

令和３年度産業経済研究委託事業
（デジタル技術等を活用した育児支援サービス
（Baby-Tech等）の普及可能性等に関する調査）

報 告 書

２０２２年３月

EY 新日本有限責任監査法人

令和3年度産業経済研究委託事業
(デジタル技術等を活用した育児支援サービス
(B a b y – T e c h 等) の普及可能性等に関する調査)

目次

目次

第1章	ベビーテックの背景・現状.....	4
1.	ベビーテック普及の意義.....	4
1.1	ベビーテック普及の背景.....	4
1.2	ベビーテック普及に関する政府の動き.....	5
2.	ベビーテック商品・サービスの現状.....	6
2.1	ベビーテックの市場.....	6
2.2	ベビーテックの種類.....	6
3.	ベビーテック商品の好事例.....	12
3.1	選定基準.....	12
3.2	分類別好事例.....	12
4.	自治体におけるベビーテック導入事例.....	20
4.1	選定基準.....	20
4.2	分類別好事例.....	20
5.	企業におけるベビーテック導入事例.....	23
5.1	選定基準.....	23
5.2	分類別好事例.....	23
6.	ベビーテックの導入の課題及び効果.....	28
6.1	利用者におけるベビーテック導入の課題・効果.....	28
6.4	開発事業者におけるベビーテック導入の課題・効果.....	29
第2章	小田原市におけるベビーテックの実証事業.....	31
1.	小田原市におけるベビーテックのニーズ.....	31
1.1	小田原市を実証フィールドとして選定した理由.....	31
1.2	小田原市におけるベビーテックのニーズ.....	31
2.	ベビーテックの実証事業.....	33
2.1	実証事業の仮説.....	33
2.2	実証事業の実施.....	34
2.3	フィードバックアンケートの結果.....	42
3.	自治体連携の実証事業の効果、課題.....	50

3.1 自治体連携体制の強み	50
3.2 自治体連携体制の課題	51
第3章 事業のまとめ及び今後への展望	53
1. 本実証事業の成果	53
2. 今後の課題	55
2.1 B2C のビジネスモデルにおける課題	55
2.2 B2B、B2G のビジネスモデルにおける課題	55
2.3 共通する課題	56
3. 今後の政策的展望	57
第4章 地域 DX 推進ラボの在り方等に関する検討会	58
1. 検討会設置背景	58
2. 検討会の設置・運営	59
2.1 委員	59
2.2 検討会の論点	59
2.3 開催スケジュール	60
3. 検討会の開催概要	61
3.1 第1回検討会	61
3.2 第2回検討会	61
4. 検討結果	63
5. 別添資料	68
5.1 別添資料1 第1回検討会事務局説明資料	68
5.2 別添資料2 第1回検討会議事要旨	83
5.3 別添資料3 第2回検討会事務局説明資料	88
5.4 別添資料4 第2回検討会議事要旨	118

図目次

図 1	ベビー用品・関連サービスの市場規模推移	6
図 2	「えんマッチ」のビジネスモデル（2018 年時点）	25
図 3	「えんマッチ」のビジネスモデル（2020 年時点）	25
図 4	ワークショップで示された子育ての課題	32
図 5	本実証事業による検証したい自治体の役割	34
図 6	実証プロセスごとの事務局（EY）の役割	35
図 7	フィードバックアンケートの回収状況	42
図 8	ベビーテックに関する認識及び利用歴	43
図 9	実証事業を知ったきっかけ（SA）	44
図 10	実証事業への参加理由（MA）	44
図 11	実証事業のベビーテックを利用して感じたメリット（MA）	45
図 12	実証事業に関する改善希望（MA）	46
図 13	今後のベビーテックの利用予定（SA）	47
図 14	今後利用希望がある場合の理由（MA）	48
図 15	今後利用希望がない場合の理由（MA）	49

表目次

表 1	2021 年「BabyTech Award Japan」の受賞商品	7
表 2	ベビーテックの意義と利用者による分類一覧	11
表 3	効率性の向上を目的としたベビーテックの好事例	12
表 4	情報共有対象の拡大を目的としたベビーテックの好事例	13
表 5	情報共有の即時性向上を目的としたベビーテックの好事例	14
表 6	情報の記録性向上を目的としたベビーテックの好事例	16
表 7	学習・発達の促進の導入を目的としたベビーテックの好事例	17
表 8	自治体におけるベビーテック導入の好事例（保育施設向け）	20
表 9	自治体におけるベビーテック導入の好事例（子育て家庭向け）	21
表 10	実証事業の実施段階	35
表 11	本実証事業を取り上げた主なメディア	37
表 12	地域 DX 推進ラボの在り方等に関する検討会の委員等名簿（敬称略）	59
表 13	地域 DX 推進ラボの在り方等に関する検討会の論点	60
表 14	地域 DX 推進ラボの在り方等に関する検討会の開催スケジュール及び議事	60
表 15	第 1 回検討会の開催概要	61
表 16	第 2 回検討会の開催概要	61
表 17	地域 DX 推進ラボのポイント（まとめ）	63

第1章 ベビーテックの背景・現状

1. ベビーテック普及の意義

1.1 ベビーテック普及の背景

日本の出生数は第二次ベビーブームとなった1970年代前半をピークに、それ以降は減少傾向が続いている。直近では新型コロナウイルス感染拡大の影響も重なり、日本の少子化は加速している。2020年の出生数は前年から2.8%減少し、過去最少の84万832人となった。同年の死亡者数は前年から8445人少なくなったが、出生数を引いた自然減は53万1816人と過去最大となった。

少子化進展の背景には未婚化・晩婚化がある。出産年齢の高齢化に伴い夫婦あたりの子供数が減少している。一方で、夫婦が理想とする子供数と実際の子供数にはギャップがあり、年齢以外に、経済能力や育児のサポートの不足も重要な原因と言える。

結婚持続期間15～19年の夫婦の出生子ども数（完結出生児数）の平均は1987年の2.19人から2015年の1.94人まで減少している。一方、夫婦の理想子ども数・予定子ども数についても、完結出生児数の平均と同様に減少傾向にあるものの、完結出生児数との間に差があり、出産の希望を実現する環境整備の重要性がうかがえる。

他方、経済産業省の「ダイバーシティ経営企業100選」や「なでしこ銘柄」など事業が継続されてきた影響もあり、女性活躍・ダイバーシティ推進は着実に前進してきた。企業の取組によって、女性も早めの職場復帰やキャリアの継続がしやすくなってきた。また、共働き世帯の経済力が向上した分、家庭内の家事育児の効率化の観点から外部子育て支援の利用の意識が高まってきた。

そうした変化も踏まえ、夫婦の働き方も、専業主婦世帯中心から共働き世帯中心へと転換している。子育てに専念する片方の親への支援に加え、仕事と子育てとのバランスが常にプレッシャーになっている共働き世帯のニーズにも対応できる多様な子育て支援が必要となっている。

2015年4月から施行された「子供・子育て支援新制度」は2020年度に、市町村の事業計画等を踏まえ「量的拡充」（地域型保育の量的拡充、地域子供・子育て支援事業の量的拡充、社会的養護の量的拡充など）に対応するとともに、「質の向上」に係る事項（保育園職員の配置、小規模保育の体制強化、放課後児童クラブの充実、児童養護施設などでの家庭的な養護環境の推進など）も引き続き実施することとされた。教育・保育施設を利用する子どもの家庭だけでなく、全ての子育て家庭を対象に地域のニーズに応じた多様な子育て支援を充実させることとなっている。

時間も人的リソースも限定されている中で、育児の負担を IT で軽減し、育児の効率化を目指す「Baby-Tech」は近年市場規模が続伸している。2020 年は「Baby-Tech 元年」と呼ばれ、子育て関連の各分野に Baby-Tech が進出している。

1.2 ベビーテック普及に関する政府の動き

Baby-Tech はアメリカにおいて広まった考え方で、毎年 1 月にラスベガスで行われる世界最大の家電中心の電子機器の見本市 Consumer Electronics Show では、2016 年より、Baby Tech Award として 5 部門（「健康と安全」、「睡眠」、「妊娠」、「子育て」、「遊びと学び」）から 1 社ずつ表彰されている。日本では、「令和 2 年少子化社会対策白書」に、ベビーテックを「Baby（赤ちゃん）と Technology（技術）を組み合わせた造語である。妊娠から始まる赤ちゃんに関する技術全般を指す。」と定義している。2019 年に株式会社パパスマイル主催の「BabyTech Award Japan 2019」が開催され、言葉と市場の認知が始まった。

政府は保育 ICT の分野には IT 導入補助金などの形で支援しており、保育の ICT 化を進めるハードルが下がっていることで、BtoB 領域では Baby-Tech 導入が加速しているところであり、さらに、Baby-Tech 製品の利用対象を保育園等から家庭にも拡大促進を図っているところである。

経済産業省「IT 導入補助金」、厚生労働省「保育所等における ICT 化推進補助金」、文部科学省「園務改善のための ICT 化支援」、企業主導型保育事業費補助金「運営支援システム導入費加算」、東京都福祉保健局「保育所等における ICT 化推進補助金」など、政府や自治体では、保育分野の ICT 化を推進するための補助金制度を多数設置している。

内閣府が 2019 年度に開催した「子育て応援コンソーシアム」（第 4、5 回）では、Baby-Tech の普及を検討すると共に、非接触型のベビーセンサー、子育て仲間とつながるアプリ、母子手帳のアプリ化など、子育てに便利な Baby-Tech を子育ての省力化につながる製品の発表もあった。

そうした背景の中、育児に IT/IoT を活用しようという機運が高まってきて、ベンチャー企業をはじめ大企業でも Baby-Tech 事業に対して注目が集まり始めている。

2. ベビーテック商品・サービスの現状

2.1 ベビーテックの市場

2021 年の市場調査によると、ベビー用品・関連サービスの市場規模は 2014 年の 31,484 億円から 2020 年の 43,120 億円に徐々に拡大している。

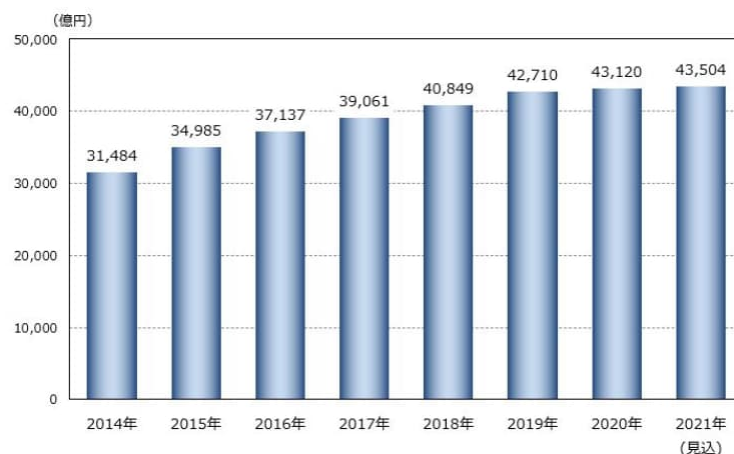


図 1 ベビー用品・関連サービスの市場規模推移

出典：「ベビー用品・関連サービス市場に関する調査を実施（2021 年）」

株式会社矢野経済研究所調べ¹

注 1：ベビー関連用品はメーカー出荷金額ベース（一部小売金額含む）、関連サービスは事業者売上高ベース

注 2：乳幼児（0～2 歳）向けの育児用品や食品、衣料品、身の回り品、育児関連雑誌、絵本、玩具などのベビー関連用品、関連サービス（まだにティスクール、保育園、ベビーシッター）を対象とする。なお、一部 3 歳以上の幼児向け用品・サービスを含む

2.2 ベビーテックの種類

2019 年、株式会社パパスマイルは国産ベビーテック商品やサービスを表彰するイベントを開始し、日本発の「BabyTech Award」になり、毎年、「授乳と食事」「学びと遊び」「安全対策と見守り」「妊活と妊娠」「健康管理」などの部門に分けて優秀なベビーテック商品・サービスを選定している。

¹ https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2910

表 1 2021 年「BabyTech Award Japan」の受賞商品²

受賞部門	商品名	開発企業	利用対象
授乳と食事	NAVITIME for BABY	株式会社ナビタイムジャパン	子育て家庭
	親子で食べられる幼児食宅配サービス「homeal」	homeal 株式会社	子育て家庭、乳幼児
学びと遊び	かみなしばい	株式会社 unouplus	保育施設、子育て家庭、乳幼児・児童
	Amazon Fire HD 10 キッズモデル	アマゾンジャパン合同会社	子育て家庭、乳幼児、児童
	園とトライする国際交流 EN-TRY	株式会社シンクアロット	保育施設、乳幼児
	KIKASETE	株式会社 AvirityInformation	子育て家庭、幼児、児童
安全対策と見守り	cocolin(ココリン)	株式会社キムラタン	保育施設、幼児
	Cubo Ai Plus	Yun Yun Ai Baby Camera Co.,Ltd	子育て家庭、乳幼児
	Mitete	株式会社 mitete	保育施設、子育て家庭、乳幼児
妊活と妊娠	パパ ninaru	株式会社エバーセンス	子育て家庭、プレパパママ
	妊娠から育児期までの 1000 日間をサポートするスマートフォンアプリ「まいにちのたまひよ」	株式会社ベネッセコーポレーション	子育て家庭、プレパパママ、乳幼児
	話してスッキリ	AsoBoys 株式会社	子育て家庭、プレママ（女性限定）
健康管理	キッズドクター	株式会社ノーススター	子育て家庭、乳幼児
	Ainenne	株式会社ファーストアセ	子育て家庭、乳

² <https://babytech.jp/btaj2021/>

		ント	幼児
	CCSENSOR、発熱予測機能	株式会社 CHaiLD／株式会社 global bridge HOLDINGS／株式会社 Queue／株式会社 Xenoma	保育施設、乳幼児
記念と記録	パーソナライズ絵本“BÜKI（ブーキー）	STUDIO BUKI 株式会社	子育て家庭、乳幼児
	おうちで簡単おひるねアート「CollageSquare（コラージュスクエア）」	一般社団法人日本おひるねアート協会／TOMOWEL Promotion 株式会社	子育て家庭、乳幼児
	ベビパシャ	CreativePocket 株式会社	子育て家庭
保育 ICT	『はいチーズ！』をはじめとする SaaS 型の総合保育テックサービスの取り組み	千株式会社	保育施設、乳幼児
	キズナコネクト	株式会社ネクストビート	保育施設
	ChiReaf Space	日本ユニシス株式会社	保育施設
リサーチ・研究	子どもの発育発達を支援する「さんさんキッズシステム」のデータ活用研究	ゴレタネットワークス株式会社／株式会社クレメンティア	保育・小学校施設、乳幼児、児童
	育児支援ロボットによる AI 子育てレポートシステム	株式会社 ChiCaRo	保育施設、子育て家庭、乳幼児
	ダンボール製ベビーベッド QUICK BASE BABY の設計に係る調査研究	株式会社エスパック	子育て家庭、乳幼児
特別賞 （アカチヤンホンポ賞）	絵本読み聞かせアプリ「みいみ」	東京ガス株式会社／株式会社オトバンク	子育て家庭、乳幼児
特別賞 （ベビータックコミュニティ賞）	産婦人科オンライン・小児科オンライン	株式会社 Kids Public	子育て家庭

上記の受賞商品・サービスのよう、ベビーテックが支援するのは乳幼児だけではない。妊活中の女性、妊娠中の女性、新生児・乳幼児・幼児、育児に取り組む両親や家族はもちろん、育児・保育に携わるすべての人が支援範囲だ。

本調査では、ベビーテックの分類として2つの切口を考えている。

第一に、ベビーテックの利用者・対象により下記のように区分することが考えられる。

①こども

新生児、乳幼児を利用者にするベビーテック：睡眠指導ベッドライト「ainenne（アイネンネ）」、楽しく歯磨きアプリ「ポケモンスマイル」、こども相手の家庭型ロボット「LOVOT」

②子育て家庭（保護者）

妊娠中の夫婦から、子育て中の家庭メンバーを利用者にするベビーテックが最も多い。
例：家庭用の体動センサー「ベビーセンスホーム Babysense Home」、パパの子育て支援サービス「パパ力検定」、祖父母向けの育児情報アプリ「祖父母 ninaru」、外出中で素早く授乳室検索できるアプリ「mamamap」

③保育サービスの提供者

保育サービスの提供者のうち、保育士など専門的保育者もいるが、保育サービスのサポート役になっている子育て支援者もいる。

保育士など専門性が高い人を利用者にするベビーテック：こども施設業務サポートサービス「CoDMON（コドモン）」、天井設置型カメラとタブレットアプリでAIが保育園児の午睡を監視し自動記録するシステム「ベビモニ」、写真付き記録の保育ドキュメンテーションサービス「ルクミードキュメンテーション」

育児支援者向けのベビーテック：子供施設専用のIoT写真サービス「ルクミーフォト」

④子育て家庭の勤務先（企業）

社員のワークライフバランスを保つために、企業も育児支援の制度や取組に多数取り組んでいる。そのうち、ベビーテックまで導入する先進企業もある。例：企業主導型保育園へのICTツールの導入

ベビーテックの恩恵を受けるのは子供とその両親だけではない。行政、保育サービス提供者、企業など地域内のステークホルダー全般がベビーテックの利用によって、業務の効率化向上、人材獲得、地域の活性化に繋がるのが可能になっている。

第二に、ベビーテックは、その商品・サービスを導入することによって、産後うつや育児不安の緩和や両立支援への貢献にもつながるので、社会的な意義が大きいと言える。ベビーテックの意

義より、大きく下記の3つに分類することもできる。

①効率性の向上

子育て負担を軽減し、より効率的な子育ての実現によって、子育て家庭から子育て支援者までのワークライフバランスの達成をサポートする。

例：保育園シフト作成のIT化「キズナコネクト」、予防接種スケジュール作成アプリ「ninaru baby」、幼児献立自動作成アプリ「ミーニュー」

②情報共有の促進

子育ての孤独化は産後うつに繋がる大きい要因である。また、新型コロナウイルス感染症の影響で、乳幼児家庭の外出機会は以前よりさらに減少している。子育てに関する悩みや不安の解消を目的にするベビーテックも増えてきた。ベビーテックの種類によって、下記3つの側面から情報共有を促進している。

子育て孤立化を解消、情報共有対象を拡大するベビーテック：妊娠中・子育て中の女性専用チャットアプリ「話してスッキリ」、子育て家族間のみ共有できるオンラインアルバム「みてね」

安心・安全の子育てを支援し、情報共有の即時性を向上するベビーテック：児童健康予測センター「CCSENSOR、発熱予測機能」、夜間でも休日でも専門医よりオンライン診療可能な「小児科オンライン」

煩雑な子育て記録を簡潔にして、より有効な記録ができるよう、情報の記録・分析向上を行うベビーテック：育児記録「ぴよログ」、夜泣き分析アプリ「Lullaby（ララバイ）」

③学習・発達の促進

子育てに娯楽性を導入することによって、子どもの学習・発達の促進に繋がると同時に、子育ても楽しくなる。

例：海外の保育園とオンラインで交流できる「EN-TRY」、スマートフォンで紙芝居できるアプリ「かみなしばい」

上記の分類を基に、本調査では、ベビーテックの意義及び利用対象を軸に、下記の表の分類を使用する。

表 2 ベビーテックの意義と利用者による分類一覧

利用・対象 テックの意義		地域(家庭内、地域コミュニティ内、職場、行政サービス)			子ども
		保育サービス等の提供者 プロ	セミプロ	(地元の) 勤務先	保護者
効率的・ 情報共有	効率性の向上	・保育園業務のIT化(書類作成、AIシフト表等)	—	—	・健診スケジュール作成アプリ ・子育て者向けルート検索アプリ ・幼児食の宅配 ・献立自動作成アプリ
	情報共有対象の拡大	・一斉連絡・連絡帳機能付き電子連絡帳	・保育園・幼稚園専用のIoTフォトサービス	・主婦などを活用する在宅可能な業務外注サービス ・多様な働き方が可能な職場環境整備	・電子母子・父子手帳 ・パパ力検定 ・祖父母向け育児情報アプリ ・子育て女性専用チャット ・オンライン指導
	情報共有の即時性向上(安全・安心等)	・午睡の監視カメラ・マット ・児童健康予測ウェア	・一時的な子育て支援希望者と利用希望の保護者のマッチングサイト	—	・家庭用睡眠監視マット ・オンライン診療 ・ユーザーコメント付き授乳室マップアプリ ・24時間全国の病児保育施設の検索・予約
	情報の記録性向上(及びその分析)	・写真付き記録の保育ドキュメンテーションサービス	—	—	・育児記録・予測アプリ ・夜泣き分析アプリ ・個別識別番号付き食器で食事データログ化
娯楽性・ 学習	娯楽性の導入(ゲーミフィケーション)	・オンラインで海外保育園と交流	—	—	・スマートフォンで紙芝居 ・絵本読み聞かせアプリ ・楽しく歯磨きアプリ ・人の孤独に寄り添う家族型ロボット

出典：EY 新日本有限責任監査法人作成

3. ベビーテック商品の好事例

3.1 選定基準

ベビーテック商品・サービスのうち、メディア等に取り上げられている主要な商品を対象に調査を行う。ベビーテックアワードなど受賞歴やメディア記事がある商品を対象として、商品・サービスの概要、利用目的、Baby-Tech の導入意義、利用対象とビジネスモデル、などを簡易に整理する。

3.2 分類別好事例

①効率性の向上

表 3 効率性の向上を目的としたベビーテックの好事例

商品	開発企業	ビジネスモデル
最長 1 週間の献立自動作成アプリ ミーニュー	ミーニュー株式会社	B2C
親子で食べられる幼児食宅配サービス「homeal」	homeal 株式会社	B2C
授乳ノート	株式会社カラダノート	B2C
さく乳器母乳アシスト電動 ProPersonal/ProPersonal+/ Pigeon Switch（ピジョンスイッチ）	ピジョン株式会社	B2C
NAVITIME for baby	株式会社ナビタイムジャパン	B2C
子どもの歯の仕上げみがき用の歯ブラシ Possi（ポッシ）	京セラ株式会社 みなとみらいリサーチセンター研究開発本部 Possi プロジェクト	B2C
おうちで簡単おひるねアート「CollageSquare（コラージュスクエア）」	一般社団法人日本おひるねアート協会 TOMOWEL Promotion 株式会社	B2C
撮影ガジェット開発事業「ベビパシャ」	CreativePocket 株式会社	B2C

上記のうち、特に実績があるベビーテック商品を紹介する。

●商品名：「me:new」（ミーニュー）

●商品概要：

「me:new」はミーニュー株式会社より開発された、乳幼児家庭向けの献立自動作成アプリである。

●テックの特徴：

最長1週間分の献立をまとめて作成でき、主に小さい子供がいる家庭に向けて、親と子供と一緒に食べられるレシピや、アレルギー対応のレシピを提案するアプリである。

●実績：

2021年9月時点で、累計ダウンロード数は150万を超えた³。

②情報共有の促進

（1）情報共有対象の拡大

表4 情報共有対象の拡大を目的としたベビーテックの好事例

商品	開発企業	ビジネスモデル
パパ力検定	Mama's Sachi 合同会社	B2C
パパ力検定 e-Learning	Mama's Sachi 合同会社	B2C
家族アルバム「みてね」	株式会社ミクシィ	B2C
mitete	株式会社 mitete	B2C、 B2B2C
LINE を活用した妊活コンシェル ジュサービス「ファミワン」	ファミワン株式会社	B2B2C
コノトキ - 基礎体温と生理で排 卵日予測	アマネファクトリー株式会社	B2C
ベビーカレンダー	株式会社ベビーカレンダー	B2C
母子健康手帳アプリ	NPO 法人ひまわりの会 / 株式会社 NTT ドコモ	B2C

³ <https://www.smrj.go.jp/incubation/od-plus/companylist/report/fr94k000000gbgk.html>

母子手帳アプリ『母子モ』	株式会社エムティーアイ	B2C
話してスッキリ	AsoBoys 株式会社	B2C2C
パパ ninaru	株式会社エバーセンス	B2C
妊娠から育児期までの 1000 日間 をサポートするスマートフォンア プリ「まいにちのたまひよ」	株式会社ベネッセコーポレーション	B2C
パパッと育児@赤ちゃん手帳	株式会社ファーストアセント	B2C
Hugnote	株式会社 hugmo	B2B(保 育園・幼 稚園)
こども施設業務サポートサービス 「CoDMON」コドモン	株式会社コドモン	B2B(保 育園・幼 稚園)

上記のうち、特に実績があるベビーテック商品を紹介する。

●商品名：「CoDMON」コドモン

●商品概要：

「CoDMON（コドモン）」は、株式会社コドモンの商品・サービスであり、保育園／認定こども園／幼稚園向けの保育 ICT システムである。

●テックの特徴：

登降園管理やアプリを使った保護者とのコミュニケーション支援機能など、保育士の業務負担を大幅に効率化/自動化しながら、保育の質を高めるための環境づくりの支援をする

●実績：

2021 年 10 月 21 日（木曜日）時点で、こども施設向け ICT システム「CoDMON」は 9,000 施設以上に導入されている。⁴

（２）情報共有の即時性向上

表 5 情報共有の即時性向上を目的としたベビーテックの好事例

商品	開発企業	ビジネスモデル
----	------	---------

⁴ <https://newscast.jp/news/6877938>

授乳室検索アプリ – ママパパマップ	コドモト株式会社	B2C
hugsafety 午睡見守りサービス	株式会社 hugmo	B2B(保育園・幼稚園)
Hugsafety	株式会社 hugmo	B2B(保育園・幼稚園)
ベビモニ	EMC Healthcare 株式会社	B2B(保育園・幼稚園)
cocolin (ここりん)	株式会社キムラタン	B2B(保育園・幼稚園)
ルクミー午睡チェック	ユニファ株式会社	B2B(保育園・幼稚園)
Cubo Ai Plus	Yun Yun Ai Baby Camera Co.,Ltd	B2C
cocolin(ココリン)	株式会社キムラタン	B2B(保育園・幼稚園)
ベビーセンスホーム Babysense Home	ベビーセンスジャパン合同会社	B2C
IoT 型胎児モニター「分娩監視装置 iCTG」 & 周産期遠隔医療プラットフォーム「Melody i (メロディ・アイ)」	メロディ・インターナショナル株式会社	B2C
産婦人科オンライン・小児科オンライン	株式会社 Kids Public	B2C、B2B(保育園・幼稚園)
hugsafety スマート検温サービス	株式会社 hugmo	B2B(保育園・幼稚園)
ルクミー体温計	ユニファ株式会社	B2B(保育園・幼稚園)
キッズドクター	株式会社ノーススター	B2B2C
CCS SENSOR、発熱予測機能	株式会社 CHaiLD 株式会社 global bridge HOLDINGS 株式会社 Queue／株式会社 Xenoma	B2B(保育園・幼稚園)

病児保育支援システム『あずかるこちゃん』	CI Inc.	B2B2C
----------------------	---------	-------

上記のうち、特に実績があるベビーテック商品を紹介する。

●商品名：「あずかるこちゃん」

●商品概要：

「あずかるこちゃん」は、コネクテッド・インダストリーズ株式会社が運営している病児保育室の検索・予約サービスである。

●テックの特徴：

「あずかるこちゃん」は、病児保育施設の予約をスマホひとつで 24 時間いつでも簡単に申し込めるサービスである。病児保育施設が子どもの受け入れの判断に必要な情報（名前・年齢・病名・アレルギー・既往歴・発達の状況など）を一元管理している。保護者も時間を気にせずに子どもの情報を伝えることができ、施設側は電話対応することなく、パソコンの画面上で情報を受け取り、確認することができる。

●実績：

2019 年 10 月から実証実験を開始し、7 つの施設で運用し、実証実験期間中の保護者の登録者は 1,200 人を超えた。2020 年 4 月に正式運営開始。⁵

