

我が国の ICT 利活用の先進事例に関する調査研究の
請負報告書

平成 22 年 3 月 24 日

総務省 情報通信国際戦略局 情報通信経済室

(委託先：みずほ情報総研株式会社)

～目 次～

1. 調査の概要	1
1.1 本調査の目的.....	1
1.2 本調査の構成について.....	1
1.3 調査フロー.....	2
2. 調査内容	3
2.1 ICT利活用の類型整理、検討.....	3
2.1.1 二軸設定によるICT活用事例の整理.....	3
2.1.2 整理軸1 個人の生活の質向上目的でのICT利活用.....	4
2.1.3 整理軸2 地域活性化でのICT利活用.....	5
2.2 世代別に特徴的なICT利活用先進事例の収集、分析.....	6
2.2.1 調査方法.....	6
2.2.2 対象者の選定方法.....	7
2.2.3 整理項目.....	7
2.2.4 各世代のICT活用事例.....	9
2.2.5 高校生デジタルネイティブへのインタビュー.....	13
2.3 地域における企業、NPO、個人等のICT利活用先進事例の収集、分析.....	16
2.3.1 調査方法.....	16
2.3.2 整理項目.....	16
2.3.3 調査対象事例.....	17
2.3.4 地域における企業、NPO、個人等のICT活用事例.....	19
2.3.5 地域資源を活用したグリーンICT.....	34
2.3.6 グリーンICTによる地域社会の絆.....	36
2.4 チャレンジド、高齢者、女性がICTにより社会参加している事例の収集、分析.....	37
2.4.1 調査方法.....	37
2.4.2 整理項目.....	37
2.4.3 調査対象事例.....	38
2.4.4 チャレンジド、高齢者、女性がICTにより社会参加している事例.....	40

1. 調査の概要

1.1 本調査の目的

我が国においては、ブロードバンドがほぼ全国的に整備されインターネットがある程度普及している中、依然、情報格差が存在している状況である。

本調査研究では、全ての人々がインターネットの恩恵を受ける社会を実現するために、世代別、地域別の先進的な ICT 利活用状況や、チャレンジドや高齢者が ICT を通じて社会参加している事例等を収集・分析した。

1.2 本調査の構成について

我が国における利活用について、世代、地域・NPO、チャレンジドといった視点から先進的である事例を、文献調査、事例の実施主体へのインタビュー、有識者ヒアリング、グループインタビュー調査等の手法により情報収集・分析をおこなった。

本調査は4つの作業項目から構成される。

はじめに(1) ICT 利活用の類型整理、検討にて、各調査のとりまとめフレームを整理し、調査対象候補を絞り込んだ。その後、(1)の考え方に基づき、(2) 世代別に特徴的な ICT 利活用先進事例の収集、分析、(3) 地域における企業、NPO、個人等の ICT 利活用先進事例の収集、分析、(4) チャレンジド、高齢者、女性が ICT により社会参加している事例の収集、分析を行った。

表 1-1 本調査の構成

作業項目	概要
(1) ICT 利活用の類型整理、検討	我が国の利活用の実態、特徴について、世代、地域・NPO、チャレンジドや高齢者等の属性別に情報収集、分析した上、体系的に整理、仮説を構築した。また、調査を実施するに当たってのポイントとなる考え方を検討した。
(2) 世代別に特徴的な ICT 利活用先進事例の収集、分析	デジタルネイティブ、デジママ、76世代、アクティブシニアと呼ばれる特徴的な世代の各種ライフイベント（クラブ活動、就活、婚活、育児と家事の両立、起業、ボランティア、コミュニティビジネス、ソーシャルビジネス、同窓会など）における ICT 利活用先進事例を収集・分析した。
(3) 地域における企業、NPO、個人等の ICT 利活用先進事例の収集、分析	企業、NPO、農業・漁業法人、個人等が、地域の強みを活かしながら ICT を利活用することにより自立的な発展やグローバル展開等に取り組んでいる先進事例を収集、分析した。

作業項目	概要
	なお、上記には松江市の Ruby による産業振興の事例及び ICT を利活用した環境負荷軽減の取組を地域活性化に結びつけている事例を対象とした。
(4) チャレンジド、高齢者、女性が ICT により社会参加している事例の収集、分析	ICT を活用することによりチャレンジドの積極的な雇用を実現している企業や、テレワークによる高齢者や女性の就労率の高い企業等の取組・事例を収集、分析した。さらに、このような取組や、ICT 活用による社会参加を支援する NPO 法人等の役割等についても把握を行った。

1.3 調査フロー

以下に本調査の流れを示した。本調査では、事前に「仮説類型整理」の後、「事例／分析」作業を行った。

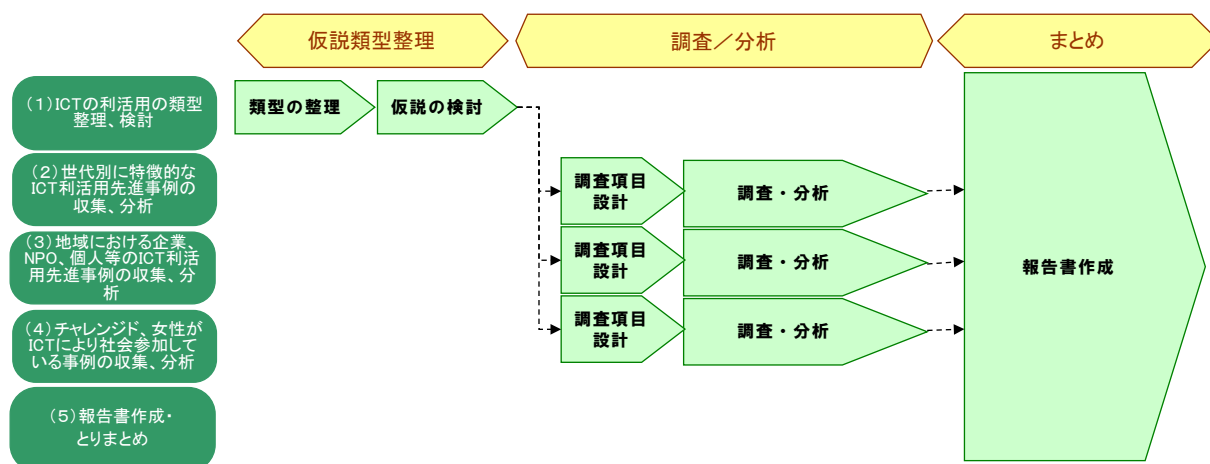


図 1-1 調査フロー

2. 調査内容

2.1 ICT利活用の類型整理、検討

ここでは我が国の ICT 利活用の実態、特徴について、世代、地域・NPO、チャレンジドや高齢者等の属性別に情報収集、分析した上、体系的に整理、仮説を構築した。また、調査の実施に当たってポイントになる考え方を検討した。

2.1.1 二軸設定によるICT活用事例の整理

ICT の先進事例を調査するにあたり、はじめに最も大きな分類方法として、我が国（特に地方都市部）での国民の ICT の利用のされ方から検討し、「個人の生活の質（QOL）向上」と「地域活性化」の2軸を設定することとした。

表 2-1 ICT 利活用整理軸の例

整理軸		内容	作業項目との対応
I C T の 活 用 分 野	①個人の生活の質(QOL)向上	<ul style="list-style-type: none">ICT が情報の伝達・入手や、個人間のコミュニケーションの円滑化を図り、豊かな生活を送るために利用される。特に個人の場合、自身の置かれた環境（世代もしくは、ライフステージ）によって ICT 活用に違いが生じる。	(2) 世代別に特徴的な ICT 利活用先進事例の収集、分析
	②地域活性化	<ul style="list-style-type: none">ICT を地域活性化に活用している。行政等が ICT をキーとして産業振興を図るケースも出てきている。	(3) 地域における企業、NPO、個人等の ICT 利活用先進事例の収集、分析 (4) チャレンジド、高齢者、女性が ICT により社会参画している事例の収集、分析

2.1.2 整理軸1 個人の生活の質向上目的でのICT利活用

個人分野の調査検討をすすめるにあたり、性別・年齢別が主要要因となって、情報通信機器（もしくはサービス）に特徴的な選択や活用方法が生み出されているとの仮定を行った。

最近では、性別・年齢別からデジタルネイティブ、デジママ、76（ななろく）世代、アクティブシニアなどのような新たなICT利活用のグルーピングもなされている。

さらに、世代別に典型的なライフイベント例と新たなICTの利活用例の仮説を設定した。デジタルネイティブ、デジママ、76世代、アクティブシニアについては明確な定義はなされていないが、事前にWeb、文献等の公知情報などから整理検討をおこない、対象層別に情報通信機器の利活用の仮説を立てた。

以降、これらの対象別に文献調査、インタビュー、グループインタビュー等によって検証をおこなった。

表 2-2 世代別 ICT 利活用の特徴

世代	ライフイベント(例)	新たなICT利活用(例)	新たなICT利用者層
園児・小学生	趣味 学生生活	<ul style="list-style-type: none"> ゲーム間通信（たまごっち、ニンテンドーDS等） オンラインゲーム（Wii、ニンテンドーDS、PSP） Web学習等 	デジタルネイティブ
中学・高校・大学生	学生生活 趣味	<ul style="list-style-type: none"> 携帯メール・ゲーム 携帯ブログ（プロフ） Web学習等 	
	就職活動	<ul style="list-style-type: none"> PCや携帯電話による就職サイトの登録 就職情報交換等 	
主婦	家庭・育児 コミュニティ参画（社会問題解決、まちづくり等）	<ul style="list-style-type: none"> （SNS、掲示板、ブログ、ミニブログ）＋オフライン交流 EC、テレワーク等 	デジママ
勤労者層	起業	<ul style="list-style-type: none"> ネット起業 ケータイブログ、ミニブログ等 	76世代 (or 第3世代)
	仕事／同窓会 コミュニティ参画	<ul style="list-style-type: none"> SNS、掲示板、ブログ、ミニブログ等 	—
高齢者	仕事／同窓会 コミュニティ参画	<ul style="list-style-type: none"> SNS、掲示板、ブログ、ミニブログ等 	—
	いきがい／ボランティア 趣味／同窓会	<ul style="list-style-type: none"> テレワーク オフライン交流＋メーリングリストの補完利用等 	アクティブシニア
	いきがい 医療・健康	<ul style="list-style-type: none"> 電話、携帯電話、FAXなどのPC以外の情報機器でのアクセス 遠隔医療、見守り等 	—

表 2-3 新たな ICT 利用者層の仮説

利用者層名 ※カッコ内は年代	特徴
デジタルネイティブ： (10 代後半～20 代)	生まれた時からインターネットやパソコンのある生活環境の中で育ってきた世代。 物心ついた頃から携帯電話やホームページ、インターネットによる検索サービスに触れてきた世代を「デジタルネイティブ第 1 世代」、ブログ、SNS、動画共有サイトのようなソーシャルメディアやクラウドコンピューティングを使いこなし青年期を過ごした世代を「デジタルネイティブ第 2 世代」と分類する見解もある。
デジママ： (20 代～30 代)	出産などを契機とし、子育てにインターネットを活用する母親たちのこと。育児の悩みや相談は SNS やブログへ書き込み、オムツやミルクの購入にもネット通販などのインターネットを活用する。
76 世代： (30 代前半)	1976 年前後に生まれた世代。 大学に入学した頃に Windows95 が発売され、パソコンやインターネットとビジネスを自然と結びつけて考えている傾向がある。起業家指向の強い人が多く、「インターネットで起業することは、儲かるか否かということではなく、自分にとってその起業が面白いかどうか」という考えを持ち、インターネットでしかできない独自の展開を目指す人が多い。
アクティブシニア： (50 代後半～60 代以上)	いわゆる団塊の世代が中心となる 50～60 代の元気で自分の価値観を大切にする生活者層。アクティブシニアは自分のライフスタイルにこだわりをもち、自分の価値観に合うものであれば高価な商品を購入したり、積極的な行動をとる。

2.1.3 整理軸 2 地域活性化での ICT 利活用

地域の活性化を目的とした ICT の活用例は相当数考えられる。はじめに Web 文献等の公知情報から、ICT の活用例から類型化をおこなった。

これらの利活用例の中から近年注目が増えている ICT の活用される「用途」に注目し、取り組み事例を抽出した。

表 2-4 地域活性化目的での ICT 活用例

用途	特徴的な ICT 利活用 (例)
産業振興	<ul style="list-style-type: none"> ICT 関連ソフトウェア産業の集積 コンテンツ産業 (Web、アニメ、ゲーム等) の集積

用途	特徴的な ICT 利活用（例）
	<ul style="list-style-type: none"> ICT 人材育成、産学連携研究 <p style="text-align: right;">等</p>
農・水・畜産分野	<ul style="list-style-type: none"> 農産品・畜産・魚類等の生育状況モニタリング 生育環境のコントロール POS、生産者受発注、トレーサビリティ EC <p style="text-align: right;">等</p>
観光分野	<ul style="list-style-type: none"> 地域情報発信（Web、掲示板、SNS、ブログ、Twitter、配信等） ナビゲーション（音声、地図情報）、音声案内（タグ、FM・AM波） 自動音声翻訳 <p style="text-align: right;">等</p>
公共交通	<ul style="list-style-type: none"> オンデマンドバス、乗合タクシー予約 運行情報の配信、ITS <p style="text-align: right;">等</p>
環境	<ul style="list-style-type: none"> 環境モニタリング エネルギー消費低減、エネルギーマネジメント テレワーク <p style="text-align: right;">等</p>
ワークライフバランス・社会 参画	<ul style="list-style-type: none"> テレワーク <p style="text-align: right;">等</p>
パンデミック・災害対応	
デジタルデバイド解消	<ul style="list-style-type: none"> 情報通信基盤整備（ブロードバンド網整備、無線ルータ設置） ICT リテラシー教育、活用講習 <p style="text-align: right;">等</p>
地域内外情報発信・共有・交 流	<ul style="list-style-type: none"> Web サイト、地域 SNS コミュニティ放送（CATV・コミュニティ FM） ミニ FM、インターネット放送（音声・動画）、アーカイブ <p style="text-align: right;">等</p>
人材不足解消	<ul style="list-style-type: none"> 人材データベース整備、マッチング <p style="text-align: right;">等</p>

2.2 世代別に特徴的な ICT 利活用先進事例の収集、分析

デジタルネイティブ、デジマム、76 世代、アクティブシニアと呼ばれる特徴的な世代の各種ライフイベント（クラブ活動、就活、婚活、育児と家事の両立、起業、ボランティア、コミュニティビジネス、ソーシャルビジネス、同窓会など）における ICT 利活用先進事例を収集・分析した。

