

埼玉発「地域ブランドプロモーション」

『地域ブランドプロモーション』研究チーム

第1章 埼玉発「地域ブランドプロモーション」	第5章 訪日外国人を埼玉へ
第2章 埼玉県の現状	第6章 県内自治体における挑戦
第3章 訪日外国人とオリンピックと埼玉県	第7章 埼玉県のPR戦略を考える
第4章 「地域ブランドプロモーション」の課題	

第1章 埼玉発「地域ブランドプロモーション」

少子高齢化・人口減少社会が到来し、「地方創生」に関する議論が活発化する中、地域活性化に向け、国内では様々な自治体が「シティセールス」・「シティプロモーション」に取り組んでいるが、埼玉県における研究・議論は途上段階にある。また、訪日外国人数の拡大が見込まれる中、埼玉県への訪問率は低位であり、県内開催が予定される東京オリンピック・パラリンピックを好機としていくには、今から取り組みを進めていく必要がある。

これらの背景を踏まえ、県内自治体が内外の認知を獲得し、経済活性化に繋がる具体的な体験を住民及び訪れた人々に提供し、継続的に応援してもらう仕組みづくりに向け、埼玉ならではの「地域ブランドプロモーション」の手法を提言し、交流人口の拡大と地域活性化に役立てていくものである。

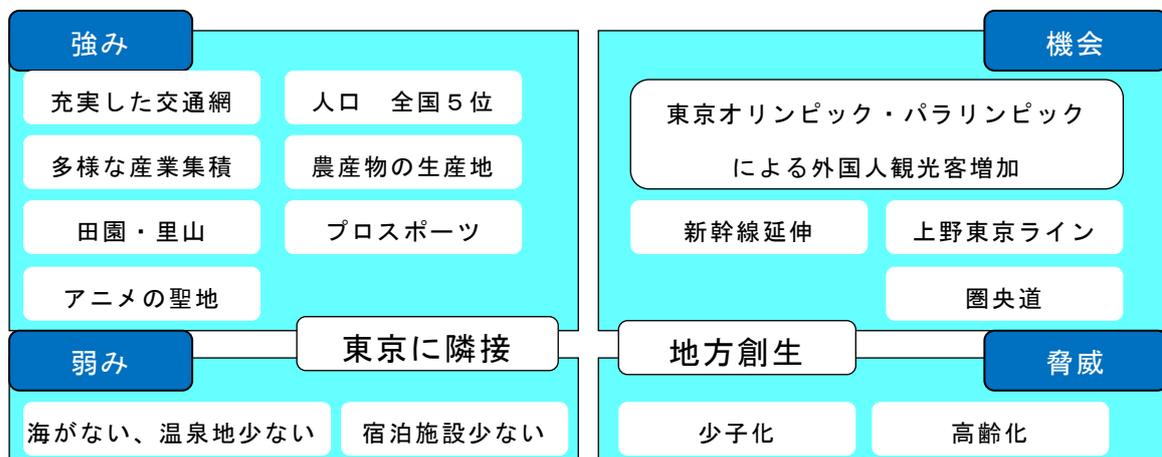
第2章 埼玉県の現状

1 観光県としての埼玉県

埼玉県には、観光県づくりを推進するために必要な観光資源を有している。観光入込客数は全国的にも上位の水準にあるが、その殆どは日帰り客で、多彩な観光資源が十分活用されているとは言いがたく、観光県としてのイメージ浸透には至っていない。

2 埼玉県の強み・弱み、機会・脅威

地方創生の流れの中、東京に隣接した埼玉県は、従来の強みがそのまま弱みに、機会が脅威へと転じうる状況にある。



第3章 訪日外国人とオリンピックと埼玉県

1 訪日外国人の現状

訪日外国人が年間1,400万人を窺う中、埼玉県への訪問率は全国21位となっている。

海外における主要ガイドブック「ロンリープラネット」では、埼玉県は47都道府県の中で唯一記載の無い県となっている。

2 東京オリンピックと埼玉県

2020年東京オリンピック・パラリンピックにおいて、埼玉県では3種目が開催予定となっている。

オリンピックがもたらす経済効果は直接的には3兆円、間接効果を含め民間試算では150兆円とも言われており、その恩恵を享受できるかどうかは、現時点からの取組み如何によるものと考えられる。

