

経済産業省

関東経済産業局 地域経済部 デジタル経済課 御中

令和3年度戦略的基盤技術高度化・連携支援事業
(デジタル技術活用による地域産業課題解決支援及び支援体制構築事業)

事業報告書

令和4年3月

パーソルイノベーション株式会社

目次

1	事業目的	1
2	事業内容	1
2.1	地域の業界団体の選定	1
2.2	課題把握・整理	6
2.3	課題プレゼンテーションイベント開催	11
2.4	ソリューション提案の募集	15
2.4.1	ソリューション提案に係るランディングページの作成・公開	15
2.4.2	ソリューション提案の募集結果	19
2.5	マッチング	19
2.5.1	ソリューション提案内容の絞り込み	19
2.5.2	ソリューション提案内容の評価	20
2.5.3	マッチング面談の実施	23
2.5.4	マッチング提案の内容	23
2.6	自立化に向けた検討	24

1 事業目的

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、経済・社会活動のあらゆる場面で非接触・非対面の必要性が高まり、事業・経営等あらゆる分野・領域で変革の必要に迫られている。また、企業によるデジタル化やリモートワークが進展してきているとともに、デジタル技術を活用した新サービスを提供する企業が現れるなど、Society 5.0に向けたデジタル化への対応は急激に進んでいる。しかし、その多くが、東京都を含む関東圏や大阪府・愛知県などの大都市圏であり、地方においては限定的であり、デジタル化やリモートワークに対する対応力、意識や実践度において、企業間、産業間、地域間で格差が顕在化してきている。

本事業において、地域の企業や産業がデジタル化や社会の変化に対応し、稼ぐ力を創出していくために、自治体や地域の業界団体等と連携し、地域における産業課題を抽出・整理を行い、課題を持つ地域の業界団体や企業等とデジタルソリューションを保有する企業（以下、デジタルソリューション企業）とのマッチングを支援する仕組みの構築に向け実証を行う。

2 事業内容

本事業では、関東経済産業局管内¹の2都市（茨城県水戸市、埼玉県秩父市）にて、自治体と連携し、2都市の地域業界団体や企業の産業課題を抽出・整理を行い、課題を持つ地域の業界団体や企業等とデジタルソリューション企業とのマッチングを支援する仕組みの構築に向け、2.1 地域の業界団体の選定、2.2 課題把握・整理、2.3 課題プレゼンテーションイベント開催、2.4 ソリューションイベント開催、2.5 マッチング及び 2.6 自立化に向けた検討を実施した。

2.1 地域の業界団体の選定

関東経済産業局にて、実証対象の2地域の自治体を選定するために、15の自治体、商工会議所及び地域の業界団体等に対し、ヒアリングを実施。

なお、業界団体は地域に根付いた業界団体を想定し、業種は新型コロナウイルスにより事業の変革を求められているサービス業や観光関連業等の非製造業を基本としアプローチを実施した。

関東経済産業局にてヒアリングした自治体等のうち、茨城県水戸市、埼玉県秩父市を含む4地域について、詳細ヒアリングを実施した。

なお、ヒアリングにより明確化する項目は、以下の通りとした。

¹ 茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県及び静岡県の1都10県をいう。

- ・自治体としての課題及び方向性
- ・業界団体としての方向性
- ・業界の課題
- ・業界の課題（当該地域にフォーカスしたもの）
- ・自治体及び業界団体における本事業の支援体制
- ・支援対象（想定）となる業界団体及び企業情報

ヒアリングに際しては、以下のスライド資料を基に、本事業の課題・背景、概要・主旨及び本事業への参加メリットを説明した。併せて、本事業の実施内容のイメージとして、他地域におけるデジタルソリューションの導入事例の情報を、提案先及び関東経済産業局に提供した。

本事業の目的

地域の企業や産業がデジタル化や社会の変化に対応し、稼ぐ力を創出

企業間、産業間、地域間で格差が顕在化

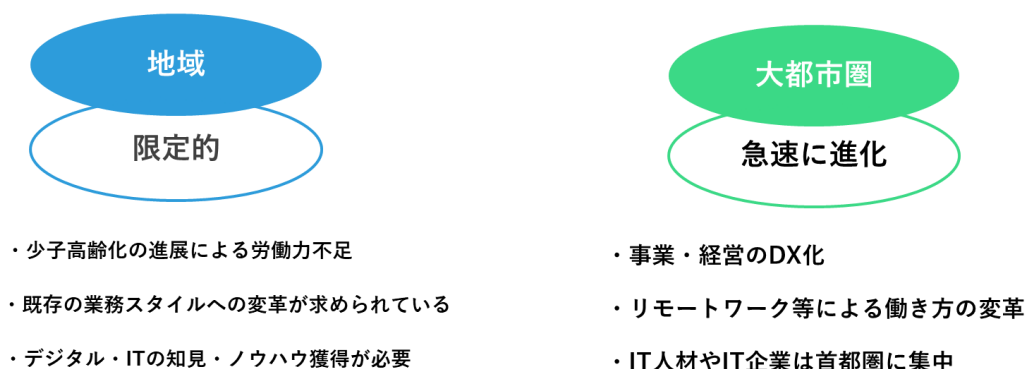


図 1 課題・背景

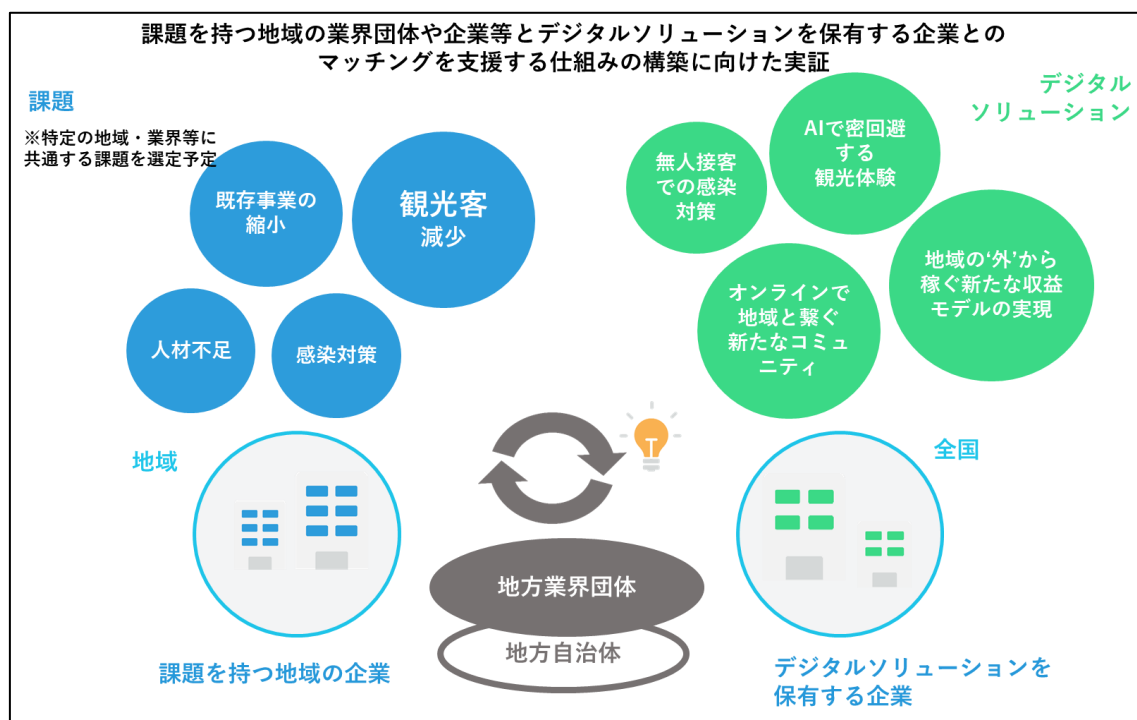


図 2 概要・主旨 (1/2)

