

総務環境委員会行政調査報告から

【高崎市】

高崎ブランド・シティプロモーション事業について

1. 高崎ブランド・シティプロモーション事業の概要

高崎ブランド・シティプロモーション事業は、平成28年度に開始され、首都圏在住者や来訪者、全国に向けて高崎市の魅力や地域資源を発信する仕組みを構築することで、高崎市の知名度及びブランド力の向上を目的とした取組である。主な施策として「絶メシリスト」のほか、「農Tube高崎」「農家のミカタ」「こむぎの満腹記」などのテレビ番組を制作しており、地域資源を活用した情報発信が行われている。

2. 絶メシリストの概要と背景

(1) 絶メシリストとは

「絶メシリスト」は、高齢化や後継者不足などで閉店する店が後を絶たない現状の中、地域住民に愛され続けている飲食店にスポットを当て、その魅力をインターネットやSNSを活用して、首都圏在住者や高崎市への来訪者、また、世界に向けて発信する“市民対応型”のプロモーション事業である。全国からプロポーザル方式で企画案を募集し、協議を重ねて決まったものであり、高崎市の古きよきローカルめし特化型グルメサイトとして平成29年9月27日よりインターネット上で公開されている。実施主体・予算等については、実施主体は高崎市、委託先は株式会社博報堂、29年度当初予算は4,800万円となっている。

なお、絶メシの意味としては、「絶やすな」と「絶品」という2つの意味を込めたものとなっている。



「絶やすな！絶品高崎グルメ『絶メシリスト』」ポスター

(2) 絶メシリスト誕生の背景

高崎駅周辺では、芸術劇場やアリーナ施設、商業施設などが開発されている一方で、駅前から離れた古くから町にある個人飲食店が姿を消していた。こうした状況の中、流行している人気店ではなく、店主の高齢化や町の都市化でこの先なくなってしまうかもしれない地元の古い個人飲食店を紹介すれば良いのではという逆転の発想から、今すぐ食べに行くべき希少な店と

して誕生したのが「絶メシ」である。

(3) グルメサイトの掲載内容

紹介店舗については、絶メシ調査隊というプロのグルメライターが実際に実地調査を行い、昭和から平成にかけて守り続けてきた独自の味や、店主の人柄などから選定しており、グルメサイトには実際のメニューだけでなく、店主の思いや店の歴史など、人物に焦点を当てた形で取り上げているという特徴がある。

また、個人飲食店廃業の本質的な課題である後継者不足にも焦点を当てており、サイト内で「後継者求む！」という形で掲載し、後継者の募集も行っている。これまで2店舗の継承が成立したものの、後継者の募集については、行政が民間に介入するのは難しいという側面があることから、市はあくまでも窓口として関与をしている状況である。実際には、店主も後継者は誰でもよいというわけではなく、店の思いや歴史を引き継いでくれる方がよいという意見もあるため、後継者を見つけるのはなかなか難しい現状である。



後継者求む！（高崎市「絶やすな！絶品高崎グルメ『絶メシリスト』」サイトより）

(4) 絶メシの判断基準

「絶メシリスト」は、下記の要素を中心に絶メシ調査隊が総合的に判断・選定し、認められたものを高崎市の「絶メシ」として紹介している。

- ① 家族、もしくは少人数で営業している個人経営である（非チェーン店）
- ② 昭和の空気を感じさせる歴史がある
- ③ 後継者問題を抱えている、もしくは後継者問題を抱えていそうである
- ④ この店でしか味わえない絶品料理、雰囲気がある
- ⑤ 地元高崎市民に愛されている
- ⑥ インターネット検索に出てこない、もしくはあまり情報がない

⇒令和7年3月末時点で、61店舗を紹介している。

3. 絶メシリストの課題と成果

(1) 課題

- ① 行政らしくないプロモーション

「絶メシ」という名称は、行政職員の発想では生まれにくい斬新なネーミングであり、また、行政がこのような形で紹介をしてよいものかというところで、民間が行っているような行政らしさを消したプロモーションに対し、庁内からも懐疑的な声上がり、特に

「絶メシ」という名称については、懸念の声が上がっていた。

⇒株式会社博報堂のクリエイターが「これぐらいやらないと世の中で広がらない」と説得した結果、実現に至った。

② 公平性

公平性の観点から、市内に数ある店舗の中から絞り込んで、特定の店を行政が紹介することはどうしても難しい。

⇒絶メシ調査隊が調査・選定・掲載を行うことで、市は一切関与しない仕組みを構築した。また、仮に第三者が掲載を依頼したとしても、判断基準に基づき絶メシ調査隊が調査・選定・掲載を行っているため、公平性を担保している。

③ PR戦略

絶メシに選ばれるような店は、PRを独自に行っているケースがかなり少ない。

⇒ア. SNSによる情報拡散

SNSやインターネットを用いて話題化を狙い、人にフォーカスしたポスターや動画を制作し、情報を拡散。

イ. インパクトのあるポスター

ポスターにインパクトを出すために、行政では難しい表現にあえてチャレンジすることで、味だけでなく、店主の思いや人柄もPRできる。また、高崎駅の東西自由通路にインスタ映えを狙って、話題のポスターを左右に連張りし、テレビ取材時の格好の撮影スポットになるようPR戦略を工夫。



「絶やすな！絶品高崎グルメ『絶メシリスト』」ポスター

ウ. 絶メシCMを作成

「絶メシ」に共感した高崎市につながりがある映像関係者や、元BOØWYのベーシストで高崎市出身の松井常松さんが集まり制作。CMは、「YouTube」をはじめ、県内のテレビ局や、県内の映画館、駅前広場のデジタルサイネージで放映。

(2) 成果

- ① 市のPR効果
テレビでは、民放全局8番組で10～20分の特集で紹介。広告に換算した効果を見ると、初年度で14億円を超えており、高崎市史上最大のPR効果を達成。
- ② サイト閲覧数
公開から1年で200万閲覧数。
- ③ 経済効果
地元民や観光客が絶メシ店を訪れ、掲載店の売上が平均20%増加。
- ④ 高崎市民の反響
高崎市民にアンケートを取った結果、絶メシを知っている人の9割以上、絶メシを知らない人の8割以上から好意的意見が寄せられた。
- ⑤ 絶メシに関する市内外からの声
 - ・自分の町でも絶メシをやってもらいたい
 - ・行政らしくなくて面白い
 - ・地域を大切にする気持ちが伝わってきた
 - ・土地に古くからある飲食店があるのは、まちの魅力であり個性であるので、それを大事にする姿勢がよい
 - ・旅行で絶メシ店を巡ってみたいなどといった非常に好意的な意見がアンケートに寄せられている。
- ⑥ 絶メシ店の声
 - ・自分の店の味を残したいと思っていたので、この取組で後継者が見つかるとうい
 - ・北は青森、南は宮崎から絶メシ目当てにお客が来ている
 - ・新しいお客が増えて新鮮な気持ちになった
 - ・お店を閉めようと思ったが、もう少し頑張ってみようと思ったなどといった好意的意見がある一方で、常連を大事にしているのに、一時的にお客が増えて常連が離れてしまうと困るといった現実的な意見もある。

4. プロモーションの展開と国内外での評価

(1) プロモーションの展開

地方自治体のプロモーションの枠を飛び出した様々な展開として、「絶メシ本」の出版や絶メシを題材としたテレビ番組「絶メシロード」の放送、CMなど、広範囲にプロモーションを展開している。また、福岡県柳川市、石川県、広島県が公式プロモーションとしてスタートするなど、全国で絶メシが広がりを見せている。

(2) 国内外の評価（一部抜粋）

① 「ACCアワード グランプリ」

国内最大級の広告賞「ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」マーケティング・エフェクティブネス部門において、89作品中部門別最高賞となる「ACC

グランプリ・総務大臣賞」を受賞。

② 「第6回Webグランプリ」 ※自治体初

Web界最高のアワードと言われるWebグランプリの「企業グランプリ部門プロモーションサイト賞」で高崎市「絶メシリスト」のWebサイトがグランプリを受賞。

③ 「カンヌ国際展」

メディア部門において、世界中から集まった2,000点の作品の中から、「ブロンズ（銅賞）」を受賞。

5. 今後の展望と課題

絶メシリストは、開始から8年が経過し、世間から飽きられないための継続的な仕掛けづくりが求められている。地域資源の魅力を発信し続けるとともに、後継者不足や店舗の継続支援など、今後の課題に対応していく必要がある。

