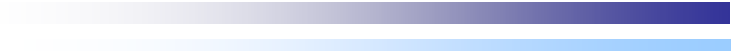




地域ICTサービスの実現に関する 全国調査報告書



平成20年3月28日

株式会社 日立製作所

目 次

1. 調査概要	1
1.1 目的	1
1.2 具体的な調査方法	1
1.3 調査実施体制	2
1.4 調査スケジュール	3
2. 地方公共団体の地域情報化に関する現状調査・分析	4
2.1 調査概要	4
2.2 アンケート調査概要	5
2.3 アンケート調査結果	9
2.4 まとめ	51
3. 地域ポータルサイトに関する現状調査・分析	54
3.1 調査概要	54
3.2 インターネットによる地域ポータルサイトの現状調査	55
3.3 地域ポータルサイトのヒアリング調査	86
3.4 地域ポータル推進に向けて	92

<別紙>

- 別紙1 調査対象団体
- 別紙2 アンケート調査票
- 別紙3 地域情報化計画等の計画期間[Q5 回答結果]
- 別紙4 地域情報化計画公開先 URL[Q6③回答結果]
- 別紙5 地域ポータルヒアリング調査結果

<別冊>

- 地方公共団体の地域情報化に関するヒアリング結果

1. 調査概要

1.1 目的

本全国調査においては、H19 年度の調査事業全体の目的である、地域ICTサービスを推進する関係者に、事業化に向けた指針と検討材料を提供するため、現状の以下の情報を提供し、今後の方向性を示すことを目的とする。

- ① 地方公共団体の地域情報化への取り組み状況
- ② 現状の地域ポータル状況

1.2 具体的な調査方法

1.2.1 地方公共団体の地域情報化に関する現状調査・分析

都道府県および中規模以上(人口 10 万人以上)の地方公共団体に対し、以下の 3 点について、アンケートにより調査する。

- ①「地域情報化に関する計画」の策定状況、傾向
- ②オンラインで提供している情報、サービスの実態調査
- ③広報・周知手段の実態調査

また、地域情報化への取り組みに先進的な団体に対し、推進方法や推進にあたっての課題等をヒアリングする。

地方公共団体の地域情報化に関する現状調査・分析の作業手順および概要を下表に示す。

表1-1 地方公共団体の地域情報化に関する現状調査・分析の作業項目と内容

No.	項目	作業内容
1	アンケート方法の検討	アンケート対象団体や、依頼方法、回収方法等を明確にする。
2	アンケート作成	調査内容①②③に関する調査項目を検討し、アンケートを作成する
3	アンケート配布・回収	アンケートを配布・回収する
4	アンケート集計	回答のあったアンケートを集計する
5	アンケート結果分析	アンケート結果より、地域情報化に関する傾向や中長期的な展望を概観する。
6	ヒアリング	地域情報化計画を策定している地方公共団体に対し推進方法や推進にあたっての課題等をヒアリングする
7	ヒアリング結果まとめ	地域情報化計画の策定や推進にあたり、その方法や課題をまとめる

1. 2. 2 地域ポータルサイトに関する現状調査・分析

「地域ポータルサイト」と呼ばれるサイトについて、インターネットよりキーワード検索し、そのサービス内容等を整理する。また、いくつかの特徴的なポータルサイトに対して、ヒアリングにより、事業形態および収益の状況等について確認する。

表1－2 地域ポータルサイトに関する現状調査・分析の作業項目と内容

No.	項目	作業内容
1	インターネット調査	インターネットで、サービス内容等を調査する。 また、特徴ある地域ポータルとして、ヒアリング先の候補を選定し、ヒアリング項目を整理しておく。
2	調査結果分析	調査結果を整理する。また、地域ポータルの運営主体別に特徴の分析を行う。
3	ヒアリング	ヒアリング先候補の中から、ヒアリング先を決定し、ヒアリングの調整・ヒアリングを行う
4	ヒアリング結果まとめ	地域ポータルの開設までの課題や運営に関する課題を整理し、解決策(事例)として整理する。

1. 3 調査実施体制

本調査事業は、短期間にて実施する必要があるため、地方公共団体に対する調査と、地域ポータルの調査を並行に進められるよう、それぞれに主担当をおいて作業を進める。また、地域情報プラットフォーム有識者との連携のもと、調査を行っていく。

本調査事業の体制を下図に示す。

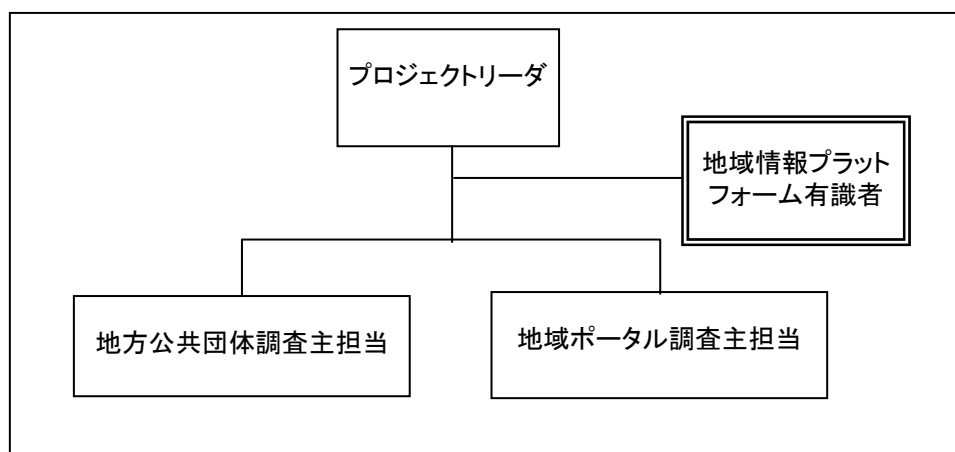


図1－1 調査実施体制

1. 4 調査スケジュール

本調査事業のスケジュールを下图に示す。

No.	作業項目		H19/12	H20/1	H20/2	H20/3
1	地域情報化計画の現状調査・分析	アンケート方法の検討				
2		アンケート作成				
3		アンケート配布・回収				
4		アンケート集計				
5		アンケート結果分析				
6		ヒアリング				
7		ヒアリング結果まとめ				
8	地域ポータルサイトに 関する現状調査・分析	インターネット調査				
9		調査結果分析				
10		ヒアリング				
11		ヒアリング結果まとめ				
12	報告書作成					

図1－2 調査スケジュール

なお、『地域情報化計画の現状調査・分析』におけるヒアリング(No.6,7)については、ヒアリング結果を事例として、別冊に紹介する。

2. 地方公共団体の地域情報化に関する現状調査・分析

2. 1 調査概要

2. 1. 1 調査の目的

調査の目的は、以下の3点を明らかにすることである。

- ・地方公共団体の「地域情報化に関する計画」等の策定状況、傾向
- ・地方公共団体・公共機関がオンラインで提供している情報、サービスの実態
- ・地方公共団体などの広報・周知手段の実態

2. 1. 2 調査手順

「地方公共団体の地域情報化に関する現状調査」として、調査対象と定めた団体に対し、アンケートによる現状調査を行った。

2.2 アンケート調査概要

(1) 調査対象団体

都道府県及び中規模以上(人口 10 万人以上)の市町村を対象とした。各地域における調査対象団体数は表2-1のとおりである。(詳細は「別紙1 調査対象団体」を参照とする)

なお、“地域”のエリアは、総務省の各地方総合通信局及び沖縄総合通信事務所が所管する都道府県及び市町村とする。

表2-1 各地域における調査対象団体数

No.	地域	団体数
1	北海道	10
2	東北	25
3	関東	116
4	信越	11
5	北陸	9
6	東海	39
7	近畿	47
8	中国	25
9	四国	12
10	九州	29
11	沖縄	5
12	全国	328

※総務省自治行政局市町村課でまとめている住民基本台帳に基づく統計データを参考

平成 18 年度末(平成 19 年 3 月 31 日現在)時点のもの

出展 URL http://www.soumu.go.jp/s-news/2007/070802_2.html

(2) 調査方法

上記調査対象団体へのアンケートの依頼は、総務本省から各地方総合通信局及び沖縄総合通信事務所経由で行った。

また、アンケートの回収についても、各地方総合通信局及び沖縄総合通信事務所から総務本省経由で行った。

アンケートの依頼・回収の流れを下図に示す。

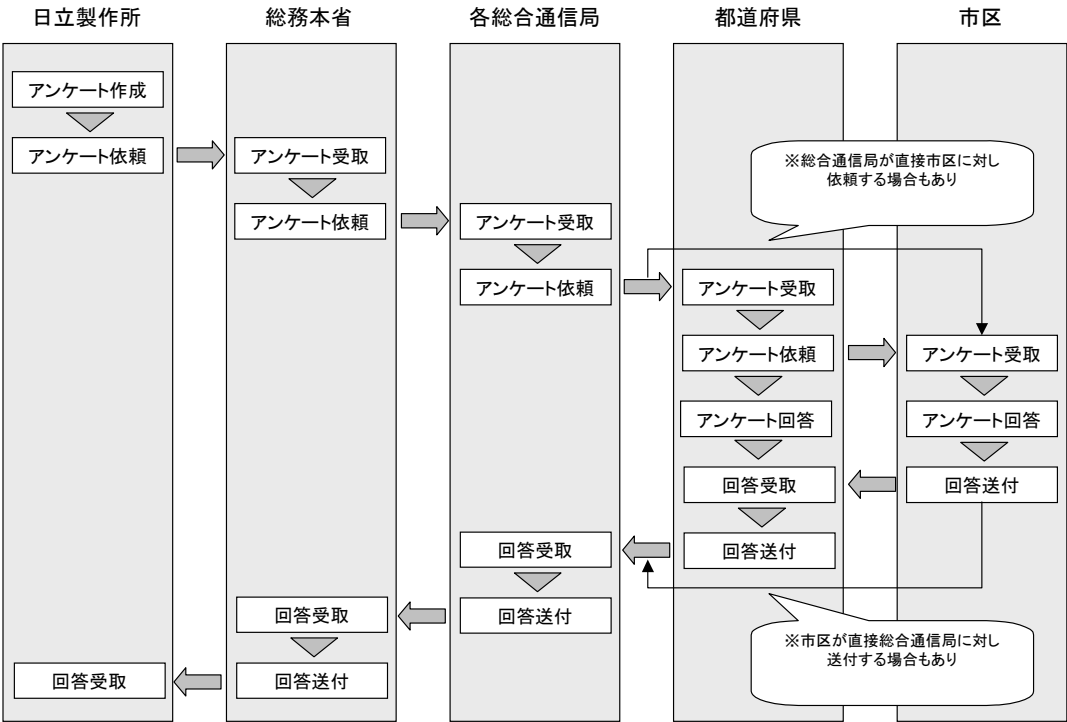


図2－1 アンケートの依頼・回収の流れ

(3) 調査期間

アンケート調査の調査期間は以下のとおりである。

#	タスク名	1/7~1/11	1/14~1/18	1/21~1/25	1/28~2/1	2/4~2/8	2/11~2/15	2/18~2/22	2/25~2/29	3/3~3/7	3/10~3/14	3/17~3/21
1	アンケート作成	1/7			2/1							
2	アンケート依頼				2/1	2/8						
3	日立⇒総務本省				2/1							
4	総務本省⇒各総合通信局				2/1							
5	各総合通信局⇒都道府県				2/1	2/5						
6	都道府県⇒市区					2/6	2/8					
7	アンケート回答					2/8		2/20				
8	アンケート回答回収							2/20		3/5		
9	市区⇒都道府県							2/20		3/5		
10	都道府県⇒各総合通信局							2/21		3/5		
11	各総合通信局⇒総務本省							2/22		3/5		
12	総務本省⇒日立							2/22		3/5		
13	アンケート回答集計・分析									3/5		3/21

図2-2 調査期間

(4) 調査項目

2. 1. 1項に記載した調査の目的を達成するため、予め次の3つのカテゴリを設定し、それぞれのカテゴリに対して調査項目を設けることとした。

【設定したカテゴリ】

- ・地域情報化計画等に関する取り組み状況
- ・オンラインサービスに関する取り組み状況
- ・地域情報プラットフォームに関する取り組み状況

設定したカテゴリと目的との関連を図2-3に示す。

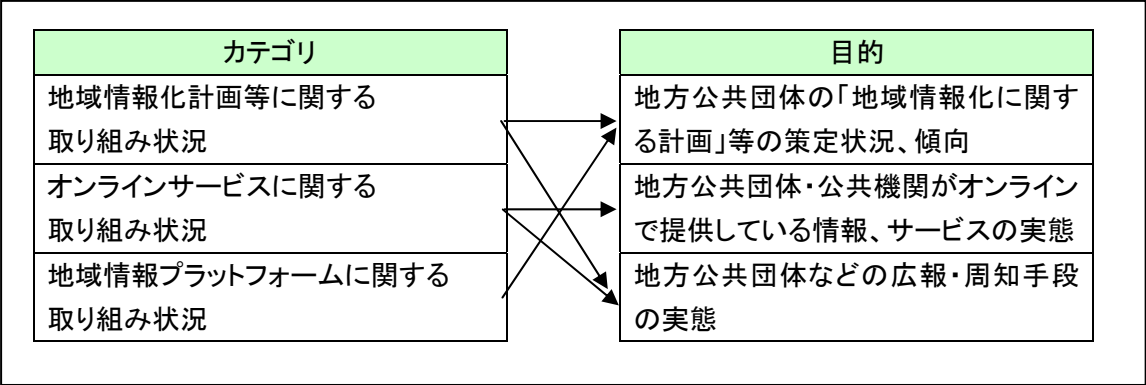


図2－3 カテゴリと目的の関連

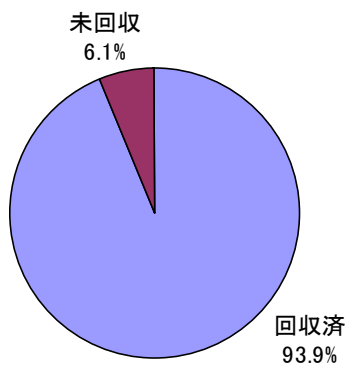
各カテゴリに設けた調査項目については「別紙2: アンケート調査票」を参照とする。

2. 3 アンケート調査結果

2. 3. 1 回答状況

表に示した 328 団体に対して、アンケートを展開した結果、308 団体から回答があった。
回答率は 93.9%であった。

■回答状況



回答状況	団体数	割合 (%)
回収済	308	93.9
未回収	20	6.1

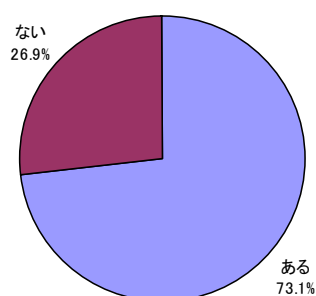
2. 3. 2 アンケート結果

(1) 地域情報化計画等に関する取り組み事項(Q1～Q10)

Q1: 団体別の策定状況

① 既に策定済の地域情報化計画等がありますか。

■ 策定済の地域情報化計画等の有無(N=308)



策定済の地域情報化計画等の有無	回答数	割合 (%)
ある	225	73.1
ない	83	26.9

上記結果のとおり、全体の 73.1%の団体が既に地域情報化計画等を策定済であることがわかった。

また、各地域での地域情報化計画等の策定率は下表のとおりであった。

表2-2 地域別の地域情報化計画等の策定率

地域	回答団体数	策定済団体数	割合 (%)
北海道	10	10	100.0
東北	25	19	76.0
関東	105	69	65.7
信越	9	7	77.8
北陸	9	9	100.0
東海	39	27	69.2
近畿	40	30	75.0
中国	25	20	80.0
四国	12	10	83.3
九州	29	19	65.5
沖縄	5	5	100.0
全国	308	225	73.1

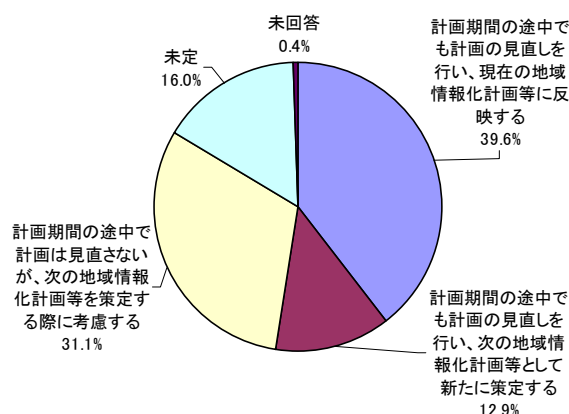
北海道や北陸、沖縄地域における地域情報化計画等の策定率は 100%であり、地域情報化への積極的な取り組み姿勢が見受けられた。

その一方で、関東や東海、九州地域の策定率は、全国平均を下回る値であった。

Q2:策定済の地域情報化計画等の見直しの考え方

- ① Q1 にて「ある」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。地域情報化計画等は、数年にわたる計画と認識しています。数年の計画期間の間に、計画策定時当初と時流が変わるものもあるかと思われませんが、そうした場合、策定済の地域情報化計画等の内容について計画期間の途中で見直すことがありますか。

■計画期間内の見直しの是非(N=225)



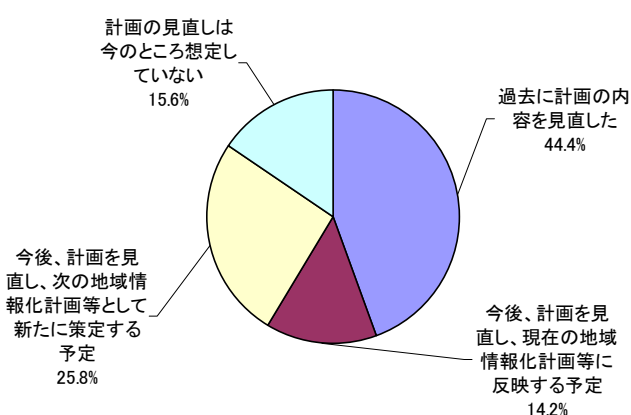
計画期間内の見直しの是非	回答数	割合 (%)
計画期間の途中で計画の見直しを行い、現在の地域情報化計画等に反映する	89	39.6
計画期間の途中で計画の見直しを行い、次の地域情報化計画等として新たに策定する	29	12.9
計画期間の途中で計画は見直さないが、次の地域情報化計画等を策定する際に考慮する	70	31.1
未定	36	16.0
未回答	1	0.4

全体の 52.5%(39.6%+12.9%)の団体が、計画期間の途中であっても、現在の地域情報化計画等に反映する、もしくは、新たに作成するといった考え方であることがわかった。また、全体の 31%の団体が、計画期間の途中で計画の見直しは実施しないが、次の地域情報化計画等を策定する際に考慮するとの考え方であった。

「未定」と回答した団体は全体の 16.1%にとどまり、多くの団体が計画策定時当初から時流の変化等があった場合、内容を見直す考え方であることがわかった。

② 現在、策定済の地域情報化計画等について、お尋ねします。策定済の地域情報化計画等は、過去に計画の内容を見直したものですか。見直したものでない場合、今後、計画の内容を見直す予定はありますか。

■見直し状況(N=225)

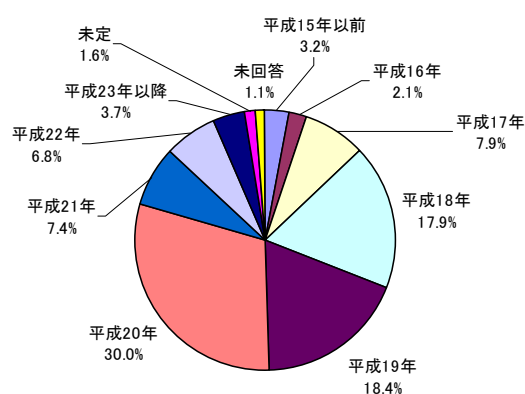


見直し状況	回答数	割合(%)
過去に計画の内容を見直した	100	44.4
今後、計画を見直し、現在の地域情報化計画等に反映する予定	32	14.2
今後、計画を見直し、次の地域情報化計画等として新たに策定する予定	58	25.8
計画の見直しは今のところ想定していない	35	15.6

「計画の見直しは今のところ想定していない」と回答した団体は全体の 15.6%にとどまり、多くの団体では、実際に、地域情報化計画等の見直しを実施(または予定)していることがわかった。

③ ②にて「過去に計画の内容を見直した」「今後、計画を見直し、現在の地域情報化計画等に反映する予定」「今後、計画を見直し、次の地域情報化計画等として新たに策定する予定」を選択した地方公共団体様にお尋ねします。見直した(または、見直しを考えている)時期はいつですか。

■見直しの時期(N=190)



No.	見直しの時期	回答数	割合 (%)
1	平成 15 年以前	6	3.2
2	平成 16 年	4	2.1
3	平成 17 年	15	7.9
4	平成 18 年	34	17.9
5	平成 19 年	35	18.4
6	平成 20 年	57	30.0
7	平成 21 年	14	7.4
8	平成 22 年	13	6.8
9	平成 23 年以降	7	3.7
10	未定	3	1.6
11	未回答	2	1.1

平成 18 年から徐々に見直しを実施する団体数が増えてきていることがわかる。平成 18 年から平成 20 年までの 3 年間で、全体の 66.3%の団体が見直しを行ったか、または予定していることになる。

近年の ICT 技術や社会経済情勢の大きな変化が、上記結果に表れていると考えられる。

④ 過去どういった観点で見直しましたか。または、今後どのような観点で見直しをする予定ですか。

■見直しの観点(N=190)

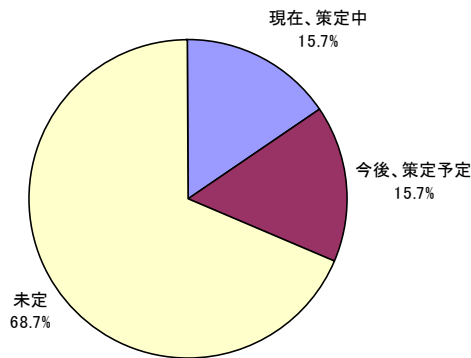
回答として挙げられた見直しの観点のうち、主なものは以下のとおりであった。

- ・IT の動向や技術革新
- ・国や都道府県の政策展開
- ・住民の利便性向上やニーズの変化
- ・住民との協働、住民視点による ICT の利活用
- ・取り巻く環境(地域格差、デジタルデバインド、市町村合併等)や社会経済情勢
- ・施策の優先度や実現性、費用対効果、予算化状況
- ・他総合計画等との整合性
- ・施策の進捗状況、スケジュール、目標値
- ・事務効率の向上
- ・将来の人材育成
- ・行政情報化計画から地域情報化計画等への拡張
- ・計画期間の満了

Q3:地域情報化計画等の策定状況

① Q1①にて「ない」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。今後、地域情報化計画等を策定する予定はありますか。

■ 策定予定 (N=83)



策定予定	回答数	割合 (%)
現在、策定中	13	15.7
今後、策定予定	13	15.7
未定	57	68.7

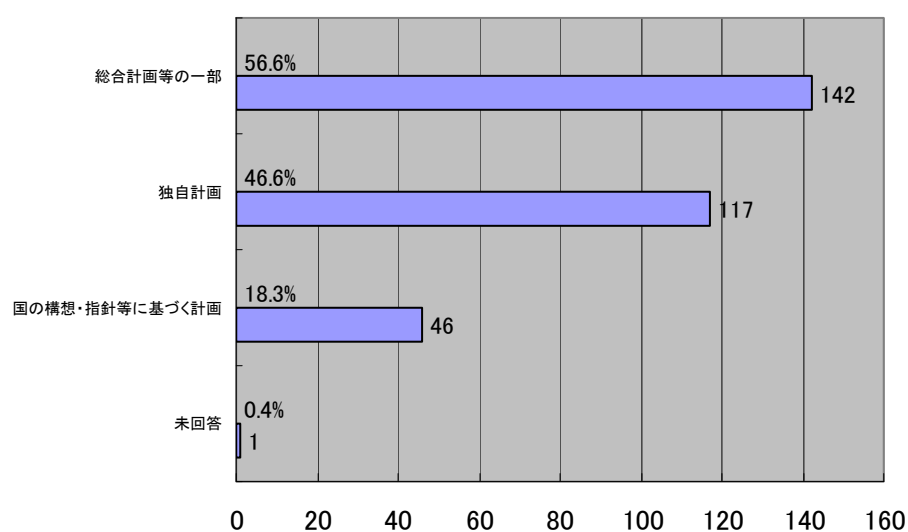
現在、地域情報化計画等がなかった 83 団体の中で、現在、策定中の団体は全体の 15.7%であった。また、今後策定予定の団体も全体の 15.7%であった。

