

2 地域創生 Co デザイン研究所

# おいしい食事で摂れるビタミンのように ICT を地域社会の栄養にしていく

持続可能な地域をつくるため、2021年7月に設立されたのが株式会社地域創生 Co デザイン研究所（以下、Co デザ研）である。NTT 西日本の営業エリアの自治体や行政の首長、地場企業、市民などの声から地域課題をとらえ、ICT を活用した課題解決に取り組んでいる。取締役の中村 彰呉 氏に、ビジネス戦略や取り組み事例、将来展望を聞いた。

## ICT の提供で、地域を元気に していく共創活動を展開

日本社会を取り巻く環境は、コロナ禍やウクライナ情勢によって大きく変化した。それまでは経済合理性に基づくグローバルサプライチェーンが進化してきたが、一転してリスクにもなることがわかったからである。Co デザ研の取締役 中村彰呉氏は「地域に眠っている資産を活用するなど、自給率を高めていかなければならない」と切り出した。同社は、2021年7月に創設された企業であるが、地域創生の活動はそれ以前から展開されてきた。その礎は、2019

年秋から始まった活動にある。

地域社会にはさまざまな悩みがあるが、特定のメンバー・セクションだけにとどまり、全体を俯瞰できない傾向にある。しかも短期かつ散発的な対策では解決できないような問題もあり、民間パートナーも含めた課題解決に至っていない実情がある。

NTT 西日本グループは、これらの課題を解決するべく、地域のデジタル化やスマート化に資する 10 の重点分野への取り組み「Smart 10x」を充実させていくとともに、地域の人々との共創による社会課題解決をより強力に推進していくために、2019 年秋から中期事業ビジョンの



株式会社地域創生 Co デザイン研究所  
取締役  
Co デザイン事業部長 兼 戦略企画部長  
中村 彰呉氏

重点テーマとして「地域創生推進活動（通称：ビタミン活動 以下、ビタ活）」を展開している。30 支店の支店長が合宿を行い、地域毎の課題を設定し、それを解決する事業構想を描き、実行する取り組みから始まった（図1）。

ビタ活の根底には、自社のサービスや製品ありきの「プロダクト・アウト」ではなく営業から脱却する「マーケット・イン」の考え方がある。おいしく食事をすることで無意識に摂れるビタミンのように、地域が必要とするサービスのベースとなる ICT 技術を提供することで地域を元気にしていく考えである。

そして、地域住民視点の本質的な社会的価値であるウェルビーイング

## 地域創生に向けた活動 ～これまでとこれから～

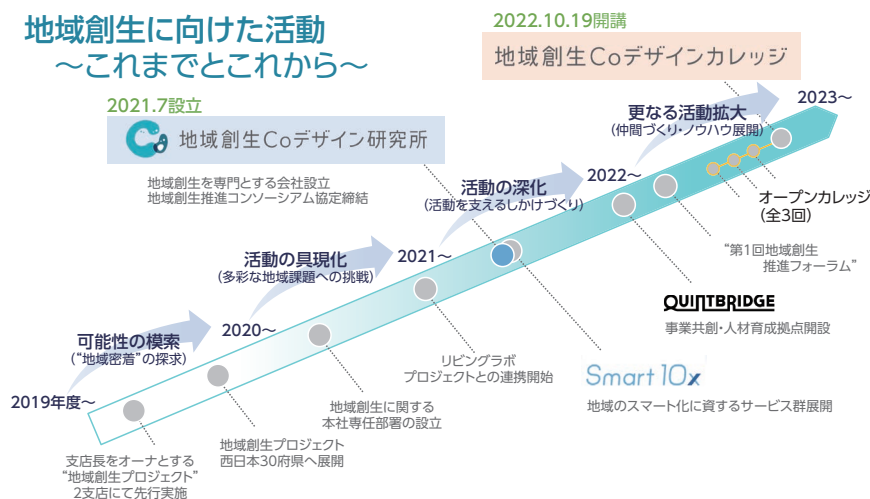


図 1 地域創生に向けた活動のあゆみ

と、NTT 西日本の事業としての経済的価値の両輪を高めていく仕掛けとして、2020年には地域創生に関する本社専任部署が設立され、そこがスピナウトする形でできたのがCo デザ研である。中村氏は「30府県で30人の支店長がプロジェクトオーナーとなります。人が入れ替わってもノウハウや人脈が引き継がれるようにしています」と語った。

