

研究成果報告書

渋谷区高齢者デジタルデバイド解消事業



第1章 事業概要

近年の行政や民間サービスのデジタル化が進む中、渋谷区においても様々な社会変化の中で持続可能な行政運営に取り組むため、行政事務のデジタル化を推進するとともに、すべての区民にとってアクセスしやすいデジタルサービスの提供に取り組む必要があった。しかし、その手段となる区民のスマートフォン等の普及率が特に高齢者において低いことが課題であった。

その状況下で、区では令和元年の台風19号で警戒レベル4の「避難勧告」を発令。避難所を開設し、ホームページやSNSで情報発信を行ったが、実際に避難所に避難した高齢者は避難者の10%にも満たない状況であった。また、令和2年の区民意識調査をもとにした推計でも、区内の65歳以上の4人に1人がスマートフォン未所有であることがわかった。さらにその後の新型コロナウイルスの感染拡大により、対面でのコミュニケーションが難しくなった。

これらを背景に、高齢者がスマートフォン等を活用できないことにより生活に必要な情報やサービスにアクセスできない状態、すなわちデジタルデバイド（インターネット等の情報通信技術を利用できる者と利用できない者との間に生じる格差）は、高齢者一人ひとりのためにも、区政全体の業務のためにも、解消に向けて早急に取り組むべき課題となった。

この課題を解決するため、渋谷区では、高齢者のデジタルデバイドを解消し、健康増進及び安全安心の確保につなげ、生活の質（QOL：Quality Of Life）を向上することを目的に、スマートフォンを2年間無料で貸与し、日常的に活用できるよう支援する全国初の試みである「高齢者デジタルデバイド解消事業」を令和3年9月から実施した。

第2章 施策結果

高齢者にスマートフォンを貸与し、主に「スマートフォンの活用支援」「アプリの活用/分野横断的取り組み」「データの収集・分析」を継続的に行った。以下に概要を述べる。

スマートフォンの活用支援

事業開始時は1,526人にスマートフォンを貸与し、「スマートフォンの活用支援」として、スマートフォンの基本操作やアプリの使い方を習得するため、「被貸与者向け講座」及び渋谷区在住の高齢者も対象とした「任意講座」を実施した。

「被貸与者向け講座」では、基本操作や利用頻度の高い機能を習得するため、令和3年9月に開催した1回目から令和5年8月の最終回まで計11回の講座を開催し、最終回時点では1,144人が参加した。

「任意講座」では、オンラインで受講できるYouTube配信や、LINEの登録や利用、キャッシュレス決済の方法、SNSの登録や利用等をテーマとした講座を実施した。

また、被貸与者の専用コールセンターを設置し、貸与端末の利用方法やアプリケーションの操作方法及び貸与端末不具合、盗難・紛失などに関する数百件/月の問い合わせに2年間にわたって対応した。設置当初は貸与端末操作に関する内容が多かったが、徐々に個別のアプリに関する内容が大きな割合を占めた。終盤にはスマートフォンの購入とデータ移行に向けた相談が増加した。

さらに被貸与者に限定せず、渋谷区内在住の概ね60歳以上の人を参加対象とした「なんでもスマホ相談」（予約制）ならびに「スマホサロン」（予約不要）を開設した。

「なんでもスマホ相談」は予約制で講師と一対一で個別相談が可能であり、「スマホサロン」は予約不要のコミュニティとして利用できる場所となっている。スマホサロンには渋谷区独自のデジタル地域人材である「渋谷区デジタル活用支援員」が常駐し、操作方法やアプリの問い合わせ等幅広く対応した。令和5年9月時点では、累計1,100人が参加しており、これらの相談機会はいずれも好評を得ている。

アプリ活用/分野横断的取り組み

「アプリ活用/分野横断的取り組み」については、区では主に災害時においてスマートフォンを通じた情報収集が進むことを目指し、災害時自動電話情報サービス「しらせる君」の登録の推奨や、LINEアプリを利用した防災訓練を実施した。また「脳にいいアプリ」活用支援、「ハチペイ」の利用促進を行った。渋谷区からの防災情報を自動音声で案内するサービス「しらせる君」は、貸与端末への登録および、貸与端末返却時に自身で購入したスマートフォンや、固定電話に対し登録を推奨し、最終的に780人の登録につながった。

また、LINEアプリを利用した防災訓練では、スマートフォンで防災情報を受け取ることができるかを測るため、「デジタル防災訓練」及び「スマホで避難所チェック」の2種類の防災訓練を行った。

「脳にいいアプリ」は、渋谷区内のスタートアップ企業「株式会社ベスプラ」が開発した健康アプリであり、貸与端末にインストールし、必修講座4回目の中でレクチャーを行い、アプリ内の歩数や講座参加によって健康ポイントを付与し、取得した健康ポイントをPayPayポイントに変換できる仕組みを導入した。

渋谷区デジタル地域通貨アプリ「ハチペイ」は、講座のテーマとして取り上げるだけでなく、デジタル活用支援員や東海大学の学生と交流を通じて、実際にアプリの使い方を体験する機会を提供し、地域活性化も図るため利用促進を行った。

そのほか、渋谷区シニアデジタルデビュー大使（井上順さん）との交流イベントや地域コミュニティ（シニアクラブ）での実証など、様々な取り組みを行った。

データの収集・分析

データについて、主に「各講座のアンケート（感想アンケート・効果測定アンケート・ヒアリングシート）」、「MDM（モバイルデバイス管理）を通じた貸与端末のデバイス情報及び

アプリ利用ログ」「脳にいいアプリの歩行データ・脳トレデータ」を収集し、デジタルデバイドの解消率や解消者の特徴、解消後のアプリの利用傾向やQOLの変化を分析した。

分析にあたっては、既にS-SAP（シブヤ・ソーシャル・アクション・パートナー）協定を締結している津田塾大学と、今回新たに「高齢者デジタルデバイス解消に向けた連携協定」を締結し、委託先であるKDDI株式会社とともに産官学の立場で協力し合い、多角的に行っている。なお、分析に使用する情報はすべて匿名化され、個人を特定することができないような形に加工している。

第3章 デジタルデバイス解消に関する調査結果の分析及び考察

本章では、まず前半で、事業目的であるデジタルデバイドの解消基準を説明し、第2章で紹介した施策がデジタルデバイス解消にどのように寄与したかを評価している。その後、後半では2年間の事業期間内に複数回行われたデジタルデバイス解消の評価を基に、定着度を評価し、グループ化している。また、グループごとに人物特徴について分析している。

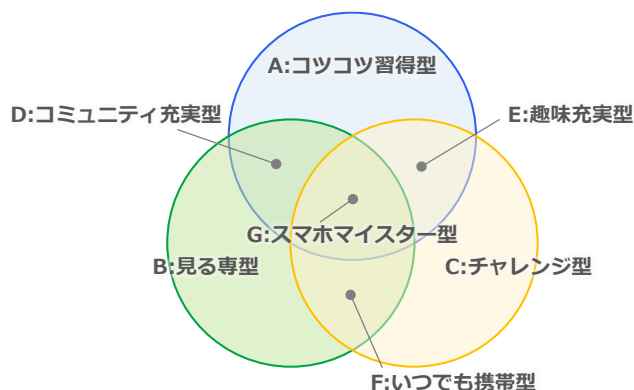
デジタルデバイス解消基準

デジタルデバイス解消基準は、「基本操作・習慣」「コミュニケーション」「利便性向上アプリ」の3つの領域を設け、どれか一つの領域をクリアしている場合、解消と判定した。なお、事業開始当初は、これらを基本操作から段階的にクリアすることを解消のステップとしていた。しかし、分析過程において、例えばコミュニケーションに特化した利用形態の人、アプリの利用頻度のみ突出する人が存在するなど、利用方法における多様性が見られた。そのため、多様な解消スタイルを認めるフラットな評価基準への移行が妥当と判断し、見直しを行っている。

デジタルデバイス解消タイプ

上記の解消基準で判定した結果、解消時のスマートフォン利用傾向として7つのタイプ（解消タイプ）に分類した。さらに解消タイプ別に利用アプリのログ等を用いて分析を行い、下記に示すとおり（図3.1.3）解消タイプ別のスマートフォン利用の特徴が明らかとなった。

図 3.1.3. デジタルデバイド解消の 7 つのタイプ



デジタルデバイド解消率

デジタルデバイド解消の判定は、個別相談会 1 回目～5 回目の合計 4 回で行い、最終的なデジタルデバイド解消率は 86.2% となり、多くの被貸与者が解消するに至った。特に解消タイプの中でも 3 つの領域をクリアした高い利用頻度とスキルを持つ「G：スマホマイスター型」は 595 人となり、全体（1,193 人）の 50% 以上を占める結果となった。

一方で A～G のカテゴリにデータ上分類できなかった図の枠外の未解消者（H：のびしろシニア）も 13.8% 存在し、そのうちの 70% 以上が習慣化していないことが明らかとなっている。

各施策の評価

本事業において多くの施策を実施したが、デジタルデバイド解消に対し、区の被貸与者向け講座、コールセンター、スマホサロンが直接的に貢献していたことが明らかとなった。

被貸与者向け講座では、参加回数が高いほど解消率も向上する結果となった。特に「G：スマホマイスター型」は全講座において概ね 90% 以上の参加率があった。一方、未解消者は初回以降に参加率が徐々に低下し、最終的には 60% 台になった。デジタルデバイド解消を推進するにあたり、講座への参加率を高めることが効果的な施策であることが明らかとなった。

コールセンターについては、解消者全体の平均入電回数が 5.78 回となった。「G：スマホマイスター型」の入電回数は 7.10 回であり、スキル習得への積極的な姿勢が数値から伺える。一方、未解消者は 1.42 回であり、コールセンターを適切に活用できなかった結果となっている。このようにコールセンターは積極的に活用しようとする人にとってデジタルデバイド解消の支援になっている一方、本来利用してほしい人に効果的に誘導できていないと考えられる。

スマホサロンについては、令和 5 年 8 月の最終判定対象者のうち、スマホサロンに参加した 70 人の解消タイプについて調査した。その結果、全員がデジタルデバイドの解消を達成し、そのうち 43 人（61.4%）が「G：スマホマイスター型」と判定された。スマホサロンへの参加は、高いレベルでのデジタルデバイド解消と関連することが明らかとなっている。また、別の側面として、「いつでも予約不要で参加可能」という気軽さに加え、「参加者同士で交流が持てた」等、新たなコミュニケーションのきっかけの場になる効果もあった。これにより、スマ

ホサロンは解消手段としてだけでなく、相乗効果の高さも認められ、一般の参加者からも非常に高い評価を得る施策となった。

定着度評価

本事業では合計4回のデジタルデバインド解消の判定を行ったが、70%以上の被貸与者は同一の解消タイプを維持せず、常に変化していた。そのため、4回の判定の推移から定着度を評価し、4つの定着グループを定義し、それぞれの特徴を分析した。

表 3.3.1.条件別定着度評価

定着グループ	条件	定着度評価	人数	%
スマホマイスター群	4回連続でG：スマホマイスター型判定	高いレベルでスマホの利用が定着している	276人	23.1%
スマホ定着群	3回以上解消判定（A～G）	ある程度スマホの利用が定着している	714人	59.8%
定着予備群	2回解消/2回未解消判定	まだ完全に定着している状態ではない	66人	5.5%
未定着群	3回以上未解消（H：のびしろ型）判定	未解消が続き定着していない	137人	11.5%

定着した人の特徴

被貸与者向け講座の受講回数だけでなく、コミュニティやグループ活動への参加も高い定着度と相関があることが示された。また、世帯構成に関わらず家族との交流の深さがスマートフォン利用の定着に影響することが明らかとなった。

また、携帯電話（ガラケー）やPHSなど、スマートフォンの貸与以前の端末使用経験がスマートフォン利用の定着度の向上に寄与していることが分かった。

第4章 デジタルデバインド解消による行動変容

本章では、デジタルデバインド解消し定着が見られた被貸与者が、スマートフォン利用においてどのような変化があったのか、また普段の行動やQOLがどのように変化したのかを調査した。

スマホマイスター群・スマホ定着群

これらの定着グループでは、スマートフォンを持つことが生活に良い影響を及ぼすとの実感を持ち、講座で扱った基本的なアプリの利用率を高く維持しており、生活に溶け込んでいる状況であった。さらにQOLの観点では、外出頻度や外出距離、歩数や歩行速度などが向上し、フレイル予防にも良い影響が現れていた。また、スマホマイスター群に関しては、有事の際の情報収集媒体においてスマートフォンがテレビと同等の割合で重要なツールとして認識されていた。しかし、操作忘れの不安や、区が提供するデジタルサービスの利用に対する機能の習得が難しいという課題もあり、継続的なフォローが必要である。

定着予備群・未定着群

これらの定着グループでは、基本的なアプリの利用率が徐々に低下し、QOLに関しても変化が見られなかった。スマートフォンによって自身の生活の質が向上するイメージを持ってもらうためには、必要なものから習得できるような環境や施策が必要と考えられる。

スマートフォンの購入意向

スマートフォンの貸与終了時点で、全体の80%以上が「購入済み」または「今後購入予定」と回答した。未定着群の過半数も購入意向があり、スマートフォン利用の定着の度合いに関わらず、事業への参加を通じてスマートフォンの利用について前向きかつ肯定的な印象を持つ人が多かったため、貸与の形でスマートフォンを手にするこで、自ら購入して継続利用することにつながる結果になった。このことは、本事業の非常に大きな成果と言える。

第5章 総括と今後に向けて

見えてきた課題

スマートフォン利用が定着している人も、画面操作の難しさ、ウィルス感染やそれによる個人情報漏洩、様々な詐欺リスクを感じることを懸念点としてあげている。画面操作の難しさについては、タッチペンの配布により一定の効果が見られたが、スマートフォンデビュー後の課題として、ウィルスや詐欺対策など利用者の不安を軽減する情報提供、パスワード管理、デジタル終活など、さらなるリテラシー向上の支援が重要と考えられる。

また、事業期間中に参加を中断し貸与端末を返却した人や、参加を継続したがスマートフォン利用の定着が見られなかった人の多くは、「(スマートフォンの)必要性を感じていない」と回答している。一方で、未定着群の過半数がスマートフォンを自身で購入することを検討している結果となった。背景には、家族の考えが影響している可能性もあるが、本人への適切な働きかけや支援により、今後スマートフォン利用が定着する可能性は十分に残されていると考えられる。

区が推進する行政DXについては、日常的にスマートフォンを活用している人であっても、区からの連絡方法に関しては「郵送」を希望する高齢者が多く見られたが、「LINE」と回答した人が大幅に増加した結果となった。また、QRコードの読み取り操作は現時点では難易度が高いが、カメラやLINEに関しては活用できる人が多く、オンライン申請などでも取り入れやすい手法といえる。スマートフォン利用の定着が進むにつれて、LINEを通じた案内や手続きなども受け入れられていく可能性は十分にあると言える。

今後に向けて

区が今後強化すべき取り組みとして、実証で得られた課題に留意しながら行政 DX を引き続き推進するとともに、「スマホサロンの拡充」「地域コミュニティへの支援」「未定着者（非デジタル層）への支援」「高齢者健康アプリ活用事業」を提示する。

「スマホサロンの拡充」

自身の体調や習熟度によらず、不安になった時に気軽に利用できるという点に魅力を感じている人は非常に多く、スマートフォンを日常的に使い続けるモチベーションの一つとして機能するだけでなく、スマートフォンを活用したコミュニケーションのきっかけの場になっており、新たな地域交流（世代間交流）の拠点となっていることがわかった。また、現時点ではスマートフォンの必要性を感じていないが、今後スマートフォンの購入を検討している人も気軽に相談できる場所として、引き続き重要な施策の一つとなり得る。今後は幅広い世代に向けたデジタル活用支援や学びと交流の拠点として、さらなる拡充を検討していく。

「地域コミュニティへの支援」

本事業の中でシニアクラブに対するスマートフォンの活用支援を行ったが、コミュニティ内での LINE 活用（コミュニケーション）を促進することができ、さらにお互いに使い方を教え合いながら、スマートフォンを使うことが習慣化するという結果につながった。この検証結果を踏まえ、今後も地域コミュニティに対する支援を拡充していくことで、区内全域のデジタルデバイス解消につなげていきたいと考える。

「未定着者（非デジタル層）への支援」

本実証事業の未解消者を含め、スマートフォンを持たない人に対してアプローチし続ける一方で、災害時の区からの情報伝達手段としては別のアプローチが必要であり、防災無線など従来の方法と組み合わせて、携帯電話や固定電話を通じて防災情報を提供する「しらせる君」（2.4.2 節参照）を推進する。行政情報の伝達手段としては、広報誌や紙媒体での周知など従来の方法を継続していくことが必要である。また、取りこぼしのない日常的な「見守り」も重要なテーマであり、今後区では IoT を活用した見守りサービスの導入のほか、地域の見守りネットワークの強化や配食事業等の既存事業の拡充により高齢者の見守り施策の充実を図っていく。

「高齢者健康アプリ活用事業」

本実証事業を通じて、スマートフォン利用の定着や健康アプリの活用がフレイル予防に良い影響を与えていることがわかった。そのため、令和 6 年 1 月から「脳にいいアプリ」を活用した新たな制度「ハチさんポ」を開始する。散歩や脳トレ実施、イベントへの参加などの健康活動によって貯まったポイントを、渋谷区のデジタル地域通貨「ハチベイ」に交換できる機能を追加し、高齢者の健康増進が地域経済の活性化にもつながる仕組みを目指す。

スマートフォン1台あれば、行政との相談も手続きもオンラインで完結！そんな社会が目前に迫っている。しかし、そこで課題となるのが、デジタル機器を使いこなせない人々への支援である。使いこなせない人々が一定数存在すれば、デジタルを活用した社会の効率化を進めるにあたり、新しい仕組への移行期間を長く取らねばならず、利便性の高いサービスを早期に導入することができない。紙の申請書や通知など、アナログな手段を同時並行で継続すれば、行政事務はかえって増えてしまう。行政の業務効率の低下は住民全体の不利益となる。

また、デジタル機器を使いこなせない人々の生活も課題である。日常のコミュニケーション、情報収集、決済など、スマートフォンなしには使用できないサービスも多く、非常時にはライフラインとなる場面も多い。そのため、デジタル機器を使いこなせない人々にとって、社会生活上のサービスの利用可能性が狭まり、幸福感の低下につながる可能性もある。社会全体の為にも、デジタルデバイドの当事者の為にも、早期の解消の取り組みが欠かせない。

全国初となる渋谷区のスマートフォン貸与事業は、他の自治体の政策にも大きなインパクトを与えている。東京都では港区（令和4年度）、青梅市・東村山市・福生市（令和5年度）で同様の取り組みが始まった。東京都庁も「高齢者向けスマートフォン利用普及啓発事業」（令和5年度）を開始した。スマートフォン講習会の参加回数（1～4回）に合わせた、試用スマートフォンの貸出（1～3か月）という形で、5区7市（令和5年12月時点）で展開されている。本報告書は、今後全国の自治体が事業の導入やその検証を行うにあたっての最初のガイドブックとして、重要なものとなるだろう。

また、本事業は学術研究上の意義も大きい。スマートフォンが社会に定着したこの10年間に、様々な研究が発表されている。高齢者のスマートフォンへの順応度を測る、社会情報学や教育学のアプローチ、スマートフォンの利用が、認知機能や身体活動に与える効果を測る健康科学や公衆衛生学のアプローチ、スマートフォンのコミュニケーションと社会参加の関連を探る、社会心理学や経済学のアプローチなどがある。しかしいずれも研究目的の実験を土台としており、参加者は最大で300人程度、期間も最大で1年程度である、測定も機能テストの実施やアンケートが中心である。

本事業のように約1,200人の規模の高齢者の日々のスマートフォンの利用履歴や行動範囲がログデータとして記録されるという情報量の豊富さは世界的に類例がない。加えて、本事業は、必修講習時のアンケートや効果測定、講習スタッフのヒアリングなど、個々の参加者との対人的な接点が多いことが大きな特色である。当方ら（教員・学生）も現場に参加したが、利用者の感想や課題と丁寧に接する渋谷区の職員の表情はやさしく、そして真剣である。スマートフォンでの楽しみが、孫との会話なのか、行きつけのお店のクーポンなのか、ご臈眞の歌手のフォローなのか、といった、データでは分からない利用の実態も興味深い。スマートフォンはあくまで手段であり、一人一人にそれらを活用したい目的があり、相手がいる。その幸福をささえる一端として本事業の意義を感じている。

内容

エグゼクティブ・サマリー	- 1 -
成果報告書によせて スマートフォン貸与事業の政策的・学術的意義	- 8 -
第1章 事業概要	- 10 -
1.1 事業の目的	- 10 -
1.2 事業概要	- 11 -
第2章 施策実績	- 16 -
2.1 参加者募集	- 16 -
2.2 スマートフォンの貸与	- 16 -
2.3 スマートフォンの活用支援	- 19 -
2.4 アプリの活用／分野横断的取組	- 40 -
2.5 データの収集・分析	- 49 -
第3章 デジタルデバイド解消に関する調査結果の分析及び考察	- 59 -
3.1 デジタルデバイド解消の状況	- 59 -
3.2 デジタルデバイド解消に対する各施策の評価	- 66 -
3.3 定着度評価	- 70 -
3.4 定着グループの特徴	- 71 -
第4章 デジタルデバイド解消による行動変容	- 81 -
4.1 スマートフォンの利活用	- 81 -
4.2 QOL の変化	- 83 -
4.3 【津田塾大学研究協力】 スマートフォン利用の定着による外出頻度や外出距離の変化	- 90 -
4.4 スマートフォン購入意向（結果）	- 98 -
4.5 行動変容に関するまとめ	- 100 -
第5章 総括と今後に向けて	- 101 -
5.1 総括	- 101 -
5.2 今後に向けて	- 104 -

第 1 章 事業概要

1.1 事業の目的

近年のスマートフォンをはじめとするデジタル機器の保有率の高まりを受け、あらゆる情報やサービスがインターネットの利用を前提とするようになってきており、インターネットは生活に必要なインフラの一つとなっている。また、災害時においても、インターネットを活用して情報収集を行うことにより迅速な避難行動等が可能となるため、デジタル機器の活用は住民の安全・安心を確保する重要な要素となっている。

さらに、新型コロナウイルス感染症対策として厚生労働省が示した「新しい生活様式」に伴い、テレワークやオンラインでの活動が普及した。その手段として、行政や民間のサービスのデジタル化が今後より一層加速していくことが見込まれる。渋谷区では、「ちがいを ちからに変える街。渋谷区」を基本構想に掲げ、様々な社会変化の中で持続可能な行政運営を目指し、行政事務のデジタル化を推進するだけでなく、すべての区民にとってアクセスしやすいデジタルサービスの提供に取り組む必要があった。

その中で年代に着目すると、高齢者のスマートフォン等の保有率は若年層に比べて低い水準にある。内閣府「情報通信機器の利活用に関する世論調査」（令和 3 年度）によれば、70 歳以上の高齢者の 50%がスマートフォンやタブレットを利用していないことが分かっている。保有している人の中にも操作に不慣れな人が多く、同調査において、「よく利用している」という回答は全体の 24%だった。

あらゆる情報やサービスのデジタル化が進む中で、高齢者がスマートフォン等を活用できないことにより、生活に必要な情報やサービスにアクセスできない状態、すなわちデジタルデバイド（インターネット等の情報通信技術を利用できる者と利用できない者との間に生じる格差）は、解消に向けて早急に取り組むべき課題である。

例えば、総務省の「デジタル活用支援推進事業」では、全国的な取り組みとして、スマートフォンによるオンラインの行政手続の利用方法などの講習会を全国約 3,000 か所で実施している。しかし、これらはすでにスマートフォンを保有していることを前提としたサービスであり、そもそも保有していない住民にとっては利用が難しいという課題があった。

そこで、渋谷区は、高齢者に対してスマートフォンを貸与するとともに、日常的に活用できるよう支援する事業を令和 3 年 9 月から実施した。スマートフォンの利用を 2 年間無料で試す機会を提供することで、高齢者の積極的な利用につなげようという全国初の試みである。事業の目的として、デジタルデバイドを解消し、高齢者の健康増進及び安全安心の確保につなげ、高齢者の生活の質（QOL）が向上することを目指している。

本報告書は、事業概要、施策結果、調査結果の分析及び考察、総括より構成され、事業の詳細を記録するとともに、政策の実施効果を検証している。本報告書を通して、渋谷区における今後のデジタルデバイド解消の政策の改善につなげるとともに、同様の課題に取り組む全国の自治体に向けて参考となる知見を提供したい。

背景

区では令和元年の台風19号で警戒レベル4の「避難勧告」を発令。避難所を開設し、ホームページやSNSで情報発信を行ったが、実際に避難所に避難した人の半数が20～30歳代の若者で、高齢者は10%にも満たない状況だった。また、令和2年の区民意識調査をもとにした推計でも、区内の65歳以上の4人に1人がスマートフォン未所有であることがわかった。また、その後の新型コロナウイルスの感染拡大により、対面でのコミュニケーションが難しくなったことも踏まえて、高齢者にスマートフォンを無料で貸し出し、日常的な利用習慣を支援する本事業が全国に先駆けて始まった。

1.2 事業概要

本事業では「スマートフォンの貸与」「スマートフォンの活用支援」「アプリの活用/分野横断的取り組み」「データの収集・分析/EBPM」の4つのフェーズで施策を展開した。

図 1.2.1.事業概要イメージ

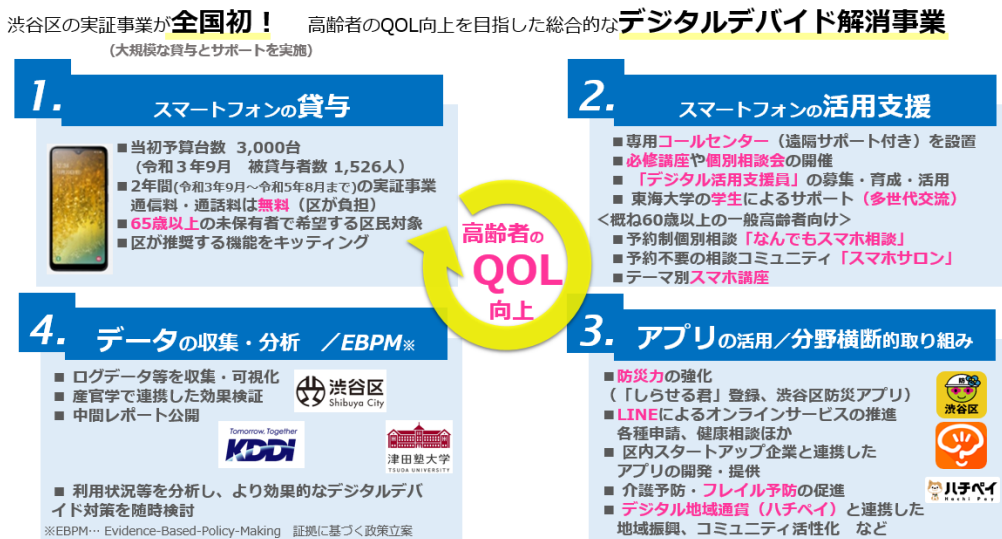


表 1.2.1.事業実施概要

カテゴリ	項目	概要
事業参加者募集	事業周知	区報への掲載、町会掲示板や商業施設での掲示、事業チラシの郵送配布等により、事業周知を実施。
	事業参加者募集	専用の紙ベースの申込書を区へ郵送または持参する方式とした。(各地域包括支援センターでも申込書を受付)

スマートフォンの貸与及び管理	端末貸与（必修講座1回目にて実施）	「参加同意書」の内容に同意し、本人確認ができた事業参加者へスマートフォンを貸与。
	端末の管理（随時）	Mobile Device Management ¹ ツール（以下MDM）及びフィルタリングツールにより貸与端末を管理。
	端末の保守（随時）	貸与端末の故障紛失時の対応。
スマートフォンの活用支援（講座の実施）	必修講座（4回）	スマートフォンの基本操作や利用頻度の高いアプリを題材とした必修のスマートフォン講座。
	個別相談会（5回）	1対1の個別相談会。
	復習講座（1回）	スマートフォンをあまり利用していない人向けの必修講座1~3回目の復習を目的とした講座。
	集中講座（3回）	スマートフォンの操作が不慣れな被貸与者を対象に必修講座の内容を短期集中型で復習するスマートフォン講座。
	任意講座（YouTube配信）（6テーマ）	コロナ禍での影響もあり、需要の高いスマートフォンの機能やアプリを題材としたスマートフォン講座の動画をYouTubeにアップロードし、オンライン配信した。
	任意講座（対面講座）（62回）	需要の高いスマートフォンの機能やアプリを題材とした任意申込型のスマートフォン講座。
	スマホで生活講座（24回）	スマートフォンの貸与終了後のスマートフォン保有者向けに、フォローアップとして開催。被貸与者向け講座では取り扱いが難しかったauPAYなど実践的なアプリも講座テーマとして選定。
スマートフォンの活用支援	渋谷区スマホ専用コールセンター	貸与端末の基本操作やアプリの使い方の相談が可能なコールセンターを設置。遠隔サポートによる丁寧な操作案

¹ Mobile Device Management：スマートフォンを一元管理できるシステム

		内や、故障や紛失などの問い合わせにも対応。
	コールセンターからの架電（アウトリーチ）によるヒアリングサポート	貸与端末の未使用時間が長い人、操作に苦手意識がある人、講座欠席者などにコールセンターや講師から架電。対面サポート（なんでもスマホ相談、スマホサロン）や集中講座を案内するなどアウトリーチによるサポートを実施。
	スマホサロン	スマートフォン全般に関わる相談が可能な非予約制のスマホサロンを開設。デジタル活用支援員を相談員として配置し、地域交流・世代間交流を促進。区内3か所にて開催。
	なんでもスマホ相談	予約制1対1の個別相談。令和4年度以降は貸与端末の故障診断や交換、データ移行支援等の窓口としても活用。
	啓発チラシの作成	被貸与者数名の日常的な使い方やお気に入りの機能などをインタビュー記事として紹介する啓発チラシを作成。講座やスマホサロン等で配布。
	スマートフォンの個人購入相談支援及び「スマホプロフィールシート」の作成	国内の大手通信事業者4社（及び提携店舗）協力の元、各社が取り扱っている契約プランや近隣店舗の案内一覧資料を個別相談会4回目で参考配布。被貸与者自身の希望や貸与端末の使用状況、家族が契約している通信事業者などをヒアリングしながら「スマホプロフィールシート」を作成し、スマートフォン購入時の不安解消のための相談支援を実施。被貸与者のニーズに応じ、キャリアフリーでスマートフォンの購入をサポート。
	貸与端末回収及びデータ移行等の支援	貸与端末は個別相談会5回目にて回収。希望者には講座で作成したGoogle、LINE等のアカウントの移行支

		援を実施。令和5年7月～8月にはデータ移行ブースを区役所内に設置し、個別のアプリのデータ移行についても支援。
アプリ活用／分野横断的取り組み	健康アプリ「脳にいいアプリ」の活用（スタートアップ企業との連携）	渋谷区のスタートアップ企業（株式会社ベスプラ）と連携し「脳にいいアプリ」を全貸与端末にインストール。健康活動（フレイル予防）の推進やポイント付与及びPayPay交換によるキャッシュレス推進、データ分析を実施。
	災害時自動電話情報サービス「しらせる君」	貸与端末に渋谷区からの防災情報を自動音声で案内するサービス「しらせる君」を導入。
	LINE アプリを活用した「デジタル防災訓練」の実施（2回）	被貸与者向けに渋谷区公式LINEより防災に関わるアンケートを発信。模擬防災訓練として、アンケートに関するリアクション状況等を確認。
	安全に使うための対策（詐欺被害防止等）	すべての被貸与者向け講座で安全に使うためのポイントを繰り返し紹介。渋谷警察署と連携し講座内で注意喚起や自動録音機の貸し出し事業について周知。詐欺メッセージに対する注意喚起や、通信やアプリの障害に関するお知らせなどをLINEで配信。
	渋谷区シニアデジタルデビュー大使	渋谷区の名誉区民でありスマートフォンユーザーの井上順さんに渋谷区シニアデジタルデビュー大使に就任いただき、応援メッセージの配信や、スペシャルスマホ講習会を開催。
	東海大学学生プロジェクト＋digitalとの連携	学生サポーターとして、スマホサロンや講座、イベント等に学生が参加。世代間交流によりデジタルデバイドの解消を後押し。
	デジタル活用支援員の活用	デジタル機器に慣れている地域人材を区で独自に募集・育成し、事業の中で活用した。

