

議 長	副 議 長	局 長	次 長	係 長	係 長	係

委員会行政視察調査報告書

令和 4 年 8 月 2 5 日

三田市議会議長 様

経営政策常任委員会委員長 松岡 信生

幸田 安司

美藤 和広

長尾 明憲

白井 和弥

中田 哲

井上 昭吾

随行者 若者のまちづくり課 鈴木 さやか

随行者 議会事務局議事総務課 井筒 良和

本委員会が実施いたしました行政視察の結果を下記のとおり報告します。

- 実施日 令和4年8月3日（水）～4日（木）
- 視察先 8/3 愛媛県西条市
【移住・定住施策の推進について】
～若者と子育て世代を呼び込む施策について～
8/4 香川県高松市
【スマートシティ実現に向けた高松市の取り組みについて】
～データ利活用によるスマートシティの推進について～
- 視察先対応者 西条市：市民生活部移住推進課、議会事務局
高松市：総務局デジタル推進部デジタル戦略課、議会事務局
- 添付資料 (別紙のとおり)
- 調査結果の概要及び所見 (別紙のとおり)

経営政策常任委員会 視察報告書

1. 愛媛県西条市

■ 視察参加議員

◎松岡 信生、○幸田 安司、美藤 和広、長尾 明憲、白井 和弥、中田 哲、井上 昭吾

■ 随行

若者のまちづくり課 係長 鈴木 さやか

議会事務局 議事総務課 課長 井筒 良和

■ 視察日時：令和4年8月3日（水） 14：00～15：30

■ 視察事項：【移住・定住施策の推進について】

～若者と子育て世帯を呼び込む施策について～

■ 視察対応者：西条市 市民生活部 移住推進課 課長 森本 素史

西条市 市民生活部 移住推進課 副課長 石川 浩二

西条市議会 議長 武田 功

西条市議会事務局 越智氏

■ 視察概要および質疑

【概要】

1 愛媛県西条市概要

人口 106,249人（令和4年6月末現在）

面積 510.04 km²

市制施行 昭和16年4月29日

議員定数 28人

愛媛県東部に位置する西条市。南は西日本最高峰の「石鎚山」、北は瀬戸内海に囲まれており、気候は温暖で、良質な自噴水「うちぬき」に代表される豊かな自然環境と、由緒ある寺や名湯といった魅力的な観光資源に恵まれている。

日本一の生産量を誇るはだか麦やあたご柿、春の七草など、多種多様な農作物の一大産地であるとともに、飲料、電気機械などの工場が立地し、四国最大規模の工業地帯となっている。

2 視察概要

移住・定住施策の推進について

（1）西条市のプロモーションビデオ視聴

- ・西条市についてコンパクトにまとめられた動画

動画のしめくりには、「南は石鎚山、北は瀬戸内海豊かな自然と清らかな水に育まれた歴史と伝統が息づいている西条市。持続可能な西条市へ、これからも市民と一体となってチャレンジを応援する町の実現を目指していきます。ぜひ西条市へお越しください。」でまとめられていた。

（2）西条市の移住・定住施策について説明（移住推進課：石川副課長）

【移住施策の取り組みについて】

- ・宝島社出版の『田舎暮らし』という本で、住みたい田舎ベストランキングを発表しており、2021年版の総合部門で全国1位。今年の最新版では若者部門で3年連続1位であった。
- ・西条市はどこでもある田舎のまちであり、全国的に人口減少が言われるが、西条市は人口減少が著しい。2015年に108,000人が2024年には78,000人になるといわれている。特に20～23歳が非常に少なく、市内に大学や専門学校がない事による転出し、度市外に出てしまうと、一定の人は戻ってくるが戻らない人もいる。自然減はしかたがないが、社会増を増やすため転出抑制と転入促進に努めている。
- ・西条市は移住後進市だったので、西条市の魅力を伝えることが必要だと考えた。そのために、西

条市がどのような特徴を持つ市なのかをしっかりとらえることが重要であり、その上でしっかりと伝える、そして、興味をもつ人が増えるという仕組みを考えた。

- ・東京圏では地方暮らしに5割の人が関心を持っている。特にコロナで地方に関心が向き、さらに子育ても田舎に関心が向くようになった。そのような方に市の魅力を伝えたいが、自分の市がどのような市なのか、市民でも意外と知らないことが多い。客観的な魅力を知ることが重要であり、市の強みを活かすことが大切である。

