜカード加盟店での買い物に使うことができる。

四月上旬には、逗子市商工会が中心となって、Zenを東日本大震災の被災地への義援金として

集めた。また、Zenを商品券に交換し、市内の商店で支援物資を購入して被災地へ送った団体もあった。

このように、一度配られたZenが市民活動・ボランティア活動の「あかし」として、市内のさまざまなところに行き渡っている。

ポイント交付の流れ

社会参加・市民活動ポイントシステムは、平成二十一年のテスト運用を経て、翌二十二年十月から本格運用を開始した。Zenの交付対象活動には、市が市民に期待する特定の行動と市民団体が主催する活動の二種類ある。

市が市民に期待する特定の行動は、地域住民中心に取り組んでいる公園や河川の日常維持管理活動（アダプトプログラム）、防災訓練、学校支援地域本部としての小中学校での図書の読





●●●

み聞かせボランティア、登下校見守り活動——などとなっている。

一方、市民団体が主催する事業は、広報などで募集し、有識者や公募の市民委員から構成される「社会参加・市民活動ポイント審査委員会」で審査される。

内容は、海岸清掃や高齢者サロンの運営ボランティア、落書き消し活動、自治会の地域パトロールや清掃活動、災害や環境問題に関する市民団体のイベントスタッフなど、多岐にわたる。

市の所管課や市民団体は、交付されたZenをイベントなど行った際に参加者やスタッフに配布する。平成二十二年度は、市と市民団体合わせて約九千枚のZenが配布され、平成二十三年度は、



地域パトロールの様子

約二万枚のZenの配布が予定されている。

「地域通貨」としてのZenの課題

配布されたZenの使い道としては、商品券への交換が多く、次いで市民交流センターでの会議室や印刷機などの利用料である。

今後は、Zenが「地域通貨」として成長していくためにも、より多くの場所でZenが使えるように工夫が必要である。また、市が進めたい施策に参加した市民へのインセンティブとしての活用も検討している。

「いつもは決まった人しか参加しない清掃活動だったが、参加者が増えた」という声が聞かれる

ようになった。その一方で、「ボランティア活動に謝礼のようなものをもらうのはどこか違和感がある」といった声も聞かれる。

Zenの短期的な成果としては、活動への参加者が増えたことになる。

しかし、Zenの最終的な目的は、市民活動やボランティア活動の活性化であり、そうなる事業成果は見えにくく、事業評価が難しい。成果が見えてくるのは、三年後になるか五年後になるか、はたまた十年後になるか。

Zenをきっかけに次の展開も

Zenをきっかけに市民活動やボランティア活動に興味を持った人を次につなぐために、コーディネート・相談機能を強化している。

気軽に相談ができる市民協働コーディネーターを配置し、社会福祉協議会ボランティアセンターの窓口を市民交流センターに設置した。

また、市民団体から提案を受けて市と市民団体が一緒に事業を行う「市民協働提案制度」もスタートした。

Zenも含め、こうした制度をより多く準備することで、市民・市民団体と行政、市民と市民団体、市民団体と市民団体など、それぞれがつながり互いに支え合うことで市民活動にさらなる広がりが生まれ、地域の課題や新しいニーズに的確に対応できる可能性が高まっていくことを期待している。

逗子市ではこれからも、市民と協働したまちづくりを推進していく。

認知症予防へ若年層から健康づくり ―松本市が推進する脳活ポイントプログラム―

編集 部

東京・新宿駅から特急列車で二時間半。国宝・松本城を擁し、美ヶ原高原や上高地、穂高連峰への玄関口になっている長野県松本市は、長野市に次ぐ県内第二の都市である。現在の人口は二十四万三千人。NHKの朝の連続ドラマ「おひさま」の舞台にもなっている。

その松本市で、二十歳以上の市民を対象にした「脳活ポイントプログラム」と名付けられた取り組みが進んでいる。「健康寿命延伸都市・松本」の創造を目指した諸施策の中で、その柱の一つがこの脳活プログラムである。

長寿社会を迎えたとはいえ、健康を維持し介護の手を借りずに長寿を全うすることは、誰もが望むことだがそう簡単ではない。それには、若いころから健康づくりに対する意識を高め、生活習慣病に陥らないよう、一人ひとりが日常生活の中で努力することが必要である。

「若いころからの認知症予防対策を!」といっても食べ盛り、育ち盛りの若者たちには、認知症はおじいちゃんやおばあちゃんの話…と、自問

題としてはピンとこない人が多い。

そこで、松本市が取り組み始めた脳活ポイントプログラムは、若年層でも健康づくりに対する意識を高め、生活習慣病予防などの効果を市民全体に広げようというのが狙い。推進の窓口となっているのは、同市の健康福祉部健康づくり課だ。

医師出身の市長が打ち出した方針

松本市がスローガンに掲げている「健康寿命延伸都市」は、信州大学医学部出身で現在二期目の菅谷昭市長の肝いりによるものだ。この目標に沿って、平成二十一年から認知症予防対策事業に取り組み始めた。

初年度に着手したのは、市民への啓蒙活動である。健康寿命を延ばすには要介護状態を短くし、認知症予防に取り組むことが重要。そのためには「若いときからの生活習慣の改善が、将来の認知症予防に効果があることを多くの市民に認識してもらい必要がある」(健康づくり課)。そこで市が

主催する専門家による講演や「広報まつもと」への掲載やパンフレットの全戸回覧などを行った。認知症の予防は、市民一人ひとりが健康で長生きし、豊かな人生を送ることにもつながるが、同時に、行政側でも認知症予防策の成果が上がれば、公的な介護費用を抑え、自治体の財政負担を抑制する効果が期待できる。

景品には東京デイズ二一招待券も

初年度の啓発活動に続き、翌二十二年度からは脳活ポイントプログラム事業が動き出した。

「運動」「食育」「仲間づくり」「健康」の四つのキーワードに関連した各種対象事業に、市民がポイントを集めて応募すると、抽選で各種景品を贈呈するというものだ。対象事業は主に松本市の事業に限定し、松本市の十六事業および地元新聞社主催の健康フォーラムなどで実施した。

ポイント制度の対象は、二十歳以上の松本市民で、二十二年度の応募数は二千百九十件だった。その仕組みは次のようなものだ。

まず「脳活ポイントプログラム」に市民が参加すると、ポイントシールがもらえる。このシールを二枚集めて応募はがきに貼る。自らの健康目標を決めて、応募はがきに記入のうえ応募する。

応募締め切りは、二十三年度の場合十一月末。十二月中旬に抽選を行い、約一千人に景品や健康グッズを贈呈する。特賞はペア往復一組のFDA航空券。東京デイズ二一リゾートの招待券、そして松本市浅間温泉ペア宿泊券と、なかなかの豪華版である。



「脳活ポイントプログラム」の抽選会



若いときからの認知症予防を目指した講演会



脳活ポイントプログラムのポスター

脳活ポイントプログラムへの協賛・協力企業および団体も広範囲にわたる。「運動」分野では、市内のスポーツクラブやフィットネスクラブが参加、また「食育」の分野ではJA松本市や日穀製粉など民間企業の工場等が参加している。

さらに「仲間づくり」の観点では、松本市社会福祉協議会、長野県高齢者生活協同組合、浅間温泉旅館協同組合、NHK文化センター等様々な団体や企業が参加。「健康」分野では、松本市医師会など医療法人などが参加し、市民公開講座を開催するなど、協力している。

市役所の庁内でも、各課が所管の事業分野で脳活ポイントプログラム事業にも横断的に協力している。農政課は同課の事業でポイントを付与。生涯学習課は公民館事業での周知、図書館利用者へのポイント付与。博物館や美術館は入館者への周

知、入館者へのポイントの付与、景品として無料入場券の提供——といった具合だ。

市民からは事業を評価する反応

これまでのところ、応募はがきのコメント欄に寄せられた意見や感想は、この取り組みをおおむね評価する声が多いという。たとえば、

「このポイントプログラムがきっかけで健診に行こうと思いました」(六十二歳男性)

「認知症の予防は四十〜五十歳代ごろから気をつけるものだと思っていた。若いころからの食習慣が影響するとは知らず驚いた」(二十二歳女性)

「健康づくりを松本から強く発信して、県全体に広めていただきたい」(四十一歳女性)

「認知症予防、健康長寿を祈りながらの毎日です。多くの人がこのような企画には賛成しているのではないのか」(六十九歳女性)

中には「自分の体のことを考える良い企画。景品が当たるのが魅力」(三十八歳男性)と、率直に景品の魅力を挙げる声もある。

景品はあくまで関心ひきつける呼び水

ただ、行政が取り組む認知症予防対策の事業で、参加者に景品を出し、政策効果を実現しようとすることについては、専門家などから異論がないわけではない。

この点について、萩原良治健康づくり課長は「景品提供は、若い人たちに認知症や生活習慣病について関心を持っていただくための『呼び水』、動機づけとして採り入れたもの」と語る。

平成二十三年度は、講演会事業などのほか、脳活ポイントプログラムでは、対象事業を松本市の事業のほか、公募のうえ民間にも拡大。新たに民間事業として二十四事業所・団体等での三十四事業を加える。この結果、対象事業は二十二年度の十六事業から五十事業に拡大するという。

健康づくり課では、今年度の応募数の目標も前年度より多い「三千件」と設定している。また、

市民が各種健康診断を受けやすくなるよう、健診料の割引などについても庁内で検討していく考えだ。

地域社会に貢献する社員を応援 ―社会貢献ポイント制度「DECOポン」―



株式会社デンソー 総務部 社会貢献推進室 ● 平井千鶴

デンソー（本社・愛知県刈谷市）は、先進的な自動車技術、システム、製品を世界の主要な自動車製造会社すべてに提供しているトップレベルの自動車部品サプライヤーである。現在、世界の三

豊かな地域あつてこそそのデンソーであると認識し、私たちが暮らし・働く地域で起きていることについて、社員一人ひとりがもっと「関心」の目を向けていくことが大切であると考えている。

○以上の国と地域で事業を展開し、十二万人以上の社員が、営業・設計・生産などあらゆる部門で現地のカーメーカーやサプライヤーと一体となり、その地域に適した製品づくりを行っている。そして、社会の持続的な発展に貢献するため、グループの様々な資源を活用した社会貢献活動を積極的に推進し、良き企業市民としてステークホルダーから共感・信頼される企業をめざしている。

そして、自分や家族に関係する身近なことや、うれしさを感ぜられることから少しずつでも「行動」する社員を応援したいという想いで、NPOや他企業との協働により、二〇〇六年十二月「デンソーエコポイント制度（通称DECOポン）」をスタートさせた。

ここでは、地域に貢献しようとする活動する社員一人ひとりを応援するための社会貢献ポイント制度「DECOポン」を紹介したい。

当初は環境分野だけを対象としていたが、二〇一〇年八月より「DECOポン」と名称変更し、あらゆる分野の社会貢献活動を対象として、「ちょボラ」（気軽に参加できる、ベルマークやペットボトルキャップなどの収集ボランティア）など、より気軽に始められる活動もメニューに加えた。

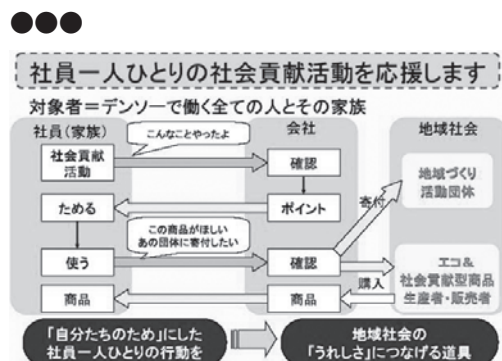
◆◆◆
地域社会と共生、社会貢献する
デンソーの理念を反映
デンソーは、地域社会と共生し、共感・信頼される企業を目指して、社会貢献に力を入れている。

社員一人ひとりの「関心」と「行動」の積み重ねが大きな力となって地域に広がり、会社を取り巻くすべての人びとの幸せにつながるもの、と確信している。

◆◆◆
楽しみながら社会貢献活動を
続けてもらう仕組み

DECOポンは、社員一人ひとりが「自分たちのために」「できることから少しずつ」という意識で環境や地域社会にやさしい行動をするとポイントがもらえ、貯めたポイントはさらに環境や地域社会のために使えるという「楽しみながら社会貢献活動を続けてもらう」ための制度であり、社員の自発的な行動の結果を社会への貢献につなげていく仕組みである。

ポイントをもらうためのメニューとしては、「ボランティア」「社会貢献イベント参加」といった活動参加型のものに加え、前述の「ちょボラ」、自宅から勤務地までを車両以外の手段で通勤する「エコ通勤」、フェアトレード商品や有機農産物、社会福祉施設の授産商品などの「エコ&社会貢献型商品の購入」など、多岐にわたる。



貯めたポイントは、事務局が指定した商品（約五〇種類、三一五〇ポイント）と交換する「個人還元（エコ&社会貢献型商品の交換）」、地域の子どもが関わる環境活動に対する助成金の原資として寄付する「地域還元（地域の環境

〈ポイント発行メニューの一覧〉

メニュー名	何をするとポイントがもらえるか？	発行ポイント
エコ&ハートフル ライフチェック	3ヶ月に1度、各々の実践度をチェックする	5 P / 回
環境家計簿	家庭での毎月のエネルギー消費量からCO2排出量を計算する	5 P / 月
ライブラリー	自分が読んだり観たり聴いたりした、社会貢献活動に関する書籍や映画や音楽などについて紹介する	5 P / 回
エコ& 社会貢献型商品の 購入	にんじんCLUB（有機農産物等）、 フェアトレードカンパニー（フェアトレード商品） の商品を購入する	購入金額の 5 % 相当
	上記以外の社会貢献団体（社会福祉施設など）の商品を、 DECO市や製作所販売会、また生協売店で購入する	1品1 P（原則）
社会貢献イベント参加	社会貢献関連の啓発イベントに参加する	3～5 P / 回
ボランティア	ボランティア活動に参加する	3～10 P / 回
エコ通勤	自宅から勤務地まで実測2.5km以上を毎日エコ通勤する	5～20 P / 月
ちょボラ	ベルマークやペットボトルキャップなどを提供する	—

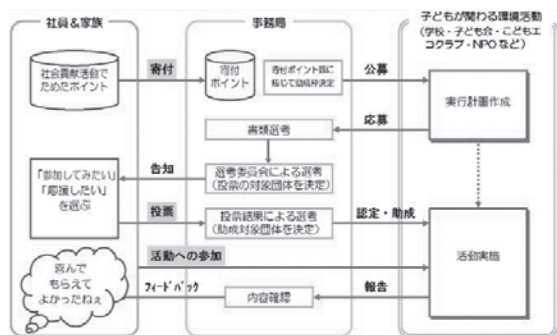
※ちょボラは個人毎の実績把握が難しいため、全社での収集総量に対して地域還元ポイントを発行（個人へのポイント発行はしない）

