

地域 ICT 利活用モデル構築事業実施地域
における効果検証等に関する調査

総務省

平成 21 年 3 月

目 次

第1章 調査の概要	1
1. 1 調査の目的	1
1. 2 調査の対象	1
1. 3 調査の期間	2
1. 4 調査の内容	2
第2章 調査の結果	3
2. 1 北海道美唄市	4
2. 2 青森県弘前市	14
2. 3 岩手県遠野市	20
2. 4 福島県南相馬市	28
2. 5 千葉県市川市	35
2. 6 東京都世田谷区	37
2. 7 東京都三鷹市	43
2. 8 神奈川県厚木市	52
2. 9 山梨県中央市	59
2. 10 長野県松本市	66
2. 11 富山県南砺市	73
2. 12 石川県金沢市	82
2. 13 岐阜県岐阜市	90
2. 14 静岡県磐田市	97
2. 15 三重県津市	103
2. 16 京都府京丹後市	109
2. 17 兵庫県神戸市	116
2. 18 和歌山県那智勝浦町	125
2. 19 島根県海士町/京都府宮津市	128
2. 20 岡山県岡山市	136
2. 21 広島県安芸太田町	144
2. 22 徳島県神山町	149
2. 23 愛媛県松山市	156
2. 24 高知県津野町	163
2. 25 福岡県添田町	171
2. 26 熊本県天草市	178
2. 27 鹿児島県奄美市	185
2. 28 沖縄県伊江村	193

第3章 調査の統括.....	199
3. 1 設定指標、設定目標の妥当性.....	199
3. 2 各事業における効果.....	200
3. 3 効果評価から導かれる事業の成功ポイント.....	203
3. 4 他地域への展開.....	206
3. 5 事業評価における今後の課題.....	206

第1章 調査の概要

1. 1 調査の目的

地域 ICT 利活用モデル構築事業は、地域の活性化や少子高齢化への対応等といった課題について ICT の利活用を通じて解決しようとする取組を、地方公共団体に対する委託事業として平成 19 年度から実施している。また、その成果を広く周知することにより、ICT 利活用の普及を図り、もって地域の課題を自律的に解決できる社会の実現を目的としている。

本調査は、モデル事業の実施地域における効果を検証するものである。

1. 2 調査の対象

本調査では、平成 19 年度にモデル事業を実施した地方公共団体のうち、既に報告書の提出があった以下の 28 団体を調査対象とした。

調査対象団体(主なテーマ)

1.北海道美唄市(交流・観光)	15.三重県津市(福祉)
2.青森県弘前市(安心・安全)	16.京都府京丹後市(地場産業・市街地活性化)
3.岩手県遠野市(福祉)	17.兵庫県神戸市(交流・観光)
4.福島県南相馬市(福祉)	18.和歌山県那智勝浦町(福祉)
5.千葉県市川市(安心・安全)	19.島根県海士町と京都府宮津市の連携 (交流・観光)
6.東京都世田谷区(福祉)	20.岡山県岡山市(安心・安全)
7.東京都三鷹市(総合的地域活動)	21.広島県安芸太田町(総合的地域活動)
8.神奈川県厚木市(総合的地域活動)	22.徳島県神山町(交流・観光)
9.山梨県中央市(福祉)	23.愛媛県松山市(総合的地域活動)
10.長野県松本市(交流・観光)	24.高知県津野町(福祉)
11.富山県南砺市(地場産業・市街地活性化)	25.福岡県添田町(福祉)
12.石川県金沢市(総合的地域活動)	26.熊本県天草市(地場産業・市街地活性化)
13.岐阜県岐阜市(安心・安全)	27.鹿児島県奄美市(地場産業・市街地活性化)
14.静岡県磐田市(安心・安全)	28.沖縄県伊江村(交流・観光)

各地域のモデル事業に関わった「事業の内容等を検討するための対象団体が設置した協議会等に参加する各種機関」、「システム等の利用者」、「その他事業の実施に関係する者」

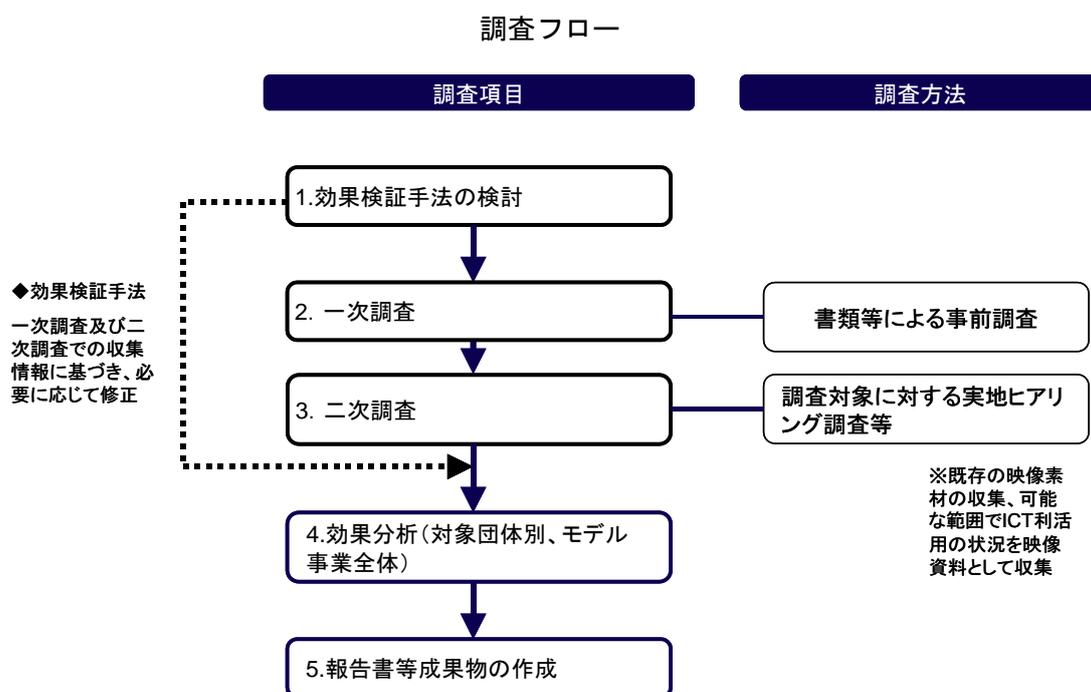
を対象に調査を実施した。

1. 3 調査の期間

平成 21 年 1 月 ～ 平成 21 年 3 月

1. 4 調査の内容

本調査は以下の手順で実施した。対象団体による事業報告書など既存資料から、設定課題と達成目標等の関連性及び妥当性を検証し、効果検証手法の検討を行い、これを踏まえて、各団体における取組について、既存資料に基づく調査(一次調査)、ヒアリング調査(二次調査)を実施した。さらにこの結果に基づき、対象団体全体の事業効果について分析を行った。



第2章 調査の結果

第1章の調査フローに従い、平成19年度ICT利活用モデル事業を開始した全28地域についての調査結果を、以下の通り述べる。

2. 1 北海道美唄市

事業名「美唄郷土情報による地域活性化モデル事業」

(1) 背景

美唄市は、かつて炭坑の町として賑わいを見せたが、炭坑閉山後は多数の住民が離れていき、活気が失われていった。現在は、多くの人にとって、札幌から旭川に向かう際の「通過する町」になっている。しかし、美唄にゆかりのある人や美唄に思いを寄せている人(以降、「美唄ファン」)は多く存在している。また、美唄には農産品、特産品、観光資源といった魅力的な地域資源を有している。そこで、美唄の魅力をアピールすることで、「通過するまち」から「立ち寄ってみたいまち」にすることができないかと考えるようになった。

① 美唄市の地域資源

美唄市の地域資源としては、農産品は、アスパラガス、ハスカップ、おぼろづき(米)などがあり、特産物は、米粉、美唄やきとり、なかむらのとりめしなどがある。観光資源としては、宮島沼、日本最北限で咲く桜、アルテピアッツァ美唄などがある。

② 美唄ファンへの情報のアピール

かつて、美唄に住んでいたが、現在は美唄外に在住している人達など美唄にゆかりのある人達は多く存在する。また、定年後を美唄で過ごしてみたいと考えている人達もいる。しかし、彼らに対する移住情報のアピールが不足していることに問題を感じている。

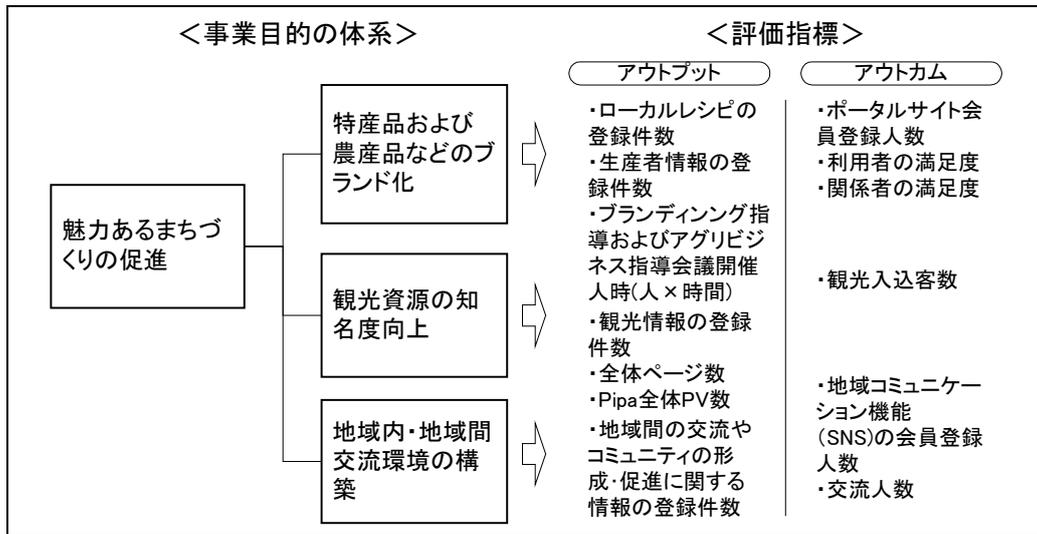
③ 市内各団体の交流環境

「美唄グリーンツーリズム研究会」、「美唄こめこ研究会」、「びばい炭坑の記憶再生塾」など多くの民間団体が存在しており、個々の団体は活発に活動している。しかしながら、美唄市が団体間の交流の場を提供できていないため、団体間での情報共有や情報交換が行われていない。

(2) 事業目的と概要

魅力あるまちづくりの促進を図ることによって、美唄市を「通過するまち」から「立ち寄ってみたいまち」へ変えていく。そのために、特産品及び農産品等のブランド化、観光資源の知名度向上、地域内及び地域間の交流環境の構築を進める。特産品及び農産品等のブランド化に当たっては、美唄市内の生産者を対象にしたブランディングセミナーを実施する。

事業目的の体系と評価指標



平成 19 年度は、美唄ファンポータルサイト「PiPa」を構築するとともに、特産品及び農産品等のブランド化に向けた、ブランディング推進及びアグリビジネスの指導会議を開催した。

平成 20 年度は、新たに農産品・特産品販売管理システムの開発を行い、美唄市内の大手入浴宿泊施設「ピパの湯ゆ〜りん館」内の農産品の直売所「ぴぱま〜と」に導入した。

① 美唄ファンポータルサイト「PiPa」

美唄ファンポータルサイト「PiPa」とは、美唄の農産品、特産品やさまざまな郷土情報をインターネットで全国に発信するホームページのことである。主な機能は、以下の通りである。

「PiPa」の各種機能

各種郷土情報の閲覧	美唄の農産品、特産品、観光資源、農産品・特産品のレシピ、美唄市内のイベントなどの各種情報を閲覧できる。
記事投稿	美唄市にまつわる様々な記事を作成して投稿でき、投稿後は「PiPa」のトップページに記事が掲載される。
インターネット販売	「PiPa」内で販売されている農産品や特産品を購入することができる。
ホームページ作成	専門の知識がなくても容易に自分専用のホームページを作成して、様々な情報を全国に発信できる。
地域 SNS	招待制となっており、招待された限定されたメンバー同士で意見交換やあるテーマに関する交流を持てる。

美唄ファンポータルサイト「PiPa」

PiPa www.pipai.jp
美唄ファンポータル Hokkaido BIBAI city Portale site Network Service System.

トップページ 美唄・直送便 記事投稿 コミュニケーション マイホーム 会員登録

検索開始

ようこそ ゲスト様

ログイン

簡易投稿

天気予報
美唄の天気

人気トピック
アスパラのおいしいゆで方
よもぎ団子
若きパティシエが運ぶ洋菓子...
【特集】決定版 美唄焼き鳥が...
大人の隠れ家でほっと一息...
たつみ 美唄焼き鳥老舗の味

色々な「したい!」を募集中!

ブログをつくる 産業ポータル 移住支援 地域連携

くわしくはこちらから

平成20年度のポータルアップデート中につき、一定の期間コンテンツの一部に不安定な症状が現れます。申し訳ございませんがご了承下さい。
美唄ファンポータル「PiPa」のご利用ありがとうございます。2/11-2/28の定期報告です。
2月の総閲覧数は52,501ページビュー、月末時点での会員数は905人です。
おっとお！美唄ファンの皆さんにご支援いただいたお陰で、もうすぐ1,000人を突破しそうです。
んへ、突破したら、なにかお祝いイベントしたいなあ。2月のアクセスランキングはコチラから。

② 農産品・特産品販売管理システム

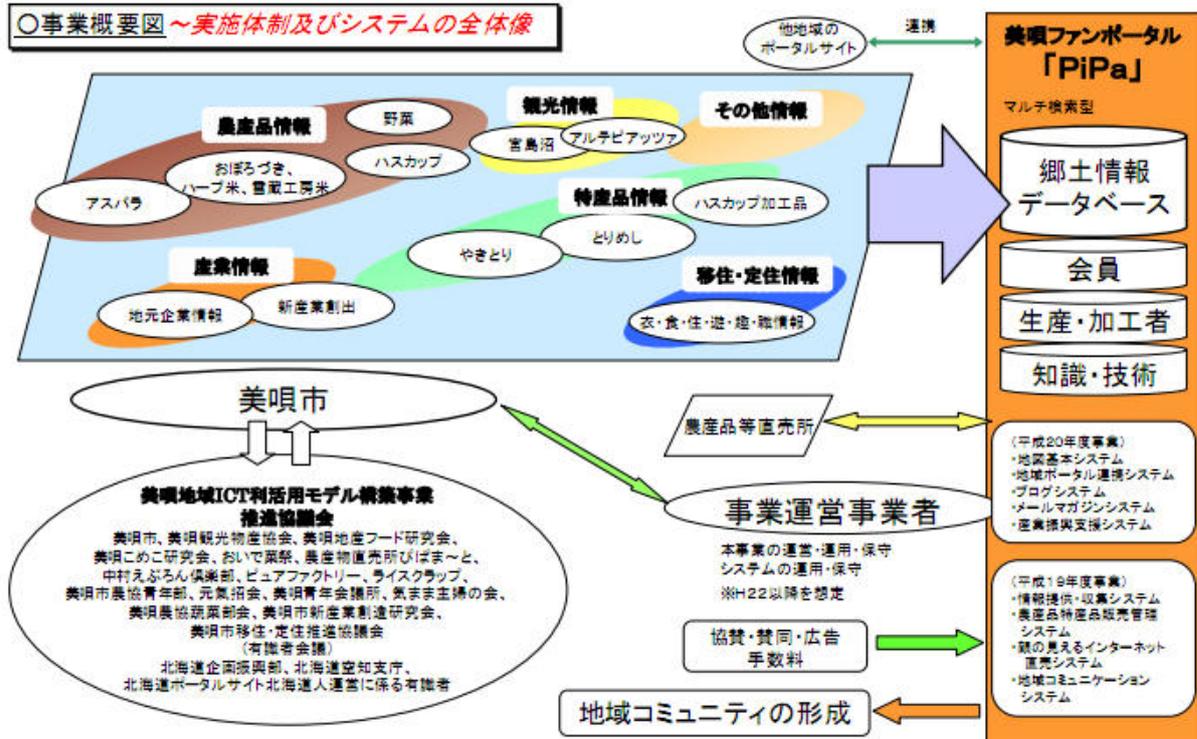
農産品・特産品販売管理システムとは、農産品・特産品の直売所における販売管理を支援するシステムである。以下の手順で販売を行っている。

- 1)商品内容(商品名・価格・生産者など)をシステムに登録すると、QRコードが付されたシールがプリントアウトされる。
- 2)シールを商品に貼付して、商品を店頭に並べる。
- 3)レジで商品に貼付されているQRコードを読み取ることにより、会計金額が算出される。
- 4)システムをチェックすることにより、リアルタイムに商品の売上金額・数量を把握することができる。
- 5)その他に、1日3回(12時、15時、18時)生産者の携帯電話に直近の売上状況のメールが配信される。

農産品・特産品販売管理システムの概要



事業概要図



(3) ICT利活用のメリット

- 「PiPa」のブログ機能により、美唄市の季節の風景や美唄市で行われたイベントなど、美唄の旬の情報をリアルタイムに全国各地の美唄ファンに発信することができる。
- 「PiPa」のインターネット販売機能により、美唄の農産品や特産品を販売することができる。また、農産品や特産品の情報、レシピ、生産者情報などの多様な情報を伝えることができる。
- 「PiPa」に農産品・特産品・観光資源などの地域資源情報を集約し、一元管理することで、美唄の知名度向上への活用を図ることができる。
- 農産品・特産品販売管理システムを利用することによって、農産品の直売所において、消費者は生産者情報を携帯電話で確認することができ、販売者はリアルタイムで販売状況を確認することができる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
郷土財産である地元農産品を利用したローカルレシピ情報の登録件数と安心安全な食の提供に向けた生産者情報の登録件数	50 件	114 件	累計 150 件	累計 177 件
安全で良質な農産品、特産品作りや、安定した経営確立と担い手の育成・確保に向けた知識・技術情報の登録件数	20 件	26 件	累計 30 件	累計 31 件
特産品及び農産品等のブランド化に向けたブランディング指導及びアグリビジネス指導会議開催人時(人×時間)	200 人×時間	214 人×時間	—	—
地域資源を活用した観光情報の登録件数	50 件	50 件	累計 100 件	累計 99 件
「PiPa」の全体ページ数	400 頁以上	486 頁	—	—
美唄の知名度向上を図るための「PiPa」の全体 PV 数(露出度)	25,000 PV/月	18,000 PV/月	50,000 PV/月	51,829 PV/月
各種サークルや団体など地域間の交流やコミュニティの形成・促進に関する情報の登録件数	100 件	70 件	累計 400 件	累計 566 件
「PiPa」を利用する生産者や市	500 人	180 人	累計 800 名	累計 845 名

民、美唄ファンの会員登録人数				
利用者の満足度	80%以上	83%	—	—
関係者の満足度	80%以上	83%	—	—
インターネットや農産物直売所にて、安心・安全な食品の提供を行うことによる、販売額の増加	—	(830 万円)	1000 万円	902 万円
美唄郷土ポータルサイト構築後の観光入込客数	40 万人	40 万人	—	—
地域交流コミュニケーション機能(SNS)の会員登録人数	50 人	52 人	累計 100 名	累計 106 名
地域 ICT 利活用モデル構築事業推進協議会等による生産者、消費者、住民の交流者(事業参加者)数	生産者 30 人 協議会 14 団体	生産者 65 人 協議会 14 団体	生産者 50 人 協議会 16 団体	生産者 70 人 協議会 16 団体

*平成 21 年 3 月 2 日時点で把握している最新状況

- 平成 19 年度は、ポータルサイトのサービス利用開始が平成 20 年 3 月 25 日からのため、アンケートの数値は実質 7 日間での運用に対する数値結果となっている。
- 観光入込客数は平成 19 年度で目標を達成している。しかしながら、観光入込客数は、大きな行事やイベント開催の有無によって左右されるため、ICT 利活用の成果を測る指標として適格性を欠くと、美唄市は判断した。そのため、平成 20 年度以降は観光入込客数を目標指標から外すことにした。
- 平成 20 年度から農産品・特産品の販売管理システムの利用を開始し、新たに上記システムを導入している直売所での売上額を目標に設定している。なお、売上実績の内、約 9 割が農産品直売所での売上で、約 1 割がインターネット通販による売上となっている。
- 平成 20 年度は満足度調査を実施していないため、利用者・関係者の満足度は、目標に設定していない。また、ポータルサイトの全体ページ数についても、平成 19 年度でほぼ全てのページが作られたため、平成 20 年度は目標指標から外した。
- ブランディング指導及びアグリビジネス指導会議は、平成 19 年度のみの開催であるため、平成 20 年度は目標指標から外した。
- 平成 20 年度実績が目標に未達となっている項目は、平成 20 年度末時点で目標に達する見込みである。

(5) 独自の工夫

- 美唄ファン向けの積極的なPR

美唄市民や観光客向けに、独自のリーフレットを作成し、「PiPa」の活用方法をアピール

した。特に、観光やグルメなどの地域話題を発信できる、美唄の農産品や特産品を知ることができる、美唄の逸品を購入することができるなどのメリットを積極的にアピールすることを意識した。

美唄市「PiPa」紹介リーフレット



➤ 「歌舞裸祭」と「PiPa」との連携

美唄市主催の「歌舞裸祭」と「PiPa」との連携を図り、サイトに対する認知を高めて、アクセスしてもらうきっかけ作りを行った。

「歌舞裸祭」では、美唄青年会議所が主催したおにぎりコンテストの最終審査を行い、最終審査に進む6つの候補作品を「PiPa」上で投票できるようにした。また、おにぎりコンテストのチラシに「PiPa」の案内を掲載するなどアクセスを促す工夫を加えた。ネット上とイベント上とで審査を行うことで、美唄市民の多くに「PiPa」への関心を持ってもらうきっかけとなった。

美唄市「おにぎりコンテスト紹介リーフレット」
おにぎりコンテストのお知らせ及びコンテストの様様



(6) 事業における困難な点

- 今後、「PiPa」のコンテンツを充実させるために、宮島沼などの観光資源の風景を動画で配信することを検討している。しかしながら、現時点で美唄市には光ファイバーが導入されておらず、最高速の通信網でも ADSL であり、ISDN を利用している地域も存在している。そのため、動画配信を行った場合に、動画を閲覧できない世帯や、データ量の増大により操作が出来ない世帯も出てくるのが懸念され、インフラの整備が課題となっている。
- 美唄市においては、住民における高齢者の割合が高く、パソコン普及率も高くない。そのため、比較的 IT リテラシーの高くない高齢者が多く、そういった人達でも比較的容易に「PiPa」を利用できるということを知ってもらうための機会を設けることが必要になる。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 美唄市は、今後農産品・特産品といった食を中心とした市の活性化を考えており、将来的には、アンテナショップの設立や道の駅の設立などを検討している。リアルな店舗で食品を販売するとともに、「PiPa」を通じたインターネット販売により、美唄のア

ピールの相乗効果を図っていく狙いをもっている。

- 今後は、「PiPa」と道内の他の町(上富良野町、美瑛町、浜頓別町)のホームページとの連携を強化していく予定である。美瑛市は、農産品が主力商品であるため、酪農品や水産品を主力としている町と連携することによって、それぞれの強みを活かしたユーザー獲得の相乗効果が図れると期待される。
- 農産品・特産品の販売管理システムは、平成 21 年度以降はさらに生産履歴まで確認できるようにする予定である。このシステムは既存のハードウェアとソフトウェアを利用しているため、比較的安価に導入することができ、他地域への展開はコスト面においては可能と思われる。農産品の直売所で販売している高齢者の方々がシステムを使用することに対する拒否反応を示さないよう配慮することが課題となる。
- 「PiPa」の地域 SNS については、登録者が一時的に増加しても利用数が増えないことが課題となっている。特に、若い世代の多くは既存の大手 SNS を利用しており、「PiPa」の SNS とどのように使い分けるのが難しいという意見がある。

(8) 評価

- 美瑛市では、各種団体(商工会、青年会等)の個別の活動は、比較的盛んであったが、今回の ICT 利活用モデル推進事業を進めていく中で、団体間の連携が生まれつつある。将来的には、美瑛市の国道近くに農産物・特産物のアンテナショップを開設する計画もあり、団体間の連携によって美瑛市全体の活性化が期待される。
- 「PiPa」を利用している美瑛ファンの人々からは、遠くにいながら美瑛の様々な情報をリアルタイムに知ることができることについての好評である。
- 事業を推進する上で、「PiPa」がターゲットとするユーザー層が依然として不明確であることは課題である。「PiPa」のユーザー登録者の情報はメールアドレスしか収集しておらず、ユーザーの属性が把握できていない。そのため、ユーザー数やアクセス数の増加を図るための対策が打ち出しにくい。今後の課題として、「PiPa」がターゲットとするユーザー層を設定するとともに、現在のユーザーの属性情報を収集することが必要である。ターゲットを決定し、現状を把握した上で、ターゲットに向けた対策を講じることによって、「PiPa」の更なる活性化に繋がるとと思われる。ユーザーの属性情報の例として、行政関係か市民か、美瑛市在住か美瑛市外在住か、北海道民か北海道民以外かなどが挙げられる。
- 農産品・特産品販売管理システムを導入した結果、平成 20 年度の農産品直売所での売上は約 9,000 千円超と予測している。平成 19 年度の売上は約 8,300 千円であったことから、システム導入による売上増加の効果はあると評価できる。また、販売物の生産者情報を確認できるため、直売所を経由せず、生産者が直接リピートの注文を受けることもあり、各生産者あたりの売上は増加している。
- 直近の販売状況に関するメールが 1 日三回配信されることにより、商品の売上状況を

リアルタイムに把握できるため、午後から商品の補充を行う、翌日の店頭には多めに品揃えするなどの工夫を、生産者が行うようになった。その結果、欠品の防止や売上の向上に繋がり、目に見える売上の向上が生産者のモチベーション向上に影響を与えている。

- 農産品・特産品販売管理システムは容易に操作できるようになっており、高齢の生産者にもすぐにシステムを浸透することができた。特に高齢者からは、販売管理システムを使うことによって、自分達が販売に努力した結果がすぐに数値で確認出来るため、日々の販売が楽しくなり、生き甲斐や生活の張りを感じられるようになったという副次的な効果が見られている。

2. 2 青森県弘前市

事業名「快適でふれあいのある雪国生活の実現モデル事業」

(1) 背景

雪国である弘前市は、冬季の積雪対策に対する住民の不満が高い。特に、以下の点についての不満が多い。

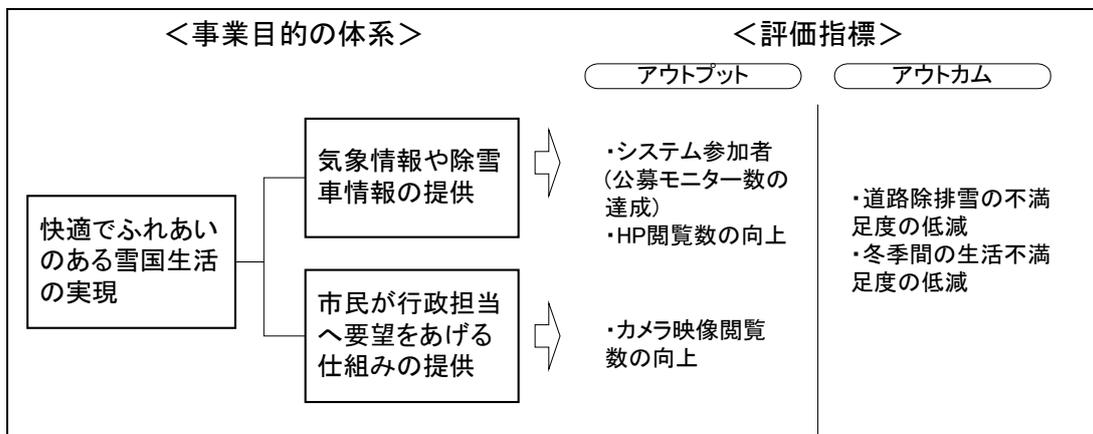
- ① 除排雪に関する情報提供が不十分である。除雪車の作業では道路脇に雪を積み上げるため、道路沿いの住民はさらにその雪を自宅玄関前から取り除く必要があり適時・適切な情報提供が求められている。
- ② 積雪時において住民から行政担当への要望、苦情が殺到し電話がつかない。
- ③ 積雪による交通渋滞でバスが遅れることが頻繁におこるが、利用者には遅延状況が伝わらず、寒い屋外で延々と待たされる。
- ④ 屋根の雪おろし、雪片付けなどを行うボランティア団体や業者との連携体制が不十分であり、行政等関係諸団体が一体となった積雪対策がなされていない。

加えて、積雪対策をはじめ、住民が参加する情報提供の場がなく、その生の声が吸い上げにくくなっており、街づくりに十分反映されていないことが課題となっている。

(2) 事業目的と概要

弘前市では、市民の多数が不満に感じている「積雪対策」の改善が求められている。その課題解決のため、地域 ICT 利活用モデル構築事業に取り組んだ。

事業目的の体系と評価指標



① 除排雪に関する情報として、気象情報や除雪車運行の情報提供を実施

市内 15 箇所カメラ・気象センサー(積雪・気温・雨量)を設置し、その地点の現在の道路状況、交通量、積雪量、気温等を効率的に収集する仕組みを構築し、それら収集した情報を既存のポータルサイト「Ring-O」の Web 版や携帯版(共に <http://ring-o.jp/>)、市内 3 箇所にある情報パネル「Ring-O Board」を介して住民に情報提供した。また、Web 版や携帯版の一般公開以外に、自分の携帯にメール配信を希望するモニターを募り、気象センサーを利用した情報配信(設定した積雪量や気温に応じてメール配信など)を行った。

除雪業者から行政担当へ行う除雪車の出動や終了の報告を、電話以外にも携帯電話のネットワークを利用した通知システムを構築し、それと連動して住民に対し「Ring-O」の Web 版や携帯版に除雪車の出動状況を配信した。また、モニターに対しては、自分の知りたい地域の除雪状況についてメールで配信する仕組みを構築した。

② 市民が行政担当へ電子メールにより除雪要望を伝える仕組みを提供

市民の携帯電話からメールや写真を活用して、行政の担当へ要望を伝える仕組みを構築した。担当へ電話が繋がらない場合の代替ツールとしての活用や、写真を送付することでイメージの共有化を図った。

③ バスの出発の遅延情報を発信するシステムを構築(平成 20 年度)

バスが始発場所を時間通りに出発したかどうかを、携帯電話で確認できるシステムを構築した。

(3) ICT利活用のメリット

① 除排雪に関する情報として、気象情報や除雪車運行の情報提供

- 除雪車出動情報を、タイムリーに配信できる。(除雪車が除雪後、住宅の前に雪が積まれてしまうので、住民はその雪を取り除く必要がある。)

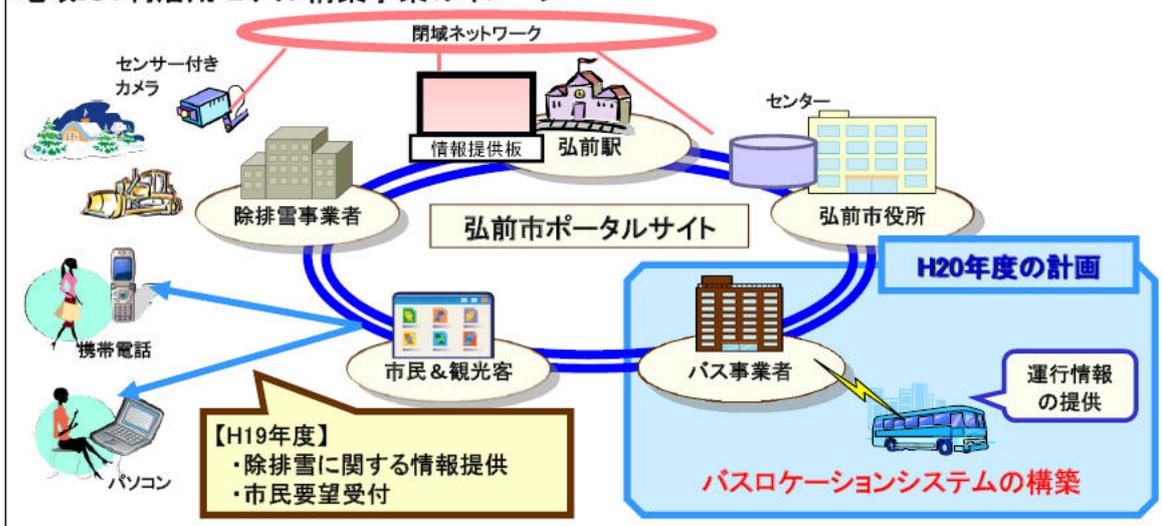
② 市民が行政担当へ電子メールにより除雪要望を伝える仕組み

- 電話の不通時に、携帯電話のメッセージにより迅速・確実に要望を伝えることができる。
- 積雪情報などの画像を添付することにより、メールを受け取る行政側では、音声だけでは伝わらない状況を瞬時に理解できる。

事業イメージ

『快適でふれあいのある雪国生活』の実現のため、積雪寒冷地域特有の地域課題をICTの利活用で、『雪対策』を実現できるような官民一体の体制をつくり、地域活性化を促すと同時に魅力ある街づくりを目指します。

地域ICT利活用モデル構築事業のイメージ



(4) 目標と実績

指標	平成19年度 目標	平成19年度 実績	平成20年度 目標	平成20年度 実績*
システム参加者数	100名	249名	300名	281名
除排雪関連ホームページ 閲覧数	1,000 アクセス	159,789 アクセス	170,000 アクセス	322,514 アクセス
除排雪・観光利用カメラ 閲覧数	1日平均 20アクセス	1日平均 1,264アクセス	1日平均 1,400アクセス	1日平均 3,070アクセス
道路除排雪の不満足度	65%以下	32.1%	60%以下	37.4%
冬季間の生活不満足度	—	—	55%以下	35%
バスロケーション HP 閲 覧数	—	—	5,000 アクセス	21,205 アクセス

*平成21年3月31日時点で把握している最新状況

- 道路除排雪の不満足度の19年度実績は、目標に対し、高い実績を上げることができた。ただし、これは19年度が暖冬で雪が少なかったことが原因である。
- 除排雪関連ホームページ閲覧数やカメラ閲覧数については、大幅に目標を上回っている。

る。ただし、これは当初「ユニークユーザー数」の計測を目的としていたが、アクセス統計システムの仕様にて、同じユーザーが何回操作しても全て計測するためである。

(5) 独自の工夫

➤ 既存ポータルサイトの活用

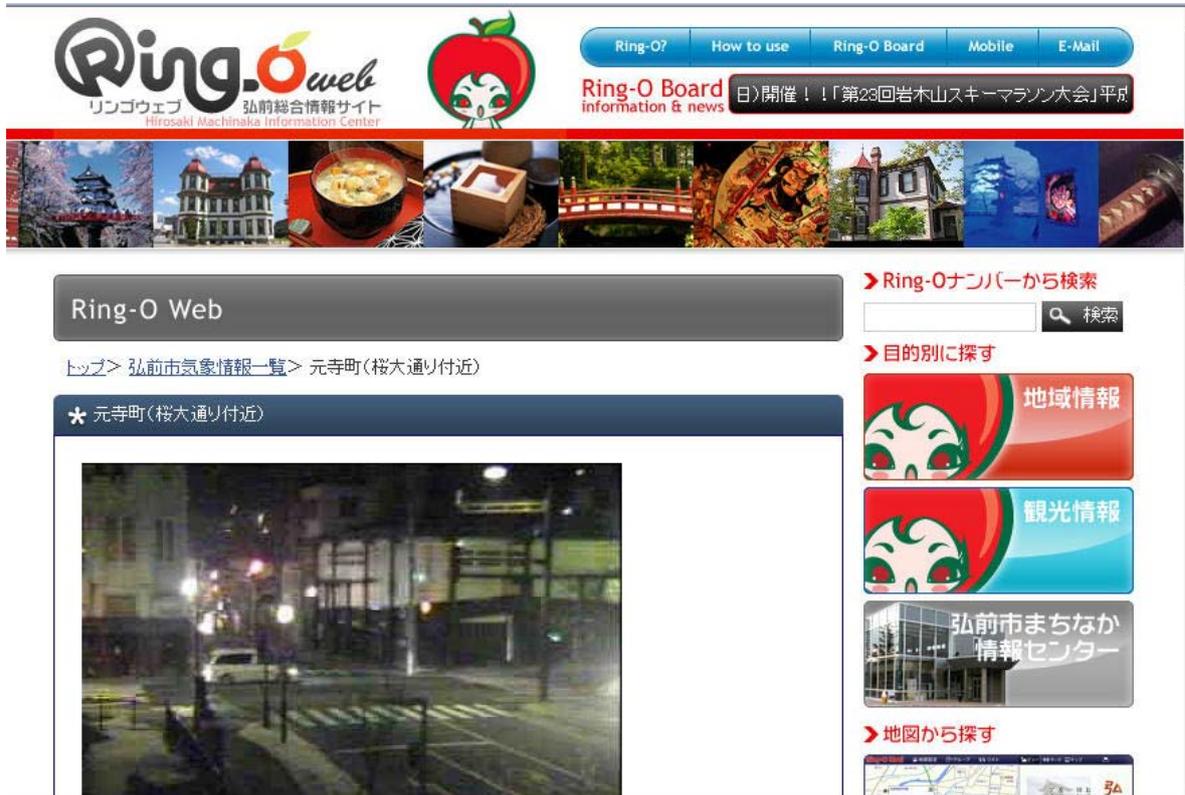
除排雪に関する情報は、既存の弘前市ポータルサイトである「Ring-O Web」上に掲載している。「Ring-O Web」は弘前市や弘前商工会議所、弘前観光コンベンション協会が共同運営しており、アクセス数が毎月約 200 万件にも上っており、多くの市民が以前より活用しているサイトに情報提供している点が弘前市独自の工夫である。そのため、当事業のサービスは当初より多くの市民に認知されている。

Ring-O Web (除雪情報)

The screenshot shows the Ring-O Web interface. At the top, there is a navigation bar with links for Ring-O7, How to use, Ring-O Board, Mobile, and E-Mail. Below the navigation bar is a banner with various images of local scenery. The main content area is titled 'Ring-O Web' and '弘前市除雪情報'. It features a search bar and several navigation options: 'Ring-Oナンバーから検索', '目的別に探す', '地域情報', '観光情報', '弘前市まちなか情報センター', and '地図から探す'. The main content area displays a table with snow removal information for two locations: Kakikawano and Nakamura Soft Plant.

弘前市除雪情報	
2009年3月29日 15:05 現在	
桔梗野	
除雪状況	<未除雪>
除雪業者	(有)岩谷興産
電話	0172-95-2208
除雪状況	<未除雪>
除雪業者	中村ソフトプラント(株)
電話	0172-33-0222

Ring-O Web(カメラ映像)



(6) 事業における困難な点

- 弘前市内の除排雪は、工区と呼ばれる道路に即した区域ごとに行われているが、工区による区割りが市民には馴染みがなく、また、工区の区割りは毎年変更されるため、その度にシステム内の工区と町名の紐付け情報を整備する必要がある。今後は、参照したい地域を地図上で選択する方法が望まれる。
- 気象情報は、温度が一定以下になった場合、1時間おきにメールが配信される仕様となっている。このため、利用者は必要以上のメールを受信するという問題が生じている。そこで、今後は、利用者の要望を分析した上で、1度配信されたら24時間以内は配信しない、あるいは配信する時間帯を指定できる等の機能を検討する必要がある。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 気象情報のメール配信は、防災や農業の作物管理等にも利便性が高いため、早い段階で通年のシステム利用できるように改修をする。さらに、カメラについては、観光情報へ活用するため、季節に応じて位置を変更し、春に開催される弘前さくらまつりの桜、夏のねぶた祭り、秋のお山参詣などの画像を配信する。
- バス出発の遅延情報を発信するシステムはバスロケーションシステムではないため、

バスが来る時刻を正確に把握できるものではない。

- 本事業は除排雪に関する双方向の情報発信に、携帯電話を用いた仕組みである。弘前市近隣地域のほか、北海道、東北、北陸、中部の日本海地区など、積雪対策を課題として捉えている自治体に対し、本事業は十分応用可能である。
- 弘前市においては、アクセスの多い既存サイト「Ring-O Web」上で情報提供を行ったため、当初より利用者数を確保できた。そのようなサイトのない地域で本事業を展開する場合、利用促進に対する工夫が必要となる。

(8) 評価

- 除排雪車の出動情報は市民にとって重要な情報である。利用者からは「除雪車の出動情報を計画的にメール配信するサービスは冬期には非常に必要なもの」という意見があり、住民の生活に密着した ICT サービスであると評価できる。
- 本モデル事業の重要な評価指標である「道路除排雪に対する不満足度」の実績(モニターアンケート結果)を見ると、平成 19 年度は 32.1%、平成 20 年度は 37.1%となっている。暖冬で雪が少なかったことから、住民の道路除排雪に対する不満を感じる機会そのものが少なかったと考えられるが、システム導入による住民へのタイムリーな情報配信は、市民の多数が感じている雪対策への不満の解消に繋がったと考えられる。
- 気象情報は積雪対策だけではなく、弘前市のような農家の多い地区には農作物の霜発生の注意情報として使えるなど、利用の広がりを見せている。

2. 3 岩手県遠野市

事業名「遠野型すこやかネットワークによる保健福祉情報活用モデル事業」

(1) 背景

遠野市は、他の地方都市と同様に少子高齢化が進展し、以下のような課題を抱えている。

① 少子化の課題

遠野市では、平成 14 年から分娩を扱う産婦人科医が不在であり、出産の際は、妊婦は分娩を扱う病院のある釜石市、盛岡市、花巻市などに足を運ばなければならない状況であった。

このため、婦人科医と助産師・妊婦の連携や母体搬送、助産師による妊婦健診の充実、保健師による指導が求められている。

また、小児科医も不足しており、乳児健診や健康相談などによる保健師のカバーが必要である。また、子育て者の社会的孤立についても対応が求められている。

② 高齢化の課題

遠野市の 65 歳以上の人口は全人口の 32.4%を占め、社会的孤立の防止、異変への対処と早急な支援、予防的措置の強化と自律の促進が必要である。

③ 成年の健康管理

メタボリックシンドローム健診の実施等、近年では成人病の予防に対する意識が高まっている。遠野市も他都市と同様にメタボリックシンドロームやその予備軍が多数存在すると見られている。市民の健康増進や、将来の医療費負担の抑制の観点からも健康に対する意識を高め、管理することが必要となっている。

このうち、産婦人科医の不足は遠野市にとって深刻な課題であり、市では平成 19 年、公設公営の助産院「ねっと・ゆりかご」を開設、助産院に常駐している助産師が県内の産科の医師と ICT を使い連携し、妊婦の健診や相談等を実施している。

また、情報基盤として既に CATV「遠野テレビ」により、市内全地域に情報インフラの整備がなされている。

(2) 事業目的と概要

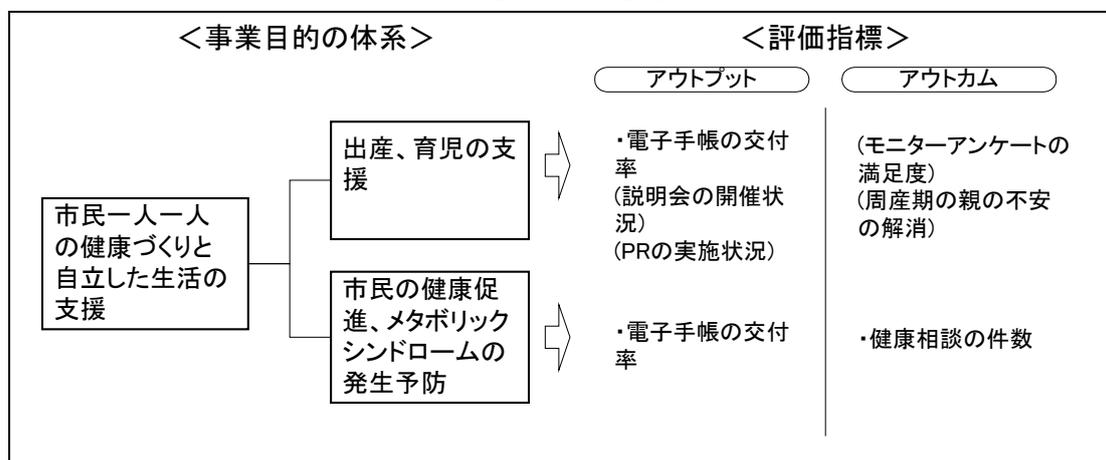
「遠野型すこやかネットワークによる保健福祉情報活用モデル事業」は、重要課題である市民一人ひとりの生涯にわたる「健康づくり」と「自律した生活」を、情報通信技術と関係機関相互のネットワークを活用して支援する取組である。

妊娠から老後までの一生を、親子、子育て、健康増進、長寿、の概ね四区分し、それぞれに応じた健康・福祉の情報を、インターネット等の通信を利用して、自己管理可能な体制を整備し、住民により分かりやすく提供しながら、様々な場面で役立ててもらうことを実証するものである。

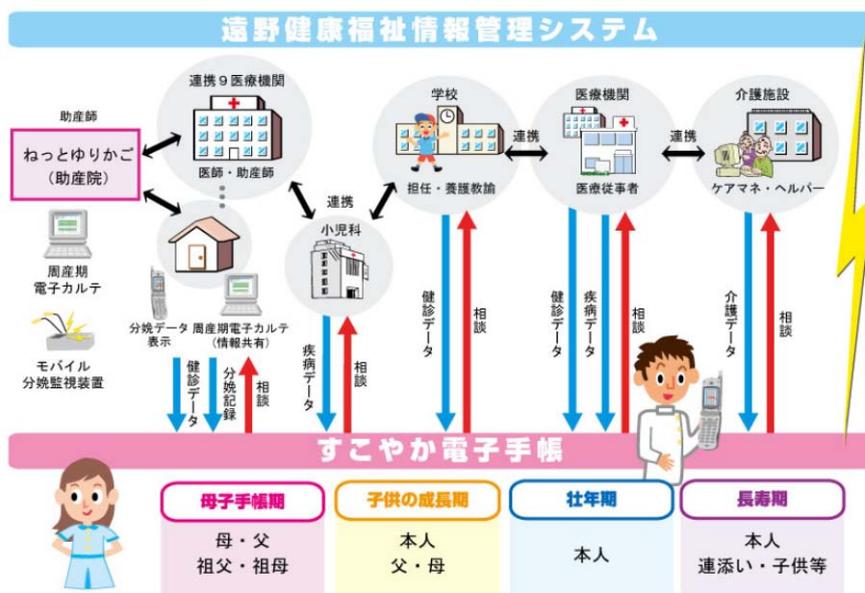
平成 19 年度には最初の取組となる「すこやか親子電子手帳」を、平成 20 年度には、「すこやか健康増進手帳」を公開、運用を開始した。

現在は、市のホームページから直接リンクしている「すこやかポータルサイト」をトップページに、「すこやか親子電子手帳」、「すこやか健康増進電子手帳」を設置、利用者が登録することでパソコンや携帯電話を使って、出産、育児の記録や、健康管理ができるものとしている。

事業目的の体系と評価指標



遠野型すこやかネットワークの取組 概念図



① すこやか親子電子手帳

「すこやか親子電子手帳」は、子育てに役立つための情報等のページと、個人が管理する「成長記録」のページから構成されている。

情報等のメニューは、以下のとおりである。また、「すこやか親子電子手帳」のトップページには、NEWS欄があり、ここでは緊急を要する感染症の情報等が提供されている。

・アドバイス	・遊び場	・イベント	・動画
・子育て情報	・食事	・絵本紹介	・掲示板

成長記録のページには、以下のようなメニューがある。

・メイン	・健康ノート	・健康グラフ	・設定
・問診	・健康診断	・特殊検診	・結果グラフ

母子手帳を電子化したイメージで構成されているが、定期健診等の結果が自動入力される他、記録したデータをグラフ化し、標準データと比較できる等、Web上のシステムならではの利点を備えている。さらに、記録した内容をもとに、Web上で助産師からのアドバイスを得ることができるのが特徴である。

また、日記を家族等の特定の人物だけに公開できるようにする等の工夫がなされている。

すこやか親子電子手帳のトップページ

〈パソコン版〉



〈モバイル版〉



② すこやか健康増進電子手帳

すこやか健康増進電子手帳は、19歳～65歳を対象とし、健診データや身体、生活に関するデータを管理し、健康管理に役立てるものである。

個人データの健康増進手帳のページは、利用者が健康状態を管理できるように以下のメニューが設定されている。

・メイン	・健康ノート	・健康グラフ	・ランキング	・設定
・問診	・健康診断	・特殊診断	・結果グラフ	

日々の体重等は利用者が入力するが、市が所管する特定健診のデータについては自動的に入力される。また、体重に基づき、BMI値や肥満度、基礎代謝等が示され、利用者が自身の健康管理に役立てられるようになっている。

また日々の健康促進のために、「あるいて健康」、「食べて健康」のページが設置されている。「あるいて健康」は、日々の運動の促進のため、歩行距離を記録できるようになっており、「遠野市内一周」や「東京」、「ハワイ」など、目標地点が設定できる他、他の会員の歩行距離が見られるようになっており、楽しみながら歩ける仕組みとなっている。

「食べて健康」は、日々の食事の記録で、摂取カロリーがわかりやすく示される仕組みとなっている。

すこやか健康増進電子手帳のトップ「健康ノート」ページ

すこやか健康増進手帳

▶ メイン ▶ 健康ノート ▶ 健康グラフ ▶ ランキング ▶ 設定
▶ 問診 ▶ 定期健診 ▶ 特殊健診 ▶ 結果グラフ ▶ ヘルプ ▶ トップへ

トップ健康 あるいて健康 食べて健康

* 健康ノート (トップ健康)

お待ちしてりました。嬉しいですね。歩く時間を上手に見つけ、無理なく続け
てください。
2ヶ月が経過しました。無理なく継続することが大切です。
体重の目標達成おめでとうございます。次回も目標達成を目指してがんばりま
しょう。
腹囲の目標達成おめでとうございます。次回も目標達成を目指してがんばりま
しょう。

ゲスト太郎さん、あなたの健康情報

体重	62.0 kg
BMI	21.4
標準体重	63.6 kg
肥満度	-2.5 %
基礎代謝	1399 kcal
1日の摂取エネルギー	1462 kcal

* これらの値は目安です。

Copyright (C) 2008 All Rights Reserved

③ 福祉票のデータ共有

民生委員が記入する福祉票の内容を、社会福祉協議会、介護施設、ケアマネージャー等で共有する取組で、平成 20 年度は実験として実施している。

(3) ICT利活用のメリット

- 病院(産婦人科)、行政、個人が持っていた健康に関するデータを、ICT のネットワーク技術により共有できることが最大のメリットである。現時点での利用は限定的であるが、本事業が全国的に拡大することで、在宅医療や遠隔地医療を行うことも可能となる。
- 現在運用されている「すこやか親子電子手帳」では、電子手帳に蓄積されたデータを元に日記の機能により、助産師のアドバイスが得られる等、ネットワークを活かした機能が設定されている。
- 本事業は、ICT を利用することにより、市民自らが自身の健康について意識を持ち、楽しみつつ健康増進が果たせることを目的としている。このため、コミュニケーションを図る掲示板等の機能や、設定した目標に対して運動し、減量を目指す機能が付加されている。これらの機能は、ICT によるネットワークや情報整理の機能を活かしたものである。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
新規母子手帳の交付者のうち、「すこやか親子電子手帳」の利用者の割合	10%以上	16.2% (31 人/191 人)	20%以上	31.5% (64 人/203 人)
要健康指導者のうち、「すこやか健康増進電子手帳」の利用者の割合	—	—	10%以上	11.1% (20 人/180 人)

*平成 20 年 11 月 30 日時点で把握している最新状況

- 「すこやか親子電子手帳」については、助産院の利用者に積極的に呼びかけていることから、平成 19 年度、平成 20 年度とも目標とする利用割合を上回る結果となっている。
- 「すこやか健康増進電子手帳」は、モニターを募集してのスタートであるため、利用者数は必ずしも実績とは呼べない。なお、利用者数は、遠野市内のメタボ健診の要指導者数(約 450 名と推測)のうち、健診受診者の数(40%程度と設定)180 人に対する 10%、を算出根拠としてモニター数を設定している。
- ただし、モニターのうち、体重や食事を記入するレベルの利用者が約半分程度、積極的に活用している利用者は数名程度に止まっており、あまり活用がなされていない状

況にある。

- 福祉票のデータを共有する取組については、民生委員 5 名(全体では 90 名)と社会福祉協議会等による実験的な取り組みを行った。

(5) 独自の工夫

➤ 助産院での利用促進、助産師のアドバイス

先述のとおり、遠野市は助産院「ねっと・ゆりかご」を開設しており、「すこやか親子電子手帳」については、助産院で PR を行い、利用を促進している。

また、助産師によるアドバイスがメニュー化されており、電子手帳の付加価値となっている。

➤ 手作りのコンテンツの充実

本事業による「電子手帳」は、子供や中高年者等の対象者のデータを蓄積することで健康管理を行い、適切な医療等のサービス提供につなげていくというものであるが、実際に利用を促進する際には、電子手帳(ホームページ)を見ることにより、メリットとなる情報を得られるようなコンテンツが必要となる。

市、担当部署では、独自に手作りで健康体操や離乳食作りなどの動画コンテンツを作成して掲載するなど、低コストでのコンテンツの充実を図っている。

(6) 事業における困難な点

- 「すこやか親子電子手帳」は、利用者である母親のニーズにあったコンテンツを見出すことと、タイムリーに提供することが課題となっている。また、情報提供の役割を現在は担当部署が行っているが、負担は小さくないため、誰が担っていくかが課題となっている。
- 「すこやか健康増進電子手帳」は、利用者の増加が最大の課題となっている。当初は、事業所に呼びかけてメタボリックシンドローム予備軍の従業員に参加してもらう予定であった。これは企業等が従業員の健康管理に意識を持っているであろうとの考えからである。実際に声をかけた企業の呼びかけにより、従業員モニターとして従業員の登録がなされたが、当人はそれほど健康への意識が高くないため、実際にはほとんど利用されないままになっている。一般市民の利用者を募集した際も同様で、メタボリック予備軍である 40～50 代層の市民からあまり利用されていない状況にある。また、現時点ではこの層に対する有効な広報手段を持ち得ていないことも大きな課題となる。
- 当初計画していたこととは異なり、医療制度の変更により特定健診のデータを一元的に管理できなくなった。保険者ごとにデータを管理するようになったため、現在は国民健康保険のデータのみしか市は持たなくなった。以前の制度で約 4000 人分保有していたデータが今では半分である。これにより、電子手帳に自動的に登録することができなくなり、会社員等は自身で入力することが求められるため、使い勝手が悪くなっ

てしまった。

- 福祉票については、情報を共有する範囲をどのように設定するかが課題となる。当初は民生委員と社会福祉協議会や介護施設等の関係機関の情報共有を想定していたが、区長など、重要な情報を持つ存在が他にいることが明らかとなり、どこまでの範囲で情報を共有するかについて、現在協議を進めている。
- 共通の課題として、本来の目標としていた医療との連携の困難さがある。医療機関はこうした連携へのハードルが高く、なかなか交渉の場についてもらえない。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 現在のシステムの維持管理費は年間 1500 万円であるが、来年度中に主要部分を完成させることで今後は年間 1000 万円程度に圧縮できる予定である。維持管理については、市内の IT 企業に緊急雇用対策等の補助事業を活用して発注する予定である。
- さらに長期には財源の確保が必要となる。ふるさと納税制度による税収の増加や、バナナ広告による事業収入などの検討を行っているが、現時点では財源確保の見通しは立っていない。しかし、本事業を遠野市単独事業として継続するために支出を行うことについてのコンセンサスは市内部ではとれているので、何らかの工夫はできると考えている。
- 事業の将来展開として、「すこやか親子電子手帳」では、県内の周産期医療を行っている病院との情報の連携を検討している。岩手県では既に周産期病院間で電子カルテのデータを共有する仕組みが構築されており、遠野市助産院も参加している。母子手帳の電子化を試みているのは遠野市のみであるので、これを電子カルテデータと結合し、県内に拡大、さらには全国展開を意識している。
- 医療制度の今後の変化が、本事業の普及に大きく関与すると考えている。遠隔医療の報酬が認められるようになれば、本事業の意義は高まり、普及が促進されるものと見通している。
- 事業の拡大の方向として、高齢者に対する取組が必要となる。今後、導入を予定している「すこやか長寿電子手帳」では、市が提供するデジタル放送や、携帯電話の活用、さらには専用端末の開発等の工夫を行う予定である。

(8) 評価

- 本事業は、遠野市がこれまで取り組んできた地域における出産、医療、保健の体制づくりをより推し進めるために ICT を活用するものである。事業に至る以前より、市としての方針が明確になっていることから、特に出産に関する「すこやか親子電子手帳」事業は成果につながりやすいものと見ることができる。
- 「すこやか親子電子手帳」については、当初に想定していた目標を上回る利用率になっている。

