

○令和6年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業の事前評価・意見

資料 4

No.1	イーストとくしまDMOニューツーリズム推進による新たな事業創出による地域活性化の実現 (徳島東部地域の市町村との共同計画)
	大阪・関西万博の効果を一過性のものとするのではなく、2027ワールドマスタースゲームズを含め、将来につながるよう創意工夫を凝らした施策展開が必要である。 進みつつある西新町再開発事業、リニューアルされた眉山ロープウェイの活用など、中心市街地を面として活性化、観光誘客を推進すべきである。
	宿泊者数に関するKPIについては、インバウンド需要の回復に伴い、着実な増加傾向が見られる。記載のとおり、万博の開催も追い風となり、令和7年度以降の更なる伸びが期待される。 一方で、事業概要に掲げられている「シビックプライドの醸成」について、報告書内で具体的な取組の記載が見当たらなかった点はやや惜まれる。観光を通じた地域の魅力発信と、住民の内発的な参画促進の両輪で構成される取組が望ましい。
	宿泊者数・観光コンテンツ数共に数値が上向いており、観光による地域づくりが少しずつ進んでいることがわかる。この流れをさらに加速させるにあたっては対象の分析が不可欠と考えるが、例えば「宿泊者数のうちリピーターの数」「DMOが造成した観光コンテンツの経済インパクト(コンテンツを通じての宿泊者数・一人当たり消費金額など)」に関する詳細な分析を行うことで対象の動向についての解像度を上げ、同時に域内の観光的リソースを再確認して磨き上げるなど、需給に応じた観光を提供できる体制戦略が重要である。
	KPIの値はいずれも増加しており、事業が順調に進捗していることがうかがえる。多くの資源を持つ徳島市が主体的な役割を果たしていくことが期待される。
	徳島市の宿泊者数は、3年連続少しずつ増加傾向にあるが、事業開始前の令和1年より少ない実績となっており、コロナ禍前の宿泊人数にも戻っていません。一方、観光コンテンツ数は、万博の誘客に向けて着実に増やしています。しかし、宿泊者数が伸びていないということは、それらのコンテンツの魅力が弱い、もしくは宿泊してまで来たい内容ではなかったと言えます。引き続き、魅力的なコンテンツ作りと情報発信を推進していただきたい。
	2025大阪関西万博の絶好の機会を活用して、徳島の認知度向上による誘客促進を図るため、万博の前年度となる令和6年度は、サイクリング、歴史スポット回り、茶・華・書などの文化体験、周遊船演劇プログラム導入といった徳島に来たいと思うコンテンツを中心に造成に努めたところがあるが、それが県外にどれだけアピールできたかが疑問である。
	翻訳アプリの性能向上にともない、Webの多言語化は取りやめるか、または日本語ページの充実に力をいれてはどうか。
	地域資源を活かした新規コンテンツ造成数での目標達成は高く評価したい。今後は大阪・関西万博や国際定期便を活用したインバウンド誘客を期待したい。文化体験には他県も焦点を当ててくると予想され、どれだけ徳島を選んでくれるかが鍵になると思われる。