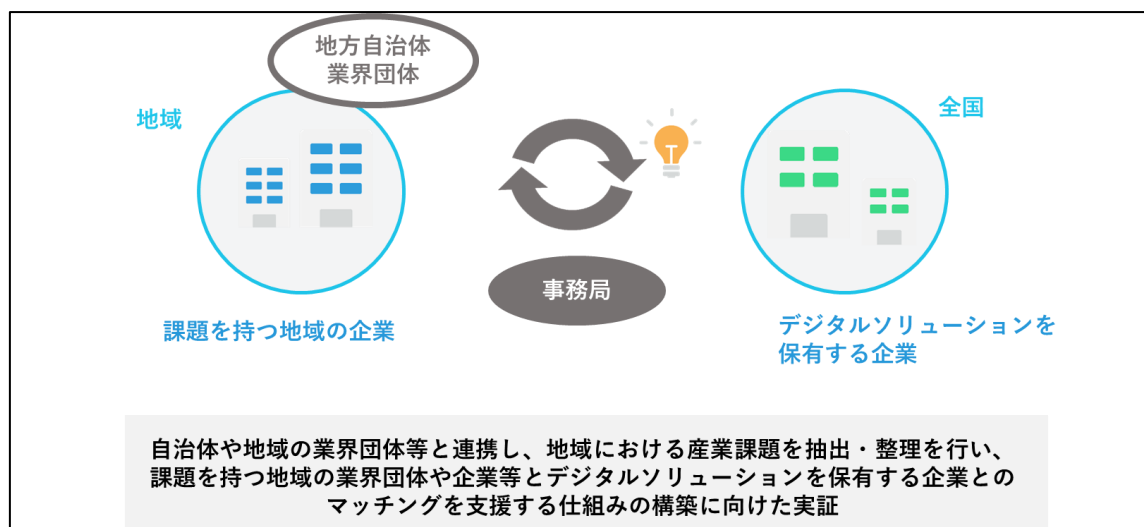


図 3 事業の概要・主旨 (2/2)

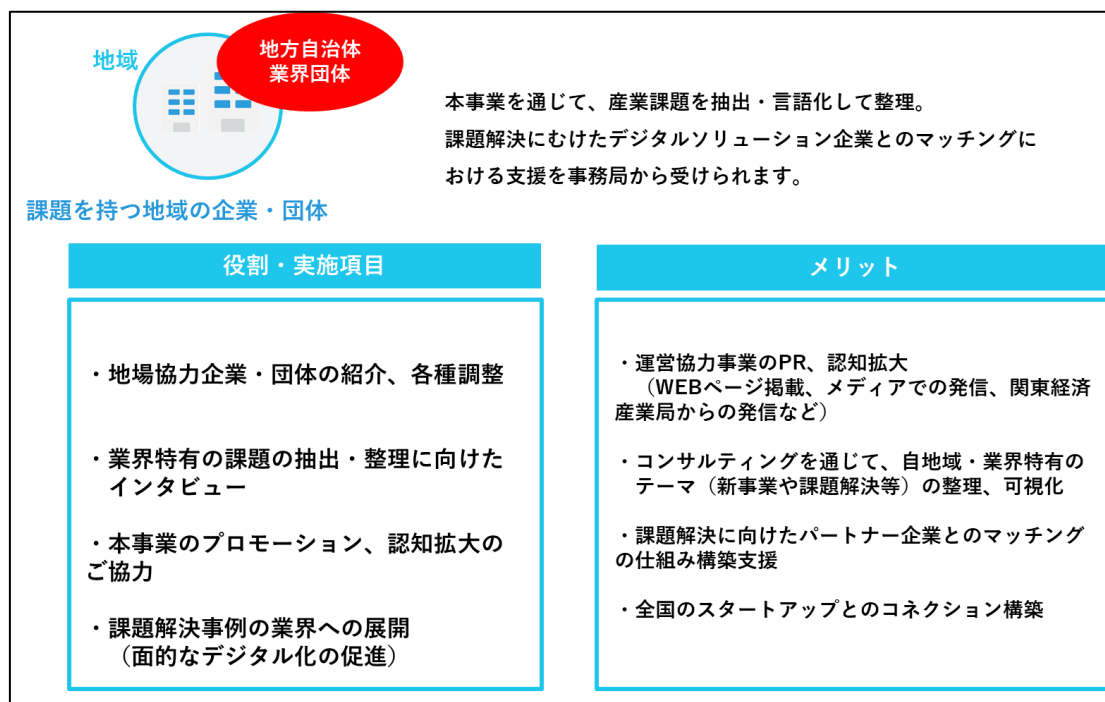


図 4 本事業への参加メリット (1/2)

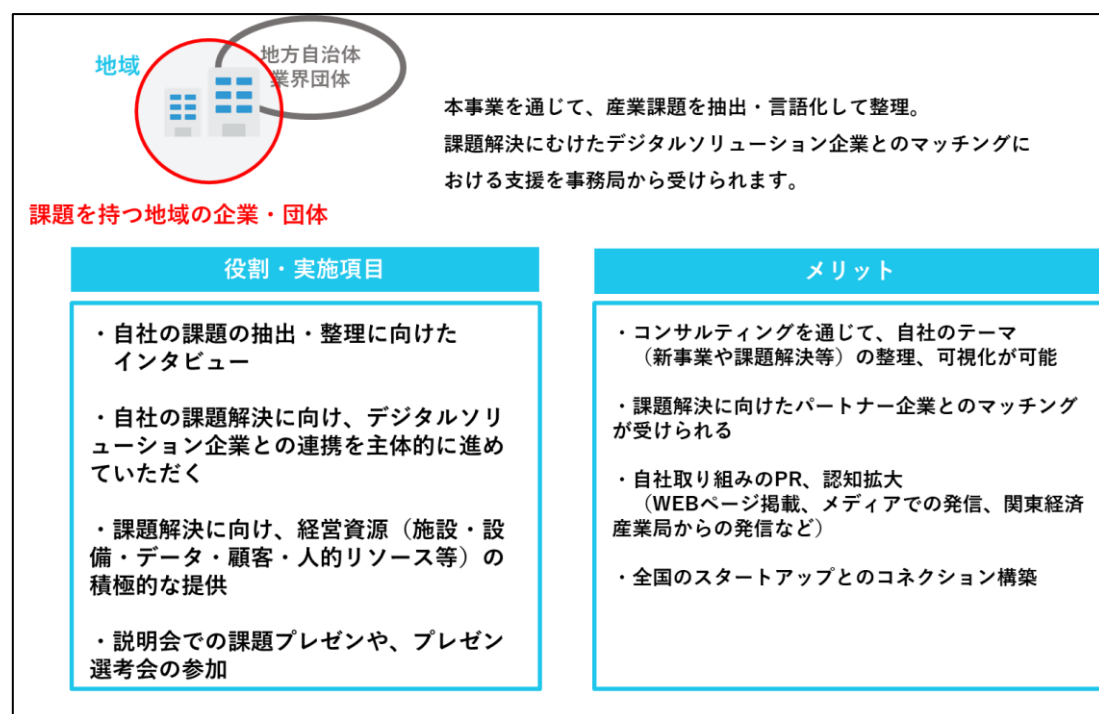


図 5 本事業への参加メリット (2/2)