- 一方、成人を対象とする「すこやか健康増進手帳」は、まだ開始したばかりではあるが、利用者として想定した中年層への訴求手段に欠ける等、先行きが見通せない状況にある。
- また、今後の事業として、「子育て」、「すこやか長寿電子手帳(高齢者)」が予定されているが、当初の方向性を見直さなくてはならない状況にある。これは担当者自身も、予算規模以上に大規模な事業を構想したことを認めており、当初に計画した事業をすべて実現することは、期間や予算の面から困難な状況にある。
- また、本事業が果たそうとする構想には、医療の連携が不可欠であり、国レベルの医療政策の影響を受けるものであるため、実現には長期にわたる時間が必要である。このため、実現性については不確定な要素も少なくない。
- しかし、本事業が、単一の市レベルに止まらず、病院間の電子カルテデータの連携など、県レベルまでの事業の展開が一定の実現性をもて構想されているものであること、またその成果は全国レベルで応用、展開ができることが期待されるものであることは、評価に値する。

2. 4 福島県南相馬市

事業名「南相馬市 ICT 活用介護システムモデル」

(1) 背景

南相馬市では、平成 26 年度には、介護を必要とする高齢者（要介護・要支援者）の数が現在の約 1.3 倍である 3,000 人を超える見込みである。しかしながら、施設系サービスにおける各種サービスの提供状況に比べて、在宅系サービスの利用が介護者の負担軽減に十分につながっていない。

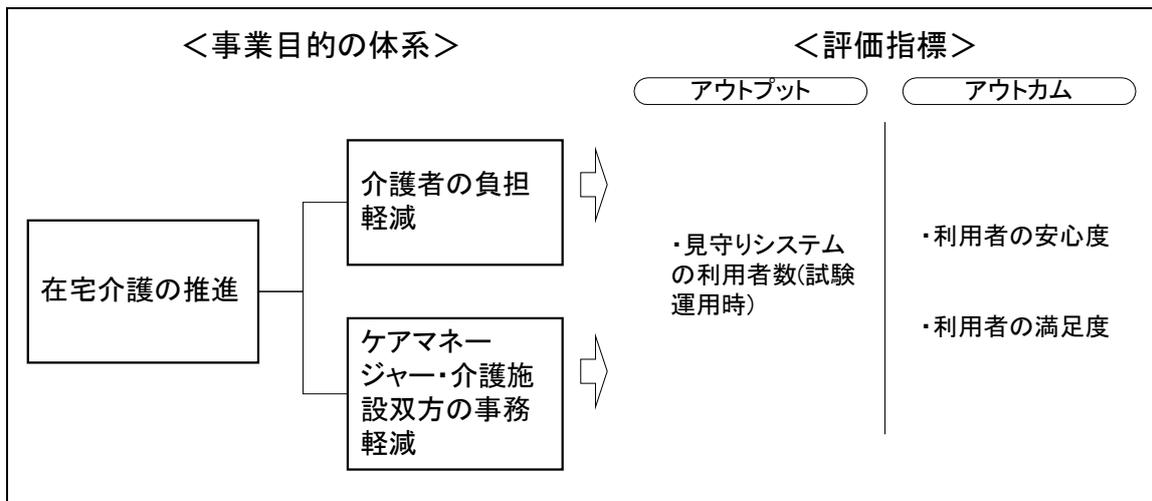
このようなことから、施設系介護サービスを希望する要介護者や家族が増える傾向にある。しかしながら、施設系サービスの提供にあたっては莫大な保険給付を必要とすることから、その費用をまかなうためにはより多くの公費負担とともに市民への保険料の負担増大を強いることになる。

南相馬市は将来を見すえ、施設系サービスへの依存が高いという現状を改善するため、在宅系サービスの付加価値を向上し、両サービスの組合せによるバランスのとれた介護サービスの提供体制の確立が必要とされている。

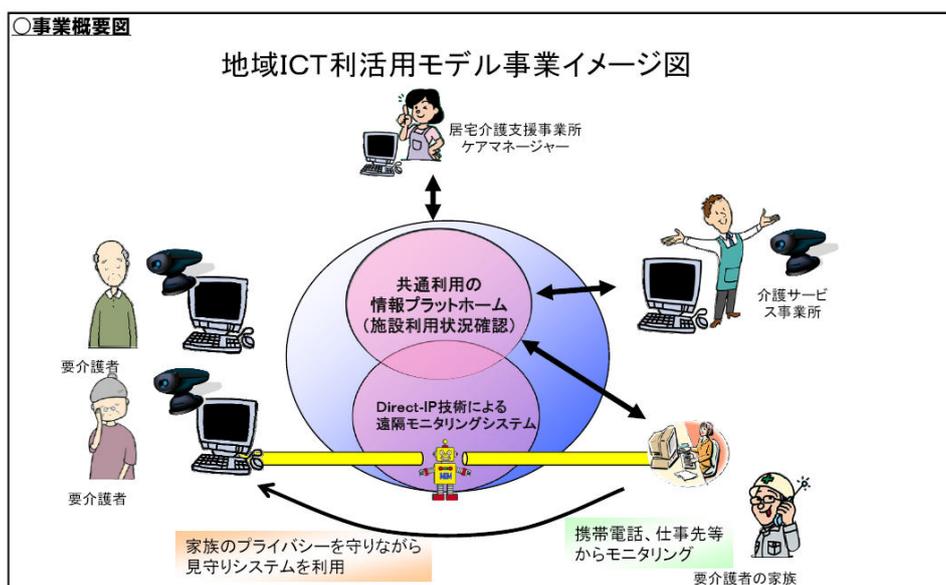
(2) 事業目的と概要

在宅介護を推進することを目的に、「在宅介護見守りシステム」や「共通利用プラットフォームシステム」の構築により、「安心・安全、納得」といった付加価値を在宅介護サービス本体に付加する取組を行っている。

事業目的の体系と評価指標



事業イメージ

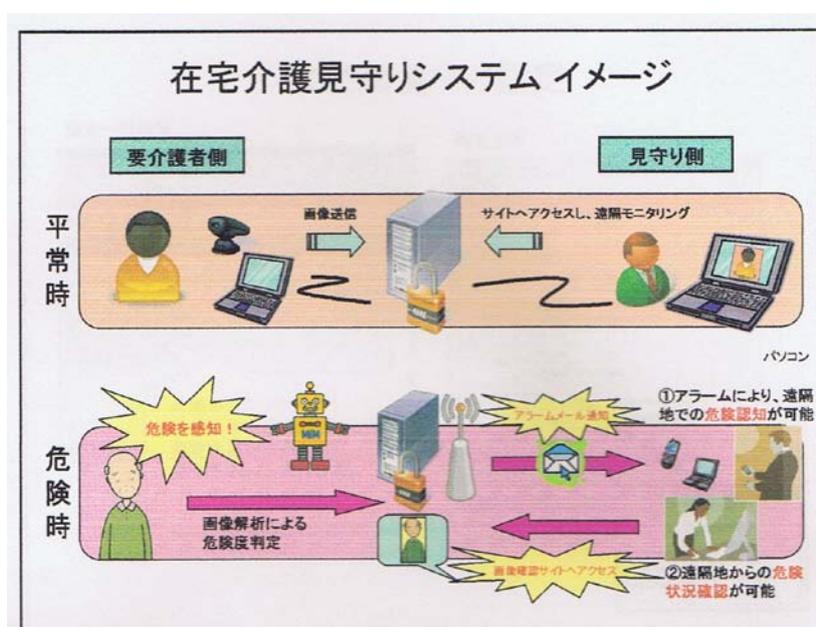


① 在宅介護見守りシステム

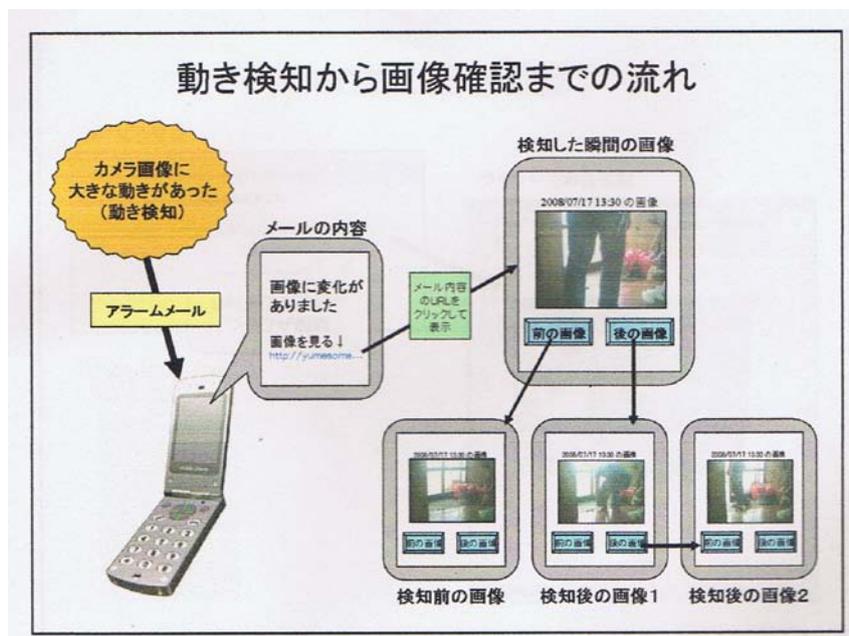
見守りカメラの画像に大きな変化等、異常があった場合に見守る家族側のパソコンにアラームで連絡し、事故防止や緊急時の速やかな対応を可能にする。これにより、在宅介護家族の「見守り」の負担軽減が図られる。

また、どこからでも、随時、状況確認を行う手段として、携帯電話端末へのアラーム及び画像確認システムを組み込む。

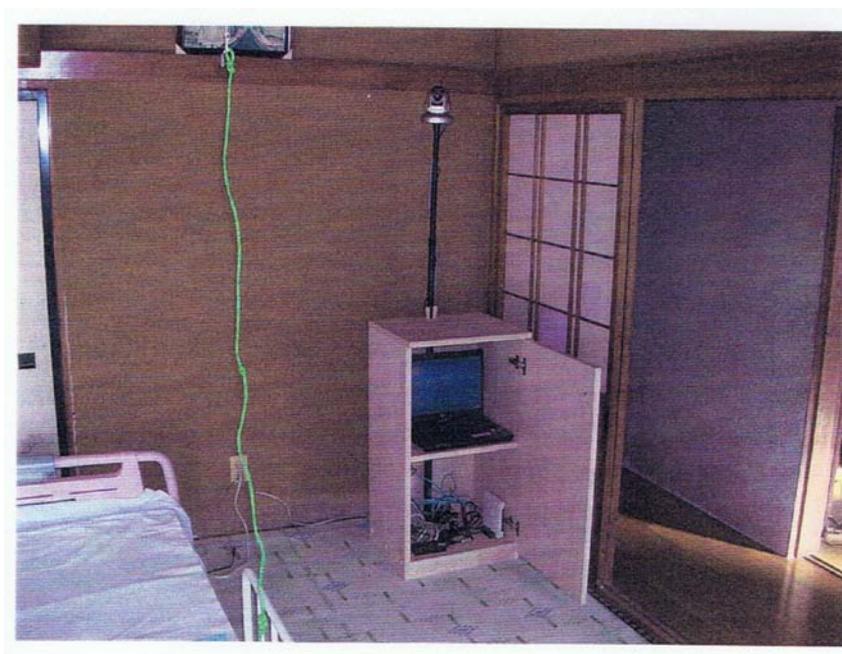
在宅介護見守りシステムのイメージ



携帯電話による画像確認イメージ



介護カメラ 設置例

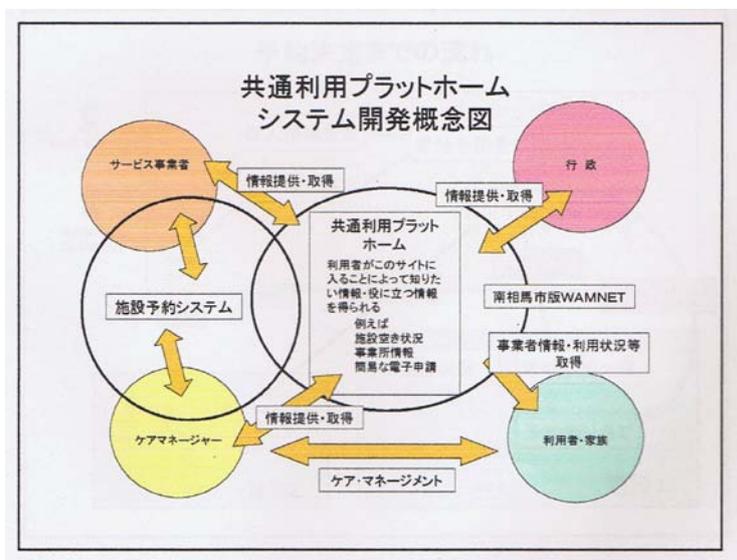


② 共通利用プラットフォームシステム

平成 19 年度は、市内の介護事業者向けに施設予約システムを構築した。本システムは、ケアマネージャーからサービス事業者への予約を行うシステムである。将来的には、市外の介護事業者向けに施設予約システムの積極的な展開を行うとともに共通利用プラットフ

ホームをさらに拡張し、市内施設の介護サービス利用状況（空き状況）確認がリアルタイムに行えるようにする。

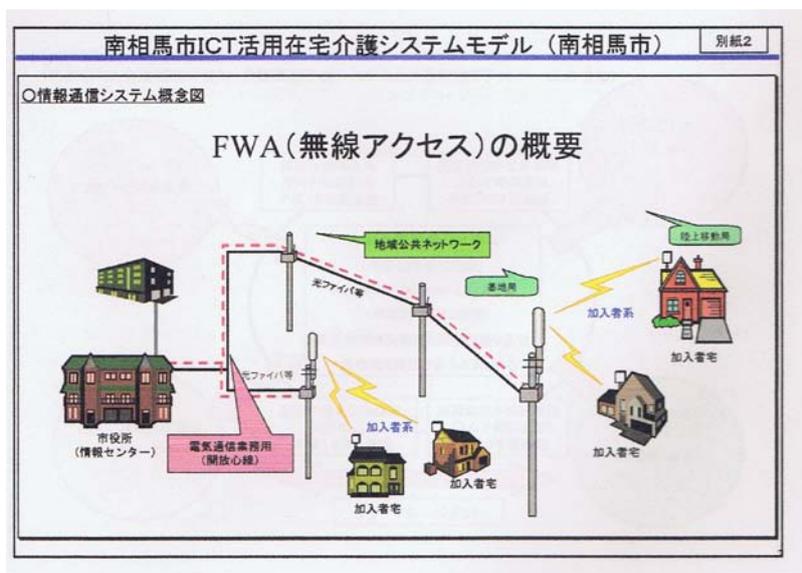
共通利用プラットフォームシステム概要



③ FWA(Fixed Wireless Access :加入者系固定無線アクセス)

本事業を支えるインフラとしてFWAが挙げられる。これは、南相馬市が、行政サービスの一環として取り組んできた、市内に整備された高速無線インターネット環境である。これにより有線ブロードバンド未整備地区においても見守りシステムを活用できる。

FWA 概要



(3) ICT利活用のメリット

① 在宅介護見守りシステム

- 携帯電話端末への対応により、要介護者の家族は、外出先からでも状況確認ができるため、つきっきりの見守りから開放されることになる。

② 共通利用プラットフォームシステム

- 予約管理システムにより、利用申込・受付が容易な操作でスムーズにでき、ケアマネージャー側、介護施設双方の労力を軽減できる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
見守りシステムの試験的運用	5 組	5 組	15 組	5 組
見守りシステムを試験的に利用した人の安心度	80%	90%	80%	年度終了後に計測
在宅介護サービスの計画目標量に対する事業実績割合の増加	対前年度比 3.0%増	対前年度比 1.0%増	対 18 年度比 10%増加	同上
共通利用プラットフォームを試験的に利用した人の満足度	80%	100%	80%	同上

*平成 21 年 3 月 31 日時点で把握している最新状況

- 在宅介護サービスの計画目標量に対する事業実績割合の増加については、目標に対し実績は及ばなかった。
- 初年度はアウトカム指標として「見守りシステムを試験的に利用した人の安心度」、「共通プラットフォームシステムを試験的に利用した人の満足度」を設定した。どちらも 90%、100%と高い結果を出している。
- アウトプット指標である在宅介護見守りシステムの試験的運用数は、初年度は目標の 5 世帯を達成したが、平成 20 年度は目標の 15 世帯を達成できず、5 世帯のみである。

(5) 独自の工夫

➤ 既存高速回線の活用

地域内であれば、特別なケーブル等の敷設を必要とせず、どこでも利用が可能な通信インフラである FWA を活用している。

➤ セキュリティシステムの活用

会津大学が産学連携で開発した Direct-IP 技術を応用したインターネットセキュリティシステムを組み合わせて利用している。運用や実用装置の開発制作は、地域の NPO や介護事業者などが協働して行っている。

(6) 事業における困難な点

- 人間が目で見守りする作業は、数台のパソコンを用いても相応の負荷であり、「見守り」を、ある程度自動化する機能を備える必要がある。これに関しては平成 20 年度より画像と画像の間で変化率がある程度の割合を超える場合に自動的にアラームが挙がる等の画像解析システムの組込みを行った。しかし、要介護者にどの程度の動きがあった場合にアラームを上げることが適切であるか等は、試験利用者によるフィードバックを受けながらノウハウを積んでいく必要である。より利便性を高めるためには試行錯誤しながら精度をあげていくことが必要である。
- これまで利用しているネットワークカメラは解像度が高く、比較的高価な製品(1 台当たり 11 万円。PC も必要)である。そのため、平成 20 年度はモニターを増やすことができなかった。今後は、画像解析に必要な画素など必要な機能とコストの見合いを考えていく必要がある。
- 施設予約システムについては、各介護事業者が利用している介護パッケージソフトとの二重入力の問題が指摘されている。介護パッケージソフトは 200 種類以上もあると言われており、各事業者が別々のものを使っている。そのほとんどがデータ非互換であり、システム連携などの面で不都合が生じている。今後、介護分野の IT 化が進むにあたり、南相馬市だけの問題ではなく、どの地域でも起こりうる問題である。
- 施設予約については、3 ヶ月先等の予約申込・受付については問題ない。しかしながら当日利用等の緊急時の対応については、電話連絡等の迅速さには及ばない。緊急時等の運用についてルール作りが必要である。
- 施設予約システムは、市内の介護事業者(全 17 事業者)間での実運用が始まっている。現在は市外の事業者には対応していないため、市内外の事業者間で予約・受付をする場合は対応できない。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 在宅介護のためのサービス充実是全国的な課題となっており、本事業はデイケアやショートステイ、訪問介護などの在宅系サービスを要介護者やその家族が安心して納得して受けられるようにするものである。在宅介護見守りシステムの他地域への展開については、高速回線の確保ができれば可能である。
- 施設予約システムは、将来的に「施設の予約状況を市民が確認する機能」を付加する予定である。市民に公開できれば、空き情報の確認がしやすくなるため「介護サービ

スがなかなか予約できない」といった不満もある程度解消され则认为られる。

- 施設予約システムは、施設予約の運用ルールが異なる地域ではシステムの改修が必要になる。

(8) 評価

- 評価指標として設定された「見守りシステムを試験的に利用した人の安心度」は 90% と高い評価を得ている。家族など介護者の負担軽減という観点からは、「住宅見守りの減少時間」などを今度の評価指標として考えられる。
- 在宅介護見守りシステムでは、画像解析についてはノウハウを積む段階ではあるが、この精度が上がることにより、利用者の満足度、安心度が向上することが期待される。
- 要介護者の見守りの他、誰が訪問したのかなど防犯用途にも活用できそうであるという意見があり、独居高齢者の防犯面でも副次的に利用できる可能瀬がある。
- 当モデル事業への取組により、「市町村レベルでも住民に大きく貢献できる取組ができる」と市の職員の意識が変わった、という意見があり、試行による成功体験がサービス向上にむけた意識改革に繋がっている。

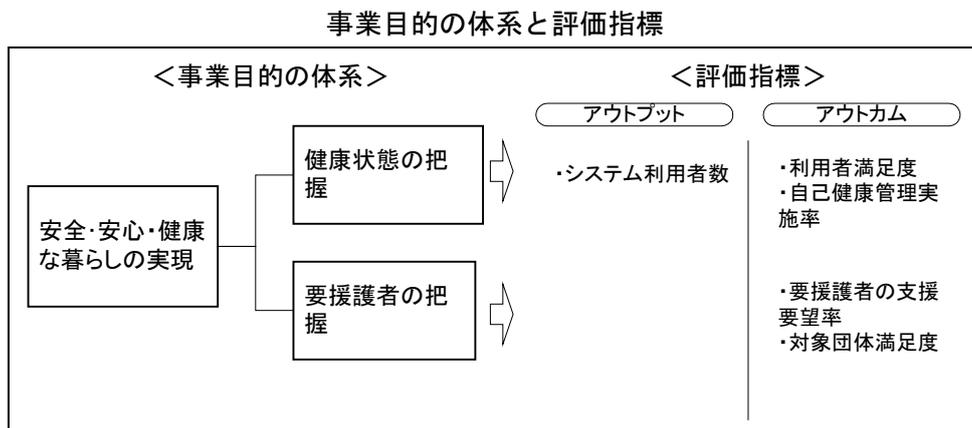
2. 5 千葉県市川市

事業名「地域連携基盤を活用した安全・安心・健康課題解決モデル」

(1) 背景

「健康な市民生活の確保」、「安全・安心への対応」、「電子自治体の推進」等を実現するため、市民自らが健康づくりに励み、お互いが助け合い、励まし合う、地域コミュニティの形成及び、それらに対する行政の支援を効率的・効果的に促進することが重要である。しかしながら、高齢化・少子化の進行や、地域コミュニティの希薄化により、自助、共助、公助の取組が効果的に行われていない。

(2) 事業目的と概要



① 電子私書箱・電子交付システム

市で保有している市民の健康診査情報を、市民自らが健康管理に利活用できるシステムであるが、現時点では、要件定義終了後、開発は凍結されている。

② 防災情報システム

防災情報システムを構成するサブシステムのうち、稼動しているのは、被災者支援システム、仮設住宅管理システム、避難所管理システムのみであり、他のサブシステムは、開発中又は未着手となっている。

(3) ICT利活用のメリット

① 防災情報システム

要援護者の情報を的確に捉えることで、災害時に必要な行政サービスを迅速に提供できる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
健康診断受信者の支援における満足度調査	20%	— (未測定)	20%	— (未測定)
自己健康管理実施率向上	5%	— (未測定)	5%	— (未測定)
要援護者の支援要望率	20%	— (未測定)	20%	— (未測定)
対象団体満足向上	30%	— (未測定)	30%	— (未測定)
防災訓練の参加率	—	—	20%	15/222 (自治会数)
担当市民ボランティア決定率	—	—	5%	—

*平成 21 年 3 月 17 日時点で把握している最新状況

- システム開発が完了していないため、各指標は未測定であり、実績は評価できない。

(5) 評価

- 市川市の ICT 利活用モデル事業は、当初(平成 19 年度)計画に対して、大幅に遅延が生じている。そのため、平成 19 年度中には稼動に至らなかった。さらに、平成 20 年度計画では、遅延が考慮されずに定性目標・数値目標が設定されているかのように見受けられる。このような状況では、策定した目標自体に実効性が伴わない。プロジェクトの進め方を見直すとともに、達成可能なスケジュールを策定し、実現可能な定性目標・数値目標を再設定すべきである。
- 防災情報システムは、実際に防災が発生しなければ稼動することがないため、現在は、担当者による運用試験が行われており、ユーザーインターフェイスや表示項目については、都度改修が行われている。当システムは、兵庫県西宮市の同様のシステムに準拠して開発が進められているが、市川市としてどのような要件(災害時に必要な情報)が必要なのか、精査する必要がある。

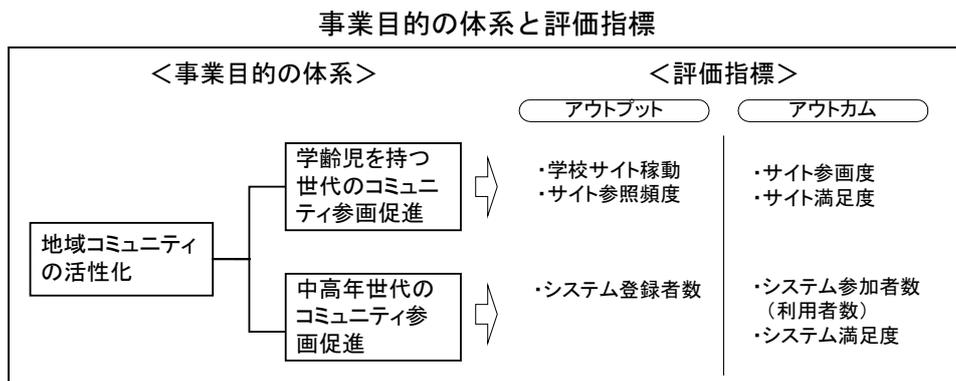
2. 6 東京都世田谷区

事業名「地域 ICT 利活用によるライフステージ別地域活動ネットワークシステムの構築」

(1) 背景

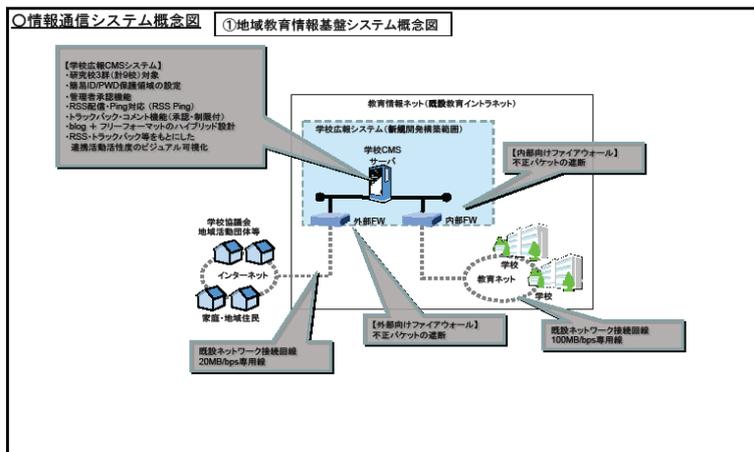
人間関係の希薄化による地域コミュニティの弱体化進行の対策、学校教育への信頼確保のために学校と地域社会のさらなる連携の強化を図ること、中高年齢者に地域活動の担い手として活躍してもらい、住民が継続的に地域活動に参画できる仕組みづくりの構築を目指している。

(2) 事業目的と概要



① 地域教育情報基盤の構築

学校の社会的価値と学校に関与する地域活力を可視化する地域教育情報基盤(CMS:Contents Management System)を構築し、学校広報システムを整備するとともに、参加学校を対象とする運営支援を行う。



② 生涯現役ポイントシステム

中高年齢者が健康を維持し、地域を支える側として活躍できるよう、ポイントを付与することで「地域貢献活動」へ中高年齢者を誘導する仕組みづくりを進める。ポイントの管理は、既存の交通系 IC カードを利用する。

「せたがや生涯現役ポイント」リーフレット

2 登録(仮)とポイント獲得

登録とポイント獲得の仕組み

登録とポイント獲得の仕組み

登録とポイント獲得の仕組み

3 ポイントを使おう

ポイントを使った活動

ポイントを使った活動

ポイントを使った活動

4 インタビュを実施する

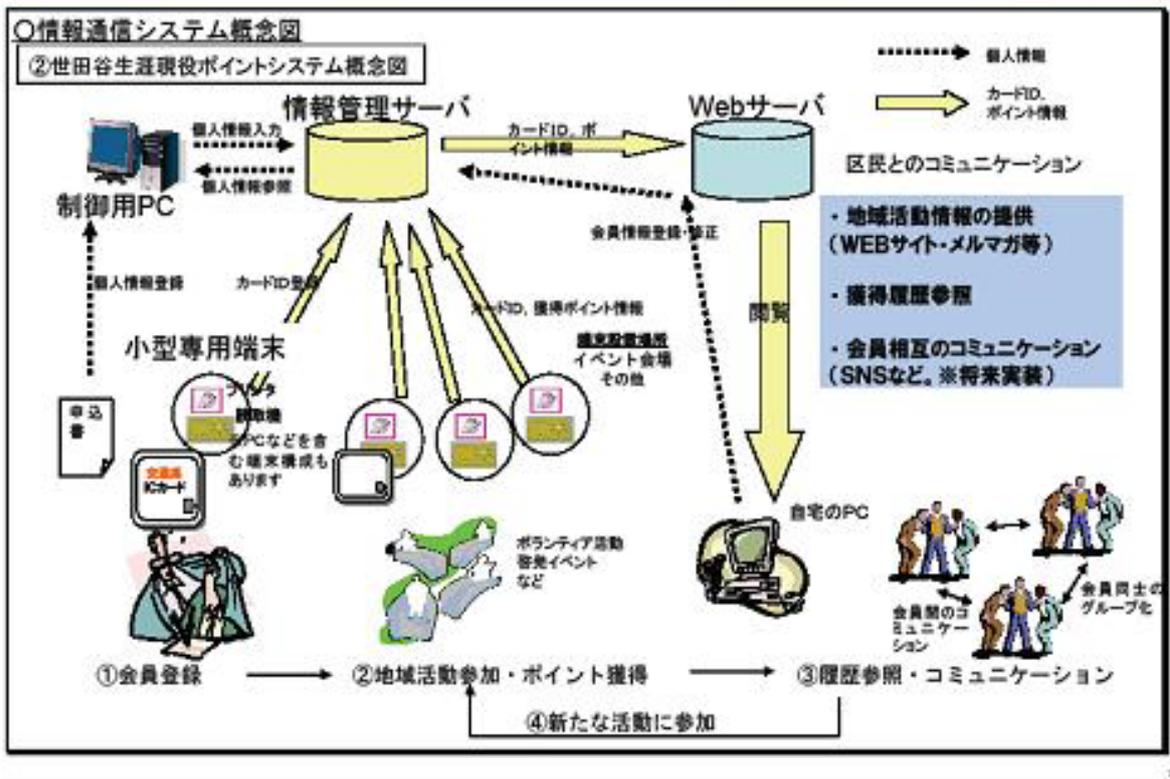
インタビューの実施方法

インタビューの実施方法

インタビューの実施方法

ポイント種別	ポイント獲得方法	ポイント消費方法	ポイントの有効期限
基本ポイント	登録時、活動参加時、ボランティア活動時、イベント参加時、その他	商品購入時、サービス利用時、その他	登録時から1年以内
特典ポイント	特定の活動参加時、ボランティア活動時、イベント参加時、その他	商品購入時、サービス利用時、その他	登録時から1年以内
特別ポイント	特定の活動参加時、ボランティア活動時、イベント参加時、その他	商品購入時、サービス利用時、その他	登録時から1年以内
その他	特定の活動参加時、ボランティア活動時、イベント参加時、その他	商品購入時、サービス利用時、その他	登録時から1年以内

ライフステージ別地域活動ネットワークシステムの構築 (世田谷区) 別紙2



(3) ICT利活用のメリット

① 地域教育情報基盤

- CMSは導入実績が多数あり、機能性・信頼性・使用性に優れている。
- コンテンツ更新の効率化を目的として、効率性・保守性に優れている。
- インターネット上の他のシステム(ブログやデータベースなど)との連携が容易である。

② 生涯現役ポイントシステム

- ポイント発行や集計作業を自動化することができ、効率化やセキュリティの向上を望める。
- 区民がPCを利用してサービスにアクセスし、自分の保有ポイントを確認できる。

(4) 目標と実績

指標	平成19年度 目標	平成19年度 実績	平成20年度 目標	平成20年度 実績*
対象校サイト平均更新率	10%	50.1%	20%	—
対象全学校の学校サイト稼働	全校サイト稼働	全校サイト稼働	当初数値の3倍達成	—
ユーザーアンケート	当初数値から 0.5ポイント以上改善	55%	当初数値から1 ポイント以上改善	— (未測定)
ポイントシステム登録者・参加者数	延べ1200人	282人	1200人	397人
生涯現役システムの満足度	50%	54.9%	55%	— (未測定)

*平成21年2月2日時点で把握している最新状況

- サイトの平均更新率は、平成20年1月の更新率(更新した日÷31日)で表している。しかしながら、この時点では、対象9校のうち2校はシステム未導入のため、実績に含まれていない。
- 学校へのCMS導入については、満足度が55%と比較的高くなっている。
- せたがや生涯現役ポイントシステムへの登録者は、目標の1200人に対し、282人と大幅に下回っている。しかしながら、満足度は54.9%と比較的高い。

(5) 独自の工夫

➤ 学校サイト更新のインセンティブ

これまで、学校に関する情報というものは、地域にはあまり公開されてこなかった。そこで、学校情報の地域への公開度(周知度)により、学校への評価がされるようになると、その評価結果自体が、サイト更新担当の教職員にインセンティブを与えることになり、より頻繁にサイト更新がなされるようになった。

➤ 既存システム(交通系ICカード)の利用

本事業のための独自のポイントシステムは新規開発せず、既存の交通系 IC カードを流用することで、システムの開発コストやカードの発行コストを削減することができた。また、この交通系 IC カードは広く普及しており、区民の多くが所持していることが、区民の参加の間口を広げている。

(6) 事業における困難な点

- 生涯現役ポイントシステムにおけるポイント原資は、現時点では世田谷区の税収を充当している。世田谷区担当者としては、地元商店街や民間企業・団体との連携を模索しているが、景気が急速に冷え込んでおり、民間の原資を期待するのは難しい状況であり、今後検討すべき課題である。
- 生涯現役ポイントシステム事業の一環で、防犯パトロール活動(防犯活動の PR)では、多くの参加者を呼び込むことに成功したが、メンバーの流動性が低く、このようなイベントに参加する区民の顔ぶれは毎回ほぼ同じである。今後は、より一人でも多くの区民を巻き込んでいけるよう、イベント参加へのインセンティブを検討しなければならない。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 地域教育情報基盤は、システムの導入により、他地域への多展開は可能である。重要なことは、学校サイトの更新を容易にするツールの導入だけで満足せず、学校関係者や保護者、地域住民に関心を持ってもらえるようなコンテンツを充実する必要がある。
- 生涯現役ポイントシステムの事業としての成否は、ポイント原資の確保に拠る。

(8) 評価

- 地域教育情報基盤の構築により、教職員は学校サイトの更新に励むようになり、地域の住民は、そのサイトからの情報を得て、学校に興味を持つようになった。このようにして、各学校と、保護者や地域との関係が密になっている。また、平成 19 年に実施された保護者向けのアンケートでも、学校サイトに対する満足度は 55%と比較的好評のようである。

CMSにより作成された、世田谷区駒沢小学校のサイト

世田谷区立駒沢小学校
Komazawa Elementary School

ポータルサイト | サイトマップ

サイト内検索 検索

トップページ 学校概要 学校生活 配布文書 学校日記 きこえとことばの教室

駒沢小学校のホームページ

現在位置: トップページ

世田谷区立駒沢小学校へようこそ。
学校見学を希望される方は、副校長までお電話ください。
きこえとことばの教室に関することは、電話で教室までお問い合わせ下さい。

学校所在地
〒154-0012
東京都世田谷区

- 生涯現役ポイントシステムは、少ないながらも登録者や利用者が増加しており、徐々にだが区民に対して浸透してきてはいる。しかしながら、事業が開始されてから、平成20年11月までの間に、ポイントを交換・利用した件数は、6件とわずかしかない。本事業は、ポイントをインセンティブとして、区民にボランティア活動の場を提供する事業であるが、貯まったポイントが使われていないという現況がうかがえる。これでは、単なるボランティア活動に留まっており、ポイントが死蔵しては、地域の活性化に繋がらない。生涯現役ポイントシステムが事業としてPDCAサイクルに乗るよう、ポイントの多様な利用方法や場所について検討する必要がある。

2. 7 東京都三鷹市

事業名「三鷹市ユビキタス・コミュニティ推進事業」

(1) 背景

多くの自治体と同様、三鷹市においても少子長寿社会への対応や地域経済の活性化、安全安心のまちづくりなど、多様化する地域課題を抱えている。今後、こうした地域課題を解決するためには、これまで整備が進められてきた情報通信基盤を活用し、市民生活の豊かさや地域の活性化につながる実用的な ICT の活用が不可欠になっている。

また、団塊の世代の地域への回帰など、従来、まちづくりに参加する機会の少なかった市民がまちづくりに関心を持ち、自ら参加しやすいような「参加と協働の仕組みづくり」が求められている。こうした中で「いつでも、どこでも、誰でも」が利用可能な情報発信・情報交流の場を確保するとともに、安全で安心な生活環境の実現や地域活性化の促進、魅力ある教育・生涯学習の推進など、生活の豊かさ、便利さ、楽しさを実感できる地域社会(ユビキタス・コミュニティ)の実現を「民学産公」の協働により目指すことが課題となっている。

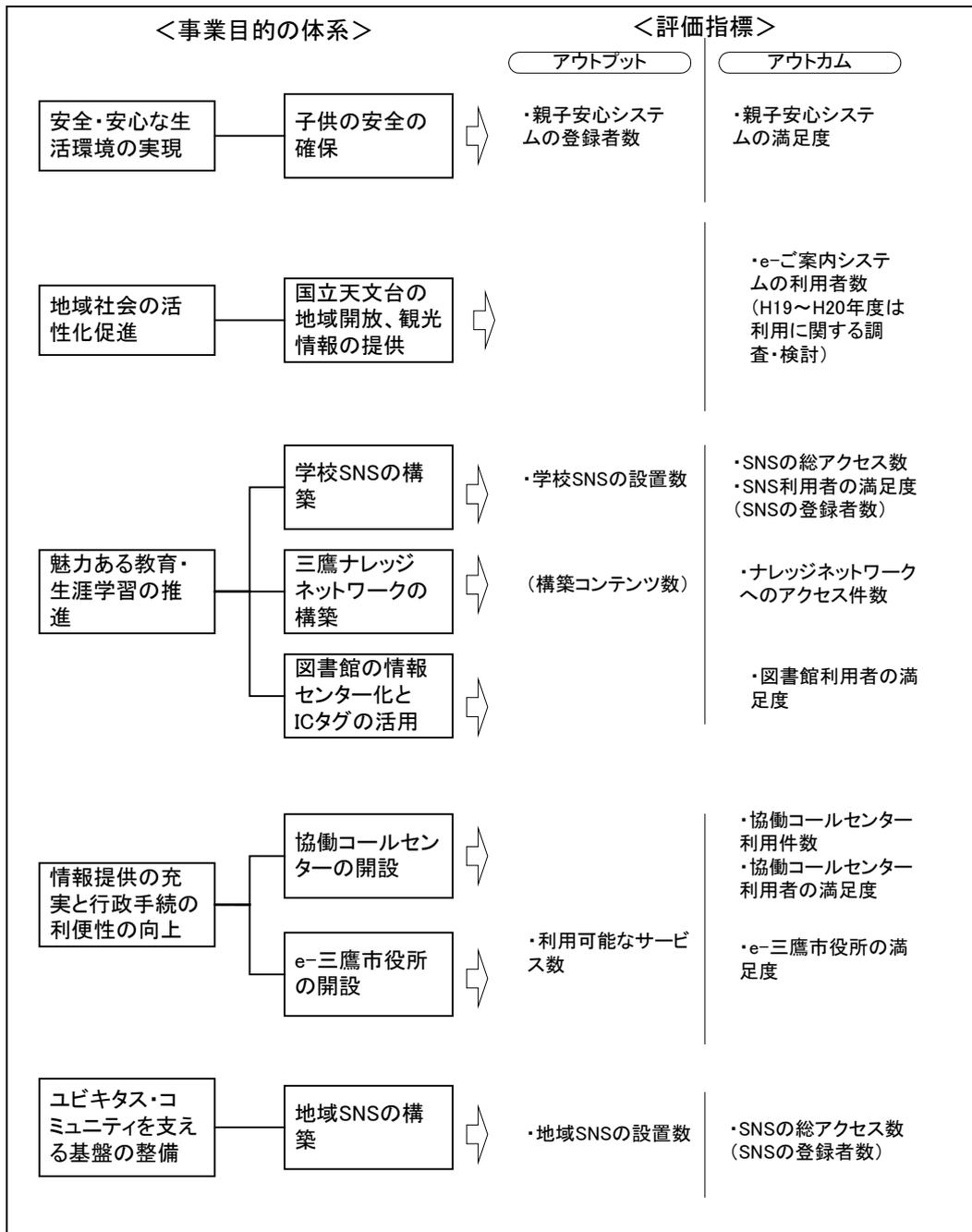
(2) 事業目的と概要

上述の地域課題に対応するため、具体的には次の 5 分野で重点課題を設定し、総合的な取組により「ユビキタス・コミュニティ」の実現を目指すこととしている。

- ① 安心・安全な生活環境の実現
- ② 地域社会の活性化の促進
- ③ 魅力ある教育・生涯学習の推進
- ④ 情報提供の充実と行政手続の利便性の向上
- ⑤ ユビキタス・コミュニティを支える環境の整備

この取組は、三鷹市における地域情報化推進の基本となる「三鷹市ユビキタス・コミュニティ推進基本方針」(平成 19 年 5 月策定)に基づくものである。

事業目的の体系と評価指標



平成 19 年度から地域 ICT 利活用モデル構築事業に取り組んでおり、全体として、現在構築の段階から運用の段階に移行しつつある。分野ごとの取組の概要は以下の通りである。

① 安心安全な生活環境の実現

- 親子安心システム

ナビピードットコム株式会社の提供する「GPS 携帯電話による位置情報提供サービス」を使って、保護者があらかじめ設定したエリア(学校、学習塾、学童保育所など)を児童が出入りすると、その旨のメールが届くシステムを構築し利用している。システム構築にあたって既存の民間サービスのシステムに一部機能追加を行っている。平成 19 年 1 月から利用モニターを募集し、平成 20 年 6 月まで運用(モニター参加は学童保育等に通う児童 94 人)を行った。それ以降は、既提供事業者が継続してサービスを提供している。

② 地域社会の活性化の促進

➤ e-ご案内システム

三鷹市では、民間施設を含む地域資源を積極的に市民等に開放し、多様な交流と地域活性化、生涯学習機会の提供等を進めることとしており、市内にある国立天文台の地域開放に際して、案内管理などの機能を備えたシステムの構築について、平成 19 年度から調査・検討を行っている。

③ 魅力ある教育・生涯学習の推進

➤ 三鷹ナレッジネットワーク

協働のまちづくりに向けては、地域への市民の関心を高めるとともに、市民自らが情報を発信し、情報交流を深めることが必要であるという認識から、以下の二つのシステムに取り組んでいる。いずれも平成 19 年度にシステムを構築し、平成 20 年度は利用者向け講習会を開催し、市民参加を進めている。

みたか WiKi	三鷹に関する地域百科事典のようなものをボランティアベースでつくるシステム
みたか教えてネット	三鷹の風土、歴史、文化から市民生活に至るまで、教えてほしい市民が問合せ、その問合せに知っている市民が教えるシステム

みたかWiki のメインページ

本文 | 履歴

メインページ

みんなでつくる三鷹事典
みたかWikiへようこそ!

お知らせ

- 2008年4月みたかWiki運用開始。

新着記事

1. 武蔵野三鷹ケーブルテレビ株式会社 2009年3月17日 (火) 23:56
2. 子育てコンビニ 2009年3月15日 (日) 13:38
3. 水産 2009年3月8日 (日) 12:32
4. 市民のくらしを守る会議 2009年3月8日 (日) 12:30
5. 市内産野菜の市内供給 2009年3月8日 (日) 12:29

新着画像

		
img6.jpg 2008年4月3日(木) 09:57 79,552 バイト	img5.jpg 2008年4月3日(木) 09:55 78,997 バイト	img4.jpg 2008年4月3日(木) 09:55 131,536 バイト

記事を探す

カテゴリ

- 三鷹市の概要
- 組織・財政
- 国際化・平和・男女平等
- 子ども・子育て・学校教育
- 生涯学習・芸術・文化
- 福祉・健康
- 産業・生活
- 都市生活基盤
- 都市環境整備
- 自治と参加

索引

あ行 - が行 - さ行 - た行 - な行 - は行 - ま行 - や行 - ら行 - わ行

ご利用案内

- 利用ガイド
- みたかWikiとは？

➤ 図書館の情報センター化と IC タグ活用

ICT の活用により、地域の情報拠点としての図書館の高度化を進め、生涯学習と情報収集の拠点化に取り組んでいる。平成 20 年度に図書資料に IC タグを貼付し、管理業務の効率化等を図っている(市単独事業として実施)。

④ 情報提供の充実と行政手続の利便性の向上

➤ 協働コールセンターの構築に向けた取組

公共コールセンターについては、政令指定都市や中核市レベルでは実績があるが、三鷹市規模の自治体(人口約 18 万人)での実績は殆どない。平成 19 年度は基礎調査を実施し現状分析等を行い、平成 20 年度継続して検討を行った。検討の結果、費用面の課題等があり、今後、FAQ システム(よくある質問と回答システム)として構築整備する方向で進めることとしている。

➤ e-三鷹市役所

申請・届出の電子化や税・使用料等の電子納付の拡充など、電子的な手続きやサービスの充実が図られる一方で、既存のホームページには、こうしたサービス提供を一覧で表示できるものがない。そこで、既存のものとは別にポータルサイトを開設することにより、市民が利用し易い環境を整備することとしている。平成 20 年度においては、自動交付機のデータを利用したコンビニエンスストアにおける証明書交付などについて調査・検討を行っている。

➤ 統合型 GIS

統合型 GIS を実現するための基盤として、平成 19 年度に基本システムの導入を実施した(市単独事業)。平成 20 年度は、地図情報の掲載や利活用について検討した。

⑤ ユビキタス・コミュニティを支える環境の整備

平成 19 年度に開発した SNS(地域・学校)、三鷹ナレッジネットワーク(みたか WiKi、みたか教えてネット)、e-三鷹市役所などのシステムを乗せるための基盤環境について、平成 19 年度にポータルサイトを立ち上げた。

また、市民がこれらのシステムなどを利用できる公衆端末及びホットスポットの公共施設への整備等に取り組んでいる。

(3) ICT利活用のメリット

- 情報通信基盤を活用し、「いつでも、どこでも、誰でも」が利用可能な情報発信を行うとともに、情報交流の場を提供できる。
- 多くの情報や多数の人の情報を一元的に集約可能であり、情報利活用を効率的に行うことができる。
- できるだけ既存の情報サービスを利用して有効に役立てることで経済的なメリットも生じる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
親子安心システムの登録者数(親と子の合計数)	200 人	194 人	200 人	50 人
SNS へのアクセス件数	5,000 件	83,000 件	1,000,000 件	1,086,069 件
地域 SNS の設置数	2 サイト	2 サイト	—	2 サイト継続
無線 LAN スポットの設置数	3 箇所	4 箇所	5 箇所	6 箇所

みたか WiKi の開設	1 サイト	1 サイト	—	1 サイト継続
みたか教えてネットの開設	1 サイト	1 サイト	—	1 サイト継続
三鷹ナレッジネットワークへのアクセス件数	—	—	10,000 件	87,765 件
図書館利用者の満足度	—	—	80%	—
e-三鷹市役所のポータルサイトの開設	1 サイト	1 サイト	—	1 サイト継続
e-三鷹市役所で利用可能なサービス数(電子申請等)	—	—	30 件	24 件

*平成 21 年 3 月 18 日時点で把握している最新状況

- 親子安心システムは、平成 19 年度は市の費用負担によるモニター利用として運用し、平成 20 年度は民間の既提供会社による有料サービスとして継続。
- 平成 20 年度より「三鷹ナレッジネットワークへのアクセス件数」を追加した。
- 「三鷹ナレッジネットワークへのアクセス件数」の内訳は、みたか WiKi:4,059 件、みたか教えてネット:83,706 件となっている。
- 「図書館利用者の満足度」は当初アンケート調査を予定していたが、利用者数が予想を大きく上回ったことから、この以下の数値で評価した。平成 20 年度 1・2 月の貸出者数:68,059 人、平成 21 年 1・2 月の貸出者数は 85,924 人。

(5) 独自の工夫

➤ 民間事業者の既存システムをベースに一部機能追加

親子安心システムについては、事業継続性を担保するため、類似サービスを実施している民間事業者のシステムをベースに、独自に一部機能追加を行って、サービス提供を行っている。モニター期間終了後も追加機能部分を含め民間サービスとして提供されており、モニター参加者のうち 20 数組が自己負担(サービス使用料 315 円/月、通話料金等は除く)で継続利用を行っている。

➤ 地域に根ざしたNPO・企業等との連携

本事業の推進にあたっては、市が単独で推進するのではなく、三鷹市の第 3 セクターである「株式会社まちづくり三鷹」(役割:サービス企画やネットワーク運用等)や、中高年の地域ビジネス参加支援を行う NPO「シニア SOHO 普及サロン・三鷹」(三鷹市市民協働センターの登録団体。役割:三鷹ナレッジネットワークの運営、地域 SNS の運営等)などが参画しており、活動の牽引役、繋ぎ役、纏め役として重要な役割を果たしている。

モデル事業で展開する各システムの主体は基本的には三鷹市である。しかし、地域 SNS

は運営委員会(上記の主体等が参画)が運営主体になるなど、行政だけでない団体が主体となる場合もあり、協働体制とすることで効果的な運営を実現している。

➤ 市民参加型の事業運営—イベントづくりへの注力

地域 SNS は、愛称＝「ポキネット」(ポキ:三鷹の森ジブリ美術館の開館を記念してスタジオジブリの宮崎駿氏が描いた三鷹のキャラクター名+ネット)として親しまれている。運営委員会では、市民の参加を広げるためには、イベントづくりを行って引き込んでいくことが重要と考えている。地域 SNS の愛称募集もこうしたイベントの一つとして捉えて活動展開し、市民の参加誘導を図っている。

また運営者は、地域 SNS を盛り上げていくためには、ネット上でのコンテンツ提供等だけでは限界があり、フェイス・トゥ・フェイスの交流が重要であると考えている。参加者同士が対面での交流を通じて親睦を深めていけるようイベントづくりに注力している。

地域 SNS のトップ画面

ポキネット
みたか地域SNS

会員登録する
ログイン

自分のトップ ブックマーク 個人設定 ともだちを招待 ランキング ご利用ガイド
メンバー検索 コミュニティ検索 トピック検索 日記検索 フォト検索

ログイン
メールアドレス
パスワード
 次回から自動的ログイン
ログイン
[パスワードを忘れたら?]