〈ポイント還元メニューの一覧〉

メニュー名	ためたポイントを何に使えるか？
【個人還元】エコ& 社会貢献型商品との交換	環境にやさしい材料で環境にやさしい作り方をしたエコ商品や 社会福祉団体の商品など、社会貢献活動の啓発商品と交換する
【地域還元】地域の環境活動への助成	地域の子どもが関わる環境活動に対する助成金として寄付する ・寄付ポイント数に応じて助成金額（団体数）が決まる

- ◇選考の流れ
- (1) 書類選考（応募資格などの基本条件を事務局が確認）
- (2) 選考委員会（社外の有識者、デンソー社員代表などで構成された委員会にて、社員投票の候補団体を決定）
- (3) 社員投票（社員、その家族が「応援したい」「参加したい」と思う団
- (1) 地域の環境改善や保全につながる実践活動であること
- (2) 子どもやその家族が楽しく積極的に参加できる活動であること
- (3) デンソー社員やその家族、地域の住民が参加可能な具体的な活動計画があること
- (4) 助成終了後も活動を継続、発展させることができること
- (5) 愛知県・三重県内で実施される活動であること

【本事業の全体概要図】



また、そうして社員と地域社会をつなげることが、ひいてはデンソーの本業、モノづくりに必ず良い影響を与えるものと考えている。

活動への助成」に利用することができる。
二〇一一年三月末時点で、制度利用者数は約一万二千人（全社員四万五千人に対し約二五%の利用率）となり、制度設立当初からの発行ポイント総数は六十万ポイント、還元ポイント総数は二十七万ポイントを超えた。

目玉プログラム
「地域の環境活動への助成」

らの寄付ポイント数に応じて助成金額（一団体十万円、一万ポイントの寄付で一団体への助成ができる）が決まり、選考ステップに社員による選考投票を含めて助成先団体を選定し、各団体が企画する地域の課題解決のための活動（助成対象活動）に社員が参加するという仕組みである。
助成を受けるための要件や助成先団体を決めるための選考ステップなど詳細は次の通り。
◇助成事業への応募要件
愛知県・三重県内の小中学校及び非営利団体・グループ（五人以上／法人格の有無は問わない）
◇助成対象となる活動条件・選考基準

DECOポンを通じて

体の活動に投票）つまりデンソーが資金を提供して終わり、という単なる寄付とは違い、社員一人ひとりが「ポイント寄付」「助成団体の選考投票」「活動への参加」といったプロセスに関わることで、社員がそれぞれの形で地域づくりに関わり、地域社会と企業とがつながっていく、また助成先団体も社員も会社もお互いの「成」長を「助」け合うことができる、そんな仕組みとすることを目標としている。

省エネ成果をポイント化！

—ぎふ減CO₂（げんこつ）ポイント制度—



岐阜市 自然共生部地球環境課 主査

● 下山淳二

岐阜市の二酸化炭素排出源の特徴

岐阜市の二酸化炭素（CO₂）排出量は、産業部門の占める割合が全国と比較して少なく、民生家庭部門と運輸部門の割合が多くなっている。運輸部門にはマイカー使用も含まれることから、市民の日常生活がCO₂の排出に深く関わっているといえる。

また、岐阜市の民生家庭部門からの二酸化炭素排出量は一九九〇年度から二〇〇五年度にかけて四三・七％増加している。（一九九〇年度…三五・五万ト、二〇〇五年度…五一・〇万ト）

民生家庭部門におけるCO₂排出量の増加の要因は、日常的に冷暖房機器やその他の家電製品を使用する時間が増加し、電力等のエネルギー利用量が増えたことであると考えられる。特に岐阜市のエアコン保有台数は全国や岐阜県の平均よりも高くなっている。

市民生活の中で、エネルギー消費に伴う二酸化

炭素の排出削減、省エネ機器等の普及を図っていくことが必要である。

岐阜市地球温暖化対策推進委員会

岐阜市では「岐阜市地球温暖化対策実行計画」で定める施策の実施と岐阜市の状況を把握評価することにより、地球温暖化防止をより一層推進し、温室効果ガスを削減することを目的に「岐阜市地球温暖化対策推進委員会（以下「推進委員会」という）」が設置されている（二〇〇七年五月）。

推進委員会は、学識経験者、自治会、女性の会、市内事業者・団体など、現在一四名の委員により構成されており、岐阜市からの負担金及び企業協賛金で運営されている。

ポイント制度導入の経緯

従前、岐阜市では、家庭での地球温暖化対策として、以下に示す取組を実施してきた。

- ・ 出前講座開催（地球温暖化の基礎知識、省エネの推進など）

- ・ パンフレットの配布やホームページによる省エネ機器の普及啓発

- ・ マイはし利用促進に向けたイベントの開催など

しかし、これら行政の一方的な情報発信による普及啓発は実効性の観点から必ずしも十分ではなかった。このような状況から脱却し、市民の意識レベルを向上させるためには、「市民参加型の仕組み」が重要であり、市民自らが「気づき」↓「行動し」↓「継続する」といった段階を踏んでいくことが必要である。

そこで、以下の事項を重視して「ぎふ減CO₂（げんこつ）ポイント制度」を構築した。

- ・ 市民が取り組むべき行動の明確化↓地球温暖化の自分ごと化・身近な取り組みの発見

- ・ 市民の行動ポイント化・啓発品提供↓行動意欲の誘発・きっかけづくり

- ・ 省エネ活動やマイはし利用など日常行動を評価↓取組の継続化・習慣化

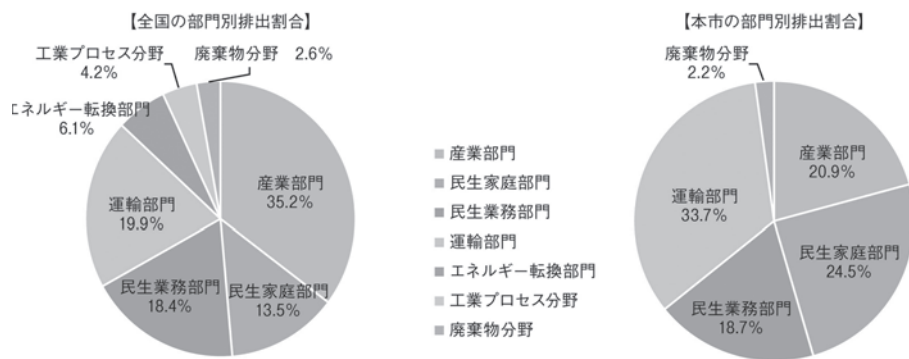
- ・ 省エネ機器の購入を評価↓省エネ機器のメリット周知・先進技術の普及促進

なお、ぎふ減CO₂（げんこつ）ポイント制度は前述の推進委員会の事業として、委員及びワーキンググループによる検討を重ねて構築した。

ポイント制度の概要

ぎふ減CO₂（げんこつ）ポイント制度は二〇〇八年度から開始し、今年で四年目となる。

部門別二酸化炭素排出割合の比較

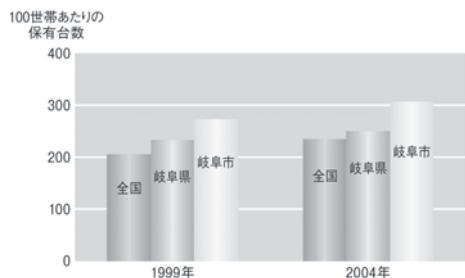


部門別二酸化炭素排出割合の比較（2005年度）

（注）全国の民生業務その他部門を民生業務部門としています。

（「2006年度（平成18年度）の温室効果ガス排出量（確定値）について」（環境省）をもとに作成）

全国、県、市のエアコン保有台数の比較



全国・県・市のエアコン保有台数の比較

（2人以上の一般世帯を対象）

（全国消費実態調査（総務省）をもとに作成）



げんこつスタッフ

・参加者数及び二酸化炭素削減量

二〇〇八―二〇一〇年度までに千四百八十四世帯、五千七十九名の市民が本制度に参加し、約二百五十トのCO2が

ポイント制度の効果

への入会もポイント対象に追加した。貯まったポイントは抽選で省エネ啓発品と交換する。ポイントが多いほど当選の確立が高くなるため、市民の省エネ活動促進において有効なインセンティブとなっている。

なお、啓発品の一部は市内の協賛企業等から提供されている。



今後の課題

参加者は岐阜市の総人口の約一・二％と、まだまだ少ない状況である。今後、各主体との連携・協力体制の強化、環境学習と連動した省エネ活動の推進、ITを活用した参加・応募システムの構築など、市民の誰もが継続的に参加できる制度への改善が課題である。

また、一般のエネルギー供給事情を鑑みても、本制度を有効に活用し、さらなる省エネ活動の定着を図ることが重要である。

削減された。

- ・市民の意識改革、ライフスタイルの転換
- ・継続的な省エネルギーの実践、マイはし利用などにより、市民の環境保全に対する意識に変化が生じ、ライフスタイルの転換に向けた行動が定着するきっかけとなっている。
- ・先進技術の普及促進
- ・低燃費自動車、省エネ家電、高効率給湯器などの購入を促進し、既存先進技術の普及が促進されている。
- ・関係事業者等との連携強化
- ・中部電力、東邦ガス、LPガス協会、自動車販売店、家電販売店、飲食店など、市内の関係事業者、団体等と連携・協働の体制が構築できた。

新しい地域型ソーシャルポイントの可能性

—ふるさとへの「想い」をカタチに『ふるさとポイント』—



一般社団法人ノオト理事

● 藤原岳史

はじめに

昨今、ICTの技術革新は急成長を遂げ、普及拡大を伝えるニュースを多く目にする中、地方のICT推進担当者は疑心暗鬼になっているケースも少なくない。地方の中でも、都市部から離れた場所に位置し、特に少子高齢化・過疎化が進む地方ではICTの有効活用が急務であるのに対し、様々な課題により導入さえ困難な状況にある。

今回、篠山市（人口四万四千五百人、高齢化率二八・七％）では、地方の特徴を一から見直すことで、地方に最適なICTの構築に成功した。プロジェクト開始当初、我々はいくつかの仮説を立てるところから始まった。

「都市部の地域で成功するICTは地方（田舎）では通用しないのでは？」「地方に最適なICTモデルがあるのでは？」「高齢化率の高い地域ではICT端末を使いこなせる人材も限られる？」これらの仮説を検証していく中で、次のような

答えを導き出した。

1. 田舎でも通用するICTを創造する必要がある。

2. 「地方⇄田舎⇄ふるさと」には、もとより強いソーシャル・コミュニティが存在し、これらを活用したICTの構築が鍵になる。日本人がもつソーシャル・コミュニティ（文化・コミュニティ性・つながり意識）を「ふるさと（FURUSATO）」という言葉に例え、これらを活かすICTを創造する事が重要であると考える、システム設計段階からICTに組み込んでいくところからスタートした。

ポイント事業の概要

ふるさとポイントーデジタルタウン（<http://furusato-point.jp>）は、平成二十一年度総務省ユビキタスタウン構想推進事業の採択を受け二〇一〇年三月にサービスを開始した。

本ポイントサービスは、地域商店街を中心とし

た地域ポイントであり、消費の促進と拡大を実現する仕組みである。また、地域ポイントの一部を地域貢献、医療・福祉、文化・観光施設等の運用・維持費用など、地域へ還元することが可能だ。

ふるさとポイントはシール形式、QRコード形式、シリアル番号形式、WEB通信形式など様々な方法で各種ポイントをパソコン、携帯電話、専用はがきを使って貯めることができるポイントシステムである。

ポイントは地域の①文化資源（地域の文化に触れる暮らし）、②特産資源（特産品・名産品）、③創造資源（新たな価値を創造する地域活動）といった有形・無形に関係なく、ほぼすべての地域資源を認証し、ポイント化することができる。

ポイントを貯めることにより、デジタルタウン（携帯コンテンツで閲覧可能）が成長するバーチャルコンテンツになっており、デジタルタウンは全国千七百五十の市区町村ごとに管理が可能になっているのが特徴である。※参画希望地域は無料で利用可能。

地域の主なメリットは「広告スポンサー収益」「地域の関連する会員へのダイレクトメッセージやPRが可能」といった点にある。

ふるさとポイントとは

ふるさとポイントをひと言で説明すると「FURUSATOに対する、人々の想いをポイントという形に変えて、地域を応援する仕組み」である。ふるさとポイントは三つの要素から成る。

1. 地域資源の見える化

複数のデジタルタウンが
どんどん登場!