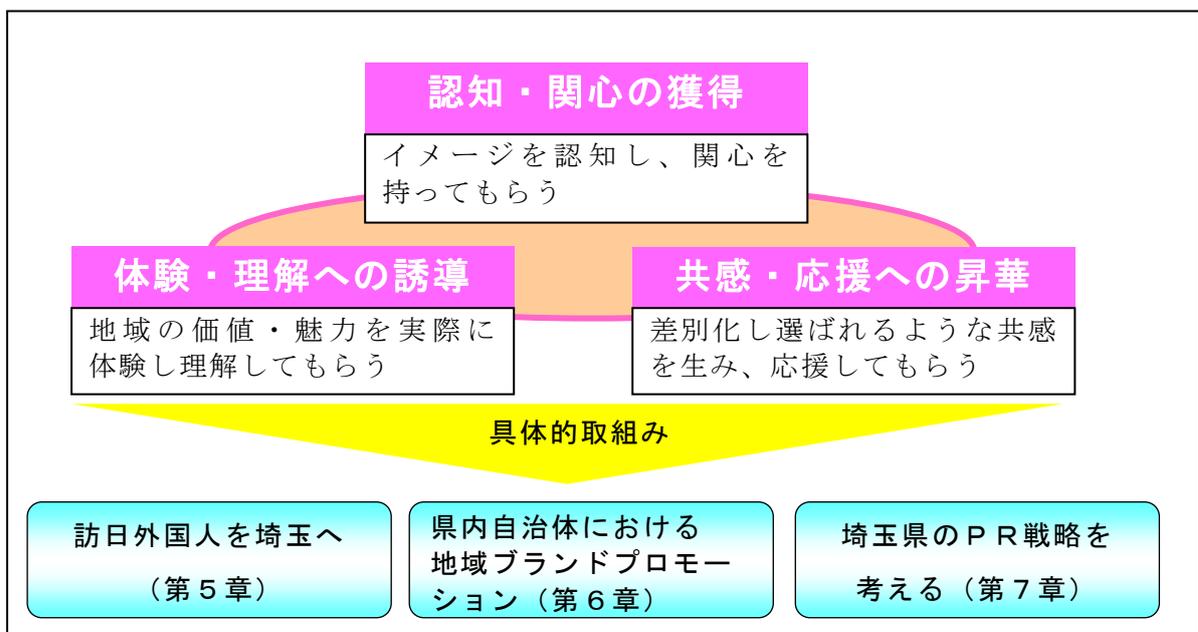
第4章 埼玉発「地域ブランドプロモーション」の課題

1 課題整理

埼玉における地域ブランドプロモーションの課題を、主体である自治体、プロモーションの対象、プロモーションすべき地域資源の観点より整理した。

2 基本的考え方

地域ブランドプロモーションを、「認知・関心」の獲得、そして対象に促す行動（「体験・理解」「共感・応援」）を軸として、方向性を提示する。



第5章 訪日外国人を埼玉県へ

1 課題

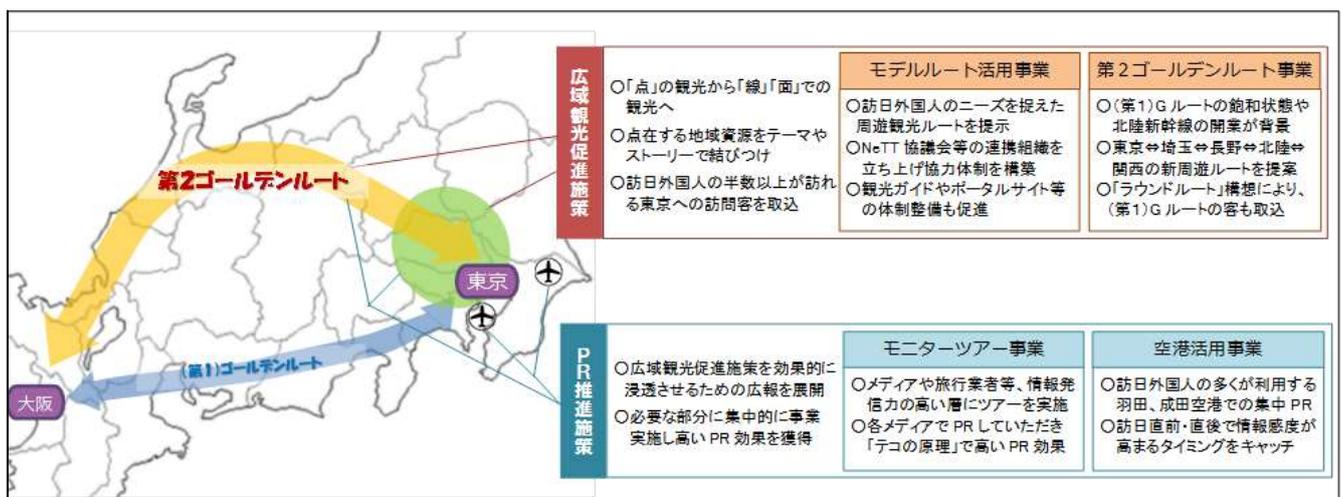
埼玉県への訪日外国人誘客を推進していく上での課題として、外国人を含めた誘客の取組み自体の相対的な優先度の低さ、官民及び地域間の連携が十分でないこと、観光県としての浸透度の低さがある。

2 施策の方向性