会員登録
会員登録すると、メンバーの日記、掲示板、プロフィールなどを見たり書き込んだり、サークルに参加したりなど、すべての機能を利用することができます(ゲストの状態では全公開の情報のみを表示しています)。

お知らせ
運営者から
03月20日 ... [第11号「ポキネット通信」](#)
03月19日 ... [「災害時モード」への切り替えのお知らせ](#)
03月18日 ... [第2回全体オフ会\(1周年記念\)開催決定!](#)
03月10日 ... [コミュニティ紹介承ります!](#)
03月06日 ... [第10号「ポキネット通信」](#)
過去のお知らせ

行政から
03月18日 ... [三鷹市公式ホームページのご紹介](#)
03月18日 ... [つばをくれという不審者に注意!](#)
03月16日 ... [公然わいせつ事案発生!](#)
03月13日 ... [声かけ事案発生!](#)
03月12日 ... [声かけ事案発生!](#)
過去のお知らせ

➤ 外部の第三者(有識者)の助言・評価

本事業は取組にあたって、有識者で構成する「三鷹市ユビキタス・コミュニティ推進有

識者会議」の専門的な助言等及び事業に関する評価を得ている。平成 20 年 3 月、各有識者の個別システム等に関する意見や提言を報告書として取りまとめており、第三者の意見を踏まえて事業が進められている。

(6) 事業における困難な点

- 当初、協働コールセンターの構築を予定していたが、検討の結果、費用面の課題等から、目的をより安価に達成するため FAQ システムの構築へ計画変更が行われている。
- 親子安全システムのモニター対象は小学校低学年であり、システム利用する際、児童が登下校時に携帯電話を持つこととなる。携帯電話を使用することで、保護者にとっては緊急時に会話ができ安心感があるというメリットもある。しかし、学校への携帯電話の持ち込み規制について、社会的な議論が高まった時期にモニター期間が重なったこともあり、学校内への持ち込みについては学校関係者との慎重な調整を行った経緯がある。モニター期間の運用では、携帯電話は学校内には持ち込まず、学童保育所に置くこととした。
- 市民が参加し書き込みを行う地域 SNS については、例えば、参加者同士が対立し問題になるケースなども想定されることから、慎重な対応が必要であると考えており、事前に講習会を開催し、利用方法の説明等を行った後、ID、パスワードを付与することとしている。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 上述のように、親子安全システムについては、学校における携帯電話の取扱いの問題が関わることから、他地域へ展開する場合は、例えば、登下校時に一時預かりする方法など(本事業では、学童保育所で預かる方法を採用)、学校関係者等との十分な検討が必要となる。
- また、今回使用の GPS 携帯電話による見守りシステムについては、設定したエリアへの出入りを GPS で検知し、保護者へ連絡する仕組みとなっている。このシステムは、電子タグを使った通過検知によるシステムに比べると、位置情報の誤差が生じる点や、建物の中に入った場合の正確な位置把握が難しい点で劣っており、これらの点が今後の課題である。

(8) 評価

- 三鷹市ユビキタス・コミュニティ推進基本方針(平成 19 年 5 月策定)に基づき、本事業は推進されており、安心・安全な生活環境の実現、地域社会の活性化促進、魅力ある教育・生涯学習の推進など幅広い分野で総合的に ICT を利活用した取組が実施されている。特に三鷹市では、長年にわたって市民参加と協働をテーマにまちづくりが進められてきた歴史があり、構築された市民、地元 NPO、民間企業の連携関係を基盤に本

事業が有効に展開されている。

- みたか地域 SNS は、平成 20 年 3 月までは市民、団体等から構成される準備委員会により運営を行っていたが、平成 20 年 4 月からは運営委員会を立ち上げ広報等で利用の PR、出前講座等により各団体等への説明を行い、現在本格運用へ移りつつある。地域 SNS への総アクセス数をみると、平成 19 年度は目標値 5,000 件に対し 8,300 件、平成 20 年度は目標値 1,000,000 件に対し 1,086,069 件(平成 20 年 12 月時点)となっており、大きく利用者は伸びている。
- また、地域 SNS の登録者数については、平成 19 年度の開始時は約 200 人であったが、現在は約 900 人へと増加してきている。今後、登録者数が 1,000 人規模を超えた段階で、より親密、健全、安心感のあるコミュニティをつくるという観点から、他の代表的な SNS で採用されている、既登録ユーザーの招待を受けないと利用登録できない「招待制」の導入についても検討することとしている。これにより、一層濃い交流が実現するものと関係者は期待している。
- 現在は地域 SNS の「登録者数」は評価指標とされていないが、活動規模や参加度合いを把握する指標となることから、今後、評価指標に加え、「総アクセス数」と併せ「登録者数」について継続的に推移を評価することが考えられる。みたか Wiki は、「構築コンテンツ数」を評価指標に加えることが考えられる。平成 21 年 3 月現在、約 880 件となっている。
- 親子安心システムは、平成 20 年 6 月までモニター運用し、利用者数の目標値 200 組を概ね達成している(市内の 15 小学校のうち 8 校で実施)。平成 20 年 6 月以降は、民間の既提供会社による有料サービスとして継続されており、現在、20 数組が自己負担で利用を継続している。システム機能の一部追加を行い、民間事業者によるサービスでの継続運用を行っている。今後、利用者範囲について、さらに高齢者や特別支援学校へ通学児童等への拡大を図ることを検討する予定となっている。
- モニターへの調査結果から、例えば市外の私立小学校へ通学しているケースなど長距離移動をする児童については、保護者の安心システムへの利用ニーズがより高い傾向があることが明らかとなっている。
- 三鷹ナレッジネットワークの「みたか WiKi」と「みたか教えてネット」はシステム構築を終え、これから本格運用の段階となっている。市民誘導を如何に図るかが事業成功の鍵である。活動を盛り上げるため、現在、地元 NPO など地域の団体や関係者による熱心な取組が進められている。
- 図書館での IC タグ活用については、システム導入による効率化により生じた職員の空き時間を例えばリファレンスサービスに回せるといったメリットが確認されている。また、時間短縮や利便向上などサービス改善により、来館者数が向上するという効果が現れている。

2. 8 神奈川県厚木市

事業名「厚木市地域連携ポータルサイト構築事業」

(1) 背景

厚木市の地域課題として、「地域経済の活力低下・市中心街の衰退」、「生涯学習機会のニーズの高まり、需給のミスマッチ」、「地域コミュニティ機能の衰退」の三点がある。

① 地域経済の活力低下・市中心街の衰退

近年、郊外型の大規模店が出店するようになり、商店街の店舗に空き店舗が見られるようになった。また、インターネット上で店舗を検索しても、個人商店のような店舗の情報が見当たらず、厚木市民にとって身近な店舗情報を手に入れることができない。

② 生涯学習機会へのニーズの高まり、需給のミスマッチ

リタイアした世代の市民のなかで、生涯学習に対するニーズが高まってきている。これに対し、多くの講座が開催されているが、身近な地域においてどのような講座が開催されているか把握することができないため、市民は講座へ参加できず、需給のミスマッチが起きている。

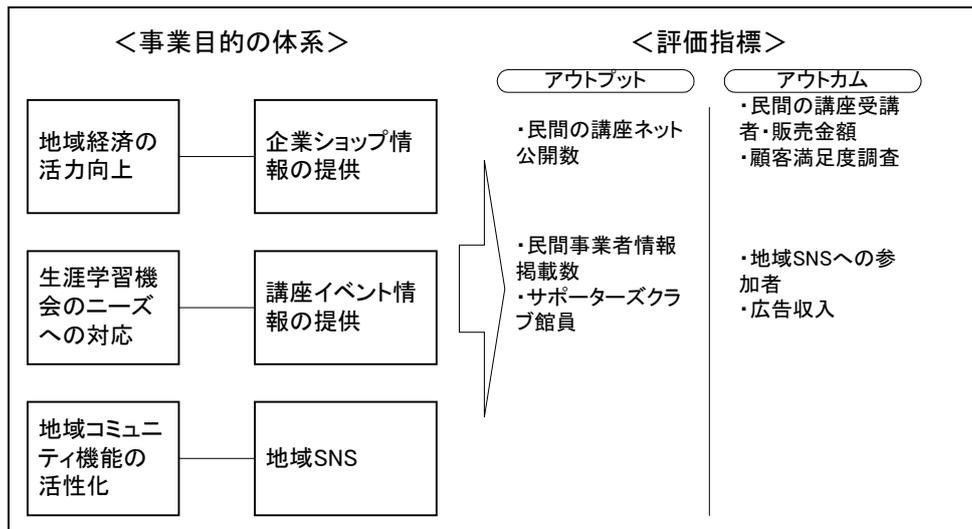
③ 地域コミュニティ機能の衰退

住民意識の多様化や昨今の核家族化の進行、個人情報保護の観点から、地域の情報の共有がなされず、地域共同体内のコミュニケーション能力が失われている。

(2) 事業目的と概要

行政情報と地域に存在する有益な情報を一括して提供するポータルサイトの構築といわゆるリタイアした団塊の世代等による「サポーターズクラブ」の設置や地元大学との連携体制の確立等による住民参加型のまちづくりを推進する。

事業目的の体系と評価指標



① 地域連携ポータルサイト(平成 20 年 3 月～システム稼働)

講座・催し・団体・地域情報などの提供サービスを民間事業者や市民に開放し、行政と民間の情報を一体的に提供する汎用プラットフォームとして「地域連携ポータルサイト」(マイタウン)を構築した。

② あつぎ地域SNS(平成 20 年 3 月～システム稼働)

厚木市が運用中のマイタウンクラブの利用者登録データベースを利用した、あつぎ地域SNSを構築した。

③ 民間事業者の情報の有料化

地域連携ポータルサイトに掲載する民間事業者の店舗・サービス情報は、厚木市広告掲載要綱を基に有料広告として料金を課している。

④ 厚木市地域連携ポータルサイト運営協議会の設置

地域の団体、大学、企業、公募による住民、周辺自治体(愛川町・清川村)で構成された厚木市地域連携ポータルサイト運営協議会を設置し、地域の情報をネットに集約する「まちづくり運動」を推進している。

⑤ マイタウンサポーターズクラブの設置

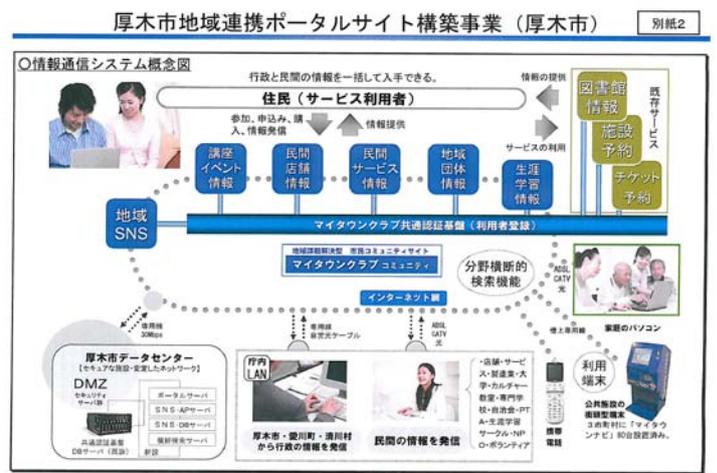
団塊世代の退職者や主婦などを中心としたボランティア組織「マイタウンサポーターズクラブ」を設置し、コンテンツ制作サポーター、まちかどレポーター、ネットコミュニティサポーターの活動により、システムと利用者を側面からサポートしている。

⑥ 地元大学との連携

市内の情報メディア系の学科をもつ3大学(神奈川工科大学、東京工芸大学、湘北短期大学)と連携して、Webデザイン、コンテンツ制作、キャラクターデザイン、キャッチコピーなどの制作のほか、顧客満足度調査や初期データ入力業務等を実施している。

⑦ 第三者評価委員会の設置

開発や運営に直接関与しない大学教員、市内企業経営者、有識者等で構成する第三者評価委員会を設置した。



(3) ICT利活用のメリット

① 地域連携ポータルサイト(平成20年3月～システム稼動)

- 企業ショップ情報、講座イベント情報、あつぎ地域SNSを横断的に利用できる。
- 厚木市ホームページに掲載されている情報を一括検索できる。
- 共通認証基盤によるシングルサインオンに対応している。
- 地域の情報を集約し、長期的に情報発信することができる。

② あつぎ地域(SNS平成20年3月～システム稼動)

- 企業ショップ情報、講座イベント情報と連携して、実際に活動しているグループが情

報を共有できる。

- リアル社会でのつながりを接点に集まったコミュニティの関係性を深められる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
民間の講座ネット公開数	100 件	0 件	1,500 件	247 件
民間事業者数情報の掲載数	300 件	171 件	800 件	206 件
地域 SNS の登録/参加者	1,000 件	441 件	5,000 件	1,600 件
広告料収入	600(千円)	0 円	7500(千円)	2600(千円)
サポーターズクラブ会員	50 人	70 人	100 人	76 人
顧客満足度調査 (講座の検索結果に 対する満足度)	—	74.9%	前年比+5%	79.4%

*平成 21 年 2 月 23 日時点で把握している最新状況

- 民間の講座ネット公開数の平成 19 年目標 100 件に対し、平成 19 年度の実績は 0 件であった。平成 20 年 4 月以降から順次公開することとなったためである。なお、平成 20 年 2 月末時点では、247 件の公開がある。目標の 1,500 件を大きく下回っている。
- 民間の事業者情報の掲載数は、平成 20 年度目標の 800 件に対し、206 件と大幅に下回っている。
- 広告料収入は、平成 20 年度目標の 750 万円に対し、260 万円と下回っている。
- サポーターズクラブの会員数は、平成 20 年度目標の 100 人に対し、76 人であるが、現在は採用を控えており、メンバーのスキルの向上を図っている。

(5) 独自の工夫

➤ 既存利用者情報の活用

マイタウンクラブは、ICT の利便性を実感できるよう、生活に密着したサービスの提供を目標とした。これに対し、厚木市の図書館利用者情報に基づき、統合認証基盤を構築し、公共サービスをスムーズに利用できるようにした。また、既存の図書館利用者情報の活用により、サービス開始時から多くの利用者を囲い込み、厚木市人口 22 万 5 千人に対し、10 万人以上が会員登録している。



➤ サポーターズクラブの設置

団塊世代の退職者や主婦から成るサポーターズクラブを設置し、コンテンツの作成やまちかどレポート、ヘルプサポートなど、システムとユーザーをサポートする体制を構築した。メンバーに対しては、オフ会や研修を開催し、コンテンツ記事の書き方や、デジタルカメラでの写真の撮り方、画像のアップロードの仕方を指導し、技術や知識の育成を図ってきた。メンバーの募集に関しては、想定を上回る応募があるが、一定水準以上の運用を確保するため、採用を控えており、現在はメンバーのスキル向上を目指している。団塊世代の退職者や主婦に活動の場を提供することにより、地域コミュニティ機能の活性化にも繋がっている。

サポーターズクラブ研修の様子



まちかどレポート



➤ 第三者評価委員会の設置

厚木市の当該事業では、事業の運営には直接関与しない第三者評価委員会を設置し、プロジェクトの進捗状況や、事業の成果・効果についての定期的なモニタリングを行って

る。

(6) 事業における困難な点

- 民間の講座ネット公開数に関しては、平成 20 年度の目標値 1,500 件に対し、平成 21 年 2 月現在で約 250 件と目標を大きく下回っている。これについては、民間の講座数は多いものの、主催者や企業、ショップが日常業務に追われて多忙のため、マイタウンクラブに登録する時間がないことや、マイタウンクラブを利活用し、自ら情報発信していくことのメリットについて十分な理解がなされていないことによる。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 今後の課題は、現時点では目標を大幅に下回っている、民間事業者数の掲載数である。同掲載数は、コンテンツへの課金に直結しており、地域 SNS の自律的・継続的な運営には必要不可欠である。ICT を利活用するメリット(費用対効果)への理解を進めなければ、民間事業者が自発的に情報発信していくことはないと想定される。民間事業者の情報掲載が増加すれば、情報に対する課金収入が増加し、コンテンツの充実による、利用者の増加も期待でき、地域 SNS の発展を望むことができる。

(8) 評価

- 厚木市の当事業において、事務局や協議会といった関係団体とは別に第三者評価委員会を設置することで、第三者によるプロジェクトモニタリングを実施している。第三者評価委員会では、プロジェクトの進捗状況や、事業の品質・効果についてモニタリングを行っており、その委員会議事録は厚木市役所 Web 上にて一般に公開されている。プロジェクトマネジメントの上で、進捗や品質を可視化し、モニタリングすることは非常に効果的であると言える。地域 ICT 利活用モデル構築事業に携わっている、多くの自治体において、プロジェクト進捗の問題があげられるが、厚木市のように、プロジェクトマネジメントの観点で事業を俯瞰することは、非常に重要である。
- 地域ポータルサイトや SNS の開始に当たっては、利用者・登録者を増やし、サイトをいかに閲覧してもらうかが重要である。この点に関しては、厚木市の事業では、図書館利用登録の既存情報を活用することで、利用者・登録者を開始当初から確保しており、一定数以上の参加者を囲い込んで SNS 事業を開始したことが、事業の成功の一要因である。ポータルサイト事業は、参加者不足により、サイト自体の衰退、コンテンツ不足などを生じがちであるが、厚木市の事業は、この点を克服しており、行政によるポータルサイト事業の、成功見本となりうる。
- 地域の活性化という点において、サポーターズクラブは目的を達成していると言える。市民の中には IT リテラシーに関する格差(デジタルディバイド)があることは否めない。そのため、行政サービスを進める上で、ICT(パソコンやインターネット等)や SNS に

なじみがない市民をどうサポートしていくかが重要なポイントとなる。この点については、厚木市の場合、団塊世代の退職者や主婦にサポーターズクラブのボランティアを務めてもらうことで解決している、退職者や主婦にとっては、空き時間を利用してボランティアすることで、各人の経験や知識を地域に還元している。また、行政にとっては、彼らにサポーターズクラブのメンバーを担ってもらうことで、ICT 事業のヘルプデスク機能を提供することが可能になり、また、地域コミュニティの活性化に繋がっている。

- 今後は、サポーターズクラブのメンバーのモチベーションをどう維持していくかが、自律的・持続的な事業運用の鍵となる。メンバーは、現在は有志のボランティアであり、現在の水準の活動は保証されていない。今以上の活動状況を維持していくためには、メンバーのインセンティブを上げていくことを検討する必要がある。

2. 9 山梨県中央市

事業名「健康観光 ICT 利活用モデル事業「はじめる・つづける健康あっぷ」

(1) 背景

中央市は生活習慣病の予防の観点から健康づくり事業を推進しているが、疾病予防対策を推進する上で、生活習慣の改善行動の継続性に関して、以下の三点の課題を抱えている。

① 支援体制の構築

健康に高い関心を持つ市民に対しては十分な支援を提供できているが、行政の支援を本当に必要としている発症危険性の高い市民に対しての支援が不十分である。また、一般的な医療情報の発信にとどまっており、市民から行政や医療従事者に対する広範な意見の集約が十分ではない。

② 個々ニーズの対応

個々の市民の多様なニーズに応じた体制が整備されておらず、個人検診データの包括的・経時的管理に基づいた個人指導体制が不十分である。

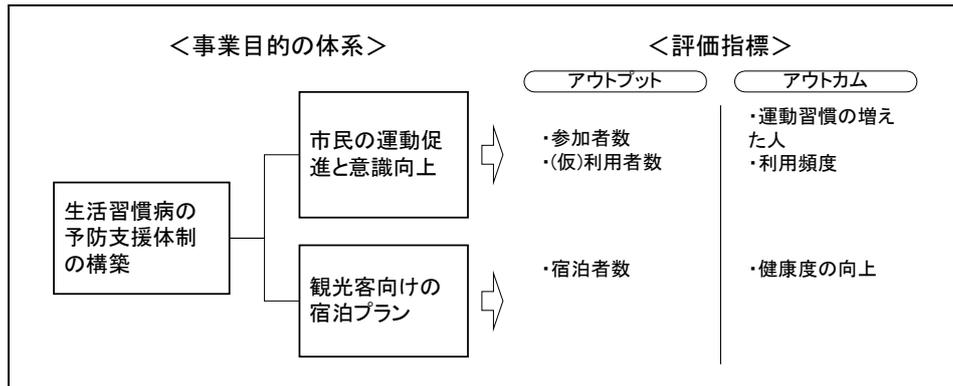
③ 医療費の増大

地域医療機関における個人検診データの有効活用が不十分のため、検査費用の重複や限られた検査データのみによる診療など、不必要な医療費が少なからず生じている。また、予防対策の経済意義に関する検証が不十分であり、健康長寿を達成するために必要な項目について十分な検討がなされていない。

(2) 事業目的と概要

中央市では、山梨大学医学部の協力のもと、オーダーメイドの健康改善プログラム(食事摂取法、運動方法、生活改善指導、相談など)を実施する。あわせて、プログラムに温泉資源を取り入れることで、観光資源への顧客誘致を図る。

事業目的の体系と評価指標

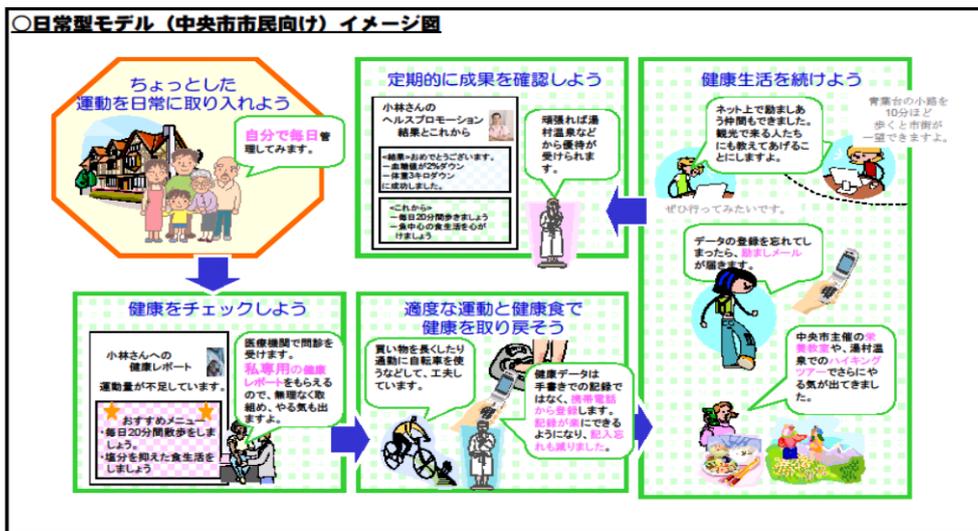


① 日常型プラン

保健師が参加者と相談して、各人に合わせた定性・定量目標を策定し、参加者はその目標に対する日々の数値・結果を携帯電話で入力する。仮に未入力の場合には、入力を催促するメールが配信されることになっており、参加者は、日常的に健康を意識するようになる。また、保健師が、携帯電話のメールを通じて、参加者に対し、随時指導やアドバイスすることで、参加者のモチベーションの維持を図る。

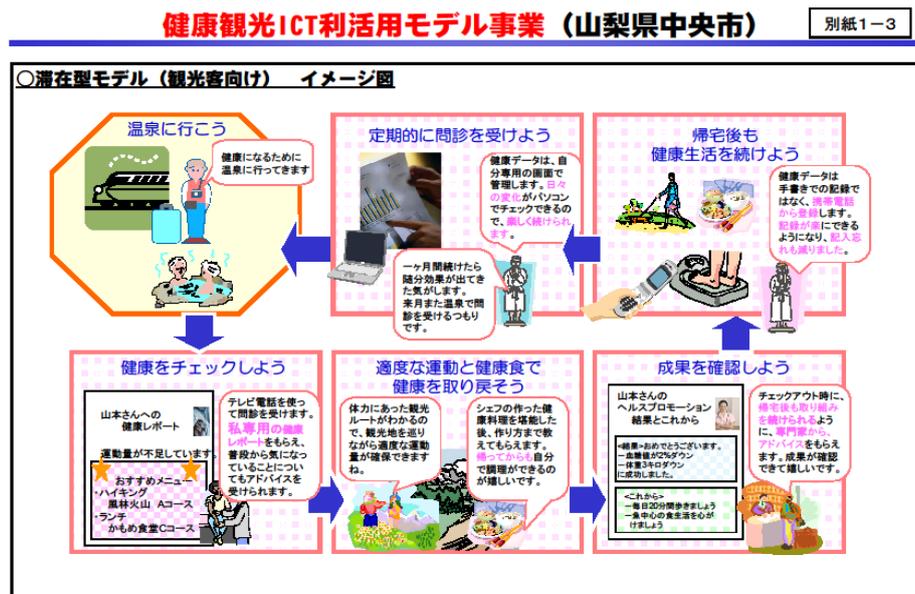
健康観光ICT利活用モデル事業 (山梨県中央市)

別紙1-2



② 滞在型プラン

甲府市の湯村温泉旅館協同組合と提携し、宿泊施設にて、保健師が観光客に健康指導とアドバイスをする。帰宅後もアドバイスを続けることで、観光客の健康維持に対するモチベーションを持たせるとともに、温泉観光に対するリピーター客の増加を図る。



(3) ICT利活用のメリット

① 手軽な数値管理

- 利用者は、毎日の体重、歩数、目標に対する達成度(選択肢)を携帯電話で入力し、送信するだけで、手軽に数値管理を行うことができる。

② 保健師との密なコミュニケーション

- 保健師は、携帯電話のメールを通じて、随時アドバイスや指導を行う。保健師と参加者のコミュニケーションを密にすることで、事業効果の向上に寄与している。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
日常型プラン参加者数	50 人	50 人	110 人	105 人
運動習慣の改善 運動習慣(量)が増えた参 加者の割合	70%	69.4%	70%	— (未測定)
食事について意識するよ うになった参加者の割合	70%	69.4%	70%	— (未測定)
客観的健康度の向上 検査数値の改善があった 参加者の割合	70%	75%	70%	— (未測定)
主観的健康度の向上 健康改善が実感できた参 加者の割合	70%	66.7%	70%	— (未測定)
滞在型プラン参加者数	50 人	50 人	100 人	50 人
客観的健康度の向上 検査数値の改善があった 参加者の割合	70%	— (未測定)	70%	— (未測定)
主観的健康度の向上 健康状態が向上したと実 感できた参加者の割合	70%	— (未測定)	70%	— (現時点で 2 名)

*平成 21 年 3 月 16 日時点で把握している最新状況

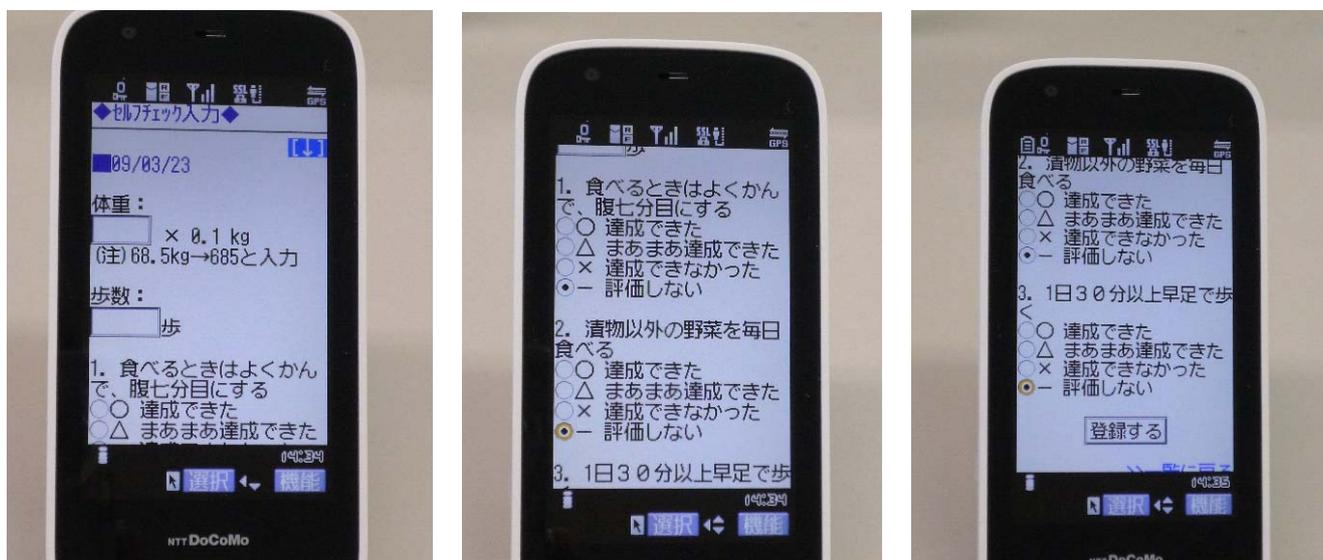
- 日常型プランの参加者は、ほぼ目標値に達しており、主観的・客観的な健康度に関しても、改善があったと言える。
- 一方、滞在型プランに関しては、平成 19 年度は、システム開発に遅延が生じていたため、年度内には稼動に至らなかった。平成 20 年度においては、6 ヶ月を 1 クールとしており、現時点でプランを完了した参加者はいない。

(5) 独自の工夫

➤ 個人ごとの定性目標の設定と達成

毎日計測する体重や歩数のほかに、保健師の指導のもと個人ごとに定性目標を設定する。例えば「20分以上歩く」、「タバコの本数を減らす」など、日常生活の中で容易に実行できる目標項目を設定する。また、この目標に対する達成度に関しても、4段階の選択肢式で携帯電話に入力するようになっており、より気軽に結果を記録できるようになっている。

携帯電話での入力画面

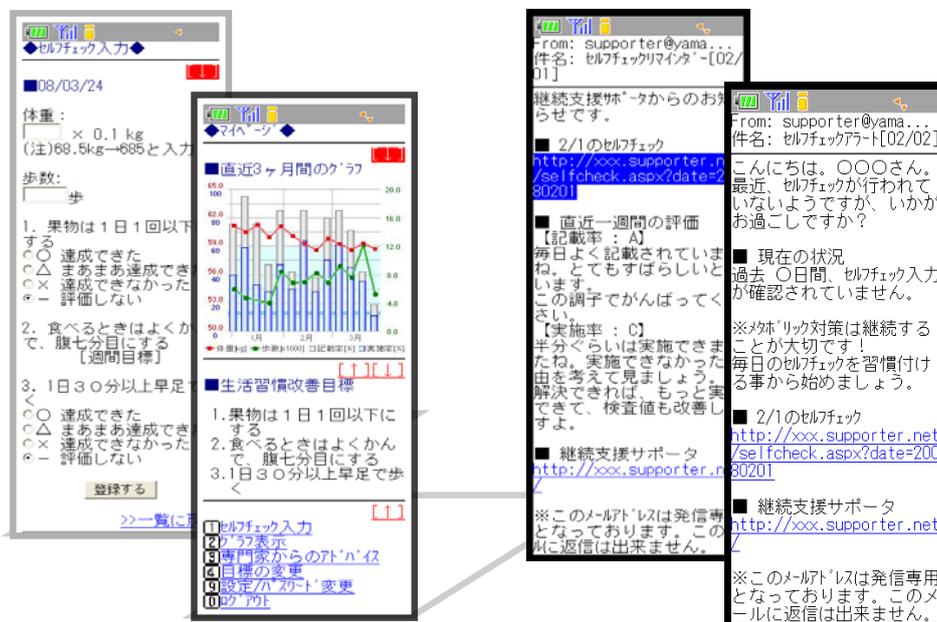


➤ 必要な人に対するフォロー

自らの健康について、参加者全員が、必ずしも十分な自己管理ができるわけではない。自己管理ができる参加者に対しては、携帯端末等で継続的な環境を与えることになり、自己管理ができない参加者に対しては、保健師がより手厚いフォローを行うことで、参加者の生活改善活動の継続を促す。

現在、1人の保健師が50人の市民に対する指導・アドバイスを担当しているが、運用できているのは、ICTの利活用により、保健師の負担を軽減できているからである。

携帯電話入力画面とアドバイス画面



(6) 事業における困難な点

- 当事業における滞在型プランへの一般観光客からの参加者が皆無である。平成 20 年度においても、一般観光客からの応募はなく、参加者は全員、事業や自治体などの関係者である。滞在型プランの場合、湯村温泉の宿泊施設を利用することから、2泊3日のプラン自体は宿泊施設が比較的空いている月曜日又は火曜日からの開始となっており、土日・祝日の利用ができないため、サラリーマン等には参加しづらくなっている。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

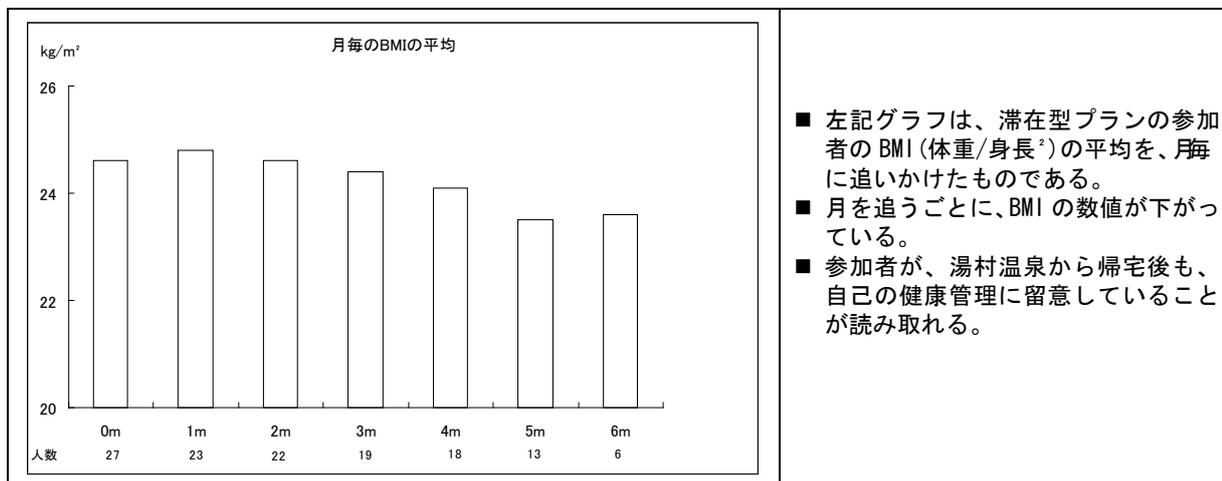
- 日常型プランに関しては、今後も継続していくことになっている。現在は中央市が貸与している携帯電話の費用を、参加者が負担するかどうかなど、議論すべき課題は多い。
- 滞在型プランに関しては、ビジネスモデルとして成立するかどうかを、関係団体(特に、宿泊施設や食事を提供する立場である湯村温泉旅館協同組合)と協議する必要がある。

(8) 評価

- 本事業では、参加者の健康改善を目的としているが、参加者の健康に直接影響を及ぼすのではなく、参加者の健康に関する意識を喚起することに重点を置いている。この

点を考慮すると、実際に健康状態が改善されたかどうか(客観的健康度の向上)という指標に加え、健康改善を実感できたかどうか(主観的健康度の向上)という指標は、当事業のアウトカムを示すという点で、有効な設定指標であると言える。

- 日常型プランに参加した市民については、主観的・客観的に健康改善が見られるのに加えて、参加者本人だけではなく、その家族にも意識の変化が見られている。当該事業に参加している市民だけを対象にしているが、その周りの家族にも波及しているのであれば、事業は副次的に機能していると言える。
- 日常型及び滞在型プランに参加した方の感想として、自分ひとりだけという孤独感を感じる事がなく、保健師にもサポートしてもらっているという安心を感じるとのことである。また、日々の体重の変化や歩数がグラフにより可視化されるため、より意識し継続するようになる。
- 滞在型プランに関して、参加者の健康状況には改善が見られており、事業として概ね効果があると言える。しかしながら、滞在型プランに関しては、集客力の向上について課題が残っている。平成 20 年度に滞在型プランに参加した方は、みな行政関係者のため、一般客の参加者の意見や感想を集約できていない。湯村温泉旅館協同組合のサイトには、当事業に関する説明は記載されているものの、金額や日程の条件面等を鑑みると、初見の人が滞在型プランに応募することは稀有である。中央市として、観光事業の中で、滞在型プランをどのようにアピールし周知していくか、あるいは、当 ICT 事業の中で滞在型を継続可能か否か、事業自体の方針・進め方について再考が求められる。



- 現在、1人の保健師が50人の市民に対する指導・アドバイスを担当している。携帯電話を用いる、当 ICT 利活用モデル事業の枠組みにより、保健師の負担は軽減されている。しかし、今後事業を拡大していく上で、参加者が増加すれば、保健師の負担は増えることが想定される。参加者の数に応じた、十分な保健師や医療関係者の確保が喫緊の課題である。

2. 10 長野県松本市

事業名「Web サービス技術による、地域参画型観光情報発信流通モデル事業」

(1) 背景

松本市は、多くの観光資源を抱える観光都市であり、観光を主要産業と位置づけている。平成 17 年 4 月に松本市が周辺四村と合併したことによって、さらに多くの観光名所を観光資源として保有することとなった。

しかし、安房トンネル開通の影響等により、東京や北陸からの観光客は、松本市を通過するようになってしまった。最盛期(平成 10 年度)には 130 万人であった観光入込客数は、現在は約半分の 60 万人まで減少している。

松本市への観光客が減少している理由を検討した結果、松本市という名前は知っているも、松本市に何があるのかということを知らない人が多いのではないかと、という結論に至った。よって、既存の観光ポータルサイト「新まつもと物語」に加えて、更なる観光資源のアピールをしていく必要を感じ、アピールするための仕組みを構築する方法を模索している。

① 松本市の観光資源

松本市の観光資源としては、松本城、旧開智治学校、美ヶ原高原などが有名である。平成 17 年の合併によって、全国的に有名な上高地や乗鞍高原なども、松本市の新たな観光資源となっている。

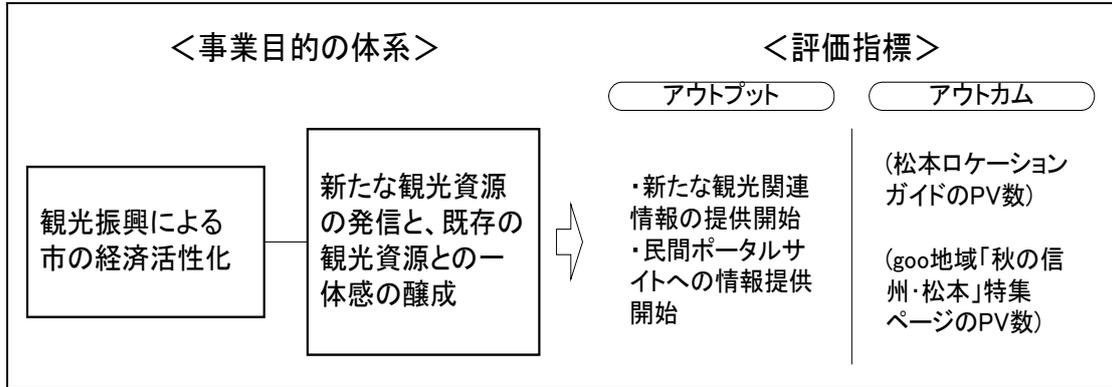
② 新まつもと物語

松本市は、平成 17 年度の合併を機に当時の市長により、観光振興を戦略的に行う必要があるとの理由から、市役所に観光戦略本部を設置し、観光戦略の策定を開始した。その結果、観光戦略本部と市民プロジェクトの協力により、松本市の観光ポータルサイト「新まつもと物語」が作成された。

(2) 事業目的と概要

観光情報プラットフォーム及び観光情報プラットフォームに接続したウェブサイトを構築して、観光情報の集約化を図ることによって、新たな観光資源の発信と既存の観光資源の一体感の醸成を促進し、観光の振興による松本市の経済活性化を図る。また、観光情報プラットフォームで蓄積した情報を民間大手ポータルサイトに情報提供することによって、新たな観光情報の活用に取り組む。

事業目的の体系と評価指標



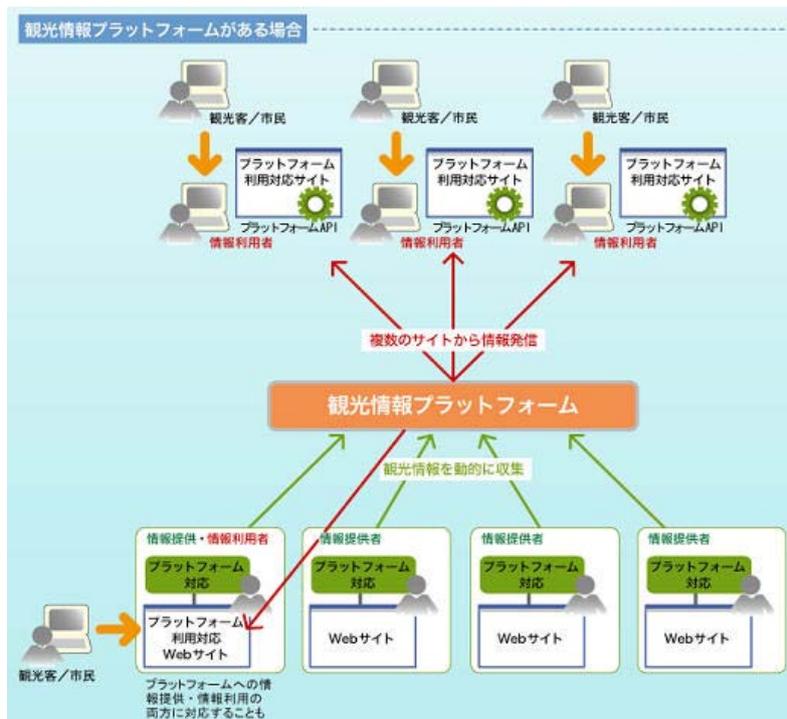
平成 19 年度は、観光情報プラットフォームを構築するとともに観光情報プラットフォームに準拠した新たな観光ポータルサイト「松本ロケーションガイド」を構築した。

平成 20 年度は、観光情報プラットフォームに蓄積した観光情報を民間大手ポータルサイトに情報提供を行うと同時に、松本市の特集記事を掲載した。

① 観光情報プラットフォーム

観光情報プラットフォームは、個別の Web サイトにある観光地や飲食店、宿の情報などの観光情報を収集し、集めた情報を、プラットフォームを利用する Web サイトにまとめて提供する仕組みとなっている。

観光情報プラットフォーム概念説明図



② 松本ロケーションガイド

観光情報プラットフォームに接続して制作された第1号のWebサイトであり、平成20年3月24日に開設された。

松本市は、昔から、映画やドラマなどのロケで使われることが多く、特に観光者から映画やロケで使用された場所に関する情報に関する問い合わせが多かった。こうした中、松本ロケーションガイドは、松本市内各地が、今までどのような作品のロケ地として使われたか、ロケ地周辺の情報などを参照できるようになっている。

さらに、松本ロケーションガイドと新まつもと物語は互いにリンクを貼っており、それぞれの観光ポータルサイトの閲覧者向上の相乗効果を図っている。



③ 大手民間ポータルサイトへの情報提供

平成20年度には、観光情報プラットフォームで蓄積した松本市の観光情報をgooのローカル情報検索メニュー「goo地域」に提供した。また、平成20年秋の紅葉時期に、松本の特集記事を掲載して有効活用できた。(gooの特集記事掲載料は65万円である。)

goo 地域における松本市特集ページ



(3) ICT利活用のメリット

- 観光情報プラットフォームは、連携するサイトが増えるほど、そのサイトの便益性は高まっていく。より多くの情報、より旬の情報がデータベースの中に蓄積されていき、それらの情報を使用することができる。また、連携するサイトが増えることにより、松本市の観光情報を伝達する機会が増加する。
- 観光情報プラットフォームに繋がる事業者や団体が増えるほど、ネットだけでなく現実社会における交流も促進されることが期待できる。
- 観光情報プラットフォームを使って大手民間ポータルサイトに観光情報を流し込む仕組みを作ることによって、大手民間ポータルサイトの閲覧者によるアクセスリターンを期待できる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
新たな観光関連情報の提供開始	観光関連情報登録数 500 件	観光関連情報登録数 1,914 件	—	—
民間大手ポータルサイトへの情報提供開始	—	—	提供先 1 社	提供先 1 社

*平成 21 年 3 月 9 日時点で把握している最新状況

- 新たな観光関連情報の提供開始については、平成 23 年度の最終目標を観光関連情報登録数 1,000 件としていたが、平成 19 年度で達成している。(現時点でほぼ全ての観光情報は登録されており、これ以上の大きな追加は生じない。)
- 民間大手ポータルサイトの提供先 1 社はエヌ・ティ・ティ・レゾナント株式会社(ポータルサイト goo の運営会社)となっている。

(5) 独自の工夫

➤ 観光情報プラットフォームについて積極的にPR

観光情報プラットフォームの概念や仕組みはわかりにくく、ポータルサイトのように画面そのものを見せることができないため、松本市の内外に対してわかりやすく伝えるための PR を積極的に行い、「観光情報発信流通モデル構築事業」というパンフレット及び Web サイトを作成した。また、観光情報プラットフォームの完成時には、制作者である株式会社エヌ・ティ・ティ・データがプレスリリースを発表し、多くのメディアに取り上げられることとなり、結果として平成 19 年 3 月は非常に多くのアクセス数を記録した。

松本市制作 Web 「観光情報発信流通モデル事業」

④ 観光情報発信流通モデル構築事業



背景

観光情報プラットフォームって何？

観光情報プラットフォームを使うとどんなことができるの？

観光情報プラットフォームができる何が嬉しいの？

事業はどんな風に進められているの？

背景

インターネットの世界では、提供する情報ごとにWebサイトが存在しているのが普通でした。それが昨今他のWebサイトの情報を組み合わせてひとつのWebサイトを形作る「マッシュアップ」という手法が取り入れられ、ひとつのWebサイトで多種類の情報を提供するサイトが増えています。例えばグルメ情報と地図情報を組み合わせたWebサイトでは、行きたいお店の情報とその周辺の地図をひとつのページで見られます。これは利用者にとってとても便利なことです。情報を提供するWebサイト側にも、より多くの人に情報を発信できるという利点があります。インターネットは、一方的に与えられる情報を見る時代から、すべての利用者が情報提供者となる時代、様々な場所にある情報を組み合わせて新たなサービスを形作る時代に変化しています。しかし、他のWebサイトから情報を引き出すためには、自身のWebサイトをその形に合わせて構築しなければなりません。各サイトでの情報の引き出し方が統一されていないため、多くのWebサイトから情報を引き出すとなると、それだけ手間がかかるのが現状です。

Web NIKKEI NET の掲載記事

Web IT media の掲載記事

NTTデータとNTTデータ連携、「観光情報プラットフォーム」松本ロケーションガイドを公開

【観光情報プラットフォームとは】
観光情報プラットフォームは、松本市の観光情報発信モデルのメインとなるシステムです。Webサービスを用いて既存のWebサイトにある観光地や飲食店・宿泊施設の情報などの観光情報を自動的に収集し、集めた情報を本プラットフォームに対応するWebサイトにまとめて提供します。

このプラットフォームを使用することにより、松本市を訪れる観光客に対し、これまでインターネットで旅行先の情報を調べるときは観光情報サイト、見逃せない観光スポットは観光ガイドのサイト、そのほかの観光情報はグルメサイトなど、複数のサイトを一つひとつ開いてきたのが、プラットフォームを利用するWebサイトひとつでそれらの存在する情報を入手できるというメリットを提供することが可能となります。

今年度の事業では松本市の観光情報発信モデル「松本ロケーションガイド」が対応サイトの第1弾となり、一元的な観光情報の提供が実現可能としています。

【ロケーションガイド「MATSUMOTO Location Guide」とは】
「MATSUMOTO Location Guide」には、松本市でロケが行われた映画やTV番組の

マッシュアップ手法で松本市の観光情報サイト NTTデータが構築

長野県松本市の観光情報サイト「松本ロケーションガイド」はDBを持たず、既存サイトから情報を自動的に収集してまとめて表示する仕組みだ。

2009年03月25日 08時08分 更新

NTTデータとNTTデータ連携が長野県松本市から受託した観光情報サイト「松本ロケーションガイド」が3月24日、オープンした。

同市内で行われた映画やテレビ番組などのロケ情報に加え、飲食店や宿泊施設なども検索できるサイト。

NTTデータのマッシュアップソリューション「Scorash」で構築した「観光情報プラットフォーム」を活用した。既存サイトの情報を自動的に収集し、プラットフォーム上のWebサイトに一元的に表示する。プラットフォームはデータベースを持たず、既存サイトから収集したデータをマージする仕組みだ。

同市は今後、観光情報発信に同プラットフォームを活用する。NTTデータは、短期間での開発が求められる中小規模システム向けにScorashを継続して行く。

(6) 事業における困難な点

- 観光情報プラットフォームに既存のサイト(新まつもと物語やその他民間事業者のサイト)を連携させる構想を計画していたが、実際に連携するとなると既存サイトの改修費用が発生するため、既存サイトを繋ぐのは困難な状況である。また、既存サイトの運営者からは自分たちが蓄積してきた様々な情報を、後発のサイトに無料で利用されるといった不満も少なからずあるため、その点からも観光情報プラットフォームへの既存サイト接続には否定的な見方が多い。
- 観光情報プラットフォームに繋がるサイトが増大した場合には、一自治体には管理負担が大きすぎてしまう懸念がある。現在の「松本ロケーションガイド」であれば、サーバーの故障等の障害時の被害は軽微であるが、民間事業者のサイトが接続していた場合には被害も大きくなるため、早急な復旧が必要となる。そのためには、24時間365日対応できる保守体制を整える必要があるが、現状はそのような体制を構築できる人的及び経済的余裕などがない状況である。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 現時点においては、民間事業者の Web サイトが観光情報プラットフォームに連携する予定はない。また、松本市としても松本ロケーションガイドに続く、観光情報プラットフォームに接続した Web サイトを作る予定は当面ない。そのため、本来予定していた観光情報プラットフォームとしての役割を広げていくことが難しく、松本市としては、今後、新たな活用方法について検討している。
- 大手民間ポータルサイトへの情報提供は、平成 20 年度の goo に加えて、平成 21 年度には、新たに YAHOO に提供することを検討している。特集記事の掲載は多額の費用が発生するものの、情報提供のみであれば金銭的負担は少ないと予測している。
- 一自治体が大手民間ポータルサイトに対して観光情報を提供したことは、前例がなく、他の自治体から、どのように交渉を進めたのか、どのようなデータを揃えれば良いのかといった問い合わせがある。松本市の得たノウハウを他地域に横展開することによって、他地域でも民間ポータルサイトとの提携を増やしていくことは期待できる。
- 観光情報プラットフォームシステムは、サーバー14台で構成されており、非常に大規模なシステム構成となっている。現状の規模のままでは、将来的に一事業者が観光情報プラットフォームのシステムを運営する場合には負担が大きすぎる懸念があるため、規模の縮小について検討する意向がある。

(8) 評価

- 松本ロケーションガイドのページ・ビュー数(以下「PV」という。)は、平成 19 年度実績は 3,584PV/日(平成 20 年 3 月 24 日～31 日)、平成 20 年度実績は 566PV/日(平成 20

年4月1日～平成21年2月28日)となっている。特に、松本の観光シーズンである9～10月にかけては、1日当たりのPV数は941PVと、他の月に比べて多く閲覧されており、松本の観光情報に対する需要が多いことがうかがえる。

- goo 地域「秋の信州・松本」のPV数は1日当たり839PVとなっている。(特集記事がgoo地域のトップページに掲載されていた平成20年10月の1ヶ月間のデータ)
- 観光情報プラットフォームの特徴上、松本市という一つの自治体だけで取り組む限りにおいては、そのメリットを享受することは難しい。広域的なエリアで取り組むことによってメリットが得られるようになる。現在、周辺の他市からプラットフォームにデータを掲載して欲しいという要望が出ている。複数地域(例:松本市周辺の広域連合、長野県全体)の観光情報プラットフォームが構築できた場合には、観光情報プラットフォームとしては非常に効果的である。
- 松本ロケーションガイドの更新頻度をもっと増やして欲しいという閲覧者からの要望が松本市に寄せられることもあり、閲覧者には好評であることがうかがえる。
- 民間大手ポータルサイトに観光情報を提供したことについては、他の市から一定の評価を受けているが、松本市内の民間の事業者からも評価を受けている。
- 今まで、松本市の観光情報は「新まつもと物語」の中にある程度蓄積されていたが、今回の取組によって、「新まつもと物語」にも蓄積されていなかったデータを含めて松本市の持つあらゆる観光情報をデータベース化することができた。観光データの一元管理ができるようになったので、新たな使い道について検討している。
- 観光情報プラットフォームに接続する民間事業者をいかに増やしていくかが今後の課題である。しかし、民間事業者の意見は、それぞれの事業者や観光組合は既にホームページを持っているため、現時点で観光情報プラットフォームに対して大きな期待をしていない、というものが多い。自社のサイトに、客を誘導できるなどのわかりやすいメリットを提示するなど、観光情報プラットフォームの良さを認識してもらえような、民間事業者を取り込むための工夫が必要である。
- 今後の課題として、事業を推進するに当たり、松本市の情報部門と観光部門の連携をより一層進めて、松本市として一丸となって取り組むことが求められる。

2. 1 1 富山県南砺市

事業名「地域産業の国際展開と定住促進に向けた対面型情報ネットワークによる高度連携基盤形成事業」

(1) 背景

南砺市内で企業活動を行っても、企業は対面コミュニケーションを都市部ほど行えず、満足な活動ができない。こうしたことも不利条件となって、南砺市には十分に企業を誘致できず、大学進学や就職時に多くの若者が市外に流出し、産業活力の衰退、少子高齢化、過疎化等の地域課題が引き起こされることで、さらなる若者の流出を促すという悪循環に陥っている。

① 地域の若者の流出

富山県(推計)では、高校卒業生(約1万人)のうち、大学等への進学は約5割、専修学校等進学者は約3割、就職者その他は約2割となっている。これを大学卒業時点の年齢でみると約3割が県外に流出しており、学歴が高くなるほど流出率が高い傾向がある。

② 若い意欲ある人材の流出等による地域産業の衰退

少子高齢化が急速に進む一方で地域の若い意欲ある人材が大都市圏へ流出しており、地域産業の活力の衰退を招いている。また、この衰退がさらに若者の流出を促す悪循環の構造が生じている。

③ 企業活動における対面コミュニケーションの必要性

大都市圏やブロック圏の中心都市に本社・支店等のオフィス機能は集中しており、企業立地や企業活動においての重要な条件である対面コミュニケーションは地方都市にとって不利な状況である。

④ ワークライフバランス実現への要請

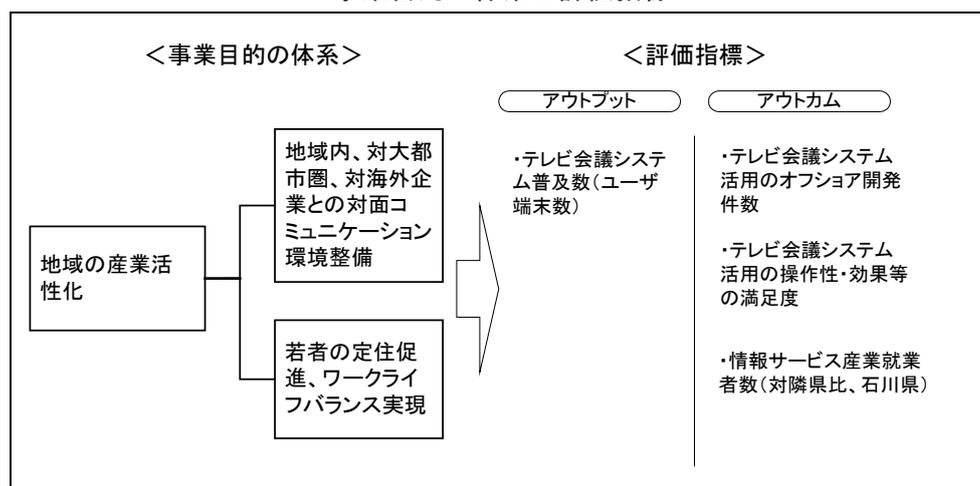
若者が流出する一方で、富山県内の中小企業で従業員の不足感を有する企業は約4割ある(平成19年7月富山県中小企業団体中央会実施の「労働実態調査」より)。こうした中、企業が有能な人材を確保するには、県外に進学した若者等はもとより、女性や高齢者等もその能力を十分発揮できる就業環境をつくり、ワークライフバランスを実現することが求められている。

(2) 事業目的と概要

対面型情報通信手段を活用し、地域内企業間の連携を強化するとともに、ICT産業をは

はじめとする地域産業の国際連携や大都市圏企業との連携を強めることで地域産業の製品企画開発力(付加価値に係わる製品競争力)及び海外企業とのオフショア製造連携(低コスト競争力)を強め、若者の多様な雇用を地域に創出する。これにより、若者の大都市圏への流出を抑制し、過疎、高齢化を抑止するなど地域の活性化を図る。

事業目的の体系と評価指標



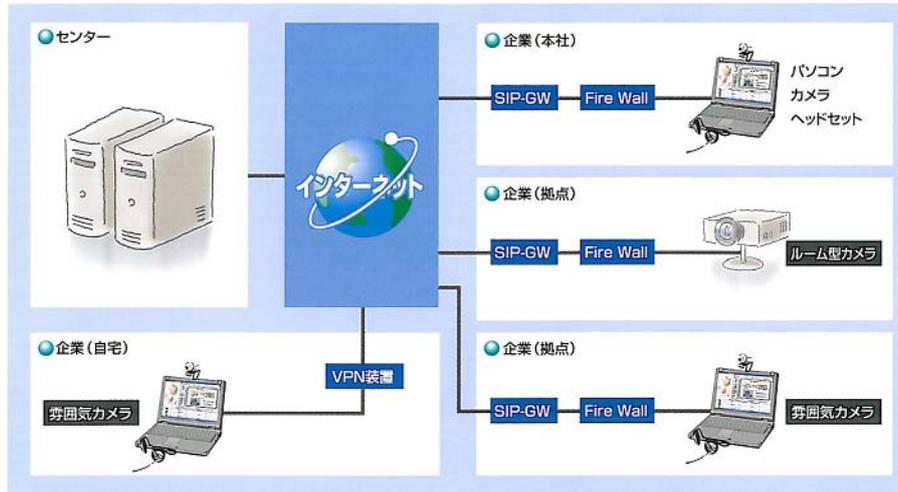
テレビ会議システム等を構築・提供し、後述の3つのプロジェクトを実施した。

テレビ会議システムについては、平成19年度に「対面型オフィス間連携システム」の基本機能部分を構築し、平成19年12月より稼働している。このシステムでは、自席から電話感覚で遠隔地等の相手をアドレス帳画面から選択し、1対1でテレビ会議ができるほか、パソコン内のデータ共有、アプリケーション共有等が行える。

平成19年度のシステムでは、専用ネットワーク装置が必要でインターネットからの接続はできなかった。平成19年度事業の実施を通じて、例えば、出張先からインターネットを介してテレビ会議を行いたい等のニーズがあり、平成20年度には多様な接続形態に対応するため、Web方式(インターネットによる接続が可能)の基盤も構築した。また、平成20年度から、スケジュール管理等の情報共有機能も加わっている。

システムの構築にあたっては、特に「セキュアなネットワーク環境の実現」を前提としており、この観点から拠点間の接続にはIPv6が活用されている。

対面型オフィス間連携システムのサービス・イメージ



出所:南砺市「対面型オフィス間連携システム紹介リーフレット」

① オフショア企業等との国際連携拠点形成プロジェクト

オフショア開発(海外での生産・開発)を委託する県内企業と連携先の海外企業にテレビ会議システムを提供し、高付加価値で低コストを実現できる仕組みを構築して、国際競争力ある地域産業づくりに取組んだ。

具体的には、平成 19 年度には南砺市内に事業所のある情報通信企業が、東京の情報通信企業から受注したソフトウェア開発業務について、テレビ会議システムを活用して、中国大連市の情報通信企業と協業を行った。さらに平成 20 年度には、中国の裁縫事業を行う会社との連携に取り組んでいる。

<平成 19 年度プロジェクト参加企業>

- 富山県・南砺市内企業 日本ソフテック(株)(砺波市花島 69(支社:南砺市山見 1343))
- 海外オフショア企業 通華科技有限公司(中国大連市甘井子区軟件園路 80)
- 発注元企業 首都圏(東京都)の情報通信企業

② 大都市圏企業との連携による製品企画・開発機能の基盤強化プロジェクト

南砺市内、富山県内に本店・支店・営業所等がある企業や団体等に対してモニター利用の募集を行い、対面型オフィス間連携システムを活用した企業拠点間コミュニケーションを実践した。商工会議所等経由で県内企業にモニター募集し、カメラ、ヘッドセット等は南砺市から無償貸与した。平成 19 年度は 13 社、2 団体、平成 20 年度は 23 社、2 団体の参加があった。

市広報誌でのモニター参加募集案内

「地域ICT利活用モデル構築事業」の実施

市では、今年度から、産業の振興や地域の活性化を図るため、遠く離れた事業所や他の企業、企業と社員間等をネットワークで結び、直接対面するのと同じように打合せや作業ができる「新しいテレビ会議システム」を普及させます。本年度、このシステムを約 150 台配置することにより、設置を希望する企業や団体等を募集します。

【募集対象】
市内、県内に本店・支店・営業所等があり、モニターとしてシステムの操作性や機能などに関するアンケート調査に協力できる企業や団体等
※詳しくは、市ホームページか、商工会等を通じて配布するチラシをご覧ください。

システムの特徴

- ◇電話感覚で高画質・高音質のテレビ会議が可能
- ◇安全・安心な環境で情報を共有しながらテレビ会議や作業が可能
- ◇業種や業務に応じた機能の充実も可能

▽申込及び問い合わせ 総務部 情報政策課 情報係（福野庁舎） ☎2032

出所:平成 19 年 12 月「広報なんと」

また、同システムを活用し、大学研究室と中小企業の連携を図り、中小企業等の製品開発や大学研究の高付加価値化を推進するとともに、研究に基づいた新製品実用化等の促進のための事業に取り組んだ。具体的には、富山県立大学と富山県内の情報通信企業との間で、画像映像技術を活用した製品開発の実用化に関する共同事業等に同システムを活用した。

③ 人材育成と定住できる地域づくりプロジェクト

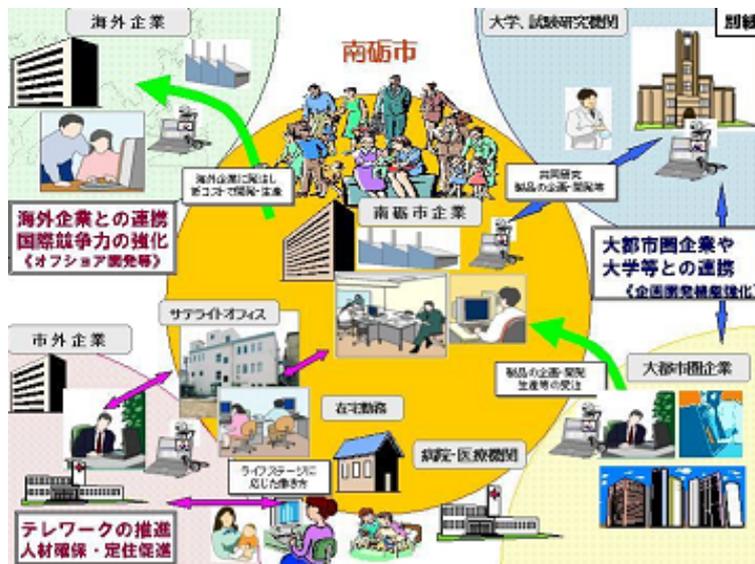
対面型オフィス間連携システムを活用することで、会社から離れた場所での勤務など多様な就業形態が可能となることから、子育て・介護等のライフステージに応じた勤務の継続やキャリアを継続しながらの U ターンなど、人材の育成・確保等の定住を促進する環境づくりのための実践事業を実施した。

具体的には、「南砺市起業家支援センター」にテレビ会議システムを導入し、企業のサテライトオフィス機能や SOHO 事業者のインキュベーション機能を有する「サテライトオフィス・テレワークセンター」として整備した。さらに、このセンターにおいて、富山県内の情報通信企業が入居し、サテライトオフィスとして施設利用型のテレワークを実践した。