（３）情報の記録性向上

表 6 情報の記録性向上を目的としたベビーテックの好事例

商品	開発企業	ビジネスモデル
FUNFAM	FUNFAM 株式会社	B2C
ポピンズシステム	株式会社ポピンズ	B2C、B2B2C
びよログ	株式会社びよログ	B2C
Withings Body+	SB C&S 株式会社	B2C
夜泣き改善アプリ Lullaby（ラバイ）	MoonCreativeLab	B2C
ainenne	株式会社ファーストアセント	B2C
ルクミーシフト管理	ユニファ株式会社	B2B(保育園・幼稚園)
ルクミーフォト	ユニファ株式会社	B2B(保育園・幼稚園)

⁵ <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000008.000033823.html>

「CCS+Pro」を中心とした×保育ロボ「VEVO」×「VEVOのセンサー」×「れんらくノート」アプリの取り組み	株式会社 global bridge HOLDINGS	B2B(保育園・幼稚園)
『はいチーズ!』をはじめとする SaaS 型の総合保育テックサービスの取り組み	千株式会社	B2B(保育園・幼稚園)
キズナコネクト	株式会社ネクストビート	B2B(保育園・幼稚園)
ルクミードキュメンテーション	ユニファ株式会社	B2B(保育園・幼稚園)
ChiReaf Space	日本ユニシス株式会社	B2B(保育園・幼稚園)

上記のうち、特に実績があるベビーテック商品を紹介する。

●商品名：「ルクミードキュメンテーション」「ルクミーフォト」「ルクミーシフト管理」

●商品概要：

「ルクミードキュメンテーション」等はユニファ株式会社より開発され、保育施設の業務を ICT 化して、効率性を向上するシステムである。

●テックの特徴：

ルクミーは、ICT・IoT を活用した業務負荷削減と、ドキュメンテーションによる振り返り支援の観点から、子どもともしっかり向き合う豊かな環境を整える保育施設向け総合 ICT サービスである。

●実績：

2021 年 11 月時点、「ルクミー」シリーズは累計で 33 か所の地方自治体へ導入され、累計導入件数 13,000 件⁶以上である。

③学習・発達の促進

表 7 学習・発達の促進の導入を目的としたベビーテックの好事例

商品	開発企業	ビジネスモデル
LOVOT	GROOVE X 株式会社	B2C
ワンダーボックス	ワンダーラボ株式会社	B2C

⁶ 「ルクミー」シリーズおよび「キッズリー」のサービス導入累計数

ころぴゅーた	株式会社ティ・デイ・エス リプラグ事業部	B2C
mTiny (エムタイニー) プログラ ミングキット	Makeblock Japan 株式会社	B2C
社会体験アプリ「ごっこランド」	株式会社キッズスター	B2C
スマイルゼミ 幼児コース	株式会社ジャストシステム	B2C
ハクシノレシピ	株式会社 Hacksii	B2C
Amazon Fire HD 10 キッズモデ ル	アマゾンジャパン合同会社	B2C
園とトライする国際交流 EN- TRY	株式会社シンクアロット	B2B(保育園・幼 稚園)
Osmo (オズモ) リトル ジーニア ス スターター キット	TangiblePlay Inc.	B2C、B2B(保育 園・幼稚園)
かみなしばい	株式会社 unouplus	B2C
KIKASETE	株式会社 AvirityInformation	B2C
トイサブ!	株式会社トラーナ	B2C
マタタラボ	株式会社くもん出版	B2C
Marbotic (マルボティック)	モダニティ株式会社	B2C
絵本読み聞かせアプリみいみ	東京ガス株式会社／株式会 社オトバンク	B2C
社会全体で子どもの成長を支え る 企業協賛型総合知育アプリ 『<ワオっち! シリーズ>ワオ っち! ランド』	株式会社ワオ・コーポレーシ ョン	B2C
ポケモンスマイル	株式会社ポケモン	B2C
パーソナライズ絵本“BÜKI(ブー キー) ”	STUDIO BUKI 株式会社	B2C
育児支援ロボットによる AI 子育 てレポートシステム	株式会社 ChiCaRo	B2C

上記のうち、特に特徴があるベビーテック商品を紹介する。

●商品名:「かみなしばい」

●商品概要:

「かみなしばい」は株式会社 unouplus 開発した、紙芝居アプリであり、物語を読むデバ
イスと聞くデバイス 2 台に分かれて利用できる。

●テックの特徴：

読み手のデバイスでお話を読みながら、聞き手のデバイスの絵を動かすことができるのが特徴である。紙製の紙芝居の良さを残しつつ、デジタルの良さを活かした新しい紙芝居である。

●実績：

Kids Design Award（2018 年）受賞。BabyTech® Award Japan 2021「学びと遊び部門」大賞を受賞⁷。

⁷ <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000002.000090497.html>

4. 自治体におけるベビーテック導入事例

4.1 選定基準

自治体に導入されているベビーテックの商品やサービスについて、関連事例の調査を行った。メディア記事がある導入事例における期待される成果と、自治体の役割等について、①保育サービス提供者向け②子育て家庭・行政向け、ごとに整理する。

4.2 分類別好事例

①保育サービス提供者向け

自治体より導入されている事例のうち、過半数は地域経由で保育施設へ導入されている。地域の保育の安全と質の向上を目的としている。

表 8 自治体におけるベビーテック導入の好事例（保育施設向け）

組織名	サービス・商品	サービス概要	導入自治体の例	導入開始日
ユニファ株式会社	保育の質を上げるドキュメンテーションの ICT 支援 実証実験	ユニファが開発するベビーテックを保育園に無償で試験的に導入し、データを収集、分析を行うことで安全性確保を前提に効率化できる業務の整理や ICT 化の課題等を検証する。	埼玉県 福岡県福岡市	埼玉県： 2019年8月21日 福岡市： 2021年11月28日
HUGMO	子育てクラウド hugmo（ハグモー）を導入	ICT、IoT を活用し、保育園に通われる子どもの更なる安全と、保育士の業務改善を目的に、子育てクラウド hugmo（ハグモー）のスマート検温サービスおよび午睡（昼寝）見守りサービスを導入。 実証実験を経て、2021年度は2園に対して運用し、次年度より市内全保育園（10 園）の導入を目指す。	岐阜県関市	2021年6月24日

株式会社 コドモン	コドモン	保育現場において使用することにより、事務作業の省力化を図り、職員の働き方改革や保育の質の向上といった ICT の効果があり、多数の自治体より導入されている。	導入済みが 15 自治体、実証実験中の自治体が非公表も含め 10 に迫る (2020 年)	—
--------------	------	--	--	---

②子育て家庭・行政向け

子育て家庭向けのサービスは、一部行政サービスと連携して導入されていることが特徴である。

例えば、「あずかるこちゃん」は、保護者と病児保育室をつなぐ、病児保育の検索・予約サービスであるが、導入自治体では、地域にあるすべての病児保育の情報を一元管理できるようになり、保護者のみならず、病児保育室、行政の三者それぞれにメリットがある形で病児保育事業を行えることを目的としている。

他には、紙媒体の母子手帳を電子化した上、地域の子育て情報の発信、予防接種スケジュール管理など子育てに必要な事項のサポートを一元把握できるようなアプリの地域導入もよく見られる。

「情報共有の促進」系のベビーテックは、行政の関与によって地域の特徴を反映し、より地域住民のニーズに特化したツールになると考えられる。

表 9 自治体におけるベビーテック導入の好事例（子育て家庭向け）

組織名	サービス・商品	サービス概要	導入自治体の例	導入開始日
Connected Industries 株式会社	あずかるこちゃん	横須賀市は病児保育の利用率と利便性向上を目的に「あずかるこちゃん」を全国で初めて自治体として導入し、横須賀市立うわまち病院 病児・病後児保育センターで運用を開始。	神奈川県 横須賀市	2021年2月 1 日
		市内 6 つの病児保育室で空き状況の見える化とスマホを利用した予約申込の受付を開始。	山形県山 形市	2021年5月 15 日

スマイル 栗ナビ	スマイル 栗ナビ	電子母子手帳、市からの子育て支援情報、予防接種の日数計算・管理、子育て支援のイベント情報など、健診の記録、子育て支援施設の検索、子どもの救急相談など機能を統合したアプリである。自治体より子育て支援に関する情報をメインに、健康診断や予防接種の記録や管理、イベント情報など配信することができる。	宮城県栗 原市	2018年2月 1日
-------------	-------------	---	------------	---------------

5. 企業におけるベビーテック導入事例

5.1 選定基準

ベビーテック商品・サービスのうち、企業向けの商品・サービスを対象に調査を行った。特に企業の育児支援の好事例としてメディアに記事された商品を対象として、商品・サービスの概要、利用目的、導入意義などを簡易に整理する。

5.2 分類別好事例

企業におけるベビーテックの導入事例を下記 3 つに分類して、整理した。①企業主導型保育園におけるベビーテック設備の利用②企業主導型保育事業者と利用企業のマッチングプラットフォーム③その他

①企業主導型保育園におけるベビーテック設備の利用

企業におけるベビーテックの導入事例の大半は企業主導型保育園におけるベビーテック関連設備の利用である。

(1) 西日本電信電話株式会社⁸

●概要：

N T T西日本は、多様な人材活躍と働き方改革の推進に向け、働きやすく・働きがいのある会社づくりに取り組んでいる。その一環として、仕事と家庭を両立できる働きやすい職場環境の充実と、2016年6月28日に愛媛県、松山市と三者で締結した、「連携と協力に関する協定」の連携事項である「子育て支援」により、つながる未来を応援する地域の実現に向けて「ゆめみいよ保育園」を開設した。

●利用ベビーテック

「ゆめみいよ保育園」においては、温度、湿度、CO₂濃度、PM_{2.5}の値を常時計測・監視を行う、保育園の「空気の見える化」トライアルを行っている。ダイキン工業株式会社との連携により、保育園の空気環境を可視化して、子どもたちの感染症抑制、室内環境向上等、快適な保育環境の実現に貢献している

(2) 株式会社グローバルキッズ⁹

●概要：

グローバルキッズ社は「子ども達の未来のために」を企業理念として、保育施設を 173

⁸ <https://www.ntt-west.co.jp/news/1710/171031a.html>

⁹ <http://www.gkids.co.jp/>

施設（学童・児童館含む）を運営している。全施設において ICT を活用した IT 等先進設備導入を目指している。2018年6月開園した同社初めての直営の企業主導型保育事業「グローバルキッズ南花畑園」は、午睡チェックや検温などに ICT を活用した IT 等先進設備導入施設のさきがけとなっている。¹⁰現在同社が運営中の企業主導型保育園は全 11 園ある。

●利用ベビーテック

- ICT 安心ツール：午睡センサー、検温
- ICT 連絡ツール：登降園、連絡帳、園児台帳ほか

②企業主導型保育事業者と利用企業のマッチングプラットフォーム

(1) 株式会社グローバルキッズ⇒株式会社ライフケアパートナーズ

●概要：

「えんマッチ」は、企業主導型保育事業でありがちな「地域枠は埋まるが企業枠の入所率が安定しない」保育事業者の空き枠を、働き方改革の一環で「福利厚生充実や女性活用・保活支援等を推進したい」利用企業をつなぐマッチングプラットフォームである。株式会社グローバルキッズは、2018 年「えんマッチ」事業を運営スタートした。

2020 年 1 月 1 日より、グローバルキッズの「えんマッチ」事業を会社分割（吸収分割）にて、日本生命保険相互会社の子会社である株式会社ライフケアパートナーズに承継した。¹¹グローバルキッズ社はライフケアパートナーズの一部株式を取得し、資本参加および業務提携することにより、「えんマッチ」事業に引き続き関わり、支援している。

●利用ベビーテック

2018 年当時、「えんマッチ」は、全国の企業主導型保育所のサービス内容や空き状況等をまとめし、利用したい企業の従業員と保育園をマッチングさせるサービスであった。グローバルキッズ社は企業に対して福利厚生サービスとして提案していた。現在同サービス名は「子育てみらいコンシェルジュ」に変更し、保活支援や子育てに必要な情報を掲載し、総合的に保活を支援する福利厚生サービスとしてブラッシュアップされている。

¹⁰ <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000007.000030592.html>

¹¹ <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000022.000030592.html>

▼シェアリングモデル「えんマッチ」のイメージ図（数値は2018年6月30日時点に記載）

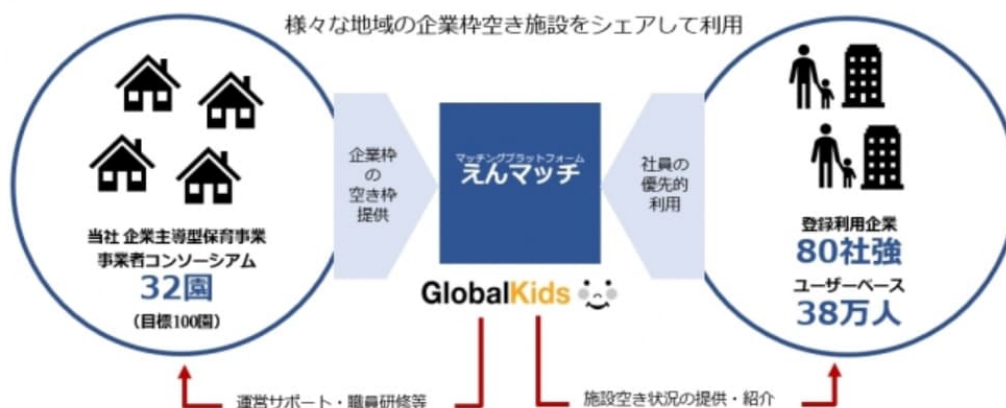


図 2 「えんマッチ」のビジネスモデル（2018 年時点）

出典：株式会社グローバルキッズ「保育施設での IT 等先進設備導入と保育のシェアリングモデル「えんマッチ」構想に先鞭！」2018 年 5 月 31 日

<取組の全体像>

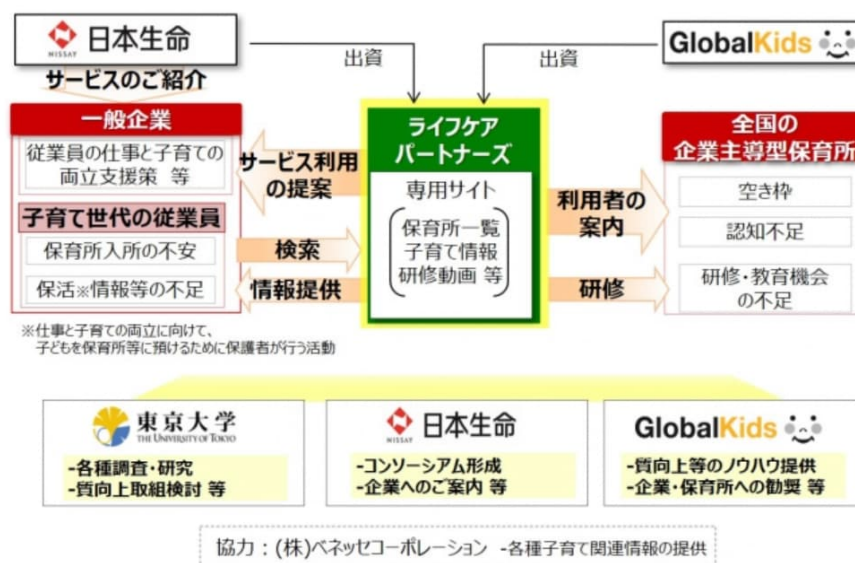


図 3 「えんマッチ」のビジネスモデル（2020 年時点）

出典：株式会社グローバルキッズ「「えんマッチ」を日本生命の子会社「ライフケアパートナーズ」に事業承継」2019 年 10 月 30 日

2022 年時点では、全国の企業主導型保育所約 450 園が参画し、サービス導入企業は約 80

社、総利用可能従業員数 33 万名超になっている¹²。

同サービスは日本子育て支援大賞（2021 年）、キッズデザイン賞優秀賞男女共同参画担当大臣賞（2021 年）など子育て関連分野の表彰を多数受けている。

③その他

子育て支援だけではなく、妊活中の女性従業員や向けのテクノロジーの事例、企業主導型保育園の保育士向けのサービスの事例がある。

（1）ファミワン×第一生命保険株式会社

●概要

「子どもを願うすべての人によりそい 幸せな人生を歩める社会をつくる」をビジョンに掲げ、LINE を活用した妊活コンシェルジュサービス「famione（ファミワン）¹³」を提供する株式会社ファミワンは、2021 年 9 月 27 日より、第一生命保険株式会社との協業として、第一生命の『ファミワン所得保障ほけん』の紹介を開始した。

●利用ベビーテック

「famione（ファミワン）」では、不妊症看護認定看護師を中心に妊活の専門家が LINE を使って相談や、アドバイス、情報を提供している。企業に対しては、妊活相談、両立支援など従業員向けのセミナーも実施している¹⁴。

『ファミワン所得保障ほけん』は、妊活に取り組む女性が、万が一病気やケガで働けなくなった際の収入減少に備えることができるようサポートする¹⁵。また、ファミワン所得保障ほけんに申請する際に、ファミワンの登録と妊活チェックシートを合わせて提出する人に対して、ファミワン所得保障ほけんの 3 ヶ月分の保険料をファミワンが負担する（先着 200 名まで）キャンペーンも実施している。

（2）株式会社グローバルキッズ

●概要

保育施設を運営しているグローバルキッズ社は、コロナの影響で休園・限定開園が多くなったことから、2020 年 4 月から同社保育施設の園児・保護者に向けて在宅で活用できる「オンライン子育て支援」を開始した。

¹² <https://www.lifecp.co.jp/service/nursery/>

¹³ <https://lp.famione.com/>

¹⁴ <https://famione.com/>

¹⁵ <https://babytech.jp/2021/09/famionehoken/>

2020年5月から2021年3月まで、同社は子どもの教育・保育を取り巻く様々な関係者（株式会社コドモン、BABY JOB 株式会社、株式会社ベネッセコーポレーション）と連携し、これからの多様な社会環境の変化にも耐えうる「しなやかで強い、持続可能な保育」に向けて、テクノロジーを使った具体的な解決策について協議や実証実験を通して検証する「みらいのほいくコンソーシアム」を立ち上げた¹⁶。

●利用ベビーテック

IoT や AI を活用し他取組は、下記3つについて実施した。

ア) オンライン保育の有効性を検証

自宅保育しながらテレワークする保護者の負担軽減にもつながるよう、自宅待機中の園児に対して、保育事業者であるグローバルキッズ社および BABY JOB 株式会社によるオンライン保育の企画および実証実験を各社で実施した。また、株式会社ベネッセコーポレーションによる学びを深めるためのコンテンツ開発や環境整備に関する企画・検証を行った。

イ) 保育現場におけるテレワーク導入の検証

テレワークが難しい保育現場に対して、株式会社コドモンによる、ICT を使った施設内事務業務のテレワーク導入効果に対する実証実験を実施した。

ウ) オンライン合同就職説明会の検証

ポストコロナ以降に、保育士不足によって待機児童問題が拡大することのないよう、「オンライン合同就職説明会」を各地域で開催を行い、非対面での採用活動のあり方について検証を行った。

¹⁶ https://www.gkids.co.jp/news/parts/attach/0436/010436200513_151309.pdf

6. ベビーテックの導入の課題及び効果

6.1 利用者におけるベビーテック導入の課題・効果

子育て家庭としてベビーテックの導入価値を調べるために、1歳児未満の子供を子育てしている家庭（5組）との意見交換会（グループ・インタビュー）を開催した。なお、参加者の多くは他地域からの移住者であった。

①ベビーテックの使用状況

子育ての情報共有アプリは参加した子育て家庭の多くで利用されている。例えば、子育てで記録を夫婦間で共有できる記録アプリ「びよログ」、パパに特化した子育て情報アプリ「パパ ninaru」、オンラインで子どもの写真を共有できる写真共有アプリ「みてね」である。また、読み聞かせした絵本情報を記録するアプリ、子どもの授乳や排便状況を記録するアプリなど、情報の記録性を向上させるベビーテックも利用されている。そして、子どもの月齢によって離乳食の食材を確認できるアプリ、予防接種のスケジュールを管理するためのアプリ、ベビーモニター、電動ゆりかごなど子育ての効率性向上するための商品も利用されている。

ベビーテックの選択方法は、周りの子育て経験者の友人からの推薦や、ネット上のレビューを参考にすることが多い。

②ベビーテックの使用効果・期待

子育て状況を記録するアプリに対して、多くの子育て家庭が便利さを感じているが、機能について、さらにカスタマイズできたらいいというニーズがある。写真共有アプリなど情報共有アプリについては、夫婦間・親族間のコミュニケーションの活性化効果がみられている。

保育園に通っている子どもがいる家庭にとって、手書きの連絡帳より電子連絡帳アプリが非常に便利で、時間の節約になっている。現状では普及していない地域も少なくないため、全国基準にしてほしいという声もあった。

無料ダウンロードのアプリと比べ、初期コストがかかるベビーテック商品のなかでは、ベビーモニターを使用している家庭が最も多い。親が随時子どもがいる環境を確認できることがメリットとして感じられている。また、子どもを別室で寝かせている家庭では、親が自分の部屋で仕事をしていても、リアルで子どもの状況を把握できることが大きい利点と認識されている。さらにベビーモニターの使用によって、夫婦間の子育て分担が効率的かつスムーズになっている。特に若い子どもがいる家庭にとって、ベビーモニターが子育ての効率性向上に直結している。

③ベビーテックの普及に関する意見

本調査に参加した子育て家庭においては、ベビーテックを利用することに対して、本人も周りも抵抗感はない。逆に、ベビーテックに関する情報が不足していることが問題で、さらに発信してほしいというニーズがあった。

また、幼い子どもに使用するものは、子どもの状況によって、相性が異なる。アプリ系のベビーテックならば無料ダウンロードが多く、初期投資がほとんどいないが、商品やサービスを利用する時に初期投資が必要なものもある。値段が高い商品を購入してから子どもとの相性を確認するのはコスト的に困難である。現状では、ネットのレビューや知人の推薦で判断している家庭が多いが、ベビーテック商品のレンタルサービスへのニーズも高い。

6.4 開発事業者におけるベビーテック導入の課題・効果

ベビーテック商品の開発事業者としてベビーテックの導入価値を調べるために、ベビーテック事業者（5社）と意見交換を行い、以下の意見を得た。

①ベビーテック開発の背景

ベビーテックの開発事業者の多くはベンチャー企業である。設立者自身の子育て経験からニーズを発見し、子育て課題を解決するためのベビーテックを開発した。

②ベビーテック市場拡大に当たっての課題

欧米では子供が小さい頃から親と別の部屋で寝るのは一般的なので、ベビーテックの利用は今までの子育て方法を補完するものとなる。そのため、ベビーテックの利用は周囲からの支持が高く、ニーズも高い。それに対して、幼い子どもは親と同じ部屋もしくは同じベッドで過ごすのが一般的な日本では、子供に手間をかけて育てることこそ理想的な子育て方法と認識されている。そのため、育児負担軽減に繋がるベビーテックの利用は「手抜き」と思われる傾向がある。このような社会的な評価の影響で、子育て家庭がベビーテックを利用することにある程度抵抗感がある。また、子育て施設でも、地域によって、ベビーテックもしくはITの利用を敬遠している場合もある。

また、ベビーテックの開発者は小規模のベンチャー企業が多いため、商品やサービスを展開しやすい人口集積地区に注力しがちであり、大都市圏の郊外や地方圏をカバーできていない。特に、家事支援やベビーシッターなど、人的資源が必要なサービスについては、地域によって展開しにくい状況にある。

一方、ベビーテックの利用を希望する潜在顧客であっても、種類が多いため、利用者が自分のニーズに合うものを探すには手間がかかる。もしくは、ベビーテック商品の機能が多様で、使いこなすためにガイドが必要である。ただし、開発者として、自社商品やサービスを顧客のニーズに合わせてアピールできるルートはまだ少ない。

より多くの子育て家庭にベビーテックの利用機会を与え、その良さを体験してもらうことは、開発者の共通の希望である。ベビーテック商品利用の好事例を発信することは、ベビーテックの普及を促進することに繋がる。

☒

③ベビーテック普及に関する自治体の関わり方

開発したベビーテック商品やサービスの利用者によって、自治体との関わり方が異なる。保育施設向けのベビーテック（例：電子連絡帳、午睡チェックマット、ドキュメンテーションの IT ツール）がメインの商品やサービスである場合、自治体経由で、公立保育園へ導入するという展開方法がある。その場合、地域によって、ベビーテックに対する受容度が違うことが課題となる。ベビーテックに抵抗感がある自治体担当者に対しては、現場の負担軽減より育児の質向上をアピールすると有効だという。その場合、利用した保護者の満足度調査や、保育士からのフィードバックなど数字やリアルの声を示すことによって、ベビーテックの導入の有効性を訴えることができ、普及に繋がることになりやすい。ただし、公立園の導入には、自治体の予算が影響するので、私立園より導入のプロセスが長い傾向にある。検討から 1～2 年をかけて、導入するケースもあるが、導入する場合、同地域の公立園に一斉に導入することも多い。

一方、私立保育施設にベビーテックの導入を提案する際、政府補助金（例：厚生労働省「保育所等における ICT 化推進補助金」、文部科学省「園務改善のための ICT 化支援」、企業主導型保育事業費補助金「運営支援システム導入費加算」）の利用も合わせて提案することが有効である。地域によって、関連する政府補助金の種類も異なるので、開発企業は保育施設ごとにカスタマイズして提案している。近年、ICT への補助金を検討している自治体も多くなり、自治体からベビーテック開発者に関連テックの導入の相談も増えてきた。

また、保育施設で利用するベビーテックは、種類によって、自治体の関連業務の効率化にも繋がる。例えば、保育園がベビーテックによって作成した書類を自治体に提出する場合、保育課だけではなく、その他の関連部署の認可も必要である。園の帳票がそのまま自治体関連部署間で使用できることによって、自治体の業務効率化にも貢献できる。

子育て家庭向けのベビーテックの場合、自治体との連携も求められている。子育て情報共有アプリに居住地域の子育て支援情報も加えて発信できれば、利用者にとって、情報の一元検索ができ、利用したくなるベビーテックになる。また、行政主導の育児支援サービスがテクノロジー導入によって、より利用しやすくなることもベビーテックの効果の一つである。その場合、ベビーテック開発者ではなくても、情報通信系の会社などでもベビーテックサービスに関わることができる。

自治体との連携によって、幅広い分野の企業がベビーテックの普及に貢献できるため、自治体をハブとして、ベビーテックのステークホルダーを連携させる効果が期待されている。

第2章 小田原市におけるベビーテックの実証事業

1. 小田原市におけるベビーテックのニーズ

1.1 小田原市を実証フィールドとして選定した理由

小田原市では、令和2年度より、公共施設等を対象とした「民間提案制度」を実施してきたが、更なる魅力的で持続可能なまちづくりの実現を目指し、令和3年度より同制度の対象事業を「すべての事業」にするなど制度の見直しを行った。公民連携による社会課題解決やまちづくりの土壤があると言える。

一方、まちづくりの推進エンジンの一つとして「デジタルまちづくり」を掲げ、令和2年10月に庁内推進体制として「デジタル化推進本部」を、令和3年4月にDX推進の専門部署として「デジタルイノベーション課」を設置し、推進体制を整えた。

そして、国のスーパーシティ構想への応募や国県の補助金等を活用しながら積極的にデジタル技術を施策に取り入れ、「市民生活の質の向上」、「デジタル・ガバメントの推進」、「地域活力の向上」に資する取組を進めている。

新型コロナウイルス感染症の影響もあり、小田原市では近年、人口は転入者が転出者を上回る社会増の傾向が続いている。小田原市は、「第2期小田原市子ども・子育て支援事業計画」を令和2年3月に策定し、「子どもを産み育てやすいまち」を目指し、小田原市の福祉、保健・医療、教育、雇用等の幅広い関係者との連携をより強化することを示した。