【西条市の特徴】

- ・西条市の特徴は、沿岸部は工業団地と東西の市街地と農業地。様々な環境が狭い区間に集まっている。海拔0mから西日本最高峰の2,000mの山まで25キロと非常に近く、濃縮されたまちに海や山がある。また水の都でもあり、水道代が無料、名水100選にも選ばれている。街中の湧き水はめずらしい。
- ・田舎暮らしは、車移動が多い。西条市から車で動く範囲について、1時間でどこまでいけるのか。2時間でどこまでいけるのか。把握する事が大切である。東京までは3時間、大阪も3時間。企業の西日本の拠点として使いやすい市である。
- ・東予港という港があり大阪の南港まで毎晩フェリーが出ている。20時から乗船ができ、22時に出発する。仕事帰りにフェリーに乗り込み、翌日朝から大阪で活動することができる。大阪の南港からUSJにシャトルバスも出ているので、USJに寝ながら行き、一日遊び、寝ている間に帰れることができる。
- ・霊峰石鎚山は、日本の100名山にも選ばれており、台風が来ても石鎚山があるため、災害が少ない。

【農業】

- ・農業が盛んであり、おだやかな瀬戸内海年間平均温度17度と温暖な地域である。愛媛県2017年2018年の2年連続ストレスオフのまちにも選ばれた。また、2019年20代が働きやすい街ランキング県内2位となった。通勤通学に時間がかからず、時間の自由が利く点が評価された。
- ・物価も安く、産直市も多い。瀬戸内海の新鮮な魚介類は、魚や釣りが好きな方にも人気がある。
- ・西条市はフルーツが沢山とれ、ぶどうやマスクメロンも有名である。愛媛といえば柑橘系が有名だが、柑橘系は山沿いでつくられ、西条市は土地が開けているので、柑橘系以外のくだものも有名である。
- ・野菜では四国屈指の農業都市、経営耕地面積では四国1位である。愛宕柿は生産量が全国1位である。

【文化・レジャー】

- ・秋の風物詩である「芋炊き」のイベントは、手ぶらで気軽に参加でき、飲み物の持ち込みも可能で、地域交流の場所になっている。B級グルメとして、鉄板ナポリタンも有名である。
- ・市内には、温泉も多く、瀬戸内を一望の国民休暇村（瀬戸内東予）がある。伊予の3湯のひとつである本谷温泉が市内にある。
- ・カブトガニの繁殖地になっている浜もあり、海水浴だけでなく、子育て世代には市営プールもある。一日遊んでも大人300円こども100円と安い。
- ・清流加茂川があり、アウトドアも盛んである。石鎚ふれあいの里では、バーベキューや宿泊施設もある。加茂川のサップ体験なども有名である。
- ・冬は、高い山もあり、スキーも楽しめる。ロープウェーで800m上がるので、ふもとに雪がなくても冬は石鎚でスキーができる。
- ・スターナイトツアーやサイクリングも盛んで、市内のスイーツを食べながらアウトドアが楽しめる。アスレチック施設のフォレストアドベンチャー西条では、ジップラインもある。雑誌『BEPAL』では、プチ移住のすすめとして、西条市が紹介された。

【工業】

- ・西条市は、工業都市でもある。製造出荷額は、四国で1位から3位の間に入っている。
- ・造船関係、鉄鋼関係が盛んで、水がおいしいので、飲料や化粧品会社、住友関連の会社も多い。最近では半導体関係の株式会社クラレや、造船の関連会社もある。造船には様々な職種が絡むので中小企業谷口金属などもある。

【子育て・教育】

- ・子育て関連では、待機児童がゼロ、中学校まで医療費無料、放課後児童クラブは25校の全ての小学校で6年生まで完全実施している。
- ・市内の小学校は25校、中学校は10校
- ・2018年、日本ICT教育アワードで優勝をした。小規模校の学校をオンラインでつなぎ、授業を行った。コロナ前の取り組みだったため、全国でも珍しい取り組みだった。ズームを使ったコミュニケーションでは、子どもたちが、相手にどのようにしたら伝わるのか、必死で聞いたり、伝えたりすることや、しっかりと伝わるように言葉を選び工夫することで学びが深まった。
- ・市内全校で電子黒板も導入し、活用している。
- ・地域スポーツも盛んであり、グラウンドの無料開放を行っている。子どもの3分の1がスポーツ少年団に入っており、子どもを通じて、大人もつながり、コミュニティができています。

【祭り】

- ・西条市は、祭り好きが多く、10月は市内各地で祭りがある。祭りの日は学校が休みになり、祭りのカレンダーもあるくらいで、祭りが市民生活に溶け込んでいる。
- ・西条市は、田舎だが市街地ではマンションなどもある。再開発された場所もあり、おしゃれスポットも増えている。

