

平成19年度 地域ICT利活用モデル構築事業

～京丹後市地域情報交流モデル構築事業～

実施報告書

平成20年3月31日

京丹後市

地域ICT利活用モデル構築事業

～京丹後市地域情報交流モデル構築事業～

実施報告書

第1章 情報通信インフラ利活用により解決を目指すべき地域課題	1
1. 京丹後市が抱える地域課題	1
(1) 過疎化・少子高齢化	1
(2) 市町村合併によるシナジー効果の未発揮	1
(3) 外部とのつながりの弱さ	1
(4) 過去の繁栄体験の強さ	1
(5) 主要産業の停滞	2
2. 情報通信インフラ利活用により解決が期待される地域課題	2
(1) 地域課題に対する具体的な情報通信インフラ利活用例	2
(2) 費用対効果や重要度などから判断した優先順位	3
3. 既存施策・事業との連携を踏まえた地域課題の絞込み	4
(1) 第1次京丹後市総合計画	4
(2) 定住促進対策	4
(3) 情報通信インフラ利活用により解決を目指すべき地域課題の絞込み	5
第2章 地域課題解決のための情報通信インフラ利活用イメージ	5
1. 情報通信インフラ利活用への視点	5
2. 情報通信インフラ利活用イメージ	6
(1) 事業の全体内容	6
(2) 問題解決の仕組み	10
(3) 地域ビジネスSNSにおける目標	11
第3章 事業実施結果	12
1. システム利用状況調査	12
(1) 調査概要	12
(2) 調査結果	13
2. アンケート調査	18
(1) 調査概要	18
(2) 調査結果(関西在住の一般生活者)	19
(3) 調査結果(T-WAVEの登録会員)	30
3. グループインタビュー調査	35
(1) 調査概要	35
(2) 調査結果	36
4. 地域ICT人材育成プログラム	37

(1)業務の概要	37
(2)プログラムの実施内容の検討	41
(3)プログラム教材の作成	46
(4)プログラムの実施	50
(5)プログラムの検証	56
5.まとめ	68

第1章 情報通信インフラ利活用により解決を目指すべき地域課題

1. 京丹後市が抱える地域課題

情報通信インフラ利活用により解決を目指すべき地域課題を絞り込むにあたり、最初に、京丹後市が抱える課題について簡単に整理を行った。

(1) 過疎化・少子高齢化

京丹後市は典型的な「過疎化」「少子高齢化」のまちである。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 人にまで減っている。さらに平成 42 年には、48,691 人にまで減少すると予測されている。

このうち、高齢化率は昭和 35 年は 9.1%であったが、平成 12 年には 25.3%となっている。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。一方年少人口比は昭和 35 年に 30.3%であったのが、平成 12 年では 16.2%となっている。

旧丹後町、旧久美浜町の区域は過疎地域自立促進特別措置法の規定対象となっている。

(2) 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 6 町（峰山町、大宮町、網野町、丹後町、弥栄町、久美浜町）が合併して誕生した、新しい市である。

市町村合併から丸 3 年経つが、市民の間では依然として旧 6 町時の意識が残っている。京丹後市の誕生を機に、旧 6 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ふ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。

(3) 外部とのつながりの弱さ

京丹後市の 4 大産業は、農業、絹織物、機械金属、観光である。このうち観光を除く 3 産業については、B2B (business to business) 型産業であり、エンドユーザ（消費者＝最終マーケット）とのつながりは弱い。そのため、新規商品を企画したとしても、エンドユーザまでの販路を確保するのが非常に難しい状況になっている。また、エンドユーザの顔が見えていない、あるいは意識する必要がないため、外部に対して情報発信が不足していた。そのため、外部とのつながりが弱く、情報発信力も身についていないという状況になっている。

(4) 過去の繁栄体験の強さ

絹織物業は過去からの伝統を受け継ぎ京丹後市の主幹産業であり続け、昭和 40 年代には爆発的な「丹後ちりめん」ブームが起こった。しかし、日本人のライフ・スタイルから着物が遠ざかったことが要因となり、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。

(5) 主要産業の停滞

上述の課題が原因となり、京丹後市の4大産業のうち、機械金属を除く3産業は軒並み横ばいないし低迷傾向にある。

農業については年々農家数の減少が続いており、農業粗生産額も平成7年以降に大きな減少が見られる。工業については繊維工業が中心で、ちりめん業の構造的な不況などから、従業者数や製造品出荷額等の減少傾向が続いていたが、平成14年には機械金属工業が好調で、出荷額等が増加に転じている。観光については年間約200万人の入込客があり、これまで順調に増加を続けてきたが、近年は伸び率が鈍化し、観光消費額も減少に転じている。商業については、従業者数は横ばいだが商店数は微減しており、販売額は近年減少傾向にある。

2. 情報通信インフラ利活用により解決が期待される地域課題

(1) 地域課題に対する具体的な情報通信インフラ利活用例

次に、そもそも、地域課題に対して、どのような情報通信インフラ利活用があるかを整理したのが次の表である。

図表 1 地域課題と情報通信インフラ利活用（全国レベル）

地域課題	情報通信インフラ利活用(例)
1. 地域の安全・安心(防犯・防災、交通事故防止、食の安全・安心、環境・リサイクル など)	<ul style="list-style-type: none"> ● 携帯電話や電子タグ、センサーネットワークを活用した安全・安心システム(子供の見守り、食品・廃棄物トレーサビリティシステム) ● GIS(Geographic Information System:地理情報システム)を用いた地域情報の共有システム(住民参加によるヒヤリハットマップ作成、住民・地域企業・行政連携による情報共有) など
2. 子育て・教育・人材づくり(出産・子育て支援、学校教育、生涯学習 など)	<ul style="list-style-type: none"> ● webコミュニティによる口コミ情報やQ&A情報の共有 ● 学校教育のマルチメディアシステム、校務情報システム ● 生涯学習向けe-ラーニングシステム など
3. 保健・医療・福祉(保健・医療・福祉の連携、安全・安心・効率的な医療サービス、病診連携、独居老人対策、障害者福祉、予防介護 など)	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人ID(電子カード等)や電子タグを用いたデータ連携システム ● 遠隔医療システム、 など
4. 地域経済・産業・文化の活性化(地域産業や商店街の活性化、観光振興、交通円滑化、文化・スポーツ振興、雇用確保、定住促進 など)	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域通貨システム ● 観光ナビゲーションシステム ● 地域SNS(Social Networking Service:ソーシャルネットワーキングサービス)、webを活用した地域情報発信システム ● 地産地消システム、地域特産品販売システム ● 地域ITS(Intelligent Transport Sytems:道路交通システム) など

(2) 費用対効果や重要度などから判断した優先順位

京丹後市において、(1) に述べた地域課題は全て解決すべき課題であり、解決の優先度を簡単に付けられるものではない。しかし、平成 21 年度以降の市域のブロードバンド整備を睨み、優先的に対応することが望ましいと思われるものを、大きく次の三点から評価し選定した。

- ・課題の深さ（4 つの地域課題相互の関係、根幹度合い）
- ・費用負担のし易さ
- ・利用者の範囲（出来るだけ多くの市民や事業者が利用出来ること）

結果、次の表にあるように、「4. 地域経済・産業・文化の活性化（地域産業や商店街の活性化、観光振興、交通円滑化、文化・スポーツ振興、雇用確保、定住促進 など）」を対象として選定した。

図表 2 情報通信インフラ利活用により優先的な解決を目指すのが適当と思われる
地域課題の選定

地域課題	情報通信インフラ利活用 (イメージ)	評価項目			総合評価
		課題の深さ	費用負担の し易さ	利用者の 範囲	
1. 地域の安全・安心(防犯・防災、交通事故防止、食の安全・安心、環境・リサイクル など)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 携帯電話や電子タグ、センサーネットワークを活用した安全・安心システム(子供の見守り、食品・廃棄物トレーサビリティシステム) ・ GIS を用いた地域情報の共有システム(住民参加によるヒヤリハットマップ作成、住民・地域企業・行政連携による情報共有) など 	○	○	○	
2. 子育て・教育・人材づくり(出産・子育て支援、学校教育、生涯学習 など)	<ul style="list-style-type: none"> ・ web コミュニティによる口コミ情報や Q&A 情報の共有 ・ 学校教育のマルチメディアシステム、校務情報システム ・ 生涯学習向け e-ラーニングシステム など 	○	◎ (インターネット接続の PC で利用可能)	○	
3. 保健・医療・福祉(保健・医療・福祉の連携、安全・安心・効率的な医療サービス、病診連携、独居老人対策、障害者福祉、予防	<ul style="list-style-type: none"> ・ 個人 ID(電子カード等)や電子タグを用いたデータ連携システム ・ 遠隔医療システム、など 	○	○	○	

介護 など)					
4. 地域経済・産業・文化の活性化（地域産業や商店街の活性化、観光振興、交通円滑化、文化・スポーツ振興、雇用確保、定住促進など）	<ul style="list-style-type: none"> 地域通貨システム 観光ナビゲーションシステム 地域 SNS、web を活用した地域情報発信システム 地産地消システム、地域特産品販売システム 地域 ITS(道路交通システム) など 	◎ (過疎化、少子高齢化、産業の停滞は、市の根幹課題)	◎ (インターネット接続の PC で利用可能)	○	◎

3. 既存施策・事業との連携を踏まえた地域課題の絞込み

情報通信インフラ利活用により解決が期待される地域課題の中から、京丹後市における解決の優先度が高いものとして選定した「地域経済・産業・文化の活性化（地域産業や商店街の活性化、観光振興、交通円滑化、文化・スポーツ振興、雇用確保、定住促進 など）」に対し、更に対象を絞り込むため、市の重点課題や既存施策・事業との連携などの観点を考慮した。

(1) 第1次京丹後市総合計画

「第1次京丹後市総合計画」は平成17年度からの10年後の将来像を示している。『ひと みず みどり 歴史と文化が織りなす交流のまち』をテーマに、定住人口の目標を70,000人（現状62,723人）に、交流人口の目標を500万人（現状203万人）としている。

この計画の体系は、京丹後らしさの創造へ向けた6つの基本方針で構成され、その一つ「ひと・もの・ことが行き交う交流経済都市」では、農林漁業、商工業、観光業など各産業の振興と連携を進めるための重点プロジェクトに、京丹後ブランドの強化と発信、産業資源、地域資源のネットワーク化がある。

(2) 定住促進対策

京丹後市内に定住促進対策プロジェクトチームを設け、田舎ぐらしナビ制度（京丹後市における生活のライフプランづくりや空家情報の調査・発信）の創設、田舎体験コース（自然体験ツアーの開催）の設定、団塊世代の技術を伝承する場づくり、Uターン促進事業（京丹後市ファンクラブを結成し、京丹後市各地の暮らしや食文化などの情報を提供）、人材育成確保事業（医師や看護師など市内で必要とされている技術職や、地場産業の後継者育成のために、市内在住者で各種大学校などへの進学に、就学資金の貸付制度を創設）、結婚サポート（市内独身者が出会える場の企画や結婚相談窓口の設置など）、子どもにやさしいまちづくり（子どもの保育料、医療費の補助）といった各事業の検討を行っているところであり、新年度予算に団塊世代・UJI ターン者・観光者をターゲットに様々な情報発信事業の展開の窓口となる「体験型旅行協議会（仮称）」を設置して、定住につながる交

流人口の増加策を計画している。

(3) 情報通信インフラ利活用により解決を目指すべき地域課題の絞込み

これらにより、「情報通信インフラ利活用により解決を目指すべき地域課題」として、「定住人口・交流人口の増加」「雇用の確保」「産業の活性化」を具体的な対象とすることにした。

第2章 地域課題解決のための情報通信インフラ利活用イメージ

ここでは、前章で情報通信インフラ利活用により優先的な解決を目指すのが適切と思われる対象として選定した課題「定住人口・交流人口の増加」「雇用の確保」「産業の活性化」に対する方策（情報通信インフラ利活用イメージ）を検討した結果を示す。

1. 情報通信インフラ利活用への視点

地域課題解決のために、如何に情報通信インフラを利活用すべきかを考えるにあたり、京丹後市の強み・弱み、京丹後市を取り巻く環境を改めて整理した。

その結果、京丹後市の強みは次のように整理できると思われる。

- ・観光資源（京阪神圏から集客する海水浴、冬のカニ、温泉）
- ・交流体験事業
- ・環境教育（エコエネルギー）
- ・農業（国営農場）
- ・ブランド（丹後ちりめん、間人ガニ、京丹後米）
- ・相互に顔の見える人口規模や距離感（リアルの場の保有）

次に、市の弱みは次のように整理できると思われる。

- ・協働意識の低さ（足の引っ張り合い）
- ・過去の個別栄光体験の強さ（ちりめん）
- ・挑戦するコトへの停滞感
- ・旧町合併のシナジー未発揮
- ・消費者（最終マーケット）グリップの弱さ、販路確保が困難（農業、ちりめん、機械金属は B2B）
- ・外部とのつながりの弱さ、情報発信不足
- ・京丹後市が持つ強みの未共有（個の動きが全体として見えづらい）

一方、京丹後市を取り巻く環境を機会（チャンス）と脅威に整理してみると次のように考えられる。

機会

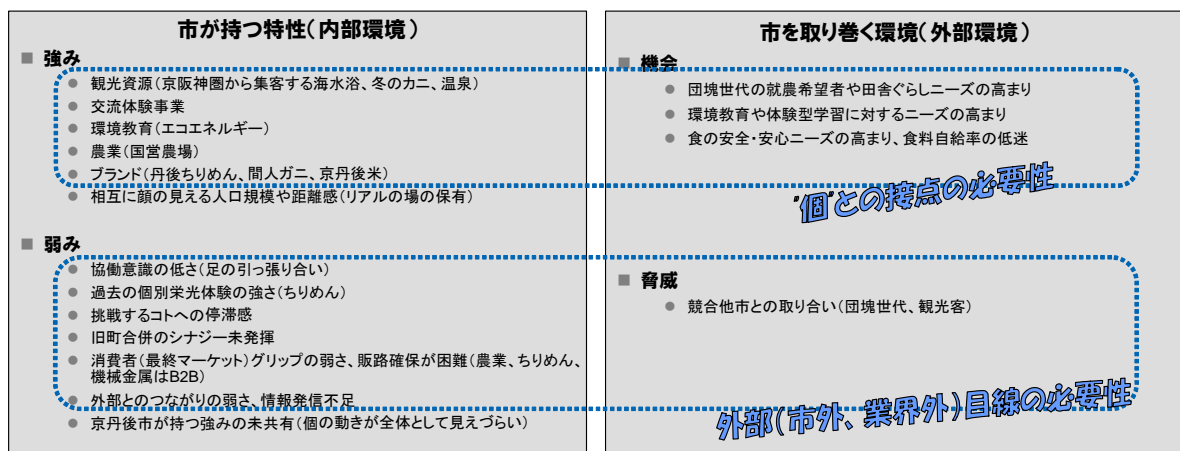
- ・団塊世代の就農希望者や田舎ぐらしニーズの高まり
- ・環境教育や体験型学習に対するニーズの高まり

- ・食の安全・安心ニーズの高まり、食料自給率の低迷
- 脅威
- ・競合他市との取り合い（団塊世代、観光客）

これら強み・弱み、それらを取り巻く機会・脅威を重ね合わせて考えると、京丹後市における地域課題解決のための情報通信インフラ利活用の視点として、特に次の三点が重要であると整理した。

- ①情報通信インフラ（広くは情報通信技術 ICT：Information & Communication Technology）の利活用によって京丹後市の市民や事業者間のつながり方を多様化させ（ビジネス・マッチングの推進）、地域課題解決や新たな価値創出の可能性を高める。
- ②市外との関係については、京丹後市にとって都市部在住者は「観光客」「移住者」「消費者」「事業パートナー」であるという認識をしっかりと持ち、こうした人たちのつながり方を変える。
- ③「つながり方」を変えるため ICT 利活用による『場』を構築し、これを契機として、地域や実ビジネスという現実の『場』に落とすことを目指す。

図表 3 京丹後市の強み・弱み、機会・脅威



2. 情報通信インフラ利活用イメージ

京丹後市が抱える「過疎化」「少子高齢化」「産業の停滞」といった地域課題の解決を目指す情報通信インフラ利活用のひとつのイメージとして検討した、地域ビジネス SNS(名称を「T-WAVE」)についての検討結果を示す。

(1) 事業の全体内容

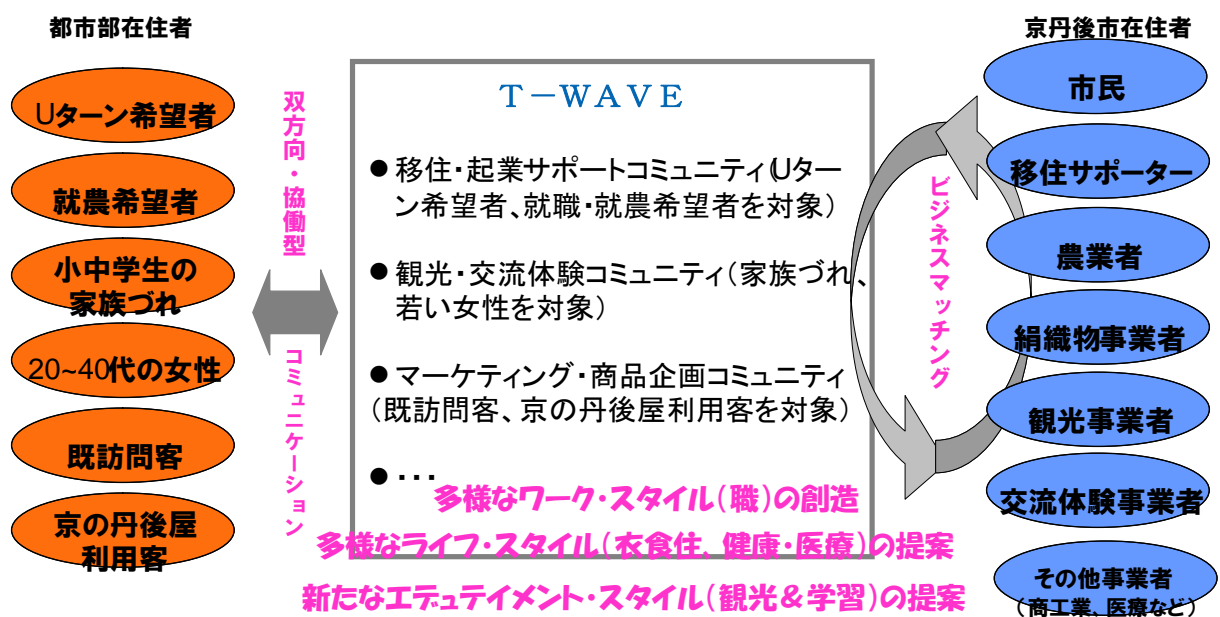
1) 地域ビジネス SNS の概要

京丹後市が抱える「過疎化」「少子高齢化」「産業の停滞」といった諸課題の解決を目指

し、地域ビジネス SNS「T-WAVE」を開設した。その概要を次に示す。

- ・新しい事業や職の創出を目的とした、京丹後市の市民・地域事業者間のビジネスマッチングや、都市部在住の生活者や事業者との間の双方向・協働型のコミュニケーションの仕組みを web 上に構築した。
 - ・ここで扱うテーマは、京丹後市における「ワーク・スタイル（職）」、「ライフ・スタイル（衣食住、健康・医療）」、「エデュテイメント・スタイル（観光&学習）」という3つのスタイルであり、T-WAVEは次のような機能を担うものである。
- (ア) 京丹後市在住の市民、地域事業者同士のビジネスマッチング。6町合併で地理的に離れた市民間や、異なる産業に属する事業者間、雇用や消費で関係する市民と地域事業者間などのマッチングを誘発。
- (イ) 都市部在住者（生活者・事業者）との間の双方向・協働型のコミュニケーション。京丹後市在住の個人やビジネスマッチングで形成されたコミュニティが、3つのスタイルを地域の目線で創造・外部に発信し、同時に、都市部在住者と協働しながら新たに創出。
- (ウ) さらに、都市部在住者との協働を起点とした、京丹後市在住の市民、地域事業者同士の新たなビジネスマッチング。
- ・3つのスタイルをテーマとして、T-WAVEでは、登録者が自由にコミュニティを形成できるようにし、「過疎化」「少子高齢化」「産業の停滞」といった諸問題解決の観点からは、「移住サポート」「起業サポート」「観光・交流体験」「マーケティング・商品企画」を主たるコミュニティとして始動させた。