○令和6年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業の事前評価・意見

No.2	「しごと」を担い、まちを元気にする「地域活性化人材」創出事業（市単独事業）
地域活性化人材を創出するためには、働く場、雇用する事業所が不可欠であり、起業創業はもとより、既存事業者への積極的支援、企業誘致も含め、他の地域と一線を画するような事業が必要である。	
KPIの実績は全項目において目標値を上回る成果が確認されている。依然として人口減少および若年層の県外流出が続くなか、県内の企業からは人手不足の深刻な声が寄せられている。自治体の持続的な運営において人口の確保は極めて重要であることから、今後も本事業の積極的かつ継続的な実施が求められる。	
新規就業・創業者数37人、移住者・関係人口も35人と、いずれも目標を上回る成果があがっている。「共創のまちづくり推進」事業は自身も関わっており今後より一層コミットメントを高めることで成果に貢献したいと考えるが、事業に関わるなかで見えてきた課題として、新たなまちづくり人材が地域でなんらかの営みを始める際に、起点のサポート体制が重要と感じている。一般市民が集って活動を始めるときの初期段階においては、アイデアはあっても金策や組織構築力はなく、それらが伴っていない故に活動が停滞・組織が崩壊し、結果として活動体が自然消滅する、という流れが少なくない。この流れへのサポートとして、組織力の構築支援やヨコのつながりの提供等はまちづくり協働プラザの役割として補完できる点だが、金策については同プラザの支援で直ちにカバーすることは難しい。この課題をフォローするための仕組みとして徳島市では「まちづくりチャレンジ補助金：予算額の上限が16万円(8万円×2団体程度)」が設けられているが、この制度の予算額を拡充し、現状よりさらに多くの市民がまちづくりにチャレンジしやすくなるための活動基盤の支援を行うことが望ましいと考える。	
KPIの値はいずれも増加傾向にあり、事業が順調に進捗していることがうかがえる。SNS等での情報発信が一般化した昨今では、対面での取組がむしろ貴重だという見方もある。広く全国への情報発信と合わせて、対面での活動もより積極的に展開していきたい。	
本事業を通じた新規就業・創業者数は、着実に伸びており、また、移住者数・徳島市の関係人口数も増えている。広報活動の成果がでていられるが、国内の地方のほとんどが増加傾向にある中での比較という視点も必要であると思われる。引き続き「徳島市ならでは」の魅力を発信し、移住先として「徳島市が選ばれる」ように、斬新で細やかな対策を行っていただきたい。	
本事業のKPIは、全体的に目標値を上回って達成できており、取組の成果がでていることが見受けられ、KPI達成に有効であったと言える。ふるさとワーキングホリデーでは募集人数以上の応募があったことは、事業の成果と言える。	
阿波おどりの魅力を発信した際、SNS上で出された意見をAI要約し、阿波おどり公式アンバサダーへフィードバックする仕組みを構築してはどうか。	
KPI達成を高く評価する。移住フェアや体験ツアー等の情報発信は地域の魅力発信と人材確保に寄与していると考え。移住実績やふるさとワーキングホリデーの好況の要因を分析し、住み続けたい市民が増え市民の誇りにつながるよう、さらなる件数増加を目指していただきたい。	

○令和6年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業の事前評価・意見

No.3	伝統文化と公民連携で推進！SDGs未来都市とくしま実現事業（市単独事業）
阿波おどりを核とすることに加え、阿波人形浄瑠璃、藍染めなど、一年を通じてにぎわいを創出し、まさに持続可能な伝統文化の振興を図る取組が必要である。	
KPIのうち、公民連携モデル事業の実施数については、イレギュラーな要因により想定通りに取組件数を増やすことができなかったとのこと。しかしながら、周遊船事業は「水都とくしま」を象徴する取組であり、今後、脱炭素化が実現すれば、SDGsの観点からも高い付加価値を持つ観光資源となり得る。運行が楽しみである。	
地域の伝統文化に貢献する市民数455人、SDGs推進に係る公民連携事業などへの協賛企業・団体数が18と、いずれも高水準で推移している。阿波おどりを通じた企業協賛の拡充案に向けて、自身が関わっている事例を基に紹介したい。阿波おどりの実行委員を務めるなか、祭りの運営を環境に配慮して推進するにあたっての必要な取組として、まずは市民や観光客にとってわかりやすい環境アプローチが必要と考え、環境配慮型のうちわ(ダンボール製・プラ素材不使用・環境配慮型のインクのみ使用)の導入を立案し、そのうちわを制作できる市内の企業に交渉、合意を得て現在、新たな協賛グッズとして導入されている。その環境配慮型うちわへの協賛申し込み企業数は8社で、環境貢献のアプローチを通じて新たな企業とのつながりの形成へ至っている。この一連から見られる今後の公民連携推進のための可能性として、「セクター間をまたぐ組織・人材の活用」が挙げられる。連携の締結に至るプロセスを見ると、そのほとんどが「行政→企業」または「企業→行政」のアプローチによるものが多いと考えられるが、それ以外の手法として両セクターをまたぐ第三者を介入させ、市のSDGsの推進に至るソリューションを企画・検討・立案し、両セクターが合意できる取組を生み出して連携する、というスキームもありえるのではないか。第三者の選定基準や具体的な関わり方など議論すべき点は多いものの、KPIの達成に向けた一つの方法として導入を検討してほしい。	
SDGs実現に向けた公民連携プラットフォーム等については、どの程度周知が進んでいるのか。目的や成果等を含めたより積極的な情報発信が求められる。	
伝統文化の持続可能性に貢献する市民の数が飛躍的に伸びた。阿波踊りのボランティアの人達がエコアクション等に参加してくれたとのことであるが、今後も多くの人々を巻き込んで、継続的に関わってもらえるよう、引き続き推進していただきたい。	
昨年度の阿波おどりは久々に賑わいを取り戻し、多くの企業や団体の協賛が得られたことは、事業としての成果があったと言える。ただ、伝統文化や行事を阿波おどりに頼りすぎる事業計画は、他の季節の賑わいに結び付かず、今後の課題と言える。	
ひょうたん島クルーズを、「普段の乗り物」にして、SDGs目標7(エネルギーをみんなにそしてクリーンに)だけでなく目標11(住み続けられるまちづくり)へ発展できるよう期待する。そのためにも、運行ダイヤの検討に入してほしい。	
阿波おどりを軸としたSDGsの先駆的取組や公民連携の推進は、多様な主体との相乗効果をもたらしたであろう点は評価できる。「伝統文化の持続可能性」と見ると文化伝承に関わると読めてしまい、「エコアクション活動」がイコールなのかが分かりにくい。時期が延期された周遊船の電動化事業の実施による好循環の始動に期待する。	

