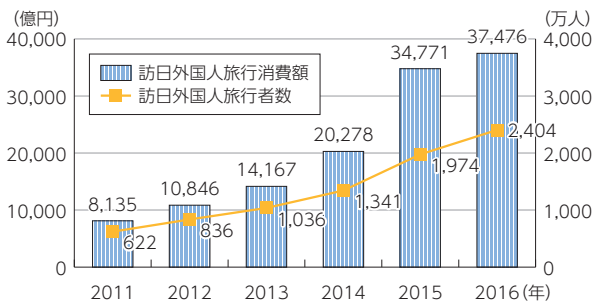


第 3 節 地方創生と ICT 利活用

1 観光立国を支える ICT 利活用

2016年の訪日外国人旅行者数は2,404万人と史上初めて2,000万人を超え、訪日外国人旅行消費額は約3.7兆円となった(図表4-3-1-1)。これは半導体等電子部品の3.6兆円、自動車部品の3.5兆円といった輸出額の規模に匹敵する。観光立国は、人口減少社会を迎える我が国がとるべき重要な戦略の一つであり、観光客を受け入れる地域でも訪日外国人をはじめとする観光客の呼び込みや、その利便性を向上させるための取組が求められている。

図表 4-3-1-1 訪日外国人旅行者数と訪日外国人旅行消費額の推移



(出典) 訪日外国人旅行消費額：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
訪日外国人旅行者数：日本政府観光局 (JNTO)「訪日外客統計」

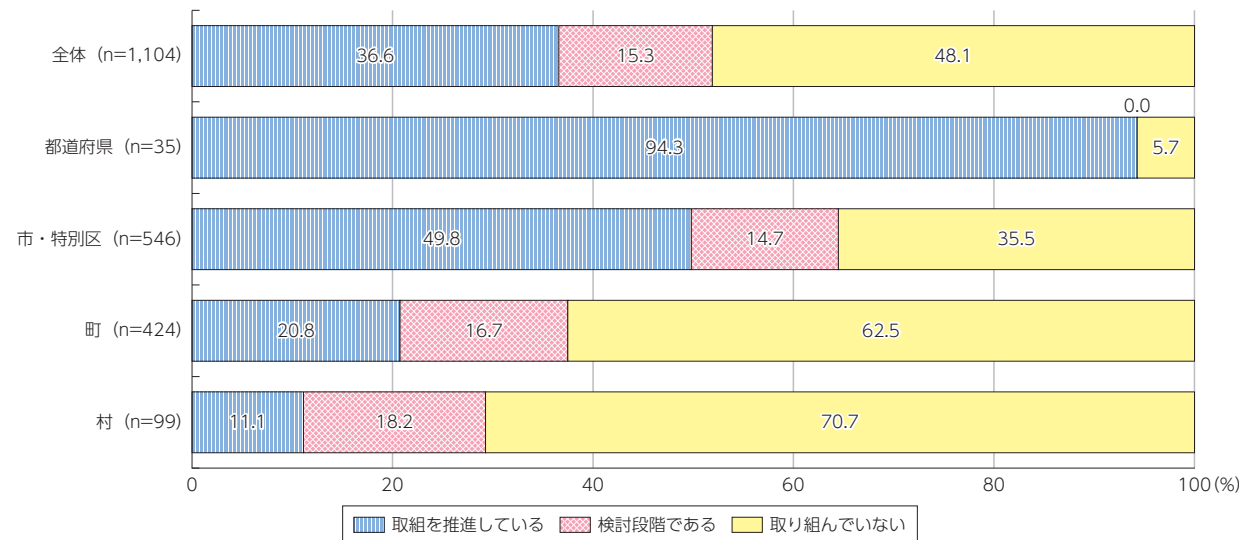
1 地域における観光客の利便性向上に向けた取組

各地域における ICT を活用したインバウンド観光に関する取組(訪日外国人旅行者の呼び込みや利便性向上)の状況を明らかにするため、全国の地方自治体を対象にしたアンケート調査を実施した。また、取組の実施状況と訪日外国人観光客・宿泊客数の増加との関係性についても分析した。

ア 自治体における ICT を活用した取組状況

ICT を活用したインバウンド観光に関する取組を推進している自治体は、4割近い(図表4-3-1-2)。都道府県では9割超が取組を実施している一方で、市・特別区や町村では取組を行っていない自治体も多い。「観光先進国」を実現するためには、都道府県による取組だけではなく、各市区町村がそれぞれの地域性を活かした取組の実施が広がることが重要であるといえるだろう。

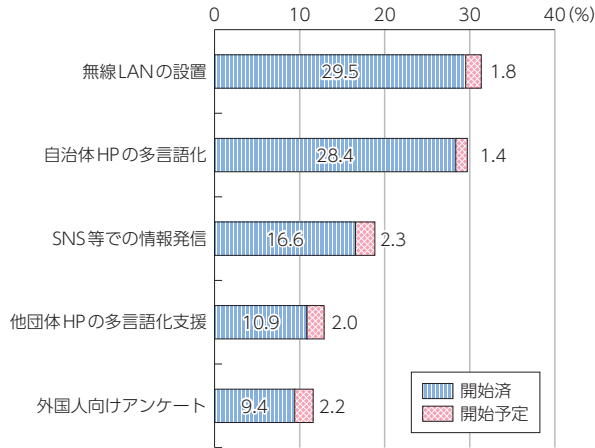
図表 4-3-1-2 インバウンド観光に関する取組の実施状況



(出典) 総務省「地域における ICT 利活用の現状に関する調査研究」(平成 29 年)

具体的な取組の実施状況を見てみると、実施率が高いのは「無線 LAN の設置」と「自治体 HP の多言語化」で、全自治体のうちおよそ 3 割が取り組んでいる(図表 4-3-1-3)。