図表 4 地域ビジネス SNS「T-WAVE」のイメージ



地域ビジネス SNS「T-WAVE」では個別機能として次のような機能を拡充させた。
 なおこれらの詳細仕様は、市民、地域事業者などから構成される協議会等において協議しながら決定した。

図表 5 「T-WAVE」に搭載を想定している個別機能

I. 京丹後市在住者の登録会員による個別の情報受発信機能	<ul style="list-style-type: none"> 登録会員によるテキスト、静止画、動画を用いた情報受発信機能（ブログ形式）
II. 京丹後市在住者の登録会員同士のコミュニティ機能（ビジネスマッチング機能）	<ul style="list-style-type: none"> 任意のコミュニティ設定機能
III. 都市部在住者の登録会員との双方向・協働型コミュニティ機能	<p>【移住サポートコミュニティ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 移住や起業体験者による相談窓口機能（移住コンシェルジュ機能） 過去の相談内容検索機能（過去の質問データベースから類例検索：他のコミュニティでも利用） <p>【起業サポートコミュニティ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 移住や起業体験者による相談窓口機能（起業コンシェルジュ機能） 過去の相談内容検索機能（過去の質問データベースから類例検索：他のコミュニティでも利用） <p>【観光・交流体験コミュニティ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光・交流体験事業者による相談窓口機能（観光・交流体験コンシェルジュ機能） プロフェッショナル認定機能（市内の観光・交流体験事業の履修履歴の管理／プロ認定「川のプロ」、「森のプロ」、「エコエネルギーのプロ」等） 観光・交流体験事業体験者に対する顧客満足度調査機能（インターネットアンケート） <p>【マーケティング・商品企画コミュニティ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品企画開発協働支援機能（京丹後市製品のプロトタイプ提示による都市部在住者の反応把握、都市部在住者発案の商品化などをネット上で実施。将来的に商品化した場合には、T-WAVE上で販売） インターネットアンケート機能（京丹後市在住者の登録会員が簡単にアンケートを作成→登録会員に通知→自動集計）
IV. 共通基盤機能	<ul style="list-style-type: none"> 個人認証機能（ID/PW管理） GIS活用による地図情報蓄積・連動表示機能 ポイント管理機能（登録会員のポイント管理） ファイル暗号化機能

2) 人材育成プログラム

地域ビジネス SNS が効果を上げるためには、実際にこれを活用して事業に活かせるノウハウの蓄積や人材の育成も必要である。事業者間の連携の重要性や ICT 利活用による効果を市民や事業者理解してもらうため、講演会やワークショップなどの人材育成プログラムを実施することが必要と考えられる。例えば、次のようなテーマの人材育成プログラムである。

- ・ 地域 ICT 経営指導人材
- ・ 地域 ICT 経営人材
- ・ 地域 ICT 利活用人材
- ・ 農業 ICT 経営人材
- ・ 観光 ICT 経営人材
- ・ 流通小売 ICT 経営人材
- ・ 製造業 ICT 経営人材

(2) 問題解決の仕組み

地域ビジネス SNS「T-WAVE」と「過疎化」「少子高齢化」「産業の停滞」といった地域問題解決の関係を整理した。

1) 定住促進

「過疎化」「少子高齢化」の問題に対しては、定住人口を増加させること、市外からの移住を促すこと、移住の前提となる雇用を生み出すことなどが求められる。これらの課題は、T-WAVEでは、主に「移住・起業サポートコミュニティ」で扱う予定である。

例えば、Uターン希望者、就職・就農希望者が移住や就職・就農、あるいは市内における起業について質問をコミュニティに書き込み、その個々の悩みに対して、京丹後市在住者でUターン経験者や農業者が実効的な助言をすることを考えている。移住や就職・就農のための基本情報や支援制度については、市のホームページで情報提供されているが、これら公式情報とは別に、Uターン経験者や就職・就農者、起業経験者が自らの実体験を語ることで、移住や就職・就農、京丹後市における起業を検討している人たちの後押しをすることが期待できる。

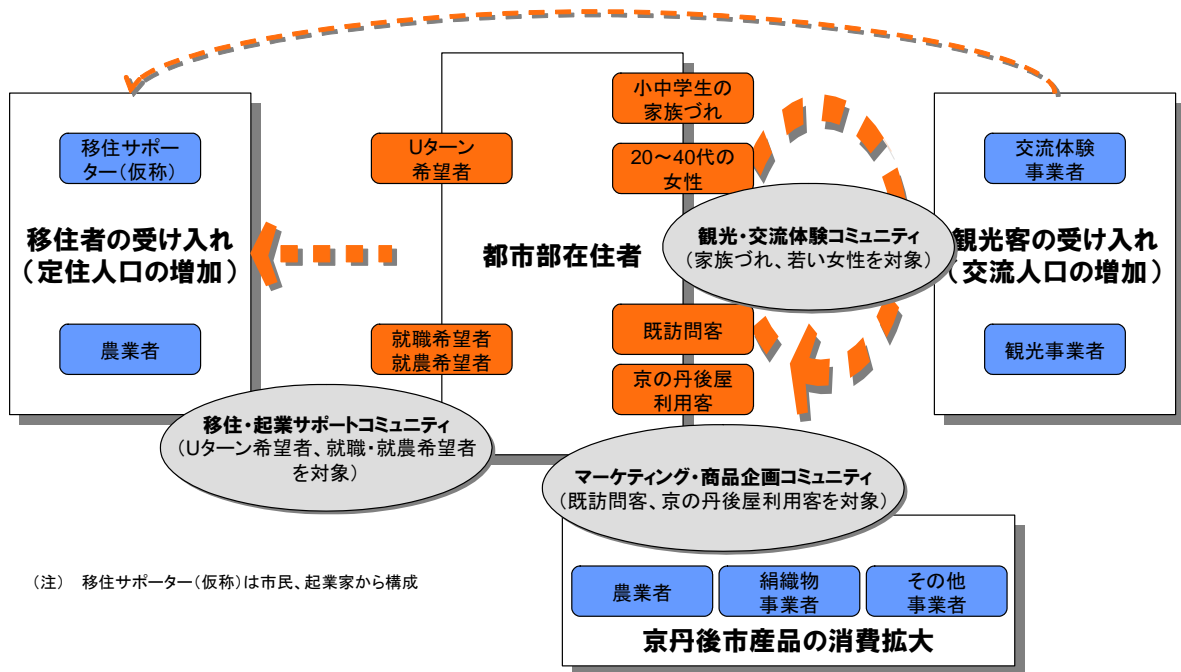
2) 産業活性化

「産業の停滞」の問題に対しては、観光業については交流人口を増加させること、市内全産業については、最大需要である都市部在住者（生活者、事業者）が求める商品・サービスの企画開発や、都市部在住者によるブランド認知向上、都市部在住者への販路拡大などが求められる。これらの課題は、T-WAVEでは、主に「観光・交流体験コミュニティ」、「マーケティング・商品企画コミュニティ」で扱う予定である。

例えば、「観光・交流体験コミュニティ」では、京丹後市の観光資源を市民、観光事業者、交流体験事業者が紹介するほか、「エデュテイメント」への参加希望意が高い小中学生の家族連れや女性に対し、観光事業者・交流体験事業者が協働しながら、歴史・自然・環境エネルギー・食育などをテーマとする新たな観光・体験学習プログラムを作り上げていくことができる。これらの活動によって、交流人口を増やすことが期待される。

また、「マーケティング・商品企画コミュニティ」では、京丹後市を訪問したことがある人や「京の丹後屋」（インターネット上の店舗）で買物をしたことがある人を対象とした、協働による商品の企画・開発や市場調査を行う。例えば、京丹後市の農業者や絹織物事業者が企画した商品案をT-WAVE上で紹介し、同時にインターネットアンケートを行うことで消費者の反応を見るというものである。農業者や絹織物事業者側から新規商品案に対する意見を問い掛けるだけでなく、消費者から「このような商品は作れないか」という希望を事業者に対して問い合わせることも可能である。このように、京丹後市の地域事業者と都市部在住者が直接意見交換をすることにより、マーケットインの商品・サービス開発やブランド向上、その先にある販路拡大など、市の産業の活性化につなげることが期待できる。

図表 6 T-WAVEによる課題解決の仕組み（概念図）



(3) 地域ビジネス SNS における目標

一般的に ICT 利活用の効果測定は容易ではないと言われるが、今後、地域ビジネス SNS 「T-WAVE」を実用化する場合には、PDCA (Plan-Do-Check-Action) サイクルを導入できるように予め評価指標を定めておくことが重要である。

1) 本事業におけるゴール

前節で述べたとおり、産業の活性化により雇用を確保し、定住人口・交流人口を増加させることを京丹後市としての最終的なゴールと置く。産業の活性化、雇用の確保、定住人口・交流人口の増加を実現するための方法としてはさまざまなものが考えられるが、地域ビジネス SNS では、ICT を活用することによって京丹後市への定住・交流人口を増加させること、および京丹後市で起業した人の数を増やすことを目標として置くこととする。

2) 本事業の評価指標

本事業の評価指標は以下のとおりである。

- ・ ICT の利活用がきっかけとなって京丹後市に移住・来訪した人の数
- ・ ICT の利活用がきっかけとなった起業数
- ・ ICT の利活用がきっかけとなった雇用数
- ・ ICT の利活用がきっかけとなって企画開発された、都市部在住者が求める商品・サービスの数
- ・ ICT の利活用がきっかけとなった、京丹後ブランドに対する都市部在住者の認知度

第3章 事業実施結果

1. システム利用状況調査

(1) 調査概要

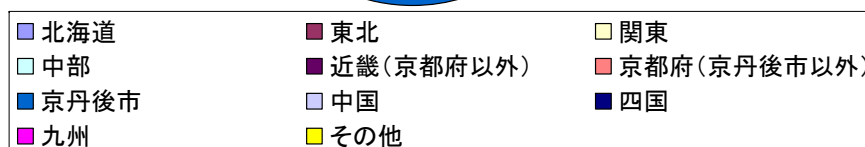
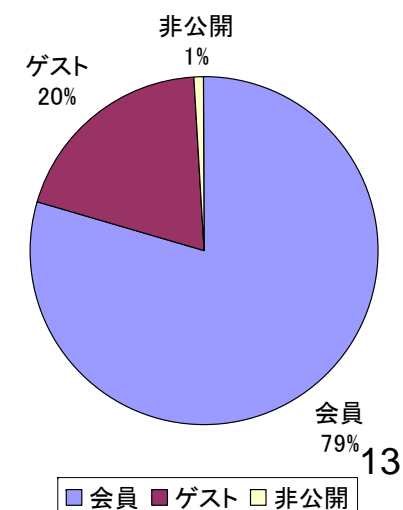
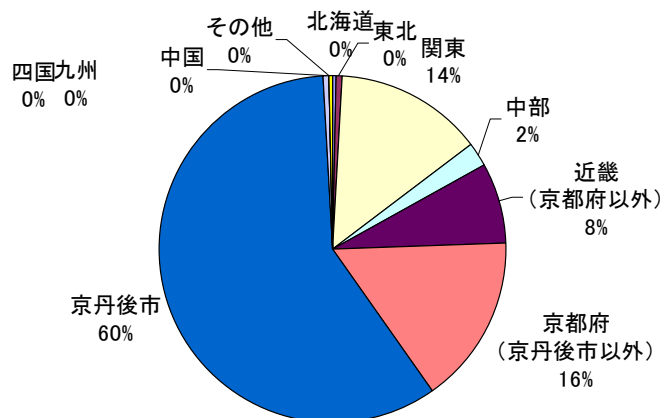
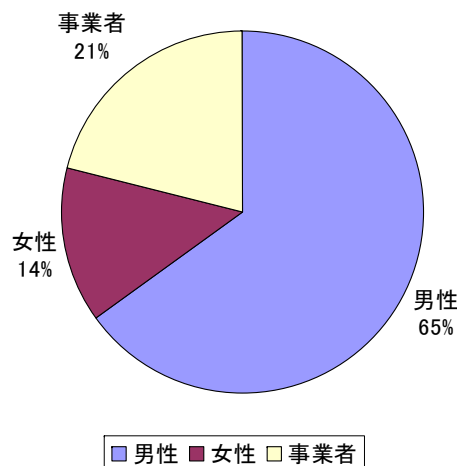
- 地域情報交流サイトのオープン以降の利用状況について調査を行う(2008年3月時点)。
- 市が総務省に提出した計画書では、平成19年度の目標・指標は以下のようになっている。
 - ・ 目標:サイトの知名度を向上させる。
 - ・ 指標:登録会員数(京丹後市在住者による登録300、都市部在住者による登録200の計500が目標値)
- 本報告書では、上記の目標に加えて、「ビジネスマッチングの創出」にどのように本サイトが寄与したか、あるいは寄与する可能性が生まれているかについて、以下の観点から調査を行った。
 - ・ 会員数
 - ✓ 京丹後市内および市内と市外のコミュニケーションが進む可能性は生じたか
 - ✓ ビジネスマッチングが創出される可能性は生じたか
 - ・ コミュニティ登録数
 - ✓ コミュニティ上でのコミュニケーションは行われているか
 - ・ ブログ投稿数
 - ✓ ブログによるコミュニケーションは行われているか

1. システム利用状況調査

(2) 調査結果

● 会員数

- ・ 会員数合計は266人。平成19年度目標値である500人に届いていない(目標値比53%)。
- ・ 性別・事業者別で見ると、男性が65%(173人)、女性が14%(37人)と大きな偏りがある。また事業者登録は21%(56事業者)となっている。
- ・ 登録者のうち、京丹後市内在住者は60%(157人)にとどまっている。平成19年度目標値は300人であり、目標値比52%。一方、京丹後市外在住者は40%(109人)であり、目標値比55%。
- ・ 各自のページの公開属性は、会員限が79%(211人)。ゲスト公開(SNSにログインしなくてもインターネット上から閲覧可能)は20%(53人)にとどまった。
- ・ 市内外のコミュニケーションを促進するためには、京丹後市内在住の女性の登録を推進することが必要である。
- ・ また広くビジネスマッチングを促進するためには、事業者による登録を推進するとともに、各自のページの公開属性を「ゲスト公開」とするようにPRしていくことが望まれる。

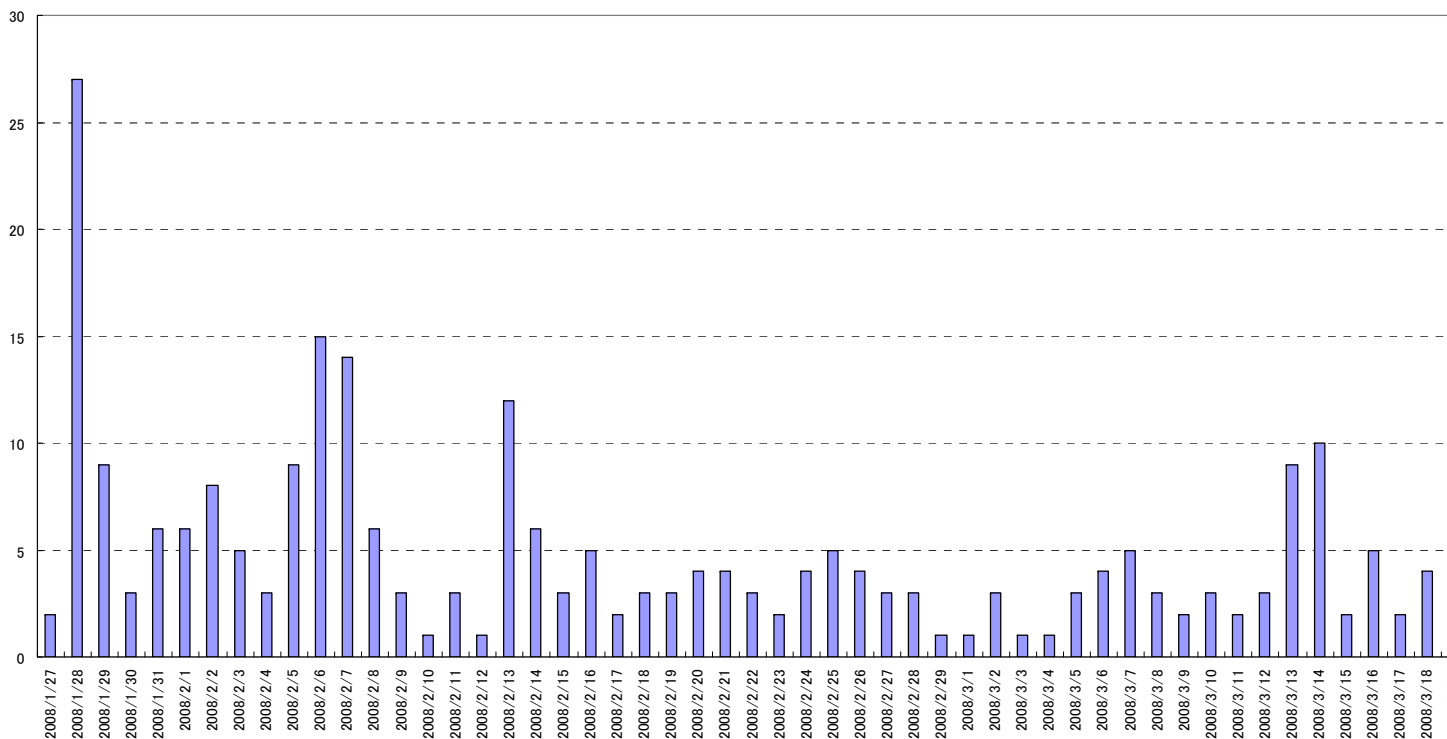


1. システム利用状況調査

(2) 調査結果

● 会員数

- ・ 全会員266人の登録日を見ると、サイトプレオープン当日(1月28日)および正式オープン(2月4日)直後の登録が多い。
 - ・ 3月13日・14日に登録数が増えているのは、2月29日に横浜市内で開催された「地域SNSフォーラム」の参加者に対して招待状を送付(送付は3月13日)した結果だと考えられる。
 - ・ その他の日は1日あたり3人前後程度で推移している。登録者数がゼロだった日はない。
-
- ・ 会員数を増やすためには、招待状の送付を促進するキャンペーンを実施することが有効だと考えられる。