2.2.1 調査方法

「各層に属する個人」に対してインタビューを行い、利用実態等を把握した。

インタビューに当たっては、調査項目を対象者ごとに事前送付し確認をしてもらい、参考情報がある場合用意してもらい、限られた時間内で効果的なインタビューとなるよう工夫を行った。

インタビューは、発言内容を元にさらに深めていき、背景・理由を探り出していく「デプスイ

ンタビュー方式」を採用した。

2.2.2 対象者の選定方法

各層ごとにアプローチしやすい方法を採用した。

①デジタルネイティブ／②デジママ／④アクティブシニア

①デジタルネイティブ、②デジママ、④アクティブシニアの中から、より先端的な活用を行っている対象者を絞り込むために、インターネット調査モニターに対して、スクリーニング（プレ調査）を実施し、対象者を選定した。

③76世代

③76世代は起業が主たる特徴の一つとなるため、初めにWeb、文献情報（企業のプレスリリース等）から企業を複数抽出し、その後、直接企業のWebサイトにて経営者情報を確認し、条件に合致する対象者を選定し、インタビュー依頼を行った。

表 2-5 調査方法

世代	調査方法
①デジタルネイティブ	グループインタビュー(男女2名ずつ)
②デジママ	グループインタビュー(女性4名)
③76世代	個別インタビュー(男性2名、女性1名)
④アクティブシニア	グループインタビュー(男女2名ずつ)

2.2.3 整理項目

各層に属する本人にインタビューする場合を想定し質問項目を示した。

ただし、実際は調査対象ごとに、Web、文献による事前調査結果から実績情報の追記を行った上で、質問内容を随時変更した。また前述したとおり、背景・理由を探り出すため、回答内容を元に質問項目の追加・変更も行っている。

表 2-6 質問項目

- ・ 利用目的
- ・ 利用方法
 - － 利用内容
 - － 利用メディア
 - － 利用頻度
- ・ 背景・きっかけ
 - － 人生観・職業観※76世代のみ
 - － そのメディアを手にするきっかけとなった理由（課題や悩み）
 - － 以前に利用していたメディア
- ・ 効果（特に、人的チャネルの広がり）
- ・ その他

2.2.4 各世代の ICT 活用事例

各世代別に共通、かつ、特徴的なICTの利活用方法を「ペルソナマーケティング¹」を参考にまとめた。

利活用イメージ図は①デジタルネイティブ、②デジマム、③76世代、④アクティブシニア別に作成した。

イメージ図中にはそのメディアを利用するに至った、背景・理由等の情報も説明することで、各層のICTの利活用の実態を理解しやすくした。

(1) デジタルネイティブ

■ デジタルネイティブのプロフィール

小学校時代からパソコン、インターネットを使ったり、高校時代には自分専用の携帯電話を所有している。デジタル機器やそれらを用いたインターネットへの接続に若い頃から触れている世代。

物心ついた頃から携帯電話やホームページ、インターネットによる検索サービスに触れてきた世代を「デジタルネイティブ第1世代」、ブログ、SNS、動画共有サイトのようなソーシャルメディアやクラウドコンピューティングを使いこなし青年期を過ごした世代を「デジタルネイティブ第2世代」と分類する見解もある。

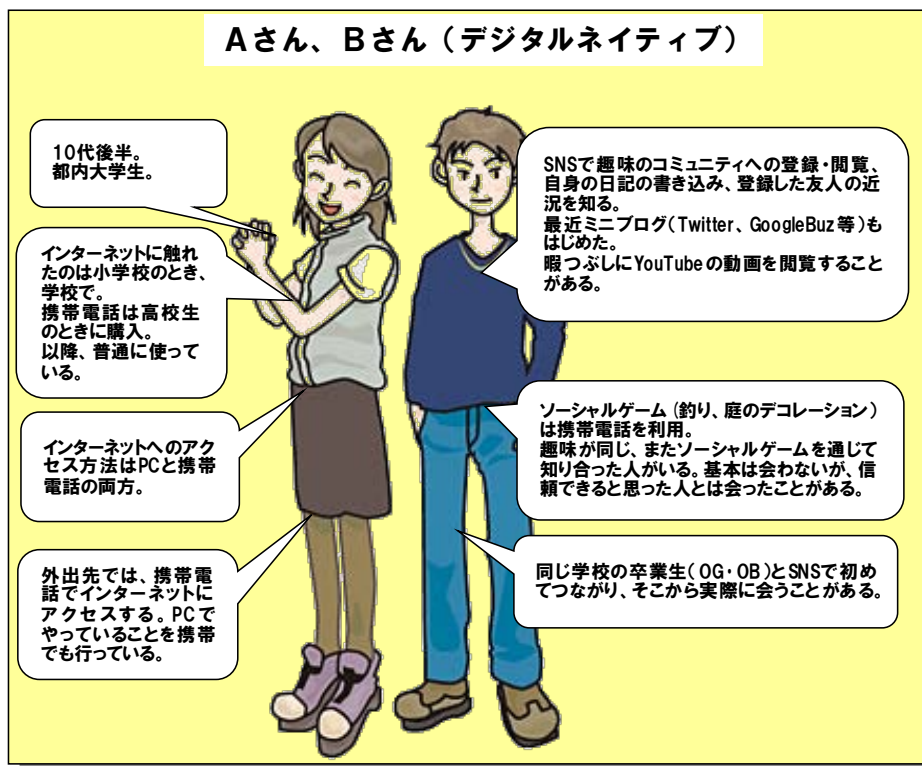


図 2-1 デジタルネイティブのプロフィールと ICT 活用方法

¹ ペルソナマーケティングとは、対象者のプロフィールを具体的に想定した像を作り上げ、その対象者に向けた商品やサービスの開発をおこなうマーケティング手法のこと。

■ デジタルネイティブの ICT 活用例

インターネットへのアクセス方法はPCと携帯電話の両方。屋内ではPC、外出先では携帯電話と利用場所で端末を使い分けているが、利用内容によって端末を使い分ける傾向は他世代に比べると低い。

ソーシャルゲームの利用は携帯電話を用いている。

知人・友人とのコミュニケーション手段としても SNS 等を利用するのが当然であり、小・中・高の学生時代の友人などオフラインで構築した人間関係をネット上でも情報交換し維持している。例えば、同窓会の募集なども SNS にコミュニティを設置し、そこで連絡がとれる状況にある。また、趣味などオンライン上で知り合った人たちとも実際に会うことに対して、他の年代に比べ抵抗感が低いのが特徴である。

ユニークな ICT を活用したコミュニケーション方法をとっているのもこの層の特徴と思える。例えば、遠く離れた友人とお互いの PC のカメラをつなぎっぱなしにして必要なときだけ会話をする、また、友人の SNS の日記への書き込みで予定を知り、自分も一緒に遊ぶための連絡を入れる等の使われ方もされていた。

(2) デジママ

■ デジママのプロフィール

未就学の第 1 子のいる主婦層。いわゆる核家族世帯で双方の両親とは別所帯で暮らしている。新居購入等による引越しにより、子育て関連の情報や上記に関連した地域情報が不足しがちである。

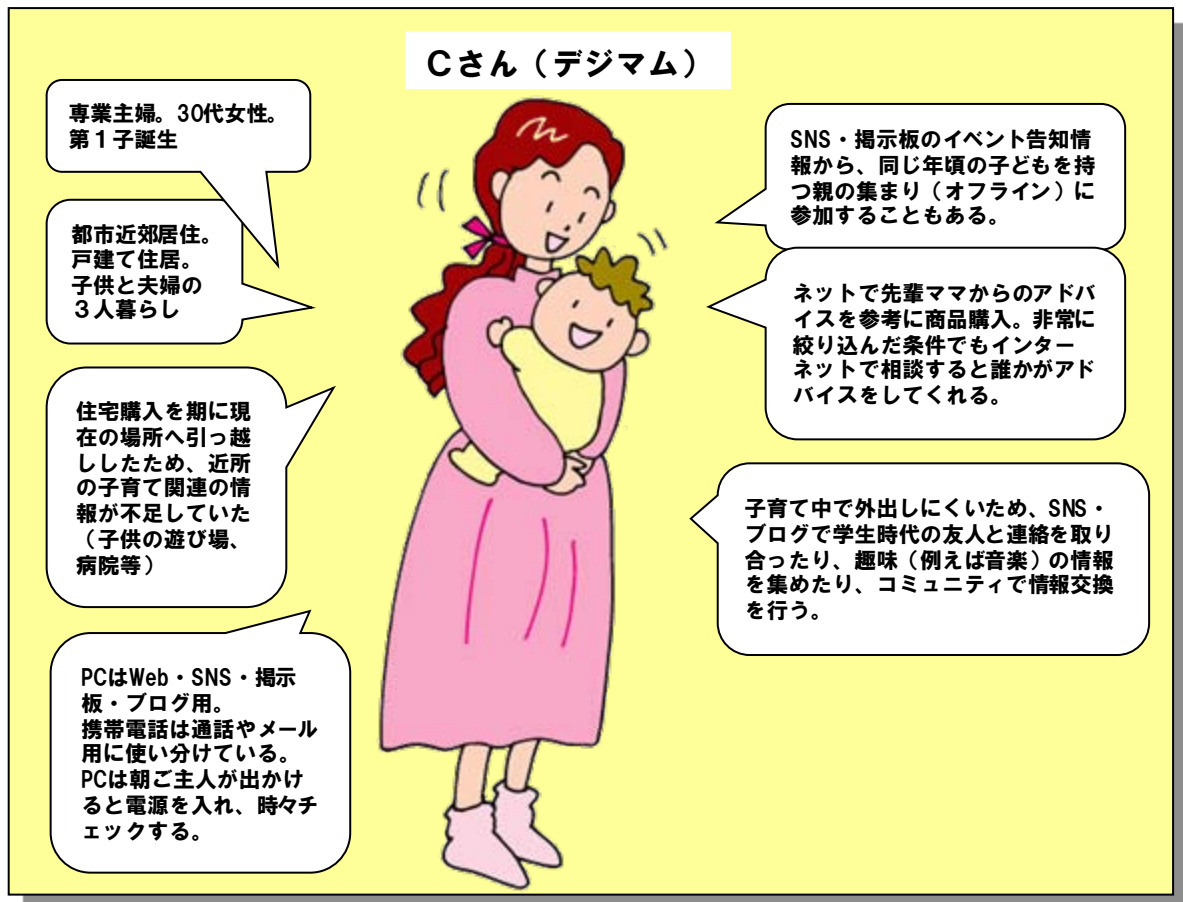


図 2-2 デジママのプロフィールと ICT 活用方法

■ デジマムの ICT 活用例

家庭で過ごす時間が比較的に長くなるため情報収集は携帯電話などと比べると画面が大きく高性能のパソコンでのインターネット利用割合が高い。

特定の知人とのメール、通話などのコミュニケーション系の用途では携帯電話を用いている。

家にいる間はPCの電源は常に入れておき、育児が落ち着いた時間を利用してチェックしている。

SNS・掲示板・ブログを活用して子育て関連の情報の収集や相談をおこなっている。

子どものアレルギーや病気などの悩みなど、インターネット上の知人が聞いてくれて精神的に救われたことがある人もいる。ネット上の友人・知人は、直接は面識がなく重い内容でも素直に相談出来る点に存在意義を感じている。悩みの種類によってオンラインとオフラインとを使い分けている。

また、育児以外の目的での外出時間が確保しにくいいため、趣味仲間や友人との連絡をとる手段としてSNS・ブログを利用している。

(3) 76世代

■ 76世代のプロフィール

1976年前後に生まれた、日常生活でICTを使いこなす世代である。インターネットとの出会いは高校卒業頃、もしくは大学入学頃。

同時に就職氷河期を体験した世代でもある。

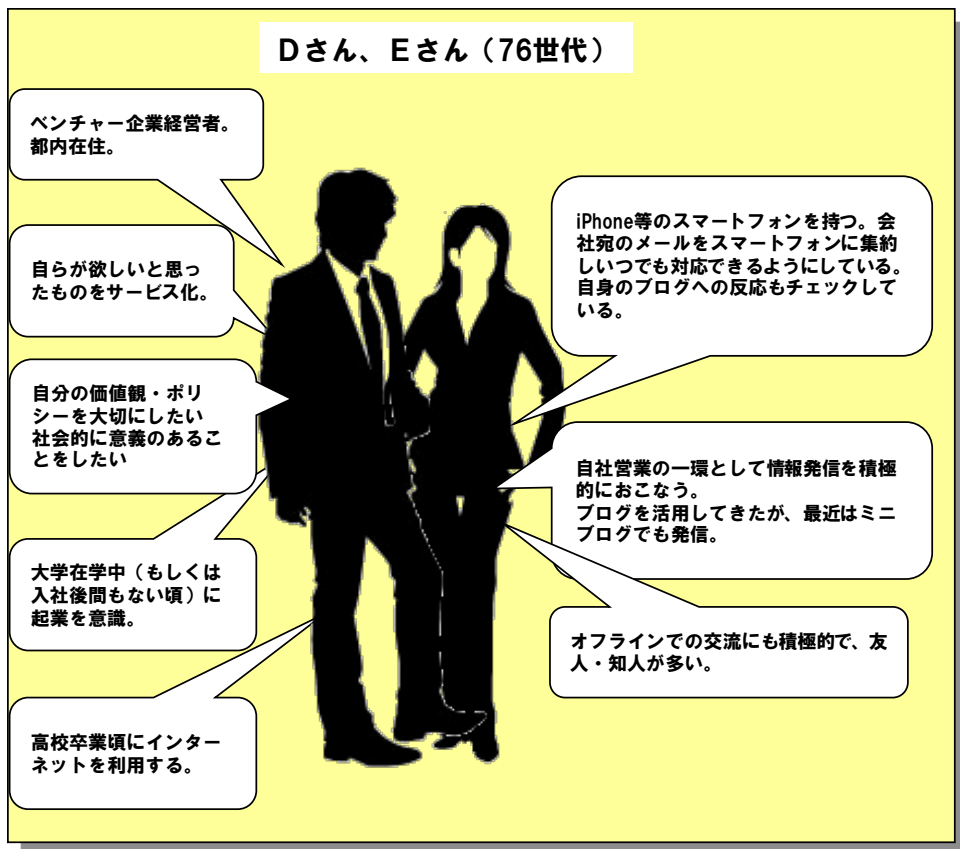


図 2-3 76世代のプロフィールと ICT 活用方法

■ 76世代のICT活用例

パソコンやインターネットに初めて触れた当時の体験を踏まえ、インターネットがあり・なしでの利便性の差を直感的に捉え、利用者目線でのサービス・商品開発を行いやすくなっていると考えられる。

自身のやりたいことを実現するための方法として企業への就職ではなく、起業を選択している。自身の考えを発信し世の中に伝えることにも積極的で、かつ重視している。ツールとしてブログ、ミニブログなどを利用している。

