

デジタルによる創発・共創のマッチングプラットフォーム「YOKOHAMA Hack!」  
「市民活動情報のデジタル化」に向けた実証実験を完了しました

このたび、「YOKOHAMA Hack!」を活用し、市民活動情報のデジタル化を目指して、キャノンマーケティングジャパン株式会社(東京都港区)と令和6年2月より進めてきた実証実験(令和6年2月1日記者発表)が完了しましたので、実証実験の結果についてお知らせします。



<https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/koho-kocho/press/shimin/2023/well-town.html>

(令和6年2月1日記者発表)

## 実証実験について

<p>目的</p>	<p>市民活動情報※1については、中高大生や現役世代など新たな担い手となる世代に十分に届いておらず、また、そのターゲット層への情報発信方法を知らない、自団体の情報が届いているかどうか把握できない団体もあるという課題がありました。</p> <p>これに対し、市民活動の情報を「発信する」「届ける」「反響を見える化する」ことを、デジタル技術を活用して実現するとともに、「スキマボランティア」※2をはじめとするボランティア活動を通じて、市民活動情報を手元に届けるための仕組みを検証しました。</p> <p>※1 『市民活動情報』: NPO 法人や自治会町内会、公園愛護会などの団体情報のほか、ボランティア募集やイベント告知などの情報のこと。</p> <p>※2 『スキマボランティア』: イベントや行事、期間を限った運営参加、活動内容の細分化、分担制など、柔軟に地域活動に参加できるボランティアの形。横浜市市民協働推進委員会からの答申(令和5年3月)において、地域活動への分担制やボランティア制の導入の必要性が指摘されています。</p>
<p>実施概要</p>	<p>今回の実証実験では、横浜市とキャノンマーケティングジャパン(株)の協働により、情報の一元化・一覧化、また、情報がスマートフォンに届く環境を整えるため、コミュニティサイト『ウエル・タウン(仮称)』を構築し、より多くの市民に市民活動を知る機会、触れる機会、体験できる機会を提供しました(青葉区、都筑区の2区で実施)。</p> <p style="text-align: center;"><b>地域情報を知り、興味生まれ、ボランティア体験できる</b></p> <p>① シンプルなUI ② 簡単に情報発信 ③ 情報が届く ④ AIで検索 ⑤ 反響が見える ⑥ サポート体制</p>

# 実験結果

## 1 検証方法

市民活動の情報を「①発信する」「②届ける」「③反響を見える化する」の3つの観点について、以下の方法により今回の仕組みの評価を行いました。

- (1) webサイトのアクセス解析による分析  
令和6年2月1日～5月31日のデータを取得
- (2) 利用者アンケート  
実施期間:5月1日～5月31日 回答方法:電子申請システム 回収数:53件
- (3) 登録団体向けアンケート  
実施期間:5月10日～5月31日 回答方法:電子申請システム 回収数:19件
- (4) 学生ワーキング  
実施日:5月25日 場所:あおばコミュニティ・テラス  
参加者数:中学生～大学生 9名(うちファシリテーター1名)



学生ワーキングの様子

## 2 登録・投稿状況等 (令和6年2月1日～5月31日)

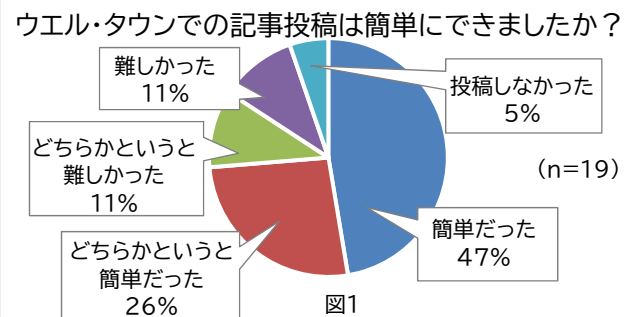
登録団体数	64 団体(青葉区:24 団体、都筑区:40 団体)
投稿数	66 件(青葉区:19 件、都筑区:47 件)

## 3 実験結果

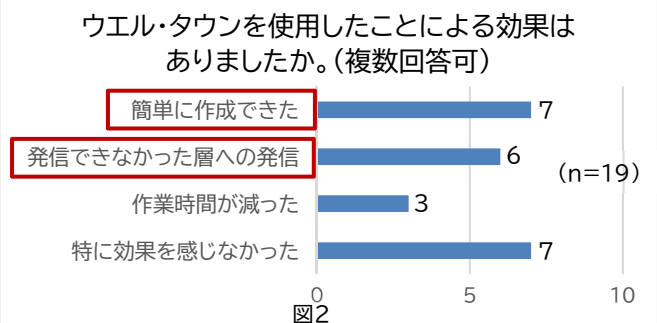
### ① 市民活動情報を発信する

今回構築したコミュニティサイトは、市民活動団体が情報を発信するにあたり、使いやすいツールとなっていること、また、新しく活動に参加する市民を増やすツールとなり得ることがわかりました。

