

2024/11/19

より幅広い市民参画を実現する基盤として 市民参加型合意形成プラットフォーム のご提案

株式会社Liquitous
藤井 海 (fujii@liquitous.com)



力足市役所Base

ダッシュボード

住民参加Lid

まちづくり課

+ Lidを追加

ダッシュボード

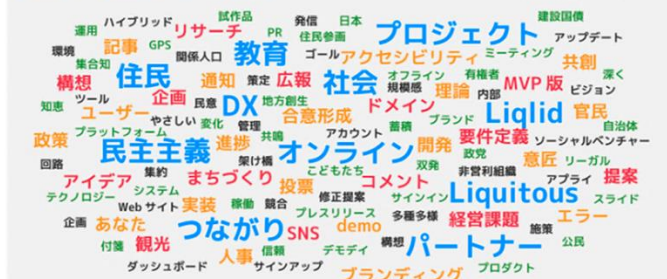
住民参加Lid

詳しく見る

メンバー 110人 全員を確認

管理者 Hiroyuki Kurimoto 管理者 ほか

投稿されたアイデア (ワードクラウド) アイデア件数 296件



議論中のプロジェクト (最新1件) 5件

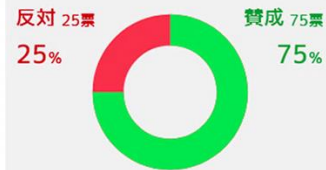
Project
力足公園のリニューアルに合わせて設置する遊具を決めよう

投票中のプロジェクト (最新1件) 2件

Project
力足市議会と住民の双方向コミュニケーションを実現する
投票締切日 2021年7月30日

直近の投票結果 投票率 90.9%

Project
力足済の堤防を開門するかどうか決めよう





代表取締役CEO

栗本 拓幸

Hiroyuki Kurimoto

1999年生まれ、横浜市で育つ。

18歳選挙権などをきっかけに、市民参加のあり方に関心を持つ。

2018年以降、首長や地方議員の政策・選挙支援に従事した他、超党派議員立法の事務局などに携わる。市民と行政を繋ぐ「新しい回路」の必要性から、Liquitousを起業。「Forbes JAPAN 30 UNDER 30」2023などの受賞多数。

- ・総務省 地方公共団体の経営・財務マネジメント強化事業 アドバイザー
- ・令和5年度 三原市 事業レビュー 評価者
- ・令和6年度 福知山市 施策改善推進委員