(4) アクティブシニア

■ アクティブシニアのプロフィール

子ども達も自立した夫婦二人暮らし。

シニア世代のうち、新しいものに興味・関心を持ち自身の生活に取り込んでいる層。

オンライン上だけではなくリアル(オフライン上)での活動も積極的に行っている。

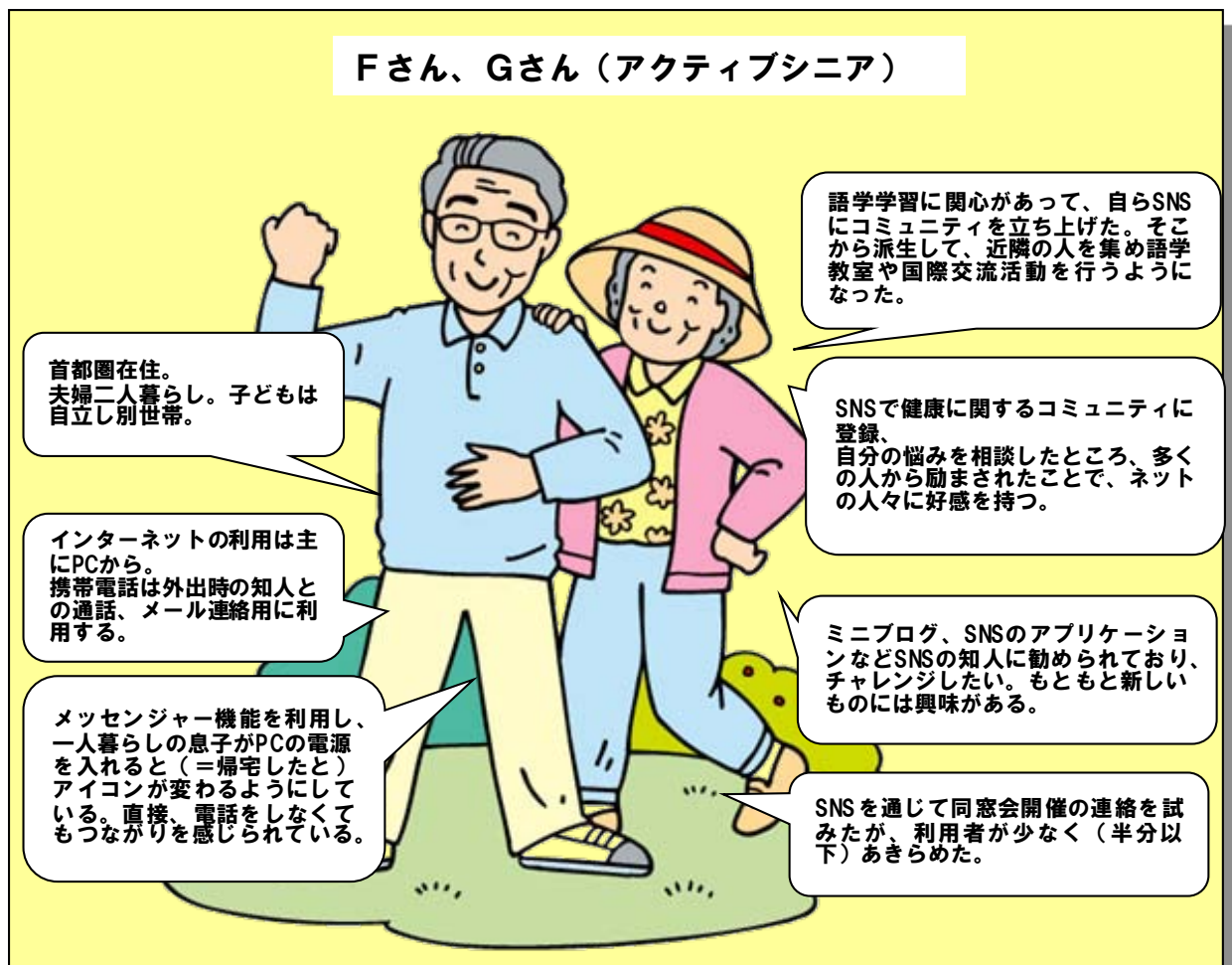


図 2-4 アクティブシニアのプロフィールと ICT 活用方法

■ アクティブシニアの ICT 活用例

主にパソコンベースでの情報収集や交流を行っている。

ICT を上手に利用することで、ネット上で趣味仲間や知人・友人を増やしたり、さらにネット上での活動をきっかけにリアルの場にも活動を広げている。

インターネットを活用したことで利便性を享受したと感じているが、同世代での利用者は少なく、連絡などは、手紙、電話、Faxなどを組み合わせている。

ユニークな利用方法として、メッセージソフトの利用通知機能を利用し、遠方で一人暮らしをする息子がPCの電源を入れると(=帰宅した)アイコンが変化するようにして設定している。息子の生活に配慮して、直接電話をしなくてもつながりを感じられている。

2.2.5 高校生デジタルネイティブへのインタビュー

デジタルネイティブについて、さらに若い世代のICT活用実態を調査した。ここでは、Twitterを利用してフォロワーを増やすことで、交流の輪を広げている高校生(うめけん)に対してインタビューを実施した。なお、文中の数値はインタビュー実施時点(2010年3月)の情報である点を留意いただきたい。

Twitterで積極的に情報発信・交流する福岡在住の高校生。自身をメディアに売り込み、取材されたことで全国からの注目をより集めた。

Twitterは@umeken名で発信。現在は高校1年生。将来は地元での起業を目指す。開設により、地元の経営者(100名)とのチャンネル構築に成功。現在6,600名のフォロワー数を誇る。

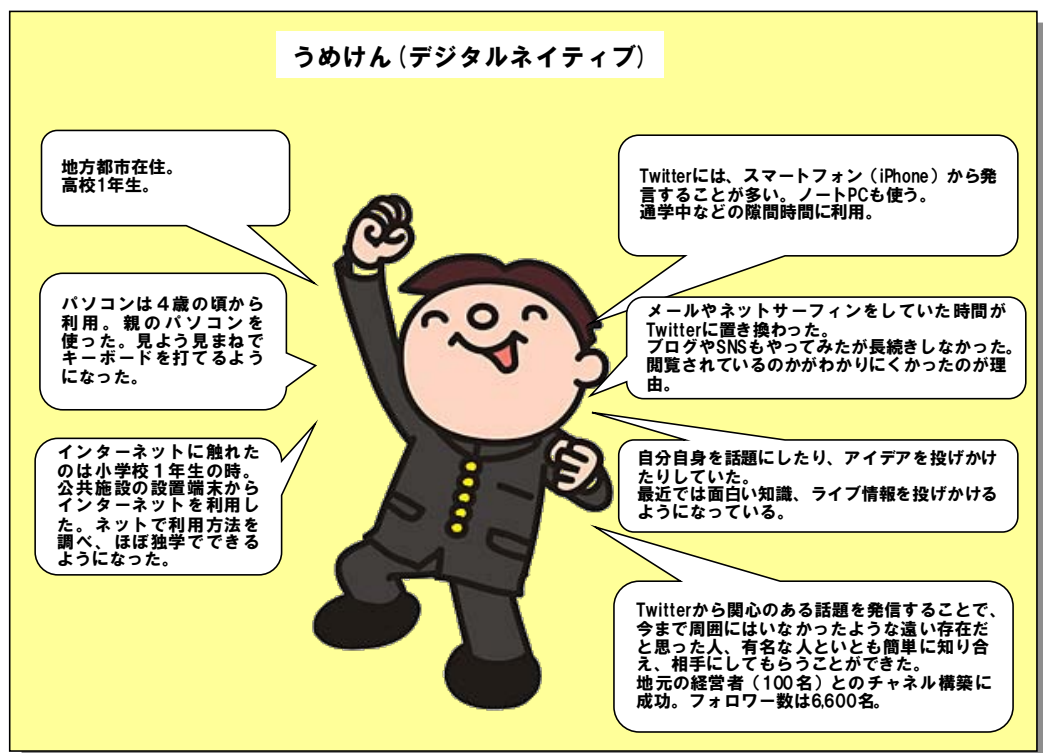


図 2-5 うめけんのミニブログ Twitter の活用方法

■ Twitter の利用用途

①自分を発信

- ・ 普段自分の考えていることを、誰かに伝えたい。情報を出すと誰かが突っ込んで(答えて)くれる。結果的に自分の元の考えから発展し深まることができている。

②情報の収集

- ・ 最近は調べ物をする時に Twitter を使っている。検索するよりも Twitter でつぶやく方が欲しい情報を早く得られる。例えば、土地の美味しいものを地元の人が教えてくれたり、即時性ある情報が提供される。自分では探せない記事やサイトを紹介してもらいことがある。検索の場合、いくつかヒットした情報を読んで判断する必要がある。
- ・ 最近では Q&A サイト(Yahoo!質問箱など)は、利用しなくてもよいと思うようになった。Q&A サイトは一発勝負、よく考えてから質問しなければいけない。一方、Twitter は相手と何度かやり取りしながら、質問をわかりやすくしていける。結果、欲しい情報が自分に利用しやすい形で得られている。
- ・ これはある程度の数のフォロワーがいなければ成立しない。経験的にはフォロワーが 100~200 人規模では、都度有用な情報を投げ返してもらうことは難しい。

■ Twitter の利用状況

①利用手段

- ・ ノート PC も使うが、iPhone から発言することが多い。
- ・ 通学中などの隙間時間を使って発信している。これまでメールやネットサーフィンをしていた時間が Twitter に置き換わった。

②継続できている理由

- ・ Twitter を利用する前、ブログや SNS をやってみたが長続きしなかった。閲覧されているのかがわかりにくかったのが理由。
- ・ Twitter は反応がわかりやすく、また楽に投稿できる点もよい。ブログの場合、文章の構成を何度も考えてから投稿するが、Twitter にはそうならないでよい「ゆるさ」がある。

③発信内容

- ・ もともとは自分の事を多くの人に知ってもらうため、自分自身を話題にしたり、アイデアを投げかけたりしていた。最近では面白い知識、ライブ情報を投げかけるようになっている。
- ・ また、同世代が何を考えているのかを発信することが、今の自分の出来ることと思い、それも発言するようになった。

④フォロワー数の推移

- ・ 最初は 200 くらいだったが、孫 正義氏にフォローされた時には 1,000 人単位でフォロワーが増えた。

トータルで 3,000 くらいまでになった。その後、週刊ダイヤモンドに自分から取材希望を出した。雑誌で自分が紹介されると一気にフォロワーが 6,000 名となった。

⑤つながることができた人

- ・ 自分が Twitter から関心のある話題を発信することで、今まで周りにはいなかったような遠い存在だと思った人、有名な人といとも簡単に知り合え、相手にしてもらうことができた。

■ ICT 利用開始時期

- ・ はじめてパソコンを触ったのは4歳の頃。親のパソコンを使った。キーボードをたたくと画面に文字が表示されるのに興味をもった。見よう見まねでキーボードができるようになった。
- ・ インターネットに触れたのは小学校1年生の時。公共施設にインターネットが整備されていたので、よく利用した。利用方法をネットで調べ、ほぼ独学でできるようになった。

2.3 地域における企業、NPO、個人等のICT利活用先進事例の収集、分析

2.3.1 調査方法

企業、NPO、個人等が、地域の強みを活かしながら ICT を利活用することにより自立的な発展やグローバル展開等に取り組んでいる先進事例を収集、分析した。

なお、本分析においては、以下の条件を満たすような取り組み事例を抽出するよう意識した。

表 2-7 事例抽出に当たっての視点

- ・ 持続的・継続的に取り組みを行っている。
- ・ 自らの強みを活かした取り組みを行っている(例：ナンバーワンでなくオンリーワン)
- ・ 多様な主体による取り組みをおこなっている(例：産学官での連携、外部人材の登用等)
- ・ 自らの体験を踏まえ、他への横展開を行っている。
- ・ 公知事例であってもこれまでに分析されていないような独自の観点から示唆を得られる場合は対象とする。

2.3.2 整理項目

基本的には取り組みの中心となっている団体・個人から情報を収集するが、必要に応じて関連する団体・個人からも情報収集をおこなった。

以下に全体に共通した質問項目を示した。

本作業においても実際は調査対象ごとに、Web、文献による事前調査結果から実績情報の追記を行った上で、質問内容を随時変更した。

表 2-8 質問項目

- ・ 基本情報
(概要、メンバー数、資本金、設立時期)
- ・ 背景・きっかけ
- ・ 取り組み内容
- ・ 参画主体(主体名と役割)
- ・ ICT (種類と用途)
- ・ 初期課題とブレークスルー
- ・ 現状の課題
- ・ 取り組みの効果
- ・ 今後の取り組み

2.3.3 調査対象事例

事前調査の結果、地域における企業、NPO、個人等の ICT 利活用先進事例として以下を調査対象とした。

以下の対象事列表中の主体に対してインタビューを実施し、多方面からの意見収集を行なった。

表 2-9 調査対象事例

キーワード	主体名/ [所在地]	取り組み内容
企業/個人/行政 地域産業振興 (Ruby)	NaCl 社 [島根県松江市]	<p>Ruby の発明者（まつもとゆきひろ氏）。</p> <p>静岡県浜松出身。前職の名古屋研究所閉鎖を機に島根県へ移転。ネット上の知人を通じて同社を紹介される。</p> <p>地元での Ruby 普及の開発・普及を担う合資会社 Ruby アソシエーションの理事。国内最大手の EC サイトの楽天の技術研究所フェロー。</p> <p>まつもと氏を同社に採用し、10 年間 Ruby 開発を支援してきた、同社経営者（Y 氏）。</p> <p>同氏は設立前から島根県内の地域情報化プロジェクト、ICT による支援をおこなうボランティア活動の取り組みに携わる。</p> <p>同社は日本医師会の診療報酬請求ソフトウェア「日医標準レセプトソフト（ORCA）」の開発・運営に携わっている。OSS として公開されている。自治体向け OSS である島根県 CMS も同社が開発。</p>
	松江市 [島根県松江市]	<p>Ruby による産業振興を目指し、人材育成、助成等の振興策を展開している。松江駅前に松江オープンソースラボを開設。</p> <p>人材交流の拠点となっている。</p>
企業/行政/大学 地域産業振興(アニメーション産業)	杉並区 [東京都杉並区]	<p>東京都杉並区では、区内のアニメーション産業の集積（626 社中 75 社）を活かした産業振興策を展開してきた。区は地域内の各主体と連携して、アニメーション産業の PR（アニメーションミュージアム、アニメフェスティバル、モニュメント像設置）、アニメーション産業の人材育成（アニメ匠塾）を目的とした活動を行ってきた。</p>
企業/個人 農業 女性、高齢者の社会参画	内子フレッシュパークからり [愛媛県内子町]	<p>「からりネット」は、直売所の販売管理（POS）情報を携帯電話、電話音声、ファックスなどに自動配信するシステム。生産者は POS 情報を見ながら、直売所に農産物を追加するかどうかを決められる。努力が売上げとして反映されるため、生きがいになっている。</p> <p>同町は環境保全農業も進めており 2008 年には、トレーサビリティ機能を導入し、肥料・農薬使用履歴の確認を行えるようにした。</p> <p>設立から 10 年経過し社員数は 50 人に増加。</p>

