

ディバイド地域におけるブロードバンドの利活用について

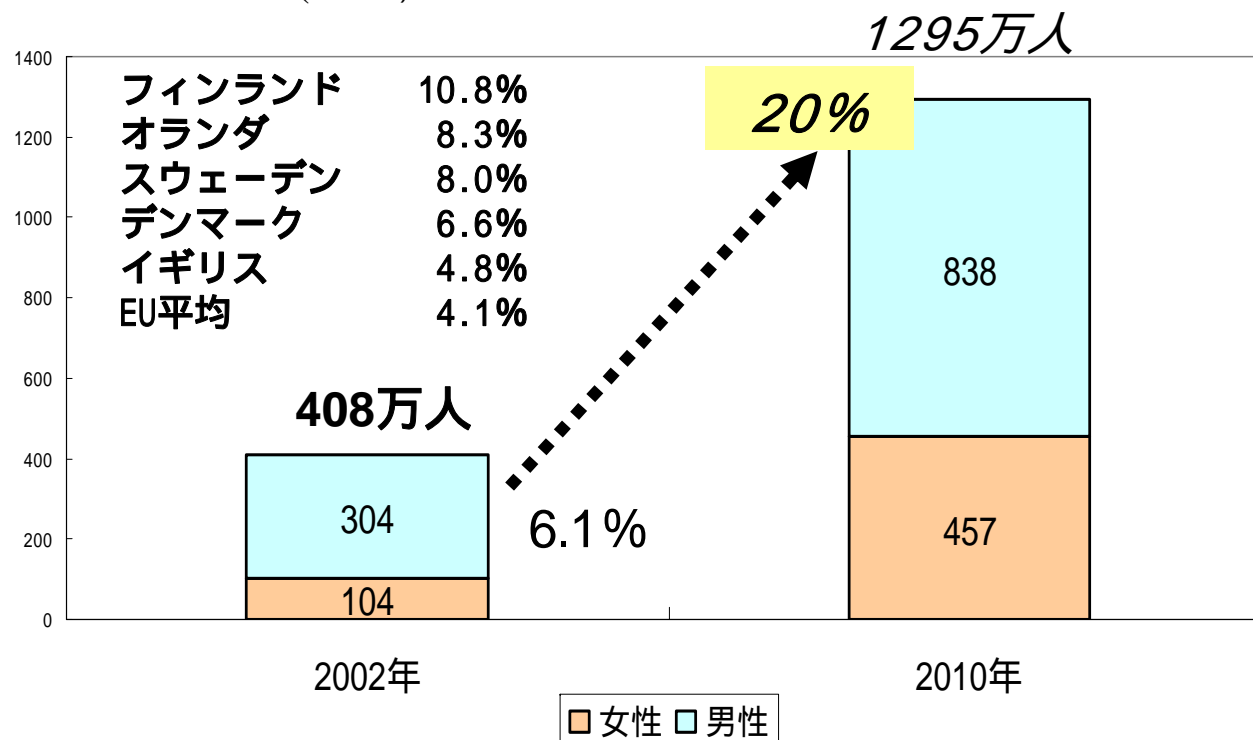
株式会社いわきテレワークセンター
会田 和子

地域で仕事の再設計、ワーク・ライフ・バランスを実現するテレワーカーが増える？

○テレワーカーは、ITを週8時間以上活用してテレワークする人

自社の在宅勤務体系の中で、週一日以上自宅で仕事をする企業の従業員、自営型で仕事をするSOHOやテレワーカー、さらには、SOHOやテレワーカーを育成し支援する、あるいは遠隔モバイル型で仕事を受発注するエージェント企業・自治体・NPO・その他団体も含まれる。

就業人口比率(万人)



・テレワーカーが就業者人口の2割 (2010年まで)

目標実現のために、企業のテレワーク導入ガイドライン整備等の普及促進、公務員(総務省)のテレワークに関する制度の環境整備等が推進されている。

e-Japan戦略 目標値とテレワーカー数の予測

2003年度国土交通省主催「テレワーク普及啓発委員会」資料等より作成

エージェント間のコミュニケーションを高めるためのブロードバンド

(エージェントの機能)