6. 農政部との連携による農業分野への展開

高崎市は、観光資源に加え、文化・芸術の分野でも発展を遂げている都市であるが、近年では農業にも焦点を当てたいという市の方針の下、高崎ブランド・シティプロモーション事業の一環として、農業にスポットを当てた施策も展開している。

(1) 農T u b e 高崎（令和元年度～3年度事業）

高崎市ブランド・シティプロモーションの第3弾として、元年度よりY o u T u b eチャンネル「農T u b e 高崎」を開設し、インターネット配信事業を開始。幅広い世代に同市の農業の素晴らしさを紹介し、農業への関心を高め、販路の拡大などにつなげていくことを目的に、2人の若手俳優が市内生産者と交流し、市内産農産物や加工品などの魅力を配信してきた。

【動画配信実績】

・元年度：29本 2年度：18本、3年度：9本、合計：56本



農T u b e 高崎－毎旬配信！採れたてリアル農業ライフ！－

(2) 畑そのまんまレストランにする。in高崎（2年度事業）

高崎市ブランド・シティプロモーションの第4弾として、高崎産の野菜の魅力を伝えるとともに、農業に興味を持ってもらうことを目的に、テレビ東京とタッグを組み、高崎産の野菜や魅力を伝えるTV番組を制作。即興グルメバラエティ番組として、畑で収穫した採れたて野菜や果物を一流シェフが即興でフルコースに仕立てていき、高崎産の野菜のおいしさを伝えるとともに、地元農業者の姿を通じて農業の魅力を発信。



「畑そのまんまレストランにする。in高崎」©テレビ東京

(3) 地域密着系農業ドラマ「農家のミカタ」（3年度事業）

高崎市ブランド・シティプロモーションの第4弾として、2年度に続きテレビ東京とタッグを組み、「農業」をテーマとしたテレビドラマ番組を制作。主人公は、Uターンで高崎市に戻り転職し、地域創生の仕事を行うため市役所職員となる。しかし、実際に配属されたのは農林課。自分の理想とはかけ離れた業務となり失敗を繰り返すが、農家の方々の優しさに触れながら成長していくストーリー。



「地域密着系農業ドラマ『農家のミカタ』」©テレビ東京

(4) 地域密着系農業ドラマ「旅するサンドイッチ」（4年度事業）

高崎市ブランド・シティプロモーションとして、3年度に続き「農業」をテーマとしたテレビドラマ番組を制作。地元の恵みを使ったサンドイッチを提供するフードワゴンを営む主人公が、同市で出会った農業を営む家族と交流するストーリー。



「地域密着系農業ドラマ『旅するサンドイッチ』」©テレビ東京

【宇都宮市】

カーボンニュートラルの推進について

1. 宇都宮市の都市ビジョンと背景

(1) スーパースマートシティ構想

宇都宮市では、人口減少などの地域課題に対応し、100年先も発展し続ける持続可能な都市を目指して「スーパースマートシティ」の構築を進めている。この構想は、「ネットワーク型コンパクトシティ（NCC）」を基盤とし、「地域経済循環社会」（経済）、「地域共生社会」（社会）、「脱炭素社会」（環境）の3つの社会が、「人」づくりの取組や「デジタル」技術の活用により発展する「夢や希望がかなうまち」の実現を目指し、現在政策を推進している。



(出典：宇都宮市行政視察資料)

(2) ネットワーク型コンパクトシティ（NCC）の形成

ネットワーク型コンパクトシティの形成においては、中心市街地を核に、西部の観光拠点や東部の内陸型工業団地など、各地域拠点の機能を集約する拠点化に加え、LRTやバスなどの公共交通ネットワークなどで連携するネットワーク化により、子供から高齢者まで誰もが安全で快適に移動できるまちづくりや、外出によって健康になるウォークラブルなまちづくり、環境負荷の少ないまちづくりの実現を目指している。

※ ネットワーク型コンパクトシティ形成ビジョン策定 (平成27年2月)

内陸型工業団地としては国内最大級の規模を誇る清原工業団地

JR宇都宮駅東口地区整備 (令和4年11月供用開始)

(出典：宇都宮市行政視察資料)

(3) カーボンニュートラルの目標と現状

カーボンニュートラルの実現に向けては、行政だけでなく、市民や事業者など全ての主体が丸手となって取り組むことが重要であると考えており、宇都宮市では2030年度までに2013年度比で温室効果ガス排出量を50%削減する目標を掲げているが、現状では2013年度比で8.1%の削減実績があるものの、自動車依存度が高く、運輸部門の排出量が多いことが課題である。このままでは2030年度の削減率は19.6%にとどまり、2050年のカーボンニュートラル達成には遠

い状況であるため、今後はさらなる交通施策や市民・事業者の意識改革を通じて、目標達成に向けた取組を強化していく必要がある。

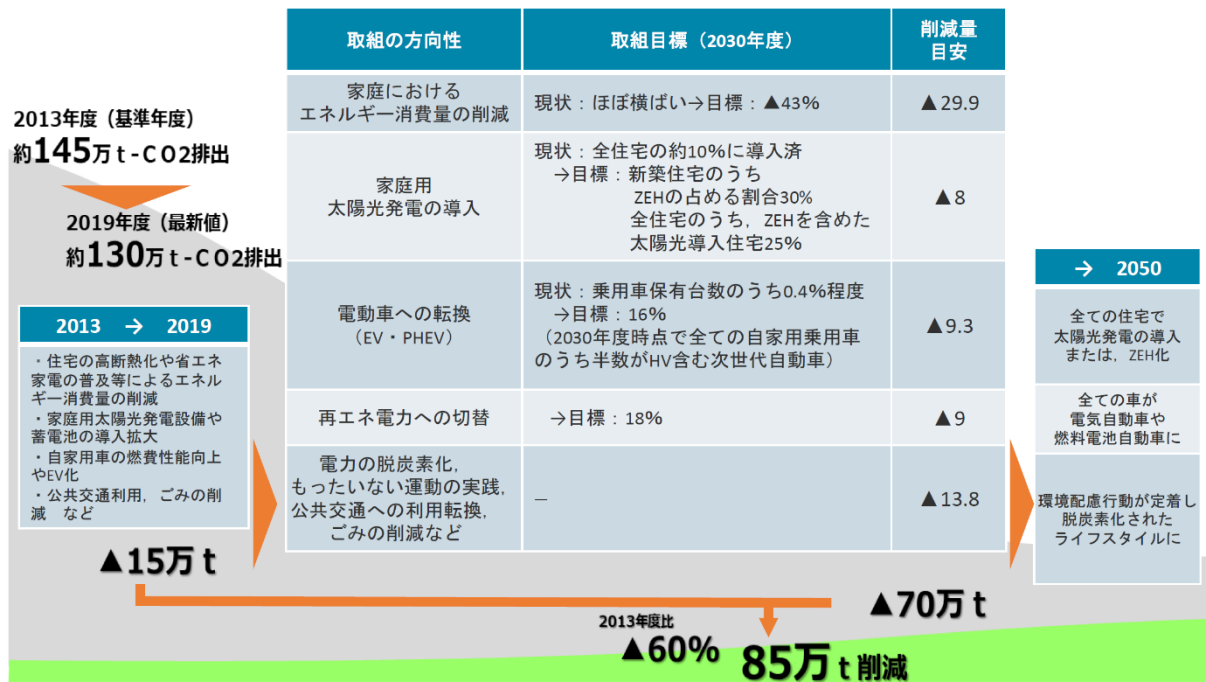
2. 宇都宮市カーボンニュートラルロードマップの概要

宇都宮市では、2050年のカーボンニュートラルの実現に向けて、「カーボンニュートラルロードマップ」を策定し、市民・事業者・行政が一体となって取り組むための方向性を明確にしており、以下の3つのアクションを柱に、持続可能な社会の構築を目指している。

