

地域 ICT サービスの実現に関する調査事業 全体報告書

0049－0148

地域 ICT サービスの実現に関する調査事業に係る
プロジェクトマネジメント業務の請負

平成 2 0 年 3 月



財団法人全国地域情報化推進協会

1	調査研究の背景と目的	1
1.1	背景	1
1.2	地域ICTサービスとは	2
1.3	目的	3
2	2006 年度調査事業	5
2.1	調査対象	5
2.2	調査内容	6
2.3	各調査の要点	7
2.4	全体として示された方向性	10
3	本調査事業の調査方法と対象サービス内容	12
3.1	調査方法	12
3.2	調査体制	13
3.3	調査対象サービス	14
4	個別調査	16
4.1	移住・交流支援系	16
4.2	住民生活向上系	30
4.3	地域産業活性化系	52
5	全国調査	66
5.1	調査方法	66
5.2	地域情報化計画の現状	67
5.3	地域ポータル の現状	73
5.4	今後の方向性	77
6	地域ICTビジネスモデルの可能性	79
6.1	地域ポータルとは	79
6.2	地域ポータル の構築パターン	82
6.3	地域ポータル の収益モデル	84

1 調査研究の背景と目的

「地域 ICT サービスの実現に関する調査事業」(以下、本調査事業と称す)について調査に至った背景と目的について整理する。

1.1 背景

2001 年策定の e-Japan 戦略(2001 年 1 月 22 日 IT 戦略本部策定)から 2006 年策定の IT 新改革戦略(2006 年 1 月 19 日 IT 戦略本部策定)にいたる一貫した情報化政策の中で、「いつでも、どこでも、誰でも IT の恩恵を実感できる社会」ーユビキタスネット社会・地域情報化社会ー は現実的な実行のフェーズに入ろうとしている。

その中で、地域に存在する様々な ICT サービスを連携させ組み合わせることで、新たな高付加価値 ICT サービスを構築する動きが活発化している。そして、その具体的なイメージである「地域ポータル」や「ワンストップサービス」が大きく注目されている。

この実現のためには、地域の新たな社会基盤として ICT サービスの連携を可能とする「標準仕様」を整備することが極めて重要となる。

「標準仕様」としては、IT 新改革戦略の重点計画・2006(2006 年 7 月 26 日 IT 戦略本部策定)、重点計画・2007(2007 年 7 月 26 日 IT 戦略本部策定)でその策定、充実がうたわれた「地域情報プラットフォーム標準仕様」が、2008 年 4 月に官・民の連携までを視野に入れた V2.0 としてリリースされようとしている。

「地域ポータル」としては、すでに 2006 年度、本調査事業の前身となる総務省事業「ユビキタスネット社会における新たな地域 ICT サービスの実現に関する調査事業」(以下、2006 年度調査事業と称す)においてその可能性が詳細に検討され、さらに本事業において後述するとおり、具体的な構築イメージ、収支を含めたビジネスモデルが検討される。

さらには、2008 年度、「地域情報プラットフォーム推進事業」として総務省において上述の「地域情報プラットフォーム標準仕様」に基づく実証実験を行おうとしている。

この「地域情報プラットフォーム推進事業」は、IT による地域活性化等緊急プログラム(2008 年 2 月 19 日 IT 戦略本部策定)において地域活性化の施策として取り上げられており、まさしく地域の ICT 基盤整備として重要視されている。

地域活性化は喫緊の課題として大きく取り上げられており、政府においては「地域活性化統合本部」を 2007 年 10 月 9 日の閣議決定によって設置、地域活性化総合相談窓口の開設や各地域ごと全国 8 つの地方連絡室の設置など積極的な取り組みがなされているものである。

「ワンストップサービス」の視点では、IT 戦略本部に設置された「次世代電子行政サービス基盤等検討プロジェクトチーム」において政府の重点的な取り組みとして官民の協働のもと、検討が進んでいる。

このプロジェクトチームでは「引越し」や「退職」といったライフイベントに関わる手続きを利用者視点から高度な利便性を実現すべく、官民の様々なサービスを一元的に利用できるワンストップサービスとそれを支える基盤が検討されている。

プロジェクトチームは「地域情報プラットフォーム推進事業」と連携し、さらに、2009 年度には実証実験

を計画しており、ポータルからのワンストップサービスが具体的に検証され、実運用の準備が整うものと期待されている。

このような状況の中、本調査事業は「地域情報プラットフォーム標準仕様」の策定に始まり、2006 年度調査事業における地域ポータルにつながってきた流れと、「地域情報プラットフォーム推進事業」や「次世代電子行政サービス基盤等検討プロジェクトチーム」における検討・実証実験への流れをつなぐ極めて重要な位置を占めるものである。

「ユビキタスネット社会」、「地域情報化社会」を支える新たな社会インフラとしての標準仕様と地域ポータル、ワンストップサービスの実現における、理論と実践の橋渡しとなる事業である。

さらに、現状の最重要課題といえる「地域活性化」における ICT への期待の高さ、また現実的な対策としての「地域情報プラットフォーム推進事業」の重要性を見ても、本事業を通して詳細なビジネスモデルが示されることの意義は非常に深いものといえる。

地域情報プラットフォームにより実現するワンストップサービスの例

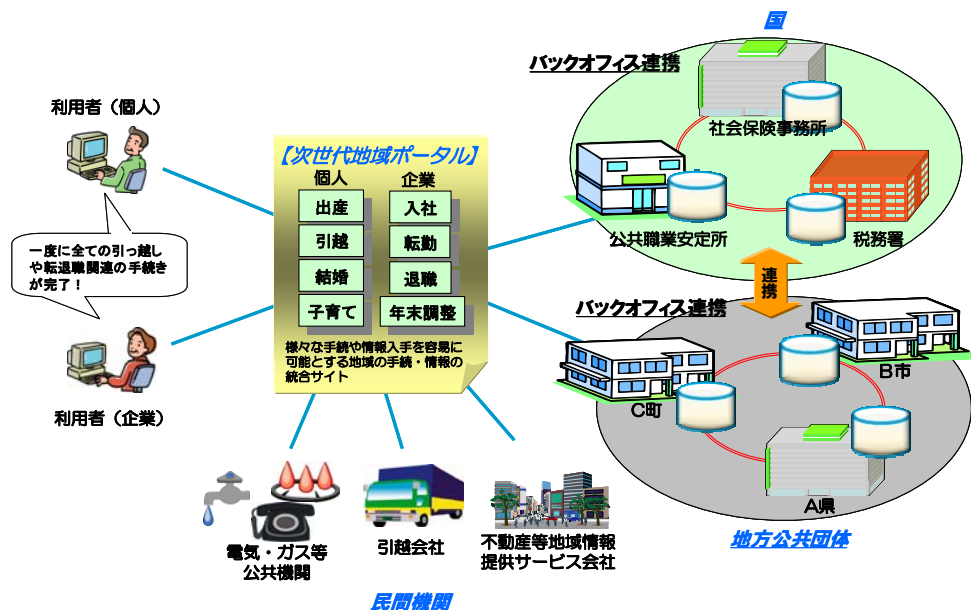


図 1 地域情報プラットフォーム推進事業（出典：ITによる地域活性化等緊急プログラム）

1.2 地域 ICT サービスとは

自治体が提供するサービスと、その他民間などが提供するサービスが ICT を介して連携することによって実現するサービスで、主に当該自治体を中心とした地域の住民向けに提供されるものを、「地域 ICT サービス」と呼ぶ。「地域 ICT サービス」では、地域の様々な情報システムの統合・連携により、利用者が

必要な情報やサービスを容易に取り出して利用することができるようになる。

地域 ICT サービスはネットワーク社会における地域の新たな社会インフラといえるものである。その整備や発展を戦略的に実施することは、これからの地域計画、都市計画の重要なキーフaktorとなる。後述するように、2006 年度調査事業の結果からも ICT 利活用に対する期待やニーズは大変高いものであることがわかる。

地域活性化の視点からその整備が望まれている一方、具体的なサービス内容や実施主体を含めた事業モデルについてはいまだ確立されたものがなく、本調査事業や今後の実証実験を通しての早急な整理が必要となっている。

1.3 目的

地域 ICT サービス、特に「地域ポータル」と「ワンストップサービス」に対する期待が高まる中、その実践的な実施方策および諸課題の洗い出し、解決策の検討を行い、地方公共団体を始めとした地域 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が必要となっている。

すでに総務省では 2006 年度調査事業において、5 つの地域 ICT サービスについての提案とその実施における課題、解決策の提示を行っている。本調査事業はこの知見を活かしつつ、さらに具体化した事業化指針の提示を目的とする。

事業化指針の提示においては、主に次の項目を整理し、提供することを目指す。

- 「地域ポータルサイト」の基本設計の提案

地域 ICT サービスを担う「地域ポータルサイト」について、具体的な業務内容(サービス内容)とシステム構成について設計を行う。

だれが、どのようなサービスを実施するのか。そのメリット、解決しようとしている課題は何か。その実施に必要なシステム規模は、機能要件やスキルは何か。

これらの具体化を通して、イニシャルコスト・構築体制・構築スケジュールなどの実践的な検討を可能とする指針を示す。

- 「地域ポータルサイト」の運営にあたっての課題の抽出とその解決策の提示

具体的な設計内容を受けて、地域ポータルサイトの構築・運営に関する体制やステークホルダごとの役割分担、また中長期的な視点でのビジネスモデル策定を行う。

ビジネスモデル策定に当たっては、事業の継続性・発展性について十分配慮し、具体的な収支モデルを提示する。

以上の議論を受けて、また、地域の特性を加味した上で、具体的な運営にあたっての諸課題の整理と解決策の提示を行う。

- 「地域ポータルサイト」の効果測定方法の検討

地域ポータルサイトが地域社会に与える効果について、定量的な測定を行うための指標とその測定方法の検討を行う。

地域ポータルの実現と継続的な運用、いわゆる PDCA サイクルを実施するためには定量的な評価方法の確立が重要な要素となる。

これら、設計から構築、運用、評価にいたる内容について、実サービス、実フィールドでの調査・検討を行うことで現実的な指標を示す。

さらに、

- 地方公共団体の地域情報化に関する現状
- 地域ポータルサイトに関する現状

について、全国的な調査を行うことで、地方公共団体の現状について方向性を整理するとともに、実例についての情報も総括する。

これらの調査結果によって、地域 ICT サービスの導入を促進するとともに、「地域情報プラットフォーム推進事業」に代表される実証実験など、次ステップの事業への効果的な発展を推進する。

2 2006 年度調査事業

本調査事業の前提、前段となる 2006 年度に実施された「ユビキタスネット社会における新たな地域 ICT サービスの実現に関する調査事業」(2006 年度調査事業)について、改めて概説する。

2.1 調査対象

2006 年度調査事業では下記の 5 つの地域 ICT サービスを定義し、それぞれ別の地方公共団体をフィールドに調査を行った。それぞれ異なった事業領域、ステークホルダをもつサービスだが、地域のさまざまな主体が連携し合い、実現してゆくサービスという点で地域 ICT サービスの特性を備えている。

(1) インテリジェント型総合窓口サービス 埼玉県鳩ヶ谷市

市民が行う行政手続きの総合的なワンストップサービス化を目的としたサービス。結婚などのライフイベントに基づき、窓口来庁から受付・審査・異動・証明発行などの手続きの一連化を行う。

庁内の業務間連携を活用して住民情報の横断的な参照を可能とし、業務ノウハウの乏しい職員でも一つの窓口で多様な手続きの対応が可能となるようインテリジェントに支援するサービス。

情報の一元化により、いままでの住民自らが気付き、調べ、申請することにより行政サービスを受けることが可能となっていた申請主義から、サービスの対象となり得る市民に対して積極的な案内・提供を行う PUSH 型の行政サービスへの変革を目指す。さらに、民間企業とのシステム連携も実現する。

(2) 新たな観光情報提供サービス 長野県松本市

観光資源の魅力を高め観光客を呼び込むサイクルを産み出すことを目的として、観光情報流通基盤を構築し、点在している情報やサービスを連携させるサービス。また情報の発信と同時に観光客の生の声を集めるサービス。

観光のあらゆる段階で様々なデバイスを用いてリアルタイムに観光情報のやり取りを行う。地図情報やカレンダー情報を活用し、空間軸と時間軸に情報を整理し高付加価値な情報提供を可能とする。

様々なサービスを SOA の考え方で組み合わせることで、観光情報の取得だけでなく、各種の予約など、観光プランの作成から観光実施までトータルにサポートする観光ポータルを実現する基盤となる。

(3) 子育てステージにおける地域ポータルサービス 福岡県北九州市

安心して子を産み育てられるような ICT 社会の社会基盤を構築することを目的としたサービス。妊娠から小学校の子供を持つ市民を対象とし、ライフイベントや時々のニーズに応じて行政機関や民間企業を問わず必要な情報を迷わず容易に取り出すことができるサービス。また、必要な手続きも容易に確認することができ、一元的な利用が可能となるポータルサービス。

例えば、ポータルに住民が登録する属性情報(例:住んでいる地域、子供の年齢)に基づき、ポータル側が適切な情報を選択、表示する。これによって、住民は必要な情報を網羅的に見ることができ一方、情報提供者である自治体や民間企業は適切な対象者に情報を届けることができ、効果的な手続きや購買などへの誘導が可能となる。

地域ポータルとして単なる情報収集や手続きだけでなく、住民間のコミュニケーションなど多彩な活用が可能となる地域ポータル基盤サービス。

(4) 住民の健康づくりサポートサービス 和歌山県西牟婁郡白浜町

住民の健康づくりを目的とした健康支援サービス。各市町村が所有する住民の検診データをデータベース化する。これに学校・公民館・健康センター・公共機関の保健・健康づくりに関連するシステムを連携させてさらに健康情報を強化した個人別健康情報データベースを構築、これを核として民間のさまざまなサービスと連携するサービス。

個人別健康情報データベースの内容を基に医師などのアドバイザが Web を通じて健康づくりへのアドバイスを行い、それに応じて様々な情報収集や健康関連の施設予約などを一元的に行うポータルを提供する。

住民はこのポータルにアクセスすることで、過去の検診結果や医師からの健康アドバイスなど健康情報を一元的に参照することができる。さらに、健康増進のための健康プランの提示を受け、直接ポータルから必要な予約などを行うことができる。

(5) 介護保険関与者情報連携サービス 和歌山県東牟婁郡那智勝浦町

介護サービスのより適切・効率的な提供を目的とした、介護保険の関与者である在宅介護支援事業者、地域包括支援モニタ、介護サービス事業者、市町村などでの電子的な情報連携を可能とするサービス。

さらに、流通する電子データをモニタリングすることで介護サービスの提供状況を市町村がリアルタイムにモニタリング、分析・評価可能となるサービス。

介護保険関連者間の情報連携電子化によって、効率化・省力化を図るとともに、情報流通のモニタリングにより介護保険事業の実施状況について正確且つ迅速な把握が可能となる。これによって、介護保険に関する給付適正化を実現する。

2.2 調査内容

2006 年度調査事業では、これら多様な地域 ICT サービスについて、広く一般に利活用可能な事例、ノウハウ集として機能することを目指した調査・分析を行っている。

そこで、作業項目として

- (I) サービス内容詳細化
- (II) 地域 ICT サービスの事業化に向けた課題の整理と、解決策の検討

を定義し、各地域ごとに報告書を取りまとめている。

「サービス内容の詳細化」では、調査対象に挙げたサービスに対し、

- ステークホルダ分析
- ニーズ分析（ステークホルダごとのニーズ）
- 事業モデル（ステークホルダの関連や費用負担元など財政的な構造など）
- ワークフロー（ビジネスフロー）

について詳細に分析している。これらは、ユースケース図、DFD、WFA の形で整理されている。

「地域 ICT サービスの事業化に向けた課題の整理と、解決策の検討」では上記の「将来像」を実現するうえで課題となる事項の抽出と解決策の提示をおこなっている。解決策の検討にあたっては、実現可能性についての検討、将来像や解決策に対する社会の受容性についての考察を重要視している。

次に、個々の地域における調査結果について、主にこの課題と解決策、さらに、残課題として挙げられたものを中心に概説する。

2.3 各調査の要点

(1) インテリジェント型総合窓口サービス

埼玉県鳩ヶ谷市をフィールドとした調査である。

庁内の様々なシステムを連携させ総合窓口を実現するシステムである。各業務システムからリアルタイムに情報の参照を可能とすることで単なる受付だけでなく、審査まで総合窓口で実現可能とするものである。

調査結果として、総合窓口の実現において懸念される法制度上の制約について、総合窓口では業務上専門的な対応を必要としない、比較的単純な対応で処理が完了する手続きのみを行い、個別の専門的な対応が必要となる申請については従来どおり担当課で処理するといった運用を行うことで法制度上の問題は特にないと結論に至っている。

さらに、官民の連携についても、連携先の民間に対してプライバシーマーク認証取得や情報セキュリティマネジメントである ISO27001／SMS などの取得を求めことや、住民に個人情報利用に対する合意を取ることを実施することで法制度上の問題は特にないと結論に至っている。

ただし、総合窓口と民間サービスとの連携、例えば引越しワンストップを実現する場合、総合窓口から民間サービスを呼び出す PUSH 型の連携を行うには、民間サービスが Web サービスに対応する必要があるとしており、官民連携に関する標準化が望まれる結果となっている。

(2) 新たな観光情報提供サービス

長野県松本市をフィールドとした調査である。

「観光情報提供サービス」として、

- 観光者が、行き先や日程を決定する上で参考とする観光情報を、観光資源提供者、旅行業者、宿泊業者、特産品販売業者といった観光関連サービスの提供者から提供を受けるためのサービス
- 観光者から他の観光者に観光情報を提供するサービス
- 観光関連サービスの提供者から他の観光関連サービスの提供者に観光情報を提供するサービス
- 観光に関連する行政機関、非営利組織(NPO)、研究者といった支援者・関係者等と、観光サービス提供者及び観光者との間での観光情報を提供するサービス

を実現する「観光ポータル」を定義し、松本市はもちろん、松本観光協会、松本商工会議所などを

ターゲットに調査を行っている。

結論として、観光ポータルに対する高いニーズを確認し、また、Web サービスを活用した ICT モデルがこれらの要求実現に対して有効であることが示されている。また、その具体的なモデル案を示している。

一方で、事業性の観点からは、運営モデルやコストモデルを整理した結果として、

- 構築にあたっては政府機関およびそれに準ずる関連団体の協力を得ながら、構築・整備・維持していくこと
- 観光情報提供プラットフォームについては、長期的には政府機関および関連団体が維持・運営することにより、松本市を含めた自治体はそれを無償もしくは利用料という形で利用することで、負担をさらに軽減させること

との方向性を打ち出しており、運営主体として民間が適切と考えながらも、民独自でのサービス立ち上げの難しさを示す結果となっている。

(3) 子育てステージにおける地域ポータルサービス

福岡県北九州市をフィールドとした調査である。

「子育てポータル」として、妊娠、出生から小学校卒業までの期間に必要な様々な「情報」や「サービス」を一元的に参照、利用できる住民向けの Web ポータルを整理している。

具体的なサービスとして

- 子育て用品リサイクル・販売コーナー
- お祝い・プレゼント・おもちゃコーナー
- ワンストップ電子申請
- こどもの安全・防犯コーナー

を例示し、子育て関連企業や北九州市をターゲットに調査、詳細分析を行っている。

結論として、広くすべてのサービスに対してニーズがあることが示されている。さらに、ICT 利活用の効果が検証され、4 サービスの持つ現状の問題点を解決できることが示されている。

しかし、子育てポータルの事業性について、子育てポータルを実際に運営する「ポータル運営事業者」の視点から事業戦略を検討した結果、事業としての継続性・発展性には更なる検討・調査が望まれるとの結論に至っている。

(4) 住民の健康づくりサポートサービス

和歌山県西牟婁郡白浜町をフィールドとした調査である。

「住民の健康づくりサポートサービス」では住民の健康づくりに対するニーズを背景に、中心に住民の健康診断結果など様々な健康情報を集約した「個人別健康情報データベース」を持ち、SOA を活用して自身に関する過去の検診結果などの健康情報の参照や、様々な健康指導の提供を受ける「住民健康ポータル」を検討し、調査を行っている。