1. システム利用状況調査

(2) 調査結果

- コミュニティ

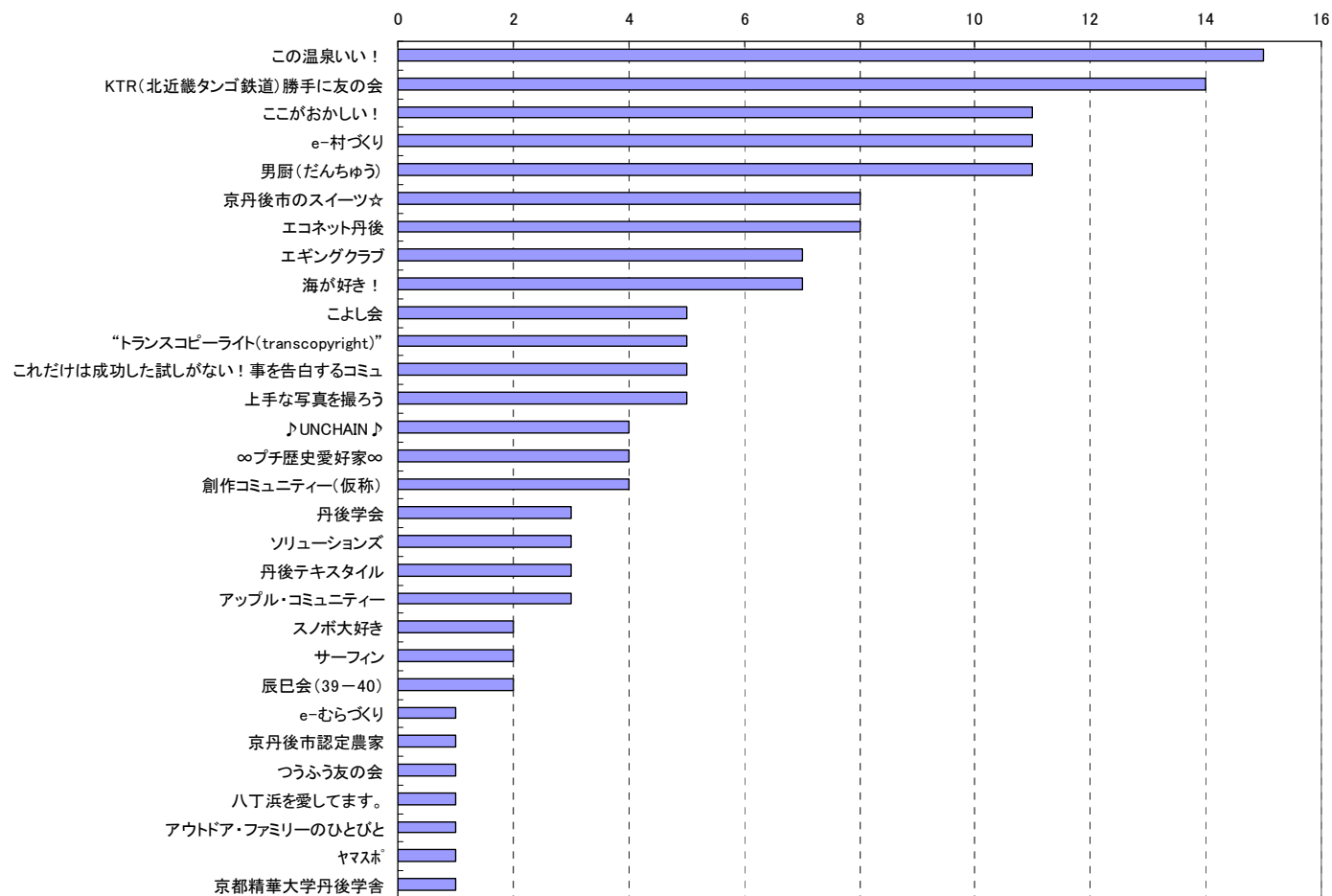
- ・ コミュニティ登録数は30件。
- ・ 全コミュニティへの延べ参加人数は149人。参加人数がもっとも多いコミュニティは15人、もっとも少ないコミュニティは1人。
- ・ テーマは趣味に関するものが多い。ビジネスマッチングを目的としたものとしては以下のものがある。しかし参加人数が少なく、ビジネスマッチングを生む土壌にはまだ至っていない。
 - ✓ 京丹後市認定農家(認定農家のコミュニティ:参加人数3人)
 - ✓ 丹後テキスタイル(繊維産業に関するコミュニティ:参加人数1人)
- ・ ビジネスをテーマとしているコミュニティ「丹後テキスタイル」では、コミュニティ設立以来8件のトピックが立ち上げられており、このトピックに対して計12のコメントが寄せられている。主に以下のような情報のやり取りが行われている。
 - ✓ 京丹後市における繊維産業の最新情報発信
 - ✓ 京丹後市における繊維産業が抱える構造的な課題に関する議論
- ・ ビジネスをテーマとしたコミュニティが設立され、マッチングも含めた活発な意見交換がなされることが望まれる。

1. システム利用状況調査

(2) 調査結果

● コミュニティ

- 各コミュニティの参加人数は以下のとおり。

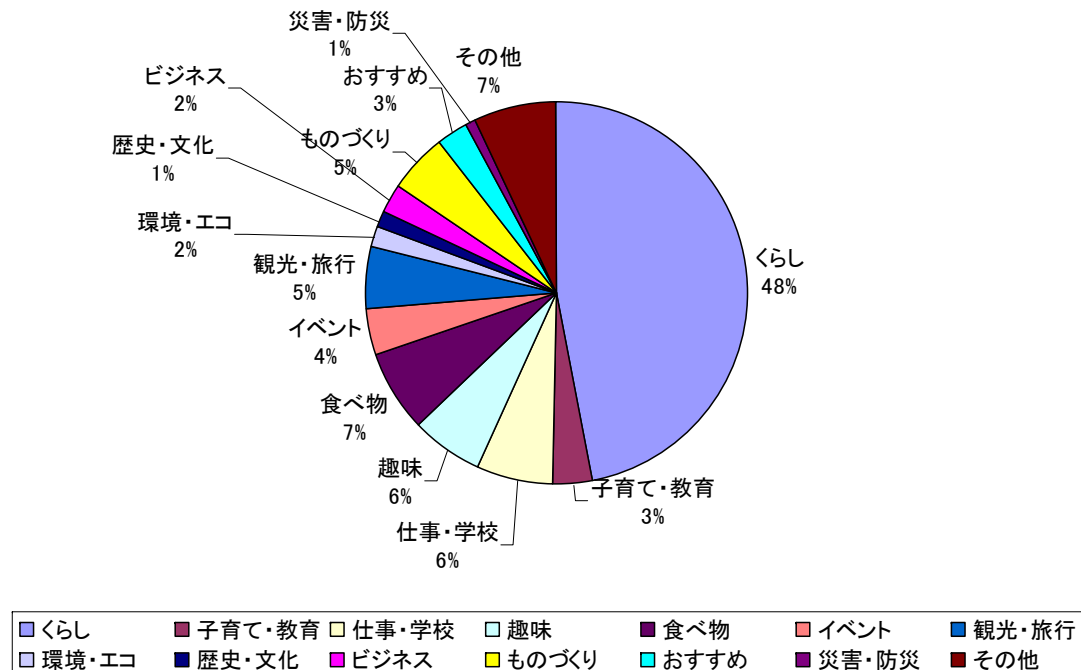


1. システム利用状況調査

(2) 調査結果

● ブログ

- 612件のブログが投稿されている。そのうちビジネスに関するものは15件(2%)にとどまっている。
※ デフォルトは「暮らし」となっている。ブログのテーマに沿った形で設定していない投稿もあると考えられるので、実際は「ビジネス」を含めた「暮らし」以外のテーマのブログの割合はもっと高い可能性がある。
- 1度でもブログを投稿したことがある人は90人。最多ブログ投稿者は34件のブログを投稿している。
- コメント数は2367件。ブログ1件あたり平均3.9件のコメントが投稿されている。
- 本サイトの主旨を理解してもらい、ビジネスに関するブログの投稿を促すような取組が必要だと考えられる。



2. アンケート調査

(1) 調査概要

- 次の二つのグループを対象にインターネットアンケート調査を実施する。
 - ・ 関西圏在住の一般生活者
 - ・ T-WAVEの登録会員
- 「① 関西圏在住の一般生活者」については、弊社インターネットアンケート会員から該当する対象者を選定し(性、年齢、居住地、天橋立・丹後半島への観光経験の有無 など)、実際に「T-WAVE」を眺めてもらい、サイト上のコンテンツへの関心度合い、サイトの見やすさの評価、今後期待するコンテンツなどを把握する。
- 「② T-WAVEの登録会員」については、運営協議会から対象者にPRして貰いサイト上で回答を入力してもらおう。設問内容として、T-WAVEを利用して感じる効果、今後期待するシステムの改良や運営の工夫などを把握する。
- 弊社の役割は、これらアンケート調査の設計、実施・分析である。

- 次ページ以降、この二つのアンケート結果について整理する。

2. アンケート調査

(2) 調査結果(関西圏在住の一般生活者)

1) 実施概要

① 調査対象

- 関西二府一県(大阪府、京都府、兵庫県)在住の20～50代の男女
- 過去三年間に「天橋立・丹後半島」を夏や冬の旅行、観光、レジャー目的で訪問したことがある人(本調査に先行して実施する事前調査にて把握)
- 調査回収数1,000人を目標とし、性・年齢別に125人ずつ(例:男性・20代が125人)を回収

② 実施スケジュール

- 実査期間 2008年3月17～19日

2. アンケート調査

(2) 調査結果(関西圏在住の一般生活者)

③ 本調査の調査票

- 図に示す構成、内容でインターネットアンケート調査を実施した。

図表 アンケートの最初の画面での説明

京丹後市地域コミュニティサイト「T-WAVE」に関するアンケート調査

本調査は、本年2月に開設いたしました、京丹後市地域コミュニティサイト「T-WAVE」に対する皆様のご意見をお尋ねするものです。3月17日(月)に実施しました「ライフスタイルに関するアンケート」で、「過去3年間で、夏や冬の旅行、観光、レジャー目的で、『天橋立・丹後半島(小天橋、浜詰など)』を訪れたことがある」とお答え頂きました皆様に、改めて、お尋ねします。該当されない方がおられましたら、ご回答をご遠慮頂きたく願います。

(注)

京丹後市は、京都府北部、丹後半島に位置しています。
平成16年4月、峰山・大宮・網野・丹後・弥栄・久美浜町が合併し、市制を施行しています。

京丹後市地域コミュニティサイト「T-WAVE」(以下、本サイト)には、大きく二つの目的があります。

- 1) 皆様のような都市部にお住まいの方に対して、京丹後市在住の市民や事業者が直接的に情報発信することで、京丹後市の自然や人、産品に魅力を感じて頂きたい。
- 2) 京丹後市在住の市民や事業者同士が、交流を深めることで、京丹後市の土地や人、産品をもっと上手に活用した価値を生み出したい。

◆最初に、下記のURLをクリックして、本サイトをご覧下さい。【必須】

<http://www.tango-wave.jp/>

ページの左にあります「新着ブログ」では、京丹後市在住の市民や事業者が情報発信をしています。(皆様には、インターネットに外部公開している方の情報のみをご覧頂けます)

また、ページの真ん中にあります「公認コミュニティ新着トピック」では、皆様のような都市部にお住まいの方などから京丹後市への「観光」「移住」や京丹後市での「起業」に関する相談をお受けします。さらに、京丹後市の自然や人、産品を活かした「商品企画」では、皆様とキャッチボールをさせて頂きながら新たな商品を生み出そうとしています。

それでは、本サイトをしばらくご覧になられた後、いくつかの設問にお答え下さい。
(いくつかの機能は、これから準備出来次第、リリースしていく予定です。)

図表 アンケート画面の流れ

【Q.1】あなたは、本サイトのどのような使い方に興味がありますか。(いくつでも)【必須】

1. 京丹後市を観光で訪問するとき(例:夏の海水浴やバーベキュー、自然体験、冬のカニや温泉、スキー等)、役立つ観光情報があるかを調べたい
2. 京丹後市を観光で訪問するとき、自分の質問に答えてくれるならば、問い合わせてみたい(これは、ページの真ん中にあります観光相談コミュニティが対応しています)
3. 京丹後市で住むことや職を得ることに興味があり、移住、就職や起業に関して役立つ情報があるかを調べたい
4. 京丹後市への移住、就職や起業に関して、自分の質問に答えてくれるならば、問い合わせてみたい(これは、ページの真ん中にあります移住相談コミュニティや起業相談コミュニティが対応しています)
5. 京丹後市で生産される商品(例:海産物、農産物、その他の飲料や食品、絹織物製品)に、どんなものがあるかを調べたい
6. 「こんな商品は売っているのか」「こんな商品があれば買ってみよう」という自分の質問に答えてくれるならば、問い合わせてみたい(これは、ページの真ん中にあります商品企画コミュニティが対応しています)
7. ご自身やご家族が京丹後市やその周辺地域のご出身であり、何らかの情報が得られるならば、ときどき本サイトを見てみたい
8. 本サイトの登録会員(市民や事業者)が書くブログ記事で面白いものがあれば、見てみたい
9. その他 (具体的に⇒)
10. 特に興味は無い

(Q1で「1」「2」とお答えになった方)

【Q.2】あなたは、京丹後市を観光で訪問するときに、本サイトで、どのような情報が得られると良いですか。(いくつでも)【必須】

1. 地元の人がよく利用する美味しいお店の情報 (場所、定休日、代表的なメニュー、価格 など)
2. 漁業や農業が体験できる施設の情報 (場所、定休日、体験内容、価格 など)
3. 道路沿いに設置される産地直売施設の情報 (場所、定休日、代表的な商品、価格 など)
4. お祭りや地域イベントの情報 (場所、開催期間、イベント内容 など)
5. 地元で取れる食べ頃のお土産物や農産物の情報 (購入や飲食できるお店の場所、お薦めの料理方法、価格 など)
6. 市内を移動する際のバスやタクシーの情報 (周遊ルート、乗り場、時刻表、運賃 など)
7. 実際に京丹後市を訪問した旅行者の体験談 (口コミ)
8. その他 (具体的に⇒)

(Q1で「3」「4」とお答えになった方)

【Q.3】あなたは、京丹後市への移住、就職や起業に関して、本サイトで、どのような情報が得られると良いですか。(いくつでも)【必須】

1. 空き家の売買・賃貸に関する情報
2. ワンルーム等アパートに関する情報
3. 空き店舗情報
4. 宅地情報
5. 農地情報
6. 採用に関する情報
7. 移住等支援施策に関する情報
8. その他 (具体的に⇒)

(Q1で「5」「6」とお答えになった方)

【Q.4】次に示す商品・サービスは京丹後市で提供されるものの一部です。あなたが、どんな商品・サービスなのかを知ってみたい、または、良いものならば購入してみたいと思われるものはどれですか。(いくつでも)【必須】

1. 海産物
2. 全国的には有名ではないが、地元の人間がこだわって手作りした商品(彫刻、陶芸、絵画、炭、ガラス細工、金属加工品 など)
3. 絹織物製品(帯、ちりめん小物 など)
4. 有機米・有機野菜
5. ジビエ料理(シカやイノシシなど野生の鳥獣の肉を料理したもの)
6. 漁業や農業を体験出来るツアー
7. 環境の仕組みや大切さを学ぶことができる自然体験ツアー
8. その他 (具体的に⇒)

(Q1で「1」～「9」とお答えになった方)

【Q.5】今後、T-WAVEは、発信する情報を充実する、登録会員を増やす、動画や地図を扱えるなどシステム上の機能を発展させる、本サイトだけの活動ではなく実社会での人々との連携を図る(例:オフ会の開催)など、さまざまな工夫をしていきたいと考えています。あなたは、本サイトにどのような工夫を期待されますか。実現可能であるかは気にせず、アイデアで結構ですので、お考えをお聞かせ下さい。(全角500文字程度)【必須】

属性を把握する設問

- F1. あなたの性別をお知らせください。(SA)
- F2. あなたの現在の満年齢をお知らせください。
- F3. あなたは結婚していますか。(SA)
- F4. あなたがお住まいの都道府県をお知らせください。(SA)
- F5. あなたの職業は、この中のどれにあたりますか。(SA)
- F6. あなたのお住まいにおける世帯構成をお知らせ下さい。(SA)
- F7. あなたが、過去3年間に、旅行、観光、レジャー目的で、天橋立・丹後半島を訪問された回数をお知らせ下さい。
- F8. あなたが、過去3年間に、旅行、観光、レジャー目的で、天橋立・丹後半島を訪問されたときの詳細な目的をお知らせ下さい。(MA)
- F9. 次の中であなたが関心の高いテーマをお知らせ下さい。(MA)

