

## 第5回岐阜県デジタル・トランスフォーメーション推進戦略会議 議事要旨

### 1 日時

令和3年6月14日(月) 13:00 ~ 14:30

### 2 場所

4階 特別会議室

### 3 出席者

#### 【委員】

氏名	所属・職名
浦田 真由	名古屋大学大学院情報学研究科 講師
遠藤 守	名古屋大学大学院情報学研究科 准教授
蒲 勇介	NPO 法人 ORGAN 理事長
佐野 雅哉	(一財) 岐阜県市町村行政情報センター 事務局次長
澤 尚幸	(一社) Community Future Design 代表理事
多田 憲生	(株) 岐阜多田精機 代表取締役社長
辻 博文	(一社) 岐阜県情報産業協会 会長
松島 桂樹	(公財) ソフトピアジャパン 理事長 岐阜県 IoT コンソーシアム 理事長
吉田 香央里	ヤマガタヤ産業(株) 取締役

#### 【オブザーバー】

氏名	所属・職名
田代 達生	(株) 十六総合研究所 主任研究員
中村 紘子	(株) OKB 総研 主任研究員

#### 【県出席者】

氏名	所属・職名
横山 玄	総務部長
阿部 修二	総務部次長(情報化推進担当)
大口 英徳	総務部デジタル戦略推進課長
海蔵 敏晃	総務部情報システム課長

### 4 議事概要

#### 【1】 地方創生のDXについて

(1) 体験プログラム見本市を通じた地域資源活用について【委員発表】

蒲委員より配布資料をもとに地方創生のDXについて説明。その後、委員が説明内容について意見交換。

#### 【松島座長】

- ・DX活用事例として、独自に開発した体験プログラム管理システム「長良川ASP」について、各地の人が利用し、ノウハウを移転できるようになっているが、対価はいただく構造か。

#### 【蒲委員】

- ・お見込みのとおり。長良川を名前に付けて、全国に広めていこうという思いから、システムを「長良川ASP」と名付けた。「長良川ASP」を各地のサーバーにコピーし、各地の観光協会や行政用にカスタマイズして使っていただいている。

#### 【佐野委員】

- ・「長良川おんぱく」について、2ヶ月間で180プログラム500回開催とあるが、コロナ禍における開催状況や推移はどうか。また、どのように事務局の人材を繋いでいかれたかお聞きしたい。

#### 【蒲委員】

- ・180プログラム500開催は、この10年間のピーク時の数字である。昨年度はコロナ禍のた

め、夏に実施したオンライン体験を含めても約 80 プログラムと、縮小している状況。現在は、事業形態をプラットフォーム型からツアー会社型にシフトをしているところ。また、「長良川 ASP」を必要とする地域があり、全国 7 地域へのコンサルティングやノウハウ移転を継続している状況である。

- ・事務局の人材について、法人設立時は自主事業がなく、県の緊急雇用委託事業を活用し、雇用を行った。ここ 5 年は安定的な事務局の雇用ができるようになってきている。事務局機能が不安な組合や会社、初期の DMO などは、常に事務員 1 人を雇う人件費が足りない状況であり、それらの事務局を当法人が委託を受けて担っている状況である。
- ・現在の職員は 15 名で、各種まちづくり事業の事務局機能を肩代わりする人材は、3 名程度。

#### 【佐野委員】

- ・事務局は補強されつつあるということだが、地域の事業者の「協力はするが、後はお願いしたい」というスタンスは、どのように感じているのか。

#### 【蒲委員】

- ・「長良川おんぱく」のスキームの中で、個々の事業者にも明確な動機づけをすることで、作業分担を行い、地域で持続可能な体験販売のプラットフォームができれば、発表させていただいた。
- ・我々のパートナーである地域事業者については、地域事業者自身の目的と地域振興の目的が合致することで、フラットな関係を作り出し、実質的に事務局の負担を減らすとともに、地方創生をしていく仲間づくりに繋がると、そういう考え方である。