また、南砺市、富山県及び富山県再チャレンジ学習支援協議会等と連携し、県内企業を対象とした、テレワークへの理解と意識の醸成、実施に向けた動機付けのための講習会の

開催など、啓発普及事業の推進に取り組んだ。

事業イメージ



(3) ICT利活用のメリット

- テレビ会議システムは、直接対面によるコミュニケーションを代替することが可能で、大都市圏等と地理的に離れた南砺市において企業活動等を行う場合、特に有益である。
- オフショア企業との協業を低コスト・リアルタイムで実現でき、企業の競争力強化に資する。
- テレビ会議機能のみでなく、データ共有やアプリケーション共有が行え、企業拠点間での共同作業を効率的に行うことができる。
- 会議室に集まることなく、自席から気軽かつ迅速に遠隔地等の相手とコミュニケーションを行える。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
テレビ会議システム普及数	150 システム	150 システム	250 システム	250 システム
テレビ会議システム活用のオフショア開発件数	1 プロジェクト	1 プロジェクト	2 プロジェクト	2 プロジェクト
情報サービス産業就業者数(対隣県(石川県)比)	75%	77%	76%	77%
テレビ会議システムの操作性・効果等の満足度	—	—	80%	80%

*平成 21 年 3 月 6 日時点で把握している最新状況

- 対面型オフィス間連携システムの普及数(利用ユーザー数)は平成 19 年度目標値 150 システム、平成 20 年度目標値 250 システムに対し実績はいずれも達成した。平成 19 年度は、15 の企業・団体、平成 20 年度は 25 の企業・団体が活用した。
- テレビ会議システム活用のオフショア開発件数は、平成 19 年度目標 1 プロジェクト、平成 20 年度目標 2 プロジェクトに対し実績はいずれも達成した。南砺市内に事業所を有する企業と中国大連市のオフショア企業との連携を実践した。
- 人材定住については、情報サービス産業就業者数を取り上げ、ベンチマークとして富山より当該就業者数が多い隣の石川県を目標として設定した。
- 企業立地件数も指標としては考えられるが、直接効果があるかどうか不明のため外した。
- 平成 19 年度の課題を踏まえ、平成 20 年度より「テレビ会議システムの操作性・効果等の満足度」を評価指標に加えた。

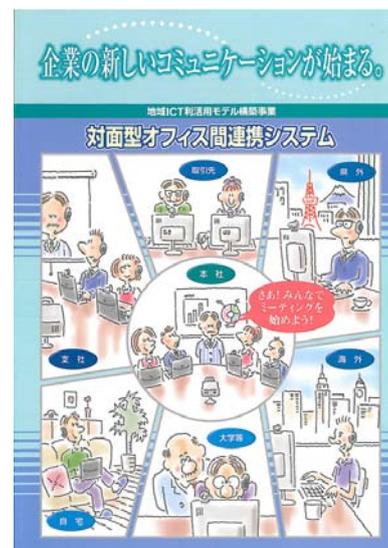
(5) 独自の工夫

- 新たな企業間コミュニケーション機能であることを強調したPRを積極的に展開

平成 19 年 12 月にシステム構築を終え、商工会議所をはじめとする関係団体等の協力を得てモニター募集を進めた。

このとき、「テレビ会議」に対する「固定観念の存在」が問題となった。テレビ会議というと、離れた会議室間を結び N:N で複数人同士が行う会議を連想するケースが多く、大企業では導入できても、中小企業等では、多額の費用も掛かり導入には二の足を踏むというケースが多い。しかし実際には、1:1 で自席の PC を使って電話感覚で気軽に利用でき、比較的低コストで導入可能である。機能もデータ共有やアプリケーション共有も可能である。

そこで、こうした新しい機能イメージを伝えるため普及啓発の PR が重要と考え、これに注力した。例えば、システム紹介のリーフレットでは「企業の新しいコミュニケーションが始まる」というキャッチフレーズを使用するなど、システム機能の新しさを連想させ、利用を動機付けるよう工夫を図った。



- 専用ネットワークのみでなくインターネットを介した自由なアクセス

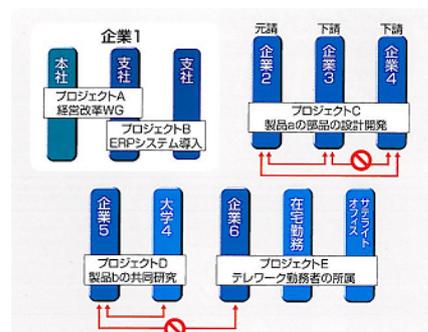
前述のように、平成 19 年度事業においては、専用ネットワークのみのアクセスであった。ところが、企業の利用者には社外や自宅のネットワークから接続するなど多様な接続への要望があることが明らかとなり、方式に変更を加え、平成 20 年度事業からはインターネッ

トでも接続可能とした。

➤ プロジェクトという概念を取り入れてシステムを運用

一つの企業内でテレビ会議を運用する場合は問題となるケースは少ないが、今回のシステムは複数の企業や団体が結ばれ協働作業を行うため、システム上コミュニケーション単位の設定とセキュリティ確保が不可欠となる。

そこで、本システムでは、「プロジェクト」という概念を取り入れ、プロジェクトごとに共同の作業環境を提供し、企業内、企業間を問わず組織の枠を超えたチーム編成での協働作業を実現している。異なるプロジェクト間はテレビ会議を開催し、共有情報にアクセスできないよう制限されておりセキュリティが確保されている。



(6) 事業における困難な点

- 富山県はCATV網の普及によりブロードバンドの利用環境整備が進んでいることで知られている。今回のユーザー企業は、市街地や集落の世帯の集積するエリアから離れた場所に工場など拠点を置くケースもある。南砺市エリアは、となみ衛星通信株式会社(CATV事業者、本社南砺市内)がケーブルインターネットを提供しているが、主たるサービス対象は一般家庭である。このため、離れた場所にある企業の拠点までケーブルを整備するにはコストが課題となるケースがあり、システムの企業利用を促進するには、こうした集落等から離れた場所へのブロードバンドサービスの提供確保が課題である。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 平成21年度末までにシステム及び運用を最終のものとし、平成22年度以降は、利用者の利用料収入等で本事業・システムを運営することとしている。平成20年度までの利用企業からは、システムの操作性に関する改善要望があり今後対応していく必要がある。また、テレビ会議システム等については技術進歩や新製品の普及が早く、事業を継続する中で、最新の動きに対応することが必要である。
- 本システムの利活用促進を考えた場合、最近の急速な景気後退は、出張費など企業のコスト削減でメリットがあり追い風となる反面、初期導入コストの負担という点では逆風になると考えている。

(8) 評価

- 本事業は地域の産業活性化の課題への施策として、企業活動における直接対面による

コミュニケーションの不利条件等を克服するため、テレビ会議システム等の ICT を活用するもので、全国的にも先駆けとなる取組である。

- 利用モニター企業(事業所南砺市内、橋梁等設計・製作・施工等)へのヒアリングによると、1対1のテレビ会議機能を企業内拠点間や下請け企業との間で、連絡・図面を用いた打合せなどに電話代わりに使用しており、効果が確認されている。例えば、南砺市から約 30km 離れた高岡市に位置する下請け会社とは、これまで移動して対面での打合せやファクシミリによるやり取りを行っていたが、本システムを活用することで、遠方からわざわざ打合せに来てもらう必要がなくなり、移動コストと手間を大きく省くことができた。特に、あまり重要度は高くないが参加してほしい打合せや、迅速な対応が求められる業務について効果が大きかった。また、図面のやり取りでは、検査不適合を起こさないことが重要であり、本システムでは図面を使ったやり取りが可能なおことから情報伝達の正確性向上に大きな効果があった。
- 三次元の設計業務等においては、電話の音声だけで伝えきれないことが多かったが、両手が空いた状態で、画面を見ながら説明できることはメリットとして評価されている。今後は、日頃使用しているアプリケーション(CAD 等)を共有した作業が自由に行えるようになるとより効果が期待できる。
- 別の利用モニター企業(事業所南砺市内、ソフトウェア開発等)は、本システムを東京営業所との間で「社内研修」に活用している。1対Nの同報で離れた拠点間を結んだ研修を効果的に行える点が高く評価されており、出張回数が少なくなりコスト削減に繋がる点が大きな効果となっている。また地域内では、砺波市の本社や金沢支店と結んでおり、システム開発業務の納期が近づいた繁忙期には、離れた事業所間を常時接続し、密なコミュニケーションにより、効率的に業務を行っている。ファイルサーバーを共有しリアルタイムで画面を共有して協働作業できる点が高く評価されている。
- 一方、利用企業からは、利用者の登録管理がより手軽にできると一層利用し易いという意見があった。また、光ファイバーによるインターネット接続を使用しているが、3人以上で接続すると、映像がモザイク状態となったり音声がときどき飛んだりするケースがあった。必要な品質を安定的に提供することが今後の一つの課題である。
- 実施自治体及び利用企業に対するヒアリングを通じて、テレビ会議システムの普及には、メリットを効果的に伝えて利用の動機付けを行うことや、ユーザー視点での「使い方の開発」が重要であることが明らかとなった。
- こうした観点から、事業評価にあたっては、「普及啓発のためのセミナー開催数、参加企業数」や「利用企業の満足度」が重要な指標になると考えられる。平成 19 年度の課題を踏まえ、平成 20 年度より利用者アンケート調査によるテレビ会議システムの操作性・効果等の満足度が評価指標として追加されており、この効果検証を今後も継続することが必要である。
- 本事業は、企業内にとどまらず、外部のパートナー企業など 1 企業の枠を超えて利用

できる点が大きなメリットである。平成 20 年度にはオフショア企業との連携についても 2 案件実現している点は評価される。今後さらに、異なる企業間での連携で利用が進むことが期待される。

- 企業間連携をテーマとする本事業は、一つの市町村での施策には限界がある。南砺市では富山県との連携のもと本事業を推進しており、他地域において本事業を展開する場合にも、こうした都道府県と市町村の連携による取組がポイントとなる。

2. 1 2 石川県金沢市

事業名「ICT を活用した図書館子ども育成推進事業」

(1) 背景

金沢市は、「未来を担う子どもの育成を図るため、子どもが多様な知識や経験を習得し、社会性を獲得できるよう支援すること」に積極的に取り組んでおり、特に子どもの人格育成に読書が重要な影響を与えていると考えている。そこで、「金沢子ども条例」、「金沢子どもを育む行動計画」、「金沢子ども読書推進プラン 21」に基づき、玉川こども図書館の設立を中心に子どもの読書環境の整備を進めている。

① 金沢こども条例

金沢市は、「子どもの幸せと健やかな成長を図るための社会の役割に関する条例(通称、金沢子ども条例)」を平成 13 年 12 月に制定した。この条例は、金沢の次代を担う子どもを育てる大人の役割を定めたものであり、こどもを育てる大人としての主体(家庭・地域・企業・学校・行政)について、その役割や責任を定めている。

② 金沢子どもを育む行動計画

「金沢子どもを育む行動計画」とは、「金沢子ども条例」に沿って、5 つの主体(家庭・地域・企業・学校・行政)が具体的にどのような行動をしていくべきかをまとめたものである。平成 15 年度から 19 年度までの 5 年間の行動計画が定められ、現在は平成 20 年度から 24 年度までの「金沢子どもを育む行動計画(第 2 次)」を策定している。

③ 金沢子ども読書推進プラン 21

「金沢こども条例」、「金沢子どもを育む行動計画」及び、国が平成 13 年 12 月に制定した「子どもの読書活動の推進に関する法律」に基づき、金沢市は子どもの人格育成に読書の与える影響が大きいと考え、「金沢子ども読書推進プラン 21」を策定した。平成 16 年度から 20 年度までの 5 年間の計画が定められ、現在は平成 21 年度から 25 年度までの「金沢子ども読書推進プラン 21(第 2 次)」を策定している。

④ 玉川こども図書館

平成 20 年 11 月 8 日、「金沢子ども読書推進プラン 21」に基づいて、子どもの読書活動を総合的に推進する拠点として、子どものための専門図書館「玉川こども図書館」が設立された。当 ICT 利活用モデル事業において開発された「デジタル絵本システム」及び「インフォメーションシステム」は、玉川こども図書館のコンテンツの一つと位置づけられている。

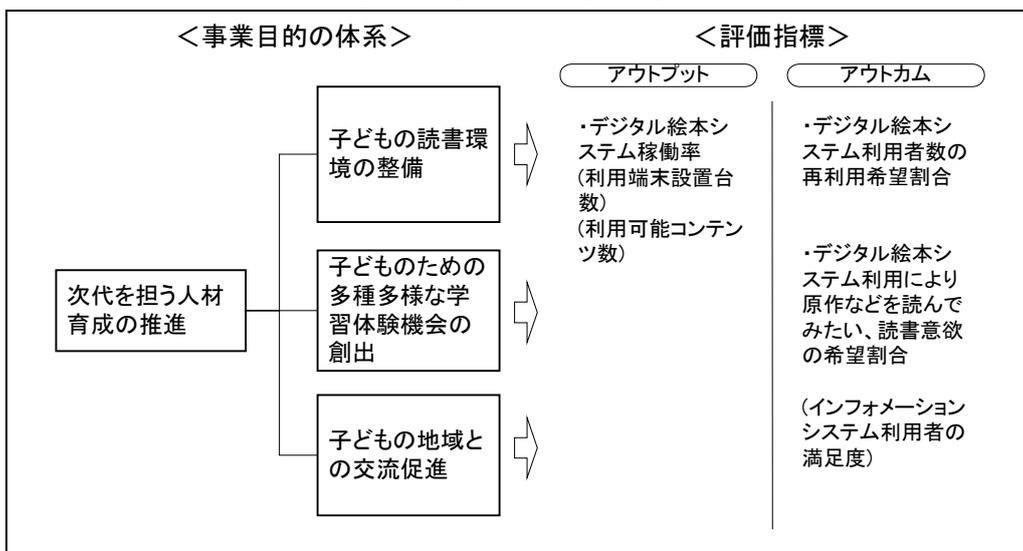
玉川こども図書館開館の様様



(2) 事業目的と概要

玉川こども図書館内の「デジタル絵本システム」を活用し、子どもに読書機会を提供し、読書環境の整備及び多種多様な学習体験機会の創出を図る。また、「インフォメーションシステム」を活用して、子どもや保護者が地域情報を受け取りやすい仕組みを構築することによって、子どもの地域との交流を促進する。これらによって、金沢市の未来を背負う、次代を担う人材の育成を図る。

事業目的の体系と評価指標



平成 19 年度は、デジタル絵本システムの開発及びデジタル絵本のコンテンツの作成を行い、金沢市立玉川図書館の子ども書籍コーナーにおいて試験運用を行った。

平成 20 年度は、インフォメーションシステムの開発を行うとともに、玉川こども図書館

の設立に伴い、玉川こども図書館内にデジタル絵本システム及びインフォメーションシステムを導入した。

平成 19 年度デジタル絵本システム試験運用中の模様



① デジタル絵本システム

デジタル絵本システムは、「デジタル絵本作成システム」、「デジタル絵本閲覧システム」の2サブシステムから成る。

- ▶ デジタル絵本作成システムは、絵と文章を入力して、組み合わせることにより、デジタル絵本を容易に作成するシステムである。金沢美術工芸大学の学生らの協力を得て、デジタル絵本のコンテンツを作成した。
- ▶ デジタル絵本閲覧システムは、マウス操作により本を読み進めることができる仕組みになっており、物語の重要場面は、絵が動くなどの仕掛けを施している。幅広い世代の子ども達が読めるようにするために、一つの物語につき、漢字かな交じり、ひらがなのみの二種類の表記を用意している。また、音声の読み聞かせ機能も搭載している。

② インフォメーションシステム

インフォメーションシステムとは、図書館内に設置されているサーバー上で情報を入力することによって、離れた場所に設置されている液晶ディスプレイにメッセージを表示させることができるシステムである。主な特徴は、ディスプレイごとに表示させる内容を設定することが可能であることと、情報の表示時間を自由に設定できることである。

インフォメーションシステムは、玉川こども図書館に3台設置している。その他に、金沢市内の子どもの教育支援施設である、金沢市教育プラザ富樫と金沢子ども科学財団にも設置していて、多くの子どもに見てもらえる機会を増やすことを目指している。

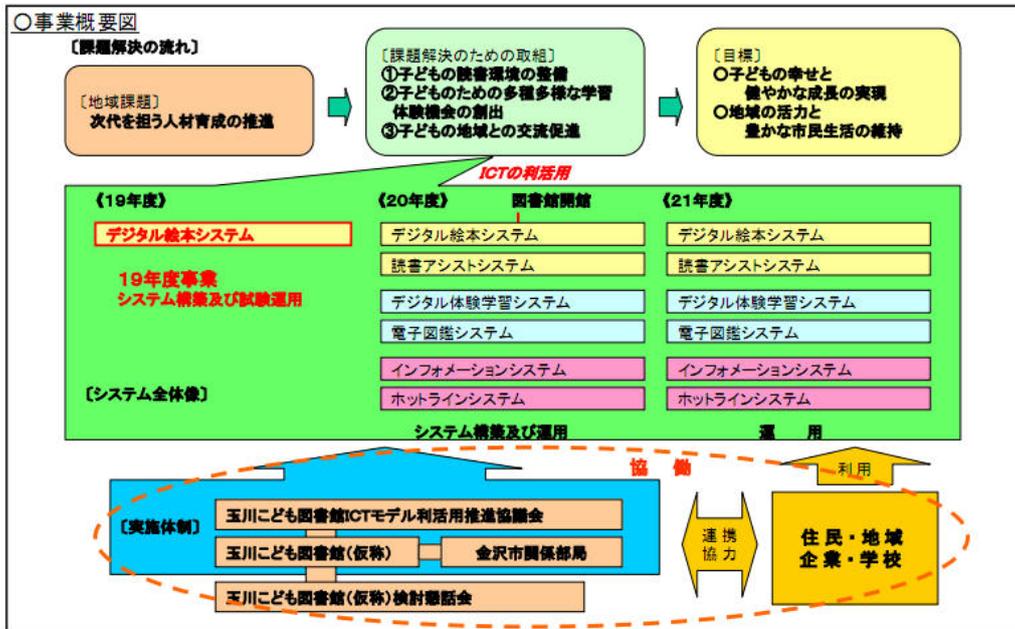
デジタル絵本閲覧システムの操作イメージ

利用者自身がデジタル絵本閲覧用クライアント端末により、トップページのメニュー画面より希望の作品を選択し、閲覧することができる。



- ①「つぎへ」「もどる」をクリックすることにより画面を展開する。
- ②「こえ」をクリックすることによりナレーションのON/OFFまたはボリュームを選択することができる。
- ③現在読んでいるページ数が表示される。
- ④「やめる」をクリックすることによりメニュー画面に戻る。

事業概要図



(3) ICT利活用のメリット

- デジタル絵本は、従来の絵本と違い、物語の重要な箇所では絵が動くことや音声出力などの効果的な演出が可能であるため、子どもを読書に引き込む魅力を提供することができる。
- デジタル絵本システムは、音声の読み上げ機能も備わっているため、子どもの読書をサポートすることができる。
- インフォメーションシステムを利用することによって、玉川こども図書館内でのイベント情報、金沢市内のその他施設で実施されるイベント情報などの地域情報をリアルタイムに子どもや保護者に発信することができる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
デジタル絵本システム稼働率	1 台 1 日当たり 10 人以上	1 台 1 日当たり 10.5 人	稼働時間(システム利用可能時間)の 50%以上	稼働時間(システム利用可能時間)の 50%以上
インフォメーションシステムによる地域情報掲載件数	—	—	月 20 件以上	月 15 件
インフォメーションシステムによる情報提供地域団体数	—	—	年 20 団体以上	年 24 団体
デジタル絵本システム利用者の再利用希望割合	60%以上	94%	94%	98%
デジタル絵本システム利用により原作等を読みたいなど、読書意欲の希望割合	60%以上	71%	71%	77%

*平成 21 年 2 月 26 日時点で把握している最新状況

- デジタル絵本システム稼働率は、平成 20 年度の最終的な数値は把握できていないが、土日祝日はほぼ順番待ちで空きがない状況であり、平日で 1 日 1 台当たり約 10 名、土日祝日は約 60 名の利用者となっていることから、目標としている 50%以上の稼働率は達成しているとみている。
- インフォメーションシステムによる地域情報掲載件数は、団体からの提供される情報が少ないため、目標を下回っている。

(5) 独自の工夫

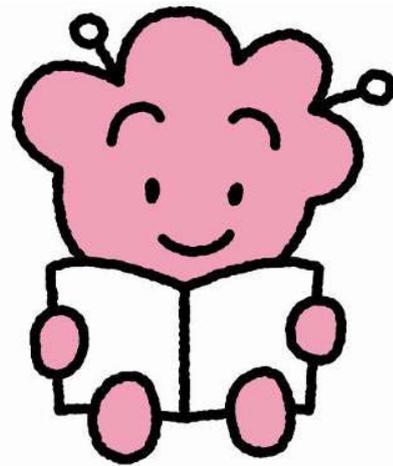
➤ 玉川こども図書館への来館者増加の取組

「デジタル絵本システム」、「インフォメーションシステム」はともに、玉川こども図書館内のコンテンツの一つとして位置づけられており、積極的に子ども図書館をPRして、子ども図書館への来館者を増やす取組を行った。

金沢市民からの公募によって作成された、玉川こども図書館のマスコットキャラクター「うめたま」の入ったチラシを配布するなど玉川こども図書館の認知度向上につながるPR活動を行った。

また、玉川こども図書館からすぐ近くの玉川町通り商店街は、400メートル近くにわたって、街灯に「うめたま」の旗を掲げていて、地域の商店街との連携により、玉川こども図書館をアピールしている。

玉川こども図書館の
マスコットキャラクター
「うめたま」



➤ デジタル絵本システムの設置場所

来館者がデジタル絵本システムの存在に気づきやすいよう、端末を貸出・返却カウンターの目の前に設置した。貸出・返却カウンターは来館者がほぼ通る場所であるため、本の貸出時や返却時にデジタル絵本システムに気づいた来館者が興味を持って触ってもらう機会が増えた。

➤ インフォメーションシステムの掲載内容

インフォメーションシステムに目を向けてもらうために、インフォメーションシステムの掲載内容を工夫した。地域のイベント情報のほかに、図書館をサポートする子ども達の読書推薦文や金沢市内で行われた子ども向け絵画展の入賞作品を掲載する等、多くの人に興味を持ってもらうような記事掲載に努めた。

(6) 事業における困難な点

- 協議会のメンバーには、デジタル絵本システムが読書のきっかけ作りに効果をもたらすことに懐疑的であるとして、デジタル絵本システムの導入に疑問を呈するメンバーもいた。そのため、デジタル絵本のコンテンツは、アニメとは異なるものにするのを意識した。読者が自らページをめくることをしない限りは、話が先に進まないようにし、絵を動かす際にはシンプルな動きにすることを留意した。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 当初は、「デジタル絵本システム」、「インフォメーションシステム」のほかに、「読書アシストシステム」、「ホットラインシステム」、「デジタル体験学習」、「電子図鑑システム」の開発を計画していたが、見直しを行い「デジタル絵本システム」、「インフォメーションシステム」をもって全ての開発を終了とした。来年度以降は、必要に応じてデジタル絵本システムのコンテンツを追加することを検討していく予定である。
- デジタル絵本作成システムは、導入は比較的容易であり、他地域への横展開は可能である。但し、著作権上、金沢市で作成したデジタル絵本のコンテンツを他地域で使用することが出来ないため、他地域に導入する際は、それぞれでコンテンツを作成する必要がある。
- インフォメーションシステムについては、既存のソフトを組み込んで開発したため、安価に他地域に展開することは可能である。しかしながら、インフォメーションシステムについて重要なことは、情報をリアルタイムに更新し続けることであり、金沢市では、そのための事務負担が増大している。現状では、玉川こども図書館の職員 2 名がインフォメーションシステムの情報更新を担当しており、他地域への導入に際しては、更新業務の負荷を考慮した体制作りが必要である。

(8) 評価

- 金沢市は、読書環境の整備を事業目的として、玉川こども図書館による「子どもが本に親しめる拠点」、「親子で楽しく学んで活動する拠点」、「子どもの読書活動に携わる人達のネットワークの拠点」作りを重要視している。その拠点作りの手段として、「デジタル絵本システム」、「インフォメーションシステム」を活用しており、その点においては、当初の目的を達成していると評価できる。
- 玉川こども図書館の設立以降、来館者は順調に増加している。1 日あたりの来館者は、平日で平均 300 人、土日祝日で約 1,300 人となっており、11 月から 2 月までの 4 ヶ月間で来館者は 7 万人を突破している。一年間の目標を 10 万人としているが、半年で達成できる見込みである。日本の子ども図書館の中でも有数の来館者が多い図書館になる見込みであり、玉川こども図書館の運営は大きな成功を収めている。
- デジタル絵本システムの利用端末数は 2 台設置されており、利用可能コンテンツ数は、平成 19 年度で 8 作品、平成 20 年度で 10 作品となっている。
- 平成 20 年度のアンケート結果によると、インフォメーションシステムは役に立つという質問には 94%、インフォメーションシステムの図書館以外の情報は役に立つかという質問には 89%が役に立つと回答しており、利用者からは期待されていることがうかがえる。
- 地域情報の掲載件数が少ない代わりに、その他の情報(子どもへの推薦図書、金沢市内

の絵画展の優秀作品)を積極的に掲載することによって、インフォメーションシステムへの興味を持ってもらう工夫をしている。

- 読書環境の整備のために、玉川こども図書館は、金沢市内の小中学校を結ぶイントラネットに接続しており、小中学校が授業で使う図書や、朝の10分間読書で使う図書を学校単位で貸し出す取組も行っている。
- 玉川こども図書館は、様々なイベントを行うことによって、来館者の増加を目指している。ボランティアによる絵本の読み聞かせ会、金沢子ども科学財団による算数教室の開催、各種展覧会などを実施することによって、子どもに多様な来館機会を提供している。
- 金沢子ども科学財団と金沢市教育プラザ富樫にも、インフォメーションシステムを設置しているが、それらの施設側によるインフォメーションシステムに関する周知活動がやや不足している。積極的な周知活動を行うことによって、玉川こども図書館との更なる相乗効果が見込めるようになることが期待できる。
- デジタル絵本システムの利用者からは、使い方も容易で、コンテンツも面白いといった高い評価を得ている。また、玉川こども図書館側で想定していなかった評価として、アニメと違って自分のペースで物語を読み進めることができる、自分に代わって子どもに読み聞かせをすることができるなどがある。
- インフォメーションシステムの利用者からは、他施設のイベント情報が手に入ったことによって、日頃足を運ばない施設のイベントに参加するきっかけとなったという評価があった。
- 現時点においては、金沢市としては玉川こども図書館そのもののPRに力を入れているため、デジタル絵本システムやインフォメーションシステムの周知活動はやや不足しているのが現状である。金沢市としては、この点は反省材料としており、今後は現在作成中である玉川こども図書館のホームページを使って、「デジタル絵本システム」及び「インフォメーションシステム」の紹介を行うことを検討している。

2. 1.3 岐阜県岐阜市

事業名「岐阜市地域防災 ICT 利活用モデル構築事業」

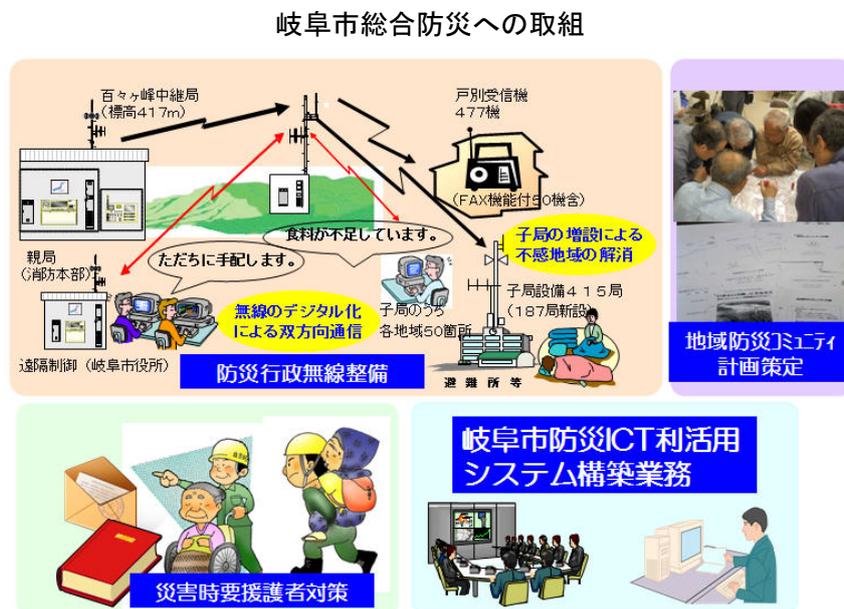
(1) 背景

岐阜市では、昭和 51 年の豪雨災害にて死者 5 名を出し、また平成 16 年の台風 23 号による河川超水においても、多くの床上浸水が起こるなどの災害が発生している。

特に後者は、平成 15 年に都市防災部ができ、その後起きた災害であったが、当時は情報システム化ができておらず、本部の情報を現場に送れない、現場の情報を本部で集約できない、等の問題が発生し、結果的に被害が大きくなった。

その反省から、情報システムを含む総合的な防災システムの必要性を岐阜市は認識した。その点を踏まえ、現在の岐阜市の総合防災への取組は、以下のとおり構成されている。

- ① 防災行政無線設備
- ② 地域防災コミュニティ計画
- ③ 災害時要援護者対策
- ④ 岐阜市防災ICT利活用システム構築業務

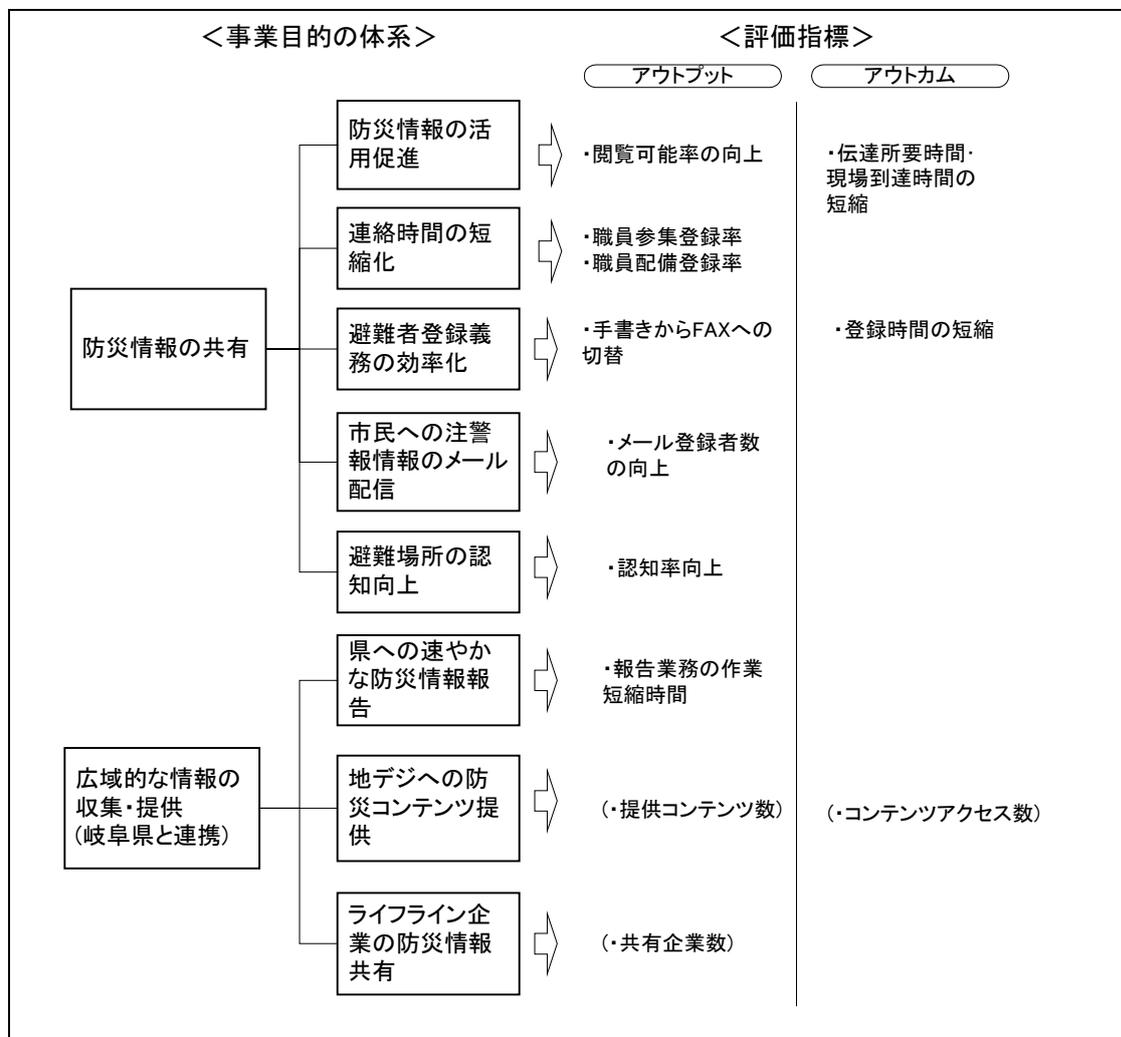


(2) 事業目的と概要

本システムは、岐阜市の総合防災体制を支えることを目的とする情報インフラである。具体的には、①岐阜市庁舎と消防本部、避難所 50 箇所において災害情報を収集・共有・提供するシステム(防災情報システム)、②岐阜県と広域的防災情報を共有するシステム(防災情報共有システム)及び③災害時に避難場所の状況把握するシステム(映像情報システム)を

構築し、総合的防災体制の充実を推進するものである。

事業目的の体系と評価指標



① 防災情報システム(平成 20 年 3 月～システム稼働)

岐阜市内の地域イントラネット等の基盤を利用して、災害情報を迅速・的確に収集・一元管理し、庁内、出先機関、避難所等との防災情報の共有を行う環境を構築した。

② 防災情報共有システム(平成 20 年 3 月～システム稼働)

岐阜県と防災情報の共有を図り、警戒期から発災に至る情報の広域的な収集・提供を可能とする環境を構築した。

③ 映像情報システム(平成 20 年 3 月～システム稼働)

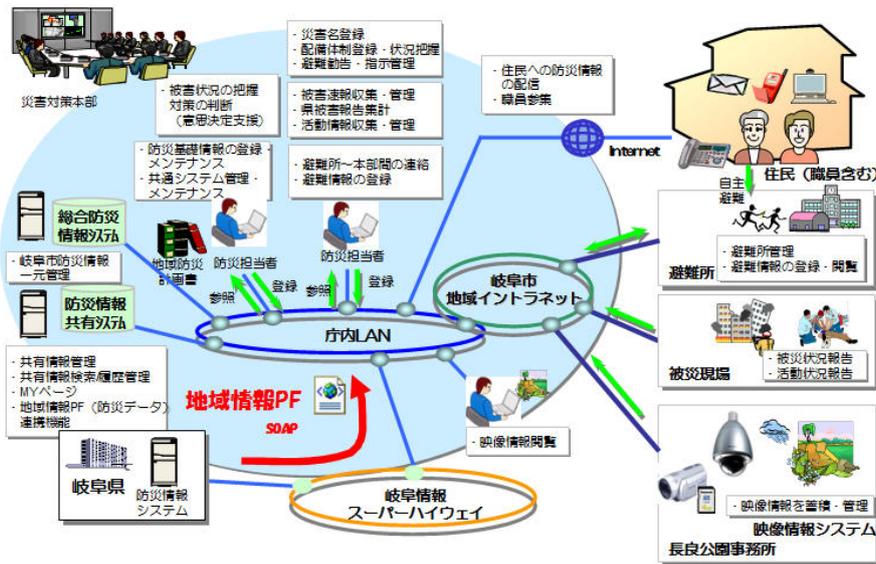
大規模都市公園に定点カメラを設置し、平常時には公園の管理や防犯対策に利用し、災害時には集合する避難者や、仮設住宅の状況を把握する。また、現場に赴き、モバイルカ

メラ等を使用してリアルタイムな状況把握を可能とする環境を構築した。

(3) ICT利活用のメリット

- 災害時は情報がふくそうすることになるが、ICT の活用により、情報の発信元や発信時間、情報の履歴などが明確になる。また、そうした信頼性の高い情報を本部に集約でき、さらには市内 50 箇所の避難所と情報が共有できる。

システム全体イメージ



(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
防災情報の活用 ・ 閲覧可能率	70%	80%以上	—	—
連絡時間の短縮化 ・ 職員参集登録率 ・ 職員配備登録率	それぞれ 80%の 通知設定	職員参集登録率 85% 職員配備登録率 91%	—	—
避難者登録業務の効率化 (手書き⇒FAX 送付) ・ 本部連絡時間短縮	1 日で完了	実証実験データ をもとに正規化 を行い、1 日以内 で完了すること ができた	19 年度比 3/4	年度終了時に 計測

市民に注警報情報をメール配信 ・メール登録者数	—	—	1,000人	年度終了時に計測
職員参集連絡時間短縮 ・伝達所要時間	—	—	1/3	年度終了時に計測
現場対処に要する時間短縮 ・現場到着時間	—	—	2/3	年度終了時に計測
本部における通報～現況報告までの時間短縮	—	—	2日⇒1日	年度終了時に計測

*平成 21 年 2 月 23 日時点で把握している最新状況

- 「防災情報の活用促進」を目的に、「閲覧可能率」という指標を設定した。これは、約 50 か所の避難場所（公民館）から、防災本部にある情報がどれだけ閲覧可能になったか、を示す指標である。現在は 80%以上の情報が閲覧可能である。現在閲覧できない約 20%の情報は、個人情報関連であり、あえて公開していない。避難場所に公開できる情報は、すべて公開している。
- 「職員参集登録率」「職員配備登録率」は、参集や配備要請をかけた職員から登録完了の入力があつた率である。それぞれ 85%、91%との実績を残し、目標を達成した。本登録の実施は、防災訓練の一環として実施したが、議会中だったため、やむを得ず登録ができない職員がいた。実際の災害の場面でも、出張中の職員など登録できない職員はいるだろうが、それ以外は登録すると考えている。
- 「避難所登録業務の効率化」は、これまで FAX で避難所から本部へ送信していた避難者名簿を、現地で直接入力できるようにして効率化を図るものである。目標の 1 日以内に全データ登録完了を達成した。住民基本台帳ネットワークの情報と連動させることにより、入力支援や検索情報種類が多くなっている。また、住民基本台帳ネットワークの情報と要援護者台帳とを突き合わせることで、その地域における要援護者のうち、避難していない住民の情報が明らかになる。

(5) 独自の工夫

- 災害対応システムは使用しなければ、利用者の意識や操作スキルが低下する。岐阜市では、小規模災害の際(平成 20 年 8 月上旬の突風被害、同月下旬の集中豪雨等)にあえて本システムを利用することにより、利用職員のリテラシーを一定に保つ工夫をしている。
- 市で収集したデータ以外にも、県から送られる河川情報・交通規制情報などもワンストップで閲覧できる仕組みとなっている。

本部訓練の風景



避難所訓練の風景



- 防災に当たっては、行政が情報システムを構築するだけでなく、地域住民の意識向上及び地域住民レベルでの事前準備が重要である。岐阜市では防災システムの構築を契機に、協議会を通じて「行政と連携した地区別の防災対策計画の策定」を各自治会に依頼しており、地域住民の意識向上及び具体的な計画策定が図られている。

(6) 事業における困難な点

- 岐阜県のシステムと連携した部分があり、県のシステム更新などに合わせ、岐阜市の本システムも改修が必要になる。また、隣接する市町村との連携が重要であるが、市町村ごとに防災に対する取組が異なり、県下の情報共有は円滑に進んでいない。また、コストの観点からみると、災害システムへの投資に対する効果の計測が難しい。
- システム導入により、防災業務の効率化が期待されるものの、まだ現場に浸透していない。現場に根付いて初めて効果がでるものであり過渡期だと認識している。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 今後の課題は、職員及び市民の防災意識の向上、さらには市内 50 の地域全ての防災対策計画の策定を完成させるとともに、有事に備えた訓練などを継続する仕組みを構築することである。
- 他地域への展開については、APPLIC の標準仕様に準拠した項目・様式を活用しており導入しやすい。また、本システムの導入により、職員の呼び出し・情報登録などが短縮できる効果以外にも、情報集約を図れることなどから「総合的に防災を考えられる」という大きなメリットもある。しかしながら、システム導入について十分な定着を図るためにも、先にもあげた職員の理解、行政内部の体制、県との連携などの体制や運営方法について強化する必要があると考える。

(8) 評価

- 本事業は過去の災害体験の反省から、地域だけでなく広域情報もカバーした総合防災体制を構築しようとする取組である。
- 災害時は特に、時間の経過とともに情報がふくそうする。情報の発信元・発信時間等が適切に把握できた上で、本部と多くの避難現場にて情報共有可能な点は評価できる。
- 行政として防災に取り組んでいることをアピールすることにより、「行政と民間が、共に連携しながら防災に取り組んで行くべきである」という気運が高まっている。具体的には、①有事における要援護者への対応、②地域別防災対策計画、について、各地域で作成する計画が進んでいる。
- 総合的に防災を考えられるようになっている。機能的には、職員の参集・配備要求機能が有効である。配備のスピードアップ以外に「職員の意識向上」といったアウトカムが大きいと考えている。一般職員の中には、災害時の職務について自覚が低い職員もいる。そのような者にも、直接携帯電話のメールにて参集・配備要求を行うことは、自覚を促すことに繋がる。また、避難所からの避難者登録業務も大きな時間短縮に繋がっている。住民基本台帳ネットワークや県の広域情報とも連携しており、信頼性は高いと評価できる。
- 課題として挙げたとおり、今後は職員の理解・意識の向上、行政内部の防災体制、県

との連携などの体制や運営方法の強化が求められる。さらに、行政と民間の一体となった推進、平時よりの教育訓練が、災害時の適切な対応に繋がる。以上について岐阜市は十分に認識しており、今後の継続が期待される。

2. 1 4 静岡県磐田市

事業名「ICTを活用した地域防災体制強化モデル事業」

(1) 背景

磐田市は、平成17年に五市町村と合併し、合併後に策定した総合計画の基本目標のひとつに「安全・安心なまちづくり」を掲げている。合併前の市町村はそれぞれ個別の防犯体制をとっており、これらを統合して災害発生時に迅速に対応できるような自主防災会や災害ボランティアなどと連携した支援体制を確立することが課題となっている。

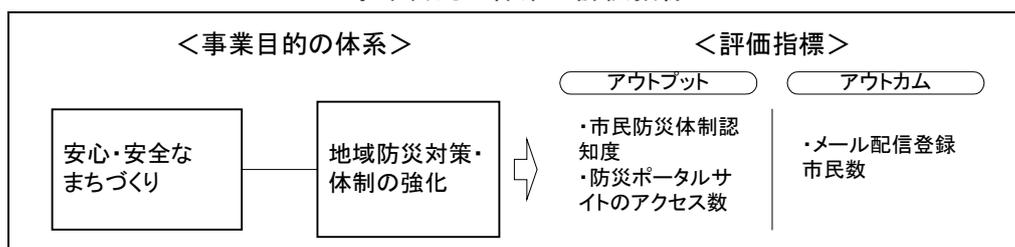
これまで同市では「磐田市地域防災計画」に基づき各種施設整備や体制構築をはじめ、防災訓練や市民への防災関連情報の提供に取り組んできた。また市民による防災活動も活発で市内にある319の自主防災会のほか、各種ボランティア団体が多数存在する。

今後さらに地域防災対策・体制の強化を図るには、北部の台地、南部の遠州灘沿岸、天竜川・太田川流域など各地域で培われてきた防災ノウハウや自主防災会やボランティア等からのリソース等、災害発生時の災害に関するあらゆる情報を有効かつタイムリーに市民と行政との間で共有・有効活用する横断的な仕組みの整備が急務となっている。

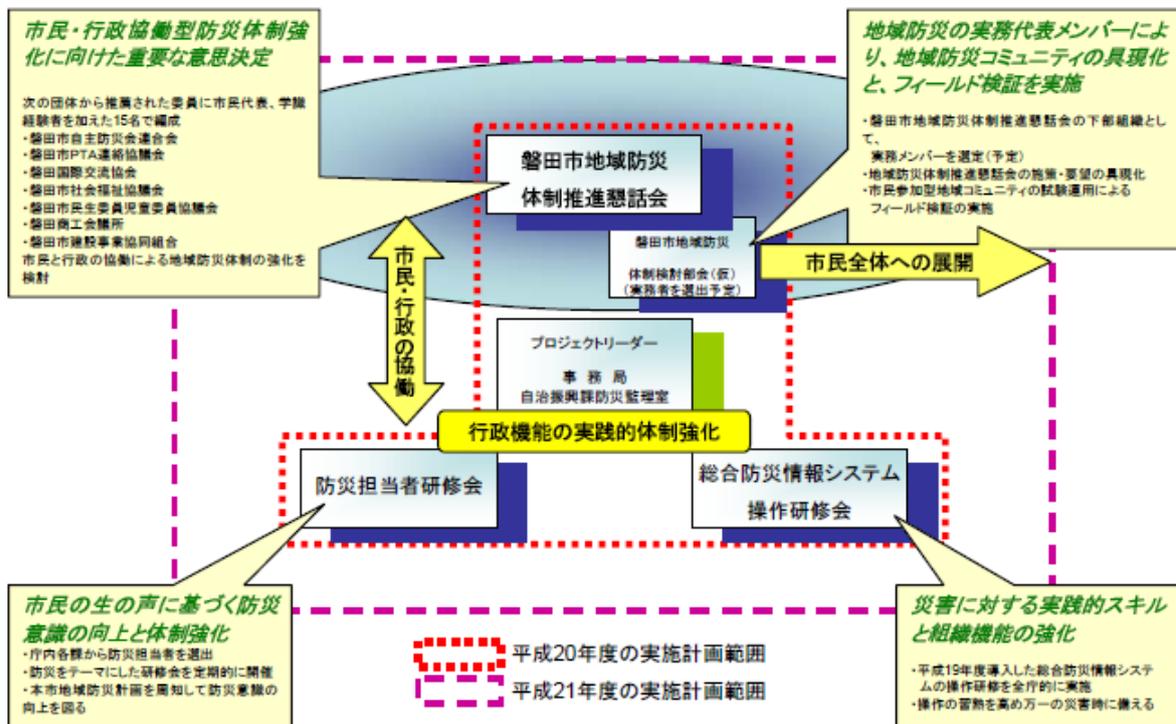
(2) 事業目的と概要

本事業の目的は、地域防災対策・体制を強化するために、人的システムと情報システムが相互に補完し合い、市民と行政との間で防災情報を共有・有効活用する本市横断的なしくみを実現することである。

事業目的の体系と評価指標



本事業は、総合防災情報システムの構築とともに、情報を利用する行政、市民、民間企業、ボランティア団体等の育成・強化、情報の収集・伝達・共有などのしくみについて、ソフト面で関係機関が一体的に取組を推進し、協働による地域防災力の向上を図っている。



1) 総合防災情報システムについて

人的システムと情報システムが相互に補完し合い、市民と行政との間で防災情報を共有・有効活用する横断的なしくみの実現のため、既存インフラを活かした「総合防災情報システム」の基本機能の整備を進めている。本システムは、「災害情報管理サブシステム」、「災害情報広報サブシステム」及び「映像情報サブシステム」の3つのサブシステムにより構成されている。

① 災害情報サブシステム

災害対策本部(本庁)、災害対策支部(支所)、避難所、医療救護所及びその他関連機関をオンラインで結び、災害対策本部を中枢とした災害情報の集約、参照、適切な支持、要請業務を支援する。

② 災害情報広報サブシステム

災害情報管理サブシステムの出力情報を含めて、地域防災や災害に関わる情報を集積し、市民向けに情報公開するサブシステムである。総合防災情報提供サイトや、いわたホットライン(防災版)による災害情報の配信、市民と行政が双方向に情報共有できる地域コミュニティの形成のための地域 SNS の構築等を行う。

総合防災情報提供サイト



出所:「磐田市防災ホームページ」トップページ

③ 映像情報サブシステム

竜洋海洋公園及び磐田久保川一本松橋の2箇所に監視カメラを設置し、地震による津波、集中豪雨や台風による河川増水等の状況を監視し、災害時の適切な判断を促すシステムである。災害発生時に遠隔地の重要拠点の状況を即時に把握することにより、災害対策本部にて迅速な判断、指示を行うことが可能となる。

(3) ICT利活用のメリット

- 総合防災情報システムを整備することにより、災害発生時のあらゆる情報を有効かつタイムリーに市民と行政の間で共有・有効活用することができ、市民の自発的活動や行政の迅速で的確な防災活動が実現できる。
- 監視カメラを設置し、これを災害対策本部である本庁において大型スクリーンに映し出すほか、監視カメラ映像を本部、支部等の各活動拠点で共有することにより、視覚的判断による迅速で的確な意思決定が可能となる。
- 磐田市防災ホームページの携帯版を追加することで、携帯電話端末から地震情報や河川水位等の情報が容易に閲覧できる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績
市民防災体制認知度 (アンケート結果)	80%	61.2%	—	—
メール配信登録市民数	3,000 人	2,703 人	5,000 人	7,198 人
地域ポータルサイトのアク セス数	—	—	12,000 件/年	29,693 件 (平成 20 年 11 月 30 日まで)

➤ 市民防災体制認知度について

市民への防災体制の啓蒙活動として、平成 19 年度は出前講座を含む防災講習会と防災図訓練を実施した。12 月に訓練に参加した市民に対してアンケートを実施し、平成 18 年 4 月に市内全戸に配布した「地震対策マニュアル」の認知をその指標とした。61.2%が「読んだことがある」との回答であった。

➤ メール配信登録市民数について

事業終了年度にあたる平成 23 年度には、磐田市の人口の 10 分の 1 にあたる 17,000 人の登録者数を目指しており、平成 20 年度は 5,000 人目標としている。現在の登録数は「市民版」が 4,886 人、「防災版」が 2,312 人で合計 7,198 人となっており、目標を達成している。

磐田市は従来からメール配信サービス「いわたホットライン」を展開していた。ICT 利活用モデル事業として「いわたホットライン〈防災版〉」を開始、従来からのサービスを「いわたホットライン〈市民版〉」と位置づけている。「いわたホットライン」として「市民版」「防災版」の登録者数合計を指標としている。

➤ 地域ポータルサイトのアクセス数について

平成 20 年 4 月より「磐田市防災ホームページ」を開設している。天候や交通等のポータルサイトであり、これを定着させることで災害発生時における情報提供のツールとして活用、市民の防災意識を高める。平成 20 年 4 月開設から 11 月末までのアクセス数が 29,693 件と、目標 12,000 件/年を大きく上回った。

(5) 独自の工夫

➤ 自主防災会と共同で情報収集、情報提供の体制づくりや仕組みづくり

総合防災情報システムの機能を最大限に発揮できるよう、災害対策本部体制を見直し、市内の自主防災会やボランティア団体等と連携した防災対策・組織の体制強化を図っている。効果的なシステム運用を図るためには、市民との協働が重要であると考え、懇話会を通じて情報収集、情報提供の体制作りや仕組みづくりを行っている。実際に災害が発生し

た際に自治会で対応可能な方法を協議し、地域防災力の向上を図っている。

他地域でも総合防災システムの導入を図っているが、庁内組織だけではなく、自主防災会を協議会に組み込んだ仕組みづくりを行っているのは、特徴的である。

➤ 講習会や訓練防を通じた啓蒙活動

市民への防災対策の啓蒙活動として、平成 19 年度は出前講座を含む防災講習会を 27 回、防災図訓練を 71 回実施し、5000 名近くの市民が参加した。こうした講習会・訓練を通じて市民に「いわたホッとライン」や磐田市の防災対策についての啓蒙を図っている。

(6) 事業における困難な点

➤ 個人情報の取り扱い

本システムにおいては、避難者、傷病者の情報を防災ポータルサイト上に公開する機能があり、大規模災害時に家族、知人の安否確認が容易にできるという利点がある反面、「個人情報保護」の観点から個人情報の扱いの難しさがある。現時点では個人名等は公開しないという方針となっており、法的側面と運用体制面の整理が課題となっている。

➤ 携帯版地域コミュニティネットワークの展開

平成 20 年度は携帯版地域コミュニティネットワークの開始を予定しているが、一部のキャリアの仕様上、システムが稼動しない状況が生じている。

現状では解決の目途が立っておらず、メインキャリア三社のうち二社を対象にサービスを展開している。

➤ 自主防災会の体制

自主防災会の会頭には比較的年配者が多く、情報システムによる情報収集に対する不信感が払拭し切れていない。避難所における情報収集の責任者は自主防災会の会頭が担当だが、毎年入れ替わってしまう防災会も少なくなく、災害発生時のスムーズな情報収集や防災体制の維持が課題となっている。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

➤ 「いわたホッとライン」の登録者数について、事業終了年度にあたる平成 23 年度までに、磐田市の人口の 10 分の 1 にあたる 17,000 人を目指している。しかし平成 20 年度の防災版の登録者数は 2,312 にとどまっている。台風等の災害がなく「防災版」におけるメール配信がなかったために、頭打ちになっている感がある。「市民版」では学校付近に不審者が現れたときに、登録者数が拡大したように、実際に何らかの災害が生じた際には登録者数が伸びることが予想される。しかし、本来的には災害が発生する前に普及に努めるものであり、実際に災害が起これないと防災意識が高まらない点に課題がある。

➤ 地域 SNS の実現に向けては、防災情報専用のシステムでは市民に日頃から利用しても

らうことに限界があり、平常時における運用にも考慮する必要がある。地域 SNS の稼働開始後、いかに平常時と非常時の利用を促進していくかが課題となる。

(8) 他地域への展開

懇話会における自主防災会との協議により、情報収集のしくみについてはある程度マニュアルが完成している。今後は要擁護者や所在不明者の安否確認をいかに行っていくかが協議される。収集した避難者情報と全住民リストとをつき合わせて、確認すべき対象者リストを作成、これを地図に落とし込んで各避難所に情報提供する仕組みを作る。

情報収集、情報提供における災害対策本部と各自主防災会、ボランティア団体との情報のやりとりの仕組みや必要な情報に関するマニュアルは、他地域の防災体制においても十分有効に機能するものと推察される。

(9) 評価

- 総合防災情報システムを導入しただけでなく、これを活用するための協議を進めることで、防災体制作りや被災情報収集の必要性について自主防災会の理解が進み、防災意識の向上につながっている。また避難所に関する問合せが増える等、市民の防災意識の高まりが感じられる。
- 懇話会や地域 SNS の実証実験を通じて、自主防災会や地元の防災ボランティア団体との交流が生まれており、災害発生時の自治体との連携にプラスの影響をもたらしている。
- メール配信システム「いわたホッとライン」の「市民版」は、市内のイベントや学校からのお知らせ等を得られるサービスとして理解され、登録が進んでいる。「防災版」は登録者数が頭打ちとなっているものの、河川の氾濫等が多い地区では登録が進んでおり、災害発生時には有効に機能するものと地域の防災関係者は期待している。
- 「いわたホッとライン」の「市民版」、「防災版」双方に登録しているユーザーもいるが、「災害発生時の情報提供システムとしては、有効に機能するだけの数が確保できている」と評価されている。

2. 15 三重県津市

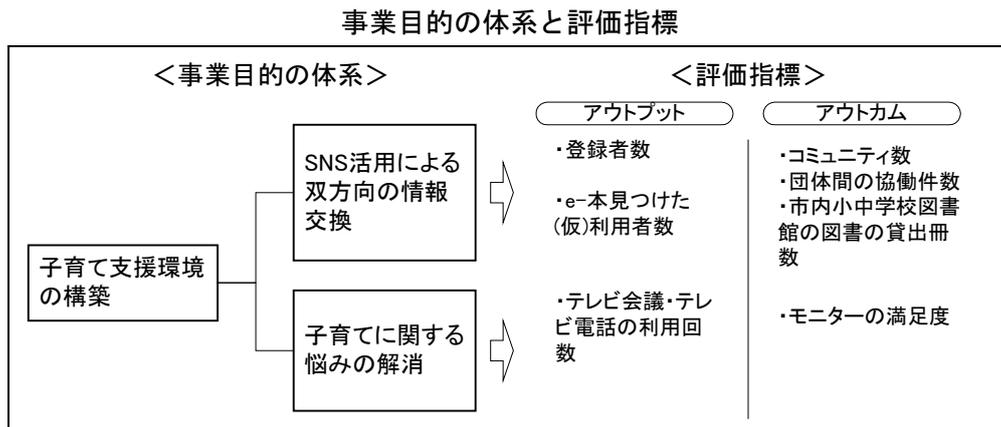
事業名「ICT を活用した子育て支援モデル」

(1) 背景

全国的に少子化が進む中、津市においても、就学前及び小学生の子どもの数は、緩やかな減少傾向にある。また、市町村合併により、三重県内で最も広域の市域を有する都市となり、行政サービスの地域間格差が生じている。このため、子育て家庭の保護者が安心して子育てができるよう、地域の「ささえあい」による「つながり」の街づくりを進める。

(2) 事業目的と概要

子育てに関する情報を双方向にやりとりするポータルサイトの構築と、テレビ電話やインターネット電話による子育て支援・相談教室を構築し、子育てを地域や行政が支援するまちづくりを目指す。



① テレビ会議・テレビ電話を使った子育て支援

テレビ会議・テレビ電話を用いて、開催している子育て教室の開催内容を配信するほか、子育てモニター100世帯に端末を貸し出すことでフェイス・ツー・フェイスの子育て相談を実施する。

② 地域SNS(mie-SNS)の活用

既存の地域 SNS(mie-SNS)やブログを用いて、情報発信者と受信者の連携を強め、子育てに関する人材基盤の充実と、地域の特徴である「ささえあい」活動へと発展することを目指す。

平成21年3月現在、子育てネット「元気っ津+プラス」としてSNSが構築されている。

子育てネット「元気っ津+plus」メイン画面

あなたの子育て、みんなで応援します★

GENKIDS 元気っ津 +plus

子育てネット

「e-本みつけた!」本の玉手箱が さらに進化!!