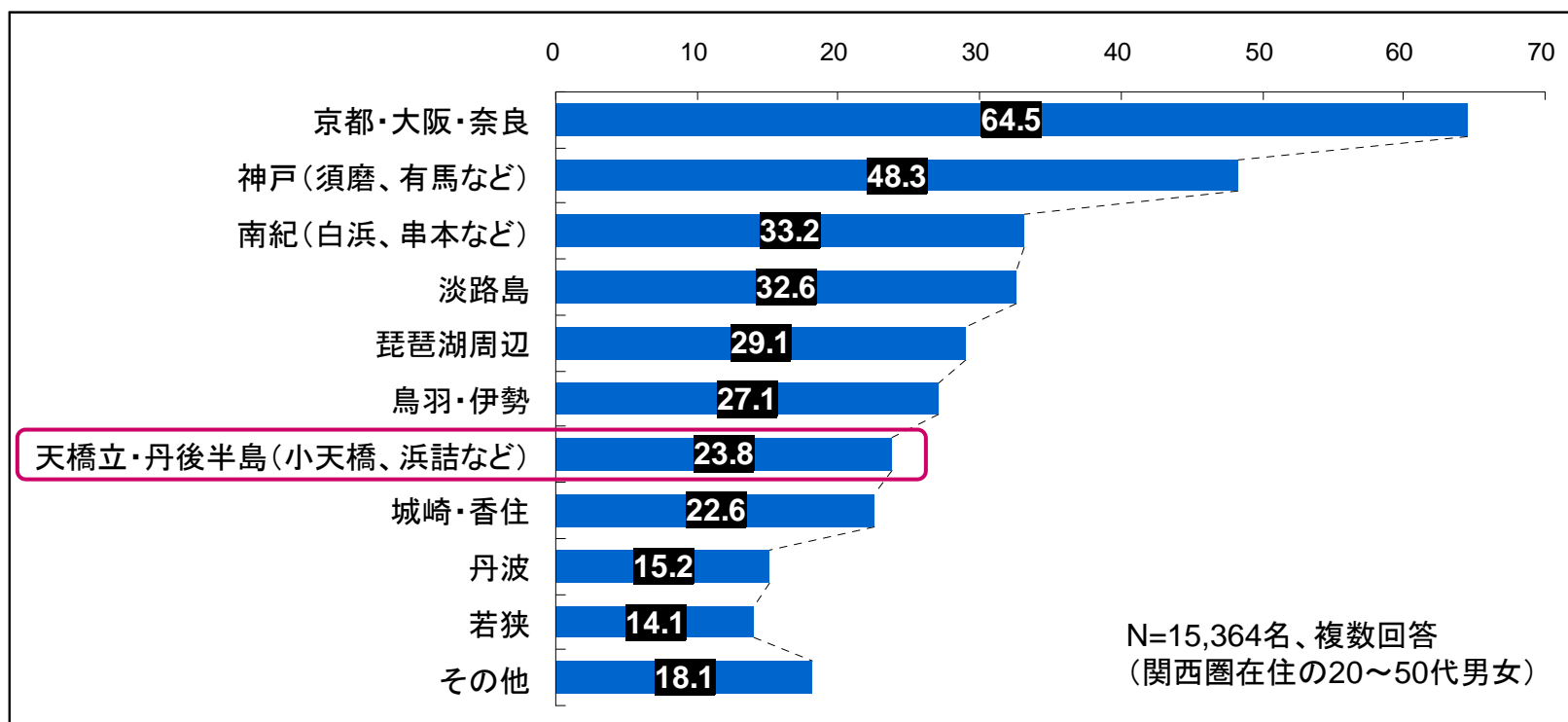
2. アンケート調査

(2) 調査結果(関西圏在住の一般生活者)

2) 調査結果

関西圏(二府一県)在住者の24%が、過去3年間で、夏や冬の旅行、観光、レジャー目的で天橋立・丹後半島を訪問

図表 過去3年間で、夏や冬の旅行、観光、レジャー目的で訪問したことがある地域(事前調査の結果)



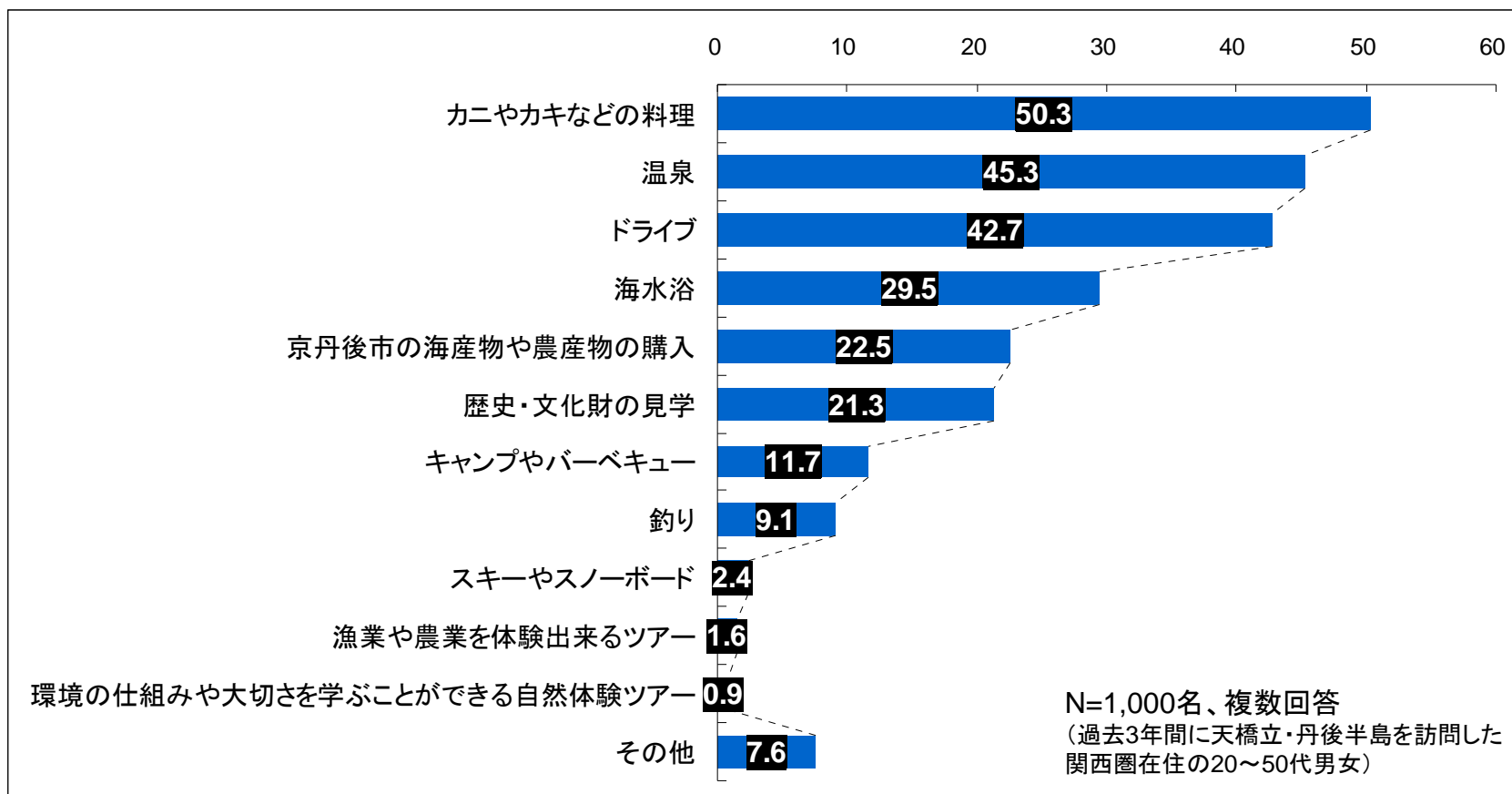
次頁以降は、過去3年間で天橋立・丹後半島を訪問した経験を持つ1,000名に対する本調査結果である。

2. アンケート調査

(2) 調査結果(関西圏在住の一般生活者)

過去3年間に、旅行、観光、レジャー目的で天橋立・丹後半島を訪問されたときの詳細な目的は、カニやカキなどの料理、温泉、ドライブ、海水浴である。

図表 過去三年間の天橋立・丹後半島の旅行、観光、レジャーでの訪問目的



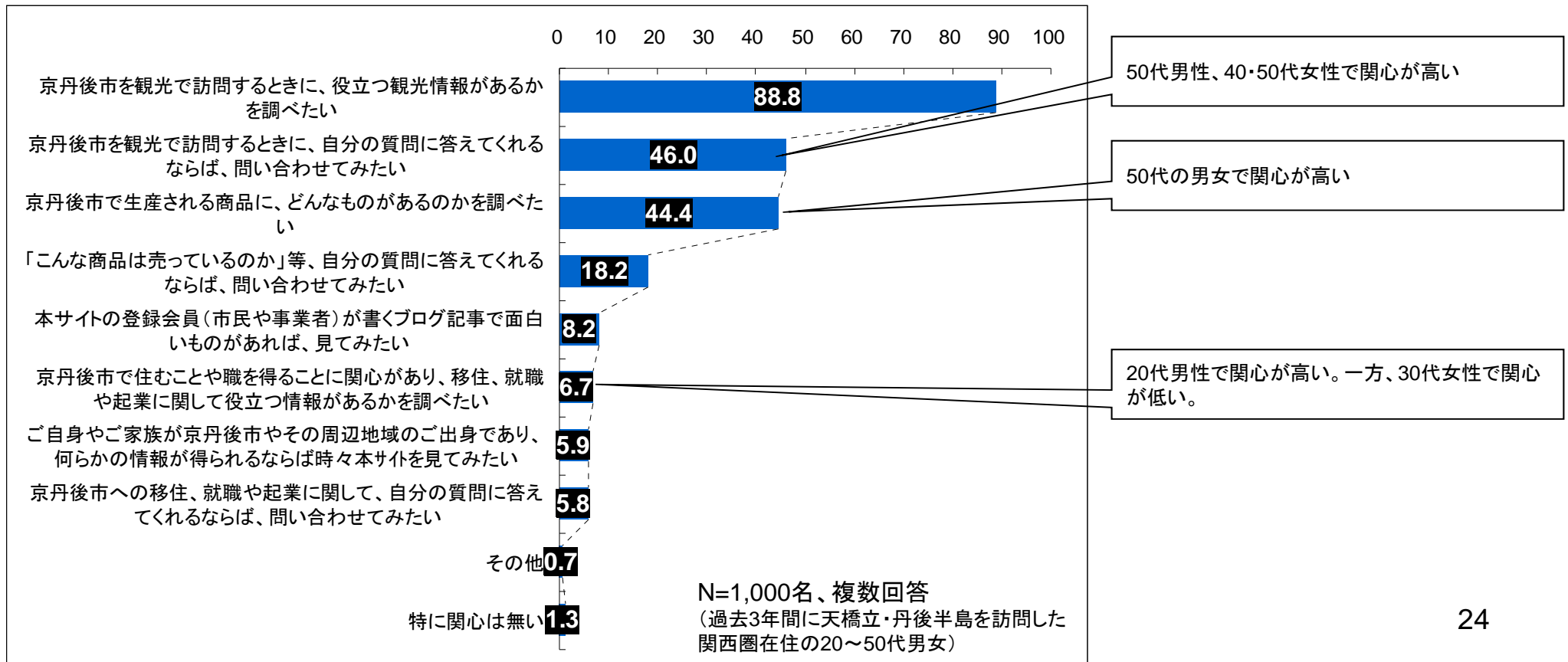
2. アンケート調査

(2) 調査結果(関西圏在住の一般生活者)

T-WAVEで得たい情報は、観光情報と京丹後市に関する情報

- 性・年齢別に差異を見ると、観光や製品情報は50代男性、40・50代女性に関心が高い
- 京丹後市への移住、就職、起業についての情報は、20代男性に関心が高いが、30代女性は低い

図表 T-WAVEの使い方への関心



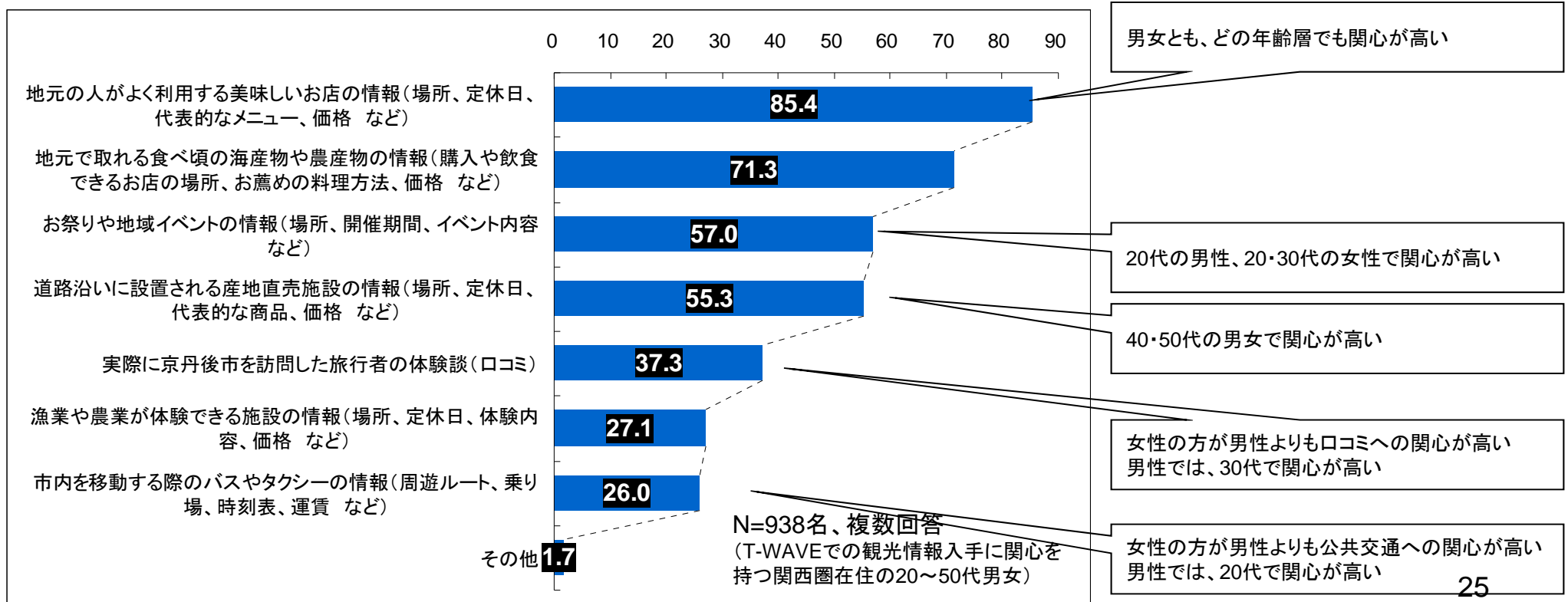
2. アンケート調査

(2) 調査結果(関西圏在住の一般生活者)

T-WAVEで得たい観光情報は、地元の人が利用するお店、地元で取れる海・農産物、お祭り・地域イベント、産直施設

- 性・年齢別に差異を見ると、男女のどの年齢層でも関心の高い「地元の人がよく利用する美味しいお店の情報」があるのに対し、下に示すように、年齢や性別によって関心度合いの異なる情報があり、情報を提供しようとするターゲットによって配慮が有効なことがわかる

図表 京丹後市への訪問に際し、得たい観光情報



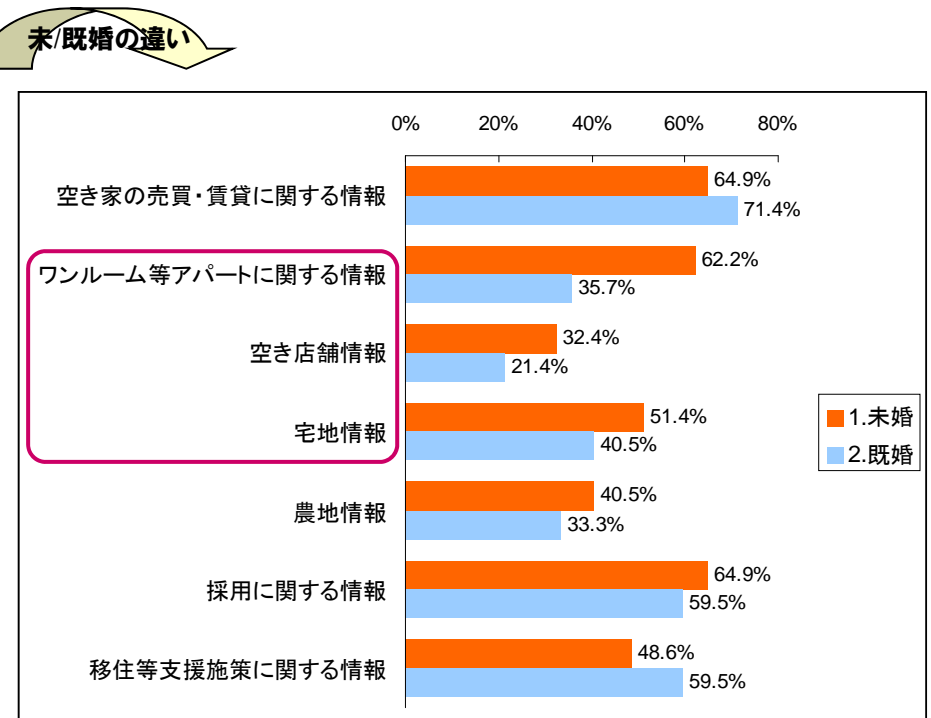
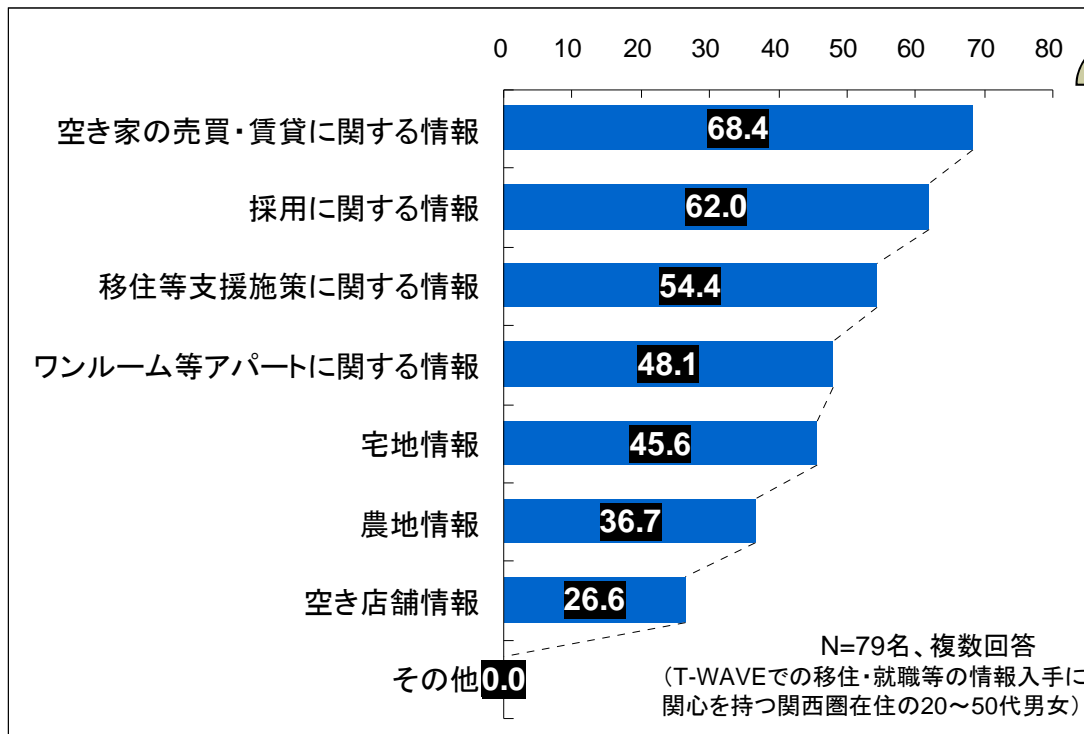
2. アンケート調査

(2) 調査結果(関西圏在住の一般生活者)

T-WAVEで得たい京丹後市への移住、就職や起業に関する情報は、空き家・賃貸、採用、移住等支援施策

- 京丹後市への移住、就職や起業に関する情報をT-WAVEで得たいと回答した79名(全回答者1,000名中、7.9%)を未／既婚別にみると、未婚者は37名おり、未婚者全体318名の11.6%に相当する。つまり、未婚者の方が京丹後市への移住、就職や起業を考えやすい
- これら未婚の移住、就職や起業に関心を持つ人の回答を見ると、ワンルーム等アパート、空き店舗、宅地情報への関心が高い