キーワード	主体名/ [所在地]	取り組み内容
	有限会社 イン プット [愛媛県松山市]	同 POS システムとトレーサビリティシステム開発を行っている。 他地域の農産物直売所（ニセコビュープラザ等）にも導入されている。
行政/個人 地域産業振興（漁 業）	海士町役場 [島根県海士町]	島根県・隠岐島にある海士町では ICT を活用した海産特産品の PR を行っている。映像コンテンツは I ターン住民の都市住民の視点か ら撮影し編集した地域特産品映像を首都圏の飲食店に設置した大型デ ィスプレイに配信している。産地のすばらしさや安心・安全を PR する ことで注文が入っている。
NPO 商店街活性化/ま ちあるき観光	天神・大名 WiFi 化協議会 NPO 高度 IT 人材アカ デミー内/ [福岡 市]	各商店に無線 LAN 機器（FON）を設置し、フリーで利用できる無線 LAN 網を構築することで、利用者の利便性向上と商店街情報を発信するこ とで活性化やまちあるき観光に結びつけようとしている。Twitter に よってリアル情報の配信にも取り組む（大名なう）。
個人 地域活性化	Yokotter（ヨコッ ター） [秋田県横田市]	まちおこしプロジェクトにツイッターを利用。 2009 年 12 月 22 日から開始。 つぶやき機能を利用して地域の今を伝え活性化につなげる。市外出身 者などからも応援の輪が広がっている。
公的団体 アクティブシニ ア、地域振興	愛知県交流居住 センター [愛知県名古屋 市]	団塊の世代等の三河山間地域への移住・滞在を活性化させるため、交 流居住希望者と都市住民を受け入れる三河山間地域とのマッチングを 実施している。Web サイト、メールリングリスト、ブログなど ICT を活 用した情報発信を積極的に行う。Twitter を活用した居住地情報のツ イートにも取り組む。フォロワー319、ツイート 83 件。 センターは民間団体と自治体等が連携・協力し、2008 年 4 月の設立。

2.3.4 地域における企業、NPO、個人等のICT活用事例

「ICTによる産業振興」「農林水産業×ICT」「観光・地域振興×ICT」の3つの観点から成功事例を整理し、ケーススタディを通して、その成功要因について分析する。

ここでは各地域の先進事例がどのような体制で成り立っているのか、「参加主体」と「その役割」、そこでの「ICT」役割を図示した「取り組みスキーム図」の形で取りまとめた。

(1) ICTによる産業振興

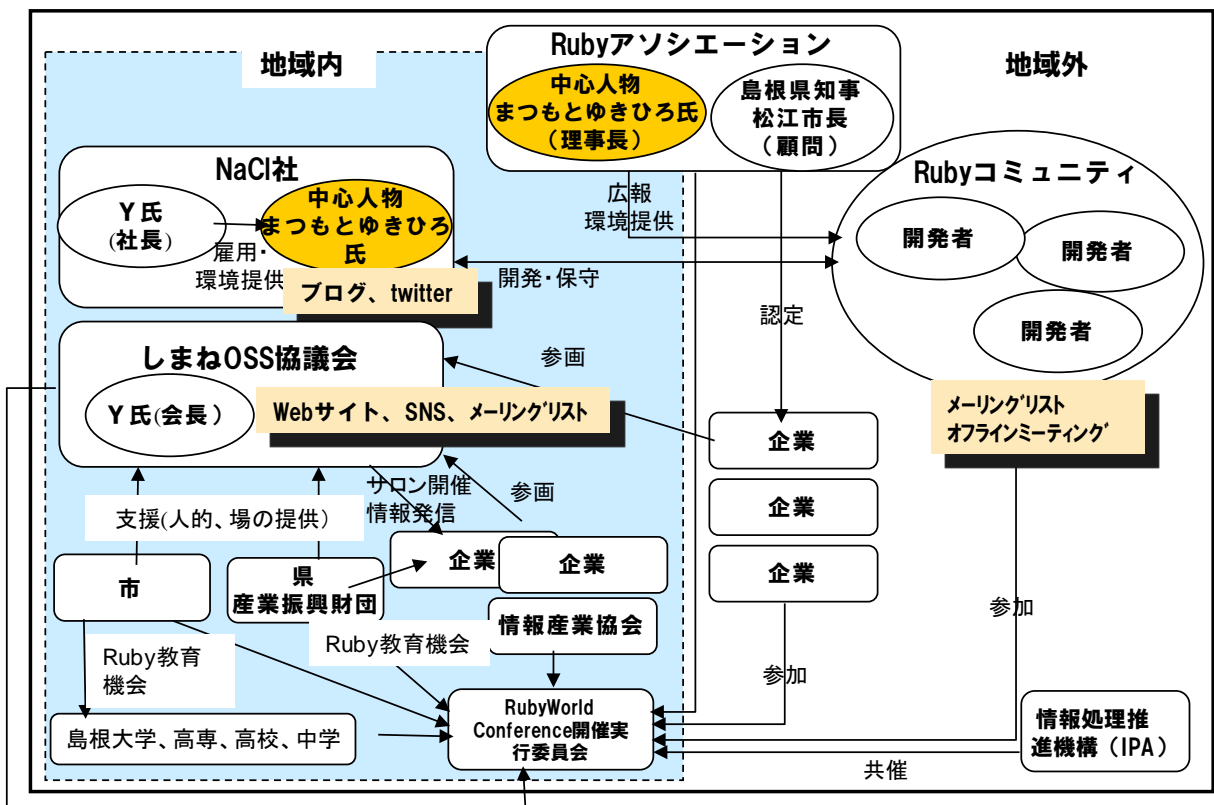
(a) 島根県松江市におけるRubyによる産業振興策の取り組み

世界的に高い評価をうけている国産プログラミング言語「Ruby」をもちいて地域産業振興に取り組んでいる地域が島根県松江市にある。同地域では地元事業者の Ruby によるビジネス機会の創造のため、企業同士の交流の場(サロン)が設置されるだけでなく、地元行政機関及び大学が自身の情報システムに Ruby を積極的に調達・導入している。また、地元行政機関の支援の下、人材育成策にも注力している点も特徴である。地元企業への Ruby 技術者教育や大学等教育機関の学生を対象とした Ruby 教育に取り組んでおり、同地域内での人材の集積を目指している。

情報発信活動にも積極的に取り組んでおり、2009年9月7日、8日の2日間に地域内の Ruby 関連に携わる各団体が一同に介し、RubyWorld Conference 開催実行委員会 によって松江市で Ruby の国際会議(RubyWorld Conference)が開催された。期間中は国内外から延べ1,100人の来場を記録した。会議開催にあわせて実行委員会のWebサイトでは島根・松江の観光、産業情報を紹介し、Rubyを通じて同地域を訪問する人々への豊かな地域資源の普及も行っていた。

同地域での取組についてみると、開発者のまつもとゆきひろ氏を中心に Ruby 開発・普及のため、活動目的ごとに様々な主体が設置されており、活動推進に当たり、中心人物に全ての役割を集中させるのではなく、複数に役割を分散させて一人あたりの活動負荷を下げ、継続的に参加し続けられるような工夫をしている。

これら活動の情報発信や関係者間での情報共有のために、Web サイト、地域 SNS(まつえ SNS)、メーリングリスト等の ICT が利用されている。また、Ruby の開発のためのコミュニティの活動は、メーリングリストを中心にネット上で行われており、ICT が果たしている役割は大きい。



利用 ICT	用途／役割	特徴
ブログ/Twitter	情報発信（開発者の考え等）	—
Web サイト（Ruby アソシエーション、しまね OSS 協議会、RubyWorld Conference 開催実行委員会）	Ruby 技術情報の公開 イベント告知	—
SNS（まっえ SNS）	しまね OSS 協議会のコアメンバー間での情報共有	新バージョンは Ruby で実装された。 アクセシビリティに配慮したインターフェース。
メーリングリスト/オフラインミーティング	企業への勉強会（オープンソースサロン）情報告知 Ruby 開発者コミュニティ	—

図 2-6 島根県松江市における Ruby による産業振興策の取り組み



図 2-7 まつえ SNS 画面 (Ruby により構築)



図 2-8 RubyWorld Conference

(b) 全国屈指のアニメ制作スタジオの集積を活かし、産業振興と地域活性化に取り組む東京都杉並区

東京都杉並区では、平成 12 年から区内のアニメ産業の集積(626 社中 75 社²⁾)を活かした産業振興策を展開してきた。同年 12 月には産業振興部門内に専任部署であるアニメ・新産業係を設置した。

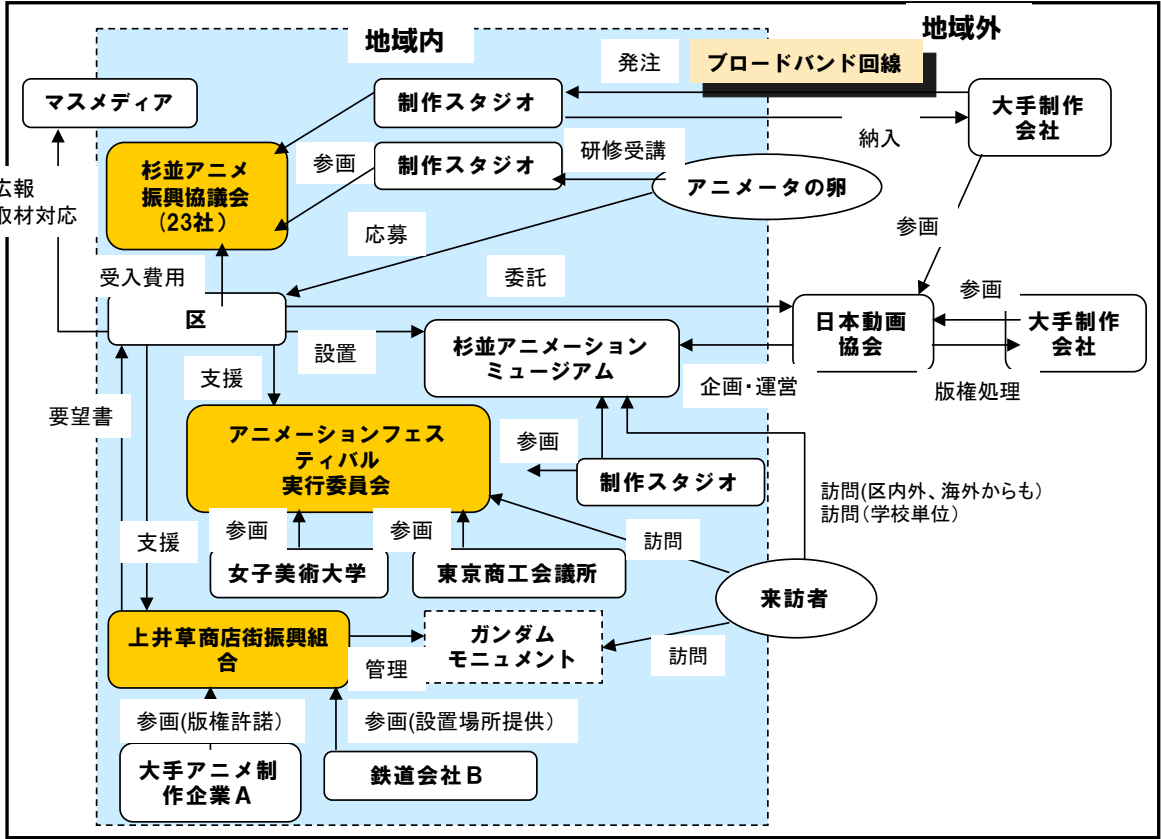
住宅地から形成される杉並区では煙、騒音、振動等が出ないような業種を「緑の産業」と位置づけ、その集積を目指したいとの方針にアニメ産業はちょうど合致していた。

これまでアニメ産業振興のため区は大きく、PR(アニメーションミュージアム、アニメフェスティバル、モニュメント像設置)、人材育成(アニメ匠塾)を目的とした活動を行ってきた。区や杉並アニメーションミュージアムがそれぞれ Web サイトを通じた PR を行っている。

これらの活動における役割をみると、区は、様々な関係者をつなぐ“コーディネータ役”に徹し、専門家の能力を活かし、積極的な参画を促すよう役割分担面での工夫を行っている。

同区では、アニメ産業の振興と同時に、“アニメのまち”としての区内外での認知度向上にあわせて、アニメ産業を地域資源と捉え、区内への集客を促進し、観光、商店街など地域全体の活性化策へとつなげていこう、取り組みを拡大している。

² 「コンテンツ産業の方向性に関する調査研究」2007 年 3 月



利用 ICT	用途／役割	特徴
Web サイト	企業、来訪者への PR を実施。 区、ミュージアムの各主体が発信を担っている。	—
ブロードバンド回線	アニメ制作はデジタル化、分業化が進んでおり、作品データのやり取りをブロードバンド回線を用いてやり取りを行っている。	国内だけではなく国外とのデータのやり取りも発生。
その他	区の広報・取材対応により、テレビ番組、新聞・雑誌に掲載され全国へ PR が行われている。	—

図 2-9 全国屈指のアニメ制作スタジオの集積を活かし、産業振興と地域活性化に取り組む
東京都杉並区



図 2-10 杉並アニメ匠塾の様子



図 2-11 杉並アニメーションミュージアム



図 2-12 アニメーションフェスティバル

(2) 農林水産×ICT

(c) 「内子フレッシュパークからり」におけるICTを活用した中山間地域農業の活性化

内子フレッシュパークからりは愛媛県の中山間地域である内子町で農産物直売所、レストラン、加工事業を行っている。からりは町から50%の出資をうけて設立された第3セクターである。からりという名称には、「果樂里」果物を楽しむ里、「花樂里」花を楽しむ里、「香樂里」香りを楽しむ里、「加樂里」加工することを楽しむ里。そして「カラリ」と晴れ晴れした気分、「カラリ」としたすがすがしい時間、「カラリ」とした爽やかな人間関係、出会いを楽しむと多くの意味が含まれている。