結論として、住民に対するニーズ調査では極めて高いニーズを確認しており、健康増進に対する期待の高さ、ICT を活用した利便性高いサービス提供へのニーズの高さを示している。

さらに、サービス提供者側となるステークホルダの現状の問題点や期待を解決する手段として、様々なサービスの提唱を行い、「住民の健康づくりサポートサービス」を ICT 基盤として活用することでの実現性を示している。

さらに、事業性の考察として白浜町からの委託費として 140 万円を期待している。この 140 万円は白浜町の 2005 年度保険事業費の 10%であり、また、白浜町の 2005 年度国保給付費・介護給付費合計の 0.038%に相当する負担であるとして極めて高いコストパフォーマンスを示している。

(5) 介護保険関与者情報連携サービス

和歌山県東牟婁郡那智勝浦町をフィールドとした調査である。

この調査では介護保険サービスの現状を整理し、ICT を活用した情報連携の導入で、介護事業者間の電子的な連携が実現していない、自治体が介護サービスの現状を十分に把握していないといった問題をどのように解決するかを調査している。

具体的なサービスとして、

- 介護事業者間情報連携サービス
- 介護情報モニタリングサービス

を定義している。これらを総合して「介護ネットワークサービス」と呼んでいる。

「介護事業者間情報連携サービス」は、共有サーバを仲介し、介護支援事業者および地域包括支援センターと介護(予防)サービス事業者間の情報連携を実現するサービス。

「介護情報モニタリングサービス」は、共有サーバに蓄積された計画書・提供票の情報を、モニタリングシステムで検索・集計するサービスと定義されている。

結論として、問題解決の手段として ICT の活用が有効であることが示されている。そして、その実現のためには様々な事業主体に対して、標準的な仕様を作成してツール類を共通的に開発することが望ましいとしている。

また、事業性の点では集中的な構築、運営の必要があるとして、

- システム運営主体としては、国保連合会が適当
- システム構築費は、国保連合会が負担して構築。ランニングコストに上乗せすることで回収
- 連携ツールの開発費用は、那智勝浦町の負担
- ランニングコストは、那智勝浦町で負担。運用費、保守費、システム構築費を利用料として国保連合会に支払う
- 回線費用は、各介護事業者で負担

を提案している。

2.4 全体として示された方向性

各調査を概観すると、全体としていくつかの方向性が見られる。

(1) ICTによる問題解決への期待は高い

まず、現状の問題点解決手段として、また、新しいサービスを提供する手段として ICT を活用したサービス提供に対する期待やニーズは非常に高いことが確認されている。地域のこれからのあり方として、地域社会の基盤として ICT を整備し、それを十分に活用可能とした社会である「地域 ICT 社会」が明確な方向性となっていることが確認されている。

(2) サービス形態の代表は「地域ポータル」

多くのサービスが明確な地域住民向けの専用ポータル、地域ポータルの構築をうたっている。(例：子育てポータル、観光ポータル、住民健康ポータル) また、介護ネットワークサービスのように対象が住民中心ではないサービスでも地域ポータルではないが、実装形式としてはポータルに近い概念を持っている。

今後の地域への展開、活性化促進の意味合いでも、また、官民のサービスを組み合わせた新しいサービスを提供する視点からも地域における ICT 活用の代表例として「地域ポータル」の構築の方向性は重要といえる。さらに、それらを効率的に構築・運営するためにデータ標準などを含めた標準仕様の必要性が示された結果となっている。

(3) 官で立ち上げ、民に運営を移行

運営主体の検討、つまり誰がプラットフォーム提供者となるのかの検討結果である。2006 年度調査事業の結果では、地域 ICT サービスの関係者は主に地域ポータルなど全体のプラットフォームの提供・運営を担う「プラットフォーム提供者」と、その上でビジネスを行ったりコンテンツを提供したりする「プラットフォーム利用者」に分けられるとの結論に達している。そして、特にこの「プラットフォーム提供者」の役割を誰が担うかが重要とされた。

官が行う場合、民が行う場合、それぞれに一長一短があるが、方向性として、まず官主体で立ち上げ、最終的には民に移行する形態が示されている。

これは、初期投資に対するリスク・不確定要素の大きさから民間投資が困難であることと、逆に地域ポータルとしての自由な業務発展を見据えた場合に官としての制約が足かせになることとのトレードオフといえる結果である。

次に運営形態として、サービスをデータセンタとして構築、運営する形態が見られた。Web を基本としたポータルという形式がデータセンタと親和性が高いことと、共同利用や ASP・SaaS といった方式でのコスト削減が不可欠であることが理由といえる。

(4) 事業の発展は利用者・利用頻度の増加に依存

事業の発展性については、地域ポータル利用規模の増加、流通するコンテンツ量の増加に依存するビジネスモデルに終始する傾向にある。つまり、多くの人に、多くの頻度で利用されることに依存している。

コンテンツ流通量の増加については正確な予測が難しく事業計画設定にはリスクが大きい。将来性について正確に評価するためには実証実験を含めた、より実践的な調査が必要となっている。

(5) 課題の中心は運営体制と事業モデル

ICT を活用した地域情報化では、法制度上の制約から実現が困難であると考えられているが、今回の結果からは法制度上の課題が直接のボトルネックではなく、むしろ体制上の課題や事業モデルの確立が課題であることが示されている。

法制度上の課題は個人情報保護などのデータ保護の観点が主流で、子育てステージにおける地域ポータルサービスの検討結果では電子申請のための電子署名や添付書類の問題を上げているが、その他には決定的な課題は見られない。

体制上の課題は、サービスの対象範囲を定義し役割分担や収益構造を明確化して事業性を確定することが難しいことにある。

3 本調査事業の調査方法と対象サービス内容

3.1 調査方法

本調査事業では、全国的な傾向を分析するための「全国調査」と個別具体的な地域 ICT サービスに対する調査を行う「個別調査」の二種類の調査を行い、それを総合することで、今後の地域 ICT サービスに対する知見を得る方法をとっている。

全国調査では、地方公共団体の地域情報化に関する現状整理と、既に実施されている地域ポータルに関する現状整理という二つのテーマで調査を実施する。

それぞれのテーマに対して、次のような調査・分析を行う。

(1) 地方公共団体の地域情報化に関する現状調査・分析

都道府県及び中規模以上（人口 10 万人以上）の地方公共団体を対象としてアンケート調査を実施し、以下の調査・分析、課題整理を行う。

- 地方公共団体の「地域情報化に関する計画」等の策定状況、傾向などの調査
- 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、サービスの実態調査
- 地方公共団体などの広報・周知手段の実態調査

さらに、地域情報化計画実施段階にある地方公共団体を選定し、ヒアリング調査を行うことでより具体的な現状についての調査を行う。

(2) 地域ポータルサイトに関する現状調査・分析

現状、既に運営されている地域ポータルサイトについて以下の視点で調査・分析を行う。それに際して、地域ポータルサイトのリストを作成し、サービス内容などについて分析のうえ、定義・類型化する。

さらに各類型に特徴的な事例を選定して、ヒアリングなどにより事業形態及び収益の状況などについて調査を行う。

- 地域ポータルサイトの提供サービスの実態調査
- 地域ポータルサイトの運営者などに関する実態調査（事業者概要、事業形態、収益の状況および行政の関与など）

個別調査では、三種類のテーマ（ジャンル）を設定し、それぞれに対して異なる地域において調査を行う。各テーマは独立したものであるが、地域 ICT サービスとしての特性を備えていることと、ICT 利活用による地域の活性化および豊かな暮らしの実現につながるサービスであることという二つの視点から選定されたものである。

それぞれのテーマに応じて、次の視点で調査が実施される。テーマ、地域ごとに特性が異なるため、具体的な調査方法は各地域に任せられる。

- 「地域ポータルサイト」に関する業務内容の設計
- 「地域ポータルサイト」に関するシステム構成の設計
- 「地域ポータルサイト」に関する構築・運営体制、役割分担の提示
- 「地域ポータルサイト」の事業運営のビジネスモデル提示（サービスの提供形態、収支モデルなど）
- 「地域ポータルサイト」の提供に係るステークホルダ毎の課題分析、解決策の提示（サービス提供者、利用者およびポータル運営者などのステークホルダ毎の課題・解決策の分析など）
- 「地域ポータルサイト」の効果測定方法の検討など

最終的に全国調査一件、個別調査三件の結果はそれぞれ報告書に整理される。さらに、全体を総合した報告書（本書）を作成することで、横断的な分析や評価を可能としている。

3.2 調査体制

調査に当たっては、全国調査 1 件、個別調査 3 件（3 地域）を実施した。それぞれに調査体制を準備したため総計 4 つの調査チームが配置された。また、全体を統括し、全ての調査結果を整理集約するため PMO が配置された。

個別調査においては、検討体制に当該調査地域の地方公共団体の参加を必須とし、また、必要に応じて対象とする「地域 ICT サービス」実現のために協力が必要となる事業者（異業種 3 団体以上）および当該分野の有識者などの参画を得ることとしている。

PMO が示した全体方針に従い、各調査チームは原則独立して作業を行う。定期的に PMO と連携することによって、PMO を通じて全体の整合性がとられる。

また、最終的な報告書も個別に作成されるが、総括したものとして PMO によって全体報告書（本書）が作成される。

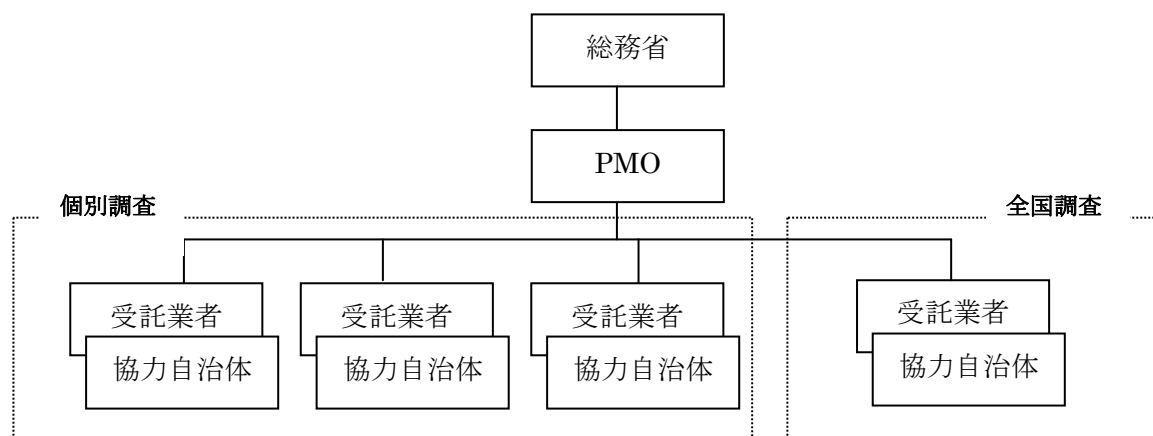


図 2 調査事業体制

3.3 調査対象サービス

個別調査では上述の通り、地域 ICT サービスとしての特性を備えていることと、ICT 利活用による地域の活性化および豊かな暮らしの実現につながるサービスであることという二つの視点から 3 種類のテーマが選定され、調査が行われている。対象サービス、テーマは以下のとおりである。

(1) 移住・交流支援系

移住・交流支援系サービスは、都市から地方への移住や都市と地方の交流の円滑化を図るため、移住・交流分野に関する地方公共団体と民間企業などの各種手続きを一括して処理することができるワンストップサービスの提供が可能な総合窓口などの「地域 ICT サービス」と定義されている。

例えば、移住先や訪問先の選定に資する様々な地域の情報発信や提供に始まり、実際に移住を考えた場合の手続きの支援に至るポータルなどである。

保育所、学校情報や地域医療機関情報など、地域からの情報発信を促進することにより、その魅力を十分に周知させることが可能となる。それによってその地域への移住などの選択を後押しする。

さらに、移住を決断した場合、移住先の不動産探しから、引越しの手配、自治体への手続きを中心とした各種の住所変更など、様々な手続きをワンストップで実現させるポータルを準備することで、移住そのものの効率化を図ることができる。

(2) 住民生活向上系

住民生活向上系サービスは、住民生活の向上を図るため、医療・健康・福祉分野における地方公共団体と民間企業などの多様な情報を集約し、利用者が「地域ポータルサイト」を介してライフイベントやニーズに応じた必要な情報やサービスを容易に取り出して利用することができる「地域 ICT サービス」と定義されている。

例えば、保育や医療・健康増進サービスに関する情報、介護・福祉サービスの情報など、子育てや老後などライフイベントや住民生活に密着したサービス情報を提供するポータルである。ワンストップに様々な情報を取り出せるだけでなく、そこから地域の様々なサービスの利用もできるポータルが考えられる。

その地域での日々の生活において必要となる、特に福祉関係の情報などを充実させ、さらに総合的なポータルにおいて一元的に情報を提供することで、よりわかり易く、利用しやすいサービスを目指す。加えて、その場から電子申請などで手続きを可能とすることで、手続き自体の効率化を実現する。これらを持って、より生活しやすい、住民サービスの充実した地域を目指す。

(3) 地域産業活性化系

地域産業活性化サービスは、系地域産業の活性化を図るため、地域産業・観光などに係る地方公共団体と民間企業などの多様な情報を集約し、利用者が「地域ポータルサイト」を介してニーズに応じた必要な情報やサービスを容易に取り出して利用することができる「地域 ICT サービス」と定義されている。

例えば、地域の物産・名産に関する情報発信からその販売を支援するポータルや、観光に関する情報発信から経路検索や宿泊予約を支援するポータルなどが考えられる。

産業や観光など地域の魅力を積極的に発信する。さらには、購入や予約などの活動を支援する。支

援対象は地域外にいる場合も、あるいは旅行中などその地域に滞在している場合も多様な状況が考えられる。

地域から地域外への情報発信を促進、効率化することで地域の物産販売や観光誘致を促進することはもちろん、例えば、観光滞在中であっても催し物の情報取得や食事、イベントの予約など、より能動的な行動を可能とすることで、滞在中の経済効果を高めることが可能となる。

また、物産、観光などの情報発信を地域において活発に行うことで、地域コミュニティの活性化や、地域活力の向上につなげることができる。

4 個別調査

以下に各個別調査の内容を整理する。それぞれの対象テーマ、調査方法、結果についてまとめる。

4.1 移住・交流支援系

移住・交流支援をテーマとした調査は静岡県富士市をフィールドとして、移住に関わる各種情報を発信し、さらに関連する手続きを支援する移住・交流ポータルと、それら手続きのワンストップ化を実現する総合窓口をテーマに実施された。

以下、その調査内容を整理する。

(1) 調査対象サービス

移住・交流の中でも、特に市民が当該自治体へ転入することを支援するポータルである。主に、転入前に各種情報を入手するための情報ポータルとしての位置づけと、転入時の各種手続きをワンストップで実現する引越しポータルの位置づけからなる。さらに、自治体の視点でこれらの実現を支援する総合窓口についても詳しく調査・分析を行っている。

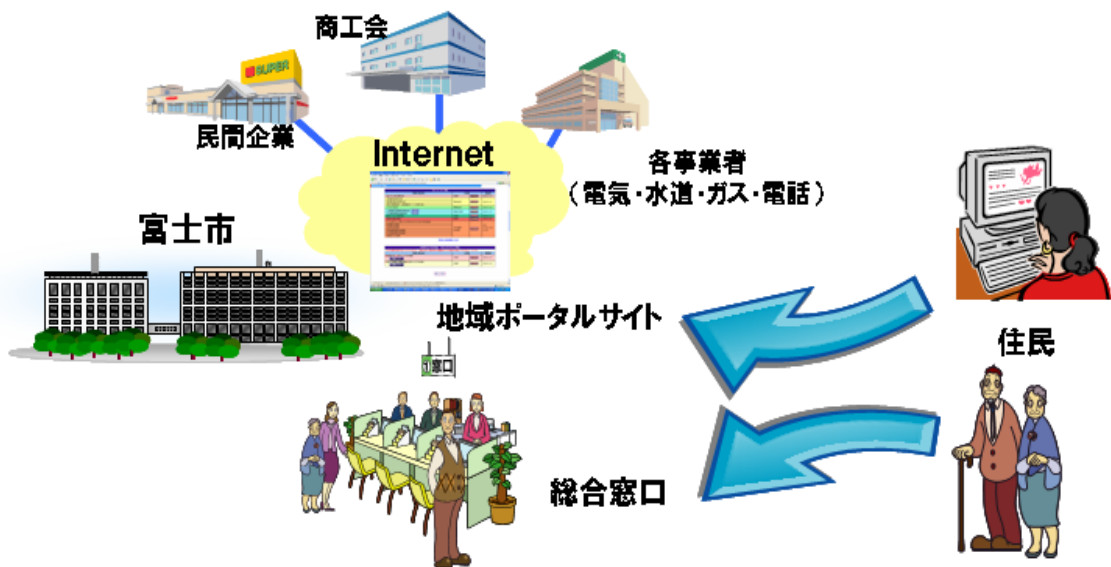


図 3 移住・交流ポータルのイメージ（出展：個別報告書）

この調査では移住、交流の関係を「交流は、新たに住民となる移住者が、地域住民と関係性を構築することを指す。」と定義しており、それを総合的にサポートするポータルを目指している。

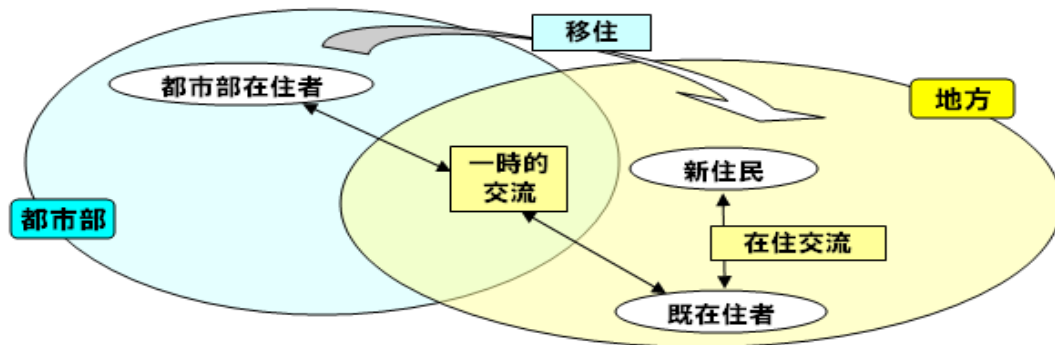


図 4 移住と交流の関係（出展：個別報告書）

この調査では、まず総合窓口について、「1カ所かつ1回の記入・手続きでワンストップサービスを実現できる窓口を総合窓口」と定義することから検討を始めている。

そして、総合窓口と地域ポータルを、地域ポータルは「電子的な」総合窓口であると整理することで定義づけしている。

地域ポータル実現の流れとして、全ての住民に平等に情報アクセス手段を提供すること、特に情報弱者への配慮から、まず地域ポータル構築の前に総合窓口を構築することが必要であるとしている。そして、地域ポータルは物理的な総合窓口と「違和感なく」利用できるものである必要があるとしている。