本事業では、公民連携が活発で、デジタル技術の導入に積極的で、「子どもを産み育てやすいまち」を目指している小田原市を実証のフィールドとして選定した。

1.2 小田原市におけるベビーテックのニーズ

小田原市におけるベビーテック等育児支援を提供している民間企業や地元法人、または子育て中の家庭にヒアリングを実施し、小田原市における子育てに関する課題を調査した。以下ではその結果を取りまとめる。

①小田原市内関係者によるベビーテックへのニーズ

小田原市においても、共働き世帯が増加する中で仕事と子育ての両立に課題を抱える家庭が増えているという声が上がっている。加えて、新型コロナウイルス感染症の流行により小田原地域への移住が進み、またコミュニティ機能が弱まる中で、子育て世帯の孤立化が課題となっている。

そこで、経済産業省、小田原市、そして市内の子育て関係事業者等からなるプロジェクトチームを結成し、子育て家庭とのワークショップを通じて、市の子育て課題を下記のよう

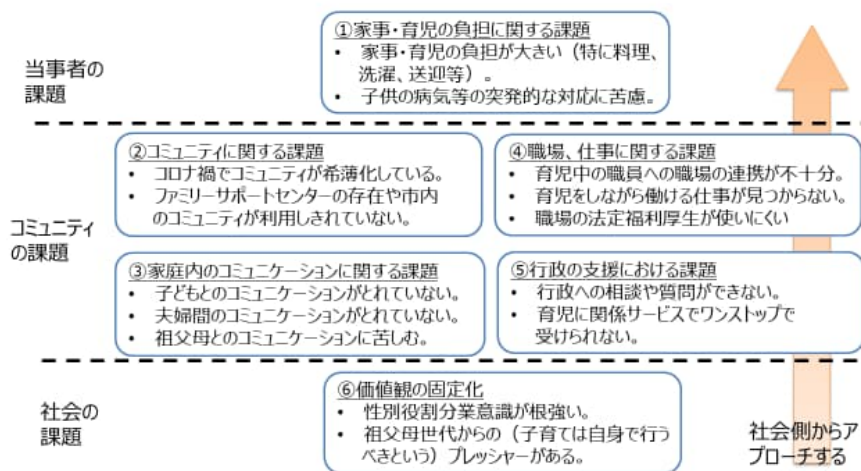


図 4 ワークショップで示された子育ての課題

出典：BabyTechLab 小田原プロジェクトチーム

「BabyTechLab 小田原の取組みについて」2021 年 12 月

整理された課題を踏まえ、プロジェクトチームは今後の子育て支援に関する取り組む課題を明確化し、①家事・育児の負担軽減、②移住の増加やコロナによる子育て世帯の孤立化の解消に向けたコミュニティの活性化、③育児支援サービスを活用することに対する抵抗感の解消に向けた機運醸成の 3 つに注力することとした。

②移住者子育て家庭によるベビーテックへのニーズ

前述の子育て家庭によるグループ・インタビューでは、移住者の家庭より、下記 3 つのベビーテック分野に関するニーズが示された。

（１）保育施設関係

保育園申請の手続きが煩雑である。特に申請者がフリーランスの場合、提出しなければならない資料が多くなる。また、保育園を申請するたびに、資料の再度申請、提出が必要になっている。可能であれば、マイナンバーカードなどで情報が自動的に反映されるか、申請情報を全国システムで管理・共有できるといいとの声が上がった。

保育園の見学は特定の日しか空いてないため、復職後の見学が困難である。ZOOM やビデオコンテンツなどを利用し、ネットで共有できると便利になる。また、保育園の空き状況がリアルタイムで掲載されると、希望園を記載する際の参考になるとの指摘があった。

1 歳児未満の場合、一時保育を利用するニーズがある。ただし、東京 23 区のようなリアルタイムの状況をホームページで確認できるサイトやツールがない。市役所の担当部署で

も、利用者から問い合わせがあると、電話で保育施設に確認している。一時保育の情報をまとめるサイトが求められている。

（２）子育て支援サービスの利用

キッズラインなどプラットフォームを提供し、利用者同士でマッチングしているベビーシッターや家事支援のシステムを利用したくても、小田原市の近くにいるシッターが少ないのが課題である。

小田原市には、育児の手伝いをしてほしい親と手伝いができる人を会員化し、助け合えることを目指すファミリー・サポート・センターがある。ただし、支援側の「お助けさん」が足りないのが現状であり、会員の絶対数を増やすことが課題になっている。また、現在ファミリー・サポート・センターの業務は基本的には手書き、紙媒体で管理されているため、利用側としても利用しにくいし、管理側のスタッフの作業量も多く、マッチングをしにくい状態である。育児している家族が自分で「お助けさん」を選ぶことができるマッチングシステムがあればありがたいという声があった。

そして、小田原市では産後ケア施設が２件しかないうえ、宿泊型の施設がない。小田原市もしくは周辺地域で宿泊できる産後ケア施設が求められている。

（３）地域の子育て情報の発信：

地域内の子育て施設の情報が子育て支援の情報が周知されていないことが課題である。個人で検索するとかかなり時間かかるし、信頼性も検証できない。行政により信頼性がある情報をとりまとめたサイトが求められている。

また、地域の子育て支援に関する情報について、ウェブか子育て広場など人が集まる場所に発信してほしい、対象を限定せず広く広報すれば子育て支援をしたい人も集めやすい、との声もあった。

2. ベビーテックの実証事業

テクノロジーを活用して子育てを支援するベビーテックの普及を後押しするため、2022年１月より神奈川県小田原市において、子育て支援や育児・家事効率化のための４つのサービスの実証調査を行った。本調査は、小田原市、小田急電鉄、その他小田原市内外の事業者と協力して行い、地域のステークホルダーと連携したベビーテックの効果や課題を検証した。

2.1 実証事業の仮説

本実証事業は下記の２つの目的を持って実施した。

①実証事業に参加したベビーテックの商品とサービスの効果を検証する。

小田原市の子育てニーズを踏まえ、4つのベビーテックの商品・サービスを選定した。それぞれのベビーテック商品・サービスを実際に子育て家庭に使用してもらい、効果を実感してもらおう。実証に参加した子育て家庭を通じて、ベビーテック商品・サービスの効果を浸透させ、ベビーテックへの心理的使用ハードルを下げる。

②自治体連携による実証事業の効果及び他地域に実証事業を展開する際の改善ポイントを明らかにする。

ベビーテックの利用者数を増やし、より広く普及させるためには、自治体からのサポートを得ることが望ましい。本実証事業は自治体である小田原市をハブとし、地域のステークホルダーと連携してベビーテックの普及を推進することが特徴である。本実証事業では、①自治体が前面に出ることによるベビーテックへの信頼性の向上、②自治体が把握する地域課題への対応とそれに適したベビーテックの選定、③自治体をハブとした地域のステークホルダーとの連携、といった自治体の役割を活用することが重要であることを検証したい。

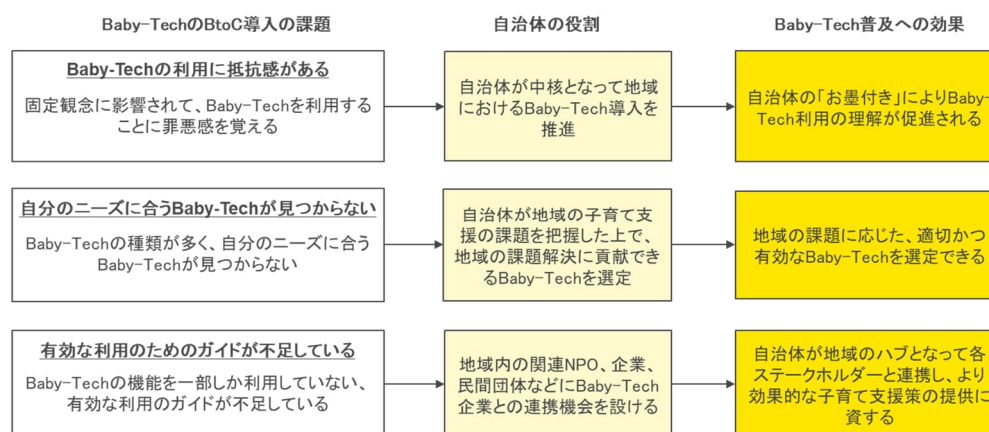


図 5 本実証事業による検証したい自治体の役割

出典：EY 新日本有限責任監査法人作成

2.2 実証事業の実施

①実証事業の概要

本実証事業では、株式会社ファーストアセント、Hamee 株式会社、PIAZZA 株式会社、株式会社 Kids Public、の4社のベビーテック商品・サービスを選定した。小田原市内外の事業者（小田急電鉄株式会社、特定非営利活動法人 mama's hug、株式会社アイナロハ）と連携し、下記のとおり実証を行った。

表 10 実証事業の実施段階

実証プロセス	期間	主な実施者
実証計画策定	2021 年 12 月下旬～ 2022 年 1 月上旬	ベビーテック事業者
実証参加者募集・実証事業の広報	2022 年 1 月（小田原市 在住者向け）	小田原市
実証期間	2022 年 1 月 24 日（月） ～2 月 25 日（金）	ベビーテック事業者
デモイベント	2022 年 2 月 13 日（日）	経済産業省・事務局 （EY）・小田原市
フィードバックアンケート	2022 年 2 月 28 日（月） ～3 月 4 日（金）	ベビーテック事業者
事業者事後ヒアリング	2022 年 3 月 7 日（月） ～3 月 11 日（金）	事務局（EY）
実証事業報告書作成	2022 年 3 月 14 日（月） ～3 月 18 日（金）	ベビーテック事業者

事務局（EY）は本実証調査全体の設計・分析等を行うとともに、上記プロセスの中で、個々の事業者の実証に対して計画作成並びに報告書作成の支援を行った。

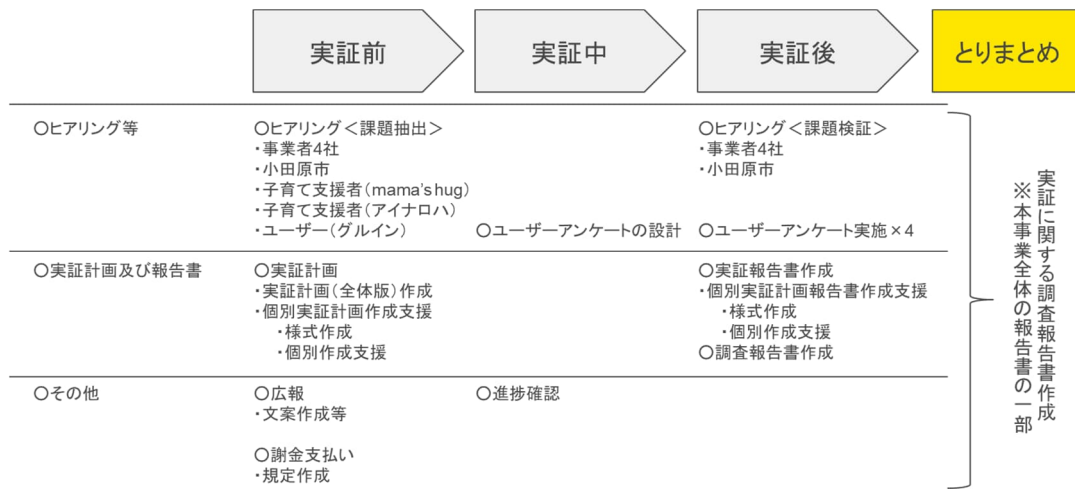


図 6 実証プロセスごとの事務局（EY）の役割

出典：EY 新日本有限責任監査法人作成

② 4 つの実証事業

本実証事業では、4 つの事業者より 4 つの実証を実施した。それぞれ対応する子育て課題

がある。

(1) 株式会社ファーストアセント

ベビーテック概要	子供の睡眠をサポートするスマートベッドライト「ainenne（アイネンネ）」
対応する子育て課題	子どもの夜泣き
ベビーテック導入の想定効果	乳児の睡眠リズム形成をサポートし、子供の健康を管理する。親の子育て負担を軽減する。
実証目的	0歳児の睡眠リズムのサンプルを収集、商品の有効性を検証する。
利用者	0歳児の親

(2) Hamee 株式会社

ベビーテック概要	育児のお手伝いをしてほしい親とお手伝いができる人を会員化し、助け合えることを目指した市の相互援助活動（ファミリー・サポート・センター）の業務のオンライン化を行い、利用手続きを簡易化する
対応する子育て課題	ファミリー・サポート・センター業務の煩雑化、利用しにくい状況
ベビーテック導入の想定効果	ファミリー・サポート・センターの利用手続きを簡易化することで、子育て中の親が同センターを利用しやすくする
実証目的	ファミリー・サポート・センター業務の利用改善効果を検証する
利用者	ファミリー・サポート・センターの会員（お願いさん、お助さん各6名）12名、運営スタッフ3~4名

(3) PIAZZA 株式会社

ベビーテック概要	①地域コミュニティ形成（地域SNS「ピアッザ」の利用データの収集・報告） ②子育てマップ作製（子育て情報をデジタルのマップに取り込む）
対応する子育て課題	子育て中の親の孤立化
ベビーテック導入の想定効果	①地域コミュニティ形成の促進 ②子育てに関連する支援情報等の見える化
実証目的	子育て中の親が、子育て関連の情報交換や不用品の譲

	り合いなどを通じて他者とつながりを持つことで、子育ての不安や孤立を解消し、より生き生きとした暮らしの実現を目指す。 地域 SNS「ピアッザ」を子育て世帯に利用してもらい、子育てへの影響・効果を検証する。
利用者	子育て中の親

(4) 株式会社 Kids Public

ベビーテック概要	妊娠中・授乳中の状況を踏まえた薬の情報検索システム「くすりぼ」
対応する子育て課題	妊娠・子育て中のマイナートラブルに関する不安や情報不足、SNS 等での誤った医療情報の拡大、休日や夜間における医療機関側のマンパワー不足
ベビーテック導入の想定効果	何らかの症状を抱え困っている際に、信頼できる情報をいつでも手軽に取得できることによって、妊娠中の世帯や子育て親の不安を解消し生活満足度を向上できる。また、地域の医療機関における負荷を軽減できる。これらによって、住民が安心して子育てをできる地域だという認識が深まることが期待できる。
実証目的	「くすりぼ」のテスト
利用者	妊娠中～育児中（産後2年まで）の小田原市民

③実証事業における広報

(1) 小田原市における広報

本実証事業では、事務局である EY 新日本有限責任監査法人及び実施フィールドである小田原市よりそれぞれ実証事業に関するプレスリリースを発信した。メディアにも多数取り上げられた。

表 11 本実証事業を取り上げた主なメディア

メディア名	記事名	公表日時
プレスリリース (小田原市)	ベビーテックの活用促進に向けた実証調査を行います	2022/1/24
プレスリリース (EY)	EY 新日本、経済産業省のベビーテック活用促進に向けた実証調査を受託	2022/1/25

プレスリリース (株式会社 Kids Public)	ベビーテックの活用に関する実証調査研究スタート！神奈川県小田原市「妊娠と授乳のくすり案内ボット（くすりぼ）」を市民に提供	2022/1/25
日本経済新聞	小田原、ベビーテック実証で参加者募集 子育て負担軽減	2022/1/25
労働新聞社	2022 年 1 月より神奈川県小田原市において子育て支援や育児・家事効率化のための 4 つのサービスを実証調査	2022/1/25
産経ニュース	小田原市で AI を利用した赤ちゃんの睡眠サポートの実証実験を開始。ベビーテックで育児ストレスの軽減と育児に対する自己効力感の向上を目指す	2022/1/26
LoveTechMedia	赤ちゃんの睡眠サポート実証実験が小田原市で開始。ベビーテック「ainenne(あいねんね)」を活用	2022/1/26
WMR Tokyo	小田原市で AI を利用した赤ちゃんの睡眠サポートの実証実験を開始。ベビーテックで育児ストレスの軽減と育児に対する自己効力感の向上を目指す	2022/1/26
nifty ビジネス	小田原市で AI を利用した赤ちゃんの睡眠サポートの実証実験を開始	2022/1/26
日本経済新聞	ベビーテック、実証で参加者募集	2022/1/26
デジタル行政	小田原市、AI を利用した赤ちゃんの睡眠サポートの実証実験を開始[ニュース]	2022/1/27
BabyTech.jp	EY 新日本、経済産業省のベビーテック活用促進に向けた実証調査を受託。ファーストアセント他、BTAJ2021 受賞企業も参加	2022/1/27
ファーストアセント	小田原で子育て中の方、必見！	2022/2/4
タウンニュース	デジタル技術で育児楽に 小田原市で実証実験	2022/2/5
電波新聞	神奈川県小田原市、ベビーテックの実証実験	2022/2/9
電波新聞	赤ちゃんの寝かしつけなどサポート 神奈川県小田原市でベビーテックの実証実験	2022/2/9
湘南人	ベビーテック・フェス in 小田原～知りたい！知ってほしい！新しい子育て	2022/2/13
時事通信社	「ベビーテック」普及へ実証事業	2022/2/14

The Japan Times	Japan promotes 'babytech' to make child-rearing easier	2022/2/20
NHK	育児の負担軽減目指し「ベビーテック」普及へ 実証事業進む	2022/3/7
こゆるぎ通信	ベビーテックフェスティバル in 小田原	2022/2/8
小田原市 _ 市長 コラム	ベビーテックフェスティバル in 小田原～知りたい！知ってほしい！新しい子育て～	2022/2/14
おだわらいノベ ーションラボ	新しい子育てについて考える	2022/2/15
電波新聞	ベビーテック活用の将来像探る 小田原で「フェス」、育児を技術で支援	2022/2/15
BabyTech.jp	経済産業省、実証デモイベント ～ベビーテック・フェス in 小田原 ～知りたい！知ってほしい！新しい子育て～ を開催	2022/2/17
箱根経済新聞	先進技術で子育て負担軽減	2022/2/19
J:com	WEEKLY トピックス～神奈川～	2022/2/19、 20
時事通信社	先進技術で子育て負担軽減 「ベビーテック」普及支援—経産省	2022/2/20
タウンニュース 小田原	新しい子育て語り合う	2022/2/26

出典：EY 新日本有限責任監査法人作成

また、小田原市内では、小田原市がプレスリリースをはじめ、市の SNS（TWITTER など）、市内の保育施設や子育て支援窓口などを通じたチラシの配布を実施し、実証事業の参加者を募集した。

（２）デモイベント

2022 年 2 月 13 日（日）に、実証デモイベントを開催し、パネルディスカッションおよびベビーテック展示会を実施した。有識者によるベビーテックの普及に向けた課題や展望についてのディスカッションと、小田原市において実証中のベビーテックサービスの内容を発信した。

ア）開催概要

- ・ 主催：経済産業省、共催：EY 新日本有限責任監査法人、協力：小田原市、小田急電

鉄株式会社、J:COM 西湘

- ・ 日時：2022 年 2 月 13 日(日)10：00～17：00
- ・ 場所：
 - ☆ パネルディスカッション：おだわらイノベーションラボからのオンライン配信¹⁷
 - ☆ ベビーテック展示会：おだわらイノベーションラボ（神奈川県小田原市栄町 1 丁目 1 番地 15 号 ミナカ小田原（小田原新城下町 2 階））

イ) 当日のスケジュール

パネルディスカッション		
10:00～10:10	経済産業省挨拶	経済産業省経済産業政策局経済社会政策室室長 川村美穂氏
10:10～10:20	小田原市挨拶	小田原市長 守屋輝彦氏
10:20～11:00	BabyTechLab 小田原/ 実証事業者紹介	荒川恵美氏（経済産業省）
11:00～12:00	パネルディスカッション	登壇者：千葉祐大氏、伊美裕麻氏、山本加世氏 モデレーター：荒川恵美氏（経済産業省）
ベビーテック展示会		
13:00～17:00	実証事業に参加する製品及びその他ベビーテックの展示	

※デモイベントに関する紹介ページ：<https://one-odakyu.com/campaign/?id=2022011102>

ウ) パネルディスカッションの登壇者

- ☆ 千葉祐大氏/子育て支援事業家_株式会社ファーストアセント取締役 CMO

「子育て支援事業」をライフワークとしており、直近はベビーテック領域に注目して活動中。現職は、株式会社ファーストアセント 取締役 CMO、および、株式会社 BabyTech&Community 代表取締役 CEO も兼務。他、株式会社グースカンパニー 取締役など複数企業を兼務する複業/トライセクター（パラレル）ワーカーでもある。プライベートでは、「日本愛妻家協会」や「一般社団法人 Papa to Children(PtoC)」等、複数のコミュニティに所属。育児セラピスト 1 級の認定講師でもある。2 児の娘のパパ。

- ☆ 伊美裕麻氏/「育休初めてガイド」著者

通信事業会社で教育・キッズ事業を担当、子ども向けスマホアプリのサービス企画・開発に従事。2018 年に息子が誕生し、保育園落選による延長も含め約 1 年半の育休を取得。育児休業の体験をもとに「育休シミュレーター」および Web メディア「YASUMO」を開発・運営、個人書籍「育休はじめてガイド」を発刊。現在はリモートワーク、フレックスタイムなどを活用しながら、体力無限大の 4 歳の息子と妻と楽しく暮らしている。

¹⁷ https://www.youtube.com/channel/UCiEXwlf9rBLTH_iCwG4Qitlw

☆ 山本加世氏/NPO 法人 mama's hug 代表理事

31 歳で女子を出産後、32 歳の時にベビーマッサージのインストラクターを開始。36 歳で NPO 法人 mama's hug を設立し、産後うつケアを中心に独自のタッチケアを使用したベビーシッター、産後うつケア専門士、ベビーコミュニケーション専門士などの資格講座を普及。米国ボストンにも団体設立、ボストン・ニューヨークなどでも母親支援活動を行う。

エ) ベビーテック展示会

実証事業に参加する製品を展示し、来場者は実際に触ることができる。実証事業に参加する製品を含め、合計 8 社のベビーテック製品を展示した。

☆ 出展企業

株式会社ファーストアセント、Hamee 株式会社、株式会社 Kids Public、PIAZZA 株式会社、株式会社 kazamidori、小田急電鉄株式会社、STUDIO BUKI 株式会社、Yun Yun Ai Baby Camera Co.,Ltd

④グループインタビュー

(1) グループインタビューの目的

小田原市における子育ての課題、ベビーテックの利用ニーズと課題、ベビーテックの参入障壁を把握し、ベビーテックが普及するための現状分析の参考情報を収集する。また、自治体と支援ステークホルダーとの連携体制の有効性、他に求める支援の有無を確認し、より効果的なベビーテックの普及体制を検討する。

(2) 実施概要

- ・ 開催日：2 月 23 日（水）10 時 30 分～12 時 00 分
- ・ 開催方法：オンライン（ZOOM）
- ・ 当日の進め方：

実施内容	担当	時間
開会	EY 新日本有限責任監査法人	5 分
育児におけるコミュニケーションについて	NPO 法人 mama's hug 代表 山本加世	10 分
「共子育て」に関するミニ講座	株式会社アイナロハ 代表 渡邊大地	40 分
ベビーテック及び実証事業の紹介	EY 新日本有限責任監査法人	5 分
グループインタビュー		30 分

(3) 参加者

- ・ 小田原市子育て家庭 5 組
 - 子育ての状況：5 組ともに初産で 1 歳未満児子育て中、1 名経産婦で 1 歳未満児子育て中
 - 移住の状況：すべて小田原市への移住者

2.3 フィードバックアンケートの結果

①フィードバックアンケートの実施概要

実証期間を完了後、下記の通り、各実証事業者より利用者にフィードバックアンケートを実施した。

- ・ 実施目的：①実証事業に参加したベビーテックの商品とサービスの効果を検証する。②自治体連携による実証事業の効果及び他地域に実証事業展開する際の改善ポイントを明らかにする。
- ・ 実施期間：2022 年 2 月 28 日～3 月 4 日（実証事業者によって、実施期間が前後にすることがある）
- ・ 実施方法：実証事業者より実施する
- ・ 実施項目：4 つの実証事業共通項目（8 問）

②フィードバックアンケートの回収状況

4 つの実証事業合わせて利用者より 91 件のフィードバックを回収した。そのうち、「事業者②Hamee」の回収率は 100%で一番高い。「事業者①ファーストアセント」の回収率は 18 件（86%）、「事業者④Kids Public」の回収率は 28 件（40%）、「事業者③PIAZZA」の回収数は 30 件（12%）である。

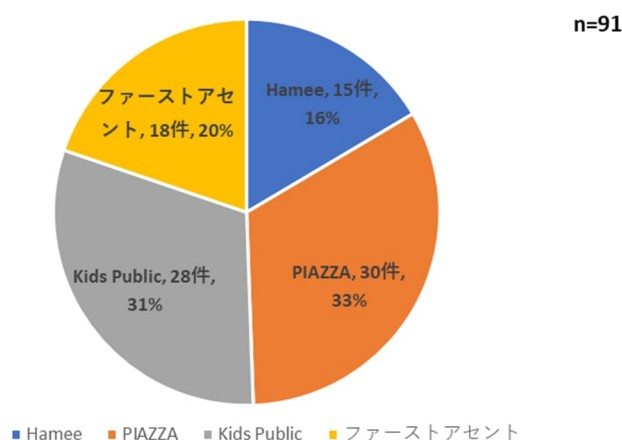


図 7 フィードバックアンケートの回収状況

③フィードバックアンケートの結果

- ・ 本実証事業に参加する前に、ベビーテックに関する認識及び利用歴

フィードバックアンケートの結果から見ると、ベビーテックについて「知らなかったし、使っていなかった」人数が最も多い（52件、57%）。本実証事業に参加する前に、すでにベビーテックを知っている利用者が半分未満であることが分かった。そのうち、利用歴まであるのは20件（22%）しかない。

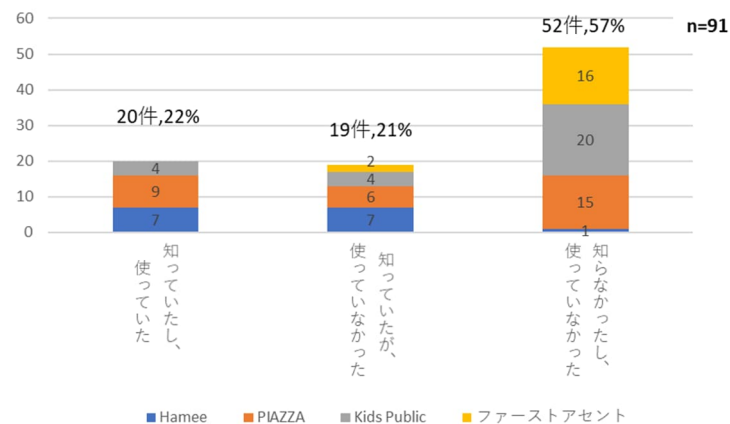


図 8 ベビーテックに関する認識及び利用歴

- ・ 実証事業を知ったきっかけ

フィードバックアンケートの結果から見ると、今回の実証事業を知ったきっかけについて「ファミリー・サポート・センター経由」を選択した利用者数が最も多い（18件、20%）。続いて、「小田原市の子育て支援窓口でもらったチラシ」（14件、15%）、「小田原市のプレスリリース」（12件、13%）、「小田原市のSNS」（11件、12%）、「その他メディアの記事」（11件、12%）が多かった。「その他」を選択した4名の回答も主に「産婦人科オンラインのツイッター」「小田原市の広報紙」など関連メディアの広報であった。

Hamee 社の実証事業はファミリー・サポート・センターの会員と運営者向けのため、「ファミリー・サポート・センター経由」の利用者の9割近くを占めている。他の3つの実証事業の広報ルートでは、小田原市の子育て支援窓口のチラシ配布が最も有効と分かった。また、小田原市内外のメディア報道も利用者の募集に大きい影響を与えていた。

