

経済金融・情報通信業企業誘致実行計画

【概要版】

令和6年3月

沖縄県名護市

目次

1	背景・目的	02
2	今後の名護における企業誘致の方向性	07
3	誘致ターゲット	18
4	分野別施策	29
5	推進の仕組み	42
	用語解説	46

本書の構成

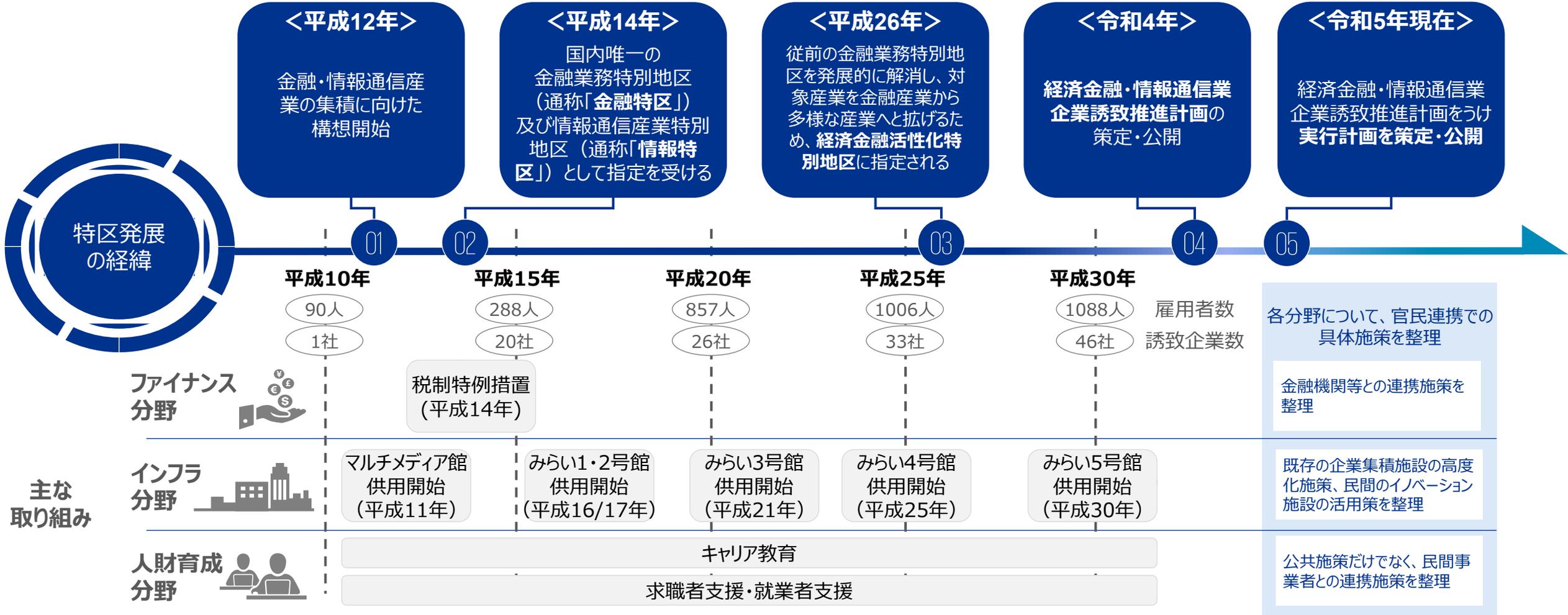
企業誘致・事業創発の実行計画として必要な要素は、大まかに分けて「誰に」「何を」「誰が」「どのように」「いつ」施策を展開するのかという点である。本書はそれらの要素を各章にて紹介し、すぐに実行に移すことのできる計画とする。

実行計画に必要な要素

章	内容	Whom 誰に	What 何を	What 誰が	How どのように	When いつ
1. 背景・目的	これまでの名護市の企業誘致の動向、実行計画の位置付けや狙い					
2. 今後の名護市における企業誘致の方向性	令和4年度からの新計画（経済金融・情報通信業企業誘致推進計画）の要点・特徴、方針転換の理由					
3. 誘致ターゲット	今後の名護市における企業誘致対象の考え方、具体的なイメージ、具体施策を周知するためのアプローチ戦略	●				
4. 分野別施策	経済金融・情報通信業企業誘致推進計画で定義された施策の方向性に則して整理した、企業誘致関連・事業創発関連の具体施策（施策の内容、評価指標案、実現性、効果、優先度等）		●	●	●	●
5. 推進の仕組み	実行計画に則して施策を展開していくための運営体制やモニタリング体制				●	

金融・情報通信産業の集積に向けたこれまでの取り組み

名護市では、平成14年に国内唯一の「金融業務特別地区」及び「情報通信産業特別地区」の指定を受け、その後も更なる発展に向けて平成26年に「経済金融活性化特別地区」に指定された。企業誘致・事業創発の両面から施策を展開。



経済金融・情報通信業企業誘致推進計画の特徴

令和3年度までは、ハード面を中心とした企業誘致の土台作りを推進し一定の効果が生まれている。今後、さらに取組みを加速させるために令和4年度以降の経済金融・情報通信業企業誘致推進計画／実行計画では、企業誘致のみならず事業創発の要素も踏まえた「ビジネスエコシステム形成」をテーマとして設定。

平成14年～令和3年度

前計画：基盤形成段階

- ・【ファーストステージ】情報・金融産業や教育・研究機能の集積地としての認知・受容拡大
- ・【セカンドステージ】特区進出企業が雇用創出・産業振興に貢献し、雇用拡大に伴う施設移転等、企業の定着化と事業拡大を実現
- ・【サードステージ】持続的な成長に向け、人財育成に注力。学生から社会人まで多種多様な層へのキャリア教育や求職・就業支援に貢献

令和4年～13年度

経済金融・情報通信業企業誘致推進計画／実行計画：企業誘致の仕組み強化・発展段階

- ・【新ファーストステージ】新たな企業誘致理念の浸透と共に、各企業の新規事業創出や既存事業拡大等を支える**ビジネスエコシステムを形成**響鳴都市実現に向け、スマートシティ推進に不可欠な「まちづくりDX推進企業」及び「エコシステム活性化企業」の誘致に注力
- ・【新セカンドステージ】誘致企業の定着化と、エコシステムの発展に積極的な組織を中心とした持続的かつ能動的なエコシステムの拡大・進化

方向転換の理由

前計画によりハード面を中心とした土台形成は完了し、今後は仕組み（ソフト面）の強化が必要のため

経済金融活性化特別地区のメリットだけでは企業が集積する時代ではなくなったため

大上段となるスマートシティ名護モデルの目指す「響鳴都市」実現のためには、事業創発の要素も重要なため

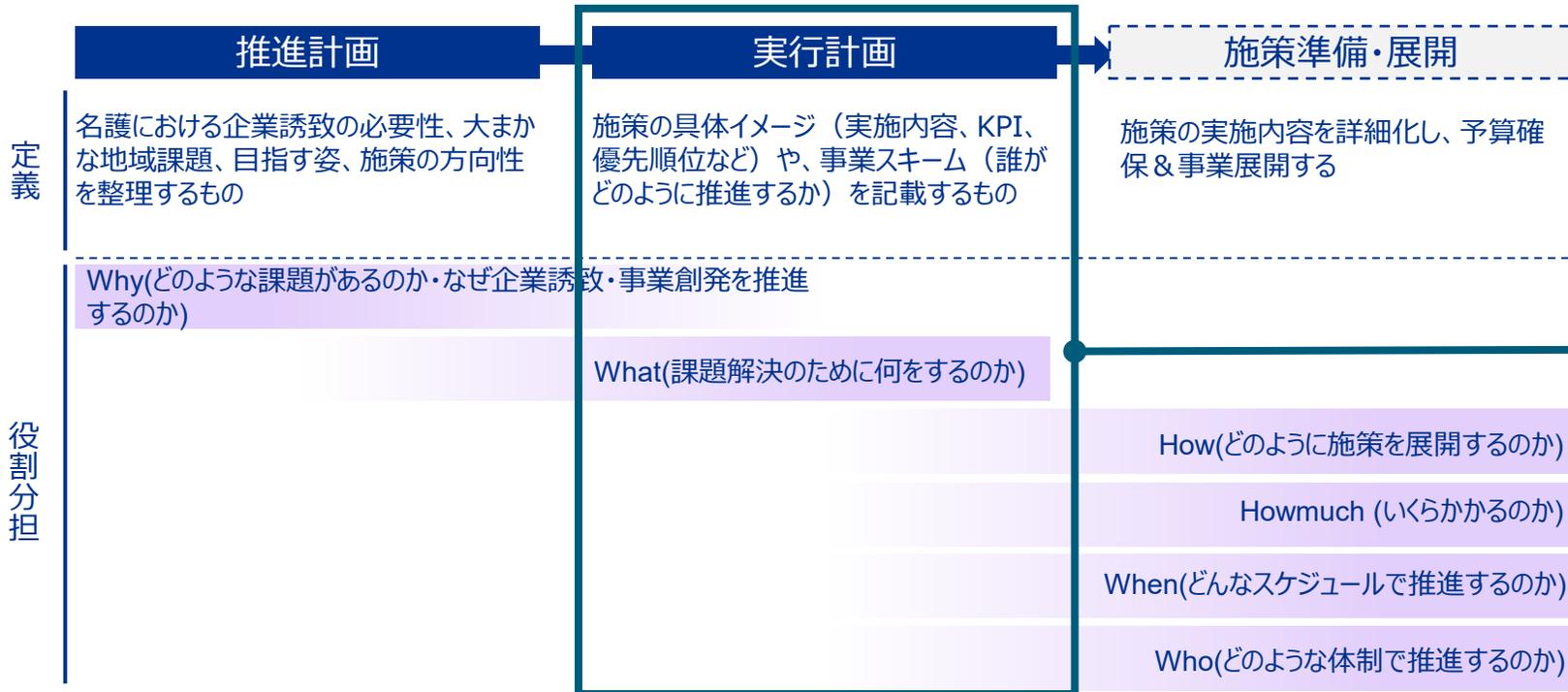
経済金融・情報通信業企業誘致実行計画の策定目的 —“推進計画”との関連—

名護市の企業誘致の基本計画に位置付けられる「経済金融・情報通信業企業誘致推進計画」を受けて、より具体的な施策案や実現方策を整理し、企業誘致・事業創発に向けた施策を実際に展開できるようにするために、実行計画を策定する。

＜経済金融・情報通信業企業誘致推進計画の活動フロー＞

- STEP 1 : 推進計画にて、名護における企業誘致の必要性・基本方針や目指す姿といった上段の情報を把握する
- STEP 2 : 実行計画にて、具体的な活動内容や事業スキームを把握する
- STEP 3 : 各プレイヤー（名護市、民間企業等）にて、施策展開に向けた準備と施策の推進をしていく

— 上記を踏まえた各プランの役割分担 —



実行計画の策定目的

名護の企業誘致推進に向けた具体的な施策案や実現方策を取りまとめる

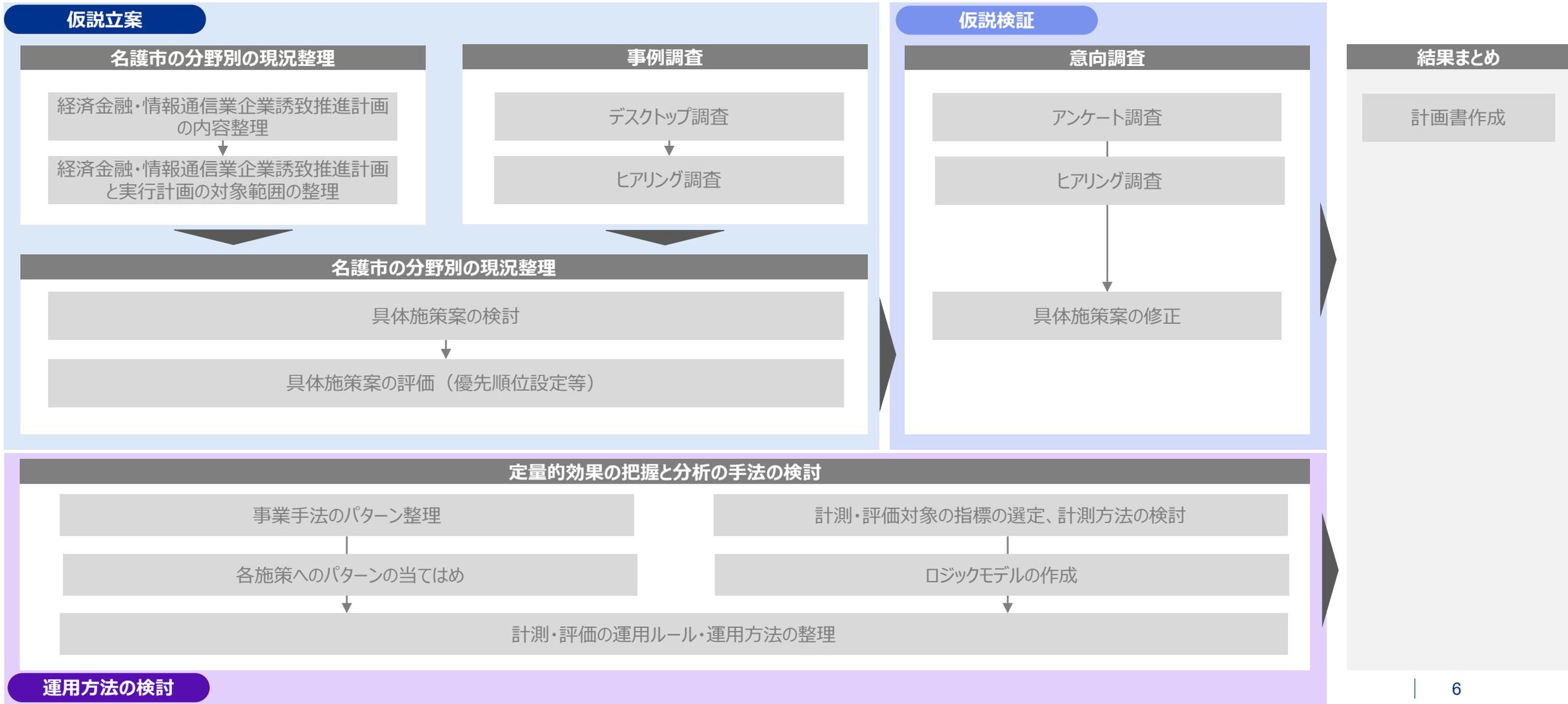


それにより、名護市や民間企業等の各プレイヤーが、具体的なアクションを起こすことができるようにする



本書の策定までのフロー

先進事例調査等を行う仮説立案フェーズ、有識者へのヒアリング等を行う仮説検証フェーズを経て本書を作成。

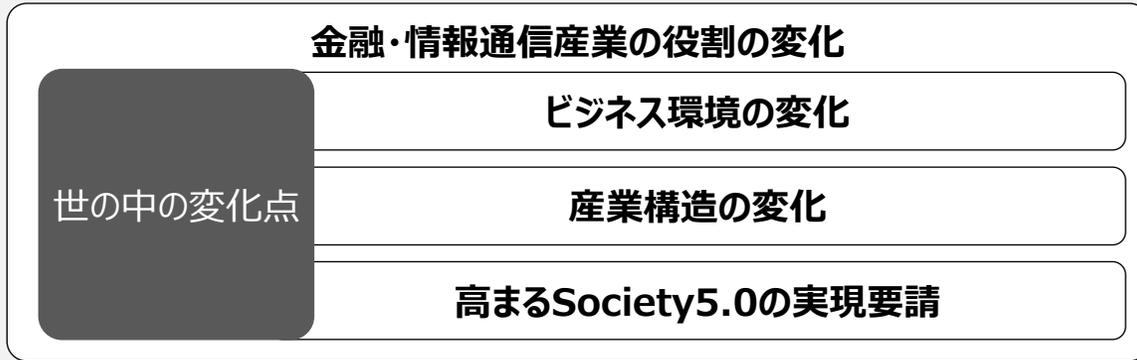


推進計画の振り返り —今後の名護における企業誘致戦略—

デジタルの台頭等世の中の変化を受けて、これまでと同じ考え方で推進する企業誘致は機能しづらくなっている。今後は、「名護で何ができるのか」を明確化し、誘致対象に進出する価値を共感させる“テーマ起点”の企業誘致を目指していく。

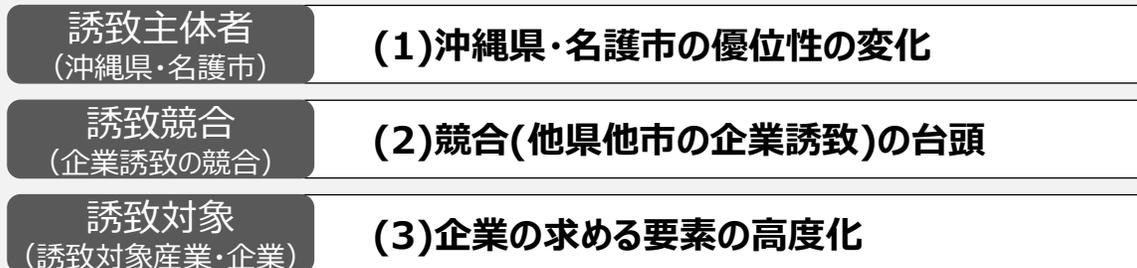
既存誘致
対象業種の
役割の変化

- デジタル・テクノロジーの発展による雇用や労働、産業構造の変化やVUCAの時代への突入による複雑化した課題への対応が急務である



企業誘致を
推進する上
での転換点

- 従来のような、成長が見込まれる産業を見極め、その産業が求める「経済的インセンティブによる支援」や「インフラ整備による支援」だけではこれまでのような企業誘致や集積は難しい



今後の企業誘致戦略

- 「まちづくり×DX」による地域解決型の産業発展循環モデルの形成に向け、従来型の誘致ではなく、「名護で何ができるのか?」・「名護は何をしようとしているのか」を明確にし、誘致対象への「名護には事業機会 (= 進出する価値) がある」という“テーマ起点”の魅力付けを通じて集まった人同士を有機的に繋げる“エコシステム形成型”の企業誘致を目指す