○令和6年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業の事前評価・意見

No.4	2つのX(GX・DX)とイノベーション創出による徳島経済飛躍事業（県との共同計画）
国内外へのEC参入支援の拡充や行政による率先したAI活用事例の発信。GXについての構成事業等についても、推進していくべきである。	
本事業の支援件数は目標を下回っているが、その一因として、県内企業におけるEC参入が一定程度進んでいるとの回答がみられた。しかしながら、参入の実態については、単なる導入にとどまっているケースや、成果が十分に上がっていない例も想定される。今後は、初期参入支援に加え、運用段階での課題解決や販路拡大等、より高度な支援内容への転換を検討することが求められる。また、EC未参入企業への情報発信や支援ニーズの再把握により、潜在的な支援対象の掘り起こしも図るべきである。	
事業者のうち「販路拡大効果があった」とする割合が91%と高水準であり、目標を達成している。	
事業の目的を鑑みれば、KPIのうち、とくに本事業による支援件数を増加させていくことが重要と思われる。	
中小企業等が行う販路拡大、EC参入及びDX推進などの取り組みの支援について、ある程度事業効果があったと思われる。今後も、デジタル技術を活用した販路拡大支援は、引き続き取り組んでいく必要がある。	
「EC参入支援件数は16件で、昨年度支援件数(13件)より増加したが、目標値を下回っている。新型コロナウイルス感染症の5類移行など社会情勢が変化したことや一定程度EC参入が進んだことなどが要因と考えられる」とあるが、県内人口が減少する中、EC参入の必要性は高まるはずなので、さらなる働きかけを期待したい。	
政策目的がトレードオフになっていないか。EC(通販)などを推進すると、輸送距離が伸びるので、売上は上がるが、輸送エネルギーによるCO2排出は増える。四国内では鉄道輸送にしてもCO2減少はできないので、輸送手段も検討が必要である。	
GX・DXを活用した中小企業支援やEC参入支援により、一定の成果と事業者の意欲が確認され、地域経済の活性化に貢献した点は評価できる。社会情勢の変化が影響した目標未達とあるが、EC参入以外での2つのXやイノベーションもあるのではないだろうか。	

○令和6年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業の事前評価・意見

No.5	3つの徳島県・地域連携DMOが協働する観光振興プログラム（県等との共同計画）
プッシュ型のSNSでの情報発信を内容、頻度とも充実が必要である。 関西、四国に訪れる観光客を徳島にも訪れてもらえるよう、例えば、連泊割引制度の導入など、徳島への誘因を促す取組を検討する必要がある。	
KPIの実績が上昇傾向にあることは、体験型特集の実施や県外でのキャンペーン展開といった取組の効果が現れているものと考えられ、大変有用である。今後も、大阪・関西万博を契機として、徳島への誘客につながる施策を継続・強化していくことが重要である。	
市公式観光サイトのページビュー数が74.1万件、インスタグラムフォロワー数5,217人と順調であり、目標を達成している。さらなるファンの獲得に向けてプロモーションを強化するにあたり、その一施策として「伝統文化と公民連携で推進！SDGs未来都市とくしま実現事業」の構成事業「阿波おどり「絆」強化事業」で出てきた阿波おどり公式アンバサダーの活用を提案したい。同アンバサダーは年々登録者が増えており、その活躍によってインスタグラムのフォロワー数は大幅に増加した、とある。阿波おどりを起点に培ったこのPRの力を市のプロモーションへ横展開させることにより、徳島の魅力発信が数字面・内容面共に充実することを期待したい。	
多くの資源を持つ徳島市が主体的な役割を果たしていくこと、また、動画を活用したより積極的な情報発信が期待される。	
徳島市公式観光ウェブサイトは、体験型特集記事の充実や観光キャンペーンの実施により、毎年アクセス件数が増えている。今後も、観光スポットの紹介のみならず、食の魅力や豊かな自然を体験できる徳島市をしっかりとPRしていただきたい。また、インバウンドの観光需要の高まりにも、しっかりと対応して発信していただきたい。	
ウェブサイトのアクセス数は増えているが、それがどれくらい実際の観光人口となっているのかが知りたい。 また、インバウンド向けの案内はどのくらい充実しているのか。他県に比べてインバウンドの観光客を見かけることが少ないように感じる。	
外港クルーズ船を地域連携して、おもてなしできるような計画が必要である。	
公式観光サイトやSNSを活用した情報発信により、アクセス数や認知度の向上が見られた点は評価できる。体験型観光もニーズにフィットしているのではないかと。事業概要にある「県民が本県の魅力を国内外へ発信」しているのか否かは指標とするウェブサイトビュー数からは分かりにくい。今年度は国際線就航や万博などインバウンド需要も見込まれる。戦略的な展開で「雇用の創出や地域経済の活性化の促進」にぜひつなげていただきたい。	

