

No. 26

情報政策

岩手県 釜石市

庁内データ利活用のためのプラットフォーム構築

取組の背景

◆ 課題

庁内には市民アンケート結果等 EBPM に有用なデータが多数蓄積されているが、部局横断的に活用する仕組みが無いことに加え、データはオンプレサーバに保存されているため分析ツール等との連動が難しい状況であった。

◆ きっかけ

DX 基本計画において、情報共有基盤の構築が施策に位置付けられ、EBPM を行う必要があることに加え、計画策定のプロセスで庁内に存在する利活用されていないデータ量が可視化されたことがきっかけとなった。

◆ 発案者

釜石市総合政策課 DX 推進室

取組の内容

◆ 目的

利活用のためのデータのクラウド化と、データから得られる統計情報を可視化し EBPM につなげることを目的とした。

◆ 概要

始めに、庁内で保有するデータを部局横断的に活用するためのプラットフォームを構築した。

次に、データ利活用の先行取組として、「釜石市 AI チャットボット」システムに蓄積される応答データとプラットフォームを連携させ、自動で可視化する仕組みを構築した。

可視化した項目は以下の項目とおりであり、職員は市民からの質問の傾向を迅速かつ簡単に把握することが可能になった。

これにより、AI チャットボットの回答精度の向上の対策だけでなく、市民からの質問の傾向とその内容を確認することで、職員誰もがリアルタイムに市民が必要としている情報を知ることができ、それを基にした EBPM の実行につなげることが可能となった。

今後は、この仕組みを横展開させプラットフォームにあるデータを順次可視化し、直感的に把握できるようにすることで庁内で利活用可能なデータの整備を行いたい。

【可視化した項目】

- ◆ 質問数と回答状況
- ◆ 質問があった曜日
- ◆ 質問があった時間帯
- ◆ 質問が多いカテゴリ TOP10
- ◆ 質問が多い表題 TOP10
- ◆ 質問に回答できなかった表題 TOP10

◆ 利用したデータ

釜石市 AI チャットボット応答データ

◆ 統計データを利活用したことによるメリット

市民が「AI チャットボットに何を質問しているか」を庁内プラットフォームで直感的に分かる形で可視化したことで、各課で概要を把握するために要する時間を削減するとともに、市のホームページや AI チャットボットの応答内容を分かりやすく修正することができた。また、今後この仕組みを横展開することで、庁内の様々なデータを可視化することが可能となる。

◆ 体制

- ◆ 釜石市総合政策課 DX 推進室
- ◆ 委託業者

◆ 経費

市役所電子化推進業務委託料 22,330 千円

取組の効果・成果

- ◆ 庁内の様々なデータが可視化されることで、庁内にあるデータを横断的に組み合わせて利活用することが容易になる。
- ◆ 職員誰もがリアルタイムに市民が必要としている情報を知ることができ、その情報を基にした EBPM の実行につながる。

今後の予定

今後進めていくデジタル化・DX 推進の中で、導入する様々なツールを同様に組み合わせることで、各システムのデータを一か所に蓄積・データ同士を連携させ、更なる有益なデータを生み出すような運用を行っていく。また、クラウドのメリットを生かして、蓄積するデータを可能な限りオープンデータ化するとともに、生成 AI 等新たなソリューションとの連携も視野にした EBPM の推進や市民の利便性向上を図りたい。

本取組を他の地方公共団体で取り入れる場合の難易度や注意点

本システムは多くの地方公共団体が導入しているアプリ等を組み合わせて構築しているため、他地方公共団体への横展開は容易であると思われる。一方で、データの保存先がパブリッククラウドになるため、LG-WAN をメインネットワークにしている場合は構成に工夫が必要であるとともに、クラウドに保存している情報資産を見極める職員のリテラシー向上に留意する必要がある。

関連ページ

<https://www.city.kamaishi.iwate.jp/docs/2023022400038/>（令和5年 10 月 25 日時点）

担当部署

釜石市総務企画部総合政策課 DX 推進室

No. 27

情報政策

兵庫県

オープンデータを可視化する県勢ダッシュボードの公開

取組の背景

◆ 課題

本県では、令和5年6月末現在、9分野680データセットのオープンデータを公開しているものの、県民に対する県勢情報の発信が十分できていない。

◆ きっかけ

兵庫県ではオープンデータの公開に積極的に取り組んでいるが、県民におけるオープンデータの活用をより推進する方法はないか模索していたところ、DX関係のセミナーでBIツール等のオープンデータ可視化事例について知り、調べた結果、職員でもできる難易度であったため