「東京の隣」「整備された交通網」「多彩な地域資源」という強みを最大限に活かし、埼玉県を「Next To Tokyo」（東京の隣、東京に近い、東京の次に行く場所）と位置付け、「訪日日程の空き時間（半日～1日程度）」を使って気軽に周遊できる」エリアとして打ち出す。

3 プロジェクト概略

官民及び地域間連携の促進による「モデルルート活用事業」、「第2 ゴールデンルート事業」を行う「広域観光促進施策」と、これらを効果的に認知・関心に結び付ける「モニターツアー事業」や「空港活用事業」を行う「PR推進施策」を展開する。



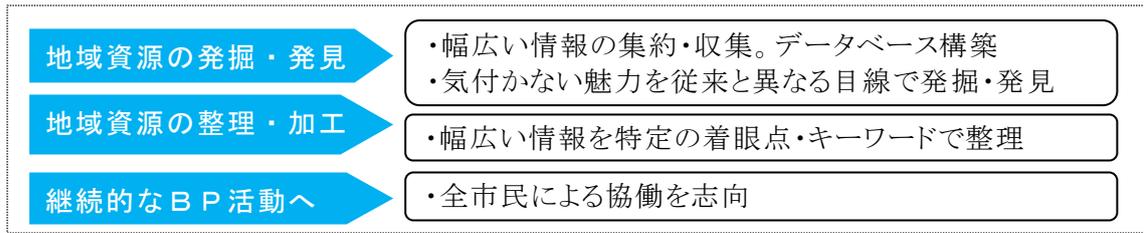
第6章 県内自治体における挑戦

1 課題

自治体の課題として、地域資源の「発掘・発見」、「磨き上げ」の方法、地域ぐるみで継続していくための「仕組みづくり」の方法が分からないという点が挙げられる。また、行政における公平性の観点より、複数の地域資源からの絞込みが難しいという点も挙げられる。

