事後評価報告書

1.　基本情報

（１） 実行団体名：特定非営利活動法人 唐津環境防災推進機構 KANNE
（２） 実行団体事業名：多様なコミュニティ形成による地域の居場所と活躍の場の創出
（３） 資金分配団体名：公益財団法人佐賀未来創造基金
（４） 資金分配団体事業名：人口減少と社会包摂型コレクティブインパクト事業
（５） 事業の種類：草の根活動支援事業
（６） 実施期間：2020 年 4 月 1 日～2023 年 3 月 31 日
（７） 事業対象地域：佐賀県唐津市

2.　事業概要

①事業によって解決を目指す社会課題と想定される直接対象グループ

・事業によって解決を目指す社会課題

3）地域社会における活力の低下その他の社会的に困難な状況に直面している地域の支援に係る活動

⑦安心・安全に暮らせるコミュニティづくりへの支援

・直接対象グループ

・周辺住民（浜玉町／浜、東、西、砂子、横田　7,707 名、鏡・松南町　9,101 名）
・虹の松原をキーワードとしたコミュニティ参加者　1,500 名

②事業の概要（中長期アウトカム・短期アウトカム・活動）

・中長期アウトカム

唐津市民及び唐津市にゆかりや関心のある都市部などの住民が虹の松原に関する活動にかかわることで（１）地域課題の解決の担い手として、生きがいを感じたり、また居場所を感じることができる、（２）主体的に地域活動に参加する担い手が増加することで、地域コミュニティが継続的に活性化する土壌をつくる。

・短期アウトカム

A)ユーチューブ、地元メディア、SNS 等の多様な情報発信により、虹の松原の保全活動を【知る】地域住民（主に唐津市）が増える。

B)虹の松原の保全活動に【参加する】地域住民（主に唐津市）が増える。

C)九州圏内、首都圏、関西地区など佐賀県以外の地域において、県外在住の佐賀出身者を中心に現在関わりがない人々の新たなコミュニティの土壌が生まれている。

D)寄付等、直接的なボランティア以外の方法により参加（支援）をする人が増えている。

E)寄付等、直接的なボランティア以外の方法により参加（支援）をした人たちが、虹の松原への貢献の実感を持っている。

G)松原へ何かしたいと思っている人との交流が増えることで郷土愛を起こしたり、コミュニティへの帰属意識が向上する。

・支援活動（アクティビティ）

1．情報発信

1-0 情報を整理し、効果的に情報を発信するために、戦略を考える。

1-1 ユーチューブなどを活用し、写真では伝わらない雰囲気・空気感を動画により情報を発信していく。

1-2 地元メディアによる情報発信（3 年：12 回）地域に根差したコミュニティ FM の FM からつに協力を依頼し、情報発信を行う。

1-3 SNS による情報発信（週 1 回）ホームページやフェイスブック、ツイッターなどそれぞれのターゲットにとってアクセスしやすい情報発信を行う。

1-4 リーフレット作成（2 種類）年配の方むけには、リーフレット（紙媒体）を作成し、情報発信を行う。

1-5 地元商業施設等での普及啓発展示を行い日常生活の中で松原について考える機会をつくる。（3 年：3 回）

2．寄付等の新たな参加の仕方の創出

2-1 地元の子どもたちに募金箱制作協力を依頼し、各企業、事業所を訪問して募金箱設置をお願いする。

2-2 各企業、事業所を訪問して募金箱設置の企画を提案する。年に 1 回程度訪問し、寄付を回収するときにヒアリング調査を行う。

2-3 捨てるよりもみんなが笑顔になれる物品寄付を各企業、事業所を訪問して企画を提案する。定期的に回収に行き、あわせてヒアリング調査を行う。

2-4 キャッシュレスサービスの入口設計と、運用開始に取り組む。

2-5 これまで関係してきた障がい者就労支援事業所と相談して寄付付き商品の商品開発を行う。

2-6 佐賀未来創造基金を活用し基金の設立を目指す。

3．ステークホルダーの交流の場の創出

3-1 WEB 上に虹の松原ミュージアムを開設する。

3-2 虹の松原アンバサダーを発掘しメンバーの多様性など充実を図り SNS を通した新たなコミュニティを創出することで虹の松原と遠隔にいる潜在層をつなぐ役割をしていただく。
3-3 寄付者が価値観などを共有するためのオンラインコミュニティをつくる。