	リテラシー向上策	スマートフォンの利用に伴うトラブルや詐欺被害を防ぐため、被貸与者のリテラシーの向上を目的としたチラシ等を配布。
	地域コミュニティにおけるスマートフォンの活用実証	渋谷区内のシニアクラブ「東和会」に協力いただき、地域コミュニティにおけるデジタルデバイド解消のアプローチを目的としたスマートフォン勉強会を定期的実施。
	渋谷区デジタル地域通貨「ハチペイ」の利用促進	MDM より貸与端末にハチペイアプリをインストール。任意講座やシニアクラブ勉強会等で登録や使い方についての内容を実施。
データ分析業務	アンケート集計	スマートフォン講座開催時、データ分析に利用する為のアンケートと講座の感想アンケートを取得。アンケート結果は定性情報としてデータ分析に活用。
	貸与端末の操作ログ集計	MDM を通じて貸与端末の操作ログやアプリ利用状況を個人を特定しない形で取得。取得したデータは定量データとしてデータ分析に活用。
	貸与端末の操作ログ集計システムの運用	MDM を通じて取得した操作ログをPowerBI 上のダッシュボードに表示するシステムを構築、運用。
	脳にいいアプリデータとの連携	脳にいいアプリの歩行データや脳トレデータのログをデータ分析に活用
	津田塾大学との連携 (産官学によるデータ分析の実施)	渋谷区と包括連携協定 (S-SAP 協定) を締結している津田塾大学と連携協力し、データ分析及び本報告書作成を行った。
	途中辞退者アンケートの取得	事業途中辞退者の要因を分析する為、辞退者用のアンケートを集計し、辞退要因を分析。

第 2 章 施策実績

2.1 参加者募集

2.1.1 募集期間

令和 3 年 5 月 17 日～令和 3 年 6 月 30 日の間、参加者募集期間を設定したが、参加申込数が上限の 3,000 人に満たなかった為、募集期間を令和 3 年 7 月 19 日まで募集期間を延長した。

2.1.2 事業周知及び参加者募集

町会、商店会、民生委員等の会合や、区ニュースなどの区の広報媒体、町会掲示板、地域の区関連施設、商業施設にも協力いただき事業の周知を実施した。65 歳以上の区民全員に発送する区の通知物にも事業の案内を同封し広く募集を呼びかけたところ、下記の通り申し込みがあった。

表 2.1.1.事業参加者募集概要

項目	概要
対象者（参加要件）	<ul style="list-style-type: none">・ 渋谷区内に住所を有する・ 65 歳以上（令和 4 年 3 月 31 日時点）・ スマートフォンを保有していない・ 区が指定するスマートフォン講座に参加可能
募集人数	最大 3,000 人

表 2.1.2.事業申込者数

事業申込者数	1,780 人
事業参加決定者数	1,748 人
被貸与者数（実際にスマートフォンを貸し出した人数）	1,526 人

※重複応募や参加要件を満たさない人からの申込については決定者から除外

2.2 スマートフォンの貸与

2.2.1 端末貸与

必修講座 1 回目にて、端末やデータの取り扱い等に関する確認（遵守）事項を記載した「参加同意書」の内容に同意し、本人確認書類により本人確認ができた事業参加者へスマートフォンを貸与した。貸与端末の貸出期間、台数、仕様については下記の通り。

表 2.2.1.貸与端末の貸出期間及び台数、貸与端末仕様

貸出期間	令和3年9月1日から令和6年9月30日
端末の台数	最大1,810台 ※予備機30台を含む
端末の機種	GALAXY A20 (SCV46)
付属品	充電器、保護フィルム、スマートフォンケース
通話プラン	掛け放題プラン
データ通信プラン	20GB/月
端末の保守	故障時及び紛失時は端末交換を実施
キッティング	SIMカードの挿入/初期アクティベーション/Mobile Device Management (以下MDM) のインストール/MDMによるアプリ配信/フィルタリングツールのインストール/OSのアップデート/問合せ用コールセンターの電話番号登録/文字の大きさの変更/高齢者向けUIへの変更/ホーム画面のアプリ並び替え/管理ラベル貼り付け/保護フィルム貼り付け/キャリア決済の制御
初期インストールアプリ	+メッセージ(SMS)/ Chrome/au Market/au 災害対策データお預かり/おサイフケータイ/ au 遠隔操作サポート Gmail/Google/カメラ /GoogleMap/LINE/Playストア/radiko+FM/SATCH/YouTube/設定/ダイヤル/マイファイル/連絡先/時計/Google フォト/Google カレンダー/LanScopeAN (MDM) / Harmony Mobile/PayPay/Yahoo!防災速報/Zoom/マイナポータル (総務省) /渋谷のラジオ/渋谷区防災アプリ/脳にいいアプリ (ベスプラ) /COCOA (厚生労働省) /Yahoo!乗換案内/Yahoo!天気/Yahoo!ニュース/Facebook/Messenger/Instagram/X (旧 Twitter) /Amazon ショッピング/渋谷区公式 HP ショートカット/時計

2.2.2 貸与端末の管理

本事業では貸与端末の利用状況に関するデータやアプリケーションのインストール等について一元管理ができるMDMツール及び、有害サイトやフィッシング詐欺サイトなどへのアクセスを制限するためのフィルタリングツールを導入した。なお、MDMによるアプリ利用制限は設けず、個人で自由にアプリをインストール及び利用できる環境とした。

表 2.2.2.MDM ツール詳細

ツール名	LANSCOPE エンドポイントマネージャークラウド版
主な機能	ハードウェア情報の取得/アプリ情報の取得/アプリ配信/アプリの利用禁止/メッセージ・アンケート配信/リモートロック・ワイプ/位置情報管理/デバイス・アプリ利用ログの取得/レポート機能

表 2.2.3.フィルタリングツール詳細

ツール名	Harmony Mobile
主な機能	フィッシングサイトやマルウェアサイトなどの有害サイトへのアクセスブロック/URL フィルタリング/構成プロファイルのダウンロード防止

2.2.3 端末の保守〈貸与期間中に多かった事例〉

貸与端末の故障及び紛失については、後述する「渋谷区スマホ専用コールセンター」にて受付を実施し、キitting済みの予備機端末を出荷した。また、故障時には後述する「なんでもスマホ相談」にて貸与端末の交換を行い、紛失時には貸与端末の受け渡しを行った。

スマートフォンの操作起因による故障と申告するケース（例：「画面が点灯しない（電源の入れ方が間違っている）」「音が聞こえない（音量ボタンの誤操作）」等）が多く見られ、実際の故障率は約 3.2%と非常に低い結果となった。同様に、紛失についても紛失申告後に自宅等で発見されるケースが多くあり、実際の紛失率は約 16%となった。

また、広告などで表示される悪質なクリーナーアプリを誤ってインストールしてしまう人も存在し、問い合わせの中には「画面遷移が重くなった」または「画面操作ができなくなった」といったものが多くあった。この対策として、定期的に MDM から悪質な広告アプリの強制アンインストール及び非表示処理等を行った。

表 2.2.4.貸与期間における貸与端末の故障件数

故障申告件数 ※動作不良申告含む	434 件
故障台数	14 台
故障申告に対する実際の故障率	3.2%

表 2.2.5.貸与期間における貸与端末の故障件数

紛失申告	25 件
紛失台数	4 台
紛失申告に対する実際の紛失率	16%

2.3 スマートフォンの活用支援

2.3.1 スマートフォン講座

スマートフォンの基本操作やアプリの使い方を習得するため、被貸与者を対象とした「被貸与者向け講座」及び被貸与者以外の渋谷区在住の高齢者も対象とした「任意講座」を実施した。

なお、任意講座については、オンライン（専用の応募フォーム）または往復はがきでの申込とし、抽選により参加者を決定した。

表 2.3.1.被貸与者向け講座一覧

実施期間	講座名	人数（人）	内容
令和3年9月～10月	必修講座1回目 【初回】	1,526	<ul style="list-style-type: none"> ・貸与端末の配布 ・基本操作説明 ・LINEの使い方
令和3年10月	必修講座2回目	1,473	<ul style="list-style-type: none"> ・Googleアカウントの設定 ・メールの打ち方 ・インターネット検索
令和3年10月～11月	必修講座3回目	1,446	<ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォンの安全な使い方 ・ニュース/防災系アプリ ・地図/乗換案内系アプリ ・健康/動画系アプリ
令和3年11月～12月	個別相談会1回目	1,360	<ul style="list-style-type: none"> ・1対1での個別相談 ・利用状況のヒアリングを元にスマートフォンに関わる相談ごとに回答
令和3年12月～令和4年1月	復習講座	168	<ul style="list-style-type: none"> ・貸与端末をあまり利用していない人を対象にした必修講座1回目～3回目内容の復習
令和4年5月～6月	必修講座4回目	1,178	<ul style="list-style-type: none"> ・問合せが多い質問への回答 ・キャッシュレス決済（PayPay） ・脳にいいアプリ（健康ポイント付与）
令和4年6月～7月	個別相談会2回目	1,030	<ul style="list-style-type: none"> ・1対1の個別相談 ・貸与端末返却に向けたスケジュールの説明
令和4年10月	集中講座	24	<ul style="list-style-type: none"> ・貸与端末をあまり利用していない人を対象にした必修講座1回目～3回目までの復習

			・音声入力
令和5年1月～2月	個別相談会 3回目	1,107	・1対1の個別相談 ・貸与端末の回収の説明 ・スマートフォンの購入に関する相談
令和5年5月～6月	個別相談会 4回目	1,081	・1対1の個別相談 ・スマートフォンの購入に関する相談 ・データの引継ぎ準備
令和5年8月～9月	個別相談会 5回目 【最終回】	1,144	・1対1の個別相談 ・データの引継ぎ ・貸与端末の初期化/回収

表 2.3.2.必修講座参加者コメント

実施期間：令和3年9月～10月	講座名：必修講座1回目【初回】
<p>【講座に関するコメント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・必死で受けました。講師の他に、見て回ってくださる方（デジタル活用支援員）の親切なアドバイスにすごく助けられました。ありがとうございます。 ・大変わかり易くとても楽しかったです。高齢で理解できるか心配でしたが、これから楽しみにになりました。次回からもっと使い方の中を広げて生活を豊かにしたいです。こんな機会に感謝しています。 ・少人数で丁寧に教えて下さって良かったです。 ・初めてのスマホなので初めは分からないと思っていましたが、講師の方の説明で、スマホがとても便利だと分かりました。慣れれば利用したいと心が動きました。今後の講習会が楽しみです。 ・初めてスマホを手にしましたが、説明する方のご親切なお話は分かりやすく、これからスマホに親しんで行くのが楽しみです。 ・耳が遠くて対面でないと聞き取れないとお話しさせていただいたら、一人一人個別に説明してくださって大変助かりました。とてもよく分かり、スマホが面白く感じた。ありがとうございました。 ・初めてのスマホを親切に教えていただきとても助かりました。大変面白く学びました。ありがとうございます。 ・スマホは初めてで、何もわからなかったのですが、先生の分かりやすい説明でありがたかったです。これからいろいろなことに使えるのが楽しみです。 ・説明を受けているときはわかったつもりだが、いざ自分でやろうとすると不安。 ・初回の講習で非常に難しいと思った。 ・自分がこんなに不器用だと思いませんでした。どうやって繰り返し家でやったら良いのでしょうか？ 	

【スマートフォンに関するコメント】

- ・区役所での講習会とても嬉しいです。携帯電話を持っているが、ショップに行く和高いサービスやスマホを売りつけられそうで心配だった。こちらの講師なら、色々な携帯会社の情報も聞けるし教えてくれるのでとても嬉しかった。
- ・必要以上にスマホ漬けにならないように基本をしっかり覚え、少しでも時代のニーズに乗って行けたらと思います。
- ・今はなにがなんだかさっぱりだが、この先どうなるのか楽しみだ。
- ・家に帰って少しずつ使ってみたいと思います。早く慣れて、子や孫とスムーズに話ができるようになりたい。
- ・ゆっくり時間を掛けて講習を受けたい。特に忘れてはいけない、アドレスやパスワード等管理したい。
- ・これからの生活には、スマホが絶対ないと時代に取り残されてしまいそうなので、しっかり覚えたいです。
- ・今までスマホを必要と感じていなかったが、今日の講習会を受けてやはり必要だと思った。
- ・30年ガラケーを使用していたが、本日触ってみて進化していることに驚いた。今後も活用していきたい。
- ・ガラケーではパスワードを入力することなく開けばすぐ使えたのに、スマホは本当に不便だと思う！ガラケーの方が良かった。
- ・専門用語を理解するのに時間がかかった。家に持ち帰って復習する。次回からの内容を心配しています。

【実証事業に関するコメント】

- ・ショップには怖くてなかなか行くことはできないけれど、区が施設で講習会をやってくれるのなら、安心して申し込みができると思った。高齢者は営業されると騙されてしまう気がするので、ショップに言って聞くのは怖いですが、スマホがどのようなものか、ぜひ区の事業に申し込んで勉強してみたいと思って参加した。
- ・渋谷区のこの機会が無ければ、スマホを操作することは無かったと思いますので、大変嬉しい企画を用意して頂きましたこと感謝致します。
- ・情報格差を感じていましたので、良い機会でした。スタッフの方に感謝です。
- ・今までスマホを持ちたくても持てなかったが、この機会があってよかった。

実施期間：令和3年10月

講座名：必修講座2回目

【講座に関するコメント】

- ・翻訳、QRコードの説明を教えてくださいましたのが助かります。質問にすぐ答えて頂き嬉しかった。

・入門編はドキドキしましたが、リラックスしながら聞くことができました。ありがとうございました！

・日が経つにつれ、スマートフォンが楽しくなりそうです。特に今日の講義はわかりやすかった。

・講習会は月に1回なので、もう少し間隔が短い方がいい。2週間に1度くらい。

・全4回では覚えられないので質問できる場所が欲しい。

・一度に覚えようと思うと理解出来ないので何度も教室をお願いしたい。

・やはり手引き書を見るより face to faceの方が分かりやすい。

【スマートフォンに関するコメント】

・スマホが少し怖く無くなりました。写真と検索がんばります。

・スマホ画面に表示されるすべての用語の、説明書のような、いわゆる「用語解説集」のようなものがあれば便利だと思う。

・スマホの必要性をよく認識しているが、ガラケーを使っているので頼ってしまう。専用の言葉が理解できない。

・スマホのある生活！今まで色々の疑問があったが、一つ一つ解けていくのでうれしいです。

・この年でスマホが出来たら本当にうれしい事です。もう一度勉強会をお願いしたいです。

・やっと少しわかってきましたがどうしてもまだガラケーが使いやすいです。

【実証事業に関するコメント】

・地方にいる孫と、ビデオ通話したかったのが、今日教えていただき早速やってみます。家族とのコミュニケーションが密になり、素晴らしいプレゼント。感謝します。

実施時期：令和3年10月～11月 講座名：必修講座3回目

【講座に関するコメント】

・毎回楽しく大変嬉しいです。残り一回で終了なのがちょっと淋しい。

・本日の講習で渋谷区の情報が増えるのにびっくりした。これからは注意して利用するようになりたいと思う。

・今日の講習は実生活で使えるものが多く、講師の方の説明もわかりやすかったです。

・講師の先生がとても熱心で分かりやすく教えて下さり、事例を多く出してくださったので良かったです。

・講義を伺っているとよく理解できる。家に帰って自分で使ってみると違う画面が出てきて分からなくなってしまう。今日もすごく楽しかった。

・とてもわかりやすい。とても良かったです。家でも子供に教わりながら練習しました。

・とてもためになる講習でした。使えるアプリが増えました。これからも使ってみます。

・3回目の講習でスマホを利活用してないと時代や社会において行かれると痛感した。今日の講習会は意義があった。

・今日が一番最高！で楽しい内容だった。今まで講習会以外はスマホを開いてなかったしガラケーを使っていたけど、こんなふうに地図が見られるなんてガラケーじゃできない。防災アプリも初めて聞いた。どこに避難すればいいかこれを見ればわかるなんて、素晴らしい情報をいただくことができた。これからはもっとスマホ触ってみます。

・一度に覚えることが多過ぎる。そのため家に帰って自分でやってみてなかなか前に進まない。コールセンターに電話するしかない。

【スマートフォンに関するコメント】

・初めてのスマホで生活に楽しみが生まれ、新しい発見がありました。

・今回の脳にいいアプリが面白かったので利用してみようと思う。

・スマートフォンは多種にわたって使用出来るので、年寄りの私には難しい面もありますが、少しずつ使える様になり楽しくなってきました。

・いろいろな画面があり、どのように操作してよいのかが特に解らない。多く利用するのは電話やメールです。これからも頑張って理解でき、利用できることを望んでいます。

・初めてなので、練習する回数を多くしても進まないです。近所の方に伺っても、機種が違くと分からないとの事でした。

・広告のボタンを押してしまい、そのサイトに飛んでしまってびっくりしてどうしていいかわからず怖くて触れなくなったことがあった。

【実証事業に関するコメント】

・講習会4回だけではなくできる限り続けて欲しい。

・このコースが無ければスマホを使うチャンスが無かったので大助かりです。

・今使用しているスマホは難しい。年寄りには最初から簡単スマホにして欲しかった。

実施時期：令和3年11月～12月 講座名：個別相談会1回目

【相談会に関するコメント】

・何がわからないのかもわからない状態です。

【スマートフォンに関するコメント】

・写真を送りたいためLINEを覚えたい。

・友人との連絡が楽になり、電話ではなく文字でも連絡した。

・脳にいいアプリで毎日楽しんでいる。動画やインターネット検索で50年前の作品や音楽を楽しんでいる。

・入院した時に家族とLINEで連絡ができたのでとても安心した。入院中にラジオとかが聞けたので優雅に過ごせた。

- ・出先でインターネットやニュースを使って暇つぶし。お出かけの際のマップや乗換案内も便利。
- ・LINE、ネット、マップなど、自宅で過ごす時間を有意義に過ごすため、幅広く浅く触っている。
- ・孫とLINEをやりたい。スマホ操作を理解したい。
- ・ZOOM、LINE、オンライン飲み会を楽しむ等、若い方の使い方を参考にしたい。
- ・LINEと電話をメインに利用している。孫の動画等を見るのが好き。
- ・LINEで友人とメッセージのやり取りをしたり、写真の共有、旅行先で観光スポットを調べたりしたい。

実施時期：令和3年12月～1月

講座名：復習講座

(スマートフォンに苦手意識がある人が対象)

【講座に関するコメント】

- ・スマートフォンは怖かったのですが、噛み砕いて必要な部分(余談として)を聞けたので良かったです。ゆっくりやりましょうというお言葉を頂けました。
- ・色々混乱した点を直していただきだいぶスッキリしましたが、継続がどこまで出来るか、やはりガラケーが良かったとならないよう頑張ります。
- ・スマートフォンは全く興味が無かったが、今回楽しくわかりやすく勉強させていただきありがとうございました。
- ・教えて頂いて自分で出来なかったことができて、とても嬉しかったです。本当にありがとうございました。
- ・個別の質問に答えてもらえる回を改めて設けてほしい。

【スマホに関するコメント】

- ・スマホにより日常生活の楽しみが増えました。

実施時期：令和4年5月～6月

講座名：必修講座4回目

【講座に関するコメント】

- ・何度もの対面講習は安心感があります。繰り返し復習が出来る。
- ・受講者の理解度にもよるけど、4人に講師1人は少々無理がある。

【スマートフォンに関するコメント】

- ・毎週リハビリの先生にも教わりながら麻雀アプリなど触れています。今日教わったことを家で勉強します。引き続きどうぞよろしくお願いします。
- ・毎日スケジュール表として活用しています。用語など横文字が理解できないものがあり、基礎的な部分にもう少し時間を割いてください。
- ・脳にいいアプリを毎日やっています。毎日の体の管理ができています。
- ・日常の買い物(食材等)の連絡確認でとても重宝しています。

- ・新発見がありました。奥が深くて便利すぎるのかなと思いました。
- ・広告やゴミがいっぱいとサインが気になっていたが、宣伝とわかり、押さないで無視してくださいというアドバイスは貴重でした。
- ・ラインができるようになって、子供との意思がよく伝わるようになり良い関係になっております。
- ・やっと電話、メール、LINE、写真が出来るようになったので、PayPay もそのうちに出来るかな。
- ・PayPay の使い方勉強になりました。使ってみたいと思いました。
- ・スマホを使う機会がなく、遠巻きにしていたが、学習の機会をいただいて急に知識が増えたように感じる。特に Google によって疑問がすぐに解決できて、とても嬉しく思っています。
- ・スマホなんて全然興味なかった。一生やらないと思っていた。でも今は娘や孫とラインをしている。すごく楽しくて講習会も楽しみに来ている。

LINE のスタンプを娘が買ってくれて、使い方を講師に教わって娘に送ったりしている。地図で道案内を見られたり時間もわかったりするのですごく便利。

【実証事業に関するコメント】

- ・少し時代が明るくなった。

実施時期：令和 4 年 6 月～7 月	講座名：個別相談会 2 回目
---------------------	----------------

感想アンケート無し

実施時期：令和 4 年 10 月	講座名：集中講座 (スマートフォンをあまり利用していなかった人が対象)
------------------	--

【スマートフォンに関するコメント】

- ・スマホのお友達がいなくてせつなくスマホを覚えても練習ができないのよ。LINE のお友達グループなどがあると続けられる。
- ・スマホを使う相手がいなくてつまらなくなりました。
- ・自分は携帯も持ったことがないし、これからもそういう物は持つ気がなかった。でもスマホがないと不便な世の中になっちゃったから、どういものなのか知りたいと思っている。
- ・連絡が来ると煩わしいから、そもそも殆どの時間、電源を切っている。放置した結果、使い方を忘れて身につかなくなった。
- ・文字入力等の基本操作で挫折してしまい、先に進めなくなった。
- ・勉強不足でスマホの操作が難しく感じる。操作に自身が無いからスマホの利用自体が消極的になってしまった。

実施時期：令和 5 年 1 月	講座名：個別相談会 3 回目
-----------------	----------------

感想アンケート無し

実施時期：令和5年5月～6月	講座名：個別相談会4回目
感想アンケート無し	
実施時期：令和5年8月～9月	講座名：個別相談会5回目【最終回】
<p>【講座に関するコメント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講習会ではその場でできてもなかなか覚えられず、すぐ諦めてしまい情けないことばかりでした。今度は自分のスマホでとことん勉強して新しいことを知り楽しい日々を過ごしてみたいです。本当にありがたく感謝しております。 <p>【スマートフォンに関するコメント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スマホは最初音にびっくりした。通知が怖かったけれど、触らないとだめだと思った。講師にもそう言われて頑張って使っている。LINEでひ孫の写真を送ってもらっている。スマホは楽しいが、たまにどうしたらいいかわからないボタンがあって、わからないところがわからなくなってしまう。聞きたい時にひとり暮らしだとすぐに聞けないし、その時の画面を説明できないので困っている。だからスマホサロンは本当にありがたいので使っている。でもいざ聞こうとしたときにその画面をもう一度見せるのができなくて、うまく聞けないこともある。ひとり暮らしの人、家族がいる人などみんなそれぞれ使い方も違う。渋谷区の講座で色々チャレンジもしてきた。PayPayでたばこ飴も買えた。年寄りには褒められたら伸びるから褒めてほしい！ ・息子に勧められたスマホを買った。ツムツムというゲームアプリが大好き。スマホの練習になると聞いてよくやっています。 ・音量がうまく調節できなくて怖くて持ち歩けていなかったけど、やっぱり必要だと思ってスマホを購入した。自分のスマホで音量調節のやり方を講師に教えてもらったので、これからは持ち歩きたい。講習会で同じ集合住宅に住んでいる方と知り合いになってスマホサロンを紹介してもらった。一緒にスマホサロンに通うことにしたのでこれからも安心していきます。 ・LINEを一番使っている。家族や友達とのやりとりがとっても楽。YouTubeで猫ちゃん動画をよく見えています。 ・庭に咲いている梅の花の成長をカメラで撮るのがすごく楽しい。今度は椿の成長を撮る予定。 ・スマホのおかげで生きがい、はりあいがもてた。カメラが大好きで、お友達と写真を見せ合うのが楽しい。仲良しな友だち3人組でよく写真を見せ合っている。 ・スマートウォッチとスマホを同時購入しました。息子が、連絡が来たのを気付くようにと勧めてくれた。 ・夫婦で色違いのスマホ買った。LINEを使っている。この2年間でスマートフォンがすごく便利とわかった。ありがとう。 	

- ・脳にいいアプリをやっている。レベルが上がるのが面白い。ただ、スマホは広告とかが怖い。借りていた間は申し訳なくて家に置いていたが、買ったから持ち歩くようになった。
- ・料理が好きなのでレシピなどをより細かく詳しく調べられてすごく発見だった。ニンニクの処理や保存方法など深く知れるので面白い。
- ・LINE とゲーム（麻雀、トランプ、こいこい）を良く使う。娘家族と同居しているため、娘・婿・孫に使い方を聞いている。なんでもスマホ相談も良く使っており、対面で直接聞けるのが良い。あとは、話題のことや飲食店を調べられるのが良い。
- ・LINE をやり取りする人がいないと、操作方法を忘れてしまうと思う。健康管理など興味あることを見つけられるとスマホ利用促進できると思う。
- ・電話・LINE・写真をよく使う。趣味で30年ほど絵の教室に通っており、そこでの友達や娘様と良くLINE をしている。一緒に美術館に行く。絵や花の写真を良くとって送りあっている。写真と一緒にメッセージを送れるのが、ガラケーと違って良い。
- ・出先で食事するところを調べたり Google 検索も使っている。分からないことは、娘や近所の若者に聞いて解決している。ニュースやツイッター、PayPay やハチペイも使っている。買い物は娘がネットショッピングで買ってくれるので問題ない。
- ・写真を撮影していつでも見られる、それをコメントと一緒に送れるという機能はすでに自分の生活になくはならないものになっていき、その体験からスマホの便利さや楽しさが増していった。
- ・スマホは基本家に置いてある状態で持ち歩かない。友人から連絡があった時のみに返答する。主に電話、SMS、+メッセージの通知のポップアップに反応して返答している。
- ・LINE は全然使わない。他のアプリも使えなかったが YouTube だけ使っている。競馬の調教動画を見たり、クラシックコンサートの映像でベートーベンを毎晩聞いて寝たりしている。本当に素晴らしい。スマホサロンでおすすめの機種を聞いて選びました。どんなスマホを買えばいいか相談できる場所があるのも嬉しい。
- ・これからはテレビじゃなく TikTok の時代だと言われたので、TikTok にはまっています。動画を上げるのが生きがいでスマホを買いました！
- ・結局スマホは買わなかった。ガラケーに戻ることにした。通知が怖くてスマホがストレスになってしまったが、いつかガラケーが壊れてしまったらその時はまたスマホに挑戦してみる。

【実証事業に関するコメント】

- ・この事業がなかったらスマホは買っていなかったです。とても楽しく使っていました。夫婦でそれぞれ自分に合うスマホを買いました。
- ・夫婦で一緒にやってよかった！それを一番言いたい。教え合ったりできてお互いに良かった。関係性も変わったかも。自分だけ孤立しなかったからよかった。夫婦仲が良いと思ってなかったけど、一緒にできて良かった。お花を撮影して花の名前を教え合ったりしている。

せっかくスマホの使い方を覚えたのにガラケーに戻るの嫌だなと思ったから二人でスマホを買いました。Google、YouTube、身体を整えるヨガ動画、Instagramを見て楽しめている。主人とLINEもしている。大したことはしてないけど、買い物したら、「これ買ったよ」など報告しあっています。

・素晴らしい出会いや経験をすることができました。これからも良き友として見守ってくれる素敵なスマ友との出会いを作っていただきありがとうございました。色々あった人生ですが、今とても感謝しています。

表 2.3.3.任意講座一覧

実施期間	講座名	人数（人）	内容
令和3年2月～3月	YouTube 配信講座	59 ※アンケート回答者のみ。 動画再生回数は表 2.3.5 に記載	LINE/Google・Apple アカウントの作成/LINE/基本操作/キャッシュレス決済/お出かけ支援/防犯/防災/オンライン講座の受け方
令和4年7月～9月	任意講座1回目	170	基本操作/LINE/キャッシュレスショッピング
令和4年11月	任意講座2回目	120	基本操作/LINE/キャッシュレス・ショッピング/お出かけ支援/SNS
令和5年1月	任意講座3回目	129	LINE（オンライン健康相談）/キャッシュレス（ハチペイ）/SNS
令和5年3月	任意講座4回目	86	LINE（オンライン健康相談）/キャッシュレス（ハチペイ）/SNS
令和5年10月～12月	スマホで生活講座	176	QRコード/キャッシュレス決済/防犯・防災/動画視聴
令和6年3月	任意講座5回目		ハチペイ・脳にいいアプリ/基本操作/SNS

表 2.3.4.任意講座参加者コメント

実施時期：令和3年2月～3月	講座名：YouTube 配信講座
アンケート無し	
実施時期：令和4年7月～9月	講座名：任意講座1回目

【講座に関するコメント】

- ・基本的操作の講座は定期的を開いて頂きたいです。よろしくお願いします。分かりやすい言葉にいいかえて教えて下さったのでよかったです。
- ・現金チャージ手順がテキストにあってわかりやすかった
- ・渋谷区はスマホの講習が沢山あり、助かります。初級、中級、上級と分かれたコースをフルで受けたい
- ・今後このような研修ありましたら参加したいと思っています。

実施時期：令和4年11月

講座名：任意講座2回目

【講座に関するコメント】

- ・未だ分からない事がたくさんあります。個人指導の時間をもう少しいただけたらと思います。
- ・資料も大きな字で見やすかったです。知識の少ない私にも大変分かりやすく、知りたかったことに丁寧にお答えいただき、嬉しかったです。
- ・とても多岐に渡って話題もあり、楽しい講義でした。ありがとうございます。
- ・とても親切で良かった。タクシーアプリに興味があるので教えてほしい。
- ・Instagramなどの登録をその場でできると良かった。#タグの説明をもう少し聞きたい。

実施時期：令和4年1月

講座名：任意講座3回目

【講座に関するコメント】

- ・今わからないこと、使用できなかったことが分かり楽しかった。もっと他のものも知りたい。
- ・会費を支払ってでも、あと3-5回くらいは参加したい。
- ・X(旧Twitter)、Instagramの特徴、使い方等を学習しました。実際に必要であれば登録して活用してみたい。
- ・X(旧Twitter)、Instagram、Facebook、どれかに特化した講座希望。
- ・スマホのセキュリティ対策のセミナー希望。

【スマートフォンに関するコメント】

- ・脳にいいアプリ、Yahoo!ニュースを毎日活用しています。スマートフォンに慣れることが大切だと思います。

【実証事業に関するコメント】

- ・定期的な説明会の開催は大変参考になります。継続して開催してください。

実施時期：令和4年3月

講座名：任意講座4回目

【講座に関するコメント】

- ・個別の質問ができればなお嬉しいです。なんでもスマホ相談があると聞き利用したいと思います。

<ul style="list-style-type: none"> ・基本操作の講座を開いてほしい。データの集約のしかた(ファイリング)を教えてほしい。スマホを気軽にマンツーマンで教えてくださる場所を増やしてほしいがグループ学習も大切だと思う。 ・30分の講座では殆ど時間内に理解できないことが多い。今回のようにじっくり教わりたい。 <p>【スマートフォンに関するコメント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これから高齢者にもスマホが必要になってきたのを実感しているので、事故のないようしっかり使えるようにしたい。 <p>【実証事業に関するコメント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・このような講習会をたくさん開催してほしいです。
<p>実施時期：令和5年10月～12月</p> <p>講座名：スマホで生活講座</p>
<p>【講座に関するコメント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たに知らなかったことをご指導いただけてよかった。 ・初めて決済アプリを使ってみました。 <p>【スマートフォンに関するコメント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・初めてハチペイインストールしました。 <p>【実証事業に関するコメント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・普段はショッピングに行く機会が無い中での開催ありがたい。

表 2.3.5.任意講座 (YouTube 配信) 再生回数一覧

No	テーマ	アジェンダ	再生回数
1	YouTube の見方	配信動画の視聴方法	361
2	アカウントの登録方法	Google アカウントの登録方法	183
3		Apple ID の登録方法	84
4	LINE 編	オープニング	188
5		LINE を使う準備	140
6		トークを試みよう	102
7		通話を試みよう	92
8		グループ機能を試みよう	88
9		友達を登録しよう	98
10	基本操作編 (Android)	オープニング	144

11		文字入力	113
12		電話の使い方	98
13		メールの使い方	80
14		インターネット検索の使い方	66
15		カメラの使い方	64
16	基本操作編 (iPhone)	オープニング	82
17		文字入力	50
18		電話の使い方	37
19		メールの使い方	23
20		インターネット検索の使い方	18
21		カメラの使い方	26
22	キャッシュレス編 (Android)	オープニング	89
23		キャッシュレス決済を知ろう	83
24		アプリのインストール	64
25		モバイル Suica・PASMO を使う準備	51
26		PayPay を使う準備	38
27		インターネットショッピング (Amazon)	31
28	キャッシュレス編 (iPhone)	オープニング	23
29		キャッシュレス決済を知ろう	18
30		アプリのインストール	17
31		モバイル Suica・PASMO を使う準備	14
32		PayPay を使う準備	6
33		インターネットショッピング (Amazon)	8
34	おでかけ支援編	オープニング	44
35		アプリの紹介・インストール	42
36		Google マップ	27
37		Yahoo!乗換案内	23
38		Yahoo!天気	22
39		配車サービス (mobi)	171

40	防犯・防災編	オープニング	20
41		防犯対策	22
42		防災対策	15
43	オンライ（ン講座の受け方編	オープニング	59
44		アプリの紹介	62
45		LINE	42
46		ZOOM	35