◆ 発案者

兵庫県企画部情報政策課

取組の内容

◆ 目的

県勢データを可視化することにより、県民が分かりやすく県の情報を知ることができるとともに、新たなサービスやビジネスへの活用、初等中等教育での利用等、地域の課題解決につなげたい。

◆ 概要

統計データをBIツール等を利用し、県民に分かりやすく可視化し発信。また、データソースをオープンデータとして公開している。

◆ 利用したデータ

◆ 県政ダッシュボード

将来推計人口、県人口、交通事故状況、特定健診結果、兵庫県死亡統計指標等

◆ 行政データダッシュボード

行政手続オンライン化実施状況、キャッシュレス導入状況、電子決裁実施状況、在宅勤務実施状況

◆ 発熱等外来対応医療機関マップ

新型コロナウイルス感染症等の診療・検査を行う医療機関のデータ

※今後公開ダッシュボード化するデータはさらに拡大予定

◆ 統計データを利活用したことによるメリット

兵庫県ではデータ形式等が整備されている統計データが多く、BIツール等での処理が容易であった。

◆ 体制

兵庫県庁内の各所管課からデータ入手し、情報政策課においてBIツール等を用いてダッシュボード化

◆ 経費

BI ツールライセンス料:210 千円/年

取組の効果・成果

数字の羅列だけではわかりにくい県勢データが、直感的にわかりやすい形で「見える化」されるとともに、地域の現状分析や課題発見などに活用されることが期待される。

今後の予定

県内市町別の人口データや経済データをはじめ、地域創生戦略を推進する上で重要なデータを、順次ダッシュボード化していく。

本取組を他の地方公共団体で取り入れる場合の難易度や注意点

データ処理、個人情報保護の観点から、一定のデータリテラシーを習得することを推奨する。

関連ページ

<https://web.pref.hyogo.lg.jp/kk26/dashboard.html>（令和5年 10 月 30 日時点）

https://web.pref.hyogo.lg.jp/kk26/johoseisaku/gyousei_dashboard.html（令和5年 10 月 30 日時点）

担当部署

兵庫県企画部情報政策課企画班

No. 28

情報政策

長崎県

「つながる長崎」データ連携基盤整備事業

取組の背景

◆ 課題

長崎県は、国よりも早く、2025年に老年人口のピークを迎え、2040年には生産年齢人口が5割を切ることが予想されている。そのため、労働力不足や地域コミュニティの衰退といった地域社会課題の顕在化が懸念されている。

◆ きっかけ

市町ごとにデジタル化推進への温度差があり、このままだと10年後、20年後に相互に連携する努力労力は相当なものになる。そこで、データ連携基盤の事業を進め、各市町が将来同じようにデータを集められるようにというコンセプトで進めることになった。

◆ 発案者

長崎県デジタル戦略課

取組の内容

◆ 目的

県と市町、民間が連携し、県内の多種多様なデータを利活用することにより、地域課題の解決や新サービスの創出等を図り、住民の豊かで質の高い生活の実現及び県内各地における産業振興を目指す。

◆ 概要

データ連携基盤を活用し、以下の3つのサービスを提供

① ながさきデータマップ(ダッシュボード)

地域住民向けに防災分野(避難所情報、ハザードマップ、雨量・河川水位等)、観光分野(観光施設情報等)のデータをダッシュボード(地図)上に表示し公開

② ながさき API カタログサイト

連携したデータを API として主に民間事業者向けに公開

③ Tableau(分析ツール)

データ連携基盤に連携したデータ(一部)を可視化・分析しやすいデータとしてインターネット上の分析ツール環境に公開

◆ 利用したデータ

ハザードマップ、指定緊急避難場所・指定避難所、観光・公共施設、気象データ、交通機関情報、雨量・河川水位情報、人流データ、県観光統計データ

◆ 統計データを利活用したことによるメリット

県民の安全安心の確保に向けた防災分野や、本県の主要産業である観光分野のデータを拡充し、基盤の活用性を高めた。

◆ 体制

長崎県と長崎県内全 21 市町一体で進めている。県内の企業や本県に進出いただいている企業、地元の金融機関、農業・水産・商工など様々な業界団体や有識者、県内 21 市町に「ながさき Society5.0 推進プラットフォーム」に参画いただき、協議を進めている。