登録団体向けアンケートより、記事の投稿が「簡単だった」「どちらかというと簡単だった」と回答した登録団体が73%でした。(図1)

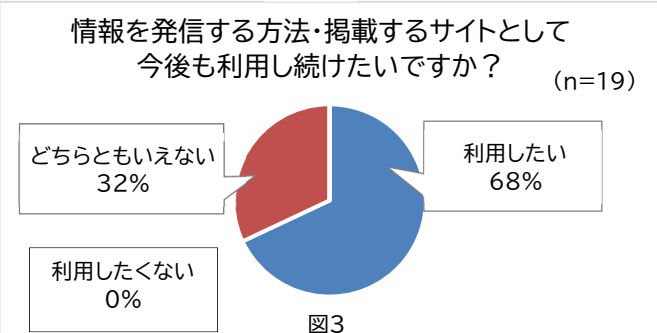


「ウエル・タウンでの効果はあったか」(複数回答可)に対しては、「入力フォームにより簡単に作成できた」と回答した団体が19 団体中7団体、「これまで発信できなかった層への発信ができた」と回答した団体が6団体ありました。(図2)



ウエル・タウン経由で実際に問合せや参加につながったケースもありました。

「今後も利用したい」と回答した団体は、19 団体中 13 団体(68%)でした。(図3)



## ② 市民活動情報を届ける

検索機能や掲載情報数を増やすことにより、さらに使いやすいサイトとなる余地があることがわかりました。また、より多くの人に情報を届けるためには、サイトへの流入を増やすために、広報による周知、幅広い世代を対象とする情報の掲載にも力を入れていく必要があると考えられます。

アクセス解析結果によると、サイトへの流入元として、「ダイレクト」(お気に入り、二次元コード、ブックマーク、URL等からの流入)が 3,070 件で、全体の約 81.6%を占めていました。

一方、「WEB サイト検索(検索エンジンからの検索による流入)」は 174 件で、約 4.6%と新規流入の増加には課題が残りました。(図4)

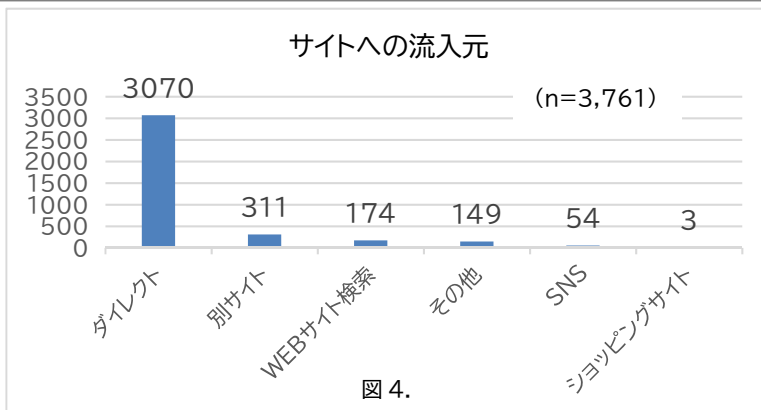


図4.

利用者向けアンケート結果より、ウエル・タウンにより「求める情報を見つけられた」利用者は 53%、「見つけることができなかった」利用者は 47%でした。(図5)

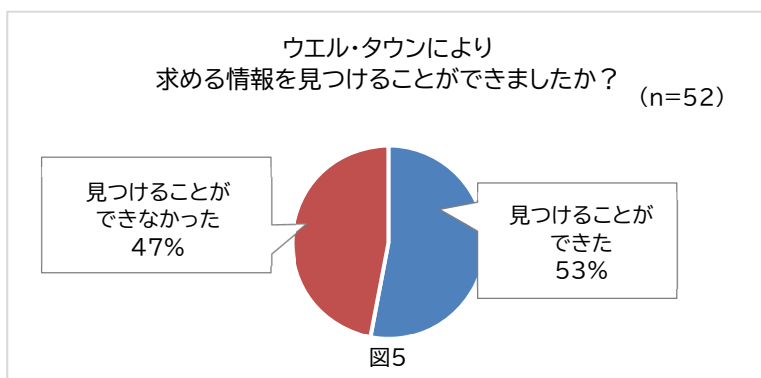


図5

このサイトを友人・知人に勧めたいかどうかについて、「勧めたい」と答えた利用者は 38%、「勧めたくない」と答えた利用者は9%でした。(図6)