2.3.2 渋谷区スマホ専用コールセンター

被貸与者専用のコールセンターを開設し、貸与端末の利用方法やアプリケーションの操作方法及び貸与端末不具合時、盗難・紛失時などに関する問い合わせに対応した。

表 2.3.6.コールセンター詳細

開設時間	土日祝を除く平日 9 時～17 時 ※スマートフォンの貸出直後はコールセンターへの問い合わせが多く、応答率が低かった為、令和 3 年 10 月 14 日～令和 3 年 12 月 28 日までの期間は開設時間を 18 時までとする延長対応を行った
開設期間	令和 3 年 9 月 1 日から令和 5 年 9 月 30 日
ブース数	令和 3 年 9 月 1 日から令和 5 年 8 月 31 日：5 ブース 令和 5 年 9 月 1 日から令和 5 年 9 月 30 日：2 ブース
オペレーター	専任対応
主な問い合わせ内容	<ul style="list-style-type: none"> ・貸与端末の設定、操作方法 ・貸与端末、充電器不具合時の対応 ・貸与端末盗難及び紛失への対応 ・アプリケーションの設定、操作方法 ・その他スマートフォンに関する相談事項全般
MDM 操作	故障、紛失時には MDM より貸与端末のロック及び初期化を実施
遠隔操作サポート	問い合わせ時にオペレーターが被貸与者の貸与端末を遠隔操作可能なサポートを実施
問合せ内容のデータ蓄積	下記問合せ内容を収集 <ul style="list-style-type: none"> ・利用者情報 ・入電時刻/通話時間 ・対応内容詳細
架電対応	講座のリマインド等、状況に応じて貸与端末宛てに架電を実施

開設以降、主な問い合わせ内容は、初期は貸与端末操作であったが、徐々にアプリに関する内容が大きな割合を占めていった。

表 2.3.7.着信数及び応答数、応答率

令和3年度												
項目/月	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
着信数						774	1003	666	521	407	401	354
応答数						463	653	609	495	381	377	337
応答率 %						59.8	65.1	91.4	95.0	93.6	94.0	95.2
令和4年度												
項目/月	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
着信数	327	340	310	366	288	278	267	315	220	301	259	277
応答数	308	315	304	348	278	276	261	301	215	295	253	272
応答率 %	94.2	92.6	98.1	95.1	96.5	99.3	97.8	95.6	97.7	98.0	97.7	98.2
令和5年度												
項目/月	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
着信数	234	224	232	263	442	84						
応答数	229	223	230	263	419	78						
応答率 %	97.9	99.6	99.1	100.0	94.8	92.9						

図 2.3.1.着信数及び応答数、応答率推移

(令和3年9月～令和5年9月)

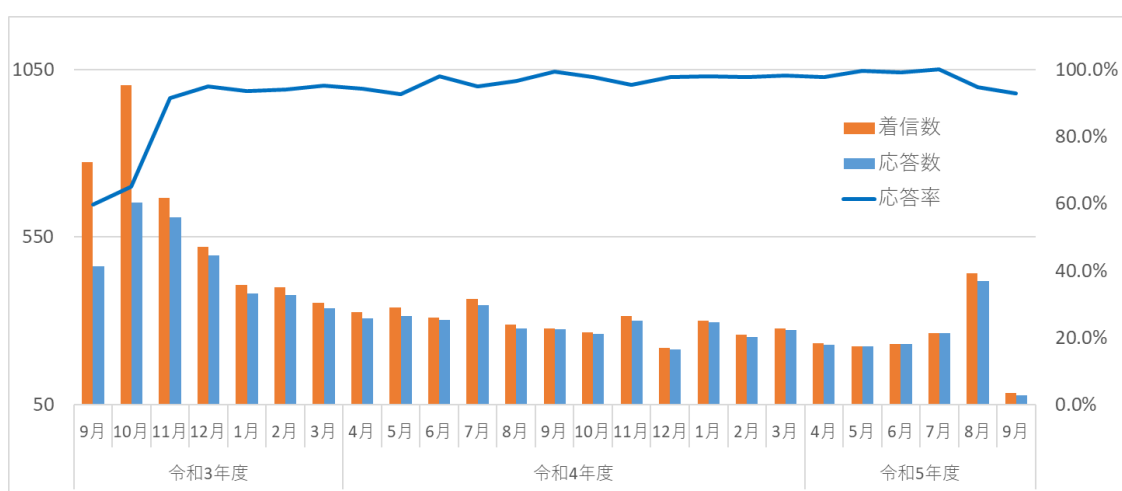


表 2.3.8.対応区分件数

令和3年度																	
項目/月		4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3				
対 応 区 分 件 数	故障						2	1	1	0	0	0	0	0			
	セキュリティ						0	0	1	2	0	0	0				
	ティ																
	端末基本						359	392	334	219	189	231	192				
	操作																
	アプリ						237	556	480	467	323	318	351				
	サービス						24	16	16	8	11	10	13				
その他	27	50	83	127	54	68	38										
対応区分合計		649	1015	912	823	577	627	594									
令和4年度																	
項目/月		4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3				
対 応 区 分 件 数	故障	2	0	3	2	0	1	3	1	0	0	0	2				
	セキュリティ	0	0	1	0	6	3	3	0	0	0	1	0				
	ティ																
	端末基本	168	143	136	137	117	99	113	133	77	122	82	117				
	操作																
	アプリ	254	263	261	284	223	228	193	274	215	225	199	193				
	サービス	4	6	3	22	4	6	2	3	6	4	7	5				
その他	32	39	54	71	27	38	43	40	20	58	47	48					
対応区分合計		460	451	411	459	377	375	356	451	318	409	336	365				
令和5年度																	
項目/月		4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3				
対 応 区 分 件 数	故障	1	0	0	0	0	0										
	セキュリティ	0	0	3	0	0	0										
	ティ																
	端末基本	105	94	79	70	67	7										
	操作																
	アプリ	156	157	139	144	169	36										
	サービス	7	1	10	3	7	0										
その他	61	60	90	136	276	53											
対応区分合計		330	312	321	353	519	96										

2.3.3 架電（アウトリーチ）によるヒアリングサポート

貸与端末の未使用時間が長い人、操作に苦手意識がある人、講座欠席者などにコールセンターや講師から架電。対面サポート（なんでもスマホ相談、スマホサロン）や集中講座を案内するなどアウトリーチによるサポートを実施した。

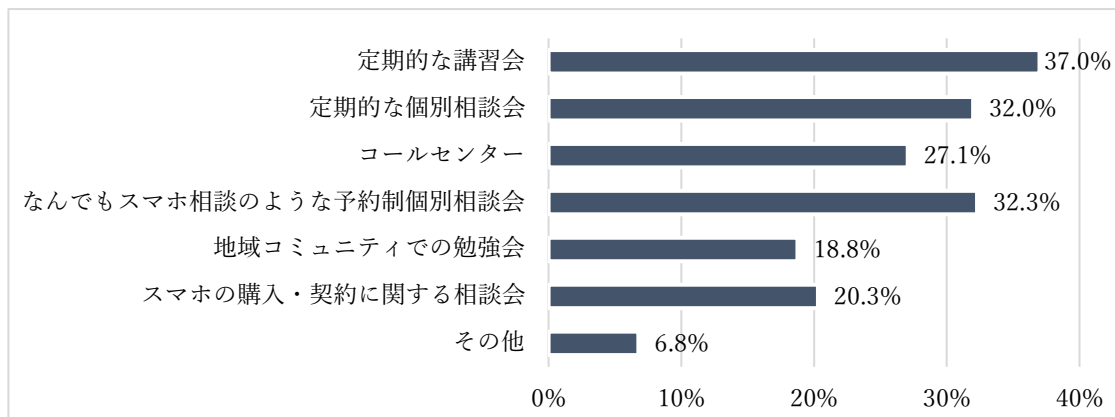
表 2.3.9.架電によるアウトリーチ実施施策

架電内容	架電対象者
留守番電話設定の登録方法案内及び困りごとのヒアリング	全被貸与者
復習講座のリマインド	復習講座参加者
必修講座4回目のリマインド	貸与端末の操作ログが一定期間確認できていない人
個別相談会5回目のリマインド	個別相談会4回目欠席者
貸与端末返却の案内	【最終】個別相談会5回目欠席者

2.3.4 スマホサロン

令和3年11月～12月個別相談会1回目で取得した「今後あなたが必要だと思うサポート」に対するアンケートの回答として「定期的な講習会」や「定期的な個別相談」といった回答が上位となったことを踏まえ、気軽にいつでも定期的に相談できる場としてスマホサロンを開設した。渋谷区内在住の概ね60歳以上の人を参加対象とし、令和4年7月より「シブカツ」、令和4年8月より「新橋出張所」にてスマホサロンを1回/週の頻度で開催し、渋谷区独自のデジタル地域人材である「渋谷区デジタル活用支援員（2.4.7節参照）」もスマホサロンに配置、操作方法やアプリの問合せにも対応した。

図 2.3.2.今後あなたが必要だと思うサポート
(個別相談会1回目、n=1,360 複数回答)



また、スマートフォンの操作に不慣れな被貸与者を対象とした「集中講座」を令和4年10月に実施し、そこで取得した「スマートフォンについて苦手意識や不安のあるものをすべて回答してください」というアンケート結果から、「操作方法を忘れてしまう」という回答が75%と最も多く、また利用頻度の低い人に対して行ったヒアリングでは、「連絡を取る相手がいない」といった感想も得られた。このことから、スマートフォンの操作に関する環境整備だけでなく、スマートフォンを通じたコミュニケーションの促進を目指し、効果検証を行う目的でスマートフォン講師をディレクターとして配置した。

さらに、後述の学生サポーター（表2.4.4参照）がボランティアとして参加協力し、世代間交流も生まれている。

令和5年4月からはデータ分析結果を考慮し、活用度の低かった「ひがし健康プラザエリア（リフレッシュ氷川）」及び、なんでもスマホ相談が開催されていない「千駄ヶ谷・北参道エリア（千駄ヶ谷社会教育館）」に、スマホサロンを開催することとした。

表 2.3.10.スマホサロン開催拠点別参加者

開催エリア	開催曜日	累計参加人数	
		令和4年度	令和5年度（9月末時点）
渋谷生涯活躍ネットワーク・シブカツ	毎週火曜日	538人	
新橋出張所	毎週月曜日	278人	269人
リフレッシュ氷川	毎週火曜日		455人
千駄ヶ谷社会教育館	毎週木曜日		376人
計		816人	1,100人

2.3.5 なんでもスマホ相談

スマートフォンの操作に不慣れな人向けに、スマートフォンの基本操作・メールの送受信・インターネット検索等の個別相談（講師と一対一）を実施。

表 2.3.11.なんでもスマホ相談概要

相談受講対象者	区内に住所を有するおおむね60歳以上の人
事業開始	令和2年10月
実施会場	事業開始時は1会場で実施。令和3年5月より11会場に拡大して実施。

令和4年度からは、貸与端末の故障診断や交換対応や事業途中辞退者の貸与端末の返却業務などもなんでもスマホ相談で実施した。

表 2.3.12.なんでもスマホ相談開催実績

年度	相談実績 (コマ)
令和3年度	2,061
令和4年度	2,993
令和5年度 (9月末時点)	1,234
合計	6,288

※なんでもスマホ相談実施会場

渋谷生涯活躍ネットワーク・シブカツ/地域交流センター恵比寿/地域交流センター新橋/
 地域交流センター上原./地域交流センター西原/はつらつセンターケアステーション本町/
 地域交流センター笹塚/地域交流センター大向/地域交流センター代々木の杜/
 ケアコミュニティ・原宿の丘/はつらつセンター参宮橋

表 2.3.13.なんでもスマホ相談参加者の声

携帯ショップよりも親身に教えてくれて安心。ショップで聞けない困り事も相談できます。
今日もいくつか覚える事が出来ました。生活する上で原動力になっています。ありがとうございます。
講師を独り占めできる時間がありがたいです。
全く知らなくて使っていたので、今回教えて頂いて目からウロコでした。講師が図に書いて教えてくれるので大変分かりやすいです。
毎度感謝しています。この年齢でスマホ中毒になりそうです(笑)
便利な使い方が何も使っていなかったと反省！いつもカバンの中に入れてばなしなのでこれからはそばに置いてかわいがってあげましょう！！
全然できなかったスマホが少しずつ自分のものになりつつあります。教えて下さって有難いです！！

2.3.6 啓発チラシの作成

令和5年5月に貸与端末を積極的に活用している被貸与者5人に、日ごろのスマートフォンの活用方法をインタビューし、他の被貸与者のスマートフォン活用を促進するための啓発チラシを作成し、令和5年5月～6月に行われた個別相談会4回目やスマホサロンにて啓発チラシを配布した。


図 2.3.3.啓発チラシ

<p>スマホは友達！ 自分の世界が広がりました！</p>	<p>スマホを使って 動画づくりにチャレンジ！</p>
 <p>よく使うアプリ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・渋谷のラジオ  ・脳にいいアプリ  ・ユーチューブ  ・ライン  <p>みつちゃんさん(88歳)</p>	 <p>よく使うアプリ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ユーチューブ  ・グーグル  ・グーグルレンズ  ・カメラ  <p>たまさん(73歳)</p>
<p>スマホで渋谷の街の素晴らしさを実感！</p> <p>「渋谷のラジオの『渋谷の星』（毎週火曜日11：10～）という番組がお気に入りです。区の情報だけでなく、地域で活躍されている方々の生の声を聴くことができ、みなさんの人柄や体験談を通じて、渋谷の街の素晴らしさを実感しています。この事業で仲良くなった方とライン（LINE）で連絡を取り合っていて、スマホを通じてお友達も増えました！</p>	<p>スマホで撮影した風景や音を使って動画を制作！</p> <p>街の風景や音をスマホで撮影し、オリジナルの動画を制作しています。作り方はユーチューブで研究しました。動画コンテストに応募したところ、入賞してしまいました！自分の作品をたくさんの人に見てもらえてとても嬉しかったです。実はこれまでガラケーすら持ったことがなく、わからないことも多いですが、娘から「わからない時は“ぐぐれ！”（グーグルを使って調べてみて！）」と教えられ、とにかくグーグルで調べるようにしています。</p>
<p>脳にいいアプリやYouTubeで健康管理！</p> <p>脳にいいアプリの脳トレが楽しくて毎日5回チャレンジしています。そして就寝前はユーチューブで全体の動画を見ながらストレッチをしたり、チワワの動画を見るのが日課です。 </p>	<p>グーグルレンズで横文字（英語）も難なく解決！</p> <p>英語を読むときはグーグルレンズを使っています。文字にカメラを向けるだけで翻訳できるので簡単で便利です。</p>
<p>新しいことを教えてもらったり、落ち込んだ時には大好きなチワワの動画をユーチューブで見ても元気が貰えたり、スマホはずっとそばにいてくれる友達みたいな存在です！</p>	<p>試行錯誤しながら完成した作品を誰かに見てもらえるのがとても嬉しいし励みになります！ みなさんもオリジナル動画を作ってみませんか？</p>
<p>家族の緊急時に スマホがあつて助かりました！</p>	<p>スマホサロンのご利用者の方に インタビューしてみました！</p>
 <p>よく使うアプリ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ライン  ・スーパー（ライフ）のポイントアプリ ・ニュース ・OK!グーグル <p>みなさん(79歳)</p>	 <p>よく使うアプリ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ライン  ・音声入力 ・OK!グーグル <p>まるまるまるさん シラユキギシさん</p>
<p>スマホはライフライン！</p> <p>夫が緊急入院した際、遠方にいる娘から「ライン（LINE）だけができるようになって！」と言われ、必死に操作を覚えしました。コロナ禍で面会もできず不安な毎日でしたが、ラインのおかげで家族と素早く連絡を取ることができ本当に助かりました！写真も簡単に送り合えるのでとても便利です。</p>	<p>コミュニケーションが楽しい！</p> <p>コロナ禍で家族と頻繁に会えなくなりましたが、毎日、娘や孫とLINEで食べたものの写真を送りあって、コミュニケーションを取っています。</p>
<p>アプリのクーポンでお得に買い物ができます！</p> <p>よく行くスーパー（ライフ）のポイントアプリでお得に買い物を楽しんでいます。口座登録などは怖いので、現金でチャージをしています。ペイペイ（PayPay）もコンビニで使ってみました。最初はとにかくおっかなびっくりでしたが、無理せず少しずつチャレンジしています。 </p>	<p>音声入力でも調べものも簡単！</p> <p>気になることがあればスマートフォンに「OK！Google（グーグル）」と話しかけて音声入力機能を使って調べものを使っています。文字を打つより簡単に入力できるので凄く便利です！</p>
<p>新しいことへの挑戦は大変ですが、自分の知らない世界を知ることができるのは興味が湧いて楽しいですよ！スマホを通して自分の視野がすごく広がったと感じています！</p>	<p>映え写真を待ち受けに！</p> <p>自分で作った白菜のお漬物の写真をスマートフォンの待ち受け画像に。自分だけの「映え写真」みたいで凄く楽しい気持ちになります(笑) </p>


2.3.7 スマートフォンの個人購入相談支援及び「スマホプロフィールシート」の作成

国内の大手通信事業者4社（及び提携店舗）協力の元、各社が取り扱っている契約プランや近隣店舗の案内一覧資料を個別相談会4回目で参考として配布した。被貸与者の希望や貸与端末の使用状況、家族が契約している通信事業者などをヒアリングしながら「スマホプロフィールシート」を作成し、スマートフォン購入時に生じる不安を解消するための相談支援を実施した。被貸与者のニーズに応じ、キャリアフリーな形でスマートフォンの保有を支援するとともに契約トラブル防止にも努めた。

図 2.3.4.スマホデビューのためのプロフィールシート



スマホデビューのための プロフィールシート



【スマートフォン取り扱い店舗の皆様】
 平素より渋谷区政にご理解ご協力をいただきありがとうございます。
 渋谷区では高齢者のデジタルデバйд解消と生活の質の向上を目指し、スマートフォンの貸与及び活用支援を実証事業として行ってまいりました。渋谷区からのスマートフォンの貸与は令和5年8月をもって終了するため、利便性を感じられた方にはご自身でのご購入方法などをご案内しております。つきましては、ご本人のご利用状況やご希望に沿った機種やプラン等のご案内をよろしくお願いたします。ご不明点やご質問は下記までご連絡ください。
※貸与スマートフォンは、買い取りや電話番号引継ぎができません。
※貸与スマートフォンは「データ移行アプリ」や「有線」を使用するデータ移行ができません。「Bluetooth」や「Googleドライブ」を使用するデータ移行を推奨しています。

渋谷区 福祉部高齢者福祉課サービス事業係
03-3463-1873（直通）

※ショップに行かれる際には、来店予約の必要性や、契約時に必要な当日の持ち物等を事前にご確認ください。

記入日 /

①現在の携帯電話会社・契約名義

携帯会社（ ） / 契約名義（ ）

②おすすめ又は希望の契約内容

新規 ・ MNP ・ 機種変更
 ※備考（ ）

③利用状況（ひと月目安）

通信量 [] GB / 通話時間 [] 分/回 を [] 回/月ほど

④ご自宅のインターネット回線

ある（契約会社： ） ない

⑤おすすめ又は希望機種 ※機種によっては、データ引継ぎできない場合がございます

機種（ ）
 ※理由（ ）

⑥スマートフォンの備品 ※必要に応じて、購入が必要なものです

充電器（区より配付した充電器（タイプC）は引き続きご利用いただけます）
スマホケース 画面保護フィルム

※この用紙はご本人様にて保管・破棄または店舗様で破棄をお願いいたします※

- 39 -

2.3.8 貸与端末の回収及びデータ移行等の支援

令和5年8月から9月に実施した個別相談会5回目及び、令和5年7月から8月に設置した臨時データ移行ブースでは、被貸与者が個人で新規に契約するスマートフォンがある場合、貸与端末から今までの被貸与者向け講座内でアカウントを作成した5つのアプリ（Google アカウント・LINE・ハチペイ・脳にいいアプリ・PayPay）のデータ移行を実施した。

貸与端末の回収は個別相談会5回目にて行い、回収時には貸与端末の初期化を実施し、個別相談会5回目に参加できなかった被貸与者については、郵送での貸与端末の回収を行った。

表 2.3.14. 臨時データ移行ブース実績

開催期間	令和5年7月3日～令和5年8月18日
開催頻度	月・火・水・金曜日 ※祝日を除く
1日あたりの開催コマ数	6コマ（7月中）/7コマ（8月中） ※1コマあたりの開催時間は45分
利用者数	200人/229コマ

2.4 アプリの活用／分野横断的取組

2.4.1 健康アプリ「脳にいいアプリ」の活用（スタートアップ企業との連携）

スマートフォンの活用によるフレイル予防や健康への影響を評価するために、渋谷区内のスタートアップ企業「株式会社ベスブラ」が開発した「脳にいいアプリ」を貸与端末にインストールし、必修講座4回目にてアカウントの登録及び基本的な使い方のレクチャーを行った。令和4年5月からは歩数やスマートフォン講座の参加によって脳にいいアプリ内の健康ポイントを付与する取組を開始し、貯まった健康ポイントはPayPayポイントに還元できる仕組みを取り入れ、脳にいいアプリの活用促進や講座への参加促進を行った。

図 2.4.1. 脳にいいアプリのサービス概要



2.4.2 災害時自動電話情報サービス「しらせる君」

貸与端末に渋谷区からの防災情報を自動音声で案内するサービス「しらせる君」を導入した。貸与端末の電話番号を「しらせる君」に登録し、必修講座1回目にてサービス説明を行った。

さらに、令和5年8月の貸与端末の返却（個別相談会5回目）の際に、自身で購入されたスマートフォンや自宅の固定電話についても「しらせる君」の登録を推奨し、その結果780人の登録につながった。

2.4.3 LINE アプリを利用した防災訓練の実施

被貸与者がスマートフォンで防災情報を受け取ることができるかを測るため、LINE アプリを使い「デジタル防災訓練」及び「スマホで避難所チェック」の2種類の防災訓練を行った。それぞれ渋谷区公式LINEアカウントから貸与端末のLINEアカウント宛てにメッセージを配信し、被貸与者がメッセージを確認できたかどうかを災害時のアプリ活用方法などを含めて個別相談会で講師よりフォローアップを実施した。

表 2.4.1. デジタル防災訓練結果（令和5年1月）

訓練内容	<ul style="list-style-type: none">・地震が起きたときの行動を確認の確認・室内の安全点検・自宅（周辺）の安全点検・自宅の備品点検・安否確認や情報収集・避難先の確認
対象者数	1,384 人
回答数（回答率）	137 人（9.9%）

図 2.4.2. 「デジタル防災訓練」LINE 配信画面



表 2.4.2. スマホで避難所チェック実施結果

設問	最寄りの避難所を知っていますか？
回答	「はい」「いいえ」の2択選択式
対象者数	1,293人
回答数（回答率）	274人（18.3%）
回答結果（割合）	はい：193人（69.2%） いいえ：81人（30.8%）

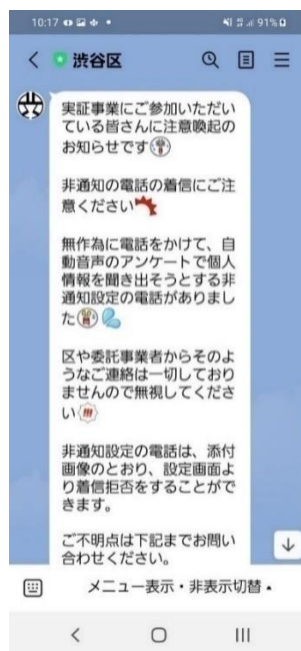
図 2.4.3.スマホで避難所チェック LINE 配信画面



2.4.4 安全に使うための対策（詐欺被害防止等）

すべての被貸与者向け講座で、安全に使うためのポイントの紹介を繰り返し行った。また、渋谷警察署と連携し、講座内で注意喚起や自動録音機の貸し出し事業について周知し、併せて詐欺メッセージや非通知通話に対する注意喚起や、通信やアプリの障害に関するお知らせなども LINE で配信した。

図 2.4.4.非通知通話に対する注意喚起の LINE 画面



2.4.5 渋谷区シニアデジタルデビュー大使（井上順さん）

令和3年4月16日（金）、渋谷区名誉区民である井上順さんに、「渋谷区シニアデジタルデビュー大使」に就任していただいた。被貸与者のスマートフォン利用の習慣化やモチベーション向上を図るため、井上順さんからのメッセージや応援動画を定期的に渋谷区公式 LINE アカウントから貸与端末の LINE アカウントに配信した。また、被貸与者を対象に、スマートフォンの活用促進を目的とした「スペシャルスマホ講習会」を実施した。

図 2.4.5.LINE 配信画面



表 2.4.3.井上順さんスペシャルスマホ講習会

講座実施日	令和5年5月31日10時～12時
講座名	井上順さんスペシャルスマホ講習会
参加者	22人
講座内容	SNS/アプリのインストール/X（旧Twitter） 井上順さんのスマートフォンの活用に関する講和
特記事項	東海大学の学生のほか、渋谷区職員及びKDDI(株)社員もサポートスタッフとして参加。世代間交流を通じてスマートフォンの活用方法を紹介
良かった点（参加者アンケートより）	<ul style="list-style-type: none"> ・ツイッターの使い方を知ることができた（約90%） ・井上順さんの話を聞くことができた（約73%） ・学生や職員などのスタッフのサポートや交流があった（約82%）

図 2.4.6.井上順さんスペシャルスマホ講習会風景



2.4.6 東海大学学生プロジェクト連携+digital

渋谷区と包括連携協定（S-SAP 協定）を締結している東海大学の学生プロジェクトチーム（+digital）からの提案で、本事業との連携を開始し、東海大学学生が学生サポーターとして活動し、スマホサロンやスマートフォン講座、各種イベント等に参加した。さらに、学生自ら企画したイベントも地域で実施し、世代間交流を通してデジタルデバイドの解消を後押しした。

図 2.4.7.シニアクラブ「東和会」スマホ勉強会（ハチペイ体験会）の様子



表 2.4.4.学生サポーター詳細

団体名	東海大学学生プロジェクト＋digital
参加イベント等	<ul style="list-style-type: none"> ・ スマホサロン ・ スマートフォン講座 ・ 井上順さんスペシャルスマホ講習会 ・ シニアクラブ「東和会」スマートフォン勉強会（ハチペイ体験会） ・ ハチペイ登録会（笹塚十号通り商店街） ・ スマホ×健康イベント「笹塚おさんぽラリー」（笹塚区民会館）

2.4.7 リテラシー向上策

スマートフォンを扱うにあたって利用トラブルや詐欺被害を防ぐため、スマートフォン講座及びシニアクラブ東和会にて参加者のリテラシーの向上を目的としたチラシを配布した。

図 2.4.8.安全対策についてのチラシ（講座にて配布）

偽装メール・偽装サイトへの対策

- 身に覚えがないメールが届いても開かない**
メールの受信ボックスに身に覚えが無いメールが届いたら、タップせずに削除しましょう。
例) 注文していないのに宅配の不在通知が届く「〇千万円当選」等怪しいメール
- 方が一開いても、URLを絶対タップしない**
方が一メールを開いても焦らずにメールを削除しましょう。メール本文の中のURL（ウェブサイトへ繋がるアドレス）をタップせずに、そのままメールを削除しましょう。
- 方が一URLをタップしても、閲覧する**
方が一URLをタップし、高額請求の督促の内容であっても、気にせず削除しましょう。心配であれば、警察へ相談しましょう。

盗難・紛失への対策

- 画面ロックの設定**
盗難・紛失時スマホを勝手に操作されることを防ぐためにも、画面ロックを設定しましょう。誕生日など推測されやすいパスワードを選んで設定しましょう。※設定済みです。
- バックアップの設定**
盗難・紛失時に大切な情報やデータを守るため、他の場所に保存しましょう。今回メールや写真は、方が一スマホを紛失した際も復元できる設定を行っています。
- 警察への届け出**
方が一、スマホの盗難・紛失が発生した場合は、必ず警察に届け出を行います。

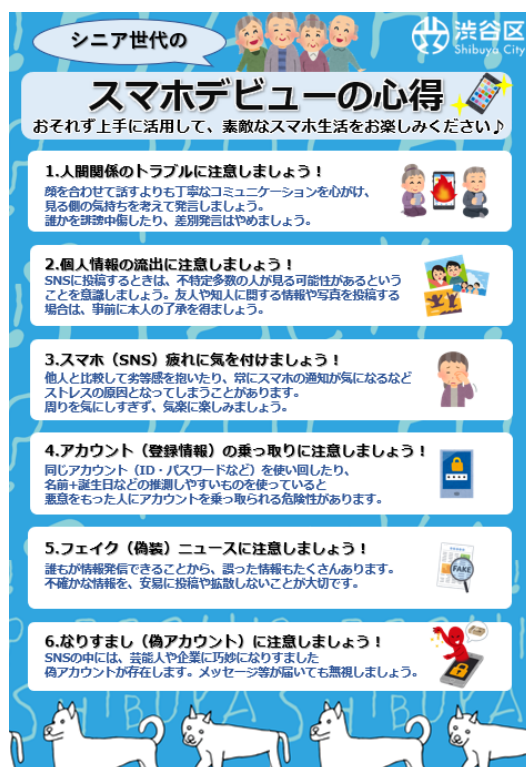
ID・パスワード流出への対策

- 推測されやすいパスワードを避ける**
パスワード設定時に、推測されやすいパスワードを避けて設定しましょう。
名前+誕生日は絶対にやめましょう。
- 複数のウェブサイトで同じパスワードを設定しない**
複数のウェブサイトで同じパスワードを設定していると、方が一パスワードが流出した際に同じパスワードを設定している他ウェブサイトも危険に冒されます。
- ID・パスワードの備忘メモは大切に保管**
ID・パスワードの備忘メモを取ることは大事ですが、無くしてしまうと他人に知られる恐れがあるため、自宅の安全な場所に保管しましょう。

特殊詐欺への対策

- 知らない番号の着信には出ない**
運付金詐欺に加え、オレオレ詐欺、悪徳商品勧誘などの恐れがあるため、知らない番号から着信があった場合は電話に出ないようにしましょう。
※知らない番号からの着信をブロックする機能は備わっていません
- 方が一電話に出ても、怪しい場合は警察に相談**
方が一知らない番号に出てしまった場合でも、直ちに電話を切りましょう。また、話の内容が怪しい場合は直ちに警察に相談しましょう。
- 知り合い・大事な連絡先は登録**
知り合いや良く連絡する大事な連絡先は、電話帳に登録することで着信時に名前が表示されます。誤って知らない番号からの電話に出してしまうことを防ぐために、大事な電話番号は電話帳に登録しましょう。

図 2.4.9.スマホデビューの心得



2.4.8 渋谷区デジタル活用支援員の活用

渋谷区は、区民のデジタルデバインド解消を目指し、令和3年度から主に地域の高齢者のデジタル機器操作をサポートする「渋谷区デジタル活用支援員」の募集・育成を実施している。区内在住・在勤・在学かつ18歳以上で、スマートフォン・パソコン等のデジタル機器を日常的に使用している人を対象とし、研修を受講した上で認定試験に合格するとデジタル活用支援員として活動することができる。区主催のスマートフォン相談事業の相談員や、マイナンバーカード、ハチペイのサポートなど活動を広げている。また、「スマホサロン」には多数のデジタル活用支援員が常駐し、地域の中で参加者と交流を深めながらスマートフォンの操作をサポートしている。

表 2.4.5.渋谷区デジタル活用支援員登録人数

登録人数（令和5年12月現在）	100人 ²
-----------------	-------------------

² 男女構成内訳：男性38人、女性62人、年代構成：10代0人、20代8人、30代3人、40代17人、50代36人、60代31人、70代5人、80代0人

2.4.9 地域コミュニティにおけるスマートフォンの活用実証

地域コミュニティにおけるスマートフォンの活用を目的に、シニアクラブ「東和会」を対象団体（参加者 25 人）とし、定期的なスマートフォン勉強会を開催し、コミュニティでのスマートフォン活用による効果検証を行った。

表 2.4.6.シニアクラブにおけるスマートフォン勉強会内容

回	日付	勉強会内容
1回	令和4年3月22日	基本操作
2回	令和4年4月19日	基本操作
3回	令和4年6月14日	LINE
4回	令和4年6月21日	おでかけ支援（地図/乗り換え/脳にいいアプリ）
5回	令和4年8月23日	SNS（Instagram/X（旧Twitter））
6回	令和4年12月6日	復習（QRコード）/ハチペイ/SHIBUYA CITY RECORD
7回	令和5年3月8日	東海大学学生企画（ハチペイ買い物体験）
8回	令和5年5月31日	YouTube/Google（OKGoogle/Google レンズ）
9回	令和5年9月	UberEats/タクシーアプリ「GO」

2.4.10 渋谷区デジタル地域通貨「ハチペイ」の利用促進

令和4年11月1日にリリースされた渋谷区デジタル地域通貨アプリ「ハチペイ」を11月7日に貸与端末へMDMより配信し、渋谷区公式LINEで利用方法を案内し、コールセンター及びスマホサロン、なんでもスマホ相談でフォローを実施した。また、任意講座での講座のテーマとしても活用し、利用の促進を図ったほか、個別相談会5回目では希望者に対し、個人で購入したスマートフォンへのデータ移行を行った。