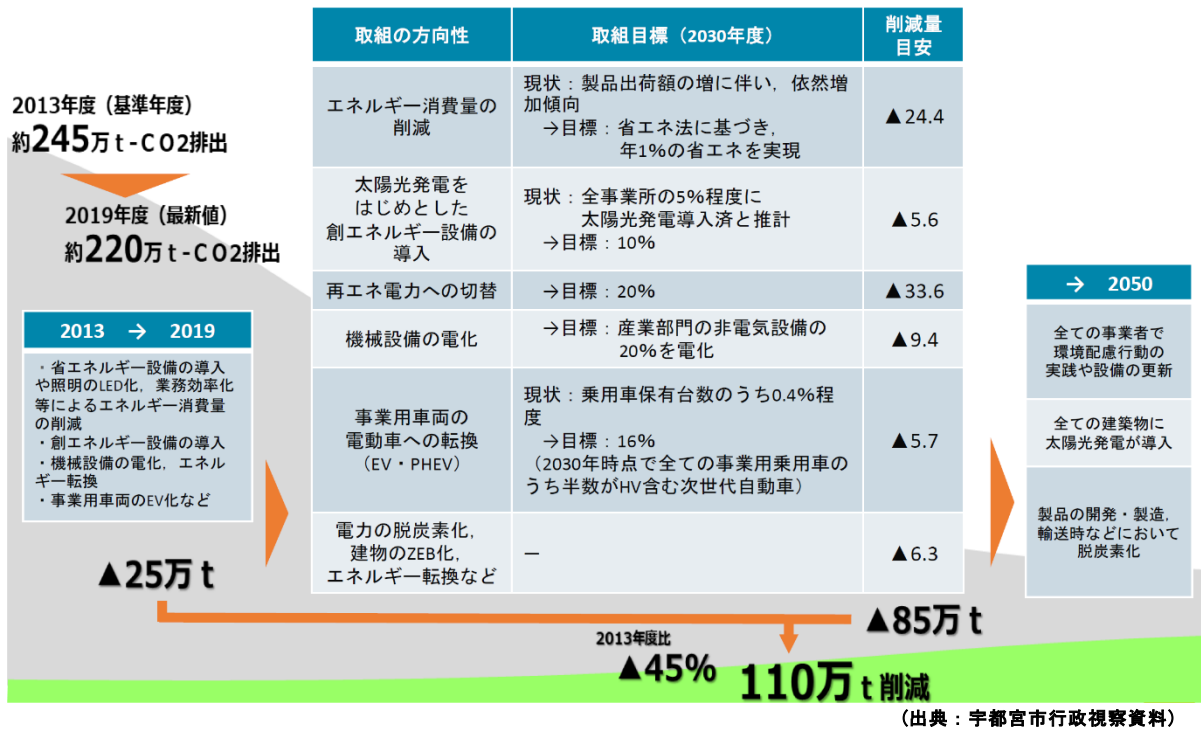
(1) 3つのアクション

- 「かえる」：温室効果ガスが日常のあらゆる場面から排出されていることを市民が意識し、ライフスタイルやワークスタイルを見直すことで、行動変容を促す。
- 「つくる」：環境に優しい再生可能エネルギーを「買うもの」ではなく「つくるもの」として捉え、積極的に導入・活用することを推進する。
- 「育てる」：地域資源（NCC、人材、緑、技術、パートナーシップなど）をさらに育て、活用することで、持続可能なまちづくりを進める。

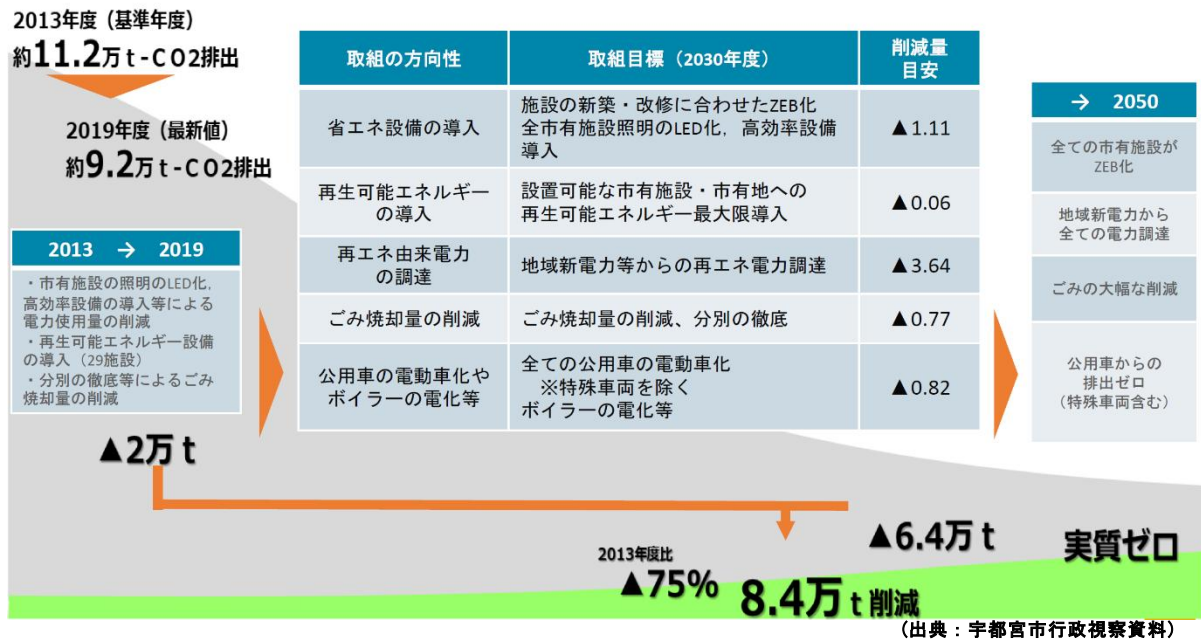
(2) 市民の取組



(3) 事業者の取組



(4) 行政の取組



3. 脱炭素加速化プロジェクトの具体施策

宇都宮市では、2050年のカーボンニュートラルの実現に向けて策定した「カーボンニュートラルロードマップ」に基づき、3つのアクション（大胆にかえる・もっとつくる・みんな育てる）を牽引し、好循環を生み出すための重点施策として「脱炭素加速化プロジェクト」を推進している。

(1) スマート&ゼロカーボンムーブプロジェクト（かえる）

自動車依存度が高く、運輸部門からのCO₂排出割合が全国平均を上回るという課題に対応するため、ライトラインをはじめとした利便性の高い公共交通網の整備、バス路線の再編、交通系ICカードやバスの上限運賃制度の導入など、利用環境の向上による公共交通の利用促進と、自動車をはじめとする多様なモビリティの脱炭素化を図り、移動に伴うCO₂排出ゼロを目指している。

① 交通ICカード「totra（トトラ）」導入（令和3年3月～）

全国相互利用カードである「Suica」の機能を持ちながら、地域独自のサービスも提供できる新たな交通系ICカード「totra」を導入。



※[Suica]は東日本旅客鉄道株式会社の登録商標です。
(出典：宇都宮市行政視察資料)

② 運賃負担の削減（令和3年6月～）

ア 上限運賃制度：より便利に市内を移動できる独自の運賃負担軽減策の1つとして、バス1乗車当たりの運賃に上限を設ける「バスの上限運賃制度」を実施。



(出典：宇都宮市行政視察資料)

イ 乗継割引制度：ライトライン・バス・地域内交通間の「乗継割引制度」を開始。上限運賃制度との併用で、市内のどこから乗っても、乗り継いでも、街なかまで500円以内となる交通環境を実現。

③ シェアリングサービス（令和4年～）

- ・市街地での周遊性の向上や、鉄道、バスなどのラストワンマイルとして電動キックボード、電動自転車によるシェアリングサービスの実証実験をJR宇都宮駅西側で実施。
- ・ライトライン開業に合わせ、JR宇都宮駅東側のライトライン沿線に拡充。（令和5年8月1日～）



(出典：宇都宮市行政視察資料)

(2) 再生可能エネルギー最大限導入・活用プロジェクト（つくる）

地域ポテンシャルを生かした様々な再生可能エネルギーを最大限導入し、自家消費や地域新電力会社の活用により地産地消を推進することで、エネルギーの脱炭素化と地域経済の活性化に寄与するとともに、導入に当たっては、周辺環境や自然との調和を図り、地域住民の理解を得ながら、地域にメリットのある再エネ設備となることを目指している。

① 地域新電力会社「宇都宮ライトパワー株式会社」の設立（令和3年7月）

地域の再エネが地域の脱炭素化に貢献していないことや、卒FIT問題により再エネ発電が縮小する可能性があること、またライトラインの導入をきっかけとしたさらなる脱炭素化を検討する必要があることなどの各課題に対応するため、3年7月に宇都宮ライトパワー株式会社を設立。4年1月には小売電気事業を開始しており、市内のごみ焼却施設から電力を調達し、現在300件ほどの施設に供給している。また、ライトラインの開業に合わせて、再

調達と、高度なエネルギーマネジメントを行い、2030年度までに電力消費に伴うCO₂排出の実質ゼロを実現する取組を実施している。また、民生部門の電力以外の取組については、ライフラインや電気バスなどを中心とした公共交通ネットワークの脱炭素化を図る「ゼロカーボンムーブ」の構築により、運輸部門のCO₂の削減を図る取組を実施している。

