

## デジタル化推進特別委員会行政視察概要

1 視察月日 令和5年8月21日（月）～8月22日（火）

2 視察先及び視察事項

(1) 長崎県長崎市

長崎市DX推進計画における「人」を主役としたまちづくりの取組について

(2) 佐賀県

佐賀県産業スマート化センターを起点とした産業DXの推進について

3 視察委員

委員 久保和弘  
同 高橋正治

## 視察概要

### 1 視察先

長崎県長崎市

### 2 視察月日

8月21日（月）

### 3 対応者

情報政策管理監 （受け入れ挨拶及び説明）

情報政策推進室長 （説明）

情報政策推進係長 （説明）

### 4 視察内容

（1）長崎市DX推進計画における「人」を主役としたまちづくりの取組について

#### ア 推進体制・分掌事務等

機構としては、市長直轄の組織として、部長級の職員である情報政策管理監を配置し、そのもとに情報政策推進室を設けている。所属職員は、室長を含めて9名である。分掌事務としては、都市の情報化の推進に係る企画及び総合調整に関すること、行政の情報化の推進に係る企画及び総合調整に関すること及びDX推進委員会に関することとなっている。

#### イ 長崎市DX推進計画の概要

コンセプトとして、「人が主役のまちづくりをデジタル技術で加速させる。」を掲げ、基本的な考え方とデジタル化で目指す変化を「暮らし」「交流」「行政」の3つの領域を示して取り組んでいる。具体的には、2030年の長崎市の目指す姿を描き、情報格差のない暮らしの実現をはじめとした6つの基本方針を定めており、デジタル化で目指すべき変化として、「暮らし」では、地域課題が解決され自分らしい暮らしの実現、「交流」では、多様なつながりと新たな体験・価値の実感、「行政」では、一人ひとりにあった利用しやすい行政サービスをそれぞれ掲げている。

#### ウ 令和4年度から令和6年度までの重点取組

長崎市DX推進計画では、最初の3年間の令和4年度から令和6年度までの重点取組を定めており、デジタル化で見込まれる効果が

高い事業に重点的に取り組んでいる。主なものとしては、①子育て世帯をサポート、②魅力の発信と人の流れの創出、③スマート市役所の基盤づくりの3つが掲げられている。

令和5年度の重点取組では、事業予算総額24億900万6千円を見込んでおり、上記の「暮らし」「交流」「行政」3つの領域で取組を進めている。「暮らし」としては、子育て世帯をサポートするための子育て応援アプリの導入、SNSによる子育て相談システムの導入、GIGAスクール構想の推進及びAI型教材活用による個別最適な学びの充実等が挙げられる。次に「交流」としては、魅力の発信と人の流れの創出をするための情報収集・発信の強化、長崎の夜景の魅力の訴求力向上、オープンイノベーション・スタートアップへの支援及びワーケーション・テレワーク促進等が挙げられる。最後に「行政」としては、スマート市役所の基盤づくりとして、窓口のキャッシュレス化、契約事務のデジタル化、GISで都市計画図などを公開、口座振替情報等WEB登録サービスの導入、コンビニ交付の拡充等が挙げられる。

#### エ キャッシュレス化への取組

長崎市役所キャッシュレス化推進基本方針を定めており、長崎市DX推進計画のもとで、長崎市役所への支払い方法のキャッシュレス化を推進している。①市民の利便性向上、②業務の効率化、③収納率及び期限内納付率の向上を目的及び効果として掲げている。その背景には、長崎県内における行政全体のキャッシュレス化の遅れがあり、市税のコンビニ納付等を求める市民ニーズの高まりや、国及び金融機関の動きを受け、納付手続きの多様化が急務となっており、その解決に取り組んでいる。現状では、市の約400債権のうち、キャッシュレス決済を導入しているものは10債権程度にとどまり、大きく遅れているとのことである。令和4年度から検討を開始し、令和5年度に先行導入や運用開始等を経て、令和6年度に本格導入及び横展開する予定であり、具体的な取組内容は、①窓口におけるキャッシュレス決済、②納付書のキャッシュレス決済・コンビニ納付、③電子申請に伴うオンライン決済がある。

#### オ 質疑概要

Q DX推進に取り組むにあたり、例えば、本市においては上位100事業を選定の上、優先的に取り組んでいくことが掲げられているが、長崎市ではDX化する対象の優先度をどのように選定したの

