

2020年度
第2回町田市行政経営監理委員会

デジタルを活用した市民とのリレーションシップ
～ デジタル社会における行政経営改革 ～

第1部 行政経営を取り巻くデジタル化推進の動向

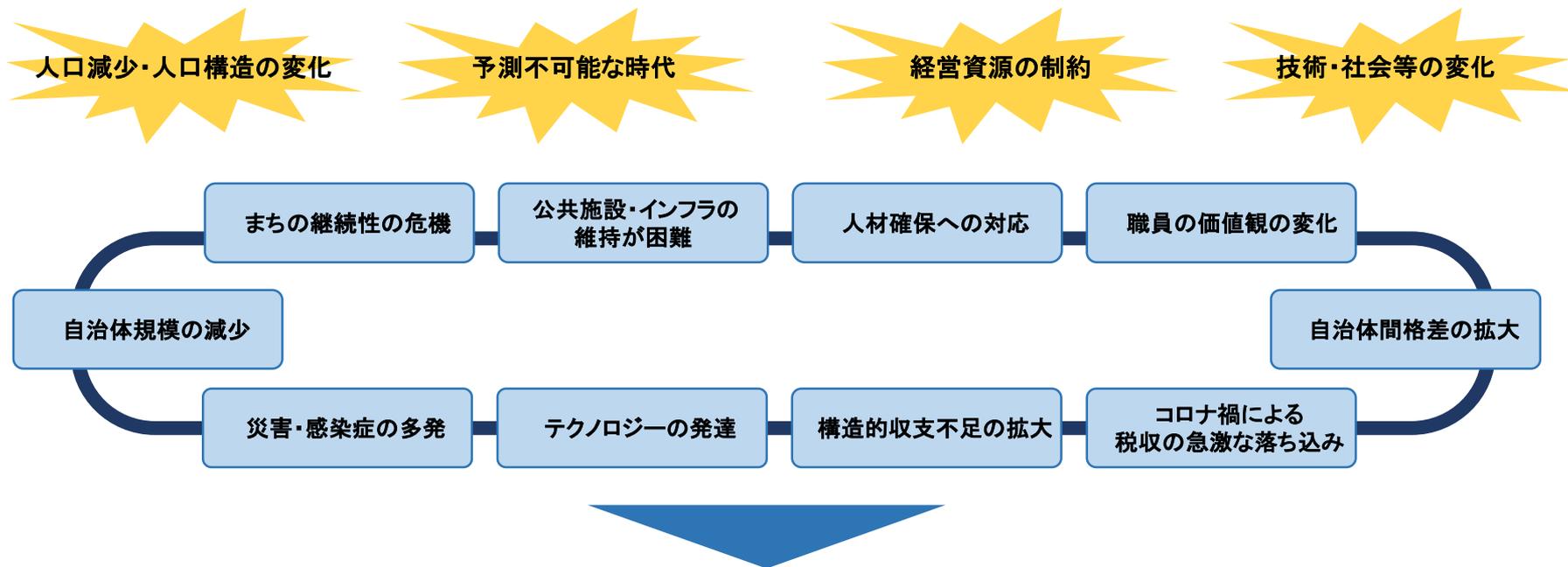
第2部 デジタルを活用した市民とのリレーションシップ

2020年度

第1回町田市行政経営監理委員会資料

(一部抜粋)

2020年度第1回町田市行政経営監理委員会資料からの抜粋 ～ 2040年にかけて起こる変化とインパクト ～



**インパクト1
行政課題のさらなる多様化・複雑化**

住民ニーズや地域課題が多様化・複雑化する中で、コミュニティ組織、NPO、企業等、地域社会における多様な主体とともに課題解決を図っていくことが求められる

社会環境の複雑性が増し、地震、風水害等の自然災害や感染症の拡大等、将来予測が困難な中、新たな発想で市民サービスを持続的に提供していくことが求められる。

**インパクト2
行政の経営資源の不足**

人材不足、インフラ維持コストの増加、税収減等の様々な資源制約に直面する中、ICTの活用を前提とした強靱で持続可能な住民サービスの提供を実現する行政経営が求められる。

感染症の世界的拡大を受けたりモート化の進展を受け、人々の働き方に大きな変化をもたらした。これまでの経営手法を見直し、限られた経営資源を最大限活用していくことが求められる。

**インパクト3
都市の個性や独自性の必要性**

自治体間で、人口や職員人材の奪い合いが顕在化したり、まちの魅力や課題対応力がシビアに比較されていく中で、地域の特色を最大限に引き出し、都市のパフォーマンスを最大化していくことが求められる。

人や企業の多彩な知恵と行動を結集し、都市の持つ魅力や強みを活かしたサービスを持続的且つ安定的に提供していくことが求められる。

2020年度第1回町田市行政経営監理委員会資料からの抜粋 ～ 今後の行政経営に必要な3つの重要な視点 ～

インパクト1
行政課題のさらなる多様化・複雑化

インパクト2
行政の経営資源の不足

インパクト3
都市の個性や独自性の必要性

今後の行政経営に必要な3つの重要な視点

視点1 コラボレーション

市民、地域、企業、大学、他自治体等と連携することで新たな価値を生み出していくとともに、**変化やリスクに適応し持続可能な地域社会を形成していく**

ポイント

- (1) 多様な担い手との協働
- (2) 公民連携手法のさらなる活用
- (3) 他自治体・都・国との広域連携
- (4) オープンイノベーション

視点2 スマート自治体

これまでの行政活動のやり方を抜本的に見直し、最新のテクノロジーを的確に活用することで、**効率的かつ強靱なサービスデザインを進めていく**

ポイント

- (1) スマート化によるサービス向上
- (2) デジタル化による生産性向上・リスクヘッジ
- (3) 自治体行政の標準化・共通化
- (4) 正規職員は企画立案業務等に注力

視点3 ブランディング

地域の特色を顧客の視点から捉え、戦略的な広報活動を行うことで、町田市の魅力を向上させ、都市のパフォーマンスを最大化していく

ポイント

- (1) 顧客本位による現場の視点
- (2) 徹底した自治体間比較
- (3) 戦略的なマーケティング・広報活動
- (4) ブランドイメージに基づく事業展開

今後の行政経営に必要な3つの重要な視点をもとに、「(仮称)まちだ未来づくりビジョン2040」の経営基本方針を策定している。

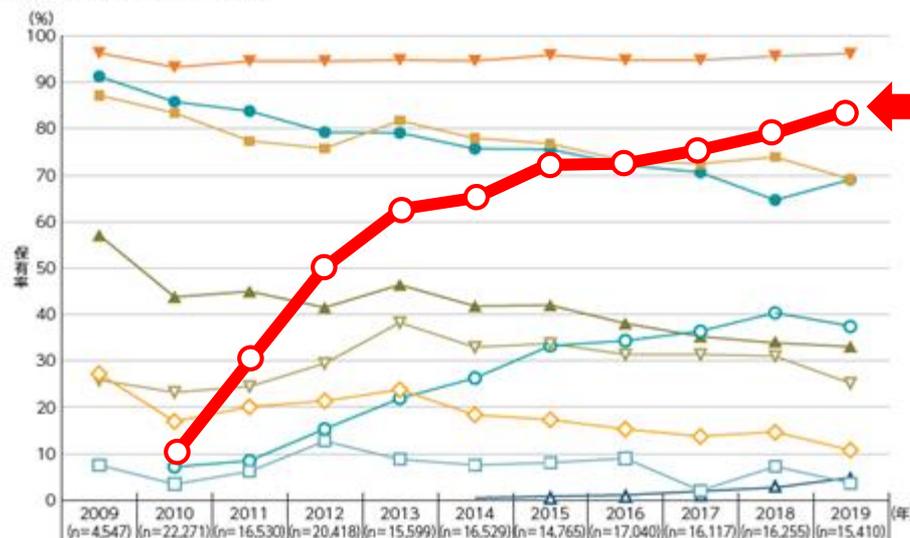
第1部 行政経営を取り巻くデジタル化推進の動向

■ スマートフォンの普及

世帯における情報通信機器の保有状況は、スマートフォンの保有率が2010年から2013年にかけて急増し、その後も堅調に増え続けた結果、2019年には80%を超える状況となっている。

出典：総務省「通信利用動向調査」

情報通信機器の世帯保有率の推移



	2009 (n=4,547)	2010 (n=22,271)	2011 (n=16,530)	2012 (n=20,418)	2013 (n=15,599)	2014 (n=16,529)	2015 (n=14,765)	2016 (n=17,040)	2017 (n=16,117)	2018 (n=16,255)	2019 (n=15,410)
固定電話	91.2	85.8	83.8	79.3	79.1	75.7	75.6	72.2	70.6	64.5	69.0
FAX	57.1	43.8	45.0	41.5	46.4	41.8	42.0	38.1	35.3	34.0	33.1
モバイル端末全体	96.3	93.2	94.5	94.5	94.8	94.6	95.8	94.7	94.8	95.7	96.1
スマートフォン	—	9.7	29.3	49.5	62.6	64.2	72.0	71.8	75.1	79.2	83.4
パソコン	87.2	83.4	77.4	75.8	81.7	78.0	76.8	73.0	72.5	74.0	69.1
タブレット型端末	—	7.2	8.5	15.3	21.9	26.3	33.3	34.4	36.4	40.1	37.4
ウェアラブル端末	—	—	—	—	—	0.5	0.9	1.1	1.9	2.5	4.7
インターネットに接続できる 家庭用テレビゲーム機	25.9	23.3	24.5	29.5	38.3	33.0	33.7	31.4	31.4	30.9	25.2
インターネットに接続できる 携帯型音楽プレイヤー	27.3	17.0	20.1	21.4	23.8	18.4	17.3	15.3	13.8	14.2	10.8
その他インターネットに接 続できる家電（スマート家 電）等	7.6	3.5	6.2	12.7	8.8	7.6	8.1	9.0	2.1	6.9	3.6

(出典) 総務省「通信利用動向調査」

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05.html>

■ SNS利用者の増加

日本国内におけるSNSの利用者は年々増加している。2019年度末の国内ネットユーザーは9,960万人と推定されるが、SNS利用者はそのうち78.2%にあたる7,786万人であった。2020年の年間純増者数は189万人となる見込みで、利用者は1カ月平均で約16万人の増加が見込まれている。