③出口戦略

・設立した基金を原資にする。また、この助成金によって事業遂行に必要な物品購入や事業実施のマニュアルができたのでそれらを活用し事業を継続する。

3. 事後評価実施概要

（1） 実施概要
５－１　アウトカムの計画と実績のところに合わせて記載

（2） 実施体制（内部/外部、評価担当役割、氏名、団体・役職）

内部／外部	評価担当分野	氏名	団体・役職
内部		藤田和歌子	理事長
内部		小宮隆寛	副理事長
内部		藤原雄	理事
内部		木村剛	理事
内部		中江章	監事

※（2）実施体制に記載した氏名・団体・役職についても公表される情報となりますのでご留意ください。

4. 事業の実績

4 - 1 インプット（主要なものを記載）
（1） 人材（主に活動していたメンバー）
NPO 法人 KANNE（西脇俊彦、藤田和歌子、今村さとみ）

（２） 資機材（主要なもの）：サーマルカメラ、ノートパソコン、モニター画面
（３） 経費実績　総事業費（円）
① 契約当初の計画金額：15,700,928 円
② 実際に投入した金額：648,352 円
（４） 自己資金（円）
① 契約当初の計画金額：648,352 円
② 実際に投入した自己資金の金額と種類：648,352 円、事業費
③ 資金調達で工夫した点：日本政策金融公庫からの借り入れなども検討したが、手元に事業に活用できる自己資金があったので、自己資金を活用することを理事会で承認してもらった。

４-２アウトプットの実績

アウトプット	1．情報発信
指標	ユーチューブを活用した動画発信数
初期値	0
目標値	3 年間 12 回
目標達成時期	2022 年 12 月
実績値	14 回

アウトプット	1．情報発信
指標	地元メディア（FM からつ）番組配信数
初期値	0
目標値	3 年間 12 回
目標達成時期	2022 年 12 月
実績値	ミニ番組 13 回分制作、のべ 130 回放送 ●放送期間：2022 年 10 月～2023 年 3 月（26 週） 平日（月～金）の 18 時 55 分～19 時 00 分

活動写真	

アウトプット	1．情報発信
指標	Facebook、ホームページ更新頻度
初期値	不定期
目標値	週 1 回
目標達成時期	2021 年 12 月
実績値	平日 1 回程度

アウトプット	1．情報発信
指標	リーフレットの作成
初期値	0
目標値	2 種類
目標達成時期	2022 年 11 月
実績値	3 種類 ・当会の活動内容を周知し寄付へつなげるためのリーフレット ・虹の松原再生・保全活動である「Keep Pine Project~虹の松原クリーン大作戦~」の周知のリーフレット ・SNS の PR を行うためのポストカードと看板

活動写真	

アウトプット	1．情報発信
指標	地元商業施設等での普及啓発展示回数
初期値	0
目標値	3 回
目標達成時期	2022 年 12 月
実績値	3 回 ●『「見る」「知る」「感じる」虹の松原作品展』 ・唐津市役所 1 階ロビー（2021 年 2 月 3～12 日） ・地元スーパー「まいづる 999」（2021 年 2 月 15～26 日） ●わくわく 虹のまつばランド ・イオン唐津店（2022 年 12 月 24、25 日）
活動写真	 まいづる 999 での展示の様子

