

地域経済×「サービス産業の労働生産性向上」好循環モデルの創出



付加価値増大（分子）
労働投入量の最適化（分母）

【長岡市】地域中核企業（プロスポーツクラブ等）をハブにした異業種企業間連携等を通じた面的な労働生産性向上モデル

- 地域中核企業であるプロスポーツクラブと市内サービス業の企業間連携を通じたデータ活用（ex.デジタルマーケティング等）による地域サービス事業者の競争力強化・労働生産性向上に向けた基盤づくりに取り組む。
- 上記を進めるため、デジタル地域通貨事業を通じて得られたデータ活用を題材にした勉強会等を開催し、域外需要の獲得・回遊性を高めるためのナレッジ獲得および既存サービスの高度化を検討。

【支援対象（取組主体）】

- ・長岡市、長岡市商品券組合、市内飲食店・小売店等の地域サービス事業者、新潟アルビレックスBB、商工会議所 等

【取組の経緯・進捗】

- ・地域関係者対話を重ね、新たな域内外需要の獲得・市内への循環の取組が限定的である等の課題を棚卸し。新潟アルビレックスBBに対しては、当課題解決に資するソリューションをもつ、**SISC Kanto登録企業のスタートアップとの連携をサポート**。長岡市とは、今年度新たに開始されるデジタル地域通貨事業をテーマにしたデータ利活用の方策について検討。
- ・企業間連携を通じたデータ活用を促進するため、デジタル地域通貨事業で得られたデータを活用し、マーケティング等に取り組むワークショップ等の支援プログラムを3回実施。

【成果及び今後の方向性】

- ・域外需要を呼び込むポテンシャルを有する新潟アルビレックスBB、市内サービス業、域外ソリューション企業、組合等による新たなコミュニティの創出及び企業間連携に向けた取組の方向性の合意形成。
- ・今まで地域で実践できていなかった顧客等のデータ活用・分析に取り組み、顧客・市場の再設定による新規顧客層への展開、既存顧客へのより高付加価値なサービスの提供、業務プロセスの効率化を目指す。

【推進体制 等】



デジタル地域通貨事業等を活用した
市内サービス事業者への回遊性の向上



まとめ・成果

- プログラム回数を重ねるごとに、参加者におけるデータ利活用、企業間連携、地域の労働生産性向上・稼ぐ力の向上の取組に対する意識の向上がみられた。（第3回目プログラム参加者のうち、84%の方よりデータ利活用への意識変化ありとの回答を得た。）
- 労働生産性の向上をテーマとして異業種の事業者と議論する場がなかったが、今回の支援プログラムを通じてその必要性を参加企業が理解できた。また、地域で継続した取組を行う、“チームながおかペイ”組成に至った

STEP1

地域の意識醸成、チームづくり

第1回
2022/12/21

第2回
2023/2/6

第3回
2023/3/1

【プログラムの成果】

- デジタル地域通貨（ながおかペイ）で取得した地域のデータの分析について、興味・関心を持つ事業者が増えた
- “地域の皆でデータを活用して施策を考えること”が大手キャッシュレスサービスに対抗する「ながおかペイ」独自の価値になる可能性を見いだした
- 地域企業の中でも企業間連携を通じた新たな取組に前向きな事業者を把握し、地域で継続した取組をおこなうチーム組成ができた（＝チームながおかペイ）

グループディスカッションの様子



プログラム最終回 集合写真



【プログラムを通じて出たアイデア（一例）】

- 地域や年代のデータを元にターゲティングを行った新たな企画（需要喚起イベント等）の検討
- 地域内店舗の回遊を生み出す施策の検討
- 独自の商品を購入できるECサイトの構築 等

- 地域で継続した取組を行う“チームながおかペイ”では、ながおかペイで取得したデータを定期的に分析し、レポート作成。ながおかペイ参画事業者へのフィードバックや地域の強みを活かした企画検討等を行う

STEP 2

地域での実走に向けた検討

課題	アイデア等 *1	データを活用した現状(一例)
顧客・消費実態の分析	● ターゲットとすべき潜在顧客の分析(年代・地域・属性等) ● 対象を絞った利用促進キャンペーンの企画・実施	
地域の魅力発信	● 「次回」の消費につながる場所や体験・サービスのPR(回遊の相関分析等) ● ターゲットとすべき潜在顧客に対する情報発信(通知機能の活用等)	● 中高年齢層の利用者が最も多く、かつ一人あたりの利用回数が最も多い
企業間連携の促進(ノウハウ共有)	● ながおかペイのデータを活用した地域内の面的なマーケティングや来客の促進等、加盟店同士がデータの利活用に関する情報交換をする場や勉強会の開催	● 地元地域の利用者が最も多いが、域外の利用者も1割強いる
地域の導線づくり(回遊の促進)	● 域外(長岡市外・新潟県外)からの観光客等が、「予定外」の体験に出会えるようなマップやサイト等、回遊を促すしかけづくり	● スタジアム来訪者の同日の他店舗への回遊が限定的になっている etc..

プログラムを通じて出たアイディアの実走

地域や年代を絞った
新規企画の検討

地域内店舗の回遊を生み出す
施策の検討

独自の商品を購入できる
ECサイトの構築等