取締役

藤井 海

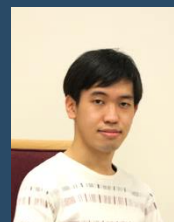
Kai Fujii



CTO

琴浦 将貴

Masaki Kotoura



エンジニア

山本 航平

Kohei Yamamoto



エンジニア

西村 和海

Kazuumi Nishimura

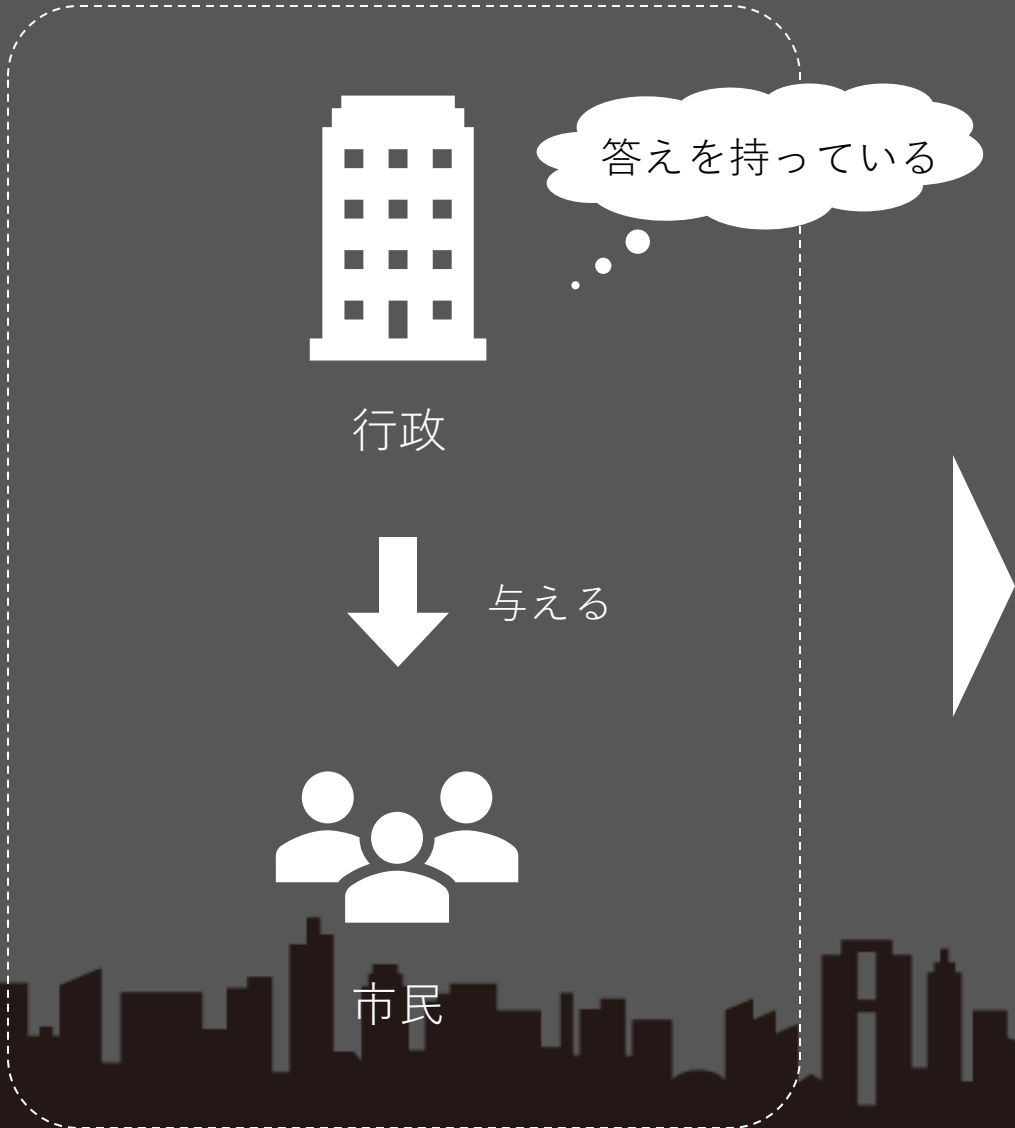
他6名が参画

業務委託・インターン含む

弊社の事業背景と目指す姿

私たちの思い

従来の行政-市民の関係



これからの行政-市民の関係

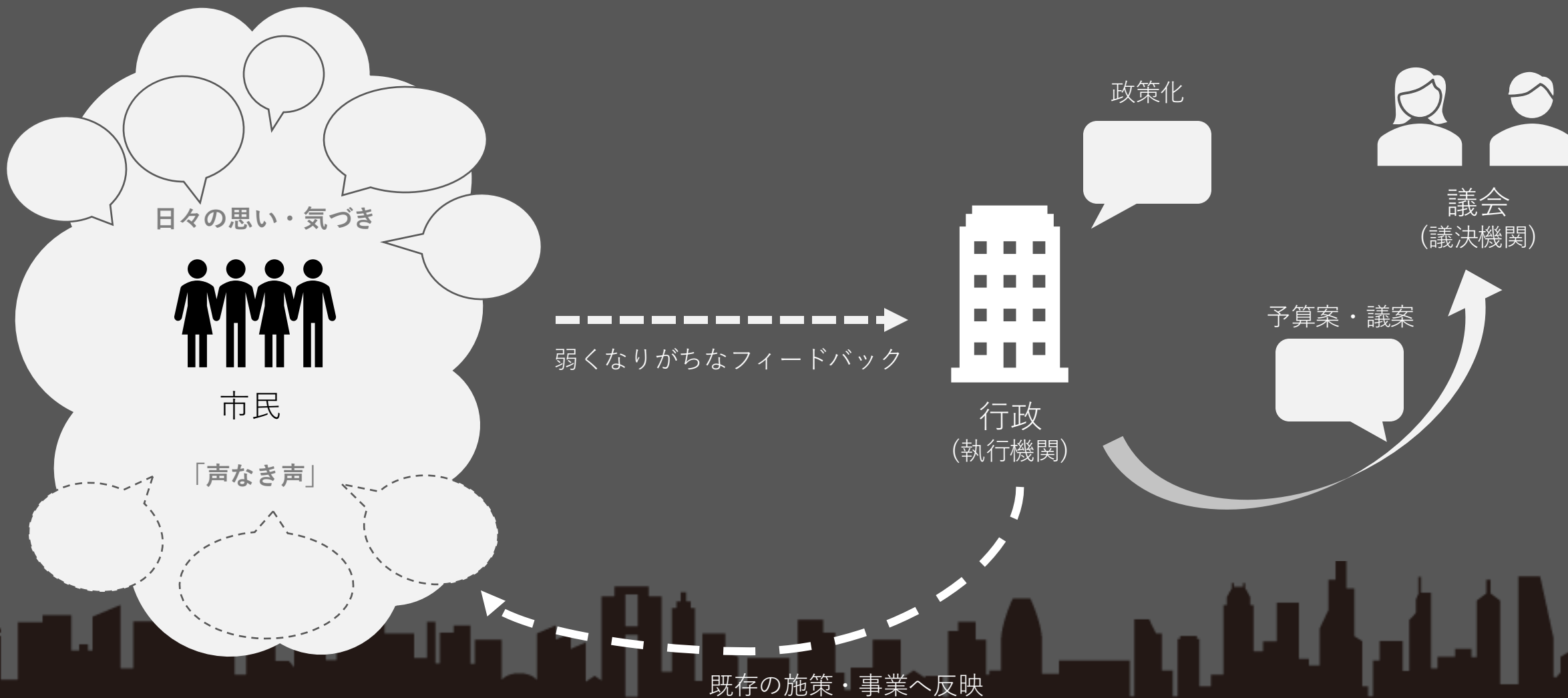


未来を描いていく際に、最も重要なものは

住民と行政のコミュニケーション

市民の日々の生活

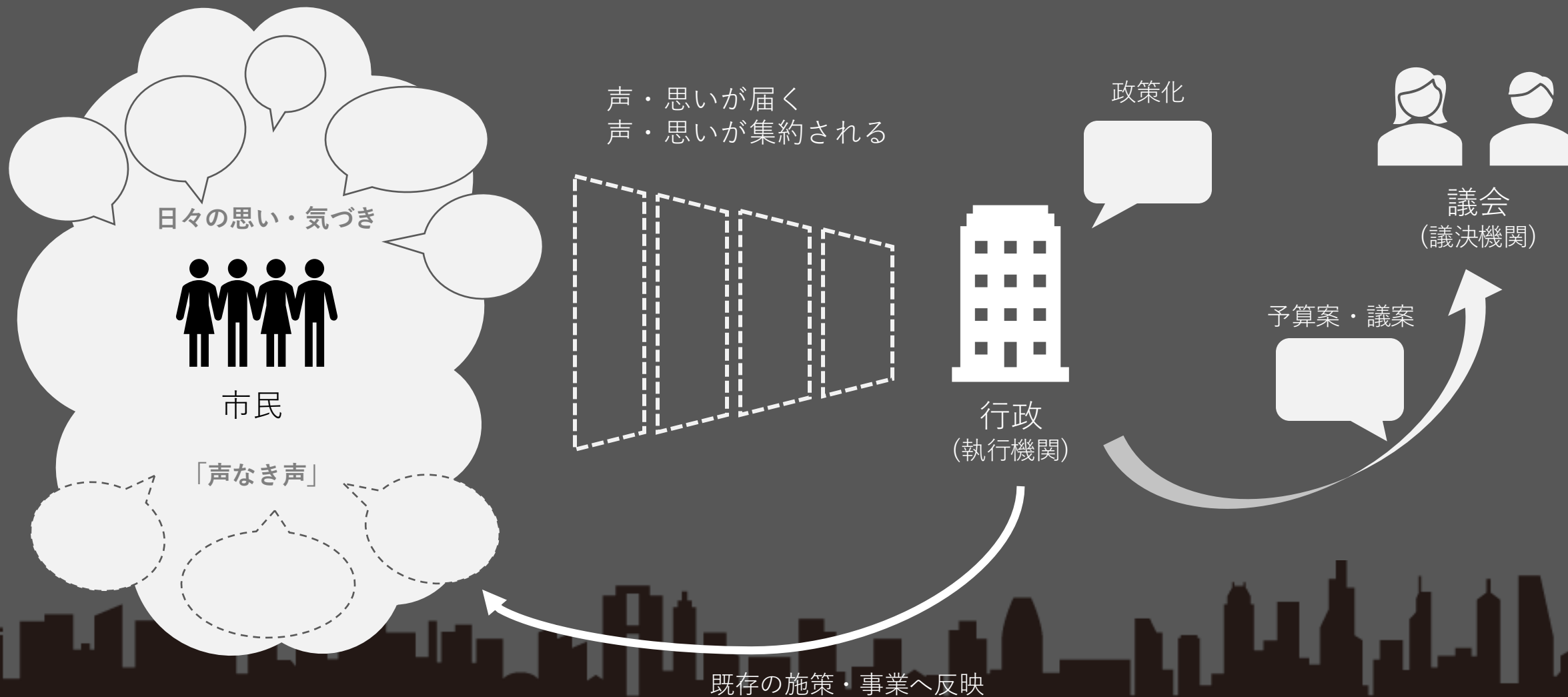
公式な討議



市民の日々の生活

橋渡し

公式な討議



「市民参加型合意形成プラットフォーム」の意義と目的

<目的> 情報公開し、政策形成過程に市民が参画する新たな仕組みを構築する

既存の取組

市民対話・ワークショップなど

《メリット》

- ・ 議論に臨場感があり、活発に進む
- ・ 議論の密度が濃い

《デメリット》

- ・ 時間、場所、参加者層に制約や偏りがある
- ・ 主張の強弱が出やすい

新たな取組

オンラインプラットフォーム

《メリット》

- ・ 時間、場所、参加者層の制約がない
- ・ 議論がオープンである
- ・ テキスト主張の強弱が出にくい

《デメリット》

- ・ 議論の密度は市民対話には劣る
- ・ 議論の展開にやや時間を要する

補完



拡充

市民参加型合意形成プラットフォーム = 政策形成過程に幅広い市民の参画を可能とする仕組み

オンラインプラットフォームの強み・必要性

- ◆ 市内外、年齢層、職種、家族構成などにとらわれない幅広い意見を集められる
- ◆ デジタルにより、障がいのある方々などへの対応も可能になる

包摂性

透明性

公平性

- ◆ 議論の経過を可視化することで、政策形成の過程の透明性を高めることができる

- ◆ テキストなので主張の強弱が出にくく、サイレントマジョリティの意見もフラットに集められる

オンラインプラットフォームの紹介

市民参加型合意形成プラットフォーム「Liqlid」の概要

弊社が提供するオンラインプラットフォーム



じっくり話してしっかり決める

Liquid

オンラインの市民参加型合意形成
プラットフォーム



市民参加型合意形成プラットフォーム「Liqlid」概要

弊社が独自に開発した、

『**じっくり話して、しっかり決める**』がコンセプトの、
対話・熟議に基づく参加型合意形成プラットフォーム



目的	搭載ページ、機能
意見収集	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アイデア投稿機能 ✓ いいね・返信機能 ✓ 引用機能 ✓ 択一式アンケート機能
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ホーム ✓ 情報提供機能 ✓ ブログ機能
分析/通知	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 統計分析機能 ✓ AIレポート：論点等を自動レポート作成 ✓ 通知機能：自治体公式LINEと連携可能 ✓ AIを用いた不適切投稿の抑止機能