そのために、まず総合窓口についての詳しい評価および整備を行い、並行して地域ポータルによる電子的な総合窓口の整備という流れをとっている。

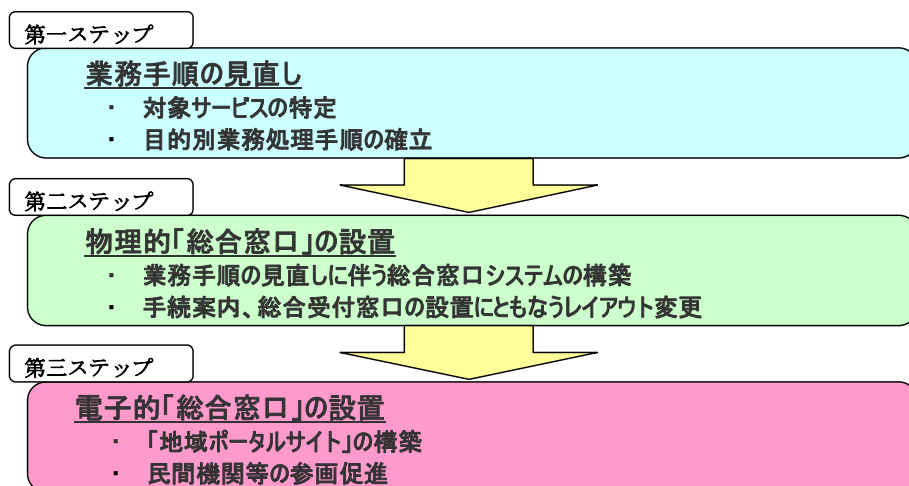


図 5 地域ポータル実現のステップ（出展：個別報告書）

(2) 調査方法

この調査ではポータルについての調査・分析と、総合窓口についての調査・分析の二つの作業を並行して行い、最終的に統合する手順で調査を行っている。

まず、ポータルについては、富士市や民間を含む関連団体へのヒアリングを中心に調査を行っている。ヒアリングで得られた現状認識を元に具体的なサービスモデルを提案し、ステークホルダを特定する。

最終的に、それらサービスモデルとステークホルダを中心としてビジネスプランを作成し、費用モデルや実施効果などの分析を行っている。

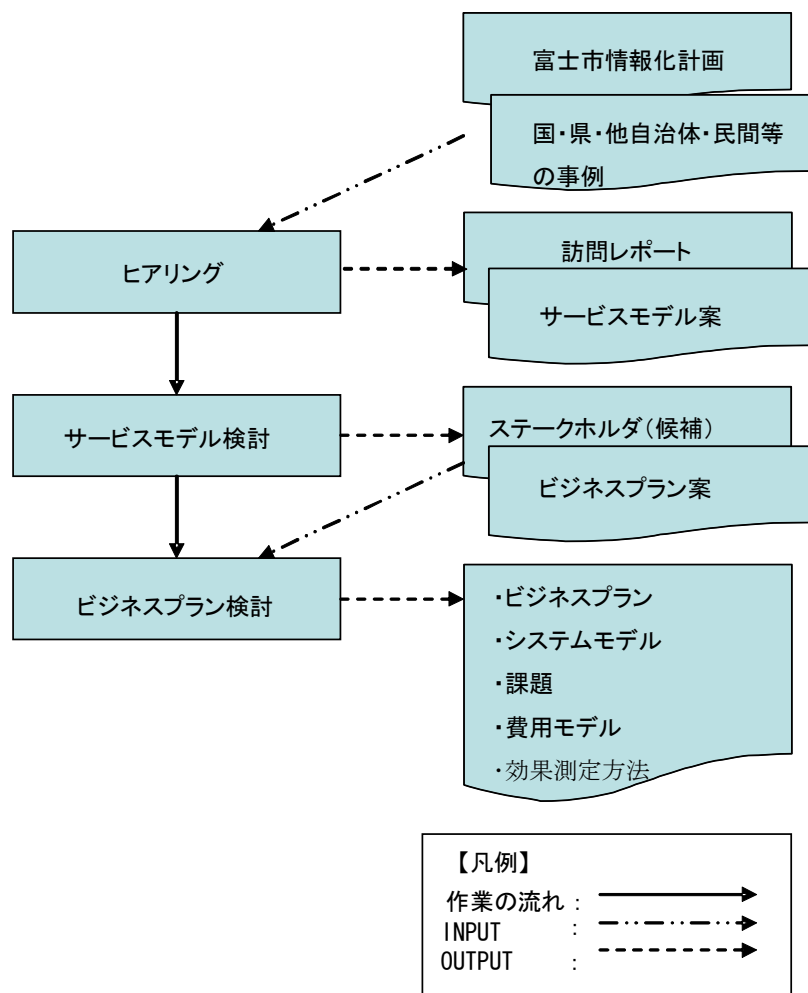


図 6 移住・交流ポータルの調査手順（出展：個別報告書）

次に、総合窓口についての調査は、富士市に対するヒアリングと現地調査を行い、課題分析から解決策としての総合窓口案の提示を行っている。

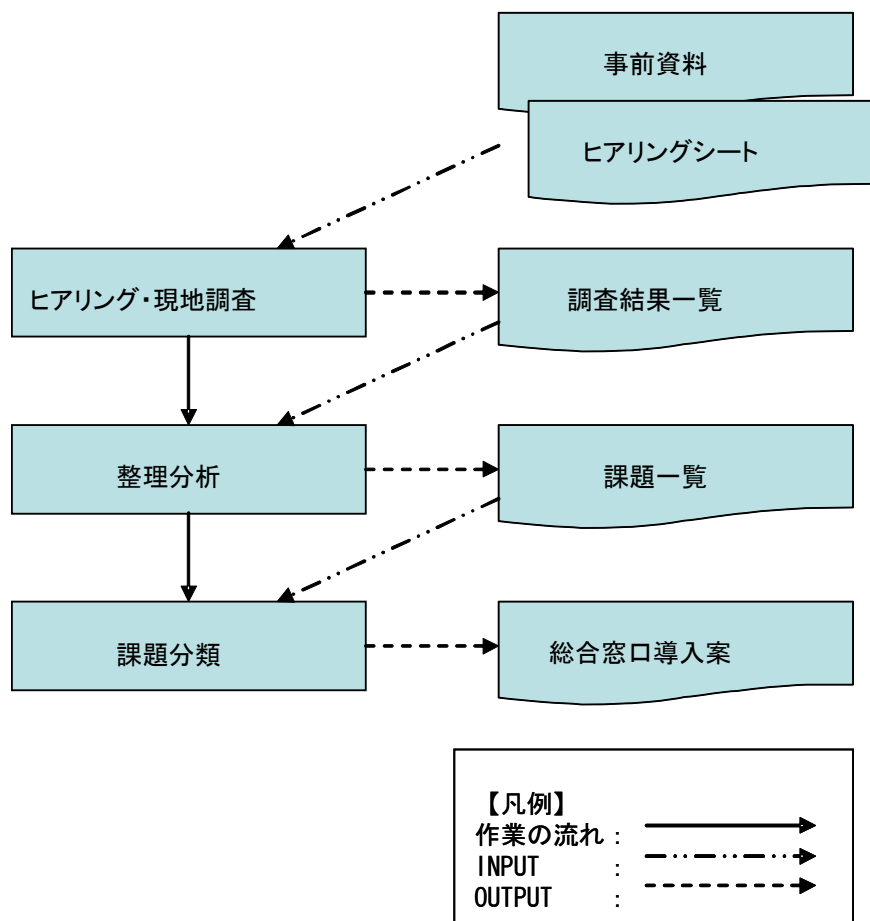


図 7 総合窓口の調査手順（出展：個別報告書）

(3) 基本設計

次のような全体イメージを提示している。

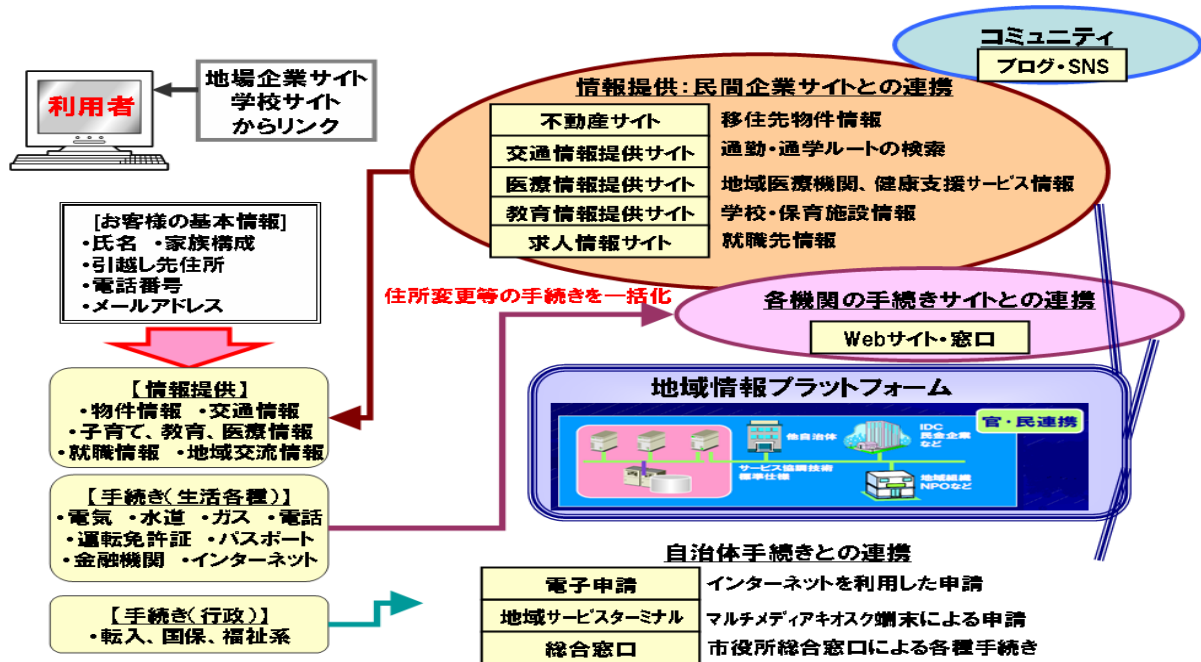


図 8 地域ポータルサイトの全体イメージ (出展: 個別報告書)

特徴的なのは、いわゆる移住・交流に関する情報提供、手続き受け付けだけでなく、移住を通じた地域交流の場を提供することも視野に入れている点である。

それらを実現する全体機能構成を次ページに示す。

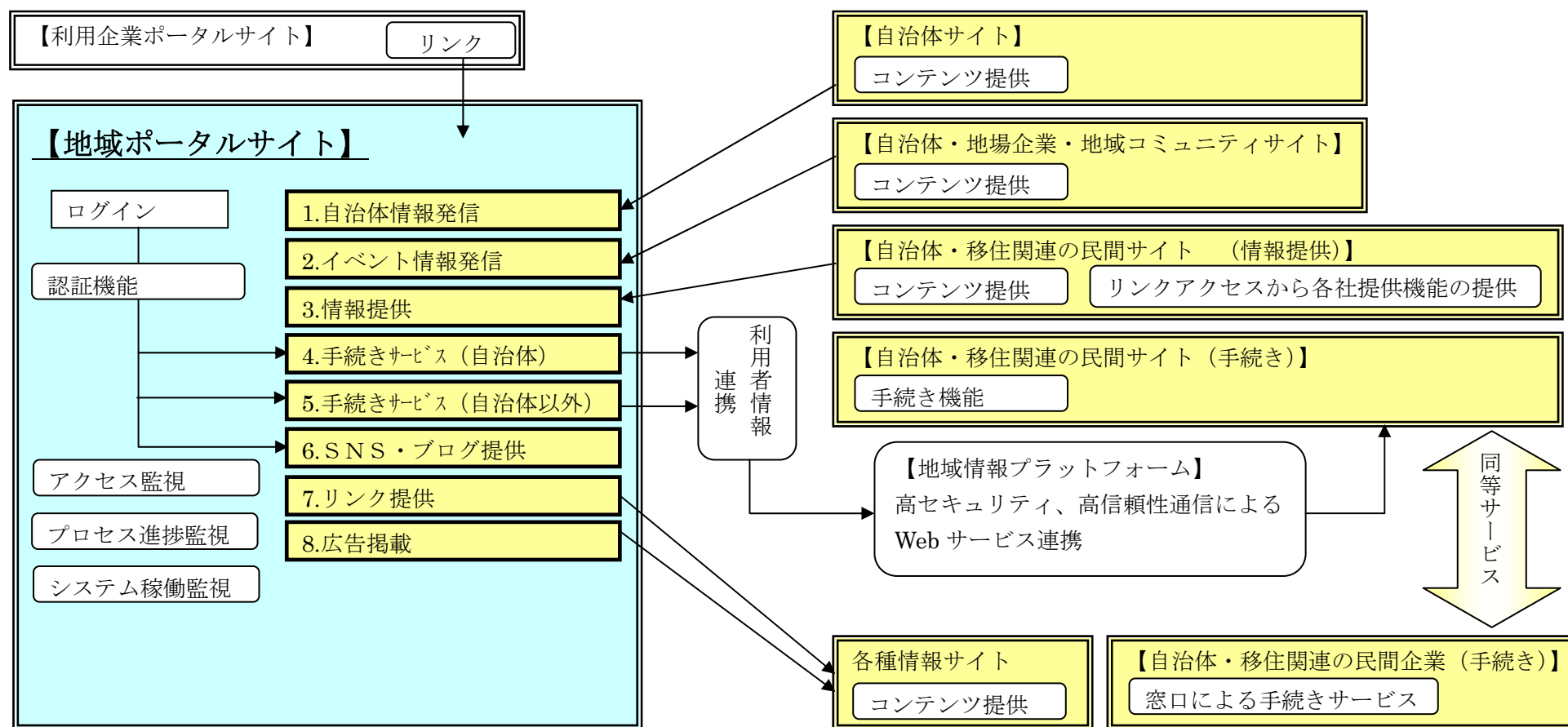


図 9 地域ポータルサイトの全体機能構成（出展：個別報告書）

具体的なシステム構成として、実際には全国規模での実績ある ASP 事業者を活用すべきとしながらも、下図を提示している。全体の構築費用としては初年度支出として ASP 利用料を含めて約 3 千万円程度を見込んでいる。

標準的なサービスレベル(稼働率 99.9%以下)

障害発生時はサービス一時停止

業務データ量は、1TB 以上を想定

SAN Boot による運用性・可用性の向上。

運用管理サーバは、1 対 1 クラスタとして可用性を向上し、待機系をバックアップサーバと併用する。

OS : Windows Server 2003 (サーバ OS のシェア最大)

DB : Oracle 10g (RDBMSとしてシェア最大)

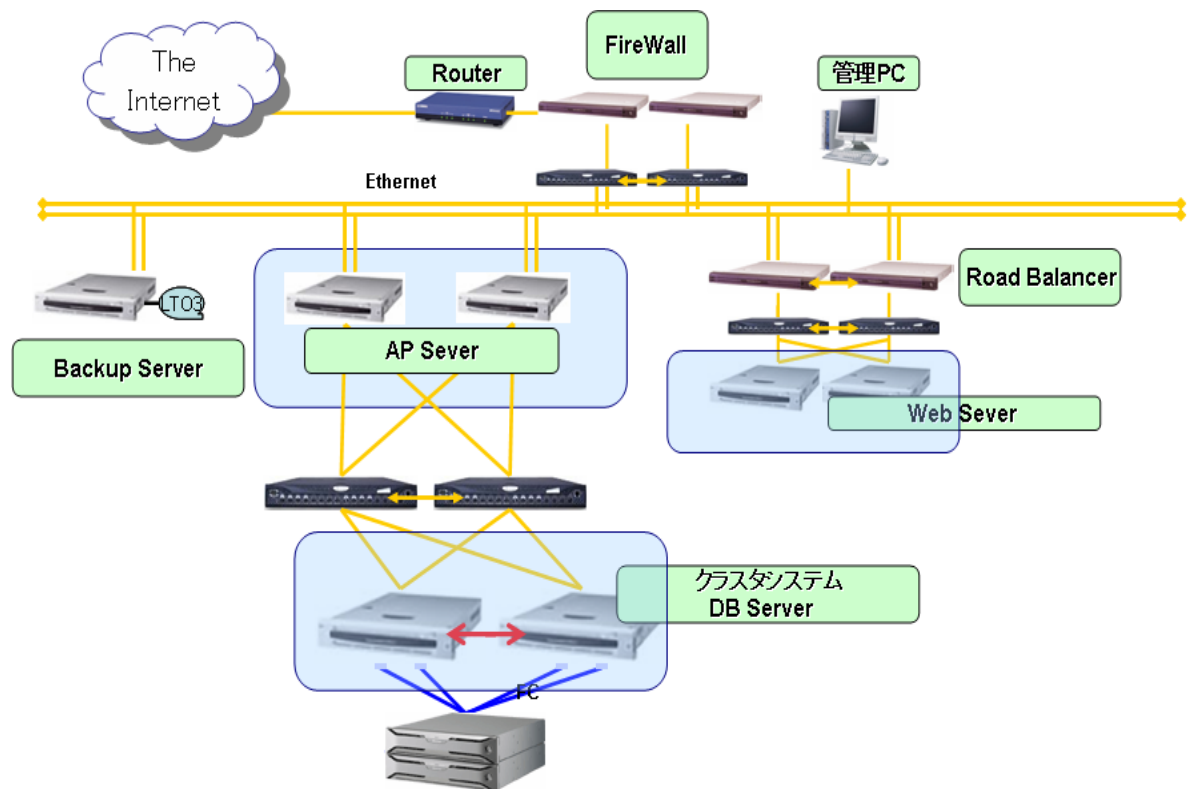


図 10 地域ポータルサイトのシステム構成例（出展：個別報告書）

(4) 運用・運営体制

地域ポータルサイトの運営主体として、「地域ICTサービス運営会社」を仮定している。その運営主体の元、協賛バナーの掲示を行う「企業会員」、実際に地域ポータルを活用して事業を行う「事業会員」を定義し、収入源確保と利用者の維持・拡大を目指している。

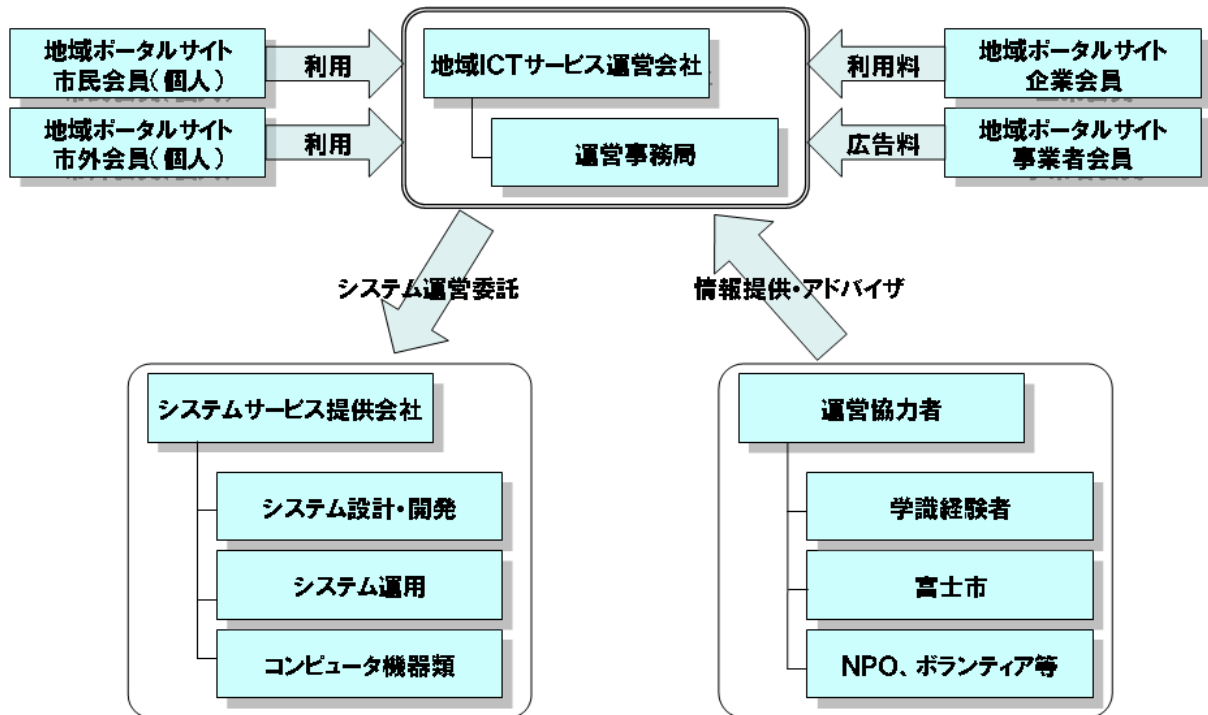


図 11 地域ポータルサイトの運営体制（出展：個別報告書）

全体のステークホルダは 2006 年度調査事業の結果を受け、サービス利用者、サービス提供者、地域ポータルサイト運営者に分類し、整理している。

表 1 ステークホルダー一覧（出展：個別報告書）

ステークホルダー		概要	具体的業種、企業
サービス利用者		富士市に移住する都市部の移住・交流者、長期滞在希望者	①新規居住者 ・二地域往来型移住者 首都圏にある大手企業への勤務者 (週末は富士市、平日は首都圏に居住) ・移住型(職業あり) 富士市の企業に勤務する者 ・移住型(職業なし) 富士市での生活を望み、移住した者 ②既居住者
サービス提供者	行政機関	富士市	①市民窓口 ・富士市市民課 ②ライフライン ・富士市水道部 ・富士市下水道部
	民間企業	地域ICTサービスの利用により利益を得る企業 富士市に本社ないし工場等の事業所を持つ企業	①ライフライン ・電力 ・ガス ・通信 ②公共交通機関 ・鉄道 ・バス ③医療機関 ・富士市立中央病院 ・民間病院 ④金融機関 ・銀行、信用金庫 ・クレジット会社 ⑤引越し関連業者 ・不動産 ・引越し業者 ⑥旅行業者