【情報発信】

- ・西条市の強みは、探せばたくさんあり、それをどのように活用していくか…、各町には魅力があると思うがそれをどうやって伝えるのか…。西条市は、愛媛県の有名な市町（松山・今治・宇和島）にくらべて認知度が低い中、対策としてシティプロモーションが必要となった。
- ・情報発信力が不足しており、情報が発信できていないのではないかと考えた。メディアは様々にあり、若者が好むツールと高齢者が好むツールがある。若者に届くSNSは重要になってくる。誰に伝えるかによって、SNSの発信を変えている。
- ・西条市にはシティプロモーション推進課もある。移住推進課と一体となって移住施策は取り組んでいる。観光や産業などがあるがどの部門のプロモーションを強化するか？を検討した中で、「移住」に特化することにした。
- ・YouTubeなど様々な発信ツールがある中で、有効なものは何なのか、選択と集中を繰り返し、試行錯誤しながら、移住に特化したプロモーションをつくることとなった。
- ・ターゲットは、都会に住んでいる方のため、都会に届くプロモーションを作った。有効なものもあれば、そうでないものもあったが、地上波やBSなどでも注目され、様々なメディアがとりあげてくれた。

【具体的な移住施策】

- ・最初に取り組んだ施策は、情報発信である。ターゲットとなる都内での情報発信をしていく体制をつくるために、都内に相談窓口を設置し、移住促進サイトを立ちあげた。今は「LOVE西条」に統合してまちの魅力を発信している。
- ・東京・大阪の移住フェアはすべて出ようという意気込みで取り組んでいる。
- ・完全無料のオーダーメイドの移住体験ツアーは、西条市が初の取り組みであった。
- ・お試し住宅や、空き家バンク・移住者の住宅改修の補助金、企業型地域おこし協力隊（移住して

地域資源を生かした企業をしてもら)などの施策も展開している。

- ・今年の7月からは「西条ベース」が開所した。複合施設で総合的な移住相談が受けられ、移住コンシェルジュも在住している。
- ・西条市にたくさんある、活かしきれていない魅力を、外の目で捉えてもらい、生業にしてもらい、定住してもらう事をめざしている。
- ・移住フェアへの出展については、積極的に参加してきた。最初は西条ってどこ?となっていたても、毎回出展することで、いつも出展していますね!となり、それをメディアが関心をもつことにつながった。口コミによる広がりであった。自分たちがプロモーションを行っていたものが、相手方からオファーがくるようになった。
- ・移住相談のブースや単独のセミナーを市単独ですると集客がむずかしい場合がある。都内で西条市を知っている人は少ないので、いかにセミナーに誘導するかという思いでプロモーションをしていた。また、プロモーションは単独で終わらせるのではなく、その後のセミナーや体験ツアーにつなげており、そのことが各メディアにとりあげられるようになった。

【移住体験ツアー】

- ・個別無料移住体験ツアーは、48組125人を招致し、うち14組39人が移住済み(アテンドサービスの実施)である。
- ・移住後は、定住につないでいる。今日オファーがあっても、職員がすぐにアテンドすることになっている。市職員が専属のコンシェルジュとなり、移住者を空港まで公用車で迎えに行き、丸2日間アテンドし、情報を伝える。
- ・観光スポットに行くのではなく、移住後にイメージする生活に近い人に逢いに行くツアーを実施している。移住後のリアルを伝え、悪いところも含めて移住者の生の声を届けることを大切にしている。場所ではなく、人をつなぐツアーだと思っている。

【空き家バンク】

- ・移住体験ツアーの中で空き家バンクも見に行く。空き家バンクについては、西条市は移住推進課が担当している。仕事と住まいは大きな要素で、クリア出来なければ移住につながらないと考えている。今は、登録数を増やしている。200件のうち50件が成約し、登録者も喜んでいる。
- ・空き家バンク住宅への住宅改修補助も充実している。愛媛県と連携し、問い合わせも多い。

【お試し居住】

- ・お試し住宅も行っており、平屋の一軒家で、一組5名まで一泊1,000円、1泊から30泊まで利用できる。令和3年度末で12組32人が利用し、6組16人が移住につながった。
- ・お試し住宅は、非常に有効であるが、使ってもらっただけではダメだと考えている。滞在中にどれだけアプローチできるかだと考えており、必ずアテンドツアーや相談員の面談、空き家バンクの見学につなげる工夫をしている。