## NTT 西日本グループの技術で地域の自治体、企業と共創

Co デザ研では、西日本エリアにおいてビタ活のさらなる加速を図るとともに、NTT 西日本グループの各社・各部、パートナー企業・研究機関の見聞やツールを総動員し、自治体や地場企業・組織、その連携体など地域社会が主体となる地域創生活動の支援やコンサルティングを行っている。地域が抱える課題探索からシナリオ構想、実行計画、検証、社会実装まで、コンサルティングやデジタル技術活用などを通じて地域社会の持続可能な成長を促していく。そこで重視しているのが、地域の主体となる自治体や地場企業との共創である。中村氏は「我々はBtoBtoXと呼んでいます。まず最初のBはNTT 西日本グループと全国企業のパートナーです。センターのBが地域の自治体や地場企業、または協議会や社団法人などの組織体で、Xは直接の受益者である地域社会・住民を意味します。地域社会に根ざしていくにはセンターBが大事で、ここを盛り上げていくプロジェクトとなっています」と説明した(図2)。

NTT 西日本グループでは、地域創生活動が生み出す価値は大きく3

## 地域創生活動の事業モデル

～地域創生を実現する仕組みを垂直と水平の2方向で展開

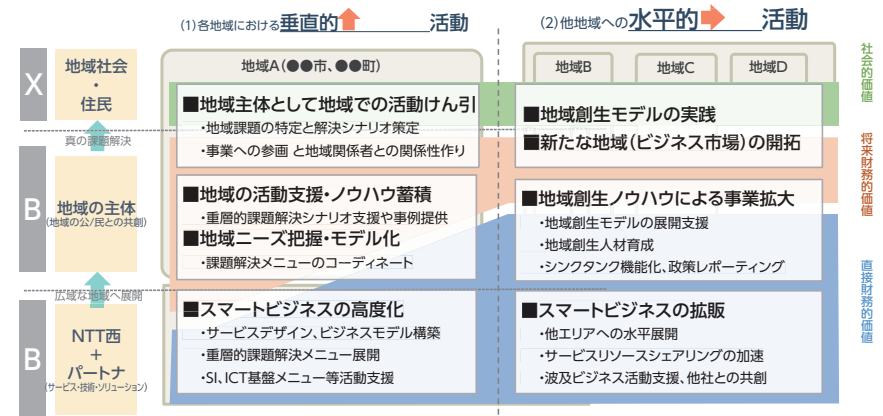


図2 地域創生の3つ価値を実現する垂直・水平活動

つあると考えている。1つが、地域社会や住民のウェルビーイングをもたらす「社会的価値」、2つめは、NTT 西日本グループのブランディングや人的資本につながる「将来財務的価値」、3つめは提供サービスや波及ビジネスの収益をもたらす「直接財務的価値」である。各地域におけるスマートビジネスの高度化による社会課題の解決のノウハウを蓄積し、全国展開してビジネスを成長していく狙いがある。「地域における個々の活動を『垂直的活動』と呼んでいます。ここでは社会的価値と将来の財務的価値の獲得の占める割合が高いです。地域で成功したモデルを他の地域に展開する『水平的活動』を進めることによって、直接財務的価値を得ていくコンセプトになっています」(中村氏)。

Co デザ研が30府県で取り組む地域創生プロジェクトは、2023年1月現在で36にのぼる。地域の課題テーマは、農・林・水産・畜産といった一次産業、スマートシティ、観光・交通、担い手(教育・キャリアデザイン)、医療福祉、地域まちづくり(エネルギー・防災)、もの

づくりなど多種多様である。産業、都市、生活者から多様な課題にチャレンジしており、すでに垂直的活動から水平的活動へ展開しているプロジェクトもある。次項からその例を紹介する。

## 森林・林業DXによる自然資本循環型の地域活性化

宮崎県は、30年以上連続してスギ素材生産量が日本一となっており、NTT 西日本とCo デザ研は「森林・林業DX構想」を実現するべく、2021年4月に宮崎県森林組合連合会、諸塚村などと協議会を設立し、森林・林業DXに取り組んできた(図3)。

日本の国土の約3分の2が森林で、現在伐採適齢期を迎えた人工林が5割を占めている。森林は土壌保全や生物多様性、CO<sub>2</sub>吸収等の重要な機能を有しており、その環境を維持するための森林経営が欠かせない。その一方で、後継者不足や森林所有者の関心低下により、伐採や再造林が適切に実施されないといった状況にある。