- 教育(継続的なラーニング、スキルアップ支援)
 - 相談(インキュベーションマネジャー・ITコーディネーター;ピアツーピア)
 - 業務受発注(各種アウトソーシング)
 - コミュニケーション支援(TV会議)
 - ライフサポート
 - コンシェルジュサービス
- (SOHOのニーズが高いサービスは、健康管理支援)

- ・会員対象生活情報提供
- ・オンラインショッピングの提供(産地商品・情報の交換)
- ・その他インターネットTV事業

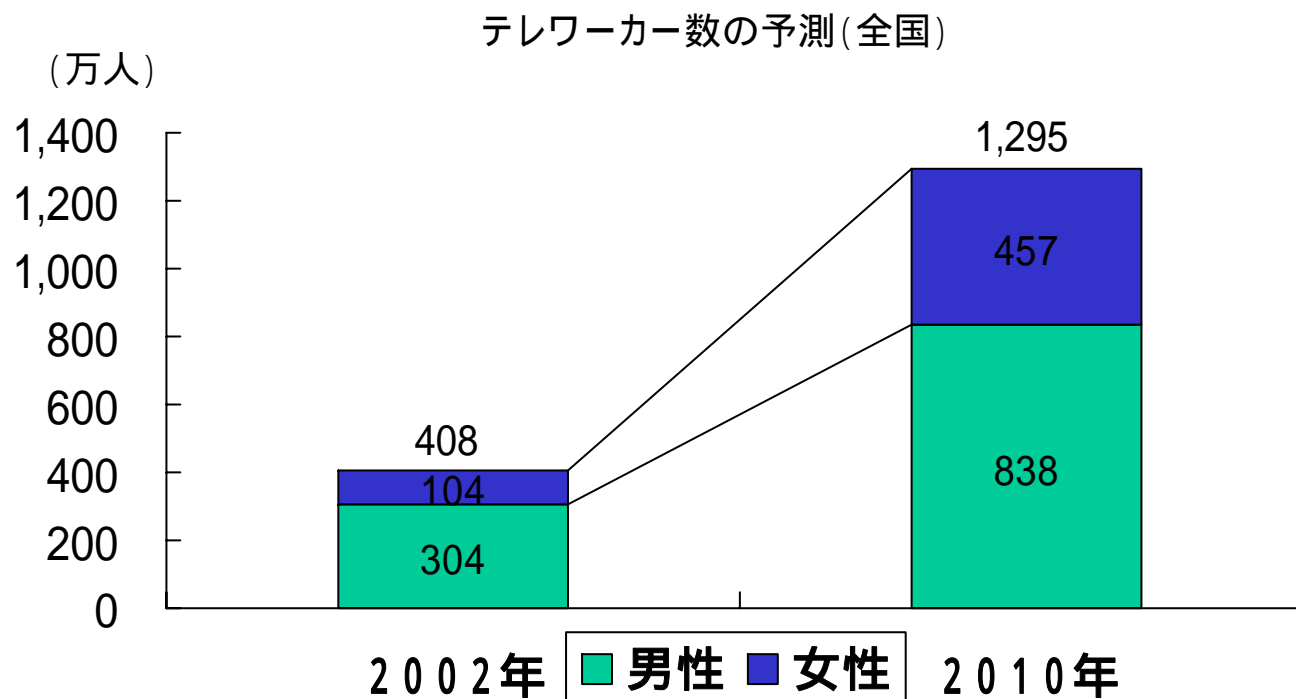
在宅就業を支援するSOHOテレワーキング登録機関35。
SOHO+仕事のキーワードで抽出されWEB情報から
仲介機関と考えられる機関96。
(社会経済生産性本部2003.3リサーチ)
SOHO等事業者の掘り起こしを狙ったインキュベーション
施設の内公的支援施設230施設以上