【移住支援金】

- ・移住支援金は、東京一極集中に対し、国が主導で実施している事業である。東京23区から移住する際に移住支援金がでる制度である。愛媛県全域ではやっておらず、西日本豪雨への対応として南予で実施していたが、西条市も手をあげた。
- ・給付の要件も拡充されており、テレワーカーの申請も増えている。去年は、移住支援金申請4件うち1件がテレワーカーで、3件が地元企業であった。今年度はすでに、4件の申請があるが、全部がテレワーカーである。コロナの影響もあるかと思う。

【婚活】

- ・移住推進課では、婚活の取り組みも実施している。もともとは、福祉部門が持っていた事業である。

- ・子育て支援にもつながるという点で、市外の方でも西条市に興味を持っていれば参加可能としている。マッチング率も高い。出生率も全国平均を上回り四国1位である。

【移住相談員】

- ・移住は、移住相談員や先輩移住者がいないと難しいと考えている。行政だけでは移住対応は難しく、協力者を増やさないといけない。協力者を増やし、その人に移住者をつなぐことで、どんどん新しいネットワークができる。
- ・体験ツアー等を通じて、移住前から知り合いを増やすことで、安心して移住を決断する事ができる。翌年にはその方がホスト役になっていただき、新しい移住検討者の対応をしていただいている。
- ・協力者には、必ずアンサーバックをしている。対応した移住検討者が移住してくれたことを伝える事で先「やっぱり西条は良い」という認識が固まる。さらにお手伝いを申し入れてくれる方も出てきた。人をつなぐことで新たなネットワークができあがっている。協力者は不可欠であり、移住者が移住者を呼ぶ好循環につながっている。

【行政の姿勢】

- ・行政もやれることは全部やろうという気持ちで、思いついたことはすべて実施してきた。
- ・本気で移住を考えてくれる人には、こちらもお返しという思いでやっている。泥臭い作業であり、効率とは程遠いのが地道に取り組んでいる。
- ・移住から定住につながられるかどうかは、その人の新しいネットワークや新しいコミュニティをいかに作るお手伝いできるかにかかっている。

【移住者数】

- ・西条市の移住者の推移について、5年前は106人だったが、移住者が昨年は1,177人と非常に増えている。移住者だけでなく、地域の人にとってもお互いがWIN・WINになる「来てよかった・来てくれてよかった」という関係の移住をめざして引き続き頑張っていく。

3 質疑応答

Q：説明いただいたスライド資料は貴市のPRも含めてたいへん充実していましたが、どのような際に使用するのか。

A：一般の行政視察者向けの資料や移住セミナーなど移住検討者への説明資料で使用している。

Q：市役所での縦割りの垣根を越えたプレゼンテーションをされているが、普段から横断的な取り組みをしているのか。

A：プロモーションに関してはシティプロモーション課とほぼ毎日やり取りをしている。教育や福祉部門にはできるだけ足を運ぶようにしているが、移住に特化した私たちと違った日常業務があるので、横串が刺せているかという難しい部分もあります。しかし予め意見交換し、各セクションの事業に移住者がアプローチできるよう確認している。

Q：移住推進課の仕事は外向きなので庁舎内では共有されにくいと思うが、他課からプロモーションの依頼が来たりしますか。

A：住みよいまちになる施策を見てもらうというマインドは庁舎内で共有されている。移住推進課の役割は各課の伝えたい施策をしっかりと伝えることです。本課職員もこれまでの異動で他部署の経験を積み重ねているので、そういった他部署とのつながりを続けていくことが大切だと思う。

Q：移住推進課の立ち上げは今の市長が就任された頃になるか、また、トップの考えの影響はあるか。

A：政策的に取り組もうという理事者の考えで推進してきた経緯もあり、トップの影響は大きい。
また、事業を始めた際の副市長も地方創生の関連で総務省からの出向で来られた方なので、副市長の意見も大きかったところである。

Q：財源の確保については理事者の配慮があったと考えていいか。

A：しっかりと結果を出していくための予算を確保するという点で理事者の理解はいただけている。
ただ、全体予算の半分程度が補助金になっているが、補助金よりも移住者へのアクセスや情報提供といった部分を重点的に、予算をかけなくてもできるものから取り組んでいる。

Q：移住推進課とシティプロモーション課の人員体制はどうか。

A：移住推進課は5名で、シティプロモーション課は移住推進課ができる前年にできた課で5名体制であるが、1名は大阪事務所にいる。大阪事務所はもともと産業振興の販路開拓をしていましたが、シティプロモーション課付けになり、目的がUターン施策を中心にした業務に変わり、特に関西圏の学生にアプローチしています。