アイデアページ



分析機能



市民参加プロセスで重要となる“情報提供”

市民の皆様に対して丁寧に情報提供をしながら取り組みを進めることが重要です。
オンラインプラットフォームは“**生きた情報**”を提供する強力な手段です

<情報要素>

- ✓ 目的
- ✓ 策定スケジュール
- ✓ 意見募集期間
- ✓ 意見募集テーマ
- ✓ テーマの背景（なぜこのテーマなのか？）
- ✓ 意見の扱い（意見がどのように活用されるのか？）
- ✓ 意見の取りまとめ
- ✓ 対面ワークショップの日程・開催内容
- ✓ 対面ワークショップの事後報告

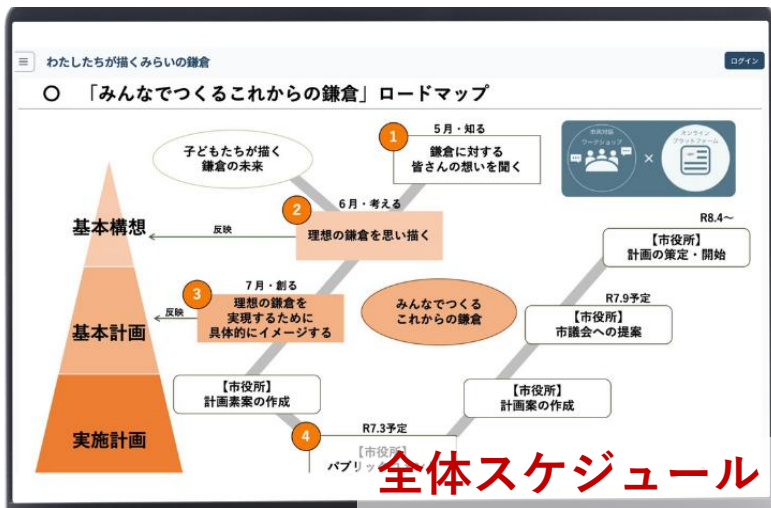


地図にデータを表示

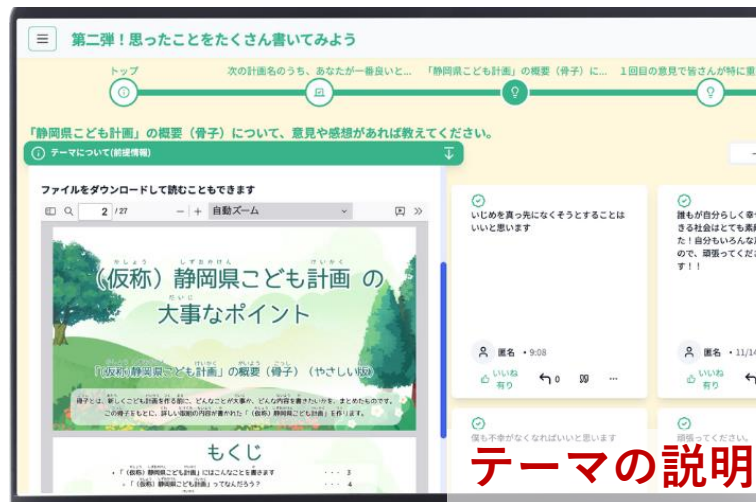
→市民の皆様にとどこまで情報提供できるかが重要。

取り組みの各フェーズに適した“情報提供”が可能

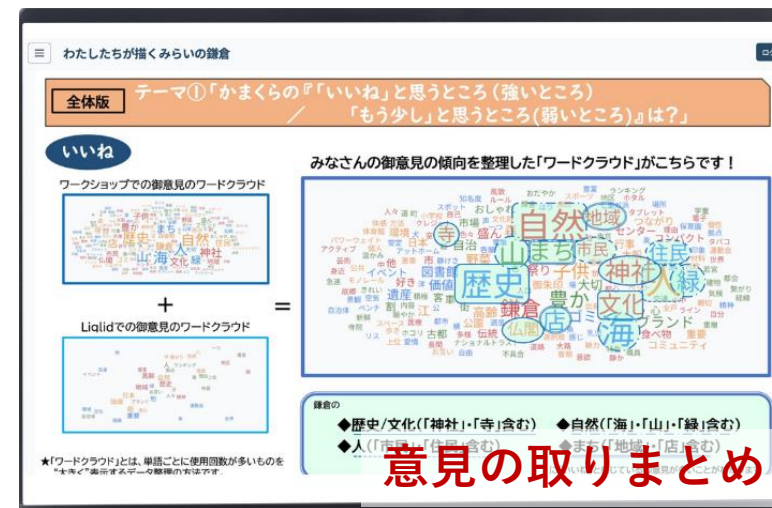
意見募集前：全体情報



意見募集中



意見募集後



<情報要素>

- ✓ 事業目的
- ✓ 事業スケジュール
- ✓ 意見募集期間

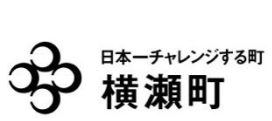
<情報要素>

- ✓ 意見募集テーマ
- ✓ テーマの背景
- ✓ 意見の取り扱い

<情報要素>

- ✓ 意見の取りまとめ（分析）
- ✓ 対面ワークショップの日程・開催内容
- ✓ 対面ワークショップの事後報告

取り組みを進めている自治体の一覧（令和3年度～令和6年度）



埼玉県横瀬町



高知県土佐町



東京都府中市



奈良県生駒市



大阪府河内長野市



宮城県富谷市



高知県日高村



千葉県木更津市



香川県高松市



埼玉県三芳町



神奈川県南足柄市



愛知県田原市



神奈川県鎌倉市



柏の葉スマートシティ



大阪府豊中市



千葉県柏市



神奈川県藤沢市



福島県磐梯町



滋賀県甲賀市



長崎県壱岐市



兵庫県高砂市



香川県観音寺市



石川県野々市市



静岡県焼津市



東京都東村山市



東京都日野市



群馬県前橋市



鳥取県琴浦町



熊本県益城町



兵庫県朝来市



兵庫県尼崎市



東京都多摩市



兵庫県丹波市



静岡県



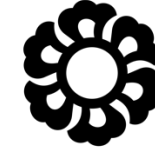
埼玉県越谷市



奈良県山添村



兵庫県豊岡市



静岡県藤枝市



神奈川県



京都府長岡京市



神奈川県綾瀬市



高知県宿毛市



大阪府東大阪市



京都府京都市



岡山県新庄村



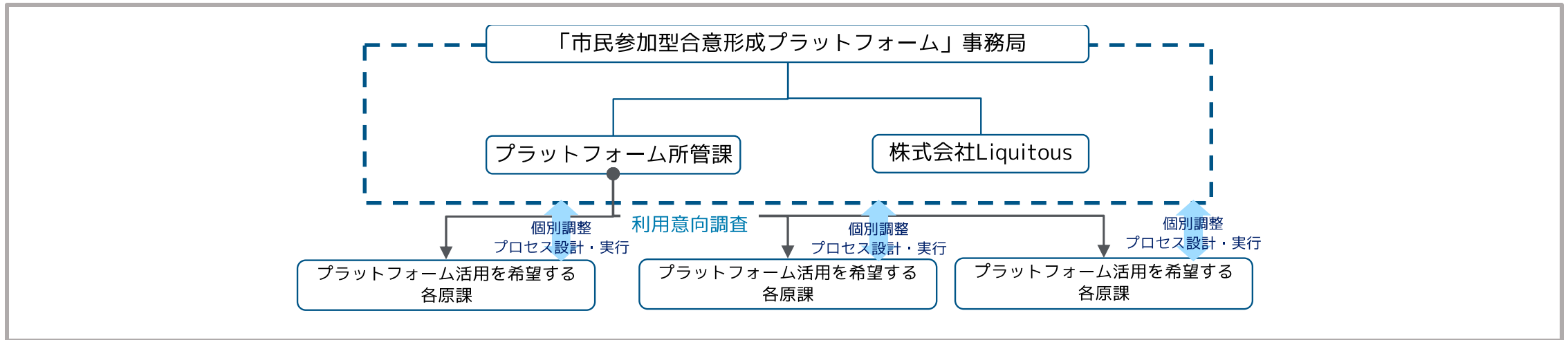
熊本県山都町

各自治体での取り組み（令和5年度～）

○ 各課の個別事業のなかの1つのツールとしての活用（令和5年度の取り組み類型）

- ① 計画・構想・ビジョン策定（策定前・策定プロセス中）
- ② リビングラボでの活用（官民協働・共創）
- ③ 公有財産活用（FM・PFI・エリマネ・広域連携等）
- ④ 特定の政策課題についての広聴
- ⑤ こども政策にかかる意見聴取（こども基本法）
- ⑥ 市民参加型行政評価
- ⑦ 実証事業実施時の市民参加型ニーズ調査/評価
- ⑧ 「くじ引き民主主義」との組み合わせ など

