

チャレンジ！！オープンガバナンス 2019 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注1)	No.	タイトル	自治体名
	7_1/1_1	ユニバーサルデザインの考え方による、 誰にでも使いやすく役に立つ行政システムの組み立て	中野区
アイデア名 (注2) (公開)	自治体マーケティング課題への取り組み -LINEを使った地域情報コミュニケーションシステムの開発プロジェクト-		

(注1) 地域課題タイトルは、COG2019 サイトの中に記載してあるエントリー自治体 (連合) が掲げる地域課題を記入してください。

(注2) アイデア名は各チームが応募されるアイデアにつけるものです。アイデアにふさわしい名前を付けてください。

1. 応募者情報

チーム名 (公開)	Machigraphy Lab. (Code for 中野)	
チーム属性 (公開)	<input checked="" type="radio"/> 1. 市民によるチーム	
メンバー数 (公開)	14 名	
代表者情報		飯沢 邦之
メンバー情報	氏名 (公開)	岩崎光幸
		田島逸郎
		千種芳幸
		熊野壮真
		平田祐子
		岡村慎也
		坪田祥宜
		青木大
		永見英光
		相川梓
		丸茂 亜砂美
		鈴木 さとこ

(注意書き) ※ 必ず応募前にご一読ください。

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2019_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2019 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。 admin_padit_cog2019@pp.u-tokyo.ac.jp

<応募内容の公開>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者と公開に同意したメンバー氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 公開条件について：

「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示-非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。

(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)

4. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません)

5. この応募内容のうち、「3. 自治体との連携」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。

<知的所有権等の取扱い>

6. 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様をお願いします。
7. 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

<チームメンバー名簿>

チームメンバーに関する情報を最終ページに記載して提出してください。（2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。）

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容、(2) アイデアの理由、(3) 実現までの流れ、の三項目に分けて記入してください。

必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、課題解決のために、何をやる社会的なサービス（活動）なのか、をわかりやすく示してください。これが将来実現した場合、魅力的で新規性があり、実践したり、活用したくなる、そしてその結果として、課題が解決される、そんなワクワク感のあるアイデアを期待します。2ページ以内でご記入ください。

<応募チームとして解決したい課題>

- ・住民へ適切に情報を届けたいという自治体の Web（IT）技術を用いたマーケティング課題への取り組み
- ・住民目線でのアプリ開発（自治体サービスデザイン導入の取り組み）

<解決アイデアの内容>

自治体マーケティング課題への取り組みについて

中野区では区報、web サイト、Facebook アカウントなどのメディアを用いて行政サービスを区民へ伝えているが、本来伝えたい相手に対して情報を適切に届けられていないという課題感がある。LINE アカウントが行政で無償化されたことを背景に LINE アプリの開発を区民団体と自治体職員が協業して取り組む。

適切な情報設計について

Web サイトなどもサービスごとに運営されており、区民が必要とする情報にたどり着くまでには複数の web サイトがあり、情報が分断されていたりする。近年 SNS が普及したこともあり、利用者の web サイトへの流入導線も変わっているという背景もある。LINE を起点とした情報導線を設けることで、欲しい情報までのアクセスをわかりやすくする情報設計を行う。

住民目線でのアプリ開発について

住民目線でのアプリ開発は中野区住民への定性調査、定量調査などから得られた結果をもとに設計を行い、仕様策定を行う。また調査手法、デザイン設計についても、職員と勉強会などを定期的の実施しながら、自治体職員がサービスデザインの手法を得られるように職員と伴走しながらプロジェクトを推進する。

具体的には公開したアプリのユーザーテスト、アプリの機能や文章のライティングについての利用者のコンテキスト理解、他の自治体の利用例などからの分析、すでに公開されている自治体 LINE アプリの民間企業の利用実態のオープンデータの分析などを実施し、要件定義に役立てる。

継続的なシステム開発への試み（アジャイル開発導入の取り組み）について

行政のシステム開発は一般的にウォーターフォール型の開発が一般的であり、費用対効果や住民からのニーズに柔軟に対応しながら実装を継続的に行うアジャイル手法を用いた開発は行政のシステム開発では難易度が高いとされている。中野区内のプロボノ団体と中野区職員が協業をして、トライアンドエラーをしながら、プロジェクトを推進することで継続的開発に取り組む。

アジャイル開発、スクラムなどの勉強会の実施、サービスデザイン勉強会の実施、ユーザー調査の実施などをプロジェクト内で実施する。サービスデザインの具体的な仕様策定までのフローも職員と進めることで、自治体がサービスデザインの手法を得られる機会とする。

リリース後の改善と追加機能の実装について

リリース後は利用実態を分析し、機能改善や追加の要件定義を行いながら実装開発を実施する。
また定量的な事実をもって、機能追加や改善を行い、PDCA サイクルを効果的に回す。