Q4: 地域情報化計画等の位置づけ

① 地域情報化計画等の位置づけはどういったものですか。回答欄の該当する箇所全てに”○”を入力してください。

Q1①にて「策定済みの地域情報化計画がある」と回答した団体、または Q3①にて「地域情報化計画を現在、策定中」もしくは「今後、策定予定」と回答した団体を対象とした設問である。該当の団体数は 251 団体となっている。

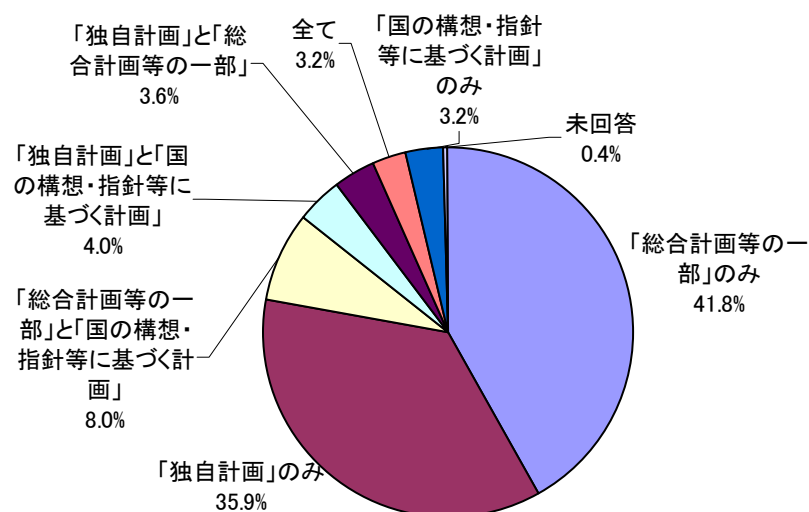
■ 地域情報化計画等の位置づけ (N=251)



地域情報化計画等の位置づけ	回答数	割合 (%)
総合計画等の一部	142	56.6
独自計画	117	46.6
国の構想・指針等に基づく計画	46	18.3
未回答	1	0.4

本質問項目は、複数回答可であるので、その内訳をさらに分析した。

■ 地域情報化計画等の位置づけ[内訳] (N=251)



地域情報化計画等の位置づけ[内訳]	回答数	割合 (%)
「総合計画等の一部」のみ	105	41.8
「独自計画」のみ	90	35.9
「総合計画等の一部」と「国の構想・指針等に基づく計画」	20	8.0
「独自計画」と「国の構想・指針等に基づく計画」	10	4.0
「独自計画」と「総合計画等の一部」	9	3.6
「独自計画」と「総合計画等の一部」と「国の構想・指針等に基づく計画」全て	8	3.2
「国の構想・指針等に基づく計画」のみ	8	3.2
未回答	1	0.4

「国の構想・指針等に基づく計画」のみを回答した団体は全体の 3.2%であり、ほとんどの団体では、地域情報化計画等を、「独自計画」または「総合計画等の一部」として位置づけていることがわかった。つまり、地域情報化計画等については、各団体が自主的に計画づくりを実施していることが見て取れた。

② ①にて「国の構想・指針等に基づく計画」を選択した地方公共団体様にお尋ねします。国の構想・指針等の具体的な名称を入力してください。

■国の構想・指針等の具体的な名称(N=47)

回答として挙げられた具体的な名称のうち、主なものは以下のとおりであった。

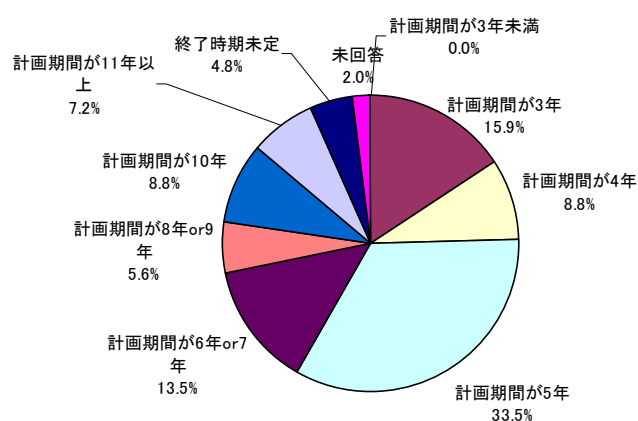
- ・高度情報通信ネットワーク社会形成基本法(IT 基本法)
- ・ICT 政策大綱
- ・u-Japan 政策、e-Japan 戦略
- ・IT 新改革戦略
- ・IT 革命に対応した地方公共団体における情報化施策等の推進に関する指針
- ・新電子自治体推進指針、電子自治体推進指針
- ・電子自治体オンライン利用促進指針
- ・未来型コミュニケーションモデル都市構想(テレトピア構想)
- ・全国ブロードバンド構想
- ・地域IT推進のための総務省(旧自治省)アクションプラン
- ・電子政府・電子自治体推進プログラム
- ・電子政府推進計画
- ・電子自治体推進のための住民アンケートと改善のポイント

Q5: 地域情報化計画等の計画期間

①地域情報化計画等の計画期間はいつからいつまでですか。

Q4と同様、Q1①にて「策定済みの地域情報化計画がある」と回答した団体、またはQ3①にて「地域情報化計画を現在、策定中」もしくは「今後、策定予定」と回答した団体を対象とした設問である。該当の団体数は 251 団体となっている。

■計画期間の長さ(N=251)



計画期間の長さ	回答数	割合 (%)
計画期間が 3 年未満	0	0.0
計画期間が 3 年	40	15.9
計画期間が 4 年	22	8.8
計画期間が 5 年	84	33.5
計画期間が 6 年 or 7 年	34	13.5
計画期間が 8 年 or 9 年	14	5.6
計画期間が 10 年	22	8.8
計画期間が 11 年以上	18	7.2
終了時期未定	12	4.8
未回答	5	2.0

計画期間にはバラツキがあるが、5 年としている団体が全体の 33.5%と最も多く、3 年としている団体が 15.9%と次いで多かった。

また、団体によっては、計画期間が 10 年を超えところや、終了時期を定めていないところもあった。

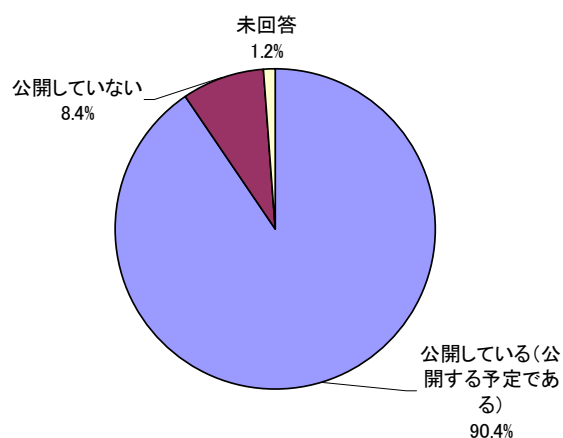
なお、各団体の具体的な計画期間については「別紙3: 地域情報化計画等の計画期間[Q5 回答結果]」を参照とする。

Q6: 地域情報化計画等の公開

①地域情報化計画等を公開していますか。または、公開する予定はありますか。

Q4 と同様の考えにより、本質問事項の母数を 251 として、分析を行った。

■地域情報化計画等の公開(N=251)

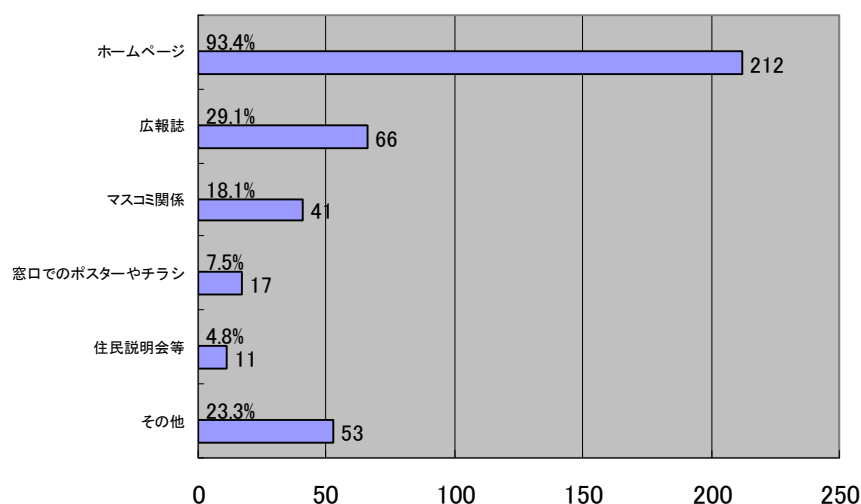


地域情報化計画等の公開	回答数	割合(%)
公開している(公開する予定である)	227	90.4
公開していない	21	8.4
未回答	3	1.3

地域情報化計画等を策定している団体のうち、その内容を公開している、もしくは公開する予定である団体は、全体の 90.4%に及んだ。

② ①にて「公開している（公開する予定である）」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。
具体的にどのような公開手段をとっていますか。

■公開手段(N=227)



公開手段	回答数	割合(%)
ホームページ	212	93.4
広報誌	66	29.1
マスコミ関係	53	18.1
窓口でのポスターやチラシ	41	7.5
住民説明会等	17	4.8
その他	11	23.3

全体の 93.4%の団体が「ホームページ」による公開を実施しており、他の公開手段と比べ、実施している団体数が圧倒的に多いことがわかる。ついで、「広報誌」「マスコミ関係」の順となっている。

一方、住民に直接説明する「住民説明会等」による公開はあまり実施されていないことがわかった。

なお、「その他」として挙げられた公開手段のうち、主なものは以下のとおりである。

- ・市制情報コーナー、市制資料室での閲覧
- ・パブリックコメント
- ・図書館での閲覧
- ・公共施設での閲覧
- ・概要版リーフレットの配布
- ・市制出前講座の実施
- ・イベントの開催

③ ②にて「ホームページ」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。公開先の URL を記載してください。

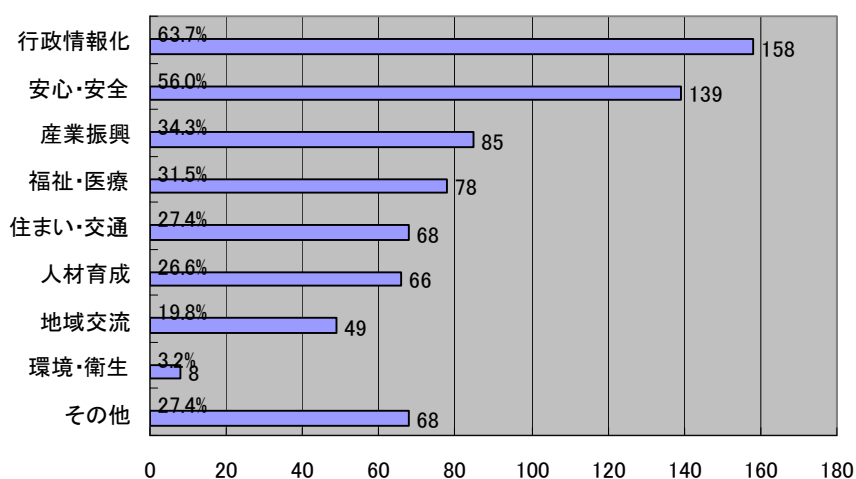
回答結果は、「別紙4：地域情報化計画公開先 URL [Q6③回答結果]」を参照とする。

Q7：地域情報化計画等における重点的な施策

①地域情報化計画等の中で、特に重点的な施策として位置づけているものはどれですか。上位3つに”○”を入力してください。

Q4 と同様の考えにより、本質問事項の母数を 251 として、分析を行った。

■重点的な施策 (N=251)



重点的な施策	回答数	割合 (%)
行政情報化(行政情報の提供、レガシー改革や総合窓口の設置など)	158	63.7
安心・安全(防犯や防災・災害情報の提供、緊急防災体制の整備など)	139	56.0
産業振興(新産業の創造、観光やイベント、産業情報の提供など)	85	34.3
福祉・医療(福祉や保健・医療サービスの充実、育児情報の提供など)	78	31.5
住まい・交通(まちづくりや交通に関する情報の提供、通信基盤の整備など)	68	27.4
人材育成(学校教育や生涯教育情報の提供／申し込みなど)	66	26.6
地域交流(地域 SNS 形成、ボランティア活動の促進など)	49	19.8
環境・衛生(環境保全活動やリサイクル情報の提供など)	8	3.2
その他	68	27.4

「行政情報化」と「安心・安全」を重点的な施策として位置づけている団体が多いことがわかった。ICT の生活への浸透や、安心・安全への関心の高まりが表れた結果といえる。

一方、情報化の施策として「環境・衛生」を挙げる団体は少なかった。

なお、「その他」として挙げられた重点的な施策のうち、主なものは以下のとおりである。

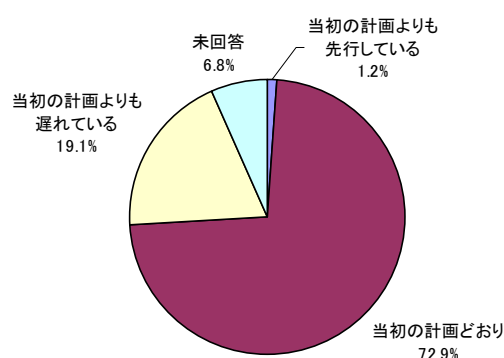
- ・住民サービスの向上
- ・情報セキュリティ対策
- ・情報格差の是正（地域間格差、デジタルデバイド）
- ・コールセンター導入による行政 CRM
- ・組織・人員の整備
- ・アウトソーシングの活用
- ・IC タグ・IC カードなど最新の IT の活用の検討
- ・産学官の連携
- ・地デジ及び携帯電話不感地域対策

Q8: 地域情報化計画等の進捗

① 地域情報計画等で立てた計画と比較し、現状の進捗はいかがですか。

Q4 と同様の考えにより、本質問事項の母数を 251 として、分析を行った。

■ 地域情報化計画等の進捗 (N=251)



地域情報化計画等の進捗	回答数	割合 (%)
当初の計画よりも先行している	3	1.2
当初の計画どおり	183	72.9
当初の計画よりも遅れている	48	19.1
未回答	17	6.8

「当初の計画どおり」と回答した団体が 72.9%を占め、「当初の計画よりも先行している」と回答した団体はわずか 1.2%であった。

近年の ICT 技術や社会経済情勢等の変化で、取り巻く環境が変わり続けていることから、複数年にわたる計画を予定よりも先行して進めることは、現状難しいことが伺い知れる。

② ①にて「当初の計画よりも遅れている」を選択した地方公共団体様にお尋ねします。遅れている理由は何でしょうか。

本質問項目に対し、回答はなかった。

Q9: 地域 ICT サービスの記載状況

① 地域情報化計画等の中で、地域 ICT サービス(それに類するもの)について記載していますか。または、記載する予定ですか。

なお、地域 ICT サービスの定義は以下の通りとした。

【地域 ICT サービスの定義】

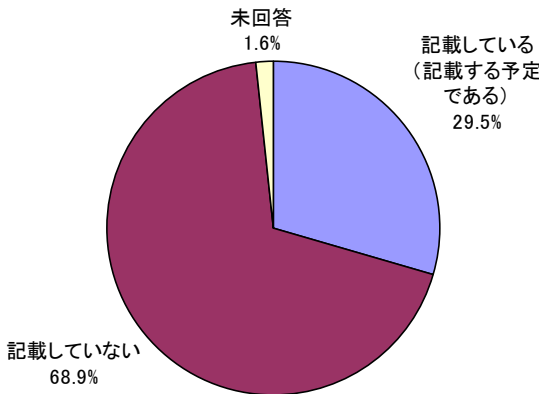
「地域情報プラットフォームなどの標準仕様を用いた組織間連携によって、自治体が提供するサービスとその他の民間企業などが提供するサービスを連動・連携することにより実現する高付加価値なサービス」

(例)

- ・インテリジェント型総合窓口サービス
- ・新たな観光情報提供サービス
- ・子育てステージにおける地域ポータルサービス
- ・住民の健康づくりサポートサービス
- ・介護保険関与者情報連携サービス

Q4 と同様の考えにより、本質問事項の母数を 251 として、分析を行った。

■ 記載状況 (N=251)



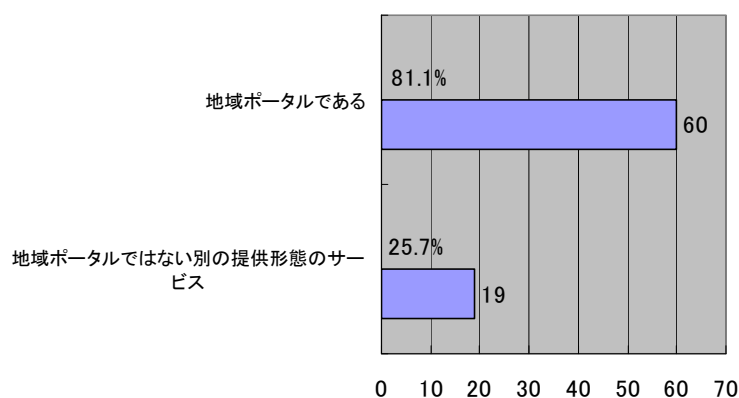
記載状況	回答数	割合(%)
記載している(記載する予定である)	74	29.5
記載していない	173	68.9
未回答	4	1.6

地域 ICT サービスを地域情報化計画等に記載している(記載する予定である)団体は、29%であり、現状では、まだ記載していない団体のほうが多く、地域 ICT への注目度はまだ低いことがわかった。

今後、地域 ICT サービスを全国的に広く普及させていくためには、地方公共団体に対して、より一層の周知活動が必要であると考えます。

② ①にて「記載している（記載する予定である）」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。記載している地域ICTサービスの提供形態は、都道府県や市区町村等のエリアに特化した官民の情報やオンラインサービスを提供する「地域ポータルサイト（地域ポータル）」ですか。または、別の提供形態のサービス（インテリジェント型総合窓口サービス、介護保険関係者情報連携サービスなど）ですか。回答欄の該当する箇所全てに”○”を入力してください。

■地域ICTサービスの内容（N=74）

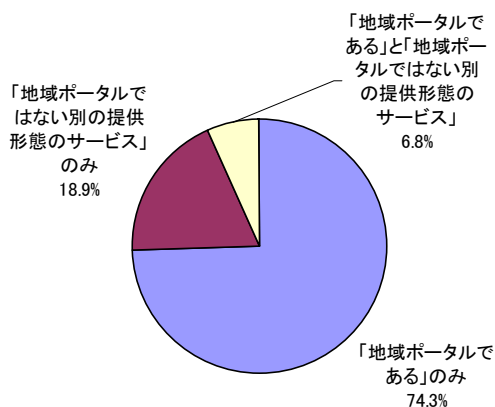


地域ICTサービスの内容	回答数	割合 (%)
地域ポータルである	60	81.1
地域ポータルではない別の提供形態のサービス	19	25.7

情報化計画の中に地域 ICT サービスについて記載している団体のうち、80%以上の団体が、「地域ポータル」への取り組みについて、前向きに考えていることになる。

本質問項目は、複数回答可であるので、その内訳をさらに分析した。

■地域ICTサービスの内容[内訳](N=74)



地域ICTサービスの内容[内訳]	回答数	割合(%)
「地域ポータル」のみ	55	74.3
「地域ポータルではない別の提供形態のサービス」のみ	14	18.9
「地域ポータル」と「地域ポータルではない別の提供形態のサービス」	5	6.8

地域 ICT サービスの取り組みとして、「地域ポータル」と「地域ポータルではない別の提供形態でのサービス」の両方を検討している団体が、全体の 6.8%である 5 団体となっている。

③ ②にて「地域ポータルではない別の提供形態のサービス」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。具体的なサービス名、概要及び実施(予定)時期を以下の回答欄に入力してください。

Q9③アンケートの回答結果(その1)

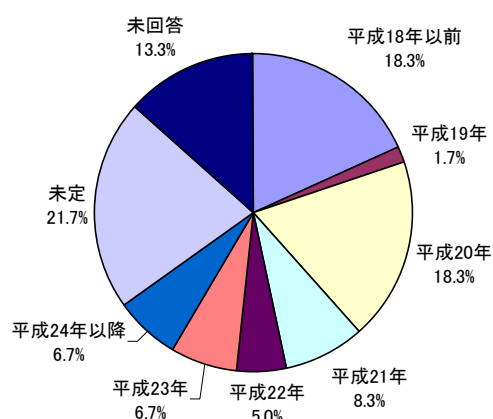
No	ICT サービス名	団体	概要	実施時期
1	観光情報サイト	団体 A	官民連携による観光ポータルサイトを構築し、地域情報プラットフォームを活用した情報提供、各種手続のサービスを提供する	
		団体 B	情報プラットフォームを構築、Web2.0(マッシュアップ)等の技術を使い、観光情報で官民が持つ情報を自動集約し、情報を発信。また、観光客の生の声を集められるサービスを行う	平成 19 年から 平成 21 年
		団体 C	観光情報の提供	
2	企業データベースサイト	団体 C	企業情報の提供	
3	農業情報センターサイト	団体 C	農業情報の提供	

Q9③アンケートの回答結果(その2)

No	ICT サービス名	団体	概要	実施時期
4	利用しやすい窓口サービスの研究	団体 D	ICT等を活用した窓口サービスの向上・効率化を図る。市役所を利用する市民の目線に立ち、利用しやすい配置、導線を考えた業務フローを研究する	平成 22 年度： 試行実施 平成 24 年度： 本格実施
5	総合窓口サービス(ワンストップサービス)	団体 E	市民課や保険年金課など複数課の窓口業務を一つにまとめ、一つの窓口で住民に対応できるようにする	平成 25 年度実施予定
		団体 F	従来の窓口手続きを総合窓口・ワンストップ型とし、将来は市民ポータルを利用したワンストップサービスも可能とするシステムを構築する	
6	FAQ システム	団体 G	FAQ 情報の提供	平成 19 年度
7	介護情報連携システム	団体 H	介護サービス提供事業者、ケアマネージャー、主治医、自治体が要介護認定情報やケアプラン情報、介護サービス事業者情報などについてネットワークを利用して連携する	
8	電子カルテシステム	団体 I	患者の医療情報を共有化し、市、住民、近隣自治体病院、診療所等と連携することで、患者へ様々な形で診療情報を提供し、質の高い医療サービスを提供する	
9	税申告システム	団体 J	税申告の電子化	
10	医療機関情報システム	団体 K	病院に関する情報提供	
11	健康ポータルサイト	団体 K	健康情報の提供	
12	子育て等ポータルサイト	団体 K	子育て等についてみんなで考えるサイト	
13	安心安全情報共有システム	団体 L	防災情報、行政情報、子育て情報等のメルマガ、web地図情報	平成 20 年 2 月 1 日

④ ②にて「地域ポータルである」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。その実施時期はいつですか。

■地域ポータルの実施時期(N=60)



地域ポータルの実施時期	回答数	割合 (%)
平成 18 年以前	11	18.3
平成 19 年	1	1.7
平成 20 年	11	18.3
平成 21 年	5	8.3
平成 22 年	3	5.0
平成 23 年	4	6.7
平成 24 年以降	4	6.7
未定	13	21.7
未回答	8	13.3