図 2.4.10.ハチペイアプリイメージ



2.5 データの収集・分析

2.5.1 アンケート集計

各スマートフォン講座において、アンケートによって定性的な情報を収集した。アンケートは被貸与者の感想を収集する「感想アンケート」、スマートフォンの活用による定性的な効果を測定する「効果測定アンケート」、スマートフォン講座の講師が被貸与者のスマートフォンの習熟度を測る「ヒアリングシート」の3種類を講座内容やタイミングに応じて使い分けた。

図 2.5.1. 「各講座における講座内容の難易度」の推移

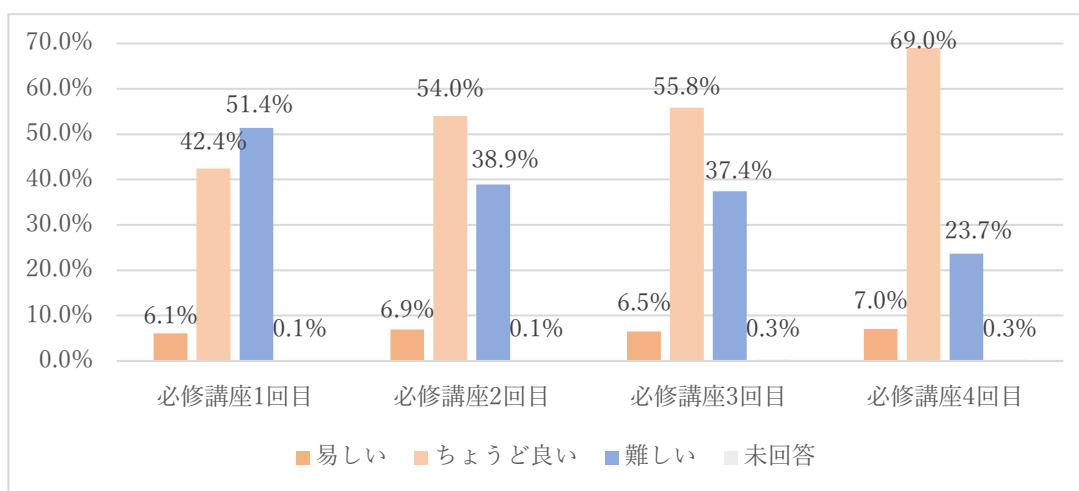
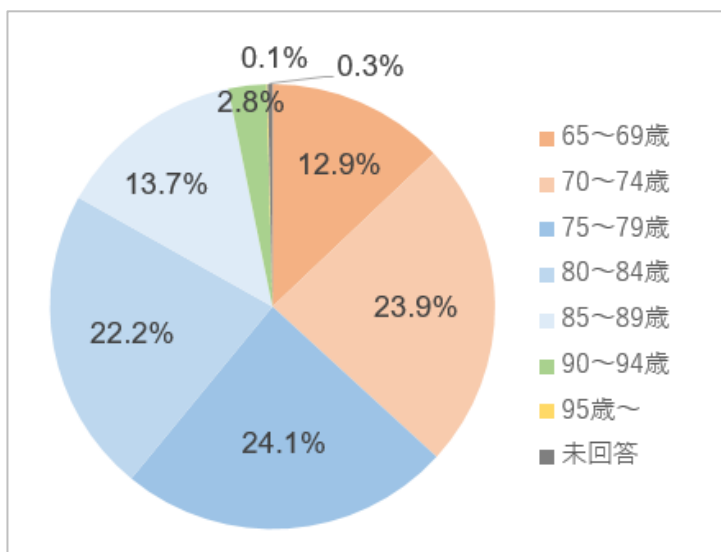


図 2.5.2. 集計・分析対象者の年代(n=1,193)³



³ 個別相談会 5 回目に参加できなかった被貸与者のうち、49 名が郵送でアンケートを回答しており、当個別相談会のアンケート集計は 1,193 人で集計している

図 2.5.3. 「スマートフォンを用いて交流している人はいますか」の推移

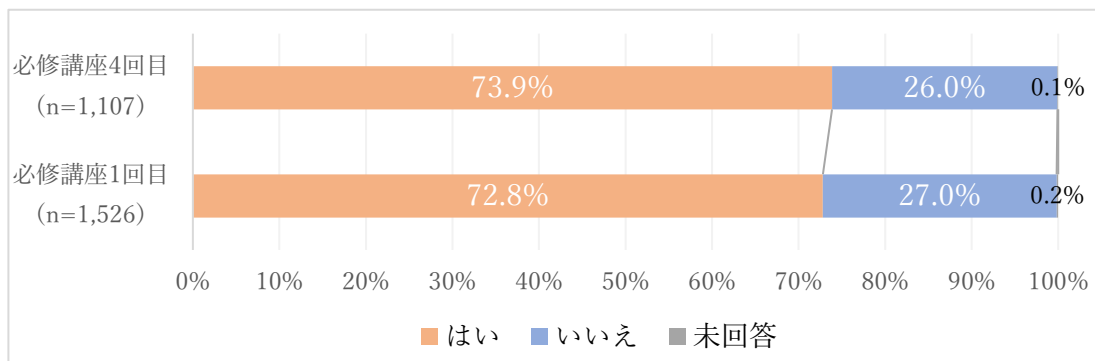


図 2.5.4. 「自然災害が発生時、どの媒体から情報を得ることができるか」の推移

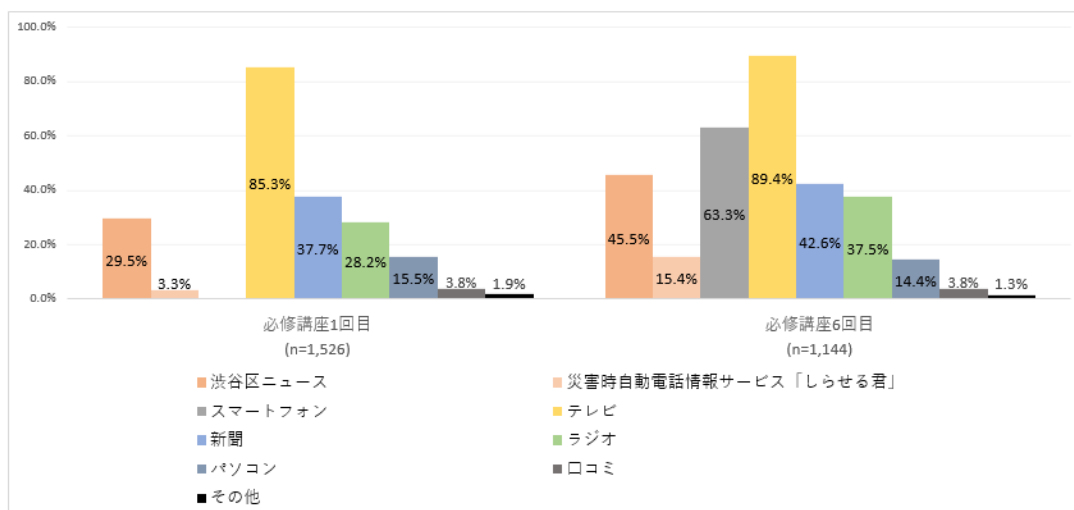


図 2.5.5. 「近隣避難場所等、渋谷区の情報を得ることができているか」の推移

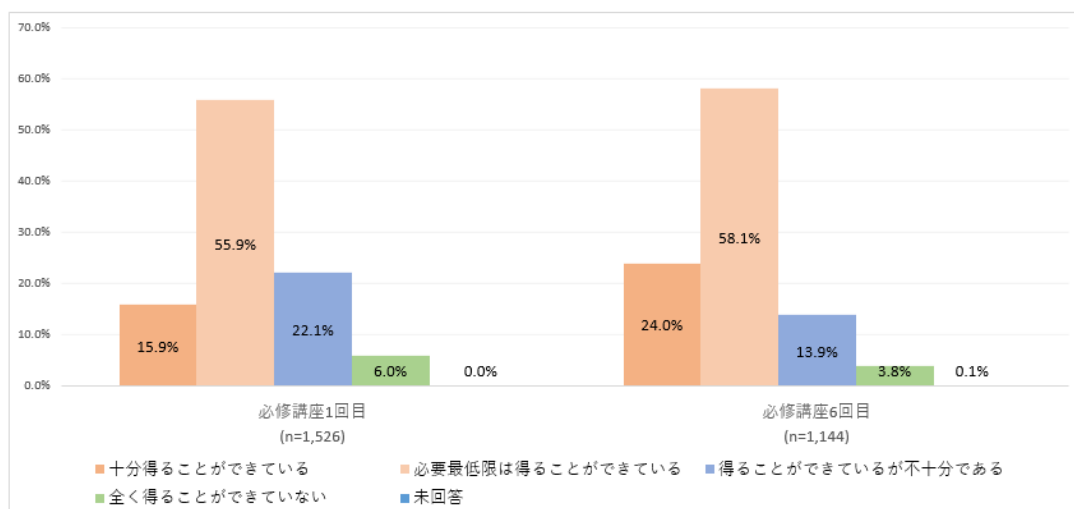


図 2.5.6. 「スマートフォンの利用で、生活に良い影響があったか」の推移

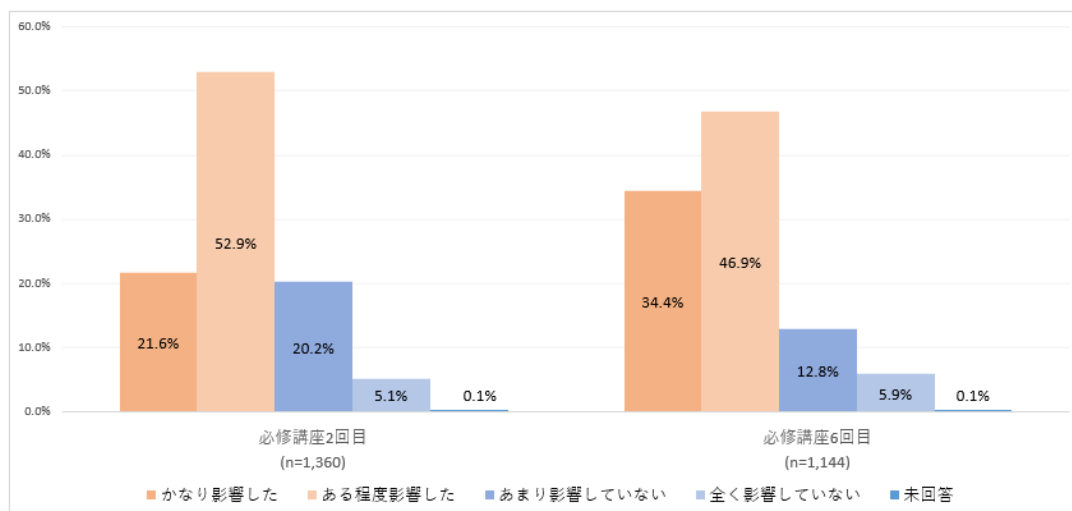


図 2.5.7. 「今後、渋谷区から連絡する際の希望する連絡方法」の推移

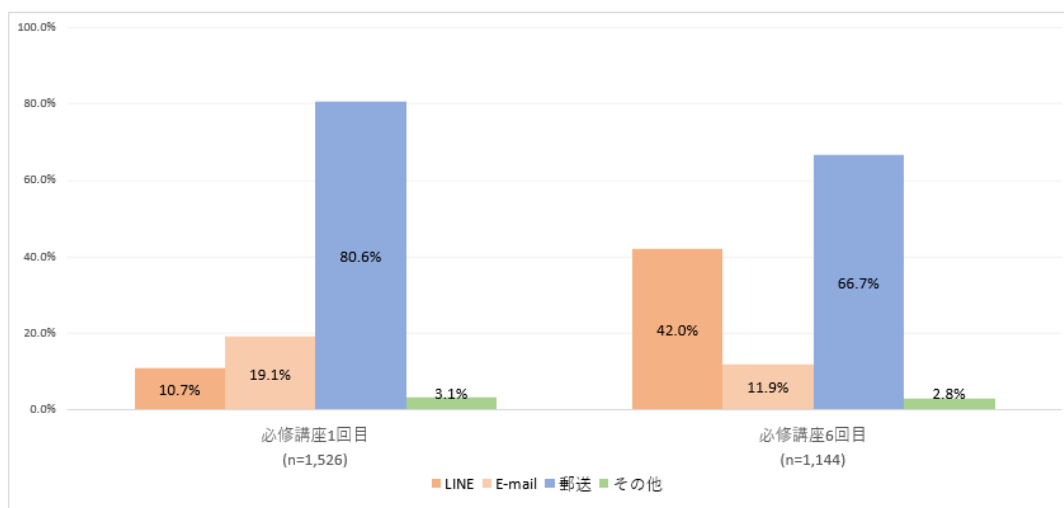


表 2.5.1. 「今後、渋谷区から連絡する際の希望する連絡方法」の推移 (%/複数回答)

講座名	LINE	E-mail	郵送	その他
個別相談会 5 回目	42.0	11.9	66.7	2.8
個別相談会 4 回目	40.7	15.4	64.8	2.2
個別相談会 3 回目	46.1	17.1	64.0	2.0
必修講座 4 回目	46.3	17.1	63.5	4.0
個別相談会 2 回目	35.1	18.8	70.8	2.9
必修講座 1 回目	10.7	19.1	80.6	3.1

表 2.5.2.個別相談会 5 回目 ヒアリングシート結果

質問内容	選択肢	実数	割合
① 文字入力	できる	1,004	87.8%
	できない	139	12.2%
	未回答	1	0.1%
② 音量調節	できる	1,009	88.2%
	できない	134	11.7%
	未回答	1	0.1%
③ 電話	できる	1,077	94.1%
	できない	66	5.8%
	未回答	1	0.1%
④ マナーモード	できる	849	74.2%
	できない	294	25.7%
	未回答	1	0.1%
⑤ LINE の利用	利用有り	780	65.4%
	利用無し	412	34.5%
	未回答	1	0.1%
※⑤で「利用有り」と回答した人 ⑥主に誰とコミュニケーションをとっているか（複数可）	配偶者	263	33.7%
	子供（同居）	184	23.6%
	子供（別居）	368	47.2%
	友人・知人	455	58.3%
	その他	105	13.5%
	未回答	0	0.0%
※⑤で「利用有り」と回答した人 ⑦できる操作を全てチェック（複数可）	メッセージを送る	682	87.4%
	写真を送る	493	63.2%
	送られてきたメッセージや写真を見る	710	91.0%
	LINE 電話をかける	421	54.0%
	LINE 電話をとる	418	53.6%
	LINE ビデオ通話をかける	160	20.5%
	LINE ビデオ通話をとる	174	22.3%
	未回答	0	0.0%
⑧スマートフォンで利用しているものを全てチェック（複数可）	QR コード読み取り	477	40.0%
	カメラ	831	69.7%
	電卓	300	25.1%

	カレンダー	290	24.3%
	アラーム	248	20.8%
	万歩計	376	31.5%
	地図	490	41.1%
	どれも利用していない	199	16.7%
	未回答	0	0.0%
⑨今後スマートフォンの使い方を人に教えたいと思うか	教えたい	93	7.8%
	教えたいとは思わない	167	14.8%
	教えられない	680	57.0%
	状況による	243	20.4%
	未回答	1	0.1%
⑩スマートフォンを購入したか	購入した	805	67.5%
	購入していないが、今後購入する予定	182	15.3%
	購入しない	205	17.2%
	未回答	1	0.1%
※⑩で「購入した」と回答した人 ⑪どの通信会社で購入したか	au	195	24.2%
	UQ	142	17.6%
	docomo	230	28.6%
	ahamo	2	0.2%
	SoftBank	87	10.8%
	Y!mobile	80	9.9%
	LINEMO	4	0.5%
	楽天	40	5.0%
	その他	25	3.1%
	未回答	0	0.0%
※⑩で「購入した」と回答した人 ⑫どの機種を選んだか	iPhone	70	8.7%
	Android	623	77.4%
	シニア向けスマホ	112	13.9%
	未回答	0	0.0%
※⑩で「購入した」と回答した人 ⑬どのデータプランを選んだか	5ギガ前後	641	79.6%
	10ギガ前後	75	9.3%
	20ギガ以上	73	9.1%
	使った分を支払う	3	0.4%
	通信契約無し	13	1.6%

	未回答	0	0.0%
※⑩で「購入した」と回答した人 ⑭どの通話プランを選んだか	かけ放題	386	48.0%
	数分間無料	203	25.2%
	使った分を支払う	203	25.2%
	通信契約無し	13	1.6%
	未回答	0	0.0%
※⑩で「購入した」と回答した人 ⑮何を一番重視して機種を選んだか	渋谷区から貸出したものと似ている機種	276	34.3%
	家族と同じ機種	99	12.3%
	価格の安い機種	212	26.3%
	使いやすい機種	125	15.5%
	その他	93	11.6%
	未回答	0	0.0%
※⑩で「購入した」と回答した人 ⑯何を一番重視してプランを選んだか	価格の安いプラン	532	66.1%
	家族と同じプラン	54	6.7%
	家族割があるプラン	80	9.9%
	シニア割があるプラン	62	7.7%
	ネットフリックスなど他のサービスとセットでお得なプラン	8	1.0%
	その他	69	8.6%
	未回答	0	0.0%
※⑩で「購入しない」と回答した人 ⑰購入しない理由を回答（複数可）	スマートフォンが自分には必要ないと思ったから	93	45.4%
	スマートフォンの操作が難しかったから	65	31.7%
	料金が高かったから	15	7.3%
	契約が難しかった、または難しそうだから	12	5.9%
	その他	58	28.3%
	未回答	0	0.0%
⑱ガラホ・タブレットを購入したか	ガラホを購入	6	0.5%
	タブレットを購入	7	0.6%
	ガラホとタブレットを購入	1	0.1%
	購入無し	1129	98.7%
	未回答	1	0.1%

⑱スマートフォンやセンサーを活用した、見守りアプリなどを使っているか	使ってみたい	345	28.9%
	必要ない	847	71.0%
	未回答	1	0.1%
⑳Gmailを使って誰かとメールのやり取りをしているか	はい	45	3.9%
	いいえ	208	18.2%
	未回答	891	77.9%

4

2.5.2 貸与端末の操作ログ集計

本事業では MDM を通じて貸与端末のデバイス情報及びアプリ利用ログを収集し、収集したアプリ利用ログ等に基づき、高齢者デジタルデバイス解消事業参加者のスマートフォンの利用状況を分析した。

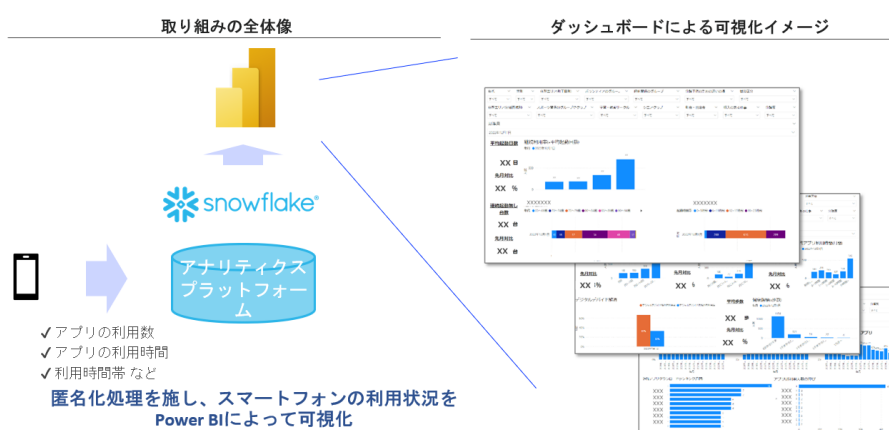
表 2.5.3.MDM で取得可能なデバイス情報及びアプリ利用ログ

デバイス情報	電話番号/OS バージョン/インストールアプリ/位置情報
アプリ操作ログ	操作時刻/利用時間/GooglePlay 上のアプリ分類/

2.5.3 貸与端末の操作ログ集計システムの運用

MDM にて取得したアプリなどの利用ログデータはクラウドサービスにて匿名化処理を施し、貸与端末の利用状況を Power BI によって可視化するシステムの構築、運用を行った。

図 2.5.8.操作ログ集計システムイメージ



⁴個別相談会 5 回目の参加人数は 1,144 人であるが、不参加者の郵送アンケートを含めると 1,193 人となる。郵送アンケート回答も含む項目は⑤-⑱、⑲⑳

2.5.4 脳にいいアプリとのデータ連携

脳にいいアプリの歩行データやアプリ内独自のスライドパズルや間違い探しなどのゲームによって計測される脳トレデータのログを収集、スマートフォンの活用度と歩数や脳トレデータのクロス分析を行った。（詳細結果は 4.2.1 節に掲載）

図 2.5.9.事業参加者の 1 日あたりの平均歩数推移

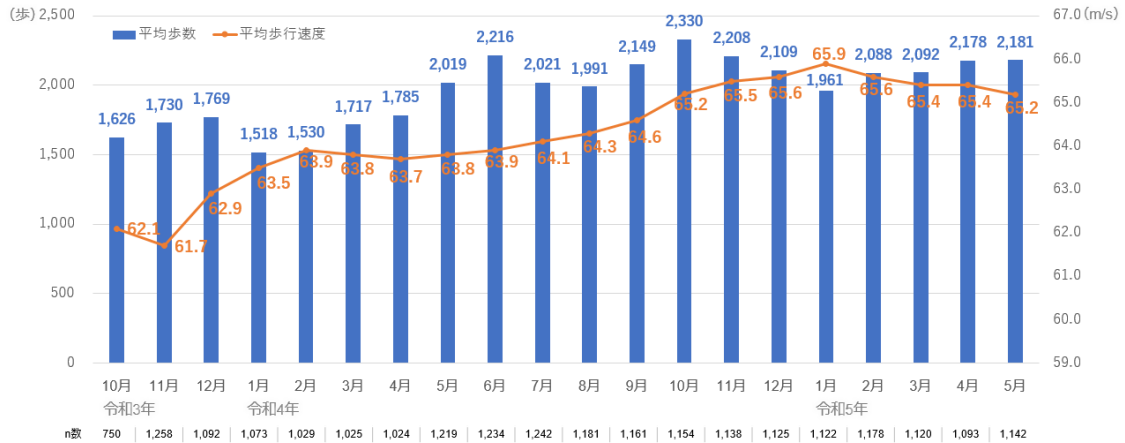
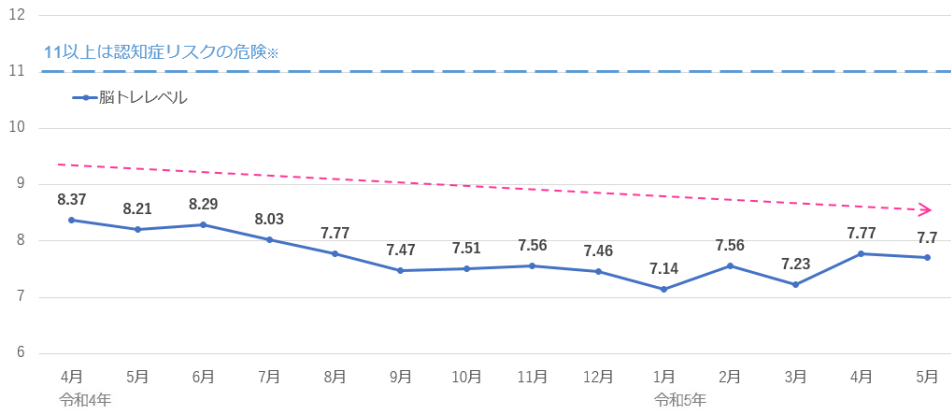


図 2.5.10.事業参加者の脳トレレベル推移⁵



⁵ 脳トレレベルは数値が低いほど、アプリ内ゲームの難易度が高くなっている。脳トレレベル 11 が認知症水準の目安である。なお、認知症リスクの危険があるレベルは「脳にいいアプリ」を運営する株式会社ベスプラの基準を利用。計測期間中の n 数は 176~333 の間で変化。

2.5.5 津田塾大学との連携（産官学によるデータ分析の実施）

渋谷区千駄ヶ谷にキャンパスがある同大学とは S-SAP（シブヤ・ソーシャル・アクション・パートナー）協定（平成 29 年 9 月 8 日締結）を締結しており、本実証事業では、新たに「高齢者デジタルデバイド解消に向けた連携協定」（令和 4 年 1 月 19 日締結）を締結し、スマートフォンの活用や健康増進に関する分析研究等について協力して実施した。

本実証事業では区の委託先である KDDI 株式会社と、産官学の立場で協力し合い多角的な分析を行っている。⁶

2.5.6 途中辞退者アンケートの取得

個人でスマートフォンを購入した被貸与者やスマートフォン講座への出席が難しくなった被貸与者等については、貸与期間途中で貸与端末を返却する運用とし、辞退理由についてはアンケートを取得した。

表 2.5.4.主な事業辞退理由（令和 5 年 3 月末時点）

辞退理由	割合
スマートフォンを保有した、または保有予定	約 34%
スマートフォンの操作が難しかった	約 25%
体調不良、入院、死亡、転出等	約 41%

表 2.5.5.途中辞退した人の感想

前はガラケーで事足りており「スマホ」に切り替えるつもりはありませんでした。しかし渋谷区のスマホ貸し出しの件を知り、とりあえず利用させて頂きました。そこで便利な機能を色々教えて頂きスマホに買い替えることを決意しました。そんな折、ガラケーが突然壊れたので、少し早くスマホデビューいたしました。スマホ操作の練習をしていたお陰であわてずにすみました。本当に感謝しております。ありがとうございました。

この事業をきっかけに、渋谷区と繋がりができて、フレイル予防などの色々な区の事業や講座に興味を持つことができました。本当にありがたかった。同じ機種 of スマホを買うことにしました。これからもスマホを活用します。

⁶ 津田塾大学総合政策学部の教員・学生が参画している。同学部の伊藤由希子教授（監修）の分析協力により中間報告（令和 4 年 10 月 20 日）および本報告書の執筆を行っている。また、同学部鈴木貴久准教授によるログデータの基礎集計および分析指導を踏まえ、総合政策学部 3 年生の森田佳乃子、中基有紀、稲毛光莉子により、分析と考察を行っている。同学部の森川美絵教授は渋谷区地域福祉計画策定委員会として、本連携事業に総合的な助言と協力を行っている。

なんとなくスマホがわかってきたので、早く自分のスマホで試したいと思って買うことにしました。借りている物だと思うと緊張しちゃって使いにくい。自分の買ったスマホで参加できる講座もあると聞いたので心配ないと思っています。

どういう物なのか知りたくて始めたけれど、知った結果、自分の時間がもったいないとわかりました。自分の残りの人生、終活や断捨離などやるのが色々あるので、スマホに時間をかけるのはやめることにしました。

ボタンを押して大変なことになったんじゃないかと心配になってしまう。とんでもないことになるんじゃないかと不安になって落ち着かないのでお返しすることにしました。

自分には不要なものだとわかりました。なくても毎日困りません。

全然使えないよくわからない機械が家にあることが苦痛でストレスでした。気になって眠れないこともありましたが、でも私は料理ならレシピを見なくても、なんでも作れます。シニアクラブの友達もいます。スマホはできないけれど、毎日楽しく幸せに過ごせています。

第3章 デジタルデバイド解消に関する調査結果の分析及び考察

3章では、前半にデジタルデバイド解消の基準と解消時のスマートフォン利用のタイプ（以下「解消タイプ」）、解消率の推移の調査結果を報告し、2章で紹介した事業内の施策がデジタルデバイド解消にどのように影響したかを考察する。

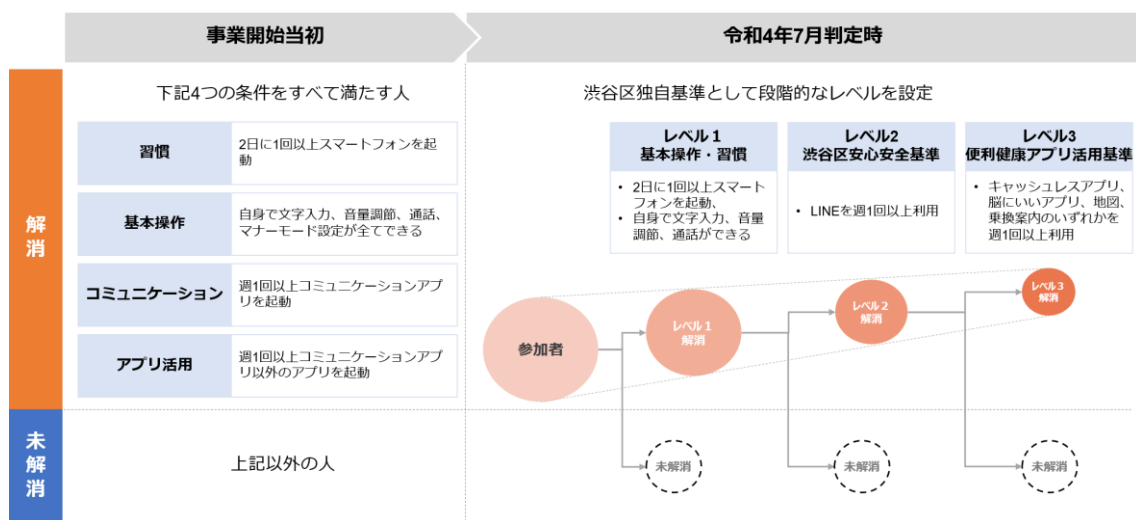
後半では、全4回のデジタルデバイドの解消タイプの推移からスマートフォン利用の定着度を評価して定着グループとして分類し（以下「定着グループ」）、定着グループ別の人物特徴および定着に影響する要因を調査した。

3.1 デジタルデバイド解消の状況

3.1.1 デジタルデバイド解消基準

事業開始当初は、デジタルデバイド解消基準として4つの条件を設定し、すべてクリアした人を解消と判定していた。その後、渋谷区の目指す姿を考慮した基準に変更し、事業参加者のデジタルデバイド解消（レベル1）およびその先の基準で段階的に習熟度を評価することとしていた。しかし、分析過程において、基本操作のうちの文字入力ができなくても音声入力で積極的にアプリを利用している人や、他のアプリはあまり利用していないがLINEでの交流を積極的に行っている人等、スマートフォン利用の多様性が見られた。そのため、段階的な評価基準から多様な解消のスタイルを認めるフラットな評価基準への移行が妥当と判断し、見直しを行った。

図 3.1.1.事業開始時のデジタルデバイド解消基準



新たな評価基準は、図 3.1.2 のとおり、「基本操作・習慣」「コミュニケーション」「利便性向上アプリ」の3つの領域を設け、どれか一つの領域でもクリアしている場合、デジタルデバインド解消と判定する。⁷ 判定は、個別相談会2回目が開催された令和4年7月、個別相談会3回目が開催された令和5年2月、個別相談会4回目が開催された令和5年5月、個別相談会5回目が開催された令和5年8月の合計4回実施し、「基本操作・習慣」は個別相談会における講師からのヒアリングで判定、それ以外の領域は貸与端末のMDMの情報から取得し判定した。MDMのログについては、判定月と前2か月を含む3か月の平均として算出し、判定に使用している。

新たな評価基準の結果を示すベン図により、デジタルデバインド解消時のスマートフォンの使い方について、各領域の重なりも含めたA～Gの7つのスマートフォン利用のタイプとそれぞれの特徴が明らかになった。

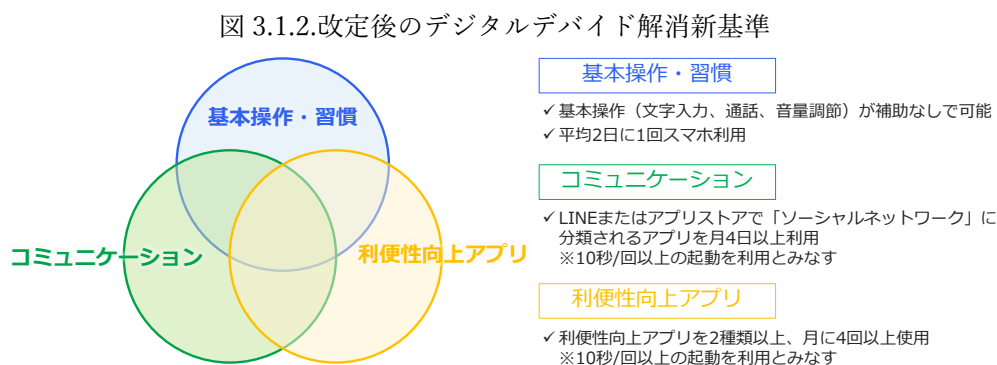


表 3.1.1.利便性向上アプリの内訳

目的	アプリストアカテゴリ	主な内訳
生活の利便性向上	ファイナンス	銀行
		証券
		カード
		ペイメント
		家計簿
	ライフスタイル	防災・ライフライン
		メディア（ノウハウ系）
		小売アプリ（キャッシュレス）
		小売アプリ（ポイント利用）
		小売アプリ（オンラインストア）
	ショッピング	主にEC
	フードorドリンク	主にポイントカード
健康維持増進	パズル	パズル・脳トレ系アプリ
	医療	医療サービス
	健康&フィットネス	健康管理や運動補助
	頭脳系	脳トレ・RPG
移動の利便性向上	交通	乗換案内
	地図&ナビ	運転補助・マップ系