かお伺いしたい。

A 横浜市と同様な考え方を持っており、年間1000件以上の全ての手続きのオンライン化を進めることとしているが、オンライン化が目的ではなく、本来はその利用率の方が大切であり、その割合を高くする取組も重要と捉えている。その視点から、ある程度対応できる人を対象とした手続きに優先度を置いた。特に、繰り返し申請が多い事業者及び若い世代である子育て世代の申請手続きを対象とした。子育て世代は、既に暮らしの中にスマホを活用した手続きが当たり前になっている反面、高齢者の優先度は低くなっている。まずは、オンライン申請を高めることから始めている。また、繰り返し入力や申請する業務の優先度は高いと考えている。

Q オンライン化は、物事の自動化ではなく省力化や効率化が目的であると考えているが、今後どのような方向を模索されるのか。

A 今後、高齢社会を迎えるにあたり、まずは、労働人口の減少による職員数の減少が想定されており、機械でできる部分は機械が担っていくことが必要である。他方、機械が操作できない人や人でなければできない業務は残っているため、その部分への人的資源の確保は課題であると考えている。DX推進の在り方においては、省力化と効率化の視点は持っている。

Q DX推進にあたり、子育て世代に優先度を上げて取り組んでいるとのことだが、具体的な取組事例を伺いたい。

A 公式ラインを活用しての情報提供や子育てアプリの導入により、子育て手帳のような感覚での取組などを行っている。今後もホームページのリニューアルや様々な手法を用いてプッシュ型の通知に取り組んでいく予定である。

Q 行政のオープンデータやオープンイノベーションの視点からの先進的な取組事例はあるか。

A まだ、そのような取組事例までは至っていない。そのような考えは持っているが、コロナ禍もあり、具体的な取組が進んでいない。長崎県全体としても同様の状況であると認識している。

## (2) 委員所見

長崎市のDX推進への取組では、2030年の目指す姿を実現するための基本方針、基本施策を「暮らし」「交流」「行政」の3つの領域に分類したうえで、そのプロセスの中心にいる「人」を対象として、住む人、働く人、訪れる人を施策の中に示している。特に令和4年度か

ら令和6年度までは、子育て世帯へのサポートや魅力の発信及び市役所自体のデジタル化に重点的に取り組んでいる事例を聴取できた。本市のDX戦略においては、7つの重点方針が掲げられ、その中で、年間受付件数の約9割を占める上位100手続きのオンライン化を優先項目として取り組む中で、市民サービスの向上を目指しているが、コロナ禍を契機としたデジタル化の加速等を背景に、子育て世代への支援等に優先度を高めた取組を実施していく等、概ね方向性が類似する事項もあった。例えばその中でも、本市と同じく多様な観光資源を持つ長崎市でのデジタル化による情報発信については、今後の課題とこのことであり、引き続き、同市を含めての観光資源を有する諸都市のDX化の展開にも期待しながらその進展を注視してまいりたい。



(長崎市議会にて説明聴取及び質疑)

## 視察概要

1 視察先  
佐賀県

2 視察月日  
8月22日（火）

3 対応者  
産業DX・スタートアップ総括監 （受け入れ挨拶及び説明）  
産業スマートセンターセンター長 （説明）  
産業DX・スタートアップ副課長 （説明）

## 4 視察内容

（1）佐賀県産業スマート化センターを起点とした産業DXの推進について

### ア 佐賀県産業DX・スタートアップ推進グループの概要

テクノロジーとビジネスの未来をデザインすることを目標に掲げており、DXとスタートアップをテーマにイノベーションにチャレンジできる地域をビジョンとして、①デジタルを佐賀のビジネスの常識に、②世界を目指せる起業の聖地へ、の二つの目標を最終成果とすべく、県内企業のデジタル利活用の裾野の拡大、DXの担い手となるDX人材の育成・確保、多様な起業家の掘り起しとビジネス創出及び資金調達等を通じたビジネスの拡大支援に取り組んでいる。

その中で、産業DX関係としては、県内企業が産業DXの潮流をリードする存在となれるよう、産業スマート化センターを核にデジタル技術の利活用を促すとともに、その担い手となるDX人材の育成・確保に取り組んでいる。

また、スタートアップ関係では、起業家の発掘から育成、事業規模の拡大まで一貫した支援の仕組みを創設することにより、佐賀から全国や世界を狙う企業を輩出する起業の聖地を目指すことに取り組んでいる。

### イ 佐賀県スマート化センターの取組

同センターは、2018年にテクノロジーを活用した県内産業の生産性向上及びビジネス創出の支援を目的として開設され、県内企業DX推進やDXに寄与する人材の育成、DX実現のためのマッチング