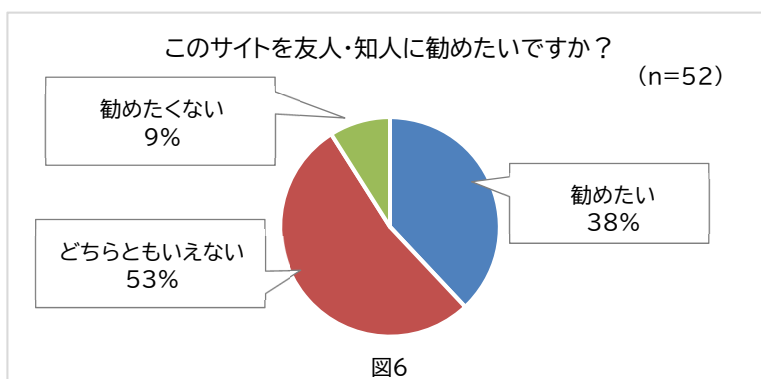


図6

また、前問で「勧めたくない」「どちらともいえない」と答えた 33 名のうち、「どうなっていたら勧めたいか」に対して、「募集情報をもっと多いとよい」と答えた利用者は 16 名(約 48%)でした。(図7)

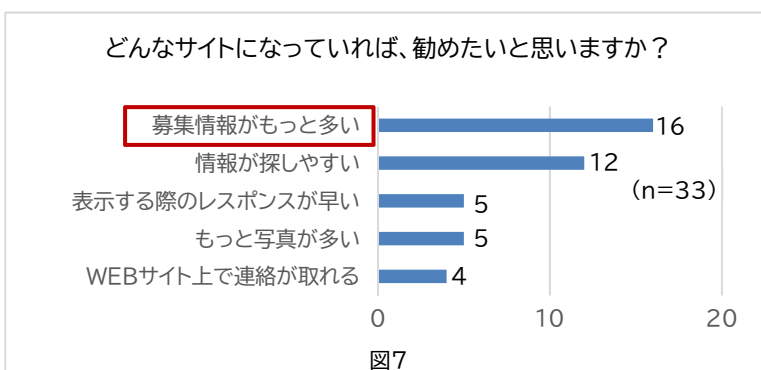


図7

### ●学生ワーキングでの意見●

「中・高・大学生向けの募集が見つからない」「対象年齢が高いと感じる」などの意見があったほか、検索方法や字が小さいなど UI に関するご意見もいただきました。

### ③ 反響の見える化

情報を発信する市民活動団体にとって、反響が見えることについては肯定的であることがわかりました。

今回の実証実験では、「反響が見える化」するための仕組みとして、登録団体やイベント・ボランティア情報に対して「応援する！」ボタンを構築しました。(図8)

「応援する！」の数値が見えることについて、アンケートに回答した登録団体の90%が「良い」「どちらかというが良い」と回答しました。(図9)



図8

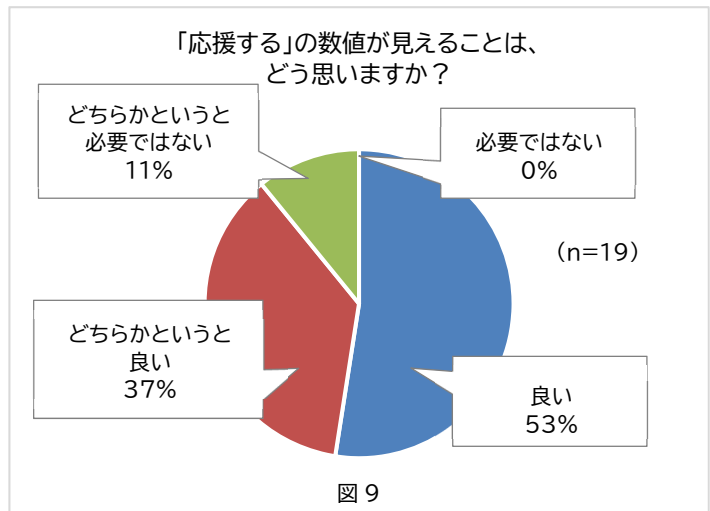


図9

※小数点以下第1位を四捨五入しているため、合計が100%を超えます

「応援する！」ボタン

### 今後について

今回の取組を踏まえ、より使いやすく、多くの方に利用いただけるサイトとなるよう、機能や周知方法などについて検討を行い、本格導入に向け調整を図ります。

### 今回の実証事業の流れ

令和5年8月～10月

ソリューション  
提案募集・審査

11月～令和6年1月

実証実験に向けた  
準備

令和6年2月～5月

実証実験

6月～7月

効果検証

#### お問合せ先

市民活動情報のデジタル化に関すること	市民局地域活動推進課担当課長	堀 雅史	Tel 045-671-4183
YOKOHAMA Hack! に関すること	デジタル統括本部デジタル・デザイン室長	洲崎 正晴	Tel 045-671-4761