Q：昨年の移住者実績は1000人を超えているが、どのような方が移住しているのか。Iターン、Uターンの割合やどういった方面から移住してくるのか。

A：移住推進課を通して移住するのはIターン、つまり西条のことを知らない人がターゲットになる。本課で実際に対応しているのは移住者の10分の1程度であり、1177人の移住者のうち約半数が県内から、残り半数が県外となっているが、県外からの移住者の4割が関東圏、4割が関西圏、残り2割はいろいろな地域から来ている。プロモーションをする際に県内に目を向けると隣町との人の取り合いになってしまうので、あくまで本市は都市部からの移住者をターゲットにしている。

Q：移住の決め手は何だと考えるか。

A：決め手は人だと思う。移住者が移住者を呼ぶ好循環を作るために、移住してからも関わりを持ち、アンサーバックすることで協力者を増やしている。無料移住体験ツアーでは観光スポットを巡るのではなく、先輩移住者に会ってもらうことでリアルな声を届けている。

Q：ローカルベンチャー誘致についての内容は。

A：起業型地域おこし協力隊が3年任期で13名います。3名は起業支援コーディネーターで、後の10名はコワーキングスペース経営やサイクリングやサップのガイド、フードディレクター、NPO支援アプリ開発など行っている。

Q：移住者の数はどのようにカウントしているか。

A：移住推進課が対応している以外の移住者については転入時のアンケート調査で確認している。これは愛媛県全体で同じ調査項目を決めて横並びでやっている方法であるが、アンケート回収率は100%にはならないのでおそらく数字以上の方が移住しており、正確な人数把握には住民移動を管轄する市民課の協力が不可欠となる。

4 所見

JR伊予西条の駅を降り立った際、率直に「寂れた地方都市」という印象でした。なぜなら、駅の周囲に目に留まる商業施設はなく、平屋建ての駅舎のパン屋はすでに廃業したのか、空き店舗になっており、お世辞にも魅力的な駅前通りには見えなかったからです。

このまちが「若者世代が住みたい田舎ベストランキング1位」であることを不思議に感じましたが、西条市市民生活部移住推進課からの説明を聞いた後は、「なるほど、このまちなら多くの移住者に選ばれるに違いない」と納得しました。

移住・定住施策についての内容は視察概要を参照していただきますが、西条市の施策が成功した背景には担当職員が「移住の決め手は人」と言い切る点に尽きると感じました。

無料移住体験ツアーではいつも空港まで迎えに行き、観光スポットではなく移住体験者との出会いを重視して体験者のリアルな声を届けていましたが、「本気で移住を考えている人には本気で返す」「まちの総合力に訴えて行政もやれることはできる限りやる」「移住者が移住者を呼ぶ好循環を作る」といった説明担当職員の言葉に、どんな施策も最後はそこに関わる「人の思い」が決め手になることを再認識しました。

西条市の移住促進事業は、まず西条市を知ってもらう効果的なプロモーションから始まります。首都圏や関西圏の若者世代にターゲットを絞り、情報発信の場をどんどん作っており、その積極性は目を見張るものでした。私たちも若者世代の三田移住を願うなら、まず私たち自身が三田の魅力をも十分に知ることが不可欠です。その魅力を分析し自信を持って発信し、移住者を呼び込む効果的な戦略を練る必要があります。

市議会としても、まちのブランド課、若者のまちづくり課を始め、関係部署との情報交換を強化し、三田市の移住・定住施策が効果的なものになるように連携していきたいと思えます。

(井上昭吾)

経営政策常任委員会 視察報告書

1. 香川県高松市

■ 視察参加議員

◎松岡 信生、○幸田 安司、美藤 和広、長尾 明憲、白井 和弥、中田 哲、井上 昭吾

■ 随行

若者のまちづくり課 係長 鈴木 さやか

議会事務局 議事総務課 課長 井筒 良和

■ 視察日時：令和4年8月4日（木） 10：00～11：40

■ 視察事項：【スマートシティ実現に向けた高松市の取り組みについて】

～データ利活用によるスマートシティの推進について～

■ 視察対応者：高松市 総務局 デジタル推進部 デジタル戦略課 課長 金川 邦広

高松市 総務局 デジタル推進部 デジタル戦略課 課長補佐 細川 和久

■ 視察概要および質疑

【概要】

1 香川県高松市概要

人口 422,989人（令和4年6月末現在）

面積 375.54 km²

市制施行 明治23年2月15日

議員定数 40人

高松市は、多島美を誇る波静かな瀬戸内海に面し、これまで、人々の暮らしや経済・文化など様々な面において、瀬戸内海との深いかかわりの中で、県都として、また、四国の中枢管理都市として発展を続けてきた、海に開かれた都市。気候は、年間を通して寒暖の差が小さく、降水量の少ないのが特色。