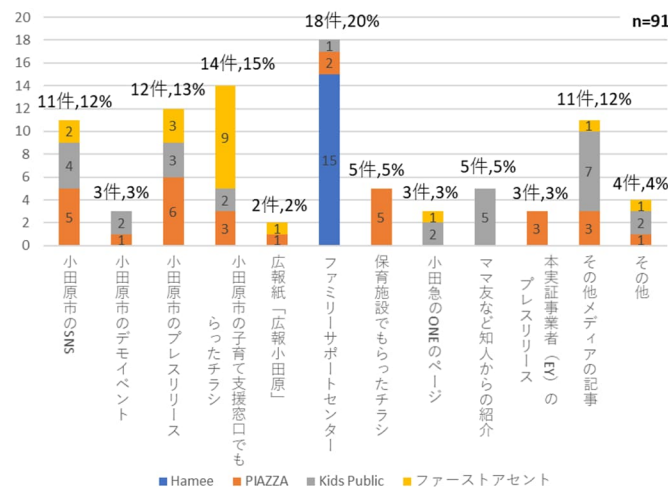


図 9 実証事業を知ったきっかけ (SA)

・ 実証事業への参加理由

フィードバックアンケートの結果から見ると、今回の実証事業への参加理由について「子育てに関する情報を収集したいから」を選択した利用者数が半数以上で最も多い（49 件、54%）。続いて、「子育てを楽しみたいから」（29 件、32%）、「子育てを効率化したいから」（27 件、30%）も 3 割以上の利用者を選択された。

子育て情報収集が主な目的であったことは、子育ての孤立感を解消するという小田原市の課題認識と一致している。また、子育て課題の解決に関する選択肢を除くと、実証事業の連携先のうち、「自治体に参加する事業だから」を選択した利用者が最も多い（16 件、18%）。自治体が前面に出ることはベビーテックへの信頼性の向上に繋がったことが分かった。

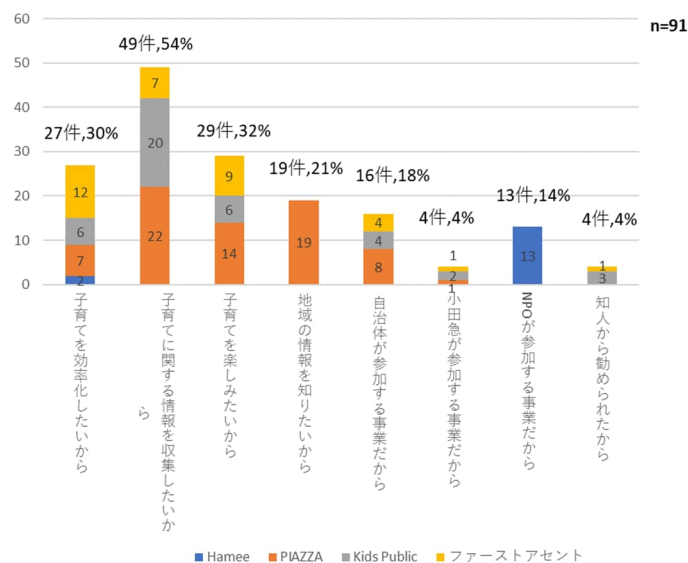


図 10 実証事業への参加理由 (MA)

- ・ 実証事業のベビーテックを利用して感じたメリット

フィードバックアンケートの結果から見ると、今回の実証事業のベビーテック商品・サービスを利用して感じたメリットについては、「地域の子育てサービスを知ることができた」(32 件、35%) を選択した利用者数が最も多い。続いて、「地域子育て支援者を知ることができた」(16 件、18%)、「子育てが便利になった」(16 件、18%)、「ご自身のベビーテックの利用に対する抵抗感が減少した」(11 件、12%)、「子育てが楽しくなった」(10 件、11%)、「子育ての不安が減少した」(10 件、11%) が多かった。

本実証事業をきっかけとして地域の関連サービスと支援者を知ることができたことは、利用者にとって大きいメリットと感じられていたことが明らかとなった。そして、実証事業の期間は 1 か月と短かったにもかかわらず、利用したベビーテックの種類によってベビーテックの有効性も実感されていたことが分かった。

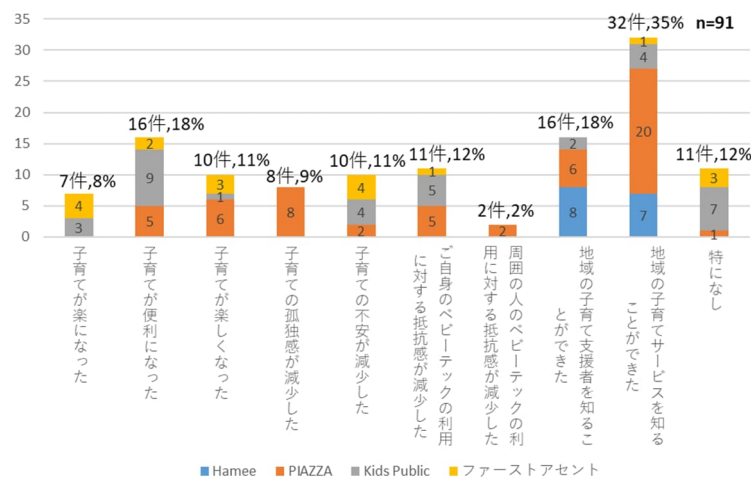


図 11 実証事業のベビーテックを利用して感じたメリット (MA)

- ・ 実証事業に関する改善希望

フィードバックアンケートの結果から見ると、今回の実証事業に対する改善希望については「利用できるベビーテックの種類を増やしてほしい」(38 件、42%) が最も多い。「子育て家庭のニーズに沿ったベビーテックを選定してほしい」(27 件、30%)、「実証期間をもっと長くしてほしい」(24 件、26%)、「実証ベビーテックに関して、機能や使用方法、効果をもっと詳しく説明してほしい」(21 件、23%) も 2 割以上の利用者を選択された。それに対して、「実証期間をもっと短くしてほしい」を選択した回答者はいなかった。

本実証事業は 4 つのベビーテック商品・サービスを 1 か月間実証する比較的小規模な実証であったため、利用者のニーズに沿って、より多くの種類のベビーテックの商品やサービスを、更に長い期間で実証することが求められていると言える。また、コロナ感染防止のた

め、本実証事業の広報やイベント、実証利用者への案内を可能な限りオンラインで実施したところであるが、一部の利用者からはベビーテック商品やサービスの機能をもっと詳しく説明してほしいというニーズがあった。事業者のフィードバックによると、ベビーテックの使用方法などに関する問い合わせがあることも確認できた。

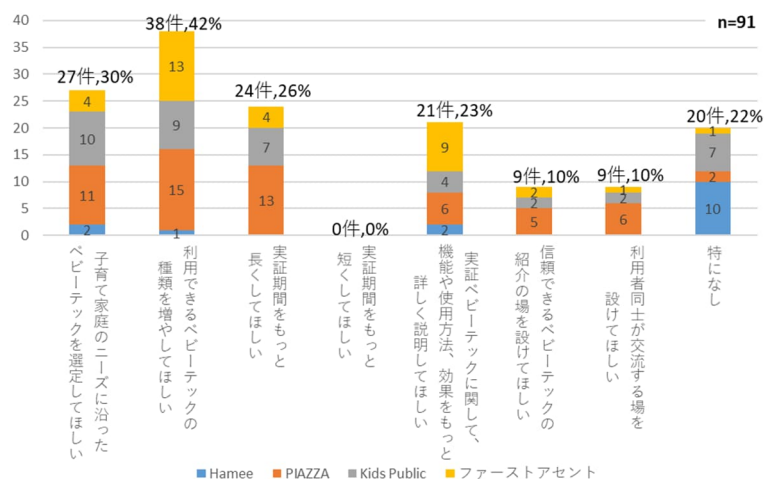


図 12 実証事業に関する改善希望 (MA)

・ 今後のベビーテックの利用予定

フィードバックアンケートの結果から見ると、今後のベビーテック商品・サービスの利用予定について「使いたい」(49 件、54%)「できれば使いたい」(35 件、38%)を合わせて、利用希望がある利用者が 9 割以上を占めた。それに対して、「使いたくない」(1 件、1%)、「できれば使いたくない」(6 件、7%)の選択者は合わせて 1 割未満にとどまった。

本実証事業開始前、ベビーテックについて「知らなかったし、使っていなかった」人数が 57%だったのに対して、実証完了後ベビーテックの使用希望人数が 92%ということであり、実証事業を通じたベビーテック商品・サービスの普及効果が大きいことが分かる。

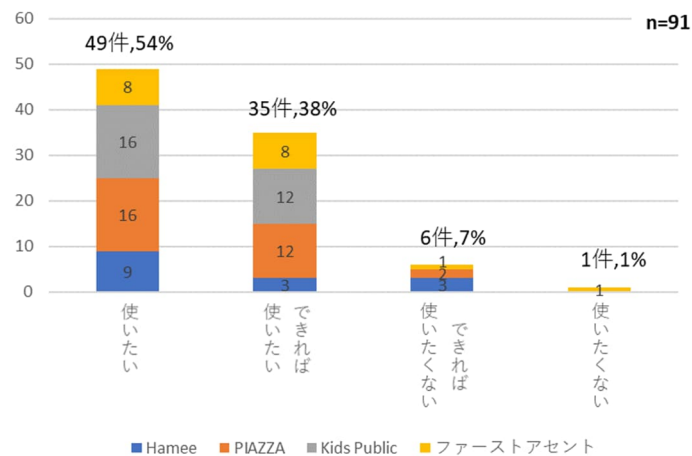


図 13 今後のベビーテックの利用予定 (SA)

・ 今後利用希望がある場合の理由

フィードバックアンケートの結果から見ると、今後のベビーテック商品・サービスの利用希望がある場合の理由については、「子育ての負担が減るため」(36 件、43%) が最も多い。また、「周囲との情報共有がしやすくなるため」(30 件、36%)、「子育てが楽しくなるため」(27 件、32%)、「子どもの健康・安全のため」(26 件、31%) の理由を選択した利用者も 3 割以上を占めた。一方、Hamee 社の実証事業はファミリー・サポート・センターの業務の改善になるため、「支援活動の回数が多く、毎回大量の活動報告を紙で提出しなくて良くなるから」、「活動実績が HP 等にたくさんのもっていると依頼しやすくなると思う」「手書きの手間が省ける。例えば、紙対応ですと、書き損じた際にまた最初から新しい用紙に書き直す必要がありますが、何度も打ち直しができるのでありがたい」などファミリー・サポート・センター業務へのコメントがほとんどで、「その他」を選択された状況であった。

今回の実証事業のベビーテック商品・サービスは、子育ての負担軽減、周囲とのコミュニケーション促進に貢献していることが推察される。また、ベビーテック商品・サービスの利用によって、子育てが「楽しくなる」ことに繋がり、産後うつの解消等にも役立つことが期待される。

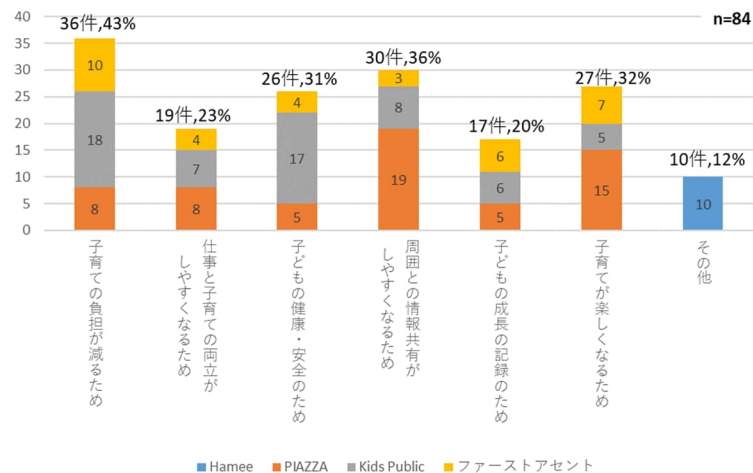


図 14 今後利用希望がある場合の理由（MA）

・ 今後利用希望がない場合の理由

フィードバックアンケートの結果から見ると、今後のベビーテック商品・サービスの利用を希望しない理由については、「使い勝手が悪かったから」（3件、43%）と「子育て効率性が高まらなかったから」（2件、29%）が選択された。また、「その他」（2件、29%）を選択した利用者の回答は「子供に関わる事業に置いてオンラインが全て便利だと思えないから」「使い方に慣れてないので時間がかかる、入力ミスじゃないかと心配」といった、ファミリー・サポート・センターの業務オンライン化への意見であった。

今回の実証事業のうち、Hamee社の事業はファミリー・サポート・センターの業務オンライン化という行政サービスの改善である。テクノロジーに使い慣れてない利用者や、子育て関連の行政サービスへの期待が高い利用者もいるので、一律にサービスをオンライン化するだけでなく、他のサービスとあわせて検討する余地があることがアンケートの結果からうかがえた。

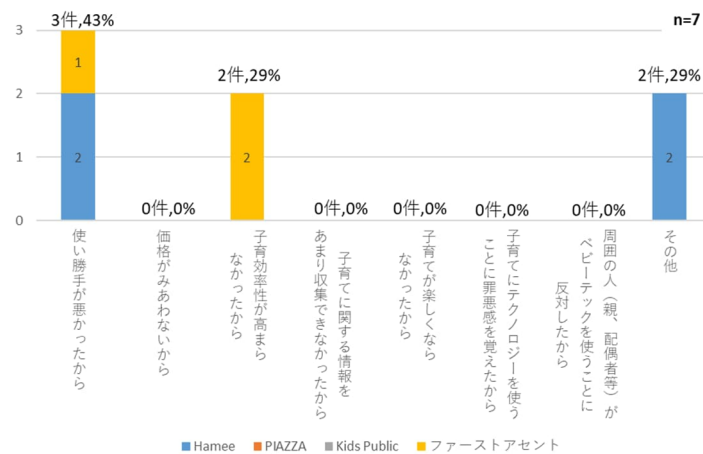


図 15 今後利用希望がない場合の理由 (MA)

3. 自治体連携の実証事業の効果、課題

本事業の実証事業者及び関係者へのヒアリングを通じて、以下の効果と課題があることが明らかとなった。

3.1 自治体連携体制の強み

①ベビーテック事業者におけるメリット

- ・ 潜在的な利用者の開発に繋がる

前述の通り、ベビーテックの開発企業にはベンチャー企業が多く、消費者への認知度が低いこと自体が課題であった。自治体連携の実証事業に参加することによって、今まで知らなかった会社の商品・サービスでも、自治体への信頼があるため、住民も安心して利用することができた。そのため、ベビーテック商品・サービスの良さをターゲット層に実感させることができた。これまで小田原市との接点はない事業者でも、実証事業を通じて自社のベビーテック商品・サービスを潜在的な利用者に知ってもらえることができた。

また、元々ある程度高額かつハイテックイメージが強いベビーテック商品を無料で試用できる機会は多くないので、今まで事業者が想定した消費者層と違う特徴を持つ層へのアプローチもできた。消費者層の拡大によって、それぞれ異なるニーズがあることに気付くことができた。実証事業を通じて、潜在的な利用者層のニーズを把握でき、商品の販路拡大にも役立った。

そのため、本実証事業への参加事業者全員、今後も自治体との連携に取り組んでいきたいと希望している。

- ・ 同地域内の利用者を一度に獲得できる

本実証事業では、自治体の SNS や広報紙を通じて、実証事業の参加者を募集したため、広く住民への発信ができた。予想以上に利用者の募集がスムーズと感じた事業者がいる。また、自治体連携によって、市内の複数の保育施設へのアプローチができたため、短時間で同地域内のターゲット層に絞って発信し、多数の利用者を一度に獲得できた事業者もいる。特に情報リソースの信頼性と持効性を重要視されている情報共有系のベビーテックにおいては、自治体から直接に関連情報の定期提供ができることによって、利用者の獲得と維持に大きい影響を与えている。

- ・ 会社の知名度と信頼度の向上に繋がる

本実証事業は多数のメディアに取り上げられたおかげで、参加事業者も事業協力者もある程度知名度が上がった。特に小田原市内に拠点がある企業にとって、所在自治体の事業に参加したことで、自社のサービスも周知され、今後の自治体向けの仕事に繋がることが望まれている。

また、本実証事業ではデモイベントを開催し、一部の内容はオンラインで配信された。パネルディスカッションに参加した事業者は自社の商品の紹介だけではなく、ベビーテックに関する理念や使用後の感想なども積極的に発信した。実証事業を通じて、ベビーテックの効果を自ら広く発信することは、自社だけではなく、ベビーテック業界全体の知名度と信頼度を向上させた。

②自治体におけるメリット

- ・ 地域内企業との連携によって、行政サービスの改善を加速

ファミリー・サポート・センターは2021年4月から委託先が変わったことをきっかけに、業務のオンライン化の検討を本格的に開始した。ファミリー・サポート・センターは行政サービスであるが、委託業者としては補助金の利用が可能である。一部補助金を利用し、ファミリー・サポート・センターの委託業者は市内のシステム会社と連携し、サービスの改善を進めている。

- ・ 行政情報の発信ルートを拡大することによって、発信の効率性が向上

行政情報を含め信頼できる情報の検索が難しいことについては、前述の子育て世代へのインタビューでも言及された。本実証事業では、情報共有系アプリ開発事業者によって、いままですべての行政が紙で配布した地域内情報をアプリに集約したことで、住民の情報収集の利便性向上に繋がった。また、本実証事業では、小田急電鉄のような鉄道会社とも連携し、実証事業やデモイベントの広報に協力を得た。このように、地域連携によって、行政情報を行政の媒体だけではなく、他のルートでも発信することができたことで、行政情報の発信の効率性が向上した。

- ・ 多様な住民ニーズに応じる機会が増加

自治体にとって、すべての住民のすべてのニーズにきめ細かく応えることは困難であるが、本実証事業では短期間で4つの商品・サービスを提供することにより、これまで対応できなかった住民の多様なニーズに対応することができた。また、今までなかなか小田原地域では提供されていなかったベビーテックの商品・サービスが利用できるようになった。

3.2 自治体連携体制の課題

- ・ 行政特有の制限がある

自治体との連携に多数のメリットがある反面、行政特有の制限もある。まず、行政サービスをオンライン化する場合、データの取扱いについて特に慎重に検討する必要がある。利用できるのは国内サーバーのみ、利用者の個人データが本サービス限定の使用など、一般企業が遵守している個人情報管理、プライバシールールより厳しいことが特徴である。本実証事業では、個人データの使用が問題ならないよう、ダミーデータを用意した事例があったが、

今後関連ベビーテックを本格導入する場合、関連するデータの取り扱いについて検討するプロセスが必要である。

また、行政サービスにベビーテックなどを導入する場合、予算の申請や議会における検討など行政特有のプロセスを踏まなければならない。そのために一般企業への導入より時間がかかるのが特徴である。検討から実施まで周期が長いだけでなく、手続きも民間企業との連携より煩雑であることも避けられない。ベビーテック事業者自身の行政手続き対応能力も問われている。

- ・ 利用者の層によって、行政サービスに求める IT 化のレベルが異なる

自治体は幅広いターゲット層に発信できるのが強みであるが、行政サービスも幅広い利用者層のニーズに配慮する必要がある。今回の事例の中には、これまでのユーザー層は IT リテラシーが高く、自分でネット等において調べて購入し、何か困りごとがあっても独力で解決する人が多かったが、本実証においては広報等の周知により興味を持って参加した人が多かったため、使い方に対する問い合わせなどが多く、既存のユーザー層とは異なる特性があったことが分かった。また、行政手続等をデジタル化により効率化する一方で、利用者間の顔合わせや、子どもとの触れ合いについては時間をかけることが重要との指摘があった事例があった。

上記のように、利用者層によって、サービスに求める IT 化のレベルが異なる。特に行政サービスの場合、デジタルに慣れてない利用者層もいるので、テクノロジーの利便性を強調すると同時に、行政として、住民の多様なニーズにも配慮する必要がある。そのためベビーテック事業者は行政と連携もしくは行政に導入する場合、利用者のニーズに応じて、商品やサービスのアレンジが必要と想定されている。

- ・ 行政と連携するだけでなく、地域内の他のステークホルダーとの関係構築も欠かせない

自治体をハブにして地域内のステークホルダーと連携して、事業を推進する場合、個々のメンバーにとっては、利用できるリソースもパートナーも単体で推進するより多くなる。これはベンチャー企業が多いベビーテック事業者にとっては大きなメリットである一方、地域の関連ステークホルダーとの関係構築も必要となる。市内の公立保育施設にベビーテックを導入する場合は、担当行政部門だけではなく、関連部署や、各保育園の担当者への説明も必要である。子育て家庭向けのサービスを本格導入するにあたっては、地域内の既存の保健師や医師の地元での活動を阻害しないことが重要であるとの指摘があった事例もあった。

第3章 事業のまとめ及び今後への展望

1. 本実証事業の成果

第2章でみた実証事業については以下の特徴があった。

第一に、実証事業において地方公共団体（小田原市）、地域密着の民間事業者・交通事業者（小田急電鉄）、地域で子育て支援等を行う NPO 法人（mama's hug）の三者の協力を得られたことである。地域に強くかかわるステークホルダーの関与を受けることにより、（経済産業省の実証であることも相まって）地域住民からの信頼を得ることができた。特に実証事業の周知や募集にあたっては、こうしたステークホルダーの協力を得ることで、円滑な実施が可能となった。ベビーテック事業者はベンチャー企業が多く、地域での知名度は低いのが一般的であり、また実証対象者への事後アンケート調査でも実証前はベビーテックを知らなかった・利用していなかったとの回答が多くを占めたが、それにもかかわらず多くの実証参加者を得ることができたのは、地域のステークホルダーを通じて認知度・信用性を補完することができたからだと言える。

第二に、本地域は中山間地域のように医療過疎が生じているわけでもなく、また大都市のように保育関係の施設が不足しているわけでもなく、子育てや医療に関する地域資源が極端に不足している地域ではない。そのため、ベビーテックに対するニーズが限定的であることも懸念された。しかし、実際には多くの実証参加者を得ることができた。その背景として考えられるのが移住者の増加である（グループ・インタビューの参加者の多くは大都市からの移住者であった）。移住者は子育て等に関する地域資源についての情報へのアクセスが限られていることが課題であり、行政もそれに対応しきれていないと考えられる。そのため、ベビーテックを介して地域内外の子育て等に関する資源へのアクセスすることへのニーズがあったと考えられる。

第三に、実証事業に関するデモイベントの開催が効果的であった。新型コロナウイルス感染症の影響で、パネルディスカッションに関してはオンライン配信の形をとることとなり、現地での情報発信に制約が生じたことに懸念があったが、実際には多くのメディアに取り上げられることにより、本実証事業の情報の拡散に貢献したと考えられる。

第四に、ベビーテックの事業化に際しては、すべてをデジタル、テクノロジーに置き換えるのではなく、デジタルに置き換えられないもの（これを仮に「リアル」と呼ぶこととする）は残し、既存のリアルのサービスや商品と連携することが重要であることがうかがえたことである。たとえば手続等をデジタル化により効率化する一方で、利用者間の顔合わせや、子どもとの触れ合いについては時間をかけることが重要との指摘があった事例があった。また、既存の保健師や医師の地元での活動を阻害しないことが重要であるとの指摘があった事例もあった。このようにリアルの良さやメリットを活かすような形でベビーテックを導入することが重要であると考えられる。後述する、ベビーテック導入に対する心理的抵抗

感の緩和にあたって、「すべてをベビーテックに置き換えるわけではない」という視点は有効と考えられる。

第五に、本実証事業の対象は4件のベビーテックであり限られた件数ではあったが、様々なタイプのベビーテックの実証を行い、その効果や課題を検証することができた。具体的にはベビーテックの利用者・対象で分類すると、子ども自身を対象としたもの（ファーストアセント）、子育て家庭を対象としたもの（PIAZZA、Kids Public）、保育サービスの提供者を対象としたもの（Hamee）とがあった。また、ベビーテックの意義により分類すると、効率性の向上を目的としたもの（Hamee）、情報共有の促進を目的としたもの（ファーストアセント、PIAZZA、Kids Public）とがあった。ビジネスモデルで分類すると、B2Cのもの（ファーストアセント）、とB2B（B2B2C）ないしB2G（B2G2C）のもの（Hamee、PIAZZA、Kids Public）とがあった。様々なタイプのベビーテックを実証することにより、それぞれの特徴や課題を把握することができた。

2. 今後の課題

本調査における文献調査及び実証事業を通じて見えてきた今後の課題について、ベビーテックのビジネスモデルごとに見ていくと以下のとおりである。

2.1 B2C のビジネスモデルにおける課題

B2C のビジネスモデルにおける課題としては、第一に、価格の高さが利用を思いとどまらせる要因となっていることである。乳幼児向けの商品・サービスは対象となる子どもの成長に伴いニーズが変わり、必要な期間が限定的である特性があると考えられ、高い価格の消費・サービスの購入には抵抗が生じやすいと言える。そのため、レンタルやサブスクリプションなど、売り切りではないビジネスモデルの検討が有効と考えられる。また、地域・保育所・職場等での一斉導入とそれに対する補助など、B2C のビジネスモデルからの脱却とその政策的支援についても検討の余地があると言える。

一方、B2B ないし B2G のビジネスモデルにおいても、政府等の補助金があることで普及が促進されている状況が、事業者へのヒアリングで明らかになった。導入初期の抵抗感を下げするためには補助金は有効であると考えられ、(財源の制約を踏まえつつも) 今後の政策においても有用なツールとして活用していくことが望まれる。

第二に、行政等との連携によりこれまでとは異なる層により利用されたことによる課題があった。今回の事例の中には、これまでのユーザー層は IT リテラシーが高く、自分でネット等において調べて購入し、何か困りごとがあっても独力で解決する人が多かったという。しかし、本実証においては広報等の周知により興味を持って参加した人が多かったため、使い方に対する問い合わせなどが多く、既存のユーザー層とは異なる特性があったという。これは本実証のように行政等の連携によってユーザー層が拡大したという意味では成果でもあるが、そうした層への事後のフォローは個々の事業者が対応しなければならず、アフターフォロー体制の構築が今後の課題にあると考えられる。

2.2 B2B、B2G のビジネスモデルにおける課題

B2B、B2G のビジネスモデルにおける課題としては、第一にデータの行政等における活用がある。行政と連携して導入したのであれば、そこで得られたデータを行政等において活用することが次の課題として考えられる。次に述べるデータ活用に関する課題はあるものの、例えば広報・広聴機能の手段として、ベビーテックを活用することは可能と考えられる。例えば、(他自治体における導入事例では) 既存の自治体の広報媒体ではリーチしにくい層に情報を届けられることがメリットとして指摘されている事例があった。さらには自治体の政策のニーズヒアリングに活かすことも可能と考えられる。

第二に、上記の一方でデータの取扱については慎重に検討することが必要である。例えばダミーデータを活用して実証実験を行ったため、実際の個人データを使った場合の課題に

については明らかにならなかった事例があった。子どもの生育や発達、健康等に関するデータはセンシティブな個人情報であり、子どもの顔写真についても不用意な情報拡散はリスクが大きい。このように育児に関するデータの取扱いに関わる、個人情報、プライバシー、倫理等についてはさらなる検討が必要と考えられる。