◆ 経費

令和 5 年度当初予算 38,480 千円
内訳 運用保守費 13,200 千円
API 開発費 20,000 千円
人流データの提供 5,280 千円

取組の効果・成果

- ◆ 県・21 市町のオープンデータ数 約 3,700 件（令和 5 年 12 月現在）
- ◆ 令和 4 年 4 月～令和 5 年 9 月ながさきデータマップ 約 11,000 13,000 アクセス
- ◆ 令和 4 年 4 月～令和 5 年 9 月 API カタログサイト 約 1,600 アクセス

今後、データを活用したサービスの創出が期待される。

今後の予定

様々な分野におけるデータ連携の拡充・民間事業者データのオープン化についての協議・パーソナルデータの活用に向けた個人認証等の機能拡張の検討

本取組を他の地方公共団体で取り入れる場合の難易度や注意点

API 連携によってサービスや他都市 OS との柔軟な連携が可能

関連ページ

<https://www.pref.nagasaki.jp/bunrui/shigoto-sangyo/johoka-it/link-nagasaki/>（令和 6 年 1 月 5 日時点）

担当部署

長崎県企画部デジタル戦略課

No. 29

広報 PR

山梨県

インフラ魅力広報プロモーションの効果に関する分析手法の立案

取組の背景

◆ 課題

広報プロモーションが及ぼす影響や、その効果を定量的に把握したいが、的確に把握する方法が確立されていない。

◆ きっかけ

ビッグデータから施設来訪者数(人流の状況)が把握できるようになり、これらのデータを活用した統計分析を行うことにより課題の解決を試みようと思った。

◆ 発案者

山梨県県土整備部都市計画課景観まちづくり室 弦間重彦

取組の内容

◆ 目的

現在取り組んでいる広報プロモーションが「何に」「どのように」影響しているか、また、その効果を把握するための手法を立案したい。

◆ 概要

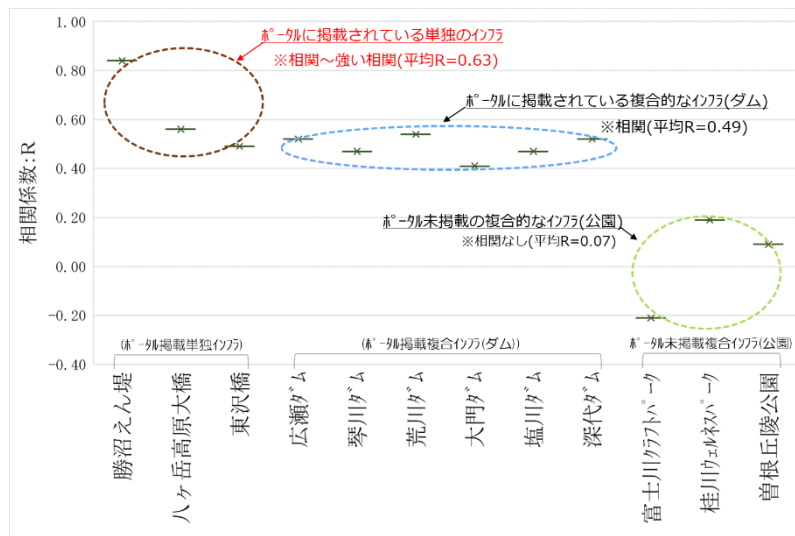
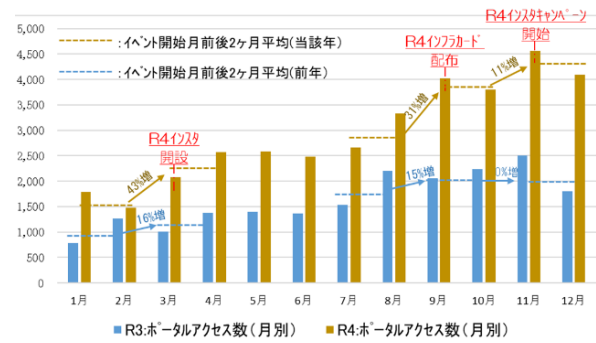
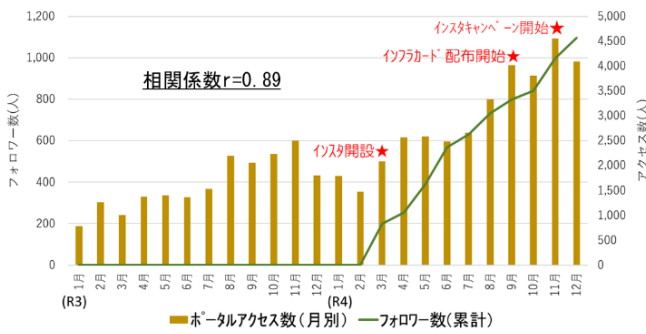
分析の対象としたプロモーションは、ポータルサイト(ホームページ)「富士の国やまなしインフラガイド」の運営、Instagram「県土やまなし未来づくり」の運営、インフラカードの配布の3つである。