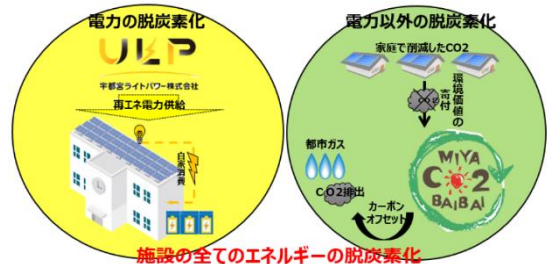
ア 「ゼロカーボンスクール（ゆいの杜小学校）」の取組

市有施設で初めてPPA方式を活用し、太陽光発電・蓄電池を導入するほか、市民が太陽光発電で生み出したCO₂削減量（環境価値）の活用により、「CO₂排出実質ゼロ」を実現した。今後については、太陽光を活用した自家消費、また蓄電池を活用した災害対応力の強化を全市の小学校で進められるよう、現在取組を進めている。

【太陽光発電：138kW】



【蓄電池：9.8kWh】



施設の全てのエネルギーの脱炭素化

(出典：宇都宮市行政視察資料)

イ 「一般家庭」の取組

沿線の一般家庭については、戸建住宅を対象に太陽光発電設備と蓄電池の設置費用に関する補助制度を創設し、設備の導入を促進している。市の東側に位置する陽東地区、ゆいの杜地区については、人口が密集する都市機能誘導区域となっているため、約1,500世帯を対象とした一般家庭の取組を進めており、もともとある補助の中で、プラスして対象区域を限定し、上乘せして補助を進めている。これは自己所有型、初期投資型ともに補助金を活用できるサービスであり、自己所有型に関しては個人に、初期投資型については事業者それぞれにそれぞれ交付する。

■ 太陽光発電システム

補助区分	補助単価	主な要件
基本額 (既存住宅)	3万円/kW (上限24万円)	・新たに設置すること。 ・非FITの場合：余剰電力の販売を、市が認定する環境価値を市域に帰属する事業者とすること。 ・FITの場合：市の「みやCO2パイパイプロジェクト」に参加すること。
対象区域限定 非FIT加算	7万円/kW (上限28万円)	・FITの認定を受けていないこと。

■ 蓄電池

補助区分	補助単価	主な要件
基本額	2万円/kWh (上限20万円)	・蓄電ユニットを新たに設置すること。 ・停電時に太陽光発電システムから直接充電でき、分電盤を介して自宅に電気を供給できるもの。
対象区域限定 加算額	5.16万円/kWh (上限25.8万円)	・太陽光発電システムを同時に設置すること。

(出典：宇都宮市行政視察資料)

ウ 「公共交通」の脱炭素化

公共交通ネットワークを構成している路線バスや、地域内交通などへの電気自動車の導入を加速化させるため、交通事業者への新たな制度を令和5年11月から開始しており、電気バスや燃料電池バス、燃料電池タクシーを対象に、補助対象経費の上限額を決めながら、導入の促進を図っている。

項目	内容					
補助率	車両導入の加速化を図るため、 全国トップクラスの補助率を設定 ・電気バス、燃料電池バス、燃料電池タクシー 「補助対象総事業費の1/2」又は「事業者負担分の2/3」のいずれか少ない方 ・電気タクシー 「補助対象総事業費の1/3」又は「事業者負担分の1/2」のいずれか少ない方					
補助対象経費の上限額	補助対象車両					
	電気バス	燃料電池バス	燃料電池タクシー	電気タクシー		
※市場価格の動向等に併せて、適宜見直しを予定	5,000万円/台	1億円/台	800万円/台	600万円/台		
	補助対象電気自動車用設備					
	急速充電器		普通充電器		キュービクル式高圧受電設備	電動車駆動用蓄電池
	機器本体	工事費	機器本体	工事費		
	150万円×口数	160万円	70万円	135万円	受電容量毎に設定	600万円

(出典：宇都宮市行政視察資料)

エ 「みやエコ・アクション・ポイント」の実施

市民への行動変容の一環として、国が推奨しているポイント事業と連携し、みやエコ・アクション・ポイントを実施している。対象者については、市内在住者及び市内通勤者等としており、エコアクションに応じてポイントを付与し、ポイントに応じた商品の交換などを行っている。宇都宮市が設定するエコアクションやモデル行動などをイベント、リーフレットなどを活用しながら、エコアクションの行動変容を促進する一環として実施している。



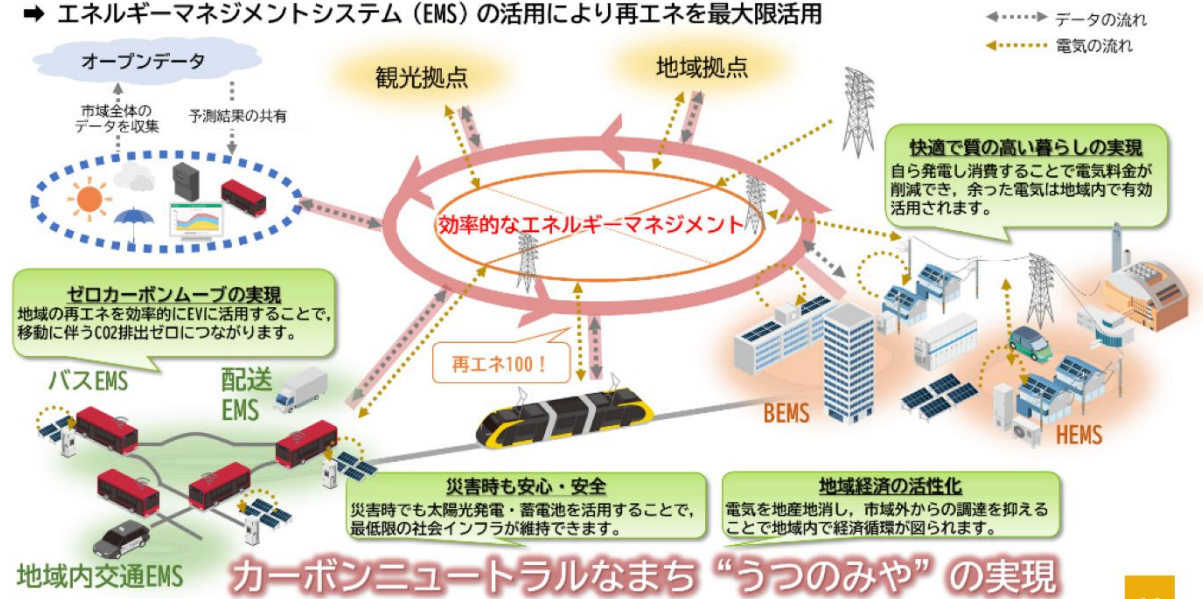
(出典：宇都宮市行政視察資料)

② 「うつのみやゼロカーボン推進協議会」

「カーボンニュートラルのまち“うつのみや”」の実現に向け、産学官の連携により、民間事業者の知見や技術などを活用しながら、宇都宮市の地域課題の解決や生活の質の向上につながる脱炭素の取組を効果的かつ効率的に推進するため、令和5年2月に、官民連携の協議会として、うつのみやゼロカーボン推進協議会を沿線の脱炭素化事業の開始と同時に設立した。同協議会は、脱炭素化に関する取組を主体的に展開している学識経験者、エネルギー・交通事業者、行政で構成しており、取組の主な項目としては、同市の脱炭素化に向けた方向性や課題の検討に関する事、新たな取組に関する事、エネルギーマネジメントに関する連携・調整に関する事を実施している。同市においては、同協議会において将来的な

市域全体のエネルギーマネジメントの在り方について共有を図るために、下記のようなイメージ図を作成し、電力の最適化を図るとともに、再エネを最大限活用できるよう地域の特性に合わせ、同協議会の中で検討を進めている。

➔ エネルギーマネジメントシステム（EMS）の活用により再エネを最大限活用



(出典：宇都宮市行政視察資料)