SNS利用者数と利用率の推移

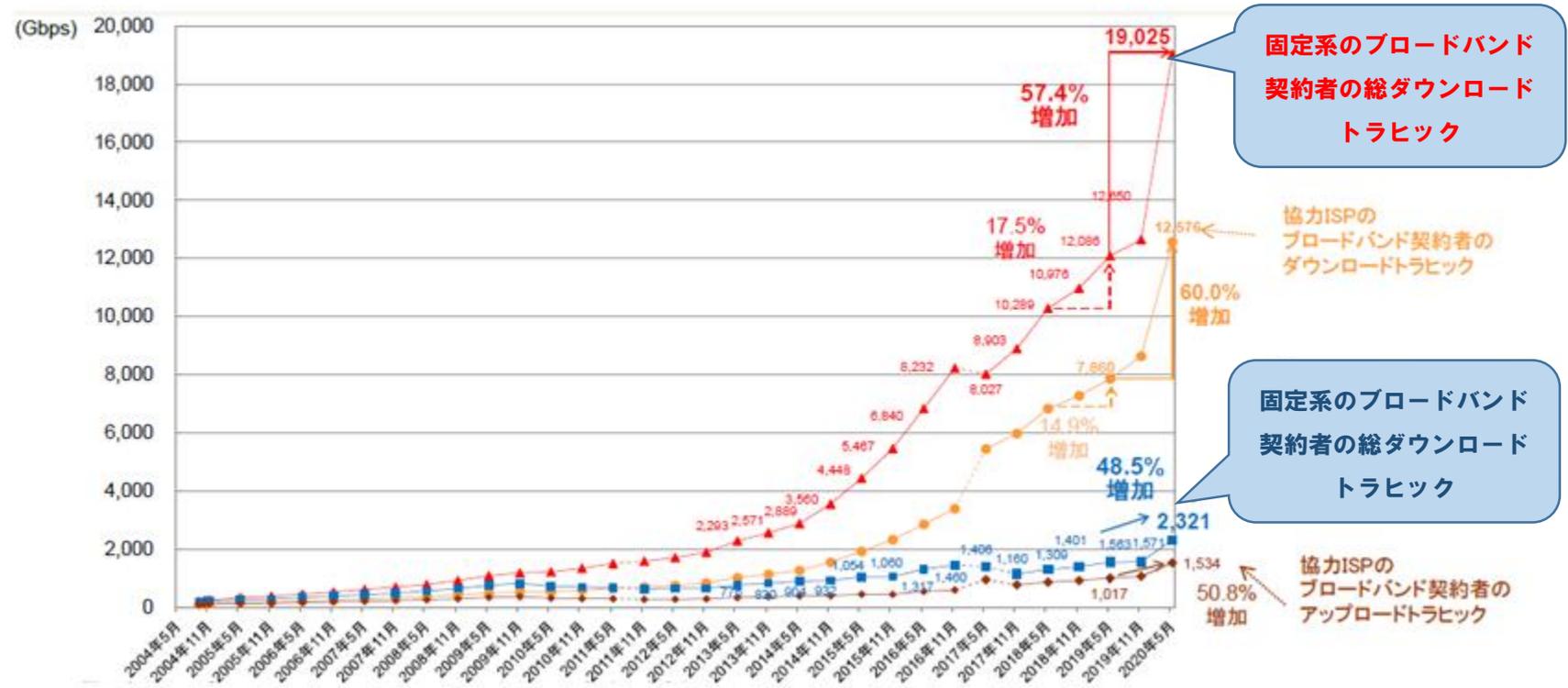


出典:株式会社ICT総研 「2020年度SNS利用動向に関する調査」

■ データトラフィック量の増加

固定系ブロードバンド契約者のダウンロードトラフィックは、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため在宅時間が増加したことにより、インターネットトラフィックが前年同月比57.4%と大幅に増加している。

主な要因としては、テレワークの浸透に伴うリモート会議や在宅時間が増加したことによる動画視聴等が考えられる。



出典：総務省2020年度「我が国のインターネットにおけるトラフィックの集計・試算」

第1部 行政経営を取り巻くデジタル化推進の動向

(1) 検討の背景 ～行政におけるデジタル化の取り組みの急加速

■ 国の動向

デジタル庁の創設

国の情報システムの統括・監理、地方共通のデジタル基盤の企画と総合調整、マイナンバー制度の企画立案の一元化、民間・準公共部門のデジタル化の支援、データ活用やサイバーセキュリティの実現等の業務における総合調整機能を有する内閣直属組織として、2021年9月1日にデジタル庁を設置予定。

デジタルガバメント実行計画

あらゆるサービスが最初から最後までデジタルで完結できるサービス設計12箇条に基づく、「すぐ使えて」、「簡単」で、「便利」な行政サービスを目指す(2020年度改訂)。

利用者にとって、行政のあらゆるサービスが最初から最後までデジタルで完結される行政サービスの100%デジタル化の実現する。

マイナンバー制度の抜本的な改善

公金受取口座との連携や、ATMによる口座振込でのマイナンバー活用、運転免許証のデジタル化によるマイナンバーカードとの一体化等による、抜本的な利便性の向上を図る。

自治体の情報セキュリティ「三層の対策」の見直しを行い、マイナポータル及びe-TAX等の利便性の向上を図る。

■ 東京都の動向

デジタルサービス局の創設

ICT人材を豊富に活用し、先端技術による全庁的な業務改革を先導するとともに、全職員のデジタル能力の底上げを図るなど、DX(デジタルトランスフォーメーション:ITの浸透が人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させるという概念)を力強く推し進める核となる組織として、2021年4月1日にデジタルサービス局を設置予定。

新たな都政 = 「シン・トセイ」

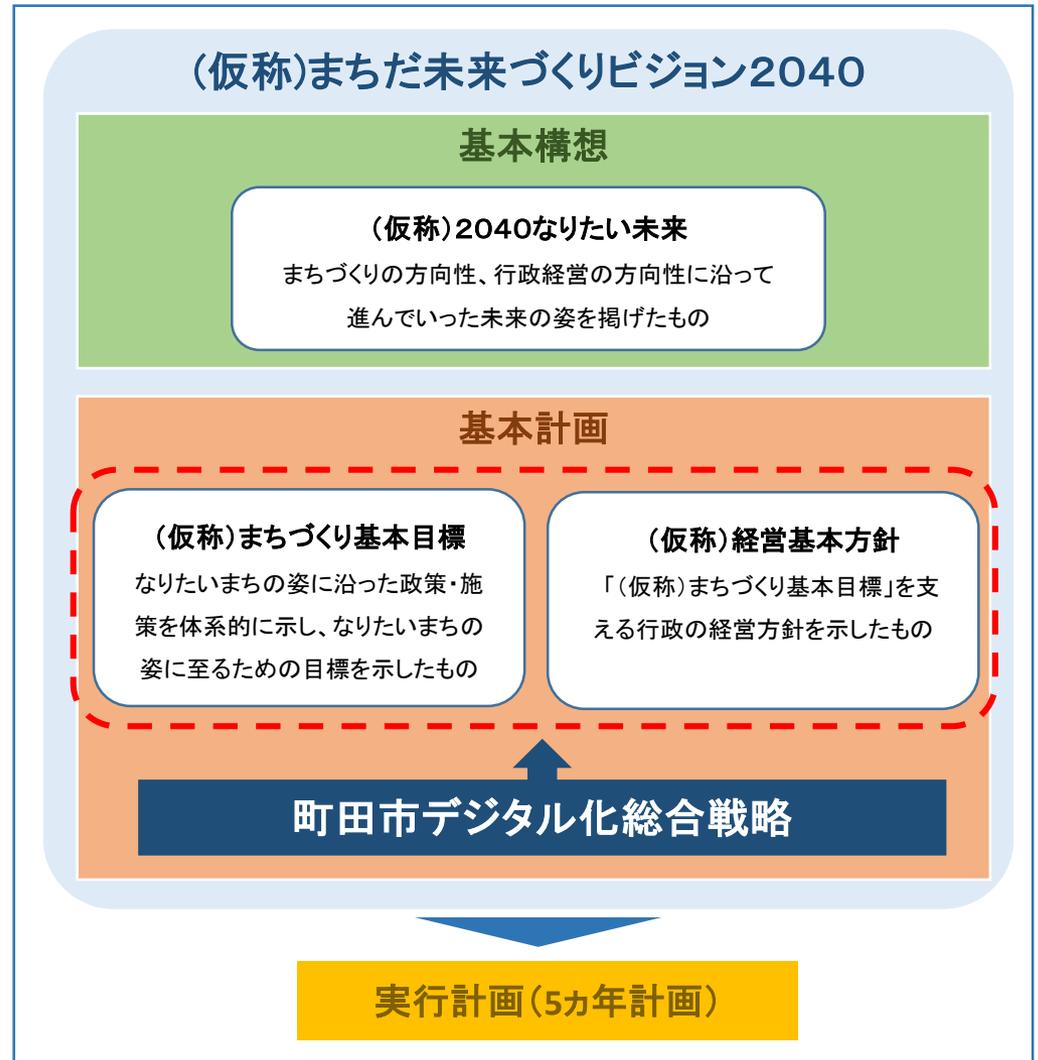
DXの推進を梃子として制度や仕組みの根本まで遡った「都政の構造改革」を強力に推進し、都政のQOS(クオリティ・オブ・サービス:サービス品質)を向上させることで、都民のQOL(クオリティ・オブ・ライフ:生活の質)を高め、誰もが安全・安心で幸せを享受できる社会を実現する。

スマート東京の実現

世界最高のモバイルインターネット「TOKYO Data Highway(TDH)」を基盤として、ビッグデータやAIなどの先端技術を活用し、経済発展や社会的課題の解決を両立させるSociety 5.0の実現に向けた取組をはじめ、データ共有と活用の仕組みを作り、最先端技術を活用した分野横断的なサービスの社会実装を強力に推進する。

■ 町田市デジタル化総合戦略

「(仮称)まちだ未来づくりビジョン2040」に、町田市デジタル化総合戦略を掲げている。この町田市デジタル化総合戦略に基づいてデジタル化による行政サービス改革に取り組み、誰もがデジタル技術の便益を享受し、安全で安心な暮らしや豊かさを実感できるような社会の実現を目指していく。



第1部 行政経営を取り巻くデジタル化推進の動向

(2) 町田市の取組み ～ デジタル活用の取組み

■ デジタル化による市民サービス向上の取組み

AI(人工知能)チャットボット

市役所の手続きや制度等に関する市民からの質問に対して、AIが対話形式で回答する「AIスタッフ総合案内サービス」を2019年12月から導入。



e-まち実現プロジェクト

市民の利便性と市役所業務の生産性の向上のため、デジタルの導入・活用を積極的に推進する庁内横断的なプロジェクトとして、2020年3月に発足。



小中学校におけるICT教育の推進

全ての児童・生徒が1人1台使用できるタブレット端末を2020年度中に整備し、オンライン学習による子どもたちの学びの機会の確保を実現する。



市民通報アプリ「まちピカ町田くん」

道路や公園施設等の不具合や生き物発見レポートを、スマートフォンのカメラとGPS機能を活用して市民が手軽に通報できるサービスを2018年4月から開始。アプリによる通報件数は695件(2018年)から765件(2019年)に増加。