⁷ この評価基準は、津田塾大学総合政策学部森川美絵教授の提案による。

3.1.2 7つのデジタルデバイス解消タイプとその特徴

この節では、前述の基準に則り、最終判定回である令和5年8月判定時の基本操作に関するヒアリングおよびMDMのアプリログ調査を基に、デジタルデバイス解消の7つのタイプをそれぞれ特徴づける。

ただし、スマートフォン利用習慣の判定、コミュニケーション、利便性向上アプリの判定は令和5年5月判定時の結果（令和5年3～5月の平均）を使用する。理由は、令和5年8月に事業が終了し、貸与端末の返却時期が近いことにより、自身のスマートフォンの契約が進み、令和5年6月以降のスマートフォンの利用習慣、アプリの利用率が変動していたためである。

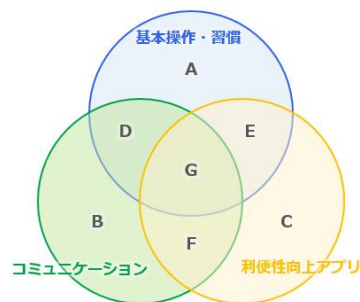


図 3.1.3.デジタルデバイス解消基準

上記の調査の結果、以下のようなスマートフォン利用の傾向が見えてきた。

- 講座で扱ったアプリの利用傾向

これまでの講座では、基本的な操作方法だけでなく、コミュニケーションのためのアプリや生活の利便性を向上させるアプリなど、様々なアプリの使い方を扱ってきた。それらのアプリが各タイプに応じてどのように利用されているのか、MDMのログを使用して傾向を調査した。

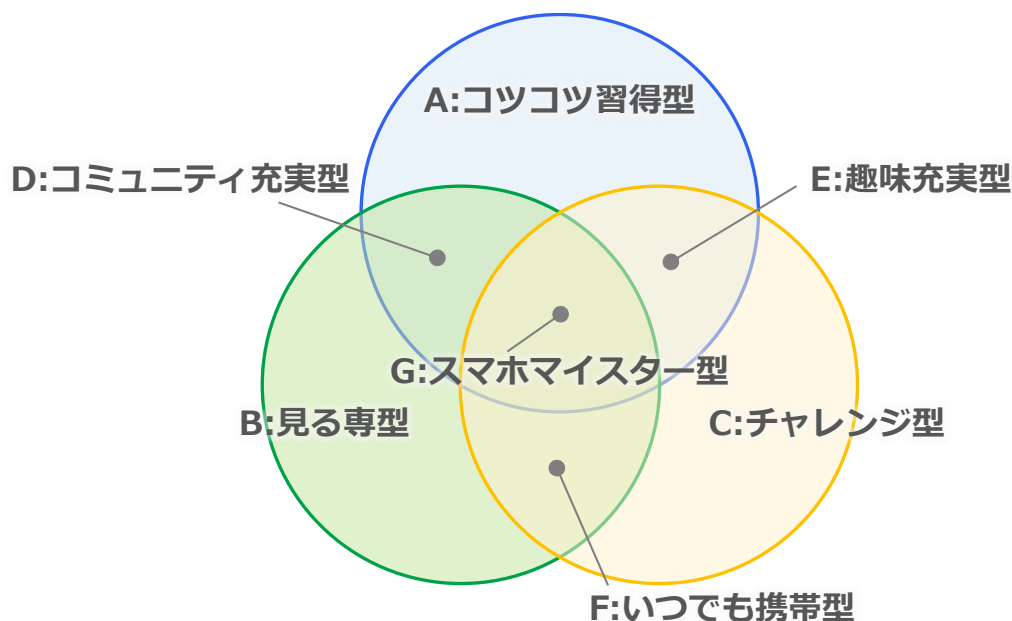
表 3.1.2.主要アプリの利用者率と一人当たりの平均起動回数/月

	A 66人		B 42人		C 34人		D 94人		E 59人		F 76人		G 581人	
	起動回数	利用者率	起動回数	利用者率	起動回数	利用者率	起動回数	利用者率	起動回数	利用者率	起動回数	利用者率	起動回数	利用者率
LINE	4.6	92.4%	50.4	100.0%	8.0	100.0%	82.6	98.9%	6.4	96.6%	62.7	100.0%	129.9	100.0%
脂にいいアプリ	3.1	72.7%	2.7	78.6%	12.7	91.2%	3.1	77.7%	15.4	91.5%	15.4	94.7%	39.1	94.5%
YouTube	58.3	63.6%	31.9	81.0%	26.4	67.6%	57.9	81.9%	81.7	81.4%	44.5	86.8%	54.1	89.8%
PayPay	2.0	54.5%	2.2	52.4%	6.0	73.5%	1.9	59.6%	4.2	88.1%	6.0	89.5%	7.5	90.2%
ハチベイ	1.3	6.1%	1.0	7.1%	9.1	23.5%	1.4	7.4%	4.9	23.7%	7.5	30.3%	11.7	38.2%
Chrome	65.1	90.9%	32.1	95.2%	49.2	91.2%	78.2	97.9%	71.2	100.0%	97.4	97.4%	133.1	99.1%
Google	54.5	90.9%	27.6	92.9%	41.6	94.1%	69.1	95.7%	53.6	98.3%	74.3	98.7%	114.3	99.7%
ニュース	46.2	75.8%	35.3	73.8%	38.1	73.5%	52.5	84.0%	27.7	91.5%	42.5	88.2%	55.1	92.9%
マップ	3.8	43.9%	3.2	57.1%	2.9	67.6%	4.4	63.8%	3.6	81.4%	7.0	84.2%	8.3	90.0%
Y!乗換案内	1.6	24.2%	1.3	38.1%	3.2	47.1%	1.8	42.6%	5.0	47.5%	9.4	65.8%	7.4	77.3%
カメラ	4.9	68.2%	12.0	85.7%	10.0	82.4%	7.0	90.4%	6.3	91.5%	9.2	94.7%	15.1	97.6%
フォト	5.4	59.1%	10.6	81.0%	11.5	70.6%	10.5	78.7%	11.8	72.9%	14.6	82.9%	25.2	92.8%
Y!天気	13.7	72.7%	15.4	90.5%	11.3	85.3%	14.1	76.6%	18.5	81.4%	16.2	81.6%	23.3	90.7%
Y!防災速報	5.3	80.3%	6.8	83.3%	6.4	91.2%	7.9	75.5%	6.8	74.6%	8.6	82.9%	11.5	83.5%
X (旧Twitter)	2.2	15.2%	2.2	19.0%	1.3	17.6%	6.0	27.7%	2.0	27.1%	3.1	26.3%	5.9	50.6%
Instagram	1.5	3.0%	3.9	11.9%	1.5	2.9%	11.4	8.5%	1.7	8.5%	2.1	14.5%	8.8	21.5%
Google Play ストア	4.8	92.4%	5.0	100.0%	11.3	94.1%	6.1	98.9%	9.2	98.3%	10.0	98.7%	10.9	99.5%

- 基本操作・習慣をクリアしている A は、起動者率が高いアプリおよび起動回数の多いアプリは限定されるが、YouTube、検索エンジン、ニュースのアプリの起動が比較的多く、スマートフォン利用の習慣化に寄与していると考えられる。具体的には、Google、Chrome の検索エンジンはそれぞれ 1 日約 2 回程度の利用がみられる。また、ニュースも 2 日に 1 回以上は閲覧されている。
- コミュニケーションのみクリアしている B は、主に LINE を中心にスマートフォンを利用していると考えられ、1 日に約 2 回程度起動している。他のアプリでは特にカメラアプリの起動回数が他のタイプよりも高い傾向があるが、目立って利用頻度が高いアプリはない。
- 利便性向上アプリのみクリアしている C は、LINE を通じたコミュニケーションはあまり行わないものの、脳にいいアプリ、PayPay、カメラ、フォトの起動回が高く、Google Play ストアの起動回数も高いため、自身の利便性向上のためにアプリを検索、インストールし、様々なアプリを利用することに挑戦していると推測される。
- 基本操作・習慣とコミュニケーションをクリアしている D は、1 日 2 回以上 LINE を起動するなど、コミュニケーションを頻繁に行っている。検索エンジンや YouTube、ニュースの起動回数、利用者率も高く、外部の情報を検索・収集するシーンが多い傾向がある。
- 基本操作・習慣と利便性向上アプリをクリアしている E は、YouTube の起動回数が他の型と比較して最も高い。脳にいいアプリ、フォト、Y!天気の利用頻度も高い一方で、スマートフォンを活用したコミュニケーションは行っておらず、自身の生活や趣味の充実にスマートフォンを利用する傾向がある。
- コミュニケーションと利便性向上アプリをクリアしている F は、どのアプリでも利用者率、起動回数ともに高い傾向がある。その中でもマップや乗換案内、Y!天気、PayPay など外出に関連するアプリの利用頻度が高いことも特徴として挙げられる。
- 全ての領域をクリアしている G は、多くのアプリが他のタイプと比較しても最も高い利用頻度を示している。講座で扱ったアプリは問題なく使いこなしている状態である。

利用アプリの調査から得られた特徴に基づき、7つの解消タイプの名称を定義した。これらの解消タイプは評価基準に則り分類したが、その特徴はあくまで本事業のみの結果であり、居住地域や施策の内容によって特徴が変化する可能性がある。デジタルデバインド解消を段階的にクリアすべきものととらえることなく、高齢者の多様性に合わせた分類が発見できたことは、本事業の一つの評価すべき結果であり、他の自治体にも参考となる基準が導き出されたと考えている。

図 3.1.4.デジタルデバイド解消の7つのタイプ



- **A：コツコツ習得型**
スマートフォンの基本操作ができ、積極的にアプリをインストールしてはいるが、検索エンジンや YouTube を中心に、必修講座（1~4 回）で扱った基本的なアプリやスマートフォンの機能を使用し習慣化している。
- **B：見る専型**
他のアプリの利用数や利用頻度は少なく、主に LINE の利用が中心となっており、おおよそ 1 日に 2 回程度 LINE を起動している。LINE 操作においては、送信よりも受信が問題なく可能な割合が高く、閲覧がメインの利用スタイルと考えられる。カメラやフォトをよく利用することも特徴である。
- **C：チャレンジ型**
脳にいいアプリの利用者率が 90%以上であり、3 日に 1 回以上起動している。PayPay やハチペイの起動回数も高く、講座で扱った利便性向上につながるアプリを積極的に試す傾向がある。
- **D：コミュニティ充実型**
LINE を積極的に活用してコミュニケーションをとっており、送受信機能が利用できる人の割合も高い。また検索エンジンの起動頻度も高く、情報収集を積極的に行っているという特徴がある。

- **E：趣味充実型**

YouTube の起動回数が多く、1日に2回以上は閲覧している。また脳にいいアプリ、フォト、Y!天気も積極的に利用している。他者とのコミュニケーションでスマートフォンを利用しておらず、自身の生活の充実を目的に活用しているという特徴がある。

- **F：いつでも携帯型**

マップや乗換案内アプリ、Y!天気の起動頻度が高く、PayPay の利用者率や起動頻度も高いことから、常にスマートフォンを携帯して外出先で積極的に活用しているという特徴がある。

- **G：スマホマイスター型**

他者とのコミュニケーション頻度や利便性向上のためのアプリの利用者率も高い。スマートフォンの利用において大きな課題はなく、すでにスマートフォンが生活の必需品として利用されている。

3.1.3 未解消者の特徴

これまでデジタルデバйд解消者について7つの解消タイプに分類し説明したが、どの基準もクリアすることができず未解消となった人の傾向について考察する。

- **基本操作・習慣をクリアしない要因**

令和5年8月判定時点で未解消者となった158人のうち、121人（約77%）が習慣化をクリアしていなかった。生活の中でスマートフォンを利用するシーンがほとんどなく、必要性を感じていない可能性が高い。

また、基本操作については、93人（約59%）がクリアしておらず、文字入力ができない割合は42.4%、音量調節ができない割合は38.6%、電話がかけられない割合は24.7%となった。

表 3.1.3.基本操作の実施可否の内訳

文字入力ができるか	音量調節ができるか	電話がかけられるか	人数	%
できない	できない	できない	22人	13.9%
		できる	25人	15.8%
	できる	できない	2人	1.3%
		できる	18人	11.4%
できる	できない	できない	4人	2.5%
		できる	10人	6.3%
	できる	できない	11人	7.0%
		できる	65人	41.1%
未回答	未回答	未回答	1人	0.6%
			158人	

- 講座で扱ったアプリの利用傾向

	H	
	129人	
	起動回数	利用率
LINE	4.5	71.3%
脳にいいアプリ	3.2	58.9%
YouTube	25.9	42.6%
PayPay	2.4	34.1%
ハチペイ	1.4	3.9%
Chrome	16.7	59.7%
Google	13.2	62.0%
ニュース	16.0	43.4%
マップ	2.8	40.3%
Y!乗換案内	1.9	19.4%
カメラ	4.4	45.0%
フォト	4.4	44.2%
Y!天気	4.9	46.5%
Y!防災速報	3.2	62.8%
X (旧Twitter)	1.5	4.7%
Instagram	4.5	2.3%
Google Play ストア	3.8	70.5%

最も利用率の高いLINEも約70%にとどまり、起動回数も4.5回/月とほぼ利用していない状態であることが分かった。また、その他のアプリについてもデジタルデバイド解消者と比べて利用率及び起動回数に大きな差があり、スマートフォンの利便性を享受していない状態である。

表 3.1.4.未解消者のアプリ利用傾向

これらの特徴から、以下のようにデジタルデバイド未解消者を定義する。

- **H：のびしろ型**

習慣化をクリアしている割合が低く、スマートフォンの利用頻度も低い。まだ生活におけるスマートフォンの利便性を感じられず、スマートフォンの利用が十分に定着していないと考えられる。今後は利用促進のフォローアップとともに、スマートフォンの利便性を理解し、利用するモチベーションを高めることが課題となる。

3.1.4 各判定回におけるデジタルデバイド解消率

7つのデジタルデバイド解消タイプおよび未解消の判定は、合計4回の個別相談会でそれぞれ行い、各判定回における人数および割合は下記の通りとなった。なお、判定回の講座欠席者はXと分類し判定対象外とする。

表 3.1.5.各判定回におけるデジタルデバイド解消率と解消タイプの推移

解消タイプ	個別相談会2回目 (令和4年7月)		個別相談会3回目 (令和5年2月)		個別相談会4回目 (令和5年5月)		個別相談会5回目 (令和5年8月)	
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
A：コツコツ習得型	4	0.4%	42	3.8%	66	6.1%	73	6.4%
B：見る専型	15	1.5%	68	6.2%	42	3.9%	31	2.7%
C：チャレンジ型	115	11.2%	38	3.4%	34	3.1%	33	2.9%
D：コミュニティ充実型	9	0.9%	91	8.2%	94	8.7%	119	10.4%
E：趣味充実型	80	7.8%	54	4.9%	59	5.5%	72	6.3%
F：いつでも携帯型	166	16.2%	177	16.0%	76	7.0%	63	5.5%
G：スマホマイスター型	593	57.7%	501	45.4%	581	53.7%	595	52.0%
デジタルデバイド解消	982	95.6%	971	88.0%	952	88.1%	986	86.2%
H：のびしろ型（未解消）	45	4.4%	133	12.0%	129	11.9%	158	13.8%
判定可能者合計	1027	100.0%	1104	100.0%	1081	100.0%	1144	100.0%
判定不可（不参加）	418		280		225		113	
解約者除く参加者全体	1445		1384		1306		1257	

デジタルデバイド解消率は令和4年以降減少しているが、令和4年7月は同年5月の個別相談会4回目内でのアプリの起動や、講座直後の一時的な利用率向上の影響があるため高くなっている。その後は、自身のスタイルに合った使い方が徐々に定着する一方で、時間が経過するにつれて利用しなくなっていった人も一定数増加していき、最終的なデジタルデバイド解消率は86.2%となった。被貸与者全体の80%以上の人々が最終的にデジタルデバイド解消し、その中でも「G：スマホマイスター型」と判定された人の人数は595人となり、高い利用頻度でスマートフォンを利用している人や高いスマートフォンスキルを習得している人が半数以上を占める結果となった。このような結果から、本事業の一つの成功事例と評価することができる。

3.2 デジタルデバイド解消に対する各施策の評価

この節では、3.1節で述べたデジタルデバイド解消に対し、2章で紹介した事業内の実施施策がデジタルデバイド解消に貢献したかどうかについて考察する。

3.2.1 被貸与者向け講座

スマートフォンの基本操作やアプリの使い方を習得するため、事業参加者を対象とした「被貸与者向け講座」を実施した（それぞれの内容や参加人数は2.3.1節を参照）。被貸与者向け講座のうち、全員を対象とした必修講座計4回、個別相談会計4回（貸与端末返却時の個別相談会5回目は除く）合計8回の講座を実施し、デジタルデバイド解消にどのような影響を与えたのかを調査した。

表 3.2.1. 全員対象被貸与者向け講座参加回数別デジタルデバイド解消率
(令和 5 年 8 月判定)

解消タイプ		全員対象被貸与者向け講座受講回数							
		1回	2回	3回	4回	5回	6回	7回	8回
解消	A：コツコツ習得型	100.0%	0.0%	6.7%	13.0%	8.5%	8.0%	6.0%	5.8%
	B：見る専型	0.0%	20.0%	0.0%	4.3%	5.1%	3.4%	4.0%	1.8%
	C：チャレンジ型	0.0%	20.0%	0.0%	8.7%	11.9%	1.1%	3.6%	1.8%
	D：コミュニティ充実型	0.0%	0.0%	13.3%	4.3%	3.4%	19.5%	11.2%	9.8%
	E：趣味充実型	0.0%	0.0%	0.0%	8.7%	3.4%	4.6%	8.8%	6.0%
	F：いつでも携帯型	0.0%	0.0%	6.7%	4.3%	6.8%	9.2%	6.0%	4.8%
	G：スマホマイスター型	0.0%	0.0%	20.0%	13.0%	28.8%	25.3%	43.8%	62.6%
	解消者全体	100.0%	40.0%	46.7%	56.5%	67.8%	71.3%	83.5%	92.6%
未解消	H：のびしろ型	0.0%	60.0%	53.3%	43.5%	32.2%	28.7%	16.5%	7.4%

被貸与者向け講座の受講回数別のデジタルデバイド解消率は、受講回数が多いほど解消率が高くなっている。基本となる講座を定期的に参加したことがデジタルデバイド解消につながったと考えられる。

表 3.2.2. 各被貸与者向け講座の解消タイプ別参加率

解消タイプ	1回目必修	2回目必修	3回目必修	1回目個別	4回目必修	2回目個別	3回目個別	4回目個別
A：コツコツ習得型	100.0%	95.9%	95.9%	93.2%	84.9%	74.0%	82.2%	80.8%
B：見る専型	100.0%	96.8%	90.3%	93.5%	77.4%	64.5%	83.9%	80.6%
C：チャレンジ型	100.0%	93.9%	93.9%	81.8%	66.7%	72.7%	72.7%	78.8%
D：コミュニティ充実型	100.0%	97.5%	98.3%	95.0%	86.6%	77.3%	90.8%	85.7%
E：趣味充実型	100.0%	97.2%	98.6%	91.7%	90.3%	81.9%	90.3%	88.9%
F：いつでも携帯型	100.0%	96.8%	90.5%	90.5%	82.5%	74.6%	88.9%	93.7%
G：スマホマイスター型	99.0%	97.6%	96.1%	94.3%	94.8%	86.4%	96.1%	96.8%
H：のびしろ型	100.0%	92.4%	91.1%	84.8%	76.6%	60.8%	69.0%	69.6%

最終的に「G：スマホマイスター型」となった人は、個別相談会 2 回目以外では 90%以上の参加率となっており、被貸与者向け講座への参加が、スマートフォンの習慣化と高いスマートフォンスキル習得に寄与していることが分かる。一方で、未解消の「H：のびしろ型」は、初回以降の参加率が徐々に低下し、個別相談会 2 回目以降は 60%台で推移している。

このように、デジタルデバイド解消を推進するにあたり、被貸与者向け講座として、基本的な操作からアプリ操作、復習等の講座を一貫して提供し、参加率を高めることがデジタルデバイド解消に効果的な施策であることが明らかとなった。

一方、貸与期間が 2 年と長期間に及んだため、途中で体調や家族環境に変化が生じ、体調不良や入院等で講座に参加できず事業を途中で辞退した人も一定数いる。長期的な検証の場合には、高齢者の体調や環境変化に寄り添いながら講座を進めることが求められることが分かった。

3.2.2 復習講座

必修講座3回目と4回目の間に開催された復習講座には169人が参加した。そのうち必修講座3回目の理解度の難易度評価では46.7%が「難しい」と回答していた。復習講座の受講後の評価では、73.4%が「ちょうどいい」と評価しており、「難しい」との回答は21.9%まで減少した。その後の必修講座4回目では、「難しい」との評価は24.3%と3回目までの必修講座に比べて大幅に減少しているため、復習講座の受講によって過去3回の必修講座の理解を深めることにつながったと考えられる。

表 3.2.3.難易度評価別復習講座への参加者数（率）

難易度評価	1回目必修		2回目必修		3回目必修		復習講座		4回目必修	
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
ちょうど良い	50	29.6%	63	37.3%	79	46.7%	124	73.4%	95	56.2%
易しい	2	1.2%	7	4.1%	6	3.6%	8	4.7%	13	7.7%
難しい	114	67.5%	93	55.0%	79	46.7%	37	21.9%	41	24.3%
不参加	3	1.8%	6	3.6%	5	3.0%	0	0.0%	20	11.8%
総計	169	100.0%	169	100.0%	169	100.0%	169	100.0%	169	100.0%

復習講座を受講した人について、令和4年7月の個別相談会時のデジタルデバイス解消判定において、参加した128人中96.1%がデジタルデバイス解消となった。

復習講座が後続の講座の難易度を軽減し、間接的に貢献したと考えられる。このような復習講座を開催し、必修講座にて難しいと感じている人をフォローする施策は有効であるという示唆を得ることができた。

解消タイプ	%
A：コツコツ習得型	0.8%
B：見る専型	2.3%
C：チャレンジ型	13.3%
D：コミュニティ充実型	6.3%
E：趣味充実型	18.0%
F：いつでも携帯型	55.5%
G：スマホマイスター型	3.9%
解消者全体	96.1%

表 3.2.4.復習講座受講者の令和4年7月時点解消タイプ

3.2.3 集中講座

貸与端末をあまり利用していなかった人を対象に実施した集中講座には24人が参加し、基本操作ができるようになった人の数が増加した。

3.2.4 渋谷区スマートフォン専用コールセンター

コールセンターでは、不具合等の対応だけでなく、貸与端末やアプリの操作方法に関する問い合わせについても対応していたため、コールセンターが被貸与者のデジタルデバイス解消にどの程度貢献したかを調査した。

コールセンターへの入電回数とデジタルデバインド解消との関連性を見ると、解消者は平均5回以上、特に「G：スマホマイスター型」は平均7回以上も入電しており、積極的にスマートフォンスキルを身に付けようとする姿勢が見られる。一方で、未解消者の入電回数は2回未満であり、コールセンターを効果的に活用することができていなかったようだ。

いつでも電話で問い合わせることができるコールセンターは、積極的に活用しようとする人にとってデジタルデバインド解消の助けになっていると考えられる。

表 3.2.5.解消タイプ別コールセンター利用状況

解消タイプ	人数	合計入電回数	平均入電回数
A:コツコツ習得型	73	144	1.97
B:見る専型	31	155	5.00
C:チャレンジ型	33	152	4.61
Dコミュニティ充実型	119	518	4.35
E:趣味充実型	72	242	3.36
F:いつでも携帯型	63	261	4.14
G:スマホマイスター型	595	4226	7.10
解消者合計	986	5698	5.78
H:のびしろ型(未解消者)	158	225	1.42
総計	1144	5923	5.18

3.2.5 スマホサロン

スマホサロンがデジタルデバインド解消にどの程度貢献したかを調査するため、令和5年8月判定の対象者の中でスマホサロンに参加した経験がある70人の解消タイプを調査した。

表 3.2.6.令和5年8月判定時のスマホサロン参加経験者の解消タイプ

解消タイプ	合計
A:コツコツ習得型	8
B:見る専型	1
C:チャレンジ型	2
D:コミュニティ充実型	5
E:趣味充実型	3
F:いつでも携帯型	8
G:スマホマイスター型	43
H:のびしろ型	0
合計	70

その結果、70人全員がデジタルデバインド解消しており、そのうち43人(61.4%)が「G：スマホマイスター型」と判定された。この割合は、判定者全体の「スマホマイスター型」の割合よりも高くなっている。スマホサロンの参加によって、高いレベルでのデジタルデバインド解消が示された。

また、スマホサロン参加者（一般の参加者を含む）の「参加してよかった点」についてアンケートを行ったところ、「参加者同士で交流が持てたり、おしゃべりができた」「スマホサロンをきっかけに友人ができた」という回答も一定数あり、交流の場として機能を果たす一面もあることが分かった。今後も LINE によるコミュニケーションが促進され、スマートフォン利用の継続効果も期待できると考えている。

表 3.2.7.スマホサロン参加者の「参加してよかった点」

回答	%
予約不要で参加できた	89.6%
参加者同士で交流がもてたり、おしゃべりができた	22.1%
スマホサロンをきっかけに友人ができた	6.0%
デジタル活用支援員の説明が分かりやすかった	53.6%
気軽に相談できた（令和4年10月まで）	69.8%
携帯会社（キャリア）で聞けない相談を聞いた（令和4年10月まで）	24.6%
その他	4.2%

※令和4年10月までの項目はn=301、全体の項目はn=1845で集計

スマホサロンはいつでも予約不要で参加することができるため、自身の体調や習熟度によらず気軽に利用することができる大きなメリットがある。さらに、スマートフォンを日常的に使い続けるモチベーションを促すだけでなく、スマートフォンを活用したコミュニケーションのきっかけの場でもあり、新たな地域交流や世代間交流の拠点となっている。また、スマホサロンは、本実証事業におけるデータ分析を通じて生まれたアジャイル型の政策形成の一つとしても非常に重要な施策となった。

3.3 定着度評価

最終的な判定となる令和5年8月の個別相談会5回目に参加した1,144人および不参加でアンケートを郵送した49人、合計1,193人のうち、最終判定を含む過去4回の判定において同じ解消タイプを維持した人の割合は26.5%であり、そのうち「G：スマホマイスター型」が24.1%となった。

このように70%以上の参加者は、約2年間の事業参加の中で解消タイプが常に変化し、同一の解消タイプ内に留まらないことがわかった。そのため、判定回の一時的な断面で参加者の特徴を捉えるのではなく、解消タイプの変化のパターンによって大きく4つのグループに分け、スマートフォン利用の定着度を評価するとともに、各定着グループの特徴について考察する。

定着度によるグループ分けは以下の条件で分類した。なお、各判定回への不参加によって基本操作のクリアが判断できず解消タイプの判定ができない人については、MDMのログから「コミュニケーション」と「利便性向上アプリ」の2基準で見込みの解消タイプ判定を行い（B,C,F,Hのいずれかに分類される）、定着グループに加える。

表 3.3.1.定着度評価

定着グループ	条件	定着度評価	人数	%
スマホマイスター群	4回連続でG：スマホマイスター型判定	高いレベルでスマホの利用が定着している	276人	23.1%
スマホ定着群	3回以上解消判定（A～G）	ある程度スマホの利用が定着している	714人	59.8%
定着予備群	2回解消/2回未解消判定	まだ完全に定着している状態ではない	66人	5.5%
未定着群	3回以上未解消（H：のびしろ型）判定	未解消が続き定着していない	137人	11.5%

定着度を評価した結果、4回の判定回において「基本操作・習慣」「コミュニケーション」「利便性向上アプリ」の3つの領域をクリアした「G：スマホマイスター型」を4回連続で獲得した人は276人となり、スマートフォン利用が高いレベルで定着している「**スマホマイスター群**」としてグループ化し、定着に寄与した要因を分析する。

解消基準の1つ以上の領域をクリアした解消タイプA～Gを3回以上獲得した人は、ある程度スマートフォン利用が定着していると判断し、「**スマホ定着群**」に分類する。714人と最も多くの人数がいるグループであり、前述の「スマホマイスター群」と合わせ、80%以上の参加者が本事業の中でスマートフォン利用を定着化し、デジタルデバイド解消に至ったと考えられる。

全4回の判定のうち、2回解消、2回未解消となった人を「**定着予備群**」に分類する。まだ完全に定着化しておらず、今後の利用状況によってどちらにも変化する可能性がある人であり、人数は66人（5.5%）となった。

3回以上未解消（H：のびしろ型）と判定された人はまだスマートフォン利用が定着していないと判定し、「**未定着群**」と分類する。最終的に137人（11.5%）が「未定着群」になっており、定着に至らなかった要因を調査した。

3.4 定着グループの特徴

3.3節にて分類した定着グループに対して、各スマートフォン講座で収集した効果測定アンケートやヒアリングシートの結果から各グループの特徴を分析する。

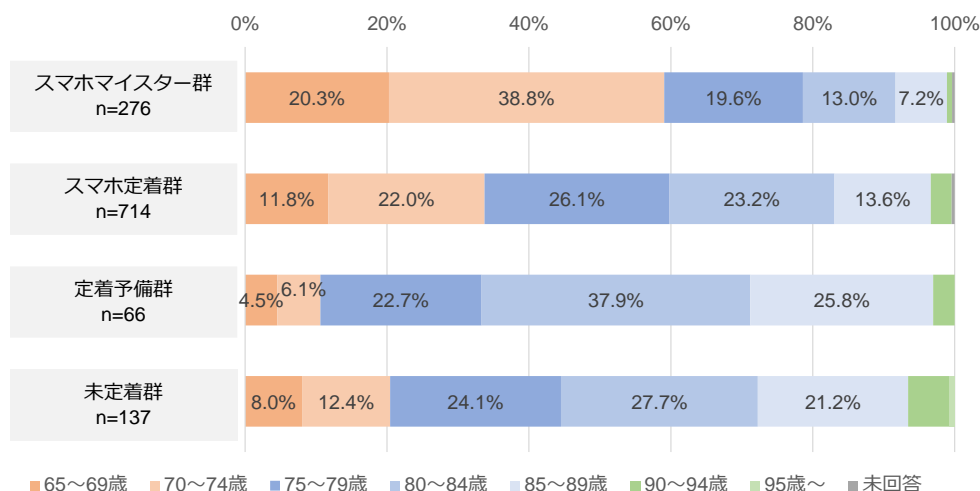
さらに定着に影響した要因を津田塾大学総合政策学部総合政策学科の協力のもと、統計的な裏付けを行うこととする。

3.4.1 定着グループ別の特徴

ここでは、被貸与者の属性情報、およびアンケートデータを用いて各定着グループに含まれる人の特徴の分析を行った。

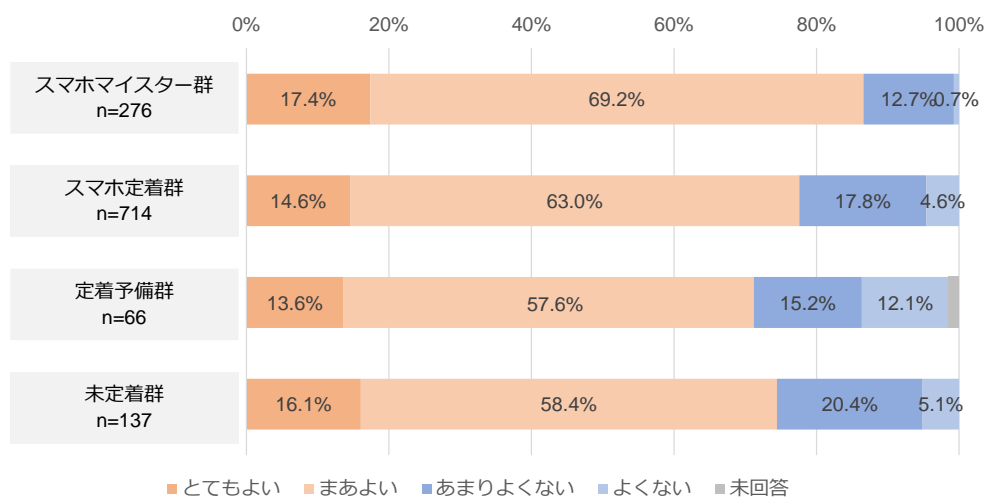
年齢層について、「スマホマイスター群」は75歳未満の前期高齢者が過半数を占めているが、約40%の後期高齢者も高いレベルで定着している点は評価すべきポイントである。「スマホ定着群」、「定着予備群」、「未定着群」は75歳以上の後期高齢者の割合が高く、比較的若い世代が定着しやすいという結果になった。