2 施策の方向性（実際の自治体でのモデルケース）

自治体の課題を踏まえ、実際の自治体をモデルケースとして、以下の着眼点の下、取組みを展開する。



<全市民での協働イメージ>



全市民が「チーム」として地域ブランドプロモーションを展開

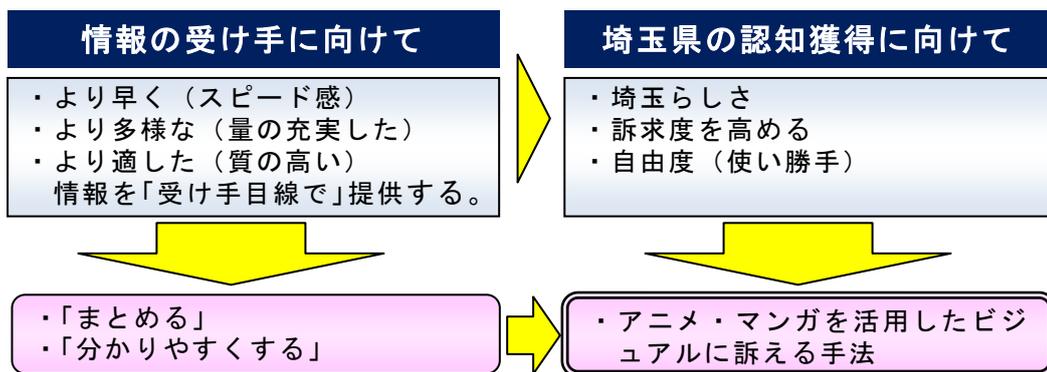
第7章 埼玉県のPR戦略を考える

1 課題

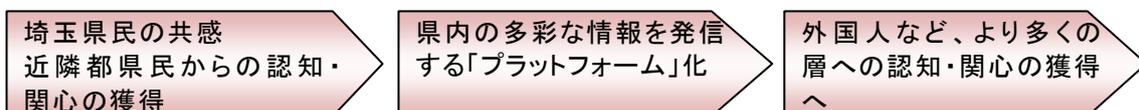
埼玉県や民間団体では各々、埼玉県のPRに努めている最中であるが、全国有数の人口・経済規模、宿場町としての歴史等に由来する多様性などから、他県のように「埼玉県そのもの」を代表的産品・景勝地などで表象させることには困難が伴う。

2 施策の方向性

埼玉県のPRの一助となるよう、その手法について研究を行い、PRの受け手となる人々に「届ける」ための要素を以下に整理した。



そして本研究会では、この要素を満たす一つの手法として、埼玉を表象し、多彩な情報の発信元となる「存在」を提案する。この手法では、以下の流れでの活用を想定している。



ビッグデータ・オープンデータ活用戦略 ～宝の山の活かし方～ 概要版



TEAM Big Bang

はじめに

本研究では、ビッグデータ（典型的なデータベースでは蓄積・分析ができないような大きなデータ）・オープンデータ（自由に使えて再利用・再配布できるデータ）[※以下BD・ODと表記]をめぐる現状を調査した。そしてBD・OD活用を阻む問題の所在を明らかにした上で、社会的課題の解決を図り、新たなビジネスチャンスを生み出す「産民学官」の連携の仕組みについて政策提言を行う。

第1章 データ活用が求められている背景

IT技術の進展は目覚ましく、これまで大型汎用コンピュータでしか扱えなかった量のデータについても、リアルタイムで分析することが可能になっている。今では、経済再生や社会的課題の解決におけるデータ活用は必須となった。一方、急速な少子高齢化の進展と人口減少、それに伴う労働力人口の減少や社会保障給付費の増大に加え、東日本大震災という未曾有の災害からの復興と大規模自然災害への対策など、我が国の社会は大きな変革を迫られている。行政だけでは解決できない課題に対しては、「市民との協働」とIT技術、とりわけ「データの活用」が解決策の大きな柱になりうる。

第2章 取り組み事例

米国、EU（英国）におけるBD・OD活用の取組を概観するとともに、日本の政府や地方自治体、NPO、民間企業等の取組を紹介する。諸外国の取組と比較して、日本は遅れてはいるものの、「世界最先端IT国家創造宣言」をはじめとして、2015年度末には他の先進国と同水準となるようデータの利活用推進が実施されている。

地方公共団体やNPO・民間事業者等によるBD・OD活用も活発に行われ始めており、アイデアソンやハッカソンといったワークショップ形式のイベントやアプリ開発コンテスト等も各地で開催されている。

第3章 本県におけるBD・OD活用の現状と問題

先進企業やNPOへのヒアリング、県内自治体へのアンケート調査、本研究会が主催したアイデアソンの結果などを基に、現状と問題点を明らかにした。

1 ビッグデータ活用に関する現状と問題

- ① 企業等が保有するデータは連携を意図して採取・蓄積されていない。
- ② 企業等のデータの多くは対外的に公開されておらず、データ活用という発想が喚起されない。
- ③ データ活用で複数の組織が連携するためには、共通の目的・課題が必要となる。

