

視 察 報 告 書

報告者氏名：加藤 眞道

期 間：令和5年11月8日（水）～10日（金）

視察都市等及び視察項目：①大田区 ・OTA デジタル×Pi0 について
②飛騨市 ・飛騨市ファンクラブとEdy の活用について
③金沢市 ・ICT 活用について

視察都市等及び視察項目：①OTA デジタル×Pi0 について

概 要：

国は、「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指してデジタル庁を新設した。デジタル庁はデジタル田園都市国家構想を策定し、デジタルインフラを急速に整備し官民双方で地方におけるデジタルトランスフォーメーションを積極的に推進している。本市もデジタル・ガバメント推進室を中心に庁内のデジタル化、デジタル技術の活用を積極的に推進している。

今回、大田区で推進しているデジタルプラットフォーム「OTA デジタル×Pi0」を視察した。

所 感 等：

大田区は「下町の町工場」のイメージがあるが、その通りで、日本の技術を支えている町工場が約4,200社集積しており大田区の産業の中核を担っている。しかしながら、その約8割の企業が従業員10人以下の零細企業であり、技術はあるがそれを活かす術を持ち合わせていないのが課題である。今回視察した大田区の大田区産業振興協会がその課題解決のために取り組んでいるのが「デジタルプラットフォーム「OTA デジタル×Pi0」である。

「OTA デジタル×Pi0」は大田区企業と企業間ネットワークのデジタル・DX化推進を契機に国内はもとより世界の企業が交流するビジネスコミュニティの場である。中小零細企業にありがちなのが、デジタル化の遅れである。すべての経営者は、デジタル化は企業にメリットがある、これからは必要不可欠であると理解しつつも変革できないのが現状だ。これらの課題を解決するために

- (1) 各支援機関などがリアルに提供してきたセミナー、商談会、専門家助言等をワンストップかつ双方向で提供することで、デジタルの利便性や重要性の認識を高める
- (2) 企業特性を踏まえた、最適なデジタル化に向けた情報提供や専門家・スタ

ートアップ等、中小企業のデジタル導入に向けてきめ細かなサポートを実施
(3) 大田区内企業はもちろんのこと、区外からも多くの大手企業、専門人材、
支援機関等が参加し、リアル空間での支援との連動により付加価値の高い支
援を展開

などを事業として行っている。企業がデジタル化に舵を切れないのは人材の問題である。それに長けている人材がいないからできないのが現状である。まずその課題を解決するために PiO は段階に応じた支援を行っている。各社のデジタル化の状況に応じて最適な専門家を派遣して本質的な課題を明らかにした後、デジタル化、DXの方針を定めて支援を実施している。アナログから部分的なデジタル化を目指し、生産現場の見える化(課題の抽出)や自動化を進め、飛躍的な生産性の向上を推進。そして蓄積されたデータの活用、AI の活用などにより新たなビジネスモデルを構築し、デジタル活用による革新を目指した支援に取り組んでいる。この支援はすべて各企業の状況に合わせて支援しており、まさに理想的である。しかし支援する側の人材も必要になるのではないかと疑問に思うところだ。

この一連の支援の先にはデジタルを活用した企業にとってもメリットがあるプラットフォームが用意されている。それはデジタル受発注プラットフォーム「プラッともものづくり」である。「プラッともものづくり」は、ものづくりを相談したい相談者とものづくりの依頼を受けたい製造業者が出会える受発注マッチングプラットフォームであり、デジタルで繋がり共に挑戦・成長していくものである。スキームは、ものづくり相談者・グループ代表・ものづくり事業者間のやり取りで、発注者は企画設計から相談ができ、試作・製造まで一気通貫で頼める企業を探せる。相談者は、グループ代表企業が最適な技術を持つ町工場と連携し、ワンストップの物づくりが実現できる。ものづくり事業者は新たな仕事を受けられ、参加事業者間で得意分野を把握でき、最適なパートナーとの出会いや連携が可能になる。というように、新規の取引先の開拓、仲間同士での仕事で依頼をスムーズにしたい、自社ではできない仕事は断っていた、など今までの課題の解決につながる仕組みである。