デジタルタウンと地域広域連携



ふるさとポイント概要イメージ図



ふるさとポイントWEBサイト

要望に
え続ける
ための体
制維持
や、シス
テム維持
コストを
地域の事

地域に存在するすべてのものが地域資源であり、地域の商品やサービス、何気ない風景から風土や文化、活動、繋がり、これらを認証しポイント付与する事で、形の無い地域資源を見える化する。

2. 想いをつなげる

例えば、篠山市で人口四・四万人しかいなくても、他の地域に住んでいる篠山出身者、居住経験者、観光などと思い出を持つ人、それらの家族や友人が存在し、その数は人口の数十倍以上になり、人を介して地域と地域が繋がっている。

3. 福引型ポイント

ポイントには大きく二種類あり「金銭的価値を持つ換金型ポイント（ショッピングポイントやマイル리지など）」と「それ自身に金銭的価値を持たない福引型ポイント（福引券、応募券など）」がある。ふるさとポイントは福引型ポイントである。

※詳細はWEBサイトを参考

つまり、個人と地域をポイントという形で数値化し、つなげる仕組みであり、実現する手段として福引型ポイントを利用している。

ここまでで、既に察しのいい方はお気づきにな

られている人もおられると思うが、ふるさとポイントは「ポイントを貯める地域内外のふるさと会員（応援者）を地域ICT人材として活用することが出来る」ため、地方の人材不足・人的リソースを同時に補うことができる。

地域ポイント制度のあるべき姿

公共的な地域ポイントを考える上で考慮しないといけないことは「ポイント原資」「ポイント運用体制・維持管理コスト」「ポイント利用者普及と利用場所」である。

ここで、前述の「換金型ポイント」にするか「福引型ポイント」にするかで、運用時に大きな影響を与える。

地方での換金型ポイントの運用が困難な状況に陥っているケースが多くみられるが、その原因として「ポイント普及が困難」「運用と維持管理コストの負担増大」「ポイント原資の負担」などが考えられる。

換金型ポイントは金銭的価値がある為、サービスを開始するにやめられない。ポイント利用者からの利用範囲拡大や還元率UPに関する

田舎でも通用するICT

- 業者から徴収しつづける事になる。
- これでは、地域を活性化するためのICT導入が、更に地域に負担を押し付けられるものとなってしまう。
- ふるさとポイントではこれらを考慮した仕組みとなっている。
- ポイント原資予算を必要としない（地域資源そのものを対価としている）
- 地域の事業者負担はゼロ（地域の商工農水産業者にコスト負担させない）
- システム維持の低コスト化（クラウド型サービス基盤の構築）
- 地域間の広域連携（地域が「人」を通じて繋がる）※二〇一一年現在…二十七デジタルタウン

パソコンやケータイが使えない人でもICTの恩恵を受けられる仕組みを創らなければ、地域ICTの発展はあり得ない。そのために彼らを取り巻くICT人材の育成とサポートするシステムが必要である。利用者に対して直接的なメリットしか提供しない都市型のICTでは難しい。

経済的立地条件の悪いとされる田舎でも通用するICTは、きっと都市部でも役立つに違いない。そんなICTを生み出せるのは、日本の文化を多く残している地方（田舎）だからこそである。

全国各地で苦闘しながら地域ICTを推進している担当者の経験や失敗の積み重ねこそが、いつかICTのあるべき姿を創出し、世界でも通用するICTの発展に寄与すると信じている。

未来のまちづくりへのパスポート —子どもたちを中心とした地域ポイント制度—



福山市協働のまちづくり課
協働推進担当次長

● 平林由佳

福山市は、瀬戸内海沿岸のほぼ中央、広島県の南東部に位置し、万葉の時代から潮待ちの港として栄えた景勝地「鞆の浦」をはじめとする瀬戸内海国立公園の豊かな自然と温暖な気候に恵まれた地域である。同時に、製鉄をはじめとする「オンリーワン・ナンバーワン」企業が多数立地する「ものづくりのまち」という顔を併せ持つ、人口約四十七万五千人の中核市である。

現在、市の花「ばら」を都市ブランドとして、市制施行百周年となる二〇一六年までに「二〇〇万本のばらのまち 福山」の実現をめざし、全市を挙げて「ばらのまちづくり」に取り組んでいる。これは、福山空襲により市街地の約八割を焼失した当時の住民たちが、戦災からの復興と街へ潤いをもたらすことを願い、「花こそ心が安らぐもの、花を植えよう」と、一九五六年に市民と行政の協働により「ばら」の苗木千本を植えたことから始まっている。

その後、「ばらのまちづくり」は市民と行政が一体となった「協働のまちづくり」の原点として

位置付けられ、市民一人ひとりが市内各地においてさまざまな活動に取り組まれ、「思いやり、優しさ、助け合いの心（ローズマインド）」を育ててきた。

「協働」を市の重点政策に位置付け

そのような中、本市ではこれまでも市民による身近な単位自治会（町内会）活動や小学校区を単位とした地域活動、公民館を拠点とした生涯学習活動、また諸団体によるボランティア活動等が展開されてきた。

市民自らが地域課題の解決や地域の活性化に取り組むことができるよう、市の重点政策の一つに「協働」を位置付けた。二〇〇五年にガイドラインとなる「福山市協働のまちづくり指針」を、翌二〇〇六年に「福山市協働のまちづくり行動計画」をそれぞれ策定し、同年を「協働のまちづくり元年」とし、小学校区を単位とした各種民主団体で組織する「各学区（町）まちづくり推進委員会（以

下、「まちづくり推進委員会」という）を中心とした地域活動とボランティア・NPO等による市民活動を支援する仕組みづくりを行った。

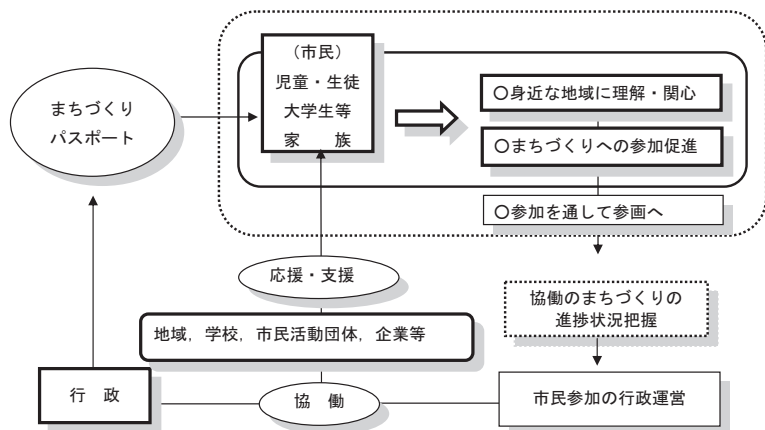
「福山市協働のまちづくり指針」及び「福山市協働のまちづくり行動計画」に基づく施策により、地域活動や市民活動が広がりを見せている一方で、特定の役員に対する負担の増加や、担い手となる人材（後継者）の不足等の課題が浮き彫りとなった。住民自らが主体となった地域づくりに向けて、市民と行政による協働のまちづくりを推進し、市民一人ひとりが自分の住む「まち」や市政に関心を持ち、地域活動やボランティア活動を通して、これからのまちづくりの担い手となる仕組みの一つとして「まちづくりパスポート」を導入し、このパスポートを活用した「地域ポイント制度」に取り組むこととした。

ボランティア活動などへの 児童・生徒らの参加促す

「地域ポイント制度（まちづくりパスポート事業）」は、児童・生徒及びその家族を中心とした市民一人ひとりが、講座やイベントでの学習や体験、地域活動やボランティア活動への参加を通じて、地域や市政に対する理解や関心と、「自らのまちは自らがつくる」という意識を高め、自主的・主体的な活動に取り組むことができる仕組みとして、二〇〇九年度から実施している。

この事業を通じ「学び」を地域活動に還元していくことで、将来のまちづくりの主役となる人材を育てること、また全ての市民が「協働のまちづくり」に参加するきっかけになることをねら

〔イメージ図〕



福山ばら祭会場で、ごみ分別ボランティアに取り組み中学生たち

ポケットサイズの
「まちづくりパスポート」

「全市一斉清掃」での清掃活動

制度設計や具体的内容では
時間をかけて議論

制度設計にあたり、各部署及び教育委員会による全庁的な体制と社会福祉協議会の参画によるワーキング会議を結成し、協議を行った。

会議では地域活動やボランティア活動に特典を付与することへの疑問の意見もあったが、とりわけ、制度の主旨や実施目的、事業実施にあたっての具体的な内容（事業の対象者や対象事業の選定など）についての協議に時間を要した。

事業の周知等では、市広報紙を通じてPRを行うとともに、市内の小・中学校の協力を得て、児童や生徒に啓発チラシやまちづくりパスポートの配布を行うことができた。

交換できる特典については、公共施設の入場割引券、図書

カードやばらの苗、中心部循環路線バス「まわローズ」の乗車券等を準備したほか、より対象者の参加意欲を高めるものとして、特典交換者の中から抽選でさらに別の特典が当たる仕組みを整えた。また、市内で映画館を運営する企業の協力により、映画の無料鑑賞を特典に加えるなど、企業の支援も得られつつある。

学校や地域間の温度差が課題

当初は行政が実施するもののみが対象であったポイント対象事業は、三年目を迎えた現在ではまちづくり推進委員会や学校、市民活動団体が企画・実施する事業にも広がっている。

また、ポイント対象事業として参加を呼びかけたところ、前年度と比べて参加者が倍増した事業もあるなど、地域ポイント制度（まちづくりパスポート事業）への認知度も高まってきている。

一方では、学校や地域間の取り組みに温度差があるという課題もある。そのため、ポイント対象事業や追加特典の紹介、各小・中学校の本事業への参加状況やボランティア活動の取り組み状況等を掲載した情報紙「まちパスニュース」を市内の全小・中学生に配布するなど、本制度の主旨を広く周知する取り組みを行っている。

今後は、事業の進捗状況を把握したうえで、制度の検証を行うとともに本事業のより一層の広がりを通じて、市民の自主的・主体的な地域課題の解決や活性化に向けた行動を、地域や学校、市民活動団体、企業、そして行政による協働の取り組みにより支援する仕組みとしていきたい。

四国の地銀4行が地域活性化で連携 ―八十八カ所巡りなど文化面での交流人口拡大へ―

ミュージアム88カードラリーin四国実行委員会
(阿波銀行・百十四銀行・伊予銀行・四国銀行の4行により構成)

「ミュージアム88カードラリーin四国」(以下「カードラリー」とは、四国霊場八十八カ所の巡礼になぞらえて、四国四県にある「美術館」や「博物館」を巡ってオリジナルカードを収集するという企画である。

四国は、全国に先行した人口減少や高齢化の進展、過疎化や限界集落の拡大等多くの問題を抱えている。そうした問題に対処するために、四国経済産業局では「生活先進国『四国』に向けて」と題した中期政策目標を平成二十二年度にスタートさせている。また四国経済連合会でも、「四国の持続的発展に向けて」と題した提言を行うなど、長年にわたり官民を挙げて、地域活性化に向けた取り組みを行っている。

◆ ◆ ◆ 四国の文化風土の醸成 観光振興などをめざす

そこで、四国に本店を置く地方銀行四行(阿波銀行・百十四銀行・伊予銀行・四国銀行)が、「カードラリー」を通じた地域の文化的風土のさらなる

醸成や観光振興、ミュージアム施設および四国全体の活性化を応援する目的で、平成十九年にこの「カードラリー」を開始した。

開始記念セレモニーは、松山市にある「伊丹十三記念館」において館長で女優の宮本信子氏をお迎えし開催した。宮本館長からは「四国四県が一体となったすばらしい企画であり、たくさんの方にきて欲しい」とのご祝辞をいただいている。

四国は四国霊場八十八カ所に象徴されるように、歴史と文化の香り高い「癒しの里」であり、各地に地域性を反映した博物館や文化拠点となる美術館等が数多く見受けられる。

この企画は、当時の四行の会長が、その観光資源を活かし交流人口の拡大で地域の活性化に貢献したいとの思いから発案、協議し、全国的にも珍しい、四国四地方銀行共催によるCSR活動の仕組みができた。

この企画に対しては、四国四県をはじめ各県商工会議所連合会・NHK等、行政・経済界・メディア等から幅広い多くの賛同をいただいている。

◆ ◆ ◆ 簡単な申込みと充実した特典

カードラリーの参加希望者は、各銀行にある「参加者ガイドブック」についている申込書に必要事項を記入し、各銀行の本店・支店に提出すると即時に参加証が発行される。

また、参加施設ではその場で仮参加証を発行することが可能で、その施設から「カードラリー」をスタートすることができるし、遠隔地の方にはホームページから参加申込みすることができる。参加料は無料で、平成二十三年五月末の参加者数は約四万人を数えている。

現在の参加施設は、徳島県(三十八施設)、香川県(四十四施設)、愛媛県(五十施設)、高知県(三十七施設)の計百六十九施設。参加施設は県や市町村が運営するものとどまらず、民間運営の施設も数多く参加しており、四国の文化施設は、「参加者ガイドブック」の中でほぼ網羅されている。

参加者は施設の受付で参加証を提示すると、施設ごとに異なる「オリジナルミュージアムカード」(以下「オリジナルカード」)を受け取ることができる。また、入館料が有料の施設の場合、料金によって定められたポイントがついた「ポイントカード」を集めることもできる。

「オリジナルカード」は各施設の外観や代表的な収蔵物の写真が掲載されており、各施設こだわりのカードとなっている。この「オリジナルカード」のファンは多く、これを目当てに施設を訪れる参加者も多い。

このカードを、各県ごと二十二施設以上集める

と「県マスター賞」として本人の名前入りの「認定証盾」がもれなく贈呈される。さらに四県全てで二十二施設以上、合計八十八施設以上を集めると「四国マスター賞」として、ひと回り大きい「認定証盾」が贈呈される。

この盾の贈呈者数は、平成二十三年五月末時点で「県マスター賞」が八百四十二名（延べ人数）、
「四国マスター賞」は百三十八名となっている。

「カードラリー」には
多彩な楽しみ方がある

「ポイントカード」は、十ポイント以上を集めると半年に一回開催される抽選会に応募することができ、応募コースは百ポイントコース、五十ポイントコース、十ポイントコースの三種類。



申込書

四国ミュージアム巡り堪能

四国ミュージアム巡り堪能

◇夫の転勤で愛媛に
来てもうすぐ2年にな
る。私は、限られた滞
在期間中、四国の文化
と歴史にいかにも多く触
れられるたつつかと考
えていた。そんなとき、
夫が四国の地方銀行4
行主催の「もうひとつ
の88カ所巡り」・ミュー
ジウム88カードラリ
ー」というパンフレッ
トを持ち帰った。

◇この催しは、博物
館や美術館を巡るのが
趣味の私たちにとっ
て、願ってもない企画
に思えた。しかし、
四国4県のカフェ施設を
22カ所以て巡り、カー
ドを集めるのには、
かなりの気力と体力が
必要で、お金もかっ
た。それでも、普段は
仕事で忙しい夫と一
緒に楽しい旅ができ
た。

◇そして今月、2回
に分けて高知県に行
き、目標を起す100
カ所のミュージアム巡
りを達成できた。主催
者から、各県ごとの盾
と四国マスターの称号
の盾をいただけるそう
で感激している。四国
の美しい風景を堪能
し、壮大な歴史と文化
を学んだ今回の旅は、
私たちが夫婦にとって忘
れられない思い出にな
ると思う。

(松山市・主婦)

愛媛新聞社提供



オリジナルカード

百ポイントコースでは、十万円の旅行券一本と、五万円の旅行券二本、五十ポイントコースでは、三万円の商品券二本と一万円の商品券四本と大変魅力的な賞品内容である。「ポイント賞」の抽選は、これまで四国四県都持ち回りで六回行われ、延べ応募者数は九百十三名を数えている。

このように、「カードラリー」には、文化施設を
探訪するという楽しみ方のほかに、「オリジナル
カード」を収集する、「ポイントカード」を集め「ポ
イント賞」に応募し賞品を当てるといういくつも
の楽しみ方がある。その点が、「カードラリー」の
大きな特徴であり、好評を得ている要因である。
参加者からの評価の声も聞かれる。

「夫婦の共通の会話が增え定年後を二人で楽しんでゐる」「四国霊場八十カ所は巡つてゐますが、今までとは違つた目で四国



認定証盾（県マスター賞、四国マスター賞）

「自分をやりたかったことを見ることができた」「自分がやりたかったことを、再認識させてくれた企画です」

ここで最近地元紙の声の欄に掲載されたご意見の全文を紹介したい(左上)。

四国以外の会員増が課題

この「カードラリー」も運営を開始し四年目となり、多くの方々に好評を得る企画へと成長したが、また課題も抱えている。

この企画に興味があっても参加が困難な高齢者や児童らに参加の機会を設ける方法の検討や、旅行会社とタイアップした巡回企画、全国に向けての認知度アップのために一層の周知活動等を行う必要がある。