「高松」は鎌倉時代に開け始め、天正16年（1588年）豊臣秀吉の家臣生駒親正が玉藻浦に居城を築き高松城と名付けたことに由来し、生駒4代54年、松平11代220年を通じて城下町として栄えた。明治維新の廃藩置県後、香川県の県庁所在地となり、明治23年2月15日に市制をしき、全国40番目の市としてスタートした。

これまでに大正、昭和、平成を通じ、8回にわたる合併で、北は瀬戸内海から南は徳島県境に至る、海・山・川など恵まれた自然を有する広範な市域の中に、にぎわいのある都心やのどかな田園など、都市機能・水・緑が程よく調和し、豊かな生活空間を有する都市となっている。

恵まれた風土と地理的優位性を生かし、四国の中枢管理都市として発展してきたが、特に昭和63年の瀬戸大橋開通や平成元年の新高松空港開港、平成4年の四国横断自動車道の高松への延伸などにより高松市を取り巻く環境が大きく変化する中、平成11年4月、中核市に移行した。

2 視察概要

スマートシティ実現に向けた高松市の取組について

（1）取り組みの経緯

・平成28年にG7伊勢志摩サミットが行われた。その分野別の会合を高松市で開催した。情報通信というタイトルの国際大会だったので、官民連携した取り組みを進めてく気運ができた。

・平成29年に総務省の補助事業で「データ利活用型スマートシティ推進事業」が採択され、スマートシティを進めていった。

・平成30年には、IOT共通プラットフォームの運用を開始し、データ利活用の基盤となるものを整備した。

・令和2年のスーパーシティ構想では、未来都市として、空飛ぶ車や自動運転、健康管理をAIが行

うなど、都市全体で進めていこうとチャレンジしたが、採択にはならなかった。しかし、この取り組みは、令和4年の「デジタル田園都市国家構想推進」の採択につながった。

(2) 「スマートシティたかまつ」プロジェクトの推進

・「スマートシティ高松推進プラン」は、行政の分野別計画にあたる。今年の3月にプラン第2期を策定した。

・キーワードは、市民全員や誰もが、どこからでも。デジタルは技術であって、使うことによって誰もが便利になる、楽になる、できないことができるようになる技術・道具である。それを市民に使ってもらうという考え方である。

(3) 高松市デジタル改革宣言

・できることから始めよう。じっくりみんなで話そう。たしかなデータを見よう。ルールから変えていこう。

・デジタル改革宣言は、施策が動いている途中でも、いい意見は取り入れ、少しずつでも変えていく(デジタル用語ではアジャイル)、変えていくことを怖がらない。この点をについて取り組んでいきたいという想いで、プランの中に宣言を取り込んだ。

(4) 高松市 IOT 共通プラットフォーム

・データは、インターネットを使って集めてくる。例えば、防災分野では、川の水位を図るセンサーを取り付けており、プラットフォームにデータが蓄積される。ダッシュボードに分析結果をアウトプットとして、職員や市民が見られるようにしている。特徴は、共通のプラットフォームとして行っていることである。水位センサーも高齢者の見守り情報も同じプラットフォームで、同じ画面で見ることができる。社会課題に対して、どのようなデータを活用し、リアクションするのかを考え、実行してきたのが高松市の取り組みである。

(5) 各分野における取組例

・防災については、災害が頻繁に起こるといわけではない。そのために、悪条件が重なると、職員の経験がなく、職員のマンパワーだけでは解決できないという課題がある。そのため一部デジタル技術を使って平時から取り組んでおくべきだという考えである。

・観光分野は、データが全くないので、データを集めたいということから始まった。データがないという課題であった。

・まずは防災と観光から始めた。

(6) 防災分野において収集・利活用するデータ

・リアルタイムで川の水位を可視化し、災害対策や状況を把握し、データ結果をみて職員を配置するなどをしている。

・センサーが入る前は、用水路レベルの小さな川という認識のみだった。しかし、住民は、ここが災害の時にはあふれるということを知っている。センサーを置く前は、定期的な見回りや市民からの連絡しかなかったが、センサーができてからは、水位の上がり方がわかるようになり、住民より先に気づき、初動が早くなり、災害の時の動き方が変わった。

・災害時に、職員をどこに、だれを、何人あてがうかなど、采配しやすくなった。また、市民からは、電話かける前に職員が来ているという安心感につながっている。

(7) 防災分野の広域展開

・高松市だけでなく、近隣の綾川町や観音寺市などと連携しながら取り組んでいる。

(8) 観光分野におけるデータ利活用事例

・観光分野については、データがないのが一番の課題であった。どうにかしてデータを取りたいということで、高松市が実施している観光事業のレンタサイクルで、自転車にGPSをつけ、移動履歴を