理念

“TSUNAGU” new business cluster model
～地域課題からはじまる新たな産業発展～

基本方針

魅力的な進出先となるための経済金融活性化特別地区の発展に向けた、ビジネスエコシステムの形成による地場産業発展と持続的成長

分野別施策

企業誘致

事業創発

推進計画の振り返り ー理念と基本方針ー

理念

“TSUNAGU” new business cluster model ~地域課題からはじまる新たな産業発展~
 6万人規模のまち、名護市の地域課題に紐づくテーマや事業フィールドを接点に種々のヒトがつながり合い、共創し、地域課題解決型の産業発展循環モデルを形成
 名護市発で事業を具現化する中で課題先進国日本の次世代型産業集積を目指す

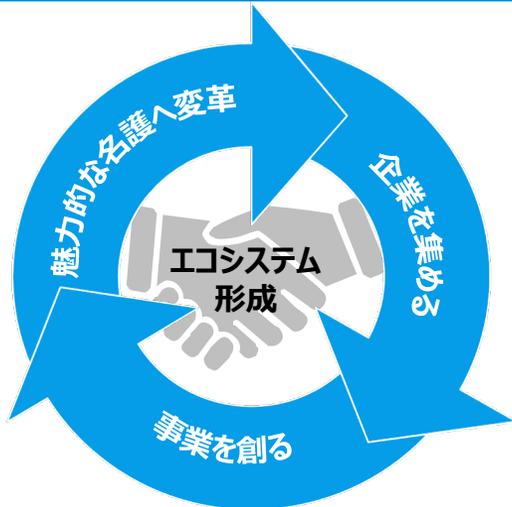
基本方針

魅力的な進出先となるための経済金融活性化特別地区の発展に向けた、ビジネスエコシステムの形成による地場産業発展と持続的成長

新セカンドステージ：企業の定着とビジネスエコシステムの拡大・進化

ブランディング形成・他地域展開

新ファーストステージ：企業への認知拡大とエコシステムの形成



企業誘致へつなげる

名護に企業を呼び込み定着させる



エコシステムの拡大・進化

エコシステムの発展に積極的なプレーヤーを中心とした持続的かつ能動的なエコシステムへの拡大・進化



地域課題解決の 先進的都市へ

“実証実験”を越えた“社会実装”が
 テストベッド的に名護で実施され、他地域
 へ横展開可能なモデルケースを創出

分野別 施策

企業誘致：土台となる企業集積施設や運営体制等への強化施策
 (既存施設を中心とした施策)

パートナー
連携

KGI・KPI
(設計・モニタリング)

ヒト

モノ
(事業インフラ)

カネ

体制・
情報発信

事業創発：エコシステム形成・進化に対する施策

パートナー
連携

KGI・KPI
(設計・モニタリング)

ヒト

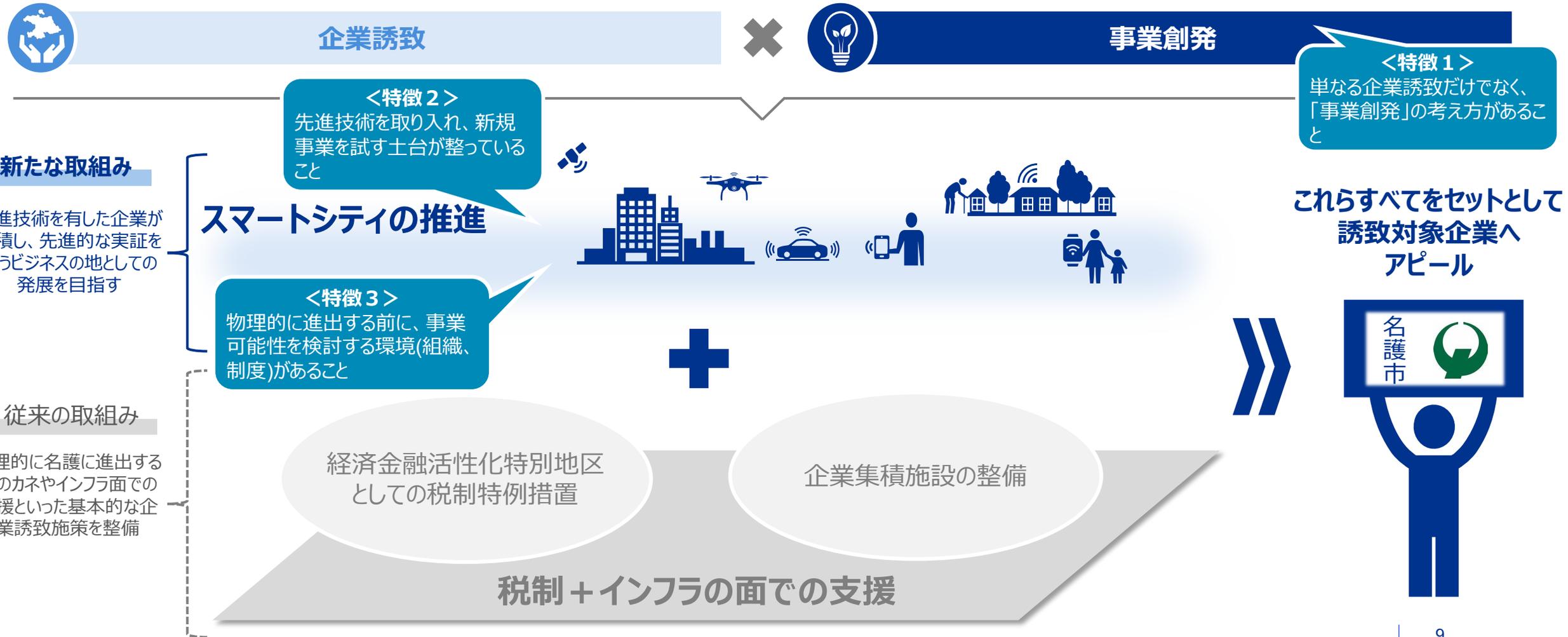
モノ
(事業インフラ)

カネ

体制・
情報発信

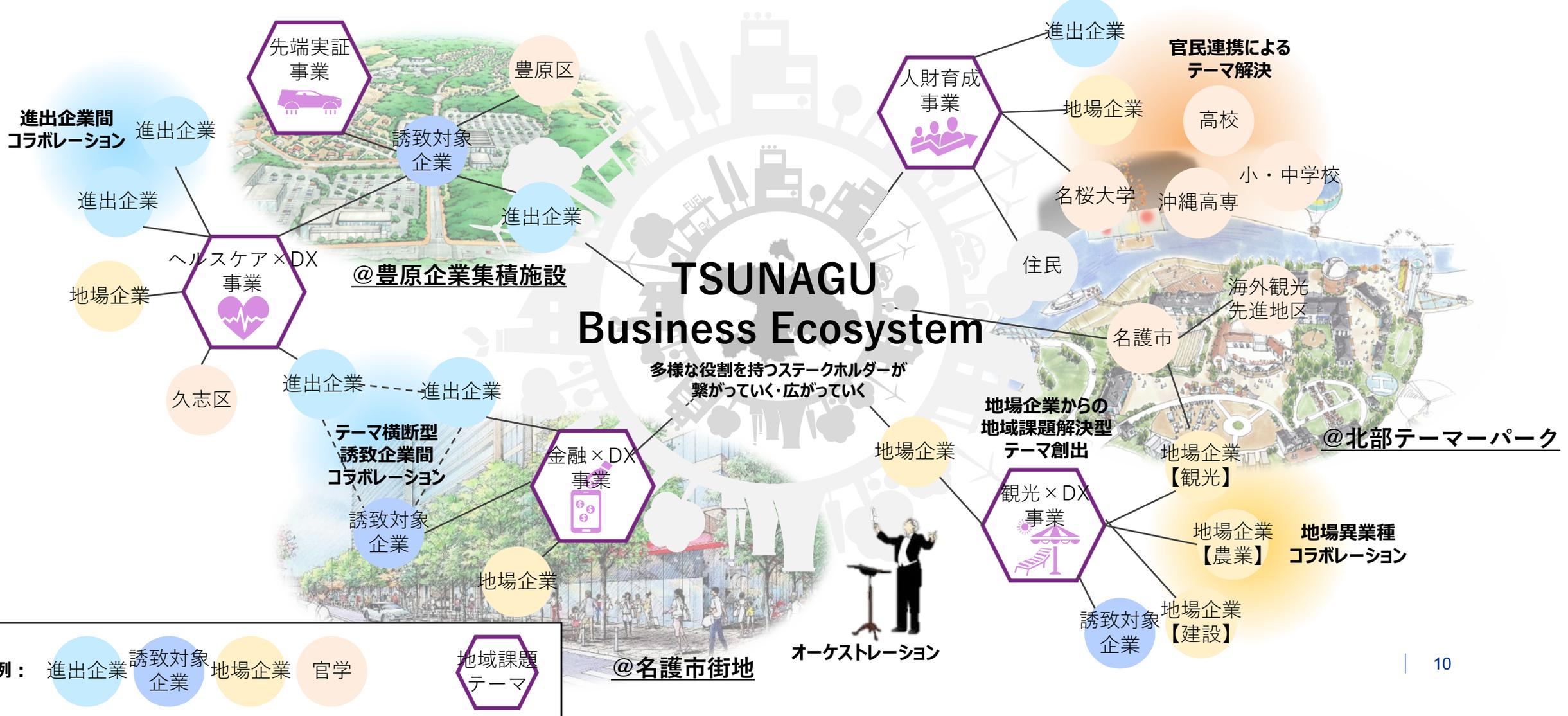
名護における企業誘致の特徴

今後、名護市が取り組む企業誘致の特徴を整理すると「単なる企業誘致のみならず、“事業創発”の仕組みと合わせて展開することで、新たなビジネスを展開するためのテストの地としてもアピールしていく」ことである。

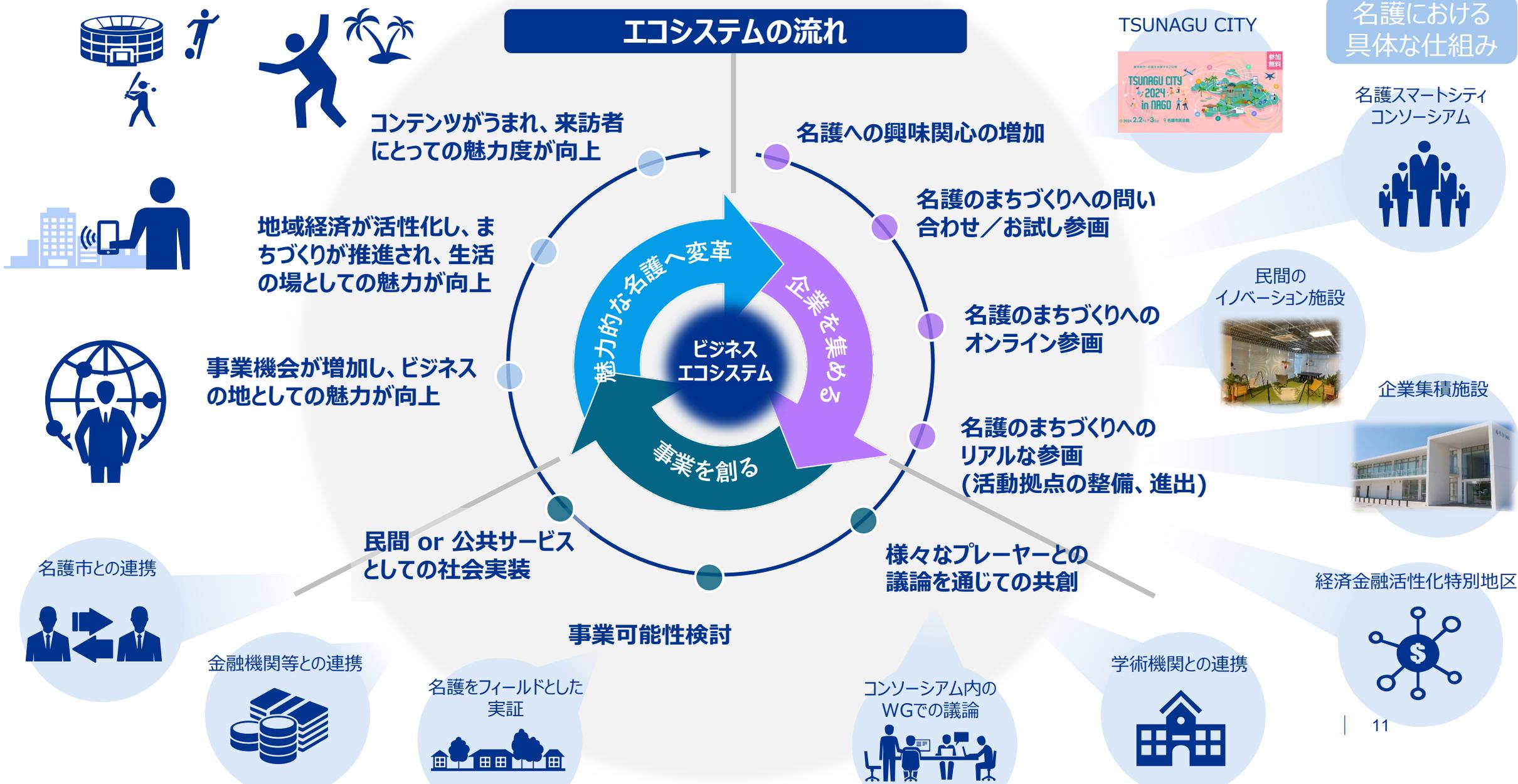


名護市の目指す「ビジネスエコシステム」とは ー概念ー

名護市の地域課題に紐づくテーマや事業フィールドを接点に、産学官／地元・外部問わず種々のプレイヤーが連携し合い、名護市という場所を求心力としたスマートシティ推進のビジネスエコシステムを形成。特区がまちづくりDX企業のメッカとなることを目指す。



名護市の目指す「ビジネスエコシステム」とは ー具体的な仕組みー



エコシステム推進の仕組み —経済金融活性化特別地区・企業集積施設—

税制面の支援の仕組み：経済金融活性化特別地区

名護市全域を対象地区として、金融、情報通信、観光、農業、水産養殖、製造業、経営コンサルタント業の企業が進出する場合の各種税額について特例措置を行っている。

国 税	<ul style="list-style-type: none"> ■投資税額控除： 機械・装置、器具・備品の取得価額の15%、建物・その附属設備の取得価額の8%を法人税額から控除 ■特別償却： 機械・装置、器具・備品の取得価額の50%、建物・その附属設備の取得価額の25%を特別償却 ■所得控除： 「所得金額×40%×（特区内事業所の常時従業員数/その法人の常時従業員総数）」を損金算入 ■エンジェル税制： <ol style="list-style-type: none"> 1. 指定会社へ投資した年（選択制） <ul style="list-style-type: none"> ・「対象企業への投資額－2,000円」をその年の総所得金額から控除 ・対象企業への投資額全額をその年の株式譲渡益から控除 2. 指定会社の株式を売却した年 未上場対象企業株式の売却により生じた損失を、その年だけでなく翌年以降3年にわたって、他の株式譲渡益と順次通算（相殺）可能
	<ul style="list-style-type: none"> ■事業税：5年間の課税控除 ■不動産取得税：課税免除 ■固定資産税：5年間の課税控除
地 方 税	

※2023年12月時点

令和5年度時点では、累計で9社が本制度を活用して名護市内に進出している。

インフラ面の支援の仕組み：企業集積施設

名護市では、企業集積重点地域である名護市豊原地区に、企業進出の受け皿施設として、「マルチメディア館」「みらい1～5館」を整備している。



【出典】名護市企業立地ガイド

平成11年にマルチメディア館の供用を開始して以降、他施設も順次用意し、入居企業は順調に伸びている。
令和5年度時点では47社が進出している状況。

エコシステム推進の仕組み –スマートシティの推進の歩み–



名護市におけるスマートシティ推進の基本計画である「マスタープラン」を策定・公開
 「響鳴都市」のコンセプトのもと、3つの基本方針を策定

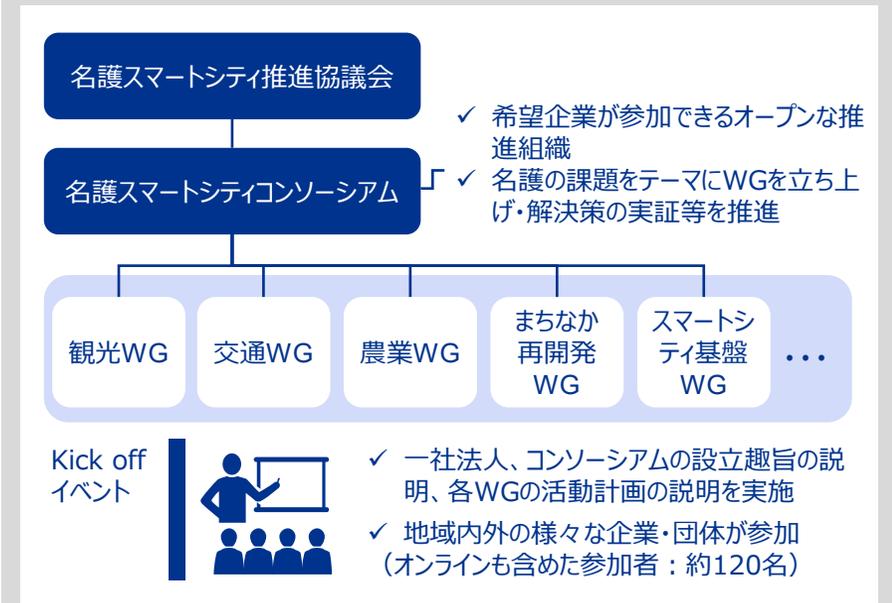
“響鳴都市”名護

人や企業、まちの歴史と未来、最新技術と自然などのあらゆる地域資源が、「もっと輝く名護市を創る」という想いを持って、それぞれの力を発揮（音を奏で）、互いに響鳴させ（ハーモニーを生み出す）その力を最大に引き出す新しいまち

基本方針

- 組織** 行政主導ではなく、名護の地域課題を自分事としてとらえる産学官／地元・外部の様々なプレイヤーと連携してまちづくりを推進
- 場所** 実フィールドにおける市民の声を聞き、課題（ニーズ）先行型のデジタル活用施策を推進
- 人** 未来名護の発展を担う地域人財の育成・誘引、定着化を促進