図表 京丹後市への移住、就職や起業に関して、得たい情報



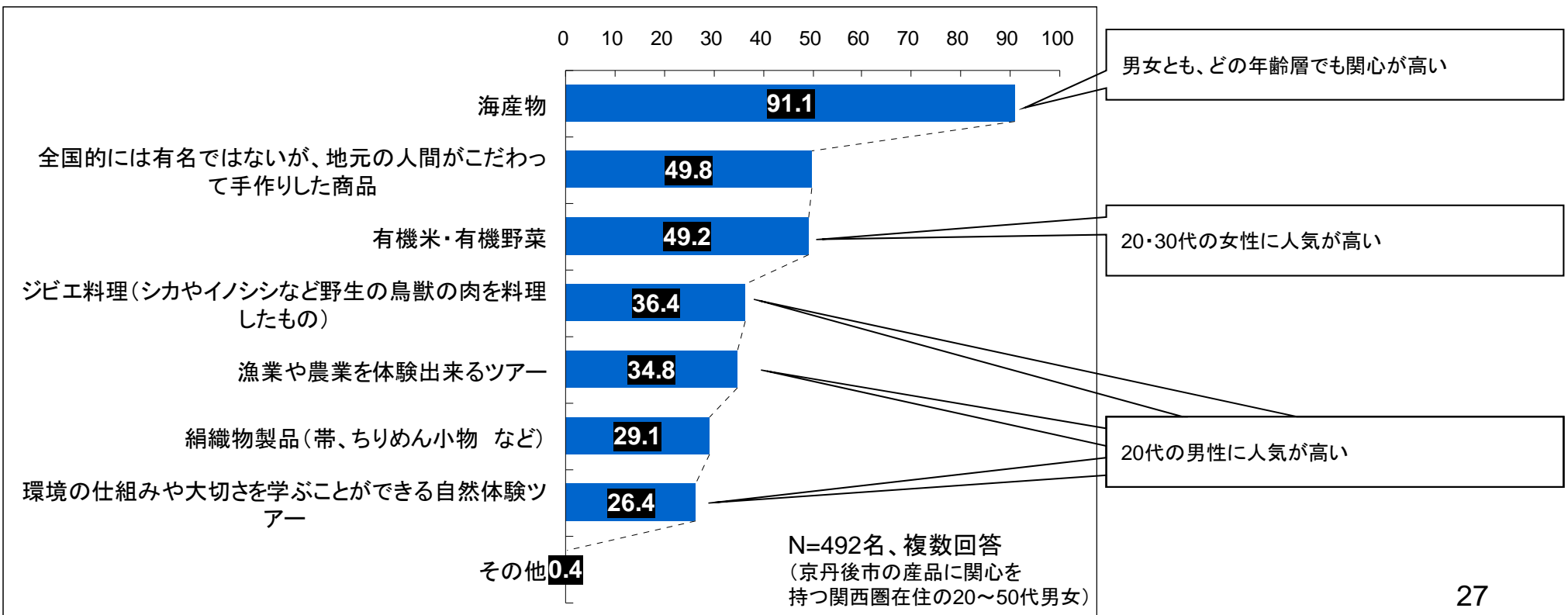
2. アンケート調査

(2) 調査結果(関西圏在住の一般生活者)

京丹後市の産品で関心が高いのは、海産物、地元の手作り商品、有機米・有機野菜

- 性・年齢別に差異を見ると、男女のどの年齢層でも関心の高い「海産物」があるのに対し、下に示すように、年齢や性別によって関心度合いの異なる産品があり、情報を提供しようとするターゲットによって配慮が有効なことがわかる。

図表 京丹後市の産品で関心の高いもの



2. アンケート調査

(2) 調査結果(関西圏在住の一般生活者)

T-WAVEサイトの今後に向けた工夫に関して、自由回答より代表的な意見を抽出

充実して欲しいコンテンツ

- 丹後は交通事情が悪いので、正確な情報を提供してもらえると嬉しい。特にバスでゆっくり回りたいときなど、バスの時刻やルートなど事前情報と異なる場合があるので正確に知りたい。
- 観光地の情報を乗せるとともに、周辺の駐車場の情報を掲載して欲しい。
- 自分はこの地方の食べ物に関して興味があるので、出来るだけこの地を訪れた時にどの場所でどのような食べ物を食べることができるのかという情報を多く載せて欲しい。
- 地場の特産品のコアな特集を徹底的にしてほしい
- サーフィンに行くので波情報なども載せてほしい。
- webサイト上でクチコミを書き込んだり、実際に相談できるのは魅力的だと思います。
- もう少し個人が発信するようなタウン情報があるとうれしい。ちょっと堅い感じ。
- 情報がそんなに多くない気がするので、質問をしたくなるような情報を多く掲載して欲しい。
- 問への回答という形で情報提供されていますが、質問の有無に拘わらずテーマに沿ってそちら側から情報提供していただけると有り難い。

サイトを見たことの恩恵

- このサイトを見た人だけに、飲食や観光のためのお得なクーポンを印刷できれば良い。
- 地域通貨(本サイトから情報を得て、特定の名所を回ったり、特産品を買くと、他のお店でも使えるクーポンみたいなもの)の導入。
- 祭りなどで、このサイトを見た人が参加できるイベントを考えて欲しい。親戚に行った様な感じで過ごせるような所があれば、何度でも行くだろう。
- 抽選で、産地直送海産物のプレゼント(メール会員登録が必要)

2. アンケート調査

(2) 調査結果(関西圏在住の一般生活者)

T-WAVEサイトの今後に向けた工夫に関して、自由回答より代表的な意見を抽出(つづき)

サイトの表現方法に関する意見

- SNSのMixiと機能的には見劣りませんが、使いやすさや見易さでは圧倒的に劣っている。
- サイトを見ていて気になったところが文字ばかりで絵(写真)などで視覚的に訴えているものがない。
- サイトが見にくくてあまり見る気にならないので、もっとわかりやすくしたりデザインも大きく変更した方が良い。
- 一見したところ堅いページのように感じるので、もう少しだけた感じにした方が、初めてページを見た人にとって親しみやすいと思います。
- サイトを開いた瞬間、文字が多くてごちゃごちゃした印象でした。じっくり見ると使い安そうなので、体裁を整えるともっといいと思います。
- 地味なんでもっと若い人とかがみてもおもしろいようなTOP画面とかキャラクターなんかつくったり地図とかをいれたりとかもっとみやすいようにしたほうがいいと思う。
- キャッチコピー、キャラクターなど覚えやすいものを一つ打ち出してもらえれば、頭の片隅に残るので、次旅行行くときの候補になったりすると思う。
- トップページに、風景の写真がある方がいい。見出しはできるだけわかりやすく。「ポータルページ」じゃなくて、「トップページ」とか。
- トップページはもっと目を引く大きめの写真(日替わり、週替わりなどでその時の目玉になる観光地や食べ物、土産物、お祭り装束の子供など)があればサイトを訪問してすぐに興味倍増だと思います。
- 周辺の地図を載せ、その地図上に動画をつけて、その場所の紹介やイベントの情報と一緒に広告したり、気象の情報や、宿泊施設など(これも地図や写真・動画などで紹介)のリンクもあると使いやすいと思います。
- 観光で農業や漁業を体験してみたいが、実際どのようなことをするのも動画で見れると実感がわく。

宣伝

- こういうサイトがあることを知らなかったなので、もっと宣伝する必要がある。

2. アンケート調査

(3) 調査結果(T-WAVEの登録会員)

1) 実施概要

① 調査対象

- T-WAVEの登録会員約260名(調査実施時点)
 - ・ 有効回答数は延べ64名(一名が複数IDを持っている可能性がある)

② 実施スケジュール

- 実査期間 2008年3月19日

③ 本調査の調査票

- 図に示す構成、内容でインターネットアンケート調査を実施した。

図表 アンケート画面の流れ

Q1. あなたがT-WAVEをお使いになる立場として一番近いものをお答え下さい。複数のニックネームをお使いの場合は、各々でログインして頂き、別々にお答え下さい。

- 個人として利用
- 事業者として利用
- 個人や事業者の立場を併用して利用

Q2. あなたがT-WAVEをお使いになる前は、次の中でどれが一番近い状況でしたか。

- インターネットを使い始めたばかり
- いろいろなホームページやブログなどを見ている
- SNSに参加して日記を付けている
- 自分のブログを一般に公開している
- 自分でホームページを立ち上げて情報発信している

Q3. あなたがT-WAVEを利用して良かったと思うことは何ですか。あてはまるものをすべてお答え下さい。(複数回答)

- ブログで大切なことを記録できている
- 生活での悩みの解決に役立った
- 仕事での悩みの解決に役立った
- 登録会員からの信頼性の高い情報が役立った
- 友人や知人、離れて暮らす肉親や親類の状況がわかりやすくなった
- 普段会っている友人や知人と、より密度の高いコミュニケーションが実現した
- 同じ趣味や関心事を持つ新しい仲間と情報交換できるようになった
- サイトでの出会いをきっかけに、イベントやオフ会に参加するようになった
- 京丹後市へのU・I・Jターナー者を後押しすることになった
- 来店したお客さんからT-WAVEの話題が出た
- ビジネスに必要な人材やパートナーの発見に繋がった
- まだ特いない
- その他

Q4. 今後、T-WAVEは、システム上の機能の改良や発展を予定しています。あなたがT-WAVEのシステム上の機能について、特に改良や発展を求めるものをお答え下さい。(複数回答)

- マイページのデザインを幾つかのパターンの中から自分に合うものを選びたい
- 自分のブログやコミュニティの記事に掲載する写真を大きく表示したい
- 自分のブログやコミュニティの記事で文字の大きさや色を変えたり、絵文字を使ったりしたい
- 自分で撮影した画像をT-WAVEで共有したい
- 地図を使って、自分の紹介したいお店の場所を表示したり他の会員と情報共有をしたい
- 自分のスケジュールや、コミュニティでメンバー共通のスケジュールをカレンダーを用いて管理したい
- 特いない
- その他

Q5. 今後、T-WAVEを使って、①京丹後市の魅力を外部に発信する、②登録会員同士が交流を深めることで、京丹後市の強みを活かした価値を生み出すことを狙っていきたいと思います。そのために、どんな点に注力した活動をしていくべきだと思いますか。(複数回答)

- T-WAVEへのアクセス数を増やすため、存在自体をもっとPRしていく
- 登録会員を増やす
- 都市部在住者向けに、京丹後市への旅行、観光、レジャーの情報発信を充実していく
- 都市部在住者向けに、京丹後市への移住、就職や起業を支援する情報発信を充実していく
- 都市部在住者向けに、京丹後市の産品に関する情報発信を充実していく
- T-WAVEでの出会いをきっかけとして、登録会員同士が実際に出会う機会を増やす(オフ会など)
- 特いない
- その他

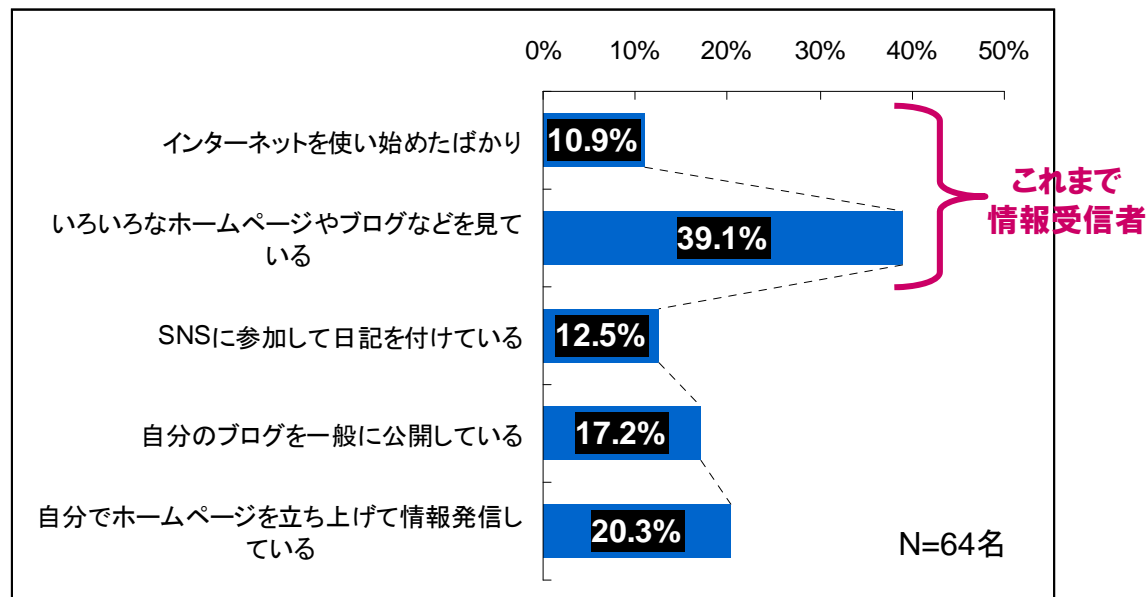
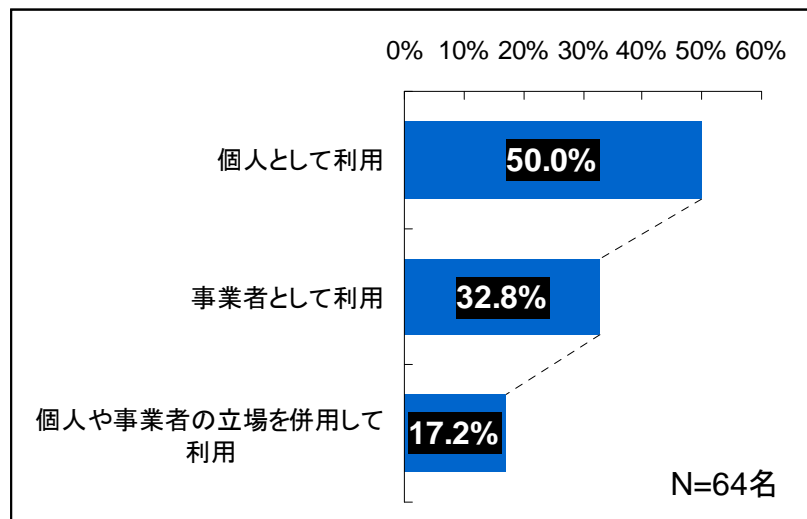
2. アンケート調査

(3) 調査結果(T-WAVEの登録会員)

2) 調査結果

アンケート回答者の少なくとも半分は、事業者であることが分かる。また、回答者の半分は、T-WAVEという場で初めてブログを書くなど情報発信をする機会を得たといえる。

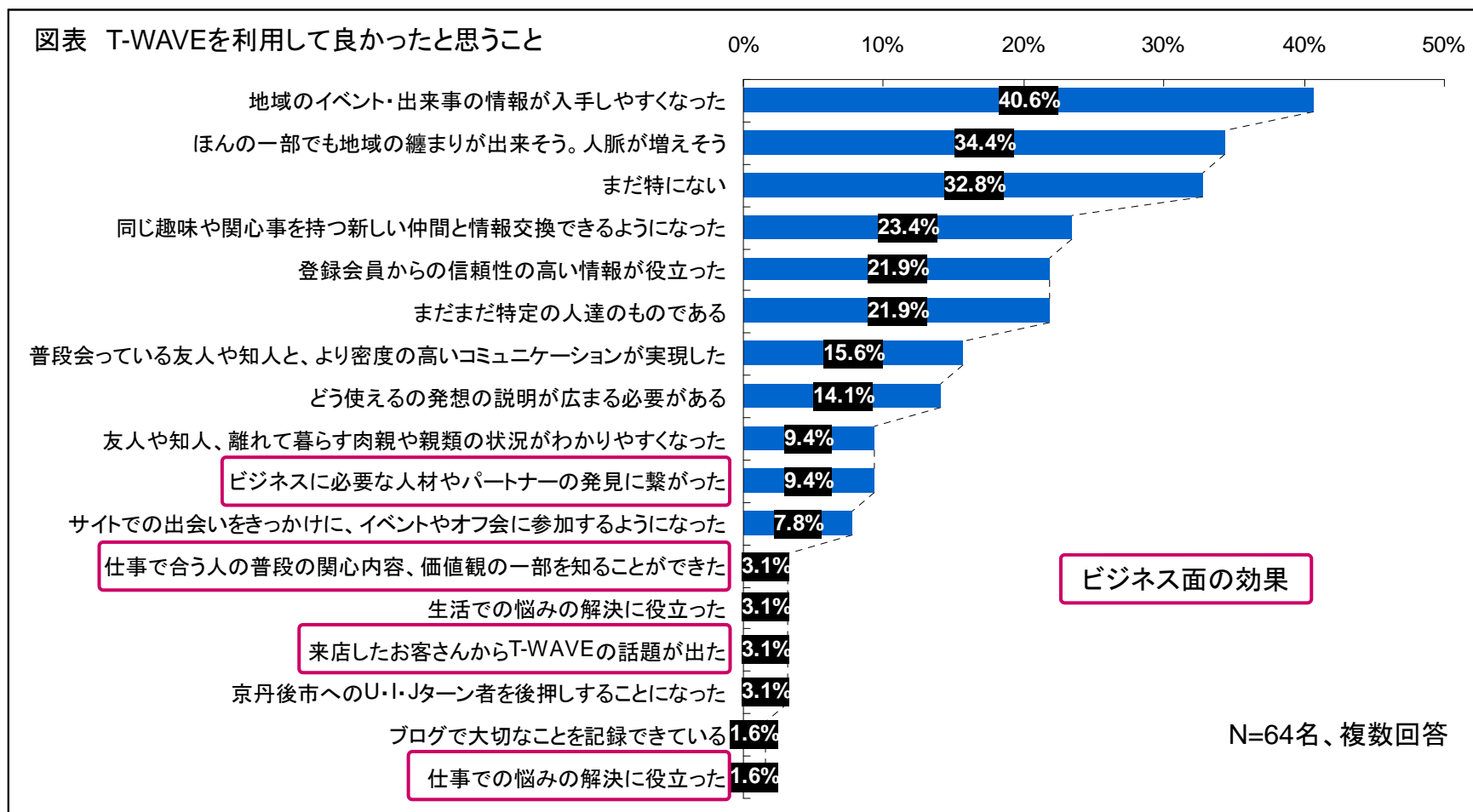
図表 アンケート回答者の属性



2. アンケート調査

(3) 調査結果(T-WAVEの登録会員)

T-WAVEを利用して良かったと思うことがある人は67%。地域のイベント・出来事の情報入手、地域の纏まりや人脈づくりなど。一方、ビジネス面の効果はこれからといえる。