ヒアリングによって明確化した項目を基に、以下の選定項目から、対象地域及び業界団体を選定した。

- ・地域の課題性（課題の明確さ）
- ・共創のゴールのビジョン
- ・自治体及び業界団体における本事業の支援体制（業界団体或いは企業として共創体制を構築できる見込みはあるのか）
- ・提供可能なリソース

その上で、関東経済産業局と協議の上、2 対象地域を選定した。選定した団体・地域は、一般社団法人水戸観光コンベンション協会(茨城県水戸市)及び一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社（埼玉県秩父市）で、選定先の概要は以下の通り。

	茨城県水戸市	埼玉県秩父市
選定団体名	(一社) 水戸観光コンベンション協会	(一社) 秩父地域おもてなし観光公社
支援対象施設	好文カフェ	秩父地場産センター
地域の課題性	・観光産業において、新型コロナウイルスによる集客に影響がある。 ・観光の繁閑差が大きい（毎年 2～3 月の梅まつりの時期は観光客が多い）。	・新型コロナウイルス蔓延以前は、観光入込客数が 900 万人の観光地だったが、団体客を中心に入込が減少。
共創のゴールのビジョン	季節による繁閑差から、通年型の観光産業を目指す	最終目標は観光消費額の増加
自治体及び業界団体における本事業の支援体制	水戸市、(一社) 水戸観光コンベンション協会	秩父市
提供可能なリソース	・水戸市は江戸時代の町並み作りを推進している。2020 年 2 月に「水戸城大手門」が完成した。水戸城と絡めた取組みも考えられる。	・消費額の増加のために企業の協力が必要なため、データ活用したい。（回遊（滞在時間の延長含む）・商品・観光客の誘導等）

【参考】好文カフェ

- 概要

千波湖のほとりに立つガラス張りのカフェ・レストラン。常陸牛や奥久慈たまご等の茨城の食材を使用した料理を提供している。屋上にはテラスがあり、カフェの利用客以外でも登ることができ、千波湖が一望できる。

- 地域における位置づけ

茨城県水戸市の中心市街地にある千波湖のシンボリックな存在。カフェから臨める千波湖は、1周3キロメートルで、外周の園路では多くの市民たちがウォーキングやジョギングを楽しんでいる。

- 運営主体

(一社) 水戸観光コンベンション協会より受託し、好文カフェが運営

【参考】地場産センター

- 概要

秩父地域における地場産業振興の拠点施設。1階の物産館では、120社2,800品の地場産品を展示・販売。2階は地場の食材を使った料理を提供する地産地消レストラン、3階、4階は秩父商工会議所やコミュニティ活動に活用可能な会議室等が入居している。

- 地域における位置づけ

秩父鉄道秩父駅ビル内に、地域の観光・交通の拠点として位置する。物産館は2022年3月24日に37年ぶりに大幅改装して、「じばさん商店」としてリニューアルオープンした。リニューアルを機に、観光客のみではなく地域住民も利用しやすい店舗を目指す。

- 運営主体

(一社) 秩父地域おもてなし観光公社

2.2 課題把握・整理

自治体及び関東経済産業局と連携の上、2.1にて選定した業界団体や当該団体の会員企業（以下、支援対象団体等）へ以下を主としたヒアリング等を行い、業界特有の課題を把握・整理の上、デジタルソリューションを募集する課題を選定した。

ヒアリング項目

No.	項目	概要
1	取り組むべき課題	【取り組むべき課題・WILL】 ・業界、地域、企業としての課題・現状 ・観光戦略との紐づけ 等々 ・その課題を解決したい背景（なぜそう考えたのか） 例） ・〇〇な特性上繁閑差が激しいエリアのため、新たなコンテンツを生み出し、標準化したい ・既存観光客の観光消費額をあげるため Life Time Value (LTV) を向上させたい
2	提供価値	【実現したい提供価値】 ・ターゲットに対して、どのような価値を提供したいのか？（実現したい世界観等） 例）既存顧客の LTV 向上につなげることで、より〇〇な価値・体験を提供したい
3	ゴール・目的	【本取り組みにて達成したいゴール・状態目標】 ・本プロジェクトで目指すべき、達成したいゴールイメージ ・今回の取り組みのゴールをどこに設定するか？ 例） ・新たなターゲットの理解・課題の深堀（既存顧客のニーズの深堀）
4	【任意】エリアの特徴・魅力	【エリアの特徴／PR ポイント】 ■観光エリアとしての特徴・データ ・観光客数（年間） ・観光消費額（単価・総額） ・繁忙シーズンとその理由 ・観光ターゲット層・ペルソナイメージ：ex）登山に訪れる〇〇年代の層が多い ・アクセス：ex）車等のレンタカーで観光にくる人が多い ■観光資源： ・食 ・素材 ・コンテンツ（歴史 etc） ・場所・スポット etc

5	【任意】新たな取り組みの創出に向けて 活用できる資源・リソース	・アイデアを実装・事業化させるためのPRポイント・活用 例) 実装に向けて、どこまで資源を活用できるか └ヒット…事業化・実用化に責任が持てる〇〇組織がプロジェクト主担当として参画。 決裁者である〇〇組織長が参画。 └モノ …アセットが実際に活用できるよう調整済み。 └カネ …事業検証費を既に〇〇円確保している etc
6	【任意】取り組み実績	過去の事例や取り組み状況

2.2.1 ヒアリング内容（水戸市）

No.	項目	回答
1	取り組むべき課題	■水戸市の観光における課題 ・繁閑差が激しいことで、観光産業が安定しない ・ヒットコンテンツである水戸の梅まつりの観光客数の減少 ■好文カフェとしての課題 ・水戸市への観光客数の繁閑差があることで、売上が安定しない
2	提供価値	■水戸市の観光におけるビジョン・目指したいこと ・通年型の観光産業へ（時期に捉われない新たなコンテンツの創出/新たなマネタイズの仕組み） ・観光資源のさらなる磨き上げ（梅まつりと掛け合わせたコンテンツで新たなファン層の取り込み） ■好文カフェにおけるビジョン・目指したいこと 好文カフェを起点とした水戸市の観光誘客に繋がるシカケづくり ・好文カフェを中心に観光資源を活用した新たなコンテンツを創出 ・オンラインでも繋がる仕組み ・梅まつりと掛け合わせたコンテンツを好文カフェから始動・発信

3	ゴール・目的	■好文カフェ 好文カフェを起点とした水戸市の観光誘客に繋がるシカケづくり1つ取り組みをスタートさせる ■水戸市 好文カフェを起点とした取り組みから、エリア全体を巻き込み広げていく
---	--------	---

2.2.2 ヒアリング内容（秩父市）

No.	項目	回答
1	取り組むべき課題	●観光での課題： ・日帰り客が多い（宿泊は18%） └ アクセスがいいことが理由。 └ 宿泊施設が点在している。（秩父温泉郷などブランディング等もチャレンジしている） ・車で来る方が多く、2次交通が課題（これは西武鉄道と既に取り組みを検討している） ・プロモーションの効率化（露出メディアの管理・費用対効果などを一元管理したい） ・新たな秩父のファンの獲得（新たなタッチポイントの創出） ・インバウンド向けの対応が遅れている（振り切るかどうか方向性も要検討） ●産業での課題： ・コロナ禍での地場産センターの売上減少（バス旅行等での団体客が減少し、アフターコロナでの新たな売り上げを創っていく必要がある） ・商店街・街中の活性化
2	提供価値	●観光 「ちかいなか」の秩父で非日常体験を提供する ●産業 秩父地域の地場産品、観光土産品の販売促進
3	ゴール・目的	●観光 日帰り中心のマーケットのなか、宿泊ニーズを伸ばしたい ●産業 地場産センターの物産販売の向上