今回視察した内容は非常に参考になる。ただ、単にデジタル化の推進を唱えてそれに呼応するには課題がある。その課題を明確にし、その一つ一つに対応しデジタル化を進め、その先には業績アップにつながる仕組みを取り揃えている支援事業は本当に参考になる。この事業を進めるにもまず人材を確保していかなければならないと考える。デジタル受発注プラットフォームは市内事業者にも知らせることも必要である。



(大田区役所にて)

視察都市等及び視察項目：

②飛騨市ファンクラブとEdyの活用について

概要：

全国的に人口減少に伴う諸問題に多くの自治体が苦慮している。本市も人口減少率全国1位になったこともあり、その取り組みは喫緊の課題である。人口増加を目指さなければならないことは分かっているが、それは非常に難しい事は言うまでもない。そのよう中、「観光客以上、移住者未満」とされている関係人口を増やす取り組みを先駆的に行っている飛騨市を視察した。

所感等：

飛騨市は早くから過疎地と言われ人口減少のスピードも速く、人口減少先進地とされている。人口減少とともにまちの活力は失われ悪循環に陥る中、考え出されたのが「観光客以上、移住者未満」の関係人口増加策である。単純に飛騨市を応援しようという雰囲気づくりの策でなく、楽天の電子マネー「Edy」を活用して関係人口を増やす施策である。

2016年に飛騨市と楽天との間で交わされた包括連携協定をきっかけに飛騨市を応援するファンクラブを設立し、その会員証に「Edy」を活用するのが始まりである。会員証である楽天Edyカードを使用すると利用額に応じて0.1%が楽天から飛騨市に寄付される仕組みである。この仕組みは本市でも別会社で活用していて、「横

須賀開国 WAON」がそれである。本市でも 2015 年にイオンとの地域連携協定をきっかけにご当地 WAON カードを発行し、飛騨市と同じようにイオンから利用金額に応じて 0.1%が寄付される仕組みである。ただし、本市は人口減少、関係人口というような意味合いでイオンと連携しカードを発行したわけでないので、飛騨市とは似て非なる位置づけである。

飛騨市と本市との大きな違いは、地域内はもとより地域外の「関係人口」、「いわゆるファン」を増やす事を重視している点だ。そこで設立されたのが「飛騨市ファンクラブ」だ。ファンクラブ会員の役割は、自然、観光、物産など飛騨の魅力を広く発信することで、末永く交流を持てる関係の構築を目的とし、この目的を達成するために飛騨市の情報提供や会員対象の物品、サービス提供を行っている。具体的な取り組みとして、会員証または会員が使用しているファンクラブ名刺を持参することにより使えるクーポンの「おもてなしクーポン」発行事業や、会員が企画・運営する交流会に市長や職員が飛騨市の特産物を持って参加する「おでかけファンクラブ」などである。この「おでかけファンクラブ」は 20 人以上集まれば県外にでも市長、職員が来てくれるということで驚きである。このことは、市長以下職員全員が「ファンクラブ」の趣旨を理解し活動していることの表れだと考える。このような取り組みで約 23,000 人の飛騨市に約 12,300 人のファンがいるという実績だ。これまた、驚きである。これに比例してふるさと納税の実績も右肩上がり、2017 年実績で 3.5 億円が 2022 年は 19.2 億円に増えている。

今回の飛騨市の取り組みで参考になったのが「関係人口を増やす」である。全国的な人口減少化の中で、人口を増やそうという取り組みは難しい。そこで言われたのが交流人口でなく「関係人口を増やす」である。本市ではこの考えの下の施策は現在取り組んでいない。飛騨市の関係人口政策を本市に当てはめて考えると、首都圏という立地状況という事もあり少しイメージがわからないが、元々市民であった方々に対して「郷土愛」を思い起こしてもらおうなどの考えには参考になると感じた。今後の飛騨市ファンクラブの会員数を注視していきたい。