#### 【松島座長】

- ・事業の中には「1 回やって、やめる」、「ずっとやっていく」等、色々あると思うので、むしろ、新陳代謝を繰り返す形をやるのが、結構大変だとも思うがいかがか。

#### 【蒲委員】

- ・お見込みのとおり。若手が地域文化を継承していくような、生態系のようなものが出てきた結果、常に 3 分の 2 ぐらいの体験企画は、新しいものが生まれている。そういう意味では、長良川流域でのプラットフォームづくりは、試しに何か事業や次のステップへ進んでみようという人を生み出し続ける環境を創れてきたとは思っている。
- ・今後、コロナ禍で非常に落ち込んでいるので、機運をどう今後の地方創生や観光に繋げていけるかは、大きな課題である。

#### 【辻委員】

- ・鵜飼の船に乗る前や翌日に、10 種類ぐらいの体験コースの中からどれか選べるという建て付けにできないか。

#### 【蒲委員】

- ・どちらかという「長良川おんぱく」という事業は、事業者志向である。事業者の都合で、お客さんに協力してもらおうというベクトルでやってきた事業であるが、今後、観光マーケティングを考える際は、顧客が困っていることや、やりたいことをサービスに転換しなければいけない。
- ・ブレイクダウンした体験ということで、鵜飼前後にさせていただくような、長良川体験チケットという観光商品を作り、チケットを持っていくと、和紙の小物が作れたり、鮎の塩焼きと交換できる等のサービスは始めている。
- ・大きな社会的ソーシャルインパクトを出せる商品になっていないので、今後、鵜飼観光と、それを取り巻く宿泊と合わせて、魅力的なサブコンテンツに、これまでの実績を繋げていきたいと考えている。

#### 【松島座長】

- ・体験ツアーを目指してくる観光客が多いのか、他のイベントがあつて、その付加価値みたいな形で来るのが多いのか、いかがか。

#### 【蒲委員】

- ・「長良川おんぱく」では、この体験がしくて来るといった顧客層の塊である。これは、一般の観光客のニーズとは違っているので、一般の観光客にそれらの体験をブレイクダウンする必要があると思っている。例えば、県の大規模イベントの際のオプション現地ツアー

や、エクスカージョンツアーに、体験やガイドを提供している。

【松島座長】

- ・いくつかある体験プログラムを組み合わせ、一つのパッケージにするということは、考えていないか。

【蒲委員】

- ・この10年間、ブレイクダウンや梯子など実験をしたが、顧客の嗜好は「コンテンツがやりたいから」というシンプルなものが一番強い。マニアックでコアな顧客なり、細分化されたニーズに、どのように定常的に答えていくかが大きな悩みである。コアな顧客層がインフルエンサーとなり、岐阜の地域文化の価値を広めていく可能性を感じている。

【松島座長】

- ・体験プログラムを作るワークショップの中で、地域事業者が自身の魅力を再発見されると思うのがいいか。発見しても何か苦労をして、もう1度見直すことになるのか。

【蒲委員】

- ・我々から事業者に投げかける最初の問いは、「あなたはそもそも何がしたいか」である。本当はやりたいが、やりきれてないことをしっかりとヒアリングした上で、その実現のため、このプラットフォームを使いましょうと提案すると、皆さん本気で取組み、事業に繋がる傾向にあると思っている。なので、DX・Webシステムを使い、体験を集めて売るだけでなく、動機付けを引き出すというプロセスに拘っている。

【田代オブザーバー】

- ・営利目的ではない活動のボトルネックが事務局機能だということについて、賛成である。ここをいかにDXするかが、非常に重要である。例えば、会議の日程調整について、一人一人電話で調整するとかかなりの工数になるので、LINEスケジュールや、出欠管理ツール「調整さん」にする等、デジタルで置き換えることが可能ではないかと思っている。
- ・今回の発表では、体験プログラムを提供したい人と受けたい人のマッチングフォームであることが一つの売りであった。マッチングは事務局に重い負担がかかることなので、「長良川ASP」を作ったことは画期的だったと思う。アナログで有能な人がいるとやれてしまうこと自体が、DXの狙い目の一つではないかと思う。