町田市広報TV「まちテレ」

5分間のストーリーで町田市のあらゆる魅力をお伝えする広報番組。YouTubeで視聴することができる。2009年1月より配信開始しており、2020年度は8本配信。



デジタル化を活用した経済対策

キャッシュレス決済「PayPay」プレミアムポイント付与事業により、コロナ禍における市内経済の活性化を後押し(2020年12月～2021年1月)。



第1部 行政経営を取り巻くデジタル化推進の動向

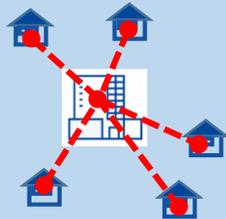
(2) 町田市の取組み ～ デジタル活用の取組み

■ デジタル化による行政事務の効果的、効率的な取組み

テレワーク・リモート会議・ビジネスチャット

感染症拡大等の緊急時における市役所業務の継続性と、生産性の向上、さらには働き方改革の促進として、2019年度より、テレワーク、リモート会議、ビジネスチャットを順次導入し、効果的・効率的な執務環境を積極的に推進。

テレワークの導入では、VPN接続回線を経由したリモート操作を可能とし、在宅でも庁舎と同程度のシステム環境を実現した。



AI-OCR、RPAの導入効果(2020年度)

職員が行っていた定型的な業務について、延べ16業務でRPAを導入し、564時間の削減効果がみられた。また、AIを組み込んだ光学的文字認識であるAI-OCRを、延べ3帳票で導入し、7時間の削減効果がみられた。



職員採用web面接等の導入

2020年度より、職員採用1次試験において、自宅で受験可能なWEB方式により民間で広く導入されているSPIを導入。また、面接試験においても、リモートによるweb面接を導入し、コロナ禍におけるテクノロジーを活用した採用事務を実現。これにより一般事務職の応募者数は前年度の901人から1784人に倍増し、効果的な人事行政を行っている。

電子化推進度ランキング全国3位

総務省の調査をもとに、日経グローバルが電子自治体の推進体制、業務・システムの効率化、情報セキュリティ対策等を点数化し、自治体の電子化推進度ランキング調査(2020年11月)を実施。町田市が全国3位にランクイン。



小学校の給食費公会計化

学校長が独自に徴収・管理を行う「私会計」から、市の予算に計上して徴収・管理する「公会計」に移行(2020年4月)。移行に合わせてシステムを導入するとともに、キャッシュレス決済(LINEPay、PayPay)を導入した。



第1部 行政経営を取り巻くデジタル化推進の動向

(3) デジタル活用による市民生活の主な変化

変化① インターネットを通じて、サービスの利用者と提供者の距離が近くなった

誰でも手軽に情報を収集・発信できるようになり、ユーザーによる情報発信の影響が大きくなってきた。

サービスの利用者と提供者による意見交換や情報交換、経済取引等が行いやすくなった。

具体的には・・・

- ・個人による動画配信、SNSによる情報発信
- ・ネットショップ、オンラインショップの増加
- ・個人による口コミや商品情報の推奨 等

変化② サービスの電子化によって、データによる情報管理ができるようになった

クラウドやビッグデータ等を活用して、日常生活における便利なサービスが生まれた。

インターネット等を活用して、様々な情報がリアルタイムに取得できるようになった。

具体的には・・・

- ・駅改札の通過情報で子どもの見守り
- ・家計管理、健康管理をスマホで実施
- ・スマホによる交通情報の経路検索 等

変化③ 物質的な生活水準が高まるにつれて、消費のあり方がモノ消費からコト消費の傾向に変化した

特別な時間、思い出、人間関係などの定量化できない体験を商品化するサービスが生まれた。

便利なモノを所有するのではなく、利用者にとって意味のあるものを共有するようになった。

具体的には・・・

- ・音楽をCD購入ではなく配信で聴く
- ・車中泊を楽しむアウトドアサービス(車泊)
- ・習い事や体験教室などの人気の高まり 等

デジタル社会の到来により、これまでよりもタイムリー、且つ、きめ細やかに利用者のニーズに応えていくことが可能となる等、私たちの生活利便性は大きく向上してきている。その一方で、個人や集団における情報格差や、個人情報等の情報セキュリティの強化といった新たな問題も発生している。

■ 行政経営における大胆なサービス改革の必要性

デジタル社会の到来により、誰もが様々なサービスを、時間や場所を問わずに享受することができるようになっており、これまで当たり前であったサービスのあり方や、働き方は大きく変化してきている。

このような中、推し進めていくべき行政経営におけるデジタル化は、単なるアナログからデジタルへの置き換えではなく、デジタル化により蓄積されたデータを活用し、これまでの常識に捉われない発想により、サービスのあり方そのものを変えていくものでなければならない。

これまでよりもタイムリー、且つ、きめ細やかに利用者のニーズに応じていくため、デジタル技術を活用して、既存の業務を徹底的に効率化していくとともに、新たな仕組みを構築し、よりイノベーティブ(革新的)な行政経営を実践していく必要がある。

インターネットを介して、人とモノをつなぐこと(ユーザーインターフェイス: UI) や、人がモノやサービスに触れて得られる体験や経験(ユーザーエクスペリエンス: UX) が日常生活レベルで大きく変化している。行政経営においても、魅力的なUIUXを創り上げながらサービスを展開していくことが求められる。

第1部 行政経営を取り巻くデジタル化推進の動向

(5) デジタルを活用したサービス改革のための課題

■ デジタルを活用した利便性の高いサービスを構築するための課題

市民が利便性を実感できるデジタル化

必要なときに速やかにサービスが受けられる等、市民がデジタル化の利便性を実感できるようにしていく必要がある。

SNS等を活用した市民と行政のコミュニケーション

デジタル技術を効果的に活用し、様々なチャネル(方法・手段)を通じて、多様な主体との円滑な連携を図っていく必要がある。

デジタルを活用した効果的な市民ニーズの把握

行政サービスにおいても、市民のニーズをしっかりと捉えるためにデジタルを効果的に活用していくことが必要である。

デジタルとアナログのシームレス化

複数のサービスやシステムがある中においても、それぞれの違いを認識せずに、サービスを利用できる環境を整えていく必要がある。

■ 誰もがデジタルを活用したサービスを受けられるための課題

利用しやすい形による市の情報資産を利活用

行政の持つ情報資産を市民にとって利用しやすい形で、市民に還元し、地域社会に役立てていく必要がある。

市民の暮らしを守る効果的な情報収集・発信

災害・感染症時等においては、デジタルを活用し、効果的に情報収集・情報発信を展開していく必要がある。

デジタルデバイド(情報格差)の解消

市民のリテラシー(情報活用能力)向上をサポートしていくことで、性別、年齢、属性に関係なく、誰もが利用可能な状態を作り出していく必要がある。

個人のプライバシーの保護

意図しない情報を第三者に漏えいすることのないよう、個人情報の保護を図るための制度を整えていく必要がある。

■ デジタルを最大限に活用していくための組織マネジメントの課題

組織内の既存業務の整理

デジタル化の前提として、ボトルネックとなる課題の洗い出しを行うとともに、既存業務のサービスデザインの見直しを行い、業務効率化と生産性向上を図っていく必要がある。

データドリブン経営の実践

データ化されていない情報についてデータ化し、分析することで、的確かつ迅速な意思決定を行い、サービスの最適化を図っていくデータドリブン経営を実践していく必要がある。

組織間連携の強化

それぞれの組織が有する情報を結び付けていくことで、新たなサービスを生み出す等、組織間の連携をより強化することにより、市民ニーズに的確に対応していく必要がある。

強固な情報セキュリティの構築

コンピュータや通信ネットワークのシステム障害等により、大きな社会的被害を受けることのないよう、情報セキュリティを強化していく必要がある。

第1部 行政経営を取り巻くデジタル化推進の動向

(6) デジタル社会における基本的な考え方

デジタル化による 多様な主体との協働の促進

地域で安心して生活していくためには、多様な主体がつながり、助け合っていく仕組みを整えていくことが大切である。デジタル技術を活用し、それぞれの主体が能力を最大限発揮できるよう、取り組んで行く必要がある。

市民が実感できるデジタル化の利便性

市民が日常生活で既に享受しているデジタル化の利便性を行政サービスにおいても実感・納得できるようにしていくことが大切である。同時に、特定の人だけがその恩恵を享受するのではなく、誰もが利用可能な状態を実現し、デジタルデバイドを生じさせないことを念頭に市民の利便性向上を図っていく必要がある。

市民の暮らしを守る デジタル技術の活用

自然災害や感染症等の危機事態から市民の安全を確保していくことが大切である。デジタル技術を活用した質の高い危機管理及び円滑な災害対応を行っていくことが必要である。

デジタル化による市役所業務の生産性向上

これまで行ってきた事務事業のやり方を大胆に見直し、全ての業務について、どのようなデジタル技術を活用できるか検討していく必要がある。また、デジタル化による業務改革と、デジタル化を進める上で必要な人材育成を推進していく必要がある。



データの利活用と情報セキュリティ

行政が保有する情報は、市民の情報資産でもある。これらの情報資産を活用しやすい形で市民に還元していくことが必要である。情報活用の一方で、情報漏えいの危険性等負の側面があるため強固な情報セキュリティを構築していく必要がある。

これからの市役所業務においては、市民生活を支えていくための人との関わりを大切にできるようなデジタル技術の活用を図っていく必要があるため、これまでの町田市の強みである人と人とのつながりを活かし、市民とのリレーションシップを充実させていく。

第2部 デジタルを活用した市民とのリレーションシップ

NTTDによる今後の展開についての考察

(1) NTTDによる今後の展開についての考察

～ 今後の情報社会のトレンド ～

今後の情報社会のトレンドとして「個の追求」に着目。技術進化により個の影響力が拡大を続ける社会において、国や企業は個を重視した活動にシフトし始めている。



今後10年の間に
社会・ビジネスに大きなインパクトを
与える変化の予見



個の追求



世界の拡大



規範の探求

出典：NTT DATA Technology Foresight 2020より抜粋

(1)NTTDによる今後の展開についての考察

～ 個のインパクト、個の把握 ～

SNSが世界に広がり、世界総人口の過半数にせまる49%、38億もの人々が利用。
SNSを通じた個の発想による個の発信が容易になり、その発信が複数の個をつなげ、時には政治的、社会的にも多大な影響を与えるまでになっている。