アウトプット	2．寄付等の新たな参加の仕方の創出

指標	地元の子どもたちの手作り募金箱の設置数
初期値	0 個
目標値	10 個
目標達成時期	2023 年 3 月
実績値	10 個 ●NPO 法人博心館に通う子どもたちに虹の松原での思い出の絵を描いていただき、その絵を編集して募金箱のデザインにした。(3 種類)
活動写真	

アウトプット	２．寄付等の新たな参加の仕方の創出
指標	既成の募金箱設置数
初期値	0 個
目標値	30 個
目標達成時期	2021 年 1 月
実績値	40 個

アウトプット	２．寄付等の新たな参加の仕方の創出
指標	物品による（書き損じはがき、古本）寄付の企画・提案数
初期値	0 件
目標値	1 件
目標達成時期	2020 年 10 月
実績値	1 件：書き損じ・未使用ハガキや切手の回収（設置個数：11 個）
活動写真	 左：書き損じハガキ回収 BOX、右：募金箱

アウトプット	２．寄付等の新たな参加の仕方の創出
指標	キャッシュレス寄付への対応件数
初期値	0
目標値	1 件

目標達成時期	2020 年 5 月
実績値	1 件：決済会社「PayPay」を活用したキャッシュレス寄付対応

アウトプット	２．寄付等の新たな参加の仕方の創出
指標	障がい者就労支援事業所による寄付付き商品の開発件数
初期値	0
目標値	1 件
目標達成時期	2023 年 3 月
実績値	1 件検討中 寄付者に代わって、虹の松原の再生・保全活動を行ってもらう商品を就労継続支援 A 型の事業所と検討中。そのような仕事をいくらだと請け負ってもらえるのか、年間の発注限度などまたこれがふるさと納税の返礼品として取り扱えないか模索中。

アウトプット	２．寄付等の新たな参加の仕方の創出
指標	基金の設立の実施有無
初期値	0
目標値	1 件
目標達成時期	2020 年 10 月
実績値	1 件。佐賀未来創造基金と協働で「虹の松原応援基金」を設立。すでに、5 件 860,000 円のご寄付をいただいている。 https://saga-mirai.jp/2021/07/16/nijimatu_ouen_fund/
活動写真	

アウトプット	３．ステークホルダーの交流の場の創出
指標	WEB 上に虹の松原ミュージアムを開設

初期値	0
目標値	1
目標達成時期	2020 年 12 月
実績値	１：Web 上に仮想博物館「虹の松原でつながるミュージアム」を開設。 https://niji-museum.jp/
活動写真	

アウトプット	３．ステークホルダーの交流の場の創出
指標	寄付者が集えるオンラインコミュニティの場の数
初期値	0
目標値	1 つ以上
目標達成時期	2023 年 1 月
実績値	Facebook グループ 1 つ「みんなの虹の松原」 https://www.facebook.com/groups/6329320833799524

アウトプット	３．ステークホルダーの交流の場の創出
指標	発掘したアンバサダー数
初期値	0 人
目標値	26 人
目標達成時期	2023 年 2 月
実績値	26 人

アウトプット	３．ステークホルダーの交流の場の創出
指標	佐賀出身等の関東など都市部での既存の集まりにおける PR 回数
初期値	0 回
目標値	3 年 3 回
目標達成時期	2022 年 11 月
実績値	10 回

	・東京佐賀県人会の会報にリーフレットを同封 ・伊万里ちゃんぽん新橋支店とオンライン交流（22 年 10 月 29 日） ・唐津鶴城同窓会関東支部（22 年 10 月 29 日：120 名参加） ・唐津鶴城同窓会関西支部（22 年 11 月 19 日：67 名参加） ・オンライン虹の松原さんぽの実施（6 回）
活動写真	 唐津鶴城同窓会関東支部でのプレゼンの様子