4	【任意】エリアの特徴・魅力	■観光エリアとしての特徴・データ ・繁忙シーズンとその理由 春：美の山公園の桜、羊山公園の芝桜 夏：お盆すぎの自然行楽地 秋：ミューズパーク、中津川溪谷の紅葉、雲海 冬：12月2日、3日の夜祭、氷柱 ・観光ターゲット層・ペルソナイメージ： 「チカイナカ」で周辺都市部の週末の行楽地 アニメ「あの花」の舞台で、10代、20代の聖地巡り 三峰神社パワースポット、登山、ハイキング客 ・アクセス： 都心から電車、車でも2時間の好アクセス。 電車だと西武秩父駅からの2次交通が不便のため、レンタカー客が多い。 ■観光資源： (食)みそポテト、わらじかつ、みそ豚、ホルモン、そば、しゃくしな漬、メープル、酒(日本酒、ビール、ワイン、ウイスキー、焼酎) (果物)かぼす(黄金かぼす)、栗(ぼろたん)、ブドウ、イチゴ (上記以外観光素材) レトロハイカラな商店街、長瀬ライン下り、ラフティング、宝登山神社(ロープウェイ、ロウバイ)、寺坂棚田(ヒガンバナ)、秩父神社、酒蔵、秩父三十四観音巡り、織物(銘仙)、キャンプ場
5	【任意】新たな取り組みの創出に向けて活用できる資源・リソース	実施団体：一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社(観光庁「令和3年度重点支援DMO」) ヒト：観光庁世界が誇るDMO形成専門人材、地域活性化企業人 モノ：DMOのステークホルダーとして行政、鉄道、飲食店と幅広い合意形成を調整 カネ：ちちぶ定住自立圏負担金に予算を計上済

6	【任意】取り組み実績	・日本版 DMO 登録法人(2021 年 9 月特定テーマ型 DMO 選定法人) ・民泊（主に修学旅行の受け入れ） ・インバウンドの受け入れ整備・多言語ガイドの要請中 ・古民家再生ホテル（NIPPONIA）事業の推進 ・「LOVE CHICHIBU」オンライン販売サイト(物販)の構築 ・「ちちぶ乾杯共和国」プロジェクトの立上げ、飲食店と酒蔵の消費活性化の推進 ・ジオパーク認定エリアとして、魅力を発信
---	------------	---

2.3 課題プレゼンテーションイベント開催

支援対象団体等が、2.2 にて選定した課題をデジタルソリューション企業にプレゼンテーションするために、2 自治体合同でオンラインによるプログラム説明会を開催した。なお、デジタルソリューション企業の所在地は支援対象団体の所在地のみならず、日本国内を対象とした。

開催概要

日程：2022 年 1 月 20 日(木) 16：00－17：00

方法：YouTube によるオンライン配信（別途アーカイブ配信も実施）

事前登録者数：67 名

タイムスケジュール

時刻	所要時間	概要	運営詳細
16:00	0:15	オープニング	・関東経済産業局より挨拶 ・事務局より事業概要説明
16:15	0:20	課題プレゼン① 『好文カフェ』（水戸市）	・課題や特徴説明 ・（事務局）ファシリテート・課題の深堀・Q&A 対応
16:35	0:20	課題プレゼン② 『秩父地場産センター』（秩父市）	・課題や特徴説明 ・（事務局）ファシリテート・課題の深堀・Q&A 対応
16:55	0:05	クロージング	



図 6 【参考】プログラム説明会 タイトル画面

プログラム説明会の開催結果は以下の通り。

最大同時接続数は 54 だった。説明会参加者からのアンケート結果も以下に取り纏める。

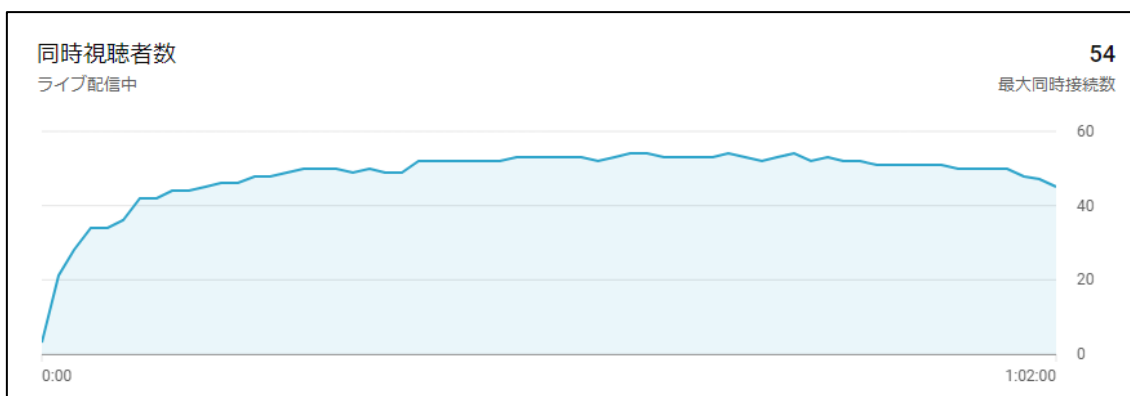
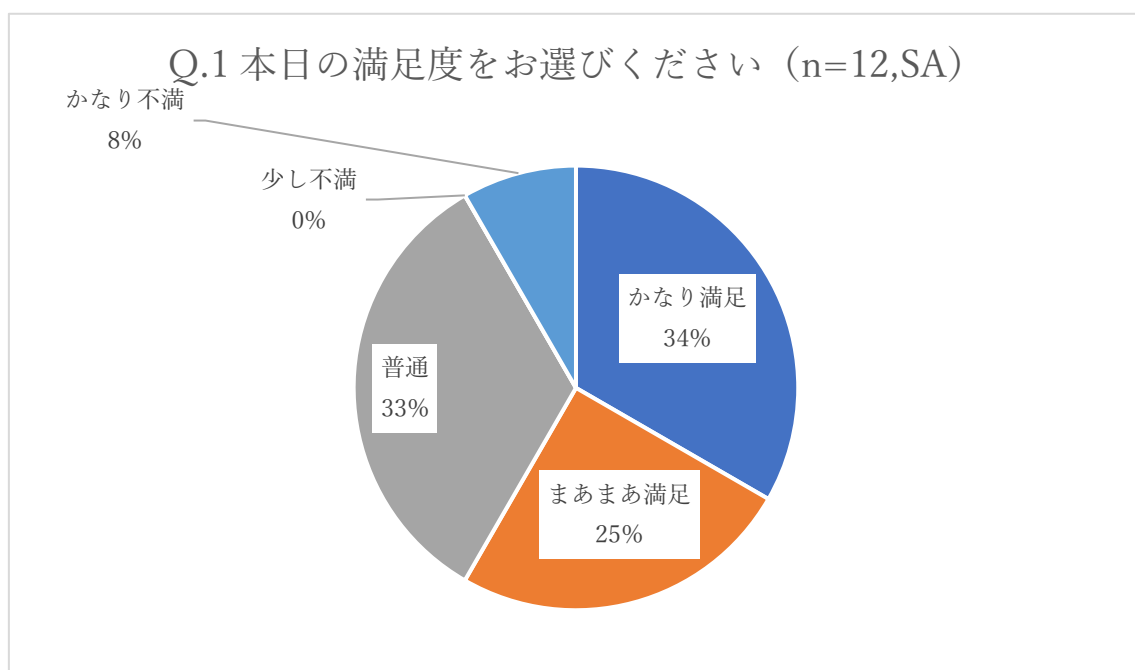
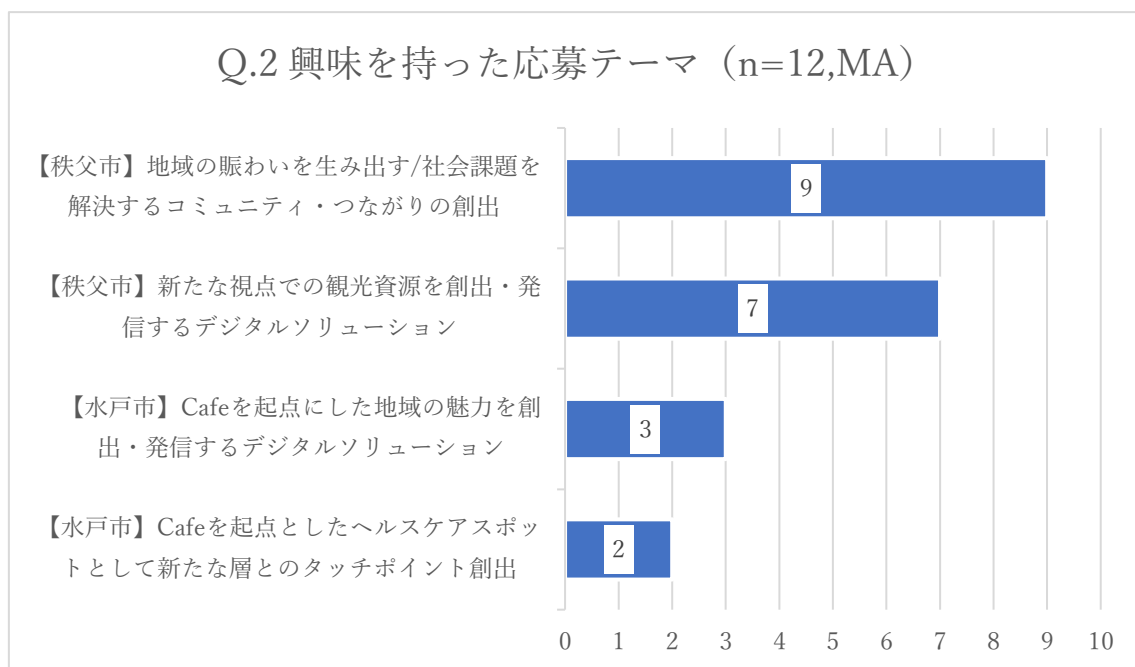