図表4-3-1-3 インバウンド観光に関する具体的な取組の実施状況



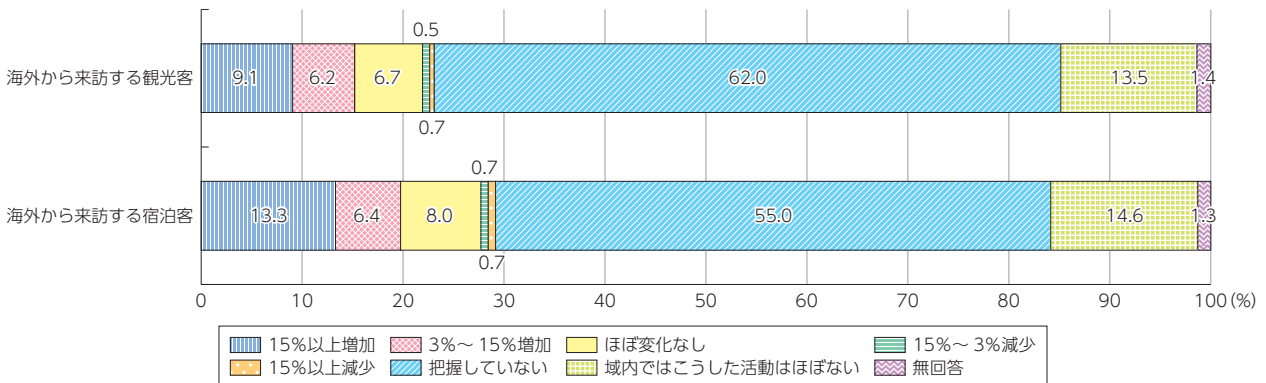
※集計対象はアンケートに回答した全自治体 (n=1,104)

(出典) 総務省「地域におけるICT活用の現状に関する調査研究」(平成29年)

イ 訪日外国人の増減と自治体の取組との関係

まず、2016年の訪日外国人観光客・宿泊客数が2年前(2014年)に比べてどのように変化したのかを尋ねた。観光客数については、「15%以上増加」が9.1%、「3%~15%増加」が6.2%とおおよそ15%の自治体が、宿泊客数については、「15%以上増加」が13.3%、「3%~15%増加」が6.4%とおおよそ20%の自治体が2年前に比べて増加したと回答している(図表4-3-1-4)。また、どちらも過半数の自治体が「把握していない」と回答しており、自治体ごとの取組状況の差のほか、急増する訪日外国人の実態を把握することの難しさの影響も推察される。

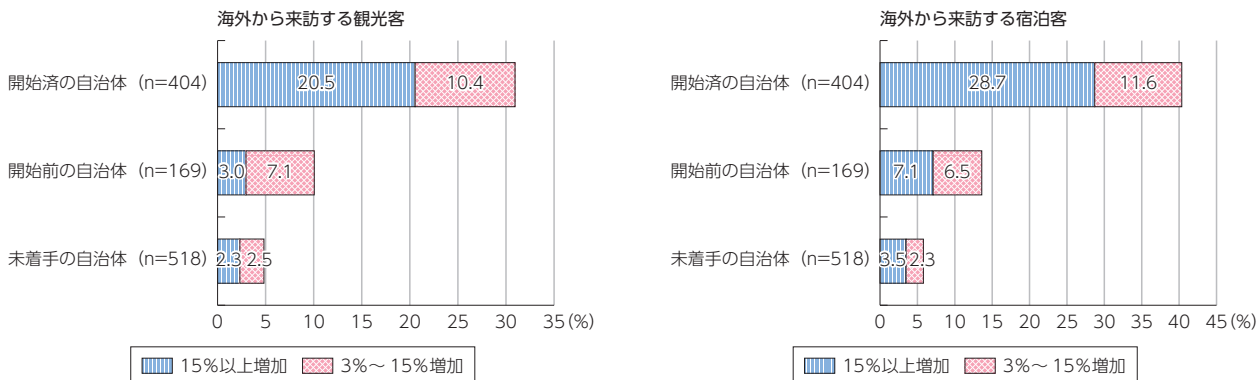
図表4-3-1-4 訪日外国人観光客・宿泊客数の変化



(出典) 総務省「地域におけるICT活用の現状に関する調査研究」(平成29年)

次に、インバウンド観光に関する取組の実施状況と訪日外国人観光客・宿泊客数の2年前からの変化との関係を分析した。取組を推進している自治体では、海外から来訪する観光客数が増加したという回答割合が大きくなっており、取組に積極的な自治体ほど観光客数が増加しているという傾向となった(図表4-3-1-5)。また、海外から来訪する宿泊客数についても同様の傾向がみられる。

図表 4-3-1-5 自治体の取組と訪日外国人観光客数との関係

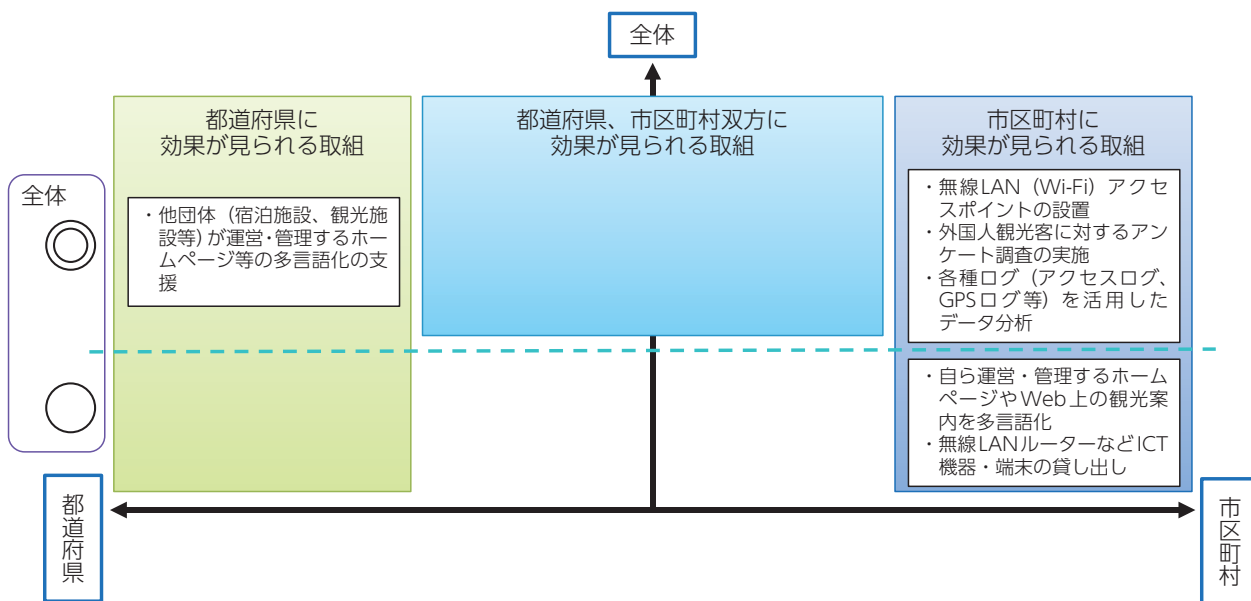


(出典) 総務省「地域におけるICT利活用の現状に関する調査研究」(平成29年)