2.3 共通する課題

上述の両ビジネスモデルに共通する課題としては、第一に、依然としてベビーテックの認知度が低いこと、あるいは認知度に地域差があることが指摘できる。前述のように、実証参加者へのアンケート調査では実証参加前にベビーテックを知らず利用していなかった層が多くを占めた。その一方で移住者が多かったグループ・インタビューの参加者は全員、従前からベビーテックを積極的に利用していた。こうしたことからベビーテックの認知度には地域差があることが示唆される。その背景として、ベビーテック事業者のビジネス上の都合があると考えられる。事業者は収益を上げるために、例えば広告で収益を稼ぐビジネスモデルであれば、広告出稿元が多い地域に優先して進出し、また保育所等を通じて普及を図るビジネスモデルであれば保育所等が多い地域に優先して進出する。すなわち人口集積が小さい大都市圏周辺部や地方圏でのビジネス展開が遅れ、それ故に認知度も利用状況も低くなる可能性があると言える。（なお、グループ・インタビューと利用者アンケートにおけるベビーテックの認知度・利用度の差については、前者においてはベビーテックについての説明を行った後であり、よりの確にベビーテックとは何かという認識がされた後における質問だったことによる差とも考えられる点に留意が必要である。）

一方で、医療・保育資源が限られている地方圏においてこそ、ベビーテック導入の意義が高いともいえる。例えば妊娠中から授乳期の薬の情報の検索が可能な「くすりぼ」は地域に関係なく利用可能なサービスであるが、医療資源が不足している地域でこそその導入意義は高いと考えられる。そのため、今後はそうした人口集積が比較的低い地域における普及も課題となると考えられる。

第二に、育児を効率的に行うことに対する心理的抵抗感の払拭とそのための意識醸成である。ベビーテックを活用する意義のうち、育児や保育等の効率性向上に関しては、親（保護者）や保育者、さらには保護者の親や親類など周囲の人物を含め、「子育てを手抜きする」ととらえる感情が、ベビーテックの利用を妨げる要因になっていると考えられる。子育ての効率化は、男女ともに働きやすい環境づくりに貢献するだけでなく、時間的・心理的な子育ての不安を解消することで、育児や保育の質の向上につながりうるものである。そうした意識醸成を図るとともに、本実証事業のように利用するきっかけを提供する取組は有効であると考えられる。

3. 今後の政策的展望

上述の成果と課題を踏まえ、今後のベビーテックに関する政策についての展望を示すと以下の通りとなる。

第一に、ベビーテックの活用に関する補助事業の拡充である。特に B2B、B2G 事業においては既存の補助金が活用され、利用の契機となっていることが確認された。既存の補助事業等との政策的重複については検討が必要であるが、例えば B2C のベビーテックや、企業におけるベビーテックの活用に対する補助事業やその実証事業など、既存の政策ではあまりカバーされていない領域に対する補助の交付についての検討や実証が有用と考えられる。

第二に、産業政策としてのベビーテックの考慮である。ベビーテックはまだ普及の初期にあるが、その潜在的ニーズは大きいと考えられ、今後人々の心理的抵抗等が除去されるに従い、より広く普及していくと考えられる。また、広く世界に目を向ければ、特に日本と同様に少子化が進展するなど社会課題の共通する東アジア・東南アジアにおいての市場は大きいと考えられる。このように、産業としてベビーテック関連産業を育成していく政策的意義は大きいと考えられる。一方、少子化対策やそのためのベビーテックの普及に当たっては、親の職場における理解や利用促進が欠かせないものであると考えられる。こうしたことから、産業界におけるベビーテックの理解増進のための会議体のようなものを立ち上げ、産業政策として、また従業員への福利厚生や働き方改革の一方策として、ベビーテックを検討する場を設けることが有用と考えられる。

第三に、ベビーテックの普及を阻害する心理的抵抗に対する啓発が必要と考えられる。そのためには国民運動的な取組や、認知度不足を解消するための広報活動が重要と考えられる。そのためにはより大きな規模での実証事業とその広報活動を行うことや、前述の産業政策としての検討と合わせてより広いメンバー（保育関係者や地域経済の専門家など）を含めた会議体を設置して議論を深めることなどが有用と考えられる。

第4章 地域DX推進ラボの在り方等に関する検討会

1. 検討会設置背景

経済産業省及び独立行政法人情報処理推進機構（IPA）は、IoT・ビッグデータ・AI等の先進技術を活用して効率的かつ効果的に地域課題の解決を図るとともに、地方の経済発展を推進する取組を支援するべく、平成28年6月に「地方版IoT推進ラボ」を制度化し、これまでに全国105地域の取組を選定の上、支援してきたところである。特に、都道府県単位では、41府県の取組を選定するなど、IoT等を活用した取組は全国的に広がりを見せている。一方、我が国が目指す未来社会「Society5.0」の時代においては、デジタル技術等を地域社会全体に普及・浸透させ、地域産業・企業の競争上の優位性を確立させるなど、個社単位に限らず地域社会全体でデジタルトランスフォーメーション（DX）を実現することが期待されており、既に一部の地域においてはDX実現に向けた各種戦略・計画等の策定が進んでいる。このような状況を踏まえ、経済産業省及びIPAは、各地域のDX実現に向けた取組を加速させるため、新たに「地域DX推進ラボ」の制度化を検討しており、その在り方等について議論する検討会を開催した。

2. 検討会の設置・運営

地域 DX 推進ラボの在り方等の検討にあたり、有識者（10 名）を委員とする「地域 DX 推進ラボの在り方等に関する検討会」を設置し、2 回開催した。開催方法としては、新型コロナウイルス感染防止のため、オンラインで検討会を開催した。検討会を行うに当たっては、必要に応じて座長や委員への事前説明を行った。議事については毎回議事録を作成し、論点の取りまとめを行った。

本検討会は、個別の企業等に関する内容に言及されることが想定されるため、原則として議事は非公開とした。一方、検討会の配布資料は、原則公開とし、議事要旨についても、会議後速やかに作成し、原則として公開することとした。

2.1 委員

本検討会の委員は、経済産業省と協議の上で下記 10 名を選定、委嘱し、検討委員会の開催に当たり必要な情報収集、有識者との連絡調整や謝金支払等を含む検討会開催に必要な準備一式を行った。

表 12 地域 DX 推進ラボの在り方等に関する検討会の委員等名簿（敬称略）

座長

氏名	所属
川島 宏一	筑波大学システム情報系 教授

委員（五十音順）

氏名	所属
大島 正美	一般社団法人データクレイドル 理事
岡田 浩一	明治大学 経営学部 教授
高橋 邦夫	合同会社 K U コンサルティング 代表
田口 潤	株式会社インプレス 編集主幹 兼 IT Leaders プロデューサー
舘田 あゆみ	東北大学大学院 情報知能システム研究センター 特任教授
野中 誠	東洋大学経営学部経営学科 教授
村上 文洋	株式会社三菱総合研究所 デジタル・イノベーション本部 主席研究員
藻谷 浩介	株式会社日本総合研究所 主席研究員
山川 進	桑名三重信用金庫 理事長特別顧問

※事務局：経済産業省 商務情報政策局 情報技術利用促進課、独立行政法人情報処理推進機構、EY 新日本有限責任監査法人

2.2 検討会の論点

本検討会では、地域 DX 推進ラボの在り方及び基準案、地方版 IoT 推進ラボから地域 DX 推進ラボへの移行プロセスに関する以下の 5 つの論点を設定し、議論を行った。

表 13 地域 DX 推進ラボの在り方等に関する検討会の論点

検討内容	論点
①「地域 DX 推進ラボ」の在り方及び基準案の検討	論点 1：地域 DX 推進ラボの定義・対象 論点 2：選定要件・基準
②「地域 DX 推進ラボ」への移行プロセスの検討	論点 1：移行期間を設けることの是非、有効性の有無 論点 2：移行にかかる適切な期間 論点 3：移行に際しての手続き

2.3 開催スケジュール

本検討会の開催スケジュール、議事は以下の通りである。

表 14 地域 DX 推進ラボの在り方等に関する検討会の開催スケジュール及び議事

回	開催日時	議事
第 1 回	令和 4 年 2 月 1 日（火） 13：00～15：00	1. 開会 2. 委員自己紹介 3. 事務局説明 4. 自由討議 5. 閉会
第 2 回	令和 4 年 2 月 24 日（木） 15：00～17：00	1. 開会 2. 事務局説明 3. 自由討議 4. 閉会

3. 検討会の開催概要

3.1 第1回検討会

①開催概要

第1回検討会の開催概要は以下の通りである。

表 15 第1回検討会の開催概要

項目	内容
日時	令和4年2月1日（火） 13:00-15:00
場所	オンライン開催（Teams）
出席者	川島座長、大島委員、岡田委員、高橋委員、田口委員、舘田委員、野中委員、村上委員、藻谷委員、山川委員
事務局	経済産業省商務情報政策局情報技術利用促進課、独立行政法人情報処理推進機構、EY 新日本有限責任監査法人
配布資料	資料1 委員等名簿 資料2 地域DX推進ラボの在り方等に関する検討会について 資料3 事務局説明資料 参考資料 地方版IoT推進ラボ募集要領

②事務局説明資料

別添資料1を参照。

③議事要旨

別添資料2を参照。

3.2 第2回検討会

①開催概要

第2回検討会の開催概要は以下の通りである。

表 16 第2回検討会の開催概要

項目	内容
日時	令和4年2月24日（木） 15:00-17:00
場所	オンライン開催（Teams）
出席者	川島座長、大島委員、岡田委員、高橋委員、舘田委員、野中委員、村上委員、藻谷委員、山川委員
事務局	経済産業省商務情報政策局情報技術利用促進課、独立行政法人情報処理推進機構、EY 新日本有限責任監査法人

配布資料	資料 1 委員等名簿 資料 2 事務局説明資料
------	----------------------------

②事務局説明資料

別添資料 3 を参照。

③議事要旨

別添資料 4 を参照。

4. 検討結果

第1回及び第2回検討会の内容を元に、以下、地域DX推進ラボのポイント（まとめ）として、地域DX推進ラボの定義・対象（案）、地域DX推進ラボの審査の視点（案）、地方版IoT推進ラボから地域DX推進ラボへの移行プロセス（案）の3つの項目で整理を行った。

表 17 地域DX推進ラボのポイント（まとめ）

項目	内容
地域DX推進ラボの定義・対象（案）	- 最終目的を<u>地域の経済発展だけでなくウェルビーイングの向上</u>を実現することとし、地方版IoT推進ラボの選定対象の取組である地域の産学官金体制によるプロジェクトに加え、<u>個別企業に対する支援の取組も選定対象</u>とした。 - また、選定された場合のメリットとして、<u>他地域との交流機会の創出</u>、中堅・中小企業等のDX優良事例を紹介する「<u>DXセレクション</u>」への<u>推薦資格付与</u>も新たに追加した。
地域DX推進ラボの審査の視点（案）	- DX推進を目指す取組を評価するため、審査の視点に「<u>方向性</u>」と「<u>変革</u>」を追加した。 「地域性」の視点としては、<u>地域の経済発展とウェルビーイングの向上</u>を目指すことを前提に、地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確立等に資する取組を評価することとした。 - その他、<u>地域のデータ連携基盤整備</u>に関する取組も、評価すべき取組として追加した。
地方版IoT推進ラボから地域DX推進ラボへの移行プロセス（案）	- 地域DX推進ラボの目的や審査の視点は地方版IoT推進ラボとは異なるため、既存の地方版IoT推進ラボに選定された地域については、地域DX推進ラボの審査の視点に即して計画変更のプロセスを経て移行することが望ましく、そのために一定の<u>移行期間（2～3年）</u>を設ける。 - 地方版IoT推進ラボから地域DX推進ラボへ移行する際は、新規の申請と同様に、<u>実施計画書等の書類及び面談審査を実施</u>する。 - なお、<u>地方版IoT推進ラボの廃止の可否</u>については、<u>移行期間における移行状況等を踏まえ判断</u>する。

本検討会のまとめ資料として以下を作成した。

経済産業省
令和3年度産業経済研究委託事業
地域DX推進ラボの在り方等に関する検討会

まとめ資料

検討会設置背景・目的

■ 検討会設置背景

- ▶ 経済産業省及び独立行政法人情報処理推進機構（IPA）は、IoT・ビッグデータ・AI等の先進技術を活用して効率的かつ効果的に地域課題の解決を図るとともに、地方の経済発展を推進する取組を支援するべく、平成28年6月に「地方版IoT推進ラボ」を制度化し、これまでに全国105地域の取組を選定の上、支援してきたところ。特に、都道府県単位では、41府県の取組を選定するなど、IoT等を活用した取組は全国的に広がりを見せている。
- ▶ 一方、我が国が目指す未来社会「Society5.0」の時代においては、デジタル技術等を地域社会全体に普及・浸透させ、地域産業・企業の競争上の優位性を確立させるなど、個社単位に限らず地域社会全体でデジタルトランスフォーメーション（DX）を実現することが期待されており、既に一部の地域においてはDX実現に向けた各種戦略・計画等の策定が進んでいる。
- ▶ このような状況を踏まえ、経済産業省及びIPAは、**各地域のDX実現に向けた取組を加速させるため、新たに「地域DX推進ラボ」の制度化を検討**しており、本検討会ではその在り方等について議論した。

■ 検討会の論点

①「地域 DX 推進ラボ」の在り方及び基準案の検討

- ▶ 論点1：地域DX推進ラボの定義・対象
- ▶ 論点2：選定要件・基準

②「地域 DX 推進ラボ」への移行プロセスの検討

- ▶ 論点1：移行期間を設けることの是非、有効性の有無
- ▶ 論点2：移行にかかる適切な期間
- ▶ 論点3：移行に際しての手続き

地域DX推進ラボのポイント（まとめ）

地域DX推進ラボの定義・対象（案）

- 最終目的を地域の経済発展だけでなくウェルビーイングの向上を実現することとし、地方版IoT推進ラボの選定対象の取組である地域の産学官金体制によるプロジェクトに加え、**個別企業に対する支援の取組も選定対象**とした。
- また、選定された場合のメリットとして、**他地域との交流機会の創出**、中堅・中小企業等のDX優良事例を紹介する「**DXセクション**」への**推薦資格付与**も新たに追加した。

地域DX推進ラボの審査の視点（案）

- DX推進を目指す取組を評価するため、審査の視点に「**方向性**」と「**変革**」を追加した。
- 「地域性」の視点としては、**地域の経済発展とウェルビーイングの向上**を目指すことを前提に、**地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確立等**に資する取組を評価することとした。
- その他、**地域のデータ連携基盤整備**に関する取組も、評価すべき取組として追加した。

地方版IoT推進ラボから地域DX推進ラボへの移行プロセス（案）

- 地域DX推進ラボの目的や審査の視点は地方版IoT推進ラボとは異なるため、既存の地方版IoT推進ラボに選定された地域については、地域DX推進ラボの審査の視点に即して計画変更のプロセスを経て移行することが望ましく、そのために一定の**移行期間（2～3年）**を設ける。
- 地方版IoT推進ラボから地域DX推進ラボへ移行する際は、新規の申請と同様に、**実施計画書等の書類及び面談審査を実施**する。
- なお、**地方版IoT推進ラボの廃止の可否**については、**移行期間における移行状況等を踏まえ判断**する。

3

地域DX推進ラボの定義・対象（案）

- 最終目的を地域の経済発展だけでなくウェルビーイングの向上を実現することとし、地方版IoT推進ラボの選定対象の取組である地域の産学官金体制によるプロジェクトに加え、**個別企業に対する支援の取組も選定対象**とした。
- また、選定された場合のメリットとして、**他地域との交流機会の創出**、中堅・中小企業等のDX優良事例を紹介する「**DXセクション**」への**推薦資格付与**も新たに追加した。

<地方版IoT推進ラボの定義・対象>

No.	視点	内容
1	制度の目的	IoT、ビッグデータ、AI等を活用し、地域課題の解決とともに地域の経済発展を実現する
2	選定の対象となる地域の取組	地域課題の解決等に資する IoTプロジェクト創出 のための取組
3	ラボの実施主体	自治体、公的機関、企業、学校、市民等によって構成される組合・団体等
4	経産省、IPAの役割	選定ラボの支援
5	選定された場合のメリット	・「地方版IoT推進ラボ」マークの使用権付与 ・メルマガ、ラボイベント等による広報支援 ・地域のプロジェクト・企業等の実現・発展に資するメンターの派遣

<地域DX推進ラボの定義・対象（案）>

No.	視点	地域DX推進ラボ（暫定案イメージ）
1	制度の目的	データとデジタル技術を活用して、顧客や社会ニーズを基に、地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確立等を通じて、地域の経済発展とウェルビーイングの向上を実現する
2	選定の対象となる地域の取組	地域経済の発展とウェルビーイングの向上を目指す下記①・②のいずれか又は両方に該当する取組 ①地域の産学資金プロジェクト等の取組 ②ラボに参画されている地域支援機関等による企業支援の取組
3	ラボの構成員	自治体、公的機関、企業、学校、市民等によって構成される組合・団体等
4	経産省、IPAの役割	選定ラボの支援
5	選定された場合のメリット	・「地域DX推進ラボ」マークの使用権付与 ・メルマガ、ラボイベント等による広報支援 ・地域のプロジェクト・企業等の実現・発展に資するメンターの派遣 ・他地域との交流機会の創出 ・中堅・中小企業等のDX優良事例を紹介する「DXセクション」への推薦資格付与

Confidential - All Rights Reserved - Ernst & Young ShinNihon LLC

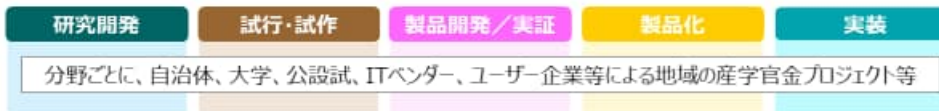
※赤字は地方版IoT推進ラボからの変更箇所

4

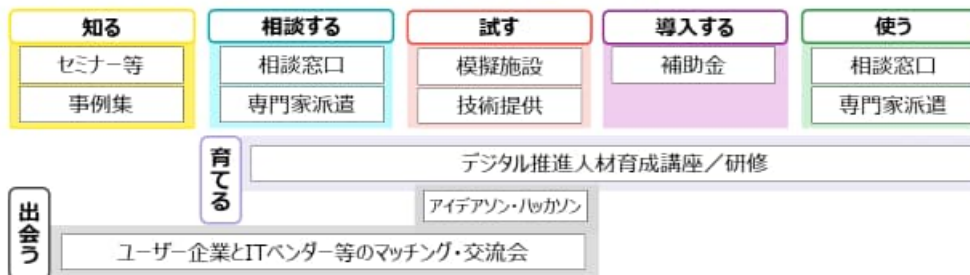
地域DX推進ラボ選定対象の取組イメージ

- 地域経済の発展とウェルビーイングの向上を目指す下記①・②のいずれか又は両方に該当する取組

① 地域の産学官金プロジェクト等の取組



② ラボに参画されている地域支援機関等による企業支援の取組



地域産業の競争優位性の確立等
→
地域課題の解決／
→
地域企業の競争優位性の確立等
→
地域経済の発展とウェルビーイングの向上の実現

Confidential - All Rights Reserved - Ernst & Young ShinNihon LLC

地域DX推進ラボの審査の視点（案）

- DX推進を目指す取組を評価するため、審査の視点に「方向性」と「変革」を追加した。
- 「地域性」の視点としては、**地域の経済発展とウェルビーイングの向上**を目指すことを前提に、**地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確立等**に資する取組を評価することとした。
- その他、**地域のデータ連携基盤整備**に関する取組も、評価すべき取組として追加した。

<地方版IoT推進ラボの審査の視点（案）>

No.	視点	内容
（方向性の項目なし）		
1	地域性	・ 地域課題の解決等に資する IoT プロジェクト創出のための取組であること。
（変革の項目なし）		
2	自治体の積極性と継続性	・ 自治体が積極的に運営・協力しており、反復継続を意図した取組であること。 ・ 経済的にも自立し、リターンを産める取組であること。 ・ 「地方版IoT推進ラボ」を適切かつ創造的に運営・発展することが出来る人材がいること。
3	多様性と一体感	・ 地域の特徴ある多くの多様な機関（地域の公的機関、大学・各種学校、研究機関、企業・事業者、事業者団体、投資家、ベンチャーファンド、金融機関、市民団体等）が連携または参加している取組であること。
4	その他	以下の取組には審査にあたり配慮します。 ・ オープンデータを積極的に活用する取組 ・ IT人材を育成する取組 ・ 企業・団体・地域間のデータ連携を創出・促進する取組

Confidential - All Rights Reserved - Ernst & Young ShinNihon LLC

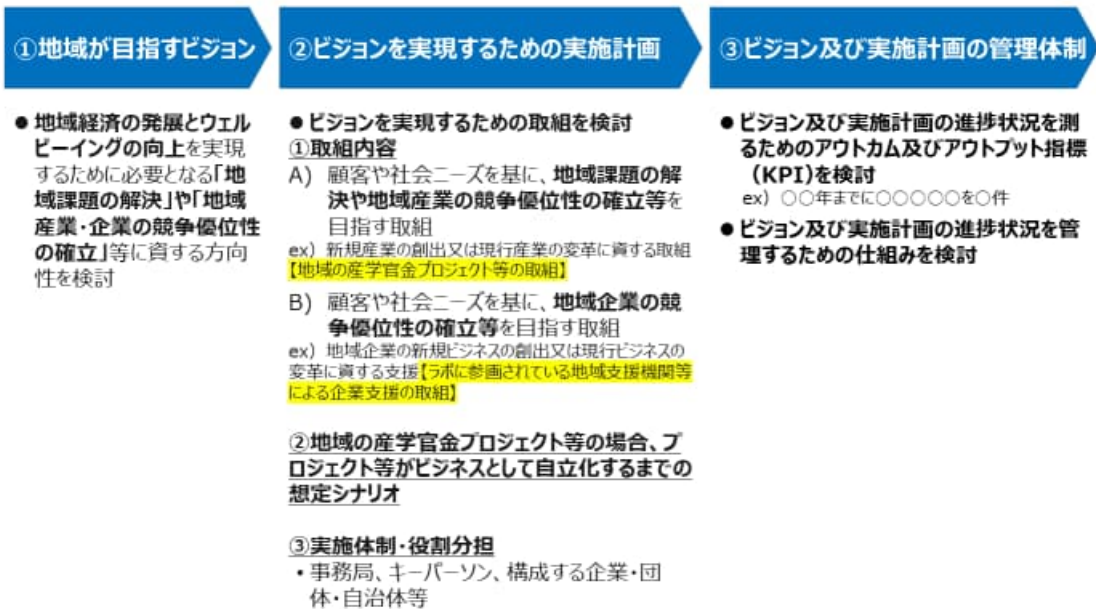
<地域DX推進ラボの審査の視点（案）>

No.	視点	内容
1	方向性	・ DXの推進に向けたビジョン、実施計画、進捗状況を図るための指標が明確であること
2	地域性	・ 地域の経済発展とウェルビーイングの向上を目指す取組であって、下記のいずれか、又は両方に該当すること 1) 地域課題の解決や地域産業の競争優位性の確立等を目指す取組であること 2) 地域企業の競争優位性の確立等を目指す取組であること
3	変革	・ 顧客や社会のニーズを基に、地域産業・企業の従来モデルの変革を目指す取組であること
4	自治体の積極性と継続性	・ 自治体が積極的に運営・協力しており、反復継続を意図した取組であること。 ・ 経済的にも自立し、リターンを産める取組であること。 ・ 「地域DX推進ラボ」を適切かつ創造的に運営・発展することが出来る人材がいること。
5	多様性と一体感	・ 地域の特徴ある多くの多様な機関（地域の公的機関、大学・各種学校、研究機関、企業・事業者、事業者団体、投資家、ベンチャーファンド、金融機関、市民団体等）が連携または参加している取組であること。
6	その他	以下の取組には審査にあたり配慮します。 ・ オープンデータを積極的に活用する取組 ・ デジタル推進人材を育成・確保する取組 ・ 地域のデータ連携基盤を整備し、企業・団体・地域間のデータ連携を創出・促進する取組

※赤字は地方版IoT推進ラボからの変更箇所

6

地域DX推進ラボに申請するために検討すべき事項（案）



Confidential - All Rights Reserved - Ernst & Young ShinNihon LLC

7

地方版IoT推進ラボから地域DX推進ラボへの移行プロセス（案）

- 地域DX推進ラボの目的や審査の視点は地方版IoT推進ラボとは異なるため、既存の地方版IoT推進ラボに選定された地域については、地域DX推進ラボの審査の視点に即して計画変更のプロセスを経て移行することが望ましく、そのために一定の移行期間（当面2～3年）を設ける。
- 地方版IoT推進ラボから地域DX推進ラボへ移行する際は、新規の申請と同様に、実施計画書等の書類及び面談審査を実施する。
- なお、地方版IoT推進ラボの廃止の可否については、移行期間における移行状況等を踏まえ判断する。



Confidential - All Rights Reserved - Ernst & Young ShinNihon LLC

8

5. 別添資料

5.1 別添資料 1 第 1 回検討会事務局説明資料

別添資料 1

経済産業省
令和3年度産業経済研究委託事業
第 1 回地域DX推進ラボの在り方等に関する検討会

事務局説明資料

2022年2月1日

議事

1. 「地域DX推進ラボ」制度の創設について
2. 「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案の検討
3. 「地域DX推進ラボ」への移行プロセスの検討

1. 「地域DX推進ラボ」制度の創設について

検討会設置背景・目的

■ 検討会設置背景

- ▶ 経済産業省及び独立行政法人情報処理推進機構（IPA）は、IoT・ビッグデータ・AI等の先進技術を活用して効率的かつ効果的に地域課題の解決を図るとともに、地方の経済発展を推進する取組を支援するべく、平成28年6月に「地方版IoT推進ラボ」を制度化し、これまでに全国105地域の取組を選定・支援してきたが、選定件数は鈍化傾向にある。
- ▶ 我が国が目指す未来社会「Society5.0」の時代においては、デジタル技術等を地域社会全体に普及・浸透させ、個社単位に限らず地域社会全体でDXを実現することが期待されており、既に一部の地域においてはDX実現に向けた各種戦略・計画等の策定が進んでおり、地域における機運が高まり始めている。
- ▶ このような状況を踏まえ、経済産業省及びIPAは、各地域のDX実現に向けた取組を加速させるため、新たに「地域DX推進ラボ」の制度化を検討しており、本検討会ではその在り方等について議論する。

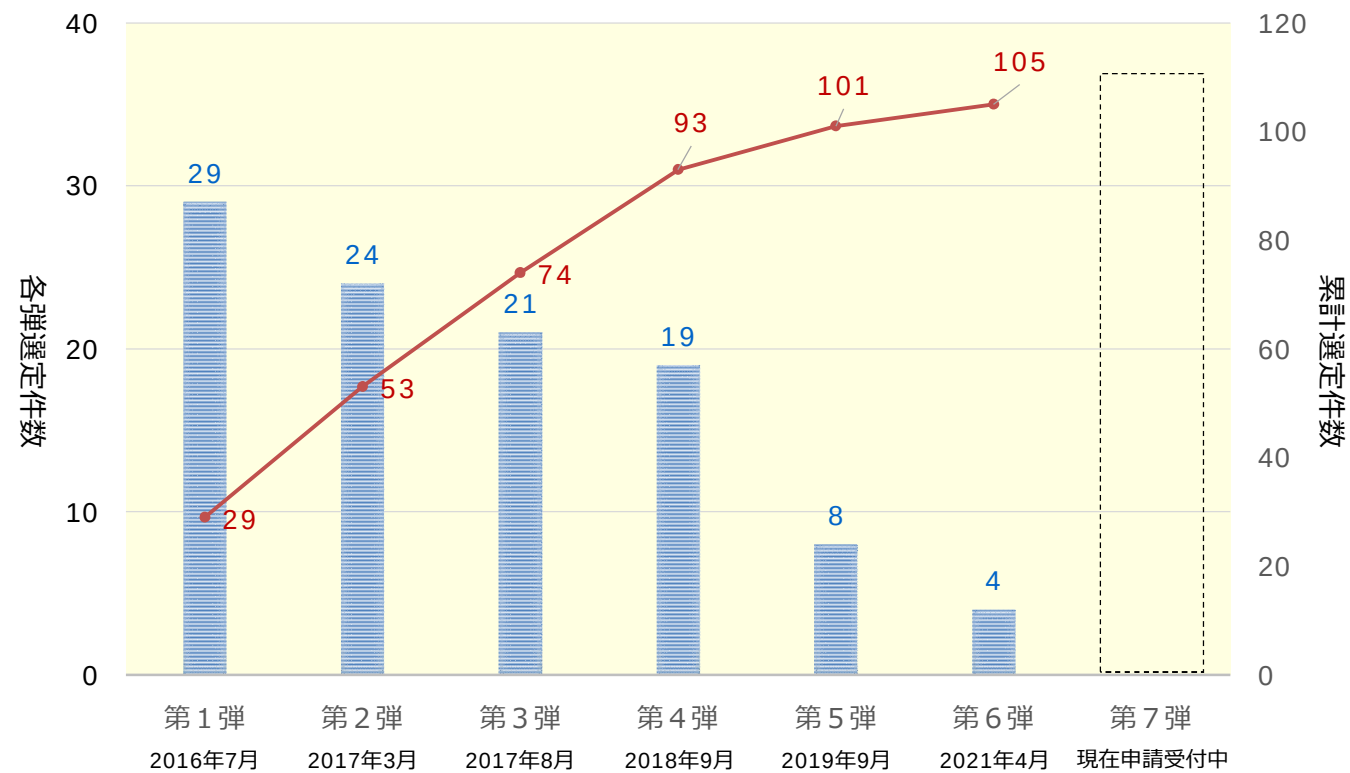
■ 第1回検討会の目的

- ① 「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案を検討する
- ② 「地域DX推進ラボ」への移行プロセスを検討する