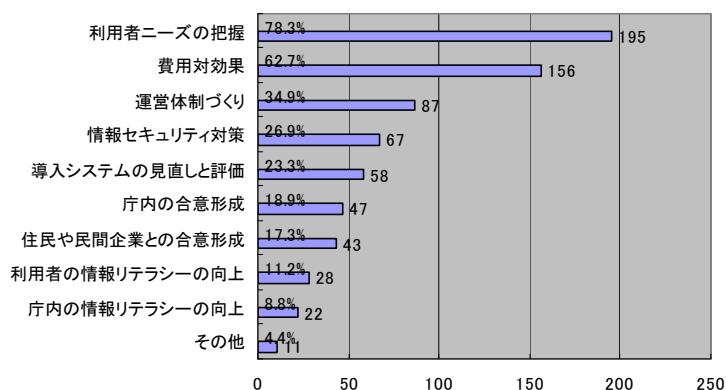
地域ポータルについては、全体の 70%に近い団体が、既に実施しているか、もしくは今後実施する予定であると回答している。その中で、平成 18 年以前に既に実施している先進的な団体も 16.9%もあった。

Q10: 地域情報化計画等で定めた計画を実現する上でのポイント

① 地域情報化計画等で定めた計画を実現していくにあたり、これまでの経験から重要と考える事項は何ですか。上位3つに”○”を入力してください。

Q4と同様の考えにより、本質問事項の母数を251として、分析を行った。

■計画を実現する上でのポイント(N=251)



計画を実現する上でのポイント	回答数	割合 (%)
利用者ニーズの把握	195	78.3
費用対効果	156	62.7
運営体制づくり	87	34.9
情報セキュリティ対策	67	26.9
導入システムの見直しと評価	58	23.3
庁内の合意形成	47	18.9
住民や民間企業との合意形成	43	17.3
利用者の情報リテラシーの向上	28	11.2
庁内の情報リテラシーの向上	22	8.5
その他	11	4.4

計画等を実現していく上で、利用者ニーズを把握することと費用対効果が、重要であると多くの団体が考えていることがわかる。次いで、運営体制づくりや情報セキュリティ対策、そして導入システムと見直しと評価を、重要と考えていることがわかる。

なお、その他として挙げられたポイントのうち、主なものは以下のとおりである。

- ・利用者に有効活用してもらうための PR
- ・財政状況(予算確保)
- ・地域の独自性と一体感の醸成
- ・情報通信基盤の整備(技術仕様の標準化)

(2) オンラインサービスに関する取り組み事項(Q11～Q13)

Q11: 各種情報のオンラインサービス取り組み状況

以下に示す 22 の情報について、インターネットによる情報発信の提供状況の回答結果を示す。

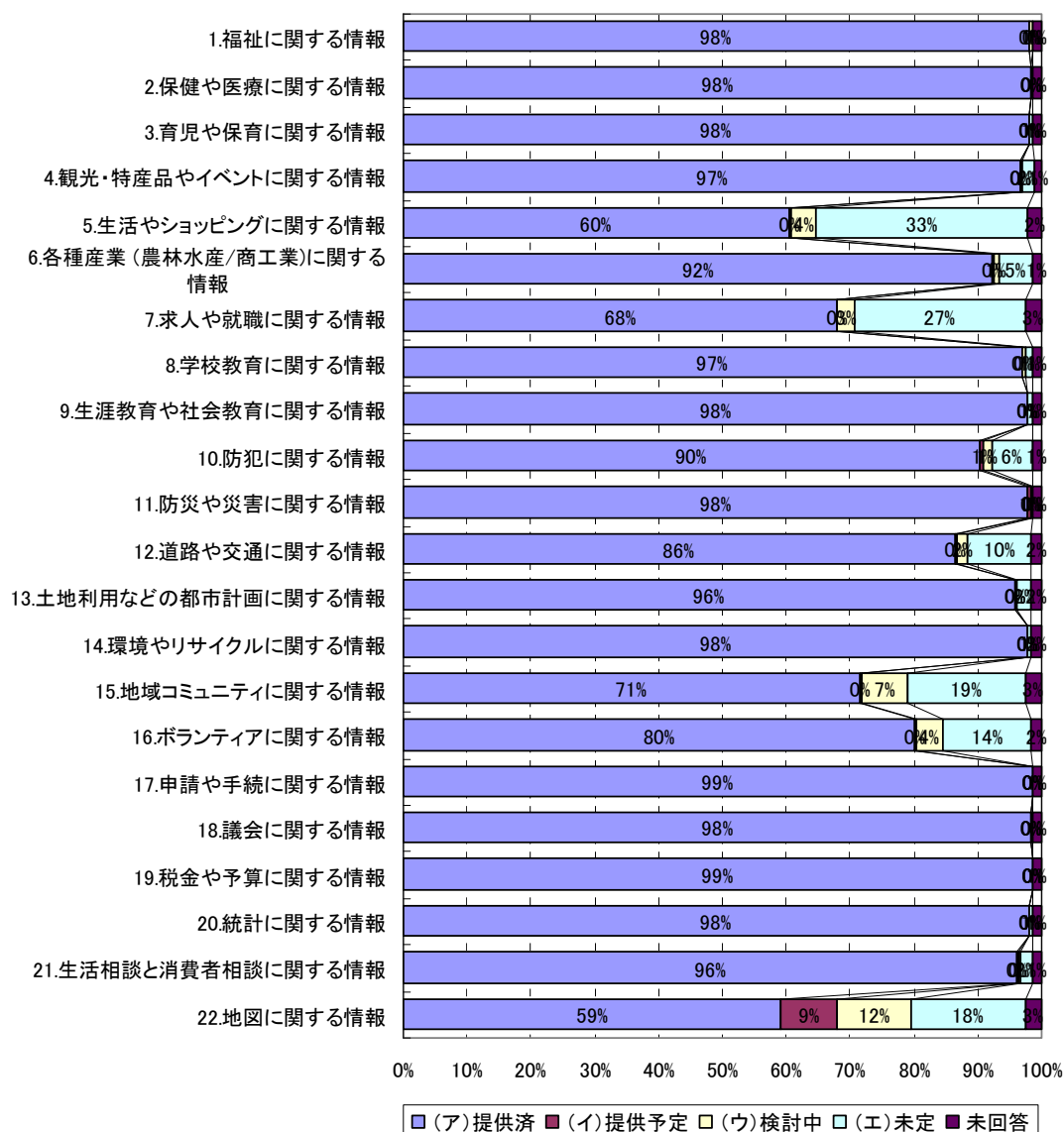
表2-3 対象とした 22 の情報

分野	情報
福祉・医療	1.福祉に関する情報
	2.保健や医療に関する情報
	3.育児や保育に関する情報
産業振興	4.観光・特産品やイベントに関する情報
	5.生活やショッピングに関する情報
	6.各種産業（農林水産/商工業）に関する情報
	7.求人や就職に関する情報
人材育成	8.学校教育に関する情報
	9.生涯教育や社会教育に関する情報
安心・安全	10.防犯に関する情報
	11.防災や災害に関する情報
住まい・交通	12.道路や交通に関する情報
	13.土地利用などの都市計画に関する情報
環境・衛生	14.環境やリサイクルに関する情報
地域交流	15.地域コミュニティに関する情報
	16.ボランティアに関する情報
行政情報化	17.申請や手続に関する情報
	18.議会に関する情報
	19.税金や予算に関する情報
	20.統計に関する情報
	21.生活相談と消費者相談に関する情報
その他	22.地図に関する情報

①提供状況

地方公共団体様が運営するサイトについて、お尋ねします。サイト上で、以下に示す各種情報を提供していますか。

■各種情報の提供状況 (N=308)

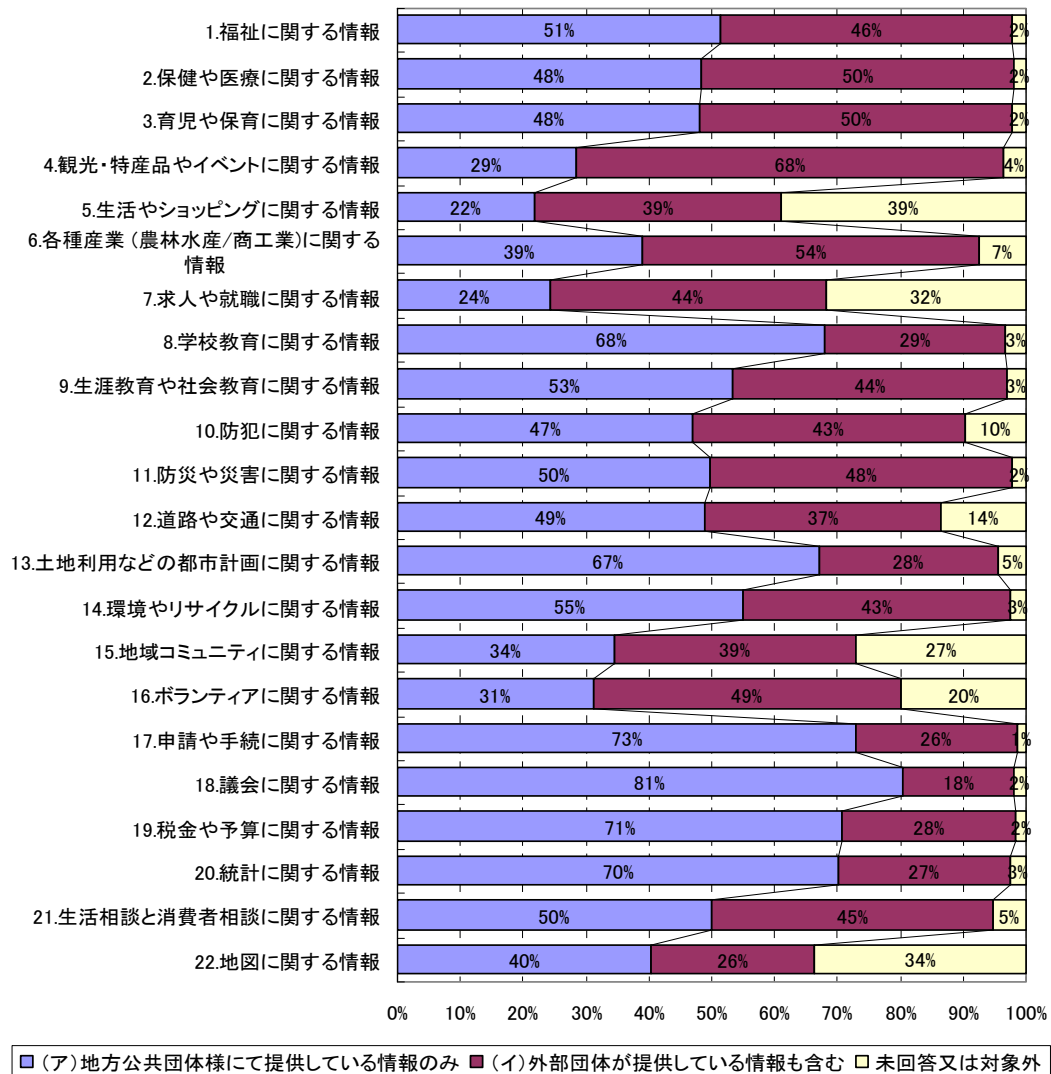


上記 22 の情報のうち、「5.生活やショッピングに関する情報」「7.求人や就職に関する情報」「15.地域コミュニティに関する情報」「16.ボランティアに関する情報」「22.地図に関する情報」については、インターネットによる情報発信を行っている（予定している）団体が、全体の 60～80%程度であることがわかった。「1.福祉に関する情報」をはじめ、その他のものについては、インターネットによる情報発信を行っている（予定している）団体が、ほぼ 100%に近いことがわかった。

②提供範囲

①にて「(ア)提供済」「(イ)提供予定」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。提供している(予定含む)情報は、地方公共団体様にて提供している情報のみですか。それとも、民間企業やNPO等の外部団体が提供している情報も含んでいますか。

■各種情報の提供範囲(N=308)



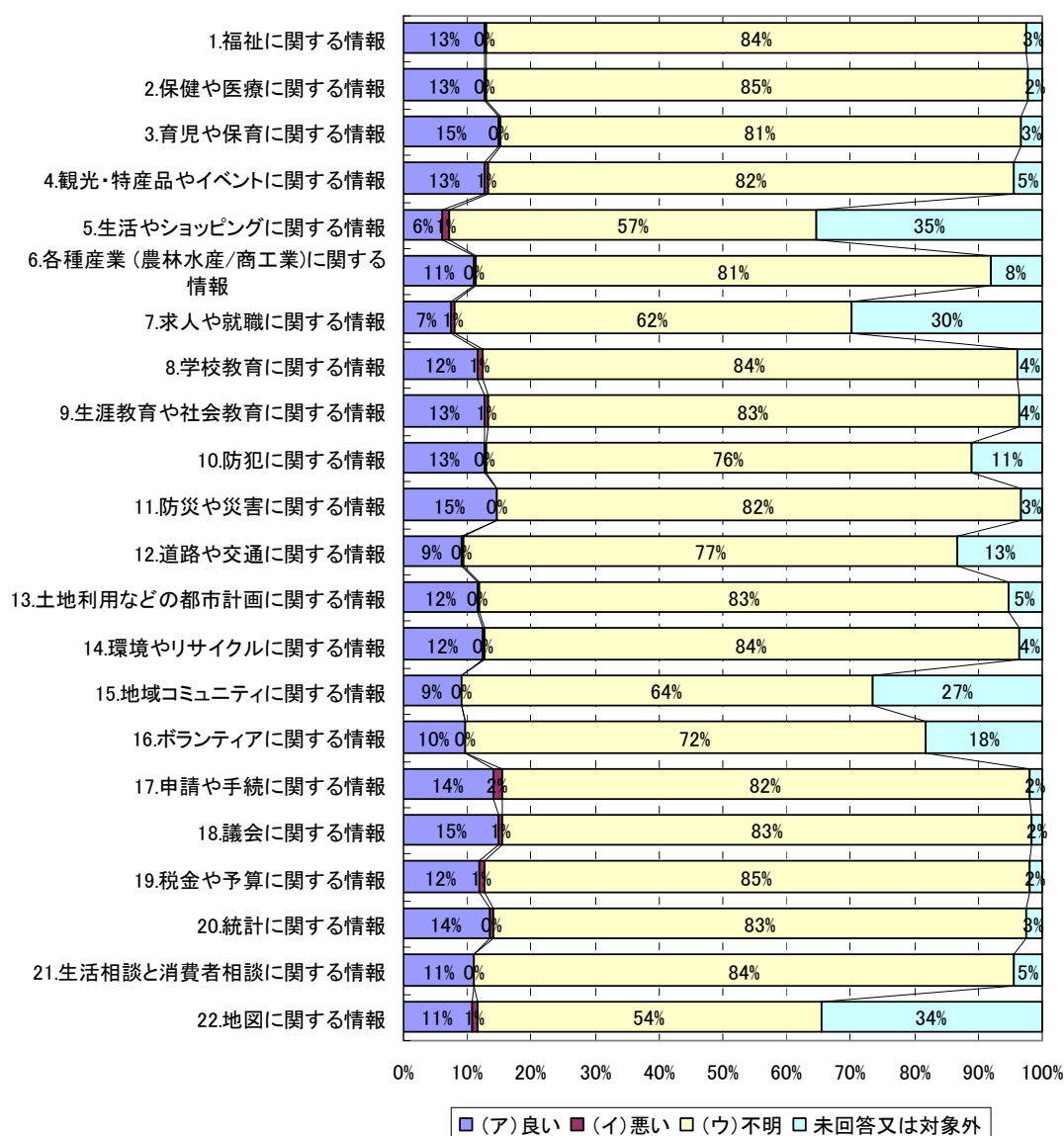
上記 22 の情報のうち、「4.観光・特産品やイベントに関する情報」「6.各種産業(農林水産/商工業)」については、地方公共団体が提供している情報のみではなく、外部団体が提供している情報を含んでいる場合が多い。

一方、「17.申請や手続に関する情報」「18.議会に関する情報」「19.税金や予算に関する情報」「20.統計に関する情報」については、行政色が強い情報であることもあり、外部団体が提供している情報を含む場合は少ない。

③評価

①にて「(ア)提供済」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。情報提供に対する利用者の評価はいかがですか。

■各種情報の評価(N=308)

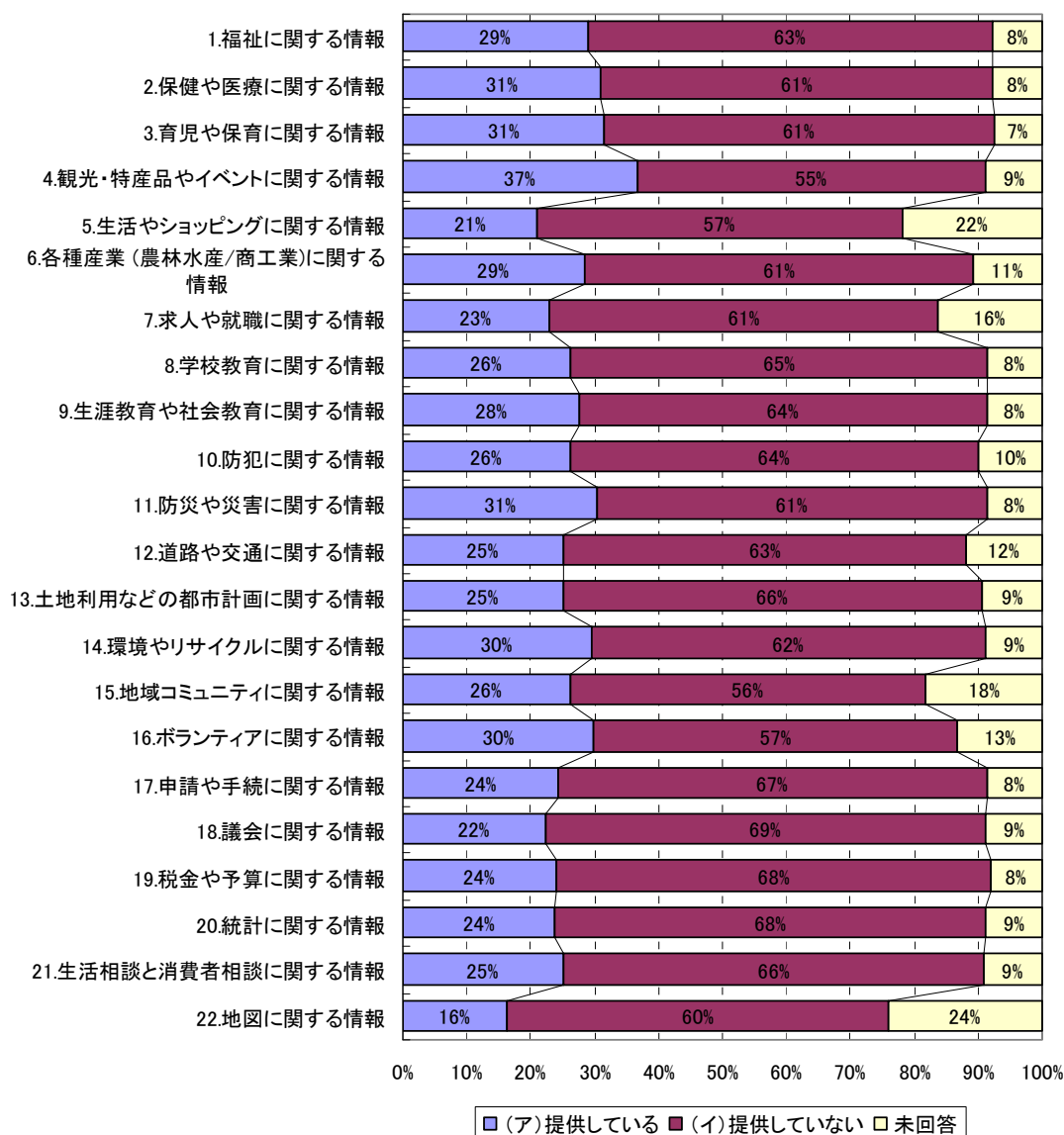


「不明」という回答が多かったが、得られた回答で見比べてみると、各種情報提供に対する利用者の評価は、総じて「良い」が「悪い」を大きく上回っていることがわかった。

④外部提供

地方公共団体様の持つ情報の提供についてお尋ねします。民間企業や NPO 等の外部団体のサイトに地方公共団体様の持つ情報を提供していますか。

■各種情報の外部提供 (N=308)

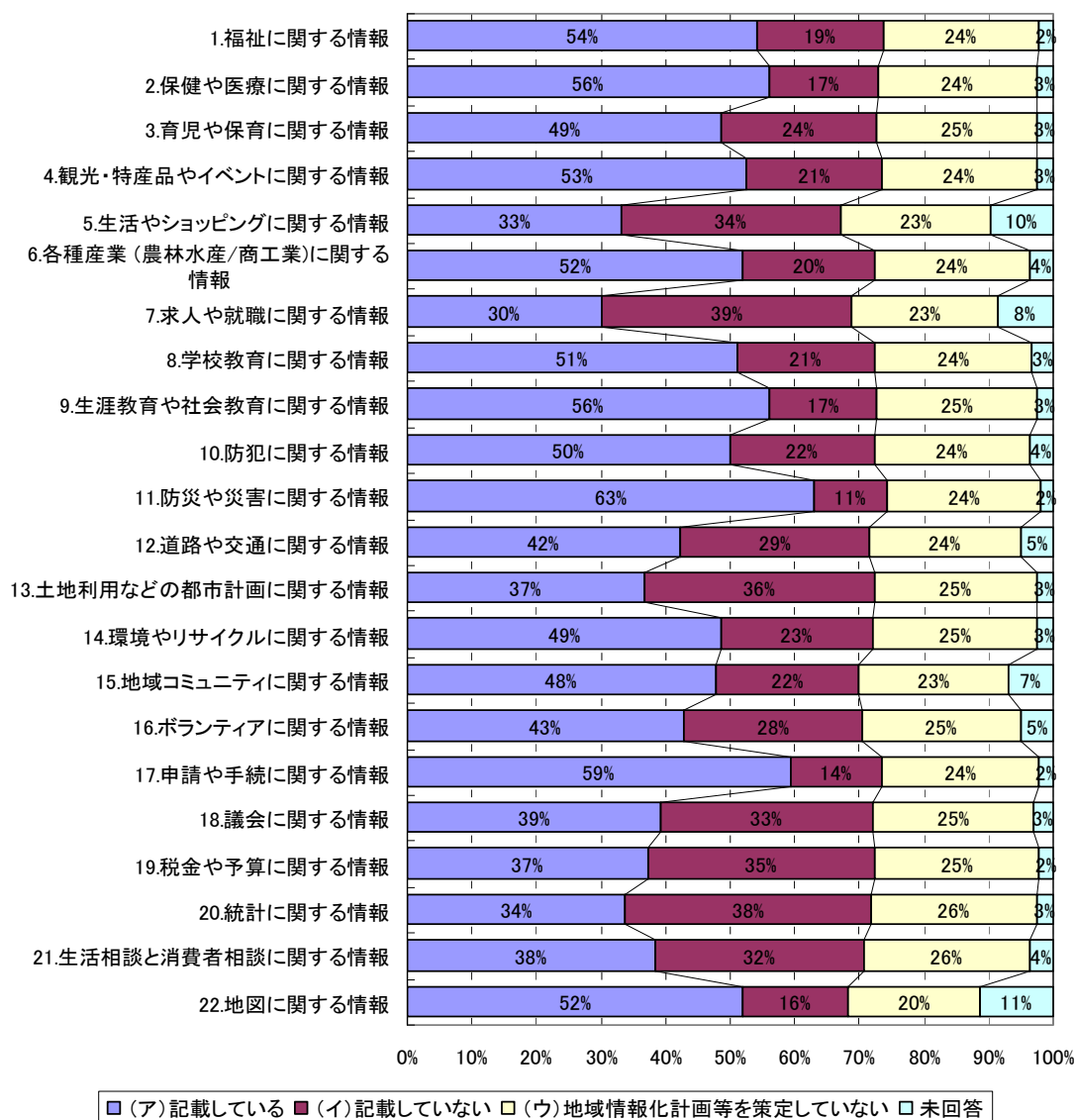


上記 22 の情報全てにおいて、外部団体のサイトに対し、地方公共団体の持つ行政情報を提供している団体は、20%～30%前後と少ない。最も多い「4.観光・特産品やイベントに関する情報」においても、37%程度となっている。