個を重視した活動

個のインパクトが社会・ビジネスを動かす



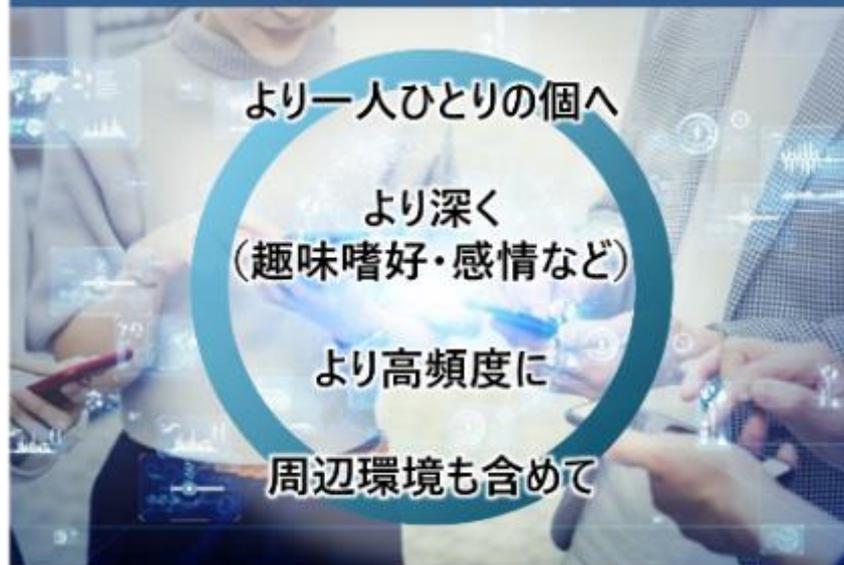
詳細な個の把握

より一人ひとりの個へ

より深く
(趣味嗜好・感情など)

より高頻度に

周辺環境も含めて



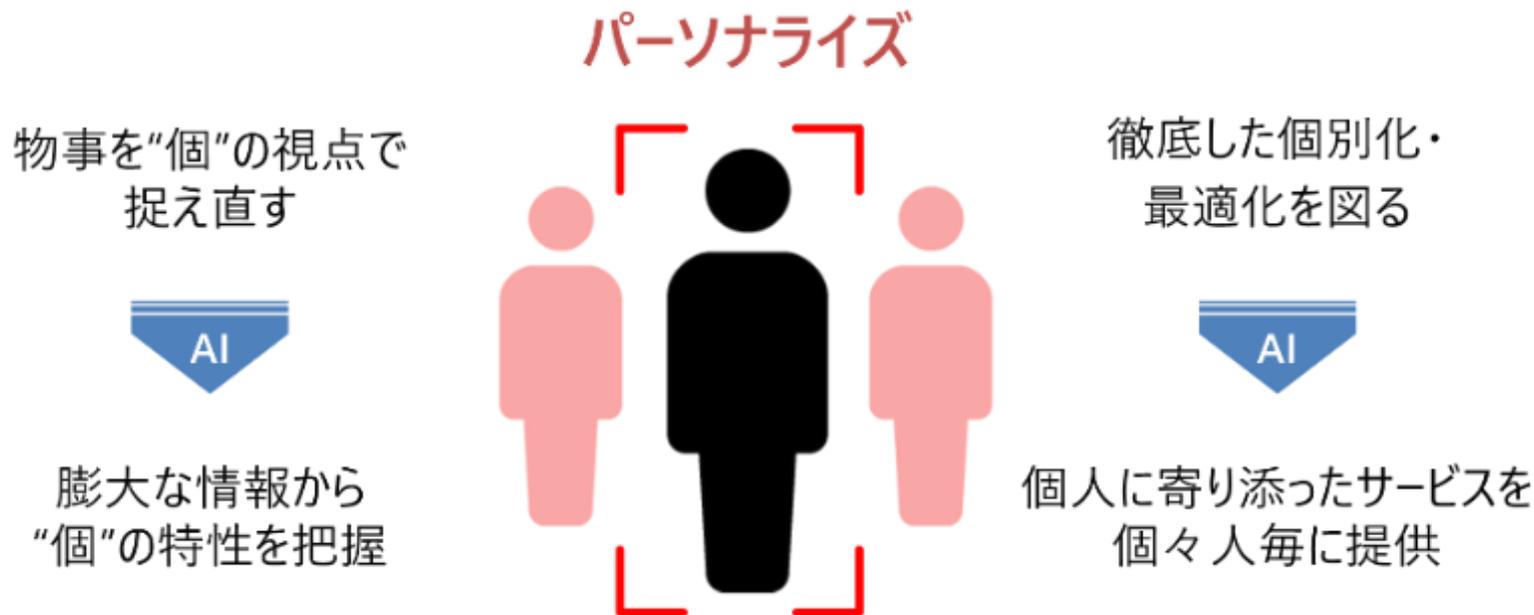
“マス”から“パーソナル”へと志向・行動が変化する中、
「個」の視点を持つことが、新たなビジネス機会を生み出す重要な要素となる

出典：NTT DATA Technology Foresight 2020より抜粋

(1)NTTDによる今後の展開についての考察

～ 個の視点、個別最適化 ～

「パーソナライズ(個別最適化)」がキーワード。そのカギとなるのがAI。
AIにより、膨大な情報の中からユーザの趣味・思考・行動パターンといった特性を把握、個々人毎に最適な、その個人に寄り添った形のサービスを提供することが可能となる。



出典：NTT DATA Technology Foresight 2020より抜粋

「デジタルの活用により、一人ひとりのニーズに合ったサービスを選ぶことができ、多様な幸せが実現できる社会」、「誰一人取り残さない、人に優しいデジタル化」
(デジタル社会の実現に向けた改革の基本方針より抜粋)

(1)NTTDによる今後の展開についての考察

～ スマートフォン＝データドリブンを実現にした強力な武器 ～

スマートフォンは強力なセンサー。利用者のあらゆる操作を捉え、それを実施した場所を認識、その動作パターンを拾い、データ化してクラウドに送る。

多数のセンサで個々人のデータを集め リアルタイムでクラウドと通信

スマートフォン

操作データ スマホアプリ

場所データ GPS

行動データ 加速度センサ

通信 4G/5G

クラウド

蓄積＋分析

顧客分類

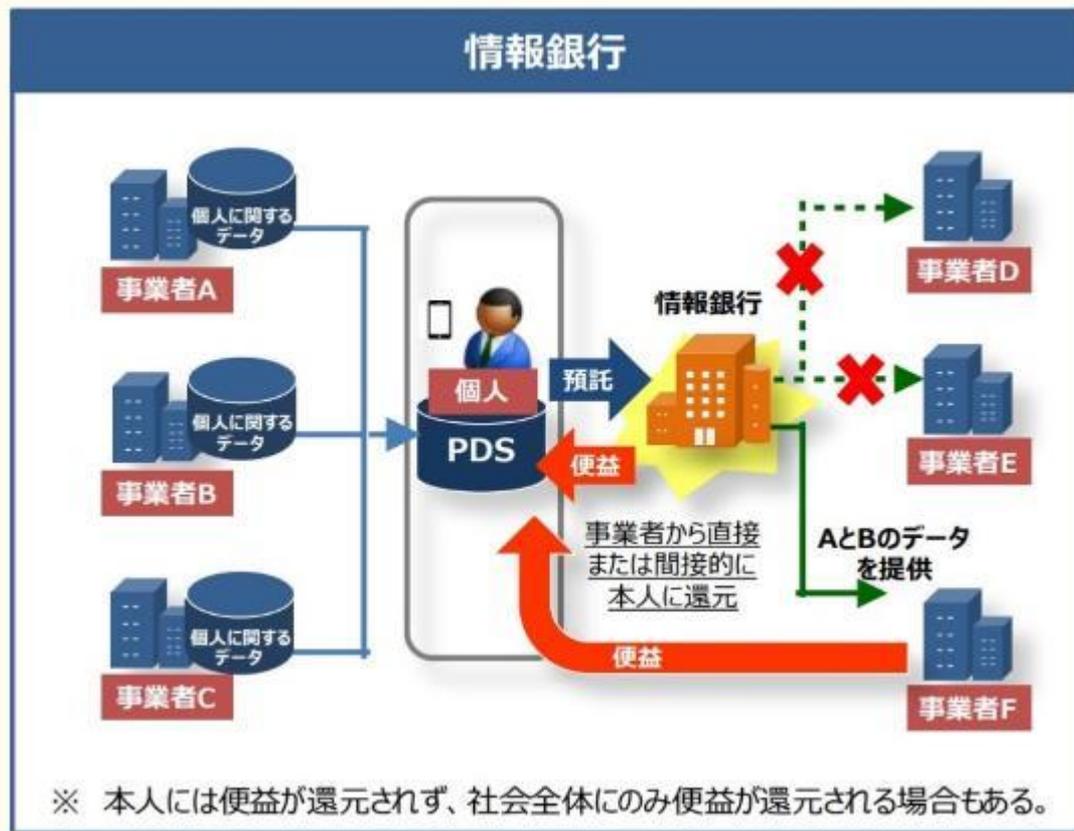
顧客毎に最適化

(1)NTTDによる今後の展開についての考察

～事例の紹介 個人のデータを管理する情報銀行の取組み～

情報銀行とは、個人が利用してよい企業や目的を決めたうえでデータを提供し、データを活用した企業が見返りとして個人に合わせたサービスや商品を用意し、メリットを提供する枠組み

情報銀行とは



出典:内閣官房IT総合戦略室「AI・IoT時代におけるデータ活用ワーキンググループ」)

個人の同意に基づいて提供されたデータを蓄積し、複数の企業や機関が共有することで、精度・ボリュームともに高い情報を活用したビジネスの発展に寄与する。

また、情報銀行を経由して、データの提供をすることで、個人にとっては、自分のデータの流通を、自らコントロールすることが可能になる大きなメリットがある。

預託される個人データの例

- ・健康状態
- ・仕事・収入情報
- ・インターネットでの購買履歴
- ・位置情報やその行動履歴
- ・金融情報 など

NTTデータは情報銀行間を跨ぐプラットフォームサービスとして「My Information Tracer™」(以下、mint)を提供します。
<https://www.nttdata.com/jp/ja/services/information-bank/>

第2部 デジタルを活用した市民とのリレーションシップ

(2) デジタルを活用した市民とのリレーションシップ

■ デジタル社会における市民とのリレーションシップの基本的な考え方

市民が実感できる デジタル化の利便性	デジタル化による市役所 業務の生産性向上	デジタル化による多様な 主体との協働の促進	市民の暮らしを守る デジタル技術の活用	データの利活用と 情報セキュリティ
-----------------------	-------------------------	--------------------------	------------------------	----------------------

デジタル化により生産性を向上し、職員は人にしかできない対人サービスやクリエイティブな仕事に注力していくとともに、デジタル化を進めることで、これまでの町田市の強みである人と人とのつながりをより強固にしていく。



■ これまで町田市が取り組んできた人と人とのつながり

- ① 市民参加型事業評価の実施
- ② 地域活動サポートオフィス(中間支援組織)の開設
- ③ まちだ〇ごと大作戦18-20
- ④ 南町田拠点創出まちづくりプロジェクト
- ⑤ 認知症カフェ「Dカフェ」
- ⑥ DBO方式による熱回収施設の整備
- ⑦ アクティブシニア介護人材バンク