情報通信機器を活用して自宅等において自営的に働く在宅就業(テレワーカー、SOHO&MB)の支援エージェント:日本テレワーク協会支援

北海道SOHO・マイクロビジネス推進協議会
 福島県ベンチャー・SOHO・テレワーカー共働機構
 会津喜多方シニアきてみっせ
 いわきテレワークセンター
 ウィキャン
 シニアSOHO普及サロン・三鷹
 キャリアマム
 ちよだプラットフォームスクエア
 マイクロビジネスライフサポート
 首都圏コンピュータ技術者協同組合
 全国デジタルオープンネットワーク事業共同組合
 木更津市テレワークセンター
 いちかわライフネットワーク
 ちばSOHOエージェンシー
 志木サテライトオフィスビジネスセンター
 リプロ・ネットワークス
 Ivy SOHO(アイビーソーホー)
 静岡県中部地区SOHO推進協議会
 大阪市イメディオ 商談上手
 ITカフェ
 マイクロビジネスエージェント岡山推進協議会
 ソーホーベンチャー協会
 とさはちきんねっと
 北九州テレワークセンター
 SOHOアジア
 沖縄県マイクロビジネス協議会
 その他

テレワークの効果 ……女性の就労を支援

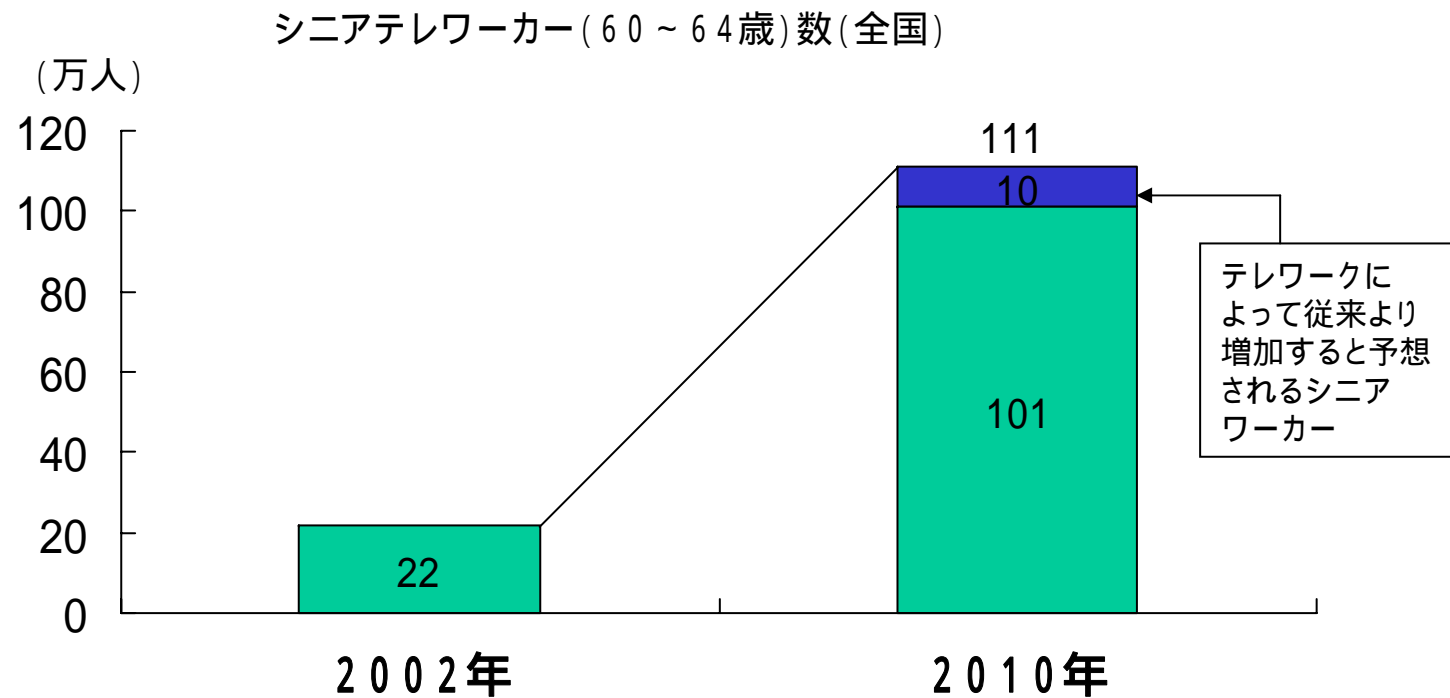
- 女性の支援プログラムは仕事支援から生活支援までよりビジュアルに
- 保育サポート(インターネット参観) ○介護サポート ○防犯サポート
 - 教育サポート
 - 独立起業サポート
 - カウンセリング(遠隔・PTP) ○ヘルスアンドウェルネス
 - ショッピング