4 - 3 外部との連携の実績

・これまでお付き合いのなかった約 15 団体と連携することができた。

・3 年間の事業を通してステークホルダーの数も増えただけではなく、すでに関係があったところとは関係性が高まった。それは、お互いの団体の良さを活かしあえる関係をつくりだすことを常に考えていたり、日ごろから丁寧なコミュニケーションを意識して行うことで信頼関係を築く努力を行っているから成しえたと言える。

5．アウトカムの分析

5－1　アウトカムの計画と実績

（1）短期アウトカムの計画と実績

短期アウトカム	A)ユーチューブ、地元メディア、SNS 等の多様な情報発信により、虹の松原の保全活動を【知る】地域住民（主に唐津市）が増える。
指標	（1）YouTube→該当動画の再生回数 （2）Facebook→ページのいいね数の増加 （3）ホームページ→ユーザー数の増加 （4）インスタ→ページのいいね数の増加

初期値/初期状態	（1）YouTube→0 （2）Facebook→ページいいね数：1290 （3）ホームページ→ユーザー数 127 （4）インスタ→ページいいね数：480
目標値/目標状態	のべ 6500 件
達成時期目途	2023 年 3 月
アウトカム発現状況（実績）	35,868 件
事業の成功要因・課題の分析	事業の成功要因・課題について分析をするために、事業関係者（Keep Pine Project~虹の松原クリーン大作戦~参加者）に対してインタビューを行い、その結果を自団体スタッフ内で協議した。 １）調査方法 インタビュー ２）調査の時期 2022 年 11 月 12 日（土） ３）調査対象者 KPP（Keep Pine Project~虹の松原クリーン大作戦~）参加者から 15 人をなるべく性別・年齢が偏らないように配慮し無作為抽出して行った ４）具体的な質問項目 ・KANNE の Facebook、YouTube、Instagram にいいねをしていますか ・していない理由があったら教えてください ・KANNE のホームページは見ますか ・どのくらいの頻度で見ますか ・どんな記事を読むために見ていますか。 ・今回、どの媒体を見て参加を決めましたか。 ＝＝＝ 当初、当法人では「ボランティア活動などに参加をする人は、どの年齢層でも SNS を多くの人が活用している」と仮説を持っていたが、インタビューでは「若い層（20 代）こそ SNS を活用していないという」という結果であった。そのような中でも一番、見ていただいているのはホームページであることがわかった。いつも見ているわけではなく、KPP の活動前後に開催日の確認や活動後の報告に自分が活動している写真が掲載されていないか確認するとの回答があった。回答の通り、KPP の前後でホームページやフェイスブックのアクセス数は増えている。

	本アウトカム目標に到達することが出来た成功要因は、「Facebook や Instagram をコツコツと毎日投稿」「YouTube 広告をクリスマス～年末年始の時期に行ったこと」であるということが分かった。今後、当法人では、「力を入れる媒体」と「投稿のタイミング」という点が重要であるという議論をし、次年度以降の事業においては「ホームページ」による情報発信の強化を行い、一番見られている KPP の前後に重要な投稿を行っていく。

短期アウトカム	B)虹の松原の保全活動に【参加する】地域住民（主に唐津市）が増える。
指標	KPP の参加者数増加
初期値/初期状態	平均参加者数 350 人
目標値/目標状態	目標：650 人
達成時期目途	2020 年 10 月
アウトカム発現状況（実績）	2020 年 10 月 18 日（日）：650 人
事業の成功要因・課題の分析	KPP 開催回数 14 回のうち参加者の目標を達成できたのは、1 回のみである。本アウトカム目標に到達することが出来たのは、その 1 回は、コロナ禍で中止が続いていたがやっと再開が出来たときであった。10 ヶ月ぶりの活動で、参加者さんから「松原にどんどん松葉がたまって荒れていく姿を見ていて早く活動がしたかった」と言ってもらったり、軒並みボランティア活動が中止になっていて、今まで介護や室内系のボランティアに行っていた人が野外の活動の方が感染リスクが低いだろうとのことで参加をされた人もいらっしゃった。 コロナ禍以前に設定した目標値であり、やはり大人数での参加になると密になる可能性もあることから、これまで年 4 回開催していたが密をつくりださないよう分散参加をお願いするために 2022 年度は毎月開催することにした。地域の方もこれに賛同されたため 1 回あたりの参加人数は目標値に達しなかった。 本アウトカム目標に到達することが出来た成功要因は、「地域の方々の松原やボランティアに関する意識の高さ」であるということが分かった。 今後、当法人では、運営の安全面からも活動回数を増やして、活動の機会を増やし 300 名の規模の KPP を続けていく。