2 オープンデータ化に関する現状と問題

- ① 庁内に専門組織や人材がなく、どこから手を付けてよいかわからない。
- ② メリットよりデメリットを恐れており、新しい取組に抵抗感を持っている。

3 利用者側からみたデータ活用の現状と問題

- ① データ活用に関する認知度はまだ低く、課題解決のツールとして認識されていない。
- ② 一方で、社会的問題解決に向けた思いはあり、アイデアソン等のイベントは、データ活用への関心を喚起する手段として有効。

4 BD・OD活用のスパイラル・モデル

上記1～3で把握した現状・問題ごとの因果関係を「負のスパイラル」として整理した（図1）。

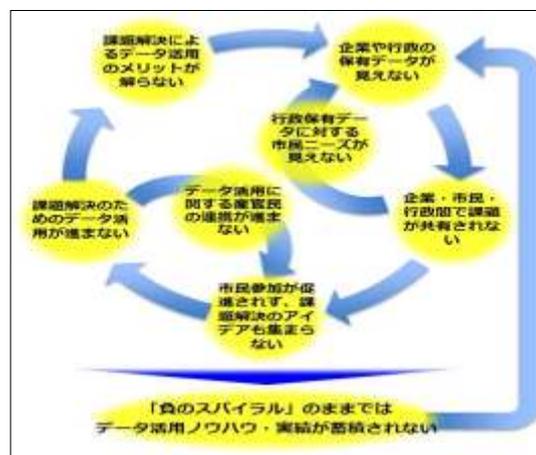


図1 データ活用のスパイラル・モデル

5 仮説の設定

上記で整理した問題を踏まえ、BD・OD活用を阻む「負のスパイラル」を「正のスパイラル」に転換するための仮説を設定した。

【仮説1】企業・自治体のビッグデータ活用について

- ・企業や自治体が保有データを公開、提供し「みえる化」するプラットフォームをつくる
- ・それらのデータを客観的に評価し連携させる仕組み（主体）をつくる
- ・データ提供に対しCSR目的にとどまらない、企業利益につながるインセンティブを設計する

【仮説2】自治体のオープンデータ化推進について

- ・特定の人材に依存するよりノウハウを県内自治体間で共有し活用する
- ・リスクを軽減・担保する
- ・メリットを実感してもらうために取組事例や成果をフィードバックする

【仮説3】利用者側からのデータ活用推進について

- ・市民、NPOの課題解決ニーズをデータ活用につなげるマッチング役が必要
- ・データを公開するだけでなく活用の仕方まで示す

第4章 仮説に基づく論点整理と政策提言の方向性

前章で設定した仮説を基に論点整理を行い、政策提言の方向性を明らかにした。

1 企業・自治体のビッグデータ活用推進について

【論点1】活用目的が分からない中で企業はデータの提供に応じるか？

→企業側は保有データの悪用を懸念することから、データ提供を求める前にまずはその活用目的を明らかにする必要がある。

【論点2】「データが分からなければ活用のしようがない」という問題をどうクリアするか？

→【論点1】と相矛盾する状況をクリアするため、データそのものでなく、「データインデックス（データ項目のリスト）」の作成によって可視化を実現するアイデアを検討。

【論点3】プラットフォームが担う役割の範囲は？

→データの加工・高度な分析よりも、課題・ニーズに応じて必要なデータを取り出す「データコンシェルジュ」が必要である。

【論点4】ビジネスの視点をどう採り入れるか？

→企業側からは「公益目的のほうが参加・協力しやすい」との意見が聞かれたことから、まずは公益の目的・課題でつながることを想定。将来的にはデータ売買の利益（フィージネス）によって運営する仕組みも視野に入れる。

2 自治体のオープンデータ化推進について

【論点5】県内自治体の協力体制をどう構築するか？

→「オープンデータ推進機構」を創設し各自治体が広域で推進するスキームを検討。ノウハウや人材不足の解消、「縦割り組織」の弊害の解消、導入や推進コストの大幅な低減等のメリットが期待される。