(飛騨市役所にて)

視察都市等及び視察項目：③ICT 活用について

概 要：

国は、「デジタル田園都市国家構想」を掲げ、デジタルにより「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」をめざすため、その実現に向けた「デジタル田園都市国家構想総合戦略」を2022年にとりまとめ、デジタル実装を通じて、地域における社会課題の解決や、魅力の向上に向けた取り組みを推進することとした。

このような中、金沢市は「金沢市 ICT 活用推進計画」を策定し、その期間を2019年～2022年度までの4年間とした。本市も同じように積極的にICT活用を推進している状況から金沢市の取り組みを視察した。

所 感 等：

金沢市は、2019年にICT活用推進計画を策定し、その4年間で「電子申請システム導入」「窓口キャッシュレス導入」「RPA、AI-OCR導入」などの実績をあげた。推進期間を終える最終年度に「金沢市デジタル戦略」をまとめ、「庁内横断推進本部の体制を構築」「DX会議の開催」「ペーパーレス会議の推進」そして「デジタル人材育成」を重点に取り組んでいる。デジタル戦略の基本戦略を「誰ひとり取り残さないデジタル戦略都市・金沢」とし、「たかめる」「つなげる」「ひろげる」をキーワードと定め、デジタルによる変革に創意工夫を凝らしながら新たな価値や市民サービスを生み出し続けることで、誰ひとり取り残さない、人に優しいまちを目指

している。説明を聴取しているなか、本市と同じような取り組みをしていると確認できた。本市も DX を進める中でデジタル・ガバメント推進室を設立し、ICT 戦略専門官を登用して市内の ICT 化を進め、昨年では「書かない窓口」という取り組みで全国的にも有名になった実績もある。金沢市はデジタル戦略をより具体化させるために 2023～2025 年度を推進する期間とする「金沢市デジタルアクションプラン」を策定した。様々な機器を購入しシステムの構築を図り、「全ての人々が便利に暮らし幸せを実感するまちへ」を目指し DX による質の高いサービスを創り続けることで地域の幸福度や、まちの持続可能性を高めている。ここで課題を挙げるならば、やはり「人材」だと考えられる。デジタル化が進んでも、最後は「人」が扱う。このことを考えれば「人材育成」はデジタル化と並行に進めていかなければならない。金沢市もこの課題意識は持っており取り組んでいる。金沢市は、目指すべき姿を「職員一人ひとりが市役所を変革」としている。全職員の情報リテラシーを高め、デジタル化の中心となるリーダーを育成し、デジタル技術の活用を全庁に広め、市役所を変革する。そのためにデジタル行政推進リーダーの育成、全職員のデジタル基礎研修、管理職向けデジタル研修の拡充を実施している。育成体制のイメージとしては、一般職員（約 2,000 人）の上にデジタル行政推進リーダー（100 人）、さらに DX アドバイザー（40 人）、頂点に DX スペシャリスト（10 人）のピラミッド型の人材育成体制を構築するとしている。私自身、一般行政職員のデジタル化研修については、いささか疑問に思っていた。行政の仕事上、一般職員はシステムの開発、構築などをする事は無い。使用しているソフトを活用し「入力」するのが殆どと思っているからだ。このような考えの中で説明を聞いていると、その必要性を理解することができた。一般職員（入庁 1～2 年）の研修内容は、汎用ソフト（Excel、Word、グループウェア）などであった。現在の学生はスマートフォン中心で数年前では当たり前に使っていた汎用ソフトを使ったことがなく、新しく入庁した職員に対しては研修する必要があるという事だ。その後にデジタル機器、ソフトを使いこなし、自分自身がソフト開発に携われるような「人材を育成」するスキームだ。

金沢市の人材育成については説明をきいて理解した。しかしデジタル化全体の人材育成についてはまだ、理解することは出来なかった。必要性については当然だが、そのやり方、進め方、最終目的、成果などまだまだ知識不足である。今後、本市の中で「人材育成」については注視していかなければならないと感じた。



(金沢市役所内にて)