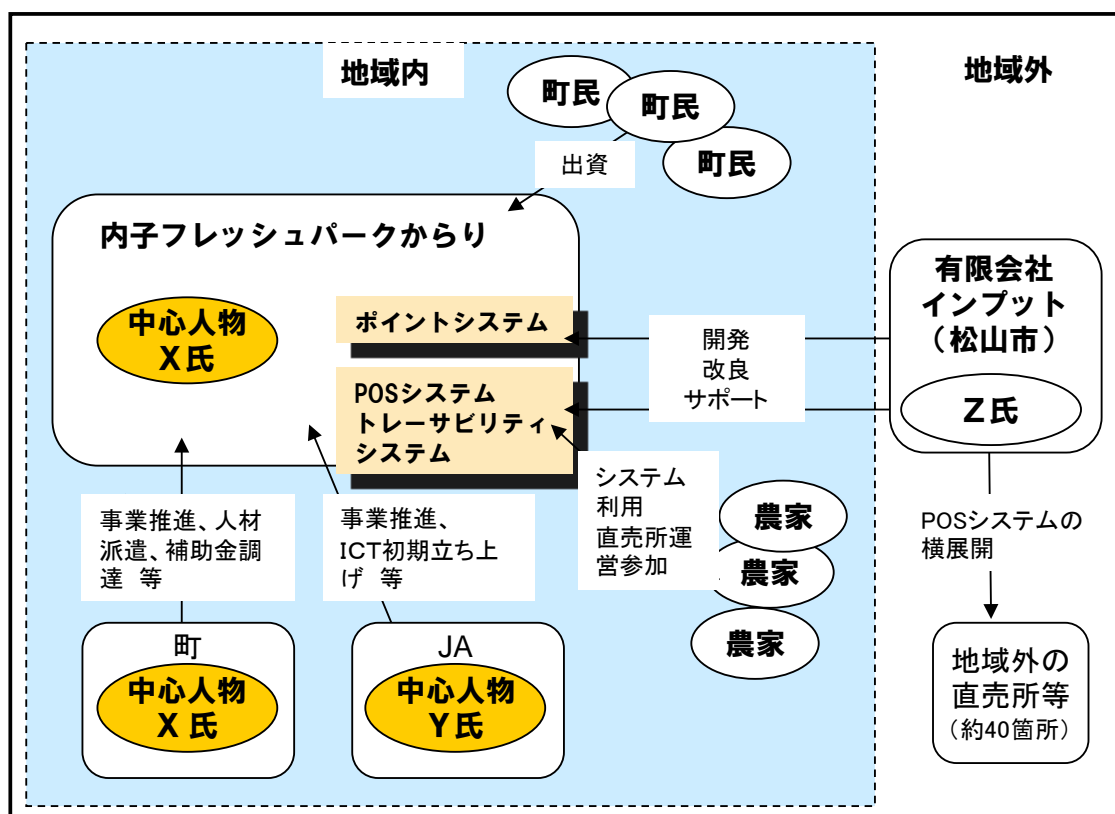
同地域は元々果樹が盛んで観光農園が多くあったことが、特産物直売所を設置しようというきっかけとなっている。

ICT活用のきっかけは、平成6年に町内農業の閉塞化打破のために産直実験を行ったところ、精算業務の迅速化、生産者名の明示、残品情報のニーズといった課題が浮上し、その解決のためPOSによる販売管理システム「からりネット」を開発したことにある。

事業の推進役は町役場から派遣されたX氏とJA出身でICTにも強いY氏であった。

また、「からりネット」の特徴は徹底した操作のわかりやすさであり、同じ四国松山市に立地する、システム開発会社の有限会社インプットがそうした利用者のニーズを吸収して実装してきた。そのため、中高齢者が多い農家も人から人へと教えあうことで普及してきた。これにより、直売所の売上は当初の約4千2百万円から平成20年度には約4億6千万円になっている。また、農家の意識も効率的な出荷計画や作付計画を立てるなどして売上向上の工夫をするよう変わってきた。

からりネットは内子という成功事例をショーケースとして全国40箇所に普及しており、地域独自にカスタマイズされていることも多い。



利用 ICT	用途／役割	特徴等
POS システム (からりネット)	直売所における生産者別商品別の販売状況をほぼリアルタイムで生産者に配信 分析による栽培／販売戦略	操作のわかりやすさ／簡便さ マルチモーダル (メール/FAX/音声)
トレーサビリティシステム	作目別の栽培履歴を DB 化し、消費者に情報提供	操作のわかりやすさ／簡便さ
ポイントシステム	リピータの囲い込み	安価な開発費用

図 2-13 「内子フレッシュパークからり」における ICT を活用した中山間地域農業の活性化



図 2-14 直売所の様子

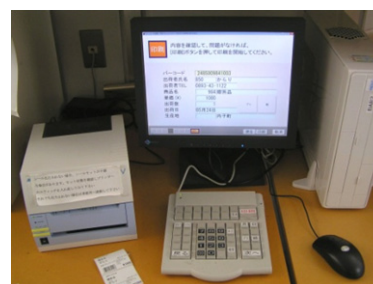


図 2-15 POS システム (バーコード作成)

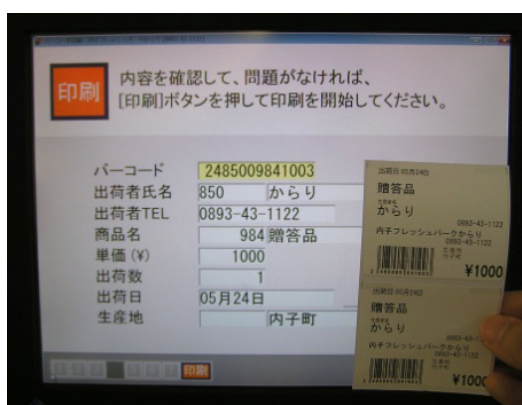


図 2-16 バーコード作成画面

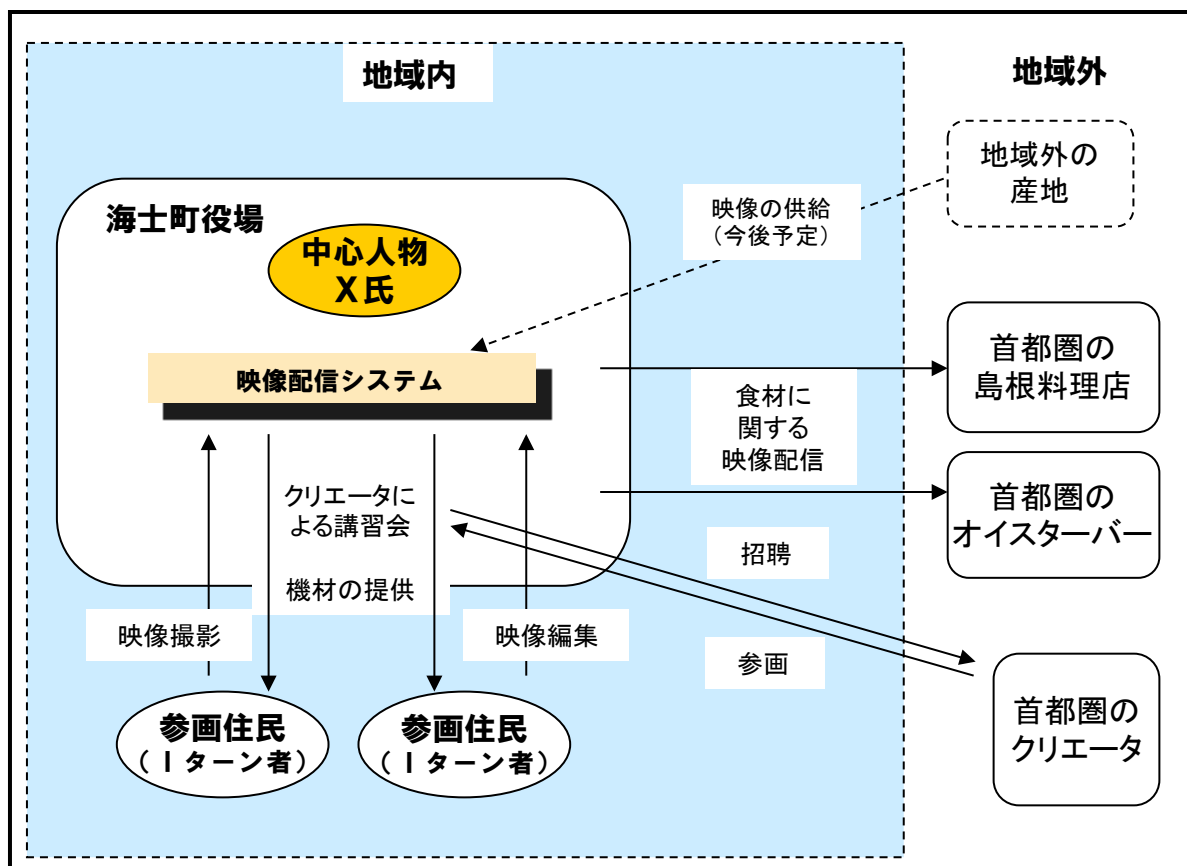
(d) 島根県・海士町におけるICTを活用した首都圏への海産物の住民参加型プロモーション

島根県・隠岐島の海士町(あまちょう)は岩がきや白イカなど海産特産品が多くある地域であるが、1次産業の復活が課題になっていた。その1つの方策としてICTを活用した特産品のPRを行っている。

具体的には住民が自ら撮影し編集した地域特産品に関する映像を、首都圏の飲食店の大型ディスプレイに配信している。住民は映像の専門家ではなく、海士町役場が東京から招聘したクリエイターが講習会で指導をしているが、3年間の取組で映像のレベルも上がってきている。海士町では、従来からIターン者が多く、このような地域外での経験のある住民が映像作成の担い手となっており、そのため、映像も地元でない新鮮な視点のものができあがっている。

配信先の首都圏の飲食店では特産の岩がきや白いかの映像で産地のすばらしさや安心・安全をPRしており、それを肴に注文が入っている。

また、今後は他の産地とも連携をして、様々な産地の映像もこのしくみを利用して発信することも考えている。



利用 ICT	用途／役割	特徴等
映像配信システム	海産物の産地の映像を住民が撮影・編集し、地元の生の声として首都圏の飲食店の大型ディスプレイに映像配信している。	映像は店舗によって内容を変えたり、季節に応じて更新する等興味を引く工夫がされている。

図 2-17 島根県・海士町における ICT を活用した首都圏への海産物の住民参加型プロモーション



図 2-18 海士テレビ紹介画像

(3) 観光・地域振興×ICT

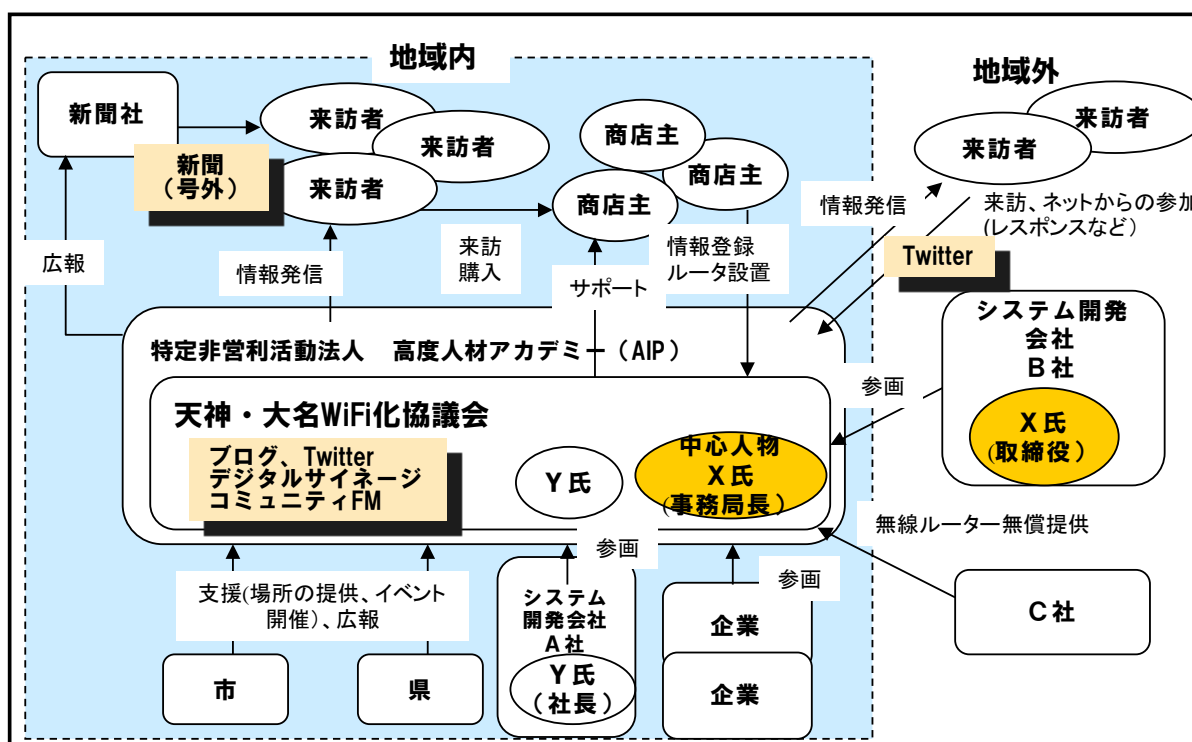
(e) 天神・大名WiFi化協議会による、Twitterを用いた商店街情報発信プロジェクト「大名なう」

「大名なう」は話題のマイクロブログ‘Twitter’、デジタルサイネージ、FMラジオといったICTを活用して、福岡市の中心市街地にある大名地区商店街のリアルタイム情報を配信し、来訪者増やまちあるき観光などの回遊行動を促そうとするプロジェクトである。第1回目は平成22年2月12日～14日の3日間実施された。参加した51店舗にアンケートをとったところ「売り上げ増」「新規顧客増」「販売促進」の効果があり、回答者の9割が「今後もやりたい」と好評を博した。そのため、第2回も3月19日～22日(4日間)実施され、同プロジェクトは参加店舗を増やしつつ活動を展開している。

「大名なう」は、産学官の参画の元、地元のIT人材育成を目的に活動するNPO法人内に、有志によって設置された「天神・大名WiFi化協議会」が運営主体となっている。協議会事務局は商店主に参加を促す、内外へ情報を発信する等のコーディネータの役割を担っている。

携帯電話での入力、限定メニューや旬の商品説明など日常の商売の延長線上のコンテンツ登録など、登録主の商店主に負担なく情報配信を行えるような環境を整えている点がポイントである。

また、地域外居住者であるX氏が“よそ者”の視点から客観的に地域を評価、活性化に取り組み、地元企業のY氏を中心としたメンバーが店主との関係構築を行っており、役割分担を上手に行っている点も活動が活性化するポイントであろう。