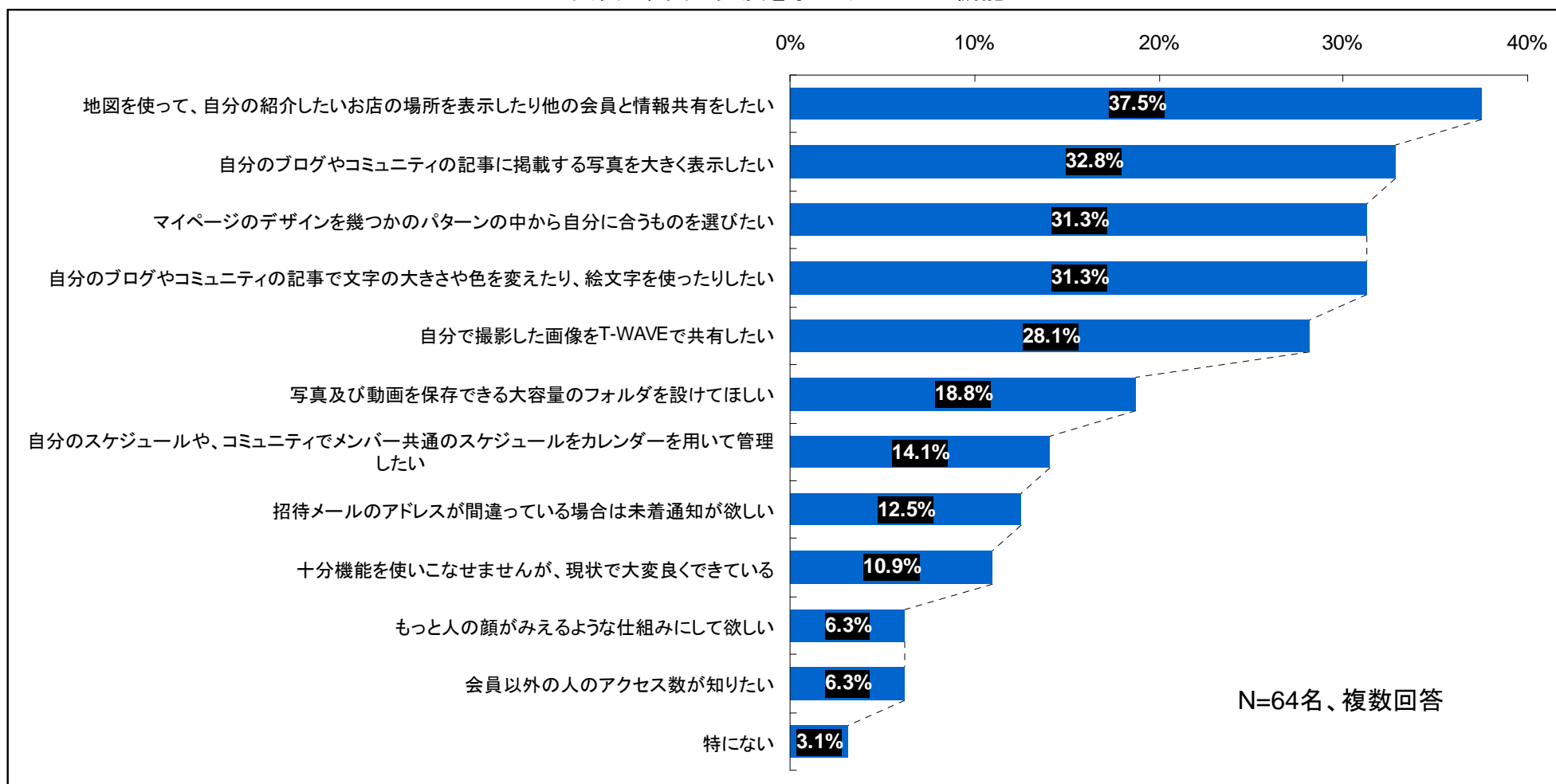


2. アンケート調査

(3) 調査結果(T-WAVEの登録会員)

T-WAVEのシステム機能の改良では、地図、写真や画像、デザインについての要望が多い。

図表 改良や発展を求めるシステム機能

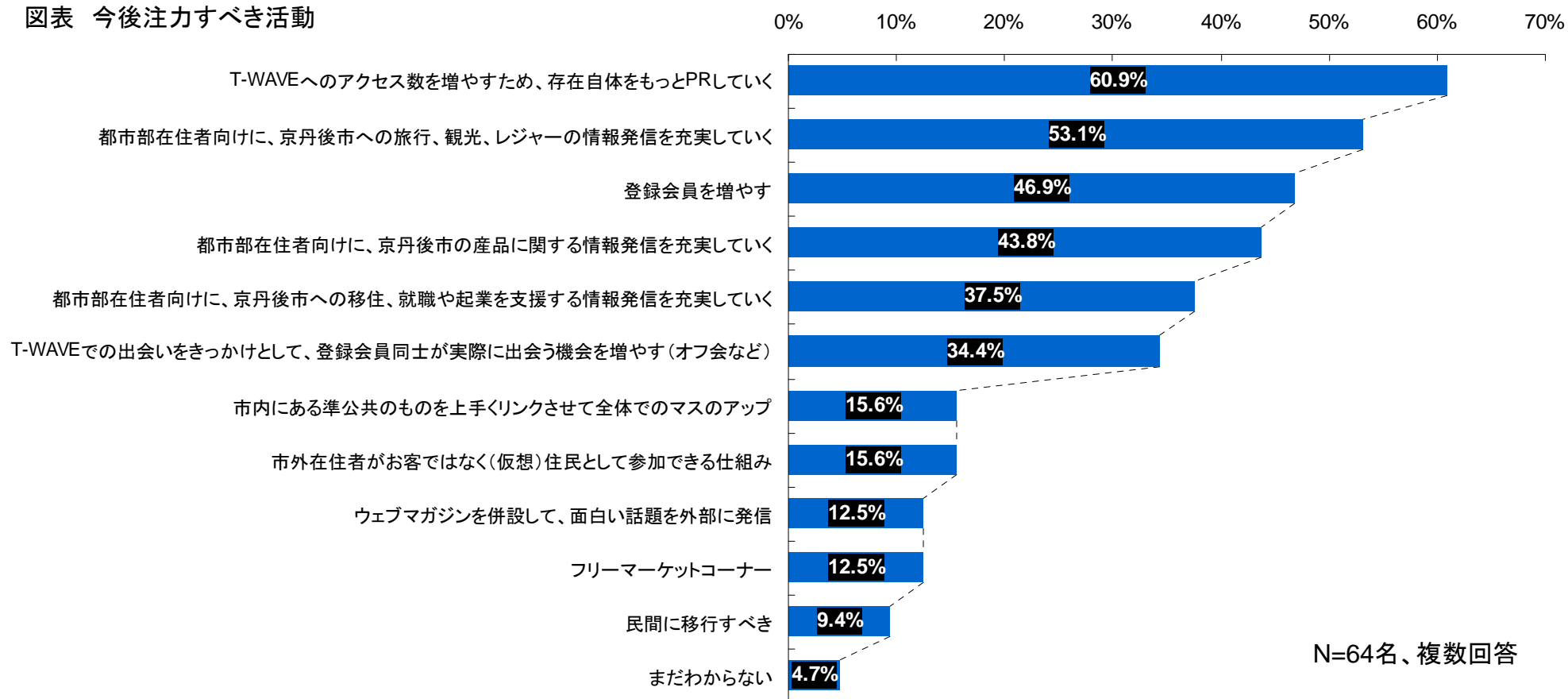


2. アンケート調査

(3) 調査結果(T-WAVEの登録会員)

T-WAVEに関して注力すべき活動は、**サイト自体のPR**、**都市部在住者向けの観光や製品の情報発信の充実**など、**市外に向けた活動の充実**が指摘されている。

図表 今後注力すべき活動



3. グループインタビュー調査

(1) 調査概要

1) 目的

- T-WAVEの登録会員に対してグループインタビュー調査を実施し、「T-WAVEの使い方への関心」「現在のT-WAVEで改善が必要なこと」などについて、生の声を把握し、今後のサイトのシステム面や運営面の改善に参考とする。

2) 実施時期

- 3月14日(金)

3) 対象者

- T-WAVEがビジネスマッチングを主目的としていることから、一般市民会員ではなく、事業者会員を対象とした。次の二回に分けて実施した。
 - ・ 第一グループ 3名(参加者の業種:機械金属、電気工事、農業)
 - ・ 第二グループ 7名(参加者の業種:醤油製造、酒造、ガラス工芸、デザイン事務所、飲食、小売、鮮魚販売)
- なお、これらのインタビューは、別途行われた「地域ICT活用人材育成プログラム」と同時に実施した。

3. グループインタビュー調査

(2) 調査結果

- 合計10名から次の表に示すような意見が得られた。

分類	具体的な意見	分類	具体的な意見
ご自身の使い方	<ul style="list-style-type: none"> ■ そろそろブログを始めようと思っていたため、T-WAVEが良い機会で開始した。このサイトで販売するか自分の事業の儲けにしようという考えは今のところない。むしろ、自分が情報発信することで、一人でも多く京丹後市に人が集まり住んでくれれば良い。 ■ 自分の事業が直接消費者と接するものでないことから、サイトで情報発信することの事業上のメリットは考えていない。 ■ 他地域のブログのように事業をやっている人間が顔写真を出せば良いのは分かるが、今のところ、そこまでするつもりはない。 ■ サイトを見て自分の店に来て貰える、丹後に来て貰えることはうれしい。もっとT-WAVEを盛り上げていけるよう、みんなで頑張っていきたい。 ■ 今までホームページ等を持ったことはなく、T-WAVEで情報発信したいが何を情報発信したら良いかはまだ見えない。 ■ 自社でホームページは持っている。T-WAVEへの期待は消費者に向けた情報発信ではなく、業者間同士の共同購入を実現すること。一社では使い切れない食材で購入を諦めていることがあり、こういう場合にみんなで融通しあって購入すれば、地元だけの商品も生まれやすくなる。 ■ 地産地消で「飲食したければこの土地に来なさい」と言いたい、それ程需要が地元にないため、我々は市外に目が行ってしまう。 	ご自身の使い方 (続 き)	<ul style="list-style-type: none"> ■ まず丹後に海があることを知って貰うこと。商売には少しずつ繋げていきたい。丹後はつながりの弱い土地柄なので、その問題は打破していきたい。
		T-WAVEに関する改善	<ul style="list-style-type: none"> ■ 今のデザインは良くないと思っている。ベースがブルーになっており冷たい印象を与えるし、オレンジ色との配色も悪い。見た目は重要である。 ■ 他人のブログにコメントを付ける際、写真を載せられるようになって欲しい。 ■ 投稿してしまった内容を修正できれば良い。 ■ 会員募集のプロモーションが不足している。今回声を掛けられて初めて知った。 ■ ポスターがT-WAVEで何ができるのかが分かりづらい。また、もっと目立つ場所に沢山張り出す必要がある。

4. 地域ICT人材育成プログラム

1. 業務の概要

(1) 目的

- 地域がICTを活用し、地域の課題解決を図ったり、地域の活性化を促進したりしていくためには、その取組みの中心となる人材の存在が必要である。
- そこで、本業務では、京丹後市が推進している地域情報交流モデル構築事業に係る地域ICT人材を育成することを狙う。
- さらに、本業務を通じて、各地域で応用可能な、望ましい地域ICT人材育成のあり方について明らかにすることも図る。

1. 業務の概要

(2)実施内容

- 本年度、総務省の「地域ICT利活用モデル構築事業」において、京丹後市が構築した地域情報交流「T-WAVE」は、市民や市内の事業者がこれを活用し、地域内外の人や事業者へ情報を発信したり、情報交流を実現したりすることで、地域の抱える課題の解決や地域の活性化の促進につながることを目的としている。
- そこで、「T-WAVE」を活用し、自ら上記のような取組みを推進できる人材の育成を目的とした人材育成プログラムを考案し、実際に試行した。
- 具体的には以下のような内容を実施した。

①プログラムの実施内容の検討

- ICTを活用した地域の活動において、求められる人材像とその育成・確保方法についての検討
- 先進事例についての調査

②プログラム教材の作成

- 当日運営スケジュールの検討
- プログラム教材の作成

③プログラムの実施

- 当日プログラムの運営

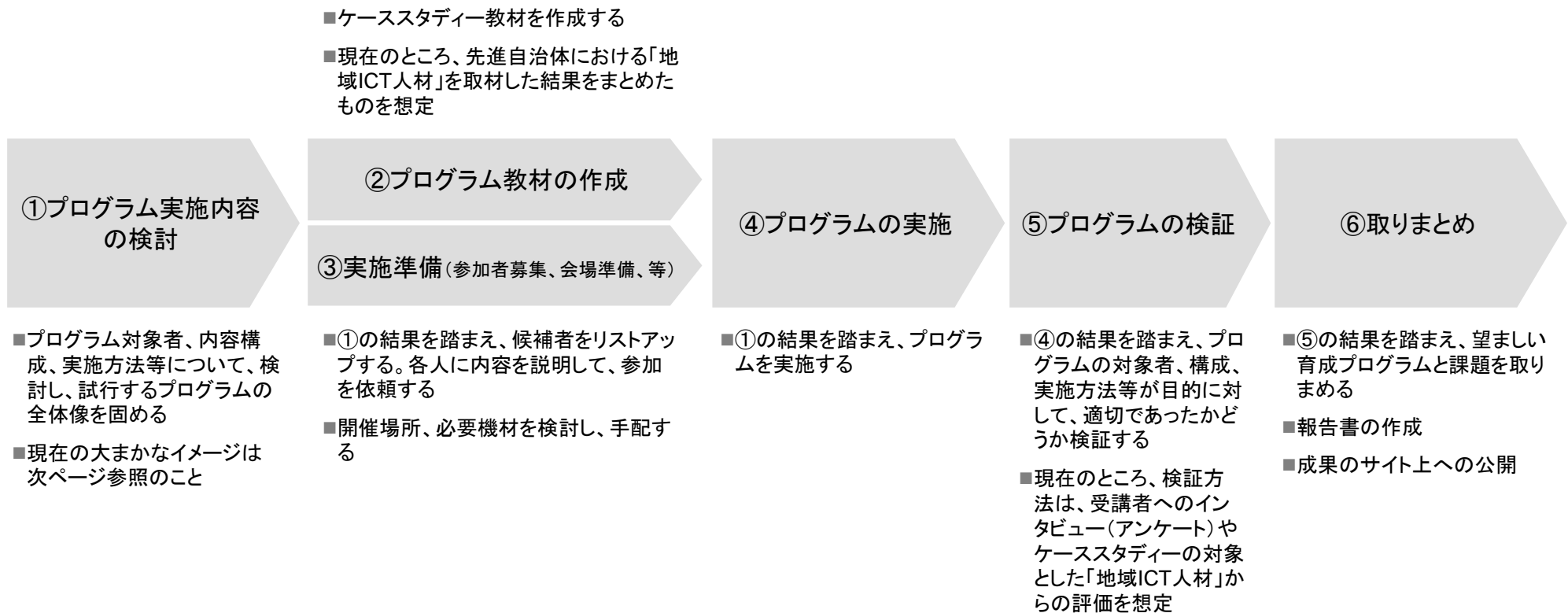
④プログラムの検証

- 参加者アンケートの作成と実施
- 人材育成プログラムにおける課題の整理
- 望ましい人材育成プログラムの提案

1. 業務の概要

(3)実施フロー

- 「地域ICT人材」育成プログラムの作成・試行の流れは、以下の通りとした。
- まず、育成すべき人材を明確にし、それをもとに対象者、プログラムの内容、実施方法について検討した。それに基づき、教材を作成した。教材作成においては、育成すべき人材の特性上、理論ではなく、実際の取組みにおいて活躍する人物を題材にしたケースメソッドという手法を採用した。
- 実施後の検証については、参加者へのアンケート及びインタビューを行い、参加者における効果とプログラムの課題について把握した。



来年度以降、本活動における検討内容やアウトプットを各地域が活用して、独自に「地域ICT人材」を育成できるようになることが目指す。

I. 業務の概要

II. プログラムの実施内容の検討

III. プログラム教材の作成

IV. プログラムの実施

V. プログラムの検証

2. プログラムの実施内容の検討

(1) 求められる人材像とその育成・確保方法についての検討

- 各地域がICTを利活用して地域の課題を解決していくためには、取組みの中心となる「地域ICT人材」の存在が必須。ただし、その確保が大きな課題である。
- 「地域の活性化とユビキタスネット社会に関する懇談会」報告書において、総務省は「地域ICT人材」の必要性を以下のように述べている。

『ICTを活用した地域の課題解決のためには、地域のICTリテラシー向上とともに、多様な主体を最新の情報通信技術を利用して結びつけ、その円滑な活用を促すことができる「地域ICT人材」の確保が不可欠である。』

『実際に地域情報化が成果を挙げている取組みには、必ず活動の中心となっている地域ICT人材が存在している。』

- さらに、「地域ICT人材」に求められるスキルとして、以下のように述べている。

『ICTスキルだけでなく、経営能力、行政や地域の様々な主体との調整ノウハウ、広報・宣伝能力等、多岐に渡る。』

『課題認識、ICT利活用ノウハウに加えて、サービスレベルの維持・向上や事業継続のため
様々な経営課題に対応できる能力や経験を持った人材』



しかし、このような知識や経験、資質を持ち合わせた上で、ICTを活用した地域課題解決を推進できる人材は極めて少なく、居たとしても都市部に集中しているため、
各地域における「地域ICT人材」の確保が大きな課題である。

2. プログラムの実施内容の検討

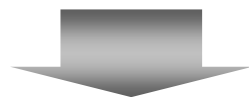
(1) 求められる人材像とその育成・確保方法についての検討

- 「地域ICT経営人材」を地域独自に発掘・育成していく必要があるが、現時点では「地域ICT人材」に求められる要件が明確になっておらず、発掘・育成する方法が明らかではない。
- 「地域ICT人材」を確保する方法として、総務省は以下の3つを挙げている。