自治体職員の web(IT)マーケティング技術の習得支援

LINE アカウントの運用を実施するにあたり、プロボノ団体が利用方法について運用や調査の支援を行う。

(2) アイデアの理由（公開）

このアイデアを提案する理由について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ2ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類の数値データやアンケート・インタビューなどの資料や関連の計画、既存の施策などの定性データのことを総称します。データは出所を明らかにしてください。

「当初予算の概要」から見るユニバーサルデザイン・サービスデザインへの構想

中野区の「自治体からの課題」の趣旨は、ユニバーサルデザインと、住民のニーズに即したサービスデザインである。これらの課題は区民の現在の生活に密接であるため、これに区と連携して取り組むには、長期的な計画だけでなく、現在どのような課題があり、それに対してどのように取り組んでいるかという視点が必要である。

このため、本年度の中野区の予算に注目した。予算の体系を見ることで、現在の課題と解決策を俯瞰できるためである。特に、「令和元年度 当初予算の概要(<https://www.city.tokyo-nakano.lg.jp/dept/102000/d026880.html>)」では各予算の内容について簡潔にまとめられているため、本資料を分析した。

まず、中野区には即座に対応する必要のある「喫緊の課題」が存在する(8p)。その中には「妊娠・出産・子育てトータルケア事業の推進、区立学校の体育館冷暖房化などの教育施設環境の改善やICT教育環境の充実、地域の防災・安全の推進など」が含まれている。

これらの「喫緊の課題」への具体的な取り組み、特に区民に関係のある取り組みを見る。「子ども教育費」だけでも様々な取り組みがあり、インフラの充実、人材や組織への支援から、新規の事業や施設の立ち上げ、助成金など新規区民サービスの提供などが見られる。

その中でも情報を通じた支援のデザインについて検討すると、例えば助成金などの区民が自発的にアクションを取らなければならないサービスは、実際に利用された方が良い。しかし、情報の存在を知り、実際に情報を得ようとし、最終的にサービスを受けるに至るには手間と時間がかかる。特に、現在区民が抱える課題は時々刻々と変わっていくため、それに応じて施策も変わっていく。その中で最新の課題に応じた施策をすぐさま利用してもらうということは難しい。

これをユニバーサルデザインの観点で捉えると、情報を伝えるという広報の視点を超えて、当たり前のように手元に情報が存在している状態が理想である。そして、それが実現したならサービスデザインのあり方をも変えるだろう。

LINE の利用実態と提供サービスのターゲットについて

公開時の対象はこどもがいる主婦層をターゲットとしてアプリ開を行う。LINE の利用実態が子育て世代については8割が利用しているという背景があり、利用者の中ではLINE の利用率が高い。20代や学生などの層もLINE の利用率は他の層に比べて高いが、そもそも行政サービスには関心が薄いのではないかという仮説に基づき、サービスを提供した際に最も効果が高い属性をこどもがいる主婦層とした。

ソーシャルメディアの利用状況

総務省 特集 人口減少時代の ICT による持続的成長

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd142210.html?fbclid=IwAR2Vu1gy7SJ6jNz0Af2B8npK5C2FxoP-Mh7hlN-xld_aDXlLag5R-uIuBTY

ALBELT 自治体における AI チャットボットの普及に向け、オープンデータ化について報告書を公開

https://www.albert2005.co.jp/release/201906/26_140039.html?fbclid=IwAR0puDOU4hHwkcx0WK0xIDOpTlRxwoVf6E4EWCcxfWAZHHLp4OxUF3-Y-UM

Gajax 主要 SNS ユーザー数データ

<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-30833/>

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを実現する主体、アイデアの実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）の大まかな規模とその現実的な調達方法、アイデアの実現にいたる時間軸を含むプロセス、実現の制度的制約がある場合にはその解決策等、アイデア実現までの大まかな流れについて、2 ページ以内でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

プロジェクトを推進するチームの構成

UX デザイナー、エンジニア、AI ソリューション提供企業社員、地域企業の代表者などのプロボノ支援者、中野区在住のママ団体、中野区職員各担当者など。

原資について

プロボノ団体の支援により実現するため、必要となる原資はユーザーインタビューなどを実施する際の住民への報酬などである。数万円の少額のみしか必要としないため、社団法人の研究費として調査費用を捻出する。

プロジェクトそのものが過去に事例としてないため、サーバー契約など具体的に必要になるサービスの契約方法などをどのように調整するかが課題となる。

プロジェクトの運営について

これまでの経緯と今後のスケジュール

2019 年

8 月 COG プロジェクトの発足とキックオフミーティング

8 月中 提案内容の検討

9 月-10 月 提案内容のテーマについての協議

10 月 中野区参加職員の調整開始

12 月 中野区参加職員を交えたプロジェクトの説明

現在 COG 提出

2020 年

1 月 開発ミーティング、アジャイル勉強会、サービスデザイン勉強会、開発要件定義開始、質的調査の実施

2 月 公開時の機能実装開発

3 月 リリーステスト、ユーザーの実施

4 月 行政内での公開確認

5 月 リリース、時期実装機能検討

月 2 回の定例ミーティングの実施