ウ 計量分析

ここまでみてきたように、インバウンド観光に関する取組を実施している自治体では観光客や宿泊客が増加している割合が大きいことがわかった。そこで、具体的な取組の実施状況と観光客数の変化との関係性を明らかにするため、計量分析(パネルデータ分析)によって検証した^{*1}。その結果、訪日外国人観光客数の増加に対して「無線LAN(Wi-Fi)アクセスポイントの設置」や「各種ログ(アクセスログ、GPSログ等)を活用したデータ分析」など多くの取組がプラスに有意であることが確認できた(図表4-3-1-6)。特に、「無線LAN(Wi-Fi)アクセスポイントの設置」については、急速に取組が広がっており、そのような観光客の利便性を向上させる取組が行われている地域では訪日外国人観光客が増加していることが確かめられた。また、「外部のWebサイトやSNSを活用した外国人向けの情報発信・PR」の取組は有意な結果とならず、多くの情報が飛び交う中で外国人にPRし、各地域に呼び込むためには、情報発信にも一工夫必要ではないかと推察される。

図表 4-3-1-6 計量分析の結果(自治体の取組と訪日外国人観光客数との関係性)



※縦軸は全体(都道府県、市区町村)で分析した結果を元に、◎:有意水準1%で有意、○:有意水準5%で有意で分けている。また横軸は都道府県のみで5%有意、市区町村のみで5%有意、または双方で5%有意かどうかで分けている。

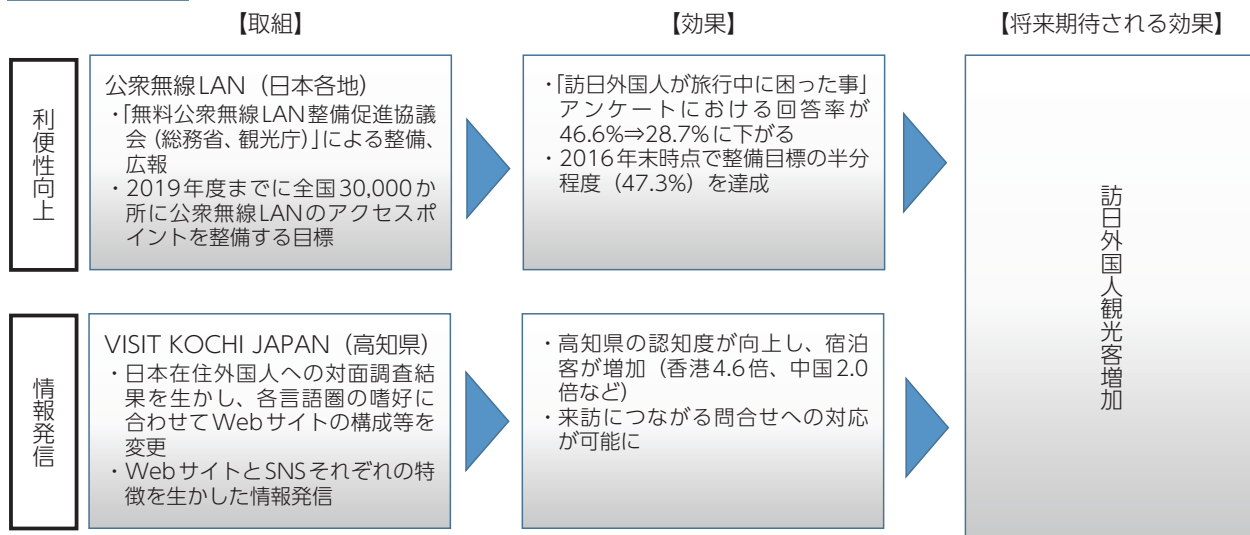
(出典) 総務省「地域におけるICT利活用の現状に関する調査研究」(平成29年)

*1 分析モデルの詳細については巻末付注6を参照。

2 観光客の呼び込み、利便性向上に役立つICT利活用

自治体アンケート（図表4-3-1-3）によれば、インバウンド観光に関する取組の中で「開始予定」の自治体を合めると3割超の実施率であるのが公衆無線LAN環境の整備と多言語によるウェブ上の情報発信である。図表4-3-1-6から各種の観光振興策の訪日観光客の増加への効果についての自治体側の評価が分かるが、両施策ともに相対的に高い効果があったと評価されている。ここでは公衆無線LAN整備の現状と、多言語によるWeb上の情報発信の具体的な事例をみていくこととする（図表4-3-1-7）。

図表4-3-1-7 交流人口増加に貢献するICT利活用の方向性



（出典）総務省「ICT利活用と社会的課題解決に関する調査研究」（平成29年）

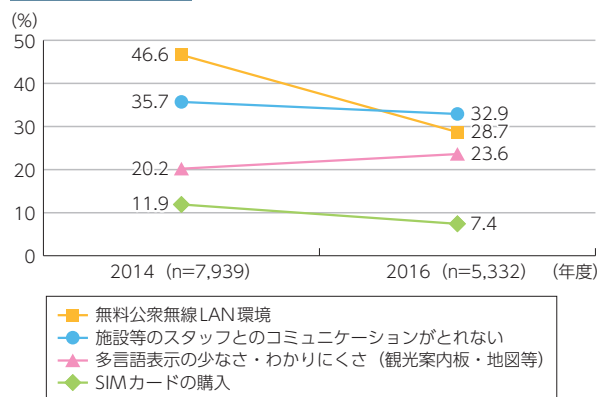
ア 公衆無線LAN環境の広がり

観光庁による「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関する現状調査（2014年度）」*2によると、「旅行中困ったこと」としては「無料公衆無線LAN環境」が46.6%で最も多く、訪日外国人旅行者における無料公衆無線LANへのニーズが高い結果となっていた。