① 都市部と地方部間の地域ICT人材流動化

② 地域で独自に地域ICT人材を発掘、育成する

③ 全国で地域ICT人材を発掘、育成し、地域に派遣する

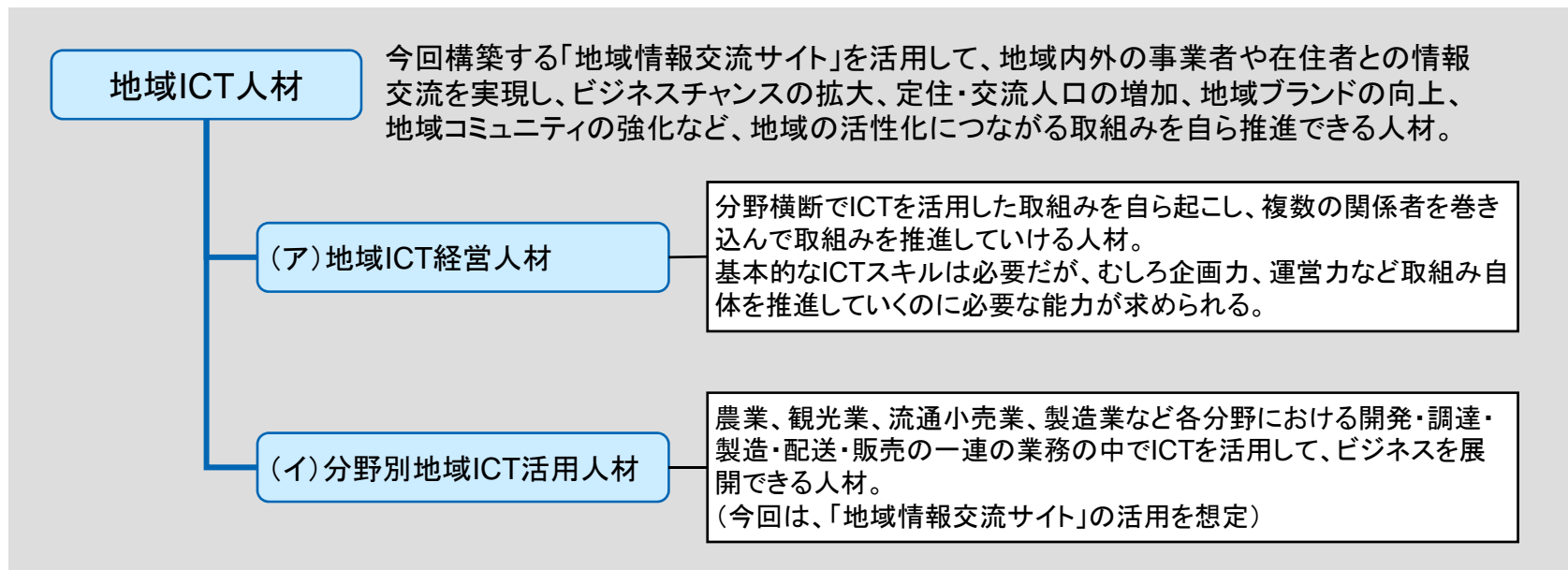


「地域ICT人材」は現状では絶対数が少ないため、
地域で独自に「地域ICT人材」を発掘したり、育成したりすることが求められる。
ただし、現段階では、「地域ICT人材」に求められる要件が明確化されていないため、
育成の前提となる「地域ICT人材」を育成する方法が明らかでない。

2. プログラムの実施内容の検討

(1) 求められる人材像とその育成・確保方法についての検討

- 京丹後市で、「地域ICT人材」の育成プログラムを作成し、試行することで、求められる要件や望ましい育成プログラムのあり方を明らかにすることを狙う。
- 以上のような国の問題意識に対して、今回、京丹後市では、地域ICT利活用モデルの構築と同時並行で、その取組みを中心となって推進する「地域ICT人材」の育成手法(=育成プログラム)を作成し、地域の事業者や住民を対象に試行する。プログラムの作成と試行のプロセスを通じて、以下を明らかにすることを狙う。
 - 「地域ICT人材」に求められる要件(スキル、経験、資質など)の整理
 - 「地域ICT人材」を育成するために望ましいと思われるプログラム構成(教材、教育手法、対象者など)の提案



2. プログラムの実施内容の検討

(2) 先進事例についての調査

1) 地域ICT経営人材

- 以下の取組みにおける「地域ICT経営人材」に対し、インタビュー調査を実施した。その結果を、ケーススタディー教材(参考資料)としてまとめた。

島根県桜江町の取組み

- ・ NPO法人結まーるプラス 理事長
- ・ 今井産業株式会社 会長
- ・ 島根県江津市 農林商工課 課長
- ・ NPO法人結まーるプラス 副理事長
- ・ 農業生産法人桜江町桑茶生産組合 社長

富山インターネット市民塾

- ・ 富山インターネット市民塾 事務局長
- ・ 富山県立泊高等学校 校長
- ・ 富山県教育委員会 教育企画課 副主幹
- ・ 富山社会人大楽塾 代表

2) 地域ICT活用人材

- 以下の取組みについて、インタビュー調査または文献等調査を実施した。その結果を、ケーススタディー教材(別添)としてまとめた。

浜松発の静岡情報サイト「はまぞう (HamaZo)」

- ・ 株式会社シーポイント 執行役員営業部長

青森県八戸市地域SNS「はちみーつ」

I. 業務の概要

II. プログラムの実施内容の検討

III. プログラム教材の作成

IV. プログラムの実施

V. プログラムの検証

3. プログラム教材の作成

(1) 当日運営スケジュールの検討

1) 地域ICT経営人材

- 現在活躍する「地域ICT経営人材」はもともと数も多くなく、求められる要件も明確になっていないことから、「地域ICT経営人材」のプログラム内容は、①先進事例のケーススタディーと②参加者同士のディスカッションを中心に構成し、先進事例における「地域ICT経営人材」の存在とその役割を学ぶことが望ましいと考えた。さらに、それを踏まえ、今後、京丹後市でどのような体制を作っていくべきか、その中で、自身はどのような役割を担うことができるかについて考えることができるような構成にするのが望ましいと考えた。
- 具体的なスケジュール案を以下の通りと定めた。

対象者	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域内より、現在の活動やご本人の意向を踏まえ選出。市職員を含む10名程度。 ■ 将来的には、地域情報交流サイトの運営自体やこのサイトを利用して行う分野横断の取組みの中心人物になることを想定
期間	全2回、1回2時間
実施内容	<p>以下の2つのテーマについて参加者同士が議論をしながら進めるワークショップ形式で行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 他の地域において活躍する地域ICT経営人材のケーススタディーを行い、こうした人材に求められる要件(スキル、資質等)の棚卸し ■ 京丹後市に必要な人的体制及び適任者または自身の担える役割等の検討
ゴールイメージ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「地域ICT経営人材」に求められる要件の整理と把握 ■ 参加者の「地域ICT経営人材」への理解と意欲向上 ■ 結果を踏まえた「地域ICT経営人材」育成プログラムの構築



(3) 議論の結果をとりまとめる

3. プログラム教材の作成

(1) 当日運営スケジュールの検討

2) 地域ICT活用人材

- 「T-WAVE」の主目的であるビジネスマッチングを先進的に実施する人材となる「地域ICT活用人材」の育成のため、①先進事例で実際にビジネスに情報サイトを活用しているケースの紹介を行い、②参加者各自で、自身の事業においてどのような活用のあり方があるかプランを作成する、という構成でプログラムを実施することが望ましいと考えた。
- またより具体的なプランを作成するために、実際に「T-WAVE」を使いながらプログラムを実施することが望ましいと考えた。
- 具体的なスケジュール案を以下の通りと定めた。

対象者	■地域内より、現在の活動やご本人の意向を踏まえ選出。 地域の事業者10名程度。 ■将来的には、「地域情報交流サイト」の積極的利用者なることを想定。
期間	1回(全2回程度開催)
実施内容	下記の内容について、実習を中心とした講習会を開催する。 (ア)「T-WAVE」の利用方法の説明 (イ)先進事例におけるビジネスへの活用事例についての紹介 (ウ)活用プランの検討・作成
ゴールイメージ	■参加者の「T-WAVE」の目的と「地域ICT活用人材」への理解と意欲向上、必要な知識・ノウハウの習得 ■参加者同士の人的ネットワークの構築 ■結果を踏まえた「地域ICT活用人材」育成プログラムの構築



3. プログラム教材の作成

(2)プログラム教材の作成

1)地域ICT経営人材

構成

- 目的・進め方
- ケーススタディー用事例紹介(事例概要及びその中の「地域ITC経営人材」について)
- グループワーク用フレーム

教材作成における留意点

- ケーススタディー用の事例紹介については、短時間であっても全体像をある程度理解した上で個々人の役割を理解できるよう、活動の背景や、個人のバックグラウンドなどを盛り込んだ。

2)地域ICT活用人材

構成

- 目的・進め方
- T-WAVEの狙い、主な使い方
- 他の地域における活用事例の紹介
- 各自プラン作り用のフレーム

教材作成における留意点

- 具体的なICTの活用イメージを持たせること、具体的にどのようにビジネスに結びつくかについての理解を深めることを重要なポイントと考え、理解しやすいようイメージ図等を盛り込んだ。

※実際に作成した各教材は、参考資料を参照のこと。

I. 業務の概要

II. プログラムの実施内容の検討

III. プログラム教材の作成

IV. プログラムの実施

V. プログラムの検証

4. プログラムの実施

(1) 当日プログラムの運営

1) 地域ICT経営人材

① 実施スケジュール

- 第1回(2月20日(水)13:30～) : 主旨説明、事例研究(島根県桜江町の取組み)
- 第2回(2月25日(月)13:30～) : 事例研究(富山インターネット市民塾)、京丹後市における人的体制の検討

② 場所

- 京丹後市役所3F 302会議室

③ 参加者

- 運営委員会委員10名及び市職員2名。参加者は以下の通りであった。

- ・ システム開発会社社員
- ・ 農業者
- ・ 地元メディア会社社員
- ・ システム開発会社社員
- ・ 京丹後市商工会
- ・ 京丹後市海業振興協議会
- ・ 地元メディア会社社員
- ・ 地元企業
- ・ 利用者
- ・ 企画政策部情報政策課
- ・ 企画政策部総合戦略課

4. プログラムの実施

(1) 当日プログラムの運営

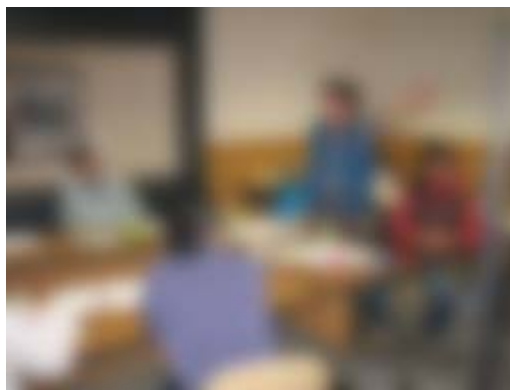
④ 当日の進行及び当日の様子(1)

- 第1回の当日の進行スケジュール及び、状況は以下の通りだった。

時間	内容
13:30～13:40	本勉強会の目的・進め方の説明
13:40～14:10	事例の説明
14:10～15:40	グループワーク(2班に分かれ、議論、ワークシートの完成)
15:40～15:55	発表・Q&A
15:55～16:00	まとめ、次回予告



ケーススタディー資料を読み込む参加者



ホワイトボードを使っでの議論の様子



各グループの議論の結果を発表する様子

4. プログラムの実施

(1) 当日プログラムの運営

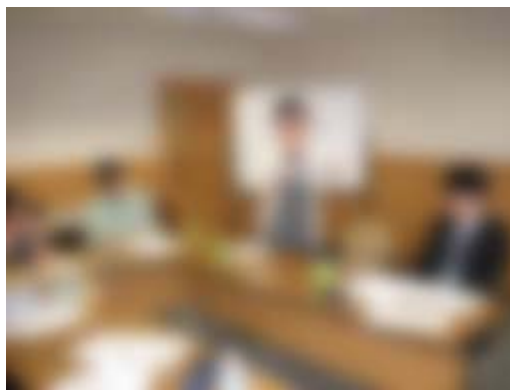
④ 当日の進行及び当日の様子(2)

- 第2回の当日の進行スケジュール及び、状況は以下の通りだった。

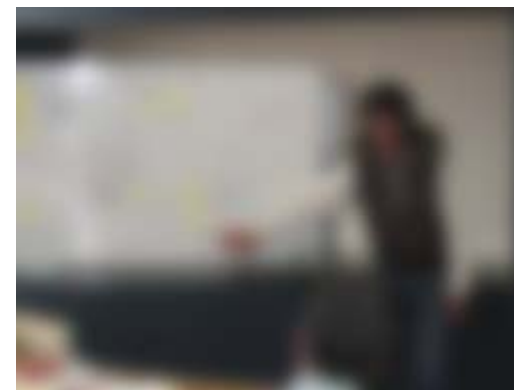
時間	内容
13:30～13:35	本日の進め方の説明
13:35～14:00	事例の説明
14:00～14:30	グループワーク
14:30～14:40	発表・Q&A
14:40～15:50	ディスカッション(京丹後市の人的体制のあり方について)
15:50～16:00	まとめ



市の人的体制について話し合う様子



各グループの議論の結果を発表する様子



4. プログラムの実施

(1) 当日プログラムの運営

2) 地域ICT活用人材

① 実施スケジュール

- 3月14日(金) 15:00～17:00(午後の回)、18:00～20:00(夜の回)

② 場所

- 峰山地域公民館

③ 参加者

- 午後の回 : 計3名 (うち2名がT-WAVEを既に利用されている方)
- 夜の回 : 計7名 (うち6名がT-WAVEを既に利用されている方)

4. プログラムの実施

(1) 当日プログラムの運営

④ 当日の進行及び当日の様子

- 当日の進行スケジュール及び、状況は以下の通りだった。(以下は午後の回)

時間		内容
15:00～15:05	(5分)	本勉強会の目的・進め方の説明
15:05～15:15	(10分)	T-WAVEの狙い、主な使い方についての説明
15:15～15:40	(25分)	他の地域における活用事例の紹介
15:40～16:10	(30分)	各自プラン作り
16:10～16:55	(45分)	発表・Q&A、T-WAVEにあったらいいな、と思う機能
16:55～17:00	(5分)	まとめ

I. 業務の概要

II. プログラムの実施内容の検討

III. プログラム教材の作成

IV. プログラムの実施

V. プログラムの検証

5. プログラムの検証

(1) 検証方法

1) 地域ICT経営人材

- プログラム実施後に、以下の2つの点について把握・検証するため、参加者に対してアンケート調査を実施した。
 - ①プログラムの内容、実施方法等が目的に対して適切であったかどうか
 - ②プログラムへの参加後、受講者自身にどのような変化がもたらされたか
- プログラム参加者に対して、メールで調査票を送付し、メール及びFAXで回収した。調査期間は3月3日(月)～3月14日(金)とした。
- アンケート調査票の項目は以下のような内容とした。

「地域ITC経営人材育成プログラム」参加者アンケート項目

- I 勉強会の内容について
 - 取り上げた事例の適切さ
 - 事例の中で印象に残っている人、キーワード、事柄
- II 勉強会終了後の変化について
 - 終了後と以前とを比べた変化
 - 自分がやってみたいと思う役割
- III 勉強会の開催方法について
 - 各プログラム内容の参考度合い
 - 開催方法の適切さ
- IV 今後の課題について
 - 参加してよかったか
 - 勉強会の改善点

2) 地域ICT活用人材

- プログラム実施後に、グループインタビューを実施し、参加者のプログラムに対する意見を収集した。

5. プログラムの検証

(2) 検証結果

1) 地域ICT経営人材

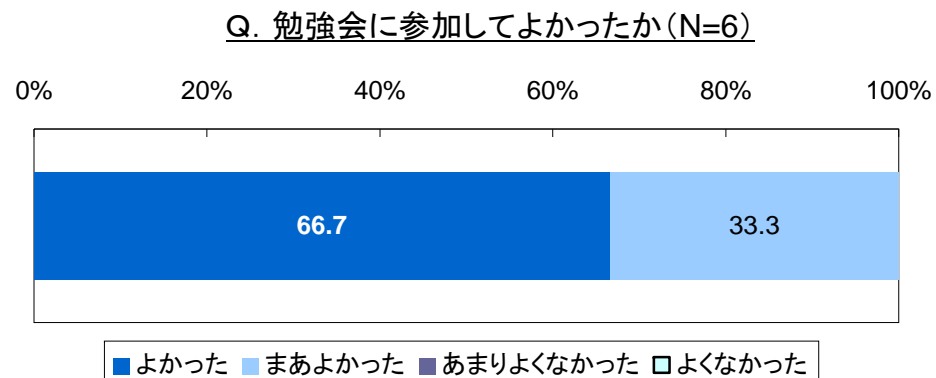
【アンケート回収結果】

- 「地域ICT経営人材育成プログラム」の参加者計11名のうち、6名より、回答があった。(回収率:54.5%)

① 勉強会に参加してよかったか。

「勉強会に参加してよかったと思いますか。」

- 全員が「よかった」または「まあよかった」と回答した。
- 「よかった」と回答した人の方が多かった。
- 勉強会全体については、満足度が高かったことが伺える。



5. プログラムの検証

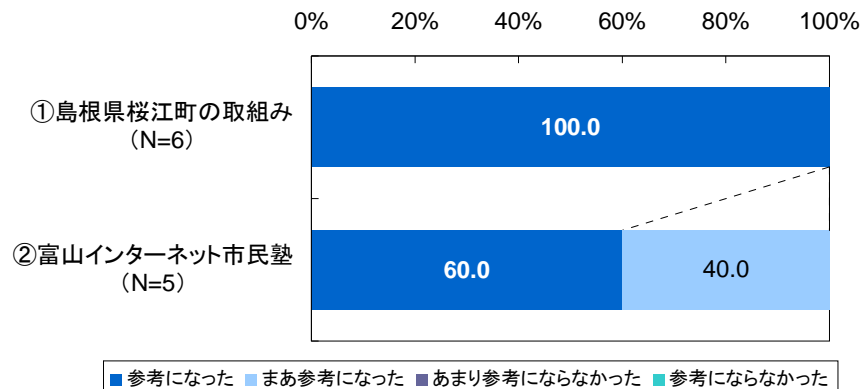
(2) 検証結果

② 取り上げた事例の適切さ

「勉強会で取り上げた事例は、京丹後市の取組みを支える体制を考える上で、参考になりましたか。」

- いずれの事例についても、全員が「参考になった」または「まあ参考になった」と回答した。
- 桜江町の事例については、全員が「参考になった」と回答した。一方、富山インターネット市民塾の事例については、「まあ参考になった」と回答した人が増えた。
- 桜江町は、置かれた状況や直面している課題が京丹後市のそれらと比較的近く、そのため、参加者にとって親しみやすく、理解がしやすかったことが、上記の結果に影響していると考えられる。

Q. 事例は参考になったか



Q. 事例は参考になったか(自由回答)

【島根県桜江町の取組み】

- 人口の減少と産業の停滞、地理的な制約等があり、京丹後市におかれた環境と類似している。その状況で、産官学民が連携し、それぞれに出来ることを行い、協力して地域づくりを進めていることが参考になった。
- 住民主導で活動するには、何よりも人材、人脈が必要であると再確認できた。事例の登場人物は丹後にもいるはずなのに、繋がりが無いためにうまくいってないのではと感じた。
- 京丹後にもいろいろな業種で活躍されている方がいるので、それぞれの持ち味を活かすことができれば何か出来るのではないかと思った。