短期アウトカム	C)九州圏内、首都圏、関西地区など佐賀県以外の地域において、県

	外在住の佐賀出身者を中心に現在関わりがない人々の新たなコミュニティの土壌が生まれている
指標	コミュニティ用の Facebook ページへの参加者数と投稿数
初期値/初期状態	0
目標値/目標状態	グループメンバーが 3 年後に 30 人、月 1 回程度の投稿
達成時期目途	2023 年 1 月
アウトカム発現状況（実績）	グループメンバー：30 人、投稿回数：週 3 回程度
事業の成功要因・課題の分析	本アウトカム目標に到達することが出来た成功要因は、Facebook グループページには数多くのグループが存在するが、「虹の松原」をキーワードにしたグループは一つもなく気軽に集える場所がなかった。メンバーは、唐津市内以外の方が 60%で、ボランティア活動に年に 1 回程度、参加をしていない方は 73%である。このことからも虹の松原に興味はあり、何かしたいけど遠方だったり時間的余裕などで参加ができない方がいらっしゃるということがわかった。 そのため、当会からの一方的な投稿だけではなく、メンバーからの投稿やコメントが行われていたり、投稿には多くのリアクションボタンが押されている。皆さんの虹の松原への熱い想いが伝わる。今後、当法人では、「このコミュニティのメンバーにどのようなアクションをおこしてほしいのか」「ドナーピラミッドを一段登ってもらうにはどうしたらよいか」という点が重要であるという議論をし、次年度以降の事業においては、ゆるやかな投稿を続けながらメンバーとのコミュニケーションを大切にし、困りごとや相談などを投稿してメンバーにコミット度合いを高めてもらえるようにしたい。

短期アウトカム	D)寄付等、直接的なボランティア以外の方法により参加（支援）をする人が増えている
指標	新規寄付件数の増加
初期値/初期状態	0
目標値/目標状態	175 件
達成時期目途	2023 年 3 月
アウトカム発現状況（実績）	24,000 件以上
事業の成功要因・課題の分析	募金箱は、「薬局」や「スーパー」に置いていただいた。「薬局」は病気や怪我などでボランティア活動に参加ができない人、「スーパー」は時間的余裕がなくてボランティア活動に参加ができない人が募金をしてくださるだろうと仮説をもっていた。募金箱を設置して

	いただいているところにヒアリングをすると個人情報なので詳しくは言えないけれど、特定の人が熱心に募金をしてくださっているとのこと。年配の女性の知り合いからは、買い物に行ったら必ず募金しているよと声をかけてもらった。 成功要因は、虹の松原に対して何かしたいと思っていた人に参加をしていただく機会を日常の中に設けることができた。ことと「ターゲットの動向をしっかりイメージした場所に募金箱を設置できた」ことである。 今後、新規寄付者を増やして行くには、当法人では、「ペルソナ設定」という点が重要であるという認識をあらたにし、次年度以降の事業においては「ペルソナ設定」という観点を生かしていきたい。