○令和6年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業の事前評価・意見

No.6	「グリーン社会とくしま」の実現によるサステナブルな地域づくり推進事業（県等との共同計画）
	ペロブスカイト太陽電池や太陽光発電ガラスなど、先進的な取組をモデル事業として市が推進し、民間にも波及するような流れを構築する必要がある。
	KPIは年度を重ねるごとに目標との乖離幅が着実に縮小している。令和6年度におけるSDGsに関する市民の認知度は69.5%であったが、全国平均は約9割とのデータもあることから、引き続き効果的な啓発活動の推進が求められる。
	市民のSDGs認知度は69.5%と目標に迫る水準を記録しており、啓発イベントや広報による普及啓発の効果が見られる。今後は実施事業の数と質など、実際の社会実装に結びつく事業展開を期待したい。
	KPIの実績値は目標値に届いていないが、統計的には誤差の範囲ではある。実績値は前年度より増加しており、引き続き、積極的な普及啓発が望まれる。
	SDGs推進事業については、広く市民に情報発信し普及啓発を図ることが必要である。令和6年度は、子どもを対象とした体験イベントである程度成果を上げることができた。とはいえ、SDGsの普及啓発はまだまだ十分とは言えない。SDGs先進の徳島市として、国内外に知られるように、徳島市の強みとなる程徹底して具体的な啓発に取り組んでいただきたい。
	包括連携協定による連携事業数の目標は達成したものの、公民連携モデル事業の実施件数は、当初想定したひょうたん島周遊船の電動化事業が次年度に持ち越されたため目標達成できなかったのは残念である。先駆的な取組も時期を逸しては先駆的ではなくなる、スピード感が欲しい。
	ひょうたん島クルーズを、「普段の乗り物」にして、SDGs目標7(エネルギーをみんなにそしてクリーンに)だけでなく目標11(住み続けられるまちづくりを)へ発展できるよう期待する。そのためにも、運行ダイヤの検討に入してほしい。
	SDGs認知度指標のみでは多様な取組(GX人材育成や賛同企業や人材の巻き込みなど)の成果にマッチしないのではないだろうか。人材育成は時間がかかるが、脱炭素の先進技術を積極的に試みる姿勢のアピールは人材を集める一つの方法である。GXに関してはスピード感をもって推進することを望む。