収集し、観光客がどのようにして観光したかを把握することを考えた。そのデータを観光施策に活かした。残念だったことは、コロナで2年間外国人観光客が来ていなかったため、当初の目的の外国人がどこの観光場所に訪れたかは、わからなかった点である。

(9) 産学民間連携の仕組み

- ・当初は7団体。今は135社まで増えている。大手のベンダーから、地域のWEB開発の会社など多くの方に会員になってもらっている。
- ・「スマートシティたかまつ推進協議会」は、ワーキンググループを作り、関係する数社が集まり、実証実験やサービスの比較など行っている。行政も参加しながら課題解決を図るオープンな議論、意見交換の場である。
- ・ワーキンググループの例として、地域ポイントを活用した健康経営ワーキンググループがある。健康生活を後押しするアプリを開発し、歩数により目標設定を達成すると画面にクリア！と出て、ポイントが付き、さらにポイントで商品がもらえるという仕組み。
- ・どのようなしくみをつくと利用者が増えるか、行動するか、2年ほど、企業や市役所のモニターがアプリを使って実証している。ポイントをどのような商品に変えるかは、企業が協賛し、しくみづくりは民間の力をかりながら、模索している状況である。
- ・今取り組んでいる内容は、健康づくり推進課で野菜をとろうという取り組みが以前からあり、その事業とワーキング事業を合体し、紙で貯めていたスタンプを、デジタルで貯めるように考えている。
- ・人材育成環境向上ワーキンググループでは、大学が考えた人材育成のとりくみである。参加者を幅広く募ったワーキンググループである。
- ・交通事故撲滅ワーキンググループでは、市内の社用車のある会社と連携し、社用車のドラレコに蓄積されたデータを活用した。
- ・ドラレコデータをどのように活用していくかというのがはじまりでできたワーキンググループである。
- ・急ブレーキポイントを市内でマッピング化・可視化し、危険マップをドラレコ情報をもとに作成した。
- ・スマホの位置情報と危険マップにより、スマホで注意喚起してくれる実証実験を行った。運用する経費の問題があり、実証実験で終わった事業である。
- ・課題解決のためにデータをとってくるというアプローチと、大量のデータをどのように使うと課題解決ができるかという両面のアプローチができるかということ、アイデアを戦わせる場として、協議会が動いている。

(10) デジタルデバイド対策事業

- ・高齢者に対してスマホの講座や地域のイベントと組み合わせてスマホを活用するきっかけづくりの取り組みである。

(11) KIDSプログラミングコンテストの開催

- ・KIDSプログラミングコンテストは、将来的に人材育成になる取り組みとして行っている。

(12) フリーアドレスシティたかまつ

- ・高松市が目指している都市のコンセプトである。時間や場所が固定されていることにより、無駄な時間や、しなくてもいい移動、待ち時間があるのではないかと、それをデジタルの力で受動的な移動を減らし、自分が動きたいところへ動く、この時間でないとできないというのを無くし、いつでもできるようにするという考え。
- ・移動や時間の制約をなくし、フリーにするまちづくりにすると、生産性を向上しながら、人間らしく生活できる交流や時間が生み出されるのではないかと考えた。
- ・通勤で毎朝、この時間に電車に乗って、会社に行って、帰って…という移動が、仮に移動しなくて

いいよとなると、30分～1時間は、自分の時間に使えるようになる。デジタル技術を使うと、いろいろできるのではないかという発想である。

(13) 高松市スーパーシティ構想

- ・背伸びをしながら未来像を考えている。スーパーシティ構想は採択されなかったが、「デジタル田園都市国家構想」に活かしている。
- ・「デジタル田園都市国家構想」は、地理情報を民間に活用できるように、行政が持っているデータはオープンにしようというもの。
- ・もう1点は、市民が行政とつながり、日々の活動や買い物など、購買データを行政と市民の同意のもと、活用するということを提案している。
- ・まさに、今、田園計画を進めている真っ最中である。

3 質疑応答

Q：センサー等のデバイスから収集したデータを、共通プラットフォーム上で、他のシステム等と連携できるメリットは。

A：例えば見守りシステムによる高齢者モニタリング情報と気象データを重ねて、気圧と体調の関係を解析できるようになった。防災システムだけだと別の課題に対応できない。同じ箱で様々なデータが解析できるメリットがこれから更に出てくると考える。基盤ソフトを共有できる事により、開発コストを抑える効果もある。