短期アウトカム	E)寄付等、直接的なボランティア以外の方法により参加（支援）をした人たちが、虹の松原への貢献の実感を持っている
指標	継続寄付者の増加
初期値/初期状態	・KANNE への一般寄付：0 件 ・ふるさと納税継続：4 件
目標値/目標状態	20 件
達成時期目途	2023 年 3 月
アウトカム発現状況（実績）	・KANNE への一般寄付継続者：0 件 ・ふるさと納税継続者：19 件
事業の成功要因・課題の分析	当法人ではこれまでも寄付の継続が少なく、ふるさと納税であれば返礼品や税制控除等の寄付者へのダイレクトなメリットがあることや SNS による情報発信を強化することで事業内容を知ってもらえ寄付が継続すると仮説を持っていた。 ふるさと納税の継続者の 9 割が唐津市内やゆかりのある方である。継続の理由を聞くと頑張っているのを知っているから。松葉かきに参加できる時間がないからとのことだった。また、コロナ禍で所得が減ったので例年通りに寄附が出来なかった。自分がかかわっている団体もふるさと納税を始めたので当会には寄付が出来なくなった。という回答があった。 今後、当法人では、地元の寄付者を地元の団体で取り合うのではなく、他の団体とも協力して、まだふるさと納税を行っていない人に対して説明会を実施したりして寄付文化を広げていきたい。

短期アウトカム	G)松原へ何かしたいと思っている人との交流が増えることで郷土愛を起こしたり、コミュニティへの帰属意識が向上する
指標	参加者向けのアンケートによる当事者意識調査
初期値/初期状態	なし
目標値/目標状態	アンケート調査において、「保全活動に参加することによって地域との関係性（頻度）が高くなった」と回答した人が全体の 5 割
達成時期目途	2023 年 3 月
アウトカム発現状況（実績）	・地域貢献活動（虹の松原の再生・保全活動以外のボランティア活動や地域行事など）に対する意識はどのように変化しましたか。という問いに「やや高まった、高まった」と回答した人が 52.9%。 ・地域貢献活動（虹の松原の再生・保全活動以外のボランティア活動や地域行事など）の参加回数は変化しましたか。という問いに「やや増えた、増えた」と回答した人が 44.1%。
事業の成功要因・課題の分析	１）調査方法 アンケート ２）調査の時期 2022 年 11 月 12 日（土） ３）調査対象者 KPP（Keep Pine Project~虹の松原クリーン大作戦~）参加者 ４）調査結果 複数回保全活動に参加している人のアンケートを集計した結果 ・地域貢献活動（虹の松原の再生・保全活動以外のボランティア活動や地域行事など）に対する意識はどのように変化しましたか。という問いに「やや高まった、高まった」と回答した人が 52.9%。「やや減った、減った」と回答した人は 0%。 ・地域貢献活動（虹の松原の再生・保全活動以外のボランティア活動や地域行事など）の参加回数は変化しましたか。という問いに「やや増えた、増えた」と回答した人が 44.1%。「やや減った、減った」と回答した人は 0%。 ＝＝＝ 以上の調査から、活動に参加をすることによって「地域貢献活動への意識だけでなく参加の回数までもが増えている」いうことが分かった。KPP ではそのときに集まったたくさんの地域の方と力を合わせて活動をするがその地域の人の姿を子どもに見せたい。自分も一助になりたいという方が多くいらっしゃる。今後、当法人では、「参加したことによって、自分が役に立っているということを感じてもらう」という点が重要であるという議論をし、次年度以降の事業に

	おいては「地域の方の高い意識を保つために、ＫＰＰ運営側への協力を行ってもらえるように働きかけたい。

5－2. 波及効果（想定外、波及的・副次的効果）

・「事業の実施によって当初想定した目標や中間的な成果以外の変化は確認されたか」について自団体の役員で話し合った。

・唐津市内に募金箱を設置する他の団体が増えた。

・地元のコミュニティエフエムである「FM からつ」様と共同し、ミニ番組を制作して放送した。地域密着ならではの番組をもっと増やして行きたいと考えていたので、今回の共同制作を成功例として、他の団体にも声をかけて新たな番組づくりを行って行きたいと言われた。