利用 ICT	用途／役割	特徴等
ミニブログ (Twitter) ustream 無線 LAN 網	大名地区の店主が PR 用に活用。#daimyou とハッシュタグをつけ発信することで、当地域の情報を一元化し、発信した。限定メニューや旬の商品説明など。当日は会場から ustream にて動画情報も配信された。来訪者は無線 LAN から無料で情報の受発信を行えた。	Twitter の機能を活用、専用システムは不要。PC がなくても、携帯電話からも情報入力閲覧可能。 WiFi 化計画で整備したインフラの上にコンテンツを載せる形。
ブログ (公式ブログ)	リアルタイムで進む Twitter と並行して、お知らせ、参加店舗情報、活動趣旨、スタッフ日記等、ある程度情報をとりまとめて発信。	クロスメディア
デジタルサイネージ コミュニティ FM ラジオ	Twitter 上に流れる情報と連携。街頭大型ビジョンでは、当地区来訪者へ、天神 FM では視聴エリアである福岡市および近郊市町村に向けた情報発信を行った。	クロスメディア
マスメディア (新聞)	天神・大名 WiFi 化協議会からのリリースや取材結果を誌面に掲載し、読者層への情報発信を実施。当日は号外を発行した。	クロスメディア ICT 未利用者へもアピール可能。

図 2-19 天神・大名 WiFi 化協議会による、Twitter を用いた商店街情報発信プロジェクト「大名なう」



図 2-20 天神・大名商店街の様子



図 2-21 大名なう Web サイト

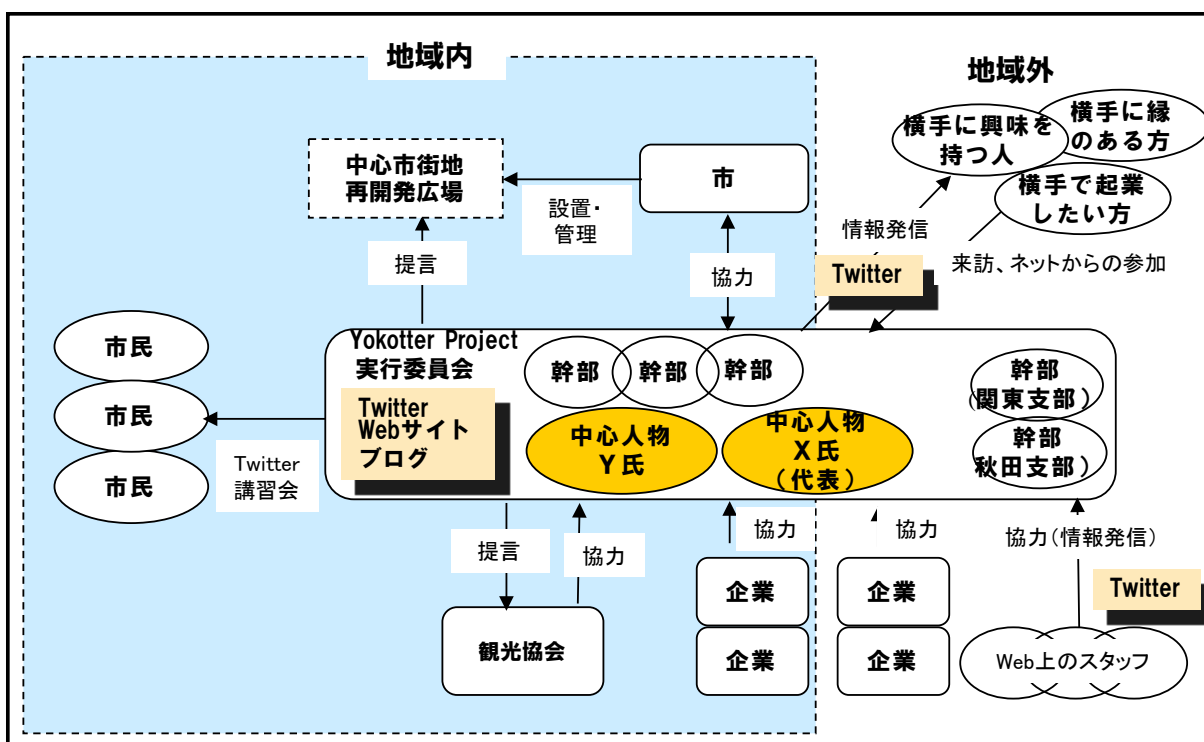
(f) 秋田県横手市でTwitterを利用したまちおこしプロジェクト「ヨコッター」

秋田県横手市では、出身地や地元を元気にしたいとの思いを持つ30代の若者2名のアイデアが発端となってマイクロブログ‘Twitter’を用いた地域活性化に取り組んでいる。

活動主体は「Yokotter Project 実行委員会」であり、幹部約 15 名、書き込みに協力する Web 上のスタッフ約 40 名がいる他、横手市役所、観光協会及び市内外企業が協力している。代表のX氏は仙台市在住の同市出身者で、仙台市と横手市を往復しつつ活動している。

X氏は Twitter を利用する利点について、簡単・気軽に発信できる、携帯電話のカメラを利用することでテキスト・静止画・動画を一体的に発信できる、専用システムが不要で低コストで活動が維持できることが大きいとしている。

ヨコッターでは市役所へ再開発広場の活用策の提言、観光協会と連携したフォトコンテストの開催などを行っており、ネット上のアイデアを地域のまちづくり関連の団体等に提供することによってリアルな地域活動に展開する点が特徴である。



利用 ICT	用途／役割	特徴等
ミニブログ (Twitter)	#yokote とハッシュタグをつけ参加者が様々な情報を発信することで、地域情報を一元化し発信できる。	気軽に情報発信できる。 携帯電話のみでマルチメディア機能（テキスト、静止画、動画、音声）が利用できる。 システム構築の知識がなくてもすぐに情報発信ができる。

利用 ICT	用途／役割	特徴等
		低コストで活動ができる。
ブログ（代表、スタッフブログ）	代表者ブログでは事務局の活動、考え方等を紹介。 スタッフブログではヨコッターでの一日の発言をとりまとめて紹介。	リアルタイムで進む Twitter と並行して利用
Web サイト (http://yokotter.com/)	Yokote に関する情報のポータル的な位置づけ。 ヨコッターの発言情報以外に、リンク情報、ハッシュタグのルール、発言ユーザー一覧がコンテンツとなっている。	リアルタイムで進む Twitter と並行して利用

図 2-22 秋田県横手市でツイッターを利用したまちおこしプロジェクト「ヨコッター」



図 2-23 よこまき

(g) 都市と中山間地域の交流人口拡大による活性化をめざす「愛知県交流居住センター」

愛知県三河地域は中山間地域が多く、人口減への対応として都市住民の移住の推進が課題となっていた。その解決に向けて 2008 年に産学官連携の組織として愛知県交流居住センターが立ち上げられた。参加組織は県、域内の市町村、大学、民間企業(地元建設会社など)、NPO、生協などである。民間主導の組織として事務局は県ではなく地元シンクタンクが担っている。

センターの活動は大きく①移住希望者とのマッチング(アウトリーチ活動、空き地・空き家バスツアー、現地でのマッチング等)、②情報発信活動、③受入集落支援事業(地元と潜在移住者との交流事業)である。

情報発信活動については、まず、ポータルサイトとして公式サイトを運営しており、地域情報、イベント情報、不動産情報などが発信されている。また、姉妹サイトとして「三河の山里だより」を運営している。こちらは「移住したい」という段階ではなく、まずは三河に興味を持ってもらうというねらいで、公式サイトよりもゆるい情報発信を行っている。

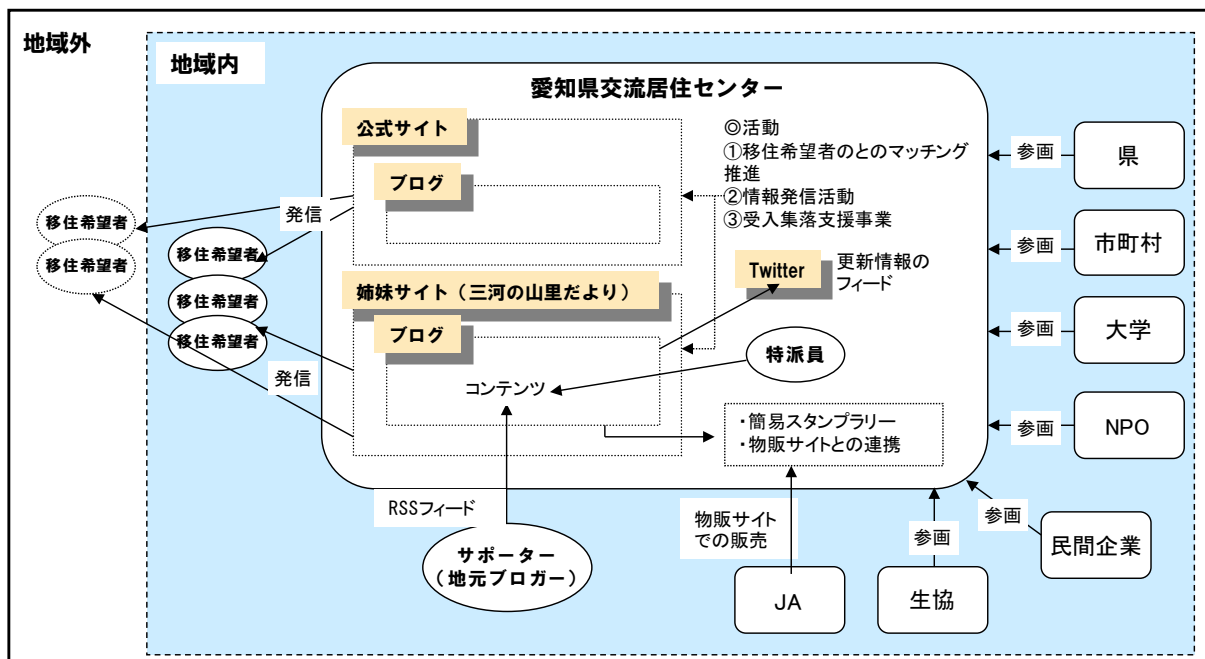
具体的には特派員3名を雇用して、地域を足で歩いて集めた情報をブログにアップしてもらっている。また、地元のブロガーのうち情報発信として優れているサイトの運営者をサポーターとして登録して、RSS でブログの更新情報を「山里だより」のサイトで紹介するようにしている。

ブログの効果検証も試みており、具体的にはブログで紹介した店での購入レシートを使った「簡易スタンプラリー」と、ブログで紹介した商品を JA の物販サイトで販売するというを行っている。

また、Twitter についても情報発信手段として注目しており、ブログの更新情報を「クマッチェ」という公式キャラクターの名前で RSS で自動ツイートしている。また、ブログより手軽な情報発信手段として、地元で Twitter 活用講習会を行ったりもしている。

なお、センターの公式サイトは運用は専門業者に外注しているが、「三河の山里だより」のサイトは OSS である WordPress で構築しておりセンターの事務局が自前で運用している。そのため、柔軟な運用が可能になっており、Twitter によるフィードも、アイデアが出てから迅速に行うことができた。

域内では商工会が主導している「ブログ村」や集落での WiFi 整備の動きなどもあるので、今後も様々な連携を拡げつつ、交流・移住のための種まきを行っていかうと考えている。



利用 ICT	用途／役割	特徴等
Web（公式サイト）／ブログ	移住希望者等のためのポータルサイト	—
Web（姉妹サイト）／ブログ	公式サイトよりゆるい情報を発信して三河に興味を持ってもらう	OSSであるWordPressを使ってメンテナンスをしている
Twitter	ブログの更新をRSSフィードで自動でツイートしている	—

図 2-24 都市と中山間地域の交流人口拡大による活性化をめざす「愛知県交流居住センター」

2.3.5 地域資源を活用したグリーンICT

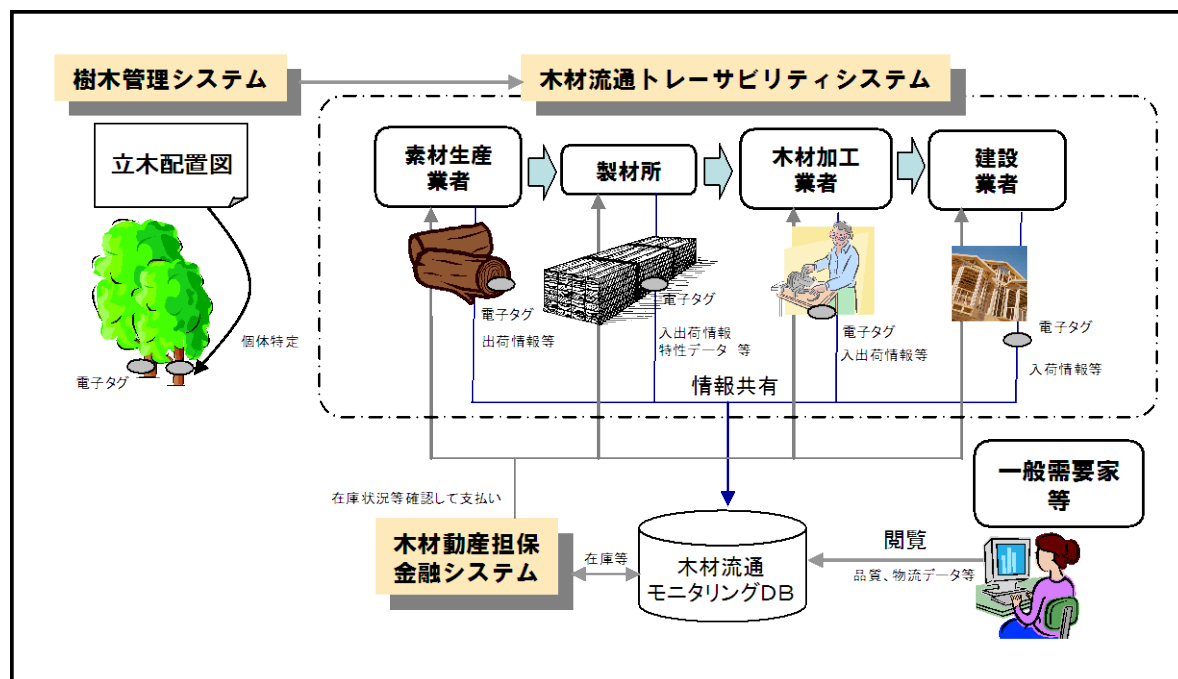
A 社では、ICT を活用して林業の生産性向上と森林利用の効率化を行って、森林伐採数の低減を実現している。

電子タグを活用した木材流通トレーサビリティシステムを開発し、複雑な流通経路の各プレーヤーの情報共有を図ることにより、需給のタイムラグの緩和(オンデマンド型流通)による在庫の圧縮等の効率化を実現し、流通コストを下げることができた。また、樹木管理システムとの連携により、立木の利用効率を高めて、森林伐採数をこれまでの約3/4に抑えることができた。