官民の両輪で名護のまちづくりを進める「民」側の推進組織である“（一社）名護スマートシティ推進協議会”を設立。その傘下の“名護スマートシティコンソーシアム”の活動kick offを実施し、響鳴都市に向けた取組がスタート

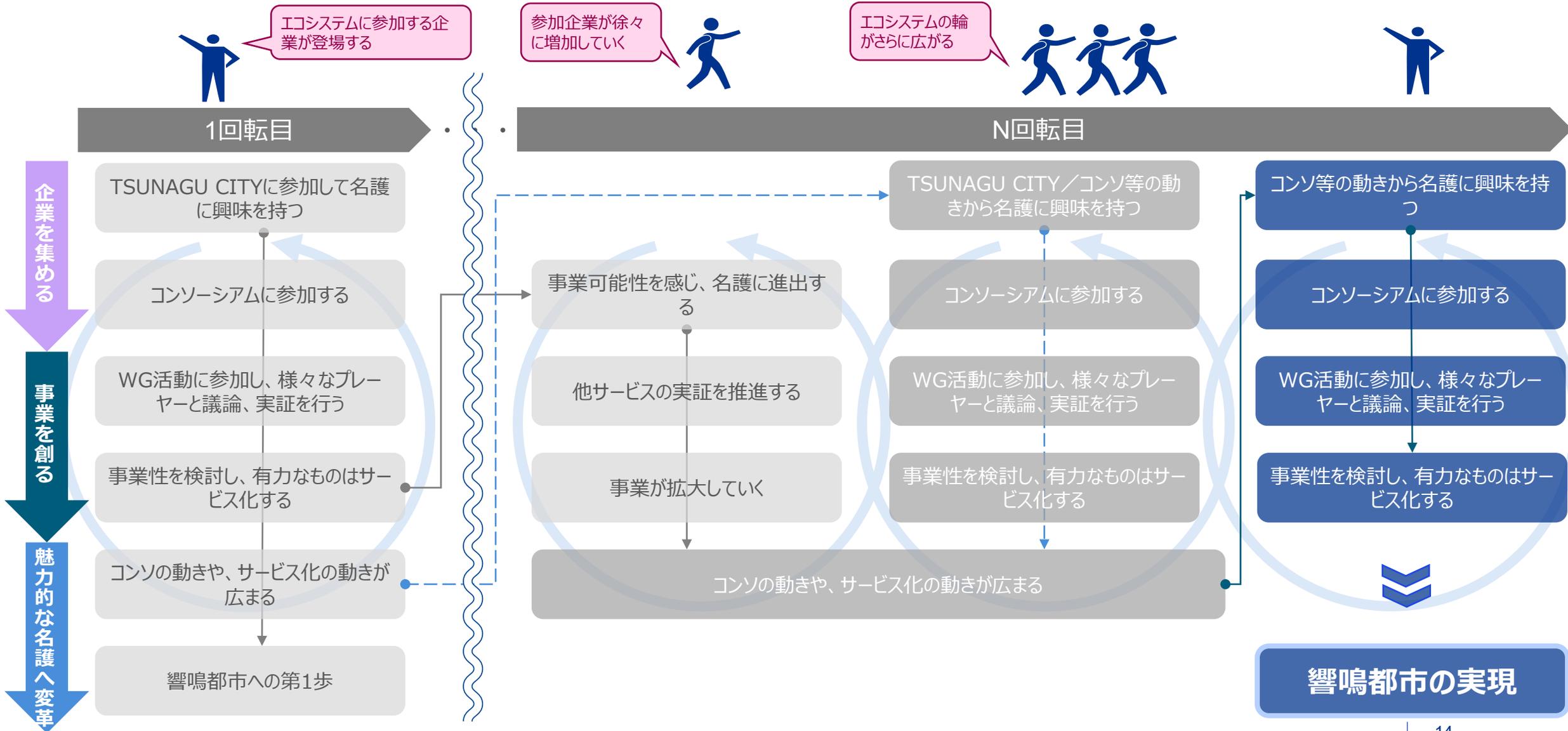


マスタープランを受け、名護のスマートシティ推進のために必要な具体施策案を整理したアクションプランを策定・公開



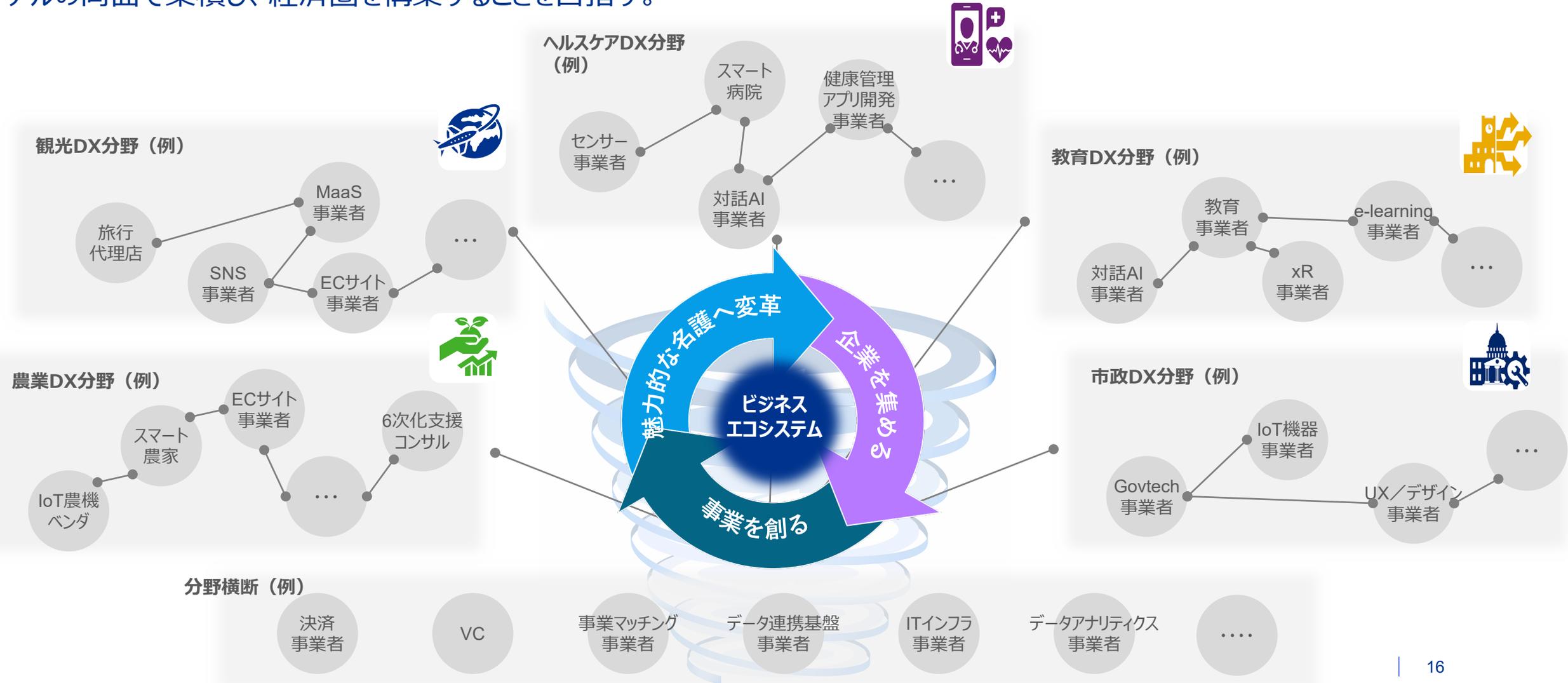
ビジネスエコシステムの拡大イメージ

【凡例】 1社目 2社目 … n社目



ビジネスエコシステムの結果イメージ

エコシステムを循環させていった結果、特定の業界・業種のみを誘致するのではなく、バリューチェーン上の様々な企業がオンライン／リアル両面で集積し、経済圏を構築することを目指す。



KGI

本書では、「経済金融・情報通信業企業誘致推進計画」にて設定された内容を踏襲し、“名護市内における金融・情報通信関連企業の雇用者数”をKGIとして設定する。

 KGI	名護市内における金融・情報通信関連企業の雇用者数	
	2,500人	
KGI 達成に向けた 主要な KPI	 企業誘致	 事業創発
	<p><量観点></p> <ul style="list-style-type: none">• まちづくりDX推進企業の誘致件数• エコシステム活性化企業の誘致件数• スタートアップ企業の誘致件数 <p><質観点></p> <ul style="list-style-type: none">• 付加価値労働生産性	<p><量観点></p> <ul style="list-style-type: none">• デジタル技術を活用した事業創発ビジネスマッチング件数• デジタル技術を活用した事業創発の取組件数• 産業DX(高度化・高付加価値化)の取組みが促進された企業数• デジタル活用人財の育成数 <p><質観点></p> <ul style="list-style-type: none">• デジタル活用人財の質向上（成熟度向上）

誘致対象企業群の検討方法

本書で整理する各種施策の対象として、名護市における企業誘致の対象企業群を検討する必要がある。本書では、以下の2つの要素を基にして誘致対象企業群を定義する。

企業の分野

—どのような業種・業界の企業か—



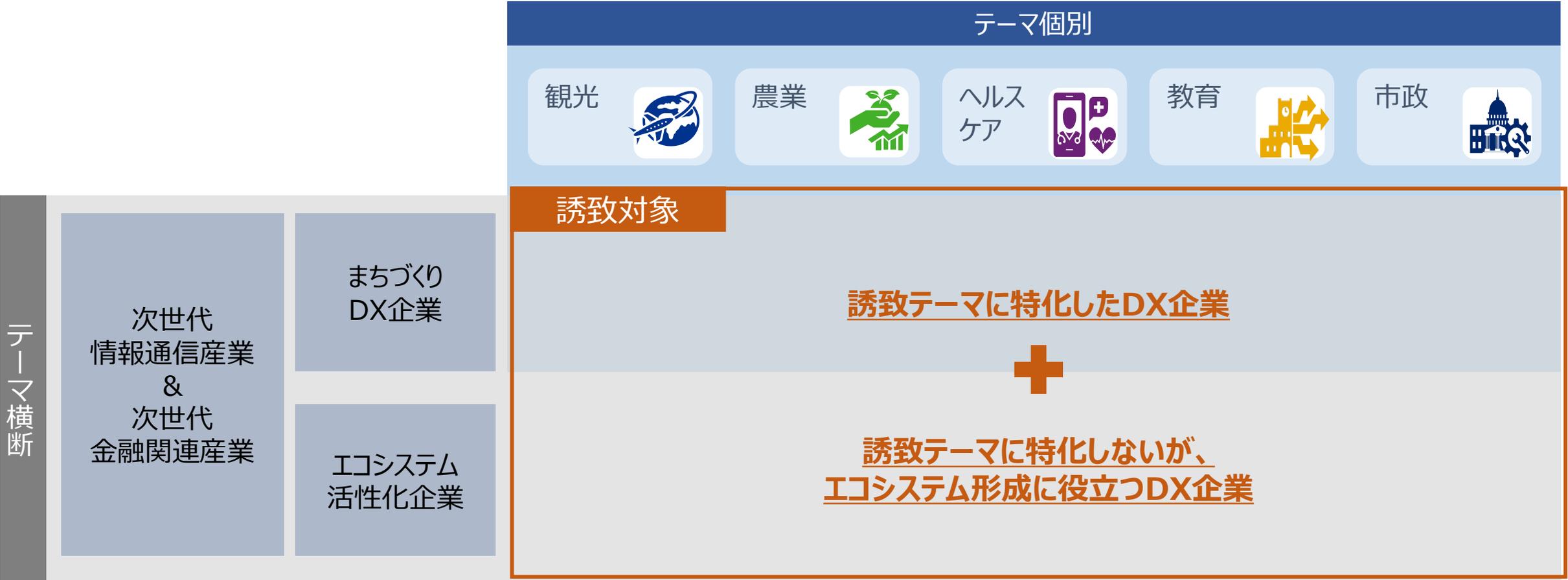
企業の状況

—どのような規模・種類の企業か—

「企業の分野」の基本的な考え方

分野 × 状況
 Whom 誰に
What 何を
What 誰が
How どのように
When いつ

企業の分野については、経済金融・情報通信業企業誘致推進計画でも整理された通り、従来の名護における誘致分野だった「情報通信産業」と「金融関連産業」を基礎としつつ、テーマ個別の企業も意識することで企業誘致を促進する方向で検討する。



企業の分野：基本的な構造整理

分野 × 状況

Whom 誰に What 何を What 誰が How どのように When いつ

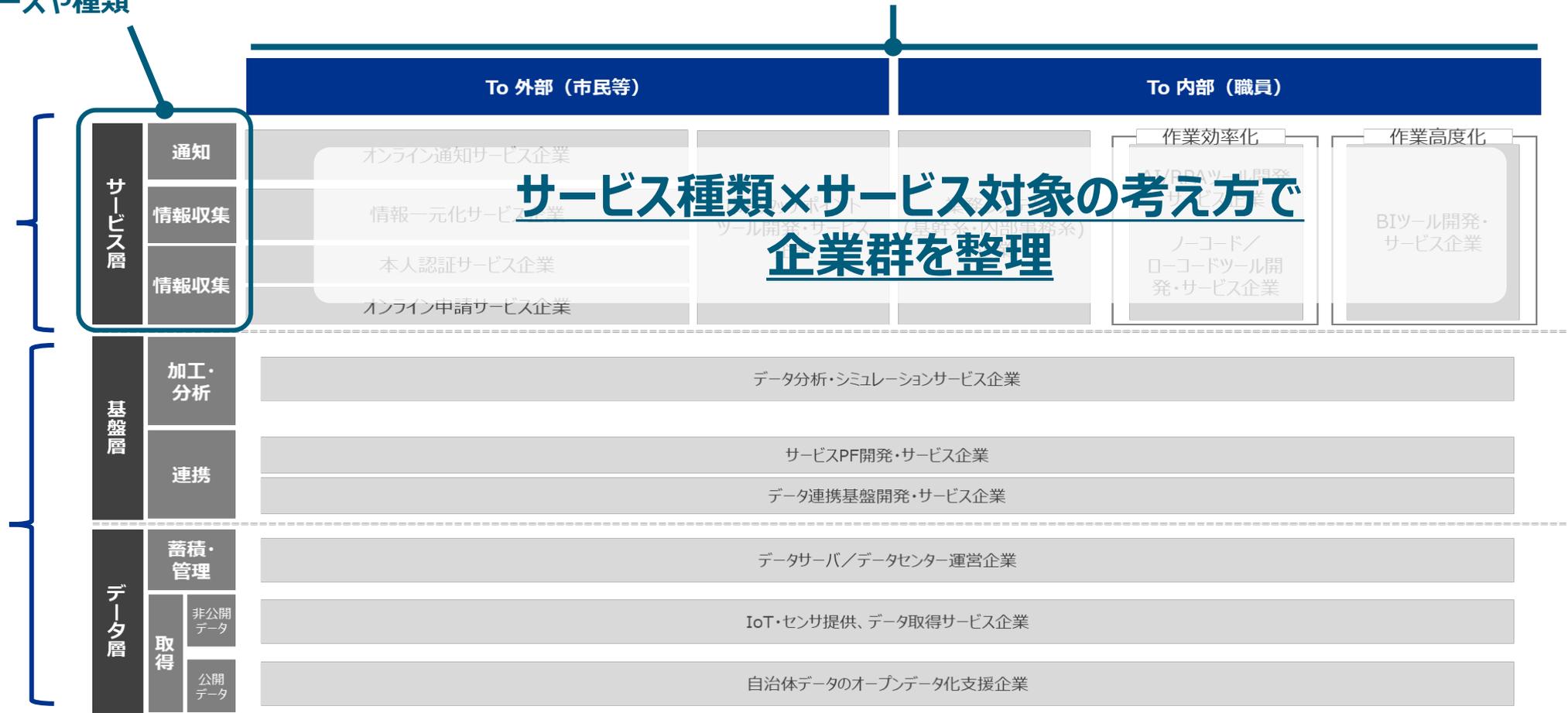
基本的には、基盤層・データ層といった共通的な業界の上に、分野特化型のサービス層の企業群が存在するものとして、各分野の業界構造を整理。

その分野のサービスのフェーズや種類

その分野に登場する主なステークホルダ（サービス対象）

サービス層の構造は分野ごとに様々

データ層、基盤層は基本的に全分野で共通



観光DX業界構造 (例)

分野



状況

Whom
誰に

What
何を

What
誰が

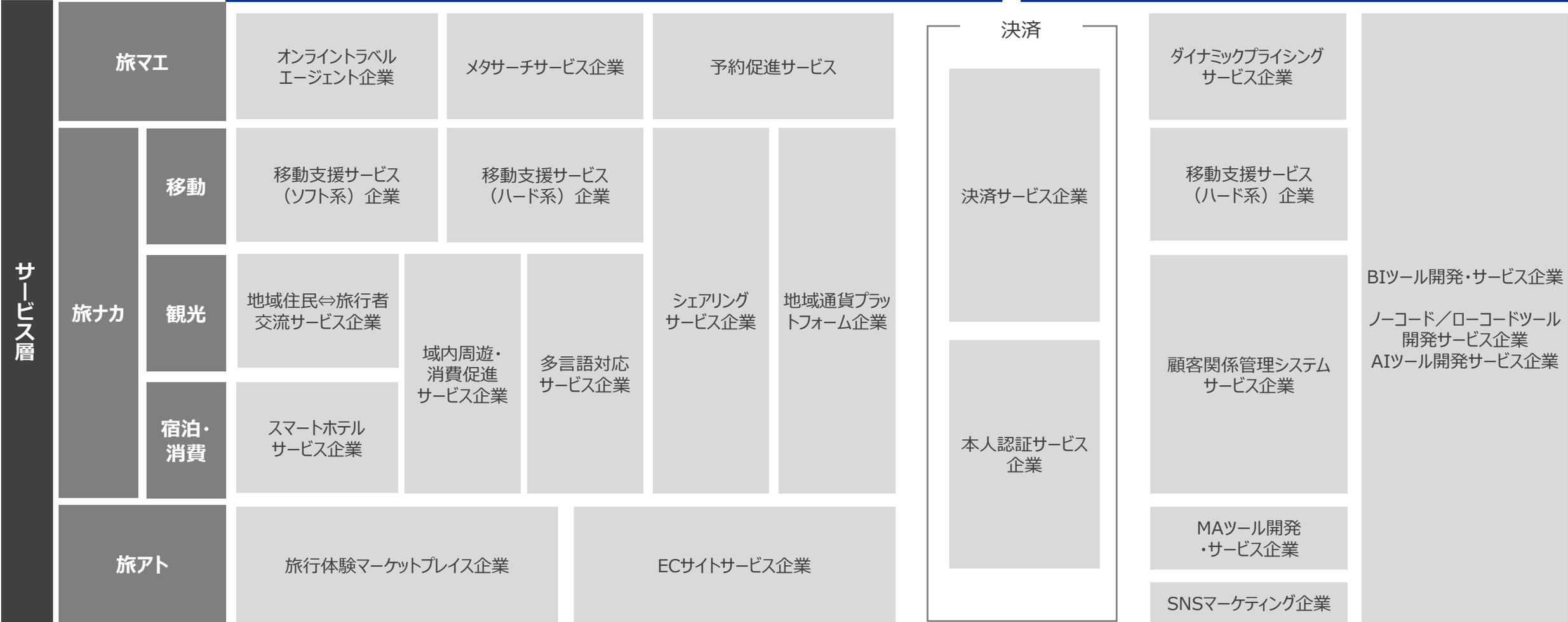
How
どのように

When
いつ

サービス層

To 旅行者

To 観光産業



農業・自然環境DX業界構造 (例)