【富山市】

富山市スマートシティ事業について

1. 富山市を取り巻く課題

多くの地方都市と同様に、富山市においても総人口が減少しており、少子高齢化の進展に非常に強い危機感を抱いていた。

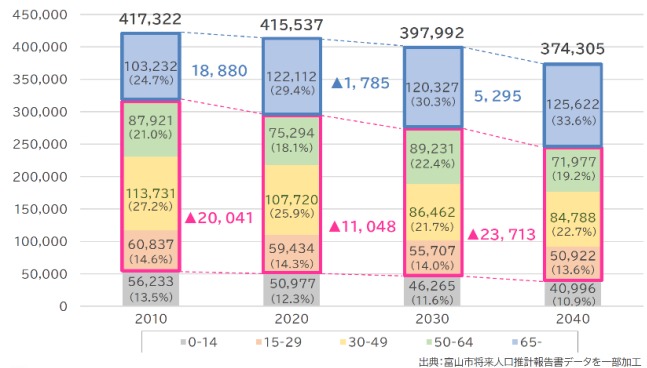
同市の将来人口推計によれば、2020年から2040年にかけての20年間で、老年人口（65歳以上）が約5,300人増加するにもかかわらず、それを支える生産年齢人口（15～64歳）が約24,000人減少するという非常に厳しいデータが示されている。

また、同市は、第二次世界大戦中の空襲で市街地の大部分を焼失したが、戦後の復興の中で道路網の整備が進められたことから、自動車を運転しやすい碁盤目状の都市構造となっている。このため、公共交通が衰退し、また、居住地が都心部から離れていても通勤等が可能であることから多くの市民が自動車で移動することで、都心部のドーナツ化現象が進み、大型百貨店が閉店するなどの状況が生じていた。

このような課題を解決するために、同市は、「公共交通を軸とした拠点集中型のコンパクトなまちづくり」（コンパクトシティ政策）に取り組んできた。

同市のコンパクトシティ政策は人口の転入超過や地価の上昇などの様々な成果を生み、国内外から高い評価を受ける一方、郊外や中山間地域に住む市民の中には施策の効果を実感しにくいとの声があった。さらに、近年は市民ニーズが多様化し、それに伴い行政課題も複雑化・高度化しており、行政だけで課題を解決していくことが困難になってきていた。

このことから、同市は、近年目覚ましい発展をみせるデジタル技術を活用し、コンパクトなまちづくりを“深化”させ、産学官民が連携して地域課題の解決を図るスマートシティ政策に取り組むこととした。



(出典：富山市行政視察資料)

2. コンパクトシティ政策

(1) 施策の概念「お団子と串の都市構造」

同市のコンパクトシティ政策は、「公共交通の活性化」「公共交通沿線への居住推進」「中心市街地の活性化」を3つの柱とするもので、地方都市としては恵まれた公共交通網が、富山駅を中心に放射状に各地域の拠点とネットワーク化されている環境を生かし、一定水準以上のサービスレベルの公共交通（鉄軌道、バス路線）を「串」、串で結ばれた各地域の核となる拠点（駅、バス停）などからの徒歩圏を「お団子」に見立て、「公共交通を軸とした拠点集中

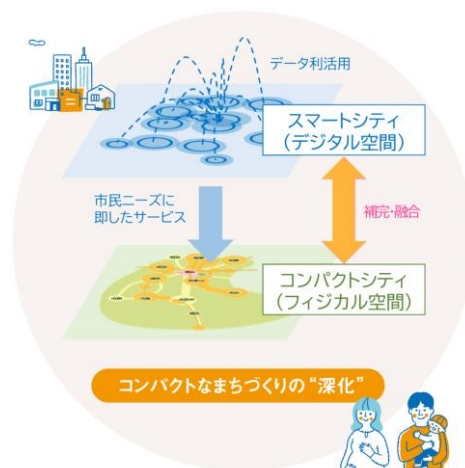


(出典：富山市行政視察資料)

(2) コンパクトシティを“深化”させるデジタル技術の導入とデータの利活用

人口減少や超高齢社会の進行を見据え、同市が取り組んできた「公共交通を軸とした拠点集中型のコンパクトなまちづくり」は、人口の転入超過や地価の上昇などの様々な成果を生み、国内外から高い評価を受けるなど一定の成果はあったが、郊外や中山間地域に住む市民の中には施策の効果を実感しにくいとの声がある。さらに近年は、市民ニーズの多様化に伴い、行政課題も複雑化・高度化しており、行政だけでは課題解決が困難になってきている。

このことから、同市は、持続可能な地方都市としての経営を継続していくために、「コンパクトなまちづくり」をより“深化”させるための一手として、近年目覚ましい発展をみせるデジタル技術の導入によって得られたデータをしっかりと政策立案に生かし、さらには市民生活の質の向上につながるようなサービスの展開を目指す「スマートシティ政策」に新たに取り組むこととし、コンパクトシティ政策をスマートシティ政策で補完・融合することにより、市民生活の質（QOL：Quality of Life（クオリティ・オブ・ライフ））及び利便性のさらなる向上や地域特性に応じた市域全体の均衡ある発展を目指している。



(富山市「スマートシティとやま」サイトより)

(3) 富山市スマートシティ推進ビジョン

コンパクトなまちづくりを“深化”させ、地域課題の解決を図るスマートシティ政策に取り組むに当たり、今後目指すべきスマートシティの方向性を共有し行動するための指針として、「富山市スマートシティ推進ビジョン」を令和4年に策定した。



富山市スマートシティ推進本部会議



庁内ワーキンググループ



有識者会議

(出典：富山市行政視察資料)

同ビジョンは、市の最上位計画である総合計画との整合を図りつつ、スマートシティ推進の観点から、全ての個別部門計画に対する総合的な指針となるものである。

また、スマートシティは行政だけで推進するものではなく、産学官民による共創が不可欠であることから、立場や視点が異なる産学官民がスマートシティの方向性を共有し行動するための指針でもある。

なお、「富山市版スマートシティ」の実現は令和14年度をめどとしており、同ビジョンはその実現に向けた道筋を示すものである。一方で、スマートシティを取り巻く環境は急速に変化

しており、国のスマートシティ政策の方針や先端技術の動向等を踏まえ、必要に応じて本ビジョンの内容を見直すこととしている。

① 基本理念

ア コンパクト&スマート

コンパクトシティ政策を“深化”させるため、スマートシティ政策でコンパクトシティ政策を補完・融合することで、市民生活の質や利便性の向上を図るとともに、地域特性に応じた市全体の均衡ある発展を目指す。

イ 市民（利用者）中心主義

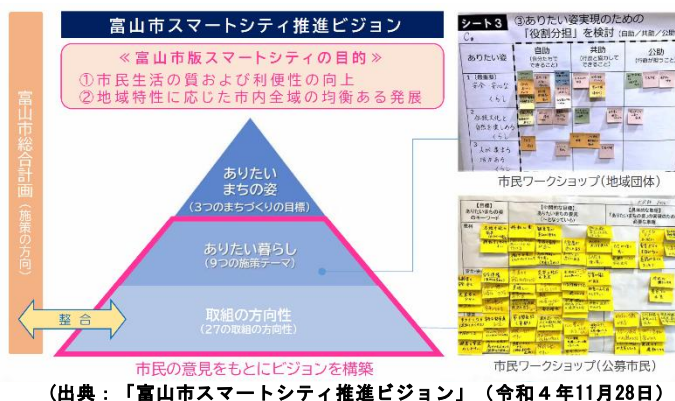
サービスを提供する行政や企業の目線ではなく、サービスを利用する市民の目線で取り組むことで、市民がデジタル化による恩恵を実感できるサービスの創出を目指す。

ウ ビジョン・課題フォーカス

スマートシティの「手段」としてのデジタル技術やデータではなく、「目的」であるビジョン・課題にフォーカスし、ビジョン実現や課題解決のためにデジタル技術やデータを利活用する。

② ありたいまちの姿（3つのまちづくりの目標）とありたい暮らし（9つの施策テーマ）

同ビジョンの策定にあたって、同市は「誰一人取り残されることなく便利で安心して暮らせるまち」「地域の宝を未来へつなぐ地域づくり・人づくりのまち」「互いの地域を尊重し支えあう一体感のある持続可能なまち」を「ありたいまちの姿（3つのまちづくりの目標）」とした上で、市民が向上させたい「生活の質」や「利便性」のほか、市民が求める「発展」とは何かを把握するため、市内3か所ですべて計6回の市民ワークショップを開催した。



市民ワークショップ

(出典：富山市行政視察資料)

③ 市民が実現したい理想の状態（27の取組の方向性）

また、9つの施策テーマを実現するために、市民から寄せられた約500件の意見を基に、27の取組の方向性を定めた。

さらに、市民が変化や効果を身近なところで実感できることが極めて重要であるという観点から、「取組の方向性」のうち「ありたいまちの姿（まちづくりの3つの目標）」ごとに

「特に中山間地域をはじめとする郊外部において市民が日常的に不便を感じている領域」
 「地域生活拠点において必要性が高く、その機能向上で周辺に暮らす人々も豊かさを実感できる領域」
 「地域ごとに限定することなく、未来志向により全市的に取り組む必要がある領域」を「重点領域」を定め、優先して取り組むこととした。