ステークホルダ		概要	具体的業種、企業
地域ICTサービス 運営者	運 営 者	富士市における地域ポータルサイトの運営者	①地域ICTサービス運営会社 ・ASP事業者 ・コンテンツ業者 ②地域ICTサービスシステム開発業者 ・システム開発業者 ・コンピュータ機器販売業者
	情 報 提 供 者	サービス利用者とサービス提供者を結ぶ情報提供を行う者 コンテンツの作成や提供を行う企業、ボランティアなど	①観光・レジャー施設 ・富士市内、近郊の業者 ②公共交通機関 ・鉄道 ・バス ③飲食業 ・富士市内、近郊の業者 ④ボランティア ・町内会組織 ・NPO ・大学、高校 等

(5) 課題・解決策

課題とその解決策については具体的な機能イメージに対して提示されている。特徴的なものとして、地域ポータルサイトの利用者が事前にポータルに登録した基本情報(個人情報)を基に、利用者にとって有益と思われる情報を事前選別して提示する「情報提供機能」について、情報開示方法についての課題が挙げられている。

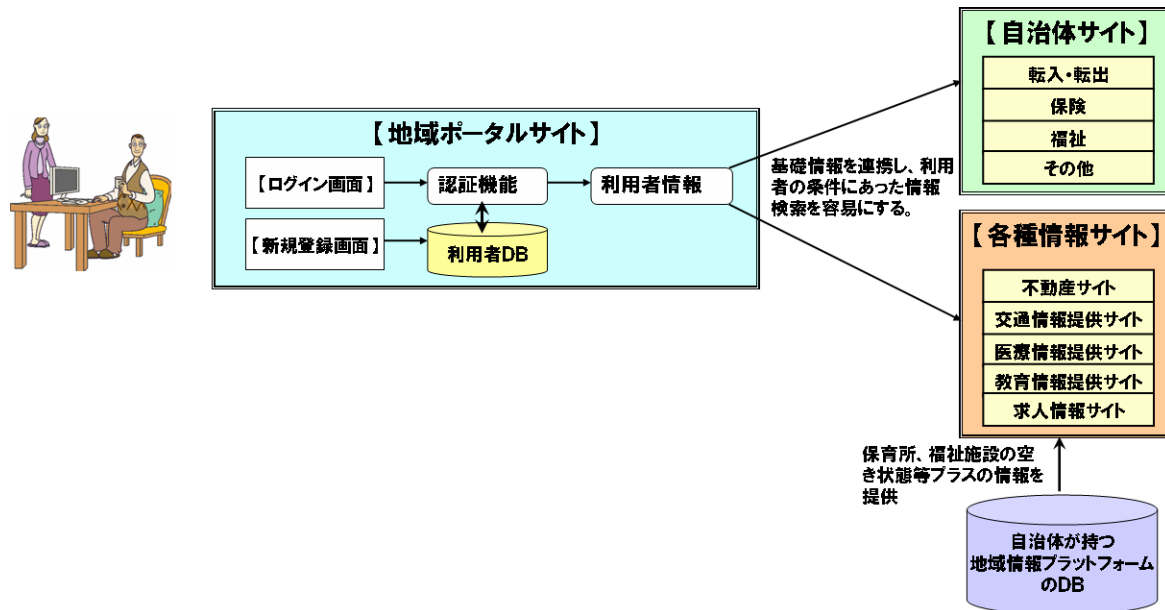


図 12 情報提供機能（出展：個別報告書）

情報提供について、「利用者の基本情報を各種情報サイトに連携するが、開示の範囲を制御することが必要である。」との課題を提示している。

その解決策として、「地域ポータルサイト運営者は、利用者の開示ポリシー及び各種情報サイトに対する開示の範囲を予め設定しておき、設定に応じて情報の連携を行う機能を設ける。」とのアイデアを提案している。

属性	属性値	Aサイトへの開示	Bサイトへの開示	Cサイトへの開示
性別	男	○	○	○
住所	港区	○	○	○
本籍	東京都	×	×	○
電話	345-678	×	○	○

図 13 開示レベルの設定（出展：個別報告書）

方式としては、レベル設定を行ってコントロールしつつ、情報はサービス提供者に提示される形態である。

また、手続きの実施に際しては、地方公共団体への手続き、また官民連携の手続き双方にデータを中心とした連携のための標準化が望まれるとし、地域情報プラットフォーム標準仕様の活用が示されている。

(6) 収支・ビジネスモデル

収支モデルとしては下記の予測に基づいてシミュレーションを行っている。

収入予測

【情報発信枠による収入】

- ・サイトに組み込まれる情報発信枠の利用料：**5万円／月**
- ※ 地域ポータルサイト上で企業や組織の情報を発信するための領域。
リンクではなく、情報をそのまま地域ポータルサイト上に掲載する。

【一般広告による収入】

- ・事業者会員による協賛バナー：**3万円／月**
- ・広告配信プログラムの挿入（アフィリエイト広告）：**5万円／月**

【広告配信プログラムによる収入】

- ・広告配信プログラムによる収入：**7万円／月**
- ※ 地域ポータルサイト上に企業サイトなどへのリンクを張り、閲覧者がそのリンクを経由して当該企業等へのサイトで会員登録したり商品を購入したりすると、地域ポータルサイト運営者に報酬が支払われる。

参加企業数（5年後予測）

- ・情報発信枠利用企業：30社
- ・協賛バナー利用企業：25社
- ・広告配信プログラム利用企業：25社

結果は次ページのとおりである。2年目の単年度黒字、4年目の累積黒字を予測している。

広告費用のレート、参加企業数ともに挑戦的な目標設定ではあるが、他方で、「企業会員」、「事業会員」という会員制度を設け、地元企業を中心に地域のステークホルダが主体的な意識をもって取り組みに参画できる方式が注目に値する。

バナー広告を含めた広告モデルによる収入確保には参加団体数の確保、安定した参加の維持が極めて重要になる。その対策として、地域としての意識、地元貢献を含めた能動的な取り組みとしての参加意識を高める工夫は重要となる。

表 2 収支モデル（出展：個別報告書）

（単位：千円）

収入	初年度	2年目	3年目	4年目	5年目
【情報発信枠による収入】	6,000	9,000	12,000	15,000	18,000
・情報発信枠の利用料(5万円/月)	6,000	9,000	12,000	15,000	18,000
参加企業	10	15	20	25	30
【一般広告による収入】	4,800	9,600	14,400	19,200	24,000
・事業者会員による協賛バナー(3万円/月)	1,800	3,600	5,400	7,200	9,000
参加企業	5	10	15	20	25
・広告配信プログラムの挿入(5万円/月)	3,000	6,000	9,000	12,000	15,000
参加企業	5	10	15	20	25
【広告配信による収入】	4,200	8,400	12,600	16,800	21,000
・広告配信プログラムによる収入(7万円/月)	4,200	8,400	12,600	16,800	21,000
参加企業	5	10	15	20	25
計	15,000	27,000	39,000	51,000	63,000

支出	初年度	2年目	3年目	4年目	5年目
初期費					
・システム構築	12,000				
・サイトデザイン	6,000				
・回線設置初期費	1,200				
・その他支援費	2,400				
維持・運営費用					
・サイトデザイン		6,000	6,000	6,000	6,000
・システム保守		6,000	6,000	6,000	6,000
・システム使用料(ASP利用)	6,000	7,200	8,640	10,368	12,442
・回線費用	2,400	2,880	3,456	4,147	4,977
・通信機器保守	1,200	1,440	1,728	2,074	2,488
・その他支援費		2,400	2,400	2,400	2,400
計	31,200	25,920	28,224	30,989	34,307

収支	初年度	2年目	3年目	4年目	5年目
単年度	-16,200	1,080	10,776	20,011	28,693
累計	-16,200	-15,120	-4,344	15,667	44,361

(7) 効果測定

効果測定のポイントとして、地域ポータル創生を「手続きのマルチチャネル化」と捉え、

- 利用対象者および利用者の増加
- エラー率の低下
- 重複した業務の削減
- 事務の生産性向上
- チャネル間の統合実現

と整理している。そして、具体的な評価モデルを下図のように示している。

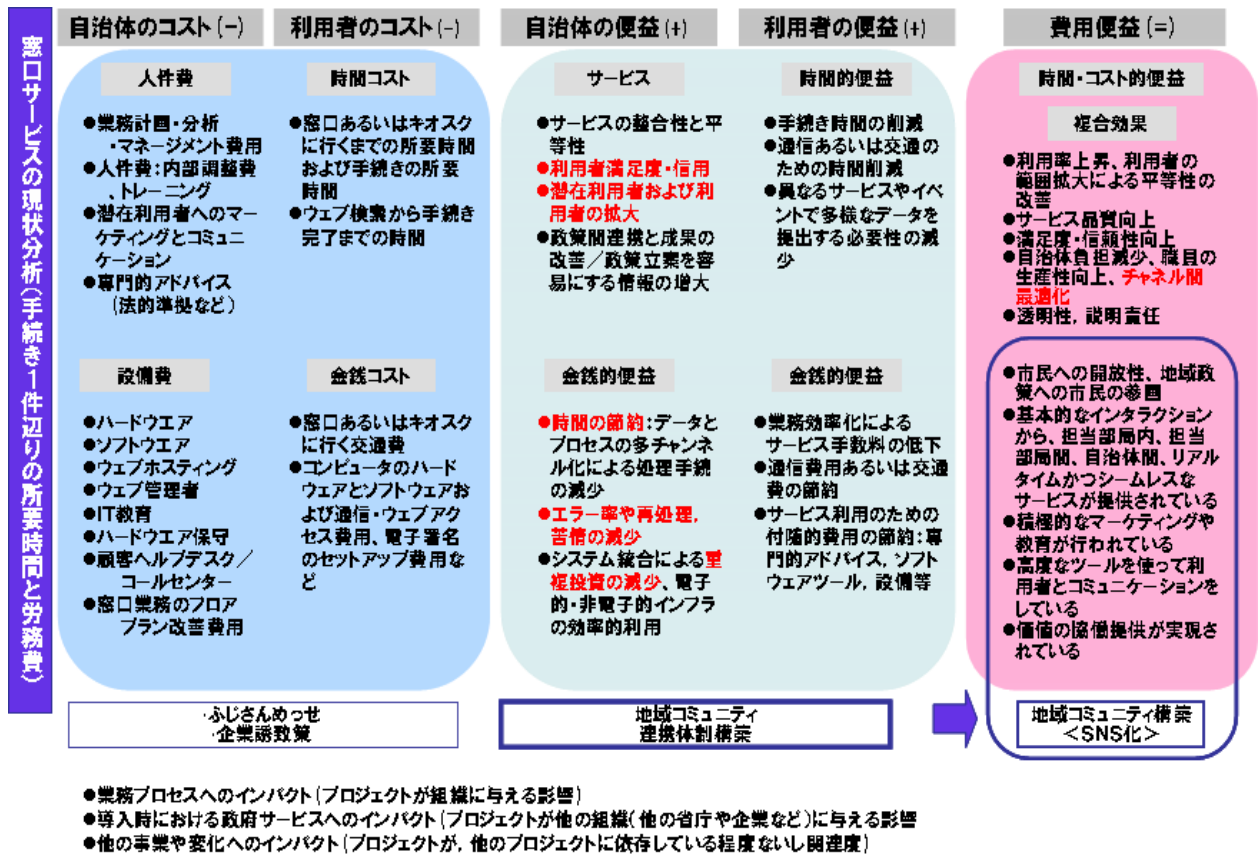


図 14 行政評価モデル (出展: 個別報告書)

4.2 住民生活向上系

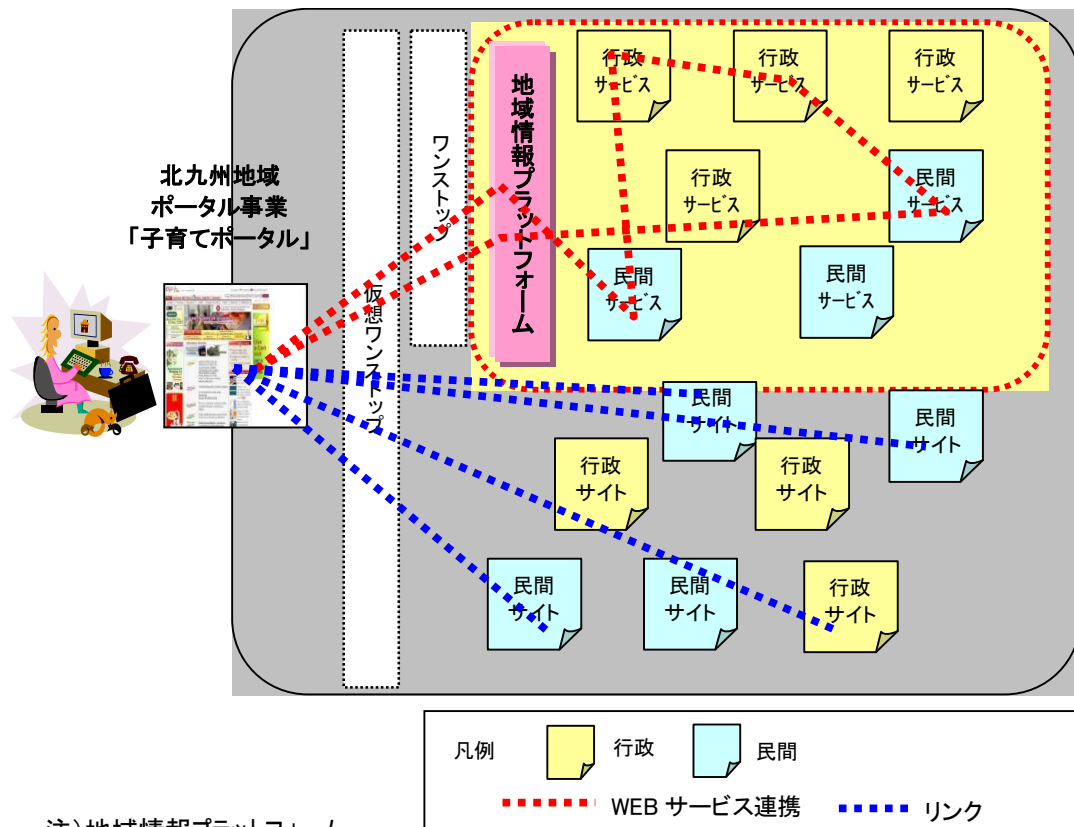
住民生活向上をテーマとした調査は福岡県北九州市をフィールドとして、「妊娠期」から「小学校卒業」までを対象として、官民合わせた子育てに関わる各種情報を発信し、さらに関連する手続きを支援する「子育てポータル」をテーマに実施された。

以下、その調査内容を整理する。

(1) 調査対象サービス

北九州市では、“妊娠”から“死亡”に至る市民の生涯を「子育てステージ」、「中高・大学ステージ」、「成人ステージ」、「高齢ステージ」などの幾つかのステージに分け、全市民を対象とした「生活密着型の総合ポータルサービス事業」を実施している。

本対象サービスは、その中でも“妊娠期”から“小学校卒業”を対象とし、子育てステージにある市民が、イベントやニーズに応じて、行政機関及び民間企業からの必要な情報やサービスを容易に取り出すことができるポータルとしている。



注)地域情報プラットフォーム:

APPLIC(財団法人 全国地域情報化推進協会)において、技術開発や標準化を進めているシステムの自由な連携や組み換えを実現するシステム連携基盤のこと

図 15 子育てポータルイメージ（出展：個別報告書）

この調査では子育てポータルを「地域における子育て関連サービスへの入口」と位置づけており、その効果として

- 子育て支援施策・サービスの充実による「子どもを産み育てやすい環境づくり」
- 子育て支援サービスの連携と簡便な手続き（ワンストップ化）の実現（行政手続の利便性の向上）
- 中小企業のIT化支援や新ICTサービスの創出による「地域産業の活性化」

と整理している。

つまり、地域の環境整備から行政を含めた効率化・生産性向上、最終的には地域の活性化につながる地域ICTサービスとして定義されている。

少子高齢化は北九州市のみならず広く各地域の課題であること、また、その解決が地域活性化において前提ともなりえる重要事項であることを考えれば、このポータルの重要性は十分に評価できる。

官民双方の子育てに関する情報の集約と利用者属性に応じた提供、さらには、そこからワンストップによる便利でかつ効率的な処理の実行が本ポータルの中核となる部分である。これによって、子育てに関するサービス向上と、それに関する住民生活の向上が図られる。

さらに、利用者の属性に合わせてポータル側が適切な情報を提供すること、すなわち情報と利用者のマッチングサービスが実行されることによって、情報・コンテンツの提供者となる地域企業、特に地域の中小企業に対するビジネスチャンスが拡大し、それに伴う経済効果が二次的な成果として地域の更なる発展に寄与する形となっている。

（２） 調査方法

本調査は 2006 年度調査事業において同テーマ、同地域で調査された内容の継続調査となっている。よって、2006 年度調査事業の結果をベースに、それを詳細化、発展させる方式で調査が行われている。

まず、2006 年度調査結果から対象サービスを選定している。選定されたサービスについて関係者に対する詳細ヒアリングを行い、内容分析を実施、業務設計へとつなげている。

さらに、これに対して事業運営に対する課題をステークホルダごとに整理し、ビジネスモデル提案につなげている。また、効果測定についての分析を行っている。

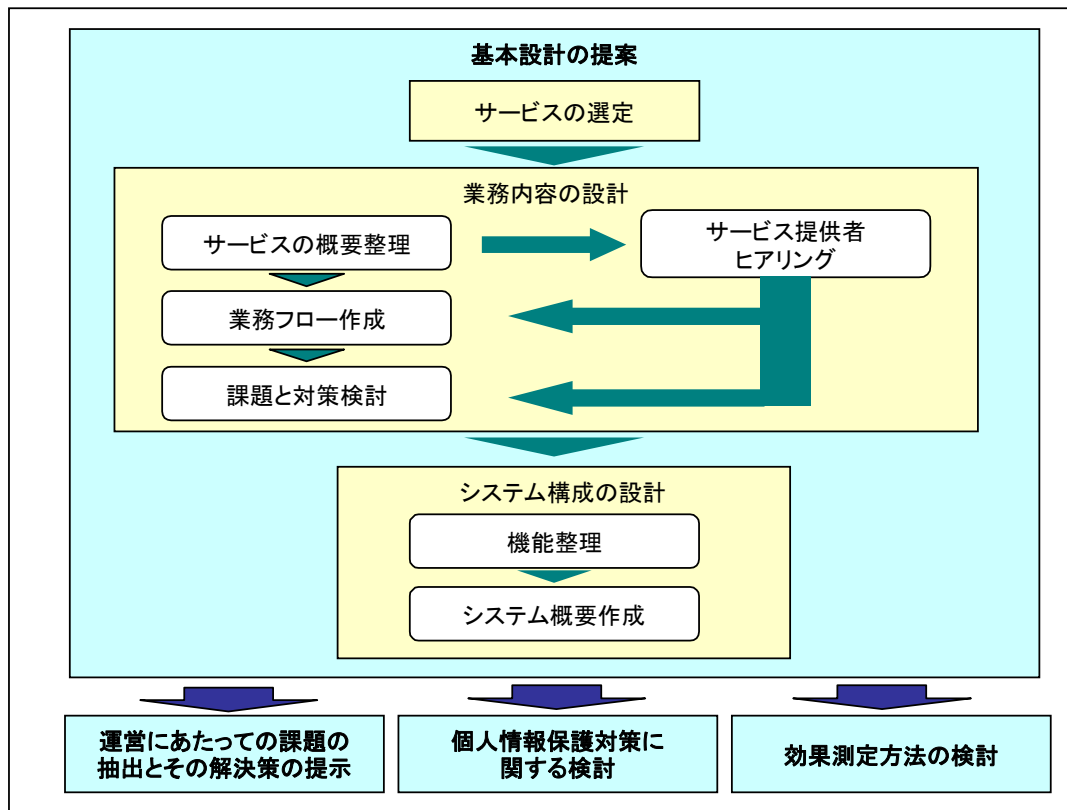


図 16 調査の流れ（出展：個別報告書）

表 3「地域ポータルサイト」の基本設計の提案の作業項目（出典：個別報告書）

No.	作業項目		作業概要
1	サービス選定		平成 18 年度の調査結果をもとに、本調査にて分析を行うサービスを選定した
2	業務内容の設計	サービスの概要整理	選定したサービスについて、ステークホルダ、サービスの関連について、概要整理を行った
		サービス提供者ヒアリング	サービス提供者に対して、サービスの詳細内容及び課題等について、ヒアリングを実施した
		業務フロー作成	選定したサービスの、業務フローを作成した
		課題と対策検討	上記サービスを実現する上で課題となる事項を整理した
3	システム構成の設計	機能整理	上記サービスを実現するために必要となる機能を整理した
		システム構成作成	上記サービスを実現するため、「地域情報プラットフォーム」に準拠したシステム構成図(全体:概略)を整理した