5－3. 事業の効率性

・「事業実施のためのインプットに対して成果の規模や質は妥当であったか」について自団体の役員で話し合った。目標としていたアウトプットがほぼ産出できているために、妥当と言える。

6.成功要因・課題

事業で達成した成果のうち、特に社会課題解決に貢献したアウトカムと、達成が困難であったアウトカムについてその要因や課題を記載してください。

・KPP への新規参加者の割合は、毎回の活動で 35％程度いらっしゃる。地道な広報活動により新規の活動者を獲得できた。また、参加をしたことある人が知人に声をかけて参加の輪が広がっている。

7.その他深掘り検証項目（任意）

なし

8．結論

8-1 事業実施のプロセスおよび事業成果の達成度の自己評価

	多くの改善の余地がある	想定した水準までに少し改善点がある	想定した水準にあるが一部改善点がある	想定した水準にある	想定した水準以上にある
事業実施プロセス			○		
事業成果の			○		

達成度					

※該当箇所に〇印、あるいは文章を記載。

8-2自己評価に関する自由記述

・これまでに体験したことのないコロナ禍に見舞われ、それでもなんとか事業ができる方法を検討し様々なアイデアを出し合ってチャレンジしてきた。十分な検討が出来ずに、見切り発車で実施したり、なんとかこなしてきたという感じがある。また事業が担当者まかせになっていて、事業進捗の共有が出来ていなかったので事業進捗を見える化するためのシートを導入することにし、理事会でも報告することになった。そのため「事業実施プロセス」については、「想定した水準にあるが一部改善点がある」を選択。

・事業成果の達成度に関しては、ほぼ達成することができたので「想定した水準にあるが一部改善点がある」を選択。

9．提言

ここでは、評価結果に基づき事業を継続していく上で、役立つ提案・助言を記載してください。本事業をどのように持続・発展させるか、休眠預金に依存せずに自走化させる戦略とその実施状況等を記載してください。

「里山保全を通じた地域コミュニティづくりによる持続可能な社会の構築」

・3年間を通して実施して、特にドナーピラミッドの認知層は増えたように感じる。その階層をひとつあがる仕組みをつくっていきたい。

・

１０．知見・教訓

ここでは事業の経験や学びから類似課題への取組みに参考とできる具体的な教訓を記載してください。

「里山保全を通じた地域コミュニティづくりによる持続可能な社会の構築」

・虹の松原の再生・保全活動には、虹の松原を守りたいという動機の方だけでなく、おひとりおひとり様々な動機で参加をされている。そのような方々を受け入れることができる活動（居場所）になれている。

・松原にボランティアに来てもらうだけでなく、虹の松原へ貢献できる（新たなつながり方）

を模索・実施することがで、活動の輪が広がった

・コミュニティの形成には、オンラインもオフラインも同じで早急にはできず、じっくりと時間をかけて作り上げていく必要がある。そこには顔が見える機会があると加速しやすい。キーマンがいるとさらによい。

・人と人のつながりの大切さ
・地域ではなく、「虹の松原」というキーワードで「ゆるやかなつながり」を

・評価を行うことにより評価の必要性を理解することができた。
・資金分配団体である佐賀未来創造基金のプログラムオフィサーの親身な伴走支援を受けることができ、事業の細かな修正などをすぐに対応することができた。外部の客観的な視点でみてもらえる、気軽に相談できる場所があると事業がよりよいものになったり、発展的に取り組むことができると感じた。

１１．資料（別添）

ここでは、以下のような事業の成果を伝える補強となる資料を別添でご提出ください。

- 事前評価報告後に見直した事業計画やロジックモデル
- 事後評価報告時の事業計画やロジックモデル
- 事業の様子がわかる写真資料
  ※公開可能な写真を貼付してください。（肖像権・著作権に十分にご注意ください）
- 広報活動の成果品、報道された記事
- アンケート調査結果
- とりまとめられた白書　など

