

企画書:「観光・防災一体型デジタルマップ」と「地域運営パートナー」で作る、持続可能な地域情報基盤

はじめに(ご提案のまとめ)

このご提案は、「平時の観光振興」と「災害時の防災情報」をひとつの地図上で提供する高機能なデジタルマップ(以下、本基盤)を導入し、それを地域の人たちと協力して長く使い続けるための計画です。

この計画の最大のポイントは、「官民連携」です。

- 自治体様には、「最初の導入費用(初期投資)」だけをお願いします。
- 地域運営パートナー(民間事業者)を公募や指名で選び、その後の「営業・情報集め・更新作業」といった実務を任せます。

自治体は人手を出さずに、一番大変で重要な「現地での情報収集」を、地域に詳しい民間パートナーの力で実現します。これにより、役所の担当者が異動しても影響を受けない「持続可能な情報基盤」と、それを支える「地域の事業者」という2つの財産を、最小限の負担で手に入れることができます。

2. 背景(自治体が抱える共通の悩み)

今の自治体には「観光・経済を盛り上げる」と「住民の安全を守る(防災)」という2つの大きな役割がありますが、デジタル化において以下のような共通の悩みがあります。

- 情報がバラバラ: 「観光マップ」と「防災マップ」が別々にあり、見る人にとって不便です。
- 人手が足りない: 情報を足で稼いで集めたり更新したりする担当者が、役所の中にはいません。
- 長続きしない: 補助金でサイトを作っても、翌年から情報が更新されず「使われない地図」になってしまいます。災害時に古い情報が残っていると、かえって危険です。

このデジタルマップは「観光と防災を一つ」にし、地域パートナーと連携することで「ずっと使い続けられる(持続的な運営)」を実現します。

3. この計画がもたらす「地域活性化」への貢献

このマップの導入とパートナーの活躍は、「経済」と「地域社会」の両方を元気にします。

3-1. 経済の活性化(稼ぐ力と経済循環)

- 観光消費が増える: 情報が充実したマップがあれば、観光客の周遊が増え、お金を使ってもらえます。

- **お金が地域で回る：** 大手サイトに手数料を払わなくて済むので、地域で稼いだお金が地域に残ります。
- **小さな店のデジタル化支援：** パートナーが直接お店を訪問して掲載を手伝うので、パソコンが苦手なお店もネットで発信できます。
- **地域事業者の育成：** 運営を任されたパートナー自身が、地域のデジタル化を引っ張る存在として成長し、新しい雇用も生まれます。

3-2. 地域社会の活性化(つながりと郷土愛)

- **郷土愛(シビックプライド)が育つ：** 地域の魅力や安全情報が集まることで、住民が自分たちの町の良さを再確認できます。
- **「助け合い」の基盤ができる：** パートナーが中心となって、行政、防災組織、企業をつなぎます。例えば、防災訓練に合わせて情報を更新するなど、「顔の見える関係」が助け合い(共助)を強くします。

3-3. まちの基盤強化(安全・安心という強み)

- **「安全・安心」な観光地というイメージ：** 「何かあっても信頼できる情報源(このマップ)がある」という安心感が、強いブランドになります。
- **情報基盤が無くならない：** 役所の人が異動しても、パートナーは地域で事業を続けます。そのため、行政の都合に左右されず、地図が維持されます。
- **公式情報へしっかり誘導：** 災害時、SNS などの情報に加え、地図上から公式情報(避難所など)へ確実に案内し、逃げ遅れを防ぎます。

4. この計画の仕組み(官民連携の役割分担)

行政、パートナー、地域社会(お店・住民)の全員が得をする「三方良し」の仕組みです。

自治体(市区町村)

1. **投資：** マップの導入費(初期費用)を出します。
2. **選定：** 現場での営業や更新を任せる「地域運営パートナー」を選びます。
3. **連携：** 選んだパートナーと協定を結びます。
 - (任意) 避難所情報の更新など、最低限の公的な仕事だけを「一部業務委託」として費用を出すことも可能です。

地域運営パートナー(選ばれた事業者)

1. **連携：** 地域で唯一の公式運営者として活動します。
2. **実行：** 現場を回って営業し、観光や防災のデータを集めて入力します。
3. **関係づくり：** 地域のお店や防災組織と仲良くなり、信頼関係を作ります。
4. **事業化：** その信頼を元に、独自のビジネス(後述)を展開して収益を上げ、自立します。

地域社会(お店・住民)

- **平時のメリット**: お店はパートナーが来てくれるので楽に情報を載せられ、住民や観光客は便利な情報を得られます。
 - **有事のメリット**: 最新の避難所や AED の場所がすぐにわかり、安全性が高まります。
-

5. 導入・実行のスケジュール(案)

準備年度(0 年目): 合意形成とパートナー選び

1. **自治体内での話し合い・予算化**
 - 観光課、防災課、デジタル推進課などで協力し、「初期導入費」の予算を確保します。
 - (任意) 次年度以降の「基礎情報の更新委託料」の予算も検討します。
2. **地域運営パートナーの募集・選定**
 - パートナーに求める役割(営業、掲載許可取り、データ入力)をはっきりさせます。
 - **ここが重要**: デジタル技術よりも、「簡単な PC 入力」ができ、「人と話すのが得意」で「地域への情熱」がある事業者を選びます。

1 年目以降(持続的運営フェーズ): 事業スタート

1. **協定締結・マップ稼働**
 - 自治体とパートナーで協定を結び、本部がマップシステムを稼働させます。
 2. **パートナーによる活動開始**
 - **観光**: 全事業者を回って許可を取り、指定の表に入力します(地図への登録は本部がやります)。
 - **防災**: 自治体(防災課など)からデータをもらい、指定の表に入力します(登録は本部がやります)。
 3. **パートナーの収益化**
 - パートナーは信頼を元に、独自のサービス(有料プランなど)を提案し、事業を拡大させます。
-