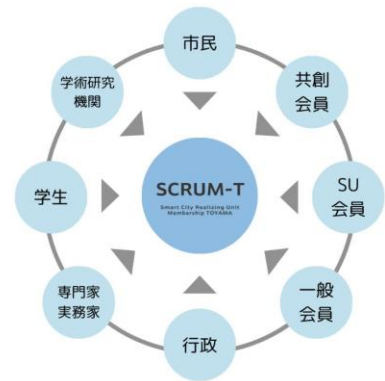
(出典：「富山市スマートシティ推進ビジョン」ハンドブック)

4. スマートシティの実現に向けた施策

(1) スマートシティ推進プラットフォーム「SCRUM-T(スクラムーティー)」

「富山市版スマートシティ」の実現には、企業や団体、学術研究機関などの多様な主体による共創が不可欠であることから、同市は、令和5年11月13日に地域の課題や市民の困りごとを解決するスマートシティ関連事業を産学官民が一体となって創出するためのプラットフォーム「SCRUM-T(スクラムーティー)」を設置した。

設置当初の会員は120者ほどであったが、現在は250者を超える企業が参画し、各種民間企業や学術機関、学生など県内外のプレイヤーがスクラムを組み、オープンイノベーション※により共創し、新たなビジネスの創出やサービスの構築に取り組んでいる。



(出典：富山市行政視察資料)

※オープンイノベーション…企業が外部の知識や技術を取り入れてそれまでの知識や価値観から脱却すること

会員種別		会員数※
共創会員	スマートシティ推進ビジョン（以下「ビジョン」という。）に基づき、市と連携して市民の困りごとや地域課題の把握に努めるとともに、解決策となるスマートシティ関連サービスの創出を主体的に目指す企業及び団体	27 (25)
スタートアップ会員	ビジョンに基づき、自らが有する独創的な事業アイデア、技術及びノウハウを活用したスマートシティ関連サービスの創出を目指す創業後（新たな製品の開発やサービスの提供など、事業目的の変更を必要とする事業転換を含む。）10年以内の企業及び団体	103 (45)
一般会員	ビジョンに基づき、スマートシティ関連サービスの創出を目指す、共創会員・スタートアップ会員以外の企業及び団体	121 (57)

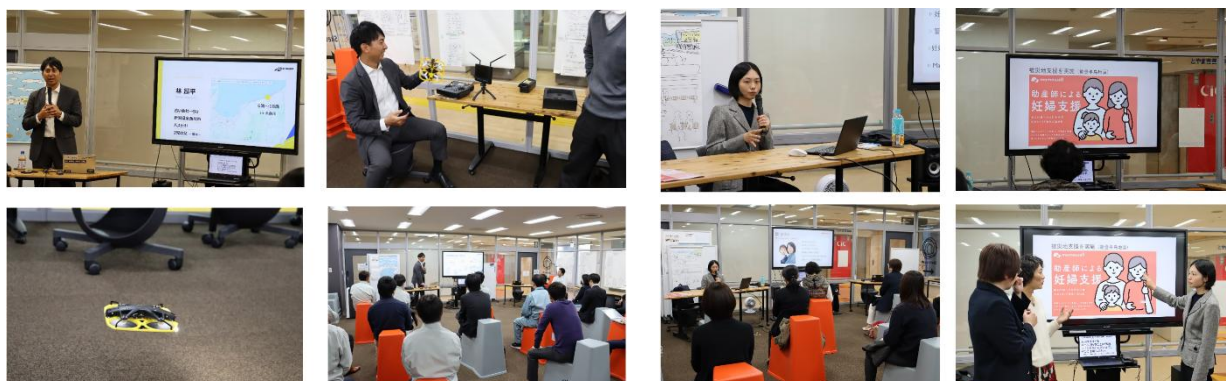
※会員数：（上段）令和7年7月15日時点（下段）令和5年11月13日（SCRUM-T設立）時点

※富山市行政視察資料及び富山市「スマートシティとやま」サイトを基に事務局作成

同プラットフォームでは、全会員を対象として、自社の取組やスマートシティ事業の進捗状況をブース等でPRする機会を提供するための総会や交流イベントを定期的を開催しているほか、会員専用のビジネス用のコミュニケーション・情報共有プラットフォームや会員同士が実際にマッチングできる場を提供している。

また、同プラットフォームに会員登録している県外のスタートアップ会員企業の取組を紹介し、交流するイベント「スタートアップ×ミートアップ」を開催しているほか、東京都が主催する地域・業界・業種を超えてスタートアップ*の成長と広域展開を支援する事業「NEXT Tokyo (ネクストウキョウ)」や、企業、スタートアップ、自治体、大学、個人などが立場を超えて集まり、社会課題の解決や未来社会の創造に向けた共創を促進することを目的として、NTT西日本が令和4年3月に大阪・京橋エリアに開設したオープンイノベーション施設「QUINTBRIDGE (クイントブリッジ)」などに出展し、会員企業とともにPRする取組も行っている。

※スタートアップ…新しい企業であって、新しい技術やビジネスモデル（イノベーション）を有し、急成長を目指す企業（経済産業省「スタートアップの力で社会課題解決と経済成長を加速する」2025年2月）

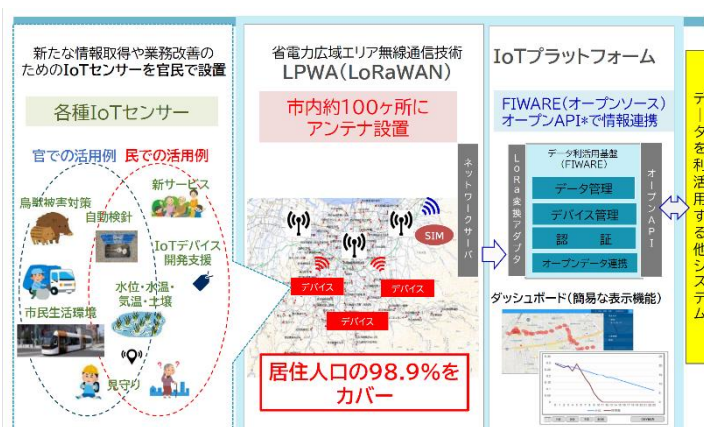


第1回（令和5年12月14日）（株）Liberaware
「小型ドローンを駆使した狭小空間点検サービス」

第2回（令和6年1月19日）（株）MamaWell
「パーソナル助産師とデジタルヘルス技術を掛け合わせた妊婦の健康伴走サポート事業」

(2) 富山市センサーネットワーク

同市では、様々なIoTセンサーを市域に展開することで、リアルタイムに変動する様々な情報をクラウド上へ集約し、複合的に分析・可視化することにより、幅広いサービスへの展開を実現するため、ICTを活用して都市機能やサービスを効率化・高度化するスマートシティの実現に向け、「富山市センサーネットワーク」を構築した。



(出典：富山市行政視察資料)

(3) 富山市センサーネットワークを活用した主要事業

① こどもを見守る地域連携事業

I o T技術等の新たな手法を活用した地域住民との協同事業として、令和5年度末までに市内全66小学校区で事業を展開し、参加同意のあった延べ1万人の児童にGPSセンサーを



(出典：富山市行政視察資料)

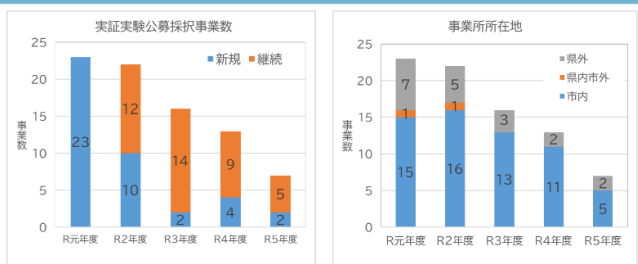
貸与して登下校路の実態を調査した。また、富山大学と共同で解析・「見える化」して得られたデータを小学校、保護者、自治振興会等と共有化し、I o T等の新たな手法を活用した地域連携モデルを検討した。

各小学校に実施したアンケートの結果によると、共有化したデータについて、「学校運営協議会で情報提供を行い、見守り隊の配置場所や時刻等を確認した」「地域の児童安全マップを作成する際に参考にしたり、危険箇所として追加した」「集団登校班の在り方について検討を進める際のベースの一つとして活用した」「防犯協会と共有し、「子ども110番の家」の設置場所の見直しのために活用した」などの活用事例が報告された。