無料公衆無線LANの整備促進に取り組むため、総務省では観光庁と連携して「無料公衆無線LAN整備促進協議会」を設置し、無料公衆無線LAN環境の更なる整備促進、利用できる場所の周知・広報、利用手続きの簡素化等を検討している。

地方においても、交通拠点、ホテル、コンビニ、飲食店、自販機等での民間主導による無料公衆無線LANの整備とともに、防災拠点などの行政主導による整備が進められている。2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、全国約3万か所に公衆無線LANのアクセスポイントを整備する目標を立てており、2016年度末の時点で目標のおよそ半分に当たる14,800か所でのアクセスポイント設置が進んでいる*3。これら無料公衆無線LAN整備の取組の進展もあり、観光庁が2017年2月に公表した「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート」では、「旅行中に困ったこと」として最も回答が多かったのは「施設等のスタッフとのコミュニ

図表4-3-1-8 訪日外国人旅行者が旅行中に困ったこと（抜粋）（複数回答）



（注）図中の選択肢の表記は2016年度調査に基づく。2014年度調査の「多言語表示（観光案内板等）」「SIMカードの入手、利用手段」の回答を図中に記載している。

（出典）総務省・観光庁 無料公衆無線LAN整備促進協議会 第3回幹事会資料「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関する現状調査（2014年度実施）」（2016年1月公表）
観光庁「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート（2016年度実施）」（2017年2月公表）

*2 総務省・観光庁 無料公衆無線LAN整備促進協議会 第3回幹事会資料「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関する現状調査（2014年度実施）」（2016年1月公表）<http://www.mlit.go.jp/common/001115689.pdf>

*3 総務省「防災等に資するWi-Fi環境の整備計画」の公表 http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01ryutsu06_02000131.html

ケーションがとれない」*4の32.9%であり、「無料公衆無線LAN環境」は28.7%で、2番目に多い回答となっている（図表4-3-1-8）。観光客の利便性向上を目的とした公衆無線LAN整備においては訪日外国人への情報提供や広域連携等の取組も同時に進められており、通信手段の提供と同時に観光客へのPRの面でも公衆無線LANが活用されることが期待されている（図表4-3-1-9）。

図表 4-3-1-9 観光客の利便性向上に向けた公衆無線LAN整備の事例

名称	地域	内容
HAKODATE FREE Wi-Fi	北海道函館市	函館市内の観光地で整備されている公衆無線LANサービスで、SNSアカウントを利用した認証により利用可能になる。認証に成功すると函館市公式観光情報サイト「はこぶら」へリダイレクトする。「はこぶら」では11言語に対応した観光案内等の情報を提供している。
TOHOKU JAPAN Free Wi-Fi	新潟県を含む東北地方の7県	新潟県を含む東北7県の観光地やコンビニなど約1万5,000カ所を対象とした広域の公衆無線LANサービス。利用するためには13言語対応の専用アプリのダウンロードが必要だが、最初に認証登録すると、次回以降はアプリを起動するだけでインターネットに接続できる。専用アプリでは東北地域の観光情報を掲載しており、観光客の回遊促進効果が期待される。
アクセスフリー成田	千葉県成田市	2014年に公衆無線LANサービスを開始。観光協会のWebサイト「FEEL成田」とのプッシュ通知による連携機能を備えている。「FEEL成田」のアクセス数は年間240万以上あり、多言語対応の効果で、海外からのアクセス数も増加、海外旅行者入れ込みにも貢献していると評価されている。
KANSAI Free Wi-Fi	関西広域連合 (大阪、京都、兵庫、滋賀、和歌山、奈良、徳島、鳥取)	専用の認証アプリを利用する事により、Osaka Free Wi-Fi、KYOTO Wi-Fi、KOBE Free Wi-Fi等、以前は別々に認証が必要だったアクセスポイント約10,000箇所を1度の認証で利用が可能となる。専用アプリでの観光情報提供もっており、関西圏全体の観光客の利便性向上を目的とする。
Onsen Oita Wi-Fi City	大分県大分市ほか	増加する訪日外国人客や市民の利便性の向上はもとより、共同調達・整備による導入・ランニングコストの縮減や各自治体にある観光施設の回遊性向上を図るため、複数自治体が連携して、公衆無線LAN (Wi-Fi) 設備を導入した。

(出典) 総務省「ICT利活用と社会的課題解決に関する調査研究」(平成29年)

イ 多言語によるウェブ上の情報発信のモデルケース（事例：高知県）

前出のとおり、多言語によるウェブ上の情報発信に取り組んでいる自治体は数多い。前述の自治体アンケートの計量分析の結果から、都道府県が「自ら運営・管理するホームページやWeb上の観光案内を多言語化」した場合、あまり高い効果は得られていない。

しかしながら高知県は例外である。同県の外国人延べ宿泊日数は、全国平均を上回る伸び率で増えている。その背景には、2015年9月に観光コンベンション協会が立ち上げた外国人向け観光情報サイト「VISIT KOCHI JAPAN」(以下「VKJ」)の存在がある（図表4-3-1-10）。

ドローン等による迫力のある動画の再生で始まるVKJの特徴は、5言語（英語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）、韓国語、タイ語）圏別の趣味・嗜好にあわせてサイト構成を変えて情報発信していることにある。立ち上げに先立ち、日本在住の外国人に対面調査を行って、言語圏別にどのような観光資源に魅力を感じているのか等を明らかにした。また、外国人目線での情報発信を心がけ、外国人ライターにも記事を執筆してもらっている。

もう一つの特徴がウェブサイトとSNSを使い分けている点にある。SNSはタイムリーな情報発信に強く、口コミによる情報拡散も期待できる。一方、ウェブサイトは、検証と改善を繰り返すことによって情報の質を向上できるなど、長いスパンでのプロモーションを発信できる強みがある。互いのメディアの長所を活かし、ウェブサイトでは県内の観光資源や訪問時に便利な情報を提供し、SNSではタイムリーな情報を発信している。相互に導線を設けるなどして連携することで高知県への誘客を促進している。

宿泊客やクルーズ船での来訪者を対象に高知県が行った調査によれば、高知県を認知した媒体としてVKJを挙げる者が16%を占め、テレビ（19%）、雑誌（17%）と遜色ない。高知県の認知度も高まっている。2015年度に香港45%、シンガポール38%、台湾33%であった認知度は、2016年度に香港55%、シンガポール45%、台湾44%に着実に増加している。延べ宿泊者数も、開設前の2014年と比べ2016年には香港4.6倍、中国2.0倍、台湾1.5倍などと大きく増えている。