テスト運用中です!!

この「元気っ津+plus」は、子育て支援活動を行っている団体、民間企業や津市をはじめとする行政機関で構成する「津市子育て支援システム運営推進協議会」において開発しているコミュニティ・ページです。

子育て家庭が地理的な制約を受けることなく、育児専門家および支援者との情報共有や相談、そして、みんなでコミュニケーションすることで「つながり」、「ささえあい」を応援するサイトです。

津市子育て支援システム運営推進協議会
〒514-8611 津市西丸之内23番1号
津市健康福祉部こども総合支援室内

運営団体 利用規約 プライバシーポリシー

新規登録

■3月中は実験運営期間中につき、ケータイ電話での登録は、招待制でなくご登録できます。
<http://www.4tsugenkids.jp/home/>

QRコード

→詳しい登録方法説明

このサイトに参加するには、おとたちの紹介が必要です。招待メールをもらっていない方は、すでに参加しているお知り合いの方から招待メールを送ってもらってください。すでに参加しているお知り合いがいない場合は、「津市子育て支援システム運営協議会」までご相談ください。

子育てネット「元気っ津」

【運営】津市子育て支援システム運営推進協議会
【協力】「みえちゃん+SNS」

③ 子ども向けポータルサイト「e-本みつけた(仮)」の構築

子ども向けポータルサイト「e-本みつけた(仮)」を構築し、本に親しむ機会を提供し、読書に対するモチベーションを高め、子どもの読書力の向上と情操教育の充実を図る。

平成21年3月現在、e-本みつけた(仮)は閉止され、子育てネット「元気っ津+plus」内の1コミュニティとして残されている。

(3) ICT利活用のメリット

▶ テレビ会議・テレビ電話の利便性

三重県内には10の保険センターがあるが、子育て講座開催時には、講師が各所に赴いて開くかわりに、テレビ会議を通じて講座を展開することができ、費用的・時間的に効率化を図ることができる。

(4) 目標と実績

指標	平成19年度 目標	平成19年度 実績	平成20年度 目標	平成20年度 実績*
子育て支援登録者数 (団体、関係機関を含む)	200件	26件	1,000件	42件
コミュニティ数	10件	2件	20件	4件

団体間の協働取組み件数	5件	0件	15件	3件
e-本見つけた(利用者数)	100人	62人	300人	114人
市内小中学校図書館の図書貸し出し数 (小学校:59、中学校:22)	310,000冊	349,897冊	355,000冊	400,000冊

*平成21年3月12日時点で把握している最新状況

- 子育て支援登録者数の平成19年目標200件に対し、実績は26件であった。平成20年度目標1,000件に対し、3月上旬では、42件である。
- コミュニティ数は、平成19年目標10件に対し、実績は2件であった。平成20年度は目標20件に対し、4件と大幅に下回っている。
- 団体間の協働取組み件数は、平成20年度目標の15件に対し、3件と下回っている。
- ポータルサイト「e-本見つけた」の利用者数は、平成20年度目標の300人件に対し、114人と下回っている。
- 市内小中学校図書館の図書貸し出し数は、平成19年度目標310,000冊に対し、実績349,897冊と上回っている。平成20年度は、目標355,500冊に対し、400,000冊と大きく上回っている。
- 平成20年度に新たに創設されたSNS「子育てネット元気っ津+プラス」では、総登録者数は155人、総コミュニティ数は16、アクティブ率は37.42%、メンバー一人当たりの平均フレンド数(お互いにフレンドとして登録している数)は2.86人となっている。

(5) 独自の工夫

➤ ネットからリアル活動へ

当事業は、ポータルサイトやSNS中心の事業ではあるものの、最終的にはリアルでの活動に繋がれることを目的としている。平成21年3月8日には、「津のまち探検隊」が開催された。このイベントは、街の風景を携帯電話のカメラで撮り、SNSに投稿するという企画である。携帯電話で取得できる位置情報と、投稿が紐づいており、各個人が「街角レポーター」となるのである。このイベントは、参加者には講評であったようで、また、イベント後には、SNSへの登録者が増加した。



「元気っ津まつり」の様子



➤ 地域著名人の活用

津市の地域著名人である、マサルテル氏や西本亜裕子氏が子育て支援ブログを執筆することで、SNS の盛上げを図っている。特に、西本氏は、自身の経験を踏まえて、津市のテーマである子育て支援と密接な関係にある、「不妊治療」をテーマにブログを執筆しており、実際に不妊治療を体験した女性が持つ悩みや考えを発信している。

「マサルテル～15秒の青春～」

つう～子育て支援ブログ

zenkidsblogさんのエントリー配信 | RSS | RDF | ATOM

ブログ - マサルテル～15秒の青春～

カテゴリトップ 元気っ津 前のエントリー | 次のエントリー

マサルテル～15秒の青春～ 2009/09/06 10:49 pm

津市 びんき大学

それは、津を、面白くびんきにするまちづくり集団。
そこに集うは、熱いハートとぶさけたりのオトナたち。

彼等は、語る。
——「どんなに楽しいことも、無理が生じれば続かないよ」と。

「あゆママの见たい！聞きたい！学びたい！」

つう～子育て支援ブログ

zenkidsblogさんのエントリー配信 | RSS | RDF | ATOM

ブログ - あゆママの见たい！聞きたい！学びたい！

カテゴリトップ 元気っ津 前のエントリー | 次のエントリー

あゆママの见たい！聞きたい！学びたい！ 2009/09/01 11:53 pm

Vo1 ひとつめの壁

レディキューブFM三重でアナウンサーの仕事をしていました西本亜裕子です。
2008年9月に、待望のBABYを出産し、産休を経て
12月から復帰して、今は働くママをやっています。

と聞くと、順調そうに聞こえるかもしれませんが、いろんな壁におつかり
(現在進行形で、今もいろんな壁にはぶつかってはいますが)
なかなかうまくはいかないものです。

そのひとつめの壁が「妊婦に至るまで」でした。

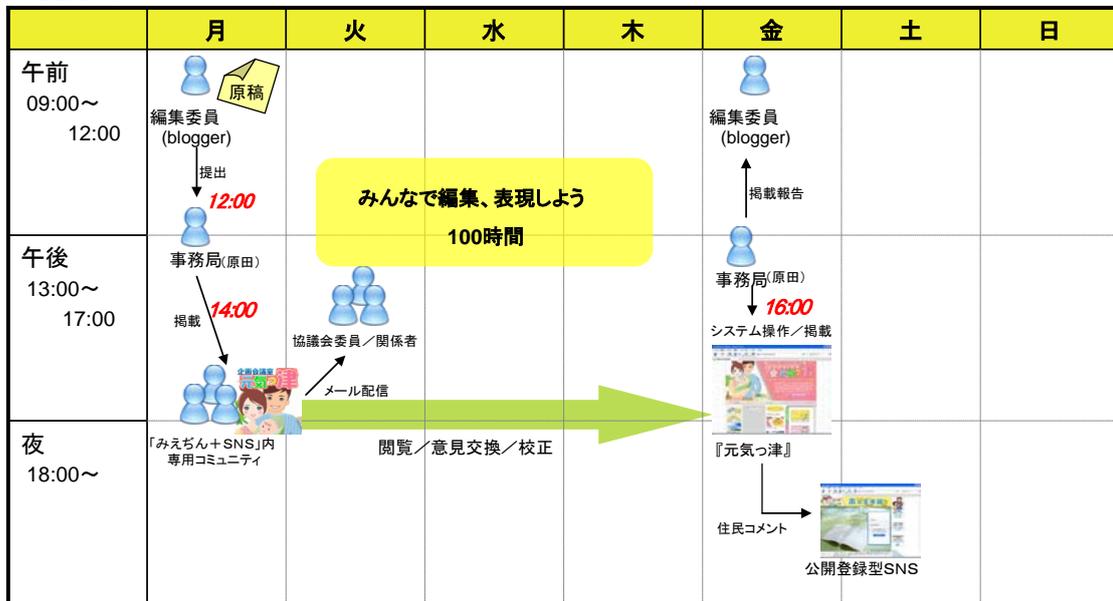
2008年に結婚し
最初は「仕事も楽しいし、夫婦2人の生活をしばらく楽しもう」
と将来的には子供を望んではいなかったものの、本格的にこりかかったのは
結婚して1年後。

➤ 原稿作成の標準プロセス化

元気っ津に掲載される原稿は、SNS 上において事務局や参加者の閲覧や意見交換、修正を経て掲載されることになる。この過程には、概ね 100 時間を当てることになっており、プロセスとして確立している。このような標準プロセスを策定することで、原稿作成の適切さや効率性が担保されることになる。

編集委員会の運用～『元気っ津』原稿掲載までのプロセス-2

- 基本パターンとしては、編集委員からの原稿を事務局がメールで受け取り、SNSコミュニティに掲載。参加者はその原稿について、意見交換(とくに事務局サイドは表現の可否をチェック)して、一定期間(100時間を目安)後に、事務局が『元気っ津』に掲載する。
- 編集委員からの提出タイミングを調整し、『元気っ津』の更新頻度を一定化させる掲載パターンを組み立てる。
- 編集委員からの原稿の仕様は次の通りとさせていただきます。
 - テキスト(WINDOWSメモ帳)で提出
 - 写真は、「天地・ピクセル×左右・ピクセル」に自ら加工していただき提出(原則)
- 編集委員は、SNSおよびコミュニティに登録・参加いただき、コメント・意見を参考に、必要にあわせて原稿の加筆訂正をしていただきます。



- ① 「みえちん+SNS」では、カキコミを「メール受信」設定すれば、パソコンのメールに自動配信されます。SNSログインできない環境の場合は、事務局に直接メールして提案・意見していただきます。
- ② 「みえちん+SNS」は既に参加されている方の招待制をとっています。期間内に『本の玉手箱』のカスタマイズ次第、住民の自由登録型にして、原稿に対するコメントを受け入れます(要検討)

(6) 事業における困難な点

- SNS 登録者の人数は 155 人と、現時点で圧倒的に少ないため、SNS 内の議論が活性化されず、コンテンツも充実しているとは言えない。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 参加者の増加が、SNS の活性化に繋がるが、現時点で参加者増加に対する有効な手立てがなく、イベントなどの口コミなどにとどまっている。

(8) 評価

- 現時点では、既存の三重県 SNS「みえちん+SNS」と、「元気っ津+プラス」の住み分けがあいまいである。コンテンツの充実度や参加者数などを比較しても「みえちん+SNS」の規模がはるかに大きいため、テーマとして「子育て支援」に特化しているとはいえ「元気っ津+プラス」の地域 SNS としての有意性が不明瞭である。協議会メンバーからは、将来的には、両サイトの統廃合を検討する必要があるという意見もあり、「元気っ津+プラス」の運用のあり方、登録者の増進策を考えていかなければならない。
- 津市及び協議会メンバーによれば、将来的には SNS の登録に関して、子どもに門戸を開く方針であるとのことである。現在、国内の大多数の SNS は未成年を対象としていない。また、ICT 利活用モデル構築事業における SNS においても、基本的には成年を対象としており、未成年(特に子ども)を利用者としては想定していない。そのため、津市の SNS において、未成年の登録を許可するのであれば、全国的に見ても先進的な事例となるであろう。しかしながら、SNS の門戸を子どもに開くのであれば、セーフティネットを整備し、子どもをリスクから守る対策をとらねばならない。あるいは、津市における本事業は、健康福祉部が主幹となって進められているが、教育関係、保安関係などの各部署などと連携して、SNS の未成年への開放を検討する必要がある。

2. 16 京都府京丹後市

事業名「地域ビジネス SNS を活用した地域情報交流モデル構築事業」

(1) 背景

京丹後市の解決すべき課題は、「産業の停滞」である。市の四大産業(農業、絹織物、機械金属、観光)のうち、機械金属を除く三産業は軒並み横ばいないし低迷傾向にある。

過疎化・少子高齢化についても、京丹後市では長引く産業の停滞により拍車がかかっている。国勢調査ベースで見ると、京丹後市の人口は昭和 35 年には 80,106 人であったが、平成 17 年には 62,723 人にまで減少し、さらに将来にわたって大幅に減少すると予測されている。高齢化率は、平成 12 年にはすでに 25.3%となっており、さらに平成 42 年には 35.5%まで上昇すると予測されている。一方、年少人口比率は昭和 35 年に 30.3%であったが、平成 12 年では 16.2%となっている。

なお旧丹後町、旧久美浜町区域は過疎地域自立促進特別措置法の対象過疎地域となっている。

(2) 事業目的と概要

京丹後市では、以下のような課題を有している。これらの原因を解決するために ICT を利活用し、京丹後市の市民と地域事業者間との交流や、都市部在住者との交流を行い、産業の活性化を図ることで雇用が創出され、定住や交流を促進させることに繋がる。

① 市町村合併によるシナジー効果の未発揮

京丹後市は平成 16 年 4 月 1 日に旧六町が合併して誕生した新しい市である。

合併から丸 3 年が経つが、市民の間では依然として旧六町の時の意識が残っており、合併を機に、旧六町を越えて市民や事業者が協働して新たな事業を始めるという機運がまだまだ弱く、むしろ牽制しあっている部分がある。

② 外部とのつながりの弱さ

京丹後市の産業のうち、農業、絹織物、機械金属産業については、BtoB 型産業であり、エンドユーザー(消費者=最終マーケット)とのつながりは弱い。また、情報発信力にも欠けており、新規商品を企画したとしても、販路を確保するのが非常に難しい状況にある。

③ 過去の繁栄体験の強さ

伝統的主幹産業である織物産業は、昭和 40 年代の「丹後ちりめん」ブームにより隆盛を見たが、ライフスタイル変化等により、現在では従業者数や製造品出荷額等の減少が続いている。こうした過去の繁栄体験を持っているがゆえに新しいことへの挑戦に消極的で保

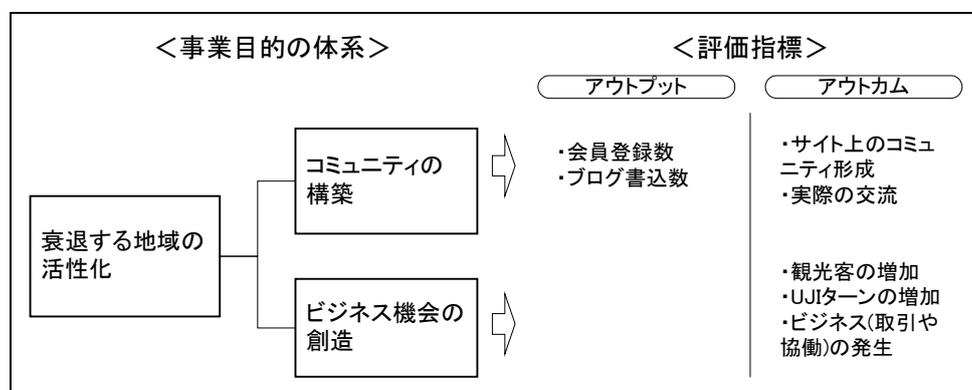
守的な意識が強いという傾向がある。

このため、「地域ビジネス SNS を活用した地域情報交流モデル構築事業」では SNS の仕組みを用い、ビジネス用途の使用を前提とした地域情報交流サイト『T-WAVE』を開設する。

『T-WAVE』は、ビジネス SNS を志向しており、サイト上の交流が実際のビジネスや UJI ターンにつながることを期待している。このため、当初より「公認コミュニティ」として、「観光相談」、「移住相談」、「起業相談」、「商品企画」がメニュー化されている。

また、同時にサイトの PR、利用促進を行い、事業者や市民の利用を促進する。

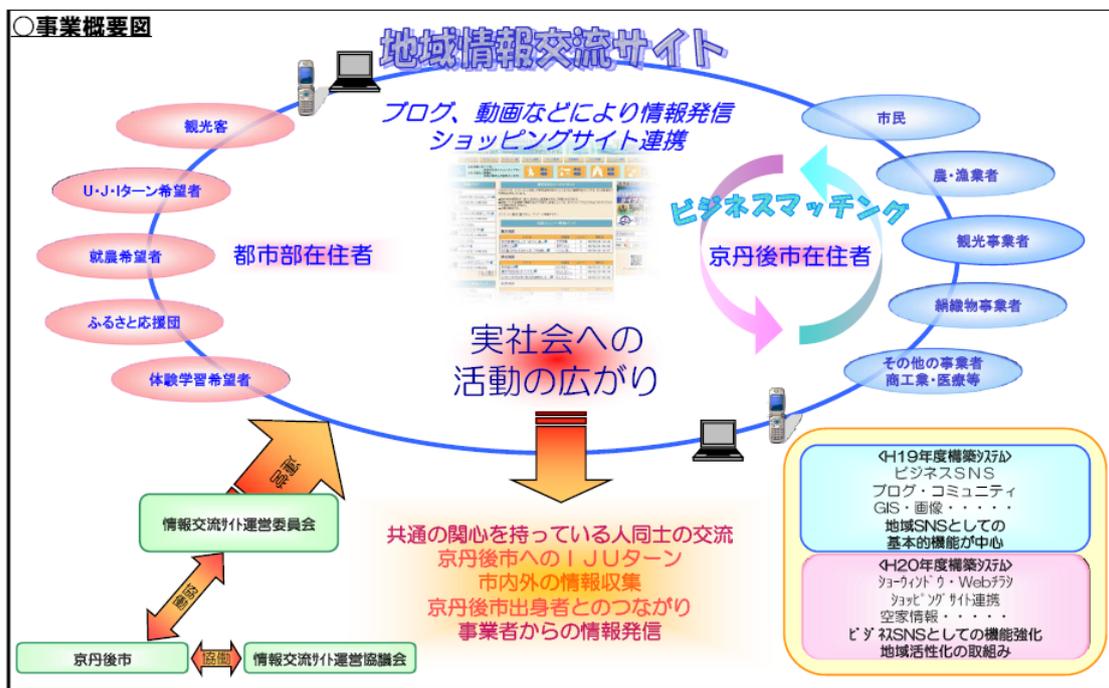
事業目的の体系と評価指標



(3) ICT利活用のメリット

- 地方都市においては、これまで近所づきあい等のコミュニケーションがあるとされてきたが、土地の閉鎖性に加え、人口減少、高齢化が進展すると、住居間の距離があることから、むしろコミュニケーションが希薄化する可能性がある。こうした環境こそ、インターネットを活用したコミュニケーションの補完が有効である。
- 自治体の合併に伴い、旧市町村の枠組みを超えた住民や企業の交流が求められているが、実際にはなかなか交流の機会を持つことができていない。『T-WAVE』のような仕組みにより、実際のコミュニケーションのきっかけを作ることができる。
- 京丹後市外に居住する観光客や UJI ターン希望者が、『T-WAVE』を窓口として、地域の生きた情報を手にし、地域住民と交流することで、交流人口や移住の増加が期待できる。

事業の概念図



T-WAVE のトップページ

T-WAVE つなぐたんご

メールアドレス パスワード ログイン あなたも、丹後も、[新規登録](#)
 つながっている [T-WAVEとは?](#)

京丹後ネットワークコミュニティ

ポータルページ | マイページ | ブログ | 公認コミュニティ | 会員 | コミュニティ | アンケート | イベント | Q&A

○ 新着ブログ

夕日ヶ浦・木津観光協会さん
 ☆ 宿紹介 4 ☆ (0)
 3月30日(月) 11時03分

コースラインさん
 『剣画』というマンガ... (0)
 3月30日(月) 10時03分

有限会社 丹後ジャーニー牧場さん
 ワクワクの...春♪ (0)
 3月30日(月) 10時01分

海の見える居酒屋 海ぞくさん
 飲み会の予定について... (0)
 3月30日(月) 7時53分

newグラスアートさん
 今年もラベンダーが元... (0)
 3月30日(月) 1時03分
[\[もっと見る \]](#)

○ コミュニティ新着トピック

アップルコミュニティ
 SUSE Linux ... (0)
 3月29日(日) 14時39分

♪ UNCHAIN ♪
 今日の夜中に! (0)
 3月26日(木) 0時03分

網野短歌会
 網野短歌会2009年3... (0)
 3月26日(木) 0時03分

○ 運営委員会からのお知らせ

■ T-WAVE緊急アンケート実施中

3月30日まで、T-WAVEに関するアンケートを実施中です。
 京丹後市外の方は[こちら](http://www.tango-wave.jp/modules/enq/enq_view.php?id=155738)
 京丹後市内の方は[こちら](http://www.tango-wave.jp/modules/enq/enq_view.php?id=155746)

ご協力をお願いします。

■ リニューアルのお知らせ
 3月17日 サイトの一部につきまして、リニューアルを行いました。
 それに伴い、変更点がありますのでお知らせします。
http://www.tango-wave.jp/modules/blog/blog_view.php?id=154369

■ トラックバックに関する重要な情報があります。
 ブログ等のトラックバックに関する情報を掲載します。下記ページをご覧ください。
<http://www.tango-wave.jp/link/spam.php>

○ 公認コミュニティ新着トピック

□ 観光相談

タイトル	投稿者	コメント	更新日
民泊あるいは、丹後味がある民宿や古...	Mrs.G...	9	09/03/19 00:42
【丹後ちりめん染色体験】体験者募集...	丹キャン	0	09/02/17 08:58
琴引浜体験ツアーin秋 参加者募集	SILIC...	0	08/07/26 16:17

○ イベントカレンダー

イベントカレンダーを見る

2009年 3月

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

今日 イベントあり

今日(3月30日)のイベント
 イベントはありません

京丹後ふるさと応援団
 あなたのふるさがここにある
 京丹後市の美しい風景
ライブカメラ

京丹後市 指定文化財

京丹後市 きょうたんごし

京丹後市の天気

今日	☀	9℃ / -	0%
明日	☀/△	13℃ / 5℃	40%

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
サイトの市内外への PR 活動	10 回	28 回	30 回	未集計 但し、30 回以上は 実施している
サイト会員数	500 人	275 人	600 人	478 人
アクセス数	—	—	240,000 アク セス	388,965 アクセス
サイトへのブログ投稿数	—	書込総数 2,979 ブログ記事 612 コメント 2,367	12,000	書込総数 29,319 ブログ記事 5,078 コメント 24,241
京丹後市移住に関する関 心度 観光での京丹後市来訪に 関する関心度 京丹後市の各種素材に対 する認知度	アンケート調査結果		本事項については、企画書上には記 載されているものの、具体的に目標 とすべき基準がない。また現在、ア ンケート調査を実施中のため、は不 明である。	

※ 平成 20 年度実績は、21 年 3 月 3 日時点の数値

- PR 活動は、高校卒業式、成人式等のイベントでのポスター掲示、パンフレット配布を実施。21 年度の回数の集計はなされていないものの、既に 20 年度を上回っている。
- アクセス数は目標を大幅に上回っている。
- サイト会員数については、目標達成に至っていない。ブログ投稿数も目標に至っていないが、ブログ記事へのコメント数は多く、両方を合わせると、目標を大幅に上回る。「交流」という趣旨からは、コメントを含めての目標と考えているため、達成と判断している。
- ブログの書込み(記事)1 件に対して、平均 4.8 件のコメントが書き込まれており、着実にコミュニティが形成されつつある。ユーザーへのヒアリングからも、ブログ上での交流により知人が増えた等の効果が確認されている。
- ブログでの議論が発展し、アンケートを実施、さらには実際の海岸清掃の募集にまでつながった例がある。

(5) 独自の工夫

- 『T-WAVE』のシステムは、従来の大手事業者が提供する SNS とは違った機能を組

み込んでいる。具体的には以下のものである。

- ・ SNS でありながら、トップページはログインしなくても情報が得られるようになっていることや、ブログに書き込む情報ごとに公開のレベルが設定できること等により、インターネットの公開されたネットワークの利点と、SNS の閉じたネットワークの利点の両方得られるように設計されている。
 - ・ 独立行政法人防災科学技術研究所のシステムを組み込み、地図の表示などは災害時にも活用できる強固なものとしている。
 - ・ アンケートをスレッド化してさらにアンケートを重ねる等、コミュニケーションを深める仕組みが構築されている。
- 公認コミュニティについては、運営委員会の中で分担して「管理人」を決めており、特に質問の書込みに対しては、円滑に回答できる体制を有している。

(6) 事業における困難な点

- 現時点では、京丹後市には光回線が到達していない。また、CATV 事業者も存在しないことから、インターネットの利用が ISDN でなされている地域も少なくない。市では「ブロードバンド事業」を計画しており、平成 21 年度に市内全戸に光ケーブルを引き込み、インターネット接続と、CATV のサービスを開始する予定であるが、それまでの間は、利用者の大幅な増加が見込めない状況にある。
- 平成 16 年策定の「京丹後市情報化計画」においては、『T-WAVE』や CATV のコンテンツの制作、配信を行う機関として「メディアセンター」の設置が予定されていたが、財政上の理由からその設置の見通しが立たなくなった。このため、『T-WAVE』のコンテンツは参加する事業者や個人頼りとならざるを得なくなっている。
- 『T-WAVE』を縁として、個人間の付き合いは生じているが、サイトを活用した、いわゆる OFF 会のような、実際に顔を合わせる取組は、現在のところなされていない。
- 「ビジネスブログ」という趣旨からの事業であり、公認コミュニティとしてテーマを設定したが、実際には「起業」や「商品企画」といったテーマは京丹後市での取組には過大であり、書き込み自体も少ない。また、相談がなされた場合に対応することも困難な状況である。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 今後の見通しについて、公式に決定したものではないが、市では本事業の期間終了後に、民間事業者にシステムを譲渡、市も一参加者となることで、『T-WAVE』の継続を図ることを検討している。
- そのために運営費を確保するため、市内の事業者から広告費を集めるモデルを実現する必要がある。平成 20 年度末にリリースを予定している販売促進機能を持った「ショーウィンドウシステム」がその機能を有しており、平成 21 年度のうちに広告を出稿す

る事業者を確保することが必要となる。

- 運営の主体が行政ではなくなることで、参加者や書込みについて、より自由度が高くなることが期待されている。
- SNS は、一定数の参加があることで、その効果が格段に高まるものである。現時点でも、加入促進のための PR 活動はなされているが、改善すべき課題として、より利用者側に立った体験の場を作る等の仕組みが必要である。
- 現時点では、モデルが確立したとはいえない状況にあるため、モデル事業としての他地域への展開については、まだ検討する段階にはない。

(8) 評価

- 京丹後市の事業は、「ビジネスブログ」を志向し、地域の観光、産業の活性化、UJI ターンの増加を目的としたものである。システムは、従来からある「掲示板」と SNS の機能を併せ持ち、両者の長所を集めたものを意図して構築されている。
- サイト上では、任意のコミュニティが 47 件立ち上がっている。そのうち、ゲストに公開されているコミュニティも 27 件ある。
- 公認コミュニティの「観光相談」や、「移住相談」では、質問に対して参加者が自発的に回答するようになっており、サイトへの参加意識の高まりが感じられる。ただし、公認コミュニティの「起業相談」、「商品企画」については、実際に運用を始めてから、テーマとして難しいことが明らかとなり、今後の見直しを検討している。
- 実際に運用がなされたことで、以下のような成果が生じている。
 - ・ 小規模ではあるが、SNS の特徴である「顔の見えるコミュニティ」が地域に生じたことにより、合併前の市町村の範囲を超えた交流が生じている。
 - ・ 利用者の満足度が高いこと。
 - ・ わずかではあるが、ビジネスに至るやりとりが生じていること。
- ビジネスに活用する例には以下のようなものがある。
 - ・ 移動販売業者(タイヤキ)が当日の移動販売のルートを告知している。これにより新たな出店場所の確保につながるという動きも生じている。
 - ・ 飲食店が「日替わりランチ」のメニューを毎日紹介し、集客に役立てている。(2 店舗)
 - ・ 製品、商品の情報を発信することで、販売につながっている。
 - ・ ケーキ店と畜産業者(牧場)、農業者の交流から、新製品の開発や、販路の拡大がなされている。
- これらの点からは、『T - WAVE』の設置には一定の効果があるといえるが、一方で、会員数が目標に至らず、このことから、生じるべきコミュニティやビジネス機会がまだまだ少ないという課題も有している。
- 特に「ビジネスブログ」という主旨からは、経済的な効果が期待されるものであるが、

ブログによるコミュニティ形成が経済効果につながるためには長い時間と多数の参加者、継続的な仕組みが必要であるため、現状では目に見える経済効果につながっているという実感ができない状況にある。

- また、システムが使いこなせていない状況も課題となる。『T-WAVE』では、ブログへの書き込みごとに公開の度合いを多段階に設定することが可能となっているが、現状ではユーザーのレベルがそれに達していないことから、機能を制限している状況にある。ユーザーの習熟度を高め、機能を活かすことが課題の一つとなっている。
- 『T - WAVE』の運用について将来構想が明確になっておらず、委託期間終了後のシステムの管理、運用を行う主体が決まらず、そのための財源も確保されていない点も課題である。財源については、一部広告収入を予定しているが、実際のところ、運用を賄える収入を得ることは困難である。
- 平成 21 年度の事業においては、しくみ作りとしてのシステム開発に加えて、ユーザーインターフェイスやメニューの改善を含めた、より利用しやすいサイトの構築、サイト内外での積極的な登録と利用の促進が必要となる。
- また、事業の計画自体にも課題が見られる。本事業においては数値目標として、利用者数、書き込み数、利用促進の回数が設定されているが、これらは本来のビジネスブログとして果たすべき目標とはやや遠いものである。本来の目的である移住者の増加、観光客の増加、事業機会の創造等に沿った目標設定を行い、それに到達する方策を検討することが必要である。

2. 17 兵庫県神戸市

事業名「携帯端末を活用した観光客等支援モデル事業」

(1) 背景

神戸市は、「交流・融合」、「安心・安全」の促進による豊かな創造都市の実現を目指している。豊かな創造都市の実現に向けて、神戸市にとって大きなテーマである観光と生活支援の両面を向上させていく必要性を認識している。

① 観光

神戸市は、有馬温泉、南京町、ポートアイランド、旧居留地といった多様な魅力を持つ観光資源が存在する観光都市である。神戸市の認知度は、全国的に高いが、観光客の入込客数は近隣の京都市に遠く及ばない状況である。多くの観光客に足を運んでもらい、訪れた観光客が神戸市を堪能できる新たな仕組みを構築し、観光都市神戸の魅力をより高めたいと考えている。

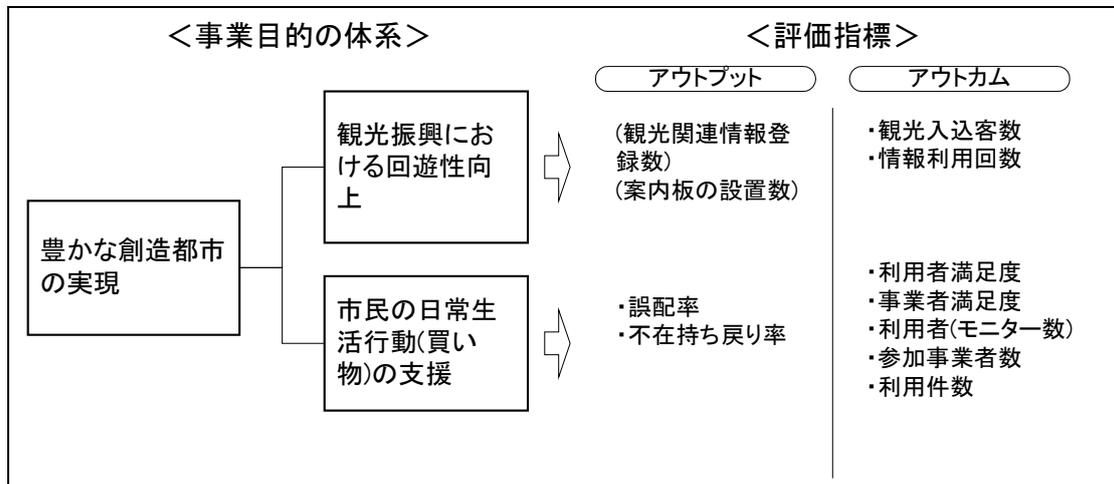
② 生活支援

神戸市は、少子高齢化が進む中、高齢者や障害者などが安心して暮らせるまちづくりや安心して子育てできる環境づくり、それらを総合化したユニバーサル社会の実現を目指している。神戸は山側に住宅地が多く、坂の多い町という特徴がある。特に、高齢者や障害者や妊婦が日々の買い物で重い荷物を持ち帰るのは苦勞する。そこで、日常の生活支援として市民の買い物支援をしていきたいと考えている。

(2) 事業目的と概要

「携帯電話を利用した観光案内システム(KOBE・ケイなび)」、「Uコードを用いた配送システム」を構築して、観光振興における回遊性向上、市民の日常生活行動(買い物)の支援を進めることによって、「交流・融合」、「安心・安全」の促進による豊かな創造都市の実現を図る。

事業目的の体系と評価指標



平成 19 年度は、「携帯電話を利用した観光案内システム(KOBE・ケイナビ)」を構築するとともに、インターネット通販を利用した「U コードを用いた配送システム」の実証実験を行った。

平成 20 年度は、「携帯電話を利用した観光案内システム(KOBE・ケイナビ)」に機能追加を行うとともに、観光客を対象に「U コードを用いた配送システム」を活用した新たな配送サービスの実証実験を行った。

① 携帯電話を利用した観光案内システム(KOBE・ケイナビ)

携帯電話で閲覧できる観光案内サイト「KOBE・ケイナビ」を構築した。主な機能は、以下の通りである。

「KOBE ケイナビ」の各種機能

各種観光名所の閲覧	神戸市内各観光名所の情報が閲覧できる。また、市内各所に設置されている案内板や観光ガイドに記載されている QR コードを読み取ることによって情報を閲覧することもできる。
地図検索	現在地、観光スポット名称のキーワード検索、住所から検索などにより地図を表示する。ある地点からその周辺に存在する施設を検索することもできる。
経路検索	主要地点及び GPS を使った現在地から目的地である神戸の観光名所までの経路を案内する。
多言語表示	日本語、英語で表示する。平成 20 年度の機能開発で中国語、台湾語、韓国語の一部表記も可能となっている。

KOBE・ケイナビトップ



<日本語>
<English>

市街地・港、北野、有馬地区の行きたい施設の情報、地図、周辺の地域情報や最短経路などが分かる情報サイトです。

⇒[イベント等ヒカズ情報](#)(別サイトへ)

■観光スポット検索■

●観光エリア情報
[新神戸・布引](#)
[北野](#)
 市街地・港
 ・[三宮・元町等](#)
 ・[旧居留地](#)
 ・[南京町](#)
 ・[カクンパーク・ハーバランド](#)
 ・[ポートアイランド](#)
 ・[神戸港クルーズ](#)
[有馬](#)
 ●[地図から探す](#)
[地図検索ページ](#)

■その他メニュー■

●[観光案内所一覧](#)(別サイトへ)
 ・神戸市総合インフォメーションセンター
 ・新神戸駅観光案内所
 ・北野観光案内所

KOBE・ケイナビ施設情報

KOBE・ケイナビ

神戸市庁舎(24階展望台へ)



六甲の山並み・神戸市街が一望できる無料夜景スポットです。

●住所
 〒650-0001
 神戸市中央区加藤町6丁目5-1
 神戸市役所24階

●アクセス
 各線「三宮」駅下車 南徒歩約10分
 市営地下鉄海岸線「三宮・花時計」駅下車徒歩約3分

●利用時間
 8:15~21:00
 (土・日・祝日は10:00~)

●料金
 無料

●電話
 078-331-8181

⇒ [地図](#)

<戻る>
<トップページへ>

その他に、平成20年度は、KOBE・ケイナビの新たな活用方法の実験として、有馬温泉街にてQRコードを使ったウォーキングラリーイベント「ケータイ・有馬温泉めぐり」を試験的に実施している。(実施期間:平成21年2月20日~3月8日)

ケータイ・有馬温泉めぐり コースマップ



ケータイ・有馬めぐり

コースマップ

2月20日(日)~3月8日(日)まで開催

登録番号



ここをケータイで読み取って有馬を巡ろう!

完成してアンケートにお答えいただくと、もれなくプレゼント!

1日 昼食と入湯セット券(水) 3冊
 2日 枚原温泉 20冊
 3日 湯殿せんべい(2冊1冊) 参加者まで

QRコードによる 地図案内・ルート検索
 有馬温泉街「泉の湯」

公園コース

ゴール: 有馬温泉街文化館(有馬温泉街) 1
スタート: 有馬温泉街文化館(有馬温泉街) 1

歴史コース

ゴール: 有馬温泉街文化館(有馬温泉街) 1
スタート: 有馬温泉街文化館(有馬温泉街) 1

泉源コース

ゴール: 有馬温泉街文化館(有馬温泉街) 1
スタート: 有馬温泉街文化館(有馬温泉街) 1

② Uコードを用いた配送システム

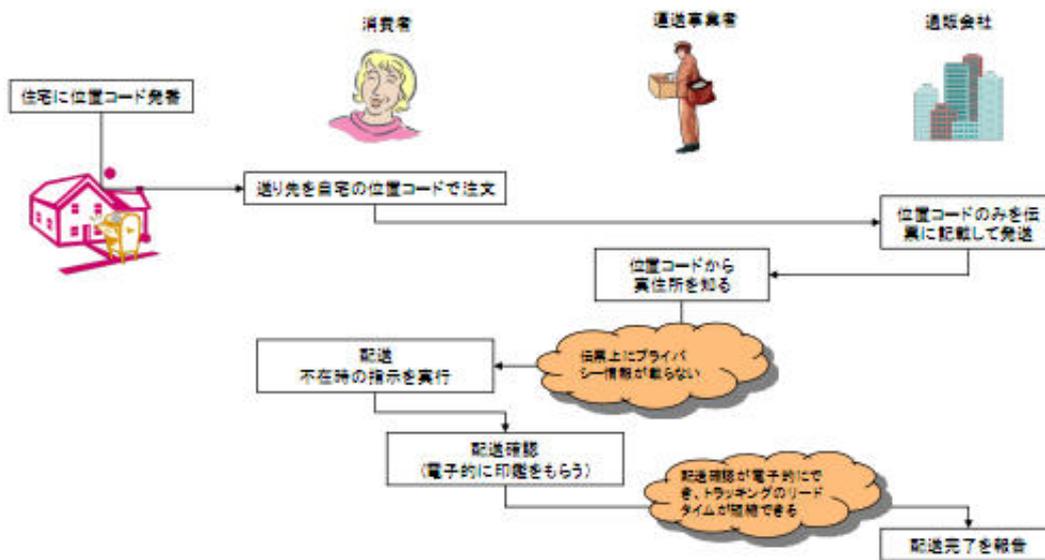
「Uコード」とは、「モノ」や「場所」を識別するために、与えられた「世界にたったひとつの番号」(一意に識別できる固有の ID)のことである。Uコードは二つと同じものが存在しないため、多様な分野(観光・物流・災害対策・広告・交通など)で活用が期待される。

神戸市では、平成16年度より国土交通省によるUコードを用いた「自律移動支援プロジェクト」の実証実験を行っている。本事業に取り組むに当たり、新たなUコードの活用方法を探るために、Uコードを用いた配送システムの実証実験を行うこととした。

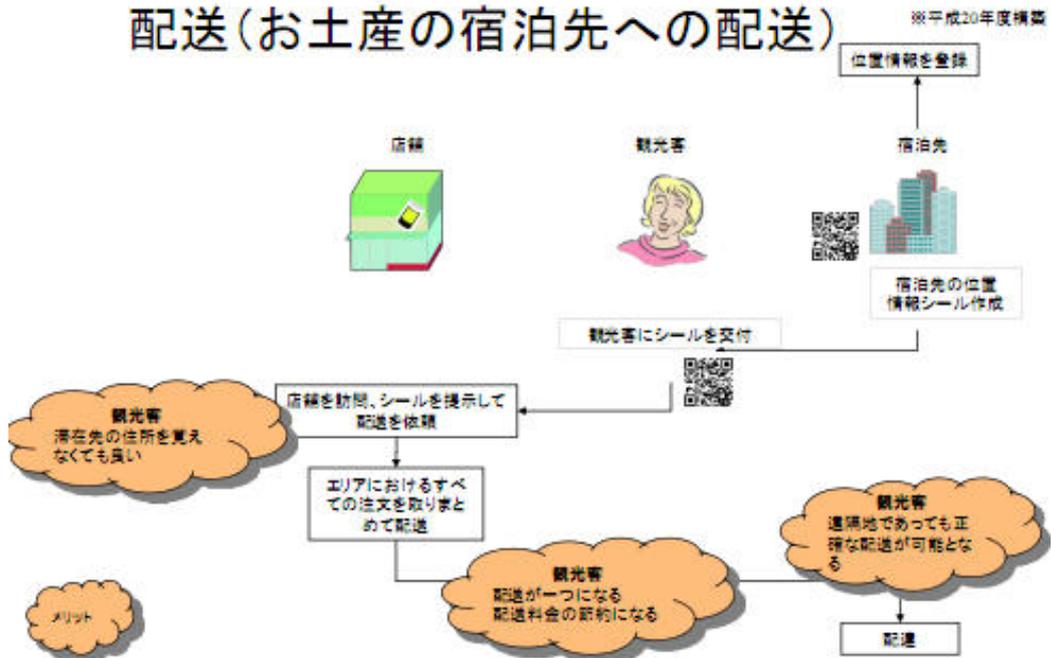
平成19年度はインターネットショッピングサイト「カウネット」と提携して、モニター(利用者)がカウネットで購入した日常用品が、Uコードによって配送される実験を行った。

平成20年度は観光に密接する配送実験に取り組むこととした。神戸市内のホテル、土産物店などの店舗と提携して、ホテルの宿泊客が店舗で購入した品物を、Uコードを用いた配送システムでホテルまで配送する実験(ユビキタスてぶら観光)を行った。

平成19年度実施 配送実験イメージ図



配送(お土産の宿泊先への配送)



事業概要図



(3) ICT利活用のメリット

- 多くの人が持っている携帯電話を使って、場所を選ばず容易に、神戸市の主要観光施設情報や周辺施設情報の閲覧、施設までの経路検索などが可能であるため、観光客の利便性及び回遊性が高まる。
- Uコードを用いた配送システムは、配送伝票に2次元バーコードのみが記載され、住所・氏名などが表示されないため、個人情報の流出リスクが低い。また、Uコードは世界に同じ番号が二つとは存在せず、細かな位置情報や個人の特定までできるため、配送間違いの発生を抑制できる。

ユビキタステぶら観光クーポン(配送伝票)



(4) 目標と実績

指標	平成19年度 目標	平成19年度 実績	平成20年度 目標	平成20年度 実績*
観光入込客数	2,920万人	2,920万人	2,940万人	2,841万人
情報利用回数	5,000件/月	3,402件/8日	10,000件/月	5,916件/月
利用者満足度	調査回答者の 40%が支持	調査回答者の 83%が支持	調査回答者の 42%が支持	調査回答者の 61%が支持
事業者満足度	事業者が有用 性を認識	事業者が有用 性を認識	事業者が有用 性を認識	事業者が有用 性を認識
誤配率	現状の10% 改善	実績0%	現状の15% 改善	実績0%
不在持ち戻り率	現状の5% 改善	実績3.0%	現状の10% 改善	実績0%
利用者(モニター数)	100人	57人	200人	70人

参加事業者数	通販・配送 各 1 社	通販・配送 各 1 社	通販・配送 各 4 社	店舗 17 店 配送 1 社
利用件数	—	—	500 件	107 件

*平成 21 年 3 月 11 日時点で把握している最新状況

- 「KOBE・ケイなび」のサイト開設は、平成 20 年 3 月 24 日のため、平成 19 年度としては実質 8 日間の運用に対する数値結果となっている。
- 平成 20 年度は「KOBE・ケイなび」の掲載エリアを神戸市全域に広げる予定であったが、神戸市の市街地、港、北野、有馬のみに地域を限定することとした。そのため、情報利用回数は実績 5,916 件と目標の 6 割程度に留まっている。
- 平成 20 年度の事業企画書作成後に実証実験方法の見直しを行ったため、利用者数(モニター数)、参加事業者数、利用件数は目標と実績に差が生じている。

(5) 独自の工夫

➤ 観光客への「KOBE・ケイなび」のPR

観光客に対して「KOBE・ケイなび」の周知を高めるために、積極的な PR を行っている。プレスリリースを行って、全国紙や地元紙新聞に記事を掲載してもらったほか、KOBE・ケイなび用観光客向けチラシ「KOBE 北野・港・市街地観光ガイドマップ」、「KOBE 有馬温泉ウォーキングマップ」を作成して、観光客に配布するなどにより、周知率向上を図っている。

KOBE 北野・港・市街地観光ガイドマップ



➤ 有馬温泉観光協会との連携強化

KOBE・ケイなびの普及に当たっては、有馬温泉観光協会の協力が不可欠である。そのため、神戸市及び財団法人神戸国際観光コンベンション協会からこまめに有馬温泉観光協会に様々な情報を事前に提供し、協議会にも参加してもらうなど連携強化を図った。その結果、平成 20 年度に実施した「ケータイ・有馬温泉めぐり」もスムーズに運営することができた。

(6) 事業における困難な点

- KOBE・ケイなびの観光関連情報には、飲食店・物販店・宿泊施設などの民間事業者の情報が掲載されていない。観光客には必要な情報であるが、行政が主体となっている以上、特定の民間事業者だけの情報を掲載することができない。そのため、観光客のニーズに沿ったサイトを作ることが困難である。
- KOBE・ケイなびは、計画当初は広告料収入による自律運営を目指していたが、現在のところ広告主を探すことに難航している。
- U コードの配送システムによる手ぶら観光は、ホテルが定款によってお客の荷物を受け取れないといったケースや、ホテルのビジネスモデル上他店で購入した品物を預かることが難しいというケースが見られた。そのため、手ぶら観光の仕組みは出来ても実際に運用することは難しい状況である。
- 手ぶら観光の実証実験の際に協力を依頼した土産物店やホテルの中には、U コードを理解していないため、複雑なものと誤解されて敬遠されてしまうケースがあった。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 「KOBE・ケイなび」の掲載情報は、神戸市の市街地、港、北野、有馬のみに地域を限定している。今後は、現在の仕組みを使って、新たな付加価値の高い観光客が楽しめる企画を作ることを検討している。「ケータイ・有馬温泉めぐり」に続く、新たな観光客の回遊に繋がる魅力的なコンテンツを作ることが課題である。
- 「KOBE・ケイなび」は、既存のソフトウェアを使って作られているため、他地域への導入は容易である。但し、サイトの特性上、掲載情報を頻繁に更新することが必要であり、そのための人的・金銭的負担がかかる。他地域へ横展開するには、十分な体制作りが課題となる。
- U コードを用いた配送システムの実証実験は順調に進んでおり、平成 21 年度は地元市民の買い物支援における実験を予定している。U コードを用いた配送システムは、神戸市など 1 自治体という狭い地域では得られる効果が少ない。そのため、実験結果をユビキタス空間基盤協議会や国にフィードバックして、U コードの国内普及に向けて活用してもらう。国内全域で利用される仕組みが普及すれば、新たな配送サービスの

誕生が期待される。

(8) 評価

- 平成 21 年 3 月 11 日時点で、「KOBE・ケイなび」の観光関連情報登録数は、90 施設となっている。また、QR コードを掲載した観光案内板の設置数は、神戸市街で 97 基、有馬温泉街で 21 基である。
- ケータイ・有馬温泉めぐりの参加者は 120 名、完走者は 88 名である。完走者のアンケート結果によると、面白かったという回答は 97%であった。ウォーキングラリーの途中で今まで知らなかった道やお店などを知り、新たな気づきが得られたという意見もある。
- ユビキタスは、生活基盤を変える次世代技術の一つと考えられており、ユビキタスの活用方法を探る試みとして U コードを用いた配送システムの実証実験を行うことには大きな意義がある。
- ユビキタステぶら観光の利用者アンケートによると、利用者の約 95%は観光途中で買い物をすると荷物が邪魔になるという理由で購入をあきらめたことがあり、てぶら観光サービスがあれば観光途中で土産などを購入する機会が増えるという回答している。ユビキタステぶら観光には、観光客の購買意欲を喚起する効果があると考えられる。
- 平成 19 年度、平成 20 年度とも U コードを用いた配送システムに対して、事業者は有効性を確認している。特に、ユビキタステぶら観光の物販店は、実施前の説明を聞いた際には複雑で面倒と考えていたが、実際には、入社初日のアルバイトでも間違えることなく作業ができるほど、とても容易だったという評価もあった。

2. 18 和歌山県那智勝浦町

事業名「介護サービスの適切な提供に向けたネットワークシステムの構築」

(1) 背景

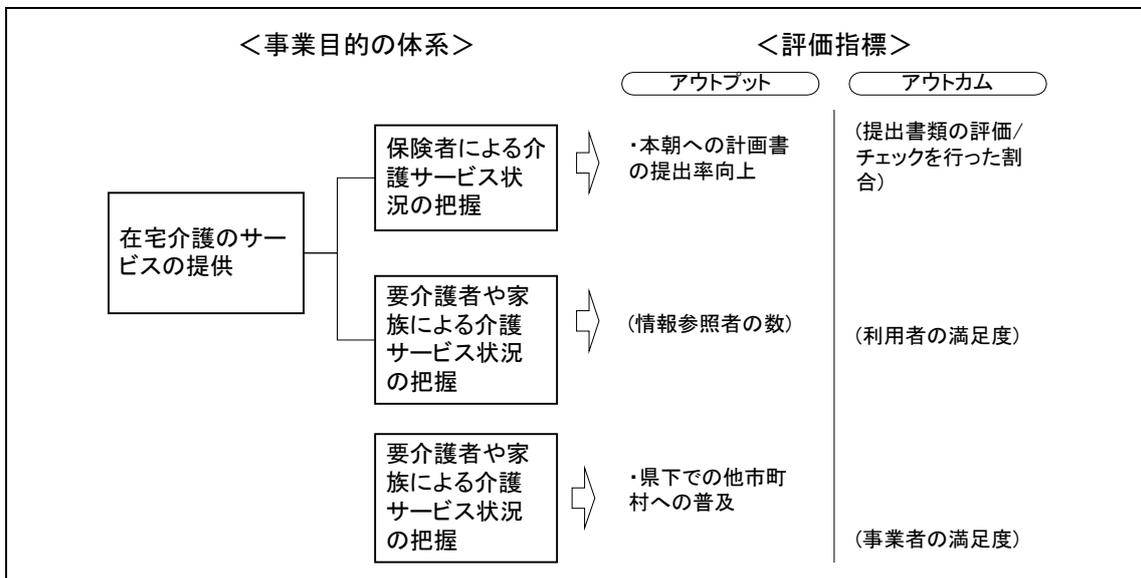
少子高齢化に伴い介護保険の適用数は拡大している。那智勝浦町では、介護保険事業について、以下の課題を抱えている。

- ① 行政が介護事業者の利用サービスの実態を把握できていない。
- ② 住民が介護サービスに対し、サービス・コストに納得感を感じられていない。
- ③ 介護事業者間の情報連携が進んでいない。

(2) 事業目的と概要

各事業者が共通して使えるネットワークシステムを構築し、事業者間の情報連携をスムーズにするシステムを構築する。これにより、紙媒体を作成する時間を減らし、空いた時間を有効活用する。また行政としても、システムに蓄積されたデータをもとに利用サービスを分析し、実態を把握する。その結果として、介護サービスの質的向上を目指す。

事業目的の体系と評価指標



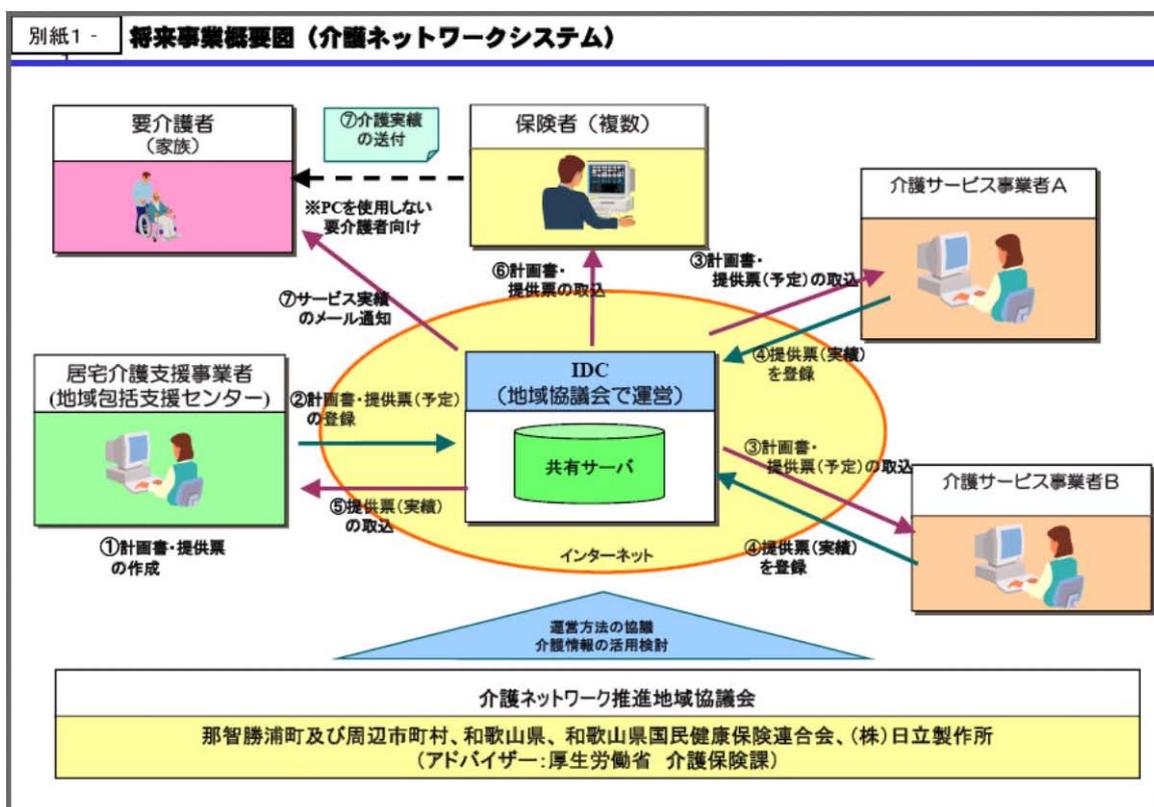
保険者である行政は、介護ネットワークシステムにより、共有サーバーに蓄積された介護情報（計画書・提供票）を取得できる。さらに、現在も国保連合会から提供されている給付情報や元々保険者が保有している利用者の認定情報（アセスメント情報や主治医意見書等）と合わせて、要介護者の情報を一元管理することが可能となり、介護事業における施策の検討・立案の根拠データとして活用することができる。また、取得した介護情報を

サービスの利用者である要介護者に提供することが可能となる。

一方、介護事業者は、現在紙帳票で行っているために、作業負荷が高くなっている仕分けなどの各種事務作業を効率化できると共に、介護情報を電子データで蓄積することで、自事業所の営業範囲における要介護者の状況を把握し、事業計画等に活用できる。

また、将来的には、要介護者及び家族は、保険者から要介護者自身の介護サービス情報の提供を受けることができる。これにより要介護者及び保険者が介護事業者のサービスをモニタリングすることで透明性の高いサービスを楽しむことができることを目指している。

事業イメージ



(3) ICT利活用のメリット

- 電子データとして情報を一元化し、行政側のチェックを自動化できる。これにより、多くの介護計画書(ケアプラン)を行政が効率的にチェックすることができるため、サービス品質の向上につながる。
- 各介護事業者間の情報連携について、データによる交換が可能となり、事務処理を軽減できる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
本町への計画書の提出率 向上	80%	100% (2 事業者について)	100%	新規事業者への 導入不可
県下での他市町村への普 及	—	—	20%	未達成

*平成 21 年 3 月 31 日時点で把握している最新状況

- 計画書提出率については、町内の 15 事業者のうち、本システムを利用した 2 事業者からのみの提出率であり、実績の算出が適切であるとはいえない。
- 和歌山県下の他の市町村へは、全く普及できていない。

(5) 評価

本事業において、行政が電子化した介護サービスの情報を一元管理するという点は、「行政が必ず介護計画書の内容を確認している」と介護事業者を意識させることに繋がり、サービスの品質向上に有効である。

しかしながら、現実には、各介護業者が既に導入している介護パッケージソフトの互換性上の問題から、本事業において導入した介護ネットワークシステムに参加したのは、町内の 15 事業者のうち、わずかに 2 事業者であり、これ以上の参入は望めそうにない。介護パッケージソフトの互換性の問題が、プロジェクトを進めるうえでどの段階で判明したかは不明であるが、事業主体者の行政の準備不足は否めない。

本事業が他地域に展開できるかどうかについても、介護パッケージソフトの互換性が関係するため、困難であると思われる。

本事業において判明した、介護パッケージソフトの互換性という問題(つまりは、標準化の必要性)は、今後同様の事業を全国で進めるうえで、検討不可避の項目であり、行政、関係機関、企業等が一丸となって取り組んでいく必要がある。