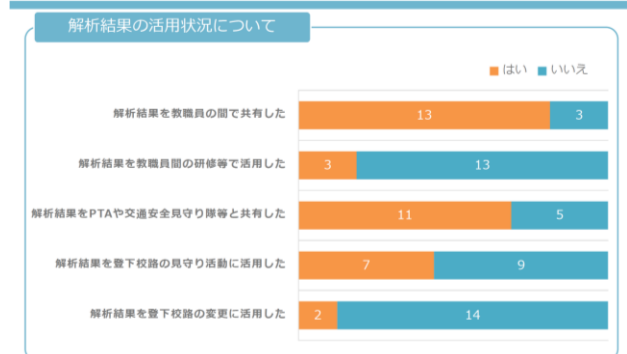
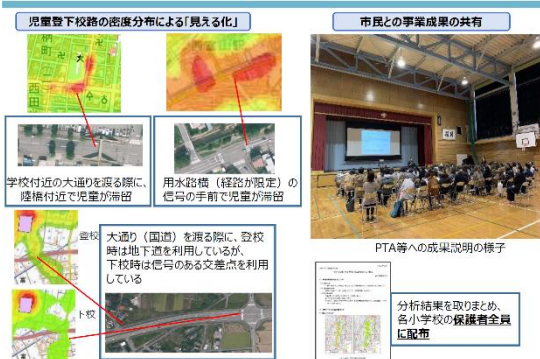
② 民間事業者向け実証実験公募事業

地域産業の活性化を図るため、民間企業や大学の研究機関等に富山市センサーネットワークをI o Tセンサー等の開発や新サービスの実現のための実証実験環境として無償提供し、実証実験結果は同市ホームページ等で紹介するとともに、民間事業者や市の関係部署を交えた成果報告会を開催している。

採択事業者数



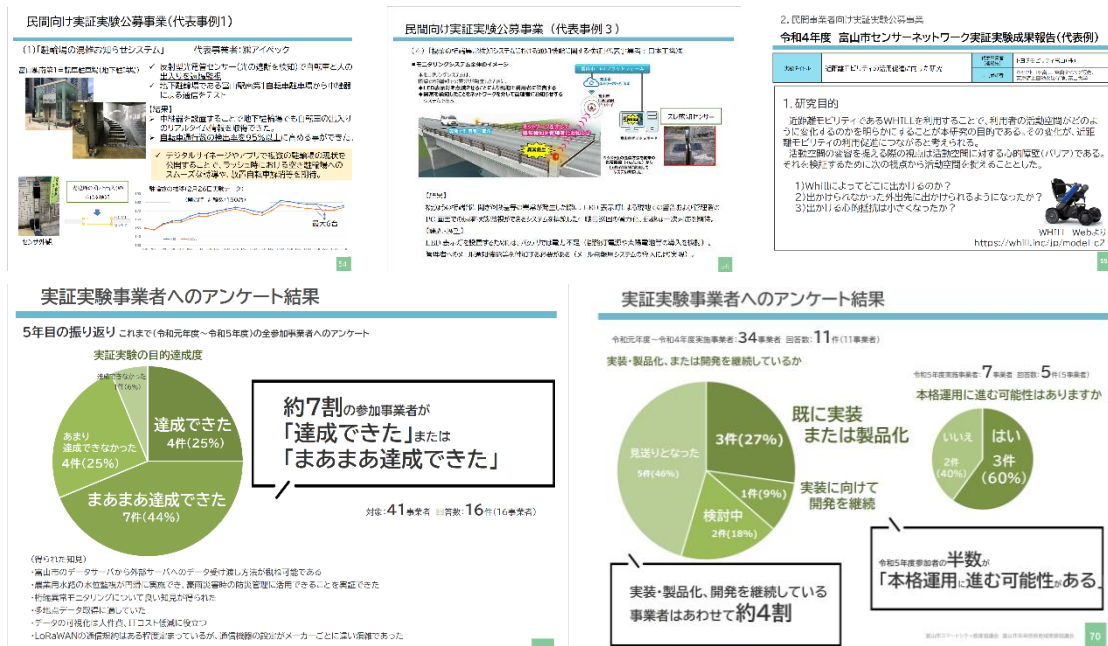
(出典：富山市行政視察資料)



(出典：富山市行政視察資料)

令和元年度の事業開始以降、延べ87件の事業提案があり、センサーネットワークを活用した「駐輪場の混雑お知らせシステム」（令和3年度）や「橋梁の桁端異常検知システムにおける通知機能に関する検証」「近距離モビリティの活用促進に向けた研究」（令和4年度）などの民間事業者による実証実験が行われている。

実証実験を実施した事業者を対象としたアンケートの結果によると、約7割の事業者が実証実験の目的を「達成できた」「まあまあ達成できた」と回答し、約3割の事業者が「既に実装または製品化」し、約1割の事業者が「実装に向けて開発を継続」していることが確認された。



③ 庁内業務へのIoT活用実証事業

同市では、市民サービスの提供・防災力強化・業務の効率化を図るため、庁内業務へのIoT技術等の新たな手法の活用に取り組んでいる。

同市河川整備課では、浸水に対する市民の自助・共助を促すため、同市が管理する河川に水位計6基を設置して、小規模河川水位監視システム(水位センサー)を構築し、市民にリアルタイムの水位情報を提供した。また、同市が日本有数の豪雪地帯であることから、道路河川管理課では、井戸水を使った道路融雪装置を市内約300か所に設置し、同装置の稼働状況を遠隔監視するシステムを構築し運用しているほか、除雪車両にGPSトラッカーを設置し、除雪作業の状況をリアルタイムで公開している。また、今後の避難行動計画の策定等に生かすため、同市で震度5強を記録した令和6年能登半島地震の際にどのような避難行動が行われたかについて、携帯キャリアから購入したデータを基に分析し、病院やショッピングモールなど、市の指定避難所以外にも多くの市民が避難していた実態や交通渋滞の発生状況を明らかにした。

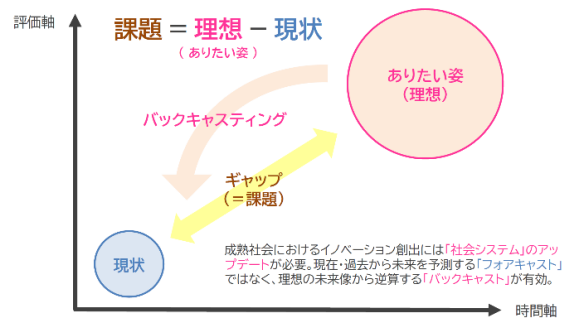
このように、収集した様々なデータを行政の内部で使うだけでなく、「行政窓口の混雑状況」などの市民生活に直結するような情報を知ってもらうために、プロモーション用ウェブサイト「Toyama Smart City Square（富山市情報公開サイト）」を構築し、各種IoTセンサーやウェブで公開している情報等が一元的に見えるようにしている。



富山市情報公開サイト「Toyama Smart City Square」トップページ

5. 未来共創事業

同市は、「未来創造」について「富山市の産学官民が、立場を超えて対話を重ねることにより、未来のビジョン（ありたい姿）を共に描き、共有した上で、ビジョンからのバックキャストイング（未来起点の発想法）で地域課題を明確化するとともに、実証・試行を通じて課題解決に取り組み、新たな価値を創造すること」と定義し、未来共創事業として、「オープンイノベーションの促進」「スマートシティの推進」「関係人口の拡大」という3つのアプローチによって「未来共創」を推進することで、これまで取り組んできた「コンパクトなまちづくり」の“深化”を図っている。



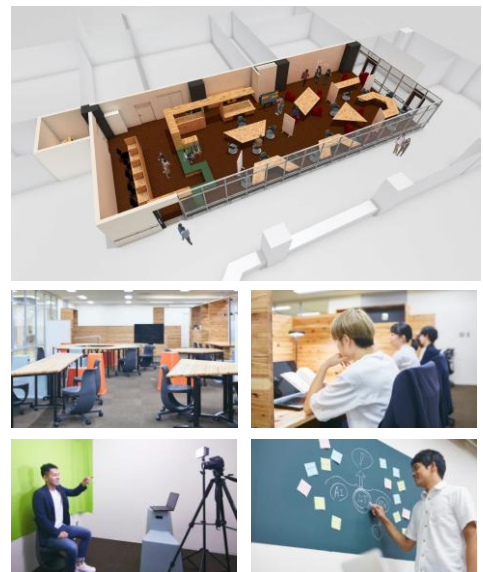
参考：未来を逆算する（著：黒田隆明氏）

（出典：富山市行政視察資料）

(1) 未来共創拠点施設「Sketch Lab（スケッチラボ）」

未来共創の拠点として整備したビジネス交流・共創施設「Sketch Lab」は、市内の起業家や大学教員などで構成された産学官連携組織「とやま未来共創チーム」（事務局：富山市スマートシティ推進課）が運営主体となり、同施設で実施する企画の方向性等を決定するほか、主催・共催するプログラムの企画・調整・運営・フォローアップ、取材・視察・見学対応、会員や学生研究員との交流などの活動を行っている。

