

SOFTBANK

2022.08.24

公共事業推進本部

# 竹芝における取組

- スマートシティのモデル（WeWork）
- 東急不動産×SBのテクノロジーセンサー1400以上ある
- 2020年9月～新社屋（12～39Fを賃貸）エントランス6F
- 顔認証と検温を同時計測しエレベータの行き先も自動になる
- OFFICE⇒作業からコラボレートに
- ラウンジや美術品など職場でコミュニケーションがとりやすい環境作り
  
- 全ての仕事で人材の募集と定着をするために必要  
企業の競争原理の一つの軸

# 取り組み事例

- DX企業化を推進している
- オフィスに人がいない（リモートワークや自分の働きやすさ）
- 労務管理は全て携帯やタブレットでチェックするからオフィスに人がいない
- 20年後市役所レベルでもそのようなDX化になっていく可能性が高い

# ソフトバンクについて

- SoftBankGroupとビジョンファンドがよくニュースになる
- LINE、ZOZO、一休、Yahoo、Paypayなど330の子会社があり、実際の営業は手堅くやっている為、大損などのニュースと現状は異なる
- 90自治体と連携しDX推進している

# 自治体DXに向けた原資づくり

- 食べログを運営した奴が勝つ世の中  
⇒プラットフォーム運営最強（MaaS）
- 原資作り ⇒ 自治体DX ⇒ 効果測定  
ビジネスとして自治体の原資を作ることからサポート
- 省庁の予算なども自治体と一緒に取りに行く
- NTTに比べ通信手段を15～20%安くすることが可能
- デジタル人材の出向派遣、各社とアドバイザー契約

# ふるさと納税

- Yahooのディスプレイ広告
- 北海道紋別市：ふるさと納税の半分を基金に充当して国、県からの交付金を減らさないようにできる。
- 個人の住民税12兆円（全国）20%で買い物すると2.4兆円。現状のふるさと納税は6725億円また2兆円のマーケットになる。

# 自治体への導入

- 庁内の電話を全て携帯に。
- デジタル化を推進するのであれば、まずは携帯化。
- HELPO・スマホ教室などで導入可能
- 天橋立で検索しマーケティング戦略を立てられる
- デジタルマーケティングをやると戦略化
- スマート農業
- MONETでオンライン（医療、タクシー、公共交通、投票所の移動）

# 質疑

- 高齢者のスマホ利用でベストな普及方法は？  
⇒ インセンティブで釣るかデジタルデバイス専用端末レンタルを行政主導で義務教育的にやっていく。
- デマンドタクシー収益率のアプローチ（マーケティング）はどのように？  
⇒ 収益性はそもそも期待できないから収益化でなくダウンサイズでの提案。行政なので市民サービスの確保と1台の経費をダウンサイジングで抑える
- ふるさと納税：広告宣伝費の上げ方  
⇒ 総務省的にはネガティブだがここまで来たらやめられない。広告宣伝費は行動経済学とデジタルマーケティングをベースとしたマーケティング。ペルソナ⇒カスタマージャーニー。競争の物、タイミングなどをずらしてやる。（5Pを意識）



# 質疑

- 自治体でDXを進めている場所は？  
長野県庁：自治体とソフトバンク職員で人材交換をし費用無しでDXの知識を学べる。SBに長野県庁職員が出向してきており、SB社員が長野県庁に出向している。  
自治体すべてでは時間がかかりすぎるので、県単位で推進していく。