2. 19 島根県海士町/京都府宮津市

事業名「映像配信システムを利用した交流促進事業」

(1) 背景

海士町・宮津市は、離島・半島といった地理的ハンデにより、地元特産品の出荷に多大なコストがかかる。また、人口減少などにより大量生産が難しいため、都市部の大量生産の商品との差別化を図る必要がある。このため、少子高齢化・過疎化が進む中、低下している他の地域への情報発信を向上させ、当地域での交流人口を増やす必要がある。

① 海士町の課題

海士町の人口は戦後のピーク時の約 7,000 人から 2,500 人に減少しており、地理的条件もあり、製品の大量生産や既存の流通経路での販売は難しい状況にあるため、こだわりの品を少量生産することで差別化を図る必要がある。

また、交流人口を拡大し、観光振興を図ることが課題となっている。

② 宮津市の課題

宮津市は古くからの城下町であり、日本三景のひとつ天橋立を有し観光が基幹産業となっている。しかし、滞在型観光地とはなっておらず、観光消費額も低調であることから、滞在型観光地への転換を図る必要がある。

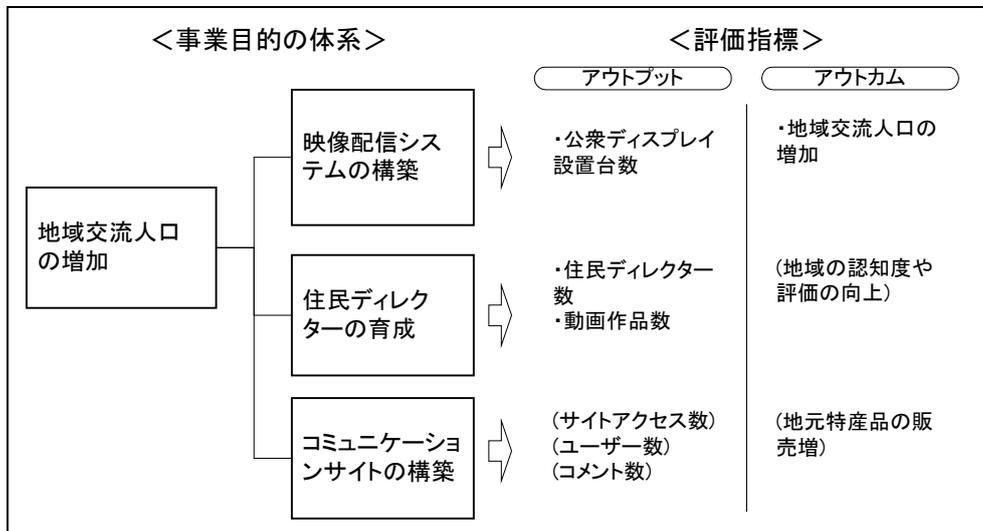
また、高等教育機関が市内に無いこともあって、戦後のピーク時に 36,000 人であった人口は 21,000 人にまで減少している。このため、交流人口の拡大を図り、新しい産業を創出することが求められている。

(2) 事業目的と概要

海士町・宮津市だけでなく、当該地域以外の都市部(首都圏・京都市内など)へ公衆ディスプレイを設置し、当地域の住民が「住民ディレクター」として作成した地元住民ならではの地域密着型の映像コンテンツを配信することで、観光客増大による当地域の交流人口の増加・地元特産品の販売促進を図る。

また、映像コンテンツの配信と口コミ情報を付加するコミュニケーションサイトを構築し、更なる情報発信とネット上での交流も併せて活発化を図る。

事業目的の体系と評価指標



① 住民ディレクター(地域紹介映像作品作成者)の育成と映像コンテンツの作成
各地域(海士町・宮津市)において、住民ディレクター養成講座を実施し、住民自らが地域の魅力を発見し、映像(デジタルコンテンツ)を撮影・編集・作成することにより、地域企画力・想像力を養い地域力を高めると共に、パソコンスキル・ICT 知識と技術の習得を図る。

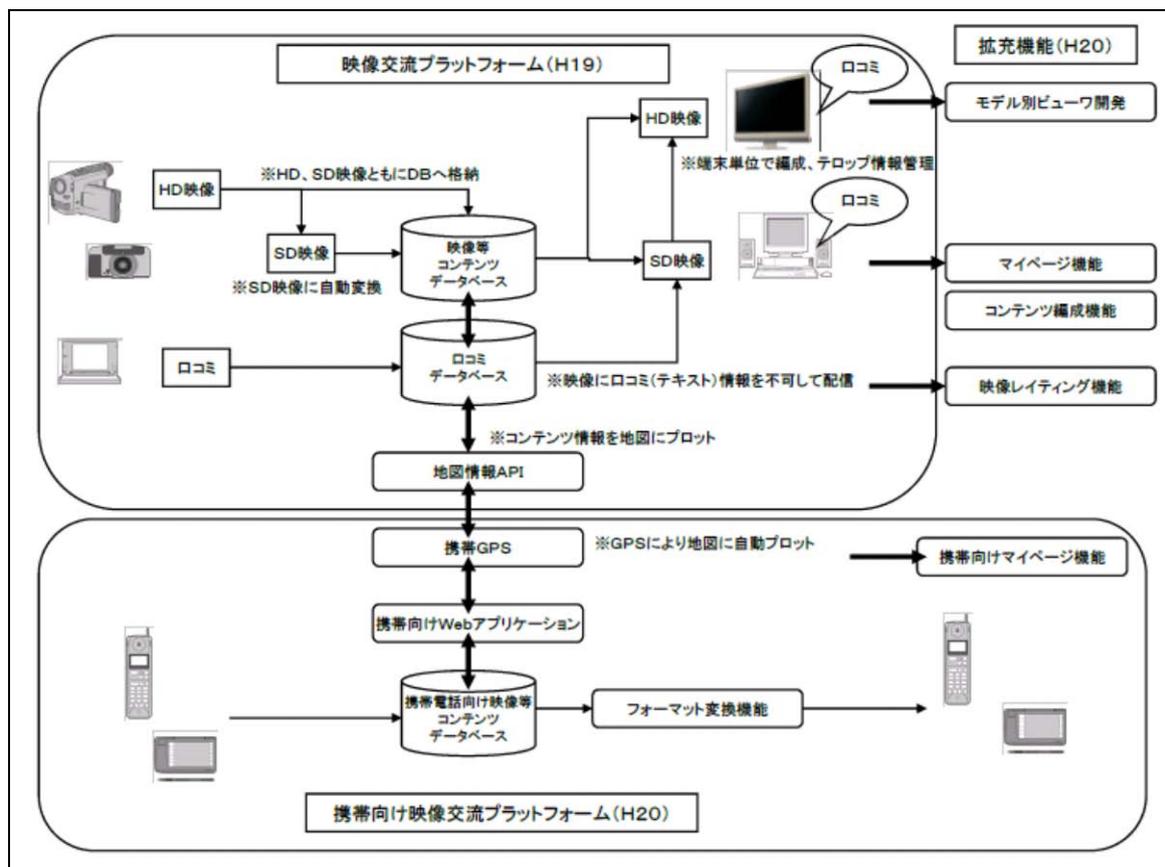
② 広域映像配信システムの構築(平成 20 年 2 月～システム稼働)
各主体(海士町・宮津市・地域産業おこしに燃える人の会・北近畿ダング鉄道)が参画して運営実行委員会を設立し、住民が作成した映像(デジタルコンテンツ)を配信するシステムを構築した。このシステムは、当面は実行委員会エリアの地域で利用となるが、将来的に全国地域でも利用可能となるように設計した。

システムの構築と並行して各地域(首都圏・島根地域・京都市内・丹後地域)の様々な施設(駅・空港・パブリックスペース・ショッピングセンター等)へ公衆ディスプレイの設置協力を依頼し、設置を行った。

③ コミュニケーションサイトの構築(平成 20 年 2 月～システム試験稼働)
作成された映像や写真の投稿と作成者のコメントを登録すると共に、参照した会員のロコミ情報を付加するコミュニケーションサイト「ロコミ(LOCOMI)」を構築し、試験稼働を開始した。

平成 20 年度事業として、マイページ機能やコミュニティページ機能を付加すると共に、携帯電話での利活用環境の構築も実施中である。

事業概要図



(3) ICT利活用のメリット

① 住民ディレクターの育成と映像コンテンツの作成

- 地域情報の住民自らによる情報収集
- 地域独自の映像情報の提供

② 広域映像配信システム

- 遠隔地への情報発信
- 協力地域への公衆ディスプレイの設置
- 番組プログラムの編成による設置場所に合ったコンテンツ自動放映

③ コミュニケーションサイト

- インターネットでの地域情報発信
- 来訪者等の双方向コミュニケーション
- 携帯電話による参照者数の拡大

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績
公衆ディスプレイ設置 台数	8 台	8 台	10 台	12 台
住民ディレクター数	海士町 70 名 宮津市 30 名	海士町 34 名 (講習等への参 加者は 62 名) 宮津市 10 名 (講習等への参 加者は 80 名)	海士町 10 名 宮津市 10 名	海士町 10 名以上 宮津市 35 名 (新規 25 名)
映像作品数	海士町 20 本 宮津市 20 本	海士町 25 本 宮津市 130 本	海士町 50 本 宮津市 50 本	海士町 50 本以上 宮津市 50 本
住民レポーター数	—	—	海士町 50 名 宮津市 50 名	海士町 50 名以上 宮津市 50 名
地域コンテンツクリエ ーター数	—	—	海士町 5 名 宮津市 5 名	海士町 5 名以上 宮津市 5 名
スポンサー数	—	—	5 団体	海士町 3 団体に依 頼中。 宮津市 4 団体
ネットユーザー数	—	—	1 万人	—
交流人口増	10%増	海士町+15% 宮津市+0.45% (270 万人)	10%増	海士町 10%増達 成見込 宮津市 +10% (前年度比+10 万 人)

*平成 21 年 3 月 3 日時点で把握している最新状況

- 平成 19 年度に、映像作品の作成方法の講習を開催し、住民ディレクターを育成した結果、コンテンツが目標以上に作成された。しかしながら、映像の撮影は継続的に実施されているものの、公衆ディスプレイ等で地域をアピールできるだけの品質を確保するには、映像作品の編集作業が必要となる。品質が高い映像作品の編集には、相応の作業時間を要するため、住民ディレクターだけでは十分ではないことが判明した。そのため、平成 20 年度からは、映像コンテンツや地域情報の収集を行う住民レポーターと、品質の高い映像の編集を行う地域コンテンツクリエイター(地域外の協力者)との協働により、映像コンテンツの品質向上を図るとともに、さらなる交流人口の増加に繋

げることが出来た。

- スポンサーの獲得は確定していないが、海士町では地域産品を生産・販売している事業者や団体等に依頼中である。
- 平成 19 年度は、主として公衆ディスプレイによる映像配信システムであり、ネット利用は試験的なものであった。平成 20 年度からは、マイページ機能やコミュニティページ機能を付加するとともに、携帯電話からの利活用環境の構築も実施中であり、ネットユーザー数の実績は不明である。

(5) 独自の工夫

➤ アクセスへのPR

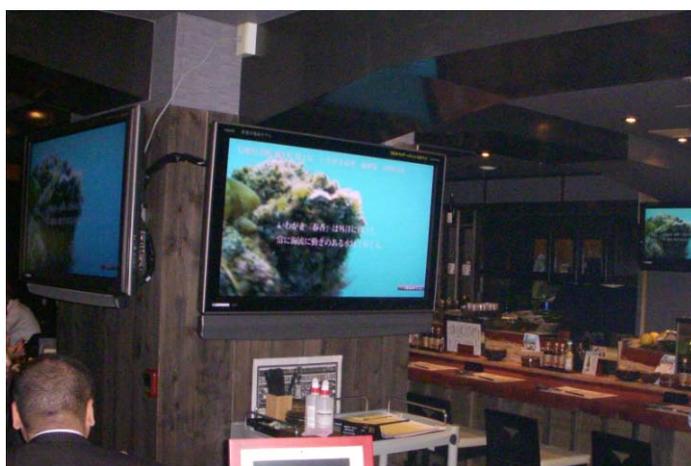
インターネットサイトだけでは、アクセスされないことも多い。また、駅前等の公衆ディスプレイでは立ち止まって興味深くコンテンツを見る利用者が少ない。このため、地元特産品を扱うレストラン(例、東京都千代田区の島根料理店など)に公衆ディスプレイを設置し、設置場所にあった番組プログラムを放映することで、地域情報を効果的に宣伝した。

東京都千代田区の島根料理店



店内に設置のディスプレイ

(映像は海士町の岩がきの養殖映像)



➤ 地域外の専門家との協働

平成 19 年度事業の結果、地域住民だけでは、地元特産品をアピールするだけの品質の高い映像コンテンツの提供は困難であることが明らかになった。そこで、平成 20 年度事業では、地域コンテンツクリエイターの参画を呼びかけ、地域外の映像制作専門学校や地域を愛する地域外住民の協力を得て、映像コンテンツの品質向上を図った。

海士町では「バンタン映画映像学院」の学生等、宮津市では「京都龍谷大学映像学科」の学生等の協力を取り付け、映像作品の作成や編集を行うことが出来た。



(6) 事業における困難な点

- 地域住民の中には高齢者など ICT 利活用のスキルが不足している住民や、ICT によるメリットなどを実感できず、積極的に参加しない住民が見られた。このため、行政からだけでなく、既に ICT を活用して地域特産品を販売している住民や、他地域について理解のある U ターン・I ターン住民と共に、地域への説明やアピールを行っていく必要があると考えている。
- ICT 利活用事業のみを単独で行うと、ともすると事業の実施が目的になり、事業の効果としての課題解決に結びつかなくなることが懸念される。ICT 利活用事業は、交流の促進・地産地商・産業創出といった複数の目的を達成するツールとして活用することを念頭において、プロジェクトを推進していかなければならないと意識している。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 海士町や宮津市と同様に、地元特産品を保有している地域は複数あり、全国に効率よくアピールしたいというニーズは潜在的に多いと見られる。このため、当事業にて構築した映像配信システムとインターネットサイトを、全国の地域で共同利用する基盤とすることにより、より効率的な運営が期待できると考えている。
- 行政が地域事業者を後押しすることにより、ICT 利活用事業を踏まえた事業展開を推進している。スポンサーの獲得や、地元特産品の販売増などの自律的・経済的効果が

明らかになれば、自地域における目標達成に繋がるだけでなく、同様な他地域への展開に向けて説得力が増すと考えている。

(8) 評価

- 海士町の地元特産品は、昔から採られてきた「いわがき」などの海産物、ブランド牛の子牛として生産していたものを地域ブランドとした「隠岐牛」、継承されている技術で生産されている「海士乃塩」などである。これらの地域産品を販売・提供しているレストランなどと協働して、ICTを活用して付加価値を高めてアピールしている点は、ビジネスとして事業が成り立っており、評価できると考えられる。
- 地域の新聞だけでなく、首都圏の新聞や、映像コンテンツ関係の雑誌など、複数のメディアに取り上げられたこともあり、より認知度が増したと考えられる。視察に来たケースもあったとのことであり、本事業のねらいや特徴が評価されているものと考えられる。
- 海士町では、本事業以外の複数の事業により、Iターン人口が平成20年度で20名増加し、約150名になっている。これは、本事業も含めて地域の活性化に対して事業者を行政が後押しする形で、根気強く行った結果であると考えられ、他地域でも参考に出来る点が多いと考えられる。

2. 20 岡山県岡山市

事業名「地域 SNS 等を活用した安全・安心の実現モデル事業」

(1) 背景

岡山市は、市の方針として「安全・安心の実現」を掲げている。安全・安心の実現を進めてゆく上で、下記の問題を解決したいと考えている。

① 安心して子供を見守り・育てる環境がない。

岡山市の調査によると、小学生の子供を持つ親が地域社会に望む支援として、「地域全体で子供に目を配ること」を最も多く挙げている。しかし、現時点においては、地域で安心して子供を見守り育てる環境づくりは未だ十分でない。

② 地域の安全・安心実現に向けた効果的・効率的な手法が確立されていない。

「安全・安心ネットワーク構築事業」は岡山市長の重点公約であり、小学校区を単位とする 97 の地域が防犯、交通安全、防災、環境、福祉などの地域課題の解決に取り組んでいる。一方で、取組内容のモデルやノウハウの蓄積がなされていないことから、取組ごとの効果にばらつきがある。

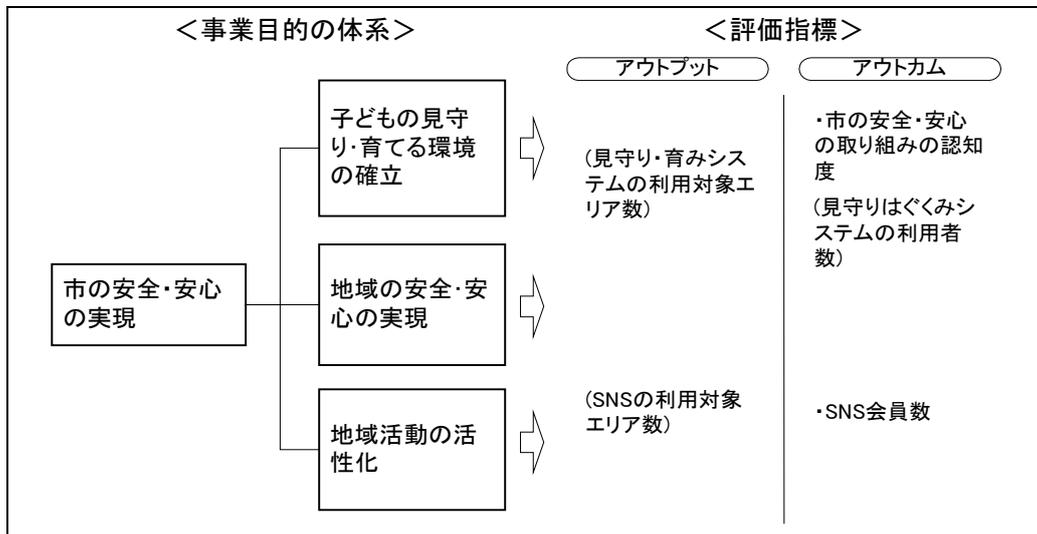
③ 地域課題に意識的に取り組むボランティアが多いが、横断的・持続可能な仕組みが確立されていない。

岡山市は、町内会の組織率が約 9 割に達するなど地域活動が盛んである。また、新たな形のコミュニティ活動である NPO による活動も増えている。しかし、こうした取組の多くは地域性やキーマンの存在に左右されるなど取組の体系化が図れていない。

(2) 事業目的と概要

「児童見守りシステム」、「市民活用型地図情報システム(デジタルマップ)」、「地域コミュニティ SNS」、「地域活動支援ポータルサイト」を構築して、安心して子供を見守り・育てる環境の確立、地域の安全・安心(防災、防犯、環境、福祉、健康など)の実現、地域活動の活性化を進めることによって、岡山市内の安全・安心の実現を図る。

事業目的の体系と評価指標



平成 19 年度は、「児童見守りシステム」、「市民活用型地図情報システム」、「地域コミュニティ SNS」を構築した。

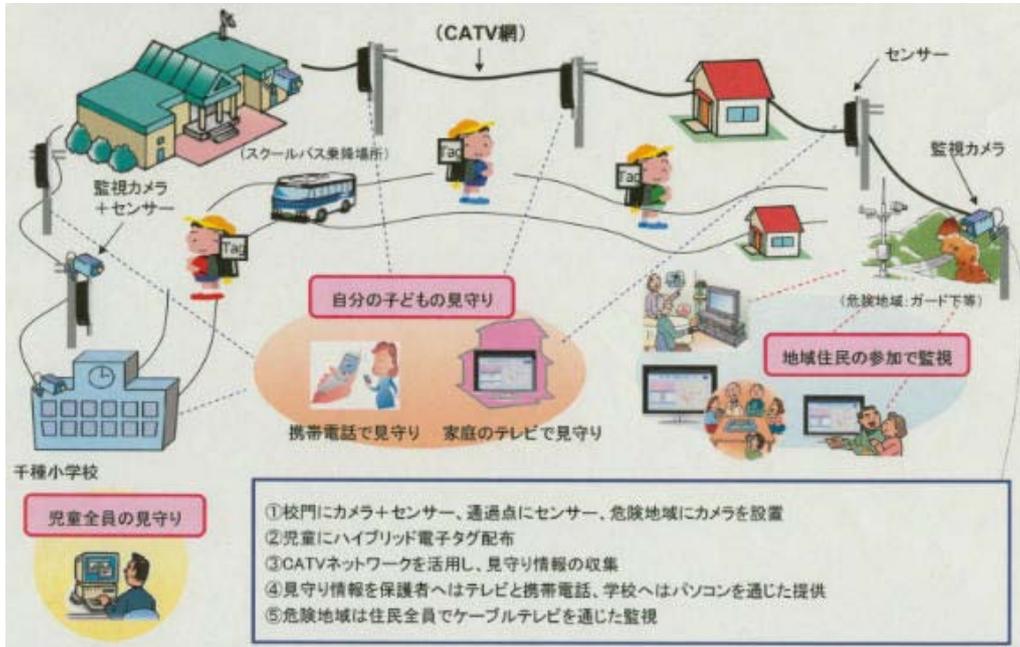
平成 20 年度は、「児童見守りシステム」の試験運用の実施、「市民活用型地図情報システム」の地図作成機能の追加開発、「地域 SNS」の試験運用の実施、「地域活動支援ポータルサイト」の構築を行った。

① 児童見守りシステム

IC タグを着用した子供が、交通量の多い箇所や学校の正面玄関を通過した時に、その時間が記録されるとともに通過時の写真が撮影され、保護者はその内容を管理画面から確認できるシステムである。子供が登下校時に正面玄関を通過すると、保護者にお知らせメールが配信される機能もある。また、カメラの映像は、自宅にあるケーブルテレビを使って常時見ることができる。

岡山市瀬戸地域にある千種小学校をモデル実施校に指定し、平成 20 年 2 月より試験運用を開始している。全校生徒 242 人の内、150 人がシステムを使用している。

児童見守りシステムのイメージ図



出所:岡山市・パナソニックエンジニアリング株式会社

「児童見守りシステム保護者説明会資料」

IC タグの写真



受信機及びカメラの写真



② 市民活用型地図情報システム(デジタルマップ)

岡山市のホームページ上から、防災情報マップを確認できるシステムである。避難場所、洪水時の浸水域、津波時の浸水域、地震による揺れやすさなどのハザードマップを中心とした防災に関する様々な情報が付加された岡山市内各所の地図を閲覧できる。平成 20 年 3

月より一般公開を開始している。

市民活用型地図情報システム(デジタルマップ) 閲覧画面



出所:岡山市ホームページ

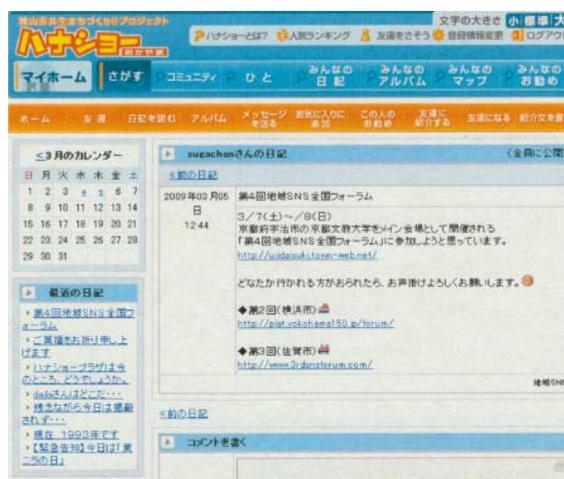
③ 地域コミュニティSNS(ハナショーおかやま)

「ハナショーおかやま」は、地域活動やサークル活動をPRできるブログ、イベント情報のための共有カレンダー、簡易デジタルマップなどの機能を設けている。岡山市京山地区、吉備地区、旭東地区、宇野学区の計4地域をモデル利用地域に指定し、平成20年3月25日よりサイトを開設している。

ハナショーおかやまトップ画面



ハナショーおかやま操作画面



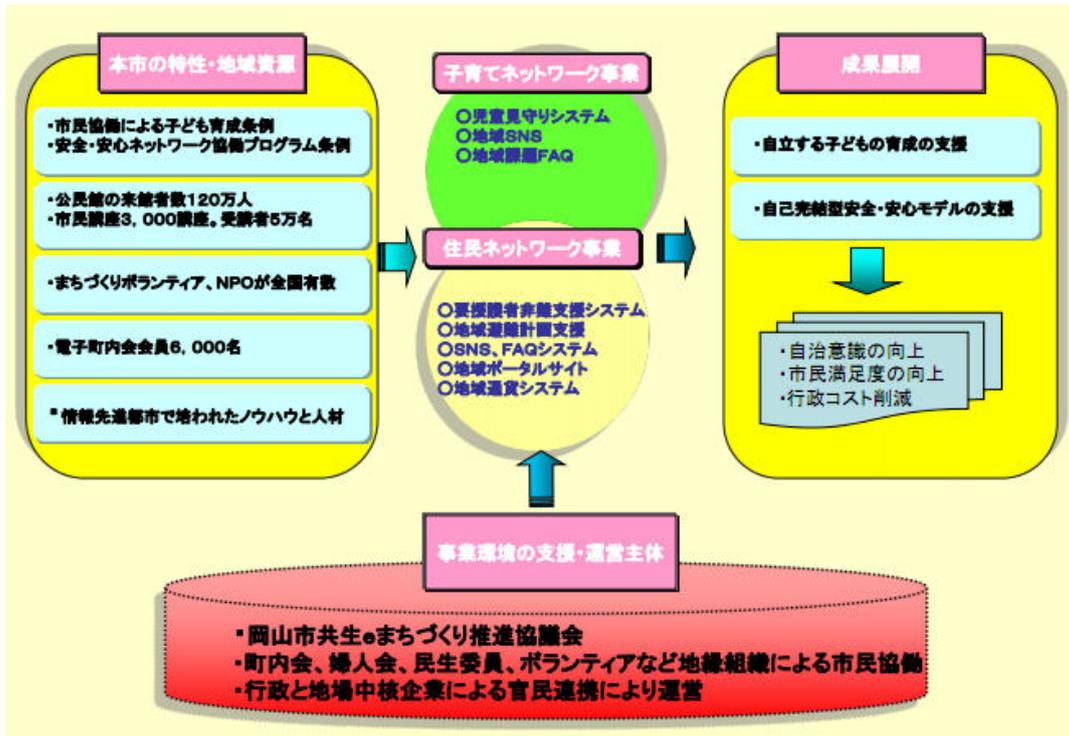
④ 地域活動支援ポータルサイト

「ハナショープラザ」は、防犯、交通安全、防災、環境、福祉、地域活動、ボランティア団体、自己啓発講座などの各種情報の提供、子育て・地域活動に関するナレッジデータベース(FAQ システム)、町のイベント情報を動画配信するなど様々な機能を設けている。平成 21 年 3 月 18 日よりサイトを開設している。

また、市民活用型地図情報システムや地域 SNS(ハナショーおかやま)へリンクしており、各システムにつながる入口の役割も果たす。



事業概要図



(3) ICT利活用のメリット

- 児童見守りシステムを使うことで、自宅にいながら子供が無事学校に到着したかどうかを確認することができる。
- 市民活用型地図情報システムを使うことで、避難所情報、洪水時の浸水域情報など防災に関連する各種情報を視覚的に確認でき、必要な情報だけを取捨選択することもできる。
- 「ハナショーおかやま」及び「ハナショープラザ」を使うことで、地域ボランティア団体間の交流のきっかけを生み出すとともに、地域活動に興味を持つ市民の活動意欲を向上することが期待できる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
市の安全・安心の取組の認知度	5%程度	36%	15%	—
SNS 会員数	500 人	120 人	7,000 名	700 名

*平成 21 年 3 月 5 日時点で把握している最新状況

- 平成 20 年度の市の安全・安心の取組の認知度を測るためのアンケートは未実施であるため、平成 21 年 3 月 5 日時点において把握できていない。
- 「ハナショーおかやま」のサイト開設は、平成 20 年 3 月 25 日のため、平成 19 年度としては実質 7 日間の運用に対する数値結果となっている。
- 当初計画においては、平成 20 年度の「ハナショーおかやま」会員数は、既存の電子町内会システムのユーザーを取り込むことによって、会員数 7,000 名を目標としていた。しかし、現時点で連携ユーザーを取り込むことについて再検討中であり、実績 700 名は純粋な「ハナショーおかやま」のみの会員数となっている。

(5) 独自の工夫

➤ 積極的に各システムをPR

地域住民の認知を高めるために、児童見守りシステム、市民活用型地図情報システム、「ハナショーおかやま」、「ハナショープラザ」とも積極的に PR を行っている。岡山市で広報資料を作成しているほか、プレスリリースを発表し、地元紙や全国紙新聞に記事も掲載されている。児童見守りシステムについては、システム運用開始日に岡山市長が参加してオープニングセレモニーを行い、その様子が新聞報道されている。

児童見守りシステムオープニングセレモニーの様子



(6) 事業における困難な点

- 児童見守りシステムについては、導入に至るまでの間に学校・PTA・周辺住民といった関係各所に対して各種の了解をもらうことが困難である。学校側には事務負担の問題が、PTA や周辺住民にはプライバシーの問題がある。了解を得るためには、事前の情報提供やきめ細かな説明等の対応を行う必要がある。
- 「ハナショーおかやま」については、現在育児中の保護者は多忙や十分な IT リテラシーを持っていないなどの理由により、参加に消極的なケースもあった。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 児童見守りシステムは、平成 21 年度以降の運営主体者が、岡山市内ケーブルテレビを運営している岡山ネットワーク株式会社となる予定である。今年度は試験運用のため利用料は無料であったが、平成 21 年度以降は 1 タグ当たり月額 450 円の利用料が発生する。利用料に見合うだけのサービスを提供できるかが今後の課題となる。また、現在は千種小学校だけが対象となっているので、対象エリアを徐々に拡大していく予定である。
- 市民活用型地図情報システムは、現在モデル利用者にデジタル防災マップ作成の試験運用をしてもらっている。モデル利用者から収集した改善提案を踏まえてシステムの改修を行い、来年度以降は対象エリアを拡大していく予定である。
- 市民活用型地図情報システムは、ASP サービスを利用して地図情報を呼び出し、呼び出した地図に防災関連情報を付加している。ASP サービスを利用しているため、システムの導入費用は安価であり、他地域へ横展開しやすいシステムである。
- 地域 SNS は、スタートから 1 年を経てようやくユーザーが自分達で楽しめる環境になっている。今後もこの環境を維持していくことを重視し、急激にユーザーを増やすことはせず、ゆるやかに参加者が増えていくネットワークを作っていく予定である。

(8) 評価

- 本事業は安全・安心の実現という課題への施策として、安心して子供を見守り・育て

る環境の確立、地域の安全・安心(防災、防犯、環境、福祉、健康など)の実現、地域活動の活性化を図るために、児童見守りシステム、市民活用型地図情報システム、地域 SNS、地域ポータルサイトを導入している。

- 児童見守りシステムは、子供が無事登下校していることがメールで手軽に確認できることから、利用者の評価は概ね高い。但し、使い続けているうちに、子供の写真は不要であるという意見も出てきている。カメラを減らして、その分受信機の設置数を増やして欲しいという意見も出ている。
- 子供に携帯電話を持たせることなく子供の安全確認が出来るため、子供の携帯電話持ち込み禁止という学校が増えている中、今後益々ニーズは高まると考えられる。
- 児童見守りシステムによって子供の下校時間がわかることが便利であるという保護者の意見も出ている。メールをもらうことで子供の帰宅予定時間が推測できるので、親が外出中であっても子供の帰宅時に間に合うように家に戻れるといった副次的な効果が生じている。
- 地域に児童見守りシステムを導入して、地域全体で子供の安全に向けた取組を行っていることが周囲に伝わることで、そのこと自体が子供の犯罪や事故を予防することに繋がる。
- 地域 SNS のユーザーからは、今まで知らなかった人と SNS を通して知り合えたことに喜びを感じているという評価の声が出ている。
- 「ハナショーおかやま」は、ユーザーの平均年齢が高いことが特徴的である。一般的に、高齢者は IT リテラシーが比較的高くないなどの理由により、SNS の利用に消極的と言われるが、岡山市では地域活動を行う高齢者の交流の場として機能している。また、「ハナショーおかやま」のコミュニティ活動を通じて、地域を越えたボランティアによる市内の落書き消し運動が行われるなど、ネットを通じた交流により、リアルの地域活動が生まれている。
- 目的達成のために、4つのシステムを構築しているが、システム導入による実績・に対する目標指標が少なく、目標達成に対する評価が十分ではない。システム利用者数など評価指標を追加することによって、さらに目指すべき方向性が明確となり、事業の有効性をより適切に評価できる。

2. 2 1 広島県安芸太田町

事業名「行政のユニバーサルサービス提供に向けた地域情報分析システム」

(1) 背景

安芸太田町では、過疎化が進み、町内に限界集落も抱えており、少子高齢化や公共交通機関の確保など、様々な課題が山積している。

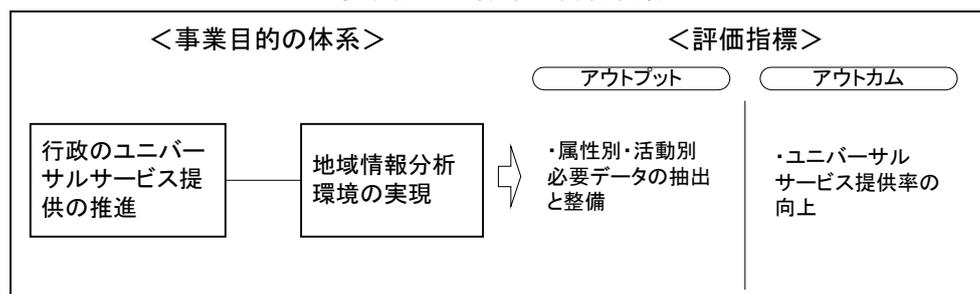
特に、平成 15 年に広島駅と安芸太田町をつなぐ JR 可部線が廃止になるなど、安芸太田町では「交通の不備」が様々な問題の根底にあると考えている。安芸太田町は、住民の活動範囲を拡大するために、適切な行政サービスを行う必要性を感じており、少なくとも、高齢者が現在の生活水準を維持できることを念頭においている。

(2) 事業目的と概要

安芸太田町は、最重要課題として公共交通機関の確保に着目し、具体的な住民活動を把握し、公平感のある行政サービスに繋げることを本事業の目的としている。

具体的には、GIS(Geographic Information System: 地図情報システム)を使い、住民の活動可能性を視覚化するシステムを構築した。活動可能性とは、例えば「運転免許非保有者が、一定時間内にある病院に通える比率は、町全体として約何%である」など、住民の活動の可能性を数値で表現したものである。平成 19 年度は、個人属性（主に活動可能性の観点からの分割）ごとに様々な活動の可能性をデータとして集計・整理した。

事業目的の体系と評価指標



① 現況の住民の生活活動可能性に関するデータ整理

GIS を活用して、安芸太田町内の各集落における個人属性（主に活動可能性の観点からの分析）ごとに様々な活動の可能性をデータとして整理する。データ整理に当たっては、住民を対象とした「暮らしに関する調査（自由記述調査）」と「暮らしのカルテづくり(ワークショップ)」から整備すべきデータの抽出を行った。住民の生活活動データの種類や具体的な活動可能性など、町内各地区における住民を対象に、詳細な調査（アンケート、ヒアリング）を実施しており、さらに、分析内容等に関しても、ヒアリングを行うなど、シス

テム構築の全般に住民が個別、あるいは協議会を通じて参画する形を取っている。

(例) 整備したデータ項目

科目別診療	休日診療	夜間診療	生鮮食品の買物
日用品の買物	買回り品の買物	幼稚園の送迎	保育園の送迎
疾病時の預かりサービス	住民票などの発行	金融機関	生涯学習施設

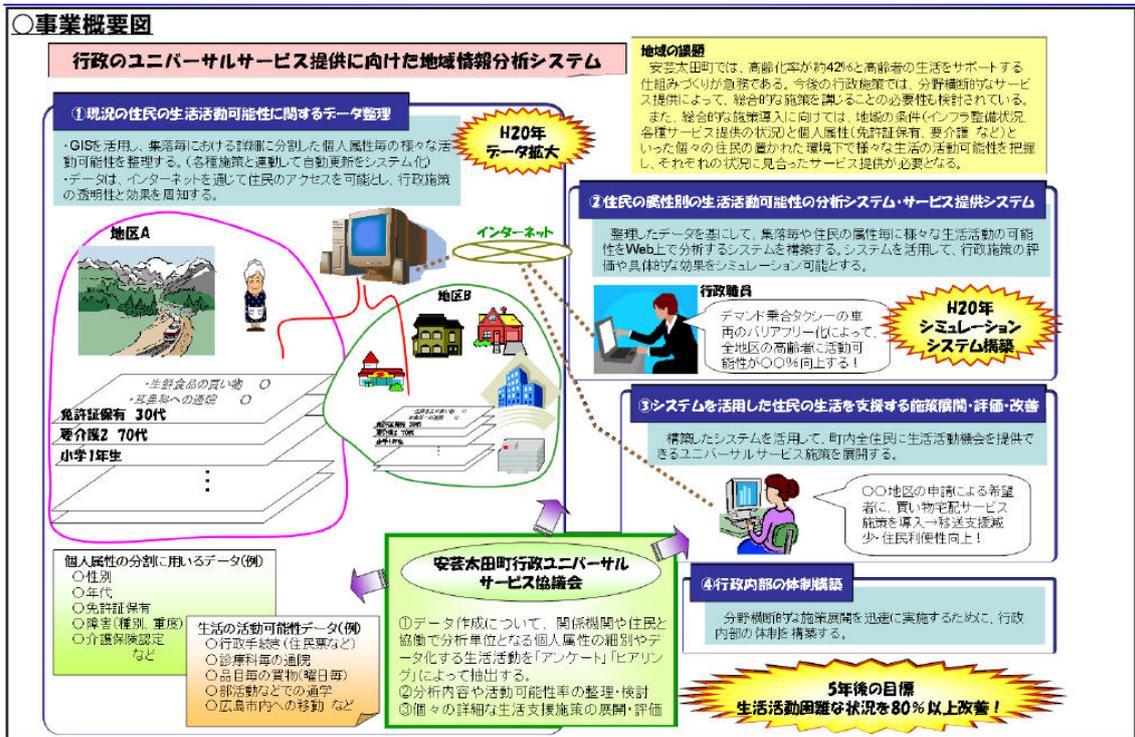
それぞれの項目に対して、様々な属性の住民が活動可能であるかをデータとしてまとめている。

② 住民の属性別の生活活動可能性の分析システム・サービス提供支援システム

上記データを基にして、集落ごとや住民の属性ごとに様々な生活活動の可能性を分析するシステムを構築した。各種行政施策に基づいて、住民の活動可能性が向上することをシミュレーション可能とした。具体的には、基本分析を分析用 PC の GIS システムで行い、結果のデータベースを使って、詳細な条件ごとにその結果を地図上に表示するものである。

行政職員は、個人情報を含む活動可能性のサービスの受け手側のデータ閲覧を可能とし、ユニバーサルサービスの実現に向けたサービスの検討に活用する。住民・民間企業・NPO などでは、安芸太田町内の地区別、属性別の活動可能性を閲覧可能とし、ビジネスやボランティアを通じて、住民生活の可能性を広げるものとした。

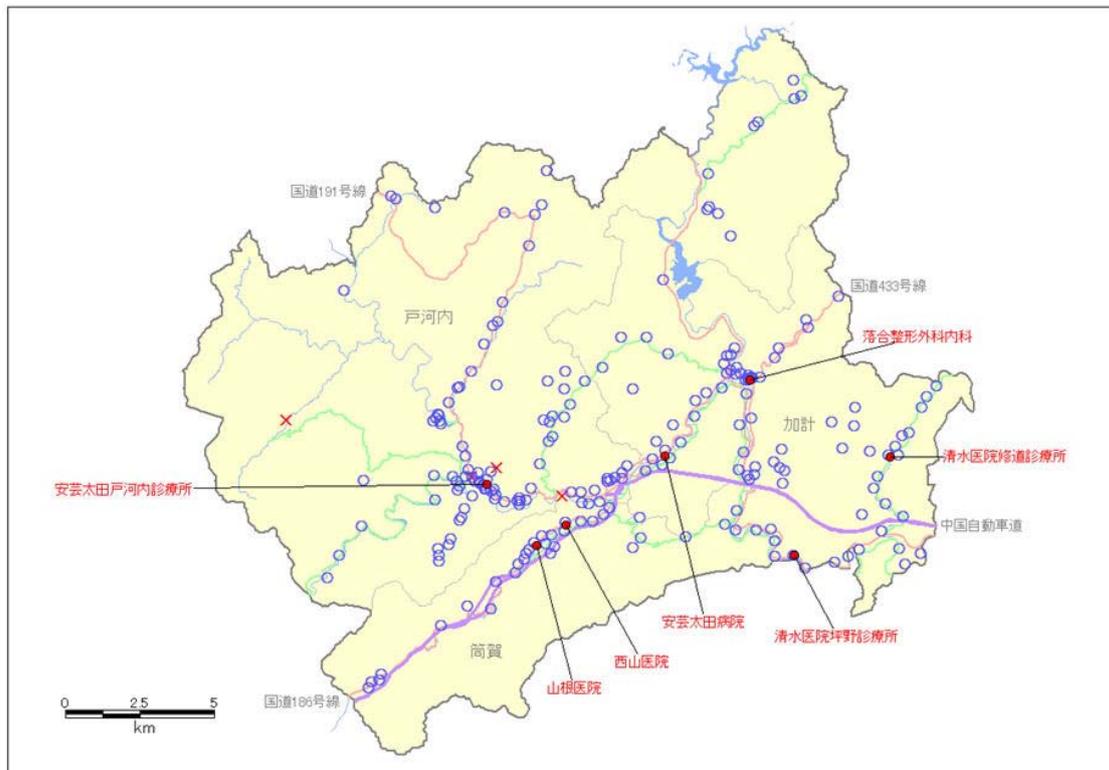
事業イメージ



(例) 自家用車を利用できない住民が活動できる比率

・内科に通える比率	98.2%
・歯科に通える比率	98.2%
・眼科に通える比率	75.1%
・夜間診療に通える比率	0%
・休日診療に通える比率	61.8%
・生鮮食品を購入できる比率	98.2%
・日用品を購入できる比率	98.2%
・買回り品（広島市内）を購入できる比率	36.9%
・住民票発行サービスを受けられる比率	99.1%
・金融機関に通える比率	96.1%
・温泉施設に訪問できる比率	54.1%

活動可能性の見える方



上記は、安芸太田町内の内科受診の状況を表している。バス停までの距離が 500m 以内で公共交通を利用して乗換なしで目的地まで行ける集落を「○」で表現している。

(3) ICT利活用のメリット

- 住民の様々な活動可能性を分析した上で地図上に可視化し、多くの関係者で議論を行うための共通認識を作ることができる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
属性別・活動別必要データの抽出と整備	データ整備率 100%	データ整備率 80%	データ整備率 100%	達成予定
ユニバーサルサービス提供率の向上	—	—	活動可能性の向上率 20%	達成できない 見通し

*平成 21 年 3 月 13 日時点で把握している最新状況

- 「属性別・活動別必要データ」に関しては、当初予定したデータは整備済みであるが、システムの具体的なイメージができた段階で、本事業のために設置された行政ユニバーサルサービス協議会から項目追加の要望があり、80%程度にとどまっている。
- 平成 20 年度から「ユニバーサルサービス提供率の向上」を指標として追加した。これは、公平感のある行政サービスの提供を行うことで、住民の活動範囲の拡大を目指すものであるが、実際にデータを活用して公共サービスの拡充などを実施されていないため、目標には到達していない。

(5) 独自の工夫

- GIS を利用して町全体の問題状況を可視化し、町内の行政サービスに対する意思決定の材料として活用する。

(6) 事業における困難な点

- GIS に必要な収集データの項目や、可視化したマッピングデータの活用法、それらに基づいた施策立案の方針について、町内の意見の統一を図ろうとしたが、発言者自身の居住地域に終始した意見が多く、政策立案に至っていない。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 他地域への展開については、GIS を用いた調査・分析は可能であるが、安芸太田町の規模でさえ、必要データの項目や活用法について、より踏み込んだ議論が必要であり、他地域で展開するとしても、各市町村の実情にあった議論が重要である。

(8) 評価

- 当事業は、町内の潜在的な諸問題を地図上に表現することで、可視化し、行政や住民の中で情報共有を図り、行政サービスへの政策立案に活用しようとするものである。安芸太田町において、同一の基準、同一の尺度で分析する環境は導入された。しかしながら、現時点において具体的な成果は現れておらず、データ収集・整理するにとどまっている。限界集落を抱える安芸太田町は、刻一刻と少子高齢化も進んでおり、日々、住民の生活に不便が発生しうる状況が続いている。今後、GIS の活用方法自体を模索するとともに、住民の生活の質が向上するよう、具体的かつ効果的な政策の立案が求められる。

2. 2 2 徳島県神山町

事業名「かみやまの特色ある文化と双方向の Web 通信技術を活用した地域活性化モデル事業」

(1) 背景

神山町では、過疎化、高齢化が進んでおり、産業の生産性が著しく低下している。かつては基幹産業であった木材、農産物の価格が低迷しており、新たな産業振興施策が求められている。

こうした状況の中で、「観光資源や特産物の情報発信による観光産業の振興」、「神山アーティスト・イン・レジデンス(KAIR)の活動に関する情報発信による活動の加速化」の二つにより、交流人口の拡大を図っていきたいと考えている。

① 観光資源や特産物の情報発信による観光産業の振興

神山町の観光資源として、伝統の「人形浄瑠璃」や、四国八十八ヵ所の「12 番札所焼山寺」、日本の滝百選「雨乞の滝」などを有し、日本一の生産量を誇る「すだち」や、四国一の生産量の「梅」等の農作物がある。また、観光客のための施設として、道の駅「温泉の里神山」や神山温泉「ホテル四季の里」を有する。これらの情報を観光客向けに発信することにより、観光産業の振興を行う。

② 神山アーティスト・イン・レジデンス(KAIR)の活動に関する情報発信による活動の加速化

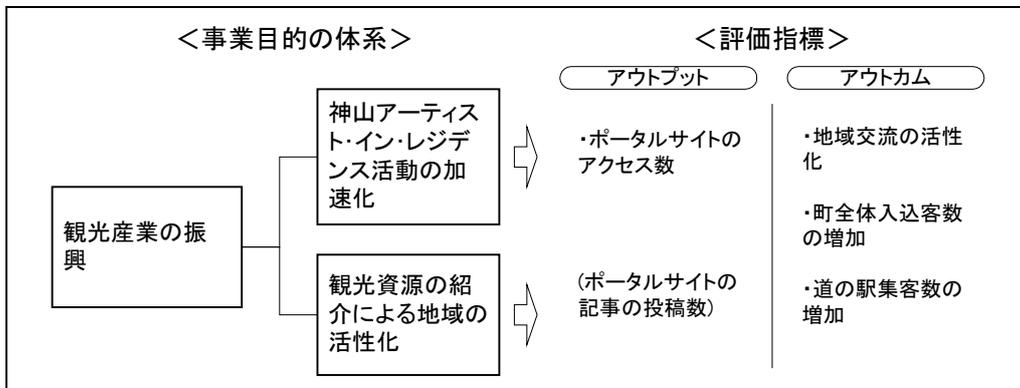
神山アーティスト・イン・レジデンス(KAIR)とは、国内外から神山町に芸術家を招聘し、地域住民の協力のもと創作活動に専念できる環境を提供し、創作活動や地域との交流を行う活動である。平成 11 年から NPO 法人グリーンバレーを中心に運営しており、毎年 9 月から 3 名の芸術家が 2 ヶ月間滞在・作品を制作し、11 月初旬に展覧会を開いている。日本において、神山町を含む数地域でしか実施していない取組である。

神山町は、この特色のある国際的な芸術文化の醸成を図る活動支援をしており、KAIR の活動と地域の産業との結びつきの強化を行うことで、地域の活性化・交流人口の拡大を目指し、過疎化、高齢化の改善を図ることとしている。

(2) 事業目的と概要

過疎・高齢化の進行や、木材・農産物価格の低迷による地域産業の衰退に歯止めをかけることを目的とし、国内外の芸術家に対する創作活動を支援する KAIR の活動に関する情報発信を町内全域に敷設された光ファイバー基盤を利用して行うことにより、地域活性化の基礎となる外部との交流人口増加を目指す。

事業目的の体系と評価指標



① ポータルサイト「イン神山」の整備(平成 20 年 6 月～システム稼働)

KAIR における芸術家の活動を支援するため、「国内の芸術関連情報発信機能」、「芸術家の検索活動支援機能」、「提携教育機関・団体との交流支援機能」、「地域内への活動情報発信機能」をもつポータルサイト「イン神山」を整備する。

② バーチャル美術館の整備(平成 20 年 6 月～システム稼働)

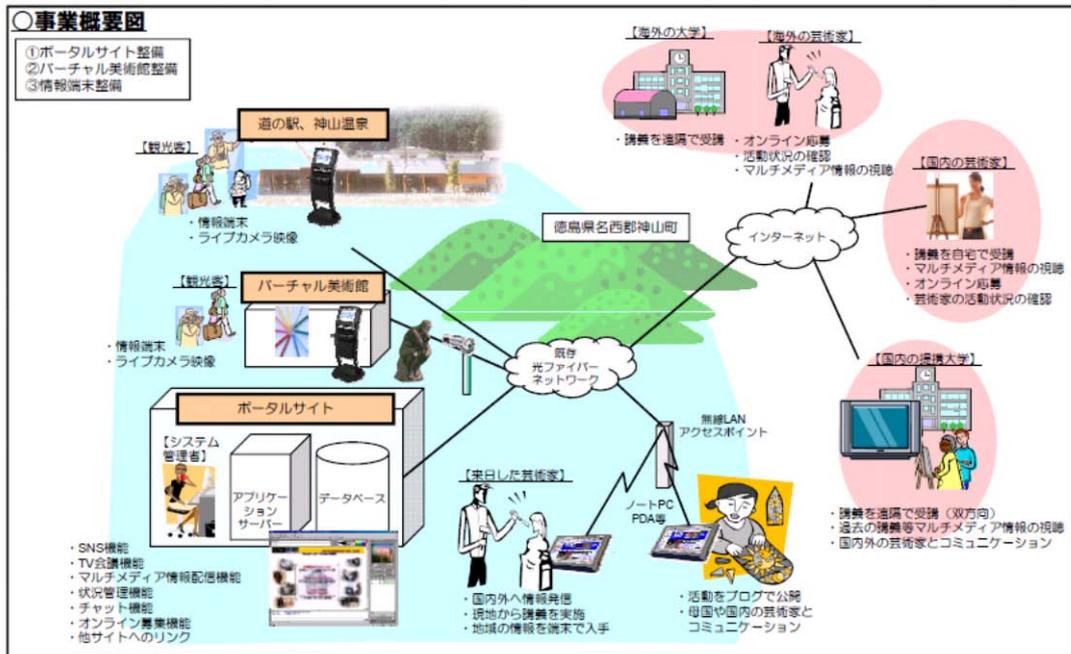
観光客が実際の芸術作品を鑑賞するように促すために、芸術作品の紹介や製作過程の映像紹介、作者からのメッセージなどを発信することができる機能を、ポータルサイト「イン神山」に構築した。また、これらの情報を参照可能とする環境を街の中心にある「神山町農村環境改善センター」に設置する。

③ 道の駅情報端末の整備(平成 20 年 6 月～システム稼働)

観光客が芸術作品を直接鑑賞できるように神山町の内部に誘導し、温泉などの観光施設の集客数の増加を図ることが課題となっている。これに対して、近隣の道の駅「温泉の里神山」に「神山町農村環境改善センター」と同様の情報端末を設置し KAIR の紹介や開催中のイベントの紹介、1 日で回る観光名所の紹介等の情報サービスを提供する環境を整備する。

事業概要図

かみやまの特色ある文化と双方向のWeb通信技術を活用した地域活性化モデル（徳島県神山町） 別紙1



(3) ICT利活用のメリット

① ポータルサイト「イン神山」の整備

- 神山町に招聘した芸術家の活動の情報発信を行うとともに、双方向でのコミュニケーションを可能とする。
- 大学等と提携して、芸術家が遠隔講義を行うことができる。

② バーチャル美術館の整備

- 展示品の紹介とともに、製作過程や作者からのメッセージを表示できる。
- 神山町の森や林等で創作された作品の映像をリアルタイムに表示できる。

③ 道の駅情報端末の整備

- タッチパネル式の情報端末により、観光客が気軽に利用できる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
基盤の整備	100%	平成 20 年 6 月 稼働	—	—
ポータルサイト アクセス数	—	—	10 万件	34 万件 (6 月～2 月)
町全体入込客数	—	—	80 万人 (年間 70 万人か ら 10 万人増を目 標)	99 万人 (1 月～12 月)
道の駅集客数	—	—	30 万人	35 万人 (1 月～12 月)

*平成 21 年 3 月 10 日時点で把握している最新状況

- ポータルサイトの稼働は、予定より遅れ平成 20 年 6 月に本番稼働した。原因は P2P による画像配信技術の調査に時間を要したことによる。
- ポータルサイトのアクセス数は、予想を大きく上回り、6 月からの 9 ヶ月間で、34 万件に達している。アクセス元を分析したところ、日本国内のみならず、海外からのアクセスも多い。
- 町全体入込客数は、神山温泉など各施設の集客数を元に算出しているが、目標を上回る実績を挙げている。

(5) 独自の工夫

- 一般ユーザー向けポータルサイトとKAIRユーザー向けコミュニティサイトの統合

「イン神山」は、一般ユーザー向けに公開されたポータルサイトと、KAIR ユーザー向けに、芸術家の活動を支援するためのコミュニティサイトの二つがある。一般ユーザー向けに公開されたポータルサイトには、コミュニティサイトの日記やイベント情報・写真などのうち、掲載者が公開したい情報が掲載される。

これにより、コンテンツ更新の頻度を一定に保つと共に、NPO 法人グリーンバレーを中心とした KAIR ユーザーが、事業の方針に沿ったコンテンツを品質の確保しつつ掲載することが実施されている。

➤ 一般向けポータルサイト

ポータルサイトである「イン神山」のデザインを行うにあたり、一覧性があり、かつシンプルなデザインのトップページとした。記事は「神山日記帳」、「神山でアート」、「神山で暮らす」、「フリーマーケット」のメニューごとに最新のものが表示されるようにした。

「神山写真帖」には、写真に付与されたキーワードごとに、ランダムに写真が表示されることで、画面に変化をつけるとともに、キーワードによる検索を容易にしている。

また、ポータルサイトのページタイトルを「神山 アートで まちづくり」とするなど、検索エンジンを意識したサイト作りを行っている。実際に「アート まちづくり」や「アート 暮らし」でインターネット検索した結果、神山町に来訪・定住した方がいたとのことである。



➤ 今日の神山

ポータルサイトの情報から、日替りの記事やイベント情報などを抽出して、紙で「今日の神山」をプリントできる。これを、道の駅や神山温泉などで配布することにより来訪客を紙媒体からポータルサイトへ、またイベント会場や芸術関連施設への誘導を行っている。



➤ 「町の日常の風景」の発信

コンテンツとしての写真情報の発信にあたっては、飾らない「町の日常の風景」を掲載するように心がけるようにしている。これにより、来訪者がサイトと実際のギャップを感じないようにしている。

(6) 事業における困難な点

- P2P の映像配信は、機密漏洩の懸念から参加する組織が 7 つに限定されており、企業や団体を対象とした大幅なユーザー拡大が困難である。
- 既存のテレビ会議システムを利用して、遠隔講座開催を計画したが、事前の準備に手間がかかることと、個々のカメラ付き PC を接続する方式のため、不特定多数に向けた講演会や授業などには利用しにくい。
- コミュニティサイトのユーザー数を増加することを検討したが、コンテンツの品質の確保と、大量の更新による「参照されないコンテンツ」の発生を懸念し、現状の地域住民や KAIR 関係者 60 名程度(うちパワーユーザーは 30 名程度)に限定している。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 今後の課題は、収益を上げて事業の自律化を図ることである。当初の計画ではコンテンツ視聴料や遠隔講義料の収入を見込んでいたが、実現できていない。Web サイトを利用して神山町に興味を持ち訪れた人たちが滞在できる場所を提供することで利用料を徴収することや、ホテルや旅館等と提携した企画ツアーによる収益確保も検討しているが、具体化はまだされていない。今後は、ショッピングサイトとの連携も行い、地産品の販売を活性化することにより、自律への道を検討したいと考えている。

(8) 評価

- 地域の情報発信ポータルサイトのコンテンツを、地域団体のコミュニティサイトの情報から配信することは、コンテンツ更新の頻度を一定に保つと共に、品質の確保についても有効である。事業の実施においても、NPO 法人グリーンバレーが主体的に実施しており、芸術を核にした地域コミュニティの活性化に寄与していると言える。
「イン神山」の平成 20 年 6 月以降の記事数は、「神山日記帳」のみで月約 30 件であり、ほぼ毎日新しい記事が掲載されていることになる。「神山日記帳」以外にも写真のみの投稿や、イベント情報が掲載されている。
- 芸術家と町内外のコミュニケーションが活発化した。たとえば、海外から招聘した芸術家の食文化の紹介イベントなどが実施されるようになった。
- ポータルサイトで「神山で暮らす」情報を見た方など、今年度に 10 世帯 22 名が移住し、60 世帯が空き家提供待ちとなっている。「イン神山」が交流人口の拡大と共に、実

