

■令和4年度 総務政策委員会 所管事務調査報告

調査テーマ：スマートシティの推進

1. スマートシティとは

スマートシティは、ICT等の新技術を活用しつつ、マネジメント(計画、整備、管理・運営等)の高度化により、都市や地域の抱える諸課題の解決を行い、また新たな価値を創出し続ける、持続可能な都市や地域であり、Society 5.0の先行的な実現の場と定義されている。

2. 本市の現状

◆国のスマートシティ関連事業の採択

本市では、教育や交通、地域ポイント事業など、様々な分野でスマートシティ政策の推進を図るための「市民一人ひとりが主役の時代をつくる延岡市のスマートシティ推進事業」が、政府の令和3年度スマートシティ関連事業(「未来技術社会実装事業」)に採択された。

また、関連した取り組みとして、国が「デジタル田園都市国家構想」を推進していくために新たに創設した交付金に関して、4事業が採択された。

3. 本市の主要な取り組み

(1) スマートシティ関連事業に関する取り組み

市民一人ひとりが主役の時代をつくる延岡市のスマートシティ推進事業

◆知力・体力・人間力を育む「世界一の子育て・教育のまち延岡」事業

- ・「延岡こども未来創造機構」を設立し、学びの「ログ」化等により児童生徒一人ひとりの到達度に合った学習ができる環境を整備

◆行動パターン分析による交通網の最適化事業(マイカー卒業社会の実現)及び「逃げ遅れゼロ」の避難対策構築事業

- ・行動パターン分析によるバス路線・時刻表・停留所等の最適化
- ・シェアサイクル、デマンド交通、自動運転等の組合せによる交通ネットワークの構築により、バスがカバーできないニーズに対応

◆行動変容・行動誘発に寄与する地域ポイント活用サービス事業

- ・健康に寄与する活動、ボランティア活動、SDGsに貢献する行動、健康づくりに関する活動等に対してポイントを付与しながら、行政の負担を軽減しつつ、市民の力で社会をより良くするキャッシュレスプラットフォームを構築

(2) デジタル田園都市国家構想推進交付金を活用した取り組み

① デジタル田園都市国家構想

「心ゆたかな暮らし」(Well-Being) と「持続可能な環境・社会・経済」(Sustainability) を実現していく構想。具体的には、「暮らし」や「産業」などの領域で、デジタルの力で新たなサービスや共助のビジネスモデルを生み出しながら、デジタルの恩恵を地域に届けていくことを目指す。

② デジタル田園都市国家構想推進交付金

デジタルを活用した意欲ある地域による自主的な取り組みを応援し、「デジタル田園都市国家構想」を推進するため、デジタルを活用した地域の課題解決や魅力向上の実現に向けた地方公共団体の取り組みを交付金により支援することを目的とする。デジタルを活用した地域の課題解決や魅力向上に向けて、以下の事業の立ち上げに必要な経費を単年度に限り支援する。

【TYPE1】

他の地域等で既に確立されている優良なモデル・サービスを活用して迅速に横展開する取り組み

【TYPE2】

オープンなデータ連携基盤を活用し、複数のサービス実装を伴う、モデルケースとなり得る取り組み

【TYPE3】(TYPE2の要件を満たす)

新規性の高いマイナンバーカードの用途開拓に資する取り組み

※本市においては、【TYPE1】及び【TYPE2】の取り組みが交付金の採択を受ける。

(3) 交付金採択事業

【TYPE1】

① 誰一人取り残さないポータルアプリの構築～交流人口・関係人口も拡大～

- ・ 3つのアプリ「のべおか COIN」、「防災のべおか」、「のべおか健康マイレージ」に新たな機能を追加し、個別アプリからの PUSH 通知を統合する『ポータルアプリ』を構築する。
- ・ プレミアムポイントやクーポン付与、市の情報の一元的な発信、スマホ教室等を実施

② 脱マイカー社会推進のためのオンデマンド交通導入事業

- ・ 人流データを分析し、利用者に合わせた「オンデマンド乗り合いタクシー」を導入する。

③ 安心と温もりの市民参加型 GIS クラウドサービス構築事業

- ・ 市民や事業者が、無料で閲覧またはダウンロードができる「GIS クラウドサービス」を提供する。

【TYPE 2】

データ連携基盤と次世代モビリティを活用した“救急” as a Service【QaaS】

「個人の健康データを入力するアプリ」、「緊急搬送時のトリアージを最適化するシステム」、「緊急搬送時の医療情報を病院と共有するシステム」、「緊急搬送の最適な運行管理を行うシステム」を装備することにより、搬送時間の短縮・迅速な受入・スピーディーかつ適切な医療処置を行うことで、市民の救命率を向上させ、助かる命を大幅に増やすことを目的とする。