これらの課題をデジタル技術によって解消しようとするのが森林・



林業 DX 構想である。人工衛星やドローン、AIなどを活用し、地域固有の情報と重ね合わせ、森林所有者ごとの森林の資産価値やCO<sub>2</sub>吸収量を可視化し、森林所有者のみならず自治体や森林組合・製材所等の幅広い林業関係者をデータでつなぎ、価値提供に向けた実証を進めている。

中村氏は「デジタル化によって、森林の資産価値の可視化、森林調査の効率化、木材の適正価格取引など、様々な関係者に価値を提供します。さらに、カーボンクレジットを活用した都市部とのつながりづくりにより、自然資本循環型社会をめざします」と説明した。

これまで森林調査や評価には、10haあたり数人でおおよそ10日間の工数が必要であったが、実証ではドローンやAIの活用によって30分の1程度にまで削減できることがわかった。デジタル化により、作業工数の削減だけでなく、効率的な情報管理や施業の集約化など、健全な森づくりの促進も期待できるとしている。

宮崎県での取り組みに続き、2022年11月には岡山県真庭市において、「森林価値の向上に向けた

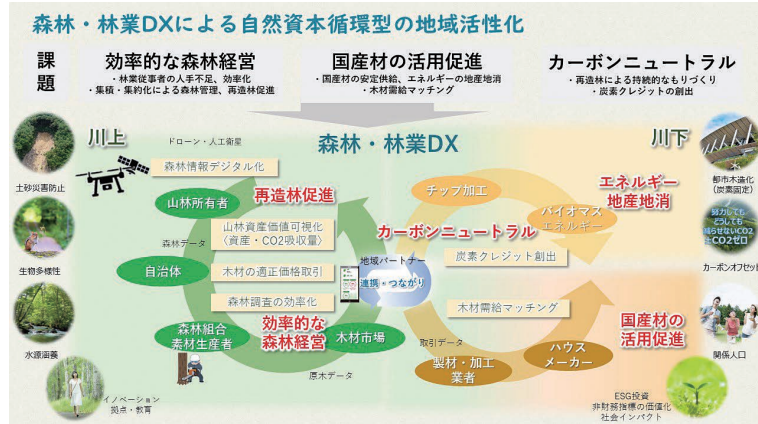


図3 森林・林業DXによる自然資本の循環による地域活性化

CO<sub>2</sub>吸収量の見える化」の共同実証も発表され、ドローンによる測量からスギ・ヒノキの材積量を解析してCO<sub>2</sub>吸収量を可視化した。中村氏は「樹木も高齢級になると成長が鈍化し、CO<sub>2</sub>吸収量も減少していくため、適切な伐採と再造林を行うことでカーボンニュートラルに貢献できます」と適切な森林経営管理の重要性を語った。

### 地域通貨による自助・共助を育むまちづくり

高齢社会での健康増進はすべての自治体が抱える課題である。愛媛県西条市では、ウォーキングや体組成

計による測定、健康診断など、健康増進活動をポイント化し、商品券に替えられる取り組みを行っていた。NTT西日本とCoDeザ研は、この取り組みのデジタル化を支援した。専用のスマートフォンアプリを使い、健康増進だけでなく、リサイクル活動や食品ロス運動など、地域に関連する活動に住民が参加することでポイントを貯め、西条市内の店舗で消費できる地域通貨の支援である。現在は、西条市と伊予銀行、愛媛銀行、西条産業情報支援センターとともに「西条市SDGs推進協議会」の立ち上げに携わり、「LOVESAIJOポイント」というサービスとして運営している。

中村氏は「暮らしのいろいろなところにポイントを広げていくことで、自助と共助が広がる暮らしをつくっています。『LOVESAIJO』という名称で、得するだけでなく、街をよくすることで市を愛するといった、シビックプライドにつながる行動変容も見られます」と成果を語った。これまで市民の3割が使用しており、利用できる加盟店は数百店舗を超えた。健康増進に始まり、地域内消費やコミュニティも活性化し

### 愛媛県西条市における自助・共助を育む協働と共創のまちづくりのステップ

- これまで、健康活動→ポイントを活用した地域での消費活動を推進(STEP1、2)
- 今後、SDGsを絡めた住民参加型の活動促進(STEP3)、地域課題全般の解決に向けた取組(STEP4)に発展するポイント付



図4 地域通貨を活用した自助・共助を育むまちづくり

ており、順調に地域通貨の導入および浸透が進んでいる。今はこの活動を持続可能な仕組みにできるよう取り組んでいる（図4）。

なお、地域住民の健康増進プロジェクトとしては、奈良県天理市と連携した「睡眠センサーを活用した介護予防事業」もある。これは、布団やマットレスに設置したセンサーで睡眠の状態を取得し、眠りの質を可視化して睡眠の質を改善していく取り組みである。この事業は、NTT PARAVITAと連携しているソリューションであり、次節でも取り上げて説明する。