これらのプロモーションの効果を次に示す方法より定量的に分析した。

- ◆ ポータルサイトのアクセス数とInstagramのフォロワー数との相関関係を相関分析により検証
- ◆ ポータルサイトのアクセス数と各プロモーションとの関係をクロス集計による比較分析にて検証
- ◆ ポータルサイトのアクセス数とインフラ施設への来訪者数(ビッグデータを用いて集計)との相関関係を相関分析により検証
- ◆ 上記の検証結果を踏まえ、さらに時節要因なども取り入れ、重回帰分析によりインフラへの来訪者数とポータルサイトのアクセス数を予測するモデル式を構築し、来訪者数及びポータルサイトのアクセス数への影響要因と影響度合いを把握
- ◆ アンケート調査を行い、その結果を統計分析(クロス集計、平均値の差の検定及び判別分析)することにより、広報プロモーションが人の意識に及ぼす影響を検証
※ビッグデータなどから得られた数値を多変量解析などの統計分析手法を用い、課題解決を試みた。

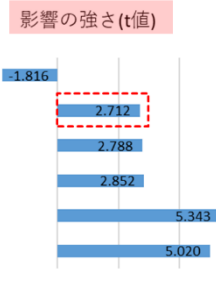
分析により把握できた主な内容は以下のとおりである。

- ◆ Instagramのフォロワー数の増加とインフラカードの配布は、ポータルサイトのアクセス数の増加に影響し、ポータルサイトのアクセス数の増加は、ポータルに掲載されているインフラ施設への来訪者の増加に影響する。
- ◆ Instagramのフォロワーやポータル閲覧者の増加及び関係する取り組みに関わると「インフラを訪れたい気持ち」や「家族等との仕事に関する会話」が増加する。



<ポータル(HP)アクセス数とインフラ来訪者数との相関>

回帰統計			
重相関 R	0.8893848		
重決定 R2	0.7910052		
観測数	24		
分散分析表		自由度	F値
回帰		5	2.93659E-05
有意水準			0.05以下
説明変数 (x)	係数 (a)	t	P値
切片	-969.888	-1.816	0.0860
ポータルアクセス数(月別)	0.172	2.712	0.0143
休日割合(%)	39.564	2.788	0.0122
春	452.500	2.852	0.0106
夏	909.522	5.343	0.0000
秋	902.580	5.020	0.0001
有意水準		2以上	0.05以下



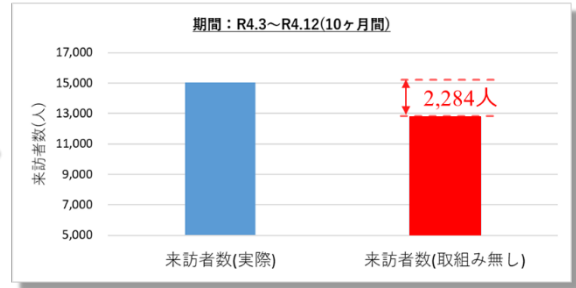
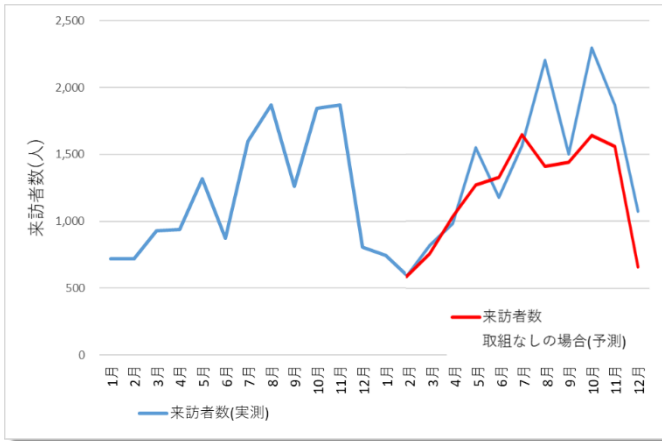
<重回帰分析による来訪者数予測モデル>