図 7 プログラム説明会のアクセス状況

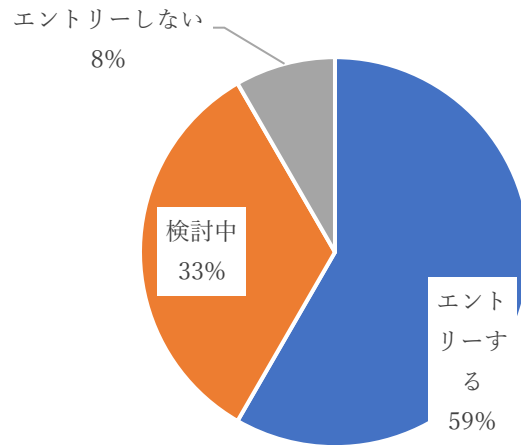


	かなり満足	まあまあ満足	普通	少し不満	不満
回答数	4	3	4	0	1



Q.3 本プログラムにエントリーされる予定ですか？

(n=12,SA)



	エントリーする	検討中	エントリーしない
回答数	7	4	1

Q.4 Q.3で「エントリーを検討中」を選択された方は、迷われている部分についてお聞かせください【原文記載】(n=3,FA)

- 募集要項と弊社ソリューションとの親和性(眼科ソリューションなので、募集要綱として求められているものか自信がないです)
- 事業者の困りごとと解決のための募集になっていて、参加者(利用者)のユーザーペインが見ていない中で効果的なご提案は難しいと感じた次第です。
- 予算感と効果のバランスで施策をどのようにやりうるか検討中です。

Q.5 本イベントへのご意見・ご感想をご記載ください【原文記載】(n=3,FA)

- 【秩父市】新たな視点での観光資源を創出・発信するデジタルソリューションの応募に当たって。今回の実証実験で活用可能なリソースのうち、観光情報の発信サイトがあれば教えていただきたい。また、同じく利用可能なリソースで地場のものを購入することができるECサイトを教えてください。
- 求めているソリューションや予算感等、確認できて良かった。
- お忙しい中、貴重な時間をいただきありがとうございました。内容については、質疑応答が多少中途半端に終わった感じがあるので、もう少し多めにあるか、双方向にコミュニケーションできると、より内容の把握がしやすかったかもしれません。

2.4 ソリューション提案の募集

2.4.1 ソリューション提案に係るランディングページの作成・公開

ソリューション提案の募集に際しては、支援対象団体等の課題に対する提案を基にランディングページ（LP：Landing Page）を作成及び公開した。ソリューション提案の募集期間は2021年12月20日から2022年1月31日までとした。

LPには、本事業のコンセプト、2.2「課題把握・整理」及び2.3「課題プレゼンテーションイベント開催」周知も含める。事務局はLPの周知（SNSやソーシング）及び各種問い合わせに対応した。

LPイメージと、その記載事項はそれぞれ以下の通り。



図 8 LP イメージ（トップ画面）

	記載内容	
コンセプト	コロナ禍を機に、急速に加速したデジタル化の波。 一方で、少子高齢化や既存のビジネスモデルからの変革など、様々な対応が求められている各地域では、デジタル化の推進が限定的である。 地域における業界特有の課題を、デジタルを掛け合わせることで課題解決へ。モデルケースとして、業界・地域のアップデートへと繋げていきたい。 観光/産業の軸から地域活性化を目指すパートナーと、新たなアイデアやデジタルソリューションと掛け合わせ、地域のイノベーション創出を目指す 「LOCAL DIGITAL INNOVATION PROJECT」 今回は、水戸市の好文 cafe・秩父の地場産センターを舞台に、各地域の課題解決を目指します。 地域でのイノベーション創出に向け、水戸市・水戸観光コンベンション協会・秩父市も協力のバックアップ体制。 デジタルの力で、地域へのイノベーション創出を共に目指すパートナー企業様のご応募をお待ちしております。	
	水戸市	秩父市
テーマ	好文 Cafe を起点に水戸市の観光・ヘルスケアに繋がる DX	地場産センターを起点に地域産業・秩父の街を盛り上げるための DX
キーワード	ヘルスケア、健康増進、予防医学、行動変容、ライフスタイル、デジタルマーケティング、地域の魅力創出	地域資源、体験、デジタルマーケティング、レコメンド、コミュニティ、健康増進、子育て支援