資料出所:「テレワークによる効果の把握に関する調査」(平成16年3月 国土交通省)

テレワークの効果 ……高齢者・身障者の就労を支援

ベンチャー希望は少なく経験・知識提供型で、シニアは大いなる情報発信者である。



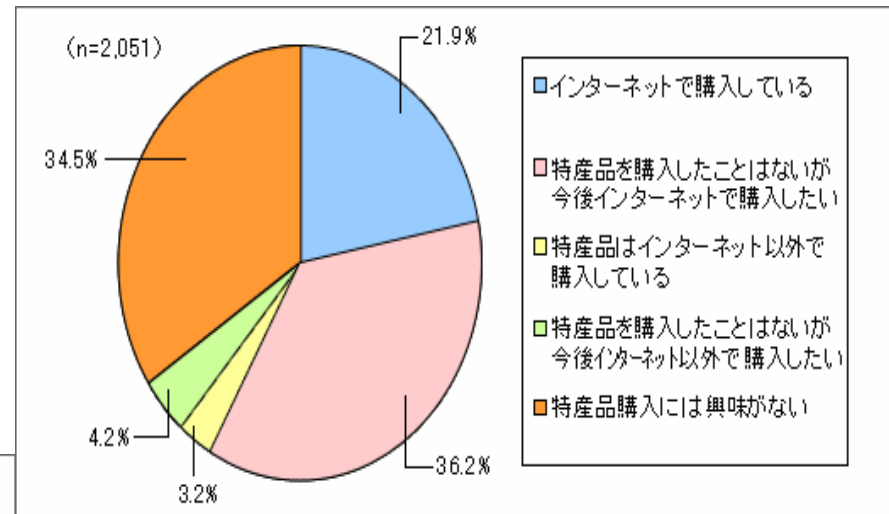
資料出所:「テレワークによる効果の把握に関する調査」(平成16年3月 国土交通省)