分野 × 状況

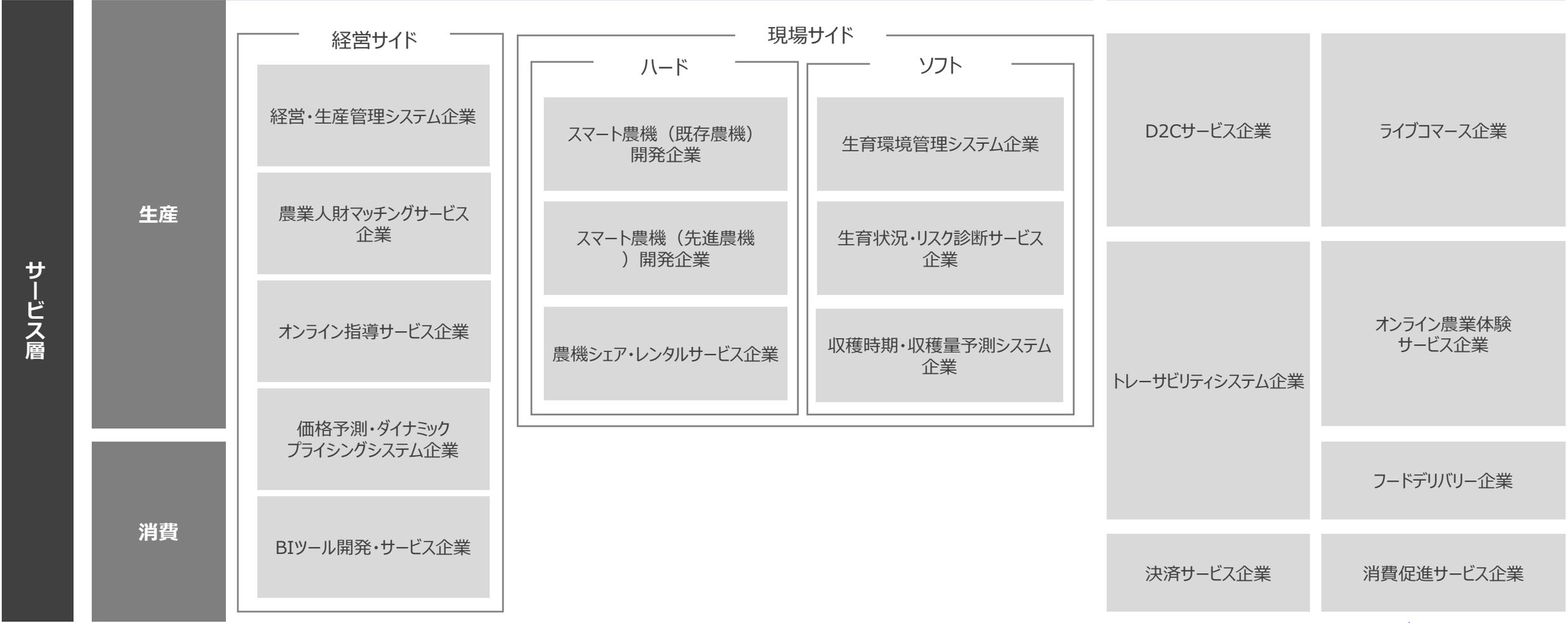
Whom
誰に

What
何を

What
誰が

How
どのように

When
いつ



ヘルスケアDX業界構造 (例)

分野 × 状況

Whom
誰に

What
何を

What
誰が

How
どのように

When
いつ



教育DX業界構造 (例)

分野 × 状況

Whom 誰に What 何を What 誰が How どのように When いつ

		To 生徒・学習者			To 教育者 (教育機関)		
		幼児	学生	社会人	保育士	学校教師	講師
サービス層	教育コンテンツ	知育サービス企業	受験向け学習サービス企業 資格取得支援企業	リスキング支援企業 研修サービス企業	保育業務一元管理システム企業 コミュニケーション支援サービス企業	校務システムDX企業	学習システムDX企業
	教育インフラ	ITデバイス企業			ウェブ会議サービス企業		

市政DX (行政DX) 業界構造 (例)

分野



状況

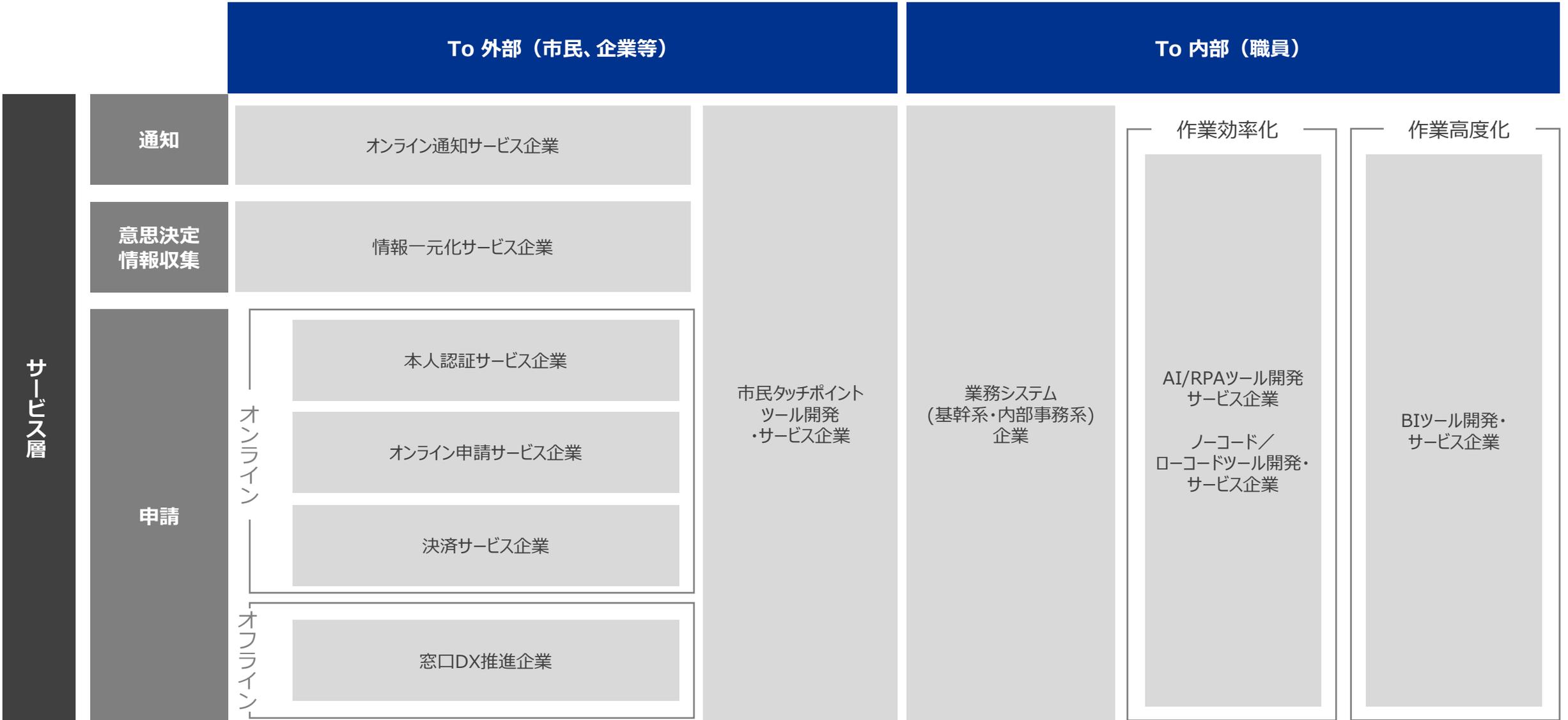
Whom
誰に

What
何を

What
誰が

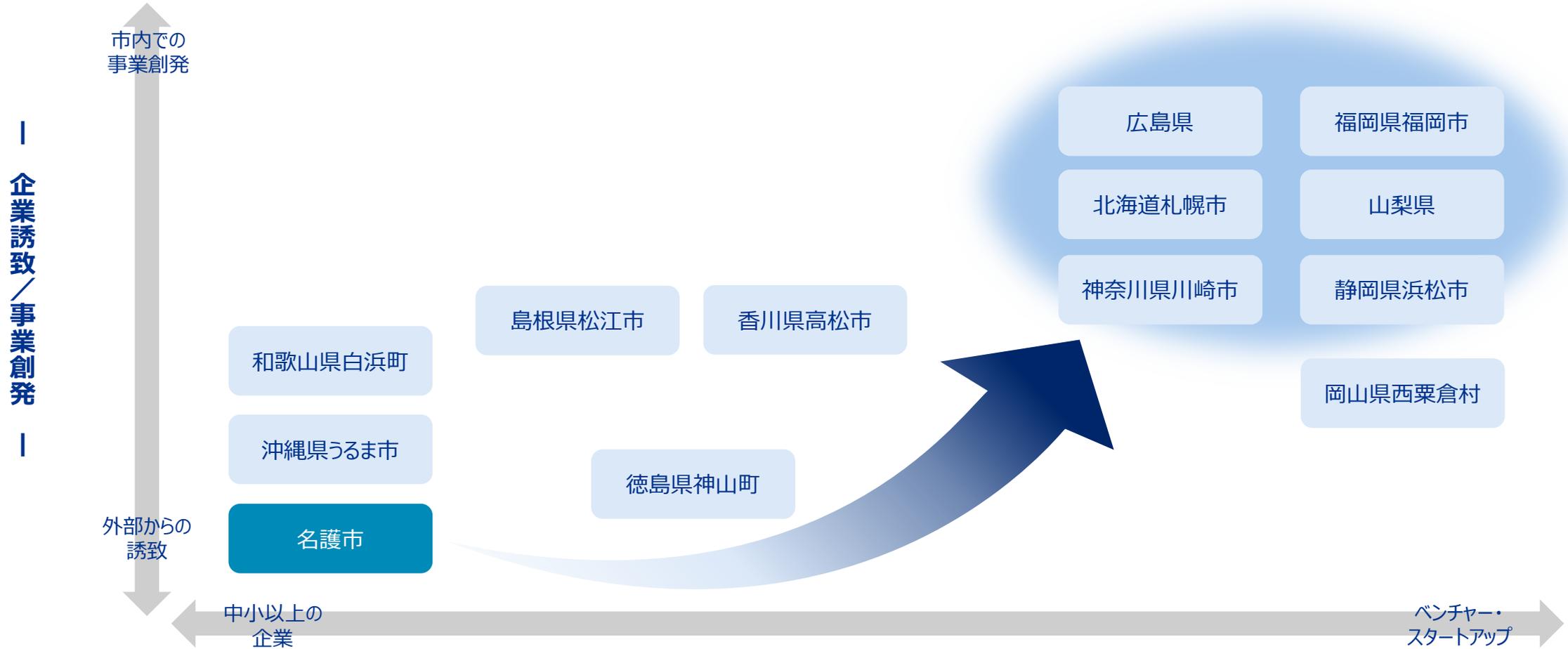
How
どのように

When
いつ



今後の誘致ターゲットの方向性 ～事例調査からの示唆～

これまで名護市は既存（すでに存在する企業）の中小規模の企業誘致が中心。一方で、企業誘致の先進自治体はベンチャー・スタートアップの誘致や市内での創業にも注力しているため、その要素も加えていく必要があると考える。



— 誘致対象の企業種類 —



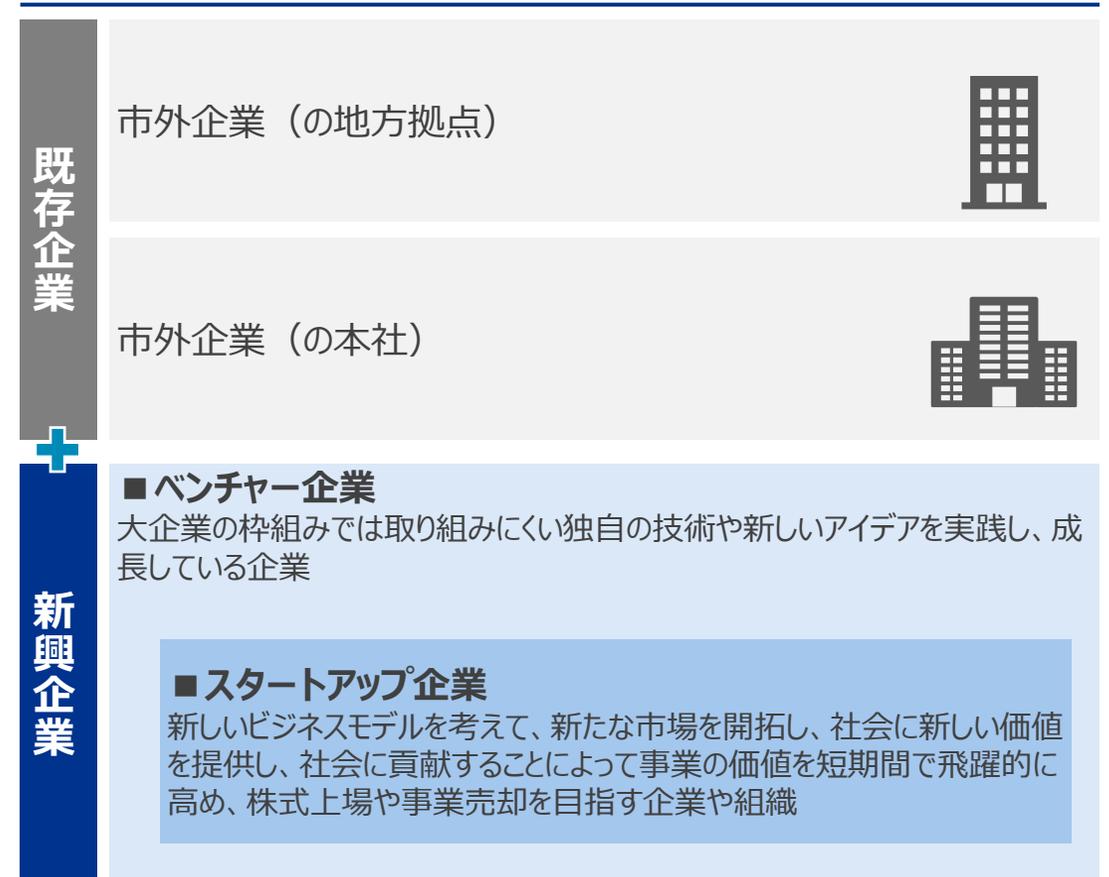
「企業の状況」の基本的な考え方

企業の状況については、従来は既存企業（すでに存在する企業）の誘致がメインとなっていた。今後は、既存企業向けの施策は継続しつつ、新興企業の進出・創業を増加させるための施策にも注力していく方針。

従来注力していた領域



これからの方針



■ベンチャー企業

大企業の枠組みでは取り組みにくい独自の技術や新しいアイデアを実践し、成長している企業

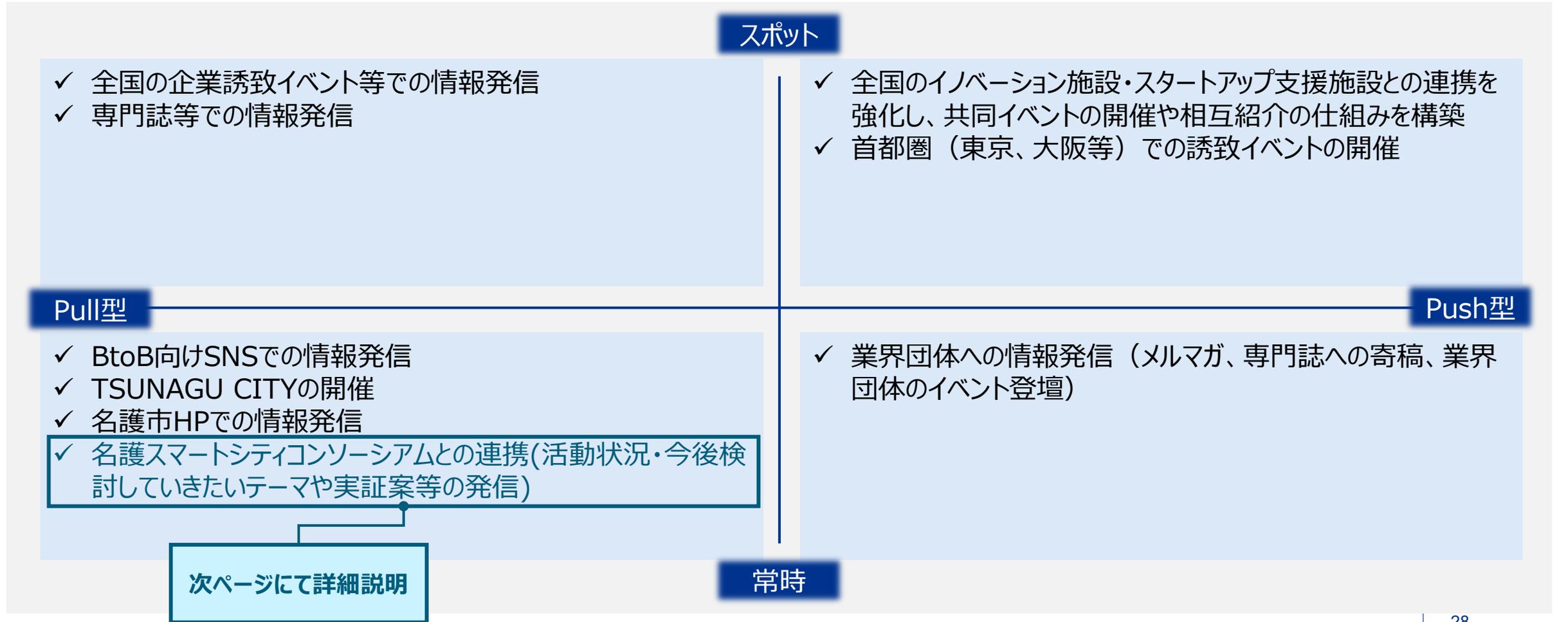
■スタートアップ企業

新しいビジネスモデルを考えて、新たな市場を開拓し、社会に新しい価値を提供し、社会に貢献することによって事業の価値を短期間で飛躍的に高め、株式上場や事業売却を目指す企業や組織

