

見直し内容

事業名	シルバー元気応援ショップ事業
担当部署	保健福祉局 福祉部 高齢福祉課
公開審議 (第1部) における 議論の概要	<p>■シルバー元気応援ショップ事業の現状について (本部)シルバーカードは、65歳以上の方は全員持っているのか。 (所管)65歳になる月に、介護保険被保険者証と一緒に郵送している。 (本部)この事業の目的について、確認したい。 (所管)協賛店での割引などの特典により、高齢者の生活を経済的に支援すること、協賛店の利用を通じ、高齢者の生きがいを創出すること、地元協賛店の利用により、地域経済を活性化することを目的としている。 (本部)協賛店でどのような特典・サービスが受けられるか。 (所管)協賛店によって異なるが、料金割引、ポイント付加というものが多い。</p> <p>■市民の認知度の向上について (本部)制度の周知をどのように行ってきたか。 (所管)案内冊子の配布、ホームページ掲載、市報、シルバーカード送付時の案内等により周知を行ってきた。 (本部)制度の周知について、検討していることはあるか。 (所管)本年9月から10月を目途に高齢者サービスの案内冊子を約18万部作成し、高齢者世帯に全戸配布するが、その冊子の中に協賛店・特典の一覧表を掲載する。</p> <p>■協賛店の拡充について (本部)協賛店側のメリットは、どのようなことが考えられるか。 (所管)高齢者から、使いやすい店、優しい店と思ってもらえる、と考えている。 (本部)協賛店の拡充のため、検討していることはあるか。 (所管)商工会議所と契約し、加盟店1万2千を対象に協賛店への参加を促す。また、チェーン店や大型店舗については、市から直接お願いをしている。それから、介護ボランティア制度との連携も考えている。 (本部)埼玉県のパパママ応援ショップ事業との連携を検討してみたらどうか。 (所管)幅広く利用できるような形を考えていかなければならないと思う。</p>
市民委員の 意見概要	<p><主な意見></p> <ul style="list-style-type: none"> ・効果測定が取れない段階でこの事業を拡大することは一種のギャンブルである。 ・シルバー元気応援ショップ事業と、パパママ応援事業を比較するのはナンセンスである。 ・効果測定が困難だということは、今後改善が難しい点だと思う。目標達成が判断できないがという短所はあるが、利益第一ではない行政サービスにしかできないことである。 ・とてもよい事業だと思う。「パパママ」と「シルバー」の同時協賛など、ぜひ実行して結果を出してほしい。 ・これから送付する情報誌の文字は大きく、大切な部分は色文字でお願いしたい。 ・ポスターは協賛店のほかに、商店街の入口にも「協賛店があります」というものを貼ったらどうか。 ・高齢者が元気である街は活性化と思う。幅広い年齢の人にアピールしたほうがよい。 ・広報、認知度アップには、ショップ案内冊子は毎年1回配布したほうがよいのでは。 ・高齢者が対象にもかかわらず、案内が不親切。「よく見てもらえば見つかると思う」という発言からも、促進しようという思いが伝わってこない。 ・65歳から「シルバー」と言われることに抵抗があるのではないか。

見直し内容

市民モニター 傍聴者 の意見概要	<p><市民モニターの主な意見></p> <ul style="list-style-type: none"> ・協賛店側から考えると、いまよりメリットが多くなれば自然と協賛店の数は増えると思う。 ・認知度を上げるには、各自治会の回覧を利用するとよい。 ・利用実績の測定は、シルバーカード配布者を対象としたアンケート調査を実施すること。 ・お得な制度なのに知らない人が多いのが、協賛店が増えない要因につながっている。 ・認知度アップのためにキャンペーンを展開してはどうか。 ・今後の高齢化社会においてもっと推進すべき事業である。 ・店舗や実際に利用した人へのリサーチは行っているのか。あまり利用されず、評価、評判が当事者から高くないようであれば、予算の縮小が妥当。「精密な効果測定が困難」といっているが、傾向値でもかまわないので、何らかの効果測定をしなければ改善は不可能である。 ・「協賛内容はホームページを見てください」といっても65才以上ではインターネット利用が少ない。そういった点で情報誌の価値は大。 <p><傍聴者の主な意見></p> <ul style="list-style-type: none"> ・効果測定ができていないことに驚いた。
------------------------	---

◎事業所管部局における見直し内容(案)

- 事業認知度の向上を推進し、優待制度の利用者増を目指す。
- 市内協賛店を拡大し、利用者の利便性を高める。
- 効果測定を実施し、現状把握と事業内容の見直しを図る。

■事業認知度の向上

24年度は全高齢者世帯(約18万世帯)に、シルバー元気応援ショップの協賛店一覧を掲載した情報誌「さいたま市シニア生活ガイド」を配布する。これにより、本事業及び協賛店の認知度の飛躍的な向上を目指す。高齢者本人はもちろんのこと、そのご家族にも事業を知っていただくチャンスであり、優待制度の利用促進に繋げる。

また、シルバーカード送付時に同封する案内文にピックアップ協賛店をランダムに掲載するなど、より事業への興味喚起を促すような仕組みを検討する。

来年度以降の事業案内については、最低でも最新の協賛店一覧(簡易版)を定期的に作成し、区役所窓口にて配布することを検討する。

■市内協賛店の拡大

24年度は商工会議所との連携、チェーン店へのピンポイントでの協賛依頼により、徐々に成果が現れつつある。今後もこうした営業活動を継続する。

事業開始時にパパママ応援ショップ協賛店に協賛依頼をしているが、まだシルバー元気応援ショップへの協賛が少ない。上記の営業活動をする際、パパママ応援ショップ協賛店に対して重点的に働きかけていく。

■効果測定の実施

現在、秩父を除く全協賛店に対して、優待制度の利用状況アンケートを実施し、集計中である。回答率は高く、傾向値の把握に役立つものとする。この結果を上記施策にフィードバックし、より効果的な事業展開を検討する。また、上記施策を実施後に状況がどのように変化したか、機会をとらえて再度アンケートを実施することも検討したい。

■検討課題:事業イメージの変更

第1部でいただいた意見及び協賛店からのアンケートの中に、高齢者が「シルバー」という単語に抵抗を感じ、事業が浸透しないのではないかという意見が散見された。「シルバーカード」「シルバー元気応援ショップ」という名称の変更も含め、今後の検討課題。

◎改革担当部局の見解

・協賛店拡充のため、事業手法が類似する埼玉県「パパママ応援ショップ事業」との連携を検討する必要がある。

・現状把握と事業内容見直しを図るため、協賛店だけでなくシルバーカード配布者を対象としたアンケート調査を実施する必要がある。