【松島委員】

- ・バックオフィスの仕事をこうやると事務局のオフロードではなく、本来の企画に回ってもらえるのではないかと、という考えがあればお願いしたい。

【蒲委員】

- ・事務局は事務ではなくて、クリエイティブな部分だと認識された方がよい。プロセス自体に実は魂が入っていて、魂がなければ事業は成果を上げられないというぐらい、事務局の価値向上をしてもらえると良いと思う。
- ・事務局にコストをかけるという体制があれば、リスク軽減や皆がコミットし続ける事業など、そういうものになっていく。自立分散的に個々が成果を上げやすい時代だが、それを地域全体の成果に落とし込むには、事務局というハブがより関係者を繋いで地域に成果を落とし込む、プロデューサーやコーディネーターの機能を持つ必要があると思っている。

【松島座長】

- ・各事業者とお金のやりとりはするか。

【蒲委員】

- ・Webプラットフォームの利用と広報について、お金をいただいている。広告費等で事務局を賄うことで、「長良川おんぱく」は、ここ5年間は、補助金等一切ゼロで完全自立型の地方創生事業として取り組んでいる。

【松島座長】

- ・請求書のやりとりを紙や郵便ではなく、ペーパーレスにして、メールなどで請求の決裁をしないと事務局仕事は大変である。

【蒲委員】

- ・「Misoca」という見積・請求書づくりのアプリを利用している。経理系は新しいアプリなどを使って効率化を図っている。

【田代オブザーバー】

- ・バックオフィス系をどうオフロードするかについて、意外と若い組織や若い団体、若い起業家で業歴がない方が、昨今のクラウド化やクラウドサービスを受け入れやすいと思っている。知り合いの活版印刷所では、経理が苦手な方がクラウド会計「freee」を利用しており、苦手な方が出来るのなら、私もやろうと、ハードルが下がっていることを実感している。

【松島座長】

- ・NPOは、そこがネックになるので、そういう知恵は移転すると良い。

## 【2】 農林業のDXについて

### (1) ぎふの木ネット協議会DX取組み事例【委員発表】

吉田委員より配布資料をもとに農林業のDXについて説明。その後、委員が説明内容について意見交換。

【松島座長】

- ・県産材を使いたいというのは、これから家を建てようとしているお客さんが指定するものなのか、或いは指定することができるものなのか。誰が言うといいのか。

【吉田委員】

- ・指定することはできる。今は指定するのに、どこに聞いて、誰に伝えたらいいかが分からないという状態である。実際はお客さんから工務店に、県産材を使いたいと言えば良く、中小企業の工務店が調達するのは難しくない。お客さん側からはよほどの拘りがないと言われないので、現実にはものすごく少ない。

【松島座長】

- ・基本的に、県産材はコストが高くなるという話になるか。工務店では輸入材で見積ることが多いのでは。

【吉田委員】

- ・お見込みのとおり、県産材は外国産材に比べ少し高くなる。ぎふの木ネット協議会では、高くなった部分について補助金の案内をしたり、工務店では、高くなった分キッチンなどが安くなるパッケージを用意しており、様々な工夫でお客さんのコストアップにならないようなサポートをしている。

【松島座長】

- ・協議会では、事務局がそれぞれの会員と会話をしているように見えるが、会員同士もこんなテーマで議論をして、仕事を一緒にしようという、コミュニティ的な動きがあるか。

【吉田委員】

- ・コロナ禍以前は、200団体ということで、ビジネスマッチングが生まれるので、総会やイベントの時に交流をしていただいていたが、コロナ禍ではイベント自粛により、オンラインイベントしか出来ていないため、今年はやっていきたいと思っている。

【澤委員】

- ・国産材を使って家を建てたいと、施主さんから言うことはなかなかないと思うので、それを促すような、今回の協議会の取組みはすごく良いと思う。
- ・外国産材が入り流通に乗っていく間のマージンと、国産材を切り出してくるまでのマージンを比較すると、国産材が高いのではという議論が行われており、実際の利用から遡り、森まで行く間の価格が見えていないことが課題だという話がある。その辺りの流通の改革について、お考えがあるか聞きたい。
- ・無垢の木で家を建てるとなると、工務店が非常に限られるという問題があり、工務店の技術とお客さんのマッチングが上手くできていないと、結局家を建てたくても建てられない。