(4) 民間事業者との連携

スマートシティの取り組みを推進するにあたり、国立大学法人東京大学大学院情報理工学系研究科附属ソーシャル ICT 研究センター、国立大学法人東京学芸大学、学校法人慶應義塾大学 SFC 研究所、国立研究開発法人国立循環器病研究センターと連協協定を締結

(5) スマートシティとの関係性

スマートシティは、デジタル田園都市国家構想を牽引するものであり、政府としても、次世代に引き継ぐ基盤となる都市と地域づくりの展開を見据え、全国での計画的な実装に向けた取り組みを推進している。

4. 他自治体の取組状況**焼津市（静岡県）****(1) 焼津市の現状**

令和5年2月28日現在の世帯数は59,500世帯、人口は136,891人である。平成22年の143,112人をピークに、減少局面に入っている。

(2) 焼津市のスマートシティ事業の概要**①事業の全体像**

令和4年度の事業は、デジタル田園都市国家構想推進交付金（デジタル実装TYPE2）の採択を受けて実施するものであり、「データ連携基盤の構築」と「地域活性化・防災分野でのサービス実装」を目指している。

②事業のイメージ**【データ連携基盤の構築】**

- ◆「つながる」、「ながれる」、「つづけられる」仕組みづくり
 - ・ デジタル庁推奨の仕様でシステム構築
 - ・ 利用するデータも国のルールに基づき整理
 - ・ 分野・地域間のデータ連携が可能になる。

【地域活性化・防災分野でのサービス実装】

- ◆「さかなのまち焼津」ICTを活用した地域活性化（観光・産業分野）
 - ・集積した地域活性に関するデータを活用し、地域事業者や市民に観光・産業活性化に向けた情報を提供
- ◆「逃げ遅れゼロ」わかりやすい災害情報発信（防災分野）
 - ・集積した防災データを活用し、市民や職員が速やかに、わかりやすく情報を得ることができるよう防災情報を発信

③事業の具体的内容

（観光・産業分野）

項目	内容
■分析ツール・ダッシュボード	市のふるさと納税お礼品発注データ等を収集し、匿名加工等を行った上で、分析ツールを可視化
■地図ダッシュボード	小売販売店、加工業者、生産者、観光スポットの情報を整理・連携し、地図上に表示
■ふるさと納税お礼品データの整理	様々な分析が行えるようデータを整理し、タグ情報を付与
■データカタログサイト	収集した統計データを機械判読可能な状態で公開

（防災分野）

項目	内容
■地図ダッシュボード	ハザードマップ等の防災に関する情報を公開。災害時は、避難所の定員数や現在の避難人数を速やかに表示
■データカタログサイト	収集した防災に関するデータを機械判読可能な状態で公開
■分析ツール	蓄積した災害データを基に、分析ダッシュボードで視覚化
■データ連携基盤と防災システムの連携	防災システムで収集したデータをデータ連携基盤で蓄積。官民で利用可能な情報として公開
■データ連携基盤と連携したメール配信サービス	防災情報監視ソフトを開発。市防災メール登録者や市LINE登録者、データ基盤に自動配信することが可能になり、より迅速に災害情報の発信が可能となる。

④事業の実施体制

地域内外の関係者と連携して事業を実効的、効果的に推進するための体制として、「焼津市スマートシティ推進検討会」を開催。庁内の関係課や関係事業者、地域の関係者を含んだワーキンググループで事業を進捗させている。

⑤想定される効果

産業・観光分野においては、ふるさと納税寄付額の増加や観光交流客数の増加が見込まれ、防災分野においては、市公式LINEアカウントの登録者数の増加や災害へ備えを行っている市民の割合が増加すると見込まれる。

⑥今後の課題

データ連携基盤を前提とした分野拡大に向け、分野の選定、課題の整理、庁内調整、予算化を行う必要がある。また、官民連携の点においては、「焼津市スマートシティ推進検討会」を拡充し、官民が連携してデータ利活用を推進するための体制を強化していく必要がある。

5. まとめ

全国的に人口減少や少子高齢化等が課題となる中、デジタル技術を活用して、地方を豊かにすることを目的としたスマートシティ政策は、本市においても有効である。

本市では、子育てや教育、交通等の部門で既にスマートシティの事業が進められているとともに、将来的に「空飛ぶクルマ」の導入を見据えた救急搬送システムの構築事業も進められている。

このように、スマートシティの先進地として事業が進められているが、本委員会では、「事業内容が難しい」、「現実に着手できている事業と将来的な事業が混在しており、事業全体としての完成スケジュールがイメージしづらい」、「デジタル化が進む現状を踏まえ、着実に既存事業を進めてほしい」などの意見が上げられたところである。