### 観光DXで、観光地の混雑解消やブランディング、共創を支援

コロナ禍で深刻な打撃を受けた観光業だが、新しい生活様式の浸透で回復の兆しがみられる。ユネスコの世界遺産に認定される景観や建造物を持つ有名な観光地は、混雑状況の可視化や混雑情報の伝達、周辺観光資源の発信、データを活用した観光地経営などの課題を抱えている。

世界遺産である厳島神社で有名な広島県廿日市市では、2021年より公益財団法人中国地域創造研究セン

ター、株式会社中国放送、NTT西日本とともに、廿日市市宮島エリアにおける「観光体験プロデュース事業」の実証事業を展開してきた。混雑状況や地図、観光ガイドをデジタル化し、観光客の体験価値を向上するとともに、観光資源開拓、人材育成、地域コミュニティづくりによって地域の産業を活性化することが狙いである。

「人の流れをデータ化して共有することで、飛び込みの客を受け入れたり、食事をつくりすぎないでゴミの量を減らしたり、ガイド不足を補ったりすることができます。社会実装の途中ではありますが、これまで見られなかった、地場の事業者同士での連携が生まれていて、ワークショップやアイデアソンを実施するなどのコミュニティができています」（中村氏）。観光DXは福井や和歌山にも水平展開をしている（図5）。

このほか、スマートシティの取り組みが熊本で展開されている。スマートシティ実現に向けた、官民連携による共創を目的としたコミュニティづくり、データ連携・活用をすすめる仕組み・プロセスのコンサルティングをNTT西日本とCoデザ

研が担っている。

### 共創の場を広げ、地域創生のノウハウを拡散

Coデザ研では、これからも地域別の垂直的活動を継続し、各プロジェクトにの磨きをかけ、地域において複数・複雑に絡み合う地域課題を重層的な課題解決に努めていく。そして水平的活動に繋げるためにも、NTTグループ内外での共創を促進する。2022年10月には、各地域で取り組むプロジェクトの知見やノウハウを蓄積、共有し地域創生を加速させることを目的とした「地域創生Coデザインカレッジ」を設立し、30名を超える地域活性化の推進者が参加した。また、NTT西日本ではオープンイノベーション施設「QUINTBRIDGE」を展開しているが、ここに参加する企業や研究者たちとのコラボレーションも進めていくとしている。

外部のコンサルタントとして正解や完成形を示すのではなく、地域の一員となり、課題に自分ごととして向き合うことで、持続的な地域の活性化をめざすのがCoデザ研のコンセプトである。今後の取り組みにかける想いについて中村氏は、次のようにコメントした。

「私たち地域創生Coデザ研は50人ほどの組織ですので、各地域に展開するときにはNTT西日本の支店をはじめ、NTTグループやパートナーの力が必要となります。各所で課題と成果が生まれるなか、私たちがリソースやノウハウを集積する存在となり、地域に寄り添ってきた方々と二人三脚で成功モデルを水平展開していきたいです」

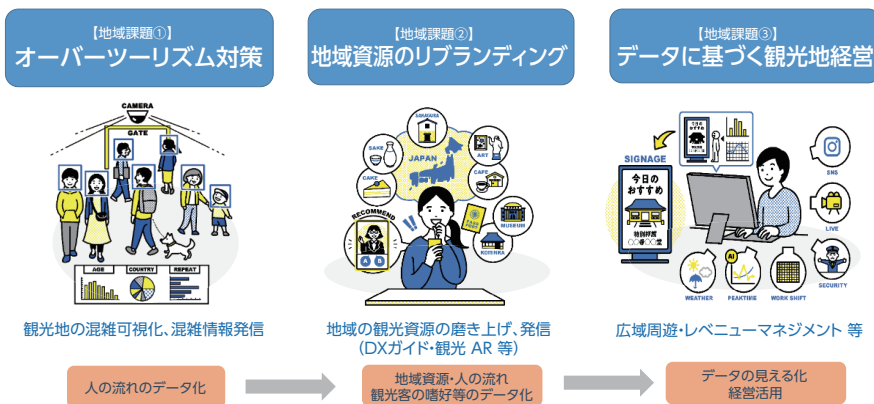


図5 観光DXで解決をめざす地域課題の例