【論点6】「推進機構」は単なるオープンデータ化のアウトソーシング機関でよいのか？

→各自治体の負担軽減だけでなく、様々なデータを自らの行政課題に結びつけ、活用する政策形成能力の向上につながらなければならない。

【論点7】いかに「推進機構」への参加を呼びかけていくか？

→まずは県内の先進自治体と協力体制を構築し、データ規格の統一などのすり合せを行いながら少しずつ参加の輪を拓げていくのが現実的なアプローチ。

3 利用者側からのデータ活用推進について

【論点8】利用者のニーズをデータ活用にどう結びつけるか？

→「データコンシェルジュ」（【論点3】参照）が、まちづくりの担い手である市民・NPOの抱えるニーズを的確に把握し、データ活用につなげる役割も担う。

【論点9】具体的なデータ活用の方法をどう示すか？

→アイデアソンなどデータ活用のアイデアや技術について検討するイベントを開催し、住民等も巻き込んでデータの活用方法まで踏み込んだ啓発を行う。

4 政策提言に向けた方向性

上記の論点整理を踏まえ、政策提言のスキーム立案に向けた方向性を確認、決定した。

① 県内自治体のオープンデータ化を支援する「オープンデータ推進機構」と、データインデックス

により企業・行政のデータを可視化する「プラットフォーム」がスキームの両輪。

- ② 「プラットフォーム」で中心的な役割を果たすのがデータ、市民、企業・行政のマッチング役である「データコンシェルジュ」。
- ③ 「プラットフォーム」は自治体や企業のデータに関する情報を蓄積するデータポットであると同時に、企業、行政、住民・NPO など様々な主体がリアルに交流する場（サロン）でもある。
- ④ 当初から完璧なスキームを備えて立ち上げるよりは、まずはスモール・スタートで、少しずつ成果を挙げていながら関係者を巻き込んでいく漸進的アプローチが現実的には有効。

第5章 政策提言「彩の国データ活用推進機構」の創設と活用

1 提言概要

県内におけるオープンデータ及びビッグデータの活用を推進するために、県内自治体のオープンデータ化を推進する「オープンデータ推進部門」と様々な主体のデータ活用を推進する「プラットフォーム部門」を備えた「彩の国データ活用推進機構」（以下「機構」と言う。）をつくる。当機構は、官民両方の性格を持ち、公益性の担保の観点から、一般社団法人やNPO法人を想定している。また、運営資金については、参加自治体からの共益金およびプラットフォーム部門のビジネス展開による収入による。

2 各部門の機能

(1) オープンデータ推進部門

県内自治体間でオープンデータ化のノウハウや取組事例を共有し、またオープンデータ化推進に伴う各種リスクの軽減の支援も行う。各機能は次のとおり。

- ① **司令塔機能**：フォーマットや規約の提示など、オープンデータ化の道

筋提示。これにより、広域のデータが統一規格で提供され、利用者側にとってメリットになるとともに、市町村側の負担軽減が可能。

- ② **情報共有化機能**：データ活用の成果事例やノウハウを各自治体と共有。また、機構への出向受入や自治体向け講習会を開催することにより、各自治体職員の人材育成を行う。
- ③ **データ加工機能**：オープンデータ化に適したデータフォーマットへの変換。オープンデータ化のスタート時に最も懸念される事務量の増加を抑えることができる。
- ④ **リスク軽減機能**：オープンデータ化に伴う各種リスクへの相談窓口を設置。リスク懸念によるオープンデータ化への抵抗感を除くことができる。

(2) プラットフォーム部門

行政や企業が保有するデータが集まるデータポットとなり、収集されたデータを各種主体が有効に活用できるよう、啓発や主体間のマッチングを行う。また、データ利用を軸としてビジネス展開を行う。各機能は次のとおり。

- ① **データインデックス機能**：データの項目リストを収集、提供し、各種団体がもつデータの見える化を行う。
- ② **データコンシェルジュ機能**：課題・ニーズに応じて必要なデータを紹介するなど、データ活用に関する相談業務を行う。さらに、データ提供者と希望者の仲介を行うなど、各主体のマッチング役となる。