→ 今後は、新興企業向けの施策も拡充する方針

マーケティング戦略 ー全体像ー

企業誘致・事業創発のための施策を実施しても、それが周知されなければエコシステム形成に繋がらない。そのため、本書にて整理する具体施策を誘致ターゲット企業に施策を届ける・周知するためのマーケティング戦略を体系的に整理。

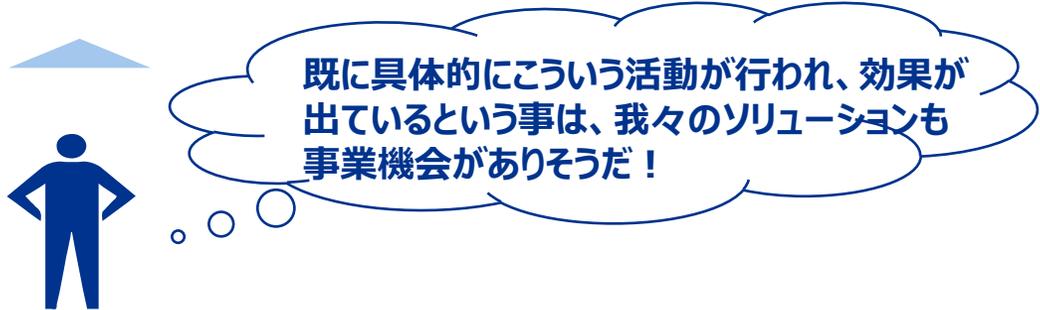
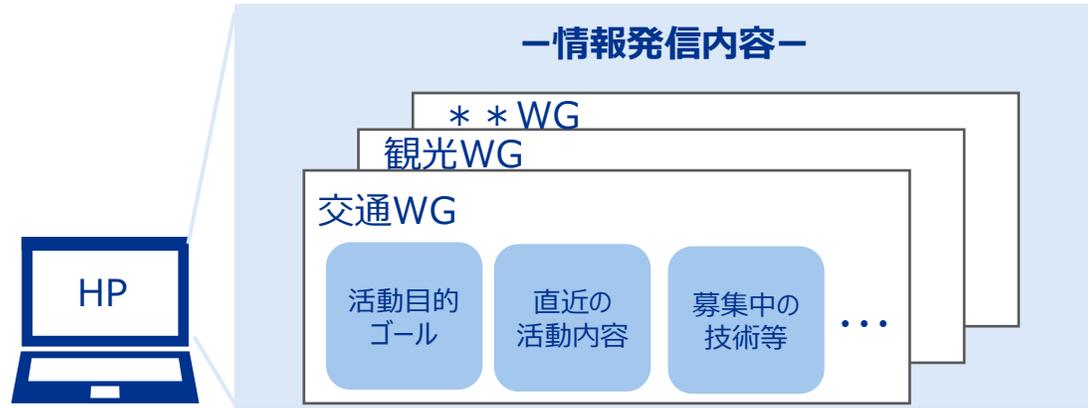


マーケティング戦略 一名護スマートシティコンソーシアムとの関連一

今後の名護の企業誘致において、名護スマートシティコンソーシアムでの活動は大きなポイントとなる。名護スマートシティコンソーシアムの活用が名護への段階的な参画の第1歩目として、「周知」を担うマーケティング戦略の中核と位置付けている。

戦術1：リアルタイムな活動状況発信

各WG活動の計画や現在の活動内容・課題感、募集中のソリューションやノウハウの希望を発信

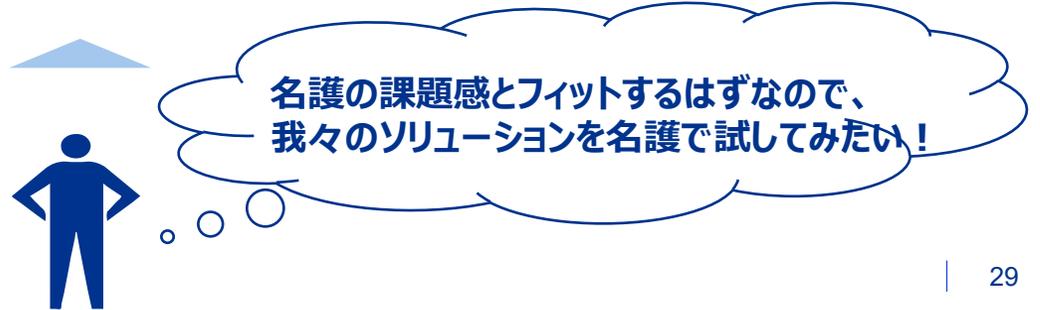
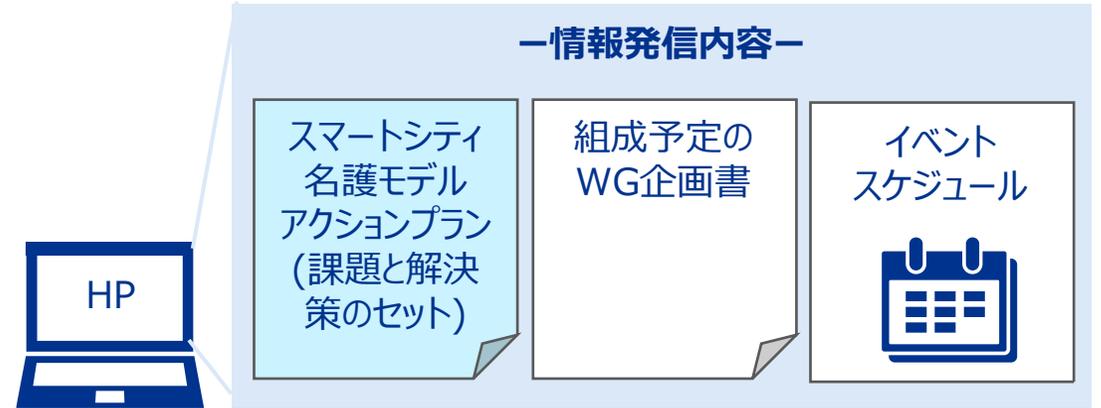


既に具体的にこういう活動が行われ、効果が出ているという事は、我々のソリューションも事業機会がありそうだ！

誘致対象企業

戦術2：今後の見込み・予定の発信

コンソーシアムとして把握している課題感や今後組成を検討しているWG、コンソーシアムとして今後予定しているイベントを発信



名護の課題感とフィットするはずなので、我々のソリューションを名護で試してみたい！

誘致対象企業

今後の企業誘致・事業創発の施策の方向性（サマリ）～事例調査からの示唆～

名護市のこれまでの企業誘致施策と、デスクトップ・ヒアリング調査にて把握した先進事例の施策内容から、今後の方向性を整理

事例調査対象

大規模

- 横浜市(375万人)
- 広島県(279万人)★
- 札幌市(195万人)★
- 川崎市(153万人)★
- 福岡市(160万人)★

➢ 北九州市(93万人)★

➢ 山梨県(80万人)★

➢ 浜松市(79万人)★

➢ 高松市(42万人)★

➢ 柏市(42万人)

➢ 松江市(20万人)★

➢ うるま市(13万人)

➢ 白浜町(2万人)

➢ 多気町(1.5万人)★

小規模

- 神山町(0.4万人)
- 西栗倉村(0.1万人)

★：ヒアリング調査を実施した団体
(R4年度に実施した調査も含む)



【凡例】 青字：名護市でも実施している施策

赤字：先進自治体の施策例(名護では未実施)

	呼び込む	定着させる	拡大させる
ヒト	<ul style="list-style-type: none"> ✓ セミナー等による人財育成（学生・求職者向け） 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ セミナー等による人財育成（市内企業向け） ✓ 人財マッチング支援 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 大学連携による事業創発 ✓ 起業希望者への支援（メンタリング、インキュベーションプログラム等） ✓ 起業サポート人財の配置（法務、知財などの専門家や起業経験者）
モノ・制度	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 企業集積施設の整備 ✓ イノベーション施設の整備・誘致 ✓ 企業誘致関連のイベント開催 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 中小企業向けの相談窓口 ✓ 知財関連の相談窓口 ✓ 企業間のマッチング支援 ✓ 企業集積施設の機能拡充・制度の高度化（入居可能年数の設定等） 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 実証フィールドの確保、調整 ✓ 他の企業集積施設やイノベーション施設との連携
カネ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 企業立地の際の補助制度の整備（税制特例措置等） 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 小口融資制度の整備 ✓ 実証支援のための補助金制度の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 高頻度でのピッチコンテスト等の開催 ✓ VCや金融機関との連携（融資斡旋制度、投資への補助等）

従来の名護市の中心施策

**ビジネスエコシステムの形成に向けて
 今後は、企業を定着させ、拡大させるフェーズの施策の拡充が必要**

施策の整理方法

令和4年度に公開した「経済金融・情報通信業企業誘致推進計画」では、今後の名護の企業誘致・事業創発において必要な政策の方向性を網羅的に整理した。実行計画では、その整理をもとにより具体的な実行フェーズを見据えて、フローの観点から具体施策を再整理している。

<推進計画>

目的

今後の名護の企業誘致・事業創発において必要な政策の方向性を網羅的に整理する

整理方法

ヒト・モノ・カネ・情報といった「リソース」の観点から網羅的に発想する

－ヒト－



－モノ－



－カネ－



－情報－



<実行計画>

目的

今後の名護の企業誘致・事業創発において必要な具体的な施策内容を整理する

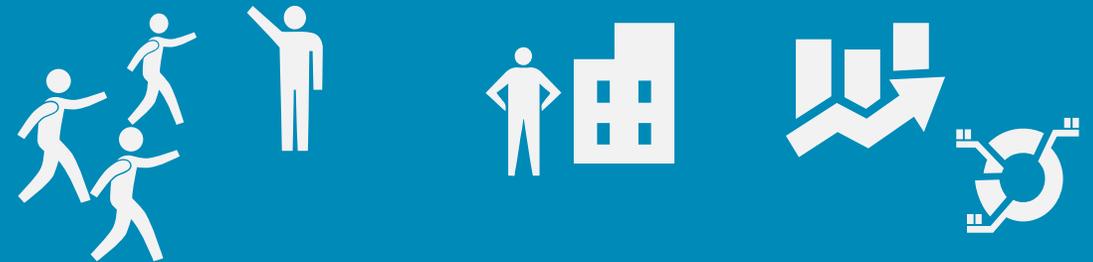
整理方法

企業誘致・事業創発のそれぞれについて、企業を呼び込み・定着させ・拡大させるといった「フロー」の観点から順序だてて整理する

呼び込む

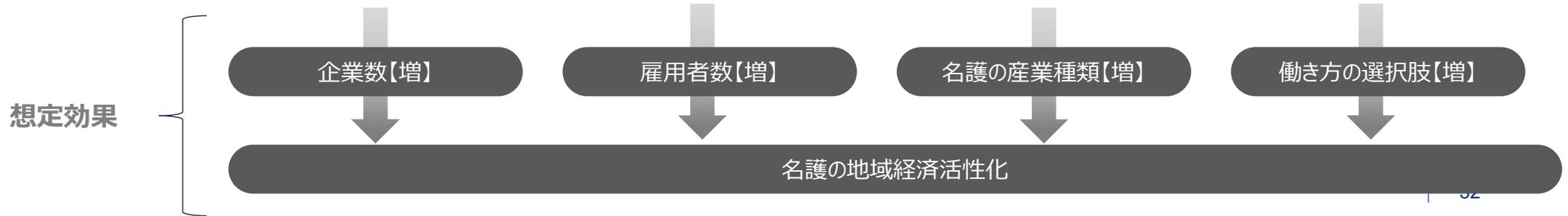
定着させる

拡大させる



実行計画における具体的な施策構成と代表例

施策構成		施策（例）	
呼び込む	認知してもらう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ TSUNAGU CITYの開催 ✓ 市外（例：首都圏）におけるイベントにて企業誘致の取り組みを説明 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市外（例：首都圏）におけるイベントにてピッチコンテストやスタートアップ支援の取り組みについて説明
	メリットを感じてもらおう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 学生向けのIT研修プログラム ✓ 企業集積施設の整備、PR 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 企業立地の際の補助制度の整備（税制特例措置等） ✓ 高校生・大学生向けアントレプレナー教育
	試しに参加してもらおう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 名護スマートシティコンソーシアムへの参画募集 	
	立地を検討してもらおう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 短期入居への対応 ✓ 支援制度の一覧化 	
定着させる	事業を始めてもらおう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 企業集積施設の機能拡充・制度の高度化（入居可能年数の設定等） ✓ 知財関連の相談窓口の設置 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地場企業と名護スマートシティコンソーシアム参画企業のマッチング ✓ 起業・創業支援ワンストップ窓口
	実績を作ってもらおう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 高頻度でのピッチコンテスト等の開催 ✓ 実証支援 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ トライアル発注制度 ✓ 認定制度の創設
拡大させる	事業を拡大してもらおう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地場企業と名護スマートシティコンソーシアム参画企業のマッチング ✓ 各種補助金、ふるさと納税制度 ✓ 名護市創業支援事業計画 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 融資斡旋制度、認定VC制度 ✓ 起業家支援（事業計画検討支援、メンタリング） ✓ クラウドファンディング



企業誘致関連・事業創発関連施策一覧

企業誘致・事業創発関連の施策について、呼び込む／定着させる／拡大させるといったフェーズ類型（縦軸）と、施策案、各施策の付帯情報といった横軸の要素で整理する。

具体的な施策案			各施策の付帯情報					
フェーズ(Lv1)	フェーズ (Lv2)	施策案	進出を検討する企業にとってのメリット	評価指標案	事業手法	実現性	効果	優先度
呼び込む	メリットを感じてもらう	<p>■ 学生向け（テクノロジースキル）</p> <p>市内学生を対象に、データ分析・活用などテクノロジー（AIなど）活用にあたって必要となるビジネススキルを学ぶことができる講座を開設することにより、高度人財を育成する。</p> <p>なお、コンテンツはITリテラシーに応じてカリキュラムを用意する（例：ITリテラシーが高い人財に対し、テクノロジー課題を抱える市内企業の実課題と実データを題材とした、プロジェクト形式の学習プログラムを提供する。）</p>
...