当委員会で視察を行った焼津市では、「さかなのまち」としての強みや沿岸部に位置する地理的な課題を解決するための取り組みが検討されている。

具体的には、これまでのふるさと納税の受け入れに伴い蓄積した多くのデータの有効活用や防災分野において、市民や職員が速やかに、かつ分かりやすく情報を得ることができる仕組みを導入するものである。この他にも、窓口業務においてデジタル化を進めることにより、市民の負担を減らすなど市民サービスの向上を図っている。

以上を踏まえ、本市においては、既存のスマートシティ事業を着実に推進することに加え、市の強みを強化する取り組みや窓口業務のデジタル化など身近で分かりやすい取り組みについても、より推進されることを期待するところであるが、あらためて、事業全体の内容や各種取り組みの完成スケジュールを市民に分かりやすく説明するとともに、関係課室との連携、事業を推進する上での人員の確保など体制上の課題等についても十分留意していくことが必要である。

調査テーマ：広報・広聴の取り組み

1. 本市の現状

◆広報・広聴の手段

本市における広報・広聴の手段として、広報については、広報のべおか、市公式ホームページ、ケーブルテレビ、FMラジオ（FMのべおか）、LINE、Facebook、Instagram、インフォメーションディスプレイ、電光掲示板、防災無線、防災メール等の様々な情報媒体で情報を発信している。広聴に関しては、市民の声やパブリックコメント、出前市長室等の手段を導入している。

2. 本市の主要な取り組み

◆広報のべおか発行事業

市広報紙「広報のべおか」を発行し、市行政一般に係る計画及び実施に関する事項などを幅広く市民に周知している。「広報のべおか」は、区長により各世帯に配布されているほか、市内公共施設やコンビニエンスストア等にも設置している。

*広報のべおか発行状況

・発行回数：月1回　・発行日：毎月1日　・発行部数：49,500部

◆ホームページ保守管理業務

いつでもどこでも閲覧できる市公式ホームページを活用し、常に新鮮で正確な情報を発信している。令和3年度に約12年ぶりのリニューアルを実施し、スマートフォン端末等への対応、カテゴリーやデザインの一新、外国語翻訳や音声読み上げ機能の導入、全ページ暗号化通信等を行い、利用者の利便性の向上を図っている。

*ホームページアクセス状況

年度	アクセス数
令和元年度	3,031件/日
令和2年度	4,047件/日
令和3年度	5,084件/日

◆ケーブルテレビやFMラジオによる市政情報発信

ケーブルテレビやFMラジオ（FMのべおか）を活用し、市政情報を発信している。ケーブルテレビにおいては広報番組を月3回、特集広報番組を年4回作成しており、また、FMのべおかにおいては、市政番組に職員が出演し、旬な話題を分かりやすく伝えている。

*ケーブルテレビにおける広報番組（市役所からのお知らせ）

・更新回数：月3回　・放送回数：1日2回　・放送時間：3分

*FMラジオ「のべおか市政タイム」

・放送回数：週7回（令和3年度は359回放送）

◆SNS 活用事業

インターネットを利用した新しいコミュニケーションツールとして発展し、定着しているソーシャルネットワーキングサービス（以下「SNS」と表記）を活用することにより、本市の情報発信・収集をより広範、効率的に展開している。

平成 25 年 6 月に Facebook のページを立ち上げ、イベント情報や旬な話題などを掲載しているほか、平成 30 年 6 月には Instagram を開始し、特に若者世代をターゲットに、本市の魅力を発信することで、観光誘客や移住定住などを推進している。

*各 SNS フォロワー数（令和 4 年 3 月末時点）

SNS 名	フォロワー数
Facebook	4,284 人
Instagram	6,305 人

◆市民の声

市民の市政に対する不満や要望、提案を傾聴し、今後の市政運営に生かすなど、市民の目線に立った市政の実現を目指している。市民の声については、本庁舎にある投書箱への投函や市ホームページからの入力フォーム等の方法で受け付けている。

*令和 3 年度実績：397 件

（このうち、ホームページからの入力フォームによる受付が 301 件）

◆移動市役所

市長が市内各所に出向き、現地視察や地域住民・関係者などからの意見や要望を聴く「移動市役所」を実施している。取り組みを通じて、市民のニーズや傾向、事業の進捗状況等を把握するとともに、市政に反映することを目的とする。

*過年度実績

令和元年度：延岡中、恒富中、旭中、西階中、黒岩中、南方中、
南浦中、三川内中

※令和 2・3 年度はコロナで未開催

3. 他自治体の取組状況

山県市（岐阜県）

（1）山県市の現状

令和 5 年 3 月 1 日現在の世帯数は 10,846 世帯、人口は 25,449 人である。平成 7 年までは人口増加を続けていたが、平成 12 年以降は減少に転じる。