⑤計画への記載

各種情報のインターネットによる情報配信の提供について、地域情報化計画等に記載していますか。

■各種情報の計画への記載(N=308)



地域情報化計画等を策定している団体の約半数において、各種情報のインターネットによる情報配信の提供が計画等に記載されていることがわかった。

各情報の中でも「11.防災や災害に関する情報」「17.申請や手続に関する情報」が記載されている割合が比較的高かった。このことは、Q7①：地域情報化計画等における重点的な施策において、「行政情報化（行政情報の提供、レガシー改革や総合窓口の設置など）」や「安心・安全（防犯や防災・災害情報の提供、緊急防災体制の整備など）」が回答として多かった結果と一致する。

Q12:各種システムのサービス実施状況

以下に示す 8 のシステムについて、インターネットによる申請等手続処理(受付や審査)のサービス実施状況の回答結果を示す。

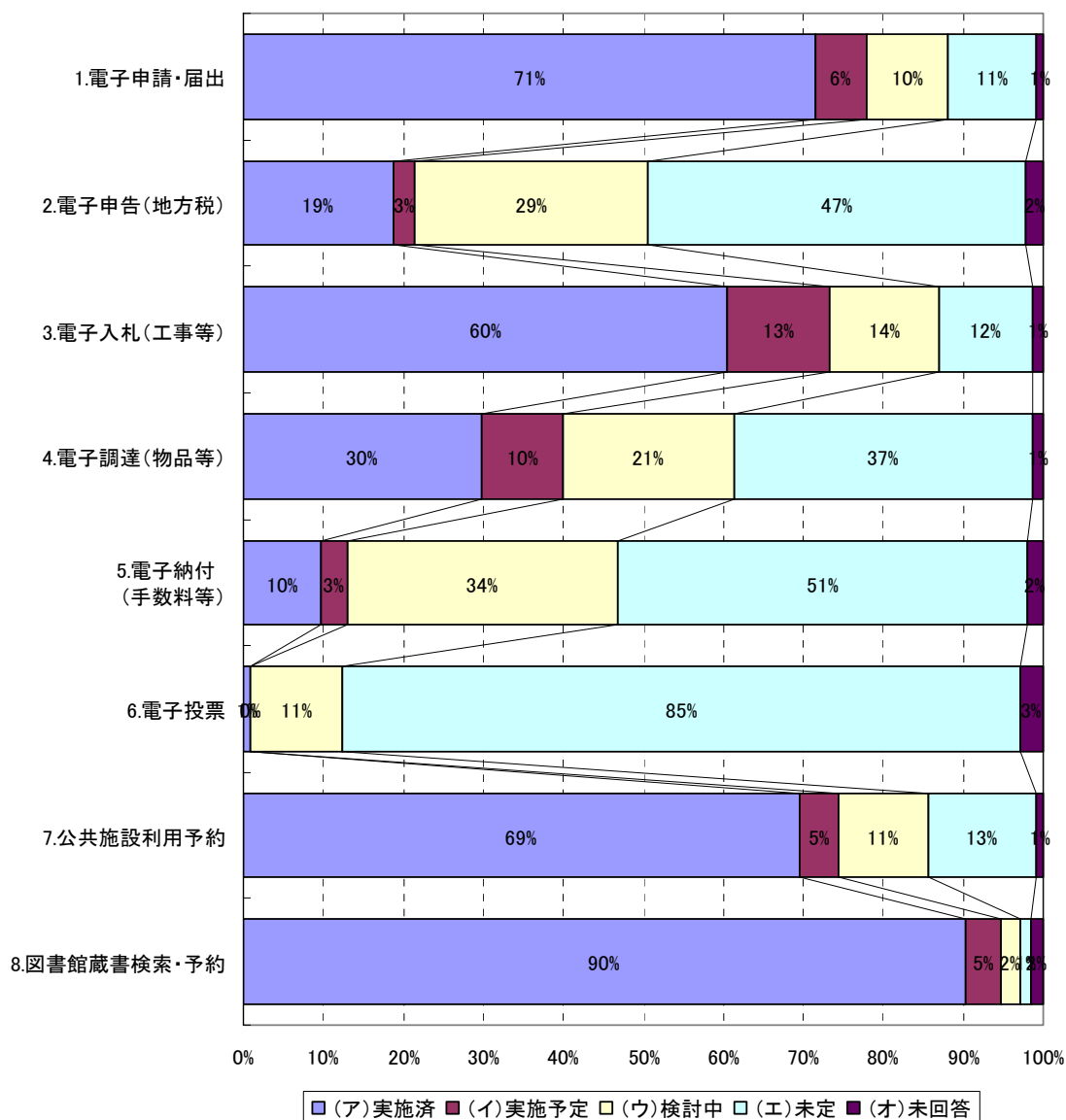
表2-4 対象とした 8 のシステム

システム
1.電子申請・届出
2.電子申告(地方税)
3.電子入札(工事等)
4.電子調達(物品等)
5.電子納付(手数料等)
6.電子投票
7.公共施設利用予約
8.図書館蔵書検索・予約

①実施状況

インターネットによる実施状況はいかがですか。

■各種システムの実施状況(N=308)



「8.図書館蔵書検索・予約」は、全体の 95%の団体がインターネットによるサービス提供を実施(予定含む)しており、最も高い実施率であった。

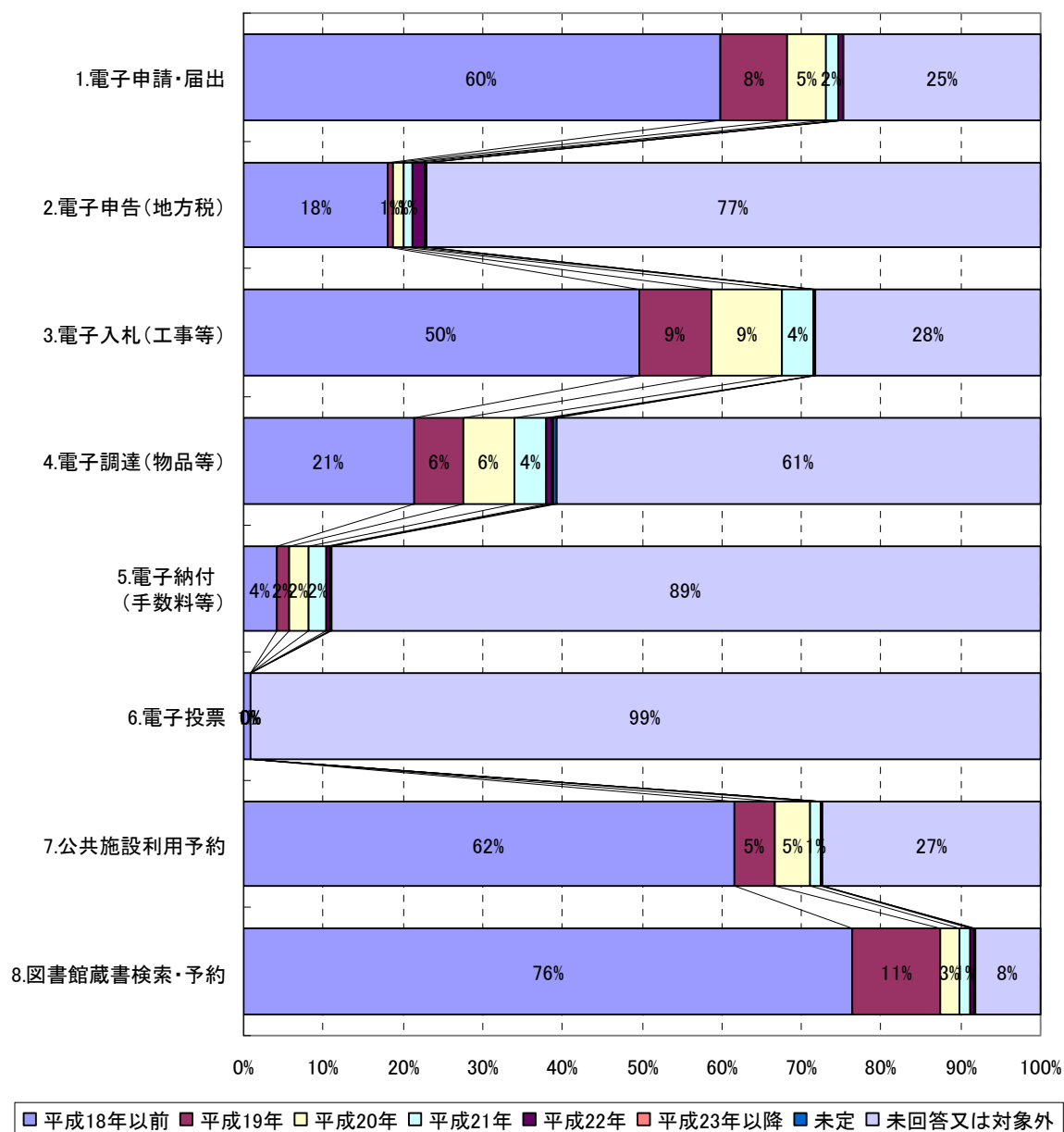
次いで、「1.電子申請・届出」「3.電子入札(工事等)」「7.公共施設利用予約」が、全体の 70%以上の団体により実施(予定含む)されていた。

一方で、「2.電子申告(地方税)」「4.電子調達(物品等)」「5.電子納付」「6.電子投票」は、実施率が全体の 30%以下と低い値であった。特に、「6.電子投票」については実施している団体が全体の 1%であった。

②実施時期

①にて「実施済」「実施予定」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。実施時期(予定)はいつですか。

■各種システムの実施時期(N=308)



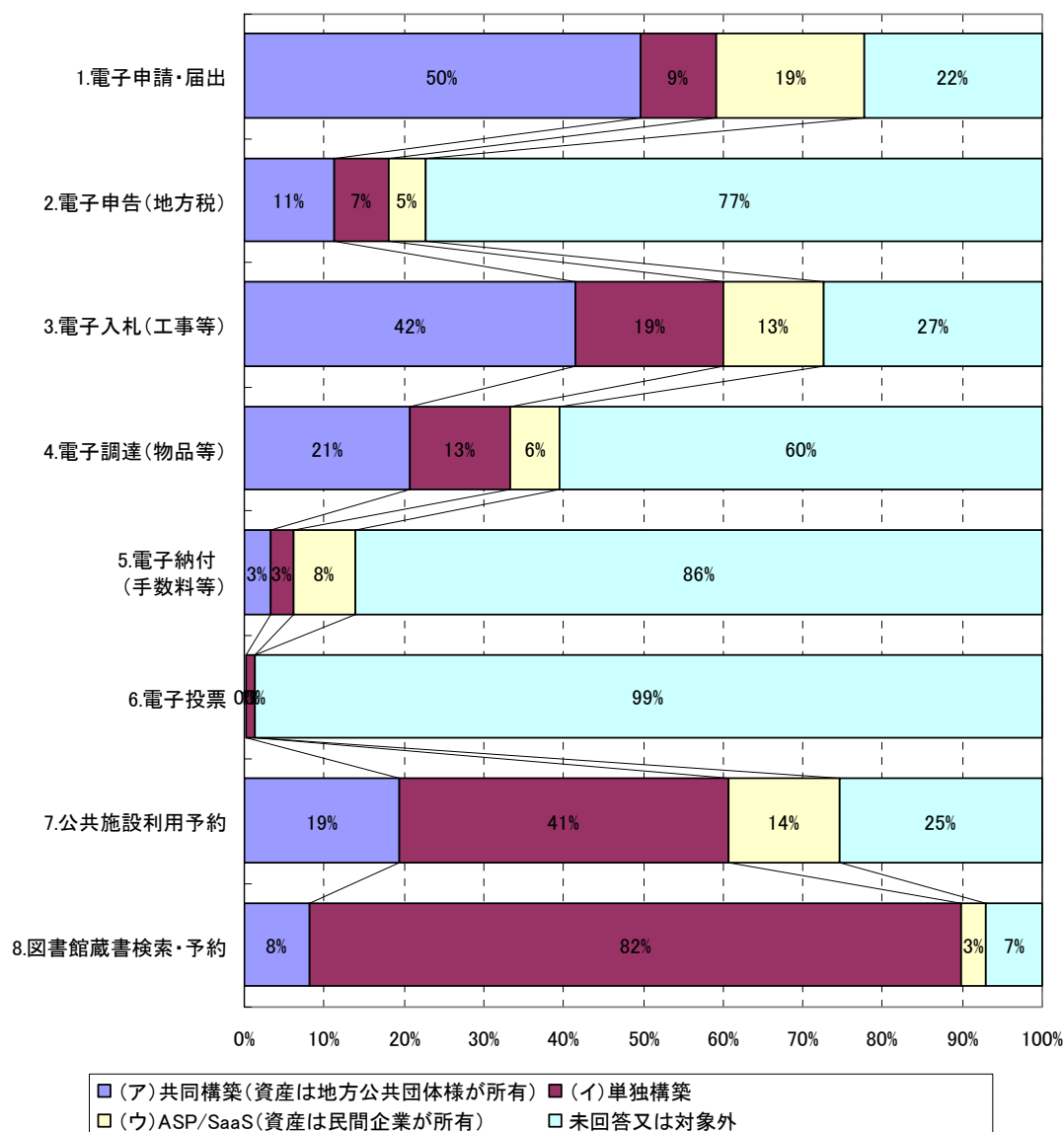
「1.電子申請・届出」「3.電子入札(工事等)」「7.公共施設利用予約」「8.図書館蔵書検索・予約」は、サービスの実施時期が早く、それぞれ平成18年以前に全体の50%を超える団体がインターネットによるサービス提供を実施している。

対象とした8のシステムのうち、平成20年度以降サービスの提供を開始する割合が比較的高いのは「3.電子入札(工事等)」「4.電子調達(物品等)」であった。

③提供形態

①にて「実施済」「実施予定」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。提供形態(予定)は何ですか。

■各種システムの提供形態(N=308)



「1.電子申請・届出」「3.電子入札(工事等)」については、全体の約半数の団体が、共同構築にて実施している。

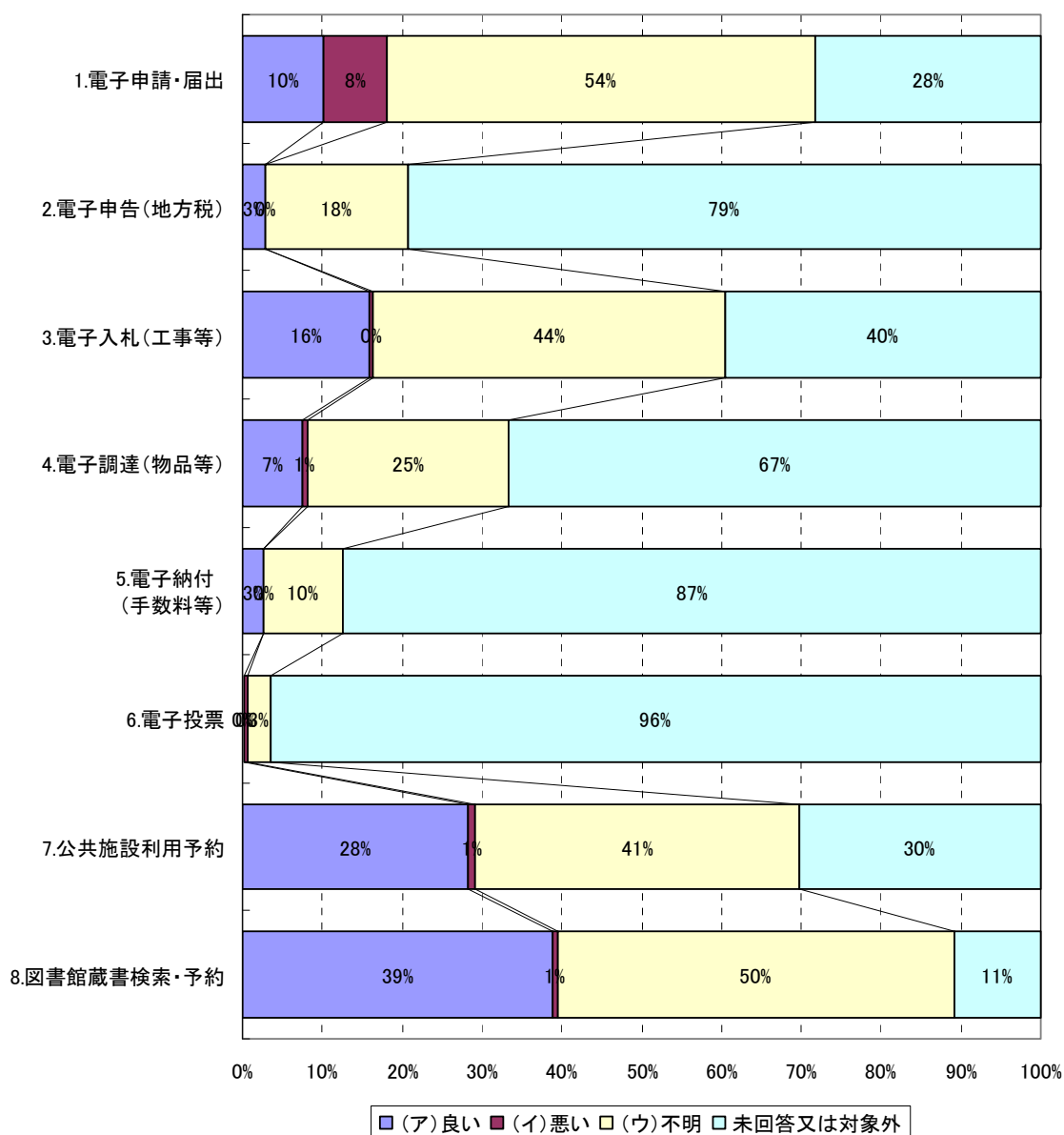
単独構築をしていることが多いシステムとしては、「7.公共施設利用予約」「8.図書館蔵書検索・予約」が挙げられた。

また、各システムにおいて、ASP/SaaSを利用している団体は、共同構築や単独構築に比べ、現時点ではまだ少ない。

④評価

①にて「(ア)実施済」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。サービス提供に対する利用者の評価はいかがですか。

■各種システムの評価(N=308)



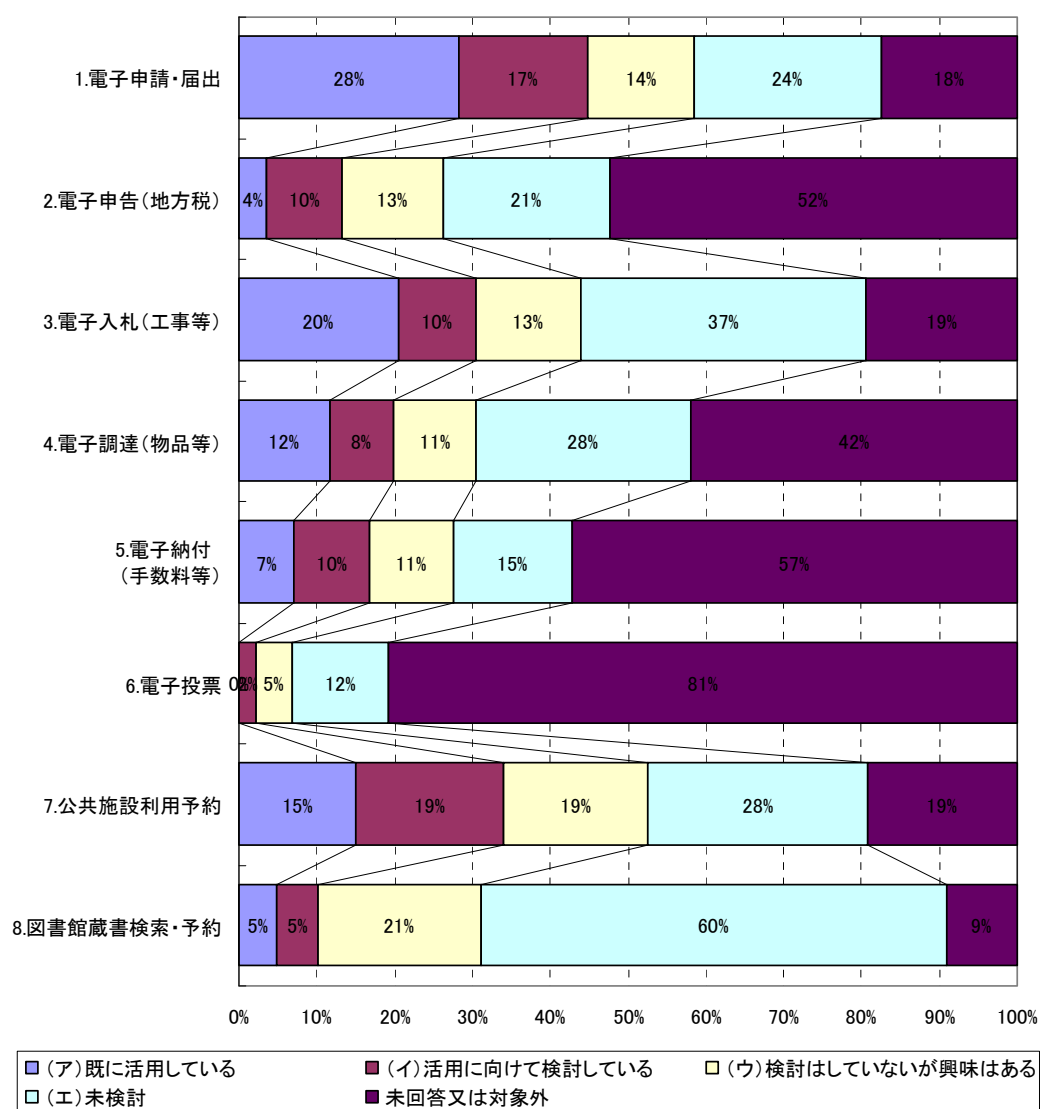
サービスは提供するものの、提供後の評価を把握できている団体は少ないという結果になっている。ただし、把握している団体の中では、サービス提供に対する利用者の評価は、概ね「良い」が「悪い」を大きく上回っていることがわかる。

しかし、「1.電子申請・届出」については、「良い」が 10%「悪い」が 8%と評価は拮抗している。オンライン申請の利用率が伸び悩んでいる現状が、この結果に表れていると考えられる。

⑤ASP／SaaS 活用

①にて「(ア)実施済」「(イ)実施予定」「(ウ)検討中」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。ASP/SaaS の活用に向けた検討をしていますか。

■各種システムのASP／SaaS活用(N=308)