○ 全庁的な「市民参画のプラットフォーム」としての運用を順次開始（鎌倉市・木更津市・壱岐市など）

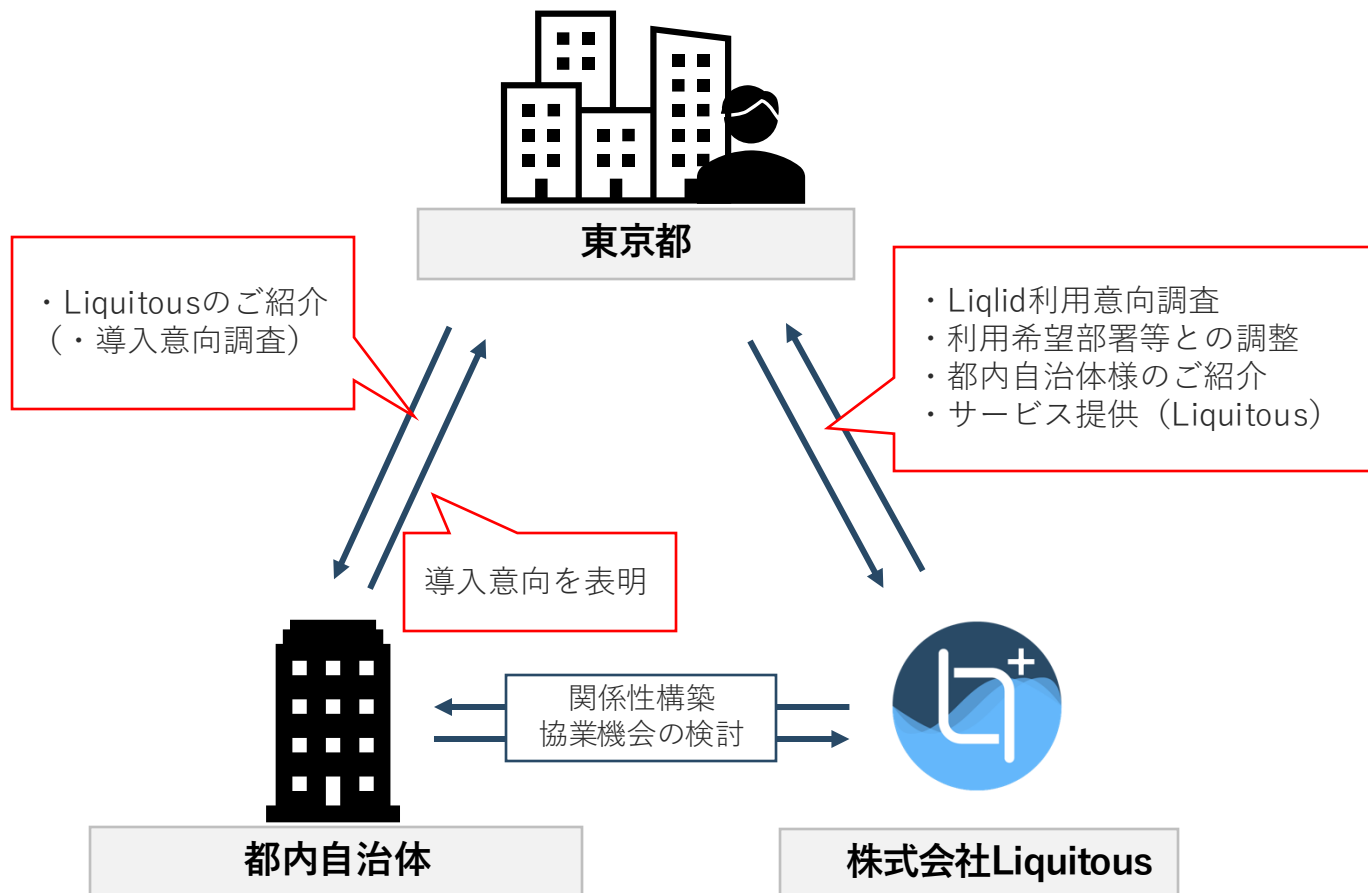


○ 令和5年度後半～：「お飾り参画」ではない、実効性のある市民参画プロセスのために必要な出口（制度・仕組み）の実装

東京都と契約する場合の金額プランおよび役割分担

役割分担

関連事業者	役割
<ul style="list-style-type: none"> 東京都 	<ul style="list-style-type: none"> 活用意向部署・自治体の調査 庁内・都内自治体への広報周知 都内自治体とのマッチング支援
<ul style="list-style-type: none"> Liquidous 	<ul style="list-style-type: none"> プラットフォーム運用支援 具体の提案、実行
<ul style="list-style-type: none"> 都内自治体 	<ul style="list-style-type: none"> (導入意向がある場合) Liquidousと意見交換 ※個別の委託契約等も可能です。