(3) 基本設計

基本設計の検討に先立ち、まず、詳細分析対象サービスの選定を行っている。2006 年度調査事業においては子育てポータルに該当するサービスとして 31 サービスを定義している。今回の調査では、この 31 サービスから

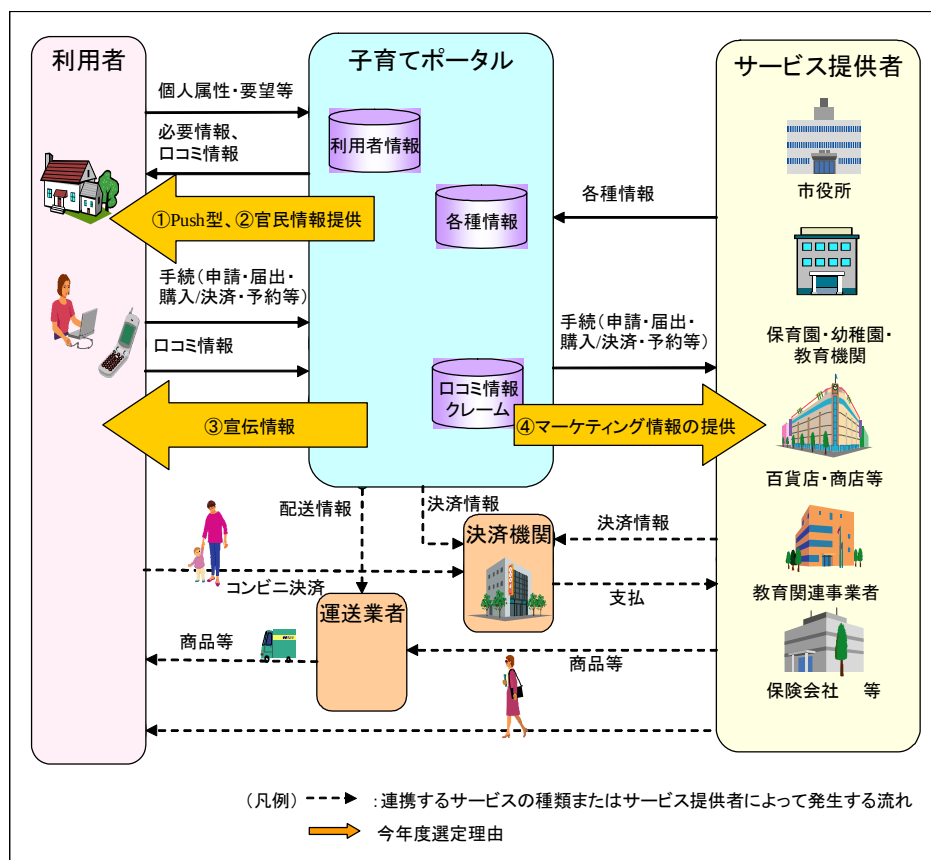
- 他のポータルと“事業的に”差別化できる
- 利用者及びサービス提供者双方にとって、メリットがあると想定される

といった特性を持つサービスを選定すべきという観点から、以下の4要件を満たすものを選定している。

- ① 市民へのプッシュ型サービスであること
- ② 官民連携で効果が上がるものであること
- ③ 宣伝効果(ビジネス効果)の高いものであること
- ④ 集積された情報がサービス提供者へのマーケティング情報になるもの

これらは、「利用者の状況に応じ、子育てに関する必要な情報を提供するサービスであり、提供された情報を元に、必要なサービスをワンストップで行えるようなサービス」であり、総称して「ワンストップナビゲーションサービス」と定義している。

図 17 ワンストップナビゲーションサービス（出展：個別報告書）



選定されたサービスは次ページの通りである。

表 4 ワンストップナビゲーションサービスの該当サービス（出典：個別報告書）

No.	サービス名	サービスの概要	備考
1	わたしのなんでもフォルダ (個人・家族情報の登録・変更)	個人情報や家族情報の登録の内容に沿って、ポータルの利用者である保護者や子どもに関するタイムリーな情報を配信するサービス。子育てステージに訪れるイベントに沿って必要となる手続などを教えてくれるほか、自分の趣味や興味を登録するとそれにマッチした官民のイベントや売り出し情報などがプッシュされる。	平成 18 年度の調査では、利用者自ら検索するサービスとしていたが、本調査では、プッシュ型で配信されてくるサービスとして整理した。
3	イベント・ニーズからの探索コーナー	子育てステージにいる保護者が、妊娠から小学校卒業までのイベントに応じ、関連する情報やサービスが配信されてくるサービス。 また、配信された情報をもとに、次のアクション(購入、予約等)に進むことができる。	
5	お祝い・プレゼント・おもちゃコーナー	お祝いごとの多い子育てステージに合わせて、おくりもの、お祝いなどに関する情報やサービスが配信されてくるサービス。申込や注文も可能とする。	
9	保育施設・教育機関情報コーナー	保育園、幼稚園、小学校に限らず、中・高・大まで、子どもの将来を考えるための情報が配信されてくるサービス。 保育園や幼稚園の入園申込サービスも可能である。また、お受験情報も配信される。	
11	子どもの能力開発支援コーナー	子どもに見せたい本、図書や教育のための教材、学習施設や育児教室のほか、伝統芸能(歌舞伎、落語、狂言、相撲等)やスポーツ、芸術などの情報が配信されてくるサービス。申込や注文も可能とする。また、近くにある塾や習い事の紹介(場所、授業料、口コミの評判など)も行い、無料体験教室の申込をすることも可能とする。	
17	ワンストップ電子申請	「児童手当認定申請」や「国民健康保険加入届出」といった必要な手続について、利用者の属性に応じ配信するサービス。個々の手続だけでなく、複数の手続をワンストップで提供することも可能。将来的には、行政のみならず、民間をも視野にいれる。	
22	子育て中のグッズ、サービス、お買物コーナー	子育て中の気になるグッズ情報やサービスが配信されてくるサービス。購入や予約までをおこなう。 売れ筋に関係なく、特集するテーマ(子育てママのストレス発散グッズ etc)ごとに新製品や風変わりなグッズも紹介する。	
29	子どもと親のためのイベント・講座・求人等申込	官民の子育て関連団体が提供する、健康づくり、子育て支援、再就職支援等のイベント、講座の情報が配信されてくるサービス。申込をインターネットで行うことができる。 また、申し込んだ講座等に参加することができなかった場合には、イベントや講座終了後、その内容を自宅のPCで見することもできる。	

(注意)・サービス概要は、平成 18 年度のサービス概要を本年度用に一部修正して記載。

・No.の欄は、表2-1のNo.と同一のものを記載。

上記は主にサービス利用者に着目したものである。さらに、これに加えてサービス提供者側に着目したサービスメニューも提案している。

「宣伝効果の向上、マーケティング情報の提供」につながるサービスという観点から以下のサービスを抽出している。

表 5 サービス提供者向けサービス(出典:個別報告書)

No.	サービス名	内容
1	広告掲載	バナー等広告主より受け付けた広告を、ポータル上に掲載するサービス。(広告掲載料は定額とするが、実際の広告効果の確認や後述のアフィリエイト機能、広告料金の改訂の論拠などに活用するため、システム上は、広告へのアクセス数等も管理できる機能を別途用意しておくこととする。)
2	アフィリエイト	バナー、商品の紹介等の広告を掲載し、それらを経由し広告主のオンラインショッピングにて商品を購入した際の金額(または広告のクリック数)に応じ、紹介料の支払が発生するサービス。
3	マーケティング情報提供	サービス提供者やバナー広告業者に、マーケティングに必要な各種情報を提供するサービス。

このワンストップナビゲーションサービスについて、関連するステークホルダの整理、ステークホルダ間の情報連携の整理(DFD 作成)を通じ、具体的な業務フローとして

- 事業者登録
- 利用者登録
- コンテンツ登録
- 情報発信
- サービス連携
 - ※ 北九州市との連携
 - ※ 教育関連事業者との連携
 - ※ 保健会社との連携

を作成している。

結果、得られた機能一覧は次ページの通りである。

表 6 ワンストップサービス機能一覧(1/4) (出典:個別報告書)

No.	システム (サイト)			機能	機能概要	備考
1	地域ポータル	子育てポータル	共通	地域ポータル画面表示機能	地域ポータルを表示する機能	
2				子育てポータル画面表示機能	子育てポータルを表示する機能	
3				利用者登録機能	利用者からの登録申込を受け付ける機能	
4					ID／パスワード登録機能	利用者を識別するために ID とパスワードを払い出し、登録する機能
5					メール配信機能	利用者登録申込者に確認メールを配信する機能
6					確認登録機能	確認メールを受け取った利用者が、利用者登録を行う機能
7					個人・家族情報登録・更新機能	自分や家族の情報や、自分の欲しい情報等を、登録・更新する機能。プッシュ型の情報配信の希望有無も設定できる
8				ログイン	利用者をID／パスワードで認証する機能	ログイン後はMyポータル画面を表示
9				カレンダー表示機能	カレンダーを表示する機能	
10					日付を押された際に、取得した情報のうち、その日付に関連するイベント情報を表示する機能	表示するイベントは、新着情報及び配信情報とする
11				イベント表示機能	取得した情報(イベント情報)を表示する機能	表示するイベントは、新着情報及び配信情報とする
12					イベントを一覧形式で表示する機能	
13					一覧の中のイベントを押された際に、そのイベントの詳細情報を表示する機能	
14				キーワード検索機能	自由なキーワードを単一、複数指定することにより、地域ポータルサイト内、及びあらかじめ登録されたサイト内の、静的コンテンツ(HTML)から、必要な情報を検索する機能	
15					検索結果画面に、キーワードに合わせたリスティング広告を表示する機能	表示対象サイトをあらかじめ登録する機能を含む

表 7 ワンストップサービス機能一覧(2/4) (出典:個別報告書)

No.	システム (サイト)			機能		機能概要	備考
16	地域ポータル	子育てポータル	共通	他サイトへのリンク機能		配信情報、新着情報等にあるURLから、他サイトへリンクする機能	
17						他サイトへリンクする際に、利用者情報(氏名等の基本情報)を連携する機能	
18				コンテンツ連動型広告機能		利用者が利用するコンテンツや入力したキーワードに沿ってバナー広告を連動させ表示する機能	
19				口コミ情報登録機能	口コミ情報登録機能	利用者が情報・サービスを利用した感想を登録する機能	
20					口コミ情報検索・閲覧機能	利用者が既に登録されている口コミ情報を検索・閲覧する機能	
21		Myポータル	Myポータル画面表示機能		Myポータルを表示する機能		
22			画面カスタマイズ機能		利用者が、画面のサービスの配置や色、文字の大きさを設定し、その内容を登録する機能		
23					登録された設定内容に基づいて画面を表示する機能		
24			利用頻度学習機能		利用者ごとに、メニュー(メニューブロック内)の利用頻度を自動で登録する機能		
25					メニュー(メニューブロック内)の表示順序を、利用者の利用頻度に応じて多い順に上から並べて表示する機能		
26			新着情報表示機能		Myポータル表示時に、新着情報を一覧形式で表示する機能		
27					一覧の中のお知らせを押された際に、そのお知らせの詳細情報を表示する機能	規定フォーマットに従って画面表示	
28			プッシュ機能(配信機能)	配信情報取得機能	利用者から要求があった(ボタンが押された)際に、利用者ごとの条件を取得し、情報提供者(自治体及び事業者)に情報提供依頼を送信する機能		
29					情報提供者(自治体及び、事業者)から、取得した情報を受け取り、配信情報DBに登録する機能		
30				配信情報表示機能	取得した情報を一覧形式等で表示する機能		
31					一覧の中のお知らせを押された際に、そのお知らせの詳細情報を表示する機能	規定フォーマットに従って画面表示	
32					サービス連携機能	サービス提供者がもつサービスに連携する機能	連携後は、サービス提供者のシステムが動く

表 8 ワンストップサービス機能一覧(3/4) (出典:個別報告書)

No.	システム (サイト)		機能		機能概要	備考
33	地域ポータル	情報取得／配信システム	新着情報取得・管理機能		情報提供者（自治体及び、事業者）からの新着情報を定期的に取得する機能	
34					取得した情報を新着情報DBに登録する機能	
35					新着情報DB、配信情報DBに登録した情報を削除する機能	
36			新着情報配信機能		情報提供者からの新着情報を受け付け、地域ポータルに送信する機能	
37			配信情報提供依頼機能		利用者からの情報提供依頼と利用者の条件を受け付け、該当の自治体又は事業者の情報提供を依頼する機能	
38			配信情報受付機能		情報提供者からの配信情報を受け付け、依頼元に送信する機能	
39		事業者向けポータル	事業者ポータル画面表示機能		事業者ポータルを表示する機能	
40			事業者登録機能	事業者登録受付機能	事業者からの登録申込を受け付ける機能	
41	ID／パスワード登録機能			事業者を識別するために ID とパスワードを払い出し、登録する機能		
42	確認登録機能			確認メールを受け取った事業者の登録を行う機能		
43	メール配信機能			事業者登録申込者に確認メールを配信する機能		
44	ログイン		事業者をID／パスワードで認証する機能			
45	コンテンツ登録・更新機能		事業者からの配信情報、及び新着情報を登録及び更新する機能			
46	広告掲載	Web広告	Web 広告作成機能	バナー広告主より受け付けた広告を、ポータル上に掲載するサービス		
47			Web 広告掲載管理機能	ポータルに掲載した Web 広告におけるアクセス数等の管理を行う機能		
48		メール広告	メール 広告 作成 機能	各種配信情報の条件に合致するメール広告を、該当の配信情報に付与する機能		
49			メール 広告 配信 管理機能	配信したメール広告の配信数等の管理を行う機能		
50	マーケティング情報提供	アフィリエイト機能		紹介料(手数料)算出のため、Web 広告経由で購入した商品金額(またはクリック数)を管理する機能		
51		情報集計機能		マーケティングに必要となる各種情報を収集する機能		
52		情報提供機能		マーケティングに必要となる各種情報を提供する機能		

表 9 ワンストップサービス機能一覧(4/4) (出典:個別報告書)

No.	システム (サイト)		機能		機能概要	備考
53	自治体	子育てポータル連携システム	自治体情報登録機能	配信情報登録機能	自治体からの配信情報を、自治体内であらかじめ登録しておく機能	情報の管轄元が、Web画面で各自情報登録を行う
54				新着情報登録機能	自治体からの新着情報を、自治体内であらかじめ登録する機能	情報の管轄元が、Web画面で各自情報登録を行う
55			配信情報検索機能		地域ポータルからの情報提供要求に対して、あらかじめ登録しておいた配信情報から、条件に合った情報を検索する機能	
56			コンテンツ抽出・変換機能		地域ポータルからの情報提供要求に対して、自治体内で管理するコンテンツの情報から、新着情報、及び条件に合った情報(配信情報)を検索する機能	
57					検索した情報を、子育てポータルの規定するインタフェースに基づいて、変換する機能	
58			自治体情報送信機能	配信情報送信機能	配信情報を地域ポータルに送付する機能	
59				新着情報送信機能	新着情報を地域ポータルに送付する機能	
60	サービス提供者(民間事業者)	子育てポータル連携システム	事業者情報登録機能	配信情報登録機能	事業者からの配信情報を、事業者内であらかじめ登録しておく機能	情報の管轄元が、Web画面で各自情報登録を行う
61				新着情報登録機能	事業者からの新着情報を、事業者内であらかじめ登録しておく機能	情報の管轄元が、Web画面で各自情報登録を行う
62			配信情報検索機能		地域ポータルからの情報提供要求に対して、あらかじめ登録しておいた配信情報から、条件に合った情報を検索する機能	
63			コンテンツ抽出・変換機能		地域ポータルからの情報提供要求に対して、事業者内で管理するコンテンツの情報から、新着情報、及び条件に合った情報(配信情報)を検索する機能	
64					検索した情報を、子育てポータルの規定するインタフェースに基づいて、変換する機能	
65			事業者情報送信機能	配信情報送信機能	配信情報を地域ポータルに送付する機能	
66				新着情報送信機能	新着情報を地域ポータルに送付する機能	

※「新着情報」はサービス提供者からの完全なプッシュ型であるが、「配信情報」は地域ポータルからの情報提供依頼を起点する半プッシュ型(サービス提供者からプッシュされる情報ではあるが利用者側からの要求がなければ提供されないという意味)である。

そして、システム構成を以下としている。

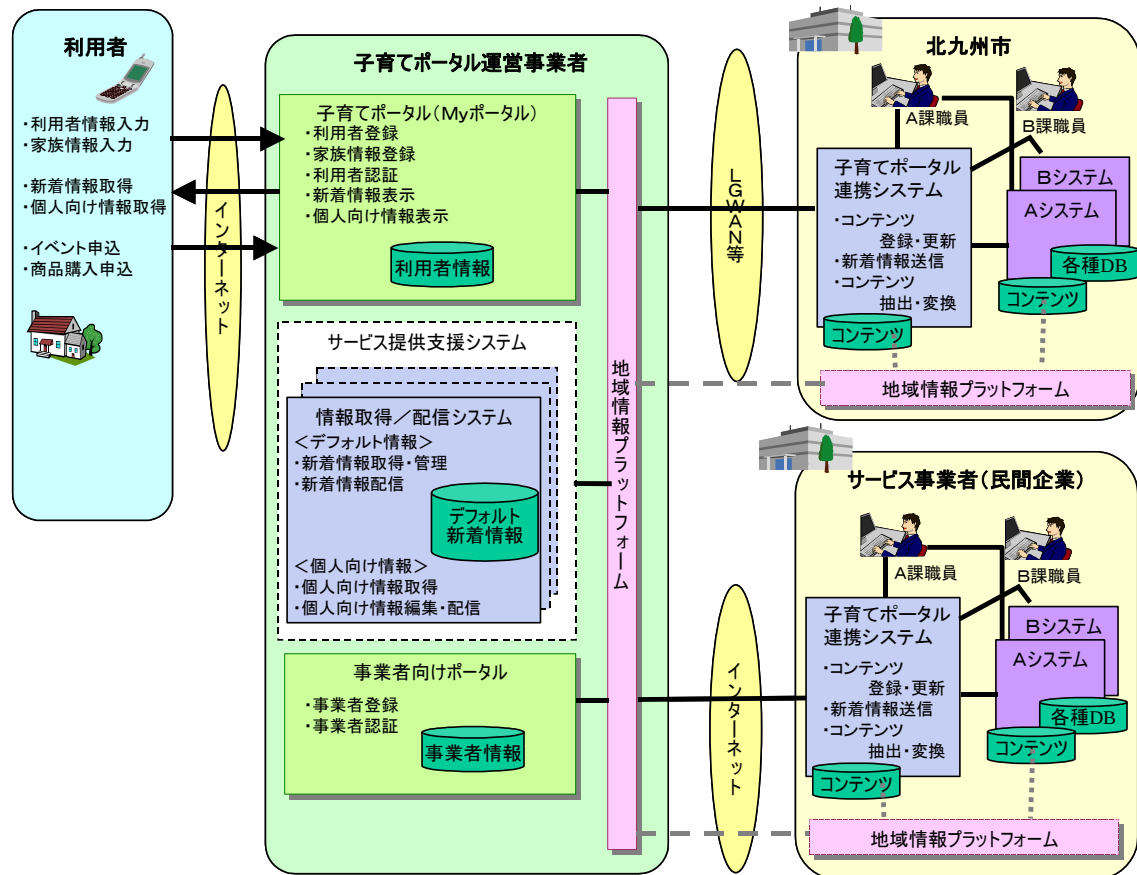


図 18 子育てポータルのシステム構成イメージ（出典：個別報告書）

サービス利用者である市民向けのポータル(Myポータル)と、サービス提供者である事業者向けのポータルを双方用意している構成が典型的と言える。

地域ポータルはサービス利用者にとっても、またサービス提供者にとってもポータルとして機能するものであり、その前提からも自然な帰結と言える。

さらに、サービス提供者からのコンテンツ登録には事業者向けポータル経由での手動の登録に加え、地域情報プラットフォームを活用したシステム間連携による情報登録を実現していることは注目に値する。