概要	● 季節による繁閑差から、通年型の観光産業を目指す水戸市。 ● 水戸市の中心市街地にある千波湖。その千波湖のほとりに位置する好文 Cafe。 ● 多くの人がウォーキング・ジョギングを楽しむ 1 周約 3km の湖。 ● 健康増進につながるコンテンツなど、県内や県外に向けた新たな仕掛けを DX で生み出せないか。 ● 好文 Cafe を起点に、時期に捉われない新たなコンテンツ創出を目指す。	● 自然豊かな観光資源にあふれ、都心から 2 時間のアクセスの良さで、年間約 900 万の人が訪れる秩父地域。 ※コロナ禍以前 ● 秩父駅の駅ビル内に、地域の観光・交通の拠点として位置する秩父地場産センター。 ● 地場を盛り上げる新たな仕掛けを DX で生み出せないか。 ● 地場産センターを起点に、秩父の産業・街の活性化を目指す。
共創アイデア例	『Cafe を起点としたヘルスケアスポットとして新たな層とのタッチポイント創出』 Cafe の空きスペース等を活用して、ランニングをする人に足を運んでもらう仕掛けづくり。健康増進・自身のコンディション把握などのデジタルサービスなどをかけあわせたり、健康改善に繋がる商品の共同開発など、新たなヘルスケアコンテンツの創出。 『Cafe を起点にした地域の魅力を創出・発信するデジタルソリューション』 Cafe を起点に、水戸の魅力を創出・発信する新たな仕組み。地域の食材や観光資源を、デジタルによって新たな切り口や手法で発信。オンラインで、どこからでも水戸と繋がれる・体験できる仕掛け等、時期に捉われない新たなデジタルコンテンツの創出。	『新たな視点での観光資源を創出・発信するデジタルソリューション』 地場産センターを起点に、秩父の観光資源を新たな切り口や手法で発信するデジタルソリューションの創出。魅力をストーリーで伝えるコンテンツや、離れていてもオンラインで繋がる観光・消費体験など、新たなデジタルコンテンツの創出。 ※地場産センターの POS データも活用可能 『地域の賑わいを生み出す/社会課題を解決するコミュニティ・つながりの創出』 地域の人が集まる地場産センターを起点に、デジタルとかけあわせ多様なつながりやコミュニケーションを生み出す持続可能な仕掛けや、健康促進や子育て支援など市民が集まる仕掛けづくりにつながるソリューションづくり。

魅力・特徴	【好文 cafe】 ● 千波湖を一望できるカフェ&レストラン。平日は主婦・シニア層、休日は家族連れ等のお客様で賑わう ● 屋上の「空のガーデンテラス」では、毎週ヨガを開催 ● 健康志向のランナーにも好まれる自家製のクラシックレモネードなどもテイクアウト可能(健康促進に繋がる食・ドリンクなどを商品開発予定) 【水戸市】 ● 観るとともに香りも堪能できる「水戸の梅まつり」では、毎年約 50 万人が訪れる ● 徳川御三家・水戸徳川家の住む歴史や文化があふれる街	【地場産センター】 ● 1 階物産館では、120 社 2,800 品の地域地場産品を展示販売 ● 2 階はレストラン、3 階 4 階には秩父商工会議所や会議室などが多数 【秩父地域】 ● 都心から車・電車でも 2 時間のアクセス(池袋より西武特急で約 1 時間ちょっと) ● 花々やハイキング、川遊び、キャンプ等、秩父夜祭、龍勢祭、川瀬祭や小さな地域の祭りまで、一年を通して楽しめる ● 秩父が舞台設定のアニメ「あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。」により、アニメの聖地
運営	パートナー 好文 cafe、秩父地場産センター、(一社) 秩父地域おもてなし観光公社 サポーター 水戸市、(一社) 水戸観光コンベンション協会、秩父市 運営 経済産業省 関東経済産業局、 パーソルイノベーション株式会社 eiicon company	
エントリー	応募締切 2022/1/31 (月) 応募要領 ● 法人登記がなされていること。企業規模は問わない。 ● プロダクトや技術をお持ちであること。 ● 応募いただいた各地域での面談・マッチング Day に参加できること。	

2.4.2 ソリューション提案の募集結果

ソリューション提案の募集に際し、事務局として周知を目的とし、自社のデータベースを基にソーシングで本事業の周知、プログラム説明会参加登録の促進を並行して実施した。

応募数は 68 件。ソーシング経由での応募は 24 件。ソーシング成功率（ソーシング経由応募数／ソーシング送信数）は、22.64%。説明会経由応募率（説明会からの応募／プログラム説明会事前登録者数）は、34.33%だった。以下に、数値を記載する。

応募数：68 件
ソーシング送信数：106 件
ソーシング経由応募数：24 件
※ソーシング成功率（ソーシング経由応募数／ソーシング送信数）:22.64%
【参考】プログラム説明会事前登録者数：67 件
【参考】説明会からの応募数：23 件
※説明会経由応募率（説明会からの応募／プログラム説明会事前登録者数）：34.33%
【参考】プログラム説明会事前登録者数 / 応募数：33.82%

ソリューション提案の内訳は以下の通り。

	応募ソリューション	件数	合計
水戸市	Cafe を起点としたヘルスケアスポットとして新たな層とのタッチポイント創出	12 件	24 件
	Cafe を起点にした地域の魅力を創出・発信するデジタルソリューション	12 件	
秩父市	新たな視点での観光資源を創出・発信するデジタルソリューション	23 件	44 件
	地域の賑わいを生み出す/社会課題を解決するコミュニティ・つながりの創出	21 件	
	総計		68 件

2.5 マッチング

2.5.1 ソリューション提案内容の絞り込み

2.4 により提出されたソリューション提案内容 68 件を精査の上、支援対象団体等の課題解決に資するデジタルソリューション企業と支援対象団体等とのマッチングを行った。

マッチングの事前審査として、応募時に登録した基礎情報とともに提出されたソリューション提案書類による審査を実施。

基礎情報の主な項目は以下の通り。

- 企業名
- メールアドレス
- 会社 URL
- 設立年
- 従業員数
- 担当者の部署・役職
- 応募担当者名
- 担当者連絡先メールアドレス
- 担当者電話番号
- 応募テーマ（下記から選択）
【水戸市】Cafe を起点としたヘルスケアスポットとして新たな層とのタッチポイント創出／【水戸市】Cafe を起点にした地域の魅力を創出・発信するデジタルソリューション／【秩父市】新たな視点での観光資源を創出・発信するデジタルソリューション【秩父市】地域の賑わいを生み出す/社会課題を解決するコミュニティ・つながりの創出／
- 共創提案タイトル（30 文字以内）
- 提案内容/協業ビジネスプラン
- 貴社の技術/サービスの強み
- 提案ビジネスプランにおいて活用したいリソース
- ビジネスプランプラン実現における実証検証費用
- 提案内容に関わる自社サービス/プロダクトの状況
- 本プロジェクトへの応募の動機（下記から選択）
ニーズ検証／共同開発・研究／他領域への横展開／販路拡大／その他
- 過去の共創実績/オープンイノベーションプログラム実績

2.5.2 ソリューション提案内容の評価

事前審査の評価基準として、ソリューション提案内容を水戸市または秩父市（支援対象団体等）／関東経済産業局／事務局の 3 者それぞれが、以下の 3 段階で評価した。

【評価基準】※数字の大きい順で評価が高い

- 3：ソリューションが評価でき、テーマに沿っている
- 2：ソリューションは評価できるが、テーマに沿っているかは怪しい
- 1：ソリューションが評価できず、テーマにも沿っていない