これまで個別に発注されてきた計画策定等にあたっての市民意見聴取などの受け皿を一本化することで、ゼロ・シーリング、さらにはコスト削減を目指す

料金イメージ

料金イメージ（例）

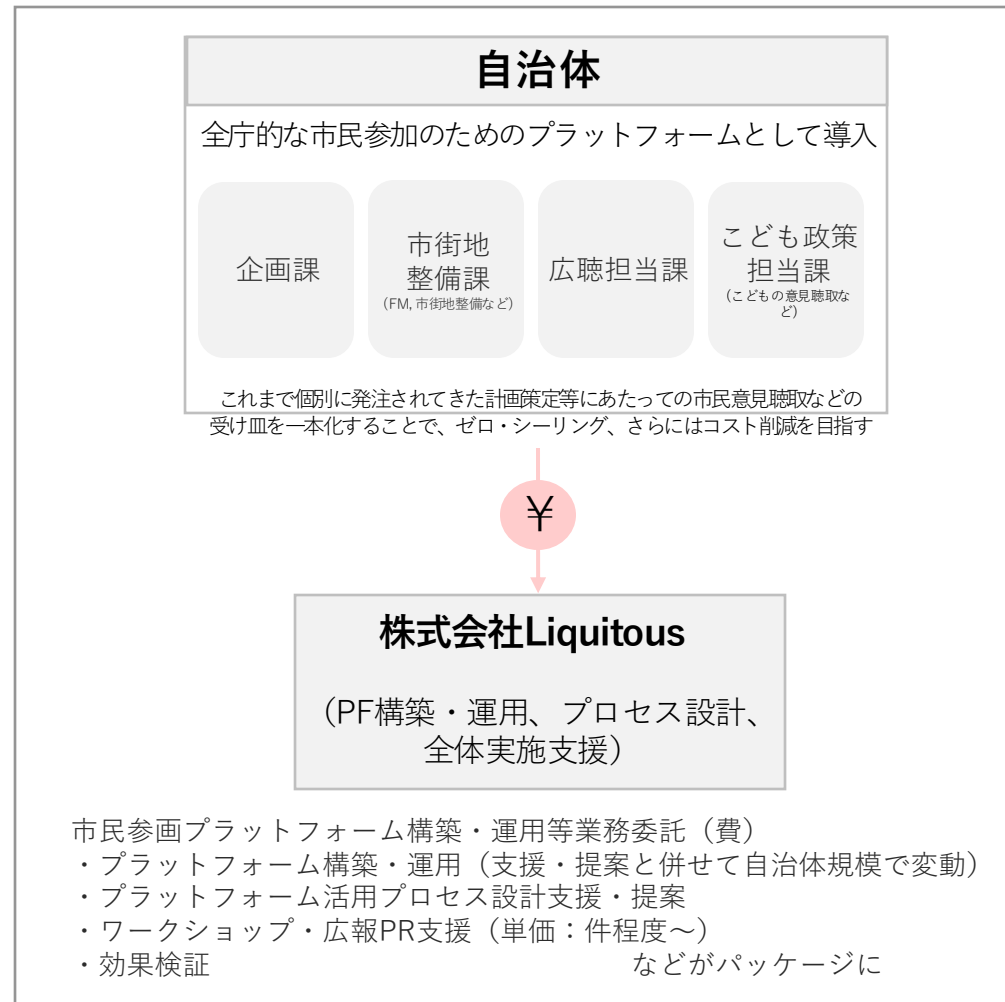
項目	金額
基本料金 (Liqid提供と適宜サポート)	<ul style="list-style-type: none">・ 町村：15万円~/月・ 一般市：20万円~/月・ 中核市：25万円~/月・ 政令市・広域：30万円~/月
ファシリテーション	・ 都度ご相談いただいた上でお見積もり
操作説明会	
ワークショップ企画・実施費	
カスタマイズ費等	
運用支援の詳細（広報PR・コンサルティングなど）については次ページの通り	

※「Liqid運用期間（ヶ月）×基本料金」が基礎的な金額となります。

※追加の施策実施にあたっては、別途費用を計上いたします。

※イニシャルコストにランニングコストの一部を上乗せについては協議の上、調整可能。

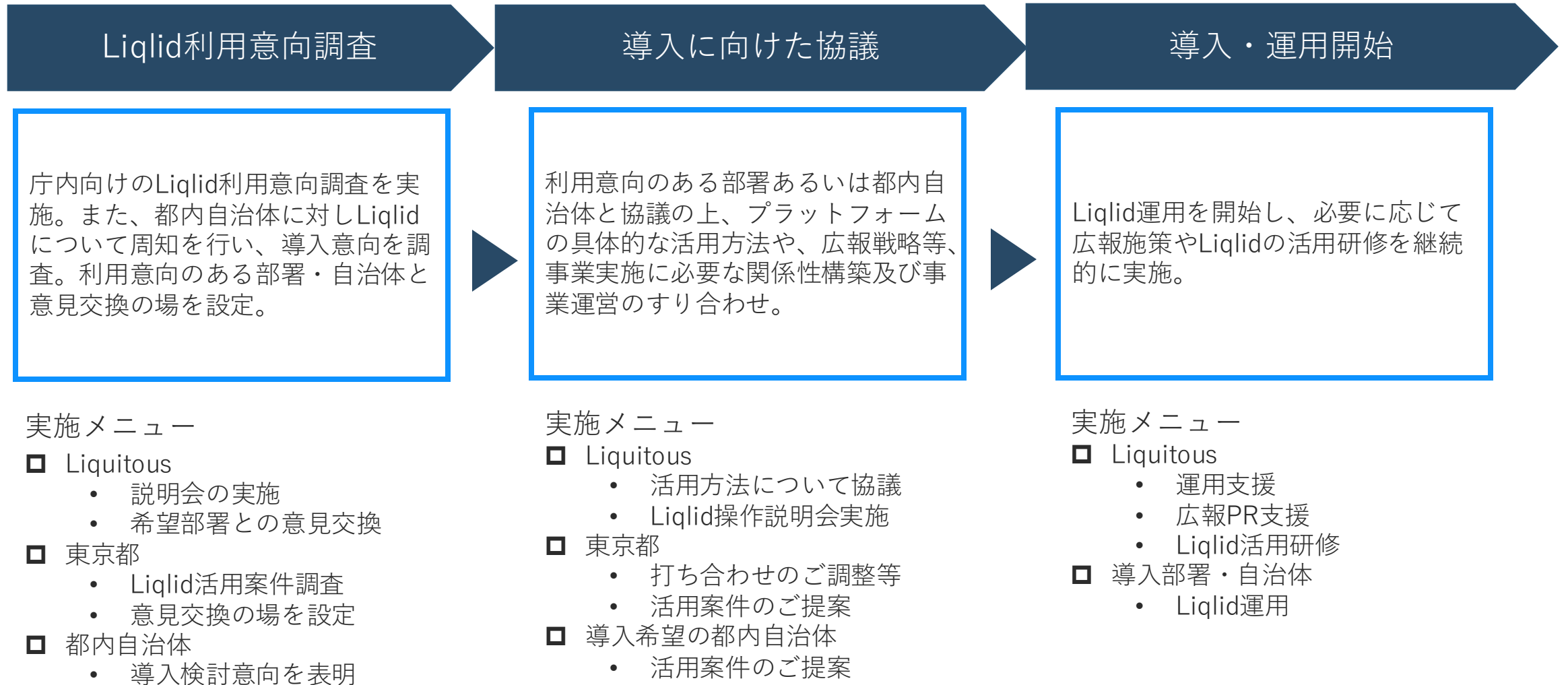
業務委託スキーム（案）



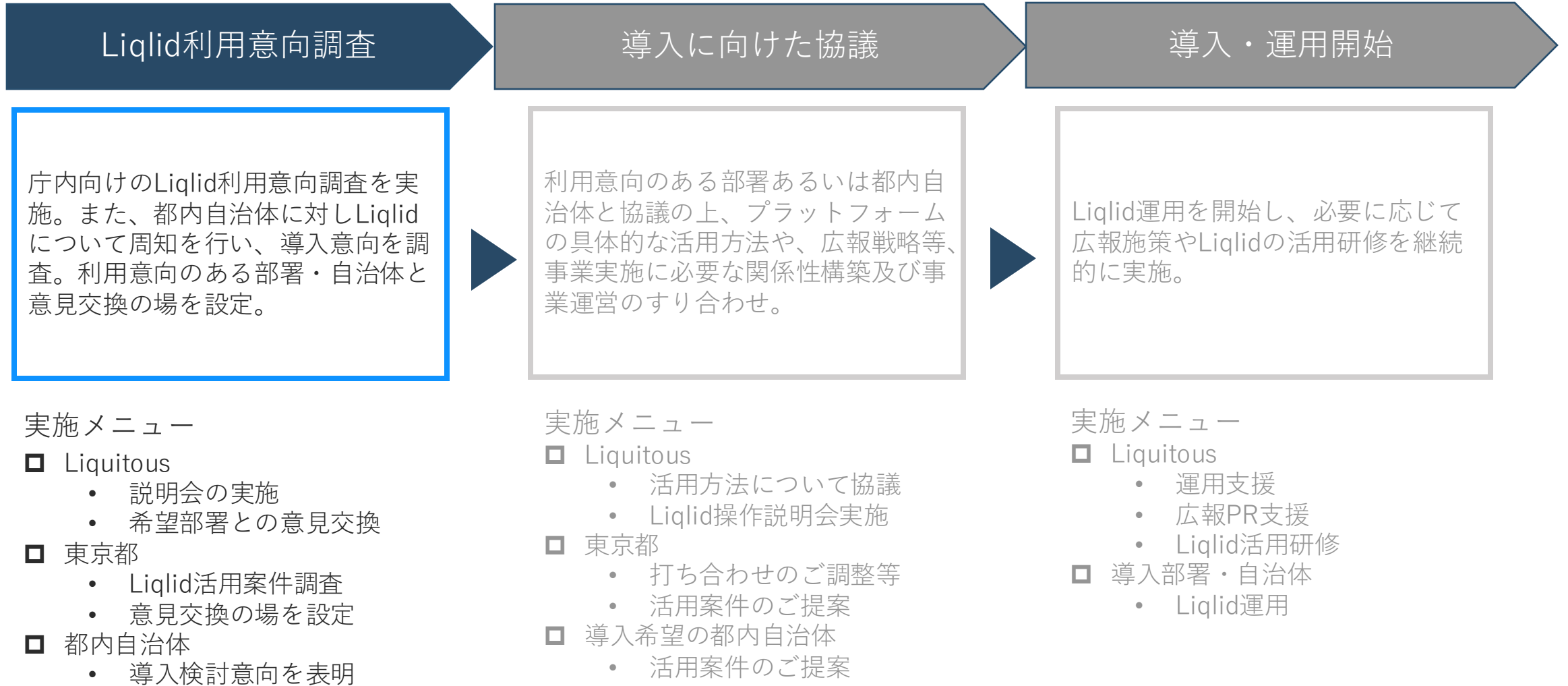
An illustration in shades of blue and white depicting a collaborative work environment. In the center, a large, multi-layered data display or dashboard is shown, with various charts, graphs, and icons. Several stylized human figures are interacting with the display: one person is pointing at a screen on the left, another is holding a camera on the right, and others are standing around the central structure. The background features a grid pattern and various geometric shapes, suggesting a digital or data-driven workspace.