また、会員のうち九割の方が四国島内に居住されており、今後四国島外の会員をどうやって増やしていくかも大きな課題であり、対処すべきと考えられる。

参加者の方にとって、この企画が四国の魅力の再発見につながり、人生の楽しみの一つとなっていることは運営者側としてうれしい限りである。微力ではあるがこれからも魅力ある企画の発信を行っていききたい。

この記事をお読みになった方が、この「カー
ドラリー」に興味を持ち、一人でも多くの方
に四国の文化・歴史に触れていただき、八十
八カ所霊場巡りのように、全国から四国への
交流人口拡大の一助となれば、大変ありがた
いと思う。

(www.museum88.com/index.html)

広がる公共領域でのポイント制度

事業を継続し有効に機能させる方策は何か ―「公共×地域通貨・ポイント制度」運営上のポイント―



野村総合研究所 公共経営戦略コンサルティング部 ● 田中成幸

航空会社が提供するマイレージサービス、家電量販店やインターネットショッピングサイトで発行されるポイントから、地元商店が発行しているスタンプ押下型のポイントまで、私たちの生活の中には様々なポイントサービスがあふれている。

これらのポイントサービスは、消費者・生活者が支出する額の一定割合をポイントとして還元し、一定量がたまれば相応のモノ・サービスと交換が可能になるというシステムを持つという点では全て類似していると言える。

こういったポイントサービスによって創られた市場の規模は弊社が二〇〇九年に行った調査によれば、九千億円を超えると推算されている。この数値は、大手企業によるポイントの換算値であるから、規模の小さな事業者の発行するポイントまで含めると、その市場規模はゆうに一兆円を超えるであろうことは想像に難くない。

このように、民間のビジネスの中で大きな存在感を示すようになったポイントサービス市場に引け張られる形で、近年は公共の領域においてこ

のサービスを導入する動きも見られる。

しかしながら、民間事業者の展開するポイントサービスと、公共領域で試行されている地域通貨やポイントサービスとは、類似点も多いが相違点も多くあるということを認識したうえで実施しなければうまく機能しないのが実情である。

本論では、まずポイント制度全体の特徴について概観し、民間企業がおこなっているポイントサービスと公共領域で行われている地域通貨・ポイントサービスの試みとの違いを類似点・相違点を明らかにした上で、「公共×ポイント制度」を持続的かつ有効に機能させるための方策について考察する。

国内10業界のポイント・マイレージ年間最少発行額（2008年推計値）

業界	ポイント付与基本指標・数値		ポイント適用率 ※3	ポイント還元率 (%、円/マイル) ※4	年間最少発行額 (億円) ※5
	指標	数値			
家電量販店 (上位10社)	売上総計 (億円)	45,262	75.0%	7.0%	2,385
クレジットカード (業界全体)	ショッピング取扱高 (億円)	424,345	100.0%	0.5%	2,122
携帯電話 (上位3社)	売上総計 (億円)	86,796	100.0%	2.0%	1,736
ガソリン (主要3社)	売上総計 (億円)	132,384	55.0%	1.3%	963
航空 (上位2社)	有償旅客マイル※6 (千人・マイル)	87,267,714	50.0%	1.5円/マイル	655
総合スーパー (上位5社)	売上総計 (億円)	89,547	65.0%	0.9%	507
百貨店 (上位8社)	売上総計 (億円)	48,460	50.0%	1.0%	242
コンビニエンスストア (主要4社)	売上総計 (億円)	65,074	30.0%	1.0%	195
ドラッグストア (上位5社)	売上総計 (億円)	11,899	65.0%	1.0%	77
インターネット通販 (Yahoo!、楽天)	売上総計 (億円)	8,850	40.0%	1.0%	35
総額					8,917

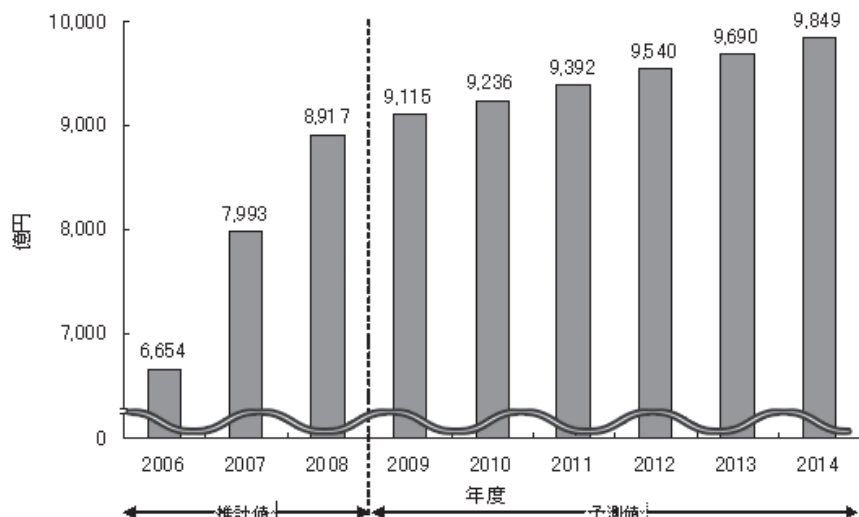
※年間最少発行額：来店キャンペーン等、購買金額に関わらず発行されるものや、特別会員向け等の追加発行分を除いたため、推計額を「年間最少発行額」として表記している
出典）野村総合研究所調査結果より抜粋

ポイント制度の位置づけ

公共領域におけるポイント制度を考えるにあたって、そもそもポイント制度で発行されるポイントとは我々の生活の中でどのような機能を果たしているのか、について考える必要があるが、筆者はこれを貨幣に近いものと捉えている。

なぜならば、ポイントは、貨幣が有することを求められる三つの機能である「価値尺度機能（市場に流通するモノ・サービスの価値の指標となる

日本におけるポイント・マイレージの年間最少発行額・予測値



出典) 野村総合研究所 調査結果より抜粋

貨幣・ポイントサービスの種類

発行主体	種類	民間	公共
		大手事業者の発行する マイレージ・ポイントサービス	国(中央銀行)が発行する貨幣
企業	発行額	■ 発行額は約1兆円。 ■ 単体企業だけではなく、ポイント制度ごとの囲い込みも開始。 ■ 家電量販店、クレジットカード、航空会社などのサービス	■ 一国の経済活動のインフラストラクチャー ■ 日本で言う円
	流通	■ その店舗(チェーン)でのみ利用可能 ■ 個人商店で発行されるポイントサービスなど	■ 地域・市区町村で発行する貨幣 ■ 都道府県、市区町村が実施主体となって発行する通貨・ポイントサービス

機能)」、「価値貯蔵機能(モノ・サービスの価値を保持しておく機能)」、「交換機能(モノ・サービスと貨幣との交換により、モノ・サービスの移動を円滑にする機能)」を兼ね備えているからだ。日本において、これらの役割を担う貨幣・ポイントを大まかに類型化したものが左の図である。

各種通貨・ポイントサービスには、発行主体(公共・民間)、流通量といった違いがあるが、何よりも、それらの目的が異なっていることを認識しておくことが重要である。

まず、通貨やポイントサービスで提供されるポイントの中でも最もメジャーな存在は、言うまでもなく国の通貨である「円」である。この貨幣は、国、あるいは国家間の経済活動を円滑に行うために存在する。換言すれば、一国の経済活動のイン

フラストラクチャーということも出来るだろう。

流通量の多い貨幣・ポイントとして、公共から民間に視点を移せば、そこには冒頭で例示した大規模流通業者、金融、航空会社が発行するポイントサービス市場が存在する。基本的には、大規模事業者でポイントサービスが提供される目的は、第一に顧客の囲い込みであり、「FMP (Frequency Marketing Program: 購入回数が多かったり、購入額が大きかったりする顧客に対する報酬の付与)」として、利用されている。

また、第二の目的として、顧客情報の収集がある。大手流通業者はカードや電子端末を活用することで、利用者の日々の購入履歴を蓄積し、そのデータを通じて顧客の嗜好を分析し、提供するモノ・サービスをよりカスタマイズすることが可能になる。

同じ民間事業者でも、事業者の規模が小さくなれば、特に目的の二つ目の重要度は低くなる。事業展開の規模が小さいために、システムの導入コストが、活用したことによる利益よりも大きくなってしまったためである。従って、顧客の囲い込みという目的が、小規模事業者の提供目的であると言いきってしまうても過言ではないだろう。

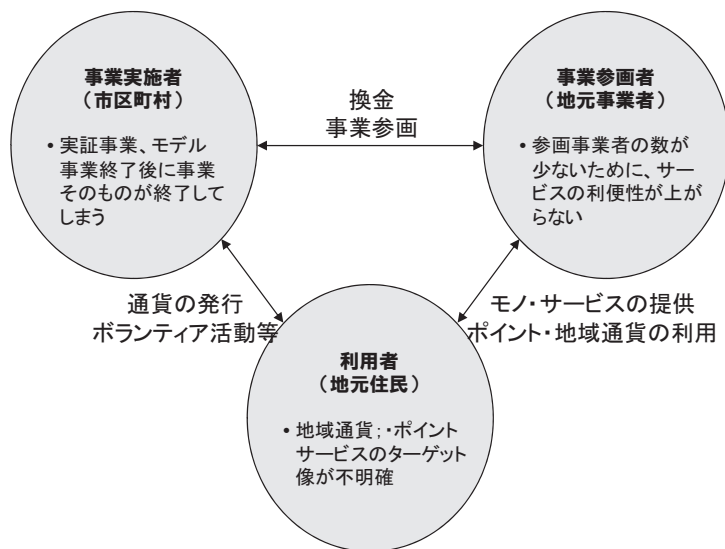
また、何らかの活動の「対価」として得られるものと、自らの支出のうちの一定割合が「還元」されるという形で得られるという形でいられるものの間の弁別も重要であろう。冒頭のポイントサービス市場が、1兆円であるという事実の認識に注意が必要であると述べたのは、この点に起因している。

地域通貨・ポイントサービスの機能と問題点

発行主体と流通量という二つの視点から、三種類の貨幣やポイントサービスを観望してきた。最後に地域で発行される通貨やポイントサービスについて考えてみたい。

現在、日本各地で行われている地域通貨・ポイントサービスの試みのほとんどは、市区町村が事業実施主体の役割を担っている。また、発行する地域通貨やポイントサービスの絶対額は国が発行する貨幣や、大規模流通事業者が発行するポイントサービスの規模と比べて大きいとは言えないことから、前述の三種類のサービスとは位置づけが

地域通貨・ポイントサービス制度運営上の問題点



異なることが理解されよう。

地域通貨、ポイントサービスが担っている機能については、地域内経済の活性化・円滑化、顧客の地域内購買の促進といった目的が多い。また、環境活動やボランティア活動といった、これまでに経済取引の組上に乗りにくかったモノ・サービスの対価として用いられていることが地域通貨・ポイントサービスの画期的な点である。

つまり、既に流通している貨幣やポイントサービスがカバーしていない領域であること、さらに、地域活性化という目的を志向したサービスであることが、地域で提供されるポイントサービスの特徴であると言えるだろう。

このようなサービスの特徴を持つ地域通貨・ポイントサービスであるが、実際に事業として運営していく場合には、克服しなければならない問題も存在する。

第一の問題点としては、事業としてポイントサービスを展開するにあたっての持続性の問題である。現在、地域通貨・ポイントサービスを担っている事業主体は、ほとんどが市区町村であるという点については前述した。公共機関が事業を担うということは、一見すると、その事業の安定性や長期的な運用が期待されるが、実情としては、二〜三年で打ち切りとなってしまう事業も多い。いわゆるモデル事業や実証事業といった形で地域通貨やポイントサービスを導入すると、事業実施期間の終了と同時に、通貨やポイントの使用価値が無くなってしまうということが起こりうるのである。

第二の問題点としては、地域通貨やポイント

サービスが利用できる場所の確保である。ボランティア活動や社会福祉活動等によって得られたポイントが利用者にとって価値のあるものであるためには、それが他のものと交換できる機会が多くなければ意味がない。しかし実際には、出資者、提供者、利用者、参加事業者が連携しておらず、ポイントを得たとしても、使える場所がほとんどないために使われないといったことも生じうる。

第三の問題点としては、地域通貨やポイントが利用者のニーズを把握して設計されていないという問題である。ポイントの交付対象となる活動をよく行う利用者はどのような特徴を具えた人なのか。利用者のニーズに合致しない店舗や事業者でのポイント交換サービスがあったとしても、そこに交換価値を見出す利用者は少ないだろう。また、地域通貨・ポイントが「対価型」のサービスである以上、活動の値付けも市場ニーズに則したものであることが求められる。

地域通貨・ポイントサービス成功のための課題と打ち手の方向性

前項にて言及された三つの問題を克服するための課題は、以下のようにまとめられる。

① 出資者の多様化を進め、一元化によって生じる事業のサステナビリティの低下を防ぐ増やす

③ サービスの利用者のメインターゲットを特定し、その利用者のニーズに合致したサービスを提供できる体制を敷く

まず①については、地方公共団体のみを唯一の

資金の出資者としてないような工夫が必要である。たとえば、学校機関や地元の商工会、商店街に属する事業者や、地域外であっても出資に前向きな企業があれば、ステークホルダーとして迎え入れることが重要である。複数の主体を出資者として位置づけることで、仮に助成事業が打ち切られたとしても、地域通貨やポイントサービス制度が自立的に回っていく可能性は高くなると考えられる。

次に②についてであるが、これは主に地域内の事業者が対象となるため、「地域活性化」というような、漠とした言葉ではなく、地域通貨・ポイントサービス事業に参画することがビジネス上のメリットになるということを明示的にアピールしていくことが重要である。参画事業者は往々にして、①における出資者とも重複するため、拠出した資金が後日どの程度のレバレッジで還元されるのかということ伝える必要があるだろう。

最後の③については、特に「対価」型の地域通貨・ポイントサービスを提供する場合に最も注意深く対応しなければならない項目である。対応の方向性としては、地域通貨やポイントサービスの交付対象者の行動や精緻を観察することである。彼らの日常生活のパターンを明らかにし、どのような出費が多いのか、より精緻化するのであればどの店をよく使うのか、ということを観察・洞察し、彼らのニーズに沿ったモノ・サービスの根付け、店舗との交渉やモノ・サービスの設計をしていくことが事業成功のためには重要であろう。