最終的に、森林整備にお金が回らなくなり、森をやる人がいなくなってしまう問題なので、マッチングについて、協議会の中でプランを作っていこうということをお考えか聞きたい。

【吉田委員】

- ・流通の改革について、ご指摘の通り、外国産材が国産材よりも、マージンコストやトータルでかかる付加価値額が少ない結果が出ている。日本の山は急峻で伐採にもコストがかかり、アメリカでは畑に植えるように平地に植林し、一気に切るので、伐採コストが少なくて済むなど、どうしようもない要因がある。
- ・協議会を始め、色々な業者にヒアリングし、課題がまとまりつつあるので、これから共同での物流や物流コスト削減、乾燥の技術など、流通の改革を考えているところ。協議会のテストとして、山から木を買い、製材をして、小さなサプライチェーンを作ろうと考えている。ウッドショックにより、欲しい部材が揃わず家が建たないという問題など、地元の課題を解決できるのではないかと思っている。
- ・工務店の技術とお客さんのマッチングについて、岐阜県では、無垢材を得意とする中小企業が多く、ほとんどが対応できるので、その辺りは問題ないと思うが、県産材はとても生産の底が浅いという課題があり、ニーズが集まりすぎると、供給が間に合わなくなるということで、その課題を解決するようなマッチングを考えている。

【澤委員】

- ・その辺りに DX が使えるのではと思ったことと、県産材を岐阜県で使う時はおっしゃる通りだが、東京では無垢の木を使える工務店は減っているという話もある。工務店の技術力の維持や、地方の森林整備にいかにお金をまわしていくかということについての見える化やマッチングに DX が使えるのではないかと思う。

【吉田委員】

- ・県外に対する県産材の PR に力を入れており、予算面を踏まえ、住宅ではなく店舗の内装や施設の一部に使っていただくことを考えている。今後、DX と言えるかは分からないが、色々な事例をお客さんがリアルタイムで見ただけの仕組みにしたり、IT の力を使い、今どんなものが生産出来て何がすぐ出せるか等、そういったことをやろうと今年の課題に挙げている。

【松島座長】

- ・県産材は、通常どの材木種を中心に考えていくのか。

【吉田委員】

- ・県産材として通常提案しているのが、構造材になるスギ・ヒノキが中心である。岐阜県は広葉樹も多くあるが、生産ラインが安定しておらず、樹種も様々ということで、規格品は大量に生産されていない。協議会の活動を始め、広葉樹をとりまとめる団体からも声を掛けていただいているので、広葉樹の内装への活用などといった活動も進めたいと思う。

【松島座長】

- ・森林はすぐ出来るものではないので、県の中でサプライチェーン作ること、工務店が求めるような材木を、今度はこちら側で用意するといった連携があると良い。

【多田委員】

- ・自身が家を建てたときの経験を踏まえると、岐阜県の子材の良さを科学的に伝えて欲しいと思う。県産材を使いたくても、途中にハウスメーカーが入ると、強度保証など細かな話があり何も出来ない。
- ・一方で、ギターショップでは、200年とか300年とか材料を持っており、それで値段が決まっているところがある。岐阜の木のブランディングに DX を利用してもいいのではないかと思う。

【吉田委員】

- ・名古屋城や伊勢神宮に岐阜の木を使ってもらっているが、それを誰がどのようにブランディングするかが難しい。費用もかかるため、誰もやってこなかった。

【浦田委員】

- ・ブランディングについて、考えられることがあれば教えていただきたい。

【吉田委員】

- ・家を買う時に、樹種を選ぶということをお客さんがしていないということで、協議会では、まず「木を選ぼう」ということを発信している。県産材は高くはなるが、1軒当たり二、三十万円程度の差である。それよりも、日本の土壌に合った木にすることで、耐久性が高まると発信していきたいが、興味を持たれるところではないため、県産材で建てた家の動画や、製材・林業・伐採の動画を皆さんに見ていただくところからやっていきたいと思う。