（2）山県市の取り組みの概要

◆多様な広報媒体の活用

- ・ 主要な広報媒体として、広報やまがたを毎月 1 回発行しているほか、市公式ホームページや市広報番組（年 6 回）、防災無線等を活用し、市政情報を発信
- ・ 山県ナビ（HP 連携アプリ）やさくらっこナビ（子育て支援アプリ・ブラウザ）等を活用

※さくらっこナビは、子育てなどの特定分野に限定し、市政情報を発信。

特に同市は、「子育て日本一のまち」を目指しているため、子育て情報を積極的に発信している。

- ・市外及び県外在住者向けのホームページ「YAMAGATA BASE」を活用し、移住政策等を実施
- ・主に若い世代に対して、LINE、Instagram、Facebook、YouTube を活用し、市政情報を発信

◆シティプロモーション

「YAMAGATA BASE」の活用やバスツアーを企画し、市外・県外からの誘客、移住促進に向けたPRを実施。「YAMAGATA BASE」は、「ほどよい田舎感」をコンセプトとして作成しており、そのことが高く評価され、多数の市外・県外在住者が同市を訪れている。

◆市政座談会の開催

市長が市民と市政等に関して意見交換を行う市政座談会を定期的に行う

(3) その他

◆自治体公認 V チューバー制度の導入

山口市は水栓バルブ発祥の地であるが、若い世代に地場産業の良さなどを知ってもらうために、「山県さくら（※1）」を自治体公認 V チューバー（※2）として任命し、水栓バルブをはじめとした様々な情報を発信している。

（※1）山口市名山めぐり事業イメージキャラクター

（※2）動画配信サービス「YouTube」において、ユーチューバーとして動画配信や投稿を行う CG キャラクター

(4) 取り組みの効果

◆誘客・移住定住の促進

「YAMAGATA BASE」、山県ナビ・さくらっこナビ等のアプリを通じて、「ほどよい田舎感」や「子育て日本一のまち」といった市の強みとなる部分、特に力を入れていきたい事業を戦略的に発信してきた結果、同市を訪れる方が増加し、市の活性化につながっている。また、自治体公認 V チューバー「山県さくら」については、チャンネル登録数が約 500 人であるが、熱狂的なファンも多く、中には、山県さくらを目的に移住した市民もいるなど一定の効果が表れている。

(5) 今後の課題

行政が一方向的に情報を発信して終わるだけの広報では、本当の市民ニーズが把握できないため、広報後の市民の反応を調査するなど双方向型の広報を展開していく必要がある。

また、Vチューバーについても、決して安価な費用で制作できないことから、予算の確保などの課題が生じる。

4. まとめ

市政情報を分かりやすく市民に発信することや市民の意見・要望等を把握し、各種政策に反映させることは、全国の自治体共通の課題である。

本市においては、市民にとって重要な情報が確実に届けられるよう紙媒体や SNS 等の多様な情報媒体を用いて情報を発信するとともに、市民の声やパブリックコメント等の手段により市民の意見・要望等の把握に努めているところである。

しかしながら、「同じ内容の情報が様々な情報媒体で発信される」などの批判的な声が市に届くとともに、議会が行った若年層との意見交換会においては、「一日に何度もお知らせが届き、本当に重要な情報が分からない」との意見も上げられたところである。人によっては情報の取得手段が異なるため、現状としては、これまでと同様に多様な媒体を用いての情報発信が必要となるが、情報の発信回数、文面等については、工夫の余地があると思われる。

当委員会で視察を行った山県市では、本市と同様に多様な媒体で情報を発信しているが、広報を見てもらいたいターゲットや広報を行うタイミング等を吟味して情報媒体を使い分けるなど戦略的な広報活動を行っている。また、広報後の市民ニーズの把握など双方向型の広報の展開に向けた課題の解決に取り組んでいる。さらに、自治体公認 Vチューバー制度の導入により、市外からの移住につながるなど一定の効果が表れている。

以上を踏まえ、まず、本市の広報の取り組みにおいては、既存の取り組みを継続しつつ、今後、広報後における市民ニーズの把握や戦略性を持たせた情報発信等の検討を期待するところである。

次に、広聴に関しては、特定の方からの意見が目立つ状況を受け、より多くの市民の意見を集約できるような取り組みを検討しているとのことだが、幅広い意見を市政に反映させることは非常に重要であるため、継続的な実施を求めるところである。

また、動画配信サービスを活用した取り組みについても、市の PR につなげる取り組みを検討しているとのことだが、若い世代のみならず、中高年世代の動画閲覧にもつながるような視点も留意していただきたい。