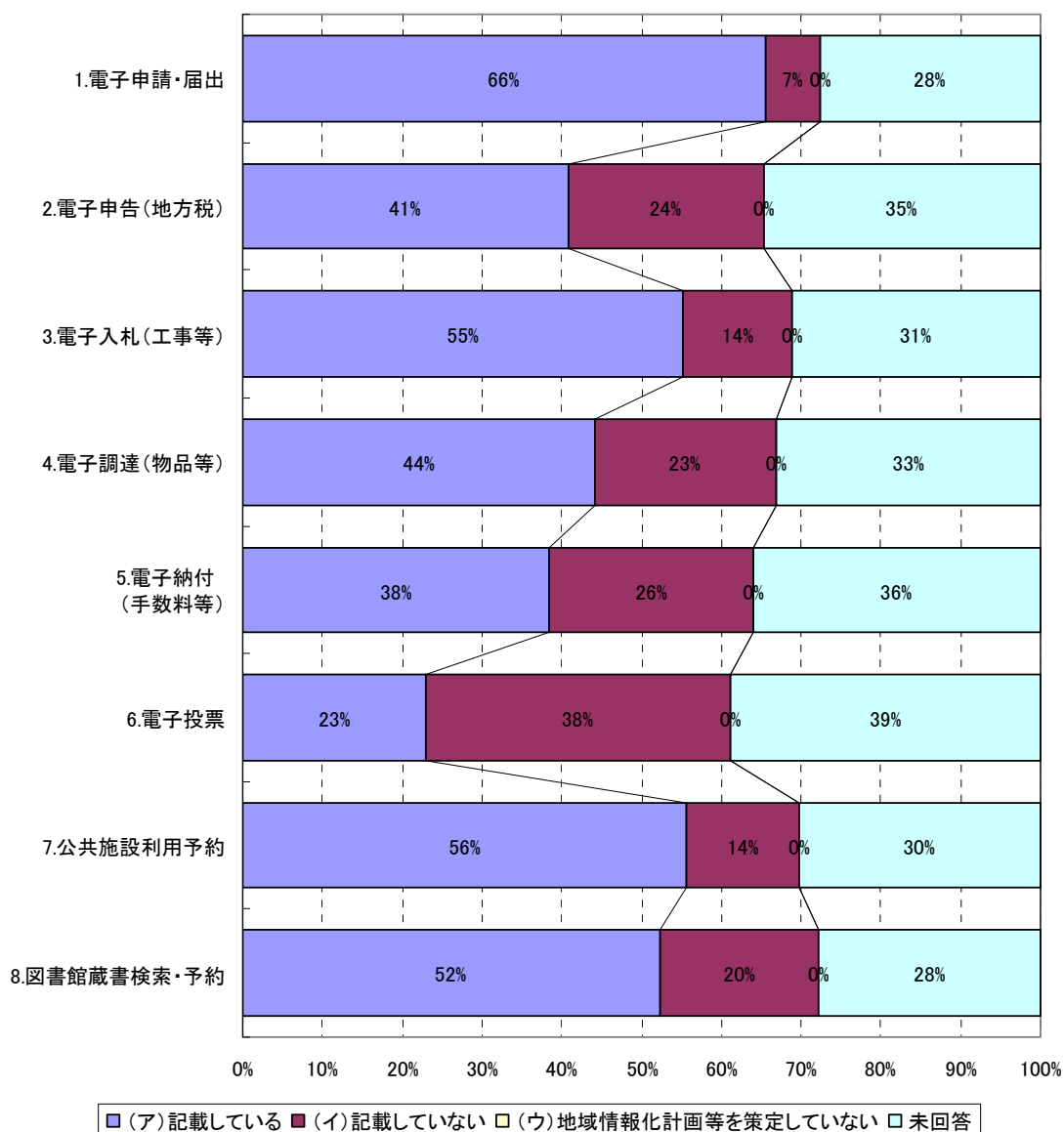
「6.電子投票」を除く、他システムについては、ASP／SaaS を既に活用している実績があるが、まだ少ない状況である。最も多い「電子申請・届出」で、28%程度である。

しかし、現在、ASP／SaaS を活用していない団体において、「活用に向けて検討している」や「検討はしていないが興味はある」との回答が20%～40%あり、ASP／SaaS には興味を示している団体が多いことが読み取れる。

⑥計画への記載

各種情報のオンラインでの提供について、地域情報化計画等に記載していますか。

■各種システムの計画への記載(N=308)



地域情報化計画等を策定している団体の約半数において、各種システムのサービス実施が計画等に記載されていることがわかった。

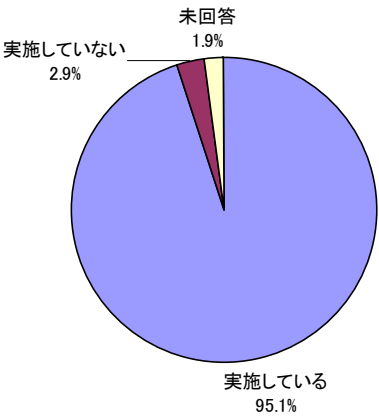
各種サービスの中でも「1.電子申請・届出」「3.電子入札(工事等)」「7.公共施設利用予約」「8.図書館蔵書検索・予約」が記載されている割合が比較的高かった。

また、「6.電子投票」についても、全体の 23%の団体が計画等に記載しており、今後の検討次第では、普及する可能性があると考えられる。

Q13:オンラインサービスの広報・周知活動

① 新しいオンラインサービスの提供を開始した場合、広報・周知活動を実施していますか。回答欄の該当する箇所1つに”○”を入力してください。

■ 広報・周知活動の実施有無 (N=308)

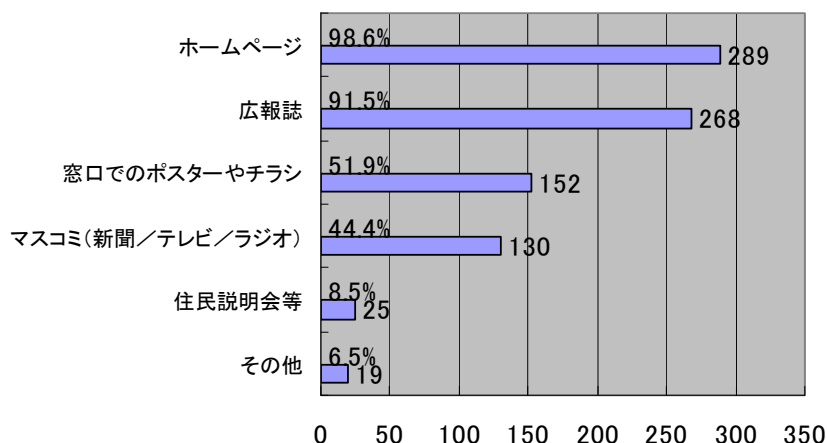


広報・周知活動の実施有無	回答数	割合 (%)
実施している	293	95.1
実施していない	9	2.9
未回答	6	1.9

全体の 95.1%の団体が、オンラインサービスの提供を開始した場合、広報・周知活動を実施していることがわかった。

② ①で「実施している」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。具体的な広報・周知活動の手段を教えてください。回答欄の該当する箇所全てに”○”を入力してください。

■具体的な広報・周知活動の手段(N=293)



具体的な広報・周知活動の手段	回答数	割合(%)
ホームページ	289	98.6
広報誌	268	91.5
窓口でのポスターやチラシ	152	51.9
マスコミ(新聞/テレビ/ラジオ)	130	44.4
住民説明会等	25	8.5
その他	19	6.5

広報・周知活動の手段として、全体の 90%を超える団体が、ホームページや広報誌を利用している。ホームページは、場所や時間を問わず幅広い層に周知でき、かつ広報費用が安価で済むこと、また、広報誌は広く住民に行き渡ることから、活用されているものと想定される。

次いで、窓口でのポスターやチラシ、そしてマスコミの順となっている。

なお、「その他」として挙げられた具体的な広報・周知活動の手段のうち、主なものは以下のとおりである。

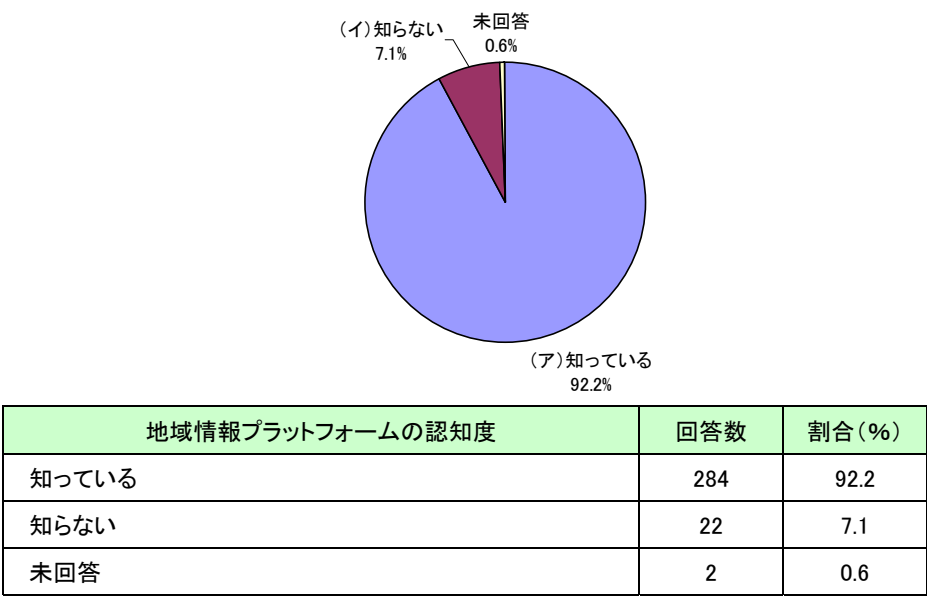
- ・メールマガジン、携帯電話サイト
- ・ポケットティッシュの配布
- ・啓発物の配布
- ・電子入札事業者向け説明会
- ・告示
- ・就職情報誌、関係団体機関誌
- ・市民関連イベント開催時の広報・啓発活動(成人式での新成人へのチラシの配布等)
- ・市民情報コーナーや公共施設で閲覧可能

(3)地域情報プラットフォームに関する取り組み事項(Q14～Q15)

Q14:地域情報プラットフォームの取り組み状況

① 地域情報プラットフォームを知っていますか。

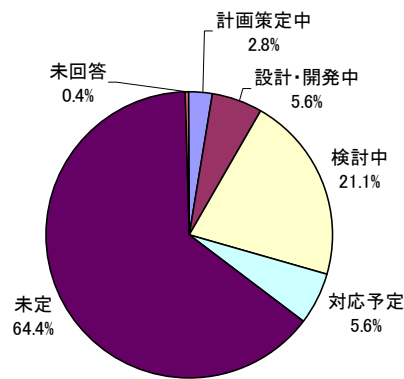
■地域情報プラットフォームの認知度 (N=308)



地域情報プラットフォームについて、全体の 92.2%の団体が「知っている」と回答したが、「知らない」と回答した団体も 7%あった。

② 地域情報プラットフォーム標準仕様に準拠したシステム改革に向けた対応を進めていますか。

■標準仕様に準拠したシステム改革に向けた対応有無(N=284)

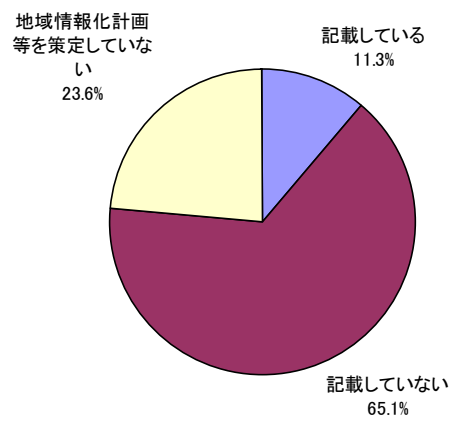


標準仕様に準拠したシステム改革に向けた対応有無	回答数	割合 (%)
計画策定中	8	2.8
設計・開発中	16	5.6
検討中	60	21.1
対応予定	16	5.6
未定	183	64.4
未回答	1	0.4

地域プラットフォームを知っていると回答した団体のうち、「未定」と回答した団体が全体の64.4%を占め、地域情報プラットフォーム標準仕様に準拠したシステム改革に向けた対応は、まだ、本格化していないことが読み取れる。しかし、そのような中でも、全体の 2.8%の団体は、計画策定中であり、5.6%の団体が、既に、設計・開発中となっている。

③ 地域情報プラットフォーム標準仕様に準拠したシステム改革について、地域情報化計画等に記載していますか。

■標準仕様に準拠したシステム改革の記載有無(N=284)



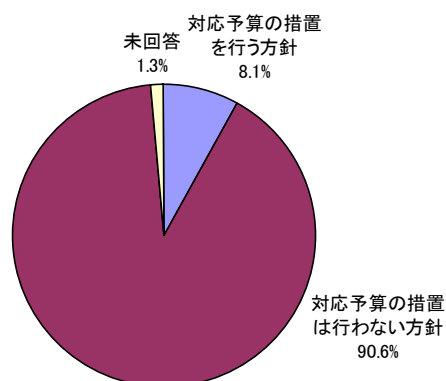
標準仕様に準拠したシステム改革の記載有無	回答数	割合 (%)
記載している	32	11.3
記載していない	185	65.1
地域情報化計画等を策定していない	67	23.6

地域情報化計画等に、地域情報プラットフォーム標準仕様に準拠したシステム改革について記載している団体は全体の 11.3%に留まっていることがわかった。今後、広く普及を図っていくためには、さらなる周知活動を行い、地方公共団体の理解を得ることが必要と考える。

Q15: 地域情報プラットフォームの予算化状況

① 平成 20 年度の地域情報プラットフォーム対応予算の措置を行う方針ですか。

■平成 20 年度地域情報プラットフォーム対応予算措置方針(N=308)



平成 20 年度地域情報プラットフォーム対応予算措置方針	回答数	割合 (%)
対応予算の措置を行う方針	25	8.1
対応予算の措置は行わない方針	279	90.6
未回答	4	1.3

平成 20 年度の地域情報プラットフォーム対応予算の措置を行う方針の団体は全体の 8.1%にあたる 25 団体と、まだ少ない状況である。

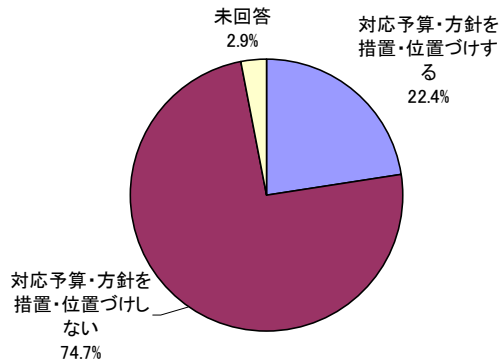
② ①にて「対応予算の措置は行わない方針」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。その理由は何ですか。

挙げられた理由のうち、主なものは以下のとおりである。

- ・人員、財政力が不足している
- ・庁内で詳細を調査、検討している段階である
- ・地域情報プラットフォームの予算化に向けた情報が不足している
 - －導入に係る費用、費用対効果、仕様など
- ・地域情報プラットフォームがデファクトスタンダードになるのか不透明である
- ・地域情報プラットフォームに関する今後の国の事業計画／取り組みが見えない
- ・地域情報プラットフォームに対応する技術が委託ベンダーにない
- ・庁内、関連団体との合意形成ができていない
- ・合併後に検討する
- ・現行(もしくは現在、構築中)のシステムで概ね満足している
- ・システムを更新したばかり(又はリース契約期間中)のため未検討である
- ・他事業と比べ優先度が低い(緊急性がない)
- ・知らなかった

③ 今後3カ年程度の中期的な予算計画等(行動計画等)に地域情報プラットフォーム対応予算・対応方針等を措置・位置づけしますか。

■ 今後3カ年程度の地域情報プラットフォーム対応予算・方針措置(N=308)



今後3カ年程度の地域情報プラットフォーム対応予算・方針措置	回答数	割合 (%)
対応予算・方針を措置・位置づけする	69	22.4
対応予算・方針を措置・位置づけしない	230	74.7
未回答	9	2.9

今後3カ年程度の地域情報プラットフォーム対応予算・対応方針を措置・位置づけする団体は全体の22.4%の69団体であり、H20年度の25団体に比べると、2.5倍以上となっている。

「対応予算・方針を措置・位置づけしない」と回答した団体でも、下記④への対応状況など、今後の展開次第で、対応予算・対応方針を措置・位置づけする団体もあると考えられる。

④ ③にて「(イ)対応予算・方針を措置・位置づけしない」と回答した地方公共団体様にお尋ねします。その理由は何ですか。

挙げられた主な理由のうち、主なものは以下のとおりである。

- ・人員、財政力が不足している
- ・庁内で詳細を調査、検討している段階である
- ・地域情報プラットフォームの予算化に向けた情報が不足している
 - ー導入に係る費用、費用対効果、仕様など
- ・地域情報プラットフォームがデファクトスタンダードになるのか不透明である
- ・地域情報プラットフォームに関する今後の国の事業計画／取り組みが見えない
- ・地域情報プラットフォームに対応する技術が委託ベンダーにない
- ・庁内、関連団体との合意形成ができていない
- ・合併後に検討する
- ・現行(もしくは現在、構築中)のシステムで概ね満足している
- ・システムを更新したばかり(又はリース契約期間中)のため未検討である
- ・他事業と比べ優先度が低い(緊急性がない)
- ・知らなかった

2.4 まとめ

調査の目的であった、以下の3点について、アンケートを通して明らかになった主な事項を記載する

- ・地方公共団体の「地域情報化に関する計画」等の策定状況、傾向
- ・地方公共団体・公共機関がオンラインで提供している情報、サービスの実態
- ・地方公共団体などの広報・周知手段の実態

■地方公共団体の「地域情報化に関する計画」等の策定状況、傾向

【実施状況】

- ・全体の 70%を越す団体が既に地域情報化計画などを策定済であった。地域別に見ると、北海道や北陸、沖縄地域の計画等策定率が 100%であり、地域情報化への積極的な姿勢が見受けられた

【考え方】

- ・全体の 52.6%の団体においては、計画等策定当初から時流が変化した場合、計画期間内でも内容を見直す考えであった。実際、これまでも IT の動向や施策の優先度等の観点により、計画期間内を見直しを実施していた
- ・全体の 90%を越す団体では、地域情報化計画を独自計画または総合計画等の一部として位置づけており、各団体が自主的に計画づくりを実施していた
- ・計画期間は 5 年または 3 年に設定している団体が多かった
- ・「行政情報化」や「安心・安全」を重点的な施策と位置づけている団体が多かった

【公開】

- ・全体の 90.4%の団体が、地域情報化計画等を公開(予定)しており、公開する媒体には、ホームページや広報誌が多く用いられていた

【地域 ICT サービスの記載状況】

- ・地域 ICT サービスを地域情報化計画等に記載している(予定している)団体は全体の 29.5%であり、地域 ICT サービスの注目度はまだ低い

【計画を実現する上でのポイント】

- ・「利用者ニーズの把握」や「費用対効果」を挙げた団体が多かった

【地域情報プラットフォームに関する取り組み】

- ・地域情報プラットフォームを知っていると回答した団体は全体の 92.2%であり、7.1%の団体が知らないと回答した(1%は未回答)
- ・地域情報プラットフォーム標準仕様に準拠したシステム改革に向けた対応として、「計画策定中」と回答した団体は全体の 2.8%であり、「設計・開発中」と回答した団体は全体の 5.6%、地域情報化計画等に記載している団体は全体の 11.3%である。地方公共団体の動きとして地域情報プラットフォーム標準仕様に準拠したシステム改革に向けた対応が先進的な自治体において始まってきたように見受けられる
- ・平成 20 年度の地域情報プラットフォーム対応予算措置を行う方針とした団体は全体の 8.1%、また、今後 3 年程度の中期的な予算計画等において、地域情報プラットフォーム対応予算・対応方針等を措置・位置づけている団体は全体の 22.4%であった。措置・位置づけしない理由としては、「人員・財政力が不足している」「地域情報プラットフォームの予算化に向けた情報が不足している」等が多かった

■地方公共団体・公共機関がオンラインで提供している情報、サービスの実態

【各種情報のオンラインサービス取り組み状況】

- ・ほとんど全ての団体において、各種情報が網羅的にサイト上で提供されていたが、「生活やショッピングに関する情報」や「地図に関する情報」等については、サイト上での提供ができていない団体もあった
- ・情報によっては、地域公共団体のサイト上に外部団体が提供しているものを含んでいる団体は比較的多かったが、外部団体のサイトに対して地方公共団体の持つ行政情報を提供している団体は少なかった
- ・各種情報提供に対する利用者の評判は、総じて「良い」が「悪い」を上回っていた
- ・地域情報化計画等を策定している団体の約半数において、各種情報のインターネットによる情報配信の提供が計画等に記載されていた

【各種システムのサービス実施状況】

- ・インターネットによる各種システムの実施率は「図書館蔵書検索・予約」が最も高く、次いで「電子申請・届出」「電子入札(工事等)」「公共施設利用予約」が高かった
- ・「電子申請・届出」「電子入札(工事等)」は、全体の約半数の団体が、共同構築にて実施している一方で、「公共施設利用予約」「図書館蔵書検索・予約」は、単独構築をしている団体が多かった。また、各システムにおいて、ASP/SaaS を利用している団体は、共同構築や単独構築に比べ、現時点ではまだ少なかった
- ・各種システムの利用者の評価は、概ね「良い」が「悪い」を上回っていた。しかし、「電子申請・届出」については、「良い」「悪い」の評価が拮抗していた
- ・「電子投票」を除く、他システムについては、ASP/SaaS を既に活用している実績があった。また、現在、ASP/SaaS を活用していない団体において、「活用に向けて検討している」や「検討はしていないが興味はある」との回答が 20%~40%あり、ASP/SaaS の活用に向けた検討の動きが見受けられた
- ・地域情報化計画等を策定している団体の約半数において、各種システムのサービス実施が

計画等に記載されていた

- ・地域情報化計画等を策定している団体のほうが、実際に各種システムのサービスを実施している割合が高い傾向にあった

■地方公共団体などの広報・周知手段の実態

- ・全体の 95.1%の団体が、オンラインサービスの提供を開始した場合、広報・周知活動を実施していた
- ・広報の手段として、「ホームページ」や「広報誌」が最も多く活用されていた

なお、地域情報化への取り組みに先進的な団体に対し、推進方法や推進にあたっての課題等についてヒアリングを行った。ヒアリング結果については、別冊を参照とする。

3. 地域ポータルサイトに関する現状調査・分析

3.1 調査概要

3.1.1 調査の目的と手段

(1)調査目的

本調査の目的は、現状の地域ポータルの状況を調査し、地域ICTサービスを推進する関係者に、事業化に向けた指針と検討材料を提供することである。具体的には、地域ポータルを運営しているサイトに対し、以下のことを調査することである。

- ・運営主体や運営形態
- ・提供しているサービスの種類
- ・官民連携の有無や連携状況
- ・ビジネスモデル
- ・提供前、提供後の課題と対応方法

(2)調査手段

地域ポータルの現状調査・分析では、以下の2種類の手段で、調査を行う。

①インターネット調査

地域ポータルサイトの現状をインターネットにより調査する。調査項目は、運営主体、官民の情報の提供、ビジネスモデル、サービスの内容などである。

②ヒアリング調査

インターネット調査より抽出した、特徴ある地域ポータルを運営している複数の事業者に対し、事業化に至るまでの経緯や運営上の課題、今後の予定などについて、ヒアリングにより調査する。

3. 2 インターネットによる地域ポータルサイトの現状調査

3. 2. 1 調査の概要

(1)調査期間

インターネットによる地域ポータルの調査は、2008 年 1 月から 2 月にかけて実施した。

(2)調査対象と調査方法

現時点では、「地域ポータル」の明確な定義はないため、本調査においては、次のようなものを地域ポータルと定義し、調査の対象とした。

- ① ある特定の地域に対して、地域情報を総合的に取り扱うサイト<特定地域ポータル>
- ② ①のサイトを複数取りまとめて、全国的に展開しているサイト<全国地域ポータル>
- ③ ある一定地域において、引越し等のイベントに対する、官民への手続きにワンストップで対応しているサイト<引越し等地域ポータル>

上記 3 つの条件をどれか一つでも満たせば、地域ポータルと定義したが、それぞれを区別して指し示す場合は、それぞれ、「特定地域ポータル」「全国地域ポータル」「引越し等地域ポータル」と呼ぶこととする。また、全体を表す場合は、「地域ポータル」と総称する。

また、調査の方法としては、検索サイトにて「地域ポータル」および「地域名」をキーワードとして指定し、検索された中から、情報量が豊富で適切に管理されているサイトについて、調査を行った。特に、官民協業や、官及び民の情報提供を行っているサイトを中心に選定した。

(3)調査項目

地域ポータルの現状調査における調査項目とその意味を下表に示す。

表3－1 地域ポータルの調査項目とその意味(1/3)

	調査項目	意味
－	名称	地域ポータルの名称
－	URL	地域ポータルの URL
A	地方区分	地域ポータルが主としてカバーする地域が属する地方区分 北海道、東北地方、関東地方、中部地方、北陸地方、近畿地方、中国地方、四国地方、九州地方・沖縄の9地方に分類
B	都道府県名	地域ポータルが主としてカバーする地域が属する都道府県名 対象地域が一都道府県を超える場合は、地方名を記載する
C	対象地域	地域ポータルが主としてカバーする地域

表3-1 地域ポータル調査項目とその意味(2/3)