際の人口の増加にも寄与した結果と考えられる。

- 今後は、このサイトの維持・運営や、コンテンツ更新者のモチベーションの維持を含めて、自律した事業として継続していくことが課題であると考えられる。
- 道の駅集客数が目標より増加しているが、これはポータルサイトによる要因よりも、近隣地域(佐那河内村)との道路が開通したことが大きいと考えられている。
- 情報端末は、道の駅と「神山町農村環境改善センター」に設置され、タッチパネル方式でポータルサイトを閲覧できるようになっているが、あまり使用頻度は高くない。設置事業体が積極的に活用するよう、自律化と併せて、検討することが望ましい。

2. 2 3 愛媛県松山市

事業名「ICT 利活用による地域を担う人づくりと地域コミュニティ活性化事業」

(1) 背景

松山市では、「核家族化の進展」、「集合住宅等の住居形態の多様化」、「晩婚化・未婚化による単身世帯の増加」、「過疎化、後継者難の進行」や「住民の価値観の質の変化と多様化」等の社会環境の変化が起因し、従来「地縁」という絆で結ばれていた「近所づきあい」が希薄になってきている。

その結果、住民個々においては地域活動への参加意識の低下を招き、共助という面で必要不可欠とされる「地域コミュニティ」が崩壊しつつある。それにより、治安の悪化や子育てに対する不安を持つ親が増える等、犯罪につながる社会問題等へと繋がり、安心安全な住民生活を脅かすとともに、一方で地域の共助機能の崩壊による行政負担は増大し行政の財源を圧迫し始めている。

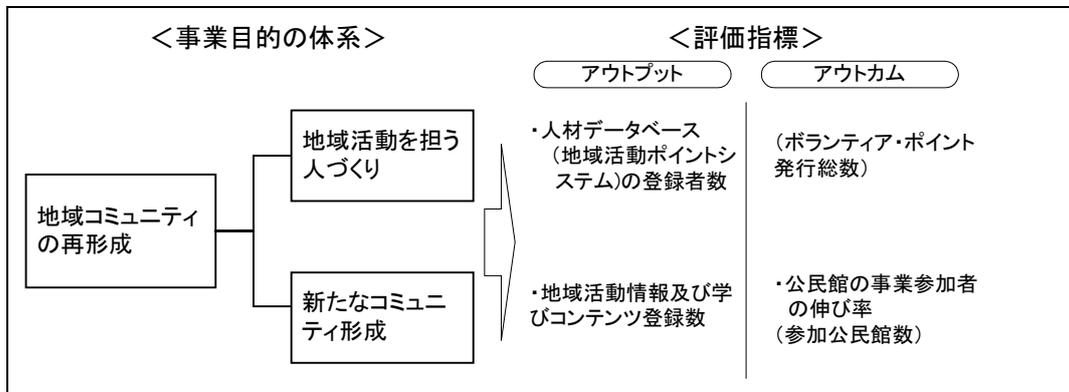
(2) 事業目的と概要

松山市においては、従来、公民館を地域拠点と位置づけ、地域ごとに社会教育中心の子供会や青年学級、婦人学級等に細分化し、「地域コミュニティ」を創りあげてきた。

しかし、「地域コミュニティ」を市場という観点に置き換えると、ライフサイクル的には既に成熟期から衰退期に進行しており、それに追い討ちをかけるように社会環境、住民のライフスタイルやニーズが急速に変化してきたため、従来の概念や手法では限界にきている。従来の「地域コミュニティ」が閉ざされた概念の下、さまざまな取組がなされてきたが開かれた地域活動に移行しなければ現状からの脱却は困難と考え、平成 18 年度に公民館改善計画「元気倍増計画」を策定し、平成 19 年度から取り組んでいる。

地域活動を担う人づくりと地域の枠を越えたコミュニティ形成が「地域コミュニティ」の復興、再形成に繋がるものと考えている。こうした認識から、ICT を活用して事業を行うことでその効果を測定し、まちづくりの基盤整備に生かすことを目的とする。

事業目的の体系と評価指標



以下の事業を行っている。

平成 19 年度は、ボランティア活動に応じたポイント付与システムの構築、人材データベースシステムの構築等を行った。平成 20 年度にはモデル公民館において研修を行い地域情報動画のコンテンツ作成に取組、コンテンツをシステムに蓄積した。

① 地域参加を促すボランティア・ポイントシステムの開発・管理

ボランティアの参加意識の向上及び評価に繋げるため、ボランティア活動に応じたポイント付与システムを構築した。このシステムでの運用を前提に、ボランティア・ポイントの付与方法について検討を行った。

② 自然・歴史・文化・人物など地域の資源を動画で蓄積・発信する情報発信蓄積システムの構築

Web2.0 の技術を用い、地域情報や資源を動画コンテンツで配信する仕組みを構築した。市民自らがコンテンツ登録を行うことができる。

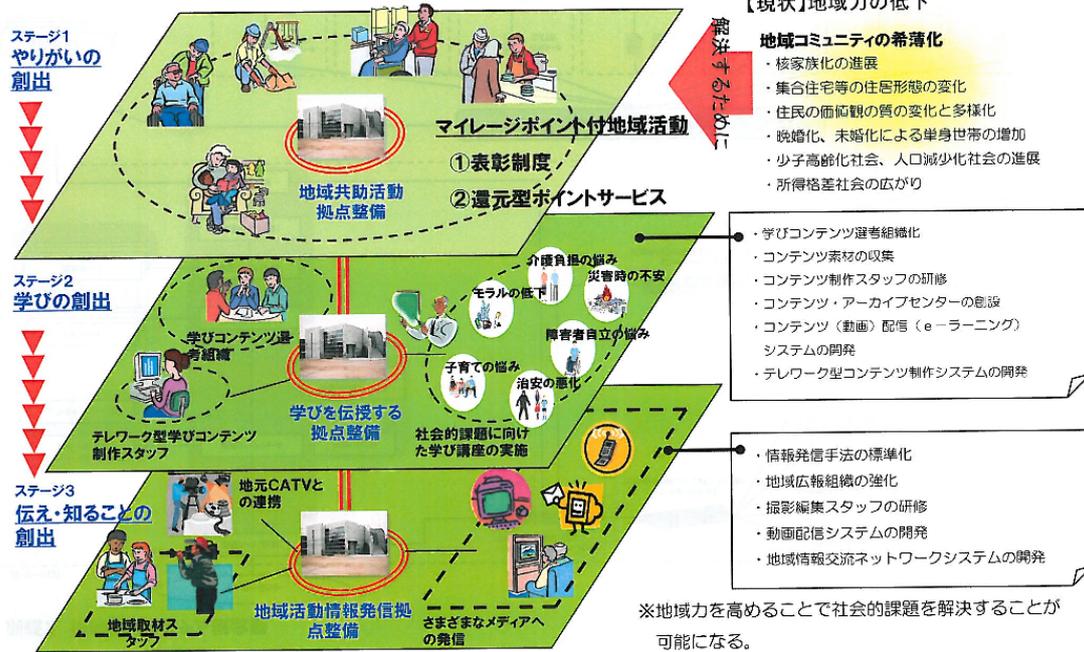
③ 地域情報動画コンテンツ制作に関わる人材の育成並びに人材データベースシステムの構築

平成 20 年度は、地域に対する帰属意識を深めるコンテンツ作成の推進、コンテンツ制作市民ボランティアの育成を目的に、公民館主事を対象とする動画コンテンツ制作の研修を実施した。

また、地域の人材のスキル管理、公民館における地域活動参加者の名簿管理業務の軽減などを目的に、人材データベースの構築を行った。

事業イメージ

別紙1 公民館を核とし、地域全体で支えあい、ほめあう社会の構築



(3) ICT利活用のメリット

- アーカイブセンター(情報発信蓄積システム)の構築により、動画をはじめとする地域の各種コンテンツを蓄積、共有し、容易に検索利用することが可能となる。
- 地域情報等の発信について、マスメディアを通じて行うと高コストとなるが、自らがコンテンツ制作し情報発信を行うと低コストで実現可能である。
- 地域情報等について、「いつでも」、「どこでも」、「誰でも」発信することが可能となる。
- ボランティア・ポイントの管理を効率的に行うことができる。
- 人材データベースの構築により、情報の一元管理と情報共有が図れる。また、利便性が高まり、情報の活用度が高まる。活動記録を容易に検索利用することもできる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
人材データベース(地域活動ポイントシステム)登録数	1000 名	916 名	1,100 名	240 名
モデル地区公民館の事業参加者数	前年度対比 10% アップ	アンケート結果 より、ポイント	前年度対比 10% アップ	調査中

		プログラム及び活動情報システムが10%以上の参加者の伸びが期待できることが判明		
コンテンツ(動画)登録数	—	—	20件	6件

*平成21年3月13日時点で把握している最新状況

- 「モデル地区公民館の事業参加者数前年度比」アンケート調査による期待数として把握。平成20年度の結果については、平成21年3月13日現在、調査中のため不明。
- 平成20年度より「コンテンツ(動画)登録数」を追加した。

(5) 独自の工夫

➤ 活動リーダーの育成

地域活動を担う人材育成を大きな課題として認識しており、この人材育成に段階的に取り組んでいる。平成20年度には、モデル公民館(6施設)の主事を対象としたコンテンツ作成リーダー研修を実施した。この研修では、地域イベント等をビデオカメラで撮影し編集して、制作したコンテンツを情報発信蓄積システムに蓄積している。今後のリーダー育成に役立つように、コンテンツ制作研修の準備段階から制作までを動画記録しテキスト資料として活用しようとしている。

➤ 地元CATV事業者との連携

上記の動画コンテンツ制作研修は、専門技術をもつ地元の愛媛CATVの協力を得て進めている。ビデオ制作の流れ、撮影の注意点とカメラワーク、編集のポイントなどについて講習会が開かれた。

➤ ボランティア・ポイントの設定方法

ボランティア・ポイントは、次の表のように、各モデル公民館で合計1000ポイントとなっており、年間の活動毎にポイントが設定されている。活動毎のポイントは、「基本ポイント」と「感謝ポイント」に分かれている。「基本ポイント」は活動に参加することで付与される。一方の「感謝ポイント」は、主催者側の判断で付与される。議論を重ねて「感謝ポイント」が設定された経緯がある。これにより、参加者にとっては参加意欲の向上に繋がっている。また、感謝ポイントを設けることで主催者側も活動評価を行うこととなり、結果として活動の活性化に繋がるというメリットを考えている。

モデル公民館におけるボランティア・ポイントの設定

活動名	文化祭	三世代交流もちつき大会	七草がゆ	成人式	図書館運営	合計	
開催日	11月9日	12月	1月9日	1月11日	年間		
場所	道後公民館				道後公民館		
内容	打合せ、準備、当日、後片付け	打合せ、準備、当日、後片付け	打合せ、準備、当日、後片付け	打合せ、準備、当日、後片付け	発注、貸出		
内訳	基本ポイント	150	100	150	50	150	600
	感謝ポイント	100	50	100	50	100	400
合計	250	150	250	100	250	1,000	

(6) 事業における困難な点

- 人材データベースについては、個人情報登録について抵抗感があり、登録が伸び悩んでいる状況にある。
- ボランティア・ポイントについては、ポイント付与方法の試行錯誤を繰り返して設定した経緯があるが、感謝ポイントを加えたポイントの設定方法を確立することは容易ではない。
- ボランティア・ポイントは参加の輪を広げ、動機付けを行うという点では有効であるが、率先してボランティアを行う人ほど、対価を目当てに活動している訳ではないという考えが強く、ボランティア・ポイントという考え方に馴染まないという見方がある。
- 人材データベースへの登録などコミュニティ活動へ参加する方は、高齢者の方も多く、ICTを活用した事業については一定の抵抗感がある。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- ボランティア・ポイントシステムについては、登録者の伸びとともに、広告、サービス提供事業者の増加により継続的に運営が可能と考えていたが、急速な景気悪化などにより、非常に困難な状況にある。そこで、継続的な事業の運営を行うため、今後、民間のポイント運用会社との連携等について検討をすることとしている。

民間のポイントカードとの連携(検討中)



- 現在のところ情報発信蓄積システムの動画コンテンツは一般公開されていない。平成21年度以降、外部に情報発信する取組を進めることとしている。

(8) 評価

- 人材データベース登録数は、平成20年度の目標値1,100名に対し、実績は240名にとどまっている。初めての試みであり当初の目標値の設定が妥当かどうかについて再検討の余地がある。
- これまでは、松山市の中心地区のモデル公民館(全41公民館のうち6公民館)を対象に事業を展開しているが、今後、本事業の一層の活動活発化には、松山市全体規模での取組が必要である。
- 平成20年度の動画コンテンツの蓄積件数は、目標値20件に対して6件にとどまっている。第1段階としてリーダー育成に取り組むこととし、6つのモデル公民館の主事を対象(一部ボランティアの方の参加もあった)に研修が実施されている。今後、上記のリーダーを中心に、コンテンツづくりが可能な方を増やすことが課題である。また、蓄積した動画コンテンツは現在のところ一般公開されておらず、今後、積極的な外部に向けての情報発信することが課題である。
- 動画コンテンツ制作は、平成21年度からは公民館の学習講座の一つとして実施を予定しており、こうした活動の中から、一層のコンテンツ制作・情報発信、人材育成が行われることが期待される。
- 事業の実施を通じて、高齢者がコミュニティ活動の中心となることが明らかとなり、ITリテラシーが低い層へ、如何に普及啓発やコンテンツ制作研修等を行っていくかが課題である。

- ボランティア・ポイントについては、ポイントの設定方法を工夫して運用しており、それが参加者のモチベーション向上に繋がるなどの効果を挙げている。
- 事業の評価指標について、ボランティア・ポイントの年間発行ポイント総数、及び、モデル事業へ活動参加している公民館数(平成 20 年度は、市内全公民館数 41 施設のうち、6 施設が参加)を加えることが考えられる。

2. 2 4 高知県津野町

事業名「地域の見守り・助け合い活動への ICT 利活用モデル事業」

(1) 背景

津野町は、総合振興計画の基本構想の第一番目に「住民自らが創り、ともに助け合うまちづくり」を掲げ、「災害に強いまち・福祉のまち」の実現に向けて、住民と密着したまちづくりを推進している。

津野町の高齢化率は年々高くなっており、既に36.8%(平成20年4月時点)となっており、一人暮らし高齢者や高齢者世帯が増加している。今後も少子化、核家族化の進展により、高齢者世帯が増加することが予想されている。高齢者は、日常生活において、病気・怪我などの緊急時や洪水・地震(南海地震等)などの災害時における不安を抱えている。

こうした状況の下、高齢者を中心とする町民の不安を和らげ、安心して安全な社会生活を提供するとともに、地域で尊厳をもって元気に生活できる健康な高齢者を増加させることが大きな課題となっている。

<高齢者の生活における不安>

津野町における高齢者保健福祉計画策定において、高齢者の抱える日常生活での心配ごとに関する調査を行ったところ、「健康が優れず病気がち(52.1%)」が最も多く、次いで「外出時の転倒や事故が心配(22.7%)」となっており、高齢者が日常生活での病気や怪我に対する不安を抱えていることが明らかになった。

また、高知県は集中豪雨が頻発に発生する地域であり、洪水や土砂崩れ、さらに南海地震が到来する予測などがあり、災害時の避難に関する不安が大きいことも否めない。

(2) 事業目的と概要

こうした課題に対応するため、社会福祉協議会、民生委員などが要援護者宅を定期的に声掛けの訪問をするなどの取組を以前から行っていた。

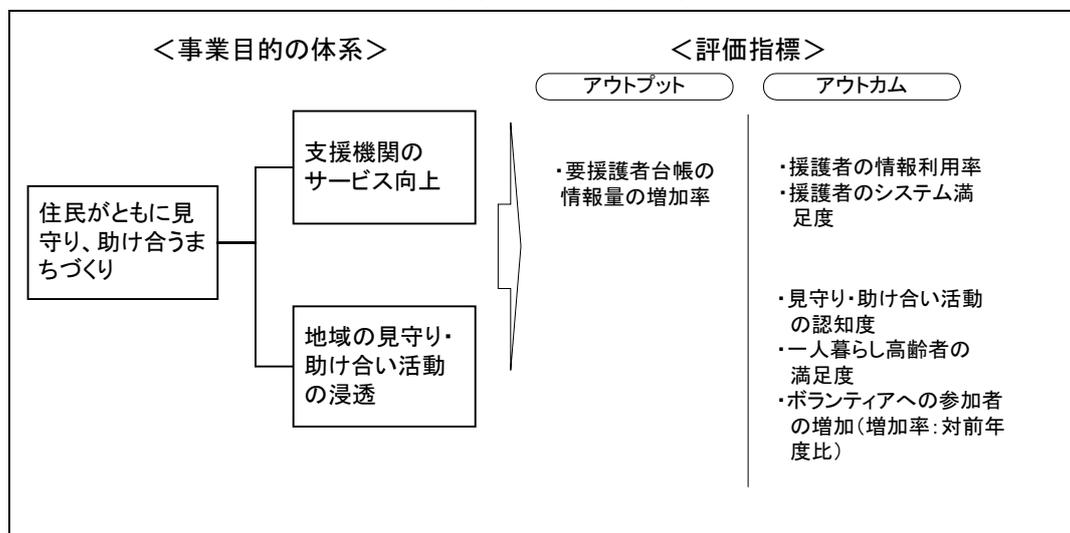
平成17年2月、旧葉山村と旧東津野村が合併し現在の津野町となった。合併当時は、それぞれの地域で、関係機関が個別に縦割りで活動していたため、効率的、効果的な取組という点では課題となっていた。

社会福祉協議会、民生委員、消防団、津野町など地域の多くの関係主体が連携した意見交換の場である「安心・安全ネットワーク会議」を平成18年6月に設立し、小地域ふくし座談会が中心となって、安心・安全見守り台帳や五目マップの作成等様々な取組を実施してきた。しかし、活動は手作業による活動が中心であったため、ICTを利用した効率化等が課題となっていた。

本事業は、安心・安全ネットワーク会議のメンバー及びボランティアや要援護者の近隣

住民などを交えた、各支援者同士の「見守り・助け合い支援システム」を構築し、地域住民がともに見守り、助け合うまちづくりに繋げることを目指している。

事業目的の体系と評価指標



平成 18 年 7 月から開始された安心・安全ネットワーク会議による代表的活動として、次の二つの取組がある。

① 安心・安全見守り台帳とお守りカード

日常的な見守りや助け合いに必要な情報を記載した「安心・安全見守り台帳」を一人暮らし高齢者などに説明し、承諾を得た上で、地域包括支援センターや社会福祉協議会などの支援協力機関が保管し、災害発生時や緊急時の支援ツールとして活用する取組を行った。また、高齢者宅には、その一部を記載した「お守りカード」を目に留まりやすい場所に掲示してもらっている。

② 小地域ふくし座談会と五目マップ

地区民において、地域の助け合いの仕組みづくりなどを考える座談会を開催しており、意見交換に加え、地図に一人暮らし世帯、高齢者世帯、障害者世帯、登下校危険箇所、防火設備、避難場所、福祉設備などをマーキングする「五目マップ作り」を実施している。

上述の従来取組には、以下の課題があった。

- 安心・安全見守り台帳が紙ベースであるため、情報の迅速な更新や共有が困難
- 各支援機関の保有する情報が、支援機関全体で共有されていないため、連携した支援困難

など

そこで、平成 19 年度 ICT 利活用モデル構築事業において、見守り・助け合い支援システムの開発を行った。このシステムでは、以下の二つのサブシステムを構築した。

① 支援機関における円滑な情報共有を実現する「見守り・助け合い情報共有システム
安心・安全見守り台帳をベースとし、地域包括支援センター・社会福祉協議会・民生委員、消防組合等各支援機関(安心・安全ネットワーク会議のメンバー)における情報共有を円滑に行う仕組みを構築した。平成 20 年度からは、さらに二つの診療所が関係機関として加わっている。

見守り台帳の登録者の範囲については、平成 19 年度からの高齢者に加え、平成 20 年度からは障害者を対象としている。また、平成 21 年度からは、児童へ範囲を広げることを予定している。

「安心・安全お守り台帳」の主な項目

①基本情報

住所・氏名・性別・生年月日・電話番号・血液型・地区名

②緊急時の連絡先

第一順位(肉親等)の住所・氏名・電話番号(昼・夜)

③個人情報

- ・かかりつけ医師・持病名・服用薬名
- ・日頃頼りにしている身内・親族の連絡先・親しい人の連絡先(隣人・友人)
- ・日頃よく出掛ける先やサークル等の集会場所・連絡先
- ・趣味・特技

☆1:生活している中での、安否確認の方法や約束事

☆2:自宅見取り図

☆3:災害が予測される時の第 1 避難場所、第 2 避難場所

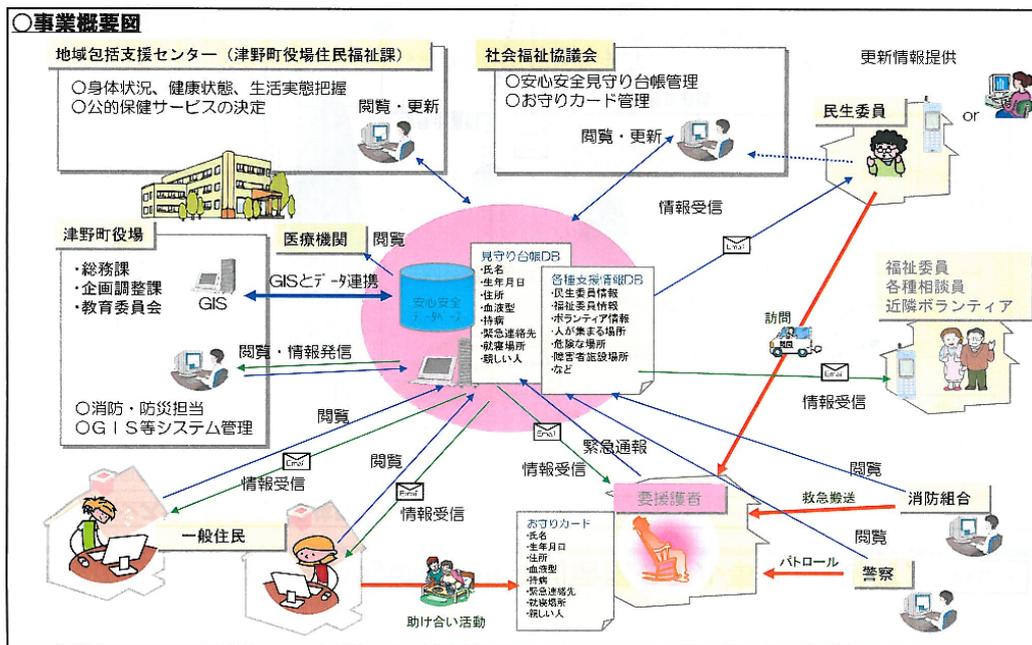
④その他留意事項

② 支援機関と住民及び住民同士の連携を強める「見守り・助け合い情報お知らせシステム」

支援機関に加え、ボランティア(福祉委員、相談員等)・家族・隣人など一般住民まで含めた情報伝達及び情報登録を可能とする仕組みを整備した。

さらに、平成 20 年度には、電子メールなどを用いた住民向け情報提供のサービス拡大などに取り組んだ。このシステムは、消防団員参集の連絡にも活用されている。

事業イメージ



(3) ICT利活用のメリット

- 安心・安全見守り台帳をデータベース化することで、情報の迅速な更新や関係機関間での情報共有が可能となる。
- GIS、介護システムなど他システムと連携することで情報を有効活用することができる。また、システム連携することで、効率的な作業が可能となる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
情報量の増加率(対前年比)①台帳数	130%	130% (400 人)	130%	190% (760 人)
情報量の増加率(対前年比)②台帳項目数	130%	161% (32 項目)	161%	306% (98 項目)
情報量の増加率(対前年比)③生活情報数	130%	0%	10 件/月	12 件/月 (9～11 月平均)
支援者の情報利用率	70%	38%	50%	測定中
支援者のシステム満足度	80%	62%	80%	測定中
見守り・助け合い活動の	設定なし	86%	90%	95%

認知度				
一人暮らし高齢者の満足度	75%	83%	85%	96%
住民の情報利用率	—	—	100人	測定中
ボランティアへの参加者の増加率	—	—	110%	109%

*平成 21 年 3 月 12 日時点で把握している最新状況

- 「援護者の情報利用率」、「援護者のシステム満足度」は援護者アンケート(29 名)より把握している。
- 「見守り・助け合い活動の認知度」、「一人暮らし高齢者の満足度」は住民アンケート(福祉のまち作り研修会参加者 132 名)より把握している。
- 平成 20 年度より「ボランティアへの参加者の増加率」を追加した。ボランティアへの参加者数はボランティア名簿より把握している。
- 平成 19 年度の生活情報数については、システム運用期間が短かったことから、目標達成には至らなかった。(「生活情報」は、直近の生活の様子に関する情報(ex.入院状況、居住地の移動など)である)
- 見守り台帳について、平成 19 年度の台帳登録者数は 400 人で台帳項目数は 32 項目であった。これが平成 20 年度には、登録者数 760 人、台帳項目数 98 項目へと増加した。台帳の項目については、ケアマネージャーなど関係者がシステムを利用する中で必要項目を検討し追加を行ってきている。
- 見守り台帳への登録者は、当初は 65 歳以上を予定したが、元気な方も多く利用者からまだ必要ないという声もあり、現在は以下を対象としている。
 - ・ 70 歳以上の一人暮らし世帯
 - ・ 80 歳以上の高齢者世帯
 - ・ 上記以外のうち民生委員等が必要ありと判断した方
 - ・ 障害者

(5) 独自の工夫

➤ 情報システムの導入以前から活動サービスや連携体制の基礎を確立

津野町における見守り・助け合い活動は一朝一夕に確立されたものではない。既に 20 年程前から旧東津野村では年に 1 回、福祉パトロールを行って、高齢者宅をボランティアで訪問し、粗大ごみの片付け、煙突掃除、家屋の修繕、包丁磨ぎなどの支援活動を行ってきた。

こうした長年にわたる取組の中から、平成 8 年に見守りカード(当時の名称：緊急連絡先

カード)を作ろうということになり、合併を契機に平成 18 年度、社会福祉協議会が中心となって、見守り台帳づくりに取り組んだという経緯がある。情報システムの導入以前から活動サービスや関係機関の連携体制の基礎を確立しており、長年の取組の積み重ねが背景にある。

➤ 関係機関の密接な連携

前述のように、本事業には多くの関係機関が参加して活動が展開されている。密接な関わりを持つことで、迅速な対応、個々の機関が有する情報を共有化することによる情報の有効活用、細やかなサービス提供等が行われている。

➤ 福祉・介護・医療、防災・防犯、教育など分野横断的取組

本事業は、見守り・助け合い活動がテーマとなっているが、福祉・介護など一定の分野に特化した取組ではなく、要援護者への支援という切り口で、複数の分野の支援を行うという考えが基本となっている。この結果、情報システムを活用した見守りサービスが総合的かつ効率的に提供されている。

➤ 既存のGISとのシステム連携

本システムは、津野町が運用する地理情報システム(GIS)とのデータ連携機能を有しており、航空写真や地形図へ要援護者宅や避難場所、消火栓の位置情報を分かりやすく表示することができる。

➤ ランニングコストを抑えるためパッケージソフトを使用

システムのランニングコストの負担軽減を考え、見守り・助け合い情報お知らせシステムについては既存のパッケージソフトを使用している。

(6) 事業における困難な点

- 町内での孤独死が年間 2~3 件あり、死後数日してから発見されるというケースも少なくない。こうしたことに対応するため、高齢者の健康管理支援への対応として、関係機関からの一方向ではなく、電子メールを使って高齢者からも情報を返してもらうことを考えたことがあった。しかし、高齢者にとってパソコンや携帯電話は身近でないことから、実際には断念した経緯がある。この課題に対しては、高齢者の近所の方や近くに住む親戚の方、あるいは県外の家族を連絡配信先として登録することで対応している。
- 平成 20 年度から見守り台帳の登録者に障害者を加えた。しかし、障害者の中には個人情報を出したくないという方が多く、登録者を増やすことは困難である。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 平成 21 年度からは教育分野での見守り活動を追加することを予定している。児童のスクールバスの乗り降り情報や、学校からのお知らせを保護者に伝える機能を加える予定である。
- 住民に対する本事業の一層の周知活動を行い、システムの利用促進と住民意見の反映によるシステム改善が課題と考える。関係職員の一層のシステム活用が課題である。
- 町内の一部の地域では、ADSL などブロードバンドサービスが提供されておらず、ブロードバンド基盤の整備が課題である。

(8) 評価

- 本事業は、津野町において以前から行われてきた見守り・助け合い活動へ ICT を導入することで、活動をより活発化するとともに、ICT の利点を生かして効率的かつ効果的なサービスを実現している。
- 見守り台帳の登録者数は、平成 19 年度の 400 人から平成 20 年度には 760 人へと大きく増加している。また、この間に台帳で扱う項目数も 32 項目から、98 項目へと増加しており、高い利用度が窺える。台帳への登録者の範囲も拡大されており、平成 20 年度には障害者も対象に加えられている。
- 本事業の見守り・助け合い活動に対する住民の評価は高い。住民アンケート調査の結果によると、91%の方が「期待できる」と回答している。また、システム登録者に対するアンケート結果によると、83%の方が「大変有意義である」と回答している。
- 一方、各支援機関の職員に対するアンケート結果によると、本事業への期待度について、69%の方が「期待できる」と回答している。また、見守り台帳のデータ化については、66%の方が「情報共有が円滑になった」と回答しており、55%の方が「情報検索が容易になる」と回答しており、情報共有や業務効率化に寄与している。
- 各支援機関の職員に対するアンケート結果をみると、システム導入による業務量の増加を懸念する声も多く、利用拡大を図るためにも業務効率化に資するシステム機能追加や改善が課題となっている。
- このアンケート結果から GIS 連携についてみると、「有意義」の回答が 93%となっており、システム連携の効果が検証されている。社会福祉協議会へのヒアリングにおいても、GIS で位置情報が瞬時にわかることは大きなメリットであることが評価されている。
- 社会福祉協議会へのヒアリングによると、以前は、登録者の死亡や転出などに関する情報の更新が容易でなかった。しかし、町と連携し、共同利用型のシステムとしたことで、住民基本台帳システムからこれらの情報がデータ連携するようになり、この点は大きなメリットとして評価されている。
- 平成 19 年 2 月から平成 21 年 2 月末までの間に、緊急通報システムを介して消防へ連

絡が入り、出動した件数は5件ある。また、行方不明者の検索での使用が1件あった。緊急事態が発生した場合は緊急通報装置のボタンを押下することで、自動で連絡される仕組みとなっており迅速な対応が行われている。通知があった場合、電話番号をキーとして、見守り・助け合い情報共有システムに自動ログインし、要援護者の基本情報をポップアップ表示する仕組みとなっており、家族等への連絡など、関係者による迅速な対応に役立っている。

- こうした情報について、以前は、消防から社会福祉協議会への連絡は必ずしも完全かつ迅速という状況ではないこともあったが、システム化されたことで、タイムリーかつ確実に情報伝達がなされており、関係者の連携の取れた対応を実現している点は大きな効果である。
- 緊急通報があつて、救急車で急病人等が運ばれる際は、要援護者宅の見守りカードが同時に搬送される。搬送先の地域拠点病院である黒潮病院(隣の須崎市内)から、スムーズな対応ができたという御礼の連絡があつたことがある。
- また、民生委員が畑で倒れていた要援護者を発見し、自宅の見守りカードを使って、町外に住む家族に伝え、家族は迅速に直接病院へ向かうことができたという事例も数件ある。
- 見守り・助け合い情報お知らせシステムのメール一斉配信機能は、災害発生時の消防団員の参集連絡にも活用されている。以前は、防災行政無線による伝達が主な手段で、音声十分に届かなかつたり、聞こえづらいエリアが一部あることや、団員が町外にいる場合などの連絡が課題であったが、これが解消された。消防団員以外への住民連絡においても同様のメリットがある。
- 社会福祉協議会へのヒアリングによると、組織間の縦割りのサービスになり、住民からみれば戸惑うこともあると考えられるが、見守り・助け合い活動へ ICT を導入することで、各関係機関の連携が強まり、同じ共通認識に立ってサービス向上を図れる点は大きい効果であると評価されている。
- 緊急通報システムは、緊急時のほか、相談連絡にも利用できるようになっている。この場合は、地域包括支援センターに連絡が入る仕組みとなっている。しかし、相談連絡の利用はこれまで2回にとどまっており、利用者への周知が今後の課題である。
- 地域包括支援センターの対象範囲は、要介護・要支援の認定を受けた方であり、見守り台帳登録者の中でも、緊急事態の発生するリスクの高い層である。しかし、担当者の業務量は多く、本システムの初期データ作成や随時更新の作業負荷が大きいことが課題となっている。また、本事業について、要介護者を支援する居宅介護支援事業者との連携を今後図っていくことも課題である。関係機関の連携した取組のなかで今後具体的な対応策を行うことが期待される。

2. 25 福岡県添田町

事業名「添田町子育て支援連携システムモデル構築事業」

(1) 背景

少子高齢化が顕著な過疎地域である添田町では、地域の活力の維持・向上のため、以下のような課題に直面している。

- ・ 合計特殊出生率の低下(平成 16 年度 1.23%から平成 18 年度 1.16%に低下)
- ・ 定住人口の減少(平成 12 年 12,750 人から平成 17 年 11,810 人に減少)

これらの解決を長期的な目標とし、添田町においては保護者が安全・安心に子育てができる「地域ぐるみの支援」を実現する必要がある。

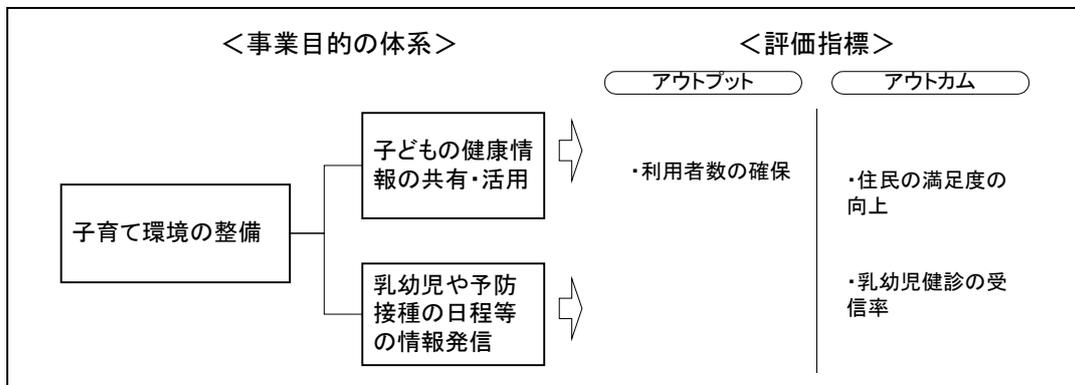
しかしながら、町が保有している子どもの健康情報などを保育園、幼稚園、保健センターなどの子育て関連事業者間で連携して活用する仕組みはなく、また地域全体として子育てを支援できるような環境は整備されていない状態である。

(2) 事業目的と概要

ICT を利用して妊婦や子育て中の家庭に対する情報発信とともに、子どもの健康情報を集積し連携して活用することにより、地域ぐるみの子育てを実現する環境を整備し、町民が安心して子育てができることを目的としている。

子育て支援に関わる各主体間で子どもの健康情報を共有できる「子育て支援連携システム(子育てねっとそえだ)」を構築した。主な利用者は保護者、子育て関連事業者、民生・児童委員や子ども 110 番の家、子育て支援ボランティアをはじめとする子育てサポーターである。

事業目的の体系と評価指標

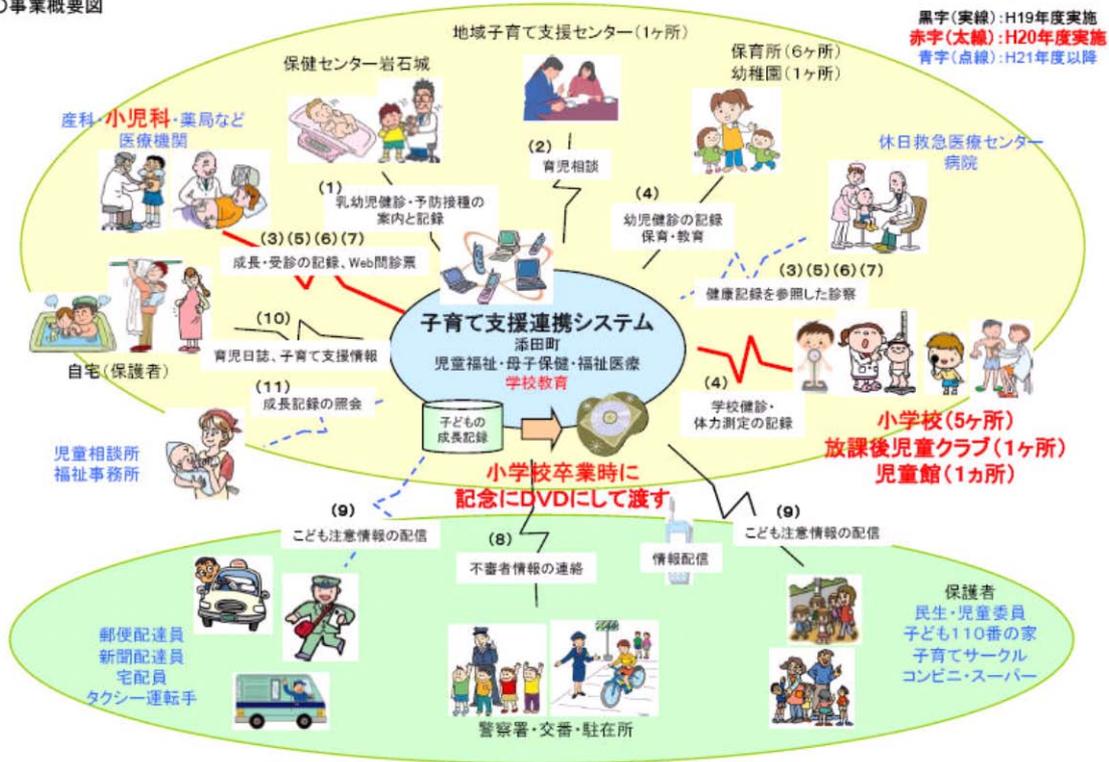


事業イメージ

総務省「地域ICT利活用モデル構築事業」
 添田町子育て支援連携システムモデル構築事業

別紙1

○事業概要図



子育て支援連携システムは以下の8つのサブシステムより構成されている。

① 母子保健連携システム(平成 19 年度構築)

妊産婦健診、乳幼児健診の個人別の情報をデータベースに登録・照会する機能である。母子健康手帳の情報管理はこの機能に含まれる。保護者のコメントの登録機能を有している。

② 児童福祉連携システム(平成 19 年度構築)

保育園・幼稚園の個人別の情報をデータベースに登録・照会する機能である。

③ 福祉医療連携システム(平成 19 年度構築)

乳幼児医療費の助成内容を個人別にデータベースに登録・照会する機能である。保護者からのコメントの登録機能を有している。

携帯電話より記録できる Web 問診票や体温の推移を印刷して受診時に医療機関にそのまま提示できる機能を有している。

④ 情報提供システム(平成 19 年度構築)

メールマガジンに似た機能であり、保護者や子育てサポーターに向けて情報を発信できる。発信元は送付先の属性を選択して発信できる。具体的な利用方法としては、乳幼児健診や予防接種の案内の発信、保育所や幼稚園・小学校から保護者宛へのメール配信などがある。

⑤ 小学校連携システム(平成 20 年度構築)

小学校で利用する個人別の健康情報をデータベースに登録・照会する機能である。

⑥ 学童保育所連携システム(平成 20 年度構築)

学童保育所で利用する個人別の健康情報をデータベースに登録・照会する機能である。

⑦ 子育てサポーター連携システム(平成 20 年度構築)

民生・児童委員や子ども 110 番の家、子育て支援サークルなど子育て支援ボランティア、自治会や婦人会、郵便配達員、新聞配達員、宅配員、タクシー運転手、コンビニやスーパーなど子育てサポーターとなりうる人との情報連携を実現するシステムである。

⑧ 医療機関連携システム(平成 21 年度構築予定)

産科や小児科、地域の医療機関や薬局で利用する個人別の健康情報をデータベースに登録・照会する機能である。

(3) ICT利活用のメリット

- 保健センターの乳幼児健診情報や予防接種の日程、保育園の幼児の身体測定情報など、様々な施設に点在している情報を集約し、保護者をはじめ各関係者が閲覧・活用できる。
- 保育園・幼稚園からの情報提供はテキストだけでなく、デジカメで撮影した幼児の写真を送信するなど、父兄にとって安心かつ親しみのもてるコミュニケーションが可能である。
- PC だけでなく携帯電話に対応することにより、場所を問わずにデータの送受信・閲覧・活用が可能となっている。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
乳幼児健診の受診率	90%以上	乳児 92.8% 1 歳半 91.8% 3 歳 75.0%	90%以上	乳児 95.7% 1 歳半 92.5% 3 歳 84.2%
住民満足度の向上	50%	77.5%	平成 19 年度と 同水準	未集計 (年度末に計測)
利用者数の確保	年間出生数の 50%	41.3% (26/63 名)	未就学児(約 500 名)の居る世帯の 60%の世帯	未就学児童数で 64.5%
	3 歳未満の乳幼 児の居る世帯の 30%の母親	児童数で 47.0% (93/198 名)	小学校 1 年生の 児童の居る世帯 の 30%の世帯	小学校 1 年生の 児童数で 30%超 (計測中)
	同 5%の父親	全母親 99 名 全父親 45 名		
子育てに携わるスタッ フ・利用登録者の利用定 着	—	—	日常的な利用 40% スタッフ 100%	未集計 (年度末に計測)

*平成 21 年 3 月 31 日時点で把握している最新状況

- 乳幼児健診の受診率は、乳児及び 1 歳半児については、平成 19 年度より目標を上回っている。3 歳児に関しては、平成 19 年度・平成 20 年度とも目標を下回る結果となったが、着実に実績は上がってきており、平成 21 年度での目標達成を目指す。
- 住民満足度においては、平成 19 年度の目標 50%に対し、77.5%と大幅に上回った。平成 20 年度においても、上回る予定である。
- 利用者数の確保については、平成 19 年度は、「年間の出生数の 50%」の目標は未達成であったが、それ以外の目標は達成した。平成 20 年度は小学校連携システムが新たに稼働したことに伴い、新たな指標（小学校 1 年生の児童の居る世帯の 30%）を追加したが、これもすでに達成している。
- 子育てに携わるスタッフ・利用登録者の利用定着についても、平成 21 年 3 月時点では未計測はであるが、目標を達成する見込みである。

(5) 独自の工夫

- メリットの分かりやすいチラシで積極的に住民へPR

当初、本事業は保護者の方に良く理解されずに登録が少なかった(当初の登録は 36 件のみ)。そこで、本事業のメリットを前面に押し出した判りやすいチラシを作成し、保育所・幼稚園経由で事業案内チラシでの配布に加え、子育て支援サークルでの説明、乳幼児健診会場での説明、保育所での送迎時に保護者の方に個別の説明を実施したところ、理解が深まり登録者が増加した。また、登録者でもメール受信のみの利用である保護者に子供のデータを実際に見せる等、PR を工夫することで、興味を示す方が見受けられ、利用が促進された。

子育てねっとそえだ チラシ



➤ 住民主体の事業運営

本事業では、「子育て支援に携わる各部署からサービスを受けるために提供する情報」のコントロール（取捨選択）は「住民（保護者）自身が行う」としている。具体的には、情報の発信を行う主体を住民自身が選択して行うことが可能である。また、登録したデータを提供する先（例えば、医療機関のみや保健センターのみ）も住民が指定でき、情報のやりとりは双方向であるが、住民主体の事業となっている。

➤ 楽しく分かりやすいシステムメニュー及び使い方小冊子で、利用者への支援を充実

システムの各メニューは、QR コードからアクセスできるなど簡易な操作性であるとともに、保護者が興味を抱くような楽しさのあるデザインを採用している。

また、新規登録者に配布される小冊子には、PC及び携帯からのログイン方法を始め各機能で出来ること・使い方が図解で紹介されており、また、FAQを掲載するなど、初心者にとって安心できる、敷居の低いシステムとする工夫を行っている。



(6) 事業における困難な点

- 保護者からは好意的に受け入れられている本システムであるが、情報をインプットする側の人々の努力で成り立っている側面もある。例として、保護者にもっとも好評なコンテンツの1つである「保育園での生活風景」画像がある。これは保育士の撮影・操作により提供している。特定の子どもの画像は個人情報管理の観点から、その子ども専用のフォルダに格納する必要があるなど、手間のかかる作業も多い。現状、保育士の努力によって成り立っている部分があり、より操作しやすい環境など、継続するための工夫は必要である。
- 保護者にとって、「わが子の情報」、「自分達が入力した情報」の公開範囲は自己責任で決定する仕組みとなっている。しかしながら、システムのセキュリティの考え方及び操作方法を意識している保護者は多くなく、意図せずに誤った操作による情報漏えいの可能性が懸念される。そうした意識の向上に対する取組も重要である。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 本システムを継続して利用するために、サーバー及びシステム保守費については、行政サービスとして添田町が母子保健事業・児童福祉事業の一環として負担することになっている。データ登録に要する作業については保育所・幼稚園等が自主的に登録す

ることとしている。乳幼児健診の結果データについては添田町では母子保健事業における母子保健システムは未導入のため本システムに直接手入力する必要があり、継続して検討が必要である。

- 他地域への展開は、添田町のような運営体制を取ることにより可能と評価できる。特に、乳幼児健診の結果管理や園児健診管理、学校健診管理を ICT システムで実施している地域は、添田町よりスムーズな導入となる可能性が高い。また、本システムは各サブシステム単位での導入も可能であり、そちらも他地域展開への敷居が低くなる要因の一つと考えている。
- 添田町において本システムが利用者からの高い評価を得ている背景には、利用者数が数百人レベルであるため、ICT を活用しながらも「相手の顔を想像しながら、相手に合わせたきめ細かなサービス提供ができる」点にあると考えられる。その点から、大都市などで同様の事業を実施する場合、いくつかの新しい課題が出てくると想定される。

(8) 評価

- 母子健康手帳・児童福祉事業・乳幼児医療費助成・学校教育事業により市町村に蓄積されている子どもの健康情報について ICT を利用して集積し、育児支援やコミュニティの構築支援や防犯に活用し、活力のあるまちづくりに寄与する取組である。
- 利用者である保護者からは「安心」、「便利」といった声以外に、「楽しい」、「無いと寂しい」といった声も聞かれた。これは、前述した、①「楽しく判りやすい画面・操作体系」や②「保育・幼稚園から幼児の生活風景画像が送られてくる」などによる効果が大きく、利用者達にとって十分生活の一部となっているように見受けられる。
- 本事業は、行政をはじめ、育児に関わる地域の多くの人々が ICT を通じて、一人一人の乳幼児及び保護者を支援できる新たな試みである。添田町のような過疎の地域において地域全体で少ない子どもを大切にし、保護者の安心・安全を担保することによって、将来的な定住率向上、出生率向上に繋げようとすることは、大きな意義があると評価できる。

2. 26 熊本県天草市

事業名「地域活性化課題解決モデル「Webの駅」天草情報タワー」

(1) 背景

天草市は平成18年に近隣の2市8町が合併し、誕生している。新市発足によりこれまで各地が抱えていた課題の問題解決を図る必要が生じた。具体的には下記4つの課題があげられる。

- ・ 広域に点在する地域ニーズへの対応
- ・ 過疎化、高齢化への対応
- ・ 地域コミュニティの活性化
- ・ 長期の地域経済の停滞、観光客の伸び悩み

さらに情報分野に関して、下記3つのニーズが生じている。

- ・ 市街地と山間部との情報格差の解消
- ・ 学校間における情報環境の格差の解消
- ・ 公共施設を接続するネットワーク環境の整備

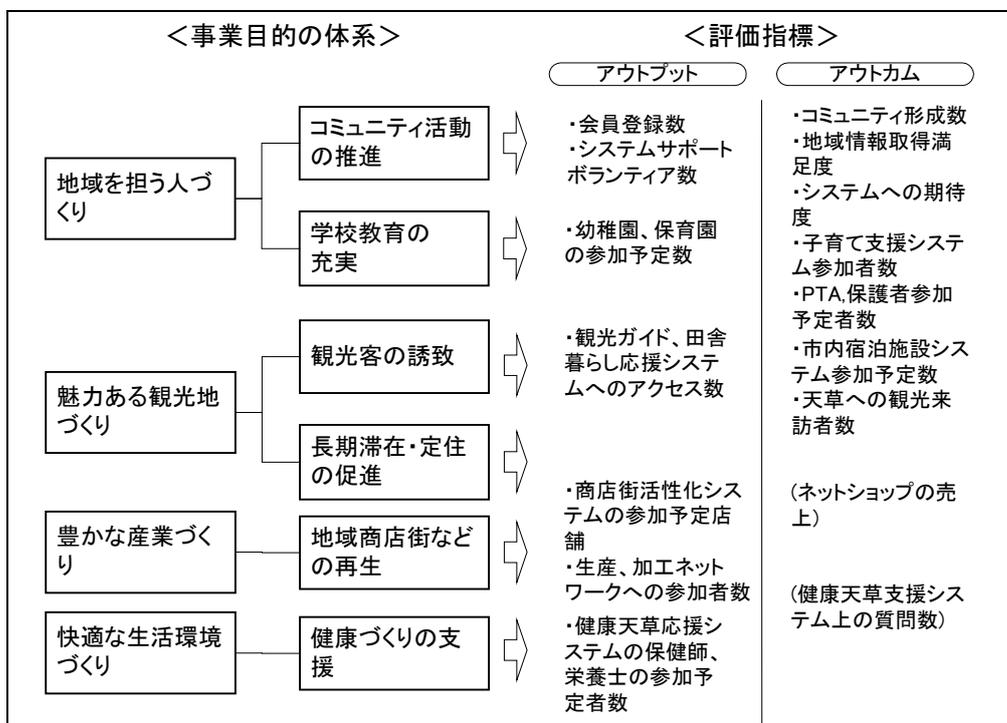
上記問題を総合的に解決するため、地域イントラネット基盤を整備して広域ネットワークを整備、さらにソフト面での課題を解決するため地域ICT利活用モデル構築事業を活用する。

(2) 事業目的と概要

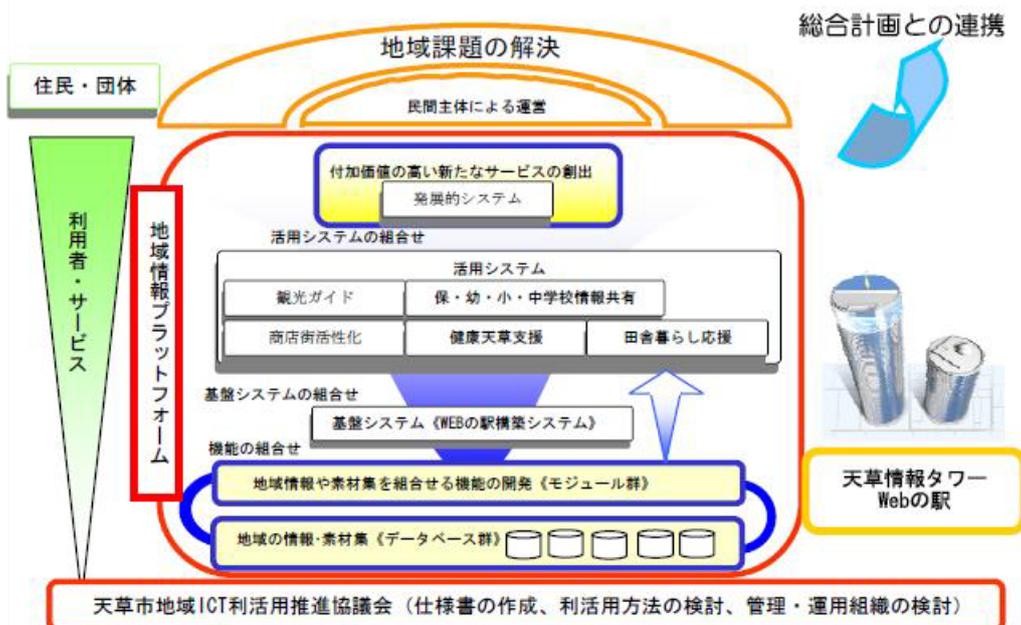
天草の玄関口として「天草Webの駅」を構築した。これは天草のイベントや観光地、宿泊、行政情報などの情報を総合的に閲覧できるものである。さらに市民が会員になり、個人や団体の活動の情報を提供することで、地域活動の活性化や新しいサービスの創出につなげることを目的とする。

「Webの駅構築システム」として、「情報提供機能、会員管理機能、コミュニケーション機能、予約機能、一斉配信機能、地図素材管理機能、検索機能」の基本機能を開発し、これらを組み合わせて観光ガイドや商店街活性化システム等、様々なサービスを構築する。

事業目的の体系と評価指標



事業イメージ図



(構築システムの概要)

観光ガイド	地図情報と組み合わせた情報発信のほか、出発地と到着地を設定してそのアクセス方法と、観光スポットや宿を案内する機能、宿泊予約等の機能を付加し、観光産業を支援する。
保・幼・小・中学校情報共有	学校教育の充実を図るため、学校間、保育者間、校区内での情報交換、情報交流を可能とし、開かれた教育環境作りや子育て対策を支援する。
商店街活性化システム	平成19年度にデジタルマップ上で仮想店舗を掲載し、以降各店舗のネットショップ機能を追加する。
健康天草支援システム	医療相談や保健師・栄養士による生活習慣病等の予防対策及び住民からの体験情報の取得や保健師・栄養士間のコミュニケーションを実現する。
田舎暮らし応援システム	都市部の人々の長期滞在や定住の誘致を促進するためのシステム。空き家情報や田舎暮らしに必要な情報を提供する。

天草 Web の駅 トップページ

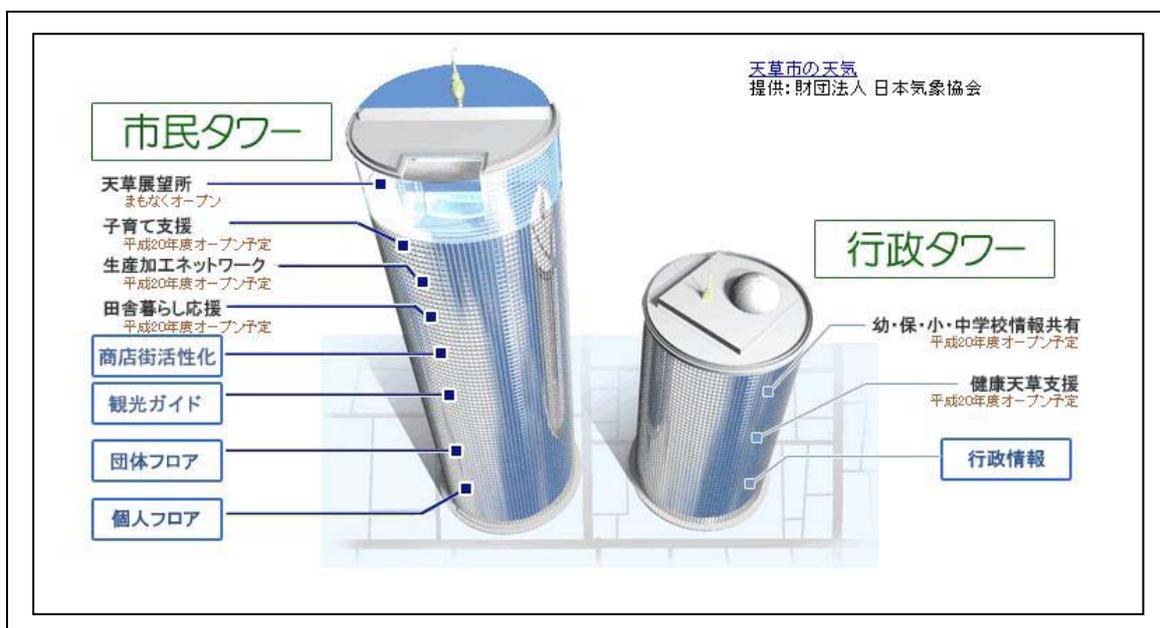


出所:天草 Web の駅 トップページ

「天草 Web の駅」をタワーに見立て、そこに入居するという設定で様々なサブシステムが構築されている。本タワーは、行政タワーと市民タワーとに分けられ、行政や学校等の

機能は行政タワーに、観光や商業、市民の活動の機能は市民タワーにシステム構築されている。

平成20年度は「保・幼・小・中学校情報共有」、「健康天草支援システム」、「田舎暮らし応援システム」等が稼働予定であったが、現時点では正式な運用には至っていない。



出所:天草 Web の駅トップページ

(3) ICT利活用のメリット

- 「Web の駅構築システム」は基本機能を活用することでコストをかけずに多機能なホームページやコミュニティの形成が可能となる。また、システム連携方法を標準化していることから、既存のホームページの連携インターフェースに関する部分のみの改修で Web サービスの追加が実現できる。
- 会員登録制を取っていることから、管理者側が会員情報の収集が可能である。「Web の駅」に訪問した、観光客や天草に興味のある人の会員化を促進し、天草から外部へのビジネス展開検討の基礎資料となる顧客情報の収集を図る。