多くの事業者は登録対象のコンテンツを企業内では何らかのシステム - 具体的にはコンテンツマネジメントシステムなど - によって管理している。その場合、手動による処理ではなくシステム間の自動連携による処理を導入することで業務効率化の実現はもちろん、登録漏れや登録間違いなどを防ぎ、より新鮮な情報をより確実に公開できるようになる。

(4) 運用・運営体制

2006 年度調査事業の結果を踏まえ、子育てポータルでは官民サービスの連携が前提であることなどから、ポータル運営者は民間を前提としている。

さらに、「北九州市における地域を支える基盤の一つとして提供されるべき」という視点から、「ポータル運営事業者には、高い信頼性、倫理性、公益性を備え、北九州市と目的を共有することができる存在であることが望ましい」としている。

加えて、「本ポータルが、広義の行政サービスの一端をになうという性格上、運営団体には一定の公共性が担保されねばならない。」ともしている。

結論として、行政が運営方針に一定の影響力をもちうる民間団体として、「外郭団体もしくはNPO法人との連携を検討すべきだ」とまとめている。

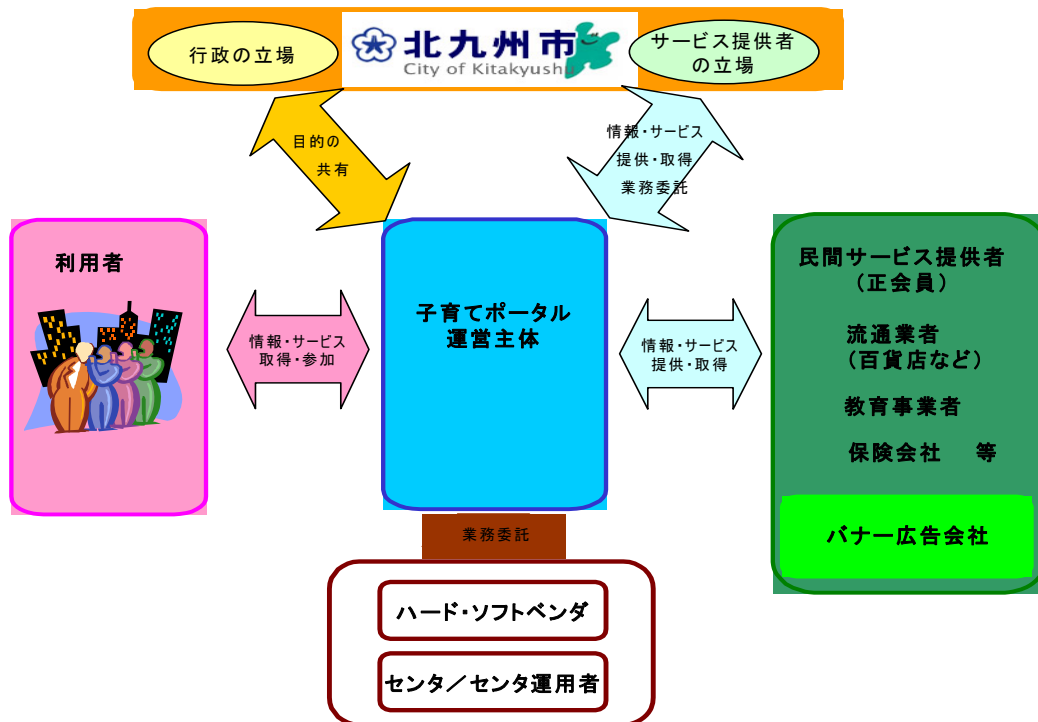


図 19 子育てポータル運営主体をとりまくステークホルダ関連（出典：個別報告書）

(5) 課題・解決策

子育てポータル構築において基本設計の検討の中、技術的観点での決定的な問題点は見られなかった。しかし、運営においてはいくつかの課題が見られた。

後述するようにワンストップナビゲーションサービス単体でのビジネスモデルには限界がある。子育てポータルを地域活性化につながる真の社会基盤として継続的、発展的に運営するためにはビジネスモデルの発展にむけた以下の課題があるとしている。

- 北九州市電子申請にかかるシステム運営の受託可能性の検討
子育て関連手続きを中心に電子申請窓口としての位置づけを高める。
また、電子申請を起点として官から民への情報連携を含めた官民連携の強化を図る。
これによって利用者増を目指す。
- 他自治体との連携強化
子育てポータルを複数自治体で共同利用する。
よって、複数自治体からの利用料収入、サービス利用者、サービス提供者の増加を目指す。
- 民間サービス事業者間連携機能の強化
子育てポータルを中核とした事業者間の連携によって新たな価値、ビジネス上のイノベーションを創造する。社会基盤としての地域ポータルの機能といえる。
- 既存ポータルサービスとの連携強化
地域の既存ポータルを取りまとめる親ポータルの位置づけで連携を図る。
地域経営施策の一環として既存ポータルとの情報流通による全体活性化を目指す。
また、全国レベルのポータル事業者と連携を図り、一層のコンテンツ強化、利便性向上を図る。

また、以下も追加検討必要としている。

- 保険会社との連携
現時点の分析では、保険会社の方で、適切な代理店に連絡する業務フローとしているが、振り分ける代理店の条件が明確であれば、子育てポータルから、直接、代理店へ連絡することも可能となる。
- その他ステークホルダとの調整
サービス提供者として、「市役所等」「保育園・幼稚園・小学校・中学校」「百貨店・商店等」「教育関連事業者」「保険会社」などを整理しているが、さらに様々なステークホルダの参加を促すことにより、一層市民に利用されるポータルとして展開していくことが可能となる。

そのほか、事業化に関する詳細な課題と解決策は次表のとおりである。

表 10 事業化実現のための課題と対策（出典：個別報告書）

No.	課題		対策案
	分類	内容	
1	コスト削減	初期費用の削減を図る	国等の公的機関から、子育てあるいはIT事業に関する助成等の公募がある場合は、それらに応募する
		運営費用の削減を図る	効率的な事業運営に努め、運営経費の削減を図る
2	収入の増加	参加するサービス提供者の増加を図る	・多くの事業者に参加してもらうよう営業活動を行う ・サービス提供者の参加価値を高めるため、子育てポータル利用者の増加を図る ・他自治体と連携（共同運用）することにより、収入の増加を図る
3		利用者の増加を図る	・子育て世代は携帯世代ともいわれているため、携帯電話でも利用できるようにすることで、利用者の増加につながる ・他自治体と連携（共同運用）することにより、トータルとしての利用者を増やす
4		サービス提供者1社あたりの売上規模を拡大する	子育てポータルの認知度を徹底的に高め、利用者増やアクセス増を実現させることで、1社あたりの売上増を図るとともに、サービス提供者間連携といった新たな収入モデルについて積極的に企画・提案していく

(6) 収支・ビジネスモデル

収支予測を行うにあたり、まず前提となる利用者数予測を次のように行っている。

結果、対象人口を 15,887 人と算出している。

想定利用者数計算論拠のまとめ	
・ 北九州市における 0 歳から 12 歳までの人口	: 112,859 人 (A)
・ 北九州市の合計特殊出生率	: 1.30 (B)
・ 「対象家族」の総数	: 86,815 家族 (A/B=C)
・ 北九州市のインターネット普及率	: 61% (D)
・ 「ターゲット家族」の総数	: 52,957 家族 (C×D=E)
・ 「利用家族」の割合	: 20% (F)
・ 「利用家族」あたりの平均利用者数	: 1.5 人 (G)
初期利用者数=E×F×G=15,887 人	

これを前提に、まず支出として初期費用にシステム企画から構築、設備費用などを含めて約 5 千万円を計上している。さらに運用費としては一年間で約 4 千万円と見積もっている。

表 11 初期費用（出典：個別報告書）

大項目	中項目	小項目	考え方	(単価)	費用(円／年)	
初期費用	システム企画・設計費	ポータル画面	工数で算出。3人月	1,000,000	3,000,000	
		基本画面	工数で算出。5人月	1,000,000	5,000,000	
		各種サービス	工数で算出。8人月	1,000,000	8,000,000	
		小計				16,000,000
	システム開発	システム環境構築		工数で算出。1人月	700,000	700,000
		ポータル基本機能開発		工数で算出。50人月	700,000	35,000,000
		各種サービス開発	地域ポータル内システム			
			北九州市専用システム			
			民間企業専用システム			
			民間連携システム (民間企業内)			
	小計				35,700,000	
	設備費	機器購入費		LANケーブル等		52,500
		設備工事費		機器搬入、ラッキング 200,000円		200,000
		DCハウジング初期費用		初期費用 100,000円		100,000
		回線使用料初期費用		インターネット回線使用料 (Bフレッツビジネス 100M 8ip) 初期費用30,000円		30,000
		小計				382,500
合計					52,082,500	

表 12 運用費（出典：個別報告書）

大項目	中項目	小項目	考え方	単価	費用(円／年)
運用費用	設備・システム関連	機器類・リース・レンタル費	サーバ類,NW機器,クライアント,関連ソフト (12ヶ月)		6,000,000
		DCハウジング費用	月額費用 100,000円×12月	100,000	1,200,000
		回線使用料	インターネット回線使用料 (Bフレッツビジネス 100M 8ip) 月額119,000×12ヶ月	119,000	1,428,000
		保守費(ハード・ソフト)	ハード、ソフト保守(機器類リース・レンタルの 15%)		900,000
		システム運用・保守費	運用・保守人員2名 × 7,000,000円	7,000,000	14,000,000
	小計				23,528,000
	運営経費	事務局運営費用	事務局費用 職員2名 × 5,000,000円	5,000,000	10,000,000
		広告・プロモーション費	郵便料等50,000円含む		6,000,000
		消耗品等	印刷費、消耗品		500,000
	小計				16,500,000
合計				40,028,000	

注)運用費は事業者数、利用者数増加に伴い、各項目とも毎年、対前年度3%程度ずつ増加すると仮定。

これに対する事業収入予測は、初年度約2千万円。その後、毎年対前年度比10%増を想定している。

表 13 子育てポータル事業収入（出典：個別報告書）

大項目	中項目	小項目	考え方	費用(円／年) (1年目)
事業収入	北九州市	利用料	1,000,000円／年 とする	1,000,000
	民間サービス提供者 (正会員)	商品販売機会提供手数料	} 年会費として徴収(取扱高は考慮しない) 1社あたり、100,000円／年。当初30社。 毎年、対前年度10%ずつ社数増加と仮定。	3,000,000
		コンテンツ登録等サービス利用料		
		情報料		
		Web広告費	WEB広告20,000円／年(正会員割引)。当初5社。 毎年、対前年度10%ずつ社数増加と仮定。	100,000
		メール広告費(子供関連) ー子供向け商品に関する広告配信	メール広告15円／1通(正会員割引) 1社あたり、4回。 1回あたり、利用者全員と仮定(15,887人)。 15円×15,887人×4回＝953,220円／社。当初5社。 毎年、対前年度10%ずつ利用者数、社数とも増加と仮定。	4,766,100
		メール広告費(子供関連以外) ー利用者(保護者など)向け商品に関する広告配信	メール広告10円／1通(正会員割引) 1社あたり、4回。 1回あたり、全利用者の30%平均と仮定(4,766人)。 10円×4,766人×4回＝190,640円／社。当初5社。 毎年、対前年度10%ずつ利用者数、社数とも増加と仮定。	953,200
	バナー広告業者	Web広告費	WEB広告:30000円／年。当初7社。 毎年、対前年度10%ずつ社数増加と仮定。	210,000
		メール広告費(子供関連) ー子供向け商品に関する広告配信	メール広告20円／1通。1社あたり、4回。 1回あたり、利用者全員と仮定(15,887人)。 20円×15,887人×4回＝1,270,960円／社。当初7社。 毎年、対前年度10%ずつ利用者数、社数とも増加と仮定。	8,896,720
		メール広告費(子供関連以外) ー利用者(保護者など)向け商品に関する広告配信	メール広告15円／1通。 1社あたり、4回。 1回あたり、全利用者の30%平均と仮定(4,766人)。 15円×4,766人×4回＝285,960円／社。当初7社。 毎年、対前年度10%ずつ利用者数、社数とも増加と仮定。	2,001,720
合計				20,927,740

まとめると以下ようになる。

初年度支出が約 9 千万円。その後の単年度支出が約 4 千万円。これに対して年間収入が約 2 千万円を始に 10% ずつの増加。

単年度黒字を達成するのが 6 年目。累積黒字を達成するのが 10 年目となる。

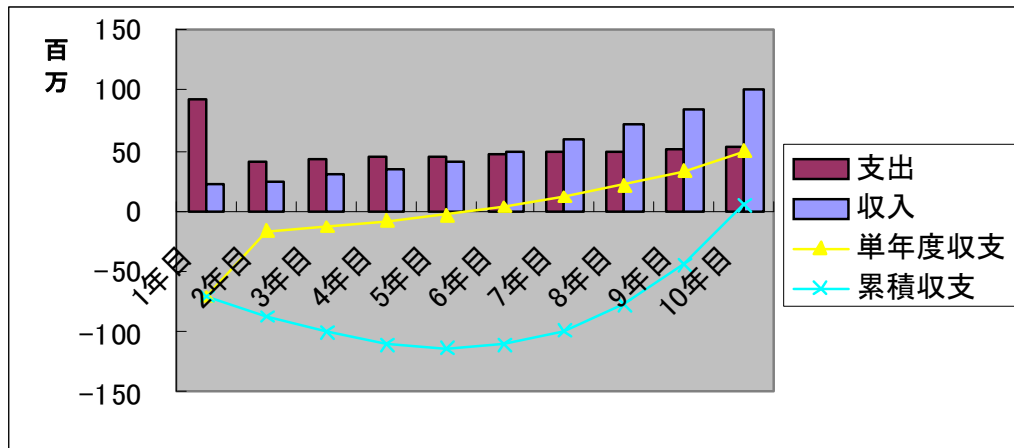


図 20 収支シミュレーション結果（出典：個別報告書）

子育てポータル単独の広告モデルを基礎としたビジネスモデルでは収支は決して楽観視できるものではない。

この点について個別調査では、特に初期構築費用の回収が困難であるとして、初期投資に対する公的な支援の必要性を訴えている。事業の公益性、地域への貢献を考えた場合、社会投資としての公的な支援は十分に考慮の範疇に入るものだろう。

さらに、課題・解決策の項でまとめたように、事業の発展を目指した様々な取り組みへの検討が重要となる。収益の増加は利用者の増加に依存しているが、逆に利用者の増加は収益増とポータルそのものの価値向上の両者に寄与するといえる。利用者増加による正の循環が機能すれば地域ポータルには大きな発展性があるともいえる。

年間の運用費約 4 千万円をみると、およそ 6 割が設備費。残りの 4 割が人件費を中心とした運営費である。本調査の範囲では、この運用体制で人口規模何万人まで処理可能であるかは特定できないが、スループットとして今回の対象人口規模約 1 万 6 千人に余裕があるのであれば、対象規模拡大による費用効率向上は十分考えられる。

他自治体との共同利用など全体規模の拡充を図り、一定のクリティカルマスを達成することが重要と考えられる。

(7) 効果測定

効果測定方式としては、電子政府評価委員会にて、東京大学産学連携本部「サービスイノベーション研究会」より報告された「電子行政の評価フレームワーク」を活用している。

(http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/densihyouka/kaisai_h19/dai2/siryou6.pdf)

上記のフレームワークおよびそのロジックモデルを基に、ステークホルダごとの評価指標を提示している。

まず、ステークホルダを大きく

- サービスを利用する「利用者」
- 子育てポータルを運営する立場の「子育てポータル運営事業者」
- 百貨店・商店等、教育関連事業者、保険会社等の民間サービス提供者
- サービス提供者の立場及び子育て支援行政の推進者の立場でもある北九州市

と分類している。

そして、それぞれの評価区分および評価指標は下表のとおりにまとめられている。

表 14 利用者の評価指標及び効果測定方法 （出典：個別報告書）

評価観点		評価指標	具体的内容	測定方法
区分	項目			
インパクト評価	有効性	満足度	Web サイトのアクセシビリティのよさ	利用者アンケートにより以下の観点で測定 ・例：システム操作の簡単さ、レスポンス時間、ヘルプ機能の充実度、事前準備の容易さ、処理状況の可視化等
			これまで利用者（住民）が、自ら動かないと知り得なかった自治体への申請手続きや民間サービスの情報を、ポータルサイトへのアクセスを通じて、居ながらにして情報入手できたかどうか	ある期間に子育てポータルから提供される情報の数（官、民のサービス提供者毎に算出）
			子育てに関する他の利用者からの声をどのくらい受け取ったか	ロコミ情報等への書き込み件数のうち、利用者がアクセスした件数
			利用者（住民）の必要な情報が必要なタイミングで送付され、次のアクションに継続できたかどうか	ある期間に利用者に送付された情報の回数と、その情報を契機とした次のアクションの実施数
			子育てに関する他の利用者の声や知識を活用できたかどうか	ロコミサイトへの書き込みに対して利用者がアクセスした件数に対する、コメントの件数
		時間・コストの削減量	これまで行っていた同様の作業・処理に比べて効率化できたかどうか	利用者アンケートによる、従来の作業時間・コストと、子育てポータルにより行った場合の作業時間・コストの比較

表 15 子育てポータル運営事業者の評価指標及び効果測定方法 （出典：個別報告書）

評価観点		評価指標	具体的内容	測定方法
区分	項目			
スループット評価	サービス	提供サービス数	どれだけのサービスが提供されているか	・サービス提供者の数 ・サービス提供者がそれぞれ提供しているサービスの数
アウトプット評価	サービス	利用率	北九州市の対象ターゲットに対して、どれだけの人が子育てポータルのサービスを使ったか	子育てポータルの登録者数
		認知度	北九州市や民間サービス事業者から発信する情報を閲覧した訪問者数（閲覧することにより認知したと仮定）	・子育てポータルトップのページビュー測定
		売上高	サービス提供者からどれだけの収入があったか	サービス提供者から支払われた手数料等の合計
		品質	サービスを受ける前に期待していたサービス品質（期待品質）と、サービスを受けたあとに感じた品質（知覚品質）の差異	利用者アンケートから判断 ・期待品質の観点としては、サービス時間の制約、レスポンス時間、操作の容易さ等 ・知覚品質としては、作業・処理の効率化等
	技術	稼働率	単位時間あたりに子育てポータル及び各サービス提供者が利用者に対してサービスを提供していた割合	子育てポータル及び、各サービス提供者が利用者に対してサービスを提供していた時間と、サービス停止していた時間の比率