図 3.4.1.定着グループ別年齢比較



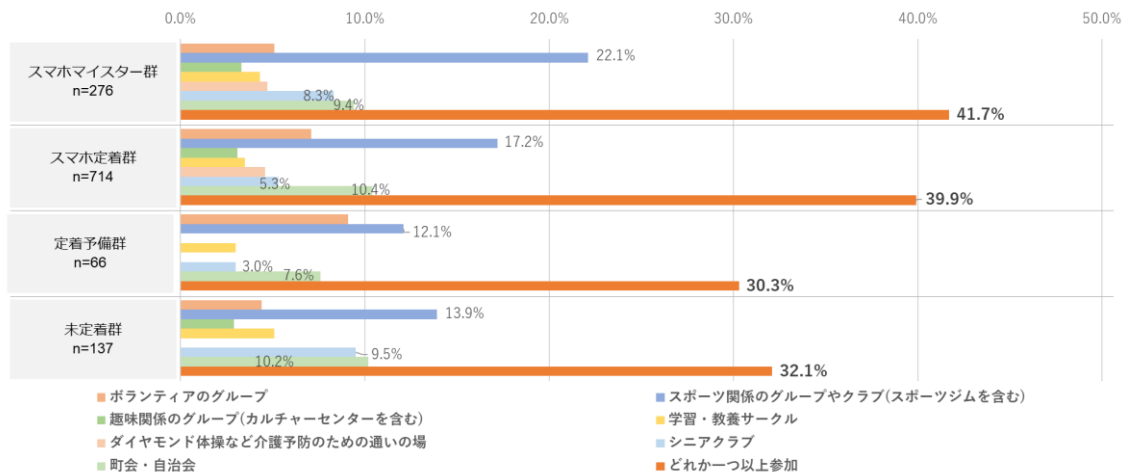
健康状態に関するアンケート調査では、「スマホマイスター群」が最も健康状態が良いという結果となった。その他の定着グループも70%以上が「良好である」と回答しており、全体的に良好である傾向が見られる。健康面の悪化により講座に参加できなくなることでスマートフォンスキルの向上が進まない可能性もあるが、自身の健康状態の良好なタイミングでスキル習得ができるスマホサロンのような施策も継続して必要だと考える。

図 3.4.2.定着グループ別健康状態



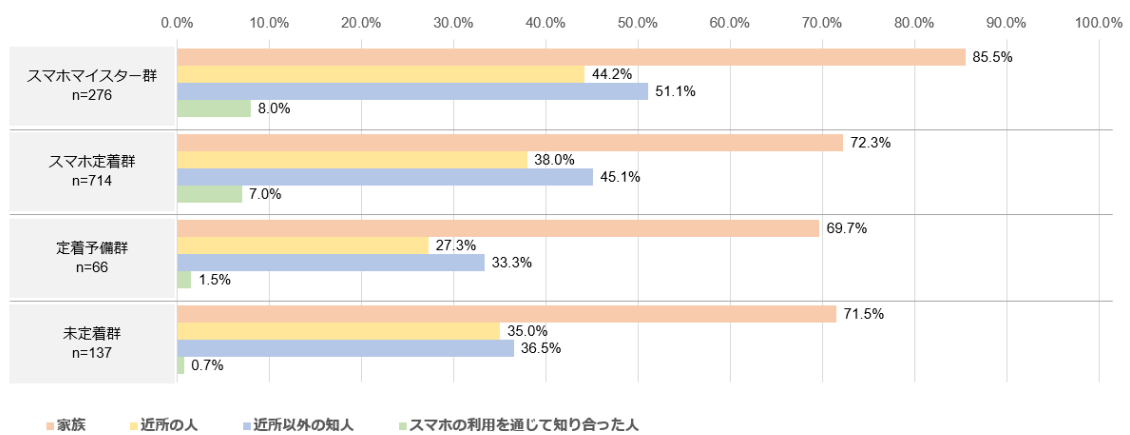
貸与時のコミュニティへの参加率の調査では、何らかのコミュニティに1つ以上属している人の割合は、「スマホマイスター群」が41.7%、「スマホ定着群」が39.9%、「定着予備群」が30.3%、「未定着群」が32.1%であった。コミュニティ参加していることがスマートフォン利用の定着に良い影響を与えている可能性もあり、後述する統計的な分析の中で相関を調べていく。

図 3.4.3.定着グループ別参加コミュニティの内訳



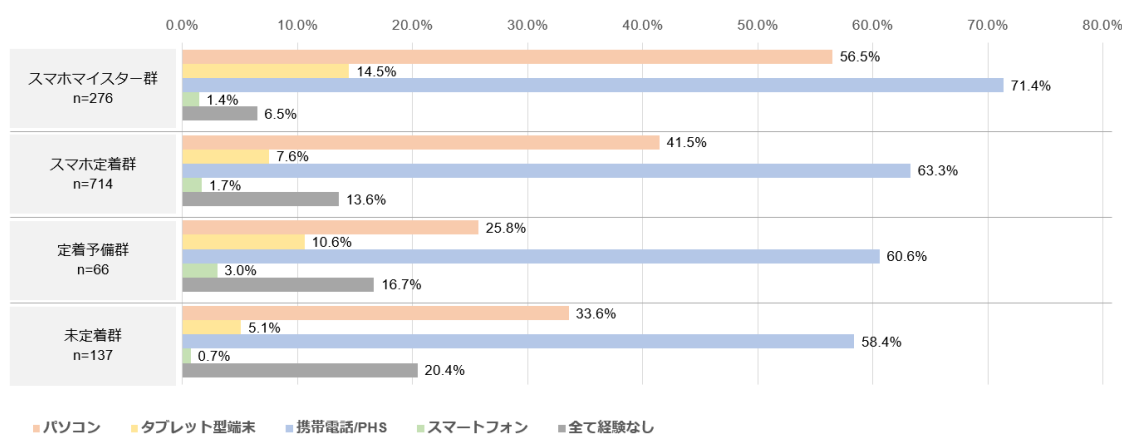
親しく交流できる人の有無を確認したアンケートでは、「いる」と答えた人の割合が、「スマホマイスター群」は97.1%、「スマホ定着群」は92.2%、「定着予備群」89.4%、「未定着群」87.6%となり、どの定着グループも高い結果が得られた。その内訳として、「家族」と回答した割合は、「スマホマイスター群」が他の定着グループよりも多くなった。家族は最も身近なスマートフォン操作についての相談役となるため、家族と親しく交流できている人はスマートフォン利用が定着しやすいという傾向があると考えられる。

図 3.4.4.定着グループ別親しく交流できる人の内訳



また、本事業に参加する前の利用経験のある情報端末の回答では、定着度が高いグループほどパソコン、携帯電話/PHS の利用経験率が高い傾向がある。操作の親和性や、デジタルへの抵抗が低減されていたと考えられる。

図 3.4.5.定着グループ別情報端末の利用経験



次に、全4回の必修講座と最終回を除く4回の個別相談会の参加状況の結果では、定着度が高いグループほど、高い講座の参加率である傾向が分かった。「未定着群」は第1回必修講座では100%の参加率だが、徐々に参加率が低下し、後半は50%程度まで低下している。

表 3.4.1.定着グループ別被貸与者向け講座参加率

定着グループ	第1回必修	第2回必修	第3回必修	第1回個別	第4回必修	第2回個別	第3回個別	第4回個別
スマホマイスター群	99.6%	97.8%	97.1%	100.0%	97.5%	100.0%	100.0%	100.0%
スマホ定着群	99.3%	97.3%	95.9%	91.5%	89.1%	76.2%	89.5%	89.4%
定着予備群	100.0%	95.5%	93.9%	92.4%	71.2%	59.1%	69.7%	74.2%
未定着群	100.0%	89.8%	85.4%	78.8%	62.8%	46.0%	57.7%	56.2%

またコールセンターの利用回数について定着グループ別に調査を行った結果、定着度が高いグループほど入電回数が多く、積極的に疑問を解消する姿勢が見られる。

表 3.4.2.定着グループ別コールセンター利用状況

定着グループ	人数	合計入電回数	平均入電回数/人
スマホマイスター群	276	2,048	7.42
スマホ定着群	714	3,820	5.35
定着予備群	66	115	1.74
未定着群	137	166	1.21
全体	1,193	6,149	5.15

これらの結果から、スマートフォン利用が定着している人の素養の特徴として、スマートフォンを持つ前にすでに何らかの情報端末の利用経験あることが関連すると考えられる。また、定着までの過程の観点では、被貸与者向け講座を高い参加率で受講すること、疑問を解消するために高頻度でコールセンターを活用することが定着につながると考えられる。

3.4.2 定着に寄与する要因分析（津田塾大学研究協力）

前項にて分類した定着グループの特徴に対し、定着に影響した要因を統計的に考察するため、個票データ(1,193人)を用いて、津田塾大学総合政策学部総合政策学科の研究協力のもと、定量的な裏付けを行うこととする。⁸

まず、スマートフォン利用の定着に関連している要因を分析するため、前項の「定着グループ」の順序性（定着度が高いほど順序が低い自然数1～6）を被説明変数とする順序ロジスティック回帰分析を用いた。特に着目したのは、下記の5つの要因である。

- (i) 区の実施したスマートフォン講座の参加回数の影響、
- (ii) グループ活動など、高齢者の日常生活における社会参加の影響、
- (iii) 使用経験のある情報端末の種類など、高齢者の経験値の影響、
- (iv) スマートフォン貸与事業に参加した理由など、個人の動機の積極性の影響、
- (v) 性別や年齢など、個人の属性の影響

(i) の講座参加回数は、スマートフォンの貸与を通じて利用の定着度の向上を図る本事業において、講座の意義を判断する指標となる。また参加回数は被貸与者の習得意欲を一定程度反映すると考えれば、被貸与者の意欲と定着度の関係性を測る指標となる。

(ii) の高齢者のグループ活動については、区の調査票様式をもとに、シニアクラブ、スポーツ、カルチャーセンター、自治会やボランティアなど、その内容別に定着度との関係を調査する。これらは高齢者の社会参加意欲の状態を示す指標であると同時に、スマートフォンでのコミュニケーションの具体的な活用機会を示すものである。

(iii) の使用経験のある情報端末については、スマートフォン貸与以前の経験や習得度は、スマートフォン利用の定着度を測るうえで影響があると考えられる。本事業の効果を測るうえで考慮が必要な項目として調査する。

(iv) の参加理由については、区の調査票様式をもとに、「スマートフォンに興味がある」という動機と、「使えないと不便」という動機の違い、「人に勧められる」といった他者の関与と、「利用サポートがある」ことへの意識など、多様な観点を比較する。

(v) の個人属性として、年齢階級や性別など基本的な個人属性のほか、スマートフォン利用の定着度に関連する社会経済的な属性として、主観的健康観や介護度、仕事の有無などとの関連を調査する。

⁸ 本分析は津田塾大学総合政策学部3年の森田佳乃子・中基有紀・稲毛光莉子が担当した。

(1)順序ロジスティックの分析データの基本統計量

本分析に使用した変数の基本統計量についてまとめる。質的変数が多いため、各変数における回答状況の分布を示す。表 3.4.3.(1)~(4) に、説明変数の集計を示す。

表 3.4.3.(1) 性別・年齢・介護度の内訳

性別	実数	構成比率
男性	437	42.3%
女性	595	57.7%
空欄（選択しない）	0	0.0%
全体	1032	100.0%

年齢	実数	構成比率
65～69歳	146	14.1%
70～74歳	264	25.6%
75～79歳	249	24.1%
80～84歳	220	21.3%
85～89歳	126	12.2%
90～94歳	26	2.5%
95歳～	1	0.1%
全体	1032	100.0%

介護認定を受けている方は介護度を教えてください	実数	構成比率
要支援 1	59	5.7%
要支援 2	33	3.2%
要介護 1	8	0.8%
要介護 2 以上	4	0.4%
自立（非該当）	923	89.4%
事業対象者	5	0.5%
全体	1032	100.0%

被貸与者の 57.7%が女性であり、年齢階級については 70～74 歳が 25.6%、次いで、75～79 歳が 24.1%となっている。介護度については、89.4%が自立しており、移動などの日常生活に支障が無いと考えられる。（それぞれの情報は令和 3 年 9 月の効果測定アンケートに基づく。）

表 3.4.3.(2) 事業参加理由・グループ活動の参加・親しく交流できる人の内訳

この事業に参加した理由を教えてください（複数可）	実数	構成比率
スマホに興味があった	377	36.5%
家族や友人にすすめられた	236	22.9%
スマホが使えないと不便だから	169	16.4%
通送料・通話料など無料で借りられるから	60	5.8%
使い方のサポートを受けられるから	60	5.8%
その他（ ）	2	0.2%

会・グループ活動に参加していますか（複数可）	実数	構成比率
ボランティアのグループ	70	6.8%
スポーツ関係のグループやクラブ（スポーツジムを含む）	188	18.2%
趣味関係のグループ（カルチャーセンターを含む）	140	13.6%
学習・教養サークル	40	3.9%
ダイヤモンド体操など介護予防のための通いの場	44	4.3%
シニアクラブ	60	5.8%
町会・自治会	470	45.5%
収入のある仕事	95	9.2%

親しく交流できる人はいますか？（複数可）	実数	構成比率
家族	688	66.7%
近所の人	172	16.7%
近所以外の知人	292	28.3%
スマホの利用を通じて知り合った人	1	0.1%

本事業への参加動機（令和3年9月調査：複数回答可）については、「スマートフォンに興味があった」が36.5%、「家族や友人に勧められた」が22.9%、「スマートフォンが使えないと不便だから」が16.4%であった。高齢者のグループ活動については「町会・自治会」が45.5%、「シニアクラブ」が5.8%であった。

親しく交流できる人の有無（令和3年9月調査：複数回答可）については、「家族」が66.7%、「近所以外の知人」が28.3%であった。

表 3.4.3.(3) 必要な情報の取得媒体・使用経験のある情報端末

ご自身にとって必要な情報（ニュース、天気、趣味の情報など）はどの媒体から情報を得ていますか（複数可）	実数	構成比率
スマートフォン	0	0.0%
テレビ	948	91.9%
新聞	616	59.7%
ラジオ	303	29.4%
パソコン	234	22.7%
口コミ	65	6.3%
その他（ ）	26	2.5%

これまでに使用した経験のある情報端末について教えてください（複数可）	実数	構成比率
パソコン	473	45.8%
タブレット型端末	103	10.0%
携帯電話/PHS	665	64.4%
スマートフォン	17	1.6%

必要な情報の取得についてはテレビが91.9%、次いで新聞が59.7%となっている。また、使用経験のある情報端末としては携帯電話/PHSが64.4%、パソコンが45.8%となっている。（令和3年9月調査：複数回答可）

表 3.4.3.(4) スマホサロンの利用経験

スマホサロンの利用経験	実数	構成比率
あり	119	11.5%
なし	913	88.5%
全体	1032	100.0%

表 3.4.3.(5)被貸与者向け講座参加回数

被貸与者向け講座合計参加回数	実数	構成比率
0回	0	0.0%
1回	0	0.0%
2回	1	0.1%
3回	5	0.5%
4回	11	1.1%
5回	41	4.0%
6回	119	11.5%
7回	442	42.8%
8回	413	40.0%
全体	1032	100.0%

全4回の必修講座と第1~4回の個別相談会から被貸与者向け講座の参加回数を測定した。参加状況は、7回もしくは8回参加が80%以上を占める結果となっている。

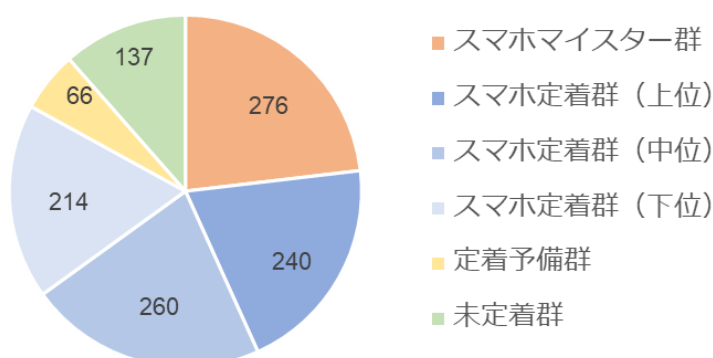
また、令和3年9月-令和5年5月に行われた、全5回の効果測定アンケートを用い、平均的な健康状態（主観的健康観）を確認している。健康状態は、スマートフォン利用を含む日常生活の気力や体力に関わる情報として分析上考慮している。

(2)分析における留意点

本章の分析においては、基本の分析対象者を1,193人としている。個人の事情により途中で事業から離脱したセグメント分けが困難な対象者を除き、最後まで参加した対象者のみ最終報告対象とした。ただし、分析項目により1,193人と対象人数が異なる箇所もある。

また、各分析において被貸与者のセグメント推移による分類を6段階とする。他のグループに比べ「スマホ定着群」に属する対象者が714人と多く、全体の60%以上を占める。そのため、人数比による分析結果への統計的な影響を考慮し「スマホ定着群」を定着度に応じて3段階に分けた。具体的には、セグメントGの取得回数に応じ、3回取得を「スマホ定着群」（上位）、2回取得を「スマホ定着群」（中位）、1回以下の取得を「スマホ定着群」（下位）としている。以下に各分類の人数のグラフを示す。

図 3.4.6.定着グループ別（詳細）分類



(3)分析方法と結果

分析手法は被説明変数が定着度という一定の順序性をもった質的変数であることを踏まえ、順序ロジスティック（順序ロジット）回帰分析を用いる。⁹ 結果の表のP値に添えている「*」「.」は統計的に有意であることを示す印であり、「.」は10%有意水準、「*」の数に応じて、5%有意水準、1%有意水準、0.1%有意水準であることを示す。有意である場合、数値間の差は偶然ではなく統計的に意味のある差と解釈でき、「スマートフォン利用の定着に何らかの影響を与えている」ということができる。

表 3.4.4.定着度（低い値ほど定着度が高い）に影響を与える要因
（順序ロジスティック回帰分析）n=1,032人

	係数	標準偏差	z値	p値
性別男性	0.596	0.120	4.959	0.000 ***
年齢	0.336	0.048	6.964	0.000 ***
介護度	0.072	0.073	0.989	0.323
参加理由.スマホに興味があった.	-0.199	0.122	-1.627	0.104
参加理由.家族や友人にすすめられた.	-0.170	0.139	-1.226	0.220
会.グループ活動への参加.町会.自治会.	-0.432	0.151	-2.851	0.004 **
会.グループ活動への参加.スポーツ関係のグループやクラブ.スポーツジムを含む..	-0.439	0.173	-2.537	0.011 *
会.グループ活動への参加.趣味関係のグループ.カルチャーセンターを含む..	-0.481	0.189	-2.552	0.011 *
会.グループ活動への参加.ダイヤモンド体操など介護予防のための通いの場.	-0.838	0.298	-2.810	0.005 **
会.グループ活動への参加.シニアクラブ.	-0.858	0.270	-3.180	0.001 **
健康状態	0.250	0.118	2.111	0.035 *
親しく交流できる人の有無.家族.	-0.392	0.121	-3.253	0.001 **
必要な情報はどの媒体から情報を得ているか.新聞.	0.203	0.118	1.725	0.085 .
必要な情報はどの媒体から情報を得ているか.パソコン.	-0.278	0.165	-1.686	0.092 .
使用経験のある情報端末について.携帯電話.PHS.	-0.385	0.123	-3.129	0.002 **
使用経験のある情報端末について.パソコン.	-0.462	0.138	-3.346	0.001 ***
使用経験のある情報端末について.タブレット型端末.	-0.270	0.200	-1.349	0.177
被貸与者向け講座合計参加回数	-0.671	0.066	-10.145	0.000 ***

⁹ 「当選・落選」「合格・不合格」など2項の分布を結果（被説明変数）とする事象の要因分析に用いられるのがロジスティック分析である。今回は被説明変数が多分類であるため、分類の境界値を説明する複数のロジスティック分析を行い、最尤法（最も当てはまりのよい確率変数を推計する方法）を利用した繰り返し計算によって解を求める手法を用いる。

この回帰分析の結果も踏まえて、次項において、スマートフォン利用の定着につながった特徴や要因についてまとめる。

3.4.3 スマートフォン利用が定着した人の特徴まとめ

3章では、デジタルデバイド解消の解消タイプを特徴づけ、各判定回の解消タイプの遷移から定着度を評価して定着グループに分類した。さらに、その定着グループの特徴を分析し、スマートフォン利用が定着する人の特徴を明らかにすることができた。

スマートフォン利用が定着している人の特徴として、年齢層が低いことや女性であることが本事業の結果として明らかになった。但し、これは他の要因の影響を一定と見て示した傾向であり、一概に性別や年齢のみで決定的に定着度に影響するものではないと考えている。

その他には、シニアクラブ、スポーツや趣味、町会や自治会等のグループ活動への参加が、定着度の向上に1～5%程度の有意な効果を示している。特に高齢者のグループ活動については、健康・介護予防への効果が先行研究でも広く認められている。今回の調査では、グループ活動がスマートフォン利用の定着度にも大きく寄与していることがわかった。

また、「親しく交流できる人」として家族を挙げている高齢者は、スマートフォン利用の定着度の向上が見られている。世帯に関わらず、家族との交流の深さが定着に影響していると考えられる。家族はスマートフォンを活用する具体的な動機となるだけでなく、分からないことがあった時に聞きやすい存在であるという背景もある。

次に、スマートフォン貸与前の素養や習熟過程の観点では、携帯電話（ガラケー）やPHSなど、スマートフォン貸与以前の経験がスマートフォン利用の定着度の向上に寄与している。情報端末の使用経験によるプラスの影響が先行研究でも多く報告されており、新しい端末への切り替えの難しさというマイナス面も存在するが、本調査では、プラスの影響が大きいという結果が得られた。より多くの人への定着を図るためには、使用経験のある情報端末に応じたスマートフォン移行へのメリットや操作の違いなどを考慮し、講習の構成やフォローも必要であると考えられる。

また、講座の受講もスマートフォン利用の定着に大きく寄与することが分かった。さらに前章にてデジタルデバイド解消に有益であると評価したコールセンターの利用も、定着に対してプラスの要因となっていることが分かった。一方で、体調の悪化を理由に講座に参加できなくなったことがスマートフォン利用の定着を阻害する要因になったことも本事業の課題として挙げられる。体調面の不安に対しては、見守りやアラート等が有益に働くアプリやサービスもあることから、そのような人へのスマートフォン利用の定着を促進する施策の実施が必要だと考えている。

第4章 デジタルデバイド解消による行動変容

3章ではデジタルデバイドの解消状況およびスマートフォン利用の定着の要因に対する調査を行ったが、4章では、3章で分類した定着グループ別に、定着の結果によってスマートフォンの利用状況や普段の行動においてどのような行動変容が起こったかの調査結果について考察する。

また、事業終了後のスマートフォンの購入意向等、今後のスマートフォン利活用についての意向についての調査結果についても考察する。

4.1 スマートフォンの利活用

4.1.1 利用機能・アプリの傾向

スマートフォン利用の定着によって、どのようなスマートフォンの機能やアプリを利用できるようになったか、令和5年8月判定時でのアンケート情報やMDMデータを用い調査を行った。

まず、スマートフォンでできる操作について、「スマホマイスター群」は他の定着グループと比較して、操作可能な機能の割合が多く、特にカメラやQRコード読み取りの操作は60%以上の割合でできるようになっている。その他の定着グループでは、比較的カメラ操作が可能な割合は高いながらも、それ以外の機能は現状使えない状態の人が過半数である。電卓やカレンダーの機能は、現状の生活の中で慣れ親しんだ手法で代替可能なものであるが、QRコードの読み取りができることは、区からの案内やオンライン申請等のDX化推進において有益に働く。そのため、身につけてもらいたい重要な機能であり、今後も課題といえる。

表 4.1.1.スマートフォンでできる操作（個別相談会5回目で回答）

定着グループ	QRコード読み取り	カメラ	電卓	カレンダー	アラーム	万歩計	地図	どれも利用していない
スマホマイスター群	66.7%	91.3%	37.7%	40.6%	32.2%	46.0%	57.6%	1.4%
スマホ定着群	38.1%	70.7%	25.1%	22.4%	20.2%	30.7%	41.2%	13.7%
定着予備群	12.1%	40.9%	10.6%	13.6%	10.6%	18.2%	16.7%	43.9%
未定着群	9.5%	34.3%	7.3%	6.6%	5.8%	12.4%	19.0%	49.6%
全体	40.0%	69.7%	25.1%	24.3%	20.8%	31.4%	41.1%	16.7%

次にLINEでできる操作について、基本的な操作であるメッセージの送信や閲覧は「スマホマイスター群」および「スマホ定着群」の過半数が操作可能であると回答している。

LINEの活用がスマートフォン利用の定着に大きく寄与していることがわかった。コミュニケーションアプリとしてだけでなく、区からの情報伝達ツールとして今後も活用を促していきたい。

表 4.1.2.LINE のできる操作（個別相談会 5 回目で回答）

定着グループ	メッセージを送る	写真を送る	送られてきたメッセージや写真を見る	LINE電話をかける	LINE電話をとる	LINEビデオ通話をかける	LINEビデオ通話をとる
スマホマイスター群	88.0%	71.7%	88.0%	59.8%	58.3%	26.4%	29.3%
スマホ定着群	56.4%	37.5%	59.7%	33.2%	33.6%	11.3%	12.2%
定着予備群	25.8%	21.2%	30.3%	16.7%	13.6%	4.5%	4.5%
未定着群	13.9%	9.5%	15.3%	5.1%	5.1%	1.5%	1.5%
全体	57.2%	41.3%	59.5%	35.2%	35.0%	13.3%	14.5%

スマートフォンや LINE の基本的な操作の習熟度の他に、講座で扱った主要なアプリについての利用率や起動回数の変化を MDM のデータを用いて調査している。「スマホマイスター群」については、令和 4 年 7 月から令和 5 年 5 月まで高い利用率と起動回数を維持しており、これらのアプリが生活にとって利便性をもたらすものであると理解していると考えられる。

表 4.1.3.定着グループ別の主要アプリの利用率・平均起動回数/月の変化

	スマホマイスター群 (n=276)						スマホ定着群 (n=714)					
	令和4年7月		令和5年5月		増減		令和4年7月		令和5年5月		増減	
	起動者率	起動回数	起動者率	起動回数	起動者率	起動回数	起動者率	起動回数	起動者率	起動回数	起動者率	起動回数
LINE	100.0%	156.5	100.0%	157.2	0.0%	0.7	99.5%	72.2	97.9%	72.1	-1.6%	-0.1
脳にいいアプリ	100.0%	57.2	94.9%	46.3	-5.1%	-10.9	95.5%	24.5	82.6%	20.1	-12.9%	-4.4
YouTube	97.1%	43.7	89.9%	44.1	-7.2%	0.4	93.3%	46.1	83.0%	56.6	-10.3%	10.5
PayPay	98.9%	11.1	89.5%	7.9	-9.4%	-3.2	89.8%	9.6	74.3%	5.5	-15.5%	-4.1
ハチベイ	0.0%	0.0	42.8%	13.4	42.8%	13.4	0.0%	0.0	23.2%	8.5	23.2%	8.5
Chrome	99.3%	114.4	99.3%	126.5	0.0%	12.1	99.4%	86.9	97.7%	106.2	-1.7%	19.3
Google	100.0%	101.2	100.0%	113.0	0.0%	11.8	99.8%	74.5	97.1%	85.9	-2.7%	11.4
ニュース	97.1%	60.5	94.9%	55.2	-2.2%	-5.3	91.8%	46.1	86.3%	49.3	-5.5%	3.2
マップ	93.8%	10.0	92.0%	9.1	-1.8%	-0.9	87.2%	6.8	76.4%	6.2	-10.8%	-0.6
Y!乗換案内	85.1%	7.1	81.2%	9.1	-3.9%	2.0	71.3%	4.0	58.0%	5.1	-13.3%	1.1
X (旧Twitter)	50.0%	5.0	46.0%	6.9	-4.0%	1.9	39.5%	4.4	38.5%	4.4	-0.9%	-0.1
Instagram	17.4%	7.1	21.7%	10.9	4.3%	3.8	11.5%	9.6	15.0%	6.6	3.5%	-3.0
	定着予備群 (n=66)						未定着群 (n=137)					
	令和4年7月		令和5年5月		増減		令和4年7月		令和5年5月		増減	
	起動者率	起動回数	起動者率	起動回数	起動者率	起動回数	起動者率	起動回数	起動者率	起動回数	起動者率	起動回数
LINE	95.5%	24.3	80.7%	10.1	-14.8%	-14.2	92.0%	6.3	69.0%	3.2	-23.0%	-3.1
脳にいいアプリ	86.5%	8.1	54.2%	3.9	-32.3%	-4.2	70.6%	7.5	45.0%	5.1	-25.6%	-2.4
YouTube	83.1%	23.0	50.6%	26.7	-32.5%	3.7	66.9%	21.3	37.2%	40.7	-29.7%	19.4
PayPay	75.3%	6.8	39.8%	3.2	-35.5%	-3.6	54.0%	5.5	21.7%	2.3	-32.3%	-3.2
ハチベイ	0.0%	0.0	6.0%	1.6	6.0%	1.6	0.0%	0.0	4.7%	2.1	4.7%	2.1
Chrome	93.3%	54.0	78.3%	28.8	-15.0%	-25.2	86.5%	19.7	58.1%	22.9	-28.4%	3.2
Google	97.8%	48.6	80.7%	22.1	-17.1%	-26.5	85.9%	20.0	59.7%	17.8	-26.2%	-2.2
ニュース	79.8%	27.8	50.6%	23.9	-29.2%	-3.9	68.1%	9.8	45.7%	14.5	-22.4%	4.7
マップ	75.3%	4.6	34.9%	2.9	-40.4%	-1.7	65.0%	3.6	42.6%	3.3	-22.4%	-0.3
Y!乗換案内	61.8%	2.5	21.7%	2.0	-40.1%	-0.5	32.5%	2.6	17.8%	1.4	-14.7%	-1.2

「スマホ定着群」についてもおおむね令和4年7月時点の利用率や起動回数が維持されている。「スマホマイスター群」、「スマホ定着群」とともにPayPayの利用率や起動回数は低下しているが、新たにハチペイを活用している人も一定数確認できるため、キャッシュレス決済が徐々に定着してきていると考えられる。また、検索エンジン（Chrome、Google）、ニュースの起動回数も維持しており、スマートフォンで何らかの検索や閲覧をする習慣が身についている。

「定着予備群」と「未定着群」については、全体的に令和4年7月から利用率が大きく減少している。スマートフォン利用が定着せず、徐々に利用機会が減ってしまっている状態である。それでもLINEや検索エンジン（Chrome、google）の利用率は比較的高く、今後定着に向けて可能性を感じる結果となった。多くのアプリを講座で扱ったが、未だ定着していない人に対しては、同時に複数のアプリを習得していくよりも、自身の生活の中で利便性を感じられるものに絞ったアプリから習得していくことも定着度を高める手法の一つとして検討したい。

4.2 QOL の変化

本章では、スマートフォンの利活用によって、実際の生活や意識にどのような変化が生まれたのか、QOL及び防災の観点から見た調査結果を考察する。

QOLに関しては、項目を本事業用に変換し、個別相談会の効果測定アンケートにて回答を収集している。

表 4.2.1.本事業における QOL アンケート取得項目と「WHO QOL26」との対応表

カテゴリ	『WHO QOL26』アンケート項目	本事業の効果測定アンケート取得項目
全体評価	自分の生活の質をどのように評価しますか	・ 現在、あなたはどの程度幸福ですか
	自分の健康状態に満足していますか	・ 健康状態はいかがですか
身体的領域	家の周囲を出回ることがよくありますか	・ 普段、外出の機会はどれくらいありますか
心理的領域	毎日の生活をどのくらい楽しく過ごしていますか	・ 最近2週間の日常生活の中で興味のあることがたくさんあった
社会的関係	人間関係に満足していますか	・ 親しく交流できる人はいますか
環境的領域	毎日の生活はどのくらい安全ですか	・ 有事の際にすぐに連絡をとれる人はいますか ・ 有事の際の情報(災害情報・避難場所等)はどの媒体から得ていますか ・ 上記の情報を十分に得ることができますか
	毎日の生活に必要な情報をどのくらい得ることができますか	・ ご自身にとって必要な情報（ニュース、天気、趣味の情報など）はどの媒体から情報を得ていますか ・ 上記媒体から十分に情報を得ることができていますか

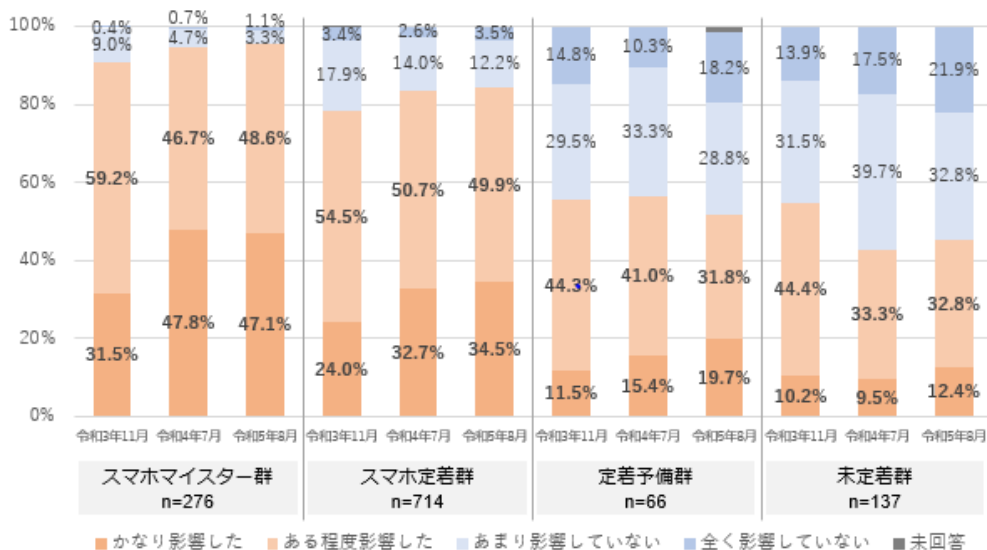
4.2.1 スマートフォン利用による身体・心理・社会的関係性に対する変化

ここでは、スマートフォン利用の定着による身体・心理・社会的関係性に対する変化について、個別相談会で収集したアンケートおよび脳にいいアプリのログデータを活用して調査を行った。