弊社は、Liqlidを用いた「新しい市民参加プロセス」の創出に向けて
職員の皆様の「パートナー」として取組を進めます

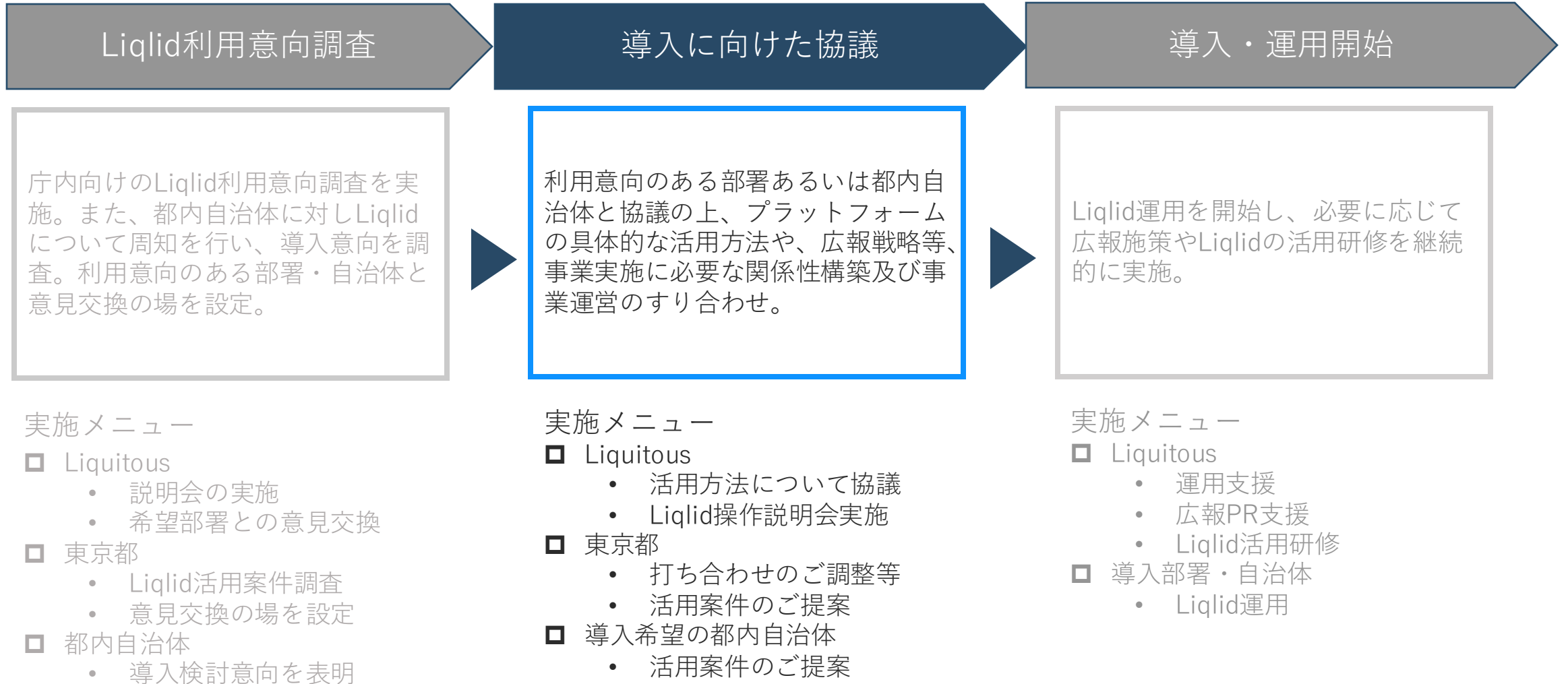
東京都との協働およびサービスの導入までの全体スケジュール



東京都との協働およびサービスの導入までの全体スケジュール



東京都との協働およびサービスの導入までの全体スケジュール



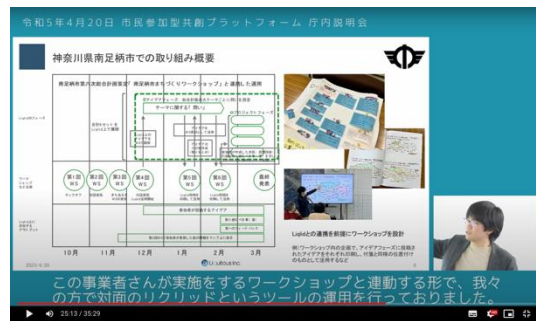
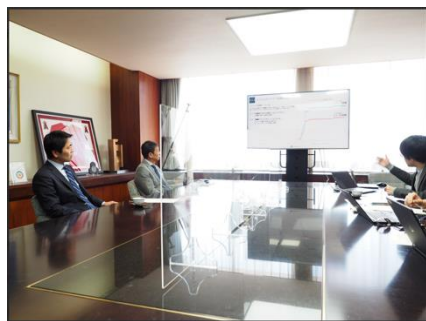
導入準備段階での具体的な支援イメージ（庁内説明会・コンサルティングなど）

○ 庁内説明会実施（全庁向けの認知度向上・理事者からのご理解の獲得）

取り組みの実施に際しては、庁内の各課職員、そして理事者からの理解を獲得することが必要です。取り組み開始の前後で、職員/理事者向けの説明会の実施や、説明資料の作成配布などを行います。また、Liqidを用いた取り組みを全庁展開する際には、各課からの個別ヒアリングの実施なども併せて実施することで、円滑な取り組み開始を図ります。

これまでの
実施事項
(代表例)

- ・ 庁内/理事者対象の取り組み説明会の企画・立案
- ・ 庁内/理事者対象の取り組み説明会の実施
- ・ 庁内/理事者対象の取り組み説明会の撮影・庁内環境で配信
- ・ 庁内説明会実施時の告知フライヤー等の撮影



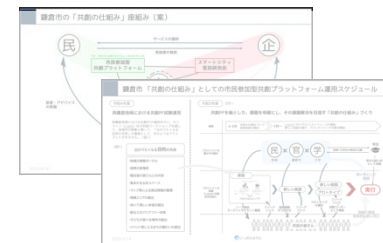
○ コンサルティング（課題の要件定義、解決策の提案、参考/先進事例の敷衍）

Liqidの導入運用を効果的の増大を目指し、庁内運用体制の検討、コンセプトメイキング、関連して実施する施策案の検討などが必要となった際には、弊社が課題の要件定義、解決策の提案などを通して、職員の皆さんの業務を支援します。