また、トレーサビリティシステムのデータを活用した木材動産担保金融システムにより、変動の大きい木材関係企業の資金需要にマッチした金融システムを構築しようとしている。

このようなしくみは、東京大学との連携により研究開発を進めて実現した。

今後は地域ごとの情報ニーズの違いを吸収できるようなシステムの一般化を行い、多くの地域への展開を図る予定である。



利用 ICT	用途/役割	特徴
木材流通トレーサビリティシステム	木材に電子タグを付け、複雑な流通の各段階で入出荷情報や品質情報を共有することで、オンデマンド型の流通を実現し、在庫圧縮や木材利用の効率化、それによる森林伐採数の低減を図る。	今後は ASP 型を指向。
樹木管理システム	立木に電子タグを付けて位置、樹齢、品質、サイズを記録し個体管理することで、需要に応じた効率的な伐採・森林利用、森林管理コストの低減を実現する。	今後は航空ライダー、地上ライダーとの組合せによる調査の効率化を図る。

利用 ICT	用途／役割	特徴
木材動産担保 金融システム	トレーサビリティシステムにより取得できる情報を活用して木材の動産担保金融を実現し、季節変動等が大きい木材業界の資金需要に応じた金融システムの構築を目指している。	—

図 2-25 ICT により林業の生産性の向上と森林伐採数の低減を実現している事例

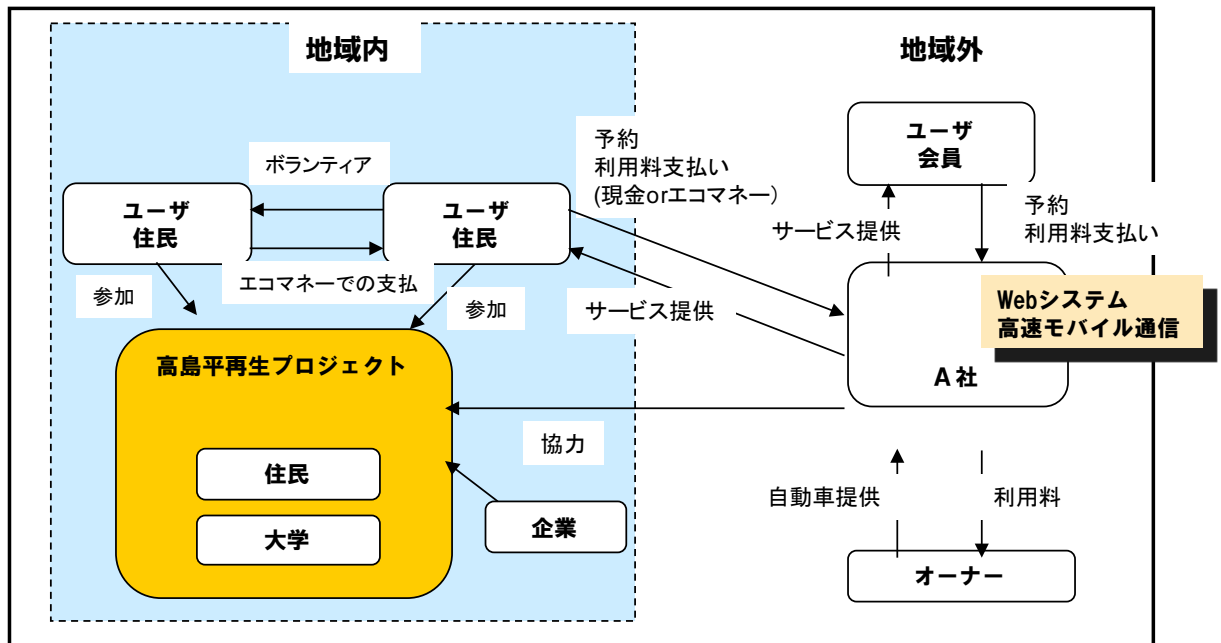
2.3.6 グリーンICTによる地域社会の絆

A社はオーナーから預かった自動車を同会員ユーザに時間単位でレンタルするカーシェアリング事業者である。

カーシェアリングは必要ときだけ自動車を利用するエコロジカルな取り組みとして認知されることが多いが、一部地域においては地域住民同士のコミュニティ活動を活性化させるための仕組みとしての活用も始まっている。

同社では東京都高島平地区の団地内コミュニティ再生活動の事業趣旨に賛同し、カーシェアリングサービスを提供するとともに支払いを現金以外に同地域のエコマネー(サンク)でも可能とした。

現在のところ、現金での支払いが主であるが、住民同士での外出や、支援を行っている大学の学生による買い物代行のためにカーシェアリングが利用されており、その仕組みが地域内のコミュニティ活動の活性化に貢献しつつある。



利用 ICT	用途／役割	特徴
Web サイト	利用者情報の登録	自社開発
高速モバイル回線	顧客問い合わせ対応 システム修復	外出先からも対応可能。 少ない社員数で効率的に業務運営が可能。

図 2-26 地域密着型のカーシェアリングを提供し、エコ+地域コミュニティ再生に貢献する「A社」

2.4 チャレンジド、高齢者、女性がICTにより社会参加している事例の収集、分析

2.4.1 調査方法

ICTを活用することによりチャレンジドの積極的な雇用を実現している企業や、テレワークによる高齢者や女性の就労率の高い企業等の取組・事例を収集、分析した。さらに、このような取組や、ICT活用による社会参加を支援するNPO法人等の役割等についても把握した。

2.4.2 整理項目

各層を代表する本人にインタビューする場合と、橋渡しをおこなう行政、NPO、企業等の場合を想定した。

以下に全体に共通した質問項目を示した。

ただし、実際は調査対象ごとに、Web、文献による事前調査結果から実績情報の追記を行った上で、質問内容を随時変更した。また前述したとおり、背景・理由を探り出すため、回答内容を元に質問項目の追加・変更も行っている。

表 2-10 質問項目例

<ul style="list-style-type: none">・基本情報（概要、メンバー数、資本金、設立時期） ※基本は取り組みの主要団体の情報とするが、必要に応じてその他の主体の基本情報も掲載する。・背景・きっかけ・取り組み内容・参画主体(主体名と役割)・ICT（種類と用途）・初期課題とブレークスルー（苦労した点）・現状の課題・取り組みの効果<ul style="list-style-type: none">－特に本人のモチベーション創出－世の中とのチャネル構築面－もし、橋渡しをおこなう主体（NPO等）が存在しなかった場合と比較して・ICT環境が存在することで実現できたこと (例：常時接続/ブロードバンド環境の実現により、しごとの発注・納入、Skype・テレビ電話での打ち合わせが可能となった。)・今後の取り組み

2.4.3 調査対象事例

事前調査の結果、チャレンジド、高齢者、女性が ICT により社会参加している事例として以下を対象とした。

表 2-11 調査対象事例（チャレンジド、高齢者、女性が ICT により社会参加している事例）

キーワード	主体名/ [所在地]	取り組み内容
チャレンジド 大手企業による テレワーク	特例子会社 沖ワークウェル [東京都港区]	大手 IT 企業 沖電気工業株式会社の特例子会社。 重度障がい者を雇用しテレワーク（在宅勤務）形式で業務を進める。 自宅からパソコンとインターネットを用い、Web システム開発、ホームページ制作・コンサルティング、ポスターデザイン等の業務を行う。
チャレンジド テレワーク、産業 振興	まるく株式会社 [愛媛県松山市]	テレワークを通じてチャレンジドの就業支援に取り組む。 松山市の「松山市テレワーク在宅就労促進事業」の第 1 号認定企業。
	松江市役所 [愛媛県松山市]	雇用機会の創出及び拡大と、地域経済の活性化を目的とし、テレワークでの在宅業務を行う従業員（市民）を雇用する市内事業所を対象に 1 人につき 20 万円の奨励金を交付する「松山市テレワーク在宅就労促進事業」に 2008 年度から取り組む。
チャレンジド、高齢者 NPO、ICT による支 援	特定非営利活動法人 プロジェクトゆうあ [島根県松江市]	チャレンジドおよび高齢者の ICT を活用した社会参画の実現を目的とした取り組みを展開。バリアフリーマップ作成等まちづくり活動や教材制作の他、チャレンジド向けに携帯ゲーム端末・テレビ電話を活用した情報支援機器、音声案内ソフトや触覚ディスプレイなど、技術開発にも積極的に取り組んでいる。 理事長は県内高度情報化の実現のための有志活動に初期より携わる。
デジママ コミュニティ	三重県津市 [三重県津市]	合併により広域化した市内の子育て環境の向上、コミュニティ再構築に ICT を活用した取り組みを展開している。地元ケーブルテレビのインフラ網を活用して、地域 SNS（mie-SNS）でのネットコミュニティ活動、テレビ電話による子育て相談、こどもポータルサイトを設置した点が特徴的。 行政、NPO、大学、子育て支援団体などの市内の関連団

キーワード	主体名/ [所在地]	取り組み内容
		体が協力している。
<p>【再掲】 個人/企業 農業 女性、高齢者の社 会参画</p>	<p>内子フレッシュパー クからり [愛媛県内子町]</p>	<p>「からりネット」は、直売所の販売管理（POS）情報を携帯電話、電話音声、ファックスなどに自動配信するシステム。生産者はPOS情報を見ながら、直売所に農産物を追加するかどうかを決められる。努力が売上げとして反映されるため、生きがいになっている。</p> <p>同町は環境保全農業も進めており 2008 年には、トレーサビリティ機能を導入し、肥料・農薬使用履歴の確認を行えるようにした。</p> <p>設立から 10 年経過し社員数は 50 人に増加。</p>

2.4.4 チャレンジド、高齢者、女性がICTにより社会参加している事例

以下では、最先端の ICT を活用したチャレンジドの社会参加事例や、地元や NPO 法人が連携して支援している事例を中心に紹介し、そのスキームの特徴などについて分析する。

(1) 特例子会社制度による重度障がい者の雇用

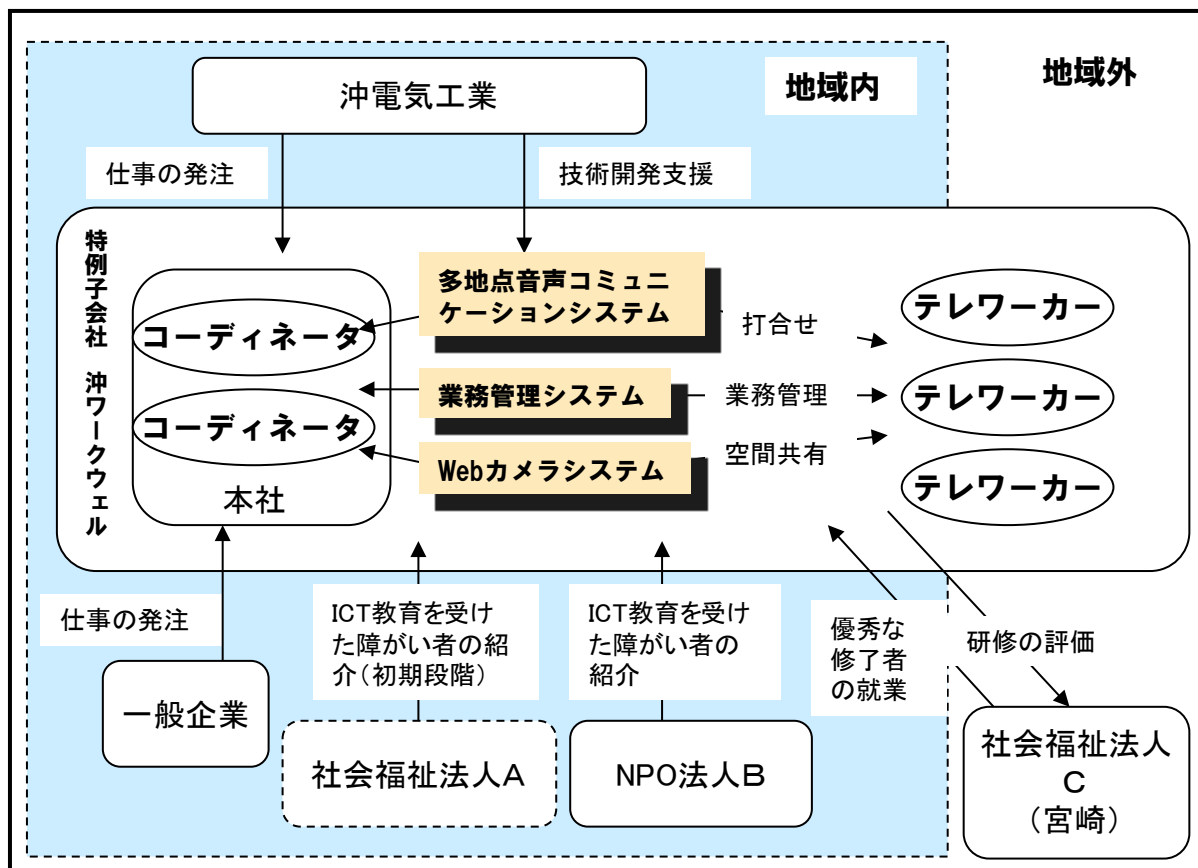
株式会社 沖ワークウェルは CSR の一環として設立された大手IT企業沖電気工業の特例子会社である。

ICT による支援技術を活用して、障がい者社員の能力を引き出す工夫をしており、重度障がい者 34 名を在宅勤務で雇用している。

在宅勤務での仕事を進めるために、沖電気工業の技術的な支援も受けて多地点音声コミュニケーションシステム(ワークウェルコミュニケータ)を開発し、円滑なコミュニケーションを実現して、作業効率を確保している。さらにこのシステムはスキルアップのための社内面談や自主勉強会の開催、顧客との打合せへの参加等多様な用途に使われている。

また、業務管理システムで各人の状況に応じた無理のない範囲での仕事の調整を行い、Web カメラシステムで本社の様子を常時発信することで、在宅勤務者の孤独感を持たないように工夫をしている。

このような工夫を重ねることで、当初は単純作業が多かった受注業務も技術者のスキルアップを背景にして、Web サイト構築、Web アプリケーション開発、ポスターデザイン、DTP、人事総務部門作業、名刺作成画面編集、障害者向け在宅 Web 制作訓練の請負等、高付加価値なものになっている。



利用 ICT	用途／役割	特徴
多地点音声コミュニケーションシステム(ワークウェルコミュニケーションシステム)	テレワーカーやコーディネータを結んで多地点間の音声会議が可能なシステム。ネット上のバーチャルオフィスを実現。	機能を必要かつ十分なものに絞り込むことで使い勝手をよくしている。
業務管理システム	各テレワーカーの出勤や業務の状況を共有し、業務割り当てを最適化する。	—
Webカメラシステム	本社に設置したWebカメラの映像を随時サーバーにアップして、テレワーカーの孤独感を防止する。	フリーソフトで構築した。