調査項目		意味
D	対象者	地域ポータルがターゲットとしている利用者層の種類。以下の3種類に分類 ・住民・・・対象地域に居住する住民向け ・旅行者・・・対象地域へ旅行する/旅行を検討する者向け ・法人・・・対象地域に所在する営利法人及び非営利法人向け
E	ポータルサイト概要	地域ポータルの全体的な説明
F	開設時期	地域ポータルの開設時期
G	アクセス数	地域ポータルの開設以来のアクセス数
H	営利、非営利区分	地域ポータルが収益を追求するものであるかどうか ・営利・・・地域ポータル運営による広告収入、会費収入などにより収益を上げることが主目的とするサイト ・半営利・・・地域ポータル運営による収益獲得を主目的とはせず、地域ポータルを運営することによる運営会社の知名度向上や、地域ポータルに関連するサービスにおける収入増などを目指すサイト ・非営利・・・地域活性化への貢献などを目的として、収益獲得を目指さないサイト
I	運営者情報	(i)運営主体
		(ii)名称
		(iii)概要
		(iv)所在地
		(v)地域ポータル運営における官民協業
		(vi)協業者などのURL

表3-1 地域ポータル調査項目とその意味(3/3)

	調査項目		意味
J	運営資金源		地域ポータルの運営資金源
K	運営資金調達状況		地域ポータルにおける運営資金の調達状況。具体的には、バナー広告の掲載数など
L	サービス内容	(i)情報の有無	地域ポータルより提供している官民情報の有無 ・行政及び民間の情報/・行政の情報のみ/・民間の情報のみ
		(ii)サイト構成	地域ポータルの構成と主なコンテンツの内容
		(iii)携帯サイト	・有無…携帯用ページの有無 ・投稿の可否…携帯からの記事や発言の投稿の可否
		(iv)認証が必要な個人ページ	・有無…個人メンバー専用のページの有無 ・認証方法…個人メンバー専用のページへの認証において用いる方法
		(v)他社の既存コンテンツ利用	Google や Yahoo!など、他社が提供しているコンテンツの利用状況
		(vi)その他機能	地域ポータルに特筆すべき機能がある場合、その内容
M	特記事項		地域ポータルに特筆すべき特徴がある場合、その内容

3. 2. 2 地域ポータルサイトの現状調査の結果

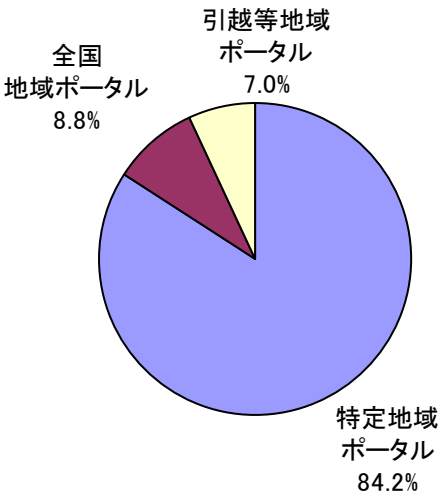
インターネットによる地域ポータルサイトの現状調査の結果について分析する。
まず、地域ポータルの各調査項目の分析、次に、運営主体別に見られる地域ポータルサイトの
特徴等の分析を行う。

なお、本調査結果は、インターネットにより、地域ポータルと呼ばれる一部のサイトを、主観を
交え調査した結果であるため、調査した中での傾向という分析結果となる。全国的な平均や一
般的な傾向を表すものでない。

(1) 調査状況

個々の項目の分析を行う前に、今回調査を行った地域ポータルの内訳を示す。

■調査を行った地域ポータルの内訳



No.	地域ポータルの種類	ポータル数	割合(%)
1	特定地域ポータル	48	84.2
2	全国地域ポータル	5	8.8
3	引越等地域ポータル	4	7.0
合計		57	100.0

なお、全国地域ポータルは、複数の特定地域ポータルを持つイメージとなっており、上記 5
つの全国地域ポータルだけで、179 の特定地域ポータルを持つ形となる。これを合わせると、
特定地域ポータル数は、227 となる。

以降の分析においては、調査項目に応じ、57 の地域ポータルでの分析、あるいは、227 の
特定地域ポータルでの分析を実施する。

(2) 項目別調査結果

A: 地方区分について

地域ポータルがカバーする地域が属する地方を整理する。

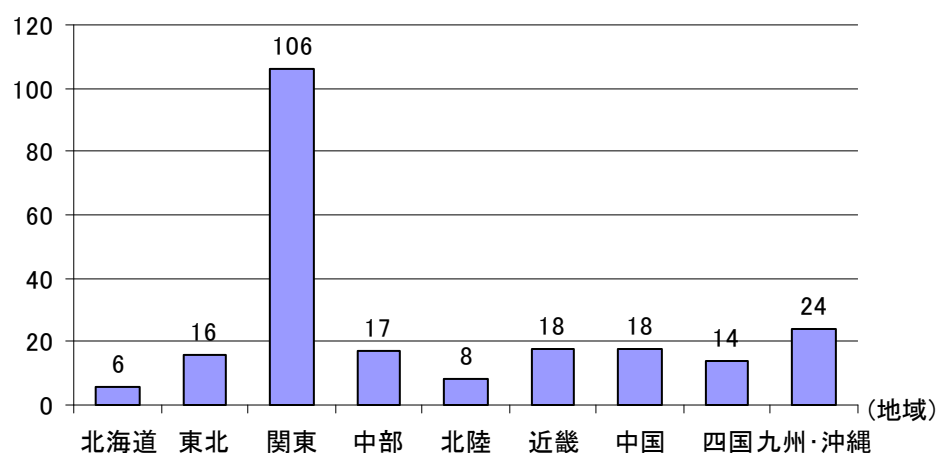
引越等地域ポータルは、全国または関東圏、関西圏という、地方をまたがる広範囲な地域に対してサービスを行っているため、整理の対象外とした。

また、本調査項目は、特定地域ポータル単位で分析するのが適当と考え、53 地域ポータル(特定地域ポータル 48+全国地域ポータル 5)の 227 サイト(特定地域ポータル 48+全国地域ポータルの下位にぶらさがる特定地域ポータル 179)を分析対象としている。

全国各地にサイトが存在しているが、関東地方においてサイト数が突出して多く、全体の 50%弱を占めている。

■ 特定地域ポータルの属する地方区分

(サイト数)



No.	特定地域ポータルの属する地方区分	サイト数	割合 (%)
1	北海道	6	2.6
2	東北	16	7.0
3	関東	106	46.7
4	中部	17	7.5
5	北陸	8	3.5
6	近畿	18	7.9
7	中国	18	7.9
8	四国	14	6.2
9	九州・沖縄	24	10.6
合計		227	100.0

C:対象地域について

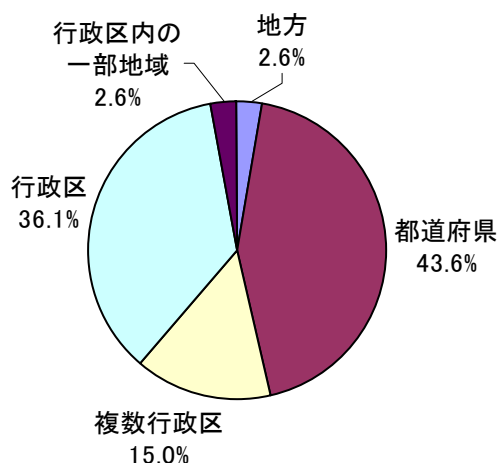
(i) 対象とする「地域」の単位

対象地域についても、引越等地域ポータルを除く53地域ポータルの227サイトを対象とした。

「地域」の単位は、地方単位、県単位、複数行政区単位、行政区単位、行政区内の一部地域単位に分類した。地方とは、地方区分の単位であり、「北海道、東北地方、関東地方、中部地方、北陸地方、近畿地方、中国地方、四国地方、九州地方・沖縄」のことである。

特定地域ポータルが対象とする「地域」の単位は、地方単位から行政区内の一部地域単位まで様々であるが、都道府県単位が40%強、行政区単位が40%弱と、この2つの単位で、全体の80%を占めている。

■ 特定地域ポータルが対象とする「地域」の単位



No.	特定地域ポータルが対象とする「地域」の単位	サイト数	割合 (%)
1	地方	6	2.6
2	都道府県	99	43.6
3	複数行政区	34	15.0
4	行政区	82	36.1
5	行政区内の一部地域	6	2.6
合計		227	100.0

※地方: 地方区分の単位。北海道、東北地方、関東地方、中部地方、北陸地方、近畿地方、中国地方、四国地方、九州地方・沖縄。

※複数行政区: 複数の行政区を対象。秋田県南地域、京都南部地域など

※行政区: 単一の行政区を対象。東京都三鷹市、兵庫県伊丹市など

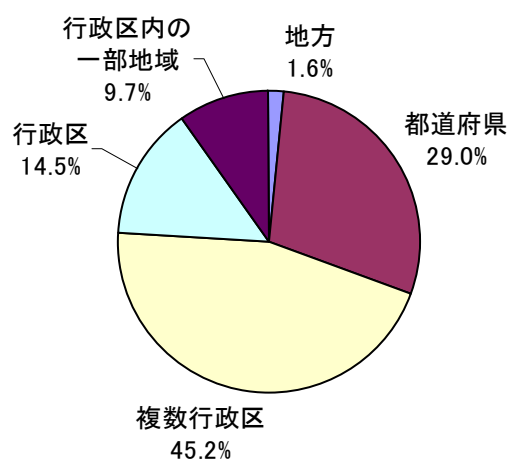
※行政区内の一部地域: 神奈川県川崎市宮前区など

(ii)大都市圏の地域ポータルが対象とする「地域」の単位

今回調査した、引越等地域ポータルを除く53地域ポータルのうち、東京都、愛知県、大阪府など、大都市圏と呼ばれる9都府県を対象としている特定地域ポータルは、20ポータル62サイトあった。これらの「地域」の単位を調べたところ、複数行政区以下を対象としたサイトが約70%を占めた。また、行政区内の一部地域を対象としたサイトは、大都市圏のみに見られた。

地方圏における地域ポータルの多くが地方単位や県単位であることに比べ、大都市圏における「地域」の単位は、より細くなる傾向にある。「地域」という概念が、大都市圏と地方圏では異なっていると考えられる。

■大都市圏の特定地域ポータルが対象とする「地域」の単位



No.	大都市圏の特定地域ポータルが対象とする「地域」の単位	サイト数	割合 (%)
1	地方	1	1.6
2	都道府県	18	29.0
3	複数行政区	28	45.2
4	行政区	9	14.5
5	行政区内の一部地域	6	9.7
合計		62	100.0

※大都市圏：埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県

D:対象者について

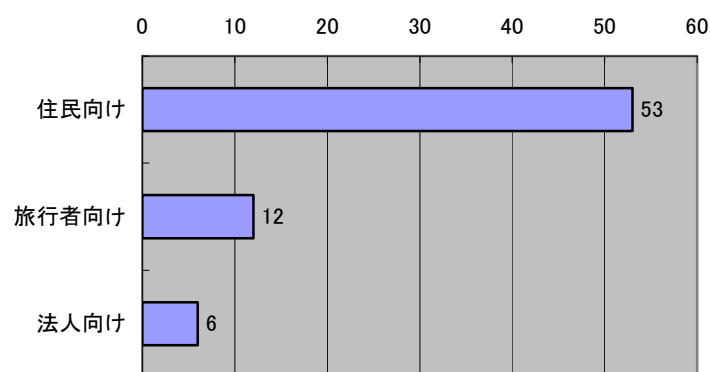
今回調査した 57 地域ポータルについて、地域ポータルの内容から、主たる利用対象者を「住民向け」「旅行者向け」「法人向け」に分類した。

「住民向け」とは、対象地域に居住する住民に向けて、地域の様々な店舗や施設、各種手続きの情報などを提供する地域ポータルである。「旅行者向け」とは、対象地域へ旅行する又は旅行を検討する者に向けて、地域の見どころ情報などを提供する地域ポータルである。「法人向け」とは、対象地域に所在する営利法人及び非営利法人に向けて、各種手続きの情報などを提供する地域ポータルである。

複数の対象者に向けた地域ポータルについては、複数カウントしている。

「住民向け」の地域ポータルが約 95%と、大半を占めている。旅行者向けの地域ポータルも、20%強存在する。法人向けの地域ポータルは 10%にとどまる。

なお、調査した地域ポータル全体の 25%にあたる 14 件が、複数の対象者に向けて情報を提供していた。具体的には、「住民及び旅行者向け」の地域ポータルが 9 件、「住民及び法人向け」の地域ポータルが 5 件存在した。

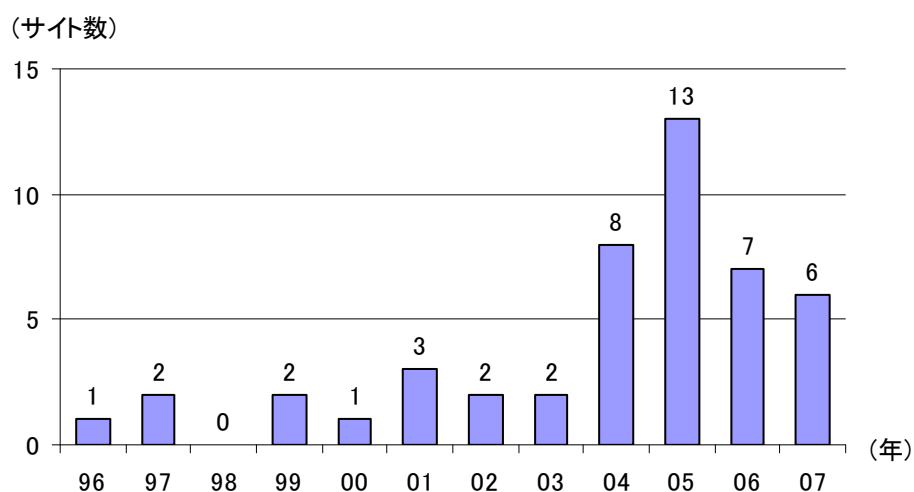
■地域ポータルの主たる利用対象者

No.	地域ポータルの主たる利用対象者	ポータル数	割合(%)
1	住民向け	53	94.6
2	旅行者向け	12	21.4
3	法人向け	6	10.7

F: 開設時期について

今回調査した 57 地域ポータルのうち、開設時期が判明したのは 47 地域ポータルであった。

地域ポータルの開設は、1990 年代後半より始まっているが、開設数が増加したのは 2004 年以降である。2005 年の開設が 13 件と最も多いが、2006 年以降も開設が相次いでおり、今後もまだ開設されていくことが予想される。

■地域ポータルの開設時期

No.	地域ポータルの開設時期	ポータル数	割合(%)
1	96	1	2.1
2	97	2	4.3
3	98	0	0.0
4	99	2	4.3
5	00	1	2.1
6	01	3	6.4
7	02	2	4.3
8	03	2	4.3
9	04	8	17.0
10	05	13	27.7
11	06	7	14.9
12	07	6	12.8
合計		47	100.0

G: アクセス数について

今回調査した 57 地域ポータルのうち、累計アクセス数を公開している地域ポータルは 17 件であった。

地域ポータルへの累計アクセス数は、非公開のものが大半である。特に比較的小規模な地域を対象とする地域ポータルで、非公開が多い。

累計アクセス数を公開している地域ポータルにおけるページビュー(PV)は 75,000～5,000,000 程度と、ばらつきが大きい。設立年の違いのほか、地域ポータルが対象とする地域の範囲や地域内の人口によって、差が出ていると考えられる。

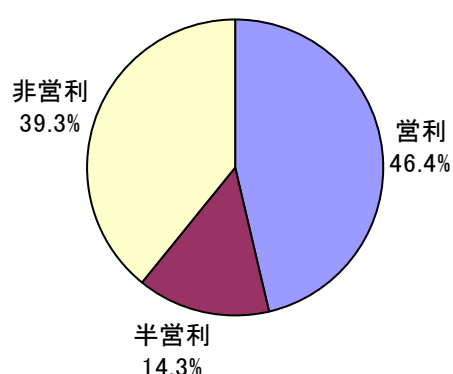
H: 営利、非営利区分について

今回調査した 57 地域ポータルのうち、営利、非営利区分が調査できたのは 56 地域ポータルであった。

「営利」とは、地域ポータル運営による広告収入、会費収入などにより収益を上げることが主目的とするサイトである。「半営利」は、地域ポータル運営による収益獲得を主目的とはせず、地域ポータルを運営することによる運営会社の知名度向上や、地域ポータルに関連するサービスにおける収入増などを目指すサイトである。また、「非営利」とは、地域活性化への貢献などを目的として、収益獲得を目指さないサイトとしている。

非営利又は半営利の地域ポータルが、50%以上であり、もともと営利を目的としない地域ポータルが多いことがわかる。

なお、行政機関が民間に運営を委託している地域ポータル、並びに、企業による運営だが地域貢献を目的の一つにしている旨明記している地域ポータルについては、ポータルサイト運営による収益獲得を主目的としていないため、半営利と判断した。

■ 地域ポータルの営利、非営利区分

No.	地域ポータルの営利、非営利区分	ポータル数	割合 (%)
1	営利	26	46.4
2	半営利	8	14.3
3	非営利	22	39.3
合計		56	100.0

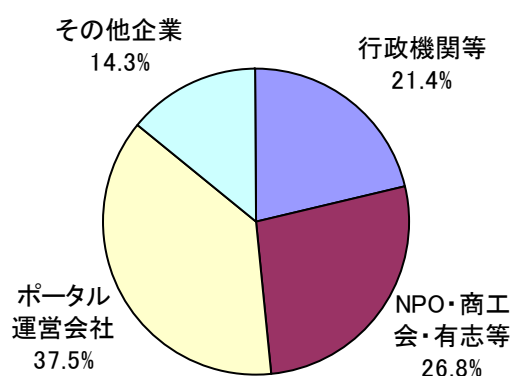
I: 運営者情報について**(i) 運営主体**

今回調査した 57 地域ポータルのうち、運営主体が調査できたのは 56 地域ポータルであった。

行政機関等及び NPO・商工会・有志等が運営する地域ポータルが、50%弱を占めている。

企業の運営する地域ポータルの中では、ポータル運営会社によるものが多く、全体の 40%弱を占める。内訳としては、ポータル運営を主力とする企業による地域ポータルが 16 件、システム構築運営を主力とする企業による地域ポータルが 8 件である。いずれも、大半が、社員数人～数十人以下の地場の小規模企業であり、経営基盤は脆弱である。

その他企業の業種は、測量設計会社、印刷会社、デザイン会社、新聞社、住宅販売会社など様々である。

■ 地域ポータルの運営主体

No.	地域ポータルの運営主体	ポータル数	割合 (%)
1	行政機関等	12	21.4
2	NPO・商工会・有志等	15	26.8
3	ポータル運営会社	21	37.5
4	その他企業	8	14.3
合計		56	100.0

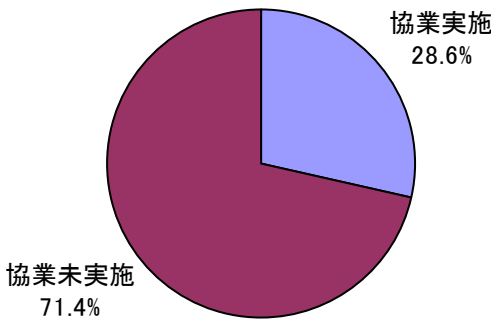
(ii) 地域ポータル運営における官民協業

① 官民協業の状況

今回調査した 57 地域ポータルのうち、地域ポータル運営における官民協業の有無について調査できたのは 56 地域ポータルであった。

地域ポータル運営において官民協業を行っているのは 16 地域ポータルと、30%未満であった。

■ 地域ポータル運営における官民協業状況



No.	地域ポータル運営における官民協業状況	ポータル数	割合 (%)
1	協業実施	16	28.6
2	協業未実施	40	71.4
合計		56	100.0

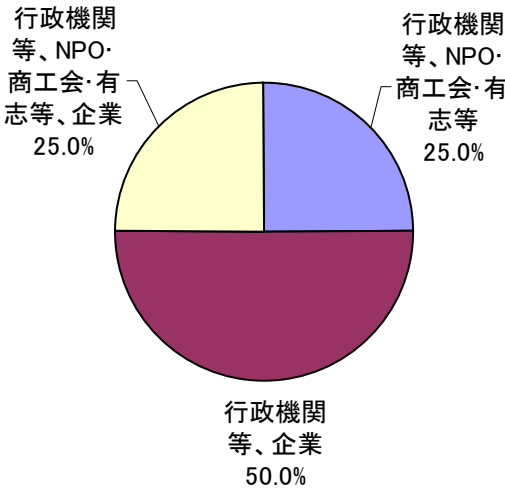
②官民協業の形態

地域ポータル運営において官民協業を行っている 16 地域ポータルについて、協業形態を関係者区分別に分類した。

行政機関等と企業による協業が最も多く、8 件となっている。うち 3 件は大学との協業も行っており、大学が地域に果たす役割もあると考えられる。行政機関等、NPO・商工会・有志等、企業の 3 者による協業も、4 件行われている。

ただし、いずれにおいても、協業の程度や形態など詳細は不明であり、地域ポータルによって差が大きい可能性が高い。

■地域ポータル運営における官民協業の形態



No.	地域ポータル運営における官民協業の形態	ポータル数	割合 (%)
1	行政機関等、NPO・商工会・有志等	4	25.0
2	行政機関等、企業	8	50.0
3	行政機関等、NPO・商工会・有志等、企業	4	25.0
合計		16	100.0

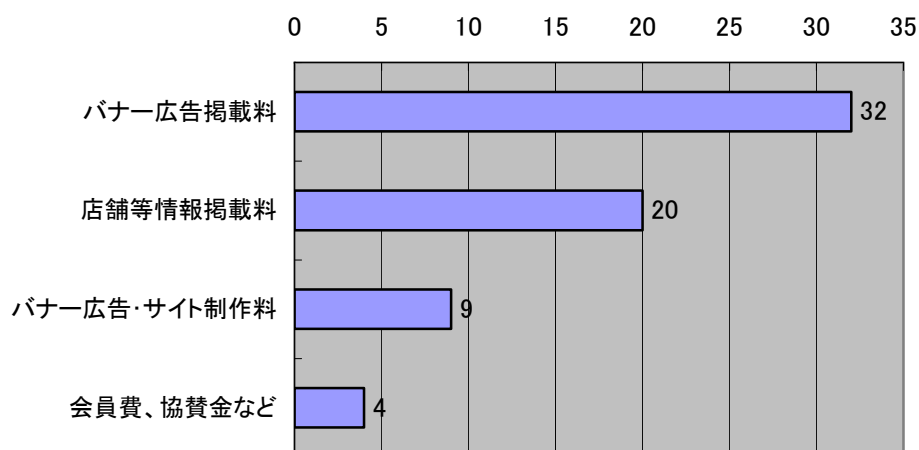
J:運営資金源について**(i)運営資金源**

今回調査した 57 地域ポータルのうち、運営資金源に関する何らかの情報を掲載しているのは 40 地域ポータルであった。

地域ポータルの自己資金以外の運営資金源は、①バナー広告掲載料、②店舗等情報掲載料、③バナー広告・サイト制作料、④会員費、協賛金など の4種類に大別される。特に、①バナー広告掲載料と②店舗等情報掲載料に頼る割合が高く、広告や情報の掲載を主たる収入源とする地域ポータルがほとんどである。

その他、地域ポータルにて発行しているメルマガへの広告掲載料、ブログ利用料などを収入源とするものも少数ながら見られた。

行政機関等による地域ポータルについては、市からの運営補助金があると想定されるが、詳細は開示されていない。

■地域ポータルの運営資金源

No.	地域ポータルの運営資金源	ポータル数	割合(%)
1	バナー広告掲載料	32	80.0
2	店舗等情報掲載料	20	50.0
3	バナー広告・サイト制作料	9	22.5
4	会員費、協賛金など	4	10.0

※店舗等情報は、店舗の紹介情報のほか、求人情報、イベント情報などを含む。

(ii) 運営資金源の価格帯

運営資金源の価格については、今回調査した 57 地域ポータルのうち 30 地域ポータルで公開されている。価格帯を抜粋すると、下記の通りとなる。

- バナー広告掲載料 : 2,100～420,000 円/月
- 店舗等情報掲載料 : 無料～10,500 円/月
- バナー広告制作料 : 1,000～5,000 円
- サイト制作料 : 1,000～5,000 円
- 会員費、協賛金など : 個人の場合 3,000～12,000 円/年
法人の場合 5,000～100,000 円/年
- 市からの運営補助金 : 非公開