これらの項目を調査した結果、大きな特徴として「スマホマイスター群」と「スマホ定着群」は、「スマートフォンを利用することで、生活に良い影響があったか」という質問に対し、70%以上の人が「良い影響があった」と回答している。

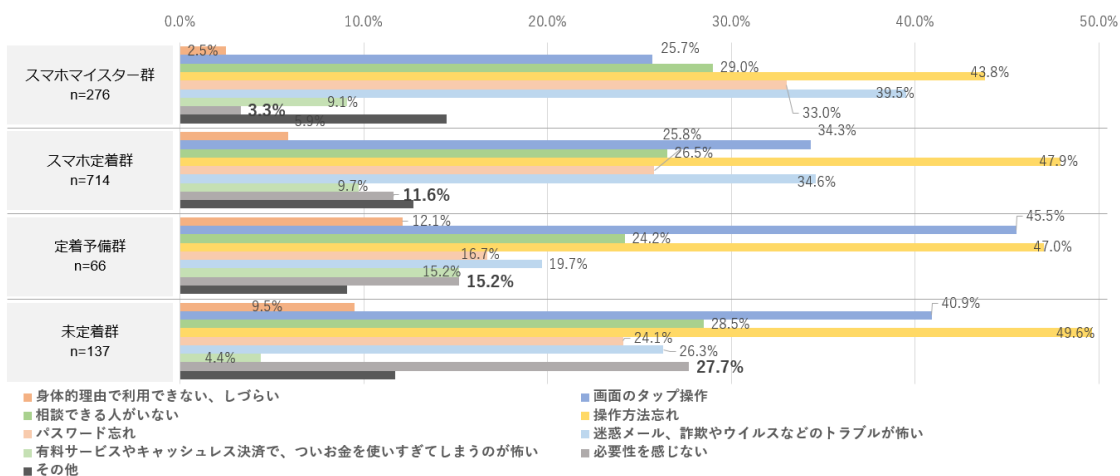
図 4.2.1.定着グループ別

「スマートフォンを利用することで生活に良い影響があったか」の推移



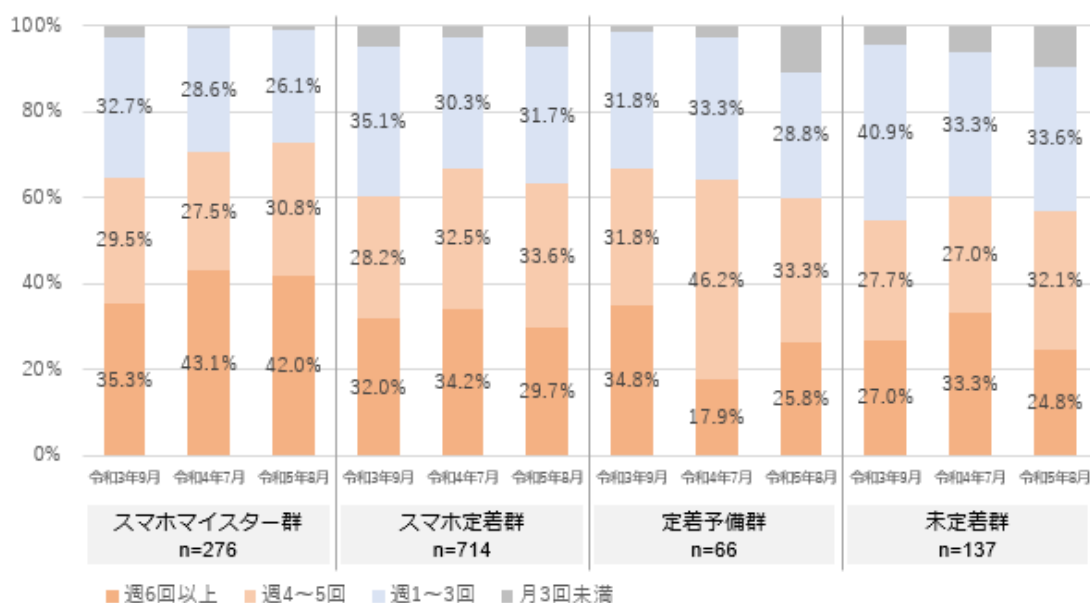
さらに、令和3年11月の事業開始直後から最終判定時の令和5年8月にかけて、良い影響を感じている人の割合が高まっている。一方で「定着予備群」と「未定着群」については、よい影響を感じている人の割合が事業開始当初より若干減少しているが、まだ40~50%程度はよい影響を感じている人もいるため、決してスマートフォンの利便性を感じていないわけではない。令和5年8月に収集したアンケートにおけるスマートフォンについて扱いづらいと感じる点に関する回答では、「未定着群」の約半数が、その他の定着グループ同様操作方法忘れに対する課題を抱えており、必要性を感じていない人は30%未満に留まっている。まだスマートフォンを完全に不要と考えてはおらず、今後のフォロー次第では「定着予備群」や「未定着群」もスマートフォン利用の定着に転換することが可能であると示唆される。

図 4.2.2.定着グループ別「スマートフォンについて扱いづらいと感じる点」



次に、身体的な QOL に関して、外出に関する調査結果を見てみると、特に「スマホマイスター群」は外出頻度が週 4 回以上の人が増加し、事業終了時には 70%以上が高頻度の外出をしている。「スマホマイスター群」の特徴としてコミュニティに属する割合も高く、交流が盛んな人であり、スマートフォン利用が定着することでより頻繁な交流に発展したとも考えられる。また、外出機会が増加しただけではなく、外出時の歩数や歩行速度にも良い影響が示されている。

図 4.2.3.定着グループ別「外出頻度」の推移



「脳にいいアプリ」のログデータから取得した歩数・歩行速度¹⁰について、「スマホマイスター群」および「スマホ定着群」は事業開始から平均歩数が増加し、歩行速度も向上しており、スマートフォン利用の定着によって活動量が増加し健康的な生活習慣に寄与していると考えられる。事業開始当初は貸与端末を箱に入れたまま自宅に置いている（講座の時だけ持参する）という被貸与者も少なからずいたが、歩くなどの健康習慣によってポイントが貯まる「脳にいいアプリ」の活用により、スマートフォンを持ち歩くことが習慣化されるという効果が見られた。

¹⁰ 令和5年6月以降は事業終了前の自身のスマートフォン購入が進み、貸与端末での「脳にいいアプリ」利用者が低下したため、令和5年5月までの集計とする。

図 4.2.4.定着グループ別平均歩数の推移¹¹

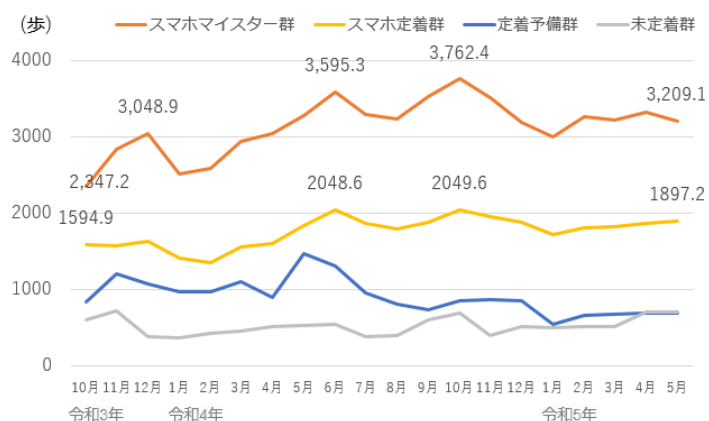
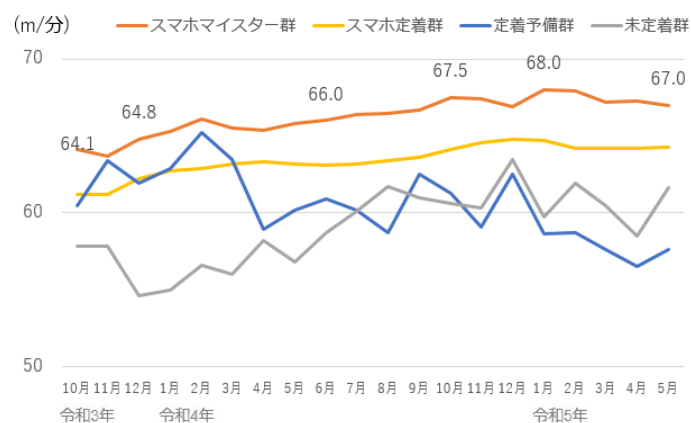


図 4.2.5.定着グループ別平均歩行速度の推移¹²



さらに脳にいいアプリ上の認知症予防を目的とした脳トレ機能のログによると、「スマホマイスター群」と「スマホ定着群」は時間の経過とともに脳トレレベルが向上している（認知症予防目安の11レベルからレベルの値が下がるほど難易度が高い）。

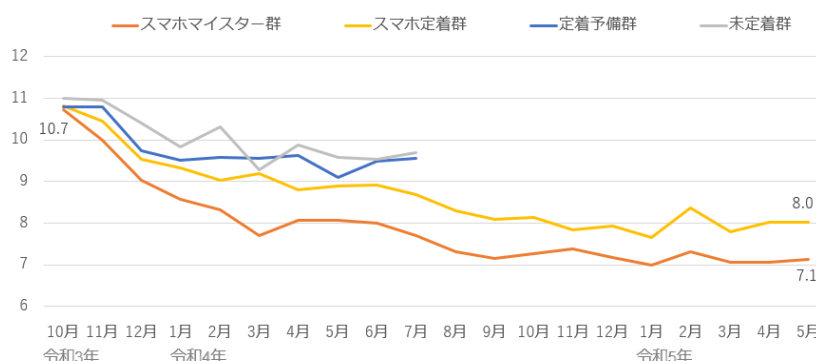
¹¹ 各定着グループの計測期間中の n 数は以下の間で変化

スマホマイスター群：156～270、スマホ定着群：383～670、定着予備群：29～57、未定着群：51～107

¹² 各定着グループの計測期間中の n 数は以下の間で変化

スマホマイスター群：143～256、スマホ定着群：340～586、定着予備群：19～44、未定着群：19～85

図 4.2.6.定着グループ別平均脳トレレベルの推移¹³

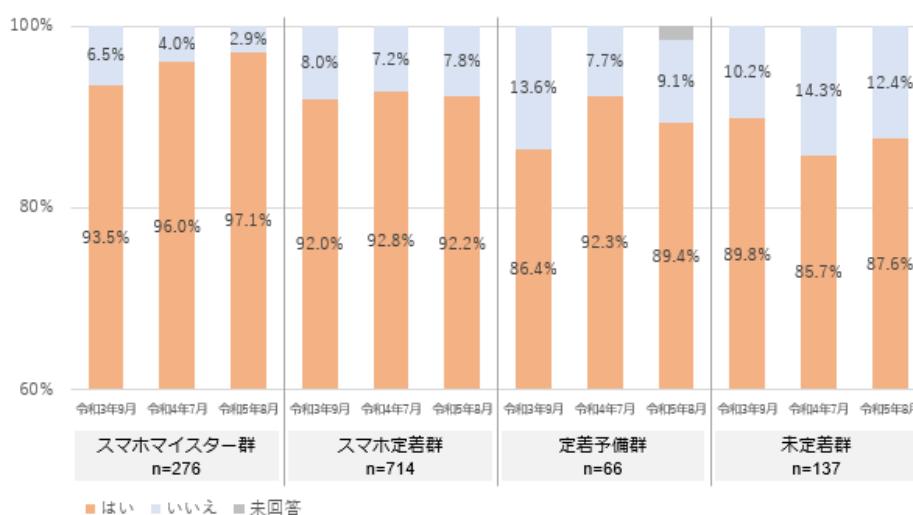


以上のことから、スマートフォン利用の定着や健康アプリの活用がフレイル予防に良い影響を与えていることが示された。

最後に、社会的関係性に関する調査項目である「親しく交流できる人の有無」について、もともと交流の多い「スマホマイスター群」は、スマートフォンの利用が継続するにつれてより向上している。LINE 等のコミュニケーションや積極的な相談や周囲との交流が増えることで新たに親しく交流する友人等が増加する可能性もあるのではないかと考えられる。

これらの調査により、スマートフォン利用が定着することで、外出機会、歩数、歩行速度、脳トレレベルに向上が見られ、特に身体的な QOL が向上し健康面で良い影響があることが明らかとなった。

図 4.2.7.定着グループ別「親しく交流できる人の有無」の推移



¹³ 各定着グループの計測期間中の n 数は以下の間で変化

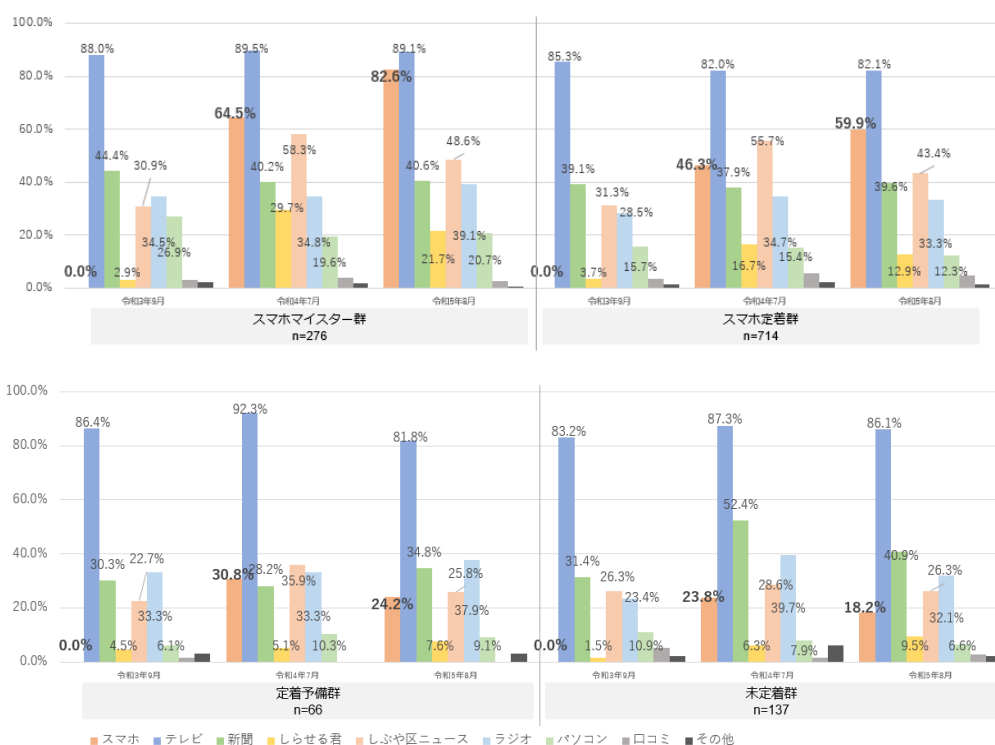
スマホマイスター群：79～174、スマホ定着群：85～334、定着予備群：5～31（令和4年8月以降は5人未満のため未計測）、未定着群：5～44（令和4年8月以降は5人未満のため未計測）

4.2.2 防災に対する意識や情報取得方法の変化

ここでは、防災の観点からスマートフォンの利活用により生じた変化について、個別相談会のアンケートおよびLINE 防災テストの結果を基に調査を行った。

図 4.2.8 は事業開始初期からの有事（災害時）情報収集媒体に関する調査結果であるが、事業開始時の令和3年9月においてはスマートフォンをまだ利用していないため、圧倒的にテレビでの情報収集がメインであった。その後スマートフォンを利用し各定着グループ内でスマートフォンを連絡手段として挙げる人が増加する中、特に「スマホマイスター群」に関しては大きな向上を見せ、最終的には80%以上が有事の際にスマートフォンで情報収集すると回答している。

図 4.2.8.定着グループ別「有事の際の情報収集媒体」の推移



これは高齢者の情報収集媒体として根強いテレビに匹敵する割合であり、情報のリアルタイム性や能動的な情報収集ができるというスマートフォンの利便性に関する概念が十分に浸透した結果と考えられる。

また、令和5年5月に行った「スマホで避難所チェック」（2.4.3節参照）の結果では、LINEで配信されたテスト内容に対し閲覧後に回答を送信した反応率（各定着グループの人数に対して反応した人の割合）は「スマホマイスター群」で36.6%、「スマホ定着群」で18.1%となっており、「定着予備群」と「未定着群」に関してはほぼ反応のない結果となった。「避難所を知っているか」という質問に対する回答の結果は、「スマホマイスター群」、「スマホ定着群」ともに知っているとの回答が60%超えた。

表 4.2.2. LINE 配信「スマホで避難所チェック」の反応率

定着グループ	反応率	【質問】避難所をしているか	
		はい	いいえ
スマホマイスター群	36.6%	74.3%	25.7%
スマホ定着群	18.1%	67.4%	32.6%
定着予備群	1.5%	0.0%	100.0%
未定着群	0.7%	0.0%	100.0%

以上のことから、スマートフォンの利活用によって防災に関する情報を自ら入手できるようになり、安全面の QOL 向上を後押しした一方、スマートフォン利用が定着できていない人に対する有事の際の情報提供については引き続き課題が残る結果となった。

4.3 【津田塾大学研究協力】スマートフォン利用の定着による外出頻度や外出距離の変化¹⁴

本節では、津田塾大学協力のもと、スマートフォン利用の定着が実際の外出頻度や外出距離にどのように影響するかについて分析している。被貸与者の貸与端末の位置（GPS）情報を活用し、被貸与者の移動（具体的な外出の頻度やその距離）を測定している。行動変容に関する事業評価の具体化に資するほか、学術的な意義も大きい。

4.3.1 分析手法

本分析では、令和4年4月と令和5年4月の貸与端末の位置情報を抽出し、比較している。本事業のスマートフォンの貸与が令和3年9月から開始されており、同年末までに、3回の講座が終了している（復習講座は令和4年1月まで実施。）令和4年4月はグループ講座がなく、被貸与者の日常的なスマートフォンの利用状況を観測するための適切な時期と考えた。また、新型コロナウイルス感染症関連の行動制約（緊急事態宣言や、まん延防止等重点措置は行われていない。さらに、行動変化の比較として、翌年同月比である、令和5年4月の情報と比較した。

また、分析に使用した位置情報および利用方法について示す。

まず、表4.3.1に示す通り、位置情報の総取得回数は対象貸与端末1,193台に対し、令和4年4月分が149万回、令和5年4月分が323万回となっている。令和5年4月の測定回数が倍以上となっている背景には、データを取得するサーバー側の精度が上がった効果に加え、個人のスマートフォンの利用機会の拡大による効果も考えられる。グループ別の令和4年4月、令和5年4月の位置情報データ数と人数についても表4.3.1に示す。

表 4.3.1. グループ別の令和4年4月、令和5年4月の位置情報データ数

分類	令和4年4月データ数	令和5年4月データ数	人数
マイスター群	457,475	972,220	276
定着群(上位)	358,161	813,927	240
定着群(中位)	326,135	779,099	260
定着群(下位)	228,451	510,403	214
定着予備群	56,091	88,508	66
未定着群	65,390	68,590	137
合計	1,491,703	3,232,747	1,193

¹⁴本分析は津田塾大学総合政策学部3年の森田佳乃子・中墓有紀・稲毛光莉子が担当した。

監修は鈴木貴久（津田塾大学総合政策学部准教授）が行った。

(1)外出頻度の計測方法

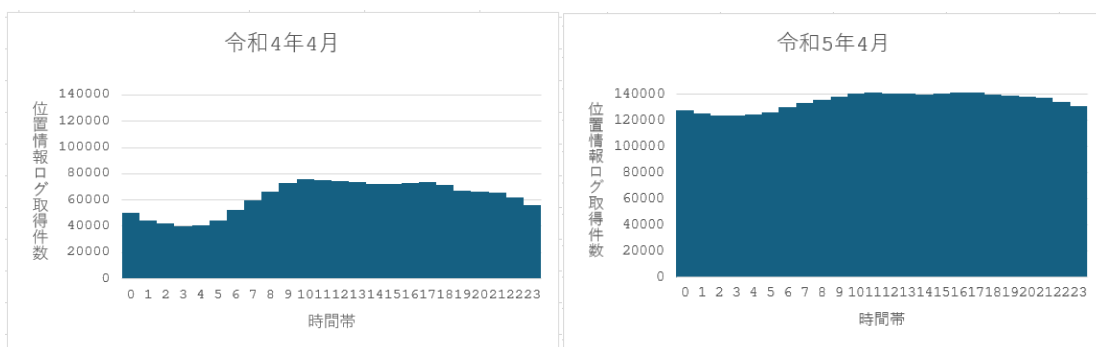
本分析において、緯度経度の情報をそのまま用いることは、自宅の場所や外出先の場所を特定することにつながるため避けている。本分析では、まず、緯度経度の情報を、100mメッシュデータ（100mメッシュデータの位置を示す番号情報）に変換する。

そして、各年の位置情報を元に貸与端末ごとの最頻値メッシュを判定し、その最頻値メッシュの中に自宅があると推定し、自宅の位置とみなす。そして、最頻値メッシュ以外のメッシュデータは外出とみなされる。外出頻度は、測定されたメッシュデータを自宅・外出で分類したのち、個人ごとに外出のメッシュデータの割合を測定し、外出頻度とみなす。（概ね100m以内の移動は「外出」とみなさない。）

この方法を用いれば、一人当たりの観測回数が期間によって異なっているとしても、観測のロジックが対象期間を通じて同等であれば、0～1までの外出頻度として比較可能となる。また、各グループ内には、「自宅では使わない」「外出では使わない」といった利用や携行に関する個人間の習慣の差異が生じる可能性があるがグループ（66人～276人）の特性の差異として観測することで、平均値や中央値においては標準的な傾向を確認できると考えられる。

位置情報ログが取得された時間帯を図4.3.1のとおり、令和4年と令和5年で比較したところ、昼と夜の取得数の差は令和4年が大きく令和5年は少ない。「令和4年はスマートフォンを使わないときは電源を切っている人が多く、令和5年になると夜間にもスマートフォンの電源をつけている人が多い」という原因が考えられる。外出頻度は全数データ中で外出の割合を算出するため、夜間に電源を切っている人が多い令和4年の方が外出頻度が高く出る傾向がある。そのため、外出頻度に関してはログ取得数の変化が少ない10時-15時に限定して分析を行った。

図4.3.1.令和4年4月、令和5年4月の位置情報ログが取得された時間帯の分布



10時から15時に限定したグループ別の令和4年4月、令和5年4月の位置情報データ数を下記に表4.3.2に示す。

表4.3.2.10-15時に限定したグループ別の令和4年4月、令和5年4月の位置情報データ数

分類	令和4年4月データ数	令和5年4月データ数	人数
マイスター群	115,872	210,907	275
定着群(上位)	90,275	177,651	236
定着群(中位)	81,426	167,499	253
定着群(下位)	55,178	111,788	198
定着予備群	13,795	19,135	54
未定着群	15,280	15,435	59
合計	371,826	702,415	1,075

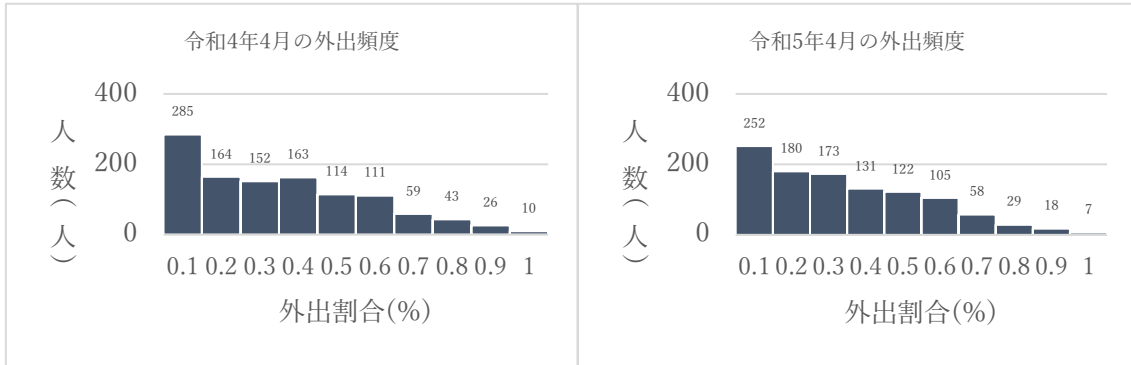
下記に、令和4年4月・令和5年4月それぞれについて、表4.3.3に基本統計量、図4.3.2に1人当たりの外出頻度の分布（ヒストグラム）を示す。両者に共通するのは、どちらも外出割合が10%以下の被貸与者が最も多く、外出割合が高まるほど、人数が減少する傾向にあることである。

平均的な被貸与者（中央値や平均値）を比較することで、グループごとの傾向の比較も可能であると考えられる。令和4年4月と令和5年4月では、外出頻度の分布に大きな変化はないものの、ほとんど外出しない（0～10%）が10%程度低下するなど、極端に外出を控えるような傾向は緩和されつつあることがわかる。

表4.3.3.各年の外出頻度(%)の基本統計量

	令和4年4月	令和5年4月
平均値	30%	30%
中央値	28%	26%
標準偏差	23%	22%
最小値	0%	0%
最大値	100%	100%
第1四分位数	10%	11%
第3四分位数	48%	46%

図 4.3.2.令和 4 年 4 月と令和 5 年 4 月の外出頻度の比較



(2)外出距離の計測方法

本分析における外出距離の計測については、データを並び替え、メッシュデータと次の時点のメッシュデータ（100mメッシュ）の差分から直線距離を測定し、その総合を外出距離とみなす。分析対象は最終報告母数対象者である 1,193 人である。

また、図 4.3.1 の通り、令和 5 年 4 月の位置情報データ数は令和 4 年 4 月より倍増している。さらに、外出距離については一定の分析上の上限を設定した。表 4.3.4 に示す通り、令和 4 年の観測回数の内 0.1%程度、令和 5 年の観測回数の内 0.05%程度において、日常生活の範囲を超える長距離の移動が観測されている。

表 4.3.4.30, 40, 50km 以上のデータ数（前回観測地点との差分で計算）

	令和4年4月	令和4年4月全体比	令和5年4月	令和5年4月全体比
30km以上のデータ数	1,849	0.12%	1,993	0.06%
40km以上のデータ数	1,634	0.11%	1,731	0.05%
50km以上のデータ数	1,494	0.10%	1,545	0.05%

参考として、図 4.3.3 にある通り、渋谷区から 50km を越える移動は日常的な外出の範囲を大きく越える。これらの長距離の移動は、被貸与者の平均外出距離に大きな影響を与える変数であることから一定程度外出距離の上限を設けて、分析を行うことが適切と考えられる。

図 4.3.3.渋谷駅を中心とした半径 30km(赤)、40km(緑)、50km(青)の円



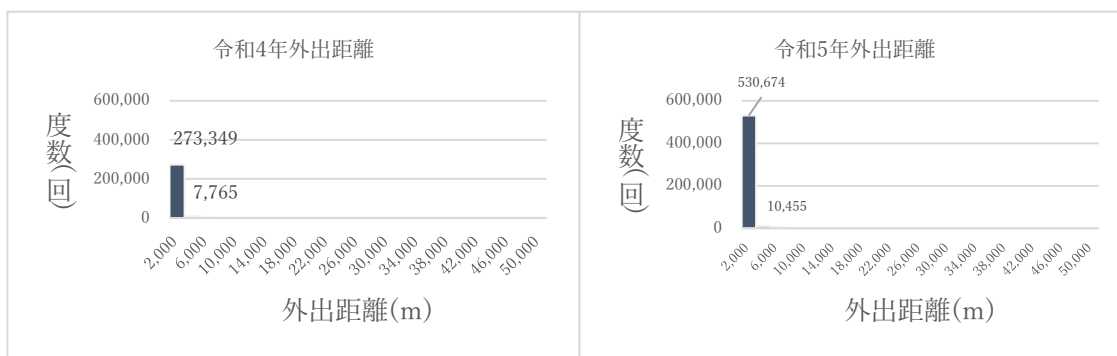
以上を踏まえ、今回は日常生活での外出距離を測るため、0km、50km 以上のデータは外れ値とし、50km 以上のデータは 50km（上限）に変換して算定した。

この長距離の距離制限後の令和 4 年 4 月と令和 5 年 4 月の外出距離の基本統計量は下記表 4.3.5 の通りである。各時点の外出距離のヒストグラムは図 4.3.4 であり、外出距離の分布が概ね同程度に調整されている。

表 4.3.5.各年の外出距離(m)の基本統計量（0,50km 長距離の距離制限調整済）

	令和4年4月	令和5年4月
平均値	700	494
中央値	113	113
標準偏差	2,836	2,270
最小値	92	92
最大値	50,000	50,000
第1四分位数	92	92
第3四分位数	292	146

図 4.3.4.各年の外出距離(m)のヒストグラム (0,50km 距離制限調整済)



4.3.2 分析内容と結果

(1)外出頻度とスマートフォン利用の定着度の関連性

グループごとの1人当たりの1ヶ月の合計外出頻度の年度変化を下記に表 4.3.6 として記載する。%表記とし小数点以下は切り捨てた。グループごとの令和4年4月と令和5年4月のそれぞれの外出頻度も記載している。

全体的に、定着度の高い群においては、外出頻度が平均的に高い。スマートフォン利用の定着度と外出頻度（外出意欲）については、統計的には有意ではないものの一定の関係性があることが伺える。

表 4.3.6.グループごとの1人当たりの1ヶ月間の合計外出頻度の変化

分類	外出頻度変化分	標準偏差	令和4年4月平均外出頻度	標準偏差	令和5年4月平均外出頻度	標準偏差
マイスター群	-3%	15%	37%	22%	34%	20%
定着群(上位)	0%	18%	33%	21%	33%	22%
定着群(中位)	-1%	19%	29%	23%	28%	22%
定着群(下位)	1%	20%	27%	23%	28%	23%
定着予備群	-4%	31%	25%	26%	22%	24%
未定着群	0%	28%	23%	26%	21%	24%

一方で、令和4年4月から令和5年4月の外出頻度変化分（使用経験の蓄積に伴う行動変容）について、2群間の差が見られるかどうかの検証（「差の差」分析）を行った。事業による影響を分析するために令和4年と令和5年で前後比較することは時間による変化をコントロールできないため、「スマホマイスター群」と「未定着群」を対象に同時点での異なるグループ間の比較も行う。すなわち、「時点間の差」と「個体間の差」の両方を組み合わせてより適切な因果推論を行うことを可能にするのが「差の差」分析である。

「差の差」分析の結果から、定着率の高いグループと外出頻度の変化に関連はないという結果となった。自宅にいる時には電源を入れる傾向が令和4年から令和5年で上昇していることから、令和4年は外出頻度が上振れしてしまう特徴があるためであると考えられる。

(2)外出距離とスマートフォン利用の定着度の関係性

一人当たりの外出距離総和のグループごとの平均とその変化を下記に表4.3.7として記載する。小数点以下は切り捨てている。グループごとの令和4年4月と令和5年4月のそれぞれの外出距離の平均も記載している。一人当たりの外出距離総和のグループごとの変化のグラフを図4.3.5に記載する。

全体的に定着度の高い群においては、総合の外出距離が平均的に長い。スマートフォン利用の定着度と外出距離（外出意欲）については、統計的には有意ではないものの一定の関係性があることが伺える。

一方で、令和4年4月から令和5年4月の外出距離変化分（使用経験の蓄積に伴う行動変容）について、各群が「未定着群」と比較して差が見られるかどうかの検証（「差の差」分析）を行った結果を記す。

令和5年に「スマホマイスター群」は「未定着群」と比較して1ヶ月で外出距離が80km増えた。

令和5年に「スマホ定着群（上位）」は「未定着群」と比較して1ヶ月で外出距離が77km増えた。

令和5年に「スマホ定着群（中位）」は「未定着群」と比較して1ヶ月で外出距離が30km増えた。

令和5年に「スマホ定着群（下位）」は「未定着群」と比較して1ヶ月で外出距離が84km増えた。

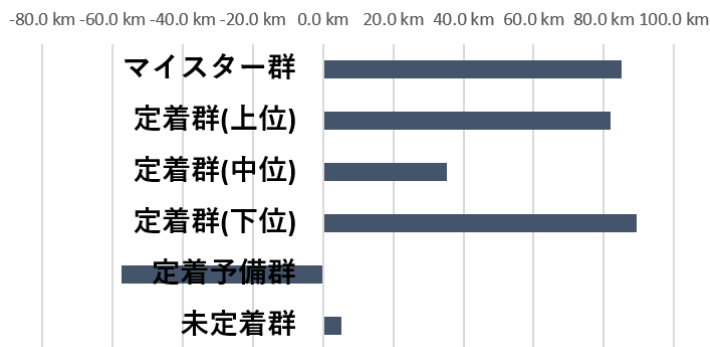
令和5年に「定着予備群」は「未定着群」と比較して1ヶ月で外出距離が63km減った。