図 2-27 特例子会社 沖ワークウェル



図 2-28 ワークウェルコミュニケーター画面



図 2-29 沖ワークウェル社員

(2) まるく株式会社（「松山市テレワーク在宅就労促進事業」）

まるく株式会社は元々東証1部企業の人事部局に在籍していたA氏が自らが障がいを持ったことで、障がい者の雇用機会の厳しさを解決を志し、独自に立ち上げた会社である。

障がい者である従業員は通勤しているメンバーとテレワークで働いているメンバーの両方で構成されている。

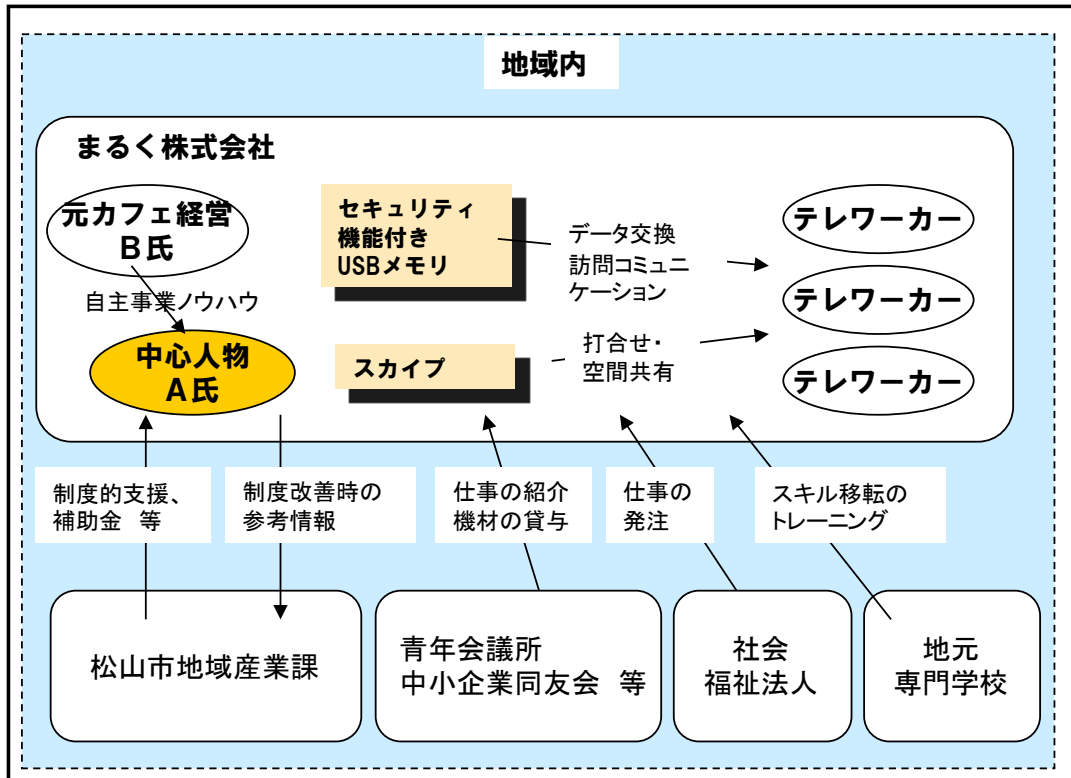
まるく株式会社では社会福祉法人からスキヤニングの仕事を安定的に受けているが、受注業務だけではなかなか業務の広がらないため、自主事業をはじめた。具体的には、元カフェ経営者B氏をメンバーに加えて、イベント会場等にケータリングを行う「出前カフェ事業」を推進している。この「出前カフェ」は「いつ・どこに出店するか」といった情報発信が重要だが、そのための Web 作成やメルマガ発行はテレワーカーが担っている。

A氏はテレワークのメンバーに対してもフェイストゥフェイスのコミュニケーションも大事だと考えおり、スタッフ(社員)が定期的にメンバーを訪問するようにしている。その際にセキュリティ機能付きの USB メモリでデータ交換を行っている。

また、スカイプを使って、常時接続することで、仕事をしている雰囲気共有している。

テレワークを指向するメンバーは元々孤独だった人も多いが、このような工夫でメンバー意識が高まってきた。

なお、テレワークに関しては松山市地域産業課が補助金等の支援をしている。まるく株式会社はこの補助金対象企業第 1 号であったが、市側にとってもまるく株式会社からの意見がその後の補助金制度の改善に役立っているとのことである。



利用 ICT	用途／役割	特徴等
セキュリティ機能付き USB メモリ	テレワーカーとのデータ交換 メモリを訪問・交換することで、オフラインコミュニケーションの機会を確保	安価にセキュリティを確保 大量に使うため、市の補助金により整備
スカイプ	テレワーカーと本社との打合せ	常時接続していることで空間共有している雰囲気も醸成

図 2-30 まるく株式会社



図 2-31 まるく社屋



図 2-32 テレワーカー

(3) 特定非営利活動法人 プロジェクトゆうあい

島根県松江市にあるプロジェクトゆうあいは、地域内外の障がい者(チャレンジド)の社会参画の支援・情報化の推進・ひとにやさしいまちづくり活動に取り組む特定非営利活動法人である。

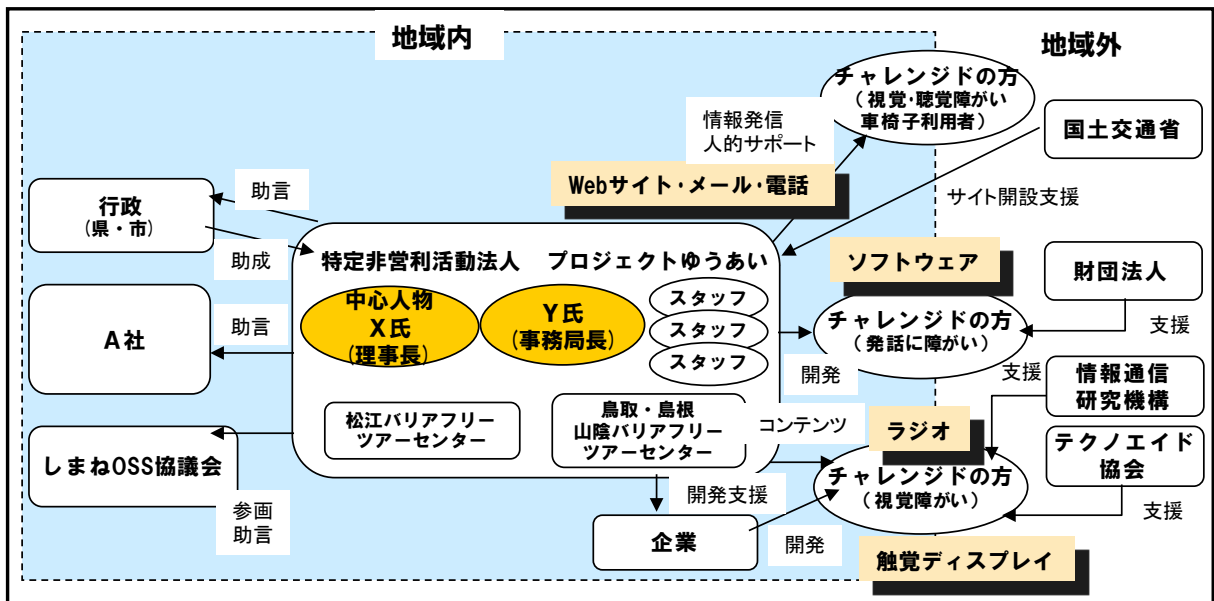
同法人は常勤者7名の組織である。うち、視覚障がい者2名、聴覚障がい者1名の構成となっている。理事長のX氏は視覚障がい者である。

同法人では、情報化の進展には産学官野の四者の協力が必要との理念の下、ICTを活用しチャレンジドを支援するための機器や仕組みの開発に取り組んでいる。

活動内容はバリアフリーマップ作成等まちづくり活動や教材制作の他、チャレンジド向けに携帯ゲーム端末・テレビ電話・パソコン等を活用した情報支援機器、音声案内ソフトや触覚ディスプレイなどの技術開発や情報発信活動にも積極的に取り組んでいる。なお、機器開発の資金援助を国、行政、財団法人等から受けている。

また同法人は島根県内において地元行政、しまね OSS 協議会、企業(A社)に対してチャレンジドの視点から助言をおこなっている。

理事長は同法人立ち上げ以前に、島根県内の高度情報化の実現のための有志活動(ボランティア活動)にも携わっており、情報化との関わりが長い。



利用 ICT	用途／役割	特徴
ブロードバンド回線	情報配信の基盤として活用。	—
ラジオ	AM ラジオを使った、視覚障がい者への音声情報案内をおこなうためのシステム。	市販の携帯ラジオで受信可能。
テレビ電話	聴覚障がい者向け。手話によるコミュニケーション支援。	市販のテレビ電話を利用。
携帯ゲーム機	携帯ゲーム機(任天堂 DS) をもちいた聴覚障がい者むけ字幕提供支援、コミュニケーション支援をおこなう。	内臓機能(ピクトチャット) を利用。
触覚ディスプレイ	視覚障がい者向けに触覚ディスプレイを用いて情報提供を行う。コンテンツの制作も同法人でおこなう。	—
ソフトウェア(音声スピーチソフトウェア)	発話に障がいのある方向け。パソコンに入力した文章を読み上げるソフトウェアを開発。	パソコンのキーボード入力以外に手書き、携帯電話のキーボード配列でも入力可能。
Web サイト、電子メール、電話	てくてく Web 松江、てくてく山陰でのバリアフリー情報発信。	てくてく山陰では電子メールや電話を通じて旅行相談対応をおこなう。

図 2-33 特定非営利活動法人 プロジェクトゆうあい



図 2-34 てくてくラジオ（商店街案内） 図 2-35 携帯ゲーム機を活用した聴覚障害者用字幕



図 2-36 聴覚障害者向け告知用テレビ電話

図 2-37 触覚ディスプレイ

（４） 津市子育て支援システム運営推進協議会

三重県津市は市町村合併の結果、市域が広域になり、子育て支援拠点も統合されたことから、市民からのアクセスを補完するために ICT を活用して子育て支援を行うことが構想された。

そこで、市が事務局となり、地域の大学、NPO、CATV、医師、PTA、自治会等で構成される協議会を組織して具体的な活用を推進していった。

その内容の1つは Web や SNS を活用した子育て情報の共有である。

当初は子育てポータルサイトを構築したが子育ての悩みに対応するには現場に即したきめ細やかな情報が重要でありそれに応えるのは掲示板的なしくみであると考えられたため、地域 SNS「元気っ津+plus」をつくることになった。

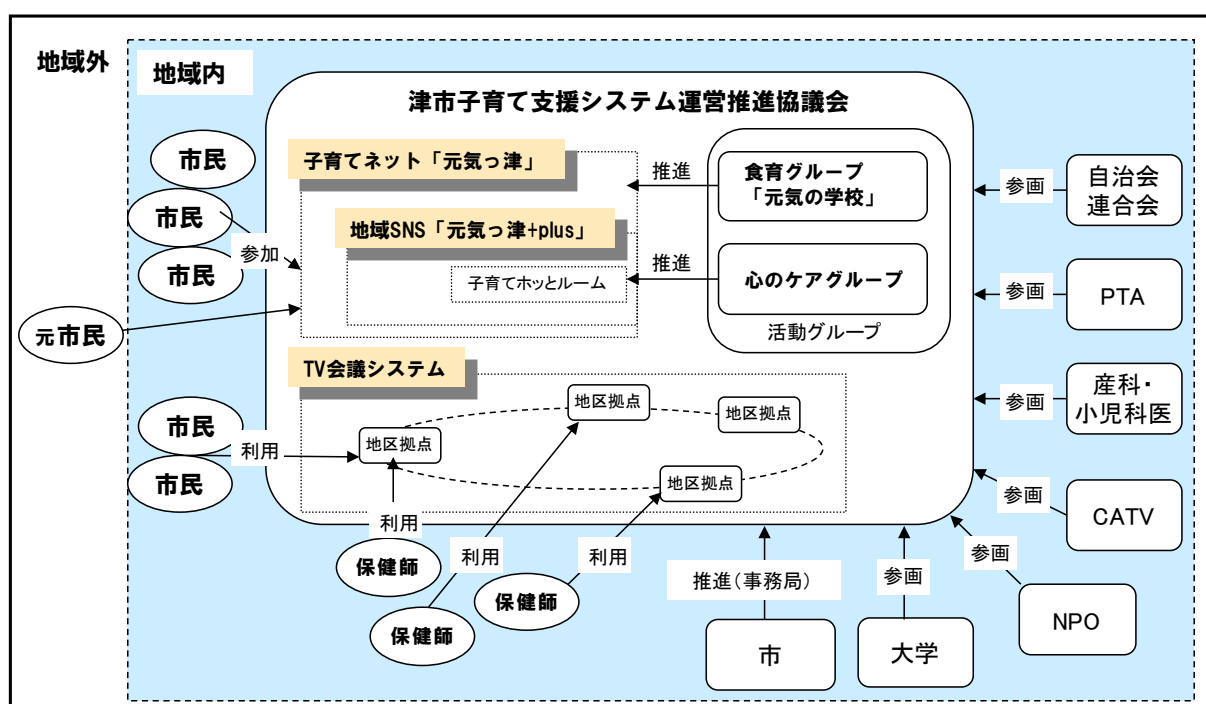
また、推進の過程で活発な情報交流のためには現場の活動の活性化も重要であるということに気づき、

協議会内に「活動グループ」を組織した。具体的には食育グループの「元気の学校」と臨床心理士も参加している「心のケアグループ」がある。

このグループの活動を Web や SNS にフィードバックしていくことで、交流が促進されており、中には市外へ転出してからも SNS に参加し続けている市民もいる。

もう1つのシステムとして、TV 会議システムがある。広域化に伴う、子育て支援イベントへ離れた地区での参加を念頭に置いて整備されたが、各地区の保健師同士のコミュニケーション手段としてもよく利用されている。

本システムは総務省の支援を受けてスタートしたが、今後は SNS 等に特化しつつ地域自身が自立的に運営して地域の支え合いをさらに実現していこうとしている。



利用 ICT	用途／役割	特徴等
Web「子育て net 元気っ津」	津市の子育てのコミュニティポータルサイト。	現場活動とのリンク
地域 SNS「元気っ津+plus」	子育ての悩み等の情報交換を行う津市版地域 SNS。	—
TV 会議システム	広域でのイベント参加。保健師等の地域間コミュニケーション。	—

図 2-38 津市子育て支援システム運営推進協議会

以上