○令和6年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業の事前評価・意見

No.7	社会・経済状況の変化に適応する「とくしま農林水産業」生産力強化戦略（県等との共同計画）
	価格高騰が続く米をはじめ、徳島市で栽培される農産物の生産量の増加を目指すとともに、新たな特産品開発を検討する必要がある。
	本事業のKPIは、開始時の令和3年度から着実に実績を積み重ねている。今回は食品以外の商品開発にも取り組まれており、活用の幅を広げる好事例を示したものと評価できる。
	新商品開発数が13件と目標を達成しており、和紙など非食品分野へ展開している点も非常に好感をもてた。「農商工連携事業」の目的は、事業概要の記載によれば「(前略)地域資源を軸とした地域産業の活性化を目指す」であると考えられるが、産業が活性化したか否かを測る意味においては農商工連携によって開発した商品がその後どの程度の経済的インパクトをもたらしているかの分析が重要である。現在のKPIである開発商品数とは別に、開発商品による事業の成長性やその波及効果の測定分析を行い、分析結果に基づいて農商工連携のあり方を模索し、その前提を基に行政の立場から最適な支援を行う流れが望ましいと考える。
	KPIの値からは、事業が順調に進捗していることがうかがえる。ただし、商品開発数が年1件というのは、目標の水準としては低いようにも思える。開発が必ず普及につながるわけではないため、より積極的な開発が期待される。
	本事業により開発した商品数は、微増している。農林漁業は本市の強みと言える産業であることから、6次産業化に意欲ある生産者や商工業者等への支援を強化していただきたい。そして若い後継者が次々と生まれ、商品開発や販路開発が積極的に行われるような仕組みを構築していただきたい。
	数値は目標を達成しているが、地域資源であるタデ藍の茎の部分アップサイクル素材として藍茎和紙を作り、壁紙と御朱印帳を商品化したことなどを知らない市民は多い気がする。商品のPRなどその後の展開も大事にしてほしい。
	藍茎和紙の壁紙への利用は、今後の生産量の伸びを期待したい。
	地域資源を活用して商品開発し目標達成できたことは新たな価値創出として評価できる。販路や技術の共有に関する状況は不明である。お土産店に陳列して終わりにならぬよう、買いたくなる見せ方・売り方の支援まで行き届いているのだろうか。

○令和6年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業の事前評価・意見

No.8	LINEによる行政サービス拡張事業（市の単独事業）
市民及びLINE利用者にとって、知りたい情報、必要な情報を的確に把握し、配信する内容、頻度に工夫を凝らすことが必要である。	
本年度は、未実装等を除いたKPIが概ね目標を上回っており、順調な進捗がうかがえる。災害への不安が高まる中で、多くの日本人が日常的に利用するSNSであるLINEを活用した情報発信は、非常に効果的であると考えられる。今後も引き続き、的確な情報発信に努めるとともに、実際の災害時を見据えた情報発信体制の整備・準備も重要である。	
公式アカウントのフォロワー数23,919人やチャットボット利用回数15,998回など、成果を挙げている。今後の展開の一方策として、防災に関するLINEでの定期的な情報提供はあっても良いのでは、と感じた。徳島市LINEが緊急時の災害情報発信ツールとして役割を期待される一方、平時の際に家族や地域単位で知っておいた方が良い情報を定期的に発信することで、有事に備えた情報源としての役割が期待できるのではないかと。発信の際は市の危機管理課からの情報提供のほか、大学や防災NPO等からの発信も含め多様な主体による必要情報源として位置づけることで市民にとっての有益性を確保し、それによってアカウントの満足度KPIに寄与する効果も期待できる。	
事業としては概ね順調に進捗している。登録者の増加を目指す上では、周知のみならず、コンテンツの充実化も重要となるはずであり、市政情報の他、読み物や特集記事のようなものを検討する余地はあると思われる。	
LINEの公式アカウントによる広報は、少しずつ増えているが、まだまだおともだち人数が多いとは言えない。さらに増やしていくには、「広報とくしま」を掲載するだけでなく、コンテンツを魅力ある内容に変えていくことが必要である。「見たくなる」「便利な」情報発信となるよう、満足度の向上に取り組んでいただきたい。	
公式アカウントのお友達数は確実に伸びているのは、求められている行政サービスと言えるのではないかと。チャットボットの利用回数も、大幅に向上している。これが、行政の負担軽減と住民の利便性向上のウインウインの関係になっているのであれば素晴らしい。	
通常のメールやSMSでの「災害通知」と差別化を図る必要があるだろう。また、受け手が必要ないと判断した場合はプッシュ通知でさえ無視されるので、情報の精査は重要である。	
チャットボット機能の導入により、市民の利便性向上や職員負担の軽減に一定の効果が見られた点は高く評価できる。セグメント配信や満足度指標でも目標を達成し評価できる。今後も積極的な活用を期待する。	