次ページにて詳細説明

各施策の付帯情報

Whom
誰にWhat
何をWhat
誰がHow
どのようにWhen
いつ

施策例

■ 学生向け（テクノロジースキル）

市内学生を対象に、データ分析・活用などテクノロジー（AIなど）活用にあたって必要となるビジネススキルを学ぶことができる講座を開設することにより、高度人材を育成する。なお、コンテンツはITリテラシーに応じてカリキュラムを用意する（例：ITリテラシーが高い人材に対し、テクノロジー課題を抱える市内企業の実課題と実データを題材とした、プロジェクト形式の学習プログラムを提供する。）

付帯情報の内容

項目名	説明		記載例(上記の施策の場合)	
進出を検討する企業にとってのメリット	-		本施策を実施する意味合い	
成果指標案	本施策の推進状況を測るための指標案		テクノロジー活用のための基礎スキル習得のための人材育成環境が整備されていることによって、進出後にテクノロジー活用の知見をもった人材を確保することが期待できるとともに、自社人材のスキルアップが期待できる。	
	アウトプット		講座の実施回数	
	中間アウトカム		受講人数	
事業手法	最終アウトカム(KGI)		名護市内における金融・情報通信関連企業の雇用者数	
	期待する効果		実施主体が民間の場合の想定利益（効果）	
	関係者	主催者	施策を実施する者	経済的リターン・社会的リターン
		対象者	施策の対象者	民間企業（人材教育系企業）
		協力者	施策を実施する際に協力が必要になる者	市内企業、学生
	事業原資	個人：利用料	個人向けサービスの場合に利用者から売上を得るケース	学術機関（名桜大学、沖縄高専など）
		個人：寄付	個人から寄付を募るケース	◎
		企業：寄付／協賛	企業から寄付や協賛金を募るケース	▲スポットの施策ではないため
		企業：投融資	金融機関や投資家から投融資を受けるケース	○地域貢献の意味合いが強いため可能性あり
		行政：国・県の交付金	公的な交付金・補助金を受けるケース	○地域貢献の意味合いが強いため可能性あり
行政：市の単費		市の独自予算で賄うケース	▲目的に沿う交付金があればあり得る	
				-

以降のページにて詳細説明

※次ページに続く

各施策の付帯情報

施策例

■ 学生向け（テクノロジースキル）

市内学生を対象に、データ分析・活用などテクノロジー（AIなど）活用にあたって必要となるビジネススキルを学ぶことができる講座を開設することにより、高度人財を育成する。なお、コンテンツはITリテラシーに応じてカリキュラムを用意する（例：ITリテラシーが高い人財に対し、テクノロジー課題を抱える市内企業の実課題と実データを題材とした、プロジェクト形式の学習プログラムを提供する。）

付帯情報の内容

項目名		説明	記載例(上記の施策の場合)
実現性	施策実施のための人財確保の難度	本施策を実施する専門人財の必要性	◎
	施策実施のために調整が必要なステークホルダの量	本施策を実施するための各種調整のハードルの高さ	▲ 民間が主体となるため、事業性の検討も含めた実施までの調整ハードルは高い
	コスト	本施策を実施する場合に必要な費用感	● 通年で継続的に取り組むことを想定し、その実施に人件費がかかる
効果	効果を感じる企業・住民の数	本施策を実施した際にその効果を感じる企業・住民のボリューム感	● 市内対象
	効果の大きさ	アウトカムに与える影響の大きさ	◎
優先度	以降のページにて詳細説明	実現性と効果から検討した本施策の優先具合	高

各施策の付帯情報 —事業手法の観点—

具体施策の事業手法を検討する上では、すべての具体施策を対象に、①期待する効果、②事業関係者、③事業原資の3つの観点から検討する。

① 期待する効果

～事業実施によりもたらされる効果は何か～

- 事業実施によりどのような効果が期待できるのか？（社会的リターン？経済的リターン？両方？）



② 事業関係者

～誰が主体で、誰が恩恵を受けるのか～

- 誰が主体となって事業を実施するのか？
- 事業を実施する上での受益者は誰なのか？



③ 事業原資

～誰が・どの予算を用いて事業原資を確保するのか～

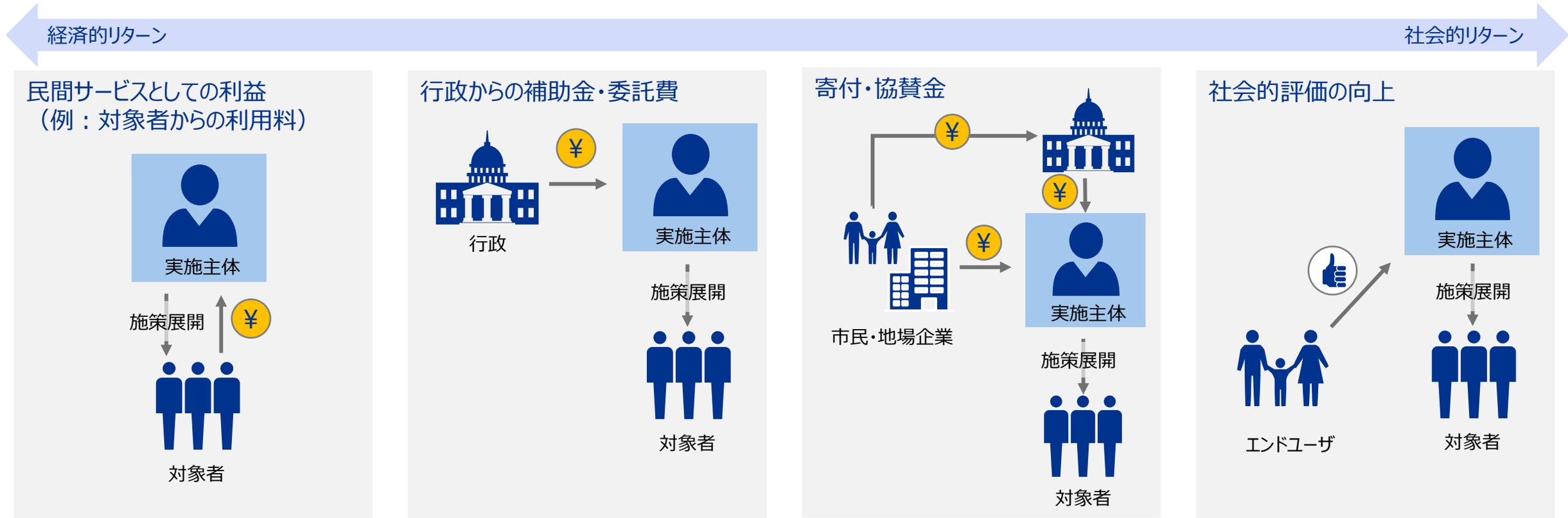
- 事業の費用を負担すべき主体は誰なのか？
- どのような予算であれば事業原資を確保できるのか？
- 持続的な事業運営を行うために、どのような事業原資の組み合わせが良いのか？



各施策の付帯情報 —事業手法の観点—

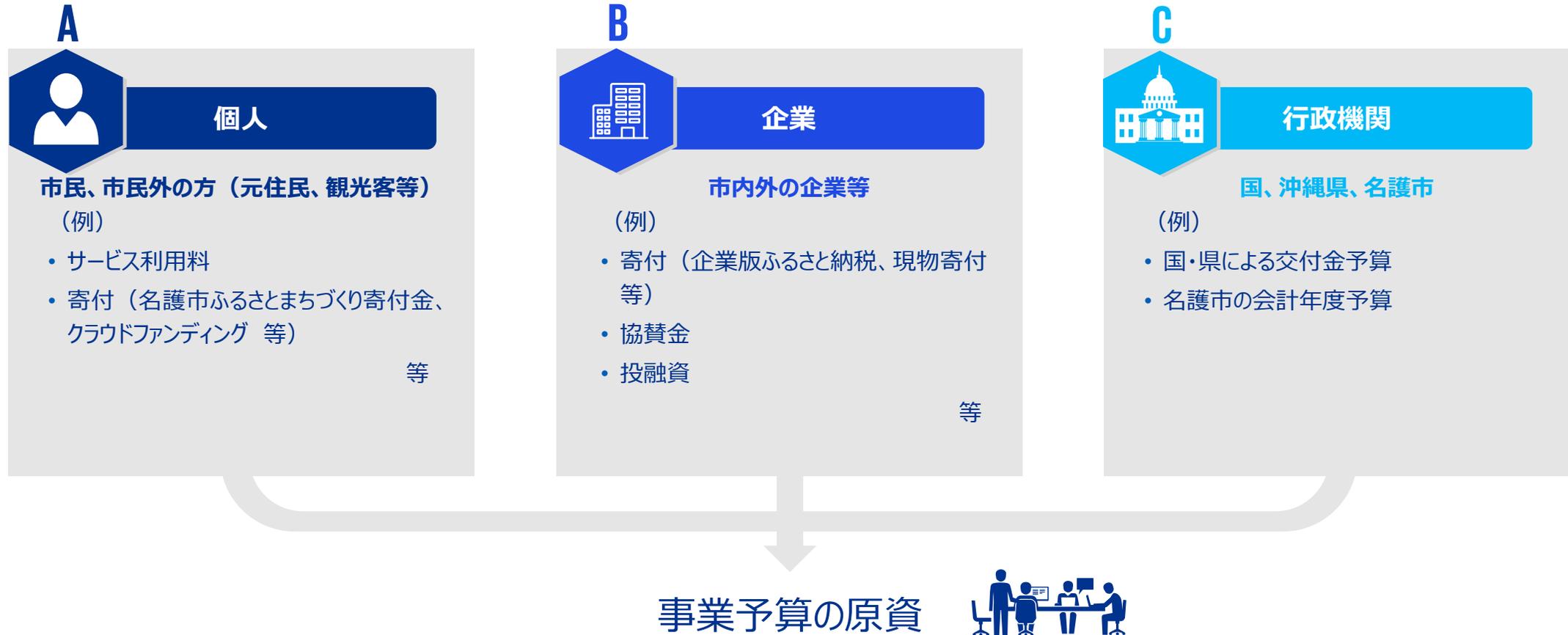
本書で整理した施策は、行政が公共事業として実施するだけでなく、民間企業の民間サービスの一環としても実施されてこそ効果は増大する。ただしその場合、民間企業に何らかの利益が無いと持続可能な取組とは言えないため、利益の種類に応じて事業手法を検討する必要がある。

— 民間企業が参入した場合に期待する利益のパターン —



各施策の付帯情報 ー事業手法の観点ー

事業原資の考え方では、「予算原資」を複数組み合わせることで、事業として成り立つビジネスの仕組みの検討をする。その予算原資の考え方の切り口として、「個人」「企業」「行政期間」の観点からどのような予算拠出が可能かを検討する。



各施策の付帯情報 ー事業手法の観点ー

期待する効果

事業関係者

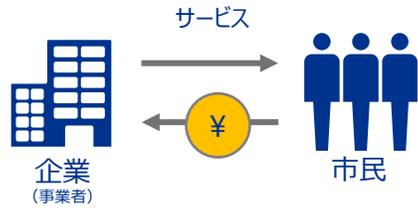
事業原資

個人による費用負担を前提にした場合、以下のような資金確保パターンが考えられる。

A 個人

サービス利用料

市民に対してサービスを提供し、市民から直接対価をもらう



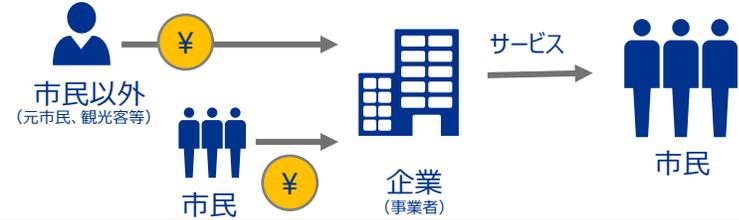
- メリット**
- 利用者から継続的に徴収できる
 - 民間企業が自律的に運営することで、公費負担を減らすことができる

- デメリット**
- サービス利用者が十分に集まらない場合、サービスの持続的提供ができない可能性がある

寄付

(例：名護市ふるさとまちづくり寄付金、クラウドファンディング 等)

市外の方の寄付を原資に、市民に対してサービス提供を行う



- メリット**
- 名護市に係る市外の方（元市民、観光客等）に対して広く呼び掛けることができる

- デメリット**
- 使用用途に制限があり、あらかじめ示した事業以外の流用ができない

各施策の付帯情報 ー事業手法の観点ー

期待する効果

事業関係者

事業原資

企業による費用負担を前提にした場合、以下のような資金確保パターンが考えられる。

B 企業

寄付・協賛金

(例：企業版ふるさと納税、クラウドファンディング 等)

市内・市外企業の寄付や協賛金を原資に事業を組成し、市民にサービスを行う



- メリット
- 名護市にゆかりのある企業に対して広く呼び掛けることができる

- デメリット
- 使用用途に制限があり、あらかじめ示した事業以外の流用ができない
 - 企業側は地域の貢献活動や営業活動の一環として協賛金を支払うため、多額の予算確保が難しい

投融資

(例：銀行の融資、投資家からの投資、企業からの現物出資 等)

金融機関や投資家等による投融資を原資に、事業を組成し、市民に対してサービス提供を行う



- メリット
- 使用用途に制限がない
 - 事業の運営費用（ランニングコスト）に予算が活用できる

- デメリット
- 事業の収益性に対する厳しいチェックが入る

各施策の付帯情報 ー事業手法の観点ー

期待する
効果

事業関係者

事業原資

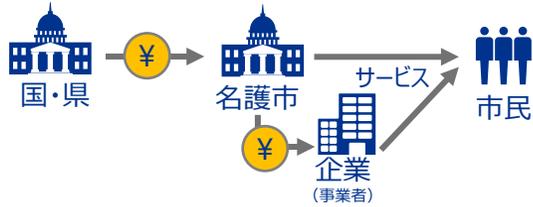
行政による費用負担を前提にした場合、以下の資金確保パターンが考えられる。

行政機関

国・県による交付金予算

(例：デジタル田園都市国家構想推進交付金、沖縄振興一括交付金、沖縄北部連携促進特別振興事業費 等)

国・沖縄県が有する交付金を原資に、市民に対してサービス提供を行う



メリット

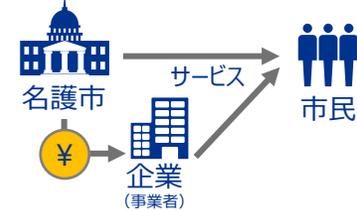
- 予算形成に向けたノウハウ・実績がある
- 予算形成上のリードタイムが比較的短い（1～2年程度）

デメリット

- 原則、次年度予算への繰り越しができない
- 新事業に対する支援が主流であり、事業の運営費用（ランニングコスト）への活用ができない
- 必要な事業に紐づく補助金メニューがなく、組成したい事業に適合しない可能性がある

名護市の会計年度予算

市の会計年度予算を原資に、市民に対する事業及びサービス提供を行う



メリット

- 予算形成に向けたノウハウ・実績があり、名護市が必要な事業に対する予算形成ができる
- 予算上のリードタイムが比較的短い（1～2年程度）

デメリット

- 原則、次年度予算への繰り越しができない
- 新規事業案件に対する支援が中心であり、事業の運営費用（ランニングコスト）への活用が難しい

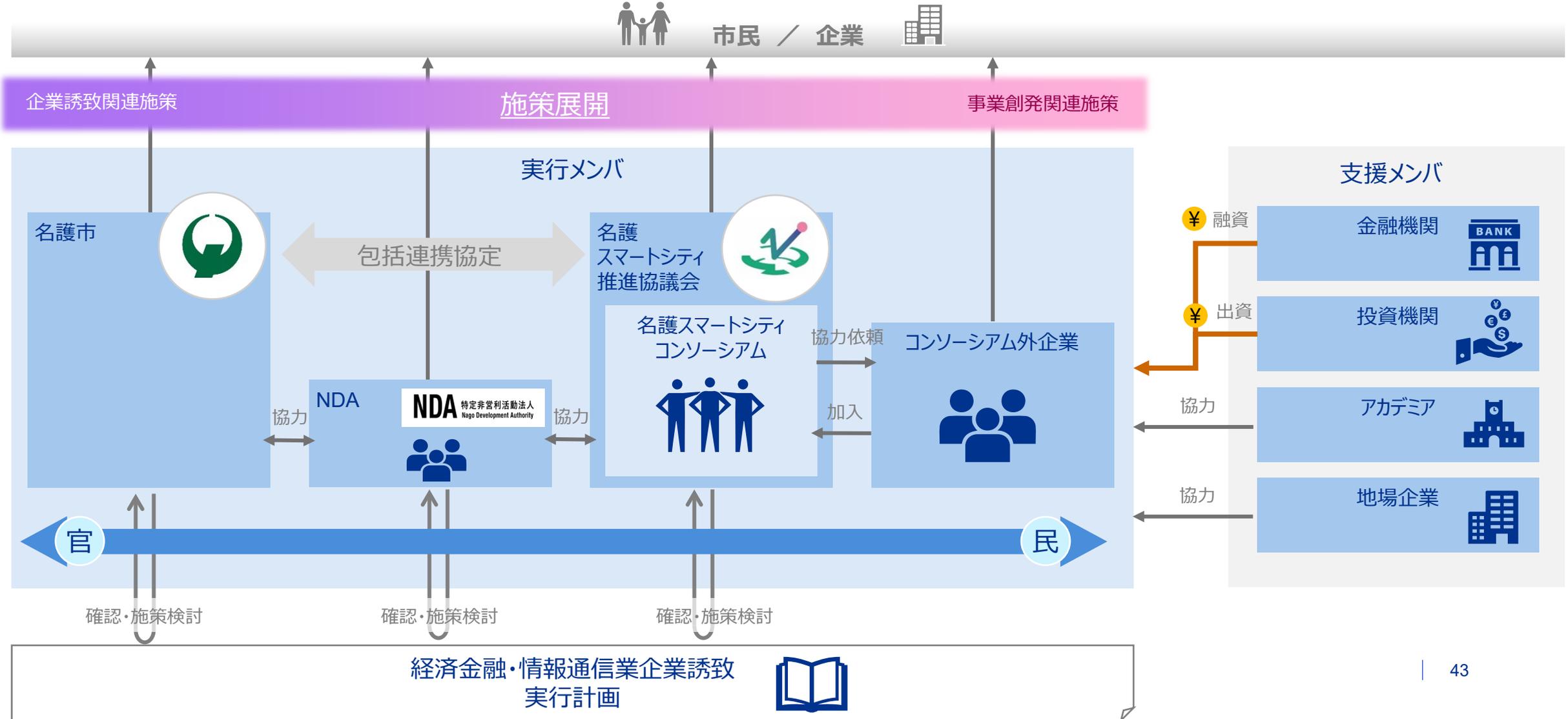
各施策の付帯情報 —実現性・効果・優先度の考え方—

本書で整理した具体施策については、各施策の実現性と効果の2面から優先度設定を行う。その結果に則して、今後の施策展開の優先順位を検討する。

実現性		×	効果		=	優先度
施策実施に必要な人財確保の難度	<ul style="list-style-type: none"> ◎：必要な業務経験・知識・資格は想定されない ●：一定の業務経験・知識を持つ人財が必要 ▲：特別な知識・資格を持つ人財が必要 		効果を感じる企業・住民の数	<ul style="list-style-type: none"> ◎：市内企業・市民だけでなく名護市に関わる企業が効果を感じる ●：市内企業・市民が効果を感じる 		<ul style="list-style-type: none"> ■ 優先度：高 直近1～2年で実施すべき施策（短期施策） ■ 優先度：中 5年間程度で実施すべき施策（中期施策） ■ 優先度：低 長期的な視点で実施是非を検討すべき施策（長期施策）
施策実施のために調整が必要なステークホルダの量	<ul style="list-style-type: none"> ◎：市のみで実現可能な施策 ●：市が他団体と共同で実施する施策 ▲：他団体が主体となって実施する施策（市では施策実施のコントロールが難しい施策） 		アウトカムへの影響度	<ul style="list-style-type: none"> ◎：影響度が大きいと考えられる ●：影響度があると考えられる ▲：影響度は小さいと考えられる 		
コスト	<ul style="list-style-type: none"> ◎：スポットで、人手・経費が必要となる ●：通年で継続的に、人手・経費が必要となる ▲：ハード整備等が必要となる 		施策の効果が 出るまでに 必要な時間	<ul style="list-style-type: none"> ◎：短期間でKGI（雇用者数）に影響する ●：KGI（雇用者数）に影響するまで相応の時間がかかる ▲：KGI（雇用者数）に影響するまで長期間かかる 		