「差の差」分析の結果から、「定着予備群」以外の上位グループは「未定着群」と比較して外出距離が伸びていることが読みとれ、定着率の高いグループと外出頻度の変化に関連があるということが出来る。

表 4.3.7.一人当たりの外出距離総和のグループごとの平均とその変化

分類	外出距離変化分	標準偏差	令和4年4月平均外出距離	標準偏差	令和5年4月平均外出距離	標準偏差
マイスター群	85km	343km	267km	339km	353km	404km
定着群(上位)	82km	359km	235km	328km	318km	425km
定着群(中位)	35km	276km	161km	267km	200km	269km
定着群(下位)	89km	300km	101km	153km	188km	331km
定着予備群	-58km	332km	125km	292km	75km	186km
未定着群	5km	135km	58km	160km	63km	153km

図 4.3.5.一人当たりの平均外出距離のグループごとの変化



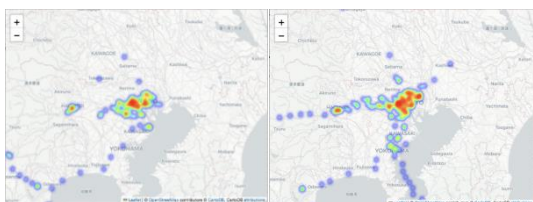
グループ単位で、位置情報ログが取得された位置の散らばりを「ヒートマップ」として図 4.3.6 に表す。位置情報ログの取得ができていない人数はグループごとに 55 人~275 人の差があるため、各カテゴリをランダムに 55 人抽出後、その 55 人の行動範囲をヒートマップで示す。

図 4.3.6.グループごと、一定人数単位の、移動範囲のヒートマップの比較

「未定着群」(対照群)

令和 4 年 4 月マップ

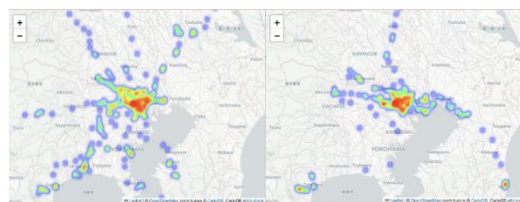
令和 5 年 4 月マップ



「定着予備群」

令和 4 年 4 月マップ

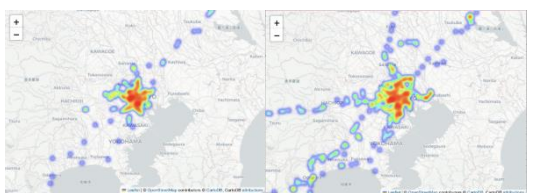
令和 5 年 4 月マップ



「スマホ定着群」(下位)

令和 4 年 4 月マップ

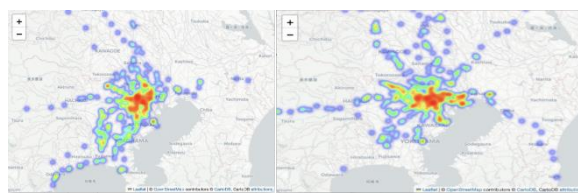
令和 5 年 4 月マップ



「スマホ定着群」(中位)

令和 4 年 4 月マップ

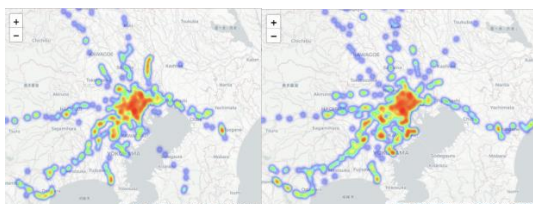
令和 5 年 4 月マップ



「スマホ定着群」(上位)

令和 4 年 4 月マップ

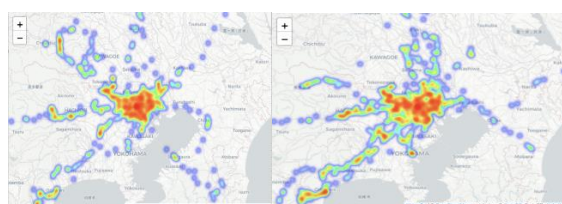
令和 5 年 4 月マップ



「スマホマイスター群」

令和 4 年 4 月マップ

令和 5 年 4 月マップ



4.3.3 考察

分析結果の解釈にあたっては、両期間は感染症対策をふまえ、社会活動の量的な差異があること、電源が入っていない状態の貸与端末は位置情報が取得できないことなど、留意すべき点はあるものの、定着度の高さと、外出頻度の多さ、外出距離の範囲には一定の関係性が推定できる。

外出頻度に関しては、スマートフォン利用の定着度の高さと外出頻度の高さには関連が見られた。令和4年から令和5年にかけての外出頻度の変化分に関しては、定着度の高さとの関連は見られなかったが、その原因としては令和5年に自宅でスマートフォンを使っていない時に電源をつけている人の割合が高くなったからではないかと考える。

外出距離については、ヒートマップの結果から、「スマホマイスター群」や「スマホ定着群」の方が「定着予備群」や「未定着群」より散らばりが大きいと言える。より広範囲への移動があることが読み取れ、外出距離が長いことがわかる。外出距離の令和4年から令和5年の変化分に関しては、スマートフォン利用の定着度が高いグループほど外出距離が伸びている傾向が読みとれ、スマートフォンを使いこなす人は外出距離が伸びたと言える。

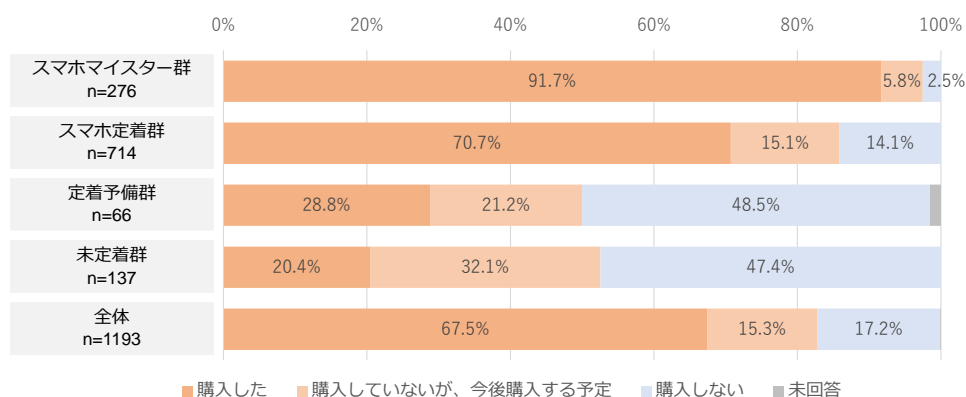
4.4 スマートフォン購入意向（結果）

スマートフォン貸与事業終了時にスマートフォン購入意向（結果）についてのアンケートを収集した。その結果、スマホを「購入した」という人が67.5%、「今後購入予定」と回答した15.3%の人も含めると、全体で約80%の人のスマートフォンの購入につながったことがわかった。

本実証事業をきっかけに、約80%の人がスマートフォンの利便性を感じ、自ら購入して継続利用することにつながったという結果については非常に大きな成果といえる。

定着グループ別にみると、「スマホマイスター群」の97.5%は「購入済み」もしくは「購入予定」と回答している。「スマホ定着群」も85.9%の購入率（購入予定を含む）であり、定着している人は非常に高い割合で継続的にスマートフォンを利用する意向を示している。

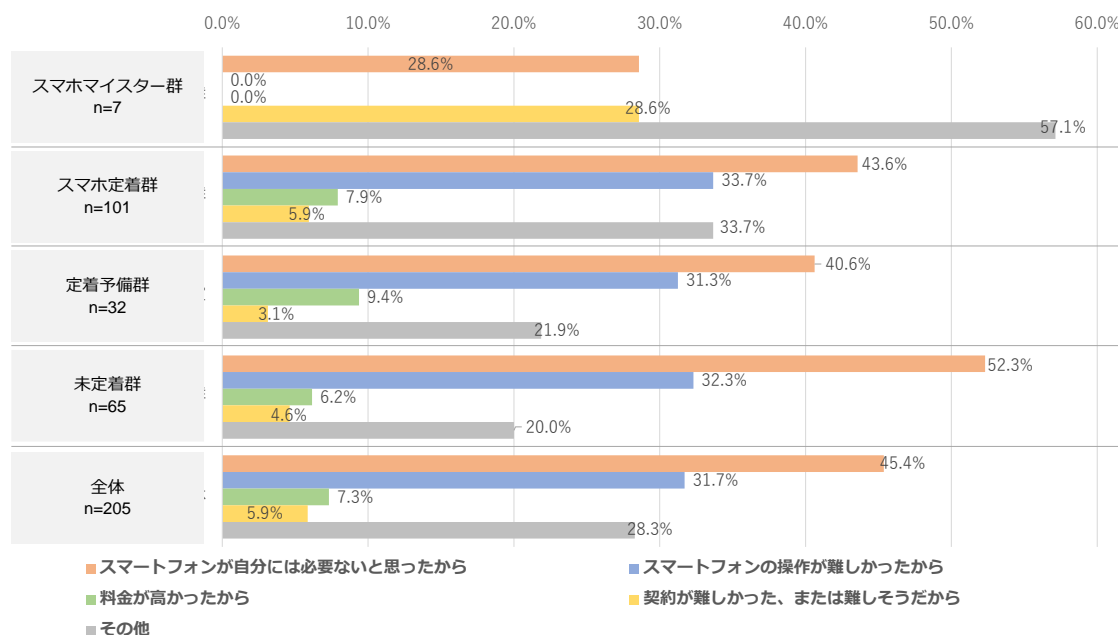
図 4.4.1.定着グループ別スマートフォン購入意向



「定着予備群」、「未定着群」についても、約半数の人が購入意向を示す結果となった。定着の度合いに関わらず、事業への参加を通してスマートフォンの利用について前向きかつ肯定的な印象を持つ人が多かった点はとても重要だ。このような人達が日常的にスマートフォンを利活用できるよう今後も働きかけやフォローを継続することが必要である。

一方で、参加者全体の約20%にあたるスマートフォンを購入しなかった人の理由を見てみると、最も多いのは「スマートフォンが自分には必要ないと思ったから」であった。「その他」という回答（58人）の中でも、「ガラケーやPC、タブレットで十分」という回答が最も多く（22人）、2年間貸与され使ってはみたものの、スマートフォンがなくても生活に支障がないと感じた人が一定数いる結果となった。また、いずれのグループにおいても、「契約が難しかった、または難しそうだから」「料金が高かったから」という理由の割合は低かった。

図 4.4.2.定着グループ別「スマートフォンを購入しない理由」



以上の結果から、デジタルデバイドの解消には、経済的な補助よりもデジタル機器を使うメリットをいかに具体的に実感してもらうかが大きなポイントであることがわかった。

4.5 行動変容に関するまとめ

4章では、3章で分類し特徴を示したそれぞれの定着グループに関して、事業開始当初または前半からどのような変化を起きたかを分析した。

「スマホマイスター群」および「スマホ定着群」については、講座で扱った基本的なアプリの利定着が見られ、すでに生活の中でスマートフォンが必要なツールであることが見て取れる。QOLの観点から見ても、スマートフォン利用の定着に伴い外出機会、歩数、歩行速度、脳トレレベル、外出距離が向上し、健康増進に対する良い影響があることが明らかとなった。防災の観点でも、有事の情報収集媒体としての存在感が高まっており、災害時における安全性を高めるものとしてスマートフォンが活用されている。

「定着予備群」および「未定着群」については、基本的なアプリの利用率が減少、スマートフォンの購入意向はそれぞれ半数程度が購入予定であり、本事業終了後に定着に向かう可能性があるが、そのためには本事業内で実施した施策をアップデートし、参加を促す仕組みづくりが必要である。現状は健康面などのQOLに大きな変化は見られなかったが、今後の定着度の向上と定着による健康度の向上に期待したい。

表 4.5.1.定着グループ別行動変容に関する特徴と今後の方針

定着グループ	初期からの変化に関する主な特徴	課題、今後の方針
スマホマイスター群	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 講座で扱った基本的なアプリの利用率は低下せず維持されている ✓ スマートフォンが定着したことで生活に良い影響があったと感じている。 ✓ 事業開始当初から外出頻度、外出距離、歩数や歩行速度、脳トレレベルが向上し健康面に良い影響を及ぼしている ✓ スマートフォンが有事の際の情報収集端末としてテレビと同程度重要なツールとなっている ✓ 定着した結果、ほぼ全員がスマホの購入意向がある 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 今後も継続して利用していくと考えられるが、操作方法忘れの課題を抱えているため、適宜復習の機会を設ける。
スマホ定着群	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 講座で扱った基本的なアプリの利用率は低下せず維持されている ✓ LINEの送受信ができる割合は6割未満となり向上の余地がある ✓ スマートフォンが定着したことで生活に良い影響があったと感じている。 ✓ 事業開始当初から外出頻度、外出距離、歩数や歩行速度、脳トレレベルが向上し健康面に良い影響を及ぼしている ✓ 8割以上の高いスマホ購入意向を示している 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 区のサービス向上に有益な機能等はまだまだ定着度は低いいため、さらなる向上のための講習や相談を展開する。
定着予備軍	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 基本的な操作やアプリの利用率が大きく減少している ✓ 外出機会や歩数・歩行速度等の健康面に関する変化が見られない 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 個々の高齢者がスマホやアプリによって自身の生活の質が向上する具体的なイメージを持ってもらう。
未定着群	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 有事の情報収集媒体は今もテレビが中心となっている ✓ 約半数がスマホに必要性を感じておらずスマホ購入意向はないが、残り半数程度はスマホ購入意向がある 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 一度に多くのアプリを習熟するのではなく、自身に必要なものから学べるような環境や施策を用意する。

第5章 総括と今後に向けて

5.1 総括

3、4章の分析結果を踏まえ、ここでは、今回の貸与事業が、当初の目的であるデジタルデバイドの解消および、高齢者の健康維持増進や安心安全性の確保、さらにはQOLの向上を達成しているかどうかについて考察を行う。

5.1.1 分析内容全体のまとめ

(1) デジタルデバイス解消について【3.1節参照】 【3.2節参照】

3.1、3.2節のA~Hの解消タイプ分類において、A~Gに分類される人は使用する機能やアプリなど使用方法に違いはあるものの、自身の特性や生活スタイルに合った形で、日常生活の中でスマートフォンを使用できていることが分かった。令和5年8月時点で、A~Gに分類される人は86.2%であり、大半の人が自身に合った形でスマートフォンを活用しており、デジタルデバイス解消につながったといえる。

また、各施策の効果として、被貸与者向け講座とコールセンターがデジタルデバイドの解消の後押しとなり、復習講座や集中講座、スマホサロンも基本操作の習得やデジタルコミュニケーションの維持に寄与していることが分かった。

(2) スマートフォン利用の定着度の違いによる特性【3.3節参照】 【3.4節参照】

3.3、3.4節では、スマートフォンの生活への定着度を測るために4回の判定回でのA~Hの解消タイプ判定結果の推移により4つの定着グループを設定した。スマートフォン利用の定着度が高いと考えられる定着グループに含まれる人ほど、周囲の人と積極的にコミュニケーションをとり、施策の利用状況においても講座の出席率が高く、コールセンターも積極的に利用されていた。

(3) スマートフォン活用による効果【4.2節参照】 【4.3節参照】

4.2節の通り、スマートフォン利用の定着度が高い人ほど、スマートフォン利用により生活に良い影響があったと感じている人が多く、実際に有事の際やその他の日常生活の中でも、主な情報収集源や連絡手段となっている。健康維持増進の観点でも、貸与期間全体でスマートフォン利用の定着が進んでいる人ほど、歩行速度が速くなり、脳トレのレベルが上昇するなど、健康維持向上に寄与していると推測する。

また、QOLについても、スマートフォン利用の定着度が高い人ほど、QOLの指標となる領域について満足度が高い傾向があった。

さらに、4.3 節の津田塾大学の外出頻度や外出距離の分析から、スマートフォン利用の定着度と外出頻度や外出距離は統計的に有意ではないものの一定の関係性があり、スマートフォン利用の定着が高い人ほど、外出距離が広がっていることがわかる。

(4) 今後のスマートフォンの利用意向について【4.4 節参照】

令和 5 年 8 月の貸与端末返却時点で、約 80%の人がアンケートに「スマートフォンを購入済みである、もしくは購入予定」と回答した。今回のスマートフォン貸与事業をきっかけに、未知のデジタル機器に対する不安の解消や、スマートフォンが生活にもたらず利便性の体得につながり、約 80%の人のスマートフォンデビューを後押しすることができた。

(5) 中間報告（令和 4 年 10 月時点）からの変化について

「スマートフォンを利用することで生活に良い影響があったか」という質問に対して、「かなり影響した」もしくは「ある程度影響した」と回答する人の割合は約 80%と同様の結果となった。「有事の際にどの端末から情報収集をするか」という問いに対しては、「スマートフォン」と回答する人の割合が 47.4%から 58.4%に上昇した。令和 5 年に実施した LINE を使った「デジタル防災訓練」や「スマホで避難所チェック」や、個別相談時の講師のフォローアップを通して、有事の際の活用方法を習得された人が増えたためと考えられる。

5.1.2 見えてきた課題

今回の貸与事業を踏まえ、今後の高齢者のスマートフォン活用における課題点について考察する。

(1) 高齢者のスマートフォン活用における課題について【4.2 節参照】

4.2.1 節で触れたように、スマートフォン利用が定着している人は、スマートフォンを使用している中で、ウィルスや詐欺などのリスクを感じることを懸念点としてあげている。一方で、スマートフォン利用がやや定着している層においては、画面操作の難しさを主な課題としてあげる傾向にあった。

そこで、令和 5 年 8 月以降に実施した最後の個別相談会では「タッチペン」を実証事業の参加記念品として配布した。スマートフォンを指で操作すると反応しづらい場合もあるため、「タッチペン」を使うことで思い通りの操作ができると好評だった。このように、道具を介在することでデジタル機器に対するハードルが下がる可能性を見出すことができた。

また、スマートフォンデビューを果たした人にとって、ウィルスや詐欺対策、パスワード管理、デジタル終活など、リテラシー向上に関する支援などがより一層重要になる。講座やスマホサロンなどを通じて、高齢者が引き続き安心してスマートフォンを活用するためのサポート体制を充実させることが肝要だ。

(2)スマートフォン利用の定着が見られなかった人に対して【3.1節参照】【4.4節参照】

解消タイプ判定で「H：のびしろ型」に判定された人は、スマートフォン利用が定着していない状態であるが、アンケート結果を分析していくと、現状の生活に満足しており、スマートフォンを試した結果、自身のライフスタイルに合わず、必要性を感じなかった人も一定数いた。こうした人達に対しては、スマートフォンの利用を推進することが適切であるとはいえず、有事の際や日常における情報伝達手段において、デジタルではない手法を充実し継続させていくことが重要であると考えられる。

一方、前述4.4節のとおり、定着度評価で「未定着群」に分類された人の中でも、スマートフォンを「購入済み」または「購入予定」である人は約半数いるため、意欲がありながら定着に繋がらない人に対しては、定着度を向上させる取組が課題である。前述3.3節のスマートフォンの定着度評価における分析からは、定着度を左右する要因として、「グループ活動への参加」、「親しく交流できる人の有無」、「講座の参加回数」が挙げられているため、講座等のサポートを提供するだけでなく、日常的にスマートフォンに関する悩みを相談し共有できる環境を整えることや、他者とのコミュニケーションやグループの交流を促すアプローチが重要となる。

(3) 行政 DX 推進における留意点【4.1節参照】

4.1.1節「利用機能・アプリの傾向」で記載の通り、QRコードの操作ができる人は40%にとどまっていることから、スマートフォンを使ったオンライン申請などでQRコードの読み取りの操作が含まれるものは、現時点では難易度が高い手法の一つといえる。

一方でカメラ(表4.1.1)やLINE(表4.1.2)については、活用できる人が多く、オンライン申請などでも取り入れやすい手法といえる。

また、「希望する区からの連絡方法」について、表5.1.1の通り令和3年9月の貸与前、令和4年の中間報告時と比較すると、「LINE」の希望が中間報告時に大幅に増加し、貸与端末返却時までおおよそ維持している。被貸与者全体では、「郵送」と回答する人が最も多く60%、「LINE」と回答する人が38.6%となった。

定着グループ別で見ると(表5.1.2)、「スマホマイスター群」においては「LINE」を希望する人の割合が約70%と大半を占めたが、その他のグループにおいては「郵送」の選択肢が大部分を占める形となった。

以上より、LINEを通じた案内や手続きなどもスマートフォン利用の定着が広がるにつれて受け入れられていく可能性は十分にあることがわかった。まずはLINEやカメラの楽しみ方(使い方)を導入として、QRコードの使い方等を繰り返し確認できる機会を提供することが行政DX推進に欠かせないサポートといえる。

表 5.1.1. 「希望する区からの連絡方法」(貸与前と中間報告との比較)

集計時期	LINE	郵送
貸与前(n=1526)	10.7%	80.6%
令和4年7月中間報告時(n=1030)	46.3%	63.5%
令和5年8月返却時(n=1193)	38.6%	64.1%

表 5.1.2. 2023 年 8 月アンケートより「希望する区からの連絡方法」

定着グループ	LINE	E-mail	郵送	その他
スマホマイスター群(n=276)	70.3%	12.7%	37.7%	1.1%
スマホ定着群(n=714)	34.7%	12.3%	67.4%	2.8%
定着予備群(n=66)	15.2%	3.0%	83.3%	3.0%
未定着群(n=137)	5.8%	5.8%	91.2%	5.1%
貸与者全体(n=1193)	38.6%	11.1%	64.1%	2.7%

5.2 今後に向けて

5.2 節では、本実証事業の成果を踏まえた今後のデジタルデバйд解消施策の方向性について記載する。

5.2.1 スマホサロンの拡充【2.3.4 節参照】【3.2.5 節参照】

スマホサロン導入の経緯は前述(2.3.4 節)の通り、気軽にいつでも相談でき、高齢者同士の交流できる場所として本実証事業の実施過程でアジャイル的に設置・運営してきた。

3.2.5 節記載の分析結果の通り、スマホサロンへの参加がスマートフォンの活用や習慣化につながり、デジタルデバйд解消への後押しとなっていることもわかった。

貸与端末返却時の令和5年8月のアンケート(表 5.2.1)から、「迷惑メールなどのトラブルが怖い」、「有料サービスでお金を使いすぎてしまうのが怖い」などとスマートフォン利用に対し不安を感じている人、「操作方法を忘れてしまう」「周囲に相談できる人がいない」という人も一定数いることから、気軽にスマートフォンの相談ができる場が今後も必要といえる。

実際に、令和4年11月に一般の高齢者を対象にした調査結果では、「スマートフォンについて最も利用したいサポートは何か」という問いに対して、「予約不要で立ち寄れる地域の相談場所／スマホサロン」と回答する人が最も多かった。

また、3.2.5 節の表 3.2.9 の通り、スマホサロン参加者に対するアンケート結果によると、スマホサロンの良かった点として「予約不要で参加できた」との回答が約 90%であった。自身の体調や習熟度によらず、不安になった時に気軽に利用できるという点に魅力を感じている人は非常に多い。さらに表 5.2.2 の参加者の声からも、スマートフォンを日常的に使い続けるモチベーションの一つとして機能するだけでなく、スマートフォンを活用したコミュニケーションのきっかけの場になるなど、新たな地域交流(世代間交流)の拠点となっていることがわかる。また、現時点ではスマートフォンの必要性を感じていないが今後スマートフォンの購入を検討している人も気軽に相談できる場所として引き続き重要な施策の一つとなり得る。

今後は高齢者のみをターゲットとせず、幅広い世代に向けたデジタル活用支援や学びと交流の拠点として、さらなる拡充を検討していく。

表 5.2.1.令和 5 年 8 月アンケートより「スマートフォンについて扱いづらいつと感じる点」
(n=1193)

回答	%
迷惑メール、詐欺やウイルスなどのトラブルが怖い	33.9%
有料サービスやキャッシュレス決済で、ついお金を使いすぎてしまうのが怖い	9.2%
操作方法を忘れてしまう	47.1%
周囲に分からないことを相談できる人がいない、又は相談しにくい	27.2%

表 5.2.2.スマホサロン参加者の声

予約制だと聞きたいことを忘れてしまうのでわからないことを聞きたい時に、予約しないで来られるので便利です。
スマホに変な通知が来て怖かったのですが、みなさんとお話しして心配ないとわかりホッとしました。
スマホサロンでご近所の方とはじめて LINE 交換してお友達になりました。待ち合わせて毎週一緒に通っています。
すぐ忘れてしまうので、毎週同じことを聞きに通っています。何度も同じことを聞いても大丈夫な場所があると安心できます。
デジタル活用支援員さんや他の参加者の方と話しているうちにそんな使い方もあるのかと毎回発見があります。
自宅に閉じこもりがちでしたが、サロンのおかげで、毎週外出するきっかけになりました。スマホがわかり始めて楽しみになりました。
携帯電話をまったく持っていない状態で来ました。初めてスマホを買う際のアドバイスをしてもらいました。

図 5.2.1.スマホサロン開催概要

スマホサロン

<p>【新橋出張所】 毎週月曜日 13:10～16:30</p> 	<p>【リフレッシュ氷川】 毎週火曜日 13:10～16:30</p> 	<p>【千駄ヶ谷社会教育館】 毎週木曜日 13:10～16:30</p> 
---	--	--

概ね60歳以上の区民が対象

- **予約不要** 区内3会場
- 地域で参加者同士おしゃべりをしながら、スマートフォンに慣れ親しむ場所
- **デジタル活用支援員** が常駐

アドバイザー
(ディレクター講師)



デジタル活用支援員
(複数)



図 5.2.2.スマホサロンの様子



5.2.2 地域コミュニティへの支援【2.4.9 節参照】

地域コミュニティにおけるスマートフォンの活用実証については 2.4.9 節の通りである。表 5.2.3 の通り、令和 4 年 3 月と 12 月のアンケートを比較すると、シニアクラブに関する連絡で、スマートフォンを活用する人の割合が 50.0%から 86.7%に、中でも LINE を活用する割合も 31.3%から 73.3%と大幅に増加した。また、シニアクラブの活動の中で写真を撮影し共有しながら活動を楽しむ人も増えている。

令和 4 年 12 月のシニアクラブにグループ LINE により生じた変化(表 5.2.4)について、66.7%の人が「スマートフォンを定期的にみるようになった」と回答し、26.7%の人が「他の会員とスマートフォンで連絡を取ることが増えた」と回答した。図 5.2.3 のように、実際のグループ LINE のキャプチャからもわかるように、必要な連絡事項以外にも、日々の生活の中で見た景色の共有など、日常会話も頻繁に交わされている。また、スマートフォン勉強会以外にも、スマートフォンの使い方の教え合いが「頻繁にあった」もしくは「たまにあった」との回答が 90%となった。

地域コミュニティを対象にスマートフォンの活用を支援することで、コミュニティ内でのLINE活用（コミュニケーション）を促進することができ、さらにお互いに使い方を教え合いながら、スマートフォンを使うことが習慣化するという結果につながった。

本事業での検証から、地域コミュニティグループに対するスマートフォンの活用支援は、スマートフォンの習慣化や会員間の交流の活性化につながるなど、個人への支援よりも地域全体に及ぼす効果が大きいことがわかった。今後も、デジタル活用支援員を派遣した出張スマホ講座や、町会DX事業の推進など、地域コミュニティに対する支援を拡充していくことで、区内全域のデジタルデバイド解消につなげていきたい。

表 5.2.3. 「シニアクラブに関する連絡でスマートフォンを使っているか」

回答	2023年3月22日 (n=16)	2023年12月6日 (n=15)
はい	50.0%	86.7%
いいえ	50.0%	13.3%
未回答	0.0%	0.0%

表 5.2.4. 「シニアクラブのグループLINEによって生じた変化はありますか」

回答	%
スマホを定期的に見る習慣ができた	50.0%
スマホで他の会員と連絡をとる機会が増えた	28.6%
スマホを見るのが楽しくなった	14.3%
グループLINEに参加していない	7.1%

図 5.2.3. シニアクラブ内グループLINE



図 5.2.4. デジタル活用支援員の地域コミュニティ（シニアクラブ、町会など）対象の出張スマホ講座チラシ



5.2.3 未定着者（非デジタル層）への支援

前述（5.1.2 節(2)）の通り、スマートフォン利用が未定着であり、スマートフォンの必要性を感じずに購入しなかった人や、そもそもスマートフォン等のデジタル機器を今後も保有するつもりがないという人などの非デジタル層にとっては、有事の際の情報伝達手段が課題となっている。

令和5年8月の各種アンケート結果（2.5.1 節参照）をもとに、有事の際の連絡手段についてクロス分析を行ったところ(表 5.2.5)、スマートフォンを「購入した」人の84.3%が、有事の際の連絡手段として「スマートフォン」を使用すると回答しており、大半を占める結果となった。一方で、「購入予定」もしくは「購入しない」と回答した人は、「携帯電話/PHS」と「固定電話」の割合が高い結果となった。

表 5.2.5. 令和5年8月アンケートより
「スマートフォン購入意向」 × 「有事の際の連絡手段」クロス分析

購入有無	有事の際の連絡手段					
	スマートフォン	携帯電話/PHS	パソコン	固定電話	タブレット端末	その他
購入しない(n=205)	10.7%	43.9%	3.4%	57.6%	3.4%	8.3%
購入していないが、今後購入する予定(n=182)	25.3%	44.5%	9.3%	63.2%	2.7%	3.8%
購入した(n=805)	84.3%	14.7%	12.3%	52.3%	3.1%	1.2%

この結果が示す通り、本実証事業の未定着者を含め、スマートフォンを持たない人に対しては、災害時の区からの情報伝達手段として別のアプローチが必要であり、防災無線など従来の方法と組み合わせて、携帯電話や固定電話を通じて防災情報を提供する「しらせる君」（2.4.2節参照）が有効なツールとしてさらに広まるように推進していくことが求められる。

また、スマートフォンに馴染まない人は依然として一定数存在するため（5.1.2(2)参照）、行政情報の伝達手段としては、広報誌や紙媒体での周知など従来の方法を継続していくことが必要である。

本実証事業により、コミュニケーションやグループの交流がスマートフォンの定着に重要であることがわかった反面、このことは、未定着者（非デジタル層）の中には周囲との交流が少なく情報へのアクセスに対しても消極的な人々がいることを示唆しており、このような人々に対して必要な支援やサービスが行き届かない可能性が懸念される。高齢者人口が年々増加し、独居高齢者が増えていく中、こうした心配な高齢者を地域や行政の支援から取りこぼすことがないよう「見守り」は重要なテーマである。実際に、表 5.2.6 のとおり、「IoT を活用した見守りサービスを使ってみたい」と回答した人が、スマートフォンの購入如何に関わらず一定数いることもわかった。

今後、区では IoT を活用した見守りサービスの導入のほか、地域の見守りネットワークの強化や配食事業等の既存事業の拡充により高齢者の見守り施策の充実を図っていく。

表 5.2.6. 令和 5 年 8 月アンケートより

「スマートフォン購入意向」 × 「IoT を活用した見守りサービス利用意向」クロス分析

購入有無	見守りサービス利用意向		
	使ってみたい	必要ない	未回答
購入しない(n=205)	20.5%	79.5%	0.0%
購入していないが、今後購入する予定(n=182)	32.4%	67.6%	0.0%
購入した(n=805)	30.3%	69.7%	0.0%
貸与者全体(n=1193)	28.9%	71.0%	0.1%

5.2.4 高齢者健康アプリ活用事業【4.2 節参照】

4.2.1 節のとおり、スマートフォン利用の定着や健康アプリの活用がフレイル予防に良い影響を与えていることがわかった。実際に被貸与者のデータを見ても、貸与端末返却時である令和 5 年 8 月時点で、「脳にいいアプリ」は被貸与者全体で起動者率 76.4%、月平均の起動回数も 25.35 回、「ハチペイ」は被貸与者全体で起動者率が 23.5%、月平均の起動回数は 10.13 回となっており、いずれのアプリも一定の利用層が存在することがわかる。

そこで、本実証事業での成果をふまえ、貸与端末限定でポイント付与機能を搭載していた「脳にいいアプリ」を、令和 6 年 1 月から一般高齢者（渋谷区在住）のアプリユーザーにも拡大し、新たに健康ポイント「渋谷区ハチさんポイント」が貯まる制度「ハチさんポ」を開始する。さらに、散歩や脳トレ実施、イベントへの参加などの健康活動によって貯まったポイント

を、渋谷区のデジタル地域通貨「ハチペイ」に交換できる機能を追加することで、高齢者の健康増進が地域経済の活性化にもつながる仕組みを目指す。

実装スケジュールとしては、令和6年1月に「脳にいいアプリ」でポイントがたまる仕組みが完成し、令和6年3~4月頃に、「脳にいいアプリ」でためたポイントを「ハチペイ」に連携する仕組みが完成する予定だ。

図 5.2.5.ハチさんポ イメージ(1)



図 5.2.6.ハチさんポ イメージ(2)

高齢者健康アプリ活用事業「ハチさんポ」