事例：早稲田・高田馬場エリアにおける取り組み事例

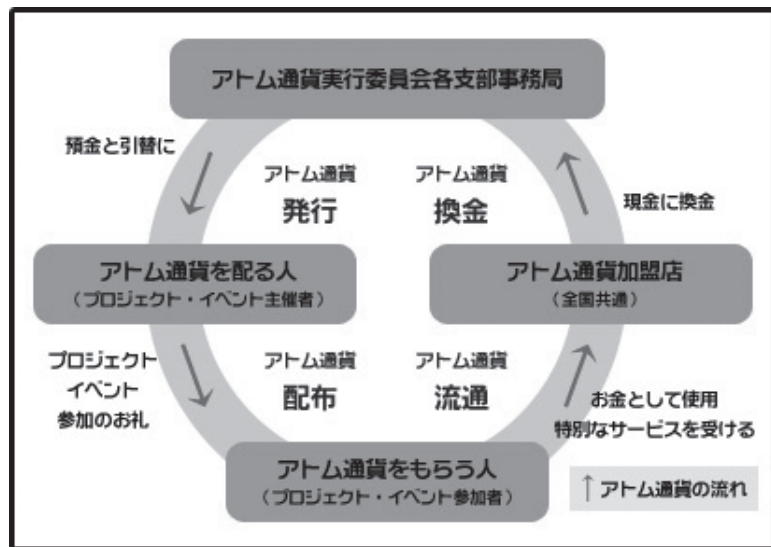
多くの地域が直面している上記のような問題、課題に對して、ユニークな取り組みをしているのが東京都新宿区の早稲田・高田馬場一帯のエリアである。

同エリアでは現在「アトム通貨」という地域通貨を発行している。地域通貨の目的として、地域コミュニティを育み、街を活性化させることを掲げ、①地球環境の向上に関する活動、②地域コミュニティの活発化に資する活動、③国際競争力の向上に資する活動、④教育活動の四つに従事した人に対してアトム通貨が交付されている。この点については、他の地域で実施されている試みと大きく違う。

しかしながら、事業開始の二〇〇四年以降、アトム通貨は一貫して事業を継続させており、かつ、二〇〇九年からは流通地域を全国レベルにまで広げるといふ他の試みとは全く異なる展開を見せている。このような展開の背景にあるマネジメント上の工夫について紹介したい。

まず、アトム通貨事業の出資者についてであるが、とりまとめ役としては、アトム通貨実行委員会各支部事務局がこれに当たる。しかし、この事務局はあくまで取りまとめ役であり、この団体が資金を供出しているわけではない。アトム通貨の資金提供者は、地方公共団体の他、商工会や商店会、地元学校のPTA組織といった複数の組織から構成されている。この資金拠出者の多様性を担保したことで、仮に地方公共団体からの助成事業が打

アトム通貨流通の仕組み



ち切りとなつても、自立的な運営の可能となつて
いることが大きな特徴であると言えよう。

無論、複数の事業者が出資するためには、それぞれの立場にとって地域通貨やポイントサービスがメリットのあるものでなければならぬ。たとえば、学校であれば、ボランティア活動や環境活動を通じた学習機会の提供や、議事通貨としてのポイントによって社会の仕組みを知ると言った説明をする必要がある。

次の特徴として、地元参画事業者が非常に多く、また、多様であることが挙げられる。アトム通貨（早稲田・高田馬場エリア）の参加事業者は飲食、物販、その他サービス業それぞれ三ヶタを越える

事業者が参画している。これにより、ボランティア活動などを通じて得られた地域通貨やポイントの利用を容易化し、通貨自体の利便性が担保されていると言える。また、アトム通貨事業が年次報告等により、その実績を数値化・客観化していることも事業参画者が自らの事業にメリットをもたらすかどうかを判断する根拠を与えている。こういった参画事業者の評価ポイントを外さない情報を用意してアプローチできていることがアトム通貨の成功要因であると考えられる。

最後に、利用者の立場に立った事業展開であるが、地域通貨の利用者である子どもや若者が手に取りやすい、楽しんで使えるようなデザインの通貨を流通させている点が特徴であると言える。地域通貨・ポイント制度はあくまで正貨の補完的な位置づけであり、そこには「遊び」や「楽しさ」が必要である。アトム通貨は、名前の通り「鉄腕アトム」というキャラクターを前面に押し出して、貨幣のデザインを施すなど、貨幣をもらうこと、手に取ることといったタッチポイントの作り込みを非常に丁寧に行っているのが特徴である。そうすることで、利用を促進するとともに、ある程度、利用者の手元に滞留させることで、事業としての利益も期待できる構造になっているものと思われる。

地域通貨の今後について

ここまで述べてきたとおり、地域通貨は他の貨幣やポイントサービスとは流通量や出資者の点で特殊な位置にある通貨である。多くはボランティア

活動や環境活動、社会福祉活動といった、これまでの貨幣が手を伸ばすことができなかった領域にモノ・サービスとその対価の交換という関係を導入した点で画期的な取り組みであると言えることができる。

しかし、その運営は事業の継続性、参画事業者の確保、利用者ニーズの把握といった問題もあり、

改善の余地があるというのが実情である。早稲田・高田馬場における事例などを参考に、地域通貨独自のポジショニングを占めながら、事業モデルを確立していくことが「地域通貨・ポイントサービスはあるけれど、誰も使っていない」という事態を回避する上で重要なのではないだろうか。

法政大学地域研究センター主催

第9回 地域政策研究賞 応募ご案内

法政大学では、地域研究センター開設を記念して制定した地域政策研究賞を毎年募集しております。地域政策研究賞とは、過去1年間、地域政策に関する研究・提言を行った優れた図書や論文等を公募し、本学が選考のうえ、表彰するものです。

当センターは地域政策研究賞を通じ、政策形成や政策課題解決に関する斬新な提言・アイデアを表彰し、日本における政策研究のさらなる発展に貢献したいと考えております。この趣旨にご賛同いただき、多数のご応募をお待ちしております。

【応募方法】

法政大学地域研究センター HP (<http://www.hosei-hurin.net>) の「2011年度地域政策研究賞募集」ページより、「応募申請用紙」をダウンロードし、必要事項をご記入の上、下記応募先まで応募作品を添えてご送付ください。

- 応募できる作品は、2010年11月～2011年8月に発表もしくは刊行され、本人もしくは組織体が著作権帰属者であることが前提となります。また、氏名・概要等の公表を了承されているものに限りです。
- 作品はA4判用紙に出力されたもの（CD-ROM添付可）、もしくは著書1冊でご応募ください。電子メールによる応募は受け付けておりません。
- 応募作品は返却できませんのでご了承ください。

募集期間：2011年7月8日（金）～8月22日（月）※当日消印有効

賞金：最優秀賞：30万円 優秀賞：10万円 奨励賞：5万円 学生奨励賞：5万円

審査員：法政大学教員

発表：2011年10月7日（金）

法政大学地域研究センターHP上で審査結果を発表

授賞式：2011年11月25日（金）

法政大学市ヶ谷キャンパス ポアソナードタワー26階スカイホール

応募先：
〒102-8160
東京都千代田区富士見2-17-1
法政大学地域研究センター
「地域政策研究賞」係

問い合わせ先：法政大学地域研究センター

〒102-8160 東京都千代田区富士見2-17-1

tel：03-3264-6641（月～金 9：00～17：00）

fax：03-3264-6643 mail：chiiki@hosei.ac.jp

全国で実施されている主な公共等のポイント制度（2）

自治体／事業体	事業名	内容
石川県金沢市	金沢エコポイント	買い物やバス利用でポイントを貯められるため、マイカーからバスへの利用転換によるCO2の削減を推進すると同時に、中心市街地の活性化にもつながる。ICカードのポイント加算。加盟店ステッカーのある店舗での買い物で、ポイントが運賃に還元される。
福井県	福縁ボランティアポイント制度	ボランティア活動を始めるきっかけとして、また、活動を継続していくための励みとして効果的な制度である。ポイントは県の施設入場券と交換できるため、施設の活用促進にもつなげている。
長野県松本市	脳活ポイントプログラム	「健康寿命延伸都市・松本」を掲げている松本市では、若いころからの認知症予防対策に力を入れている。ポイント制度によって若年層においても健康づくりに対する意識を高め、生活習慣病予防などの効果が期待される。
長野県駒ヶ根市	こまちゃんエコポイント制度	「エコポイント制度」で楽しみながら、環境意識と環境へ配慮した行動を啓発する。行政・金融機関・商店街が一体になって推進しているコミュニティカード事業（つれてってカード）と連携し、こまちゃんエコポイント制度の導入費用等を抑えている。
岐阜県岐阜市	ぎふ減CO2（げんこつ）ポイント制度	市民の省エネ活動の促進、意識向上のための、ポイント制度。抽選で省エネ啓発品を提供。電気、ガス、水道の使用量を前年同月比で減らし、省エネ自動車、省エネ家電等の購入、バスの利用、飲食店でのマイはし使用、市省エネ住宅の認定を受けた場合にポイントを付与。
兵庫県篠山市 ／一般社団法人 ノオト	ふるさとポイント デジタルタウン	総務省の「ユビキタスタウン構想推進事業」の助成を受け、篠山市での実施を皮切りにポイントプロジェクトを開始。(1) 地域通貨 (2) ふるさと納税の考えをベースに、「行政・公益法人などの地域」、「参画・広告スポンサーである企業」、「消費者である人」をつなぐ、新しい地域コミュニケーションのカタチ。
兵庫県	電子地域通貨 「ひょうごポイント」	小規模集落との交流など、県が主催、認定する行事、活動に参加した県民に、「ひょうごポイント」を発行。小規模集落や農山村を中心に活動する地域づくり団体への寄付も可能で、集落、団体は集まったポイントに応じて補助金の加算が受けられる。県民の地域づくりへの関わり、農山村交流の促進を図る。
広島福山市	まちづくりパスポート	市民が、住んでいる地域や市政などに関心を持ち、学習や体験を通じて積極的にまちづくり活動へ参加することを目的として「まちづくりパスポート事業」を実施している。
徳島県徳島市	だんごクラブ	シビックセンターのボランティア活動（ギャラリー受付、コンサート準備等）をポイント制度によって運営。シビックセンター主催の講座、イベントへの参加割引。
鹿児島県鹿児島市	ICカード乗車券ラピカ	ラピカ（Rapica）は、ICカード乗車券であるかごしま共通乗車券のうち鹿児島市交通局・南国交通・JR九州バス3者の発行するカード。乗り継ぎ割引ポイント等を付与し、利用促進を図る。
愛知県／ （株）デンソー	デンソーエコポイント制度 （通称・DECOボン）	デンソー（民間企業）が主導し、周辺自治体や市民と連携してエコ活動、ボランティアに取り組み、社員にエコポイントを付与。企業の社会貢献として、官民の連携が特徴的である。
四国 ／四国4地方銀行	ミュージアム88 カードラリー in 四国	四国の芸術、文化施設88か所を廻りポイントを集めると、賞品をプレゼントする。施設の利用促進、観光客誘致などの効果。四国4行（伊予銀行、阿波銀行、四国銀行、百十四銀行）と地元自治体等と連携して実施。参加は169施設。

（財）地域活性化センター 作成

「まちの駅」の連携が生み出す力 ～まちの駅九州会議inみやわか開催報告～



若宮商工会 ● 柴田裕美子

いまや全国で約千七百カ所に存在する「まちの駅」。道路沿いにある「道の駅」をヒントに作られたものだが、「まちの駅」は気軽に、お金をかけず、誰でも取り組むことができる点で、それとは大きく異なる。

地元の商店や事業所のスタッフが「駅長」となり、自らの施設のトイレや休憩スペースを来訪者に提供（休憩機能）し、道案内（情報機能）をしたりと、日々温かいおもてなしをする場である。また、地域住民の立ち寄り処（交流機能）となり、まちの駅同士がつながり合いイベント等の開催（連携機能）も行う。

「道の駅」に比べると小さな取り組みだが、これら休憩・情報・交流・連携の四つの機能を備え、まちの駅の仲間同士がつながっているのも、「まちの駅」の特徴である。

エム・ナイン M-9 まちの駅九州会議

まちづくりの拠点として、まちの

駅同士がつながることで「まちとまち」「地域と地域」がつながり、「九州がひとつ」に——。こうしたスローガンのもと、九州・山口・沖縄の九県のまちの駅（約四百六十カ所）が一堂に集い、お互いのまちの駅を知り、交流を図ろうとの目的で、第一回会議が二〇〇八年に福岡県朝倉市で開催された。

第二回は鹿児島県出水市で開催。まちの駅は、地域住民の「つながり目」となることで地域に貢献できるとの提言がなされた。第三回は宮崎県高鍋町で開催。「（地域を）心でつなげ、（まちの駅同士の）心をつなぐ」ことが大切であることを確認した。毎回テーマをつなげながら、議論を重ね、第四回となる今回は「つながるチカラ」をテーマに、「まちの駅がつながることによって、どんなチカラを生み出すのか」と、まちの駅の可能性を見極めることを目的に企画された。

「まちの駅」は見えない線路でつながっている…

六月十二、十三の両日、九州のみならず、全国から自治体関係者も含め約百三十人が参加し、地元郷土芸能「司書太鼓」の披露でお出迎えの後、三部構成の会議に入った。

初めに、会議のコーディネーターを務める「まちの駅ネットワークふくおか」の手嶋隆行氏によるまちの駅講座や会議趣旨説明に続き、九州のまちの駅仕掛け人の一人である（株）まちづくり研究所の今泉重敏氏による基調講演が行われた。

今泉氏は、まちの駅がつながることによる効果や期待されるもの、つながりの事例やポイント、今後の展開などに触れ、

「まちの駅は見えない線路でつながっている。心と心のつながりは、やがて信頼関係となり、一人ひとりがやれることをやり、人を幸せにする喜びを…」と呼びかけた。

各地域のまちの駅グループによる事例発表では、甘木・朝倉地域（福岡）と南薩ブロック（鹿児島）、そして宮若市（福岡）からそれぞれ、まちの駅連携の取り組みが報告された。

最後は「ワールドカフェ方式」によるワークショップでは、百人を超す参加者が六、七人に分かれ、



全体会のもよう

大井戸端会議”の場で活発な意見交換会が行われた。

最後にコーディネーターが総括として「顔が見える、心が見える、信頼のつながりが、できないことをできることに」というキーワードを提案し、会議は終了した。

また、別会場では「九州ミニ物産展」で各地からの物産を持ち寄り、PR販売をしたり、交流会では、地元婦人会による手づくり郷土料理のおもてなしに舌鼓を打ちながら、和やかな交流のひとつを過ごした。

夜は、脇田温泉周辺へホテル鑑賞をし、翌日は市内まちの駅めぐりで、

石炭記念館やトヨタ自動車九州工場（インフォメーションセンター）がまちの駅になっている」を視察・見学した。

宮若市まちの駅ネットワーク

ここで主催地となった宮若市のまちの駅の取り組みを紹介する。

宮若市には、十九カ所のまちの駅がある。官民のさまざまな業種、小さな店（コンビニや葬儀屋さんもある）から大手企業のトヨタ自動車九州まで幅広い「駅」の集まりで構成されている。