画像配信へのニーズ

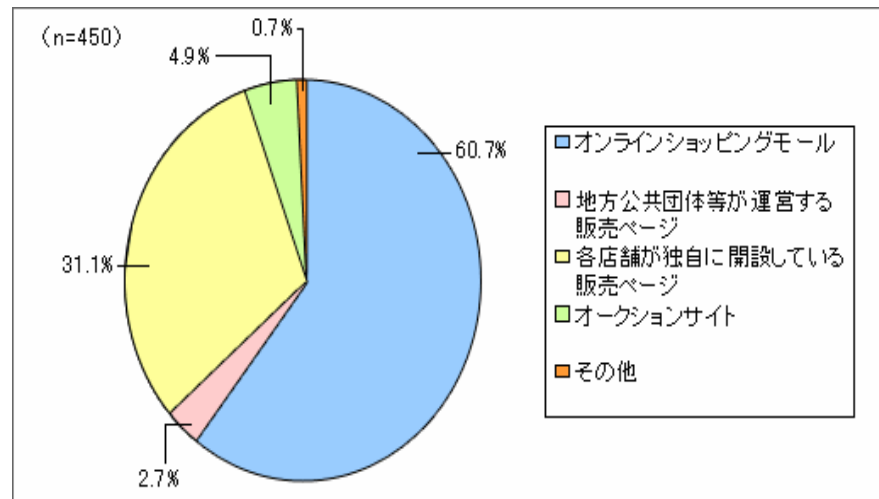
地域商品ブランドづくり

コンテンツはますます「地域密着」型へ
 利用者は地域内3割、地域外7割
 地域にチャンスゲイン(売上げ獲得の機会)
 需要を創出への知恵とインフラが必要

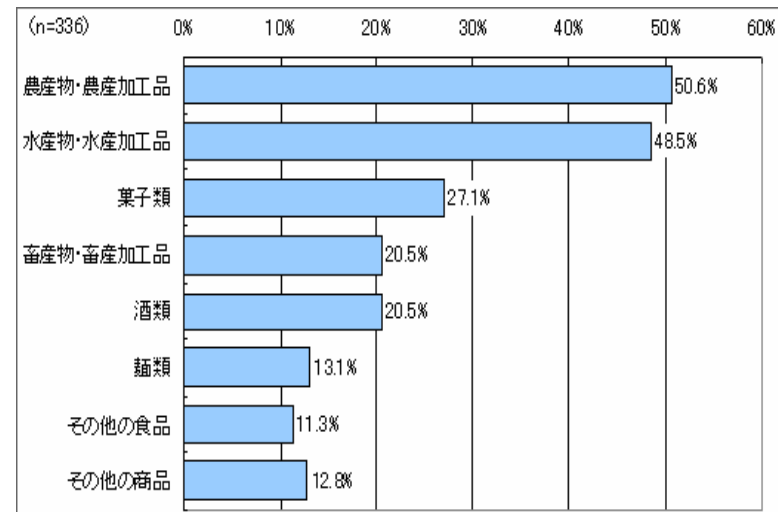
地域特産品の購入について



地域特産品の購入のために利用したサイト



購入した地域特産品

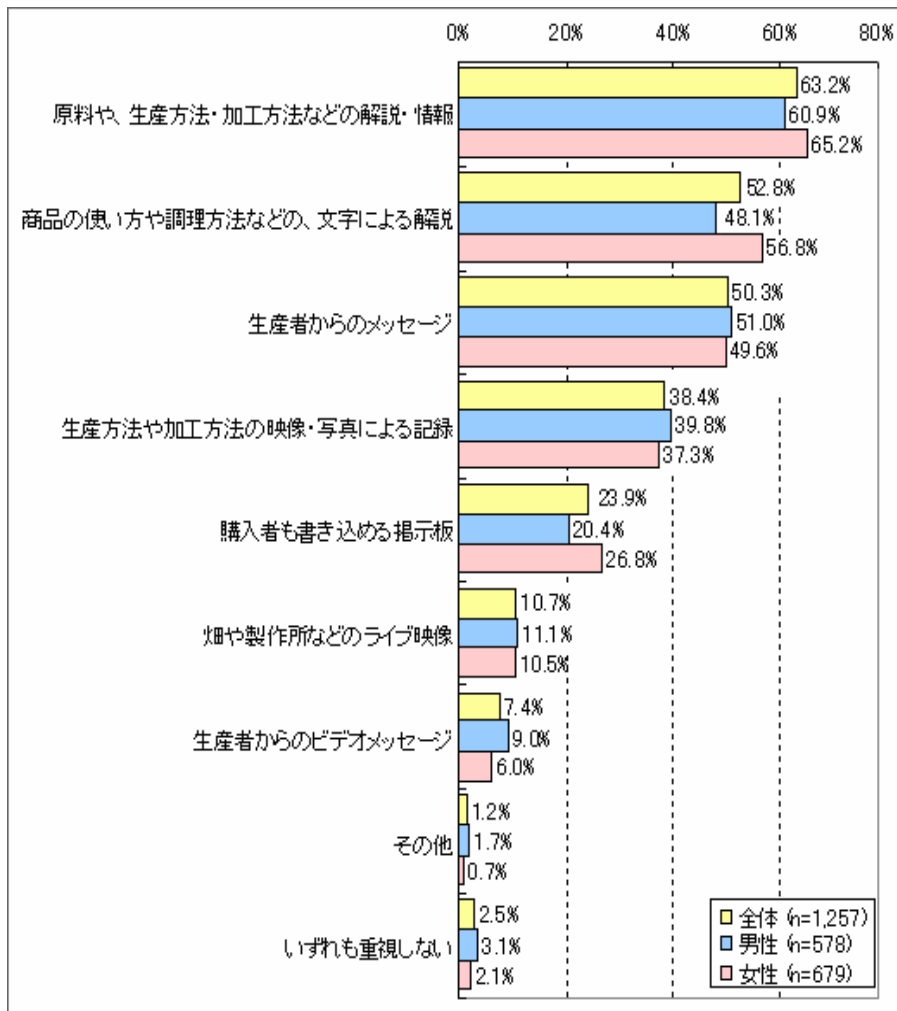


グラフは、インターネット総合ポータルサイトの「インフォシーク」、三菱総合研究所が15歳から59歳の男女を対象に実施した「第4回ブロードバンド利用者調査」ブロードバンド利用者調査結果より抜粋。