表 16 サービス提供者（民間事業者）の評価指標及び効果測定方法（出典：個別報告書）

評価観点		評価指標	具体的内容	測定方法
区分	項目			
アウトプット評価	サービス	利用率	どれだけの人が当該サービス提供者のサービスを使ったか	子育てポータルへのアクセスログで測定 (当該サービス提供者サービス利用者数／子育てポータル訪問者数)
		認知度	子育てポータルからの当該サービス提供者の情報の閲覧者数(閲覧することにより認知したと仮定)	・当該サービス事業者の配信情報(個人あて含む)の閲覧者数測定 ・利用者アンケートにより確認
インパクト評価	効率性	時間・コストの削減量	これまで行っていた同様の作業・処理に比べて効率化できたかどうか	利用者アンケートにより、従来の作業時間・コストと、子育てポータルにより行った場合の作業時間・コストを比較
	有効性	売上高	子育てポータルを契機にて実際に購入した売上高	子育てポータルを介して行われた商品購入金額を集計
			子育てポータル導入前の同時期、同一製品への売上高と、導入後の売上高の比較	サービス提供者側へのアンケートの実施

表 17 北九州市の評価指標及び効果測定方法（出典：個別報告書）

評価観点		評価指標	具体的内容	測定方法
区分	項目			
アウトプット評価	サービス	利用率	どれだけの人が子育てポータルのサービスを使ったか	子育てポータルへのアクセスログで測定
		認知度	北九州市から発信する情報を閲覧した訪問者数(閲覧することにより認知したと仮定)	・北九州市の配信情報(個人あて含む)の閲覧者数測定 ・利用者アンケートにより、確認
インパクト評価	有効性	時間・コストの削減量	これまで行っていた同様の作業・処理に比べて効率化できたかどうか	職員の業務処理時間について、子育てポータルを介する業務と子育てポータルを介さない業務の処理時間を調査

上記の北九州市は「サービス提供者」の視点での評価である。北九州市はそれ以外にも「子育て支援行政の推進者」としての立場もある。これについては、

- 子育てポータルによるサービスの提供という“子育て政策”に関する効果
- 子育てポータルによる“社会”に与える効果

の政策的価値、社会的価値を評価指標に分析するべきとしている。具体的な手段としては、北九州市民全体を対象としてある一定規模の母数を選別し、子育てポータルで行っているサービス内容をもとに住民アンケートを実施して定量化することを提案している。

以上の評価指標を基に効果を算出し、必要となる投資と比較した費用対効果を導き最終評価とする必要があるとしている。各ステークホルダーが子育てポータルに基づく事業計画を検討する際には、この費用対効果分析を参考に進めることが可能となる。

最終的な評価フレームワークとして下図を提示している。

インプット	スループット	アウトプット	インパクト	最終アウトカム
人件費 - 調査分析～評価にいたるまでの人件費 - システムの運用費	サービス - 手続のオンライン化率 - 提供サービス数 - 自治体間連携、官民連携	サービス - 期待品質、知覚品質 - 利用率、認知度 - 売り上げ	有効性 - 利用者の満足度(サービス品質・利用コスト) - 時間、コストの削減量 - セキュリティ	政策的価値 使われる電子行政の実現
IT支出 サービス提供に必要なハード、ソフト、構築費用等	技術 性能(ユーザ数、トランザクション数)	技術 稼働率	効率性 - サービス提供の効率 - 企業の利益(純益、顧客数)	経済的価値 - 雇用促進 - 地域経済活性化 - 産業誘発 - 自治体税収の増加
業務・組織再編費用 - 業務改善、組織再編(総合窓口設置)等に係る費用 - 子育てポータルのスキーム構築に係る費用				社会的価値 - 市民サービスの向上 - 地域の活性化 - 地域イメージの向上

図 21 子育てポータルの評価フレームワーク（出典：個別報告書）

4.3 地域産業活性化系

地域産業活性化をテーマとした調査は茨城県をフィールドとして、観光客が観光サイクル(観光前・観光中・観光後)に応じて、様々な観光情報を取得・利用し、また宿泊予約などの観光サービスを利用できる「観光ポータル」をテーマに実施された。

以下、その調査内容を整理する。

(1) 調査対象サービス

地域を訪れる、あるいは、それを計画している観光客を対象とした「観光ポータル」である。

この調査では、観光ポータルの概要を

地域を訪れる観光客向けのサービスの入り口であり、観光客が観光サイクル(観光前・観光中・観光後)に応じて、必要とするサービス(観光情報*1やサービス*2)を、「いつでも・どこでも」、容易に取り出せる地域の観光情報の統合サイトとする。

また、ネットワーク上に散在する個々のサービスを適切に連携させ、観光客にとっても観光事業者にとっても、真に利便性に優れた IT サービスを実現する。

本観光ポータルサイトを通して集客力・認知度の向上や広報周知活動の効率化を図り、地域全体の活性化に寄与することを目指す。

*1: 地域の歴史・文化・自然・イベント等の観光資源に関する情報やホテル、名産品、観光協会等に関する情報等

*2: イベントやホテルの予約、名産品の購入等

と定義している。

観光を計画している、観光中である、観光を終えて帰宅している、各フェーズの市民に対して様々な情報提供を行うと共に、宿泊予約や物品の購入などを中心に各種サービスの利用を可能とするポータルサイトである。

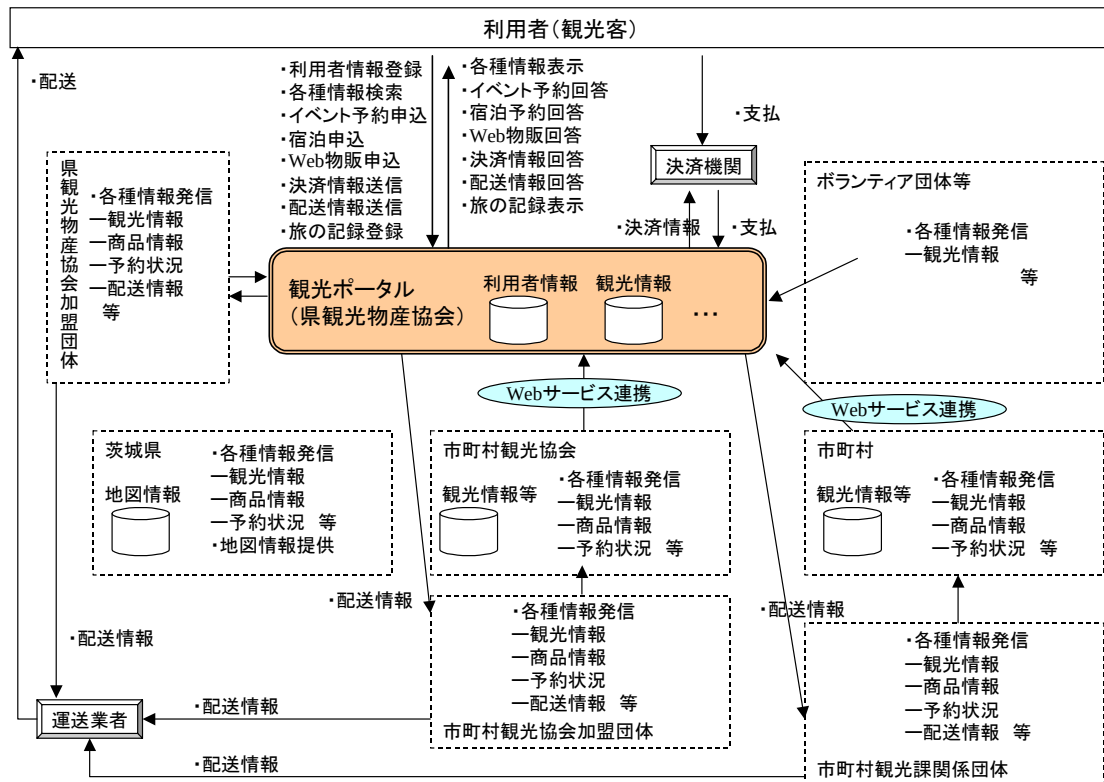


図 22 観光ポータルのイメージ（出展：個別報告書）

観光に関する情報発信・共有と各種手続きを一元的に集約するポータルを実現することで以下の効果が得られるとしている。

- 官民を意識することなく、また、観光サイクル（観光前・観光中・観光後）に応じて必要なサービスを楽しむことができる。
- 観光の状況、気分にあわせて、その地域における名産品や特産品等の付加情報を知ることができ、観光をより楽しむことができる。
- ネットワーク上に存在するサービスを連携させることにより、サービスの更新に係る負担が軽減され、多くの観光客に対し、常に鮮度の高いサービスを提供することが可能となる。
- 観光客の「知る」機会の増加に伴い、波及的に自社ビジネスの利益に結び付けられる。

このように、観光客側の利便性はもちろん、地域の観光・物産の普及促進にもつながるサービスとして期待されている。特に、ICT の活用により、これらの行為が少ない負担で、さらに情報鮮度が高いまま実施できる点は重要である。

観光を含め、地域産業に関する情報発信は、その鮮度が極めて重要であり、さらに、鮮度を維持するためには情報発信者側の負担を軽減することが必須であることは広く認知されるべきである。

(2) 調査方法

「観光ポータル」については 2006 年度調査事業において長野県松本市をフィールドに調査が行われている。よって、本調査もその知見を活用して行われている。

茨城県をフィールドに、観光ポータルに対するサービスイメージ案を提示し下記のような関係部門、事業者に対してヒアリングを実施、内容の具体化や課題の抽出、効果測定の実行を行っている。

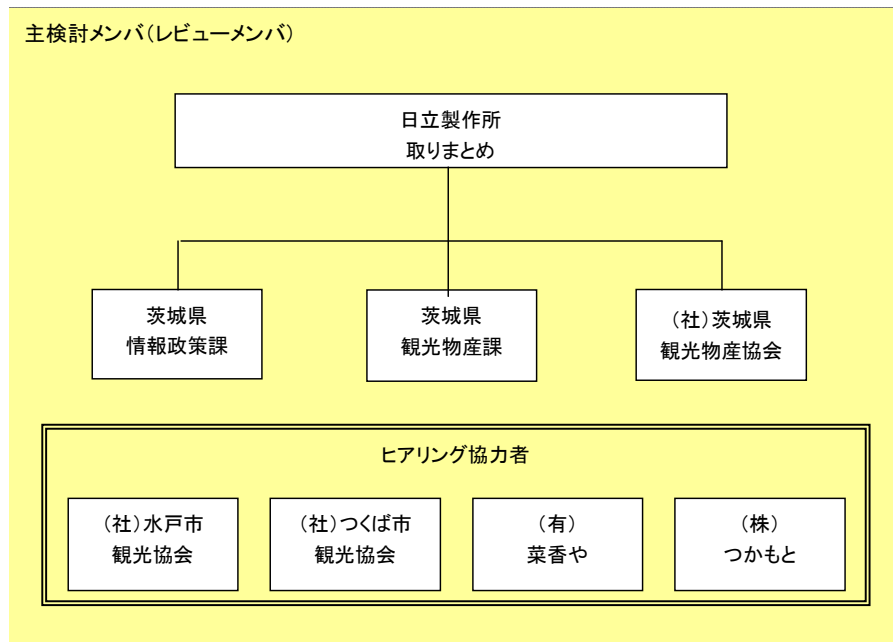


図 23 観光ポータルの調査実施体制（出展：個別報告書）

調査から分析、基本設計作成などの全体の流れは下図の通りである。

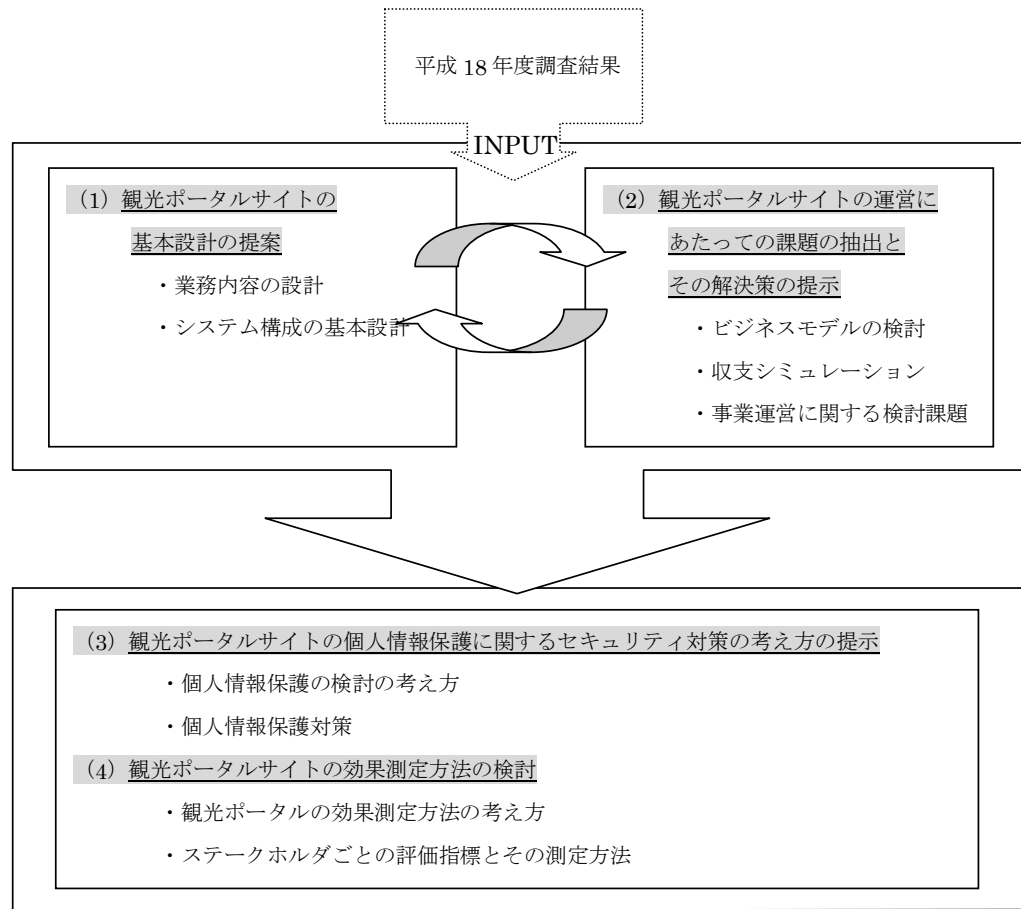


図 24 調査の全体像（出展：個別報告書）

まず、詳細分析対象サービスを 2006 年度調査事業において洗い出されたサービスを参考に、茨城県情報政策課、同観光物産課、(社)茨城県観光物産協会の協力の下、利用ニーズが見込まれるサービスという観点から洗い出している。

サービスは「①観光客向けのサービス」、「②観光事業者向けのサービス」、「③その他サービス」として 24 サービスが挙げられている。

この 24 サービスに対して

- 実現性の高いサービスであること
- 新規性のある(他サイトと差別化ができる)サービスであること

の視点で絞り込みを行い、最終的に次ページの表にある 16 サービスに集約している。

表 18 詳細を分析するサービス (出典：個別報告書)

No.	サービス名称	観光サイクル		
		観光前	観光中	観光後
1	観光地情報提供サービス	該当	該当	
2	飲食店情報提供サービス			
3	宿泊施設情報提供サービス			
4	体験学習情報提供サービス			
5	イベント情報提供サービス			
6	名産品情報提供サービス			
7	ロケ地情報提供サービス			
8	観光モデルコース提供サービス			
9	観光ボランティアガイド情報提供サービス			
10	宿泊施設予約サービス			
11	イベント予約サービス			
12	観光プラン作成サービス			
13	観光プラン変更サービス			
14	旅の記録サービス			該当
15	名産品購入サービス			
16	観光ポータル間連携サービス			

(3) 基本設計

上記の 16 サービスを複合したものとして観光ポータルの基本設計を検討している。全体のサービス概要は前出の図 22 にあるとおりである。

市町村観光協会や市町村が既存の観光情報サイトで提供している情報を Web サービス連携によって集約することで鮮度の高い情報を効率的に収集、一元化するポータルを目指している。

この実現に向け、複合サービスの持つ業務機能を「①情報登録」「②情報収集」「③予約」「④計画作成・変更」「⑤商品購入」「⑥記録」に分類して分析整理を行っている。

「①情報登録」では観光ポータル利用者、一般的に旅行者が利用者情報を事前登録する機能、観光コンテンツの提供者がコンテンツの登録を行う機能を持っている。特にコンテンツの登録では Web サービス連携による自動化が含まれている。

「②情報収集」では利用者(旅行者)の要求に応じて登録されたコンテンツから必要な情報を収集・提供する機能である。利用者の行動履歴などを蓄積することで利用者の行動形態に応じた情報を効率的に提供できるようになっている。さらに、利用者の嗜好などの動態分析情報を観光事業者などへ提供する機能も含まれている。

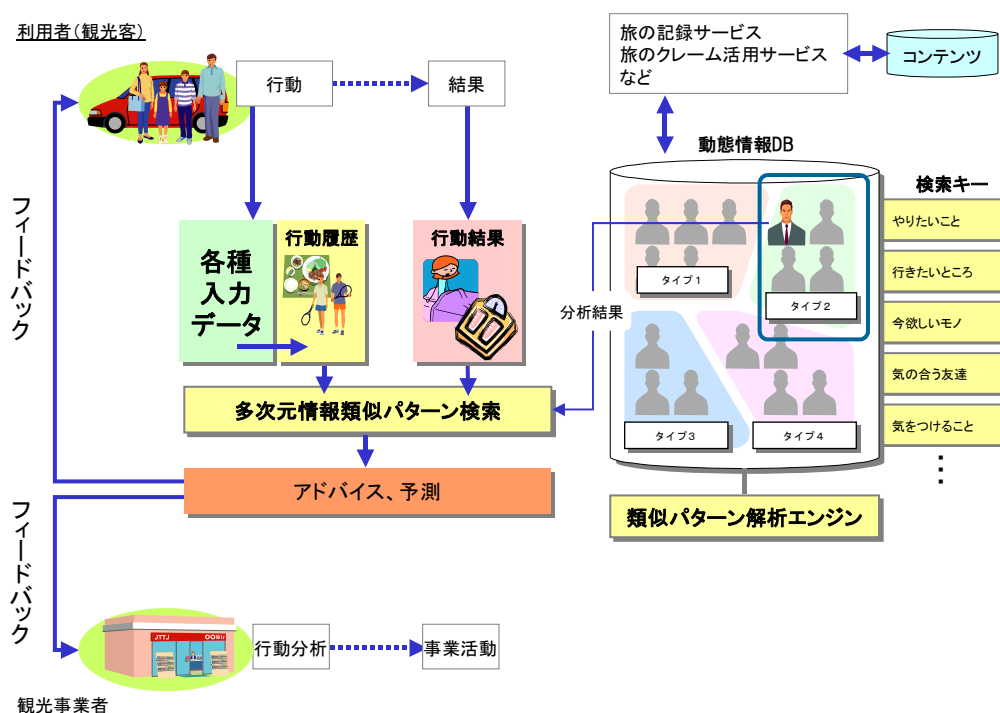


図 25 動態分析のイメージ（出展：個別報告書）

「③予約」「④計画作成・変更」では情報収集の結果をもとに観光計画の作成を行い、さらにそれと連動した形でイベントや宿泊の予約を可能としている。

「⑤商品購入」は物産品購入の発注から決済までを可能としている。これも情報収集結果との連携を前提としている。

「⑥記録」では旅行のプランを登録、確認できるほか、旅の思い出として写真などの登録も可能としている。また、過去の行動履歴は嗜好分析の対象として登録され、その後の情報収集の基準として利用される。