言語圏別のマーケティング調査を徹底的に行った上で、外国人目線で、それぞれの言語圏の趣味・嗜好にあった情報を提供するだけでなく、関連データを把握して継続的に改善等を図りながら効果的な誘客につなげている。

*4 訪日外国人とのコミュニケーションを支援するICT利活用については、世界最先端IT国家創造宣言・官民データ活用推進基本計画（2017年5月30日閣議決定）において訪日外国人の利便性向上の観点から「訪日外国人観光客等に有益な飲食店や観光資源等のオープンデータ化推進」「多言語音声翻訳技術の研究開発及び社会実証」が重点的に講ずべき施策として挙げられており、今後の改善が見込まれる。

図表4-3-1-10 VISIT KOCHI JAPAN



(出典) VISIT KOCHI JAPAN (<http://visitkochijapan.com/>) をもとに作成

2 地域経済活性化、定住人口増加を促進するICT利活用

人口減少社会の到来による地域経済の縮小が課題となる中、企業におけるICTの利活用の進展による、労働生産性や企業業績の向上、雇用創出が期待されている。また、地域の定住人口増加に向けて、東京圏の仕事を地方に呼び込む、地域にある資源を生かした商品開発や販路開拓等を通じた地域経済活性化を図るにあたりICTが寄与するところは小さくないと考えられている。

1 ICTの効果を実感する地方企業

ICT導入スコア^{*5}に基づき従業員数300人以下の企業を4分割して、企業業績に違いがあるかどうかについてみてみた。

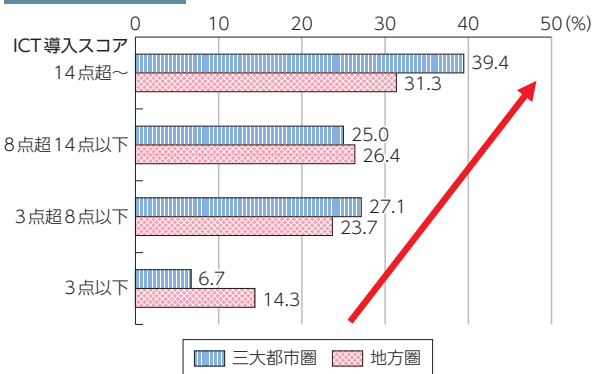
直近3年間の売上高の増減傾向では、おおむねICT導入スコアが高い企業ほど、良好となる傾向がみられた。従業員数300人以下の企業全体では、直近3年間の売上高が増加した企業の比率は、三大都市圏、地方圏ともにICT導入スコアが高い企業ほど多い傾向がみられ、ICTの利活用に積極的な企業ほど良好な業績を得ていることがわかる(図表4-3-2-1)。

同様に従業員数の増減傾向についてもICT導入スコアが高い企業ほど、良好となる傾向がみられた。三大都市圏、地方圏ともにICT導入スコアが高い企業ほど、この3年間に従業員数が増加した企業の比率が高くなっている。同様の傾向は、新規採用(新卒採用、中途採用)の状況にもみられ、今後より一層ICTへの取組状況によって従業員数が異なってくることが予想される(図表4-3-2-2)。

ICTの利活用に積極的な企業ほど、売上高、従業員数ともに良好な傾向がみられ、今後はさらに好転するものと考えられている。つまり、地域の企業が積極的にICTの利活用を進めることによって、地域の経済、雇用の拡大に寄与する可能性が高く、人口減少社会の課題解決に役立つものと考えられる。

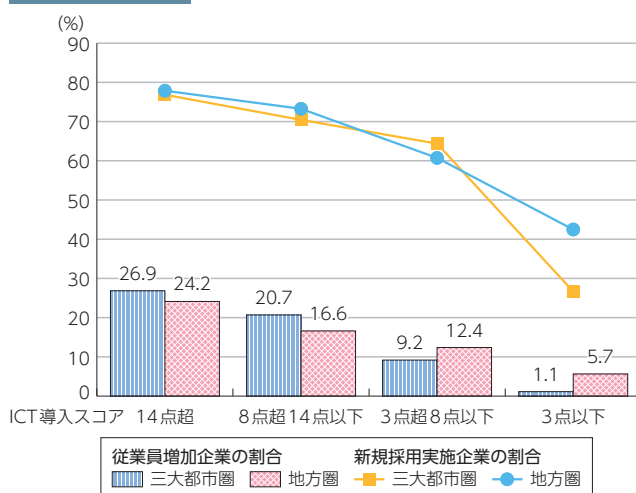
*5 ICT端末の導入状況(パソコン、スマートフォン、タブレット)、情報発信や取引におけるICT利活用(ホームページ、ソーシャルメディア、インターネット取引、情報発信・取引による効果)、クラウド・AI等の利活用(クラウド、ビッグデータ解析、自動取得したセンサーデータの分析、AI(人工知能))、情報システムの導入(企画・開発・設計、仕入・発注・調達、生産・製造、商品管理・在庫管理、サービス提供、営業・販売・顧客管理、物流・配送、経理・会計、給与・人事、情報共有)、経営課題解決のためのICT利活用(営業力、商品力、生産力、経営改革、人材力)にもとづくスコア(最大38点)

図表 4-3-2-1 直近3年間の売上高増加企業の割合 (従業員数300人以下)



(出典) 総務省「ICT利活用と社会的課題解決に関する調査研究」(平成29年)

図表 4-3-2-2 直近3年間の従業員数増加企業、及び新規採用実施企業の割合 (従業員数300人以下)



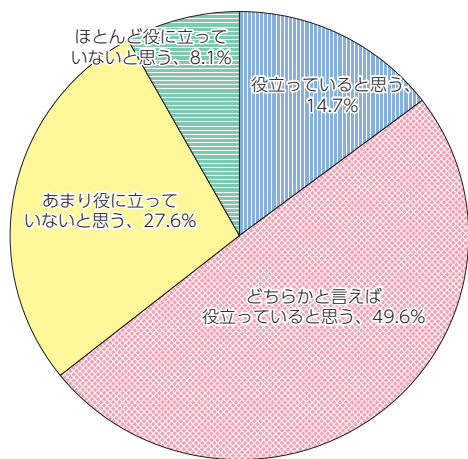
(出典) 総務省「ICT利活用と社会的課題解決に関する調査研究」(平成29年)