上記評価後、前述3者の総合的な評価を、以下の3つに分け、絞り込みを実施した。

【総合的な評価】

高評価（支援対象団体等：評価基準3、関東経済産業局／事務局：2 or 3）

要確認（支援対象団体等：評価基準2、関東経済産業局／事務局：3）

要確認（支援対象団体等：評価基準1、関東経済産業局／事務局：3）

3者の厳正なる総合的な評価から、書類選考通過企業のソリューション提案内容は以下の通り、それぞれ6社に絞り込んだ。

【ソリューション提案内容】

水戸市

応募テーマ	企業名	共創提案タイトル	提案ビジネスプランにおいて活用したいリソース
Cafe を起点としたヘルスケアスポットとして新たな層とのタッチポイント創出	A 社	食と運動による新たな千波湖の楽しみ方	多くの市民の方の協力が必要ですので、市の協力による PR 等積極的に活用したいと考えています。 またアプリ内の特典交換の中に好文 cafe のヘルシードリンクやヘルシーフードも取り入れたいと考えています。
	B 社	パーソナルスコアによる好文 Cafe の健康管理ステーション化	好文 Cafe 内における 3m×3m 程度のスペースがあれば検証可能です。
	C 社	地元住民の健康づくりのハブになる「健康ピットイン」の創設	ストレスチェック実施者市民 300 人の未病データの取得から、一人ひとりに最適化された「スムージー」を好文 Cafe 様との共同研究開発。「利用者の健康状態に応じた食材を推薦する推薦食材選択プログラム」を活用して、未病状態の改善をサポートするための分析をする。

	D 社	企画案① ～ 会話のきっかけを作り、参加者の心がつながるウォーキングイベント ～ 千波湖「夜のピクニック」企画案② ～ 市民どうして千波湖の周回数を競って、運動習慣を定着化 ～ 千波湖ぐるぐるウォーク&ラン RANKING	・千波湖および好文 Cafe ・好文 Cafe の方々をはじめとする、イベント内容に応じた施策の実施（施策によっては、外部のスタッフをスポットで利用することも） ・（施策によりますが、）千波湖周辺の偕楽園や徳川ミュージアムなどの施設利用
	E 社	モバイルテクノロジー×地域ヘルスケア構想	実証フィールドの提供、地域住民のバイタルデータの提供、ポイントプログラムの提供、好文 Cafe 内での健康相談等
	F 社	テレワーカーに向けたランニング&ワークスポットの創出	・水戸市様、水戸観光コンベンション協会様との共同でのプロジェクト告知。 ・好文 cafe の入り口スペースにチェックインスポットの設置、また可能であればその場でも仕事ができるワークスペース設置の検討をいただけますとありがたいです。ワークスペース化にあたってのサポートも弊社では知見があります。

秩父市

応募テーマ	企業名	共創提案タイトル	提案ビジネスプランにおいて活用したいリソース
新たな視点での観光資源を創出・発信するデジタルソリューション	G 社	秩父市ロボット観光大使「秩父ロボットアンバサダー」	・秩父市物産センター物産館の活用（スペース及びオペレーション協力） ・秩父の地場企業とのネットワーク
地域の賑わいを生み出す/社会課題を解決するコミュニティ・つながりの創出	H 社	コミュニティを活用したイベントにより健康向上・観光客誘致	地場産センター会議室・地場特産品

新たな視点での 観光資源を創 出・発信するデ ジタルソリュー ション	I 社	地域特化型ライブコマー スで地方の良いモノを 「発掘」「応援」「共有」。	・地域地場産品資源（ライブ配信販売商材） ・現地製造者とのネットワーク（ライブ配 信コンテンツ制作） ・地場産センターの POS データ（リピート 客へのアプローチ） ・その他の現地の旅関連の資源
	J 社	秩父 DX 化マップと地場 産業を自宅にお届け！家 から簡単秩父体験	観光地等の情報や物産店等の売り上げ情報 や、観光地を訪れる情報。また、秩父の地 場産業を営む店舗の情報など
地域の賑わいを 生み出す/社会課 題を解決するコ ミュニティ・つ ながりの創出	K 社	デュアルライフという新 たな体験価値（UX）で持 続可能性を高める	弊社が持つステークホルダーの活用
	L 社	子育て世代に向けた情報 の見える化	秩父市における子育て情報や保育施設の情 報整理と発信方法を子育て課ご担当者様と 相談させていただきたいです

2.5.3 マッチング面談の実施

審査を通過した水戸市、秩父市それぞれ 6 企業とのマッチングをオンラインにて実施。マッチングの時間は 1 企業あたり 30 分でその内訳は、企業からのプレゼンテーション(10 分)、質疑応答(10 分)、ディスカッション (10 分) とした。マッチング後、支援対象団体それぞれから、A～C の評価（A：すぐに共創・業務提携に向けて前向きに検討したい、B：中長期的なスパンで共創・業務提携に向けて検討したい、C：見送り）をしていただいた。

上記を経て、水戸市「Tazawa Co.,Ltd」(E 社)、秩父市「IGP ROBOTICS 株式会社」(G 社) の 2 社とのマッチングが成立し、これから課題解決に向けた検証を行っていくフェーズに入る。

2.5.4 マッチング提案の内容

参考として、①「Tazawa Co.,Ltd」(水戸市)、②「IGP ROBOTICS 株式会社」(秩父市) によるマッチング提案の内容を以下に示す。

①「Tazawa Co.,Ltd」(水戸市)

共創提案タイトル：「モバイルテクノロジー×地域ヘルスケア構想」

提案内容：「人口ピラミッドから視る高齢化率の進行と後継者不足」及び「働き盛りの年齢層の成人病リスクの増加」を地域の課題として捉えている。その課題を解決するために、

好文カフェとソリューションであるデジタルサプリをかけわけて「地域主導のヘルスシテイ構想」実現し、地域健康寿命を延ばすための「水戸市シテイモデル」を構築する。

ビジネスプランの内容：①バイタルデータを活用した地域住民の健康管理の向上による健康寿命の向上、②ヘルスケアポイントアプリの活用による地域ポイントの還元、③AIによる食事を数値化・栄養記録管理を活用した健康意識のサポート。

②「IGP ROBOTICS 株式会社」（秩父市）

共創提案タイトル：「秩父ロボットアンバサダー」

提案内容：ロボットが地場産センターの物産館内を移動しながら、おすすめのショップ・商品を案内することで、秩父の魅力を知ってもらい、物産の販売につなげる。

サービスの特徴：①ロボットの知識がなくても導入が可能、②新たな体験の提供と集客効果、③紹介するお土産の販売増の3点。ロボットの提供コンテンツは、物産館のガイドツアー、お勧めのお土産の診断、観光スポットの紹介及びロボットの紹介である。