<来訪者数予測モデル> y : 来訪者数 ※重相関 R : 0.89 ※重決定 R^2 : 0.79

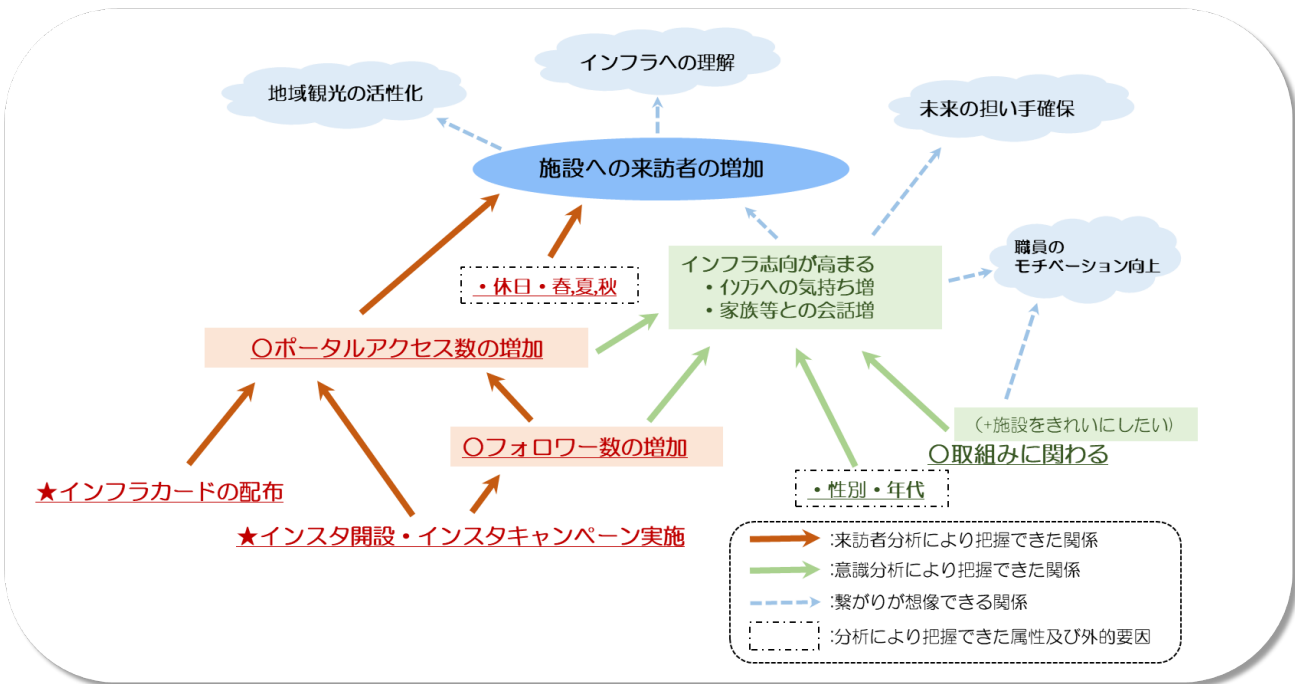
$$y = 0.172 \times \text{ポータルアクセス数} + 39.564 \times \text{休日割合} + 452.500 \times \text{春} + 909.522 \times \text{夏} + 902.580 \times \text{秋} - 969.888$$

<ポータルアクセス数予測モデル> y : ポータルアクセス数 ※重相関 R : 0.94 ※重決定 R^2 : 0.89

$$y = 1.785 \times \text{フォロワー数} + 511.387 \times \text{イベント} + 444.961 \times \text{春} \cdot \text{秋} + 1433.919$$



<広報プロモーションを行わなかった場合の来訪者数(予測値)との比較>



<広報プロモーション影響図>

◆ 利用したデータ

- ◆ ポータルサイトのアクセス数(自所属 HP)
- ◆ インスタグラムのフォロワー数(自所属 Instagram)
- ◆ インフラ施設への来訪者数(ビッグデータ DS.INSHIGHT)
- ◆ 日帰り観光消費額(令和3年山梨県観光入込客統計調査報告書)
- ◆ インフラの魅力に関するアンケート調査結果(独自調査)