2 地域におけるICTを活用した取組

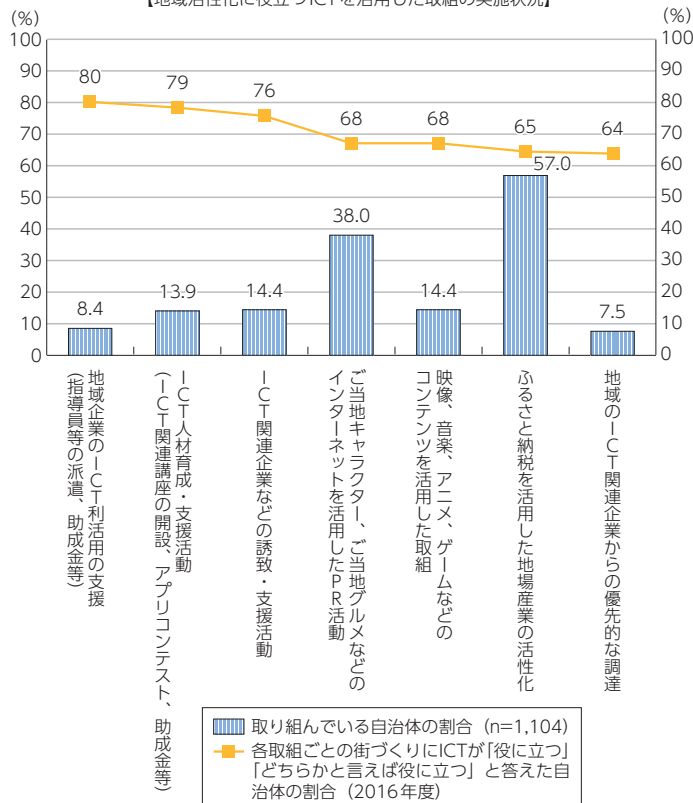
地方自治体向けのアンケート結果によると、地方創生などの街づくりにICTが「役に立っている」「どちらかといえば役に立っている」と答えた自治体の割合は6割を超えており、地域においてICTが街づくりに役立つ手段の1つとして活用されている様子が推察される(図表4-3-2-3)。また、街づくりにICTが「役に立つ」「どちらかといえば役に立つ」と回答した自治体の割合をICTを活用した街づくりの各取組の実施有無別に集計したところ、「地域企業のICT利活用の支援」「ICT人材育成・支援活動」「ICT関連企業の誘致・支援活動」を行っている自治体では街づくりにICT利活用が役に立っていると回答した自治体の割合が他の取組に比べると高くなっている事が分かった。これらの取組は現状では実施している自治体の割合が低いものの、地域におけるICT利活用を直接的に推進する取組であるため、今後より一層の進展が期待される取組であると言えるだろう。

図表 4-3-2-3 街づくりへのICTの貢献取組の実施状況

【ICT利活用が街づくりなどの地方創生に役立っているか】



【地域活性化に役立つICTを活用した取組の実施状況】



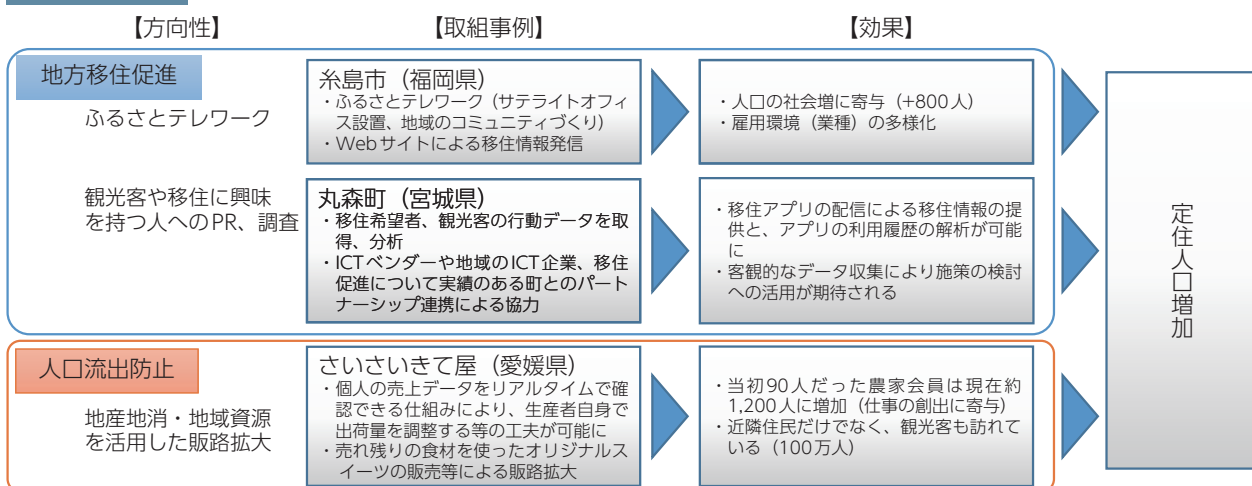
(出典) 総務省「地域におけるICT利活用の現状に関する調査研究」(平成29年)

3 ICTを活用した定住人口増加に資する取組事例

地方圏の人口減少を防ぐためには、都市圏からの人口流入を促すと同時に地方から都市への人口流出を防ぐ必要がある。第1節で見たように、地方圏での人口流出の要因として地方には都市圏と比べて良質な雇用がないと考えられている事があるのであれば、地域において都市圏から移住してきた人々が安定して働ける環境を整備する事が重要であろう。また、内閣府が2014年度に実施した「農山漁村に関する世論調査」*6によると、都市に暮らす住民のおよそ3割が農山漁村に移住したいという気持ちを持っている。このような地方への移住希望を持つ人々への情報提供等もICTを役立てられる分野であると考えられる。