(4) 目標と実績

指標	平成19年度	平成19年度	平成20年度	平成20年度
	目標	実績	目標	実績
会員登録数	1万人	400人	14,000人	約600人
システムへの期待度 (アンケート結果)	50%	50%	50%	50%
観光情報サイトへのアクセス	—	—	4,500人/月	—

ス数				
市内宿泊施設のシステム参加予定数	—	—	200 施設	—
商店街活性化システム変参加予定店舗数	—	—	700 店舗	—
幼稚園・保育園の参加予定者	—	—	1,000 人	—
保健師・栄養士の参加予定者数	—	—	100 人	—
システムのサポートボランティア数	—	—	15 人	—

① 会員登録数について

平成 20 年度の会員登録数は、約 600 名で目標値 14,000 人を大きく下回っている。しかし天草市の人口が約 10 万人であることを考えると、当初の目標設定が高すぎたと天草市も認識している。しかも会員になるメリットは天草市民に限り無料でホームページが作成できることに限られており、会員をひきつける魅力が弱いいため、会員登録数が伸び悩んでいる。

地区振興会、企業、任意団体等の団体の登録は 170 で、この構成員を含めると会員数は 11,800 人（平成 21 年 2 月時点）となるが、それでも平成 20 年度の目標数 14,000 人には達していない。

② システムへの期待度について

平成 20 年 10 月に利用者を対象にアンケートを実施した。「Web の駅」の「使いやすさ」と「情報提供機能」について 4 段階で評価するもので、83 名より回答を得ている。「非常に気に入った」、「まあ気に入った」合計の割合が、「使いやすさ」で 53.2%、「情報提供機能」で 32.7%となっている。

③ その他

平成 20 年度稼働予定の「観光ガイドシステム」、「保・幼・小・中学校情報提供システム」、「商店街活性化システム」、「健康天草支援システム」に関する目標値である。これらのシステムの多くは現時点で正式な稼働がなされていない。

「観光ガイドシステム」、「商店街活性化システム」は平成 19 年度に稼働開始しているが、中心機能となる宿泊予約システム、ネットショップの稼働がまだ開始されていない。システム構築を平成 20 年度中に実施し、委員会での動作確認を平成 21 年 3 月に行っているが、「天草 Web の駅」上の稼働にはいたっていない。

また「保・幼・小・中学校情報提供システム」、「健康天草支援システム」については、学校側や保健師、栄養士等の意見によりシステムの仕様を調整する必要が生じており、正式な稼働には至っていない。

(5) 独自の工夫

➤ 「天草ブランド」としての展開

現在は天草市単体で事業を展開しているが、上天草市や天草郡苓北町まで含めた「天草」地域全体を活動範囲としている団体もある。また観光客も天草市というより天草地域を目的に訪れている。そのため天草市を包含した広域的な「天草エリア」としての展開が効果的であると考えられる。「天草ブランド」を周辺市と協力しながら盛り立てていくことで、より積極的な PR ができると考えられ、共同展開の可能性を周辺地域に探っている。

(6) 事業における困難な点

- 行政側では「天草 Web の駅」により観光情報や市内の物産を県外に周知し、天草の特産品の他地域への販売や観光客の増加を目指している。市内在住の会員が地域の情報を発信し、情報の受け手は県外という構想である。しかし、実際の会員は自分たちの活動を市内、あるいは天草出身者に伝えたい意向があり、想定する閲覧者や「天草 Web の駅」の機能に対する認識にギャップが生じている。
- 事業終了後には外部に運営を委譲する予定であるため、事業運営者として市役所がイニシアチブを取る体制が取られていない。さらに次期の事業運営者が決まっていないために、積極的にシステム運営上の決定に関わる人材が不在である。
- 利用者からは、「天草 Web の駅」について、本事業における意思決定の遅さが指摘されている。委員会での決定事項を業者に依頼する必要があるため、非常に進行が遅い。月 1 回の委員会が出た案を翌月に見せ、そこでさらに変更があると 3 ヶ月以上かかってしまう。運営上の決定の遅れが生じており、様々なシステムの稼働が遅れる一因となっている。平成 20 年度は作業部会を設置してスピードアップを図ったものの、作業部会の開催も月 1 回程度であり、スピードアップの効果は得られなかった。

(7) 今後の見通しと他地域への展開

- 事業終了後は民間委譲する意向である。そのためには、「Web の駅」のシステムをビジネスモデルとして確立する必要がある。現時点での収益確保の手段としてショッピングサイトによる手数料収入やバナー広告等が考えられているが、行政が主体となり収益化を目指すことは、周囲の理解が得られにくいいため、収益を得る仕組みを構築できていない。
- 「天草 Web の駅」のうち「健康天草支援システム」、「保・幼・小・中学校情報提供」は、天草市が提供すべき行政サービスであり、天草市がコストを負担する意向である。

(8) 評価

- 須子地区振興会サイトでは、地域のイベント情報を積極的に発信しており、地区で開催するイベントに多くの来場者があった。また保育園で実施する入園前の親子向けのイベントは情報発信により多くの参加者が得られる等、地域のイベントや活動の活性化に寄与している。
- 「天草 Web の駅」でホームページを無料で開設できると知り、これまでインターネットを利用したことのない人が、自宅のネット環境を整備し、個人のホームページを立ち上げた事例があり、住民の IT 化推進のきっかけとなっている。
- 個人のホームページ、団体のホームページともにカテゴリ分けなどの整理がなされていないため、閲覧者が興味のある情報を探すことが難しい状況となっている。
- ホームページ上の各素材の容量の上限は 200kb と小さい。またサイト作成の自由度が低く使い勝手が悪いとの利用者の意見もある。サーバー上の設定では、容量を拡大しているものの利用者には伝わっていないなど、十分に利用者に周知されていない。
- トップページに新着情報が表示される仕組みになっているが、「〇〇即売会」等、天草とはまったく関係ない情報が連続して表示されることがある。こうした業者の「荒らし」への対応が必要である。会員 ID を削除する等で対処しているが、担当者が個別に判断している状況であり、運用指針を整備する必要がある。
- 「天草 Web の駅」は、天草の情報がすべて得られるサイトを目指し、サイト内で写真や動画を共有化し、会員が様々な形で情報を提供できる仕組みをとっている。共有素材は、個人情報保護や著作権の観点から素材を除外する等の対応が必要になる。しかし基準が明確に定まっておらず、担当者がそれぞれに判断しており、早急に基準を設定する必要がある。
- 現状では「天草 Web の駅」のコンテンツの大半が閲覧できない。その一因としてシステム開発の進捗の遅れがあげられるが、全体的な事業の進め方を見直す必要がある。

2. 27 鹿児島県奄美市

事業名「奄美の健康な暮らしに根差したビジネスモデル構築事業」

(1) 背景

奄美市は、産業振興に繋がる地域の固有資産を多く有している。しかしながら、それらは域内のみに埋没しており、奄美市としては「地域固有資産の科学的根拠の定量評価ができていないこと」、「事業家のアイデアを評価してくれる奄美内外の組織がないこと」、「奄美や新たな事業の魅力を島外の人々に伝えるきっかけや手段が少ないこと」の三点が原因であると考えている。

これらの課題に対して、離島の距離的な不利性を克服し、むしろ奄美大島の地理的特性を生かした地域の魅力を情報発信するため、本事業を行った。

① 地域固有資産の科学的根拠の定量評価

癒しに効果的な森林や緑、心身の鍛錬に効果的な海洋性気候など、地域の気象や風土に根ざした資産はあるものの、他地域との比較優位性があり、かつ息の長い事業を構築するには、地域の風土や生活様式に基づく科学的根拠と定量的な評価を前提としたビジネスモデルが必要である。

② 事業化のアイデアを評価してくれる奄美内外の組織

人々の起業や商品化へのアドバイスや奄美を応援したいというファンからの率直な評価を、アイデアレベルの段階から取り込むことの出来る仕組みが必要である。

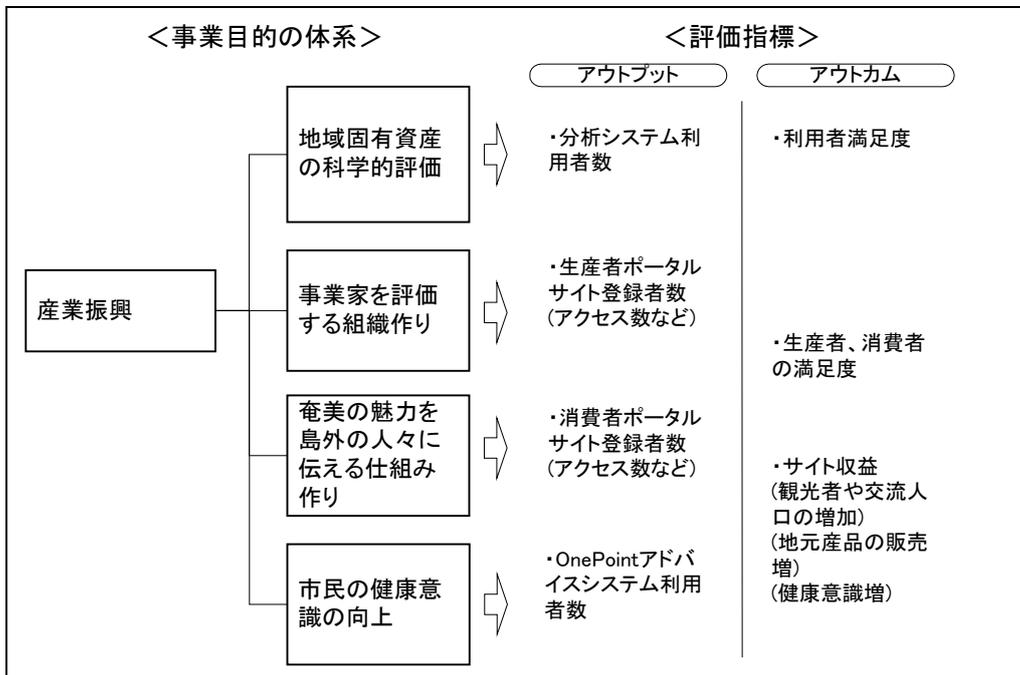
③ 奄美や新たな事業の魅力を島外の人々に伝えるきっかけや手段

地理的不利条件を踏まえると実際に奄美を来訪して、その魅力を体感してもらうには限界があり、人々の中にある共通の欲求や興味を入口として商品やサービスを紹介する PR 方法が必要である。

(2) 事業目的と概要

消費者・生産者が利用するポータルサイトを設立し、地域資源を活かした新しいアイデアに基づいた商品に対する科学的な評価及びその商品が持つ付加価値をユーザーに周知するとともに、対象購買層のターゲティング等に関するサポートシステム、健康や美味しく安全なものへのニーズを開発商品購入に結びつけるためのシステムを構築し、奄美内外の住民に奄美が持つ地域資産の価値を伝えることにより、産業振興を図る。

事業目的の体系と評価指標



① 健康分析システムの構築(平成 20 年 2 月～システム稼働)

奄美の気象特性に根ざした風土・生活様式と疾病・生体機能に関するデータをもとに、健康の秘訣を科学的に評価する分析システムを構築した。関連して、統合ポータルサイト「奄美生活」のメニューとして、「健康図書館」、「奄美健康天気予報」を作成した。

② 生産者と消費者を結ぶポータルサイトの構築(平成 20 年 2 月～システム稼働)

奄美市民・事業者のアイデアの商品化に向けた評価やサポートを行う、生産者と消費者を結ぶポータルサイトを構築した。関連して、「奄美生活」のメニューとして、消費者ニーズを事業に結びつけるために、消費者からの要望の吸い上げ新商品の発掘を行う「あまっちゃんぐ」と、商品開発や事業所のストーリーを紹介する「しまんちゅ Mosaic」を作成した。

③ 消費者向けポータルサイトの構築(平成 20 年 2 月～システム稼働)

健康生活の欲求や美味しい物への興味といった、誰もが抱く価値観を開発商品群の購入に繋げる消費者ポータルサイトを構築した。関連して「奄美生活」のメニューとして、「癒しと鍛錬のツアー」「健康レシピ(+食材集)」を作成した。

④ OnePointアドバイスシステムの構築(平成 21 年 2 月～システム稼働)

市民の健康意識を高め、生活スタイルの改善により予防医療を進めることを目的として、

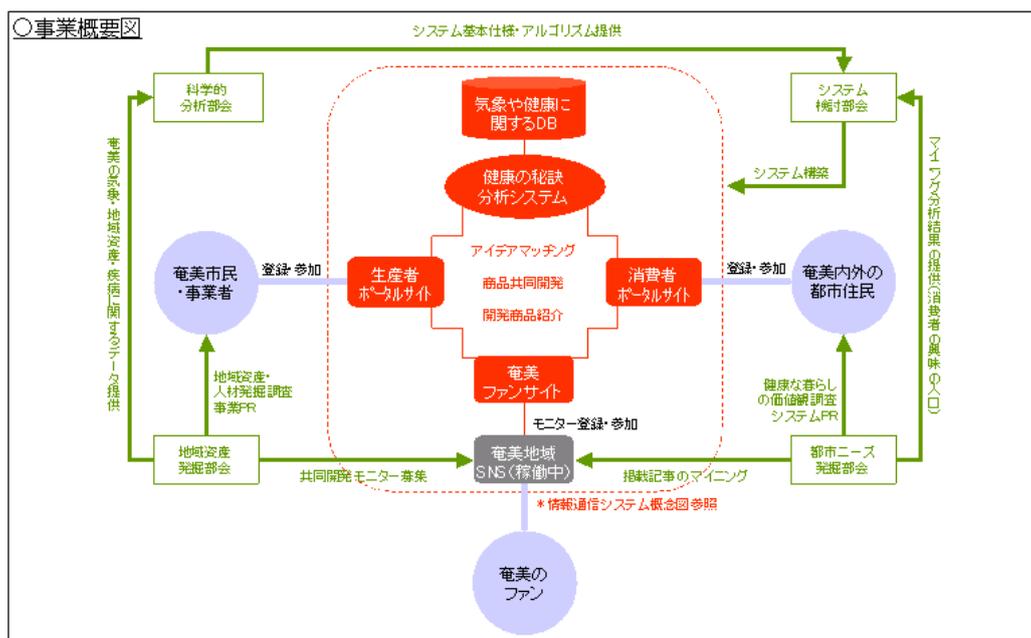
携帯電話等の情報端末に健康に関するアドバイス情報を配信するサービスを構築した。

これは、健康分析システムの検討を進めるうえで、奄美市民が必ずしも健康・長寿であるとは言えないことが明らかになり、平成20年度継続事業として機能拡張したものである。

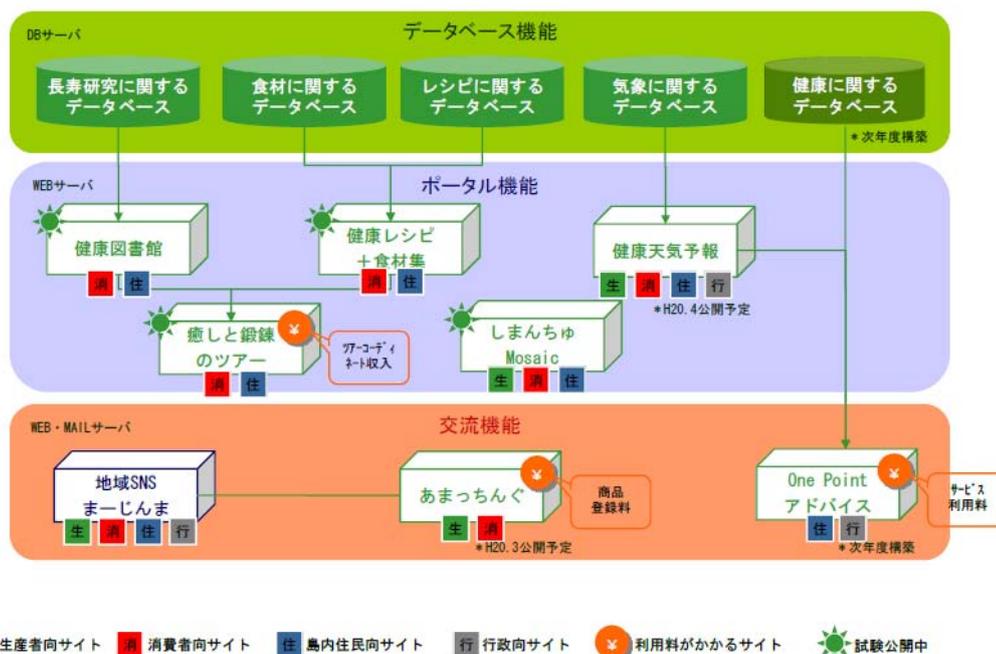
事業概要図

奄美の健康な暮らしに根ざしたビジネスモデル構築事業（奄美市）

別紙1



システム(ポータルサイト)概念図



(3) ICT利活用のメリット

① 健康分析システムの構築

対象地域の食文化や生活様式等の地域資産が、生気象学に基づく特性上、いかに他地域と比較して優位性があるか、また疾病や生体機能の向上に効果があるかを科学的に分析できることにある。特に全国と比較して長寿人口の比率が高い奄美において、食文化や生活様式と健康との因果関係に着目した分析は、地域の独自性を最大限に活かした地域振興を行うためには欠かせない視点である。

② 生産者と消費者を結ぶポータルサイトの構築

ポータルサイトへの登録状況やアクセス状況から、市民・事業者からのアイディアの科学的な評価結果に基づくランキングや認定、奄美を応援するファンによるモニター評価が可能となる。また、事業化に向けた各種手続きや人材の手配、ファンからのアイディアを共同開発により商品化することが可能となり、奄美のファンがサイト上で意見交換を行うことができる。

③ 消費者向けポータルサイトの構築

海洋性気候、長寿の島、海・山・食材など奄美の豊富な資源を最大限活用したツアーをサイト上で視覚的に紹介できる。

また、医療機関との連携によりツアーの始まる前と後にメディカルチェックを行い、ツアー実施による健康状態の変化を検証できること、及びツアー終了後に調査結果をもとにした健康生活のためのアドバイスレポートを作成・配信できる。

④ OnePointアドバイスシステムの構築

亜熱帯気候に位置する奄美大島の気象変化と体調変化の因果関係に着目し、気候の移り変わりに対応した生活スタイル、食生活、健康への配慮事項等のアドバイスを、携帯電話等の情報端末に配信できる。

市民の健康状態を一元管理する健康管理システムを構築することにより、OnePointアドバイスサービスにおける情報のやりとりだけでなく、日常的な健康診断結果等のデータベースを共有し、自宅、係り付けの病院、薬局、救急搬送先等でインターネットが繋がる環境であれば、いつでもどこでも同様の情報を共有可能となる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度 目標	平成 19 年度 実績	平成 20 年度 目標	平成 20 年度 実績*
分析システム利用者数	10 名	0 件	10 名	30 名
生産者ポータルサイト 登録者数	50 名	10 名	80 名	20 名
消費者ポータルサイト 登録者数	50 名	20 名	100 名	70 名
登録料、マージン、広告 収入等	—	—	60 万円以上	未実施
生産者,消費者ポータルサ イト登録者からの調査等 を踏まえての利用者満足 度	60%以上	未調査	60%以上	平成 21 年 3 月中 に実施予定。

*平成 21 年 3 月 11 日時点で把握している最新状況

- 健康分析システムの利用者数は、平成 20 年度事業から行った One Point アドバイスシステムの登録者数である。主として市職員に協力を仰いでおり、今後も増加させたいと考えている。
- ポータルシステムは統合されたものになっているため、サイトごとのユーザー数はない。したがって、生産者サイトと消費者サイトの登録者数は、ポータルシステムに登録されたユーザーの属性から割り出しているものである。
- 登録料、手数料、広告料などを収入として考えていたが、現時点では具体的な計画は立っていない。

(5) 独自の工夫

➤ 更新ユーザーと一般ユーザーの両方が使えるサイト

統合ポータルサイト「奄美生活」は、会員登録した更新ユーザーと会員登録していない一般ユーザーがともに利用できるサイトとして構築している。これにより、一般ユーザーとしての奄美ファンが、サイトの大部分を参照しやすくなっている。また、サイト上の会員登録機能を使用することにより「あまっちゃんぐ」や「健康図書館」などの会員向けサービスを受けることができる。



➤ 生産者と消費者の協力により、地域産品をより効果的にアピール

生産者と消費者を結ぶサイト「あまっちゃんぐ」は、消費者と生産者がサイト上で奄美の特色を出した商品企画を行うものである。消費者側からのリクエストの投稿や生産者側からの提案・他のユーザーとディスカッションが行える「リクエスト掲示板」と、商品化された奄美ブランドを閲覧し、生産者へ購入申込ができるコンテンツである。



この機能により、地域産品を消費者の目線で付加価値を上げてアピールすることができる。

➤ 地元NPO法人や地域SNS会員との協力体制の指向

地元企業の新規事業展開支援を行っている NPO 法人「あまみ WAVE コンソーシアム」や、既存の地域 SNS である「まーじんま」会員といった、既存の団体・会員の協力体制を指向している。現時点ではポータルサイトの運営を NPO 法人が実施しており、今後は地域 SNS 会員の協力を受けて、サイトの活性化を図りたいと考えている。これにより、将来に向けた自律化や市民の協力などの、奄美市が推進している「市民との協働のまちづくり」の構築に寄与している。

(6) 事業における困難な点

- 年に数回の協議会の開催だけでは地域住民の本音を汲みとることが難しいことが明らかになった。これは、協議会のメンバーは奄美市役所や協力団体であり、地域住民はゲストとして出席していることにより、深掘した意見を聞きだしにくい状況にあったと考えられている。
- 生気象学についてのデータ不足により、健康分析システムで必要となる健康と気象条件に関する相関関係を導き出せなかった。これは生気象学が先進的な学問であるため、科学的な根拠となる情報が不足していることが、プロジェクトを推進している中で判明したことによるものである。
- ポータルサイトの更新ユーザーの獲得が、目標に到達していない。また、ポータルサイトの活性化が出来ていない。これは、ユーザー登録について、奄美市として積極的なアピール活動は行っていなかったことと、ユーザー登録している生産者が ICT を使ったメリットに実感がわからないことによるものと考えている。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 当面の課題は、更新ユーザー数の獲得とポータルサイトの掲載記事の増加であると考えられている。今後は、特に生産者向けの説明会を奄美市で実施し、理解を図っていきたいと考えている。また、OnePoint アドバイスシステムのユーザー数の増加のためには、市職員の協力により事例を増やしていくことを考えている。
- 自律化のための収益の確保については、ツアーの広告や地域製品の販売マージンを考えているが、奄美市として行っている事業が、地元企業が独自に行っている事業の圧迫にならないよう議論を行っている段階である。

(8) 評価

- プロジェクトの推進には、協議会による判断が必要である。しかしながら、具体的なコンテンツの作成や運営方法の検討に当たっては、実際に活動を行う地域住民の本音も必要である。NPO 法人や地域 SNS のパワーユーザーなどの協力も得て、現場に密着した対応も併せて必要であると考えられる。
- ICT を利活用して地域製品の販売を行うことは、一般の生産者にはメリットやイメージがわからないものであり、それに対して時間や労力を費やすことが難しい場合がある。たとえば、実際にポータルサイトで自ら生産したものを販売したことがあるユーザーを説明会のゲストとして参加願うなど、利用者の目線を活用した地域展開も有効であると考えられる。
- ポータルサイトのアクセス数は保持しているが、サイト別の分析などは行われていない。また、サイトのユーザー数は把握されているが、「しまんちゅ Mosaic」の登録者が

4名であることや、「あまっちんぐ」の掲載件数が2件であることなど、サイトとして活発に利用されているとはいえない状況である。これらの情報も評価指標のひとつとして挙げ、協議会等で共有する事により、より具体的な目標達成につながる事が考えられる。

2. 28 沖縄県伊江村

事業名「“情報・人・産業”が織りなす癒しと安心の民泊交流モデル事業」

(1) 背景

伊江村の地域課題として、「少子高齢化を背景とした過疎化問題」、「働き盛りの若年層(15歳以上 30歳未満)の県内トップ失業率の解決」、「高齢者(老夫婦世帯・一人暮らし老人世帯)の安否確認などの福祉拡充」の三点がある。

① 少子高齢化を背景とした過疎化問題

過疎地域特有の少子高齢化については、伊江村でも例外ではなく、2000年代に入って、高齢化率が急速に上昇している。

② 働き盛りの若年層(15歳以上 30歳未満)の県内トップ失業率の解決

公共事業により、豊かさをもたらしてきた伊江村は、1990年代後半から、公共事業が減少に転じ、伊江村では、年を追うごとに失業する者や出稼ぎで島を出て行く者が相次ぎ、完全失業率が県内トップクラスとなった。都道府県別では沖縄県がトップとなっていることから、その中でも失業率が高いことに、大きな危機感がある。

③ 高齢者(老夫婦世帯・一人暮らし老人世帯)の安否確認などの福祉拡充

老夫婦世帯や一人暮らし高齢者が増加しているため、福祉の拡充も大きな課題である。(平成18年10月1日現在一人暮らしの高齢者数は308人となっている。)

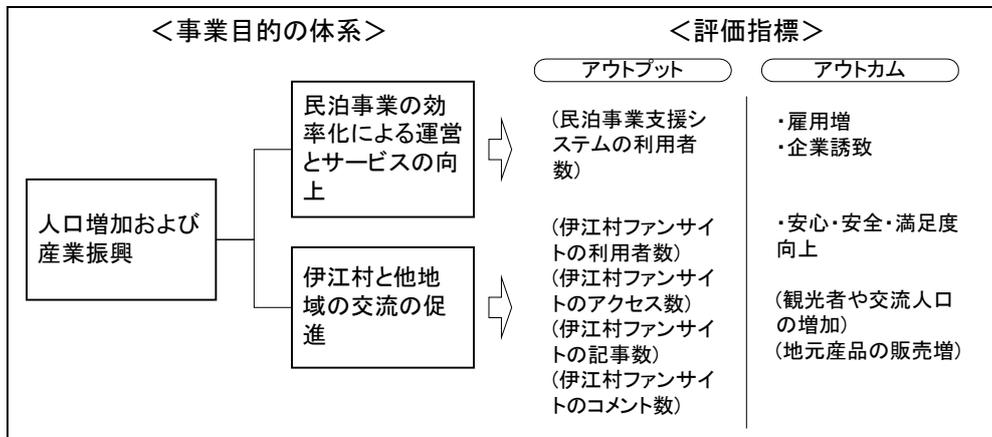
(2) 事業目的と概要

平成15年度から伊江村観光協会が修学旅行生を対象に取り組んでいる短期滞在型民泊事業(以下「民泊事業」)が脚光を浴び、平成18年度地域づくり総務大臣賞を受賞するなど、伊江村にも明るい兆しが見え始めている。

この民泊事業を活用し、地域 ICT モデル事業として、民泊事業支援システムや伊江村コミュニティプラットフォーム及びそれらをつなぐオンラインシステムの構築を行う。

これにより、修学旅行生と伊江村がネットワークで繋がることから、電子商取引サイト(ECサイト)での地域産品の購入による経済効果やIターンによる人口増を期待している。

事業目的の体系と評価指標



① 基幹業務系システムの構築（平成 20 年 3 月～試験運用開始）

平成 19 年度、民泊事業を利用する修学旅行生の予約数は、2 万人を超えているが、観光協会の管理体制は、紙ベースとなっており、電子化されていなかった。そこで、民泊事業支援システムを構築し、予約管理や実績管理等を行い、スムーズな運用とサービス向上を図った。

② 情報系システムの構築（平成 20 年 3 月～試験運用開始、平成 20 年 9 月～本格稼働）

伊江村コミュニティプラットフォームとして地域 SNS である「いめんしより」を構築した。加入対象は、伊江村に訪れる修学旅行生を期待し、受入民家を中心としたコミュニティを形成する。これにより、伊江村と他地域との交流の輪を広げると共に、伊江村への I ターンや J ターンの可能性の拡大を図ろうとした。

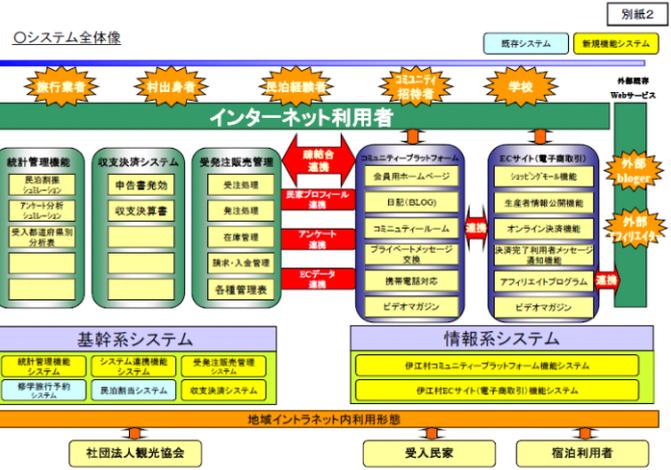
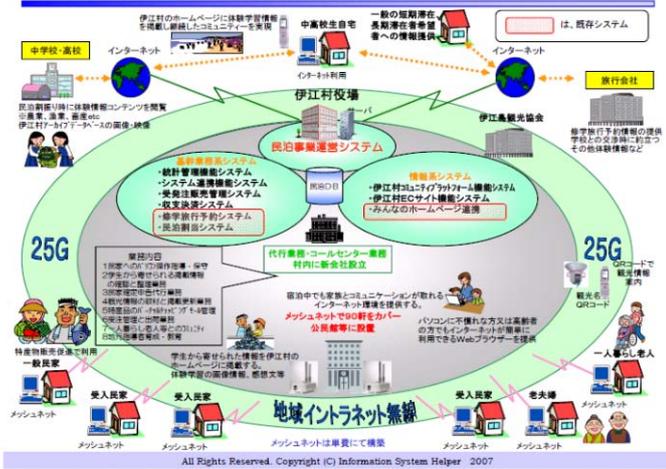
③ 観光協会－民泊民家オンラインシステムの構築(平成 20 年 3 月～実証実験開始)

基幹業務系システムと情報系システムを結んだ連携システムにより、業務の効率化を図るほか、受入民家や修学旅行生の安心安全を確保したサービスを提供する。また、既存システムである地域イントラネット回線を活用し、VPN を構築した上で、受入民家とのオンライン接続を実証実験として行った。

④ 地域ICT意向調査(平成 20 年 3 月～アンケート分析実施)

現状の民泊事業について、修学旅行生やその家族又は先生、さらには受入民家に対し、不満な点や改良すべき点、継続してほしい点など、意向調査を実施した。また、この結果を集計・分析し、基幹業務系及び情報系のシステムに反映させた。

3. 情報通信システム概念図(伊江村地域ICT利活用モデル) 別紙 1



(3) ICT利活用のメリット

① 基幹業務系システムの構築

- 民泊事業は、現在は紙ベースで管理しているが、年々予約数が増加しているため、民泊事業に係る予約、受入、収支、分析を一貫して行うシステムを構築することで、サービス低下を防ぐことが可能となる。
- 地域イントラネット回線を経由して、観光協会と受入民家とをオンライン接続できる。

② 情報系システムの構築

- 伊江村コミュニティプラットフォームとして、地域 SNS である「いめんしより」を構築することにより、伊江村と他地域、伊江村を訪れた修学旅行生と受入民家間の交流が可能となる。
- 観光情報と共に地域特産品の販売サイトを構築することにより、地域特産品の需要増を図ることができる。

(4) 目標と実績

指標	平成 19 年度	平成 19 年度	平成 20 年度	平成 20 年度
	目標	実績	目標	実績*
雇用増	3 名	4 名	7 名(累計)	7 名(累計)
企業誘致	1 社	1 社	—	—
安心・安全・満足度向上	—	—	70%確保	70%確保
地域支援センター登録者数	—	—	50 名	130 名
地域支援センター設立	—	—	1ヶ所	1ヶ所

*平成 21 年 3 月 17 日時点で把握している最新状況

- システムの管理や伊江村コミュニティプラットフォームの運営などを行う ICT 企業「イーコム」(株式会社アール・イー・アイ:伊江島情報通信事業所の通称)が誘致され、7名の若者を雇用した。「イーコム」は地域支援センターの運営も行っている。
- 安心・安全・満足度向上については、民泊受入民家や SNS アンケート調査を実施し、目標としていた 70%を確保した。なお、民泊事業についてのアンケート調査も実施しており、参加した修学旅行生や学校等から、島内観光や民泊について高い評価を得ている。
- 地域支援センターの登録者数は、SNS のユーザーと合わせて 130 名である。活動内容は、地域支援センターが行う SNS や EC サイトの管理、高齢者の支援などである。
- 民泊事業支援システムの利用者数は、直接の利用者は伊江村観光協会であるが、間接的には受入民家である 155 世帯が利用している。特に観光協会の事務作業は 1/10 程度に削減された。
- 伊江村コミュニティプラットフォームのユーザー数は、当初は修学旅行者の半数の 1 万人を期待していたが、全国的に未成年者の SNS 等への登録を規制する方向になっていることもあり、130 名になっている。
- 伊江村コミュニティプラットフォームのアクセス数は把握・分析されていないが、記事数は累計で 2,401 件となっている。

(5) 独自の工夫

- 観光協会・村内誘致のICT事業所・受入民家を繋いだ統合型民泊事業支援システム
民泊事業の依頼・仮予約に基づく割振シミュレーションから受発注・入金処理、税務申告書の作成までを一元的に管理する、統合型のシステムとして、業務の効率化を図った。ただし、受入民家とのネットワーク接続は、受入民家から個人情報データ漏洩リスクについて不安があるとの意見があった事から、受入民家に提供するデータの絞り込みを行い、紙ベースでの運用も合わせて行った。

<民泊事業支援システム機能一覧>

統計管理	民泊割振シミュレーション、 アンケート分析シミュレーション、 受入都道府県別分析表
受発注販売管理	受注処理、発注処理、在庫管理、 請求・入金管理、各種管理表
収支決済	税務申告書発行、収支決算書

➤ 親しみやすいトップページ

伊江村コミュニティプラットフォームである地域 SNS「いめんしより」のトップページには、修学旅行生をイメージした子供たちの写真を掲載することで、親しみやすさをアピールしている。



➤ 統合地域支援センターの設置

ネットワーク上の活動とリアルな活動をつなぎ合わせるための、統合地域支援センターを設置し、地域 SNS の運営・管理、EC サイトの運営・管理、PC 操作講習などを実施している。今後は民泊事業に係るバックオフィス業務や高齢者支援システムの運営の一環として民生委員や保健師との連携などを実施する。

(6) 事業における困難な点

- 「いめんしより」のユーザーとして、修学旅行者である小中高校生を期待していた。しかしながら、インターネットの利用により未成年者が犯罪に巻き込まれるケースが増えているとして、全国的に未成年者の SNS 等への登録を規制する方向になっているため、児童生徒を対象ユーザーとして獲得することが困難であることが判明した。このため、対象ユーザーを修学旅行者の保護者として方向転換し取り組むことを考えている。

(7) 今後の見通しと課題、他地域への展開

- 伊江村コミュニティプラットフォームである地域 SNS のユーザーの獲得が課題である。修学旅行者の保護者を対象ユーザーとするほか、地域住民にもアナウンスを行い、ユーザー数を増やす必要がある。また、全国各地の伊江島郷友会にも呼びかけを行い、交流の活性化を行うとしている。
- 一方、地域 SNS の管理も重要である。地域支援センターを中心に、観光協会等と連携して、サイトを盛り上げていく必要がある。また、PC 操作講習等を実施し、地域ユーザーの活性化を図っていく計画である。

- 事業の自律化は地域支援センターがシステムを運営する予定であり、年間維持管理経費として約 2 百万円を見込んでいるが、収入の具体的な手段は確定しておらず、目処は立っていない。伊江村コミュニティプラットフォームと地域 EC サイトとの連携による広告収入や、高齢者支援システムの利用料などを計画しており、具体化と事業化が必要である。

(8) 評価

- 伊江村の民泊事業は、毎年 2 万名の修学旅行者を受け入れている。村全体が一体となった事業であり、この事業を継続し効率化していくための民泊事業支援システムは、事務作業の効率化ができたことから有効なものであったと評価できる。ヒアリングでは、多少の改善も必要と感じているという意見もあったことから、定期的な改善を全体最適の目線から実施していくことが望ましい。
- 受入民家とのネットワークシステムについては、セキュリティ面から紙での運用も併せて行っているが、更なる効率化のためには、個人情報にアクセスできるユーザーを制限することや、データを受入民家の PC に保存しないような設計をすることにより、対応の可能性もある。伊江村として推進している「無線アイランド構想」のも活用して、より効率的で安全なネットワークシステムの利用が期待される。
- 地域 SNS である「いめんしょり」は、現時点ではユーザー数が非常に少ないことが課題である。ICT の利活用により伊江村に来たことがある人が、伊江村から離れた後も、繋がっていくことで、民泊事業の活性化だけでなく、地域特産品の販売増による経済的な効果も考えられる。地域支援センターを核にして地域のコアユーザーを増やした上で、修学旅行生の父兄などの他地域のユーザーの獲得・コミュニティなど記事の活性化・EC サイトとの連携が出来るように、現状のアクセス数等サイトの利用状況の分析を継続的に実施し、SNS サイトが盛り上がるように活動していくことが必要である。

第3章 調査の統括

平成 19 年度から開始された本事業は、途中年度のため、事業の最終効果検証は行わず、現時点での効果検証及び、目標に対する設定指標などについての考察を行う。

3. 1 設定指標、設定目標の妥当性

自治体が設定した設定目標は、それ自体が既に達成困難であると思われる目標がいくつか見られる。例えば、人口 10 万人の都市で、事業への参加者目標数が 14,000 人の場合、ユーザーの年齢層を考慮せず算出しても、住民の 1/10 以上が参加しなければ、目標を達成することはできない。参加率に関しては、地域の ICT インフラの整備状況や、パソコンの普及率、住民の IT リテラシーなど、他の要因が影響してくる。

逆に、実績数が目標数を大幅に上回っているケースも見られる。この場合、事業が効率的に運営されているため目標を達成できているのか、あるいは、元々設定された数値が実態に対して低すぎたため目標を達成できているのかを判別する必要がある。

当事業において、数値目標を設定する場合には、あわせて、その設定数値が妥当であるかどうか、設定根拠を明確にする必要がある。

一方、山梨県中央市の事業で採用されている、「客観的健康度の向上」及び「主観的健康度の向上」は、有効な観点を持った指標であると評価できる。中央市では、健康改善に関する事業に取り組んでいるが、この二つの指標は、参加者の健康改善度を測定する上で、非常に適切な設定指標である。「客観的健康度の向上」は、実際に参加者の血圧やコレステロール値の数値上で改善が見られたかどうかを示している。一方、「主観的健康度」は、参加者が自分自身の健康度をどう感じているかということを示しており、「主観的健康度の向上」は、「自分の健康状態は良くなったと感じている」ということを示している。健康改善という取組に対し、「参加者の意識」、すなわちアウトカムを指標として取り入れていることは、非常に評価できる。

しかしながら、効果検証する上で必要な指標が欠けている例も見られる。例えば、東京都世田谷区の事業の場合、活動量を把握できる「ポイントの交換」については考慮されていない。同事業では、ボランティア活動によりポイントが付与され、そのポイントを区内の施設利用時に活用できるが、現時点では、ポイントはあまり利用されていない。「ボランティア活動の促進～ボランティアの実施～ポイント利用」までを事業の一環として見なすならば、ポイントの交換頻度・人数等も評価指標として取り入れる必要がある。

当事業が効果的に運用されているかを適切に評価することができる指標を設定する必要がある。

3. 2 各事業における効果

全 28 地域における事業における、主な効果を以下の通り、まとめる。

各地域における事業効果

地域名	効果
北海道美唄市	農産品・特産品販売管理システムは、高齢者のユーザーからも有効性が評価されており、農産品の直売所における売上高が、平成 19 年度の約 830 万円から、平成 20 年度の約 1000 万円へと向上している。また、売上高がリアルタイムに把握出来るため、生産者が自らの販売努力の結果を確認でき、生産者のモチベーション向上に好影響を与えている。特に高齢の生産者からは、販売することが楽しくなり、生活に張りが出てきたという意見も確認されている。
青森県弘前市	積雪対策に関する住民の高い不満があり、積雪時に住民から行政担当へ要望、苦情が殺到することがあったが、システムを構築してニーズの高い生活情報の伝達ルートを確立したことで、「市民から行政担当へ連絡がとれない」といった状況は改善し、「道路除排雪の不満度」を大幅に減少（不満度 32%）することができた。月間アクセス数が約 200 万件ある既存の弘前市ポータルサイト「Ring-0 Web」を活用することで、利用者の確保に成功している。気象情報のメール配信は、防災や農業の作物管理等にも利便性が高いと考えられ、今後、冬季だけでなく通年の情報提供に取り組む予定である。
岩手県遠野市	新規母子手帳の交付者のうち、「すこやか親子電子手帳」の利用者の割合は、現在約 30%と目標を 10 ポイント程度上回っており、子育てを行う母親に好評である。「すこやか親子電子手帳」では、助産師によるアドバイスがメニュー化されおり、提供サービスの付加価値となっている。一方、成人を対象とする「すこやか健康増進手帳」の「食べて健康」（食事記録）は、摂取カロリーが簡単に分かることからシステムの利用促進に繋がっている。
福島県南相馬市	「在宅介護見守りシステム」はカメラ画像の解析により、大きな変化等があった場合、家族の携帯電話やパソコンにアラームや画像の送信ができる。見守りを行う家族にとっては、外出先で状況確認できることで、短時間の外出が可能となり、付きっきりでの見守りから開放される。「見守りシステムを試行的に利用した人の安心度」は 90%の結果であり、高い評価を得た。見守りのほか、誰が訪問したか確認するなど防犯面で便利に活用できるという利用者の声があり、独居高齢者宅の防犯面でも副次的に利用できる可能性がある。
千葉県市川市	現時点で、本システムは稼働しておらず、成果を評価する段階に至っていない。
東京都世田谷区	「地域教育情報基盤」により、教職員が容易に学校サイトを更新することができるため、より頻繁に更新されるようになり、地域に対して学校情報が公開されるようになった。
東京都三鷹市	親子安心システムは、子供の位置確認できることが有効、便利であることが保護者に確認され、現在はモニター利用から民間事業者による有料サービスに移行し、自己負担で継続利用されている。市外の私立小学校へ通学するケースなど長距離移動する児童についてはニーズ、効果がより高い。地域 SNS の登録者数は現在約 900 人まで伸びてきている。ネット上の活動だけでなく、実際の活動を盛り上げるのが重要と考え、地

	元 NPO など関係者が熱心な取組を進めており、今後の効果向上が期待される。
神奈川県厚木市	団塊世代の退職者や主婦から成るサポーターズクラブを設置し、あつぎ地域 SNS のコンテンツ作成や、ヘルプサポートを担当する体制を構築することで、団塊世代の退職者や主婦に活動の場を提供し、地域コミュニティの活性化へ繋がっている。地域 SNS は自律的・持続的な運用を目標に、民間事業者の店舗・サービス情報は有料広告として料金を課しており、平成 21 年度は 260 万円の収入を得ている。(平成 20 年度の運用コスト:約 1700 万円)
山梨県中央市	日々の入力を促すメールにより、参加者に健康管理に対する意識を喚起させることが、結果として健康改善へと繋がっている。実際に数値等が改善されたという「客観的健康度の向上」という指標に加え、参加者自身が自らの健康が改善されているかどうかの意識を「主観的健康度の向上」という指標で測定しており、非常に有効な評価指標を設定している。実際にモニター事例では、滞在型プラン参加者の BMI 値(体重/身長 ²)は月を追うごとに低下しており、湯村温泉から帰宅後も自己の健康管理に好影響を与えていると推測される。
長野県松本市	大手民間ポータルサイト goo に情報提供するなど、観光産業における行政と民間の連携を進めることとなった。
富山県南砺市	市内に事業所を有する企業と中国大連市の企業を結んで、ソフトウェアのオフショア開発が行われ、低コスト・リアルタイムでの協業を実現している。発注企業と約 30 km 離れた下請け企業との協業では、移動コストと手間を大きく省くことができた。特に、あまり重要度は高くないが参加してほしい打合せや迅速な対応が求められる業務で効果が大きい。また、図面を共有できることで情報伝達の正確性が向上している。このほか、1:N の同報で離れた拠点(東京等)を結んだ研修を効果的に行うことができ、出張コストの削減に繋がっている。
石川県金沢市	「デジタル絵本システム」の利用者からは、操作法が容易で、コンテンツ自体も面白いといった評価を得ている。アンケート調査によると、利用者のほぼ全員がデジタル絵本システムを再利用したいと希望しており、約 8 割が、コンテンツの原作等を読みたいという読書意欲を持つようになった。また、保護者が子どもに読み聞かせを行うといった、想定していなかった活用もされている。
岐阜県岐阜市	従前は避難所名簿の情報を各避難所から本部に FAX 送信していたが、システム化により、現地で直接入力が可能となり、業務の大幅な効率化を図れた。実証実験では目標の 1 日以内の全データ登録完了を達成し時間短縮が図れた。住民基本台帳ネットワークの情報と収集情報を突き合わせ、避難していない住民の情報が明らかになるメリットがある。また職員の参集・配備要求機能は有効で、配備のスピードアップ化が図れた。防災訓練ツールとしても有効で、通常業務では関わりの薄い職員への理解・意識向上にも効果があった。
静岡県磐田市	総合防災情報システムを導入していく中で、システムを活用する協議を深め、防災体制作りや被災者情報収集の必要性に対する自主防災会の理解が促進された。加えて、市民の防災意識が高まり、災害時のメール配信サービスの登録が伸びている。事業最終年度の平成 23 年度には、市人口の 10 分の 1 に当たる 17,000 人の登録を目指しているが、平成 20 年度現在、「市民版」と「防災版」の合計で約 7,200 人を達成している。
三重県津市	地域 SNS「元気っ津+plus」から、リアルへの活動「元気っ津まつり」が開催されており、その後さらに SNS の登録者が増加した。
京都府京丹後市	公認コミュニティの「観光相談」や「移住相談」では、利用者が活発に書き込みを行っており、サイトへの参加意識の高まりが感じられる。
兵庫県神戸市	「KOBE ケイなび」については、平成 20 年度調査結果の満足度が 6 割程度と概ね好評である。「ケータイ・有馬温泉めぐり」(参加者:120 名)の完走者のアンケート結果で「面白かった」は 97%と高い評価を得ている。

	ウォークラリーの途中まで知らなかった道や店などを知り、街歩きで「新たな気づき」を与える効果が確認された。
和歌山県那智勝浦町	当事業に参加したのは、町内の15事業者のうち、わずか2事業者であり、効果を評価することはできない。
島根県海士町/京都府宮津市	海士町と地元特産品を販売・提供している東京の飲食店（ディスプレイ設置店）が、当事業を通じて連携を実現し、特産品（ex. いわがき等）の認知度向上に寄与した。
岡山県岡山市	地域に児童見守りシステムを導入していること自体が、子どもを巻き込む犯罪や事故への抑止力となって機能している。また、児童見守りシステムにより子どもの帰宅予想時間を推測できるので、保護者が外出していても、子どもの帰宅時間に間に合うように家に帰ることができるという副次的効果も生まれている。
広島県安芸太田町	町内の住民の活動可能性を可視化し、安芸太田町が抱える公共交通の問題に対し共有意識を持つようになった。
徳島県神山町	「イン神山」の「神山で暮らす」情報を見て神山町に興味を持った方など10世帯22名が移住してきており、さらに60世帯が空き家提供待ちとなっている。過疎地域である神山町の移住者や交流人口の増加に少なからず寄与している。
愛媛県松山市	人材データベース登録者数は個人情報登録等への抵抗感があり伸び悩んでおり、目標1,100名に対し実績240名に止まっている。平成20年度はモデル公民館の主事を対象とするコンテンツ制作研修を実施し、地域情報の動画コンテンツを作成している。こうした活動をさらに発展させるなど、構築システムを活用した人材育成やコンテンツ整備・発信、ボランティア活動の活性化等への取組を次年度以降、拡大させることが期待される。
高知県津野町	地域の重点活動として以前から行われてきた見守り・助け合い活動にICTを導入し、効率的かつ効果的なサービスを実現している。この活動に関し、住民アンケート結果では約9割が「期待できる」、またシステム登録者（高齢者等）の約8割が「大変有意義である」と回答しており、システム構築の高い効果が確認された。関係者間の密な体制構築を促進しており、例えば急病人搬送時、搬送先の地域拠点病院や町外の家族などへ迅速な情報伝達が行えるようになった。
福岡県添田町	保育所・幼稚園から、自分の子どもの様子の画像が携帯電話等に配信されることに対して、保護者からは好評である。「安心」、「便利」といった声以外に「楽しい」といった声も聞かれ、高い満足度評価を得ている。
熊本県天草市	当初計画されていたシステムの大半が未稼働のため、効果は評価できない。
鹿児島県奄美市	現時点では、システムが稼働し、サービス提供が開始されたが、軌道には乗っておらず、効果を評価できない。
沖縄県伊江村	伊江村観光協会及び155世帯もの受入民家が民泊事業支援システムを利用しており、伊江村観光協会の事務作業は導入前に比べて1/10程度に軽減された。

3. 3 効果評価から導かれる事業の成功ポイント

次に、各事業において、特に一定以上の事業成果を出している以下の六地域について、事業の成功ポイントを整理する。

- ・青森県弘前市
- ・福島県南相馬市
- ・神奈川県厚木市
- ・山梨県中央市
- ・富山県南砺市
- ・高知県津野町

これらの六地域の事業内容や進め方、結果などを横断的に分析すると、以下のような共通点が見られる。

- ①課題の明確化とタスクの設定
- ②目に見える効果の分かりやすさ
- ③利用者(住民)と情報端末の親和性

以下、これらの点について、言及する。

① 課題の明確化とタスクの方向性

当 ICT 利活用モデル事業に参加している自治体は、様々な課題を抱えている。それは、少子高齢化、健康改善、経済の停滞、地域コミュニティの衰退、などであるが、これらの課題は、その自治体特有の課題ではなく、今日の日本全国に見られる共通課題である。例えば、少子高齢化を例にとれば、ある特定の地域だけ少子高齢化が進んでいるわけではなく、日本国全体として、平成 17 年に人口減少局面に入り、今後、一層少子高齢化が進行し、本格的な人減少社会になる見通しとなっている。2055 年には、合計特殊出生率は 1.26、人口は 9,000 万人を下回り、高齢化率は約 4 割、1 年間に生まれる子どもの数は 50 万人を下回る、と想定されている(『平成 20 年版厚生労働白書』より)。加えて、単一の課題だけを抱えている各自治体はおそらくなく、複数の課題を抱えていることであろう。しかしながら、ICT 利活用モデル事業は万能の手法ではなく、それら複数の課題を、同時に解決していくのはなかなか困難である。事業の立ち上げフェーズとして、複数ある課題の中から自治体として優先順位を検討し、その最優先課題に対する事業の方向性を検討することが、非常に重要である。

これらの観点から、上記六地域を分析してみると、以下のように整理される。

各自治体における重点課題

自治体名	課題
青森県弘前市	除排雪に対する市民の不満度
福島県南相馬市	要介護者家族の負担
神奈川県厚木市	地域コミュニティの衰退
山梨県中央市	メタボリックシンドローム
富山県南砺市	企業間の不十分な対面コミュニケーション
高知県津野町	高齢者の生活の質

もちろん、ここに取り上げた以外の自治体でも、課題に対する分析がなされているが、上記自治体は、特に課題を絞り、その課題を解決するための事業を計画していることは評価できる。

「課題の整理」フェーズの次段階は、事業計画の策定であるが、課題解決のためのタスクの設定が、事業計画に大きく影響する。

例えば、山梨県中央市の場合、以下のような流れとなっている。

- ①課題の認識(医療費削減)
- ②課題の具体化(メタボリックシンドロームの予防)
- ③タスクの策定(中高年の健康改善)
- ④タスクの具体化(中高年の自己の健康管理の意識)

このようにタスクを具体化することにより、「(モデル事業の利用者に)どのようにして健康管理を意識させるか」という、よりブレイクダウンした目的を持つことで、事業を進めやすくしている。その結果、日常的に使用する携帯電話端末を使用して、手軽な数値入力や、保健師からのメールによるアドバイスといったことで、利用者に健康管理に対する意識を高めている。携帯電話での数値入力やメールでのアドバイスは、決してハードルの高い作業ではなく、十分に達成可能な行為である。中央市の当事業のメンバー(保健師)からは「意識することが継続に繋がる」という意見を伺えたが、中央市の事業の場合、まさに、毎日健康を意識させることにより、事業としての効果を出すことに繋がっている(「本編第2章」を参照)。

このように、事業を進めるうえで、抱えている課題と、それに対するタスクを整理してから、達成可能な事業計画を策定することが望ましい。

② 目に見える効果の分かりやすさ

事業を進めた結果、どのような効果が現われるのかが分かりやすいことが、重要である
と考える。いかに規模が大きくすばらしい事業であっても、関係者を含む住民にとって、
効果が分かりづらいものであれば、事業効果としては評価が困難となる。

先に挙げた、六地域の事業効果の設定は以下の通りである。

各地域の事業効果の設定

地域名	効果
青森県弘前市	除排雪に対する不満、冬季生活の不満の減少
福島県南相馬市	要介護者家族の負担軽減、介護サービスの利便性向上
神奈川県厚木市	団塊世代の退職者、主婦層の活躍の場の提供
山梨県中央市	健康の改善(BMI 値の適正化)
富山県南砺市	業務の効率化、オフショア開発の推進、
高知県津野町	高齢者の生活向上

例えば、山梨県中央市の場合、毎日体重や歩数を携帯電話経由で入力する。入力する際
には、否が応にも「今日一日で、自分がどれだけ歩いたか」を認識することになるが、そ
の結果が体重の数字として、客観的に表示されることになる。自分自身の体重が増えたか、
あるいは減ったか、という単純な結果ではあるが、結果が可視化され、明示されるとい
うことは、参加者にとって非常に分かりやすい。このような、ICT という目に見えないツ
ールを用いたモデル事業を実施するのであれば、結果は可能な限り可視化でき、利用者や関
係者間で共有できるような結果を設定することが望ましい。

③ 利用者(住民)と情報端末の親和性

前述六地域の事業に共通していることとして、利用者(住民)にとって操作しやすい情報端
末を選択していることがあげられる。

総務省「平成 19 年通信利用動向調査(世帯編)」によると、携帯電話の保有率は、全国で
95%に上っている。携帯電話の保有率は、都市の規模や地域、年齢や年収に関わらず、おし
なべて高い水準となっていることが特徴である。携帯電話の利便性は、いつでも気軽にネ
ットワークに繋がることのできるというところにあり、身近な端末でネットワークに繋がる
ことは、事業の成功に大きく作用する。

例えば、青森県弘前市の事業の場合、積雪などの気象情報を捉えるのは市内に設置され
た Web カメラであるが、配信される情報メールの受信、あるいは、行政側に要望を伝える
際に住民が使用する端末は携帯電話である。より気軽に、双方向の情報のやりとりに用い
るには、携帯電話は非常に効果的である。

地域 ICT 利活用モデル構築事業のように、住民を巻き込んで事業を進めるのであれば、

どのような情報端末を選択するかは、事業の成功に向けての重要な要素である。

3. 4 他地域への展開

当事業は、「ICT 利活用」がテーマであり、システム(ICT)とサービスを一体とみなし、ひとつの事業として評価する必要がある。

平成 19 年度以前から、同様の ICT に関する取組を行ってきており、長年の積み重ねにより、事業が成功している自治体もある。東京都三鷹市や神奈川県厚木市といった自治体は、以前から、行政サービスの ICT 利活用を行ってきており、事業やプロジェクトの進め方については、十分なノウハウを持っている。

当事業は、他地域への展開を前提とするが、システム(ICT)を導入するだけではなく、サービスに関するノウハウをあわせて、展開する必要がある。現状では、サービスに関するノウハウは各自治体内に蓄積されており、標準化やドキュメンテーション化といったことは行われていない。他地域展開を実現させるのであれば、今後、ノウハウの共有手段に関する検討は必須である。

また、事業実施自治体だけではなく、民間企業やその他関連団体も参加する当事業では、効果的なプロジェクトマネジメントが事業の成功の鍵となる。厚木市では、第三者による評価委員会を設置し、事業の進捗や品質に関する定期的なモニタリングを実施している。協議会のみで事業を円滑に推進できない状況が発生する際には、第三者などの PMO(プロジェクトマネジメントオフィス)を設置するなどして、プロジェクト管理を適切に進める必要がある。

3. 5 事業評価における今後の課題

平成 19 年度及び 20 年度は、システムの開発・導入及びサービスの開始段階の自治体が大半であったため、事業が PDCA サイクルに乗った自治体はほぼなかった。そのため、今後は、サービス開始後の CHECK 及び ACT の観点から事業評価をする必要がある。本事業は、モデル事業であるため、他地域への展開も含めた将来性を評価しなければならない。こういった理由から、PDCA の観点から、事業の継続的な改善が必要になると思われる。

さらに、総合的な事業評価の観点から、情報セキュリティの観点は考慮しなければならない。どの自治体の事業においても、多くの個人情報を抱えており、情報の漏洩には細心の注意を払わなければならない。民間企業のサービスであれば当然実施されているであろう、セキュリティ面の対策についても、評価の対象となる。セキュリティポリシーの整備や運用の確認、必要に応じてサンプリング調査なども検討する必要がある。