推進体制（案）

本計画で定義した施策は、官民連携の体制を構築して推進していく。具体的には企業誘致関連施策を官側、事業創発関連施策を民間側がメインで推進し、（一社）名護スマートシティ推進協議会はそのハブとして機能していくことを想定。



推進体制（案）

Whom
誰にWhat
何をWhat
誰がHow
どのようにWhen
いつ

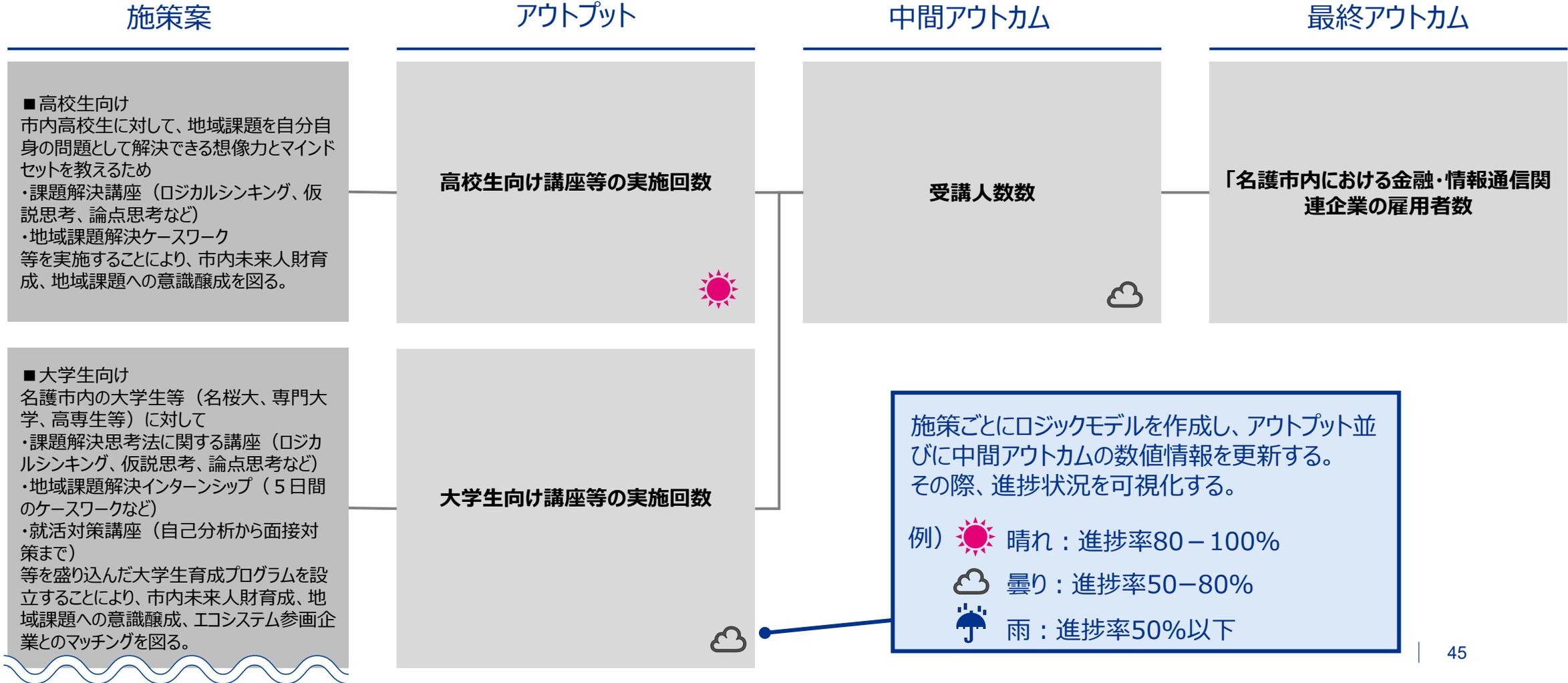
推進体制（案）に示した各ステークホルダの説明と役割分担は以下の通り。

ステークホルダ		説明	大まかな役割
実行メンバー	名護市	行政機関としての名護市	企業誘致に係る施策全般の推進（特に以下の施策） ✓ 税制特例制度の対応 ✓ 豊原地区等の企業集積施設の運用方針・ルール管理 ✓ 特区制度やスマートシティなどの要素を総合的に含んだPR
	特定非営利活動法人NDA Nago Development Authority：名護経済特区開発機構	名護市の国際情報通信・金融特区構想に基づく国内外の情報通信・金融関連企業の誘致・集積等の活動を行う団体	企業誘致に係る施策推進（特に以下の施策） ✓ 地域の人財育成 ✓ 豊原地区の企業集積施設のファシリティマネジメント ✓ 誘致対象企業へのPR
	一般社団法人名護スマートシティ推進協議会 （名護スマートシティコンソーシアム）	響鳴都市“名護”の実現を目指し、スマートシティ推進を行う民間団体	事業創発に係る施策全般の推進（特に以下の施策） ✓ 地域の人財育成 ✓ 企業同士や若者を巻き込んだオープンイノベーションの推進 ✓ ベンチャー・スタートアップ企業への支援／名護での起業支援
	コンソーシアム外企業	上記以外の企業	事業創発に係る施策の中で、自社ビジネスとして価値がある（または、今後価値が見いだせる可能性がある）ものについて、各社の経営判断の中で推進
支援メンバー	金融機関	名護市や沖縄県北部地域を活動拠点とする地方銀行	民間企業の事業創発のための活動（実証の推進等）や、サービス実装後における投融資といったファイナンス面の支援
	投資機関	ベンチャーキャピタル、エンジェル投資家等	ベンチャー・スタートアップ企業の事業創発のための活動（実証の推進等）や、サービス実装後における投融資といったファイナンス面の支援
	アカデミア	名護市内や沖縄県内の大学等の高等教育機関	地域の人財育成や起業候補人財の連携といった、事業創発に係る施策への支援
	地場企業	名護市や沖縄県北部地域を活動拠点とする民間企業	実証への協力、協賛金や寄付金の捻出といった、事業創発に係る施策への支援

モニタリングの仕組み

Whom 誰に	What 何を	What 誰が	How どのように	When いつ
------------	------------	------------	--------------	------------

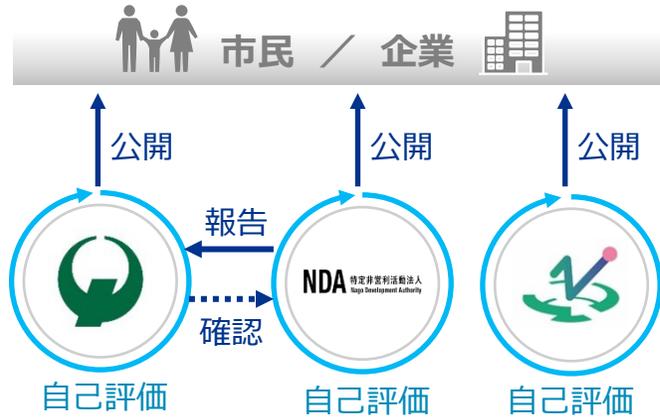
企業誘致・事業創発関連の具体施策について、最終アウトカム（KGI）に繋がるロジックモデルを作成し、各施策の位置付けを可視化する。そのうえで、アウトプット並びに中間アウトカムの進捗情報をモニタリングすることで定期的な計画見直しに資する情報を整理する。



モニタリング体制のパターン

施策進捗管理・評価のモニタリング体制としては、大きく以下の3パターン又はこれらの組合せが想定される。

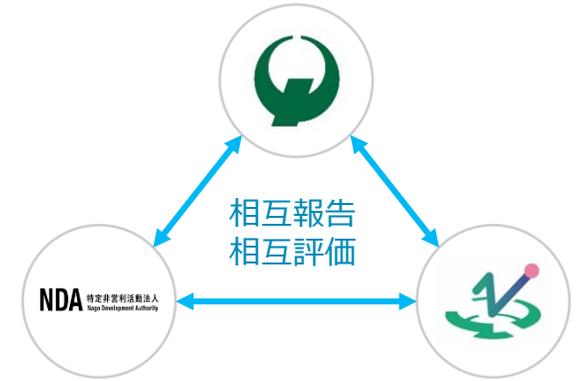
パターン①
自己評価によるモニタリング



パターン②
第三者評価機関によるモニタリング



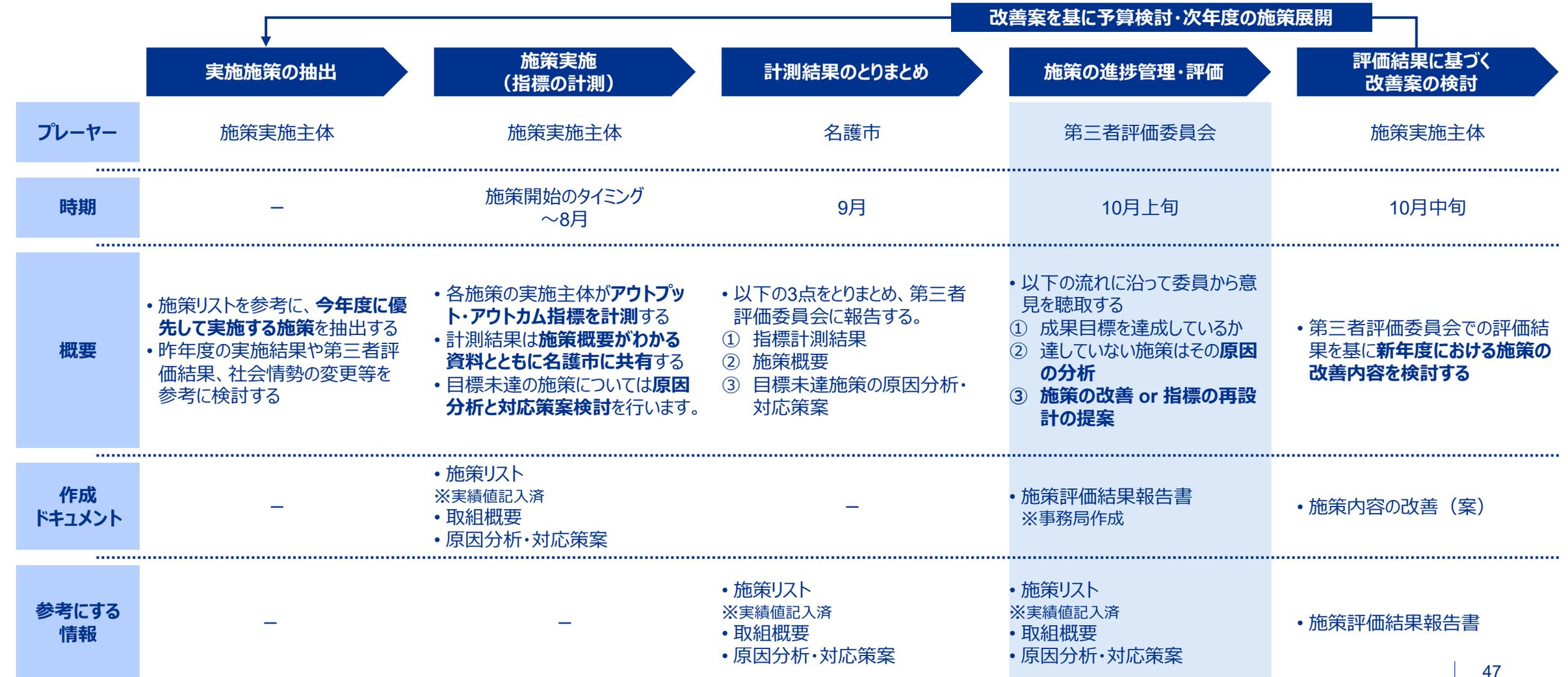
パターン③
相互評価によるモニタリング



概要	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市・NDA・一社はそれぞれで自己評価を行う ✓ NDAは市に報告し、市は評価内容を確認する 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市・NDA・一社はそれぞれ第三者評価機関の活動実績等を報告する ✓ 第三者評価機関が施策実施状況・効果进行评估する 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市・NDA・一社がそれぞれ相互に報告・評価し合う
難易度 / 手間・コスト	◎ <ul style="list-style-type: none"> ✓ 自身の活動についての評価であるため、容易 ✓ 評価に必要な情報はそれぞれが保有しているため、最小限の手間・コストで実施可能 	△ <ul style="list-style-type: none"> ✓ 第三者評価機関の委員から協力を得る必要がある ✓ 評価機関への報告のための情報整理が必要 ✓ 評価機関の運営に手間・コストがかかる 	○ <ul style="list-style-type: none"> ✓ 関係者間の調整・合意形成ができれば実施可能 ✓ 関係者への報告のための情報整理が必要 ✓ 関係者の活動を評価するための情報の把握が必要
客観性	△ <ul style="list-style-type: none"> ✓ 自己評価となるため客観性は低い 	◎ <ul style="list-style-type: none"> ✓ 第三者による評価となるため客観性は高い 	○ <ul style="list-style-type: none"> ✓ 関係者による相互評価となるため、自己評価より客観性は高いが、第三者評価よりは低い
事例	✓ 名護市情報通信・金融特区施設の指定管理	✓ 横浜市第三者評価制度	—

第三者評価機関によるモニタリングの流れ（案）

第三者評価機関によるモニタリングの場合、施策実施主体が指標を計測し、名護市（事務局）で計測結果を取りまとめたうえで、第三者評価委員会を開催する流れを想定。



用語解説

用語解説

カテゴリー	用語	内容
ビジネス	スマートシティ	<ul style="list-style-type: none"> 都市の抱える諸課題に対して、ICT等の新技術を活用しつつ、マネジメント（計画、整備、管理・運営等）が行われ、全体最適化が図られる持続可能な都市または地区」であり、Society 5.0の先行的な実現の場のこと（内閣府、国土交通省の定義より抜粋） ICTやIoTといった人とモノ、もしくはモノとモノをつないでビッグデータを収集し、より良い街づくりを実現できる都市のこと
ビジネス	ビジネスエコシステム	<ul style="list-style-type: none"> 名護市の地域課題に紐づくテーマや事業フィールドを接点に、産学官／地元・外部問わず種々のプレイヤーが連携し合い、名護市という場所を求心力としたスマートシティ推進のビジネス生態系を指す 進出した企業の更なる成長を支えるための企業を繋ぐ、事業を共創する仕組み等
ビジネス	Society 5.0	<ul style="list-style-type: none"> Society 1.0（狩猟社会）、Society 2.0（農耕社会）、Society 3.0（工業社会）、Society 4.0（情報社会）に次ぐ、サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会のこと（内閣府の定義より抜粋） IoTやAI、ビッグデータなどの最新技術をあらゆる社会や産業に取り入れて実現する未来社会の形を指す
ビジネス	KGI・KPI	<ul style="list-style-type: none"> KGIは「Key Goal Indicator」の略称で、重要目標達成指標と訳される。企業の経営戦略やビジネス戦略を達成するために何を以てゴールとみなすのかを定めたものであり、KPI（Key Performance Indicator）はKGIの達成度合いを測る中間数値指標として使用される
ビジネス	VUCA	<ul style="list-style-type: none"> Volatility（変動性）、Uncertainty（不確実性）、Complexity（複雑性）、Ambiguity（曖昧性）の頭文字を取った造語で、世界全体が極めて予測困難な状況に直面しているという21世紀の社会情勢を示す
ビジネス	モニタリング	<ul style="list-style-type: none"> 定期的に特定の対象や状況を観察する行為 本計画では施策の進捗管理や評価のことを指す
ビジネス	アウトカム	<ul style="list-style-type: none"> 施策実施の目的となる変化・効果
ビジネス	アウトプット	<ul style="list-style-type: none"> アウトカムとなる変化・効果を生み出すために提供するモノ・サービス（日本財団の定義より一部抜粋）

用語解説

カテゴリー	用語	内容
ビジネス	スマートシティ名護モデル	<ul style="list-style-type: none"> 第5次名護市総合計画で定義されている「つなぎ、創る・しなやかな未来」というまちづくりのテーマを念頭に置き、スマートシティを推進することによる目指す姿を再定義したもの 名護市の地域課題解決に向けて人や企業が集まり、響鳴してまちづくりを推進する姿を目指し、「響鳴都市」という理念を設定している
ビジネス	名護スマートシティコンソーシアム	<ul style="list-style-type: none"> 一般社団法人名護スマートシティ推進協議会が運営する会員制組織 名護の地域課題を自分事としてとらえる様々なプレイヤーが集い、デジタルやBig Data等の先進技術を用い、名護の地域特性を踏まえた「市民の課題（ニーズ）を起点とした取組」を推進する“場”
ビジネス	WG	<ul style="list-style-type: none"> ワーキンググループの略称 本計画では名護スマートシティコンソーシアムにける名護市の地域課題に根差したテーマ別の会員活動を指す
ビジネス	TSUNAGU CITY	<ul style="list-style-type: none"> 名護市が主催する企業誘致・スマートシティ関連のイベント これまでに令和5年1月と令和6年2月の2回開催している令和6年度はスマートシティと関連した「デジタルを通じて、名護の未来を聞いて・見て・感じる体験型イベント」となっている
ビジネス	企業集積施設	<ul style="list-style-type: none"> 名護市豊原地区に名護市が整備した民間企業が入居できるオフィス 「マルチメディア館」「みらい1号館」「みらい2号館」「みらい3号館」「みらい4号館」「みらい5号館」の施設を指す
ビジネス	BtoB	<ul style="list-style-type: none"> Business to Businessを意味し、企業間で行われる取引のことを指す