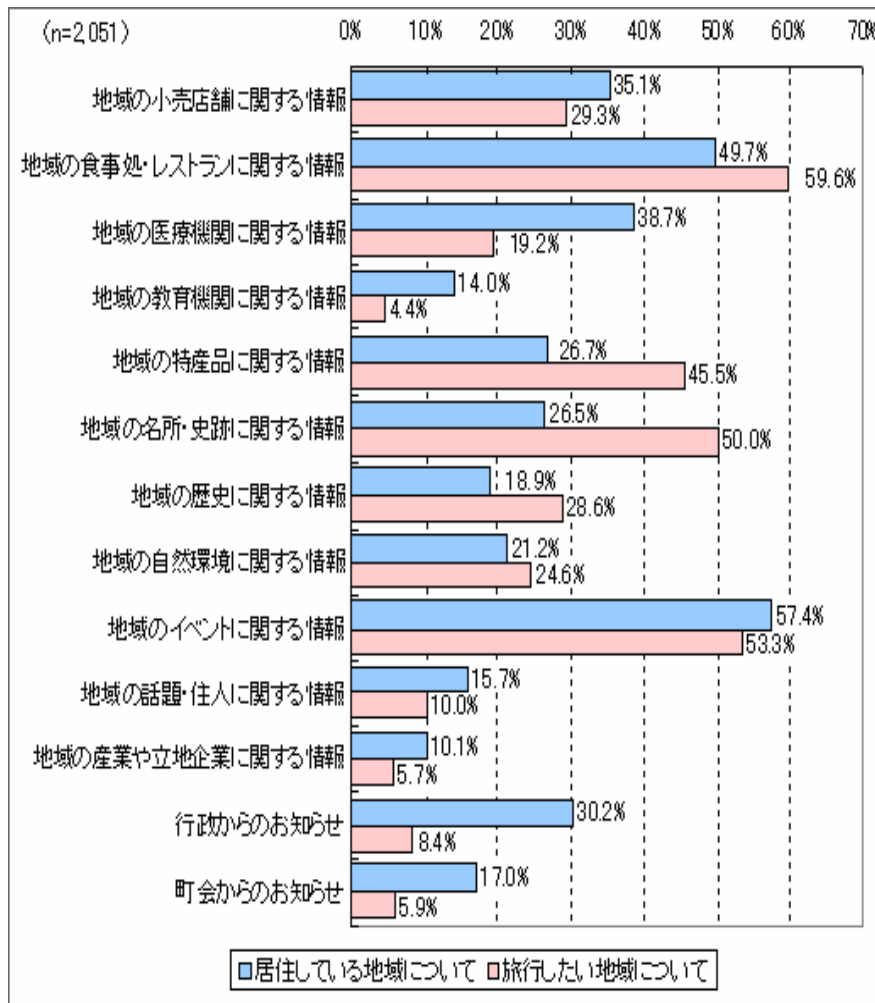
調査は、2004年7月23日から7月28日にかけてWeb上で実施され、回答者は2,051人(男性49.8%、女性50.2%)。

情報は利用者と生産者の信頼関係を高めるために作り方も高品質に
 映像情報(写真、ビデオ)やライブ映像のダウンロードも円滑に
 地域外の利用者に自らの情報をアップリンクしたい地域は増える(インターネットTV立ち上げへの関心)

提供されるべき情報



インターネット地域放送局で利用したい情報



グラフは、インターネット総合ポータルサイトの「インフォシーク」、三菱総合研究所が15歳から59歳の男女を対象に実施した「第4回ブロードバンド利用者調査」ブロードバンド利用者調査結果より抜粋。

調査は、2004年7月23日から7月28日にかけてWeb上で実施され、回答者は2,051人(男性49.8%、女性50.2%)。

地域のブロードバンド利用のイメージ(観光 + 医療)

ターゲットエリアの集客交流人口の拡大、地域観光の再生を図る地域との新たな連携関係構築