これらの地域外から人を呼び込む施策と同時に、定住人口を増加させるためには既に地域に暮らす人々の生活を守ることで、すでに地域で暮らす人々の流出を防ぐ事が求められる。地域に暮らす人々の生活を守るためには働く事で安定した収入を得られる事が重要である。地域経済を活性化させ、安定した収入を得られやすくするための仕組みとしてICTを活用したり、地域にある資源を生かして新たな商品を開発し、販路を地域外に広げていく事もICT利活用の方向性として考えられるだろう(図表4-3-2-4)。

図表4-3-2-4 定住人口増加に貢献する取組の方向性



(出典) 総務省「ICT利活用と社会的課題解決に関する調査研究」(平成29年)

ア ふるさとテレワーク×クラウドソーシングによる移住定住促進(事例:糸島市(福岡県))

糸島市(福岡県)は、福岡市の中心部から電車で30分ほどに位置し、美しい海岸線のある自然環境に恵まれた人口約10万人の市である。市内に働く場が少ないこともあって、若者の市外への流出による人口減が続いていた。そこで、市では働く場を創出するため、食品関連企業等の誘致や九州大学関連の新産業・起業創出に挑み、成功体験を積んだ。移住・定住促進の次なる展開として、民間との協働(糸島コンソーシアム*7)で総務省のふるさとテレワーク事業に取り組んだ。

その第一歩として、東京からの移住、本社機能の移転等を念頭においたテレワークセンターを、市街地から離れた志摩芥屋地区に置き実証事業に取り組むこととした。コンソーシアムに参加しているクラウドソーシング会社の社員が、本社機能の一部をテレワークで行う。また、テレワーク協会の会員企業に属する社員が各社のテレワークシステムで業務を行い、クリエイティブな仕事や付加価値が求められる業務で高評価を得た。

次の一歩として、子育て世代家族の移住を念頭におき、駅の徒歩圏に前原テレワークセンターを開設した(図表4-3-2-5)。市街地から離れた志摩芥屋とは対照的な立地条件だ。アンケートをとってみると、女性の就業意欲が高いこと、また、仕事をしたい人たちと仲間づくりをしたいニーズが強いことが分かった。こうした母親がテレワークセンターに集まって来られるように、家事や農作業等のすきま時間に手掛けられるクラウドソーシングに取り組んだ。市の担当者は「一旦協力体制ができあがると、仕事について自分で考え、能動的に取り組める。その結果、ふるさとテレワークが女性の就業の選択の幅を広げるきっかけとなることが分かった。」とテレワークの効果を語る。

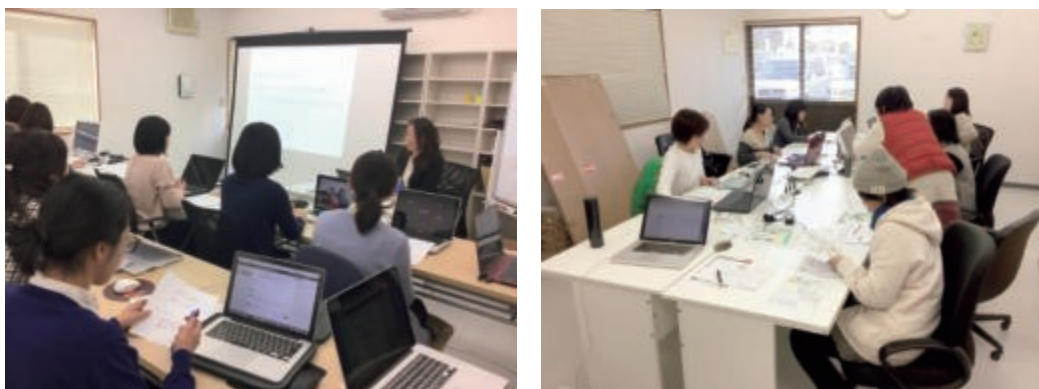
*6 内閣府「農山漁村に関する世論調査」<http://survey.gov-online.go.jp/h26/h26-nousan/>

*7 総務省「ふるさとテレワーク推進のための地域実証事業」のために設立されたコンソーシアムで、糸島市、九州大学、西日本新聞社、ランサーズ、日本テレワーク協会(代表者)がメンバー。現在は、これら5社に加えて、糸島女性支援プロジェクト、スマートデザインアソシエーションが追加メンバーとなっている。

糸島市は、情報発信にも力を入れている。2013年度に定住促進Webサイト「糸島生活」、2015年度に子育て世代応援Webサイト「いとネット」を立ち上げた。続けて2016年に「テレワーク推進事業」を実施し、子育て中の女性のためのテレワーク技術習得を目的とした連続講座を開催した。2017年度には「ママライタースタートアップ事業」を実施予定で、これは市民女性ライターを育成し、将来的には市からの委託で情報発信を行うなど自立していくことを目指す事業だ。子育て中の母親目線で生きた情報を発信することを通じ、働く女性の後押しとなることが期待されている。

なお、同市の取組は、サテライトオフィス整備にとどまらない。2017年4月に入り、IoT向け製品の開発・生産を行っている会社^{*8}の工場誘致に成功した。福岡県の小川知事は「糸島リサーチパークに民間企業の第一号として新工場を建設され、新たな雇用が生まれる事を大変うれしく思っています」と述べている。

図表 4-3-2-5 前原テレワークセンター（ママトコワーキングスペース）の様子



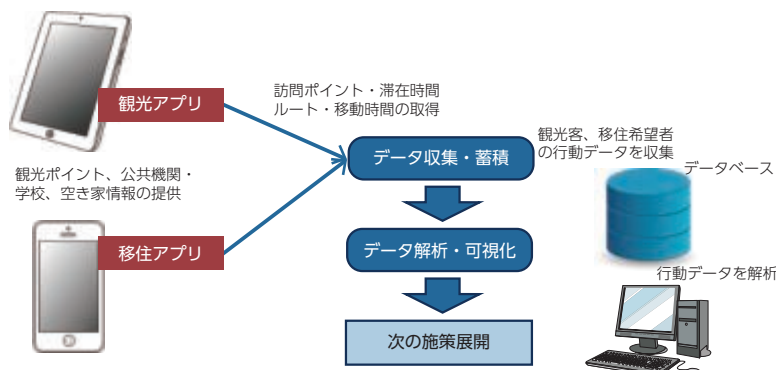
(出典) 糸島女性支援プロジェクト提供

イ 行動履歴データを活用した観光客の行動履歴収集（事例：丸森町（宮城県））

宮城県の最南端に位置し、福島県に隣接する丸森町は、阿武隈川が流れる人口1万4千人、世帯数5千程度の町である。中山間地域にある自治体の例にもれず、少子高齢化及び人口減少が課題となっている。こうした現状を打破することを目的に、2016年4月に「まるもり移住・定住サポートセンター（じゅーびたっ）」^{*9}を開設。移住検討者に対する、移住支援制度や住まい、就業に関する相談対応等、一人ひとりのニーズに応じたワンストップサービスを提供している。また、移住希望者向けのイベント（移住ツアー、移住体験プログラム）の実施や、受け入れ側の地域への支援などの活動もしている。