→ 上記検討内容を踏まえ、第2回検討会にてとりまとめを行う

(参考) 地方版IoT推進ラボ選定状況

- 地方版IoT推進ラボ制度を創設後、選定件数は鈍化傾向。



(参考) 地方版IoT推進ラボの選定地域(全国105地域)

第1弾 2016年7月 29地域選定 第2弾 2017年3月 24地域選定
 第3弾 2017年8月 21地域選定 第4弾 2018年9月 19地域選定
 第5弾 2019年9月 8地域選定 第6弾 2021年4月 4地域選定

※丸数字は選定期間

中国経産局管内 (8)

・鳥取県③ ・岡山県③
 ・瀬戸内市③ ・広島県①
 ・島根県① ・山口県②
 ・宇部市⑤ ・津山市⑥

九州経産局管内 (14)

・福岡県① ・長崎市②
 ・北九州市① ・島原市④
 ・福岡市① ・南島原市③
 ・嘉飯桂地域② ・熊本県①
 ・佐賀県② ・宮崎県②
 ・大分県② ・鹿児島県①
 ・長崎県② ・直方市⑤

中部経産局管内 (17)

・富山県① ・岐阜県① ・豊田市② ・富山市⑥
 ・石川県① ・郡上市③ ・幸田町③ ・桑名市⑥
 ・加賀市① ・各務原市③ ・三重県①
 ・白山市② ・愛知県① ・能美市④
 ・かほく市③ ・名古屋市② ・木曽岬町⑤

近畿経産局管内 (14)

・福井県① ・京都市① ・淡路市③
 ・鯖江市② ・大阪府② ・奈良県①
 ・永平寺町③ ・大阪市① ・明日香村③
 ・滋賀県② ・八尾市④ ・和歌山県①
 ・米原市④ ・神戸市①

北海道経産局管内 (11)

・札幌市① ・士幌町①
 ・函館市② ・猿払村③
 ・釧路市① ・室蘭市④
 ・北見市④ ・稚内市④
 ・長沼町④ ・東川町④
 ・森町⑤

東北経産局管内 (10)

・山形県③ ・仙北市②
 ・宮城県① ・秋田横連携③
 ・仙台市② ・会津若松市①
 ・青森県④ ・岩手県④
 ・滝沢市④ ・秋田県④

関東経産局管内 (21)

・茨城県① ・横浜市② ・伊那市①
 ・栃木県④ ・相模原市② ・川上村③
 ・群馬県③ ・横須賀市② ・山梨県③
 ・埼玉県② ・湘南地域② ・静岡県①
 ・千葉県② ・新潟県② ・藤枝市③
 ・大田区③ ・長岡市③ ・長野県⑤
 ・神奈川県② ・柏崎市④ ・燕市⑤

四国経産局管内 (7)

・高知県① ・美波町③ ・新居浜市⑥
 ・徳島県④ ・神山町④
 ・高松市④ ・愛媛県⑤

沖縄総合事務局管内 (3)

・沖縄県① ・沖縄市④
 ・恩納村⑤

全国105地域の内訳

■都道府県: 41地域
 ■市区町村: 61地域
 ■地域連携: 3地域

2. 「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案の検討

地域DX推進ラボの制度化に向けて

- ▶ 地方版IoT推進ラボと地域DX推進ラボ（暫定案イメージ）との相違点として、下表のように想定する。
- ▶ 地域DX推進ラボでは、地域の経済発展を最終目的とした上で、地域課題の解決に加えて「地域産業・企業の競争優位性の確保」を新たな目的として追加している。また、目的の変更に伴い、地方版IoT推進ラボでは対象にしていなかった「個別企業」を対象とした支援を、選定の対象となる取組に追加した。

＜地方版IoT推進ラボと地域DX推進ラボ（暫定案イメージ）との相違点＞

No.	視点	地方版IoT推進ラボ	地域DX推進ラボ（暫定案イメージ）
1	制度の目的	IoT、ビッグデータ、AI等を活用し、地域課題の解決とともに地域の経済発展を実現する	データ・デジタル技術を活用し、地域課題の解決や <u>地域産業・企業の競争優位性の確保</u> を通じた地域の経済発展を実現する
2	選定の対象となる地域の取組	地域課題の解決等に資するIoTプロジェクト創出のための取組 ※地域全体（点ではなく面）の視点で対象を捉える	地域課題の解決や <u>地域産業・企業の競争優位性の確保</u> 等に資するDX推進のための取組 ※地域全体（面）と <u>個別企業（点）</u> の視点で対象を捉える ＜取組の具体案＞ ①新規産業の創出又は現行産業の変革に資する取組 ②地域ユーザー企業の新規ビジネスの創出又は現行ビジネスの変革に資する支援（企業支援の取組）
3	ラボの実施主体	自治体、公的機関、企業、学校、市民等によって構成される組合・団体等	自治体、公的機関、企業、学校、市民等によって構成される組合・団体等
4	経産省、IPAの役割	選定ラボの支援	選定ラボの支援
5	選定された場合のメリット	「地方版IoT推進ラボ」マークの使用権付与 - メルマガ、ラボイベント等による広報支援 - 地域のプロジェクト・企業等の実現・発展に資するメンターの派遣	「地域DX推進ラボ」マークの使用権付与 - メルマガ、ラボイベント等による広報支援 - 地域のプロジェクト・企業等の実現・発展に資するメンターの派遣 <u>他地域との交流機会の創出</u>

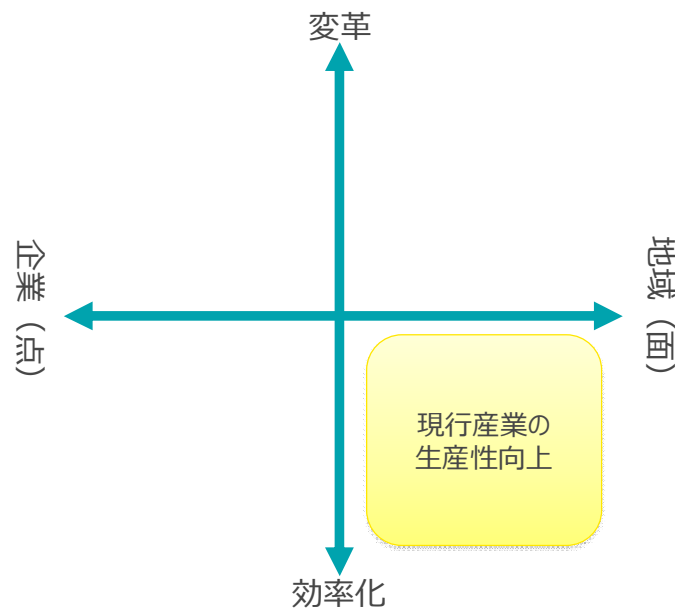
※赤字部分は地方版IoT推進ラボからの変更箇所

(参考) 地方版IoT推進ラボと地域DX推進ラボの関係性

地方版IoT推進ラボ

目的：IoT、ビッグデータ、AI等を活用し、地域課題の解決とともに地域の経済発展を実現する

<概念図（要件として求める領域）>

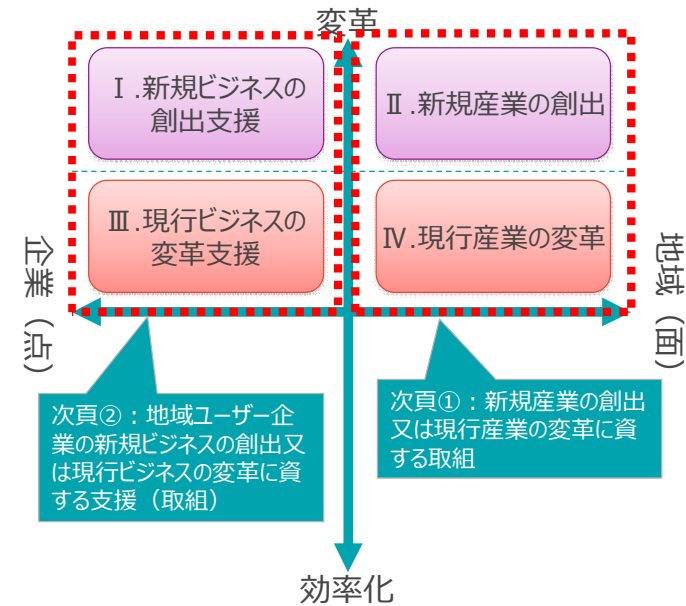


Confidential – All Rights Reserved – Ernst & Young ShinNihon LLC

地域DX推進ラボ

目的：データ・デジタル技術を活用し、地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確保を通じた地域の経済発展を実現する

<概念図（要件として求める領域）>

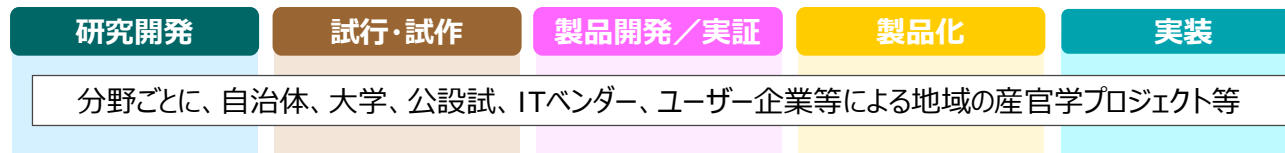


9

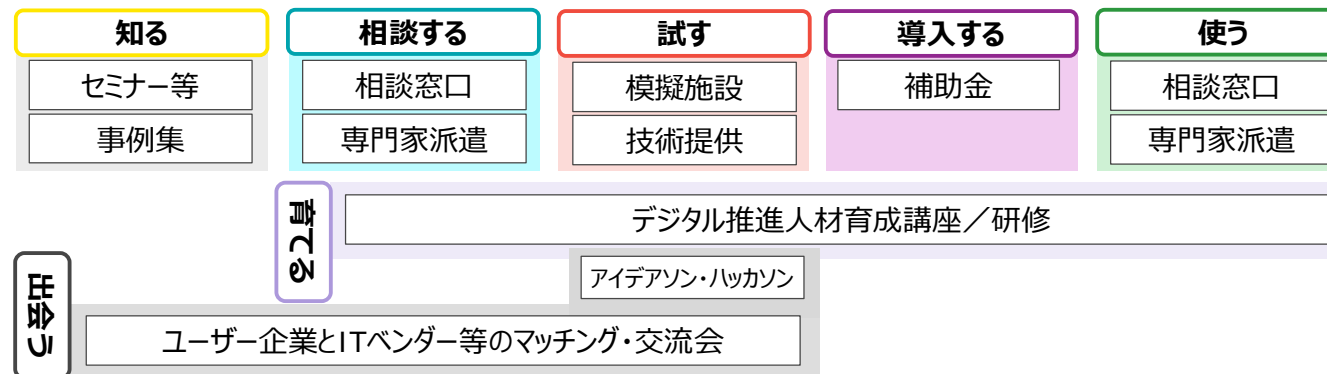
(参考) 地域DX推進ラボ選定対象の取組イメージ(例)

■ 地域経済の発展を目指す下記①・②のいずれか又は両方に該当する取組

①新規産業の創出又は現行産業の変革に資する取組



②地域ユーザー企業の新規ビジネスの創出又は現行ビジネスの変革に資する支援（企業支援の取組）



議論のポイント

論点①地域DX推進ラボの定義・対象

▶ 地域DX推進ラボの暫定案イメージ、概念図についてご意見をお願いいたします。

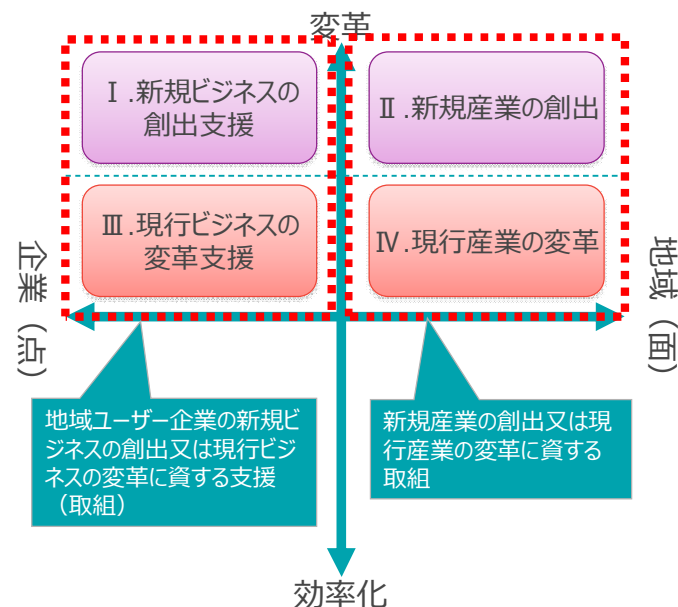
※議論をいただきたい重要なポイント：制度の目的、選定の対象となる地域の取組、概念図の4象限の内容等

＜地域DX推進ラボの暫定案イメージ＞

No.	視点	内容
1	制度の目的	データ・デジタル技術を活用し、地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確保を通じた地域の経済発展を実現する
2	選定の対象となる地域の取組	地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確保等に資するDX推進のための取組 ※地域全体（面）と個別企業（点）の視点で対象を捉える ＜取組の具体案＞ ①新規産業の創出又は現行産業の変革に資する取組 ②地域ユーザー企業の新規ビジネスの創出又は現行ビジネスの変革に資する支援（企業支援の取組）
3	ラボの実施主体	自治体、公的機関、企業、学校、市民等によって構成される組合・団体等
4	経産省、IPAの役割	選定ラボの支援
5	選定された場合のメリット	「地域DX推進ラボ」マークの使用権付与 - メルマガ、ラポイベント等による広報支援 - 地域のプロジェクト・企業等の実現・発展に資するメンターの派遣 - 他地域との交流機会の創出

※赤字部分は地方版IoT推進ラボからの変更箇所

＜地域DX推進ラボの概念図（要件として求める領域）＞



議論のポイント

論点②選定要件・基準

▶ 地域DX推進ラボの審査の視点(事務局案)について、ご意見をお願いいたします。

※議論をいただきたい重要なポイント: 新たに追加した赤字箇所、自治体や地域の機関等との連携の視点の必要性等

<地方版IoT推進ラボの審査の視点>

※詳細は参考資料を参照

No.	視点	内容
1	地域性	・ 地域課題の解決等に資する IoT プロジェクト創出のための取組であること。
2	自治体の積極性と継続性	・ 自治体が積極的に運営・協力しており、反復継続を意図した取組であること。 ・ 経済的にも自立し、リターンを産める取組であること。 ・ 「地方版IoT推進ラボ」を適切かつ創造的に運営・発展することができる人材がいること。
3	多様性と一体感	・ 地域の特徴ある多くの多様な機関（地域の公的機関、大学・各種学校、研究機関、企業・事業者、事業者団体、投資家、ベンチャーファンド、金融機関、市民団体等）が連携または参加している取組であること。
4	その他	以下の取組には審査にあたり配慮します。 ・ オープンデータを積極的に活用する取組 ・ IT人材を育成する取組 ・ 企業・団体・地域間のデータ連携を創出・促進する取組



<地域DX推進ラボの審査の視点（案）>

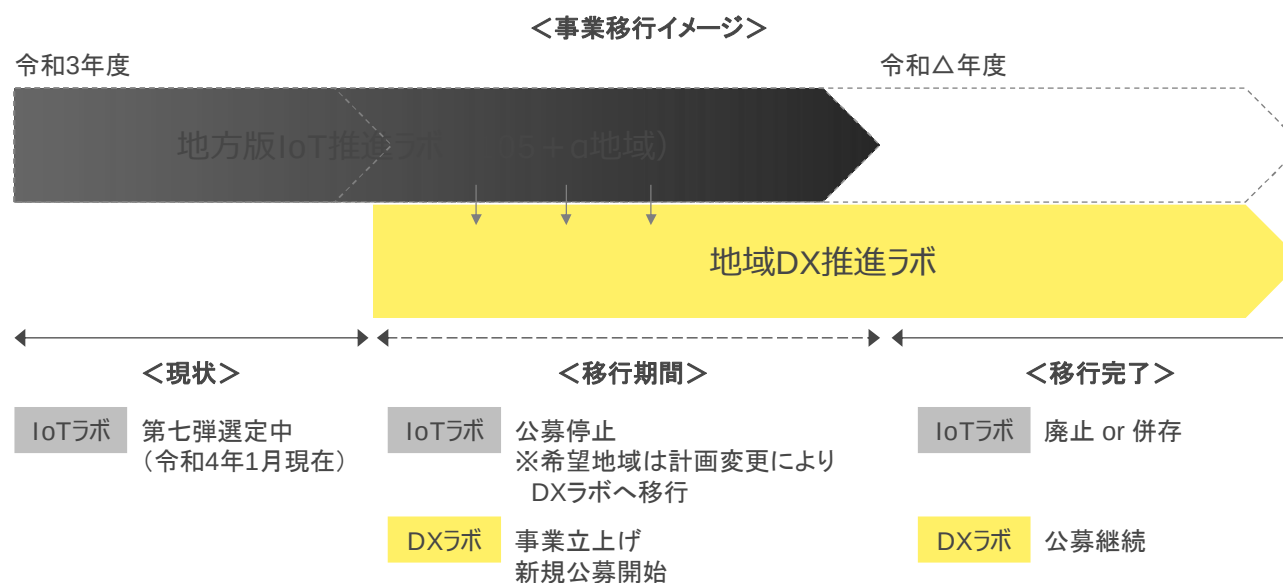
※赤字は地方版IoT推進ラボからの変更箇所

No.	視点	内容
1	方向性	・ DXの推進に向けたビジョンや目標、プロセスが明確であること
2	地域性	・ 取組内容が下記のいずれか、又は両方に該当すること。 1) 地域課題の解決や地域産業の競争優位性の確保等に資するDX推進のための取組であること。 2) 地域企業の競争優位性の確保等に資するDX推進のための取組であること。
3	革新性	・ 取組内容が下記のいずれか、又は両方に該当すること。 1) 新規産業の創出又は現行産業の変革に資する取組であること。 2) 地域企業の新規ビジネスの創出又は現行ビジネスの変革に資する支援（企業支援の取組）であること。
4	自治体の積極性と継続性	・ 自治体が積極的に運営・協力しており、反復継続を意図した取組であること。 ・ 経済的にも自立し、リターンを産める取組であること。 ・ 「地域DX推進ラボ」を適切かつ創造的に運営・発展することができる人材がいること。
5	多様性と一体感	・ 地域の特徴ある多くの多様な機関（地域の公的機関、大学・各種学校、研究機関、企業・事業者、事業者団体、投資家、ベンチャーファンド、金融機関、市民団体等）が連携または参加している取組であること。
6	その他	以下の取組には審査にあたり配慮します。 ・ オープンデータを積極的に活用する取組 ・ デジタル推進人材を育成・確保する取組 ・ 企業・団体・地域間のデータ連携を創出・促進する取組

3.「地域DX推進ラボ」への移行プロセスの検討

地方版IoT推進ラボから地域DX推進ラボへの移行案

- ▶ 地方版IoT推進ラボ（以下IoTラボ）から地域DX推進ラボ（以下、DXラボ）への移行にあたり、既存のIoTラボ選定地域（105地域＋第七弾選定中）の取扱いについて整理を行う必要がある。
- ▶ 前議事にて検討のように、DXラボの目的や選定基準はIoTラボとは異なるため、既存のIoTラボに選定された地域については、DXラボの選定基準に即して計画変更のプロセスを経てDXラボに移行してもらうことが望ましく、そのためには一定の移行期間を設ける必要があると考えられる。



議論のポイント

論点①: 移行期間を設けることの是非、有効性の有無

- 既存地域の混乱の回避
- 一方で、外部からみたわかりにくさが発生
⇒IoTラボとDXラボの両事業の差異について説明できれば併存は可能か

論点②: 移行にかかる適切な期間

- 数年内に既存選定地域がDXラボに移行可能か(3~5年程度の移行期間が必要か)

論点③: 移行に際しての手続き

- 例えば
 - ・計画変更手続きの提出のみ
 - ・変更計画書をもとに再選定のための審査実施
 - ...

等

5.2 別添資料 2 第 1 回検討会議事要旨

別添資料 2

第 1 回地域 DX 推進ラボの在り方等に関する検討会 議事要旨

【開催概要】

日時：令和 4 年 2 月 1 日（火） 13:00-15:00

場所：オンライン開催（Teams）

出席者：川島座長、大島委員、岡田委員、高橋委員、田口委員、舘田委員、野中委員、村上委員、藻谷委員、山川委員

事務局：経済産業省商務情報政策局情報技術利用促進課、独立行政法人情報処理推進機構、EY 新日本有限責任監査法人

【議事要旨】

1. 開会

藤田大臣官房審議官 IT 戦略担当より開会挨拶

- 平成 28 年 6 月にスタートした地方版 IoT 推進ラボは、現在では全国の 105 地域に発展してきた。一方、制度設計から約 5 年が経過し、デジタルトランスフォーメーションというキーワードに象徴されるように、社会が大きく変化してきている。このような状況の中、地方版 IoT 推進ラボが地域社会や地域経済の変化に対応し、引き続きその機能を果たすには何が必要か、忌憚のないご意見を頂戴したい。

川島座長より挨拶

- 本検討会は 2 回の開催のみを予定しているため、できる限り自由で活発な意見交換をさせていただきたい。そのため、発言者を公表しないルールであるチャタムハウスルールを導入したい。

2. 委員自己紹介

各委員から、所属と活動内容に関する 1 分程度の自己紹介

3. 事務局説明

「資料 2」、「資料 3」に基づく本検討会の趣旨説明

- 我が国が目指す未来社会「Society5.0」の時代においては、デジタル技術等を地域社会

全体に普及・浸透させ、個社単位に限らず地域社会全体で DX を実現することが期待されており、既に一部の地域においては DX 実現に向けた各種戦略・計画等の策定が進んでおり、地域における機運が高まり始めている。このような状況を踏まえ、経済産業省及び IPA は、各地域の DX 実現に向けた取組を加速させるため、新たに「地域 DX 推進ラボ」の制度化を検討しており、本検討会ではその在り方等について議論する。

- 議論は大きく 5 つの論点に分けて実施する。①地域 DX 推進ラボの定義・対象、②選定要件・基準、③移行期間を設けることの是非、有効性の有無、④移行にかかる適切な期間、⑤移行に際しての手続き。これらの各論点について議論を行う。

4. 自由討論

前提の確認

- デジタルトランスフォーメーションの意味は、既存のビジネスの目的や領域、産業の分野を超えてデジタルの力を使い新たな価値を創出する枠組みや、目的・ビジョンの変化を含んでいると理解している。

「地域 DX 推進ラボ」の在り方及び基準案の検討

論点 1：地域 DX 推進ラボの定義・対象

- 地域の課題解決と 4 象限の概念図に記載されている新規ビジネス・産業の創出や変革に整合性はあるのか。地域課題は解決するが、新規ビジネス・産業の創出や変革に繋がらない事例もある。
- 4 象限の概念図について、新規産業の創出なのか、既存のビジネスの延長なのかの補助線を上手く引く必要がある。産業の創出という言葉に引っ張られ、できないことにチャレンジするケースもあるため、書き方を調整すると良い。現行産業の変革の結果、新規産業が創出される等、主従関係を明確にすべきである。
- 地域 DX 推進ラボの目的は、地方版 IoT 推進ラボで対象にしていた「地域課題の解決」を含んでいるが、4 象限の概念図を見ると新規ビジネスや産業の創出・変革に特化しているように見える。
- 4 象限の概念図について、誰を主体に考えるのかで全部の象限に当てはまる。せんだい IoT 推進ラボの事例が例示されているが、誰を主体にして各象限に当てはめているのかが分からない。
- DX 推進ラボはどのように DX を捉えるのかを伝える必要がある。DX の定義や説明がないため応募者が分かりづらいと感じる恐れがある。例えば、Eric Stolterman 氏の地域における DX の定義や、George Westerman 氏の企業における DX の定義を引用することも考えられる。
- DX の定義は、緩い定義で良いと思う。経済産業省のデジタルガバナンス等の検討の中では、DX の定義を「デジタル技術を使って つながり方を変えて 本当にやりたかつ

たことをやる」としている。

- せんだい IoT 推進ラボでは、単に生産性向上だけを考えて取り組んでいるのではない。将来のビジョンを始めに描き、効率化を行った後、自動化やデータの活用に向けたストーリーを作っている。
- 地方版 IoT 推進ラボの活動は DX の推進に向けた出だしの活動を行っているイメージである。生産性向上だけを目指して活動している地方版 IoT 推進ラボは少ないと思っている。地域 DX 推進ラボは、地方版 IoT 推進ラボを包含するようなイメージである。
- デジタルありきで変革を目指すのではなく、何を、どうすれば良いかという話から始め、デジタルを一つのツールとして捉えるべきである。生み出す価値に着目する必要がある、具体的な出口の成果を重視することが求められる。
- 産業の変革を表明できない場合も、ビジョンや目標を表明すれば認定を受ける事ができると、すそ野を広げられる。

論点 2：選定要件・基準

- 審査の視点について、地域と企業に分けるのはありだとは思う。経済産業省が出している DX の定義と整合をとり、その定義に沿って審査の視点を設定すべきである。ベースとなる DX の定義は経済産業省のガイドラインの定義を使い、さらにかみ砕くことが求められる。
- 地方版 IoT ラボの既存の 105 地域をどうするかを検討が必要である。DX 関連の戦略・計画を策定している地域は約 3 割である。せんだい IoT 推進ラボの事例の様に、うまくいっている事例は少ないと考える。DX についてしっかりと定義したほうが良いと思うが、定義をすると現状、地方版 IoT 推進ラボに認定されている 105 地域の多くを切り捨ててしまう可能性がある。
- 地方版 IoT 推進ラボの地域と異なる地域や広域のエリアで認定を取得するケースもあると考える。
- 審査基準検討を進めることで、DX の定義に関する議論に繋がる。
- 経済産業省のガイドラインの定義に地域を加える場合、地域が企業の革新を促進するというイメージであり、地域はサポーターであると思う。つまりその地域の企業を中心に各種団体のデータとデジタル技術を活用したプロセスや企業文化・風土、組織革新を促進する役割が地域という理解である。目的は、競争上の優位性だけではなくて、地域の人のウェルビーイングに繋がるといった別の目的が入ると良い。
- 地域だからこその多様なステークホルダー等、企業連携だけでは見えていない生活者のニーズや困っている人の状況が見えてくると良い。ステークホルダーとして地域が関わった方が企業の革新も促進され、結果的には企業側の競争優位性も高まる。貨幣ではカウントできない全体のウェルビーイングが高まる相乗効果も生まれる可能性がある。