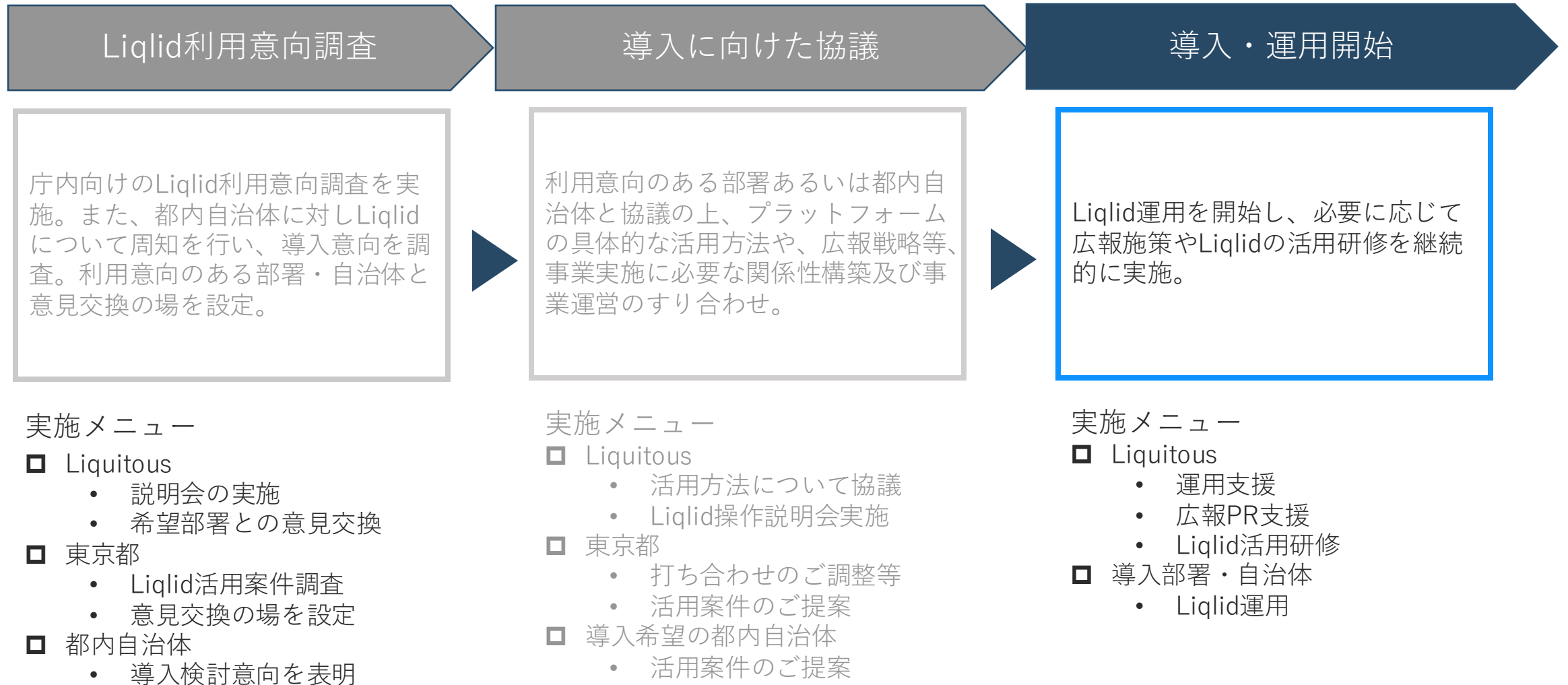
また、類似事例を進める自治体の事例共有や、国内外動向や補助金等のリサーチも行い、Liqidを活用する事業の離陸期の円滑な実行をパートナーとしてお支えします。

これまでの
実施事項
(代表例)

- ・ ヒアリングシートに基づく個別ご意向のヒアリング、施策案ご提案
- ・ 運用開始後の個別課題発生時の対応検討、施策案のご提案・実行
- ・ 事業の進展にあたって必要な施策体系の提案・体系化
- ・ 国内外事例調査・サマリーレポートのご共有
- ・ 各種交付金等に関連する調査の実施



東京都との協働およびサービスの導入までの全体スケジュール



導入運用段階での具体的な支援イメージ（広報PR支援・ワークショップ実施）

○ 広報PR支援（PV作成、広告運用、オンライン配信）

Liqlidの導入運用にあたっては、市民の皆さんの参画を促すために、各種広報PRコンテンツの作成・運用を行います。プロモーション動画については、企画・撮影・編集・公開/運用のフローを一貫して、パネルディスカッション等のオンライン配信も内製しています。例えば無作為抽出による招待の送付など、無作為性を重視して市民参加を促進するケースもあります。併せて、社会的な認知度向上を図るために、例えば他自治体や国際社会に向けて発信する機会なども積極的に創出します。

これまでの
実施事項
(代表例)

- 事業のプロモーション動画の企画・撮影・編集・公開の内製
- パネルディスカッション等のオンライン配信の企画～実行の内製
- SNS等各種媒体上でのターゲティング広告の運用・実施
- 無作為性を重視した市民の皆さんへのリーチ手法の提案・実施
- 海外視察団の招致、国際機関でのプレゼンテーション機会の提供等



○ ワークショップ実施（対面・オンラインワークショップの企画実施）

弊社は、Liqlidというオンラインプラットフォームを提供こそしていますが、既存の対面/リアルタイムのワークショップの効果や意義を否定していません。むしろ、Liqlidとワークショップを併用することで、より良い市民参加プロセスが生まれると考えます。対面・オンラインの手法を問わず、リアルタイムで実施するワークショップについて、時にはワークショップのツールとしてLiqlidを活用する手法も用いながら、企画・実施していきます。

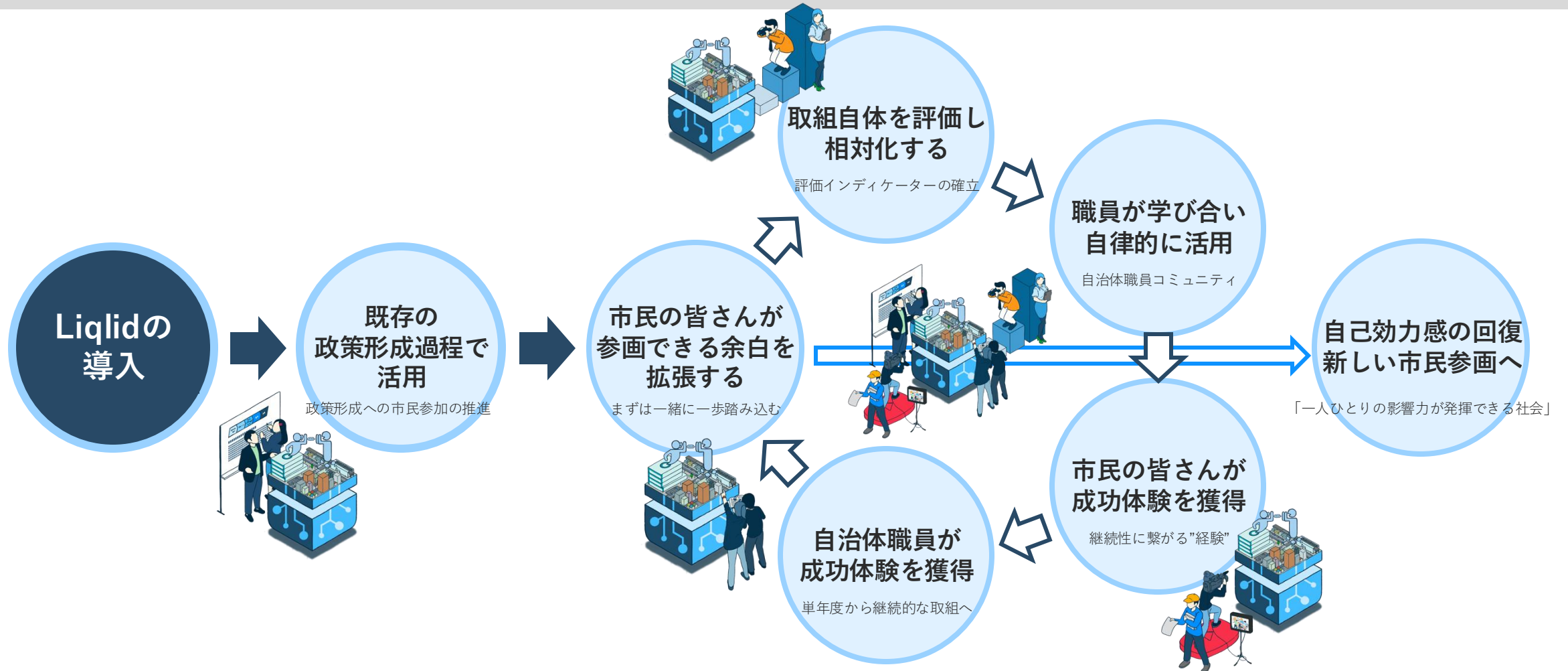
これまでの
実施事項
(代表例)