同施設には、会員制のコワーキングスペースやウェブ会議用の個室のほか、フリーアドレススペースも整備されており、令和7年4月現在、245名（個人会員50名、法人会員110名（43法人）グループ会員5名（2法人）、学生研究員80名）が会員登録している。このう



（出典：富山市行政視察資料）

ち、学生研究員は、「まちづくりに関わってみたい」「社会や地域の課題を解決したい」「将来起業したい」など、何かに挑戦したい高校生以上の学生を応援することを目的とした登録制度で、登録した学生は同施設を無料で利用できるほか、会員限定のプログラムに参加することができる。

① 異業種交流会「スケッチミートアップ」

同施設で最もベーシックな交流イベントで、毎月開催されている。会員・非会員を問わず参加できる新たな出会いや気づき・仲間づくりの場であり、また同施設に興味はあるが、なかなか機会がつかめない方にとっての最初のきっかけの場として開催している。



(出典：富山行政視察資料)

② まちづくり対話会

同市の職員が提供する、まちや暮らしの様々なデータを基に、まちづくりを対話する同施設の恒例プログラムで、毎月異なるテーマの下、データを見ながら立場を超えたフラットな「対話」を通じて、自分たちのまちについて知り、理解を深め、新しい気づきや発見を得ながら「まちづくりをジブンゴト化」することを目的としている。

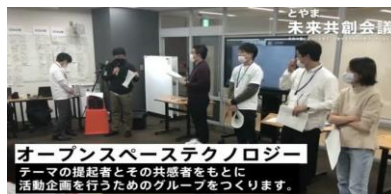
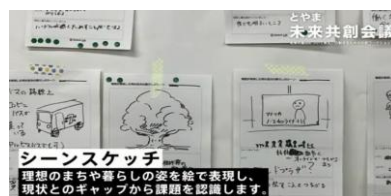


(出典：富山行政視察資料)

③ 市民共創ワークショップ「とやま未来共創会議」

同市が主催するフューチャーセッション[※]の手法を採用した市民参加型共創プログラム「とやま未来共創会議」では、市民及び市内勤務者を対象に参加者を一般公募し、まちや暮らしのありたい姿を描き、対話を通じて共感を広げることで仲間を増やし、地域課題の解決に向けて自ら行動する機会を提供している。希望者は翌年度から「サポーター」として運営に参加できる仕組みを導入し、市民ファシリテーターも育成している。

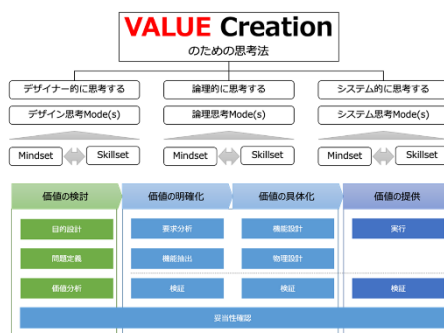
※フューチャーセッション…未来の新しい仲間を招き入れ、創造的な対話を通して、未来に向けての「新たな関係性」と「新たなアイデア」を生み出し、新しく集った仲間同士が「協力して行動できる」状況を生み出すための場（経済産業省「2016年版ものづくり白書」）



(出典：富山行政視察資料)

④ システムデザイン講座

日本のシステムデザインの第一人者である富田欣和氏（システムデザイナー／神戸大学客員教授・慶應義塾大学SDM研究科特任講師）を講師に迎え、システム思考により全体をシステムとして俯瞰的に捉える力、多視点で物事の構造を捉え可視化する力を養うとともに、論理的思考やデザイン思考なども総動員しながら新しい価値を創出するためのイノベティブな思考法「システムデザイン」をプログラムに導入している。



システムデザイン概念図(出典：富山市政視察資料)

⑤ 伴走支援型ビジネスプランコンテスト「スケッチオーディション」

とやま未来共創チームと経済界（富山ニュービジネス協議会、富山経済同友会）、富山大学が共催する伴走支援型のビジネスプランコンテストで、起業家精神の醸成と仲間づくりを主な目的として、約半年間にわたって開催される。

6. 推進方針と推進体制

スマートシティ政策は、産学官民の関係者が同ビジョンを共有した上で、共通理解の下に進めていく必要があることから、同市は、産学官民の様々な参加者が活発に協議しながら、共にスマートシティを推進するための共通認識としてグランドルールを定め、「富山市版スマートシティ」における3つの推進方針として、「データの利活用と意識醸成」「デジタル人材を増やす／デジタル人材になる」「デジタル格差の解消／情報リテラシー（理解度）の向上」を設定し、産学官民それぞれに期待される役割を明らかにした。

また、同ビジョンを実現するため、産学官民が推進体制・推進方針（グランドルール）に基づき、サービス設計・創出、データ管理・データ連携、人材育成・情報弱者支援・市民参加に取り組むにあたってのロードマップを示している。

ルール目的	グランドルール
市民目線かつ今ある形に捉われないサービス設計	1. 市民目線で課題やニーズ把握に努め、市民ファーストなサービス設計 2. 産学官民の共創による多様かつ多面的な視点で、今ある形に捉われない「真に市民が求めるサービス」を設計
将来の社会構造変化に対応したサービスの創出	3. 小でく生み出し、迅速・柔軟に改善が可能な「アジャイル型」でのサービス創出 4. 失敗を次へと生かせるチャレンジングなサービスの創出
無駄を省き、向上し続けるサービス	5. 「なんとなく」サービスを継続せず、データに基づいてサービスの改善・廃止を常に検討
市民に安心頂けるデータ管理の徹底	6. データを収集する際は、取扱ルールを定め、事前に公開 7. 市民の「提供データの主権者」としての権利（同意・利用確認・放棄）の担保を徹底
データ連携による新たな価値創出	8. 適切に処理されたデータは地域の産学官で共有し、新たな価値を生み出す 9. 適切に処理されたデータが流通しやすい環境（データの標準化・都市OS）を整備
スマートシティに対応した人材の育成と情報弱者支援	10. 情報弱者も取り残さないための「デジタルバйд」対策 11. 次世代のスマートシティを担う人材の育成

(1)データの利活用と意識醸成

政策（行政）、企業活動（企業）、豊かさ（市民）など様々な分野において、データによる「見える化」に取り組みることにより、意思決定の根拠や事業の進捗状況等を明確化し多様な方々の納得感を生み出すとともに、暮らしや経済における課題解決や価値の向上・創造を目指します。また、データの収集・見える化・分析の意義についての意識を醸成します。

(2)デジタル人材を増やす／デジタル人材になる

データサイエンティストに代表される高度なデータの利活用だけでなく、IoT（モノのインターネット）やAI（人工知能）、センサーなどのデジタル技術を業務や暮らしの中で上手に活用できる様々なデジタル人材の拡大を目指します。

(3)デジタル格差の解消／情報リテラシー（理解度）の向上

情報通信技術を利用できる人と利用できない人との間に生じる格差（デジタルバйд）を少なくし、安全で有意義なスマートフォンやインターネット等の使い方について、学び教え合います。

	現状	5年後	10年後
サービス設計・創出	重点領域の設定、課題解決・価値創出サービスの検討	重点領域を中心とした課題解決・価値創出サービスの実証・一部実装	サービスの全市展開・サービスの横展開
データ管理・データ連携	行政データのオープン化 既存都市OSの改善検討	産学官民のデータの相互活用 都市OSの機能拡張	「まちの見える化」の実現・EIPMの実現 スマートシティに資するエコシステム形成
人材育成・情報弱者支援・市民参加	データサイエンス教育、デジタルバйд対策等による産学官民の地域人材におけるデジタルリテラシー向上 市民ワークショップ等を通じたまちづくりへの参加機運の醸成	シビックテックの展開による市民のまちづくりへの参加機会の拡大	市民のデジタルリテラシー向上 高度デジタル人材の輩出・市民共創の実現

富山市版スマートシティの実現

(出典：「富山市スマートシティ推進ビジョン」（令和4年11月28日）