Q：デジタル領域での行政組織の縦割りをどのように解消してきているか。

A：デジタルはあくまで道具であると考え。あくまで各セクションの課題解消がゴールにあり、そのためにデジタルをどう使うかという考え方が大事である。デジタル関連の分野横断プロジェクトチーム『高松だっぴ』を創設し、メンバーを庁内公募している。だっぴにデジタル関連の権限を集めて意思決定を行っている。

Q：地図情報のレイヤ上に各システム間を越えたデータを重ねて共有、展開する事は非常に重要であると考えますが、データ形式上、互換性の課題は無いのか？また情報共有やシステム構築の在り方については、だっぴのメンバーで決めているのか？地図情報のレイヤ上に各システム間を越えたデータを重ねて共有、展開する事は非常に重要であると考えますが、データ形式上、互換性の課題は無いのか？また情報共有やシステム構築の在り方については、だっぴのメンバーで決めているのか。

A：全体の方向性や施策的なところはだっぴで意思決定をしている。形式の互換性については、地図情報関連は緯度経度情報があれば表示はできるように標準化されてきていて共有上の障壁は少なくなっているが、一部、変換作業にコストがかかっているシステムもある。業界全体的には徐々に標準化に進む傾向にある。

Q：FIWARE（基盤ソフトウェア）について先進的に取り組まれたが、後発でやるほど機能が洗練されていくので導入が遅れた自治体にもメリットがあると考えてよいか。

A：そのとおり、日々機能は進化している。

Q：デジタル化がもたらす恩恵は大きいと考えるが、一方で個人情報管理上のリスクとどう向き合うか。データの活用にあたり市民と、どのように合意を形成してきたか。

A：市民の行政やデジタルへの興味が薄く、意識の醸成に課題意識がある。規制改革を伴い、市民生活に影響する分野であるので様々な手法で丁寧な広報・意見収集に努めた（パブコメ・説明会・ライブ中継等）。特に、デジタルの事なのでデジタルツールを使って意見収集する事や、紙以外で行政サービスに触れていただく機会を創出する事に力を入れた。

Q：F I W A R E（基盤ソフトウェア）の導入コストは。

A：防災・観光システムを先行させた。センサー・GPS等デバイス関連とシステムを併せて9000万円の導入コスト。ランニングとして保守費用年間2000万円がかかっている。

4 所見

気候変動による災害の頻発化・激甚化、新型感染症拡大リスク等、社会が抱える課題は益々深刻化している。その上、わが国では、他の先進国より先行して高齢化による労働人口の減少傾向が加速しており、デジタル化の促進はこれらの課題を解決するための切り札になるものと期待されている。一方で、個人情報の保護、データ活用に関する市民理解の促進との両立という大きなハードルも存在していて、特定の誰かの利益の為に情報が利用されるのではなく、すべての市民の利益の為に活用するのだという考え方をいかに共有できるかがカギを握ると考える。高松市の防災対策事例を見るに、河川水位等の防災関連データや、高齢者の見守り情報、避難行動要支援者情報、地図情報等を組み合わせることによる、災害時の逃げ遅れ防止や、救助人員の最適配置の実現など、将来の発展性に大きな可能性を感じる事が出来た。

高松市のこれまでの先進的な取り組みを支えてきているのは、スマートシティ高松推進協議会の存在であろう。IT関連企業など最前線の民間企業が持つテクノロジーと、地域課題を現場で知る行政ほか多様な主体の知見を、各々融合させることにより、社会課題の解決策が次々と生み出されている。直接的なインセンティブが無い中、多様な民間主体をいかに巻き込むか、チームのモチベーションを支える課題設定をどのように創っていくのかが事業全体の成否を分けると感じた。限られたマンパワー・資源を最大化して、市民サービスの充実を実現するために、防災・医療・教育・公共交通・農業等あらゆる課題に対して、データを公共財として集積・活用し行政サービスの最適化を図り、あるいはオープンデータとして皆でメリットを享受する。そして、その向こう側にわれわれが抱える課題の解決策があるのだという市民意識醸成のための対話とトライアンドエラーがこれからの行政には求められるのではないかと考える。（中田哲）

経営政策常任委員会行政視察（令和4年8月3日：愛媛県西条市）

« 移住・定住施策の推進について ～若者と子育て世帯を呼び込む施策について～ »



経営政策常任委員会行政視察（令和4年8月4日：香川県高松市）

「スマートシティ実現に向けた高松市の取り組みについて～データ活用によるスマートシティの推進について～」