ビジネスモデル：物産館内でお土産を販売しているメーカーからの協賛金で活用することを想定しており、2ヶ月程度で実証実験を開始できる。

2.6 自立化に向けた検討

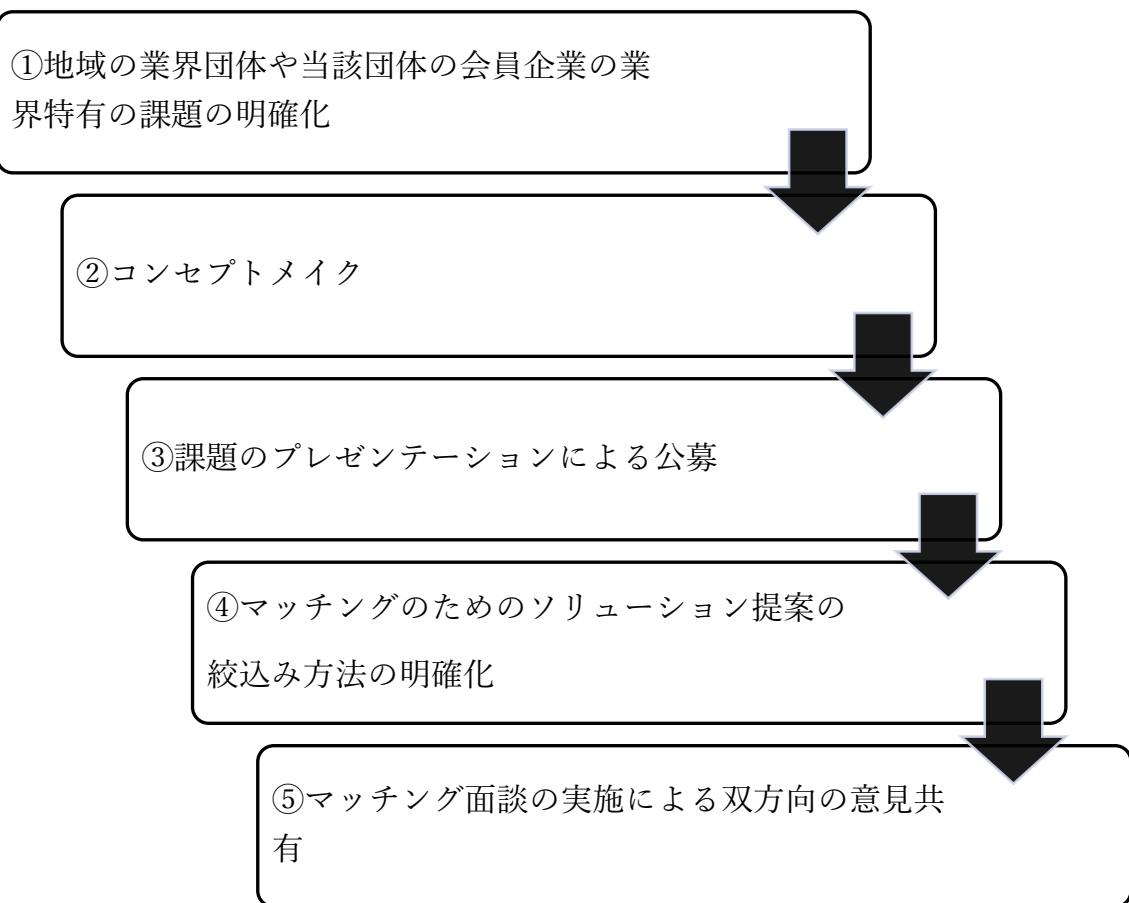
本事業を通じて、自立化に向けた検討を行った。

自立化に必要な事項は、「地域の業界団体や当該団体の会員企業の業界特有の課題の明確化」、「ヒアリングを通じた支援対象団体等へコンセプトメイク」、「マッチングのためのソリューション提案の絞込み方法の明確化」及び「マッチング面談の実施による双方向の意見共有」である。

併せて、コンセプトメイクまでには課題抽出を含め時間を要するため、これら以降のスキームを担える舵切り役が必要となる。

また、優れたマッチングが期待されども、「誰が、どの程度負担するのか」という、実証に向けた資金面での壁を越えるために、役割分担の明確化が必要であると思われる。また、地域でマッチング体制を構築する際には、巻き込む必要があるプレーヤーとして、主導する自治体、サポートする商工会議所及び地域の業界団体等、マッチングを求めるパートナーも検討しなければならない。実証から実装・事業化に至るまでには、年月を要するが、人員・資金面含め、それらを総合的かつ長期的に責任を持って責務を全うできる体制構築が必要であり、特に、自治体等からの資金面を含む全面的な支援があることを明確に伝えられれば、面的な取組みに繋がるようなマッチング・実証ができるのではないかと考察する。

本事業の目的である「地域の企業や産業がデジタル化や社会の変化に対応し、稼ぐ力を創出」を達成する上で、必要なスキームは、以下の①～⑤の流れである。



- ① 地域の業界団体や当該団体の会員企業の業界特有の課題の明確化。具体的には、2.1 のヒアリングで「地域の課題性」、「共創のゴールのビジョン」、「自治体及び業界団体における支援体制」及び「提供可能なリソース」の4点の明確化。

【ヒアリングで得たコメント】

水戸市

・3月の梅まつりなどイベント時には各地からの観光客でにぎわいます。一方で年間2回の閑散期があり、季節に伴い売り上げが低下することが大きな課題でした。

秩父市

・秩父市の観光という側面では、YouTubeで番組を作って発信したり、地域の商店を応援したりする目的で「ちちぶ乾杯共和国パスポートアプリ」を立ち上げ、育てているところです。これは、秩父地域の酒造メーカーや旅館、飲食店、土産物店など34店が加盟しており、スマホアプリでポイントを獲得でき、酒の情報を入手できます。また、地域の宿や旅館組合と連携したデータ分析も取り入れています。また、小さな旅館が多く、定着しきっていません。

- ② 2.2 でヒアリングを通じて支援対象団体等へ「取組むべき課題」、「実現したい提供価値」及び「(取組みで達成したい) ゴール・目的」を具体的に明確化するコンセプトメイク。

【ヒアリングで得たコメント】

水戸市

・デジタル活用の側面では、これまで自社ホームページや SNS での発信ぐらいしか取り組めていなかったのも、他にもデジタルを活用した手法があるのではないか、それによって閑散期の売り上げ向上が見込めるのではないかと期待がありました。

秩父市

・客観的な視点で「秩父地場産センター」の課題、強み、弱みを整理できたことは、大きな気付きとなりました。これまで、「秩父地域おもてなし観光公社」と「秩父地場産センター」は、それぞれ別の団体だった背景があり、課題への対策も別々に考えていました。今後は2つの団体が一緒になってやっていくこととなり、今回の機会を通じて、他人事として捉えていたことを自分事として捉えられた気がします。

- ③ 上記をコンセプトとした 2.3,2.4 支援対象団体等による広範囲を対象とした課題のプレゼンテーションによる公募。
- ④ 2.5 のマッチングのためのソリューション提案の絞込み方法の明確化。

⑤ 2.5.3 マッチング面談の実施による双方向の意見共有。

【ヒアリングで得たコメント】

水戸市

・マーケティングの視点がおもしろく、新たな気付きがありました。「好文 cafe」やその近辺のエリアを訪れる方は、どこから来ているのか、どんな属性なのか、訪れる目的は何か、といったような情報です。

・また、これまで訪れる人の属性などの統計を取ったことはなく、データを取得することで、より適したサービス提供ができるかもしれません。その際の費用対効果は事前に検討する必要がありますが、良い気付きではありました。

秩父市

・提案が非常にわかりやすかったことと、面談を通して相応の思いがマッチングしたことが決め手になりました。IGP ROBOTICS さんでは、これまでショールームや美術館でロボットを活用されています。田舎の観光地でそれをどう活躍させるべきかは探る必要がありますが、先方にも「地域の魅力を発信できるロボットの活用事例をつくり、継続的に発展させたい」という思いがあり、ディスカッションしながら最適解を見つけられそうだと思います。

【参考】 マッチング面談後のコメント

【ヒアリングで得たコメント】

水戸市

・自社におけるデジタル活用には限界がありましたが、応募企業からさまざまなご提案をいただき、デジタル活用の幅広い可能性を知りました。また、パートナー企業とのディスカッションを進めるなかで成功のイメージも湧き、これからの共創が楽しみです。弱点を克服できる良いチャンスをいただいたと感じます。

秩父市

・3 月中に先方のオフィスに訪問し、ロボットと対面しつつ、大枠のディスカッションができたかと。4 月以降に、ロボットの詳細な設定を詰めていきたいと考えています。GW 後には稼働できるといいですね。

・商品案内の試みからスタートし、SNS や店舗での顧客の反応、ロボットが PR した商品の売れ行きを記録して、評価に使用するつもりです。そうした評価も参考にしながら、発展的な活用を探ってみたいと思います。

以上