用語解説

カテゴリー	用語	内容
ビジネス	クラウドファンディング	<ul style="list-style-type: none"> インターネットを介して不特定多数の人々から資金調達すること（経済産業省資料より抜粋）
ビジネス	企業版ふるさと納税	<ul style="list-style-type: none"> 地方公共団体が行う地方創生の取組に対して、企業が寄附を行った場合に、法人関係税から税額控除する制度（内閣府資料より抜粋）
ビジネス	名護市ふるさとまちづくり寄付金	<ul style="list-style-type: none"> 個人を対象としたふるさと納税制度 名護市では、平成20年9月に「名護市ふるさとまちづくり寄附金条例」を制定し、地域経済活性化・雇用創出、子ども支援・健康生きがいづくりなどの事業に寄附金を充て、個性豊かなふるさとまちづくりを推進している
ビジネス	スモールビジネス	<ul style="list-style-type: none"> 規模が小さいが優良なベンチャー企業や中小企業を指す 小人数・小資本ながら質の高いサービスを提供するビジネスを指す（経済産業省資料より抜粋）
ビジネス	ピッチ	<ul style="list-style-type: none"> スタートアップが投資家などに対し自身の製品やサービスを紹介する際に行うプレゼンテーションのこと（経済産業省資料より抜粋）
ビジネス	VC	<ul style="list-style-type: none"> ベンチャーキャピタルの略称 ベンチャーの株式などを引き受けることによって投資をし、その企業が株式公開するなどしたのち株式を売却し、キャピタルゲイン（株式等の当初の投資額と公開後の売却額との差額）を獲得することを目的とした集団（経済産業省資料より抜粋）
ビジネス	エンジェル投資家	<ul style="list-style-type: none"> 創業間もないスタートアップ、起業家に対し資金を供給する個人投資家（経済産業省資料より抜粋）
ビジネス	インキュベーションプログラム	<ul style="list-style-type: none"> 起業を目指す（選択肢として考えている）人財による起業を支援することを目的としたプログラム 少額出資やオフィススペース、人財ネットワークによる支援や助言などを指す（経済産業省資料より一部抜粋）
ビジネス	アントレプレナー	<ul style="list-style-type: none"> 新たに事業を立ち上げる起業家を指す
ビジネス	メンタリング	<ul style="list-style-type: none"> 先輩起業家やベンチャーキャピタリストなど知見やノウハウを持つ人財が、創業間もないスタートアップ・起業家に対して知見やノウハウを共有する人財育成方法
ビジネス	トライアル発注制度	<ul style="list-style-type: none"> 受注実績が少ないスタートアップ企業等の製品やサービスを、行政が試験的に調達・評価する制度

用語解説

カテゴリー	用語	内容
テクノロジー	テストベッド	<ul style="list-style-type: none"> • 新技術の実証試験に使用されるプラットフォームのこと • 本計画では地域課題解決の実証実験を“名護というフィールド”を活用して実施することを指す
テクノロジー	IoT	<ul style="list-style-type: none"> • 「Internet of Things」の略称、「様々な物がインターネットにつながること」「インターネットにつながる様々な物」を指す • 日本語で「モノのインターネット」と訳され、PCに限らず様々なモノがインターネットにつながることで、リアルタイムの情報収集やデータに基づく制御が可能
テクノロジー	AI	<ul style="list-style-type: none"> • 「Artificial Intelligence（人工知能）」の略称、昭和31年ダートマス会議で計算機科学者のジョン・マッカーシー教授が提案した概念 • 明確な定義はなく、「大量の知識データに対して、高度な推論を的確に行うことを目指したもの」とされている（一般社団法人 人工知能学会）
テクノロジー	XR	<ul style="list-style-type: none"> • 「Cross(X) Reality：クロスリアリティ」の略称で、VRやAR、MRといった技術はいずれもXRに内包される <ul style="list-style-type: none"> - VR：「Virtual Reality（仮想現実）」の略称、仮想世界を現実のように体験できる技術。CGや360度カメラによって作成された全方位の映像を、専用のヘッドマウントディスプレイを装着して体験する - AR：「Augmented Reality（拡張現実）」の略称、現実世界に仮想世界を重ね合わせて体験できる技術。スマホやヘッドマウントディスプレイを介して現実世界を見たときに、仮想の存在であるデータや画像を表示することで、現実世界を“拡張”する - MR：「Mixed Reality（複合現実）」の略称、現実世界と仮想世界を融合させる技術。現実世界と仮想世界をより密接に“複合”していく
テクノロジー	DX	<ul style="list-style-type: none"> • デジタルトランスフォーメーションの略称 • 新たなデジタル技術を活用して新たなビジネスモデルを創出・柔軟に改変することを指す（経済産業省資料より一部抜粋）
テクノロジー	MaaS	<ul style="list-style-type: none"> • ICT を活用して交通をクラウド化し、公共交通か否か、またその運営主体にかかわらず、自家用車以外のすべての交通手段によるモビリティ（移動）を1つのサービスとしてとらえ、シームレスにつなぐ新たな「移動」の概念（国土交通省資料より抜粋）
テクノロジー	GovTech	<ul style="list-style-type: none"> • 政府や地方自治体が行う行政サービスに関してテクノロジーを活用することで、サービスの効率化と利便性向上を図ること
テクノロジー	UX	<ul style="list-style-type: none"> • 製品、システム、サービスを使用した体験や使用を予期したことに起因する人の知覚や反応

用語解説

カテゴリー	用語	内容
観光DX業界構造	オンライントラベルエージェント企業	<ul style="list-style-type: none"> インターネットのみで旅行代理店業を展開するWebサービス企業
観光DX業界構造	メタサーチサービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 複数の検索システムや情報源を横断的に検索し、統合された検索結果を得ることができるサービス企業
観光DX業界構造	予約促進サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> デジタル技術を用いて、予約率を上げ、予約数を増加させるサービスを提供する企業
観光DX業界構造	移動支援サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> テクノロジーを用いて、従来の交通や移動をより良くするサービス、ソリューション開発・提供企業
観光DX業界構造	シェアリングサービス企業	<ul style="list-style-type: none"> モノやスペース、スキル、移動などインターネットを通じて共有するサービス企業
観光DX業界構造	地域通貨プラットフォーム企業	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民が固有に持つ住民IDと決済事業者やサービス事業者のIDを関連付けて、住民IDの認証だけで店舗でのキャッシュレス支払いやサービスを利用可能にするサービス企業
観光DX業界構造	地域住民⇔旅行者交流サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 旅行者とその旅先の地域住民が交流することを促進させるサービスを提供する企業
観光DX業界構造	スマートホテルサービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設内のモノや人、業務報告などがインターネットのように繋がる仕組みを提供するサービス企業
観光DX業界構造	域内周遊・消費促進サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 一定の区域の中の範囲で、様々な場所を巡ってもらい、消費させるサービスを提供する企業
観光DX業界構造	多言語対応サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 外国語を話すユーザーと、対象の言語でコミュニケーションを取れる状態にするサービス提供企業

用語解説

カテゴリー	用語	内容
観光DX業界構造	旅行体験マーケットプレイス企業	<ul style="list-style-type: none"> 遊びやレジャー、体験をオンラインで予約・購入できるサービスを提供する企業
観光DX業界構造	ECサイトサービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 商品やサービスをインターネット上に置いた独自運営のウェブサイトで販売する企業
観光DX業界構造	決済サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> インターネットを介して決済を行うサービス提供企業
観光DX業界構造	本人認証サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> サービス提供を受ける資格を持つ、当該個人であると主張する人の真正性を確認するためのサービスを開発・提供する企業
観光DX業界構造	ダイナミックプライシングサービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 商品やサービス価格を需要と供給の状況に合わせて変動させるシステム提供企業
観光DX業界構造	顧客関係管理システムサービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 顧客の属性や接触履歴を記録・管理し、それぞれの顧客に応じたきめ細かい対応を行うことで長期的に良好な関係を気づき、顧客満足度の向上や取引関係の継続に繋げるサービスを提供する企業
観光DX業界構造	MAツール開発・サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング活動を自動化するためのツールを提供・開発する企業
観光DX業界構造	SNSマーケティング企業	<ul style="list-style-type: none"> SNSを活用したマーケティング活動を支援する企業
観光DX業界構造	BIツール開発・サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 企業が持つ様々なデータを分析・見える化して、経営や業務に役立てるソフトウェア開発・提供企業
観光DX業界構造	ノーコード/ローコードツール開発サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> あらかじめ用意された部品を組み合わせることで、プログラムやシステム開発の知識がなくても、誰でも簡単にアプリケーションやWebサイトを作製できるツールを開発・提供する企業

用語解説

カテゴリー	用語	内容
農業・自然環境 DX業界構造	経営・生産管理 システム企業	<ul style="list-style-type: none"> 農場を航空写真マップで可視化し、農作業及び圃場の管理やスタッフ間の情報共有をサポートする営農支援システムを提供する企業
農業・自然環境 DX業界構造	農業人財マッチン グサービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 農家が求人情報を公開し、農業をやりたい人とマッチングするサービス提供企業
農業・自然環境 DX業界構造	オンライン指導 サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 畑の状況をオンライン上で共有し、栽培管理の効率化と、栽培指導をする農業SaaSサービス開発・提供企業
農業・自然環境 DX業界構造	価格予測・ダイナ ミックプライシングシ ステム企業	<ul style="list-style-type: none"> 商品やサービス価格を需要と供給の状況に合わせて変動させるシステム提供企業
農業・自然環境 DX業界構造	BIツール開発・ サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 企業が持つ様々なデータを分析・見える化して、経営や業務に役立てるソフトウェア開発・提供企業
農業・自然環境 DX業界構造	スマート農機開発 企業	<ul style="list-style-type: none"> 食料生産における省力化や生産性向上、高品質化、環境負荷の低減化を図るロボットなどを開発・提供する企業
農業・自然環境 DX業界構造	農機シェア・レンタ ルサービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 農機具を貸し借りする場を提供する企業
農業・自然環境 DX業界構造	生育環境管理シ ステム企業	<ul style="list-style-type: none"> センサーを内蔵した機器を田畑に設置するだけで、環境データ、栽培ノウハウ、作業記録・生育記録が取得・分析できるシステムを提供する企業
農業・自然環境 DX業界構造	生育状況・リスク 診断サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> デジタル技術を用いて、圃場画像から水稻の生育ステージを診断するソリューションを提供する企業
農業・自然環境 DX業界構造	収穫時期・収穫 量予測システム企 業	<ul style="list-style-type: none"> 過去の市場流通量や気象情報などのデータをAIで分析し、成果の出荷量を予測するシステムを開発・提供する企業

用語解説

カテゴリー	用語	内容
農業・自然環境 DX業界構造	D2Cサービス企業	・ 産直サービスではなく、生産者が直接食材を発送するサービスを提供する企業
農業・自然環境 DX業界構造	トレーサビリティシステム企業	・ 商品の生産から消費までの過程をたどることができるサービスを提供する企業
農業・自然環境 DX業界構造	決済サービス企業	・ インターネットを介して決済を行うサービス提供企業
農業・自然環境 DX業界構造	ライブコマース企業	・ インターネットを通じた動画のライブ配信で商品の紹介と販売を組み合わせることができるサービス企業
農業・自然環境 DX業界構造	オンライン農業体験サービス企業	・ オンラインで生産者をつなぎ、生産者の畑を見た後にその畑で取れた食材と一緒に楽しむサービスを提供する企業
農業・自然環境 DX業界構造	フードデリバリー企業	・ 食材、食べ物を配達・配送するサービス提供企業
農業・自然環境 DX業界構造	消費促進サービス企業	・ 消費者の購買意欲を促すためデジタル技術を用いて向上させるサービスを提供する企業

用語解説

カテゴリー	用語	内容
ヘルスケアDX業界構造	体調管理サービス	• 体の調子を悪くしないように、日々の行動や食事を整えることをサポートするサービスを提供する企業
ヘルスケアDX業界構造	オンライン健康相談企業	• 未病と呼ばれる体調が悪くなり始めたときや、ちょっとした身体の不安を医師・看護師・薬剤師の医療専門チームに24時間365日気軽に相談できる健康医療相談できるサービスを提供する企業
ヘルスケアDX業界構造	遠隔診療企業	• インターネットなどの情報通信技術を用いて、医師と患者が距離を隔てたところで診療を行うサービスを提供する企業
ヘルスケアDX業界構造	見守りサービス企業	• 遠方に住む家族に代わって高齢者の生活をサポートするサービスを提供する企業
ヘルスケアDX業界構造	服薬支援サービス企業	• 在宅・施設において、本人又は介護職員による服薬管理を支援するサービスを提供する企業
ヘルスケアDX業界構造	健康情報管理サービス企業	• 検査データ、処方箋、レントゲン写真、健康診断書といった、身の回りにある医療情報を一元的に管理して、健康診断業務の効率化や疫病の早期発見・予防に貢献するシステムを提供する企業
ヘルスケアDX業界構造	ウェアラブル端末サービス企業	• 身につけて持ち運び、そのままの状態で使用できる小型の携帯型コンピュータを開発・提供する企業
ヘルスケアDX業界構造	病院業務システム企業	• 電子カルテシステムをはじめ、オーダエントリーシステム、医用画像情報管理システムなど病院の各部門を結び、病院の業務を支援するシステムを構築・提供する企業
ヘルスケアDX業界構造	介護施設業務システム企業	• 利用者台帳の作成から計画書などの各種帳票の作成をデジタル化し、一元管理するなどの介護業務を効率化するためのシステムを開発・提供する企業
ヘルスケアDX業界構造	患者情報管理サービス企業	• 問診データ、レセプトデータ、処方データといった患者情報を一元管理し、患者一人一人に最適化された情報を提供するサービスを提供する企業

用語解説

カテゴリー	用語	内容
ヘルスケアDX業界構造	AI問診サービス企業	• 専用タブレット端末を用いて、医師の代わりにAI(人工知能) が問診してくれるシステムを提供する企業
ヘルスケアDX業界構造	画像認識AIサービス企業	• 現場での検査に使用するAI学習モデルを、ディープラーニングやプログラムの専門知識がない方でも、直感的な操作で作成し、現場で活用できるまでの一連の設計・構築・提供を行うサービス企業
ヘルスケアDX業界構造	遠隔手術ロボット開発企業	• 医療機器を遠隔から操作するロボット、システム提供・開発企業
ヘルスケアDX業界構造	ケアプラン作成支援サービス企業	• 利用者が直面している課題や支援方法、介護保険サービスの内容をまとめた計画書を効率的に作成するサービスを提供する企業
ヘルスケアDX業界構造	介護作業支援デバイス開発企業	• ベッドから車いす、車いすからトイレなどへの移乗や移動の支援など立ったり座ったりする動作や移動においてロボット技術を使って物理的にサポートする機器を開発・提供する企業

用語解説

カテゴリー	用語	内容
教育DX業界構造	知育サービス企業	・ 乳幼児（低年齢の子供）に思考力や判断力を始めとする知的能力を育てるサービスを提供する企業
教育DX業界構造	受験向け学習サービス企業	・ 個人の学習速度や理解の度合いに合わせた学習内容を提供する企業
教育DX業界構造	リスキング支援企業	・ 企業側が今後新たにスタートする事業や世の中の時代の流れを見据えて、必要な技術や知識を社員に獲得させるための再教育サービスを提供する企業
教育DX業界構造	研修サービス企業	・ 職務に対する理解を深め、習熟するための教育サービスを提供する企業
教育DX業界構造	資格取得支援企業	・ ある行為を行うために必要もしくは相応しいとされる地位や立場や、組織内での地位、又は仕事として任務に就くために必要な条件を得るための支援サービスを提供する企業
教育DX業界構造	保育業務一元管理システム企業	・ 保育現場の業務負荷軽減、保護者とのコミュニケーション支援、園・施設の運営支援などを一元化したサービスを提供する企業
教育DX業界構造	コミュニケーション支援サービス企業	・ 紙や電話で行っていた出欠連絡、連絡帳、お便りなど、子供が通う施設や先生との連絡をスマートに行えるサービスを提供する企業
教育DX業界構造	校務システムDX企業	・ 学校運営に必要な教育内容の管理、人的管理、物的管理、運営管理システムを一元化するなど教育者の業務を支援するサービスを提供する企業
教育DX業界構造	学習システムDX企業	・ コミュニケーション、探求学習、学習動画、日々の学習記録などを通じて、先生の授業・生徒指導、生徒の学び・成長をサポートするサービスを提供する企業
教育DX業界構造	ITデバイス企業	・ いつでもどこでも学習でき、映像と音声の活用による効果的な学習を支援する機器・装置・道具を提供する企業
教育DX業界構造	ウェブ会議サービス企業	・ インターネットを使って、音声、動画、チャット、資料などを複数のユーザーと共有して会議が行えるサービスを提供する企業

用語解説

カテゴリー	用語	内容
市政DX業界構造	オンライン通知サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> ある媒体（サイト、アプリ等）に登録したユーザーに特定情報をお知らせする仕組みを開発・提供する企業
市政DX業界構造	情報一元化サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> バラバラに配置された情報を一カ所にまとめ、その上でそれらを管理・活用することができるサービスを提供する企業
市政DX業界構造	本人認証サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> サービス提供を受ける資格を持つ、当該個人であると主張する人の真正性を確認するためのサービスを開発・提供する企業
市政DX業界構造	オンライン申請サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 住民や事業者が24時間365日、インターネットを開始、パソコンやスマートフォンで誰でも簡単に手続等の申請が行えるサービスを提供する企業
市政DX業界構造	決済サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> インターネットを介して決済を行うサービス提供企業
市政DX業界構造	窓口DX推進企業	<ul style="list-style-type: none"> 地方自治体の窓口業務をデジタル化し、業務の効率化や住民サービスの利便性向上を促進させるサービス開発・提供企業
市政DX業界構造	市民タッチポイントツール開発・サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> ある特定の対象と結ぶ窓口の役割となるサービスを開発企業
市政DX業界構造	業務システム（基幹系・内部事務系）企業	<ul style="list-style-type: none"> 官公庁の業務の中核に直接関わるシステム（住基、税、福祉等）や、庁内管理のためのシステム（財務会計、庶務事等）を構築・導入・運用管理する企業
市政DX業界構造	AI/RPAツール開発サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 定型的な事務作業を自動化するサービス提供企業
市政DX業界構造	ノーコード/ローコードツール開発・サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> あらかじめ用意された部品を組み合わせることで、プログラムやシステム開発の知識がなくても、誰でも簡単にアプリケーションやWebサイトを作製できるツールを開発・提供する企業
市政DX業界構造	BIツール開発・サービス企業	<ul style="list-style-type: none"> 企業が持つ様々なデータを分析・見える化して、経営や業務に役立てるソフトウェア開発・提供企業

経済金融・情報通信業企業誘致実行計画 【概要版】

令和6年3月 発行

発行：名護市 地域経済部 商工・企業誘致課