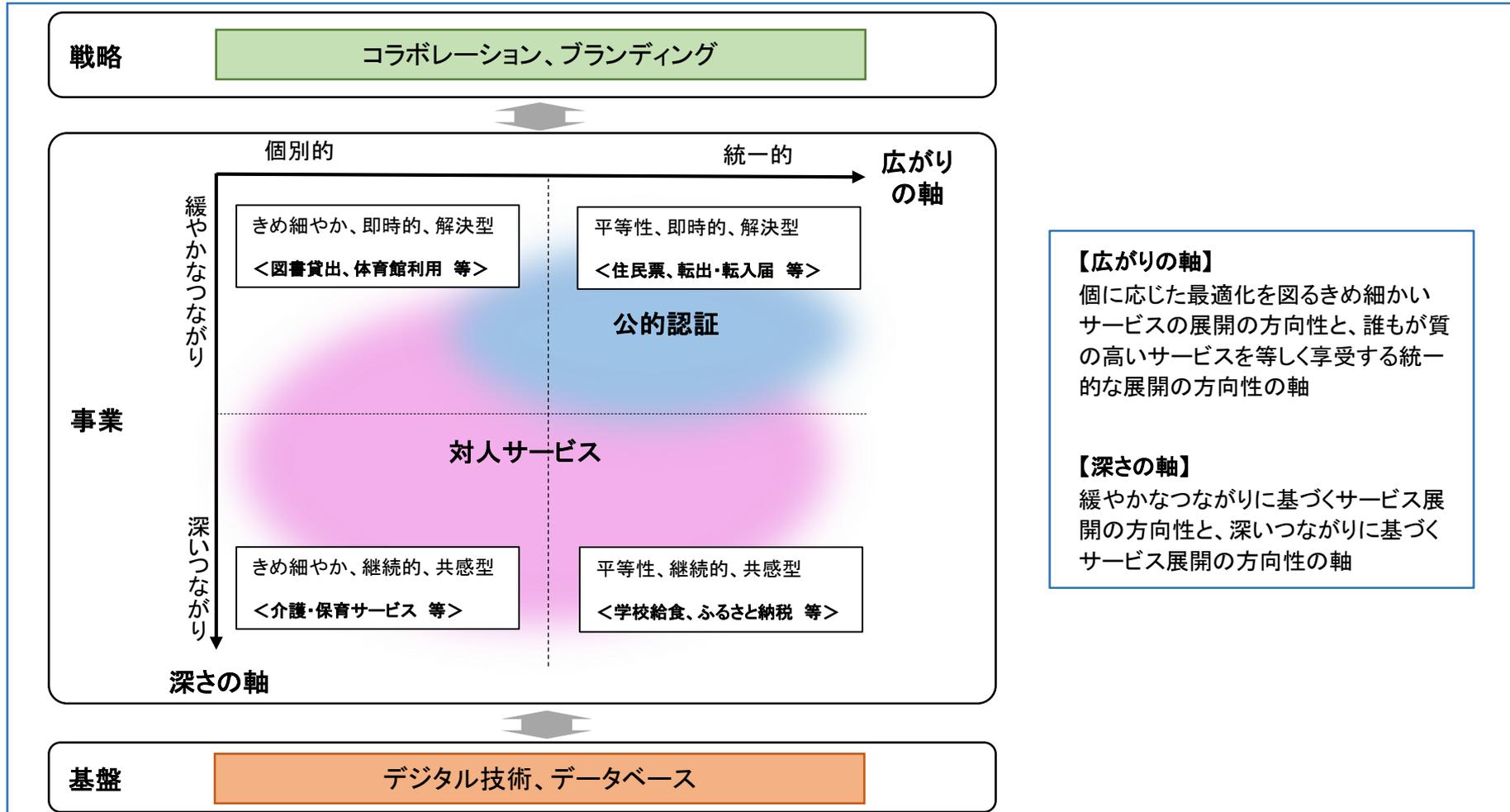
■ デジタルを活用した人と人とのつながり

データマッチングによる 地域の課題解決	SNS等を活用した市民と 行政のコミュニケーション
データ活用やAI分析等に よる市民ニーズの把握	データ分析に基づく 予測・シミュレーション

変遷していく展開の手法や技術、顧客の行動や価値観等を的確に捉えつつ、サービスの利用者と提供者が互いの理解を深め、良好な関係性を構築することで、発展的な関係性を築いていく取り組みである市民とのリレーションシップを進めていく。

第2部 デジタルを活用した市民とのリレーションシップ

(3) 行政経営における市民とのリレーションシップの展開イメージ



市民サービスは公正を確保することで市民からの信頼を得つつ、デジタル技術を活用し、効率的にサービスを提供していく(電子化、機械化)、あるいは、きめ細かいサービスを提供していく(AI技術の活用、人的資源マネジメント)等、最適なリレーションシップを展開していく必要がある。

市民とのリレーションシップにおけるデジタルの活用
～ デジタルを活用したコラボレーションとブランディング ～

■ コラボレーションとは

地域の課題に対して行政だけで取り組むのではなく、市民、地域、企業、大学、他自治体等と積極的に連携していくことで新たなアイデアやサービスを生み出し、地域力で地域課題に対応していく取り組み。

市民参加型事業評価

評価対象事業について、市民と有識者が構成する評価人チームが事業所管課との議論を通じて、事業の課題等を洗い出し、現状を評価する。2019年度は「まちテレ」でライブ配信し、傍聴者やライブ配信の視聴者によるインターネット投票を実施。

まちだ〇ごと大作戦 18-20

市民・地域・企業等が、やってみたい夢の実現に向けた取り組みを、賛同者の知恵や応援を得て、地域の結びつきをより強めながら実施していく。2018年から開始、累計取組件数228件。

南町田拠点創出まちづくり プロジェクト

町田市と東急株式会社が連携・共同し、駅直結の商業施設と都市公園、都市型住宅等を一体的に再整備・再構築し、新しい暮らしの拠点をつくり出すプロジェクト。2019年11月13日のまちびらき後13日目で100万人の来場者数に到達。

■ 市民から求められること

- 同じ目的を持つ仲間と出会い、共に取り組むことで共感が得られること
- 多様な価値観を持つ人との対話によって新たなサービスを生み出すこと
- 多様な主体との共創により自分たちのなりたいを叶えること
- 協働することでやすらぎの場や居場所の空間となること

■ 今後の展開

地域の課題を解決し、地域の魅力を向上させていくため、デジタル技術を活用し、時間や場所を問わずに多様な主体が参加できるプラットフォームをつくり、町田市は、そのアイデアをつなげ、新たな価値を創出していくプラットフォームとしての役割を果たしていく。多様な主体が参加することにより、行政経営におけるさらなる公正性の確保と事業の透明性を高めていく。また、官民データの連携やリアルタイムデータ等を活用し、さらなるオープンイノベーションを創発していく必要がある。

■ プラットフォームの創設とアイデアの結集

■ 仙台市の事例 ～ 産学官の連携によるイノベーションの創出



仙台市では、IoTやAI、VR(仮想現実)/AR(拡張現実)、5G等の先端技術とさまざまな産業との掛け合わせ(X-TECH)による新事業の創出や、それをリードする先端IT人材の育成・交流により、テクノロジーの力でイノベーションを生み出し、都市の体験をアップデートしていくことを目指すプロジェクトを実施。

本事業は、2019年度策定の「仙台市経済成長戦略2023」の重点プロジェクトに位置付けられ、市内におけるイノベーション形成の取り組みとして産学官の連携により一体的に展開されている。

■ 神戸市の事例 ～ スタートアップ企業との共創による行政課題の解決



神戸市では、市民サービスの向上と新産業創出を実現するサービスの開発について、スタートアップ(成長型起業家)と市職員が協働して解決する取り組み「Urban Innovation KOBE」を2017年9月から開始。

行政課題ごとにプロジェクト化した案件に対し、スタートアップ企業からの提案を募り、優れた提案が本格採用されることで企業のスキルや知名度の向上が図られ、スタートアップ企業と行政職員が協働して新たな地域課題を解決していく手法として、他の自治体においても展開され、注目されている。

■ 町田市における取り組み案(まちだ共創ラボによるプラットフォームの展開)

《 現状・課題 》

多様化・複雑化する市民ニーズに応じていくためには、市民、地域、企業、大学、他自治体等の主体が能力を最大限発揮できるよう、取り組んで行く必要がある。



取組①

市役所の共創プラットフォーム化

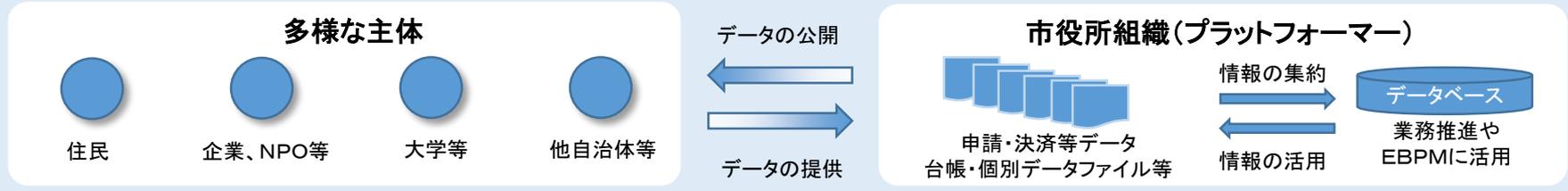
市民、地域、企業、大学、他自治体等の多様な主体が、アイデア等を共有し、同じ目的のもとで活動できる場を形成していく。

取組②

「まちだイノベーションプロジェクト」の実践

多様な主体が連携し、先端技術とさまざまな産業との掛け合わせを行うこと等により、地域課題解決や新事業の創出を図り、テクノロジーの力でイノベーションを生み出していく。

まちだ共創ラボによるプラットフォーム ～ デジタル技術を活用し、時間や場所の制約を受けない共創ラボ(デジタルプラットフォーム)も構築



	市役所の取り組み	市民の利便性
取組① (プラットフォーム)	市民からの問い合わせ窓口を一本化し、多様な主体が参加できるプラットフォームをつくる。	地域課題やアイデアを、様々なステークホルダーとの対話により共有することができる。
取組② (まちだイノベーションプロジェクト)	先端技術と産業とを掛け合わせることで、地域の課題解決や新事業の創出を図る「まちだイノベーションプロジェクト」を実践していく。	様々なステークホルダーと出会い、対話することで目的やアイデアを共有できる。