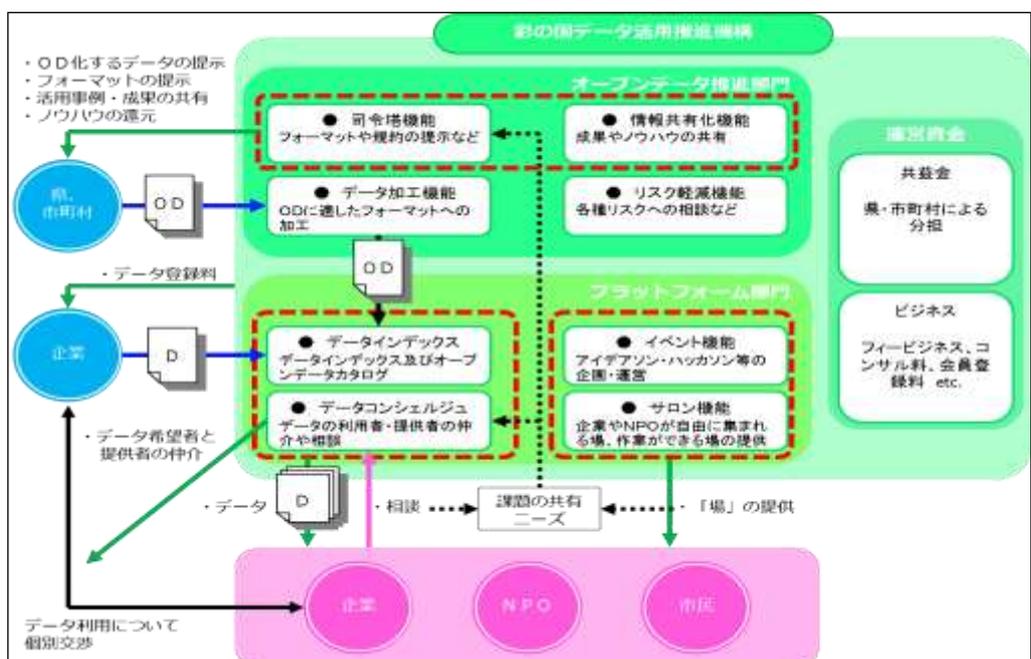


図2 「彩の国データ活用推進機構」の概念図

- ③ イベント機能：アイデアソン、ハッカソン等、市民を巻き込んでデータ活用による課題解決や新しいビジネスを創出する機会を企画・運営する。
- ④ サロン機能：様々な主体が集まり交流する「場」の提供を行う。
- ⑤ ビジネス展開：企業間の仲介などのフィービジネスやコンサルティング、会員制度などのビジネス展開を視野に入れる。

3 事業展開

上記で機構の基本的機能を説明したが、全ての機能を設立当初から実施するのではなく、成果を上げていながら徐々に事業拡大をするスモール・スタートが現実的と考える。

機構への参加自治体も、最初から県内 63 自治体の参加を求めるものではなく、オープンデータ化のメリット、機構へ参加することのメリットを成果とともに示していき、徐々に参加自治体数を増やしていくことを目標としている。

第 6 章 政策効果と自治体の政策形成の未来

(1) 「彩の国データ活用推進機構」の政策効果

主に次の①～③の効果が「負のスパイラル」(図1)の各要素に作用し、データの活用ノウハウ・実績の蓄積が、参加自治体や企業の拡大を生み、データの価値増大をもたらす「正のスパイラル」への転換が期待される。

- ① 「オープンデータ推進部門」及び「データインデックス」による保有データの可視化
- ② 主体の壁を超えたネットワークの構築と目的・課題の共有
- ③ データの蓄積・充実による価値増大

(2) 「彩の国データ活用推進機構」が導く自治体の政策形成の未来

プラットフォームを通じて県内自治体の保有データが統合・拡張される、企業の保有データとも結びつくことで、県内のすべての自治体が共通の「データ群」という“武器”を手にすることができる。さらに、プラットフォームが住民・NPO のニーズをデータ活用に取り込む役割を担うことで、データを媒介した行政と住民・NPO (さらには企業、大学等) のフラットな連携・協働が実現する。本提言はこれらの変化をもたらし、中長期的には自治体の政策形成システムを大きく転換させる可能性を秘めている。