6. パートナーの事業を「持続可能」にする収益モデル

このモデルは、自治体からの委託料だけに頼りません。パートナーは、マップ運営で築いた信頼関係を使って、自分で稼ぐことができます。

A. 事業者向け上位プラン(継続型)

無料で載せているお店に対し、さらに便利な「有料プラン」を提案します。

- **例(月額 3,300 円)**: 新メニューやイベント情報の入力を代行したり、求人情報を載せたりします。

B. パートナー独自の個別営業(都度契約型／本部支援あり)

本部のサポートを受けながら、以下のような仕事を受けて稼ぐことができます。

- **ホームページ作成**：営業はパートナー、制作は本部が代行します。専門知識がなくても受注できます。
- **Google インドアビュー(店内写真)**：パートナーは撮影だけ行い、登録作業は本部がやります。
- **IT 活用相談(コンサル)**：SNS の発信指導や、Google マップ対策などをお手伝いします。
- その他、動画制作やチラシ作成など、地域の要望に合わせた仕事も可能です。
 - ※分からないことは本部が電話やオンラインでサポートします。

C. 収益の分配(パートナー制度)

- 上記の A(有料プラン)や B(個別営業)で得た収益の**「70%」**がパートナーの取り分になります。
- 残りの 30%はシステム提供元(本部)が受け取ります。
- 頑張った分だけ収入になるので、パートナーはやる気を持って活動を続けられます。

7. 心配な点と、その対策(リスクヘッジ)

懸念 1: パートナー選びの失敗

- **課題**：やる気がない、ただの IT 事業者を選んでしまうと上手くいきません。
- **対策**：面接で「事業への意欲」と「会話力」をしっかりと確認します。地域を歩き回れる人かどうか重要です。

懸念 2: パートナーが辞めてしまう

- **課題**：パートナーが孤立したり、儲からなくて事業を諦めてしまうこと。
- **対策**：自治体が定期的に様子を聞くほか、本部も電話やオンラインで営業支援を行い、孤立させません。

懸念 3: 役所の担当者の異動・縦割り行政

- **課題**：担当者が変わって理解が得られなくなったり、観光課と防災課の連携が取れなくなること。
- **対策**：初年度に、行政、商工会、防災組織、パートナーなどを含めた「協議会」を作ります。個人の熱意に頼らず、「まち全体の公式事業」として位置づけることで、長く続くようにします。

8. 結論: 自治体を得る「初期投資」の大きな見返り

この計画では、最初の「マップ代金(初期投資)」を払うだけで、自治体は非常に大きなリターンを得ることができます。

1. 「持続可能性」が手に入る：役所の「人手不足」や「異動で担当が変わる」問題を、民間のパートナーが解決してくれます。彼らは自分の商売としてやるので、地図はずっと更新され続けます。
2. 「地域でお金が回る」：パートナーが小さなお店を支援することで、地域経済が活性化します。
3. 「安全・安心なまち」になる：住民の郷土愛や助け合いの心が育ち、「安全なまち」という強いイメージを作ることができます。

自治体は、自分で営業しなくても、最小限の投資で「経済」と「安全」の両方を守る仕組みを地域に作るができます。

9. 提供元(本部)による「伴走型」の支援体制

成功のカギは、システム提供元(本部)のサポートです。本部は、面倒な作業を受け、自治体やパートナーが本来の活動に集中できるよう支えます。

A. 自治体・パートナーが「やらなくてよいこと」(本部の役割)

- ・ 専門的なデジタル作業すべて：サーバー管理やセキュリティ対策は本部がやります。
- ・ 地図への登録作業：パートナーが入力したデータを地図に反映させる作業は、本部が責任を持っています。
- ・ デザインやプログラミング：専門知識は一切不要です。

B. パートナーに「求められるスキル」

- ・ デジタル技術ではありません。
- ・ 必要なのは**「地域のお店や住民と笑顔で話せる力」と「地域を歩き回る行動力」**です。
- ・ パソコン操作は、「文字入力とコピペ」ができれば十分です。

C. パートナーへの「直接支援」

- ・ 経営の指導：どうやって稼ぐか(有料プランの売り方など)を、本部が直接教えます。
 - ・ ツールの提供：説明資料やチラシの見本などを提供します。
 - ・ 相談対応：活動中の悩みやITの専門的な質問に答え、パートナーを一人にしません。
-

10. 他の解決策との「違い」と「優位性」

(1) 「大手グルメ・予約サイト」に頼る場合

- ・ 課題：手数料などで売上が地域外に出て行ってしまいます。また、防災情報など地域独自の情報を載せられません。
- ・ 解決策：地域独自の基盤なので、お金が地域に残り、経済循環を促します。観光と防災をセットにすることも可能です。

(2)「自治体がゼロから開発する」場合

- **課題：**開発費が数千万円もかかり、毎年の維持費も高額です。担当者が変わると更新されず「デジタル廃墟」になる恐れがあります。
- **解決策：**完成済みの仕組みを使うので、費用が圧倒的に安く済みます。機能も常に最新にアップデートされます。運営は「生業」として行うパートナーがいるので、ずっと更新されます。

(3)「補助金で単発の地図を作る」場合

- **課題：**補助金が終わると運営費がなくなり、すぐに使われなくなってしまいます。
- **解決策：**最初から「パートナーがビジネスとして続ける」ことを前提に作られているので安心です。

このご提案は、貴自治体の「経済振興」と「安全確保」を両立し、持続可能な地域活性化に大きく貢献できると確信しています。より詳しいご説明をさせていただきたく存じますので、ぜひご検討のほど、よろしくお願い申し上げます。