宮若市のネットワークでは、大きく

三つの取り組みをしている。

一つは、市内のさまざまなイベント情報を網羅した「宮若イベントカレンダー」を作成し、市内の集客地に掲示している。二つ目は、市内外のお客様に宮若市のまちの駅や観光スポットに足を運んでいただくための「スタンプリリー」の実施。三つ目は、携帯電話を利用した情報配信システム「宮若まるごとナビ」の自主運用である。

また月例の駅長会議では、情報交換を行い、ネットワークでの取り組みの強みを発揮している。

宮若市は「とれる観光みやわか」

と銘打ち、さまざまな観光活性化施策を行っているが、宮若市まちの駅ネットワークは前述のように、自主性・主体性をもって観光客へのおもてなしの先頭に立ち、観光地としての宮若市をめざし、行政とともに歩んでいる。

第四回大会開催を終えて

まちの駅九州会議を宮若で開催して、多くの方との交流ができたメリットはもちろんのこと、開催に向けた実行委員一人ひとりが、知恵を絞り取り組んだプロセスが、我々にとって何より大きな成果だったと感じている。

まちの駅の「種まき」と「苗植え」が終った今、これからもっと大きく自らが育ち、育て合いながら、まちの駅の原点「笑顔のおもてなし」を忘れず励んでいきたいと考えている。



交流会のもよう



拡大井戸端会議のもよう



まちの駅見学（トヨタ九州にて）

国際演劇祭による「地域力」の涵養

―ボランティアスタッフが創る「八雲国際演劇祭」―



八雲国際演劇祭実行委員会委員長・芸術監督
特定非営利活動法人あしづえ理事長

● 園山士筆

財団法人地域活性化センターは、「合併市町村住民組織活性化支援事業」として、合併後に主たる事務所が置かれていない旧市町村の地域を活性化することを目的に、住民組織等が自主的・主体的に実施する事業を支援している。今回、平成二十二年度に同事業を活用した八雲国際演劇祭実行委員会の取り組みを、同委員会の委員長・芸術監督であり特定非営利活動法人あしづえ理事長の園山士筆氏にご紹介いただく。

(企画・コンサルタント業務課)

公設民営劇場の誕生

劇団あしづえ(現NPO法人あしづえ)は、旧・松江市で一九六六年から活動していたが、〈演劇を人々の暮らしの中へ〉浸透させたいとの思いから拠点になる自前の劇場を建てる土地を探していた。

一方、松江市の南隣りの八雲村は、「これからは文化による施策が地域を活性化する」と考えていた。この出会いから村が劇場を建設することになり、一九九五年、国内初といわれる公設民営劇場「しいの実シア

ター」(固定席百八)が過疎化に悩む平原地区に誕生した。

地域力が育成される演劇祭を体験して

その前年の一九九四年、あしづえは、「第二回アメリカ国際演劇祭」のコンテストに出場し、宮沢賢治原作の「ゼロ弾きのゴージュ」でグラプリを獲得した。その大きな喜びに加えて、アメリカでの演劇祭運営の新鮮さに衝撃を受けた。

それは、①NPOが地域の劇場を運営し、②地元企業の支援を得て、資金・人材・経営ノウハウの提供を

受け、③リスクマネジメントも整備し、④ホームステイなどの多彩な交流機会を設け、⑤ハイレベルの作品を選定し、⑥驚くほど観客の反応が良く、⑦なによりもボランティアが生き生きと輝いていた、からだ。

人口九万人の小さな町の演劇祭を体験して、八雲のような七千二百人の村でも、地域の人々と行政と劇団の三者が手をつなぎ、地域づくりとして「新しい運営」の国際演劇祭を継続すれば、地域の活性に大きな役割を果たすはずだ、と確信した。

しかし、予算も交通機関もホテルもレストランも不備な、一見「なにもない田舎」で国際的催事を始めるにあたって必要不可欠なものとは…。熟慮した結論は、地域づくりとは結局は人づくりだから、人が育つような仕組みが必要である、ということだった。そうして完成したのが

ボランティア活動の手引きとなる「活動の指針」だった。

①地域の人々と行政と劇団の三者が対等の立場で知恵と汗を出し、完全無償ボランティアで、②「演劇」の浸透を図り、③国際社会で生きていく力を育てながら、④対話を深めて最善の方法を見つけ、⑤プロセスを大切にして改善を重ねていく、⑥このような演劇祭を継続すれば「まちづくり」に発展していく。

つまり演劇祭のボランティアは、「お手伝い」でも「縁の下力持ち」でもない。自らが企画し、準備し、開催して、振り返りながら改善していく役割を担っている。この演劇祭が形式的なイベントにならないよう三者の「長期の活動」としての取り組みが八雲国際演劇祭の「新しい運営」だった。

演劇祭の「概要」

こうして「八雲国際演劇祭実行委員会」が発足した。一九九九年に実験的な演劇祭と位置づけた「99八雲国際演劇祭」が成功裡に終了したことから、三年に一度の定期開催を決め、二〇〇一年に「第一回」、二〇〇四年に「第二回」を開催し、いずれも大成功を取めた。

二〇〇七年の「第三回」は、二〇



第4回八雲国際演劇祭開会式



中学生ボランティアは英語を試して

○五年三月三十一日、八雲村は近隣の玉湯町、宍道町、島根町、鹿島町、美保関町、八束町、松江市と合併し人口十九万人の新・松江市となったため、「松江市」として実施した。

地域活性化センターの支援事業を活用して、二〇一〇年に開催した「第四回」は「三歳から楽しめる演劇祭」をキヤッチフレーズに「より親しみやすい演劇祭」を目指した。開催期間は十一月三日から七日までの五日間。ブルガリア、イタリア、ベルギー、ロシア、スロバキア、日本の六カ国十一劇団が集まった。

「特別公演」は、日本語で上演するブルガリア、言葉がわからなくても十分理解できるイタリア、主催劇団のあしぶえ。「コンテスト公演」は、国内外五つの劇団が上演時間五十分以内で競演し、優れた劇団や俳優に賞が贈られた。「ファミリー公演」は、

三歳から観劇できる人形劇や即興劇など。市内の小・中学校へ出かけていく「学校公演」は八校実施した。そのほか、海外パフォーマンスによる「ワークショップ」や参加劇団員が小中学校に出かけていく「学校訪問」も行った。主会場は「しいの実シアター」と四百十四席の「アルバホール」。観客数は三千九百一人、延べ参加者数は一万人を超えた。

「新しい運営」のいろいろ

「新しい運営」例をご紹介します。

① 予算は、補助金、助成金のほか地元企業・団体、個人からの支援を集めた。いわゆるファンドレイジング（資金調達）である。演劇祭を始めた頃、資金調達は劇団の仕事だったが、徐々に、ボランティアの活躍が目立ってきた。

② 交通については、八雲地区では

土曜、日曜にはコミュニティバスは運休している。そのため、マイクロボスによるシャトルバスを運行。海外劇団員の関西国際空港への送迎も行った。

③ 今回のヒットは、八雲町内観光を実現したことだ。地域の神社の祭りや紙漉き、炭焼きなどに参加劇団員を招いて日本の生活文化を伝え予想以上に大変喜ばれた。

④ しいの実シアター周辺には食事処がないため劇場の駐車場に、百席の大型仮設レストランを作り、宗教やアレルギーにも対応できる料理を提供した。小・中学生ボランティアも一人前に働いた。

⑤ 宿泊は地元的一般家庭にお願いし、国内外の参加劇団員約四十名をホームステイで受け入れた。この体験は一生忘れないものとなる。

⑥ 通訳は、ボランティア通訳を募集し、審査員や舞台スタッフなどの専門的な通訳から日常会話にいたるまでを対応した。

これら「新しい運営」は、すべてボランティアの知恵と工夫と汗によって実現し、彼ら自身も「大きな感動とやりがい、得がたい体験をした」と語っている。

「地域力」

このような演劇祭に対して、イタリアの劇団員は、「こんな田舎で、こんなハイレベルな演劇祭があるとは」と驚嘆した。ブルガリアの著名劇団員は、「今まで百五十の国際演劇祭に出場したが、八雲の演劇祭ほど温かく心に残る演劇祭はない」と語っていた。

十一年間にわたる演劇祭の開催が、小学生から七十歳代までの延べ二千十九人のボランティアスタッフに多様な体験を与えた。「八雲国際演劇祭」は、地域経済を潤すような大フェスティバルではないが、こういった地中に太い根を張った催事を継続していけば、やがては「地域力」という大樹が育っていくだろう。

■合併市町村住民組織活性化支援事業の概要

【事業概要】

地域自治組織、コミュニティ、NPO、自治会等が自主的・主体的に実施するソフト事業を支援し、合併後に主たる事務所が置かれていない旧市町村の地域を活性化することを目的とする。

【助成対象団体】

平成11年度以降に合併した市町村及び平成23年度に合併予定の市町村

【助成金額・助成率】

助成金額は、200万円が上限（平成22年度までは、300万円が上限）
助成率は、助成対象経費の100%以内

【交付団体】

平成22年度 35団体
平成23年度 25団体（予定）

【問い合わせ】

企画・コンサルタント業務課
電話番号 03-5202-6133

WA(輪)をコンセプトに地域づくり

―矢板の移住・交流推進に向けた取り組み―



財団法人矢板市農業公社 事務局長

● 小堀幸夫

都市から地方への移住・交流は、人口減少社会における地域活性化策の柱として期待される。地域活性化センターでは、「移住・交流推進支援事業」として、地方が都市住民などを受け入れる移住・交流の推進により地域を活性化することを目的に、地域団体もしくは市町村が自主的・主体的に実施する事業を支援している。

今回、平成二十二年度に同事業を活用した財団法人矢板市農業公社の取り組みを、同事務局長小堀幸夫氏にご紹介いただいた。

矢板市は栃木県の北東部、県都宇都宮市から約三十^{キロメートル}、東京から北に約百三十^{キロメートル}の所に位置し、人口は約三万五千人。市への公共交通施設として、東北自動車道の矢板IC、国道四号、JR東北本線の矢板駅、片岡駅の二駅があり、交通の利便性が非常に高い地方都市である。

国内有数の大手家電企業の大規模工場が立地し、肥沃な土地と豊富な水資源を活かした稲作（ブランド米「たかはら米」）や県内生産量第一位のリンゴ、椎茸など魅力あるものが多く存在している。モノだけでなく、

一度知ると再度訪れたいと思わせる人情も大きな魅力の一つである。

しかし、市を取り巻く社会情勢は他市町村と同様に人口減少・少子高齢化が進行しており、地域社会の後継者不足が深刻化している。

「WA」をキーワードに 移住交流

その打開策として、農業の振興と農業者の地位向上を狙いとして設立された財団法人矢板市農業公社（以下「農業公社」）が主体となり、農業体験ツアー等の地域特性を活かした活性化策を、地域活性化センター

の平成二十二年度「移住・交流推進支援事業」助成金の支援を受けて実施した。

施策を検討するにあたり、首都圏及び矢板市住民のニーズを調査したところ、近年の首都圏住民の自然志向、食への関心や人との交流に対する欲求が年々高くなってきていること、また市民の間でも、都市住民との交流により、地域に新たな風を取り込もうとする意識が高まっていることが分かった。

そこで、首都圏に住む人たちと、矢板市民の出会いのマッチングを企画実施し、「来る人」も「住んでいる人」も幸せとなるような活動を展開したいと考えた。

活動のコンセプトキーワードとして「WA(輪)」を選択した。「WA」とは、ひと・モノ・知恵をつなぐ「輪」、やさしさ・もてなし・感謝の「和」、

都市と地方のコミュニケーション・知恵の交流の「話」である。

理想とする将来像を見据えて、ホームページの活用（輪・話）、矢板体験ツアーの開催（輪・和・話）、田舎暮らし相談イベントへの出席（和・話）、田舎暮らし体験の告知（輪）、コンシェルジュ育成（和）、お試しの家体験者交流会（輪・和・話）など、移住交流につながる取り組みを実施した。

県内でも、農業公社の取り組みは、地域の特性を活かした地域活性化策の一つとして期待されている。その具体的施策を次に紹介する。

■ホームページの活用

誰もが、自由に都合がいい時間に閲覧でき、またより多くの方に旬な情報を伝えることができる手段として、農業公社ホームページを田舎暮らしに興味ある都市住民をターゲットにした移住交流に関するものへリニューアルした。

リニユーアルのポイントとしては、ホームページ上で体験者の声や、交流会の様子、田舎体験ツアー等のイベント情報を提供するページ（ブログ等）を設け、実際の状況が伝わるよう工夫した。（<http://www.yaita-nougyoukouksya.jp/>）

■移住・交流推進支援事業の概要

【事業概要】

地方が都市住民などを受け入れる移住・交流の推進により地域を活性化することを目的として、NPO、ボランティア団体、各種協議会、商工会議所等の地域団体もしくは市町村が自主的・主体的に実施する移住・交流事業に対し支援する。

【助成対象団体】

市町村（特別区を含む）

【助成金額・助成率】

助成金額は、1件につき200万円が上限
助成率は、助成対象経費の100%以内

【交付団体】

平成22年度 25団体
平成23年度 41団体（予定）

【問い合わせ】

企画・コンサルタント業務課
電話番号 03-5202-6133



矢板まるごとツアー（りんご収穫体験）



矢板まるごとツアー（しいたけ収穫体験）



そばうち教室

ことで、矢板市を多くの人に知ってもらい、市外にファンを一人でも多く作っていき、矢板市の「輪」が大きくなり、移住先として魅力ある地域となるように、まちづくりを展開していきたい。

■矢板体験ツアー開催

首都圏の方々に、矢板市へ来ていただくきっかけづくりのため、田舎体験ツアーを実施した。

第一回は、農作物等の収穫時期である秋（十月）に、子どもを中心とした東京都内住民六十名を対象として、リング狩りやイワナつかみ取りなどを行う日帰りツアーを実施。参加した多くの子どもたちは、田舎での初体験に大きな感動と喜びを感じているようであり、同行した親の声やツアーに対するアンケートでも、「再度訪問したい」との意見が挙げられ、高い評価を得た。

第二回は、十一月に首都圏住民四十五名を対象として、りんごやしいたけの収穫体験、古民家での田舎料理バイキングや温泉入浴などの、日帰りバスツアーを実施した。これに

は、四十五名の定員に対し百名近い申込みがあり、募集期間を繰り上げる程、大変な反響であった。

実際に参加された方にも、さまざまな田舎体験や地元住民との温かい交流に大変満足していただき大きな成果が得られた。

■田舎暮らし相談イベント出店

ホームページやチラシだけでなく、首都圏住民と直接接して市の良さを伝えるために、首都圏で開催される田舎暮らし相談フェアや物産展にも数多く参加した。

出展したイベントでは、古民家での田舎暮らし体験や市の特産物のPRを行い、矢板市に興味を持ち、情報提供を希望される相談者へ、矢板の旬の情報をお届けする「矢板ふるさと情報飛脚便」に登録いただき、定期発送することで、問い合わせの件数も増加した。