○令和6年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業の事前評価・意見

No.9	スマート農業推進支援事業（市の単独事業）
	農作業の効率化のため、省力化機器導入のモデル事業の実装、小さな面積でも設置可能な植物工場等の提案など、稼げる農業への転換に向けた支援が必要である。
	昨年度と比較して、本年度はすべての項目においてKPIが目標を達成しており、広報活動の効果により周知が着実に進んできた様子がうかがえる。担い手の減少による後継者問題といった課題を抱える農業分野において、スマート農業の導入は今後ますます重要性を増すものと考えられる。引き続き、普及促進と実装支援に注力されたい。
	研修の参加者27人、貸出の件数17件と好調で、研修会の参加者満足度も4.0と高評価を得ている。 【今後の方向性・見直し内容】の欄に記載のある「そもそもスマート農業とは何かわかりにくい」などの声に対して周知が必要となるなか、多様なアプローチをもって利点のPRを行い、周知と普及が拡大することを期待したい。
	事業は順調な進捗がみられる。今後の方向性で言及されているように、実際には、価格や費用対効果が大きな課題になるはずであり、そうした資金面での支援は不可避であると思われる。
	スマート農業推進支援事業については、機器の貸し出しや研修会の実施を行っているが、まだまだ一部の農業者しか参加できていないようだ。農機器は高価で各農家での購入では負担が大きいことから、貸し出し数を増やして、農家の負担減を図ることで、新しい農業を推進し若手の従事者増を図っていただきたい。
	スマート農業については、興味はあるが、費用対効果や実際にできるかどうかなどに不安を感じている人が多いようである。好事例の農家を作り、その人が全体を引っ張るような形ができればよいと思う。
	実践農業者による報告会で成果（作物の品質向上、販売単価の向上、省力化の具体例）を共有機会をもうけてはどうか。
	本事業はスマート農業機器の貸出と研修会を通じて、地域農業者の理解促進と導入意欲の喚起に一定の成果を出していると考えられ、目標以上の貸出台数や高い満足度が得られた点は評価できる。一方で、費用負担や技術の理解の課題が残るため、今後は導入コストの低減支援や体験機会創出の工夫に期待したい。

○令和6年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業の事前評価・意見

No.10	「書かない窓口」申請書作成サービス（市の単独事業）
	将来的には、窓口まで来ることなく、自宅や端末がある場所から各種申請が行うことのできる項目を増加させ、更なる利便性の向上が必要である。
	開始時期の後ろ倒しにより、KPIは目標を下回る結果となった。しかし、利用者からは好意的な声も寄せられており、窓口DXの推進に一定の貢献があったものと評価される。一方で、現時点では周知の段階にあると考えられることから、今後はさらなる広報の強化と利用促進に取り組む必要がある。
	サービスの満足度3.5や、高齢者・外国人への利便性など評価できる。市役所窓口でのタスク軽減と時短効果への期待は多くの市民が望むものであり、速やかに推進してほしいと考える。一方で、DX化が実現した際の景色をイメージすると現状よりもタスクのデジタル化が進んでいることが容易に想像できる。その際、デジタルツールの活用が他世代と比較して難しいと予想される高齢者層から「以前より不便になった」と受け取られることを未然に防ぐ必要がある。そのための施策として、高齢者に向けたデジタルツール活用支援の取組や、その手前に位置するデジタルに関する基礎知識を補完する場づくりなどが求められる。窓口のDX化とこうした市民向けの取組を並行して行うことを期待するが、それが住民課単体のリソースで実現不可能な場合、民間活力を取り入れて推進するパターンも考えられる。だれ一人取り残さないDX化を期待したい。
	今後の方向性で言及されている通り、市民への周知が課題であると同時に、政策的な観点からは、行政側の事務負担やコストにどの程度影響があるのかを分析することも重要であるように思われる。
	窓口DXの実施については、運用の遅れによって利用者数も伸びていないと思われる。職員のDXに関する知識不足にも起因していると考えられることから、研修会などで意識を高めることも必要である。「書かない」を徹底する覚悟を職員一人ひとりが持ち、マイナンバーカード利用の拡大も図っていただきたい。
	KPIを見ると進捗状況はまだこれからという数値である。ただ、デジタルは導入には時間がかかるが浸透すれば、もう元には戻れないほど便利になる。しっかりPRして窓口DXの浸透に取り組んでもらいたい。
	DX推進の材料として有効。特に職員の確認作業が手書き書類でないことから省力化が図られているなど評価できる点が多い。機械の操作性も優れており、市民の満足度を高めることが可能である。より一層の広報をおこない、利用する市民の割合がふえることが期待される。
	窓口手続きの効率化と市民の負担軽減を図るもので、特に高齢者や外国人への利便性向上、および一枚当たりの平均時間の短縮などで評価できる。しかし、運用開始の遅れによる未達、対応帳票が限定されているなど、課題もある。外国人や高齢者への利便性向上はユニバーサルデザイン、ダイバーシティ等の観点でもSDGsに大きく寄与する。窓口業務負担の軽減のためにも今後のサービス浸透を期待したい。