◆ 統計データを利活用したことによるメリット

ポータルサイトのアクセス数やインフラへの来訪者の増加に影響する要因を定量的に把握できた。また人の気持ちの変化に影響する要因が抽出できた。

◆ 体制

- ◆ 広報プロモーションは、山梨県景観まちづくり室を中心に山梨県庁内各部署と連携し活動している。
- ◆ 今回の調査・分析は、山梨県景観まちづくり室で進めた。

◆ 経費

調査分析費：0円（委託によらず、職員が自ら調査分析に取り組んだため）

取組の効果・成果

統計データを活用し、広報プロモーションの効果を把握するための分析手法を立案することができた。概要は次のとおりである。

- ◆ 分析により、現在取り組んでいる広報プロモーションは、「施設への来訪者数」や、「人々のインフラへの好意的な気持ち」の増加に効果的であり、取り組みの方向性として、妥当なものであったことが把握、説明可能となった。
- ◆ インフラ施設への来訪者数予測モデルを構築したことにより、見込み値を予測しておくことが可能となった。また取り組み（プロモーション）を行わなかった場合の来訪者数も予測できるので、これと実際の来訪者数と比較することにより、広報プロモーションが「どの程度」の来訪者数の増加に寄与したか、また経済効果はどの程度か示すことも可能となった。

今後の予定

分析・検証を継続的に行うとともに、よりの確なものとなるようデータの収集方法や利活用方法の検討も継続的に行っていきたい。また分析結果を踏まえ、より効果的な宣伝方法の検討に繋げたい。

本取組を他の地方公共団体で取り入れる場合の難易度や注意点

本取り組みを継続的に行うには、統計データの利活用方法を担当職員が理解、習得し、引き継いでいく体制が必要であると考えられる。

関連ページ

<https://www.yamanashi-infra.jp/>（令和5年10月23日時点）

<https://www.pref.yamanashi.jp/kendosui/index.html>（令和5年10月23日時点）

担当部署

山梨県国土整備部都市計画課景観まちづくり室

No. 30

広報 PR

兵庫県 姫路市

週刊広報ガイドの発行

取組の背景

◆ 課題

市が行う広報活動についての効果測定が行われておらず、投げっぱなし、出しっぱなしでPDCAサイクルの「CA」の部分が欠けていた。

◆ きっかけ

戦略的に広報活動を展開するようにとの市長指示

◆ 発案者

姫路市政策局広報課
(課内の広報戦略を議論する中での発意)

取組の内容

◆ 目的

市民及び来訪者の興味関心や行動パターンを可視化し、戦略的な広報活動を展開するとともに、各種の政策判断における参考とする。

◆ 概要

週次で、記者提供資料の記事掲載状況の分析、市公式ウェブサイトのアクセス解析、Yahoo! DS、INSIGHT解析、インスタグラムインサイト分析を行い、冊子にまとめて、イントラネットで全庁の職員に情報共有している。

◆ 利用したデータ

記者提供資料の記事掲載状況、市公式ウェブサイトのアクセス解析、Yahoo! DS、INSIGHT解析、インスタグラムインサイト分析

◆ 統計データを利活用したことによるメリット

市民及び来訪者の興味関心や行動パターンを可視化して庁内共有することができ、各種の政策判断をはじめ、ウェブサイトのページ構成や表示順位などにも反映している

◆ 体制

記者提供資料の記事掲載状況(1名)、市公式ウェブサイトのアクセス解析(1名)、Yahoo! DS、INSIGHT解析(1名)、インスタグラムインサイト分析(1名)の計4名で週次で作成

◆ 経費

0円

取組の効果・成果

具体的には、市内で鳥インフルエンザが発生した際にウェブサイトのトップページにバナー表示していたが、閲覧数が減少し始めると同時にバナー表示から落とした。また、コロナ第5波から学校で学級閉鎖が頻発。当初は、学校毎に記者提供資料としてウェブサイトに掲載していたが閲覧数が多いにも関わらず掲載箇所が分散していたため、即座に一覧ページを作成した。

その他、見えにくいのが、週次で発行することで職員の広報活動への意識づけが最も期待する効果である。

今後の予定

デザインのブラッシュアップ工程を紹介するコーナーを再開する予定

本取組を他の地方公共団体で取り入れる場合の難易度や注意点

広報担当が数名の小規模団体では、週次で実施するには業務量が過多である。

関連ページ

-

担当部署

姫路市政策局広報課