- スタートアップや社会起業家を巻き込む必要性が出てくる可能性もある。地域での対応力を推進することが求められており、革新性の審査の視点は、企業をより広い概念で捉えられれば現状の内容で良いと思っている。個人的には自治体の関わり方が気になっている。自治体と一緒に活動している時に難しいと感じるのは縦割りであり、もっと横に繋がることができるとダイナミックに変化できる気がする。
- 審査の視点として革新性を前面に出すと、現状の 105 地域を全て移行させるのは難しい。革新性という審査の視点は無くしたほうが良い。革新性という言葉には、何か目新しい斬新なことをやらなければいけないというニュアンスがある
- 自治体はステークホルダーであるが事業主体ではない。申請者を自治体に限定しないほうが良いと思う。自治体は承諾書、確認書を出し、責任を持ちながらサポートに回ることができれば良い。
- 経済産業省の DX の定義には「競争優位」が含まれるが、最近では顧客満足、顧客体験が最重視されている。顧客満足が上がれば従業員満足に繋がり、売上・利益も結果としてついてくる。
- 審査の視点の方向性について、最初の段階ではプロセスが明確ではなく変わることもある。そのため、ビジョンと目標のみにとどめた方が良いと思う。現状の審査の視点(案)については、方向性の視点のプロセス以外には異論がない。
- 成果指標をどのように位置付けるかも検討する必要がある。一方、成果の定義が曖昧であることや、始めの段階で明確なゴールを描きにくいこと、多様なステークホルダーがいる中で日々状況が変わることを考えると、必ずしも選定要件には入れなくても良いという考えもある。
- DX が組織や文化、プロセス等の変革を求めるのであれば、何が変わったのかを各応募団体に答えてほしい。
- 「競争優位」を明示するより、誰にどのような価値を提供し、その先にあるビジョンは何かを提示することが重要であり、自治体だけではなく、地域の各主体の合意を得て出されたビジョンを認める事が求められる。
- ビジョンを作る際に関係ステークホルダーを巻き込むことが重要である。認証を受けるためにペーパーワークとしてビジョンを作るのではなく、ビジョンのオーナーシップを関係主体で議論することが重要である。
- 新しいものを生み出すと考えるのではなく、今までの IT の可能性から、さらに良い価値を提供する、又は新たに登場するニーズに対応する価値を提供することを示すことができれば良い。
- 地域 DX 推進ラボを適切かつ創造的に運営・発展させることができる人がいるか否かが大きなポイントである。
- 審査の視点の地域性の記述の中に、「地域企業の競争優位性の確保等に資する DX 推進のための取組であること。」という文言が、1) と 2) の両方に入っている。1) は、

地域企業ではなく、地域産業ではないのか。

「地域 DX 推進ラボ」への移行プロセスの検討

論点 1：移行期間を設けることの是非、有効性の有無

- 地方版 IoT 推進ラボの次の取り組みとして、地域 DX 推進ラボに移行するのは当たり前であると思う。応募するメリットについて、補助金は必要ないと思うが、何らかの手当をしてあげると一つの動機になる。
- 地方版 IoT 推進ラボを残しておく意味はあまりない。地域 DX 推進ラボの中にレディやライトの様な括りがあっても良い。
- 移行だけではなく、新規の申請も受け付けるべきである。

論点 2：移行にかかる適切な期間

- 3～5 年の移行期間は時代の変化の速さを考えると長すぎる。1～2 年で良い。

論点 3：移行に際しての手続き

- DX に関するビジョンを設定する必要があるため、単なる手続き変更のみで移行するのは趣旨に反している気がする。DX ラボの認定を受けたい場合は、もう一度新たな審査が必要である。

5. 閉会

川島座長よりまとめ

- DX の定義や成果の指標、4 象限の概念図の位置づけや解釈について、再度事務局で整理をいただきたい。本日の議論を踏まえ、次回はさらに深い議論を行う。

お問合せ先

商務情報政策局 情報技術利用促進課

電話：03-3501-2646

FAX：03-3580-6073

5.3 別添資料3 第2回検討会事務局説明資料

別添資料3

経済産業省
令和3年度産業経済研究委託事業
第2回地域DX推進ラボの在り方等に関する検討会

事務局説明資料

2022年2月24日

目次

1. 第1回検討会における主なコメント及び対応方針案
2. 「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案の検討
3. 「地域DX推進ラボ」への移行プロセスの検討

1. 第1回検討会における主なコメント及び対応方針案

第1回地域DX推進ラボの在り方等に関する検討会の論点

- ▶ 第1回地域DX推進ラボの在り方等に関する検討会では、『「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案』と『「地域DX推進ラボ」への移行プロセス』について計5つの論点を設定し、議論を行った。

「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案

論点① 地域DX推進ラボの定義・対象

論点② 選定要件・基準

「地域DX推進ラボ」への移行プロセス

論点① 移行期間を設けることの是非、有効性の有無

論点② 移行にかかる適切な期間

論点③ 移行に際しての手続き

「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案

論点①地域DX推進ラボの定義・対象における主なコメント及び対応方針案

【主なコメント】

■ DXの定義・説明

- ▶ デジタルトランスフォーメーションの意味は、既存のビジネスの目的や領域、産業の分野を超えてデジタルの力を使い新たな価値を創出する枠組みや、目的・ビジョンの変化を含んでいると理解している。
- ▶ DX推進ラボはどのようにDXを捉えるのかを伝える必要がある。DXの定義や説明がないため応募者が分かりづらいと感じる恐れがある。例えば、Eric Stolterman氏の地域におけるDXの定義や、George Westerman氏の企業におけるDXの定義を引用することも考えられる。
- ▶ DXの定義は、緩い定義で良いと思う。経済産業省のデジタルガバナンス等の検討の中では、DXの定義を「デジタル技術を使ってつながり方を変えて 本当にやりたかったことをやる」としている。
- ▶ デジタルありきで変革を目指すのではなく、何を、どうすれば良いかという話から始め、デジタルを一つのツールとして捉えるべきである。生み出す価値に着目する必要がある、具体的な出口の成果を重視することが求められる。
- ▶ 経済産業省のDXの定義には「競争優位」が含まれるが、最近では顧客満足、顧客体験が最重視されている。顧客満足が上がれば従業員満足に繋がり、売上・利益も結果としてついてくる。

【対応方針案】

- ▶ 経済産業省のデジタルトランスフォーメーションを推進するためのガイドライン(以下、DX 推進ガイドライン)の定義を使用

<参考>

DX推進ガイドラインでは、DX の定義は次のとおりとする。

「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。」

「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案

論点①地域DX推進ラボの定義・対象における主なコメント及び対応方針案

【主なコメント】

■ 地域DX推進ラボの目的

- ▶ 地域の課題解決と4象限の概念図に記載されている新規ビジネス・産業の創出や変革に整合性はあるのか。地域課題は解決するが、新規ビジネス・産業の創出や変革に繋がらない事例もある。
- ▶ 地域DX推進ラボの目的は、地方版IoT推進ラボで対象にしていた「地域課題の解決」を含んでいるが、4象限の概念図を見ると新規ビジネスや産業の創出・変革に特化しているように見える。
- ▶ 経済産業省のガイドラインの定義に地域を加える場合、地域が企業の革新を促進するというイメージであり、地域はサポーターであると思う。つまりその地域の企業を中心に各種団体のデータとデジタル技術を活用したプロセスや企業文化・風土、組織革新を促進する役割が地域という理解である。目的は、競争上の優位性だけではなく、地域の人々のウェルビーイングに繋がるといった別の目的が入ると良い。
- ▶ 地域だからこその多様なステークホルダー等、企業連携だけでは見えていない生活者のニーズや困っている人の状況が見えてくると良い。ステークホルダーとして地域が関わった方が企業の革新も促進され、結果的には企業側の競争優位性も高まる。貨幣ではカウントできない全体のウェルビーイングが高まる相乗効果も生まれる可能性がある。

【対応方針案】

- ▶ 4象限の地域DX推進ラボの概念図は、地域課題の解決を含まないと誤解を与える可能性があるため、掲載を控える。DX 推進ガイドラインの定義の内容や、競争上の優位性以外の目的も加え、制度の目的を再整理する。

「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案

論点①地域DX推進ラボの定義・対象における主なコメント及び対応方針案

【主なコメント】

■ 地域DX推進ラボのメリット

- ▶ 地方版IoT推進ラボの次の取り組みとして、地域DX推進ラボに移行するのは当たり前であると思う。応募するメリットについて、補助金は必要ないと思うが、何らかの手当をしてあげると一つの動機になる。

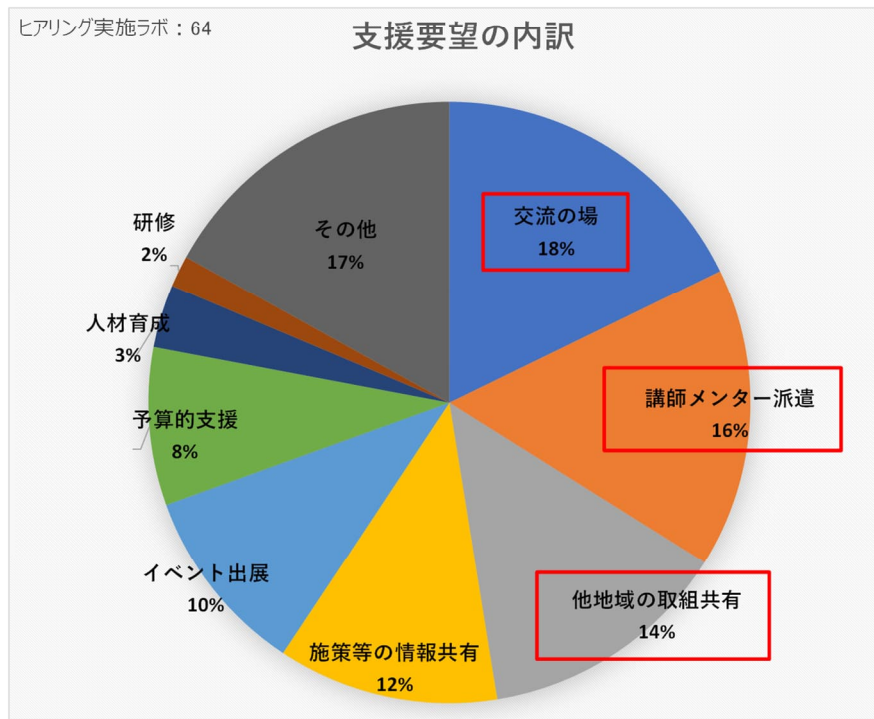
【対応方針案】

- 中堅・中小企業等のDX優良事例を紹介する「DXセレクション」の推薦資格付与を追加

「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案

論点①地域DX推進ラボの定義・対象における主なコメント及び対応方針案

＜参考＞令和2年度実施：地方版IoT推進ラボヒアリング結果（各ラボからの要望）



- ラボ担当者が集まり意見交換、情報共有を行える『交流の場』を求める要望が最も多かった。具体的には、農業や観光、教育、エネルギー等のテーマ別意見交換会の開催要望あり。
- 継続的な『講師メンター派遣』支援の要望とともに、講師やメンターとして協力いただける方の情報提供等に関する要望多数。
- 『他地域の取組共有』については、地域の中小零細企業のIoTの導入、DX推進が思うように進んでいないことから、他地域の成功事例の共有について要望あり。

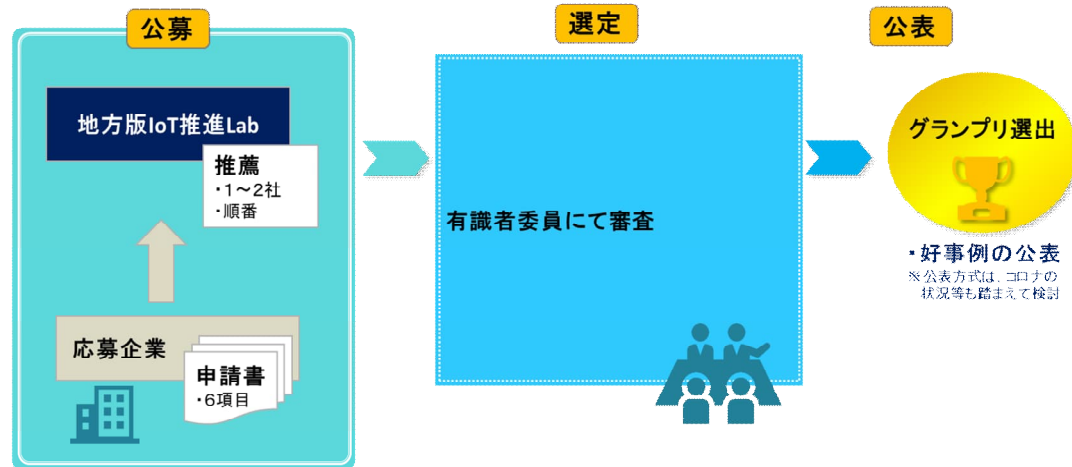
「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案

論点①地域DX推進ラボの定義・対象における主なコメント及び対応方針案

<参考>DXセレクション概要

中堅・中小企業等の優良事例の選定スキーム（案）

- 地域でデジタル化に取り組む優良企業を評価する観点から、地方版IoT推進ラボからの推薦企業を募集し、これらの中からグランプリ企業を選出するとともに、これらの事例を公表する。
- DXに取り組む中堅・中小企業等から優良事例を選定する基準については、DX銘柄と同じくデジタルガバナンス・コードに基づいて実施した上で、上場企業を念頭に記載されている「取組例」を中堅・中小企業等の実態に即した形に修正することideいかか。



※「第1回 中堅・中小企業等のDX促進に向けた検討会」資料より抜粋

「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案

論点①地域DX推進ラボの定義・対象における主なコメント及び対応方針案

【主なコメント】

地域DX推進ラボの概念図

- ▶ 4象限の概念図について、誰を主体に考えるのかで全部の象限に当てはまる。せんだいIoT推進ラボの事例が例示されているが、誰を主体にして各象限に当てはめているのかが分からない。
- ▶ 4象限の概念図について、新規産業の創出なのか、既存のビジネスの延長なのかの補助線を上手く引く必要がある。産業の創出という言葉に引っ張られ、できないことにチャレンジするケースもあるため、書き方を調整すると良い。現行産業の変革の結果、新規産業が創出される等、主従関係を明確にすべきである。

【対応方針案】

- P6に記載の通り、4象限の地域DX推進ラボの概念図は掲載を控える。

【主なコメント】

■ その他

- ▶ せんだいIoT推進ラボでは、単に生産性向上だけを考えて取り組んでいるのではない。将来のビジョンを始めに描き、効率化を行った後、自動化やデータの活用に向けたストーリーを作っている。
- ▶ 地方版IoT推進ラボの活動はDXの推進に向けた出だしの活動を行っているイメージである。生産性向上だけを目指して活動している地方版IoT推進ラボは少ないと思っている。地域DX推進ラボは、地方版IoT推進ラボを包含するようなイメージである。

【対応方針案】

- 修正事項なし。

「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案

論点②選定要件・基準における主なコメント及び対応方針案

【主なコメント】

■ 全体

- ▶ 経済産業省が出しているDXの定義と整合をとり、その定義に沿って審査の視点を設定すべきである。ベースとなるDXの定義は経済産業省のガイドラインの定義を使い、さらにかみ砕くことが求められる。
- ▶ 地方版IoT推進ラボの既存の105地域をどうするかを検討が必要である。DX関連の戦略・計画を策定している地域は約3割である。せんだいIoT推進ラボの事例の様に、うまくいっている事例は少ないと考える。DXについてしっかりと定義したほうが良いと思うが、定義をすると現状、地方版IoT推進ラボに認定されている105地域の多くを切り捨ててしまう可能性がある。

【対応方針案】

- ▶ DX推進ガイドラインのDXの定義に基づき、選定の対象となる地域の取組や審査の視点の内容を再構成する。一方、DX推進ガイドラインの定義はあくまでも、ガイドラインの中での定義であるため、ガイドラインの定義をそのまま使うのではなく、多くの地方版IoT推進ラボが地域DX推進ラボに移行できるよう、一定の解釈の幅を持たせる表現とする。

【主なコメント】

■ 方向性

- ▶ 産業の変革を表明できない場合も、ビジョンや目標を表明すれば認定を受ける事ができると、すそ野を広げられる。
- ▶ 審査の視点の方向性について、最初の段階ではプロセスが明確ではなく変わることもある。そのため、ビジョンと目標のみにとどめた方が良いと思う。現状の審査の視点(案)については、方向性の視点のプロセス以外には異論がない。
- ▶ DXが組織や文化、プロセス等の変革を求めるのであれば、何が変革したのかを各応募団体に答えてほしい。

【対応方針案】

- ▶ 「方向性」の視点に含まれる「プロセス」は、必ずしも初期段階で求める必要がないとのご意見もあったが、ビジョンの変更のみを行うペーパーワークにならないよう、実施計画や進捗状況を測るための指標を示すことが必要であると考え。また、実施計画を提出いただくことで、「何を変革するのか」が分かると考える。

「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案

論点②選定要件・基準における主なコメント及び対応方針案

【主なコメント】

■ 地域性

- ▶ 審査の視点について、地域と企業に分けるのはありだとは思う。
- ▶ 審査の視点の地域性の記述の中に、「地域企業の競争優位性の確保等に資するDX推進のための取組であること。」という文言が、1)と2)の両方に入っている。1)は、地域企業ではなく、地域産業ではないのか。

【対応方針案】

- ▶ 地域産業に修正する。

【主なコメント】

■ 革新性

- ▶ 個人的には自治体の関わり方が気になっている。自治体と一緒に活動している時に難しいと感じるのは縦割りであり、もっと横に繋がることができるダイナミックに変化できる気がする。
- ▶ 審査の視点として革新性を前面に出すと、現状の105地域を全て移行させるのは難しい。革新性という審査の視点は無くしたほうが良い。革新性という言葉には、何か目新しい斬新なことをやらなければいけないというニュアンスがある。
- ▶ 新しいものを生み出すと考えるのではなく、今までのITの可能性から、さらに良い価値を提供する、又は新たに登場するニーズに対応する価値を提供することを示すことができれば良い。

【対応方針案】

- ▶ DX推進ガイドラインの定義を参考にしつつ、多くの地方版IoT推進ラボが地域DX推進ラボに移行できるよう、一定の解釈の幅を持たせる表現に修正する。

「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案

論点②選定要件・基準における主なコメント及び対応方針案

【主なコメント】

■ 成果指標の必要性

- ▶ 成果指標をどのように位置付けるかも検討する必要がある。一方、成果の定義が曖昧であることや、始めの段階で明確なゴールを描きにくいこと、多様なステークホルダーがいる中で日々状況が変わることを考えると、必ずしも選定要件には入れなくても良いという考えもある。

【対応方針案】

- 実施計画を作成するのであれば、成果指標の設定も自ずとできると考えられ、また、進捗状況を測るための指標を設定することで、「方向性」の明確化にもつながるため、審査の視点の「方向性」に進捗状況を測るための指標の設定を追加する。

【主なコメント】

■ その他

- ▶ 地方版IoT推進ラボの地域と異なる地域や広域のエリアで認定を取得するケースもあると考える。
- ▶ 審査基準検討を進めることで、DXの定義に関する議論に繋がる。
- ▶ 自治体はステークホルダーであるが事業主体ではない。申請者を自治体に限定しないほうが良いと思う。自治体は承諾書、確認書を出し、責任を持ちながらサポートに回ることができれば良い。
- ▶ ビジョンを作る際に関係ステークホルダーを巻き込むことが重要である。認証を受けるためにペーパーワークとしてビジョンを作るのではなく、ビジョンのオーナーシップを関係主体で議論することが重要である。
- ▶ 地域DX推進ラボを適切かつ創造的に運営・発展させることができる人がいるか否かが大きなポイントである。

【対応方針案】

- 修正事項なし。

「地域DX推進ラボ」への移行プロセス

論点①移行期間を設けることの是非、有効性の有無における主なコメント及び対応方針案

【主なコメント】

- ▶ 地方版IoT推進ラボを残しておく意味はあまりない。地域DX推進ラボの中にレディやライトの様な取組があっても良い。
- ▶ 移行だけではなく、新規の申請も受け付けるべきである。

【対応方針案】

- 地方版IoT推進ラボの併存・廃止については、十分な検討時間をとれなかったため、再度検討する。
- その他修正事項なし。

「地域DX推進ラボ」への移行プロセス

論点②移行にかかる適切な期間における主なコメント及び対応方針案

【主なコメント】

- ▶ 3～5年の移行期間は時代の変化の速さを考えると長すぎる。1～2年で良い。

【対応方針案】

- ▶ 1～2年の移行期間という意見が出たが、十分な検討時間をとれなかったため、再度検討する。

「地域DX推進ラボ」への移行プロセス

論点③移行に際しての手続きにおける主なコメント及び対応方針案

【主なコメント】

- ▶ DXに関するビジョンを設定する必要があるため、単なる手続き変更のみで移行するのは趣旨に反している気がする。地域DX推進ラボの認定を受けたい場合は、もう一度新たな審査が必要である。

【対応方針案】

- 既存の地方版IoT推進ラボに関しても、再審査を実施する意見が出たが、十分な検討時間をとれなかったため、再度検討する。

2.「地域DX推進ラボ」の在り方及び基準案の検討

デジタルトランスフォーメーション（DX）の定義

- 経済産業省におけるDXの定義

“企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、**データとデジタル技術**を活用して、**顧客や社会のニーズ**を基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、**競争上の優位性**を確立すること”

- Transformation = Trans + formation

Trans: 「向こう側へ」を意味する接頭辞。英語圏の慣習で省略の際は”X”と標記

- Change, Alter, Modify 等が類義語だが、どれも、部分的な変化を意味するが、
- **Transformation は完全な変化を意味することがポイント。**

Digitization (単なるデジタル（離散値）化) と
Digitalization (デジタル技術による変革) として、区別されることも。

地域DX推進ラボの暫定案イメージ

- 第1回検討会の内容を踏まえ、**地域DX推進ラボの取組は顧客や社会ニーズに基づいたものであり、最終目的は地域の経済発展だけでなくウェルビーイングの向上を見据えたものであることを、制度の目的に追記した。**
- また、選定の対象となる地域の取組に「地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確保等に資するDX推進のための取組」と記載していたが、制度の目的の内容に既に含まれているため、削除した。

＜地域DX推進ラボの暫定案イメージ（第1回検討会）＞

No.	視点	内容
1	制度の目的	データ・デジタル技術を活用し、地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確保を通じた地域の経済発展を実現する
2	選定の対象となる地域の取組	地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確保等に資するDX推進のための取組 ※地域全体（面）と個別企業（点）の視点で対象を捉える ＜取組の具体案＞ ①新規産業の創出又は現行産業の変革に資する取組 ②地域ユーザー企業の新規ビジネスの創出又は現行ビジネスの変革に資する支援（企業支援の取組）
3	ラボの実施主体	自治体、公的機関、企業、学校、市民等によって構成される組合・団体等
4	経産省、IPAの役割	選定ラボの支援
5	選定された場合のメリット	・「地域DX推進ラボ」マークの使用権付与 ・メルマガ、ラボイベント等による広報支援 ・地域のプロジェクト・企業等の実現・発展に資するメンターの派遣 ・他地域との交流機会の創出



＜地域DX推進ラボの暫定案イメージ（第2回検討会）＞

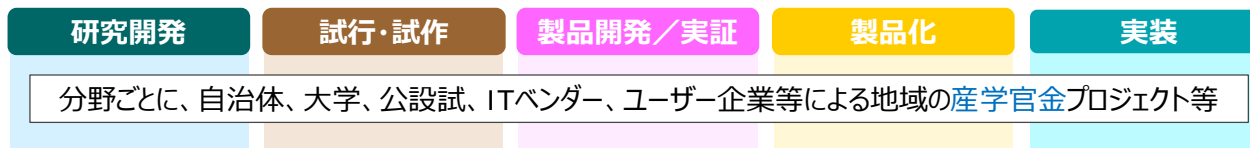
※青字は第1回検討会からの修正箇所

No.	視点	地域DX推進ラボ（暫定案イメージ）
1	制度の目的	データとデジタル技術を活用して、 顧客や社会ニーズを基に 、地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確立、 地域のデータ連携基盤の整備等 を通じて、地域の経済発展と ウェルビーイングの向上 を実現する
2	選定の対象となる地域の取組	地域経済の発展とウェルビーイングの向上を目指す下記①・②のいずれか又は両方に該当する取組 ① 地域の産学官金プロジェクト等 の取組 ② ラボに参画されている地域支援機関等による企業支援 の取組
3	ラボの実施主体	自治体、公的機関、企業、学校、市民等によって構成される組合・団体等
4	経産省、IPAの役割	選定ラボの支援
5	選定された場合のメリット	・「地域DX推進ラボ」マークの使用権付与 ・メルマガ、ラボイベント等による広報支援 ・地域のプロジェクト・企業等の実現・発展に資するメンターの派遣 ・他地域との交流機会の創出 ・中堅・中小企業等のDX優良事例を紹介する「DXセレクション」への推薦資格付与

地域DX推進ラボ選定対象の取組イメージ

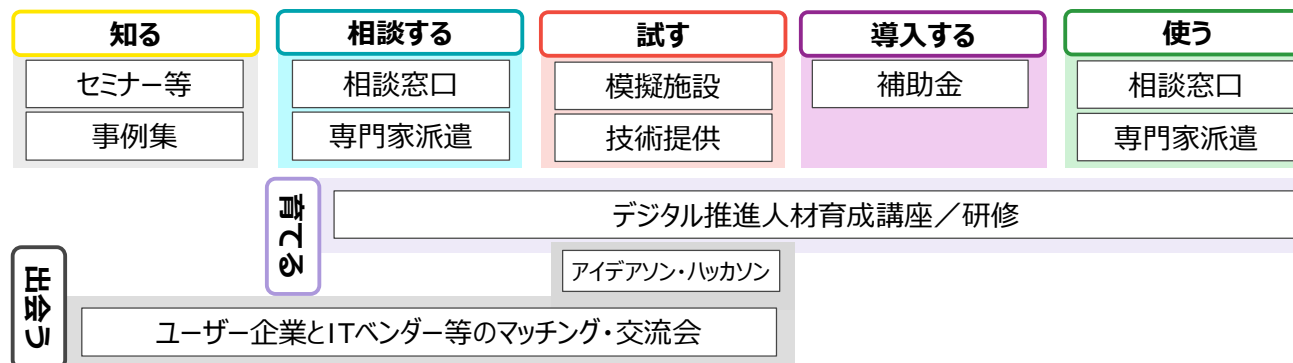
- 地域経済の発展とウェルビーイングの向上を目指す下記①・②のいずれか又は両方に該当する取組

①地域の産学官金プロジェクト等の取組



地域課題の解決／
地域産業の競争優位性の確立／
地域のデータ連携基盤の整備

②ラボに参画されている地域支援機関等による企業支援の取組



地域企業の競争優位性の確立

地域経済の発展とウェルビーイングの向上の実現

地域DX推進ラボの審査の視点(案)