※ バナー広告については、大きさ、掲載位置(トップページ、カテゴリページなど)によって価格が変わる地域ポータルが多いが、本項では全てのページに対する価格帯から分析している。

※ 期間限定のキャンペーンによる価格は対象外とした。

バナー広告掲載料は、地域ポータルによって、価格帯の幅が広い。アクセス数が多い地域ポータルにおいては掲載料が高くなる傾向にある。また、営利目的の地域ポータルでは価格帯が高くなるなど、運営主体による差も見られる。

店舗等情報掲載については、地域ポータルに掲載する店舗数を増やすために、無料登録を行っている地域ポータルも存在する。

バナー広告制作料及びサイト制作料については、安価な料金設定となっている。

会員費、協賛金については、法人会員の場合、主たる所在地が、地域ポータルが対象とする地域内に存在するか否かで価格が変わる地域ポータルもある。

M: 運営資金調達状況について

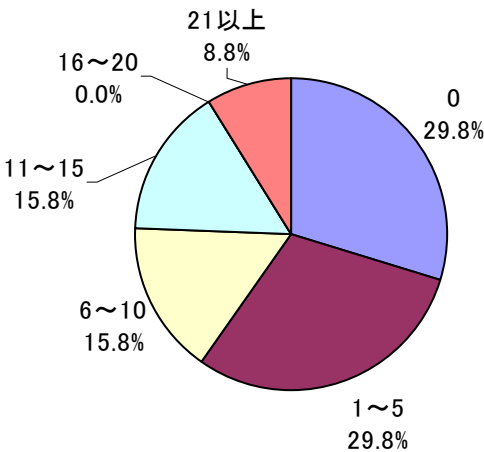
地域ポータル運営資金の調達状況については、今回調査した 57 地域ポータル全てにおいて、非公開となっていた。運営資金の調達状況は不明な部分が多い。

地域ポータルの主要な運営資金源であるバナー広告に関して、今回調査した 57 地域ポータルのトップページとカテゴリページ 1 ページの計 2 ページにおいて掲載されているバナー広告の数をカウントした。各地域ポータルにおける掲載数は、下記の通りである。

バナー広告を掲載していない地域ポータルは約 30%、バナー広告を掲載している地域ポータルは約 70%である。バナー広告を掲載している地域ポータルでは、1～5 枚の掲載が最も多いが、6 枚以上掲載している地域ポータルも全体の 40%を占める。

21 枚以上のバナー広告を掲載している地域ポータルも 5 件あり、最も多い地域ポータルでは 36 枚のバナー広告を掲載していた。

■ バナー広告の掲載数



No.	バナー広告の掲載数	ポータル数	割合 (%)
1	0	17	29.8
2	1～5	17	29.8
3	6～10	9	15.8
4	11～15	9	15.8
5	16～20	0	0.0
6	21 以上	5	8.8
合計		57	100.0

サービス内容について

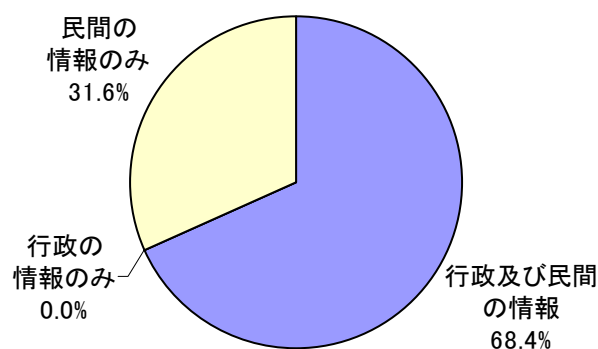
(i)情報の有無

今回調査した 57 地域ポータルに対し、行政及び民間の情報の有無を調査した。

行政及び民間の何らかの情報を提供しているのは 39 地域ポータルと、70%近くあった。行政の情報のみ提供している地域ポータルは存在しないことより、行政機関等が運営主体となっている地域ポータルも民間の情報を扱っていることになる。

なお、ここで行政の情報とは、役所や公共機関に関する場所や連絡先などの概要情報や、各種手続きに関する情報などを指す。民間の情報とは、地域における民間による店舗や各種施設の紹介、案内などを指す。役所や公共機関、店舗や各種施設の公式 Web サイトへのリンクのみを掲載している場合も、情報有りと判断している。

■行政及び民間の情報の有無



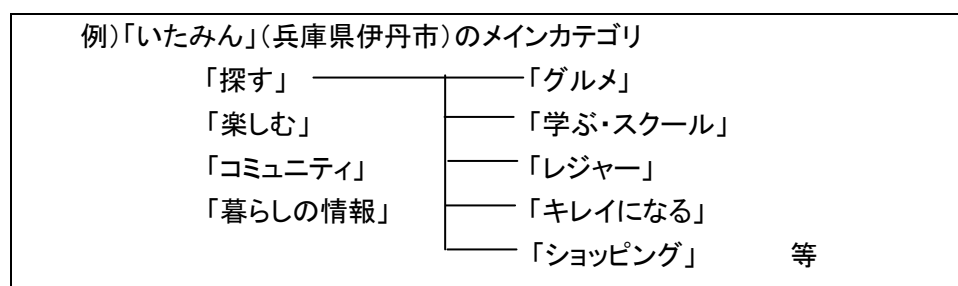
No.	行政及び民間の情報の有無	ポータル数	割合 (%)
1	行政及び民間の情報	39	68.4
2	行政の情報のみ	0	0.0
3	民間の情報のみ	18	31.6
合計		57	100.0

(ii) サイト構成

今回調査した 57 地域ポータルサイトの構成としては、下記のような特徴が挙げられる。

●カテゴリ

ほとんどの地域ポータルが、カテゴリ別のサイト構成をとっている。住民の生活におけるニーズに沿ったカテゴリ名をつけている地域ポータルが多い。



●SNS やブログのサービス

SNS やブログのサービスを提供しているのは 17 地域ポータルであり、30%近くになる。このほか、会員のみ投稿可能な口コミ掲示板を運営している地域ポータルも存在する。SNS やブログでなされた発言を収集・分析したり、市民からの投稿を募集したりしている地域ポータルもある。

■SNS やブログのサービスの実施

No.	SNS やブログのサービスの実施	ポータル数	割合(%)
1	あり	17	29.8
2	なし	40	70.2
合計		57	100.0

●ネットショッピング

ネットショッピングを行っているのは 7 地域ポータルであり、12%にとどまる。地域の物産品などを販売している。ネットショッピングサイトの充実度は、サイトによってまちまちである。

■ネットショッピングとの連携

No.	ネットショッピングとの連携	ポータル数	割合(%)
1	あり	7	12.3
2	なし	50	87.7
合計		57	100.0

●その他

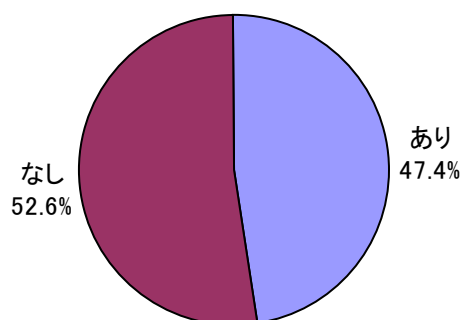
民間情報を提供している地域ポータルには、地域にまつわる企画・特集記事を定期的に掲載しているものが多い。

(iii) 携帯サイト

今回調査した 57 地域ポータルのうち、携帯電話用ページを用意している地域ポータルは 50%弱である。ブログや掲示板など、一部コンテンツのみの対応となっている地域ポータルもある。

携帯電話用ページがある場合、PC の Web サイト上に QR コードを表示している地域ポータルがほとんどである。

■ 携帯電話用ページの有無



No.	携帯電話用ページの有無	ポータル数	割合 (%)
1	あり	27	47.4
2	なし	30	52.6
合計		57	100.0

(iv) 認証が必要な個人ページ

今回調査した 57 地域ポータルのうち、認証を必要としない地域ポータルは 61%である。認証せずとも利用できる地域ポータルが多いことがわかる。

認証が必要な個人ページを用意している地域ポータルの認証方法の主流は、メールアドレス、ID 番号、ユーザ名のいずれかと、パスワードによるものである。住民の使い勝手の良い認証方式を利用している。

住基カードや公的個人認証を用いている地域ポータルも存在した。

■ 認証が必要な個人ページの有無

No.	認証が必要な個人ページの有無	ポータル数	割合(%)
1	あり	22	38.6
2	なし	35	61.4
合計		57	100.0

(v) 他社の既存コンテンツの利用

今回調査した 57 地域ポータルのうち、他社の既存コンテンツを利用している地域ポータルは 41%である。

利用しているコンテンツの種類は、マップと検索バーが多い。利用しているコンテンツの提供元は、マップ、検索バー共に Google が圧倒的であり、24 地域ポータル中 20 地域ポータルで Google が用いられている。次点が Yahoo!である。

マップと連動しての情報提供においては、「Google マップ」のほか、「Mapion」や国土地理院の「電子国土 Web システム」が利用されている。

■ 他社の既存コンテンツの利用

No.	他社の既存コンテンツの利用	ポータル数	割合(%)
1	あり	24	41.4
2	なし	33	58.6
合計		57	100.0

(3) 運営主体別に見られる特徴等の調査結果

今回調査した 57 地域ポータルのうち、運営主体が判明した 56 件について、運営主体を行政機関等、NPO・商工会・有志等、企業の 3 種類に分けると、下記の通りである。

以下では、「3.2.1 調査の概要」の「(3) 調査項目」に示した項目のうち、これらの地域ポータルを運営主体別に分けた際に明確な特徴が見られたものについて、整理、分析を行う。

なお、「(2) 項目別調査結果」の「I: 運営者情報について」内「(i) 運営主体」では、企業について、「ポータル運営会社」と「その他企業」に分けて分析したが、本表及び本節の以下の分析においては、「企業」とまとめる。これは、「ポータル運営会社」と「その他企業」を「企業」として捉えた方が、「行政機関等」「NPO・商工会・有志等」と比較した際の特徴が見えやすいためである。

■ 地域ポータルの運営主体

No.	地域ポータルの運営主体	ポータル数	割合(%)
1	行政機関等	12	21.4
2	NPO・商工会・有志等	15	26.8
3	企業	29	51.8
合計		56	100.0

本節のグラフでは、X 軸に運営主体を取り、Y 軸を%表記しているが、上記の通り、分析対象とする地域ポータルの数が運営主体ごとに異なる点は、留意が必要である。

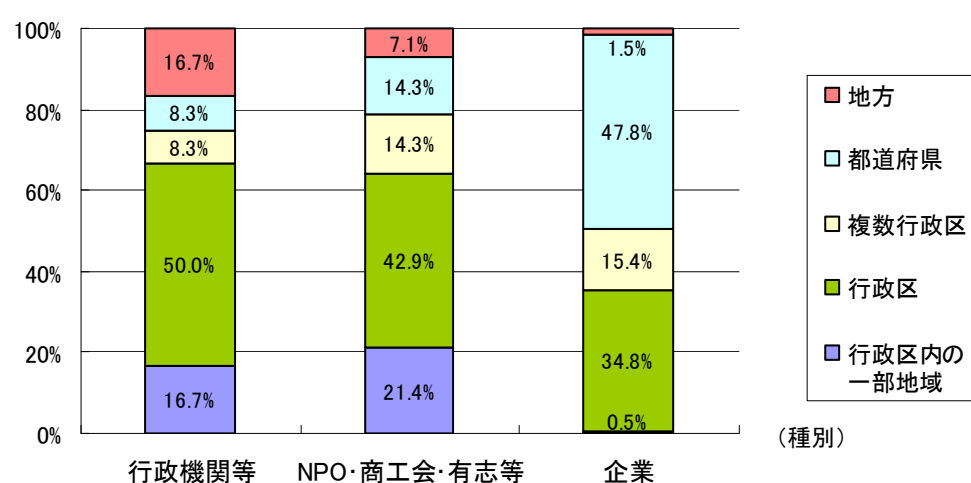
(i) 運営主体別の地域ポータルが対象とする「地域」の単位

今回調査した 57 地域ポータルのうち、引越等地域ポータルを除く、53 地域ポータル(特定地域ポータル 48+全国地域ポータル 5)の 227 サイト(特定地域ポータル 48+全国地域ポータルの下位にぶらさがる特定地域ポータル 179)を対象として、地域ポータルにおける「地域」の単位を運営主体者別に分けたところ、下記のとおりとなった。

行政機関等及び NPO・商工会・有志等は、行政区や行政区内の一部地域など、比較的狭い地域を対象とした地域ポータルを運営する傾向にある。

企業は、都道府県単位又は行政区単位の地域ポータルを運営する傾向にある。

■運営主体別の地域ポータルが対象とする「地域」の単位



No.	運営主体別の地域ポータルが対象とする「地域」の単位	行政機関等	NPO・商工会・有志等	企業	合計
1	地方	2	1	3	6
2	都道府県	1	2	96	15
3	複数行政区	1	2	31	8
4	行政区	6	6	70	18
5	行政区内の一部地域	2	3	1	5
合計		12	14	201	227

※「地域」の単位は、「(2)項目別調査結果」の「C:対象地域について」と同様。

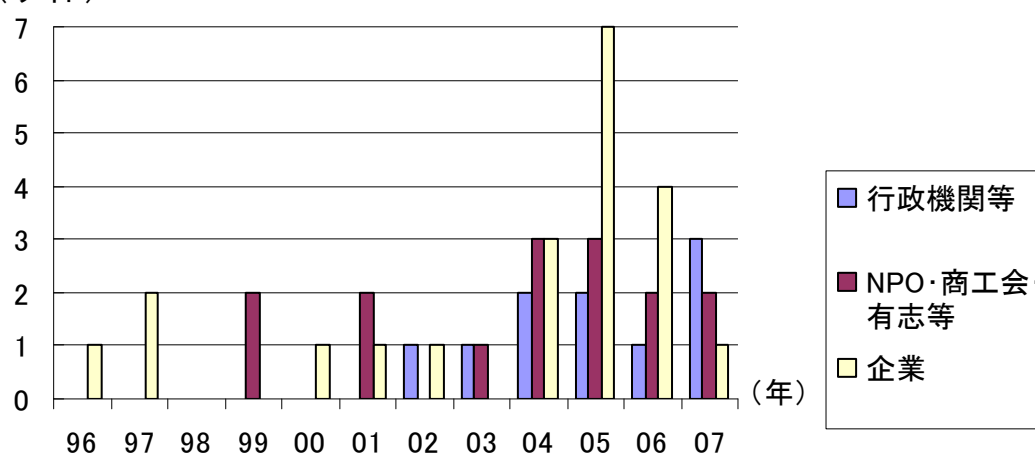
(ii) 運営主体別の地域ポータル開設時期

今回調査した57地域ポータルのうち、設立年及び運営主体が判明したのは46地域ポータルであった。

1990年代後半～2000年代初頭にかけて、一部のNPO・商工会・有志等や企業によって、少数の地域ポータルが設立された。ここで企業とは、地域ポータル運営やシステム構築を主力事業とする企業のことである。2004年以降は、これら運営主体のほか、行政機関等やその他企業も参画し、地域ポータル設立が活発に行われている。

■運営主体別の地域ポータルの開設時期

(サイト)



No.	運営主体別の地域ポータルの開設時期	行政機関等	NPO・商工会・有志等	企業	合計
1	96	0	0	1	1
2	97	0	0	2	2
3	98	0	0	0	0
4	99	0	2	0	2
5	00	0	0	1	1
6	01	0	2	1	3
7	02	1	0	1	2
8	03	1	1	0	2
9	04	2	3	3	8
10	05	2	3	7	12
11	06	1	2	4	7
12	07	3	2	1	6
合計		10	15	21	46

(iii) 運営主体別の地域ポータル運営における官民協業の状況

今回調査した 57 地域ポータルのうち、運営主体及び官民協業の状況が確認できたのは 56 地域ポータルであった。

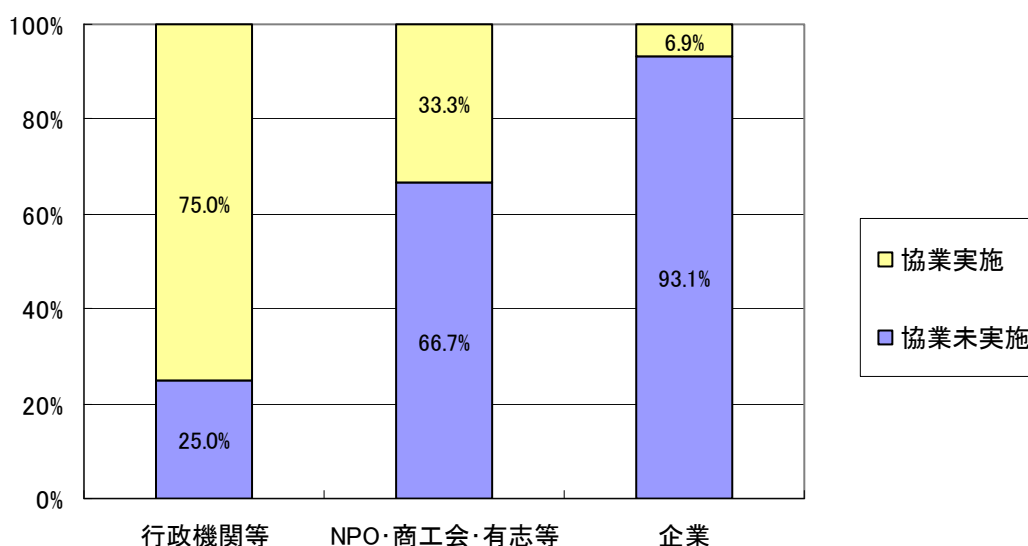
行政機関等及び NPO・商工会・有志等は、企業と比べ、官民協業を行う割合が高い。行政機関等の 80%弱が民間との協業を行っている。NPO・商工会・有志等についても、40%弱が官との協業を行っている。一方で、官との協業を行っている企業は、10%弱である。

行政機関等及び NPO・商工会・有志等の協業先としては、地場の企業や地域の NPO・商工会、住民や学生等が多い。

行政機関等が地域ポータルを運営する場合には、運営を地場の企業などに委託する事例が散見され、それが行政機関等の協業の割合を高めている一因だと考えられる。

企業は、単独もしくは複数の企業で、地域ポータルを運営する傾向にある。

■ 運営主体別の地域ポータル運営における官民協業の状況



No.	運営主体別の地域ポータル運営における官民協業の状況	行政機関等	NPO・商工会・有志等	企業	合計
1	協業実施	9	5	2	16
2	協業未実施	3	10	27	40
合計		12	15	29	56

(iv) 運営主体別の地域ポータル運営資金源

今回調査した 57 地域ポータルのうち、運営主体が判明し、運営資金源について情報を掲載しているのは 40 地域ポータルであった。

NPO・商工会・有志等による地域ポータルでは、会員費、協賛金なども重要な資金源となっているが、行政機関等及び企業による地域ポータルでは、資金源としていないところはない。

NPO・商工会・有志等による地域ポータルでは、完全ボランティアとの記載も 2 件見られた。NPO・商工会・有志等は、バナー広告掲載料などからの収入、会員費、協賛金などの定期的収入、関係者の無償協力の総和として、地域ポータル運営を成立させる傾向にある。

企業による地域ポータルでは、バナー広告掲載料が全体に占める割合が 72%と、バナー広告に頼る割合が高い。

なお、行政機関等、NPO・商工会・有志等による地域ポータルではそれぞれ約 30%が、企業による地域ポータルでは約 20%が、運営資金源について記載をしていなかった。

■運営主体別の地域ポータル運営資金源

No.	運営主体別の地域ポータルの 運営資金源	行政機関等 (12 ポータル)		NPO・商工会・有志等 (15 ポータル)		企業 (29 ポータル)	
		ポータル数	割合(%)	ポータル数	割合(%)	ポータル数	割合(%)
1	バナー広告掲載料	5	41.7	6	40.0	21	72.4
2	店舗等情報掲載料	5	41.7	2	13.3	13	44.8
3	バナー広告・サイト制作料	3	25.0	3	20.0	3	10.3
4	会員費、協賛金など	0	0.0	4	26.6	0.0	0

(v) 運営主体別の地域ポータル運営資金源における価格帯

上記(iv)にて分類した運営資金源の料金については、今回調査した 57 地域ポータルのうち 30 地域ポータルで公開されている。運営主体別に価格帯を抜粋すると下記の通りとなる。

バナー広告掲載料については、企業、NPO・商工会・有志等、行政機関等の順に、最高価格が高くなっている。

バナー広告の掲載場所や、サイズによって、料金を変えているサイトが多い。コンテンツページよりトップページ又はカテゴリトップページ、ページ中下部よりページ上部において、料金が高くなる傾向にある。バナー広告掲載料が 60 万円/月と最も高額であった、企業による地域ポータルにおいては、トップページ又はカテゴリトップページのサイト右上部に、300×250 ピクセルの大きな広告枠を提供していた。当該サイトのページビューは、3,500 万 PV/月であり、近隣地域の不動産や新規商業施設の広告宣伝が見られた。

バナー広告掲載料の最低価格については、大きな差は見られない。企業運営の地域ポータルの中には、開設当初につき安価な料金設定を行っているところもあった。結果として、企業による地域ポータルにおける価格幅は広がっている。

店舗等情報掲載料、バナー広告・サイト制作料については、大きな差は見られない。

■運営主体別の地域ポータルの運営資金源における価格帯

No.	運営主体別の地域ポータルの 運営資金源における価格帯	行政機関等	NPO・商工会・有志等	企業
1	バナー広告掲載料	1.3～10 万円/月	2.1～20 万円/月	0.2～60 万円/月
2	店舗等情報掲載料	0.1～0.7 万円/月	無料～0.2 万円/月	0.1～1 万円/月
3	バナー広告・サイト制作料	0.1～0.5 万円	0.5 万円	0.2～0.5 万円
4	会員費、協賛金など	事例なし	個人 0.3～1.2 万円/年 法人 0.5～10 万円/年	事例なし

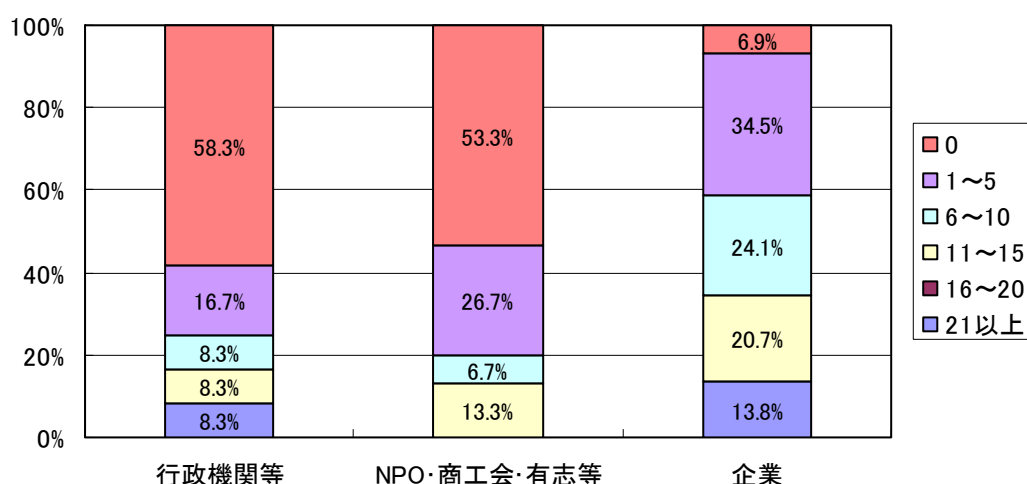
(vi) 運営主体別の地域ポータルへのバナー広告掲載枚数

今回調査した57地域ポータルのうち、運営主体及びバナー広告の掲載枚数について調査できたのは56地域ポータルであった。地域ポータルのトップページとカテゴリページ1ページの計2ページにおいて掲載されているバナー広告の数をカウントした。各地域ポータルにおけるバナー広告の掲載枚数は下記の通りである。