【富山インターネット市民塾】

- 市民が市民に教えるという考え方が参考になった。
- インターネットの活用の視点や取組みは素晴らしいと思うが、自分自身の中で、内容を十分に理解できなかった。

5. プログラムの検証

(2) 検証結果

③ 勉強会による自身の変化

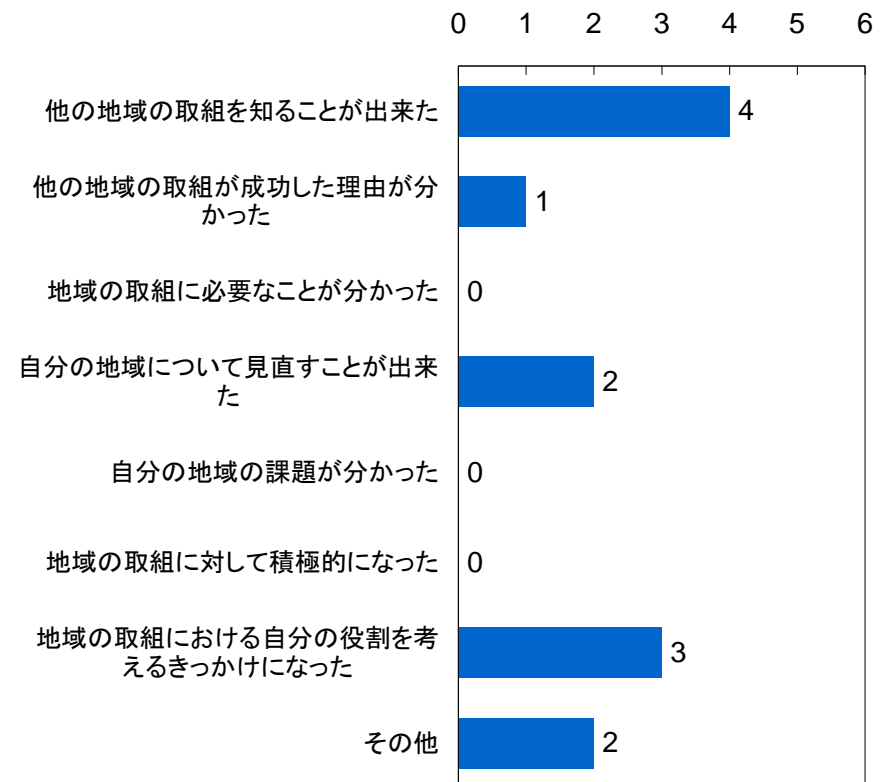
「勉強会終了後、以前と比べて、ご自身の中にどのような変化(効果)がありましたか。」

- 「他の地域の取組を知ることが出来た」と回答した人が最も多かった。
- 次いで、「地域の取組における自分の役割を考えるきっかけになった」と半数の人が回答した。
- 「その他」と回答した人の中には、「やってみたいことを見つけた」や、「少しでも重い腰が上がった」といった回答が見られた。
- 自由回答への記述を見ると、地域の取組に対して、これまでの視点とは異なる視点で見ることが出来るようになったり、これまでよりもさらに一歩踏み込んで関わってみようかと思ったりといった意識や視点の変化が見られた。

Q. 勉強会による自身の変化(自由回答)

- この事業の全体を見られるようになった。
- せっかく地域に密着した仕事をしているのだから、これからはもっと外へ出て、地域のささいな情報でも外へ発信していける手助けができたらと思った。
- 農業をしているので、何か体験的なこと(田舎暮らし体験ツアーのような)がもしかしたら出来るかもしれないなど考えるようになった。
- 具体的にやりたいことのアイディアが浮かんだ。
- 京丹後市にはどのような人材がいるのかということを考えるきっかけになった。

Q. 勉強会による自身の変化(N=6)



5. プログラムの検証

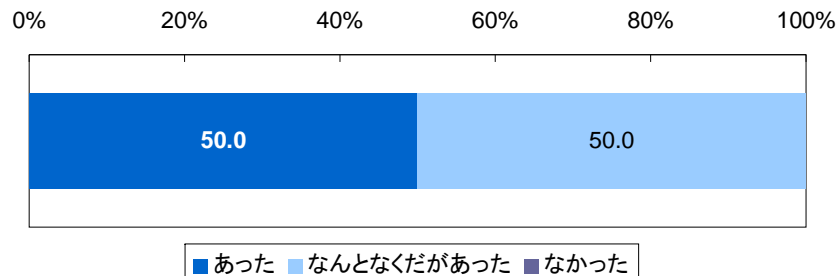
(2) 検証結果

④ やってみたい役割

「勉強会終了後、自分が“できそう”、“やってみたい”と思った役割はありましたか。」

- 半数の人が「あった」、残りの半数の人が「なんとなくがあった」と回答した。
- 具体的にどのような役割が“できそう”または“やってみたい”かについての自由回答において、自分の従来の活動の範囲が中心ではあるが、具体的な役割を上げた人が多かった。

Q. やってみたい役割はあったか(N=6)



Q. やってみたい具体的役割(自由回答)

- 地域の人材を紹介したり、市民に「気付き」を与える講演会を開催する。
- 裏方やディレクター的役割。
- インターネットやパソコンなどに不慣れな方や必要性をまだ意識していない方が多いので、ICTへの理解や活用の促進を手助けできたらと思った。
- 農業体験なら出来るかもしれないと思った。
- かわべまゆみさんの役をできればよいのだろうが、その場合、覚悟が必要である。伊賀さとみさんのように自分の得意分野で協力を惜しまない役の方がやりやすいと感じた。

5. プログラムの検証

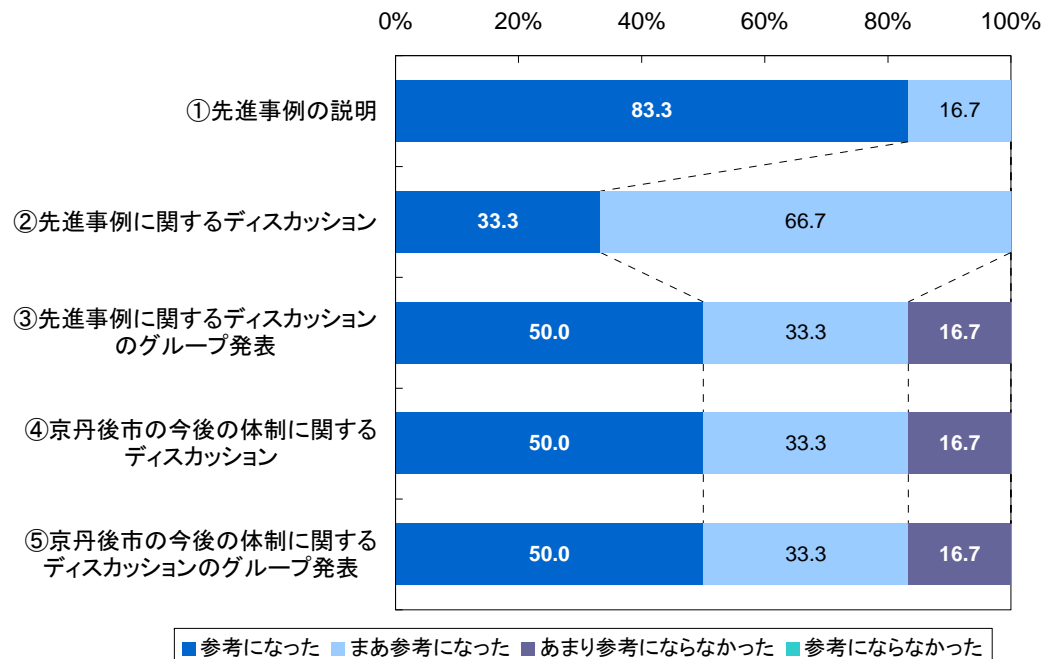
(2) 検証結果

⑤ プログラムの内容の適切さ

「各プログラムは、京丹後市の取組みを支える体制を考える上で、参考になりましたか。」

- 「先進事例の説明」において、「参考になった」と回答した割合が最も高かった。
- 「先進事例に関するディスカッション」においても、全ての人が「参考になった」または「まあ参考になった」と回答した。
- 一方、「各グループ発表」や「京丹後市の今後の体制に関するディスカッション」については、「あまり参考にならなかった」と回答した人がいた。

Q. プログラムの内容の適切さ(N=6)



5. プログラムの検証

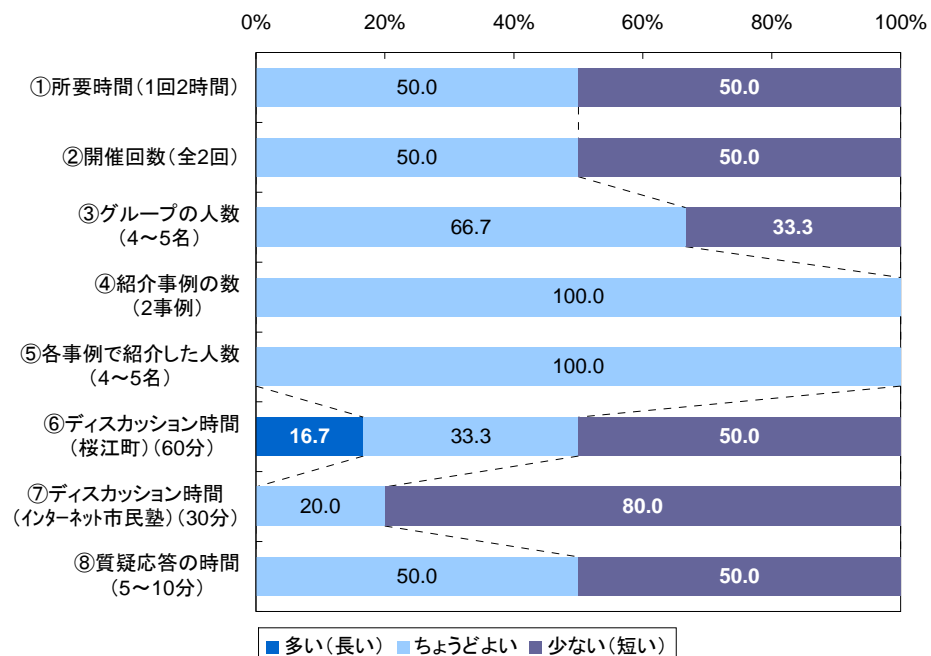
(2) 検証結果

⑥実施方法の適切さ

「実施方法について、適切だったかどうか。」

- 「紹介事例の数」と「紹介人数」においては、全ての人が「ちょうどよい」と回答した。「グループの人数」においても「ちょうどよい」と回答した人が半数を上回った。
- 「所要時間」や「開催回数」、「質疑応答の時間」については、「ちょうどよい」という人と「短い」と回答した人が半々であった。
- 一方、「インターネット市民塾の事例のディスカッション時間」については、「短い」と回答した人の方が多かった。「桜江町の事例のディスカッション時間」については、「長い」と回答した人がいた。

Q. 実施方法の適切さ(N=6、⑦のみN=5)



5. プログラムの検証

(2) 検証結果

⑦ プログラムの改善点

「より目的を達成するため、プログラムのやり方をどのように改善したらよいと思いますか。」

- 参加者同士での、プログラムの目的、目指すべきゴールについての意識の共有の必要性が指摘された。
- また、ケーススタディーやディスカッションという手法について、経験度合いやスキル・知識の保有状況が参加者間で異なるので、それらを乗り越えて、よい議論が出来るような工夫が必要だという指摘があった。

Q. プログラムの改善点(自由回答)

- 京丹後市の取組みを支える体制を考える時間が少なかった。「T-WAVE」を今後も運営していくために何が必要なのかということを具体的に議論することが必要ではないかと思った。
- 勉強会の意味をもう少し明確にし、参加者で共有することが必要だと感じた。
- 異業種間での意見交換ができるとうよいと思った。
- Iターンの方なども参加して、意見が交わせればもっと参考になるのではないかと思った。
- 参加者は、皆、経歴も異なり、獲得しているスキルも異なる。ケーススタディーやディスカッションに必要なスキルのレベルが異なるので、それをうまく解消して、目的を達成できるような工夫が必要ではないか。
- 事例について十分に消化しないと、よい議論ができない。十分に時間を取るか、消化しやすいようにする工夫が必要ではないか。

5. プログラムの検証

(2) 検証結果

2) 地域ICT活用人材

【グループインタビュー対象者】

- 計10名(午後の部参加者3名、夜の部参加者7名)

【活用イメージとして挙げたもの】

地元の魅力を情報発信して、対外的なプレゼンスを高めるツールとしての使い方

- 直接ビジネスにつなげるというよりも、自分の作品を対外的に発表する場として活用したい。
- 地域としてまとまるきっかけに、T-WAVEを活用したい。
- 京丹後市の情報を京丹後市内だけでなく、京丹後市外にも発信し、京丹後に来てもらえるような使い方がしたい。地域を知ってもらえるツールになる。

地元事業者のビジネスツールとしての使い方

- T-WAVEで、地元の事業者同士が密にコミュニケーションを取ることができ、協同で試作品を作るなどの取組ができるとよい。京丹後オリジナルのものを作りたい。
- タウンページで業者を探すようなイメージで、T-WAVEを市民が使うようになるとよい。そこで自社がブログを書くことで、仕事につながるとよい。
- 産業として規模は大きいのに認知度が低い「機械金属」について、地元に対して情報を発信して、産業を盛り上げたい。

5. プログラムの検証

(3)人材育成プログラムにおける課題と対策

1)地域ICT経営人材

①プログラムの内容

- 先進事例のケーススタディーという手法については、「参考になった」と回答した人の割合も高く、今回の目的に対して、ふさわしい手法だと考えられる。ただし、実施する地域と置かれた状況や抱える課題が比較的近い地域の事例であるほど、参加者にとって身近で、理解しやすく、議論がしやすいことから、この点に留意して、対象事例を選定する必要があると考えられる。
- また、ケーススタディーの中に出てくる人物については、できるだけ具体的にその人物の人となりや行動の背景を表すような情報を盛り込んで、教材を作ることが必要であると考えられる。

②プログラムの実施方法

- 上記の視点に考慮し、プログラムの内容が充実していれば、今回行ったような「1回2時間、全2回」という開催形式は適切であると考えられる。ケーススタディーやディスカッションをもっと十分に行い、より深い議論を行うためには、もう少し長時間であったり、多い回数で実施してもよいかもしれないと考える。
- 実際に、ケーススタディーやディスカッションを進めるにあたっては、いくつかのスキルが必要であるが、参加者の中には、ケーススタディーやディスカッションそのものが初めてであったり、あまり経験していない人もいる。特に、地域の人を集め、このようなタイプのプログラムを実施するにあたっては、運営側で工夫を施し、ケーススタディーやディスカッションの経験がなくても、スムーズに議論でき、目的を達成できるようにする必要がある。
- また、短時間で目指すべきゴールに到達できるようにするためには、冒頭で、参加者全員で目的や目指すべきゴールをしっかりと共有する必要がある。

5. プログラムの検証

(3)人材育成プログラムにおける課題と対策

2)地域ICT活用人材

- プログラムの開催時期がサイトオープン後から間もなかったため、利用者はT-WAVEを「活用」するレベルにまではまだ至っておらず、プログラムを通じて、「具体的な使い方を考える」というよりは、「T-WAVEを知ってもらう」「盛り上げる」というレベルに止まった。
⇒サイト開設時こそ、「どのような使い方をしたいか」という視点を持って、活用度合いを深めることは重要なことであるが、今回のように単発開催ではなく、利用者の活用度合いにあわせて数回にわたって開催すると、具体的な使い方レベルにまで掘り下げて議論していくことができるものと考ええる。
- 実際の実践は各事業者で異なるため、グループワーク形式で議論することは難しい。
⇒同業者同士、あるいは普段から仕事上の付き合いがある人同士を集めて、議論させる方が議論が盛り上がり、具体的な取組のアイデアが浮かびやすい可能性がある。
- 今回の参加者のみならず、より多くの人にT-WAVEのそもそもの目的や、他の成功事例を知ってもらうことが、サイトの活用促進に重要と考えられる。
⇒今回のプログラムで用いた資料をT-WAVEに掲載したり、あるいは参加者が実際に考えたプランや受けた感想などをブログに投稿するなどして、より多くの人を巻き込むことが大切である。

5. プログラムの検証

(4)人材育成プログラムのあるべき姿の提案

本件における検討及び実証から得られた示唆を踏まえ、各プログラムのあるべき姿は以下のようなものだと考える。

①実在の事例から気づきを得る“ケーススタディー”という手法を採用する

- 通常のケーススタディー教材よりも、より複数の特定の人物にスポットをあて、その人の人となり、価値観、活動の背景、周囲のネットワークなどを共有できる情報を盛り込んで教材作成を行う。

②取り上げる事例は、実施する地域と似ている地域のものを取り上げる

- 参加者が自分の地域や自分の立場に置き換えて考え、より具体的な気づきを得ることができるよう、実施する地域と置かれた状況や抱える課題が比較的近い地域の事例を採用する。

③少人数かつ全員が発言しやすいグループ編成をする

- ケーススタディー、グループディスカッションに不慣れな人でも、議論に参加できるよう、4～5人のグループでディスカッションチームを組む。
- 活用人材育成プログラムにおいては、各事業者のアイデアを議論するため、話しやすい日頃から仕事上などで付き合いのあるもの同士でグループを構成する。これにより目的であるアイデア想起が促進される。
- 発言がスムーズに出始めるまで、時間がかかるため、最初はお互いの立場や日頃、地域活動において思っていることなどを話し合うウォーミングアップの時間を設けることも効果が期待できる。

5. まとめ

京丹後市では、加速する少子高齢化や長引く産業の停滞によって、過疎化の進行・地域活力の低下が大きな課題となり、その解決に向けて、①市町村合併によるシナジー効果の発揮、②市の4大産業（農業、絹織物、機械金属、観光）におけるエンドユーザとのつながりの強化、③保守的な意識からの脱却などが求められている。

そこで、これらの課題を解決するため、京丹後市地域情報交流サイト「T-WAVE」の開設・運営及び地域ICT人材育成プログラムの作成・運用に取り組みました。市民が地域事業者や都市部在住者との交流をSNS上で時間と距離に制約されることなく行うことによって、新たな人の結びつきを育み、ビジネスチャンスの拡大や雇用の創出へつなげ、定住・交流人口の増加と地域経済の活性化を図りました。

今年度については、サイトを開設してまだ間が無いため、会員登録者数が思うように伸びていない（開設日は2月4日）。しかし、登録者数は日々微増しており、サイトのPR活動及びコンテンツの充実、オフ会などのイベント回数を増加させることにより、まだまだ登録者数は増えると思われる。

また、このサイトを開設したことによって、本市への移住予定者と既に移住した者がこのサイトをきっかけに知り合い、実際に会って親睦を図ったり、サイト上で交流していたことによって、初対面であっても親近感が湧いて会話が弾むなど、本サイトによる効果も見られつつある。

今後の展開としては、

- ・サイトのプロモーション活動強化による新規会員の獲得（特に市内会員）及び市内事業者同士の結びつきや交流の強化
- ・自立的・継続的運営を目指してビジネスモデルの検討
- ・オフ会等の開催による「つながり」の促進
- ・定住対策などの具体的施策との連携

を進めていきたいと考えている。

特に、関西圏在住の一般生活者に行ったアンケートによると、「T-WAVEで得たい京丹後市への移住、就職や起業に関する情報」は、空き家・賃貸、採用、移住等支援施策に関する情報であったことや、本事業の最終的な目標が定住・交流人口の増加による地域経済の活性化であることから、来年度は、より具体的な取り組みを積極的に進めていきたいと考えている。

また、今年度の取り組みを通じて、キーマンとなる人の重要性や地域における人材の大切さを強く感じ、人材育成プログラムにより地域のリーダーを育てていく取り組みも同時に進めて行く必要がある。