- 対面/リアルタイムのワークショップ企画立案
- 対面/リアルタイムのワークショップのファシリテーション実施
- 他事業者実施のワークショップにてLiqlid活用支援（総計策定等）
- 職員向けのハンズオン研修をかねた庁内ワークショップの企画実施
- ワークショップのアウトプットをLiqlidへ反映



パートナーとして取り組むとはどういうことか

Liqlid導入は手段：弊社と一緒に考え、実行することで、新しい仕組み、そして文化をつくる



実証期

導入期

仕組み化期

文化をつくる期



一人ひとりの影響力を発揮できる社会をつくる

サイレントマジョリティへのアプローチ：周知方法①

Web広告

LINE	Facebook	Instagram	YouTube
			
<p>特徴</p>	<p>特徴</p>	<p>特徴</p>	<p>特徴</p>
<p>LINEは、国内で一番ユーザー数が多いSNSであり、その他SNSと比較して多くのターゲットにリーチできます。画像媒体の広告を掲載できます。</p>	<p>画像と動画を掲載できます。Facebook(Meta)は実名登録制のSNSです。30代から40代のユーザーが中心であり、ほかのSNSよりもユーザーの年齢層が高い傾向があります。</p>	<p>Instagramは画像や動画の投稿に適したSNSであり、ユーザーは若年層の女性ユーザーが多い傾向があります。画像と動画を掲載することができます。</p>	<p>動画広告を中心に掲載することができます。Googleに次いで世界で2番目にアクセス数が多い巨大プラットフォームであるため、幅広い世代にリーチすることができます。</p>
<p>主な広告掲載箇所</p>	<p>主な広告掲載箇所</p>	<p>主な広告掲載箇所</p>	<p>主な広告掲載箇所</p>
<ul style="list-style-type: none"> トークリスト LINE NEWS LINE VOOM 	<ul style="list-style-type: none"> Facebookニュースフィード Facebookストーリーズ Facebook動画フィード 	<ul style="list-style-type: none"> メインフィード（ホーム） ストーリーズ リール 	<ul style="list-style-type: none"> 動画内広告（インストリーム広告）
<p>主なリーチ対象</p>	<p>主なリーチ対象</p>	<p>主なリーチ対象</p>	<p>主なリーチ対象</p>
<ul style="list-style-type: none"> 全世代 ※属性・地域別ターゲティング可能 	<ul style="list-style-type: none"> 30代から40代のユーザー中心 ※属性・地域別ターゲティング可能 	<ul style="list-style-type: none"> 若年層（主に女性） ※属性・地域別ターゲティング可能 	<ul style="list-style-type: none"> 全世代 ※属性・地域別ターゲティング可能

サイレントマジョリティへのアプローチ：周知方法②

広報誌	公式LINE	公式SNS
		
<p>概要</p>	<p>概要</p>	<p>概要</p>
<p>自治体が発行している広報誌に広告を掲載します。SNS広告などの他広告媒体と比較して、掲載箇所をある程度確保できるため、より多くの情報を伝えることができます。画像と文章を組み合わせることで広告を作成します。</p>	<p>任意のタイミングで周知することができます。また、周知先が公式LINE登録者であり、一定の関心を持った層であることから、一定の周知効果を期待できます。また、公式LINEとLiqlidと連携することもできるため、公式LINEからLiqlidへの導線を作りやすい媒体です。</p>	<p>自治体が運営している公式SNSを活用した広報発信は、SNSを活用している比較的若年層を中心に広告効果を期待できます。画像や動画など幅広いコンテンツを使うことができるので、取り組みやすい広報施策の一つです。</p>
<p>特徴</p>	<p>特徴</p>	<p>特徴</p>
<ul style="list-style-type: none"> 主に、町内会を通じて全戸配布されるため、地域内の多くの人にリーチできる。 自治体の広告掲載基準を通過して広告掲載されているため、住民の一定の信頼感に繋がる。 	<ul style="list-style-type: none"> 登録者は一定の関心を持っているため、広告効果が期待できる。 Liqlidと連携することで、公式LINEからLiqlidへのアクセス導線を作りやすく、Liqlidの通知を公式LINEから流すこともできる。 	<ul style="list-style-type: none"> 若年層を中心にリーチできる。 画像や動画を幅広く扱うことができる。 登録者は一定の関心を持っているため、広告効果が期待できる。

サイレントマジョリティへのアプローチ：周知方法③

アイキャッチ画像



Liqlidを活用した取り組みについて簡単に表現するアイキャッチ画像を作成し、公式LINE, X, Facebook, InstagramなどのSNS媒体を用いて周知を行います。

【特徴】

- ・伝えたい点をピンポイントで伝えることができる。
- ・作りやすく、使い勝手が良い。
- ・掲載できる情報量が少ない。

チラシ

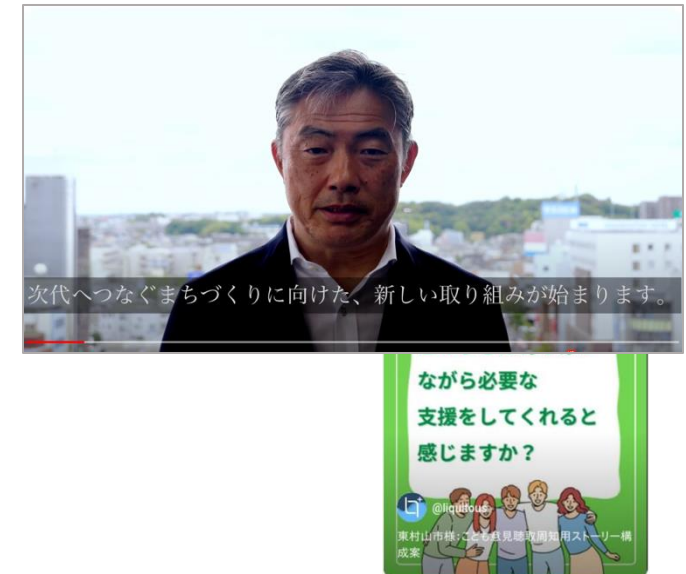


Liqlidでの意見募集テーマや、Liqlidの操作方法などを掲載したチラシを作成し、関連施設での配布・掲載します。また、SNSでの周知も可能です。

【特徴】

- ・紙媒体にすることで、SNSを使っていない方にリーチできる。
- ・掲載できる情報量が多く、丁寧な説明をすることができます。
- ・SNS周知でも使えるため、使い勝手が良い。

プロモーションビデオ



Liqlidを活用した取り組みについてのプロモーションビデオを制作し、市公式YouTube, Facebook, InstagramなどのSNS媒体を用いて広報周知します。

【特徴】

- ・文字情報だけでは伝わらない、雰囲気や熱意伝えることができるため、わかりやすい。
- ・アイキャッチ画像やチラシと比較して制作に期間を要する。