■コンシェルジュ育成

矢板市民と都市住民との仲介役として活動するコンシェルジュの育成を実施。第一号には、お試し田舎暮らしの体験を経て市へ移住した夫婦を抜擢した。

矢板体験ツアー時に、田舎暮らしの体験談を語ったり、矢板産のリングを使ったジャムづくりを指導するなど、移住者の生の声を届け、都市住民との交流の橋渡しを担った。

■お試しの家体験者交流会

農業公社では、古民家に数カ月間暮らしながら農業体験を実施する「お試しの家」事業を実施しているが、今回過去のお試しの家体験者を集めて交流会を実施した。

体験者同士でその体験談や移住に対する考えを話し合い、そこから、今後の課題やこれまでの成果が確認でき、また、これまでになかったお試しの家体験者同士の交流が図ら

れ、今後の移住に対する貴重な時間となった。

交流会参加者には、既に矢板市へ移住した方、移住を決意した方も参加したため、これから移住を考えていた参加者に対して具体的なアドバイスや注意点などの情報を提供でき、参加者の移住に関する気持ちを盛り上げる良い刺激の場となった。（お試しの家体験者十名参加）

今後の展望

これらの取り組みを継続的に実施し、成功に導くには、多くの困難があり多くの努力が必要である。その中で、コンセプトワードとして「輪A」のもと行った今年度の取り組みには確かな手ごたえを感じることができた。

今後も、今回の取り組みから出た課題をブラッシュアップし、体験ツアーやお試し田舎暮らしを継続する

殿川ダムの景観再生をめざして 埋もれた地域資源の魅力高める活動

荊田町は福岡県の北東部、京都郡みやこぐんに属する人口約三万六千人の町である。波穏やかな豊前海に面した町の東側は、港湾が発達し、セメントや自動車産業などが集積する九州有数の工業地帯である。海上には、平成十八年に開港した「北九州空港」があり、北九州地方の表玄関として役割を担っている。

町の西側は高城山や水晶山、平尾台に面し、山々から流れ出る清らかな豊富な水源の恵みを受け、稲作な

どの農業が盛んで、農林水産省の「美しい日本のむら景観百選」にも選ばれた棚田の風景が広がっている。

ダムが住民の憩いの場に

荊田町の街並みと工場群、豊前海を一望する高台に、殿川上流の谷間を高さ七十五メートル、幅百七十メートルの堤防でせき止めた総貯水量百十五万トンの殿川ダムがある。県内の多くのダムが治水、農業用のダムであるで、殿川ダムは工業用ダムとして、町内二十二の工場や事業所に一日三万トンの工業用水を供給している。

全国にあるダムの多くが人里離れた場所にあるなかで、殿川ダムは住宅地に近く、毎日の散歩に訪れる人も多い地域住民の憩いの場だ。

ダムの北側には、平安末期に制作されたといわれる総高二百七十五メートルの木造薬師如来坐像（県指定彫刻）

が安置された九州四十九院薬師霊場の一つである天台宗宝蔵院相円寺があり、観光客も少なくない。

今回、町の活力の源である産業を長年支え、地域の憩いの場としても親しまれてきた殿川ダムの景観を再生し、地域資源としての魅力を高める活動を行っている殿川クリーンクラブを訪れ、守由利子会長と古賀新緑副会長に活動状況をうかがった。

埋もれていた地域の宝

クラブの活動拠点は、ダムの造成に際して土砂を採取した二万五千平方メートルの跡地に地元有志が桜を植え、それ以降、四十年近く放置されていたダム南側の広場である。

クラブ発足以前の広場には雑木が生い茂り、ダムを囲む道路からは湖面を見ることができなかった。平成二十年二月、近くに住む数名がこの

景観を憂い、雑木を刈り取り、桜の周囲の木々を伐採したところ、これまで見えなかったダムの湖面や街並みが見渡せるようになった。

再び姿を現した桜が多くの花を咲かせた同年四月、この活動を広げたいこうと「殿川クリーンクラブ」を発足させた。現在は二十五人の仲間が集まり、まだ雑木に埋もれている四十本を超える桜の再生と景観づくりの取り組みを進めている。

クラブの発足とともに、福岡県の「健やか道路事業」の指定を受け、県から当該地を借用し景観の再生と保全活動を行っている。県の指定を受けることにより、毎年県から清掃用具等消耗品の提供と、傷害保険への加入の支援を受けている。

また、地域活動の支援を目的とした荊田町の「協働のまちづくり事業」を活用し、クラブ発足から平成二十二年までの三年間で五十万円の補助を受け、活動に使用する機材を整え、クラブの基盤作りに役立ててきた。

平成二十一年からは、地域住民の協力を得て、毎月三ト以上の資源ゴミを回収し、町の資源回収事業を活用することで、年間三十万円以上の運営資金を調達するとともに、緑づくりや花いっぱい運動推進事業により町から苗木の提供を受け、植樹を

★ 団体プロフィール ★

設立年月＝平成20年4月

設立・運営主体＝殿川クリーンクラブ

代表者＝守 由利子

会員＝25人

<連絡先>

〒800-0362

福岡県京都郡荊田町馬場400

TEL/FAX 093-436-0559



よみがえった桜



植樹会の様子



守会長（左）と古賀副会長（右）

行っている。
クラブ発足時から会員一人当たり
年二千円の会費での運営を前提とし
ていたが、行政との協働により活動
内容の充実が図られている。

目に見える活動の成果

活動を始めて一年後の平成二十一
年春には、雑木に覆われていた桜が
見事な花を咲かせ、少しずつ人が集
まる場所となった。同年秋には、五
百六十年の歴史を誇る地元の秋祭り
「荊田山笠」に併せて、JR九州に
よるウォーキングイベントが開催さ
れ、町内外から八百五十四人の参加
者が集まった。

このイベントでは、クラブと町が
企画に参加することで、殿川ダムも
コースに組み込まれ、多くの人に広
場の景観を楽しんでもらい、クラブ
の活動を知ってもらう機会となっ
た。

また、昨年の春にはクラブによる
手作りの花見会を開催し、百五十人
の参加者を集めた。今年は町と共同
で第一回さくらウォーク&ラリーを
開催し、桜が遅咲きだったにもかか
わらず百人が参加した。

埋もれていた誇れる地域資源を
知ってもらうため、会員がアイデア
を出し合い、桜のライトアップなど
様々なイベントを企画し、地元の食
材を使った料理をふるまうなど、地

域外との交流を図っている。

平成二十一年からは、毎年三月に
植樹会を開催し、桜やアジサイなど
二百本以上の植樹を行っている。植
樹会には地域の子供たちが参加し、
植樹した木の脇に子供の名前を記載
した立て札を設置することで、日々
の成長を気にかけて、地域とのかかわ
りを持つ意識が育まれている。

誇れる地域をめざして

かつての景観がよみがえり、魅力
の高まった広場の背後には、町を東
西に横断する採石所のベルトコンベ
アが通り、ダムの西側には岩が削り
取られた山が見える。

これらの構造物は町の発展の証で
あり、工場、山、湖、海が見渡せる
「ここ」にしかない景観を大切に守
り、次世代につないでいくことがク
ラブの役割である。

「自分たちが子供のころ見ていた
風景を、自分たちの子や孫にも見せ
てあげたい。」という気持ちでクラ
ブの活力になっている。

地道な活動だが、活動しただけの
成果が目に見えて表れ、お互いが喜
びを共有できることがこれまで継続
してきた秘訣であり、今後も続いて
いくという確信につながっている。

今後の目標として、荊田町の観光
のメインである工場見学に、殿川ダ
ムと西側に広がる棚田の景観、町の
特産品を含め、地域一帯の魅力を高
めることで、訪れる人に感動を与え、
地域の活性化につなげていくことを
挙げた。

これまで荊田町の発展を支えてき
た殿川ダムを、今度は住民の手で地
域の誇れる場所として再生させる取
り組みは、これまでになかった地域
の活力を生み出していると感じた。
この「活力」が地域全体に波及し、
世代を超えて誇れる地域づくりにつ
ながっていくことが期待される。

歴史と伝統が息づくまちづくり

～先人が育んだ美しい風景を後世に～

越前市は、福井県のほぼ中央に位置し、平成十七年十月に武生市と今立町が合併して誕生した人口約八万五千人のまちである。このまちの歴史は大変古く、「大化の改新」の頃に越前の国の国府が置かれ、以来、北陸地方の政治・経済・文化の中心地として栄えてきた。

今回訪れた同市五箇地区（不老町・大滝町・岩本町・新在家町・定友町）は、およそ千五百年前から始まったとされる伝統産業の越前和紙の産地

で、和紙業者が軒を並べ、今も昔ながらのたたずまいを見せている。

この五箇地区の歴史・伝統・文化が息づく環境を活かしながらまちづくりを進めている「五箇地区まちづくり協議会（以下、協議会）」を取り、川崎博会長と石川浩事務局長にお話をうかがった。

協働によるまちづくり

協議会の設立は、平成二十年とまだ若く、発端は平成十九年に市が制定した「住みよい街づくり推進条例」による。この条例は市と市民との協働によって、快適で誇りの持てるまちづくりを計画的に推進していくことを目的に制定されたものであり、協議会はこの目的を達成するための実動部隊として、市で最初の「地域まちづくり推進団体」に認定された。協議会には下部組織として五箇の

することで初めて共に協力し合える良好な関係が築ける。地域を良くしたいと願う思いに両者違いはないのである。

地域が潤ってこそ

協議会の行う修景整備が個人の財産である家屋に及ぶ以上、地元住民の十分な理解なしには活動は成り立たない。そのため、協議会ではワークショップ等を行い、地道に一軒ずつ協定を取り交わす。協定は年間を通じていつでも締結することができ、各町の中には協定者が九割を超えるところもある。

協議会の活動の趣旨に賛同し、協定書にサインをした家であれば、一定のルールに基づき、家屋修景時に最大で百五十万円までの補助を受けることができる。この補助金の財源としては、市の熱心な推進から年間約三百万円の前金が計上されており、まさに行政と一体となった取り組みと言えよう。

ただし、この家屋修景を行う際は、一つ条件を満たす必要がある。修景を請け負う業者は、必ず市内から選んでもらうことになっている。これにより地域にお金が落ち、循環することによって地域全体に活力を与えること

★ 団体プロフィール ★

設立年月＝平成20年3月
設立・運営主体＝自主的組織
（コミュニティ組織）
代表者＝川崎 博
＜連絡先＞
〒915-0234
福井県越前市大滝町11-13
TEL 0778-43-0330

ができる。

取り組みの中から学ぶ

設立当初を振り返る川崎会長は、「最初は、家屋の修景にかかる費用のどこまでを補助の対象とするかの明確なルール作りに苦労した」と語る。協議会では、当初から修景に係わる規定を定めてはいるが、いざ実際に工事を行うとなると、細かい部分で頭を抱えることが多々あり、その都度、業者や行政との調整を図る必要があった。

最初は何事も手探りの状態であったが、活動も三年目を迎えたことでようやく実績も増え、今ではルール

が確立されてきたと言う。

また、市からの補助を受けている以上、いつでも好きなときに着工できるといふ訳にはいかない。早い時期から予め希望者を募り、順番に改修を行っていく。住民が手を挙げてから着工に移るまで半年以上かかることもあれば、年度内に完成させるため大急ぎで取りかかることもある。この時間的ギャップが今後の課題であり、一連の流れをスムーズに行える仕組みづくりを行政と調整していく必要がある、と川崎氏は言う。

まちづくりは終わらない

協議会設立からひたむきに走り続



川崎会長（右）と石川事務局長（左）



五箇地区の卯立建築



修景された家屋

けた三年間。その成果として、この地を訪れる人は年間を通じて着実に増加している。

しかし、まちの魅力を知ってもらうには、ハード面の整備だけでは足りない。本当の魅力とは、その地に根付く歴史や文化、そこに住む人々の営みを感じてもらうことで伝えられる。訪れる人々にまちの魅力を肌で感じてもらう、地域全体が活性化していくことが協議会の目標であり、そのためには、古き良き地域資源を守りながらも、時代のニーズにあった最大限の活用が必要となる。

今後の展望として、観光客の呼び込みと同時に、伝統産業である和紙産業の再生も視野に入れたまちづく

りを協議会は計画している。言わば産業観光を取り入れたまちづくりである。

特に昨年、地区内で撮影され、越前和紙の職人を主人公にし、この秋から全国上映される映画「ヘソモリ」をきっかけに、地区内に今ある約五十軒の和紙工場での見学受入れや体験メニューの創出など、越前和紙の積極的なPRと活性化につなげていくことを予定している。これらを通じて、ここで働く人が少しでも増えてくれればと川崎氏は願う。

今後、実現に向けては、各工場の改修や職人との腰を据えた議論を行っていく必要があり、乗り越えるべき壁は決して低くはない。しかし、まちづくりに終わりはない。まちをより良くしたいと願う熱い思いがそこにある限り、まちは常に成長していく。協議会を引っ張る川崎会長と石川事務局長の話には、まちづくりに対する確かな情熱を感じ取ることができた。

歴史と伝統が今もなお強く息づく五箇地区。このまちは郷土愛に満ちた住民の手によって古のまち並みを堅持しつつも、常に新しい呼吸をしていくことだろう。

編集委員

● 京野利勇

福島県八重洲観光交流館（福島県）

常連客に支えられ物販は好調 旅のプロが常駐、旅行計画に助言も

東京駅八重洲南口から三分の場所に福島県八重洲観光交流館はある。平成二十一年七月にオープンし、もうすぐ二年目を迎える。物産販売、観光案内、県内市町村イベント開催などの事業を行っている。

訪問したのは、平日の午後四時。通常は客足が遠のく時間帯であるが、レジは長蛇の列。東日本大震災、福島第一原発事故で困難な状況にある福島県だが、風評被害対策キャン



福島県観光交流館 入口



男性の来館者も多い

【ショップ・データ】

福島県八重洲観光交流館（福島県）
東京都中央区八重洲2-6-21三徳八重洲ビル1階
電話 03-3275-0855
売れ筋商品：ままだおる（菓子）、みそパン、ゆべし
URL：http://www.tif.ne.jp/jp/sp/yaesu/