支援を行っている。具体的には、企業等への個別相談をはじめ、DXリサーチ（簡易診断）、アプリやデバイスの体験、セミナー・イベントの開催及び企業マッチング支援などを提供している。また、同種施設は全国初であり、毎年200名規模での人材育成支援を行う自治体は珍しく、ここ数年で、ハブ施設開設から人材育成講座、そして企業訪問・伴走支援などと素早い事業展開をしていることが注目されている。運営状況として、協力企業数は、開設時では53社のみであったが、令和4年度においては、5.2倍の277社となっている。延べ利用者数は、開設時の1488名から令和4年度には3755名と大きく数を伸ばしている。これまで累計のマッチング数は273件であり、セミナー・イベントには6382名の利用があった。

例えば、マッチング支援では、相談説明会などにおいて相談者の説明による課題解決のためのキュレーション施策により、悩みを抱える企業として、IT企業によって解決を求める企業と、その課題解決に向けて技術協力を提供できるサポーター企業とのマッチング支援により企業を繋ぎ合わせている。

#### ウ 質疑概要

Q これまでの利用実績については、企業数、利用者数ともに開設時より年々大きく数字を伸ばしており、素晴らしいことと思うが、コロナ禍の影響を受けなかったのか。

A コロナ禍においては、企業からもオンライン会議などの利用方法についての問い合わせなども多かった。従来の会議室等での対面会議からの変更にはじまり、採用面においても、オンライン面接のやり方等の問い合わせ等も多かった。コロナ禍が企業のICT導入のきっかけづくりを促した側面があり、それを背景として我々が支援する基盤が企業側に急速に進んでいたことも大きいと考えている。

Q 支援している企業の規模については、どのような規模の会社が多いのか。また具体的には、どのようなレベルの相談から応じているのか。

A 大小様々な規模の会社からの相談が寄せられており、その相談内容についても、「そもそもDX化とは何か」や「当社では、どのようなDX化（IT化）が可能なのか分からない」といった身近な項目からの相談に応じている。また、企業が求めるDX化がその企業の実態に沿っていないなどといった事例も多く、様々な

提案型での支援も行っている。

Q 具体的にはどのような相談事例があるのか教えて頂きたい。

A 卸売業の企業から営業管理がアナログで事務所に戻らないと把握ができない状態であるとの課題が寄せられた例では、課題解決の取り組みとして、まずはG o o g l eカレンダーの活用方法を教示した。その後、業務の在り方全体に課題があったことが判明したため、業務整理を実施できる企業ともマッチングすることができた。

また、小売業の企業の例では、多店舗展開している中で店頭スタッフの高齢化による顧客データの属人化が発生しており、クラウド型のCRMの導入で本部での顧客情報を一元化したいとの相談があった。解決策として、DXリサーチにより、システム部分だけでなく人事・労務管理の面の改善の必要性や課題を新たに発見し、自社でプロトタイプの開発を実施し、モデル店舗での実証を行う形で検討した結果、公認アドバイザーを紹介し、フローやシステムにおけるアドバイスを実施した。

上記の例を含め、多数の相談事例がある。

## (2) 委員所見

佐賀県スマートセンターでは「そのモヤモヤをワクワクにする」という課題解決型の支援をしており、センターに寄せられた相談は、実に幅広いものであった。初歩的な内容からでも、相談企業にあった課題や目標を十分に整理した上で、課題解決に向けての最適なデジタル化やIT導入のアドバイスを行っていることをはじめ、センターの開設以来の利用状況も極めて好調であることは、幅広い事業支援もさることながら、相談企業から求められるニーズに対して、的確にきめ細かな対応を取っていることであると感じた。企業が課題として模索していた相談内容が、実は根本的な課題ではなく、本来の事項に課題があることを見出し、それを提案して課題解決に結びつけていく事例が案外多いことや、相談者が決裁権を持っているのかいないのかを把握して、改めて決裁権を有する人につながっていく等の事例は、興味深く伺った。

特に、佐賀県という人口規模を活かして、「地方でもできるDX」ではなく「地方だからこそできるDX」という視点により取り組み、また、人も企業も多くはないが実は多様性があり、課題にじっくりと向き合えることに主眼をおいたことが好事例を生み出しているものと

実感した。加えて、具体的なDXの優良事例から「人」にフォーカスした記事の情報発信を多く行っていることなどの佐賀ならではの取組は目新しいものであった。本市においては、地方自治体の規模としては、非常に大きなものであることから、ここまできめ細かな支援に行き届かないことも散見された。しかし、聴取した企業支援としてのDX化推進という部分においては、本市独自の視点からどのような事業展開が期待できるのか、そこに注目をしていきたい。



(会議室にて説明聴取及び質疑)



(センター内展示コーナーにて説明聴取)