■ ブランディングとは

市民と行政が協力しながら、都市の魅力を市内外に戦略的・継続的にアピールしていくものであり、市民には住むまちへの愛着や市民であることの誇りを育み、市外居住者にはそのまちへの関心と憧れを醸成する。中長期的に「このまちで暮らしたい」、「学びたい」、「働きたい」、「買い物や遊びに訪れたい」等、地域をプロデュースし、都市の魅力を高めていくことを目的としている。

まちだ シティプロモーション

戦略的・継続的コミュニケーション、都市イメージ構築、市民参加を促す仕組みづくりの3つを基本方針とした、「まちだシティプロモーション基本計画」を2021年度に策定予定。

まちだ 子育てブランドブック

市内外の子育て層に対し、町田市での子育ての魅力を伝え、転入促進や子育て生活の魅力を再認識してもらう小冊子を2016年から発行している。

町田市ロゴマーク いいことふくらむまちだ

マークの上部に好きな言葉を入れてアレンジすることができ、印刷物や制作物、HP等営利目的を含めて誰でも自由に使用することができる。2014年に市民投票で決定した。

■ 市民から求められること

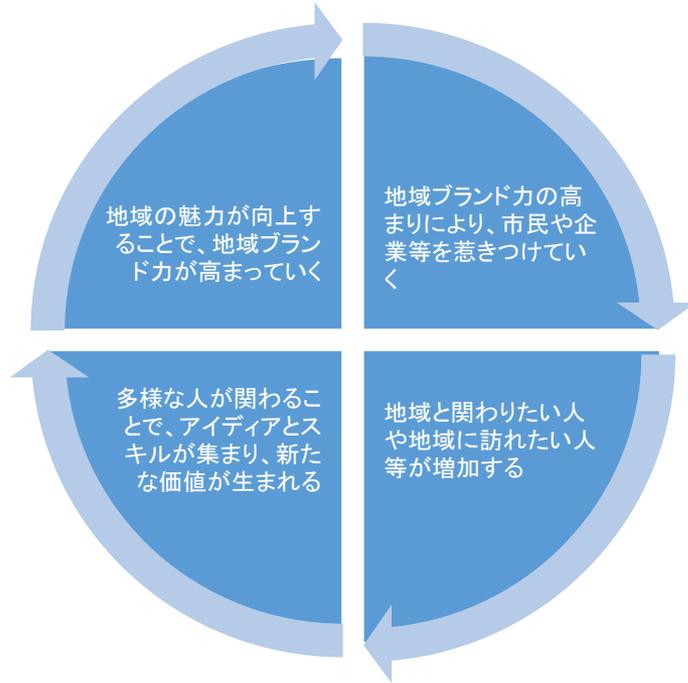
- 町田市に対する愛着や誇りを持ち、町田市での暮らしや活動・体験を他者に推奨できること
- 町田市での暮らしや活動を認知・共感でき、町田市に対して関心や憧れを持てること

■ 今後の展開

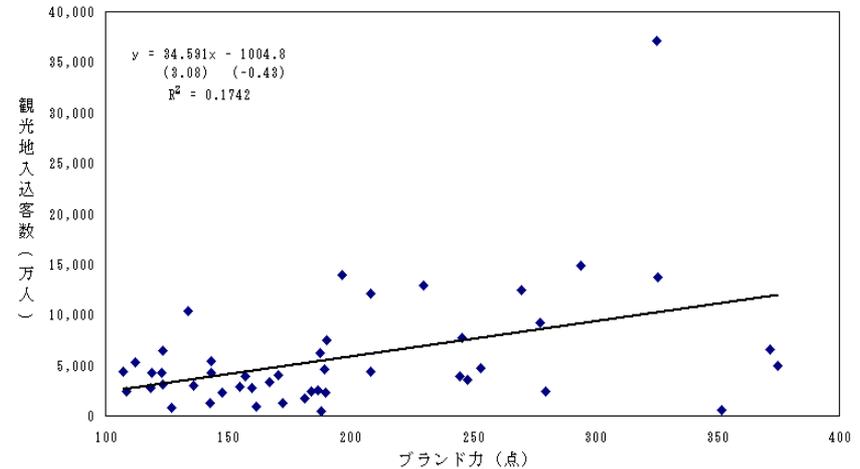
町田市に対する関心を高め、市民や地域が自ら価値を発信する「推奨」を後押ししていくため、町田市での暮らしを体験的にイメージできるストーリー性のある動画コンテンツ等を各分野ごとに発信していく。また、個人の属性情報や行動情報等に応じたパーソナライズ化された情報を効果的に発信していくため、民間企業等と連携しながら戦略的に取り組んでいく必要がある。

■ 地域ブランド力を高めていくことによる効果

地域ブランド力を高めていくことによる効果



地域ブランド力と観光地入込客数との相関について



(出典) 内閣府「地域の経済2005」 -高付加価値化を模索する地域経済-

「地域ブランド力」・・・ブランド独自性(他の地域と比べて特徴や違いを感じるか)、ブランド愛着度(その地域に愛着を感じるか)、購入意向(その地域ブランドを購入したいか)、訪問意向(その地域を訪れてみたいか)、居住意向(その地域に住んでみたいか)の合計得点で算出。

地域ブランド力と観光地入込客数をプロットしてみると、緩やかな相関関係にあり、地域ブランド力を高めれば、観光客を呼び込むことができる。このように、地域ブランド力が高まることで、市民や企業等を惹きつけ、多様な人が関わることで、アイデアとスキルが集まり、地域の魅力が向上するという好循環が生まれることが期待できる。

■ 町田市における取り組み案(“いいことふくらむまちだ” シティプロモーション)

《 現状・課題 》

物質的な生活水準が高まるにつれて、消費のあり方がモノ消費からコト消費の傾向に変化するとともに、個人の発信力の影響が大きくなってきている。そのため、体験を共有できるコンテンツの発信や、市民と連携した情報発信を行っていく必要がある。

取組① 動画コンテンツによるシティプロモーション

「町田市を訪れたらこんな体験ができる」「町田市で暮らしたらこんなライフスタイルになる」等をイメージすることができる動画コンテンツを分野ごとに作成し、情報を発信していく。



取組② 43万人のインフルエンサーによる「まち魅力の推奨」

市民や地域が自ら価値を発信する「推奨」に着目し、大きな影響力を持つインフルエンサーによるまちの魅力発信を後押ししていく。

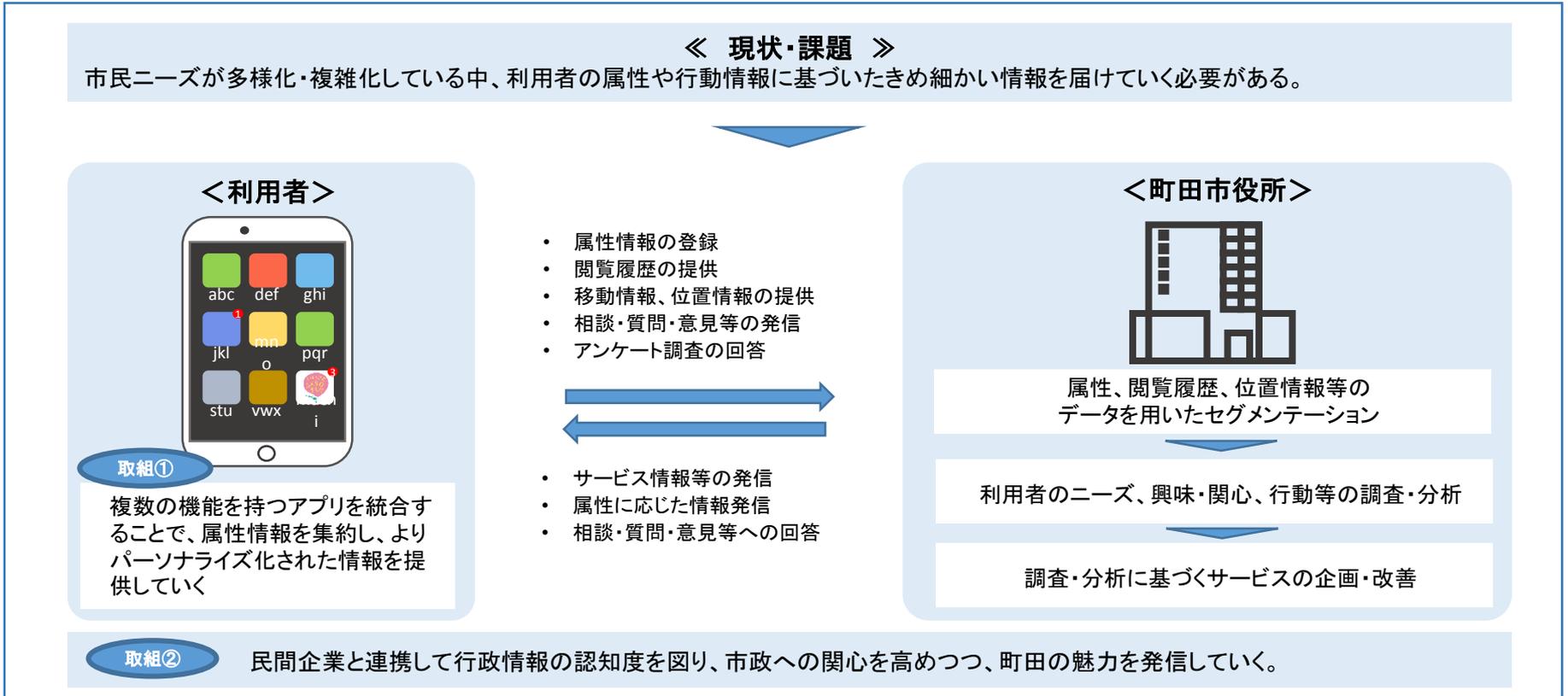
推奨

価値を発信する

体験の共有がサービス・商品への大きな影響力を持つ

	市役所の取り組み	市民の利便性
取組① (動画コンテンツの配信)	町田市の暮らしをイメージすることができる動画コンテンツや町田市で活躍する市民の動画コンテンツを分野ごとに作成していく。	「町田市を訪れたらこんな体験ができる」「町田市で暮らしたらこんなライフスタイルになる」等をイメージすることができる。
取組② (まちの魅力の推奨)	市民が自ら価値を発信する「推奨」に着目し、サービスや商品に大きな影響力を持つステークホルダーと連携していく。	市民や地域が自ら価値を発信することができ、シティプロモーションに参加することができる。

■ 町田市における取り組み案(いいことふくらむアプリ)



	市役所の取り組み	市民の利便性
取組① (アプリを統合し、きめ細かい情報を発信)	子育て情報アプリ、健康情報アプリ等の複数の機能を持つアプリを提供し、利用者の属性や行動情報に基づいたきめ細かい情報を発信していく。	登録情報に応じた子育て、防災、医療・健康等の行政サービスを受け取ることができる。
取組② (民間アプリとの連携)	民間企業と連携して行政情報の認知度を図り、市政への関心を高めつつ、町田の魅力を発信していく。	登録情報に応じた行政サービスに加え、商品やクーポン等の民間サービスを受け取ることができる。