あわせて、「施策を企画、展開していくうえで、データ分析は必要」（同町担当者）という認識のもと、データの収集にも取り組むこととした。「じゅーびたっ」では、来訪した観光客に対し、観光アプリ「JOYin!」を搭載したタブレットを貸し出す。アプリでは観光地やWi-Fiスポットなどの情報を提供して町内での回遊を促進する。加えて、移住希望者の利用を想定して公共機関や学校、空き家情報も提供する。来訪者の行動履歴をアプリから収集して蓄積する。GPS機能を利用することで訪問したポイントやそこでの滞在時間、移動経路や移動にかかった時間などが分かる。収集したデータを解析し、観光客の利便を高めようといった施策の検討に役立てていく。移住アプリは、求人、空き家といった移住、定住や観光に関する情報をプッシュ配信する。アプリをダウンロードした人達の各サービスの利用データや行動情報をデータ解析に役立てる（図表 4-3-2-6）。

図表 4-3-2-6 丸森町CRM導入構築事業の概要



(出典) 丸森町への取材より作成

^{*8} 株式会社Braveridgeを指す (<https://ssl.braveridge.com/585/>)。同社は、LPWA（省電力で広域をカバーできる新たな無線通信規格）として認められているLoRaWANに対応した製品の量産化を目指している。2017年4月27日、福岡県より国家戦略総合特別区域法に基づく課税の特例措置を受ける法人として指定された。

^{*9} 丸森町ホームページ「まるもり移住・定住サポートセンターの開設について」
http://www.town.marumori.miyagi.jp/kosodate/t10/suport_center.html

本事業が、地方創生交付金の対象となっているCRM導入構築事業の一部であり成果展開が求められることから、2016年10月にICTベンダーや地域のソフト会社、岩美町（鳥取県）など5社2町でパートナーシップ協定を締結した。この協定を通じて、データを収集するためのアプリ及びCRMをベースとするデータ蓄積・解析のための基盤整備と、町の取組を広く発信するためのプロモーション活動をパートナーとともにやる。

本システムの本格稼働は、2017年4月以降であり、成果が現れるのはこれからだ。同町の担当者は「本事業が実用段階に移行した際は、収集、解析したデータを役場だけで利用するのではなく、企業や商店なども含め、町、地域全体で共有するとともに、周辺自治体との連携も視野に入れていく」としている。

ウ ICTを活用した地産地消で地域活性化（事例：さいさいきて屋（愛媛県））

さいさいきて屋は、JAおちいまばりが運営する直売所である。高齢化に伴う担い手の減少や兼業農家・小規模農家の農協離れによる集荷量の落ち込みに対する問題意識があり、出荷規模の小さな兼業農家や高齢者、女性等の受け皿になるために2000年にオープンした。

オープン当時、ファクシミリが主だった農家との情報のやり取りについて、POS更新にあわせて、携帯電話に電子メールで売上が配信するシステムを独自開発した。生産者側で農作物など商品ごとの売上がリアルタイムに把握できる。生産者は午前中の販売状況をメールで確認し、それを受けて午後からの収穫、出荷量を調整する。商品に貼付するラベルは、生産者自身がタッチパネル式ディスプレイを操作することで作成する。バーコード作成情報は出荷履歴として蓄積され、精算時に反映される。POSシステムにより、店舗、生産者、商品などを、日次、月次で売り上げ管理、分析ができ、生産者に売上実績をメール配信するほか、生産者自身がラベル発行端末のタッチパネルを利用して、個人の売上実績をみることができる。

リアルタイムで売上が分かる効果はてきめんだ。JAの担当者も「売れるから面白く、もっと売れるよう品質や作物種別、時期などを工夫する」と、生産者の農業に対する姿勢が大きく変わったことを実感したという。当初90人ほどだった生産者会員（農家等の出荷者）は、現在では1,200人に拡がり、女性の会員も増えている。さいさいきて屋の売上は、2億円ほどから28億円にまで拡大し、雇用も4人（うち職員1人）から130人（職員15人）に増えた。今では、近隣住民だけでなく、観光バスで訪れる人も多く、100万人以上が来店する人気となっている。開発したPOSシステムは、産直施設運営向けの統合型POS販売管理パッケージとして、全農（全国農業協同組合）がライセンスを譲り受けることで全国のJA直売所、道の駅への普及も進み、全国で200を超える店舗での導入実績がある。

地域への貢献活動の一環として、2014年からタブレットを利用したネットスーパー事業を始めた（図表4-3-2-8）。特に高齢化が進んでいる島嶼部を管内に持つことから、買い物難民対策として実施するもので、さいさいきて屋の商品、日用品約1,000品目についての注文ができる。高齢者でも簡単に利用できるよう、タブレットは専用端末とし、インターネット接続等の機能はつげず、通信料金も抑えた。利用者ごとに端末が決まっているので、買い物時の認証も不要である。また、タブレット画面に手書き入力した手紙を、画像データとして前もって登録した相手先に送る機能がある。このほか、高齢者の見守りの機能をつけている。トップ画面にある花の種に、毎日水をやるというゲームのようなもので、買い物も水もやらない日が2日続くと、システムが自動検知し、スタッフが電話連絡や訪問することで見守りをする。今治市とは見守りのための協定書を結んでいる。

近隣に大型店が出店するなど競争が激しくなっており、JA担当者は「今後は、大きな経費も必要としないSNSなどインターネットを活用した情報発信に力を入れていく」としている。

図表 4-3-2-7 ネットスーパーのタブレット画面



（出典）総務省四国総合通信局ホームページ^{*10}

*10 <http://www.soumu.go.jp/soutsu/shikoku/ict-jirei/anshin01-saisai.html>