ペーンが功を奏して物販の売れ行きは好調だ。同館の売り上げは、四月の前年比が十倍、入館者は四・六倍となった。

ゴルフコンペ賞品を福島産品に

他の被災県のアンテナショップ同様に大震災による、交通網の寸断で、同館も「一週間ほど商品が入らず、危機的な状況でした」と館長の富田潤也氏。商品集めに奔走する一方、

福島県への義捐金の窓口を設け、五月末で約千二百万円を募った。

原発事故による風評被害で福島産品が買い控えられた時も、同館は県出身者や常連客に支えられて、大きな影響は受けていない。震災以後の動きは、同館のブログに紹介され、地元を案じながら頑張るスタッフの様子がつづられている。

ゴルフデンウィークには、菅首相が訪問し、これが各メディアに報道されたことで、入館者は急増した。週末には館外の歩道にも行列ができる。メディアの報道で福島観光交流館を知り、来館したサラリーマン二人組は、遠慮気味に答えてくれた。

「会社で復興支援ゴルフコンペを開催することになりました。賞品は、福島県の特産品でそろえるため買い物にきました」

自粛するのではなく、通常の生活に戻りながら、復興の支援をしている。

福島県観光交流館には、観光案内・誘致も設立の目的としており、館内の一角に観光コーナーが設けられている。自治

体観光パンフレットだけではなく、民間企業のお得ツアー、旅行商品のパンフレットなどが数多く展示されている。また、テーブルと椅子が設けられゆったりと旅のプランが立てられる。

気がかりな旅行自粛ムード

しかし、「夏休みを前に観光客が落ち込むのではないか」と富田館長は心配している。修学旅行・学校行事や子供連れの家族旅行は激減し、旬のさくらんぼなど果物を味わえる観光農園も放射能の汚染情報によって、太鼓判を押して推薦できない状況だ。

観光の風評被害は農業と同様に大きく、自粛ムードがさらに拍車をかけている。観光客の増加は、旅館、飲食業、土産店、交通等が活性化され広範囲にわたって地域経済を潤す。

福島県観光交流会館には、県の魅力を知り尽くした旅のプロが常駐し、安全で楽しめる観光スポットを紹介し、夏休みの計画も手伝ってもらえる。東北の玄関口・福島県から被災県への旅の第一歩として、八重洲交流館を利用することが期待されている。



長崎市長 ● 田上 富久

あなたの市や町は 非核都市宣言をしていますか？

実は、日本の自治体の八五%以上は、「平和都市宣言」や「核兵器廃絶決議」などさまざまな名称で、何らかの非核都市宣言を行っています。

非核都市宣言は、一九八〇年にイギリスのマンチェスター市の宣言をきっかけにイギリスの自治体に広まり、やがて世界中に広まったといわれていますが、このことはとても大きな意味を持っています。どこかの自治体が単独で行うだけでなく、さざ波のように広がることで「世界の市民の意思」という目に見えないパワーを発することができからです。

わが国でも、非核宣言自治体のネットワーク化の動きがあり、一九八四年には「非核都市宣言自治体連絡協議会」が生まれ、一九九〇年からは核兵器廃絶と平和を願う自治体の集まりという位置づけの「日本非核宣言自治体協議会」（略称・非核協）として、さまざまな活動が続いています。

こういった宣言をするときに気をつけなければならぬのは、一種の「流行」のような形で動いてしまい、「宣言はしたけれど…」という実態のないものになりがちなことです。あるいは、時間の流れとともに、当初の「思い」が薄れ、活動が下火になったり消えたりしてしまうことです。

非核協では、それを防ぐための具体的な活動のきっかけづくりに力を注いでいます。

その一つが「ミニミニ原爆展」キットの提供です。これは、大掛かりな準備をしなくても、広島・長崎原爆展が開催できるパネルを提供するものです。自治体主催でなくても、たとえば子ども会や自治会の行事として開催する場合などにも使えるように工夫しており、多くの自治体や市民グループに活用していただいています。昨年も報告をいただいただけでも、八十三自治体、約十二万人の皆さんにミニミニ原爆展をご覧いただきました。

「親子記者」も反響の大きい事業です。これは、毎年八月九日前後に加盟自治体の親子に長崎市においていただき、さまざまな平和活動取材していただき、新聞を作ってもらう事業です。昨年は、被爆者はもちろん、IAEAの天野事務局長や各国大使にもインタビューしました。帰った後は、学校で発表したり、地元の市長さんに報告したりする親子が多く、子ども達にとっては、間違いなく貴重な体験の場となっています。（親子記者新聞 <http://www.nucfreejapan.com/oyakokisyu.htm>）。

広島の被爆アオギリ、長崎の被爆クスノキの苗の配布なども行っていますが、こういった活動の意味は、もちろん「宣言の風化を防ぐ」といった消極的な意味だけではなく、「核兵器の脅威から市民を守る」という課題は、過去の話ではなく、現在と未来の問題です。他人事ではなく、私たちの問題です。原爆と原発事故はまったく様相が違うものですが、今回の福島第一原子力発電所の事故は、放射線による汚染が地球に住む私たち全体の問題であり、チェルノブイリの事故も含めて、地球が思っていた以上に狭いことを体感する契機となりました。

非核協では、核兵器を巡る世界の現状を学ぶ資料を提供したり、北東アジアの非核兵器地帯化に向けて研究したり、代表団を核不拡散条約（NPT）再検討会議に送り込んで「核兵器はいらぬ」という日本の自治体の意思を示したりと、さまざまな活動も行っています。

具体的な活動で、平和都市であることを発信したい、市民に根付かせたい、と考えておられる自治体の皆さんの非核協への参加を呼びかけます。

*日本非核宣言自治体協議会についてのお問い合わせは、長崎市平和推進課（電話095-844-9923、ホームページ <http://www.nucfreejapan.com/>）まで

二拍子の楽園。



阿波
おどり
AWA ODORI TOKUSHIMA 2011

8/12・13・14・15

●主催:徳島市観光協会・徳島市商工観光局 ●実行:阿波おどり実行委員会 ●後援:徳島県・徳島市・徳島県商工会議所

歴史と自然が描くまち



■琴ヶ浜 何万年もかけて洗われた石英を多く含む砂浜で、歩くと砂がキュッ、キュッと鳴ります。

大大田市は、島根県のほぼ中央部に位置し、東は出雲市、西は江津市に接し、北部は日本海に面しています。北東から南西に伸びる海岸線は46kmにおよび、平坦部から山間部へと奥深い区域を有しています。南東部には、国引き神話の舞台として出雲国風土記にも登場する大山隠岐国立公園に指定されている標高1126m(いいふろ)の三瓶山(さんべさん)があり、自然の奇跡が生んだタイムカプセル縄文の巨大地底林・三瓶小豆原埋没林が公開されています。

市内には、平成19年7月に日本国内14番目の世界遺産として登録された「石見銀山遺跡」があります。鎌倉時代末期に発見されたといわれる石見銀山を中心に発展し、戦国時代から江戸時代初めにかけては日本経済のみならず世界経済にも大きな影響を与えた地域として栄えてきました。

世界遺産登録を機に多くの来訪者をお迎えし、豊富な湯量を誇る三瓶温泉や温泉津温泉にもお泊りいただいています。さらに、地元を挙げて来年の世界遺産登録5周年に向けた記念事業の企画に取り組んでいますので、是非おいでください。



■温泉津舞子連中 温泉津温泉街にある龍御前(たつのごぜん)神社で毎月1回「夜神楽」を上演しています。



■温泉津(ゆのつ)温泉 「重要伝統的建造物群保存地区」の中にある温泉街はここだけです。



■龍源寺間歩(りゅうげんじまぶ) 銀鉱石を求めて掘られた坑道で、一般公開されています。



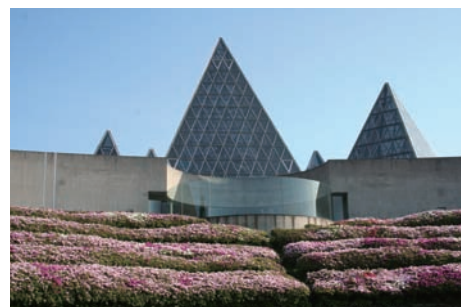
■大森町並み 電線の完全地中化によりすっきりとした町並みになりました。



■埋没林 4千年前の自然が育んだ巨大杉が、太古の姿のまま地底にそびえ立ちます。



■浮布池(うきぬのいけ) 三瓶山を映し出す絶景ポイントです。



■仁摩サンドミュージアム 高さ5.2m、直径1.0mの世界最大の砂時計があります。

平成23年度地域再生実践塾開催のお知らせ

地域再生の方法について、さまざまな視点から考えるワークショップ「地域再生実践塾」を全国5カ所で開催します。皆さまのご参加をお待ちしております。

◆開催内容

第1回 富山県富山市「コンパクトシティにみるまちづくり」

開催日：6月29日（水）～7月1日（金）

会場：富山国際会議場＜※終了しました＞

第2回 滋賀県高島市「環境との共生によるまちづくり」

開催日：9月14日（水）～16日（金）

会場：安曇川公民館＜申込締切：8月19日（金）＞

第3回 埼玉県草加市「ものづくりでまちづくり」

開催日：10月5日（水）～7日（金）

会場：獨協大学＜申込締切：9月5日（月）＞

第4回 沖縄県那覇市「コミュニティ主体によるまちづくり

～“ゆいま～る”に学ぶ～

開催日：10月26日（水）～28日（金）

会場：那覇市ぶんかテンプス館＜申込締切：9月26日（月）＞

第5回 愛媛県松山市「地域資源を活かした観光まちづくり」

開催日：11月16日（水）～18日（金）

会場：坂の上の雲ミュージアム＜申込締切：10月11日（火）＞



◆対 象 地方公共団体、商工会、NPO学生など、地域再生に興味のある方

◆募集人数 各回50名（定員を超える場合は抽選。なお、会場の都合により変動する場合があります）

◆参加費用 無料（開催地までの往復の交通費、宿泊費、飲食代などは参加者負担）

◆申込方法 申込書を当センターまで送付してください。

申込書の様式は当センターのホームページからダウンロードできます。

*詳しくは、当センターのホームページをご覧ください。

【問い合わせ先】地域支援課 TEL 03-5202-6137

地域づくり団体活動支援事業のお知らせ

地域づくり団体全国協議会では、地域づくり団体の活動を応援する助成事業「地域づくり団体活動支援事業」を行っています。

都道府県協議会及び地域づくり団体が行う研修会、講習会等への講師招へいに要する経費に対して助成します。

謝金及び旅費（宿泊費含む）各10万円、計20万円が上限です。

助成の申請は、研修会など開催2カ月前まで随時受け付けています。

申請手続きなどについては、地域づくり団体全国協議会のホームページをご覧になるか、お住まいの地域の「地域づくり団体都道府県協議会」にお尋ねください。

（ホームページURL）

<http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp/dantai/dantai.htm>

東日本大震災にかかる特定被災地方公共団体等に対する（財）地域活性化センターの平成23年度の年会費の免除について

（財）地域活性化センターにおいては、東日本大震災にかかる地方公共団体における被害の甚大さにかんがみ、平成23年度の年会費について、下記のとおりとすることを今般、開催された理事会において決定しましたのでお知らせいたします。

ご理解の程よろしくお願い申し上げます。

記

- 1 「東日本大震災に対処するための特別の財政援助及び助成に関する法律」（以下「東日本大震災特財法」という。）第2条第2項の政令で定める市町村が当該県内の全市町村の1／2を超える場合、当該県の会費額の1／2を免除する。
- 2 東日本大震災特財法第2条第2項の政令で定める市町村の会費額の全額を免除する。

★日本橋プラザビルイベントスペース

7月

- 7月5日(火)～6日(水)
西尾市観光協会(愛知県)
『西尾市・幡豆郡3町合併記念事業「三河の小
京都 愛知・西尾」観光物産展』
- 7月12日(火)～14日(木)
栃木県農政部農村振興課(栃木県)
『「とちぎ食の回廊」 in 日本橋』
- 7月21日(木)～22日(金)
中国五県物産観光協議会(広島県東京事務所)
『山陰山陽観光物産フェア』
- 7月27日(水)～29日(金)
山梨県観光振興課(山梨県)
『富士の国やまなしマルシェ』

8月

- 8月4日(木)～5日(金)
かつらぎ町観光協会(和歌山県)
『フルーツいっぱい かつらぎ町観光PR』
- 8月25日(木)～26日(金)
片品村(群馬県)
『尾瀬の郷・片品村 農産物&グリーン・ツー
リズムフェア』



(写真)

1 5月23日静岡県菊川茶のPRと販売・地元野菜の直売(菊川市観光協会)

2 5月30日がんばろうふくしま!～ふくしまを応援してください!～(福島県南地方振興局)

【編集後記】

▼小売業やサービス業が発行するポイントカードは今や花盛り。百貨店・スーパー・家電量販店から、航空会社のマイレージサービスまで、顧客囲い込みや販売促進策として定着しています。この手法を公共サービス部門でも試みる自治体が増えていきます。今月号は特集でこうした取り組みを紹介し、課題を探りました。

▼ポイント付与の対象分野は、市民によるボランティア活動や環境保全、地元産品購入などさまざま。ポイントを貯める「ご利益」も民間企業とはやや異なるものの、要は事業主体と利用者の双方にメリットがあるようです。岸本哲也・早稲田大学大学院教授は基調論文で、公共部門がポイント制度による「販売促進策」を長期的に持続させ、効果を期待するには、職員らが顧客志向とはどのようなものかを民間の企画や知恵から学ぶことを勧めています。

▼JR東京駅に近いビルの建設現場。そこを囲う塀に、この付近の空撮写真を年代ごとに並べて紹介しているのを見かけました。時代とともに変貌する八重洲・京橋地区の街の変化が一目瞭然。その中に一九二三年の関東大震災後の惨状や、一九四五五年の空襲で焦土と化したこの地区の写真がありました。

▼ところが、震災五年後の写真にはビルが建ち並び、見事に復興した街の様子がうかがえました。一連の写真を見ながら、東日本大震災の被災地もいずれ復興し、住民が安心して暮らせるまちとしてよみがえるはず…との思いを強めました。

(原田)

【8月号予告】

特集II産業観光によるまちづくり(仮)

地域づくり7月号

2011年7月1日発行 編集・発行=財団法人地域活性化センター

東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル13階 電話03-5202-6131(代) <http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp/> 印刷・製本/株式会社九井工文社

法律で許可された場合以外に、本誌からの無断転載を禁止します

落丁・乱丁はお取り替えます。地域づくり情報課(03-5202-6138)まで、ご連絡下さい。

宝くじは、
地方自治体の公共事業等に
幅広く使われています。

NEW!

ワクワク、
続々。



宝くじの収益金は、
病院や検診車、図書館や動物園、
災害に強い街づくり、
緑あふれる公園、美術館など、
皆様の暮らしに役立てられています。