デジタルを活用した市民とのリレーションシップ

～ 公的認証と対人サービス ～

■ 公的認証とは

基礎自治体の根幹的な役割である「公的認証」については、個人のアイデンティティに対して、市役所が公的に信頼性を付与していくことで、市民生活を支えていく業務のこと。

住民登録・課税証明業務

「住所変更」「相続手続き」「不動産登記」「賃貸契約」「就職」等、市民が経済活動を行う場面で、公的な証明を発行する業務。

介護保険の認定・調査業務

要介護認定を受けた方が必要なサービスを受けるために、公的な証明を発行する業務。審査過程においては、調査員が被保険者本人等と対面し、聞き取り調査を行う業務。

建築確認・道路占用許可業務

建物が建築基準法の規定を満たしているか確認し、公的な証明を発行する業務。道路を通行目的以外で使用したり、モノを設置するような場面で、公的な証明を発行する業務。

■ 市民から求められること

- 信頼性を証明するものであること
- 窓口には並ばずに手続きが可能であること
- 閉庁時間であっても手続きが可能であること
- 同じようなことを二度説明したり、申請しなくて済むこと

■ デジタル活用における主なボトルネック

- 法令上の制約がある(対面主義、データ連携、個人情報等)
- 組織間でデータ連携がなされていない
- 自治体システムの3層構造(インターネット接続系、LGWAN接続系、マイナンバー利用事務系)

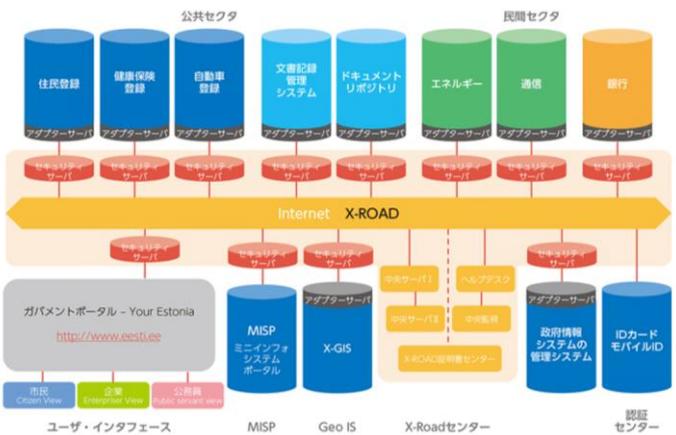
■ 今後の展開

この分野は、速やか且つ確実にサービス対象として認定する業務であるため、徹底的にデジタル化を進め、時間や場所の制約を受けることなく申請できるようにする等、市民の利便性と市役所の生産性の向上につなげていく。今後は、データベースを整理し、情報を連携していくことでワンストップ化(一度提出した情報は再提出を不要とする原則)を進め、市民視点のサービスを展開していく必要がある。

■ デジタル先進国家エストニアを支えるデジタルの仕組み「X-Road」

■ エストニアにおける行政サービス電子化の構造

出典：総務省「平成27年度版情報通信白書」より抜粋・編集



エストニアでは、15歳以上の国民に対して電子 ID カードの所有が義務付けられており、国民は電子 ID を利用しX-Roadにより連携されているポータルサイトからログインすることで、納税、選挙、教育、健康保険、警察業務等のオンラインサービスを利用することができる。

そのため、一度自分の情報を提出すれば、他の機関に同じ情報を提出する必要がない「ワンスオンリー」が浸透しており、オンラインサービスの利便性が高い。この「X-Road」により、行政サービスや民間サービスに関する情報をインターネット上で交換することが可能となるため、本人確認、税関係の申請手続き、電子投票といった地方公共団体が行う公的認証等について、効率的な電子化推進が図られている。

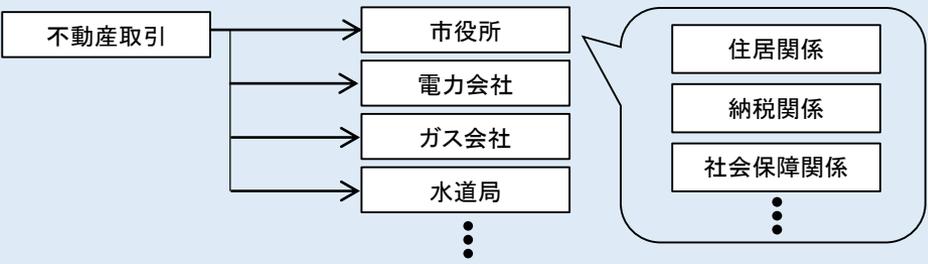
■ エストニア政府におけるデジタル化の推進方針

出典：「e-Estonia guide」より抜粋・編集



■ 連携ネットワークを活用した展開事例 ～ 引っ越しに伴う住所変更等の手続きのワンストップ化 ～

不動産取引の情報に基づき、「住民票」「電気」「水道」「ガス」の変更手続きを同時に行うことができる。



1回の手続きで引っ越し手続きが完了！！

第2部 デジタルを活用した市民とのリレーションシップ

(5) 行政経営における市民とのリレーションシップ ～【事業】対人サービス

■ 対人サービスとは

市役所の「対人サービス」とは、住民にとって一番身近な行政として、市民のニーズに対して、市役所が公的サービスにより市民生活を支援していく業務のこと。

小・中学校における タブレット端末の活用

全ての児童・生徒が、1人1台使用できるタブレット端末を整備し、緊急時においてもオンライン学習等を通じて学びの機会を確保できるよう、学校教育の充実を図っている。

市民通報アプリ 「まちピカ町田くん」

道路や公園施設等の不具合や生き物発見レポートを、スマホカメラとGPS機能を活用して市民が手軽に通報できることより、効果的な維持管理を行っている。

出産・子育てしっかりサポート事業 「ゆりかご・まちだ」

市民が安心して出産を迎え、子育てが楽しくできるよう、妊婦の方に対して、保健師等が面接により、体調や産後の子育て環境等に関する相談支援を行っている。

■ 市民から求められること

- 必要なときに、必要なサービスが受けられること
- 複数のサービスの中から最適なサービスを選択できること
- 個に応じたきめこまかいサービスが受けられること
- 利用して満足が得られるサービスが受けられること

■ デジタル活用における主なボトルネック

- 法令上の制約がある(データ連携、個人情報等)
- 組織間でデータ連携がなされていない
- 大容量通信環境が社会インフラとして整っていない

■ 今後の展開

この分野は、プラットフォーム等を活用し、対話を通じて市民の本質的なニーズを捉えて課題を解決していく必要があるため、人と人を介した営みに意義を見出すプロセスに留意し、市民視点に基づいたデジタル化を進め、一人ひとりの状況や特性に応じた個別最適化されたサービスを提供していく必要がある。今後、対面での価値をより高めていくとともに、IoTの導入、AIによる分析等といったデジタル技術を活用し、利用者がデジタルとアナログの違いを認識することなく質の高いサービスを受けられるようにしていく。

■ 小・中学校教育におけるデジタル技術の活用

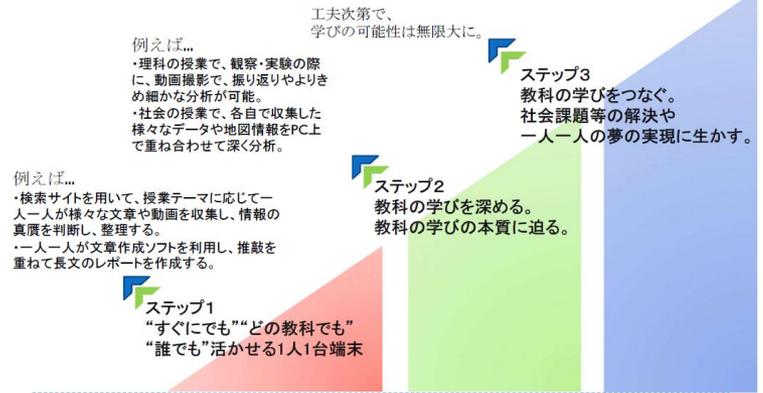
■ 1人1台端末の環境における学習スタイルとその効果



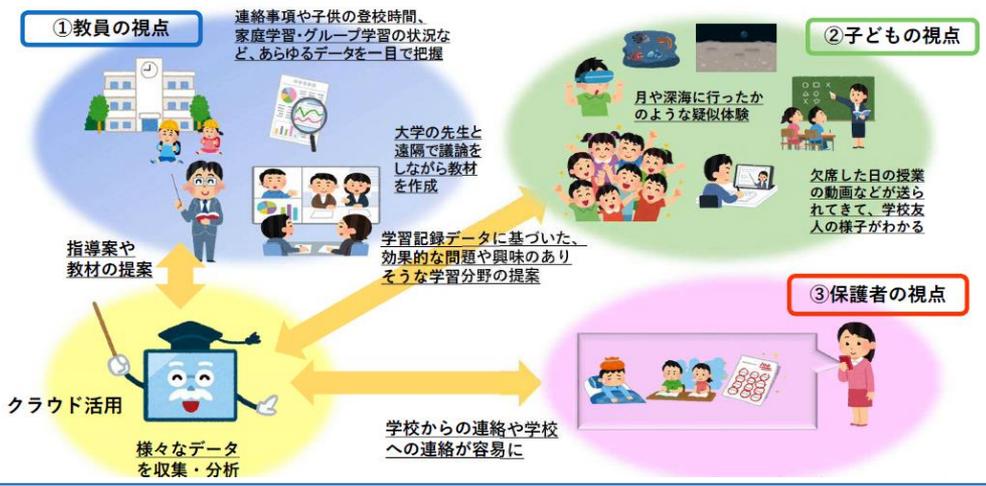
学校の授業は、それぞれの学習スタイルが組み合わされた学びの場として展開される。
 これにより、子どもたち同士が教えあい学びあう機会が生まれ、協働的な学びが実現する。