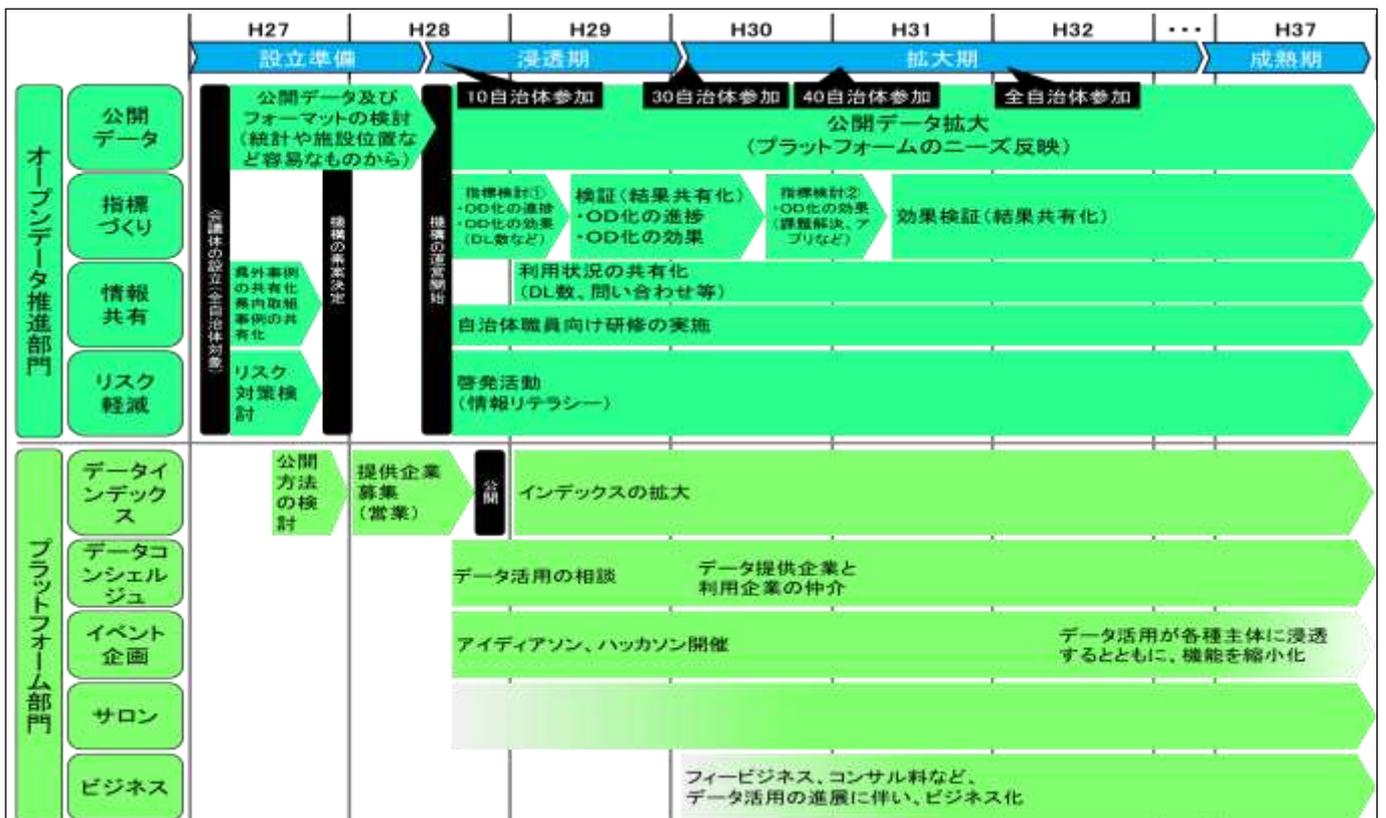


図3 実現に向けたロードマップ