

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

#### 行財政改革推進本部における論点(審議のポイント)

シルバー元気応援ショップ事業の現状について

市民の認知度の向上について

協賛店の拡充について

#### 主な意見

##### 【市民委員】

- ・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すると思う。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。

##### 【市民モニター】

- ・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。市議会報酬カット分を財源にしたことも立派である。