行政機関等、NPO・商工会・有志等による地域ポータルでは、約60%がバナー広告を掲載していない。一方、企業による地域ポータルでは、バナー広告を掲載していないものは10%弱にすぎず、21枚以上のバナー広告を掲載している地域ポータルが10%強を占めた。行政機関等、NPO・商工会・有志等と企業の間に、明確な差異が見られる。

なお、企業をポータル運営会社とその他企業に分けると、ポータル運営会社による地域ポータルのバナー広告数の方が、その他企業による地域ポータルのそれよりも多い傾向が見られた。

■運営主体別の地域ポータルへのバナー広告掲載枚数



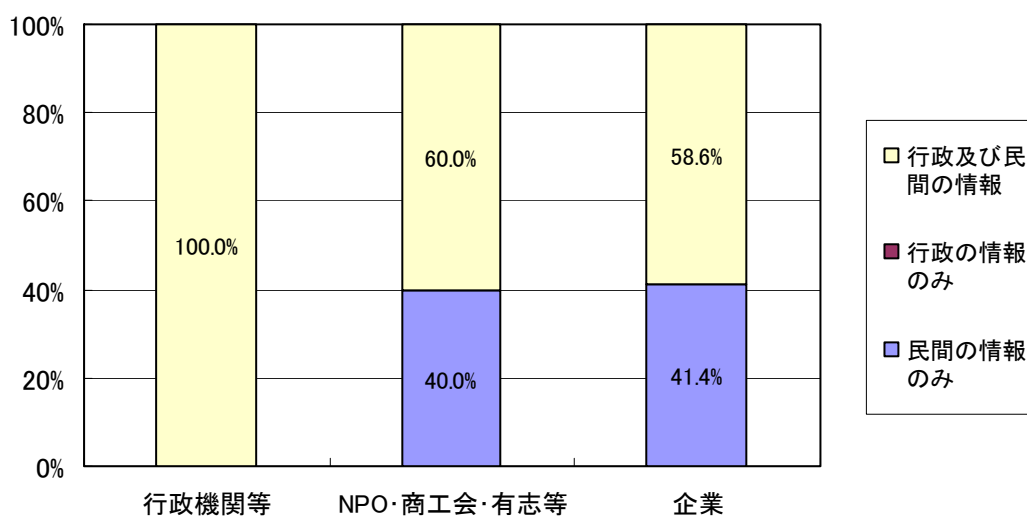
No.	運営主体別の地域ポータルへの バナー広告掲載枚数	行政機関等	NPO・商工会・ 有志等	企業	合計
1	0	7	8	2	17
2	1～5	2	4	10	16
3	6～10	1	1	7	9
4	11～15	1	2	6	9
5	16～20	0	0	0	0
6	21 以上	1	0	4	5
合計		12	15	29	56

(vii) 運営主体別の行政及び民間情報の有無

今回調査した 57 地域ポータルのうち、運営主体と、行政及び民間の情報の有無が判明したのは 56 地域ポータルであった。

行政機関等による全ての地域ポータルが、行政及び民間の情報を提供しているが、NPO・商工会・有志等、企業による地域ポータルでは、それぞれ 40%が、行政の情報を提供できていない。

■運営主体別の行政及び民間情報の有無



No.	運営主体別の 行政及び民間情報の有無	行政機関等	NPO・商工会・ 有志等	企業	合計
1	行政及び民間の情報	12	9	17	38
2	行政の情報のみ	0	0	0	0
3	民間の情報のみ	0	6	12	18
合計		12	15	29	56

(vii)運営主体別のサイト構成

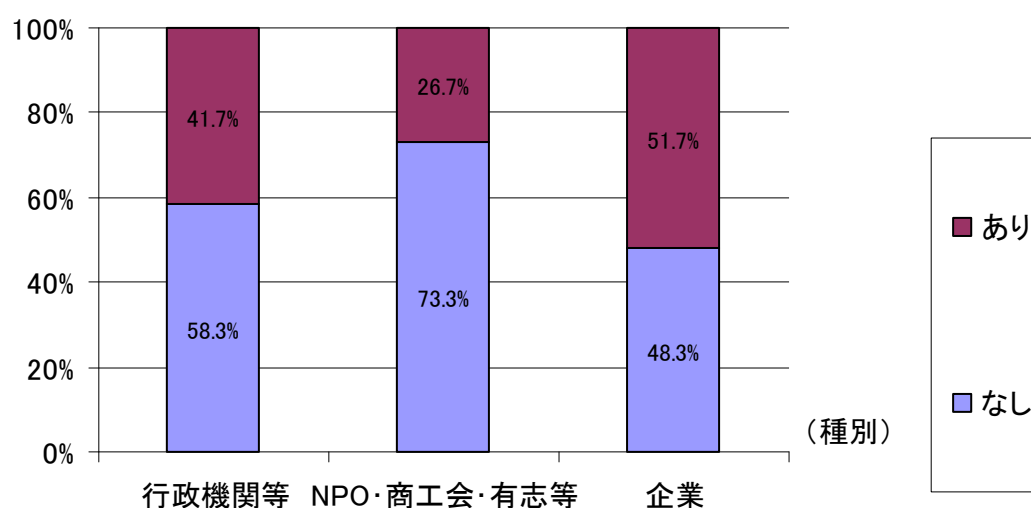
今回調査した 57 地域ポータルについて、カテゴリ構成、SNS やブログのサービス提供、ネットショッピングとの連携については、運営主体による明確な差異は見られない。

(viii)運営主体別の携帯電話用ページの有無

今回調査した 57 地域ポータルのうち、運営主体及び、携帯電話用ページの有無が判明したのは 56 地域ポータルである。

携帯電話用ページは、企業による地域ポータルの 50%以上において設けられている。特にポータル運営会社による地域ポータルにおいては設けられている割合が高く、ブログへの書き込みや掲示板への投稿が可能など、機能も充実している。

■運営主体別の携帯電話用ページの有無



No.	運営主体別の 携帯電話用ページの有無	行政機関等	NPO・商工会・ 有志等	企業	合計
1	あり	5	4	15	24
2	なし	7	11	14	32
合計		12	15	29	56

(ix)運営主体別の認証が必要な個人ページ

今回調査した 57 地域ポータルについて、認証が必要な個人ページを持つ割合に、運営主体による差異は見られない。

行政機関等が運営する一部の地域ポータルにおいては、認証手段に、住基カードおよび公的個人認証を使用している。

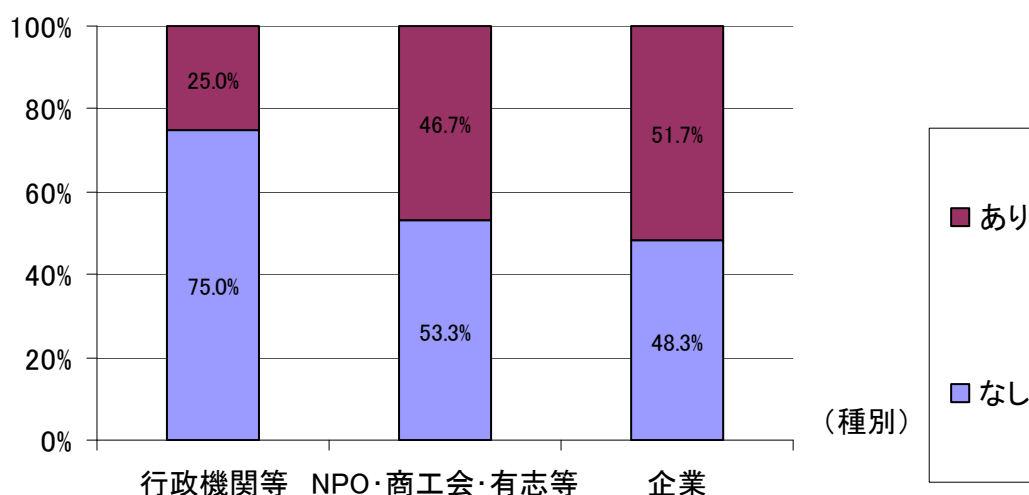
(x)運営主体別の他社既存コンテンツの利用状況

今回調査した 57 地域ポータルについて、他社既存コンテンツの利用状況を運営主体別に分類したところ、下記の通りとなる。

行政機関等による地域ポータルでは、他社既存コンテンツをあまり使わない傾向にあり、利用は 20%強にとどまる。一方で、企業による地域ポータルでは、50%以上が他社既存コンテンツを利用して、サイトの付加価値を高めている。

地域ポータルが利用しているコンテンツは、Google などが提供している無料コンテンツが多いが、企業による地域ポータルでは、新聞会社が提供するニュース速報や、明日の天気など、有料コンテンツの利用も見られた。

■運営主体別の他社既存コンテンツの利用状況



No.	運営主体別の 他社既存コンテンツの利用状況	行政機関等	NPO・商工会・ 有志等	企業	合計
1	あり	3	7	15	25
2	なし	9	8	14	31
合計		12	15	29	56

(4)運営主体別の地域ポータルに見られる特徴等のまとめ

「(3)運営主体別に見られる特徴等の調査結果」にて分析した、運営主体別の地域ポータルに見られる特徴についてまとめると、下記のとおりとなる。

表3-2 運営主体別の地域ポータルに見られる特徴

No.	項目	行政機関等	NPO・商工会・有志等	企業
1	対象地域	行政区以下が多い	行政区以下が多い	都道府県～行政区単位が多い
2	開設時期	02年より開設	90年代末より開設。04年以降開設が増加	90年代後半より開設。04年以降開設が増加
3	協業の実施	75%が協業	33%が協業	協業は10%以下
4	運営資金源	委託金に加え、バナー広告料、情報掲載料、制作料など	会員費、協賛金、無償協力、及び、バナー広告料、情報掲載料、制作料など	バナー広告料、情報掲載料に頼る割合高い
5	バナー広告掲載価格	最高価格低い 1.3～10万円/月	最高価格普通 2.1～20万円/月	最高価格高い。価格幅広い 0.2～60万円/月
6	バナー広告掲載枚数	少ない。掲載なしの地域ポータルが多い	少ない。掲載なしの地域ポータルが多い	多い
7	行政及び民間情報の有無	全ての地域ポータルが行政及び民間の情報を提供	40%が行政情報の提供なし	40%が行政情報の提供なし
8	サイト構成	差異見られず		
9	携帯サイト	40%が提供	30%弱が提供	50%強が提供。機能が充実
10	認証が必要な個人ページ	住基カード、公的個人認証を活用した地域ポータルあり	—	—
11	他社の既存コンテンツ利用	利用少ない	50%弱が利用。無料コンテンツの利用多い	50%強が利用。有料コンテンツも利用

3.3 地域ポータルサイトのヒアリング調査

3.3.1 ヒアリング調査の概要

(1) 目的

インターネットでは調査できなかった事項について明確にするために、ヒアリングを実施する。具体的には、以下の点を明確にする。

- ・地域ポータルサイトの開設、事業化に至るまでの経緯
- ・ビジネスモデル、運営上の課題
- ・今後の予定

(2) ヒアリング項目

具体的なヒアリング項目を下表に示す。

表3-3 ヒアリング項目

No.	ヒアリング項目		内容
1	地域ポータル開設まで	開設に至った経緯	地域ポータルを開設するに至った経緯として、企業側からのアプローチなのか、自治体側の意識なのか
2		開設までに係わった機関とその調整事項・調整方法	地域ポータルの開設には、どのような機関と関わる必要があるのか。また、それらの機関とどのような調整を行ってきたか
3		開設までの期間・コスト	開設することを決めてから、実際に開設するまでの期間とコストを調査する
4		開設時の広報活動	開設にあたり、利用者である住民にどのように周知したか
5	地域ポータル開設後の状況	現在までの利用状況	開設から現在までの利用状況（アクセス数、登録者数）等
6		運営体制	地域ポータル運営に必要な体制等
7		各種情報の収集方法、更新方法等	行政情報や民間の情報等、どのように収集し、どのように更新しているか。また、提供している情報の範囲
8		ビジネスモデル	現在までの収支状況
9		これまでの課題と対策方法	運営していく上で発生した課題。課題を解決している場合は、その解決方法
10	今後の計画	地域ポータル運営にあたって	地域ポータルを運営する意義、これまで地域ポータルを運営する中で気付いた事項等
11		サービスの拡充計画	地域ポータル自身のサービスの追加や、市との連携等に関する今後の計画
12		他公共機関(国等)との連携	市以外との連携計画等
13		他ポータルとの連携	他の地域ポータル等との連携の計画
14		地域情報プラットフォームへの意見	地域情報プラットフォームに対する意見、要望等
15	その他	市への要望等	地域ポータルを運営して行く上で、市や国等にお願いしたい事項等

(3)ヒアリング対象団体

ヒアリング先の選定においては、インターネット調査にて調査した地域ポータルのうち、地域ポータルの事業化に成功していると思われるサイト、もしくは今後成功する可能性が高いと考えられるサイトを抽出し、その中から、官民の情報やサービスを合わせて提供しているポータルサイトを選択した。選択にあたっては、特徴ある地域ポータルであることも判断基準に含めた。

ヒアリングを実施した地域ポータル名、団体名及びヒアリング実施日は、下記の通りである。

表3-4 ヒアリング実施団体

No.	地域ポータル名	団体名	ヒアリング実施日
1	宮前ぽーたろう	(株)フューチャーリンクネットワーク	2008.02.14
2	いたみん	(株)フューチャーリンクネットワーク	2008.02.14
3	みたか子育てねっと	(株)まちづくり三鷹	2008.03.05
4	西宮流	西宮 kite-mite ネット	2008.03.13

また、ヒアリング対象とした地域ポータルの概要を下表に示す。

表3-5 ヒアリング対象の地域ポータルの概要

No.	地域ポータル名	運営形態	開設時期	対象地域	対象地域の人口(*1)
1	宮前ぽーたろう	官民協業	2006.07	神奈川県川崎市宮前区	207,895 人
2	いたみん	官民協業	2007.10	兵庫県伊丹市	192,201 人
3	みたか子育てねっと	官民協業	2002.04	東京都三鷹市	177,016 人
4	西宮流	官民協業	2007.04	兵庫県西宮市	434,533 人

(*1)平成 17 年国勢調査より

3. 3. 2 地域ポータルサイトのヒアリング調査の結果

ここでは、地域ポータルのヒアリング調査の結果について整理する。ヒアリング調査結果の詳細は、「別紙5 地域ポータルヒアリング調査結果」に記す。別紙5のヒアリング調査結果をもとに、ヒアリング項目ごとに見られた特徴についてまとめ、分析する。

(1) 地域ポータル開設まで

① 開設に至った経緯

地域ポータル開設に際して、企業側から自治体に提案を行ったものが3件(うち1件は政府の公募事業を活用)、自治体側から公募を行ったものが1件であった。企業からのアプローチが多かったものの、行政情報と民間情報を一括して提供することに対する必要性を、企業側、自治体側共に認識していたと考えられる。

② 開設までに係わった機関とその調整事項・調整方法(行政、民間、他)

今回ヒアリングを行った地域ポータルは、自治体との協業によるものであった。そのため、どの地域ポータルも、自治体との関係は問題なく、進められたようである。

自治体側窓口としては、情報管理課、産業振興課、児童課となっている。みたか子育てねっとは、未就学児童を持つ母親をターゲットとしているため、児童課が窓口となっている。

自治体以外の調整先としては、受託者は地域に関する情報を持つ様々な関係者(商工会、町内会、警察など)と調整する必要があるようである。

個別に調整先と調整した団体と、行政側が立ち上げた準備委員会との調整のみで対応できた団体がある。行政にて、このような体制を整備することで、民間企業側の負担は大きく低減する。

③ 開設までの期間・コスト

4つの地域ポータルとも委託事業ということもあり、3～5ヶ月程度の短期間で、開設準備を行い、開設にいたっている。

委託費が出ているものの、人件費を含む必要経費を賄えるだけの十分な金額ではなかったようである。

④ 開設時の広報活動

地域ポータル開設時には、各自治体にて、行政広報誌への掲載、チラシの作成と関係機関や窓口での配布、ニュースリリースの実施などの広報を実施していた。首長が様々な機会に地域ポータルを紹介している自治体もあった。

地域ポータルの開設を住民に周知し、アクセス者数を増やすために、行政のもつチャネルを活用した広報は重要である。行政には様々な機会における情報発信面での協力が求められる。

(2) 地域ポータル開設後の状況

① 現在までの利用状況

開設後のアクセス数は、全ての地域ポータルにて順調に増加していた。地域ポータルへの住民のニーズは高いと推測される。

掲示板を有しているサイト1件では、多くのアクセスと活発な投稿がなされており、掲示板機能の提供がアクセス数増加の要因の一つであるとの発言があった。

また、2 サイトでは会員登録制の SNS やブログ作成機能を提供している。情報提供機能だけでなく、コミュニティ機能の提供も、地域ポータルにとって必要と考えているところもある。

地域ポータルの利用者は主婦や未就学児童を持つ母親など、30代～40代女性が多い。一方で、高齢者の利用が目立つサイトもあり、地域ポータルは幅広い年齢層に対してアピール可能なサイトと考えられる。

② 運営体制

運営は、どのサイトも数名で行っている。地元に営業活動を行う人員も必要となるようである。各サイトとも、自治体の担当課や運営委員会と密に連絡を取って運営を行っている。

③ 各種情報の収集方法、更新方法等

行政情報の入手方法については、情報配信協定を締結してデータにて受け渡す場合、書面を手渡しする場合、行政広報誌から転記する場合と、ヒアリング先によって差異があった。特に、行政機関等に、民間企業へ情報を提供することへの躊躇、懸念が見られるところもある。円滑かつ効率的な行政情報の地域ポータルへの提供のために、行政機関等と運営者間で手段の検討が必要になる可能性がある。

民間情報の収集・更新に当たっては、社員のほか、市民記者、NPO、ボランティアなどの力を活用していた。報酬金の代わりに、パソコン操作方法や Web サイト作成方法の指導、自分の住むまちの情報を発信することをインセンティブとしている。地域ポータルの運営費用を抑制するためにも、参加者への報酬以外の価値の提供が重要となる。

④ ビジネスモデル

地域ポータルは、開設後数年間は収益をあげるのが難しい事業であり、各地域ポータルとも初期コストを最小限に抑えるよう工夫しながら運営を行っている。

現時点の地域ポータルの運営資金源としては、委託料、バナー広告掲載料、店舗等情報掲載料、企画編集掲載料などがある。これらの運営資金源だけでは収益を上げるのは厳しい状況であるため、運営者は、複数の地域ポータル運営や、地域ポータルを活用したほか

の事業（地域ポータルシステムの販売や地域ポータルに付随したマーケティング事業など）も合わせて、収益獲得のための検討を行っている状況である。

各ヒアリング先においては、地域ポータルを通じた地域の行政及び民間の情報に対する住民ニーズの存在や、地域ポータル運営を通じて地域活性化へ貢献したいとの意欲が聞かれた。これらの事業者の熱意が地域ポータル運営を支えている面がある。

⑤これまでの課題事項

最も大きな課題としては、「地域ポータルの高収益を狙える完成されたビジネスモデルの確立」が上げられる。現時点では、まだ、事業を継続する程度の収益を上げている状況であり、各地域ポータルとも、委託金以外からの収益向上に向けて試行錯誤を続けている。コンテンツの充実に向けて、より広い範囲で行政情報の提供をしようとの取り組みも見られる。

また、2 つめの課題としては、「偏りのない行政情報の提供」が挙げられる。行政情報は、自治体の関係部署経由で取得することが多いが、その部署以外の情報は、取得が難しいという状況が発生しているところもある。自治体の部署によって、情報収集の可否が異ならないよう、自治体内での調整も今後の課題である。

(3) 今後の計画

①サービスの拡充計画

いずれの地域ポータルも、2008 年 4 月に向けたサイトリニューアル、携帯サイトの充実など、地域ポータルの魅力向上と収益拡大に向けた、サービス面、システム面での改善、拡充を続けている。

自治体との電子申請等システムとの連携については、今のところ、考えていないという状況である。

②他公共機関(国等)との連携

各地域ポータルとも、新たな公共機関との連携の予定はない。必要に応じてリンクを貼る程度である。

③他ポータルとの連携

「宮前ぽーたろう」「いたみん」を運営する(株)フューチャーリンクネットワークは、官民協業以外の地域ポータルの運営も行っており、自社の地域ポータルとの連携は積極的に行っている。他の地域ポータルは、現時点で具体的な連携計画はないものの、必要に応じて検討していく方針となっている。

(4)その他

①地域情報プラットフォームへの意見

全国的な標準仕様に期待する声は高いものの、地域ポータルとしての独自性を出すことも重要であるとの意見があった。

②市への要望等

コンテンツを充実させるための、自治体内の調整や、地元の関係者や有力者との調整、および住民への広報活動に、積極的な支援が期待されている。

3.4 地域ポータル推進に向けて

地域ポータルサイトのインターネット調査及びヒアリング調査の結果から、地域ポータルの円滑な運営、並びに事業化のため考慮すべき事項についてまとめる。

●住民ニーズに応じた地域ポータルへ

地域ポータルの運営主体は、行政機関等、NPO・商工会・有志等、企業など様々である。地域ポータルの主要なサイト構成は、地域の店舗情報やイベント情報、見どころ情報などの地域情報提供機能、ブログや掲示板などを通じて地域住民との交流の機会を提供するコミュニティ機能である。

インターネット調査の結果、地域ポータルは、全国に満遍なく、多数展開されていた。ヒアリングした地域ポータルにおいては、アクセス数、訪問者数、会員登録者数は、いずれも開設以降順調に増加していた。

従来は個別の Web サイトなどにて調べる必要があった、地域に関する身近な情報の一括提供や、近隣住民との結びつきの強化といった点で、地域ポータルは住民のニーズにこたえるものであり、地域への愛着感の醸成につながる効果も予想される。

アクセス数の状況把握や利用者の意見も踏まえ、利用者の要望に応じた地域ポータルの実現を目指すことで、地域活性化に対して果たす役割は大きくなると考えられる。

●地域ポータルの高収益のためのビジネスモデル確立に向けて

ヒアリングを行った地域ポータルは、いずれも、地域ポータルを通じて高収益を上げるビジネスモデルを模索している状況であった。

地域ポータルの立ち上げには、サーバ等システム構築又はレンタル費用、コンテンツ作成費用、人件費などが必要である。一方で、地域ポータルの主要な運営資金源は、バナー広告掲載料、店舗等情報掲載料である。これらは地域ポータルへのアクセス数、利用者数が増加するまでは出稿者が見つけづらく、また単価も低くなる傾向にある。結果として、地域ポータル開設以降数年間は、事業者は先行投資を行う必要があり、運営は厳しいものとなる。

各社は、地域ポータル運営の採算性が低い中でも、地域へ貢献する視点を持ち、運営している。

地域ポータルは、地域活性化を行う 1 つの手段であるという認識のもと、運営者の努力だけでなく、何らかの行政の支援を期待したい。

●期待される行政機関等の積極的な取り組み

ヒアリングを行った地域ポータルに対しては、行政機関等が地域活性化へ地域ポータルが果たす役割を認識し、積極的な支援を行っていた。具体的には、将来的な自立採算による運営を前提とした数年間の委託金の支出や、地域に関する情報を保有する商工会や町内会、警察などの機関への紹介、行政広報誌などを通じた地域ポータルサイトの広報・PRなどである。

これらの支援によって、地域ポータル事業者にとって、開設後数年間の資金面での問題が

緩和されるだけでなく、行政及び民間情報の提供によるコンテンツの充実、地域住民への地域ポータル周知と利用者増に結びついていると考えられる。地域ポータル運営において、行政の積極的な関与が期待される点が多い。

現在は、意欲ある複数の自治体において、地域ポータルの取り組みがなされ始めた段階である。地域ポータルは地域活性化を促す施策の 1 つであるという認識を持ち、行政機関等を中心として、地域の関係機関が一丸となって、地域ポータルサイトの開設・運営に取り組むことが期待される。