【浦田委員】

- ・良い取組みだが、そこに接する機会がない。例えば、木を選んで家を建てる時に、木の特徴や建てる場所などによって、候補になるものというのは変わってくるのか。

【吉田委員】

- ・木を選ぶタイミングは、工務店やハウスメーカーとお客さんとのお話の中になるので、協議会として、直接的にお客さんにこれが良いという話はしていないが、ホームページ上で情報発信をしている中で、問い合わせへの対応はしている。

【遠藤委員】

- ・DX 推進はいろんな分野で進んでいると思う。この機会に、県とやりたいことなど、要望があってもいいと思う。例えば観光 DX では、官公庁から DX 推進に係る補助があり、基礎自治体と一緒に取りにいく方法があると思う。林業 DX も農水省をはじめとして進められているので、補助金ベースではあるが、県が進める DX に絡められるような取組みがこのタイミングでやれると良いのではないか。自治体との新しいビジネスモデルや計画、進捗があればお聞きしたい。

【吉田委員】

- ・協議会をやることで、建築現場の末端からの声やニーズを拾いやすくなったと実感しており、色々な意見が集まるようになった。そういった意見をまとめて、行政にフィードバックしたいと思っている。
- ・県との連携では、単なる補助金以外の方法がないか、来年度に向けて議論を進めているところ。

【遠藤委員】

- ・データ連携ができるような部分は、工務店や行政それぞれの強みがあると思っている。それぞれが持っている強みのあるデータを活用しきれるような取組みに、うまく繋げられると良いと思う。

【中村オブザーバー】

- ・「長良川 ASP」について、事業者がデジタル技術、ASP を使いこなせるというコンセプトと設計で作られたこと。そこが DX において重要だと感じた。
- ・県においても、今後色々な分野で DX に関する仕組みを実装されていくと思うが、当事者が使いこなせることが、大事になってくる。地域の事業者が使いこなせるようになると、おそらく地域の一人一人の DX 能力が上がり、底上げされて、地域活性化の促進に繋がっていく、そういう可能性を感じた。

【蒲委員】

- ・売れることが大切であり、売れるプラットフォームであればみんな使うのではないと思う。プラットフォームを売れるところまで持っていく、或いは顧客をプラットフォームとして掴んでおくということ以外に、事業者が能動的にノウハウを身につけようとは思わないのではないかと。
- ・もう一つは、当事者意識、目的意識を明確にさせていただくこと、これが並行して進むことだと思っている。

【吉田委員】

- ・協議会での経験では、トライアルとしてお金がかからない状態にして、やってもらったことがあった。気持ち的なハードルが大きいということがあるので、サポートは大変だが、何も障壁がない状態にして、とりあえずやってもらうことで、これならできるとやってくれたことが多かった。

**【蒲委員】**

- ・協議会の事務局が大変そうだが、コストはどう賄ったのか。

**【吉田委員】**

- ・基本的に弊社の社員、スタッフ何人かでやったので、弊社の持ち出しだが、補助金にも応援していただいた。

**【蒲委員】**

- ・素晴らしい事業だが、事務局コストは出ていないということは、県へ共有しておきたい。
- ・NPOのような「新しい公共」議論が10年以上前からあるが、行政以外が地域資源を活用して、公共的な課題解決を行っていく、この協議会はその主体だと思う。公共を賄うコストは税金だが、「新しい公共」を維持していくお金の流れは、いまだ個々の自助努力に委ねられている。DXの領域は、民間と行政、両方とつき合っていく、新しい公共分野の仕事になると思うので、どう維持していくかというような、資金については今後議論する対象かと思う。

**【3】 前回までの主な意見と今後のスケジュールについて**

(1) 第4回会議までの主な意見、今後のスケジュール（予定）

デジタル戦略推進課長より配布資料をもとに第4回会議までの主な意見と今後のスケジュールについて説明。

**【松島座長】**

- ・7月の提言とりまとめに向けては、改めて各委員から「県のDXに期待すること」、「実現してほしいこと」について意見を提出していただき、私の方で、専門家からの意見としてとりまとめることとしたい。