- ▶ 第1回検討会の内容を踏まえ、第1回検討会の審査の視点案における「革新性」を「変革」とし、経済産業省のDX定義の内容を踏まえ、以下の青字の通り修正を行った。その他、「地域性」の視点では、面と点に関する違いを分かりやすくするために注意書きを追記した。
- ▶ 「方向性」の視点に含まれる「プロセス」は、必ずしも初期段階で求める必要がないとのご意見もあったが、ビジョンの変更のみを行うペーパーワークにならないよう、実施計画の作成や進捗状況を測るための指標設定は必要であると考える。

<第1回検討会の地域DX推進ラボの審査の視点(案)>

No.	視点	内容
1	方向性	DXの推進に向けたビジョンや目標、プロセスが明確であること
2	地域性	- 取組内容が下記のいずれか、又は両方に該当すること。 - 地域課題の解決や地域企業の競争優位性の確保等に資するDX推進のための取組であること。 - 地域企業の競争優位性の確保等に資するDX推進のための取組であること。
3	革新性	- 取組内容が下記のいずれか、又は両方に該当すること。 - 新規産業の創出又は現行産業の変革に資する取組であること。 - 地域企業の新規ビジネスの創出又は現行ビジネスの変革に資する支援（企業支援の取組）であること。
4	自治体の積極性と継続性	- 自治体が積極的に運営・協力しており、反復継続を意図した取組であること。 - 経済的にも自立し、リターンを産める取組であること。 「地域DX推進ラボ」を適切かつ創造的に運営・発展することができる人材がいること。
5	多様性と一体感	地域の特徴ある多くの多様な機関（地域の公的機関、大学・各種学校、研究機関、企業・事業者、事業者団体、投資家、ベンチャーファンド、金融機関、市民団体等）が連携または参加している取組であること。
6	その他	以下の取組には審査にあたり配慮します。 - オープンデータを積極的に活用する取組 - デジタル推進人材を育成・確保する取組 - 企業・団体・地域間のデータ連携を創出・促進する取組



<第2回検討会の地域DX推進ラボの審査の視点(案)>

※青字は第1回検討会からの変更箇所

No.	視点	内容
1	方向性	DXの推進に向けたビジョン、<u>実施計画、進捗状況を測るための指標</u>が明確であること
2	地域性	- 地域の経済発展とウェルビーイングの向上を目指す取組であって、下記のいずれか、又は両方に該当すること - 地域課題の解決や地域産業の競争優位性の確立、<u>地域のデータ連携基盤の整備等を目指す取組</u>であること ※<u>地域の産学官金プロジェクト等の取組</u> 2) 地域企業の競争優位性の確立等を目指す取組であること ※<u>ラボに参画されている地域支援機関等による企業支援の取組</u>
3	変革	顧客や社会のニーズを基に、<u>地域産業・企業の従来モデルの変革を目指す取組</u>であること
4	自治体の積極性と継続性	- 自治体が積極的に運営・協力しており、反復継続を意図した取組であること。 - 経済的にも自立し、リターンを産める取組であること。 「地域DX推進ラボ」を適切かつ創造的に運営・発展することができる人材がいること。
5	多様性と一体感	地域の特徴ある多くの多様な機関（地域の公的機関、大学・各種学校、研究機関、企業・事業者、事業者団体、投資家、ベンチャーファンド、金融機関、市民団体等）が連携または参加している取組であること。
6	その他	以下の取組には審査にあたり配慮します。 - オープンデータを積極的に活用する取組 - デジタル推進人材を育成・確保する取組 - 企業・団体・地域間のデータ連携を創出・促進する取組

地域DX推進ラボに申請するために検討すべき事項（案）

①地域が目指すビジョン

- 地域経済の発展とウェルビーイングの向上を実現するために必要となる「地域課題の解決」や「地域産業・企業の競争優位性の確立」等に資する方向性を検討

②ビジョンを実現するための実施計画

- ビジョンを実現するための取組を検討

①取組内容

- A) 顧客や社会ニーズを基に、地域課題の解決や地域産業の競争優位性の確立、地域のデータ連携基盤の整備等を目指す取組

ex) 新規産業の創出又は現行産業の変革に資する取組
【地域の産学官金プロジェクト等の取組】

- B) 顧客や社会ニーズを基に、地域企業の競争優位性の確立等を目指す取組

ex) 地域企業の新規ビジネスの創出又は現行ビジネスの変革に資する支援【ラボに参画されている地域支援機関等による企業支援の取組】

②地域の産学官金プロジェクト等の場合、プロジェクト等がビジネスとして自立化するまでの想定シナリオ

③実施体制・役割分担

- ・事務局、キーパーソン、構成する企業・団体・自治体等

③ビジョン及び実施計画の管理体制

- ビジョン及び実施計画の進捗状況を測るためのアウトカム及びアウトプット指標（KPI）を検討
ex) ○○年までに○○○○○を○件
- ビジョン及び実施計画の進捗状況を管理するための仕組みを検討

＜参考＞地方版IoT推進ラボへのアンケート結果①

- ▶ 地方版IoT推進ラボに実施したアンケート調査の結果、DX戦略・計画の策定状況について、「策定予定なし」と回答したラボが21と最も多く、次いで、「策定済」が19、「今後策定予定」が14になった。
- ▶ 一方で、その内訳を確認してみると、都道府県の場合は、「策定済」又は「今後策定予定」を回答した地域が8割を超えており、DX戦略・計画等を策定する傾向が見受けられた。反対に、市区町村の場合は、「策定予定なし」が過半数を超えた。

回答数：54

質問項目		回答数		
		策定済	今後策定予定	策定予定なし
DX戦略・計画等（行政のDXということではなく、地域産業・社会に関するDX戦略・計画等）を策定していますか？		19	14	21
内訳	都道府県	12	5	4
	市区町村	7	9	17

集計：2022年2月14日時点

＜参考＞地方版IoT推進ラボへのアンケート結果②

- ▶ 地方版IoT推進ラボに実施したアンケート調査の結果、新規産業の創出や変革、新規ビジネスの創出や現行産業の変革に関する取組状況について、「実施済又は実施中」と回答したラボが最も多かった。

回答数：54

質問項目	回答数			
	実施済又は実施中	今後実施予定	実施予定なし	わからない
新規産業の創出に係る取組を実施していますか？	30	8	9	7
現行産業の変革に係る取組を実施していますか？	32	6	9	7
新規ビジネスの創出支援に係る取組を実施していますか？	35	6	5	8
現行ビジネスの変革支援に係る取組を実施していますか？	34	9	4	7

集計：2022年2月14日時点

議論のポイント

論点①地域DX推進ラボの定義・対象

▶ 地域DX推進ラボの暫定案イメージの変更点についてご意見をお願いいたします。

※議論をいただきたい重要なポイント：制度の目的、選定の対象となる地域の取組

＜地域DX推進ラボの暫定案イメージ（第1回検討会）＞

No.	視点	内容
1	制度の目的	データ・デジタル技術を活用し、地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確保を通じた地域の経済発展を実現する
2	選定の対象となる地域の取組	地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確保等に資するDX推進のための取組 ※地域全体（面）と個別企業（点）の視点で対象を捉える ＜取組の具体案＞ ①新規産業の創出又は現行産業の変革に資する取組 ②地域ユーザー企業の新規ビジネスの創出又は現行ビジネスの変革に資する支援（企業支援の取組）
3	ラボの実施主体	自治体、公的機関、企業、学校、市民等によって構成される組合・団体等
4	経産省、IPAの役割	選定ラボの支援
5	選定された場合のメリット	「地域DX推進ラボ」マークの使用権付与 - メルマガ、ラボイベント等による広報支援 - 地域のプロジェクト・企業等の実現・発展に資するメンターの派遣 - 他地域との交流機会の創出



＜地域DX推進ラボの暫定案イメージ（第2回検討会）＞
※青字は第1回検討会からの修正箇所

No.	視点	地域DX推進ラボ（暫定案イメージ）
1	制度の目的	データとデジタル技術を活用して、顧客や社会ニーズを基に、地域課題の解決や地域産業・企業の競争優位性の確立、地域のデータ連携基盤の整備等を通じて、地域の経済発展とウェルビーイングの向上を実現する
2	選定の対象となる地域の取組	地域経済の発展とウェルビーイングの向上を目指す下記①・②のいずれか又は両方に該当する取組 ①地域の産学官金プロジェクト等の取組 ②ラボに参画されている地域支援機関等による企業支援の取組
3	ラボの実施主体	自治体、公的機関、企業、学校、市民等によって構成される組合・団体等
4	経産省、IPAの役割	選定ラボの支援
5	選定された場合のメリット	「地域DX推進ラボ」マークの使用権付与 - メルマガ、ラボイベント等による広報支援 - 地域のプロジェクト・企業等の実現・発展に資するメンターの派遣 - 他地域との交流機会の創出 - 中堅・中小企業等のDX優良事例を紹介する「DXセレクション」への推薦資格付与

議論のポイント

論点②選定要件・基準

- ▶ 地域DX推進ラボの審査の視点（事務局案）について、ご意見を願います。

※議論をいただきたい重要なポイント：修正をした青字箇所、自治体や地域の機関等との連携の視点の必要性等

<第1回検討会の地域DX推進ラボの審査の視点（案）>

No.	視点	内容
1	方向性	DXの推進に向けたビジョンや目標、プロセスが明確であること
2	地域性	- 取組内容が下記のいずれか、又は両方に該当すること。 - 地域課題の解決や地域企業の競争優位性の確保等に資するDX推進のための取組であること。 - 地域企業の競争優位性の確保等に資するDX推進のための取組であること。
3	革新性	- 取組内容が下記のいずれか、又は両方に該当すること。 - 新規産業の創出又は現行産業の変革に資する取組であること。 - 地域企業の新規ビジネスの創出又は現行ビジネスの変革に資する支援（企業支援の取組）であること。
4	自治体の積極性と継続性	- 自治体が積極的に運営・協力しており、反復継続を意図した取組であること。 - 経済的にも自立し、リターンを産める取組であること。 「地域DX推進ラボ」を適切かつ創造的に運営・発展することができる人材がいること。
5	多様性と一体感	地域の特徴ある多くの多様な機関（地域の公的機関、大学・各種学校、研究機関、企業・事業者、事業者団体、投資家、ベンチャーファンド、金融機関、市民団体等）が連携または参加している取組であること。
6	その他	以下の取組には審査にあたり配慮します。 - オープンデータを積極的に活用する取組 - デジタル推進人材を育成・確保する取組 - 企業・団体・地域間のデータ連携を創出・促進する取組



<第2回検討会の地域DX推進ラボの審査の視点（案）>

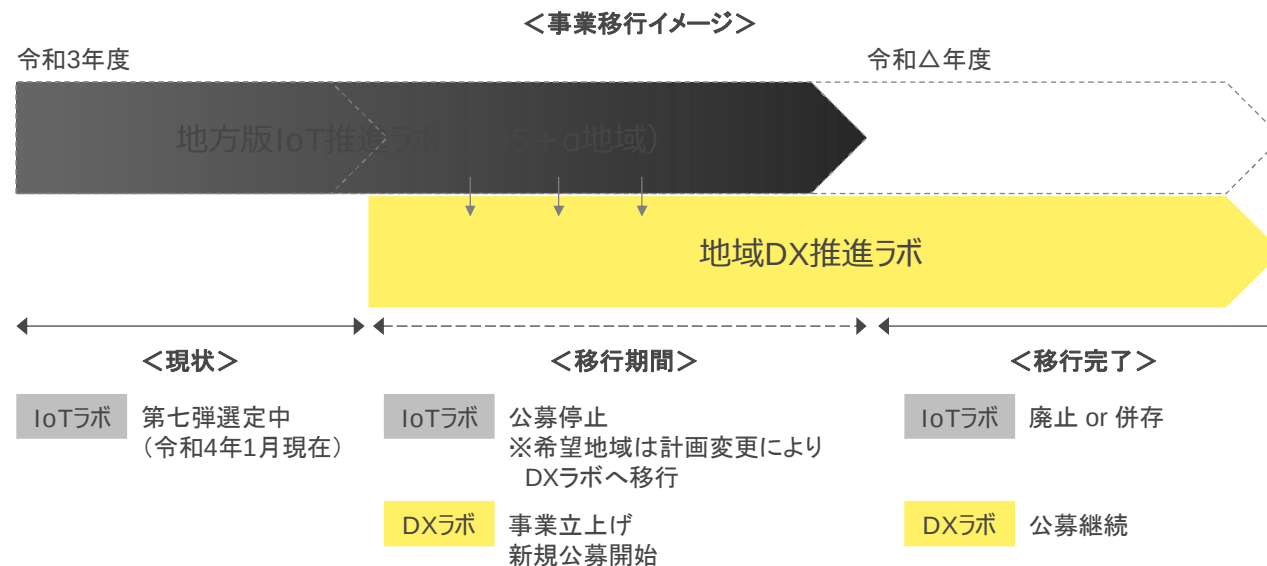
※**青字**は第1回検討会からの変更箇所

No.	視点	内容
1	方向性	DXの推進に向けたビジョン、実施計画、進捗状況を測るための指標が明確であること
2	地域性	地域の経済発展とウェルビーイングの向上を目指す取組であって、下記のいずれか、又は両方に該当すること - 地域課題の解決や地域産業の競争優位性の確立、地域のデータ連携基盤の整備等を目指す取組であること ※地域の産学官金プロジェクト等の取組 - 地域企業の競争優位性の確立等を目指す取組であること ※ラボに参画されている地域支援機関等による企業支援の取組
3	変革	顧客や社会のニーズを基に、地域産業・企業の従来モデルの変革を目指す取組であること
4	自治体の積極性と継続性	- 自治体が積極的に運営・協力しており、反復継続を意図した取組であること。 - 経済的にも自立し、リターンを産める取組であること。 「地域DX推進ラボ」を適切かつ創造的に運営・発展することができる人材がいること。
5	多様性と一体感	地域の特徴ある多くの多様な機関（地域の公的機関、大学・各種学校、研究機関、企業・事業者、事業者団体、投資家、ベンチャーファンド、金融機関、市民団体等）が連携または参加している取組であること。
6	その他	以下の取組には審査にあたり配慮します。 - オープンデータを積極的に活用する取組 - デジタル推進人材を育成・確保する取組 - 企業・団体・地域間のデータ連携を創出・促進する取組

3.「地域DX推進ラボ」への移行プロセスの検討

地方版IoT推進ラボから地域DX推進ラボへの移行案

- ▶ 地方版IoT推進ラボ（以下IoTラボ）から地域DX推進ラボ（以下、DXラボ）への移行にあたり、既存のIoTラボ選定地域（105地域＋第七弾選定中）の取扱いについて整理を行う必要がある。
- ▶ 前議事にて検討のように、DXラボの目的や選定基準はIoTラボとは異なるため、既存のIoTラボに選定された地域については、DXラボの選定基準に即して計画変更のプロセスを経てDXラボに移行してもらうことが望ましく、そのためには一定の移行期間を設ける必要があると考えられる。



＜参考＞地方版IoT推進ラボへのアンケート結果③

- ▶ 地方版IoT推進ラボに実施したアンケート調査の結果、地域DX推進ラボへの移行希望について、「現時点では分からない」と回答したラボが28と最も多かったが、次いで「すぐに移行したい」が20と多かった。なお、「移行したくない」と回答したラボはいなかった。

回答数：54

質問項目	回答数				
	すぐに移行したい	数年後に移行したい	移行したくない	現時点ではわからない	無回答
地方版IoT推進ラボから地域DX推進ラボへの移行希望はありますか？	20	3	0	28	3

集計:2022年2月14日時点

議論のポイント

論点①: 移行期間を設けることの是非、有効性の有無

- 既存地域の混乱の回避
- 一方で、外部からみたわかりにくさが発生
⇒IoTラボとDXラボの両事業の差異について説明できれば併存は可能か

論点②: 移行にかかる適切な期間

- 数年内に既存選定地域がDXラボに移行可能か(3~5年程度の移行期間が必要か)

論点③: 移行に際しての手続き

- 例えば
 - ・計画変更手続きの提出のみ
 - ・変更計画書をもとに再選定のための審査実施
 - ...

等

5.4 別添資料 4 第 2 回検討会議事要旨

別添資料 4

第 2 回地域 DX 推進ラボの在り方等に関する検討会 議事要旨

【開催概要】

日時：令和 4 年 2 月 24 日（木） 15:00-17:00

場所：オンライン開催（Teams）

出席者：川島座長、大島委員、岡田委員、高橋委員、舘田委員、野中委員、村上委員、藻谷委員、山川委員

事務局：経済産業省商務情報政策局情報技術利用促進課、独立行政法人情報処理推進機構、EY 新日本有限責任監査法人

【議事要旨】

1. 開会

経済産業省情報技術利用促進課大西室長より開会挨拶

- 第 1 回検討会では制度の目的の議論の中で、ウェルビーイングを視点に入れるべきとのご助言をいただいた。いうまでもなく、デジタル化は、あくまで一手段であり目的ではない。単にデジタル化をしたから皆が幸せになるわけではなく、そこで活動する人がデジタル化という手段を梃子に各々が自分事として覚醒して、互いに協力しあって、幸福という価値を追求しないと得られない。その意味で、DX ラボという新たな座組を活用して、ウェルビーイングという視点を持って、各地域が掲げた目標を達成する様な取組にしていけたら良いと思う。

川島座長より挨拶

- できる限り自由に活発な意見交換をさせていただきたい。そのため、前回と同様、発言者を公表しないルールであるチャタムハウスルールを導入したい。DX 自体を追求するよりも各地域の幸せの形を各々が自分事として考えていけるような議論をし、様々な関連する組織、主体を巻き込んで、多様な意見により、新しい価値をデジタルの力で生み出していただきたいと思っている。

2. 事務局説明

「資料 2」に基づく本検討会の趣旨説明

- 第 1 回検討会と同様、議論は大きく 5 つの論点に分けて実施する。①地域 DX 推進ラ

ボの定義・対象、②選定要件・基準、③移行期間を設けることの是非、有効性の有無、④移行にかかる適切な期間、⑤移行に際しての手続き。第 1 回検討会で出た意見を踏まえ修正を加えたこれらの各論点について再度議論を行う。

3. 自由討論

「地域 DX 推進ラボ」の在り方及び基準案の検討

論点 1：地域 DX 推進ラボの定義・対象

- 制度の目的にデータ連携基盤の整備という文言を追加した背景は分かるが、地域経済の発展とウェルビーイングの向上のためにデータ連携基盤の整備を行うという流れは繋がりが弱く、自治体の中では理解がされ難いと思っている。
- 制度の目的にデータ連携基盤の整備という文言を追加したのは、政府が主導するデジタル田園都市国家構想において政府全体として推進する中で、地域 DX 推進ラボにおいても推奨しているという理解であるが、必ずしもデータ連携基盤の整備をやらなくてはならないということではなく、記載方法や説明方法を考えるべきであると思う。
- 制度の目的にはデータ連携基盤の整備という文言を入れるべきではないような気がしている。自治体がデータ連携基盤の整備をしていないので、田園都市国家構想では言及をされているのかと思うが、DX 推進ラボはデジタル社会の中の一つであり、データ連携基盤の整備は必ずしもラボの仕事ではない気がしている。自治体が手を挙げる事や参画することが条件なのであれば、自治体の担当者は地域 DX ラボの申請を控える可能性がある気がした。
- 資料 2 では、あくまで「整備等を通じて」という書き方をしており、データ連携基盤の整備は必ずやらなければいけないことではないと思う。あくまでも例示という扱いであるので、公募要領では分かりやすく丁寧に書いていただく必要がある。
- データ連携基盤の整備というとハードを作るイメージがあるが、繋げるための体制やルールを作ったりすることも含まれると思う。
- 申請される自治体にとって必須要件であると誤解を与えないよう、文言を調整いただきたい。勿論、ハード面の取組もやっても良いと思うが、政府全体の整合性を損なわないような形で表現を修正していただければ良い。
- 地域 DX をどのように実現しようとしているかのイメージが湧かない。資料に書くかどうかは別にして、事務局内で理解・認識をしておく必要があると思う。企業の DX をどのように進めるのか、自治体の DX をどのように進めるのか、そこで得られた成果を地域にどのように広げるのかという 3 つの観点の説明が必要であると思っているが、現状の記載内容は抽象的で良くわからない。
- 今までの IoT 推進ラボも自由度が高期中、地域の人が考えて申請をしてくるような部分があったため、活動内容やプロセスを整えすぎると地域の中での自由度が低くなる可能性がある。

- 今回の地域 DX 推進ラボに自治体の DX が入るのかを明確にした方が良い。
- P25 の地域 DX 推進ラボの実施主体は、ラボの構成メンバーを指すのか、ラボの中でも中核的なものなのかが少し分かりにくい。ラボの構成メンバーの中に、自治体が必ずいなければならないのか、あるいは自治体+企業が必須なのかということについて、何かクリアなイメージがあるのであれば、明確に書いても良いと思う。
- 地域 DX 推進ラボの実施主体は、自治体の役割が全体のコンソーシアムを組成し、企業に対して信用を付与し、実験フィールドを提供する等、様々な支援をすることが考えられると思うが、それぞれの役割の記述がない。自治体には多様な主体を連携させる信用力があり、企業はその信用の付与によって、外注企業や連携企業に対するコミュニケーションコストが下がるので、その様な役割に関する具体的な記述があった方が良いと思う。
- P25 は、地域 DX 推進ラボの「実施主体」と記載するのではなく、「構成メンバー」にした方が良い。

論点 2：選定要件・基準

- P26 の地域性の中に記載されている※の位置づけが分かりづらい。1)と 2)の※に記載されている「ラボに参画されている地域支援機関等による企業支援の取組」は 1)とは無関係なのか、関係があるのかが気になる。「地域の産学官金」に地域支援機関が入っていると P26 の 1)に応募してはいけないという印象を与えることになるので、何か表現の工夫があると良い。
- 地域 DX 推進ラボの「実施主体」を「構成メンバー」とすると P26 の自治体の積極性と継続性について、自治体が構成メンバーになった場合はどうなのか、自治体が積極的に関わらないケースは出てくるのかなという点が気になる。
- 色々な立場の組織の方が構成メンバーになると、同じ地域課題やテーマを持ち、離れた自治体が連携して取り組むこともあると思う。また、企業の競争優位性を考えて営業範囲や商圈を考えると行政圏を超える可能性があると考えられる。
- 応募要領の中に地域間の連携申請は可能であるということを書いていただければ良い。

「地域 DX 推進ラボ」への移行プロセスの検討

論点 1：移行期間を設けることの是非、有効性の有無

- 資料 2 の参考に掲載されているアンケート結果では、移行したくないと回答したラボが 0 だったことを踏まえると、総論として地域 DX 推進ラボの制度化に賛同を得たものと理解する。
- アンケートでは、まだ地域 DX ラボに移行するか分からないと回答した団体がいるが、逆に IoT 推進ラボをこのまま継続する気があるのかという聞き方も必要であると思う。そもそも IoT 推進ラボの活動をされているのかどうかという点が DX に移行するかど

うかに関係してくると思う。

- 移行期間は必要だと思う。
- 華々しく申請団体を集めたいのであれば、この資料とは別に申請するメリットについても一段検討して、ブレイクダウンした資料を見せる必要があると思う。

論点 2：移行にかかる適切な期間

- 数年後に移行したいと考える団体もあるかと思う。自治体は産業部門とデジタル部門が別の部門であるケースが多いため、いきなり移行するのは難しいと考えている。そのため移行期間は少なくとも 2～3 年は担保する必要があると思う。
- DX 推進ラボに変わるということを公表してから少なくとも 2 年間くらいは移行期間があった方がよい。
- 移行の期間については、3 年は必要ないと思う。
- 移行期間は 2 年くらいが最長であると思う。

論点 3：移行に際しての手続き

- 選考の仕方について、書類だけでは読み取れないことがたくさんあり、面接をしてみて知らなかったバックボーンや素敵な資源を持っていることに気づくケースもある。書類選考だけではなく、審査委員が少しでも話を聞いてあげると、逆に良いアドバイスができるのではないかなとも思う。
- 移行する際にただ書類変更するだけで良いのではなく、内容をしっかりと把握し IoT から DX に変わっているということを確認できる形で審査を行うことが必要である。
- 移行の手続きについては、面談をして本当にやるのかを確認する必要があると思う。
- 提出してもらう書類は、横並びで比較ができる様、新規に応募してもらう方と同じ書類にした方がよい。加えて、IoT 推進ラボの認定を受けている場合は、現在の活動状況や課題も追加で聞くようにするとよい。
- IoT 推進ラボと DX 推進ラボの基準や性質、目的の違いを明確にして、その差分がどこかということに移行したいと考えるラボには明示していただくことが必要かと思う。
- やる気がない地域が入っていると全体の質を下げる可能性があるので、フィルタリングの精度が甘いままになってしまうと危ない。必要要件については面談に基づいてしっかりと実施能力とクオリティを確認する必要があると思う。
- 実態は自治体の幹部もしくは若手の中にやる気のあるキーパーソンが数名いて、そういう人がなんとか手を挙げたいと思って申請してくるケースが上手くいく。コンソーシアムの要件を軽めに設定し、前広に拾うというような運用をされることをお勧めしたい。
- IoT は個別の技術を使って生産性向上する技術志向であると思うが、DX は意識改革の話でレベル感が異なるかと思うので、応募の際に丁寧な説明が必要である。DX は良く

わからない、何からやっていいのか分からないという思う人も多いので、低めのところからスタートする人も上手くすくい上げるスキームにすると良い。

- 自治体が出している DX 計画を読むとほとんどが自治体内部の改善になってしまっており、地域を巻き込んだ DX 推進計画はあまり読んだことがないので、この事業をきっかけに自治体職員の目が外に向くと良い。

4. 閉会

川島座長よりまとめ

- 地域での新しい価値を生み出し、問題解決をするというビジョニングの議論に多くの方々を巻き込んで、深い議論をしないと実際のトランスフォーメーションが起こるはずがない。バックキャスト的にビジョニングの議論を各ラボにはしていただく必要がある。本検討会は限られた時間だったが、皆様には自由なご意見をいただけたと思っている。DX という言葉自体が抽象的で宙に浮いているところがありながらも世界は DX にアテンションを向けているので、そのアテンションを上手く政策に繋げ、地域に変化を起こしていければ良いと経済産業省には期待をしている。皆様のご意見がこのプロジェクトに生きていくことを期待しており、審査員になるのであれば、本日のエネルギーを申請者にも伝え、多くの方々が地域で活躍されるように努力をしていければと思っている。

藤田大臣官房審議官 IT 戦略担当より閉会挨拶

- 今日いただいたご意見を踏まえ、地域の産業振興、ウェルビーイングの向上に寄与するように地域の皆様と対話をして進めていきたいと思っている。本日の議論にもあった通り、キーパーソンの有無は大きなポイントだと思う。今後は各地域の皆様の話を聞き、相談に乗りながら進めていきたいと考えている。地域 DX 推進ラボは、補助事業ではない珍しい事業であると思っている。各地域の創意工夫で自主的な取り組みと相乗効果を発揮し、豊かな地域社会に役立って喜んでもらえるように今後とも皆様と共に取り組んでいきたいと思っている。

お問合せ先

商務情報政策局 情報技術利用促進課

電話：03-3501-2646

FAX：03-3580-6073

【調査担当者】

(受託) EY 新日本有限責任監査法人

中務 貴之	アソシエイトパートナー
池田 宇太子	シニアマネージャー
入山 泰郎	マネージャー
貝 蕾	シニア
森川 岳大	スタッフ

令和３年度産業経済研究委託事業（デジタル技術等を活用した育児支援サービス
（B a b y – T e c h 等）の普及可能性等に関する調査）

報 告 書

２０２２年３月

（委託）経済産業省

（連絡先：経済産業省商務情報政策局情報技術利用促進課）

東京都千代田区霞が関１－３－１ 電話：03-3501-2646

（受託）EY 新日本有限責任監査法人

FAAS 事業部 CCaSS（気候変動・サステナビリティサービス） 国際公共チーム

メールアドレス：ey.gps@jp.ey.com