これからの教員は、一人ひとりの能力や特性に応じた学習支援の指導力と
 子どもたち同士が教えあい学びあう協働学習を支える指導力が求められていくことが予想される。

◆「1人1台端末・高速通信環境」を活かした学びの変容のイメージ



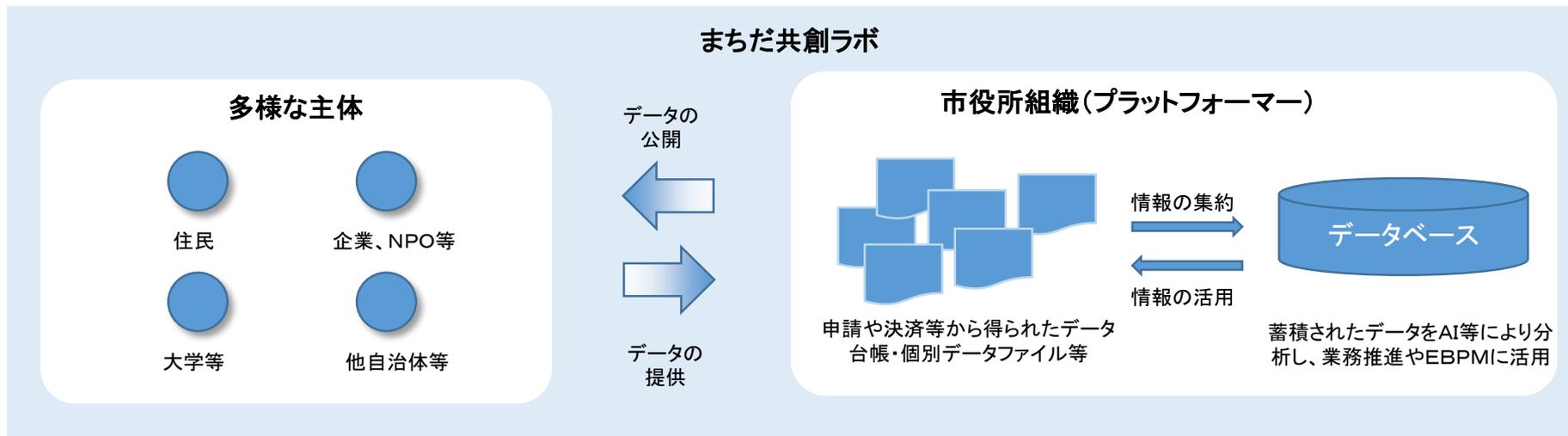
出典：川崎市「ICTを活用した今後の学校教育のあり方について」より抜粋・編集



デジタルを活用した市民とのリレーションシップ

～ デジタル技術とデータベース ～

■ 町田市における取り組み案(データベースの活用)



	市役所の取り組み	市民の利便性
STEP① (データの一元化)	申請・決済等のデータや各課で保存されている台帳データ、個別データを、データベースとして一元化していく。	—
STEP② (EBPM等への活用)	データベースを活用し、各課における生産性の高い業務推進と、マーケティング活動や政策決定を行っていく。	—
STEP③ (オープンデータ化)	データを抽象化することで、公開可能データに変換し、公的な情報資産を地域の多様な主体と共有していく。	調査・研究等の社会経済活動にデータを活用することができる。
STEP④ (官民連携プラットフォーム)	行政データと民間データを組み合わせた官民連携のプラットフォームをつくり、イノベーションの発展につなげていく。	官民連携のプラットフォームにより、より多くの情報を活用することができ、新たな価値を創出することができる。

デジタルを活用した市民とのリレーションシップ

～ 組織づくりと人材育成 ～

■ 強固なリレーションシップを構築するための組織づくり

市民目線のマネジメント

調査方法の選定、調査の実施、調査結果とデータ分析に基づく企画立案を事業の所管部署が自ら行い、市民ニーズに応えたサービスデザインをデマンドサイドで設計していく。

プラットフォーム機能の発揮

デジタル技術を活用し、市民、大学、NPO、企業等をマッチングによってつなげ、創発を促し、プラットフォームの役割を果たしていく。

庁内データベースの構築

市民とのリレーションシップにより得られた情報をデジタルで蓄積し、庁内でデータベース化するとともに、誰もが使いやすい形に整理し、地域に還元していく。

アジャイル型組織への転換

組織をフラットなチームの集合体と捉え、権限を分散することで、現場のステークホルダーとともに戦略・プロセスを形成し、迅速な課題解決を図っていく。

部署間の連携強化

分野横断的な地域課題を効果的に解決していくために、プロジェクトチームをつくり業務を推進していく等、部署間の連携を強化していく。

人的資源の最適配分

公的認証を徹底的に電子化することにより、人員を調査・企画や対人サービスといった業務へ配分する等、職員は人にしかできない仕事に注力していく。

デジタル化の活用の目的を明確にしたうえで、その目的を達成するための組織づくりや業務展開を行い、市民とのリレーションシップを促進する組織を構築していく。そのため、これまでデータ化されていなかった情報についてもデータ化し、予測・分析に基づく意思決定を行うデータドリブン経営を実践していく等、仕事のあり方そのものを見直していく。

■ 強固なリレーションシップを構築するための人材育成

市民からの信頼獲得

常に業務の目的に立ち返り、市民視点で問題意識をもって取り組むとともに、クイックレスポンスを実践していくことで、市民から信頼される職員を育成していく。

企画力・共感力の向上

ホスピタリティや対話を大切にした市民との関わりの中で、これまでにないサービスを生み出していくことができるよう、職員の企画力や共感力を向上していく。

デザイン思考の実践

共感・問題定義・創造・プロトタイプ・テストという5つのプロセスを通じ、市民とともに、本質的なニーズを考えながら新たなサービスを生み出していく。

新たな視点や知識の探求

多様な人材や知識を結び付けていくため、自身が担当している領域に対する知見を深めていく。また、日頃から多様な人々との深い関わりを持つことで、幅広い知識を身に付けていく。

チェンジリーダーの育成

ビジョンやコンセプトを相手にストーリーとして伝えることで、ステークホルダーと共感し、変化を機会として捉え共創を推進していくチェンジリーダーを育成していく。

情報リテラシーの向上

デジタルを効果的に活用した市民とのリレーションシップを進めていくため、IoTデバイス活用、SNS活用、データ分析等の方法を、職員が自ら学習し、業務の中で実践していく。

日々進展するデジタル技術を自ら学び習得していく職員を育成するとともに、職員の改革・改善意識を醸成し、現場起点での新たなサービスを企画・立案していく。

■ 町田市における取り組み案(まちだ共創室 の設置と共創を実践する人材育成)

取組① “つながり”を創る「まちだ共創室」の設置

急速に多様化・複雑化していく市民ニーズや行政課題に対応していくためには、町田市だけでなく多様な主体との連携が必要である。

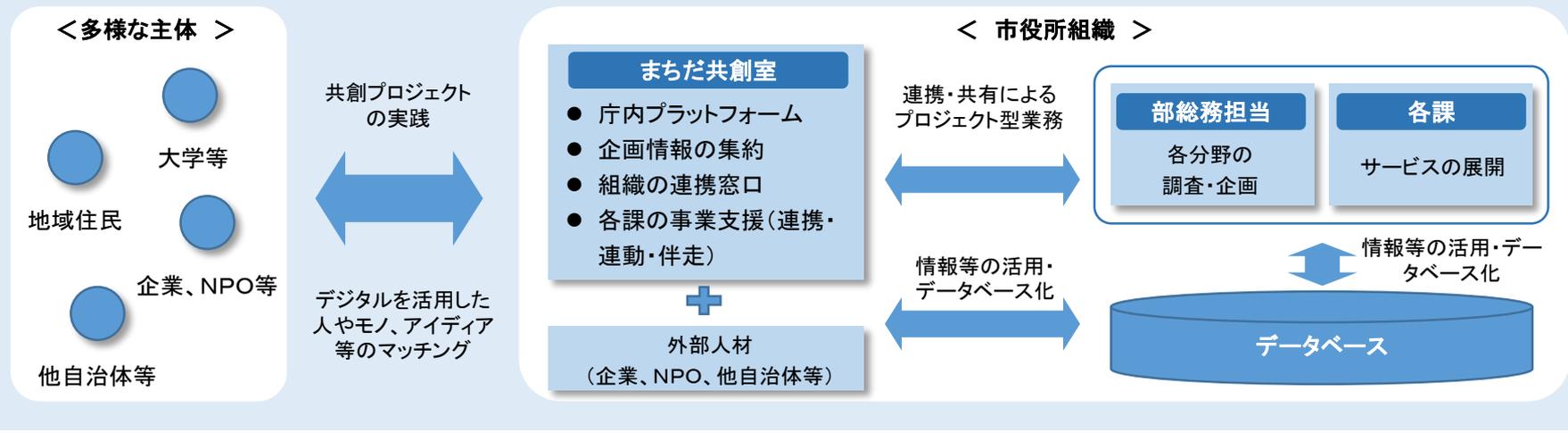
多様な主体と担当課をつなぐことで、アジャイル型による共創プロジェクトを実践するとともに、庁内データベースを活用し、各部の調査・企画担当と連携し、分野横断的な調査・企画・調整を行っていく。

取組② クリエイティブな企画力の発揮
ホスピタリティの高い仕事へのシフト

企画立案や共感・おもいやり等、AI等のデジタル技術では担えない仕事に対する価値が高まってきた。

職員はデジタル技術では対応できない仕事に注力し、ホスピタリティや対話を大切にしたり関わりで地域との共創を実践していく。調査や企画業務に従事する時間を確保し、担当領域に対する知見を深めていくとともに、幅広い分野における知識を身に付けていく。

まちだ共創ラボ



市民とのリレーションシップに基づいた今後の行政経営のあり方

第2部 デジタルを活用した市民とのリレーションシップ

(8) 市民とのリレーションシップに基づいた今後の行政経営のあり方

■ デジタルを活用した市民とのリレーションシップに基づく行政経営のあり方

《 戦略 》 コラボレーション・ブランディング

多様な主体やそのアイデアをつなげ、新たな価値を創出していくプラットフォームとしての役割を果たしていく。

市民や地域が自ら価値を発信する「推奨」に着目し、市民とともにプロデュースすることで、まちの魅力を高めていく。

市民とのリレーションシップを充実させ
「相互理解に基づく共創」を実践していく。

《 事業 》 公的認証・対人サービス

公的認証の徹底的なデジタル化を進め、市民の利便性と市役所の生産性の向上につなげていく。

市民視点に基づいたデジタル化を進め、一人ひとりの状況や特性に応じたサービスを提供していく。

職員は人にしかできない仕事に注力し、
「サービスデザイン改革」を実践していく。



《 基盤 》 デジタル技術・データベース

SNS等を活用し、時間や場所の制約を受けずにつながり続け、リアルタイムでコミュニケーションを図っていく。

デジタル技術を活用し、地域が抱える課題を解決するアイデアと、その作り手をマッチングさせていく。

デジタル技術の活用により、
「市民とのつながりをより強固にする経営」を実践していく。

調査の実践により、データを収集・分析し、現場起点で質の高いサービスを企画・立案していく。

データに基づく意思決定の組織的なクイックレスポンスを実践し、質の高いサービスを提供していく。

データの収集・分析により、市民ニーズを反映した
「データドリブン経営」を実践していく。

デジタル化という“手段”を用いて、組織と組織、政策と政策、人と人、アイデアとアイデア等を効果的につなげ、市民とのリレーションシップを充実させていくことにより、時代に即したサービスデザインを構築し、未来につなげるイノベティブな行政経営を実践していく。