■参考
調査概要を記載する際は、下記記載例をご参照ください。

【定量的な評価の場合】
◎短期アウトカム～～の評価
１）調査方法
・アンケート調査（主な項目は～）

２）調査実施時期
・2022 年 XX～2022 年 XX
３）調査対象者
・事業の対象となった XX 人のうち，XX 人を無作為抽出にて選定し～。回収者数 X 人（回収率 X%）であった。
４）分析方法
・xx と xx についてクロス集計（カイ二乗検定，残差分析）を行った。
【定性的な評価の場合】
◎短期アウトカム～～の評価
１）調査方法
・訪問面接調査（半構造化面接）
２）調査実施時期
・2022 年 XX～2022 年 XX
３）調査対象者
・事業の対象となった XX 人のうち，最も特徴的な変化を示した X 人を対象にした。その選定方法として～。
４）分析方法
・調査から得られたエピソードをロジックモデルの枠組みで分析した。

事業の成功要因（課題）について分析をするために、事業関係者（●●※どんな人か入れてください）に対してインタビューを行い、その結果を自団体スタッフ内で協議した。インタビューは、「XXX（※事業にとってどんな人か？」に対して、「対面型（オンライン)」でインタビューを行った。具体的な質問項目は、「△△△△」と「△△△△」である。当初、当法人では「～～～～～である」と仮説を持っていたが、インタビューでは「ＸＸＸＸＸＸＸ」という回答があった。以上の調査から、本アウトカム目標に到達することが出来た成功要因は、「○○○」であるということが分かった。今後、当法人では、「～～～～～～」という点が重要であるという議論をし、次年度以降の事業においては「ＸＸＸＸＸＸ」という観点を生かしていきたい。

（1）YouTube→33,016 回
（2）Facebook→いいね数の増加数「1257」
1290 いいね→2547 いいね
（3）ホームページ→ユーザー数の増加 673
127→800
（4）インスタ→いいね数の増加数「922」
480 いいね→1402 いいね

【2020 年度】
・4 回計画（2 回実施、2 回中止）
・のべ 1,190 人参加（595 人/回）
・20 年 5 月 17 日：コロナまん延防止中止、10 月 18 日：650 人、12 月 20 日：540 人、21 年 2 月 21 日：コロナまん延防止中止
【2021 年度】
・5 回計画（3 回実施、2 回中止）
・のべ 1,070 人参加（357 人/回）
・21 年 5 月 16 日：コロナまん延防止中止、6 月 20 日：420 人、10 月 17 日：300 人、11 月 21 日：350 人、22 年 3 月 6 日：コロナまん延防止中止
【2022 年度】
・12 回計画（9 回実施、1 回中止、2 回予定）
・のべ 1,930 人（214 人/回）
・22 年 4 月 15 日：200 人、5 月 16 日：180 人、6 月 19 日：300 人、7 月 31 日：250 人、8 月 21 日：170 人、9 月 11 日：170 人、10 月 16 日：220 人、11 月 12 日：250 人、12 月 16 日：雪のため中止、1 月：190 人

・KANNE への新規寄付者
20 年：9 件、21 年：6 件、22 年：2 件
・電子決済（ペイペイ）による寄付者
20 年：1 件、21 年：0 件、22 年：0 件
・募金箱
20 年：、21 年：、22 年：
・書き損じハガキ
20 年：、21 年：、22 年：
・賛助会員新規
20 年：、21 年：、22 年：6 件
・ふるさと納税新規寄付者
20 年：16 件、21 年：24 件、22 年：26 件
・虹の松原応援基金
20 年：、21 年：、22 年：0 件

・KANNE への一般寄付継続者
20 年：0 件、21 年：0 件、22 年：0 件

・ふるさと納税継続者
20 年：12 件、21 年：15 件、22 年：19 件