これらを具体的に設計するためにシステム機能に落とし込んだものが下表である。

表 19 システム機能（出典：個別報告書）

No.	区分	機能	概要
1	観光事業者（情報提供者）用機能	コンテンツ作成機能	観光等に関する各種コンテンツを作成、修正する（CMS※を活用）
2		情報更新機能	ネットワーク上に公開中のコンテンツを、別（主に新しいバージョン）のコンテンツに入れ替える
3	利用者用機能	情報表示機能	コンテンツを、インターネット上に公開し、利用者画面に表示できるようにする
4		リンク機能	利用者の操作により、サイト内、または他サイトのコンテンツに遷移する
5		地図情報表示機能	観光スポット等の位置を、地図情報システムが提供する地図データ（観光スポットデータ等含む）上に表示させる。
6		バリアフリー機能	高齢者や障害者向けの表示を行う（文字サイズの拡大等）
7		携帯電話対応機能	携帯電話にコンテンツ表示等を行う
8		検索機能	キーワード、位置情報等から、条件に該当する情報を抽出し、表示する
9	双方向機能	利用者情報登録機能	利用者のID、パスワード、メールアドレス等の登録／編集を行う
10		利用者認証機能	利用者が入力したID、パスワードから、利用者の識別を行う
11		予約機能	利用者から宿泊施設、イベントなどの予約を受け付け、回答を画面やメールにて返す
12		決済機能	インターネット上で代金支払い処理を行う
13		旅行プラン編集機能	旅行プランの作成、更新を行う
14		位置情報収集機能	携帯電話のGPS機能から、位置情報を取得し、記録する
15	連携機能	広域情報共有機能	地域情報プラットフォーム標準仕様にに基づき、他のサイトの特定情報（更新情報等）を収集・提供する
16		情報フィードバック機能	蓄積した動態情報や統計情報等を分析し、必要に応じて、利用者や観光事業者にフィードバックする
17		サービス連携機能	地域情報プラットフォーム標準仕様にに基づき、他のシステム（GIS等）との連携を行う

※ CMS (Contents Management System) コンテンツを構成するテキストや画像等のデータに関する一元管理、編集等の機能を持つソフトウェア

システム構成としては ASP 事業者が観光ポータルサイトを運営することを前提としている。既存の独自運営のシステムとは地域情報プラットフォームを活用した Web サービス連携により接続する。

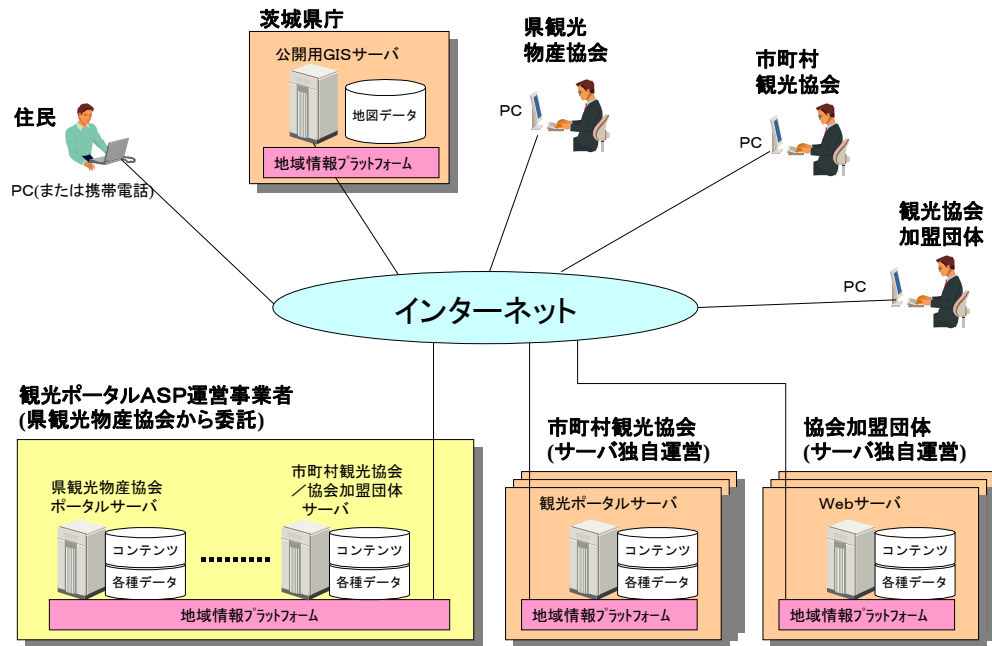


図 26 システム構成図（出展：個別報告書）

(4) 運用・運営体制

運用体制としては、「茨城県全域での取り組みであること、異業種間連携であること、イニシャルコストを極力抑えることといった観点から、県観光物産協会を運営主体とした ASP サービスによる提供を想定した。」として、前述のとおり、ASP 事業者の活用を前提としている。

観光ポータルサイトのオーナーを茨城県観光物産協会としながら、実際の運用・運営は ASP 事業者、独自のコンテンツについてはコンテンツ事業者へのアウトソースとすることで作業負荷の低減を図っている。

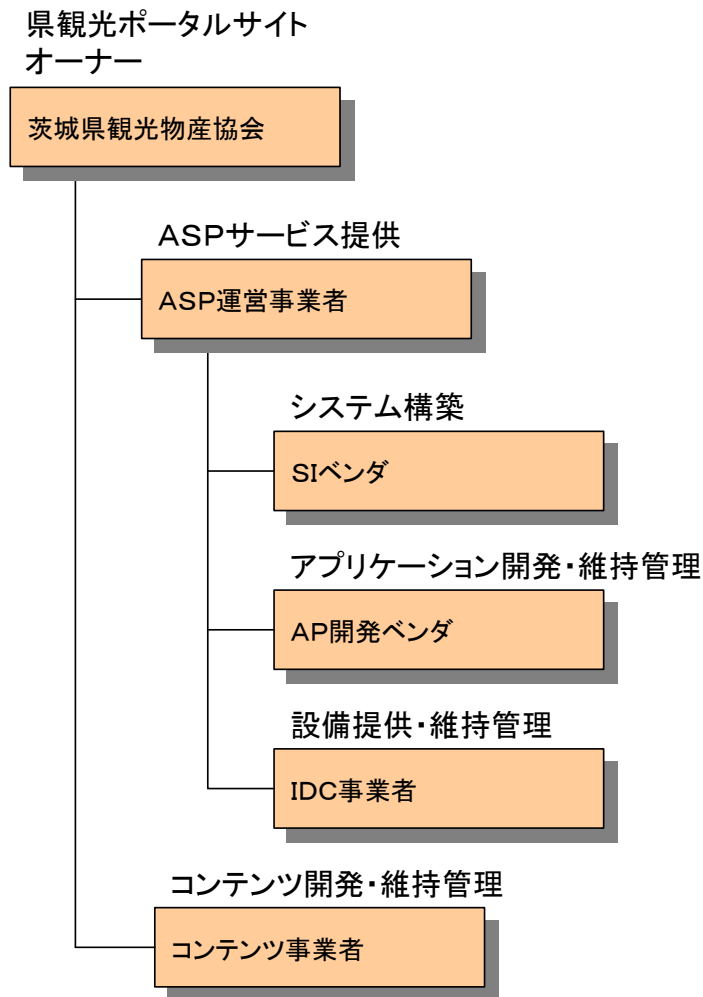


図 27 システム構築・運用体制案（出展：個別報告書）

効率化を可能とする一方で、茨城県観光物産協会が主体としての役割を果たし、継続的なサービスレベルの向上を目指す必要があるとしている。そのためには、事業者との契約／SLAの合意、継続的な評価の実施が必要であるとしている。

(5) 課題・解決策

課題の定義、分析に際して、まず観光事業の現状と課題を把握する必要があるとして、下記のステークホルダに対するヒアリングを実施している。

表 20 ヒアリングの実施概要 (出典：個別報告書)

No.	カテゴリー	ステークホルダ	ヒアリング内容	備考
1	県観光物産協会	茨城県観光物産協会	茨城県下における観光事業の取り組みについて	—
2	茨城県	茨城県観光物産課	茨城県下における観光事業の取り組みについて	—
3	市町村観光協会	つくば市観光協会	つくば市における観光事業の取り組みについて	—
4		水戸観光協会	水戸市における観光事業の取り組みについて	—
5	県観光物産協会加盟団体	(有) 菜香や	協会加盟及びネットワーク上での情報掲載による効果について	電子メールにて実施
6		(株) つかもと	協会加盟及びネットワーク上での情報掲載による効果について	電子メールにて実施

全体として、やはり観光コンテンツの充実の必要性が述べられている。特に、いかにタイムリーな情報を広く収集し、提供できるかが重要となっている。

さらに、自立して事業を展開する上では、これらコンテンツの充実を低コストで効率的に実施することが必須の課題となっている。

コンテンツの充実、タイムリー性の向上を低コスト、高効率で実施するという課題を解決し、ポータルサイトそのものの集客力、アクセス数の向上を図ることが命題といえる。

それらの実現のためには他地域を含めた広域での連携や、既存ポータルを含む各種観光情報サイトとの連携など ICT を活用した参加・協調型の連携構造が必要となっている。

また、クレームも含めさまざまなフィードバックの反映など観光客との連携も含めた双方向型のポータル構築が重要となっている。

主な課題認識と ICT による解決への期待を下表のように整理している。

表 21 課題認識と ICT への期待感 (出典：個別報告書)

課題認識		解決方向	ICT への期待感 (イメージ)
観光客数の拡大		個人観光客の取り込み	HP アクセス数の更なる拡大
			事業者にも簡便な宿・イベント予約機能
			個人観光客に適した誘導プログラム(電子クーポン、移動ナビゲーションなど)
			広域観光連携下での ICT 連携
自立財政	収入増	会費収入増 (加盟団体の新規開拓)	インターネットメディアの有効活用を通じた入会メリットの向上
		バナー広告収入の増加	HP アクセス数の更なる拡大
	コスト抑制、HP 強化の両立	現体制前提でのパフォーマンス向上	加盟団体から流れる観光情報の効率的なコンテンツ化、古いコンテンツの排除
			事業者横断的な包括的・網羅的観光紹介

さらに後述するビジネスモデルに関する検討を踏まえ、次の課題を整理している。

表 22 想定ビジネスモデルと収益性の観点から想定される要検討課題 (出典：個別報告書)

項目		課題
事業スキーム	提携／連携	① 受益者負担を前提とした、県観光物産協会加盟団体との密なる連携 ② Web サービス ASP 事業者の特定、または事業体の設立 ③ 観光と ICT の両分野で経験ある NPO の探索、または設立
	業務仕様	④ 新規メニュー(宿・イベント予約)の具体的業務フロー設計 ⑤ 新規メニュー(ログ統計・分析)の具体的仕様検討、提携先の選定
	その他	⑥ TX 沿線地域、北関東自動車道沿線地域との広域連携基盤構築
収益性	収入	⑦ 受益者負担の徹底、対価を伴う提携先の「数の確保」
		⑧ 「茨城名産市場」における取扱品目、店舗数の更なる増加
		⑨ 相乗効果が期待できる関連観光事業・観光支援事業との連携モデル構築

(6) 収支・ビジネスモデル

ビジネスモデルの検討に先立ち、まず観光ポータルによって何らかのメリットを得るステークホルダを下表のように整理している。

表 23 ステークホルダの想定メリット (出典：個別報告書)

関係 団体	サービス			バックオフィス		
	コンテンツ配信	イベント/宿予約	Web物販	運営	コンテンツ更新	代金回収
県	観光課	観光客満足度、PR効果向上 ・更新コンテンツ自動反映	観光客数拡大 ・県観光物産協会支援	物産品規模拡大 ・県観光物産協会支援	—	—
	政策課	—	—	—	地域情報基盤有効活用(茨城県域統合型GIS等)	—
県観光物産協会	観光客満足度、PR効果向上 ・コンテンツ統合配信	予約数押上げ、観光客数拡大 ・統合受付 ・受付情報送付 ・統合回答	物産品規模拡大(相乗効果) ・統合受付 ・決済代行 ・申込情報送付	生産性向上 ・NPO活用	加盟数拡大、利用料収入増 ・ASPサービス提供 生産性向上 ・Webサービス適用 ・NPO活用	生産性向上 ・NPO活用
NPO	—	—	—	・運営支援 ・技術サポート	・観光レポート/コンテンツ制作支援 ・県協会 ・市町村協会(随意)	・小口代金回収代行
市町村協会	観光客満足度、PR効果向上 ・更新コンテンツ自動反映	観光客数拡大 ・加盟料支払	物産品規模拡大 ・加盟料支払	負担増回避 ・ASP活用	生産性向上 ・更新コンテンツ自動反映 ※自前コンテンツは従来形式	—
加盟団体	観光客満足度、PR効果向上 ・更新コンテンツ自動反映	PR効率向上、観光客数拡大 ・予約窓口委託	物産品規模拡大 ・物販窓口委託	負担増回避 ・ASP活用	生産性向上 ・更新コンテンツ自動反映(ASP利用時)	—

NPO は観光ポータルのコンテンツ作成などを受託する想定である。

この前提のもと、収支のシミュレーションを行っている。

観光ポータルのポータル事業者は茨城県観光物産協会である。

協会の収入源は、

- 県独自コンテンツの運用委託を対象とした県助成金
- 「茨城名産市場」からの Web 物産品売上
- 加盟団体に提供するコンテンツ自動更新プログラムなどの ASP サービス利用料
- 宿・イベント予約メニューによる加盟団体などからの予約仲介手数料
- 多様な動態情報の分析の対価としての情報提供料

対して支出項目としては、ASP 事業者の利用を前提としているため、システム構築費やソフトウェア減価償却費は含まれていない。

代わりにASP業務委託料が算定されている。また、物産品仕入、クレジット決済手数料、全体マネジメントの人件費などランニングコストが計上されている。

さらに、新鮮で魅力的な観光コンテンツの充実のため、観光レポート制作を NPO などに外注するものとしている。また、動態情報分析のためのログ解析なども専門家に外部委託する前提である。

詳細は下表のとおりである。

表 24 収支項目一覧 (出典：個別報告書)

		項目	備考
事業収入	従来項目	1 県助成金	県独自コンテンツ運用
		2 物産品売上	「茨城名産市場」売上
		3 加盟店向けASP	コンテンツ自動更新プログラム等
	新規項目	4 予約仲介手数料	加盟団体への宿・イベント予約仲介
		5 情報提供料	加盟団体へのログ解析データ提供
	6	合計	
事業支出	従来項目	7 人件費(運営)	県協会コンテンツ更新(職員)
		8 外注費	HP運用、技術支援
		9 外注費	物産品Web販売システム運用
		10 外注費	サーバレンタル(ホスティング)
		11 物産品仕入	物産事業者への代金支払
		12 決済手数料	クレジット会社への決済手数料
	新規項目	13 システム構築費	SE/コンテンツ、ソフト、H/W(テスト環境)
		14 外注費	ASP業務委託
		15 外注費	Webマネジメント業務
		16 外注費	宿・イベント予約業務
		17 外注費	観光レポート制作支援(大型)
		18 外注費	観光レポート制作支援(小型)
		19 外注費	Webログ解析委託
	20	合計	
	21	事業収支計	

(注) 上記以外に、市町村観光物産協会、観光事業者などASPユーザ加盟団体には、導入一時経費が発生(HPタグ並べ替え、教育など)

結果として4年目での単年度黒字を予測している。これに対しては初年度、2年目の収入に対する公的な支援の必要性を提示している。

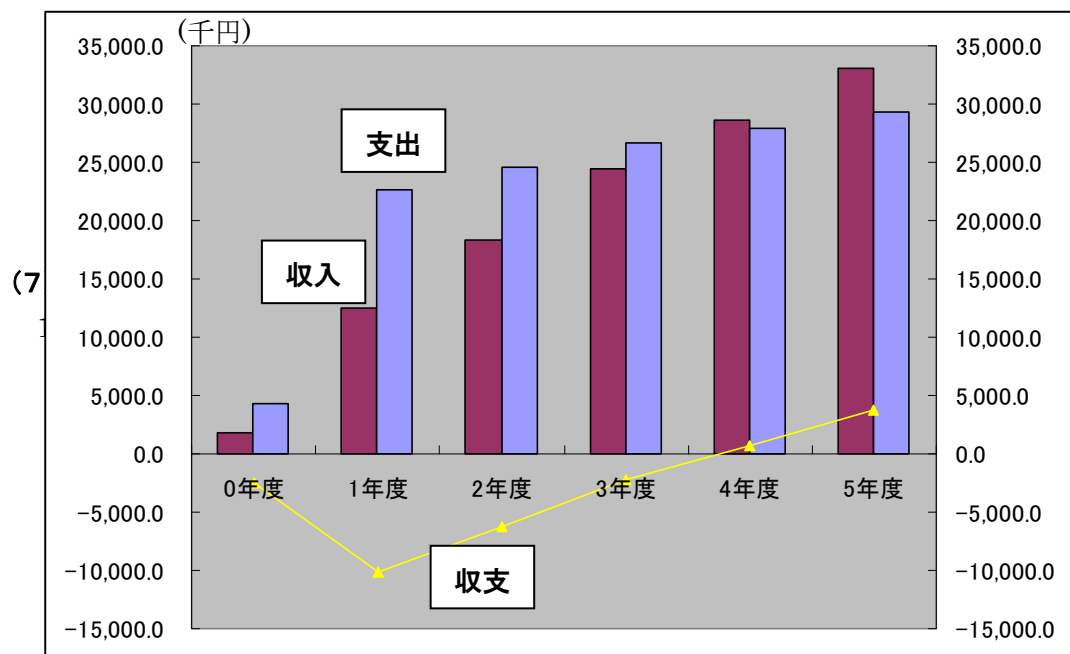


図 28 観光ポータルサイト関連事業収支試算結果 (出展：個別報告書)

支出についてはビジネス規模の増大に対して、比較的緩やかな上昇である。比べて収入の大きな伸びは加盟団体の増加による ASP 利用料収入の伸びと情報提供料収入の伸びに期待する部分が多い。

どうしても初年度、2 年目時点での加盟団体数には限界があり、これが初期の収支悪化を招いている。その点で、初期段階に限り公的な支援によるビジネスの立ち上げを期待している。

観光分野そのものの公益性を考えると、観光ポータルの立ち上げを目的とした初期段階の何らかの支援は十分に意義あるものと考えられる。

5 全国調査

本調査事業においては上記の「個別調査」に加え、「全国調査」を実施している。全国調査は地域情報化計画や地域ポータルサイトの現状を調査するものである。これにより、個別調査において導出された事業化指針と実状の比較を可能としている。

以下に全国調査について、調査方法、結果をまとめる。

5.1 調査方法

「地方公共団体の地域情報化に関する現状調査・分析」と「地域ポータルサイトに関する現状調査・分析」の大きく二つの調査を行っている。

「地方公共団体の地域情報化に関する現状調査・分析」では、都道府県および中規模以上（人口10万人以上）の地方公共団体を対象に、下記の内容をアンケートにより調査している。

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

また、先進的な団体である群馬県前橋市、岩手県一関市に対し、地域情報化の推進方法や推進にあたっての課題などをヒアリングしている。

表 25 各地域における調査対象団体数(出典:全国調査報告書)

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

「地域ポータルサイトに関する現状調査・分析」では「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で検索し、その内容について整理分析している。

さらに代表的なポータルである「いたみん(兵庫県伊丹市)」、「西宮流(兵庫県西宮市)」、「みたか子育てねっと(東京都三鷹市)」、「宮前ぼーたろう(神奈川県川崎市宮前区)」に対してヒアリングを行い、事業形態および収益の状況などについて確認している。

表 26 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(出典:全国調査報告書)

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。

5.2 地域情報化計画の現状

アンケート調査は人口 10 万人以上の自治体 328 に対して実施され、有効回答 308 を得ている。回答率は 93.9%。この 308 を母集団として、次のような結果を得ている。

以下では全体の調査結果から特に特徴的なもの、重要と思われるものを抜粋し考察する。

まず、地域情報化計画の策定率は 73.1%と高いものであった。また、策定済団体のうち 44.4%が既に過去に計画の見直しを実施しており、積極的な PDCA サイクルの実施が見て取れる。

一方、26.9%の未策定団体においては、68.7%が今後の策定について未定と回答しており、積極的な団体と消極的な団体の温度差が強く見られる結果であった。

地域情報化計画を策定済、策定中、策定予定の団体に重点施策について確認したところ、下図のようになった。

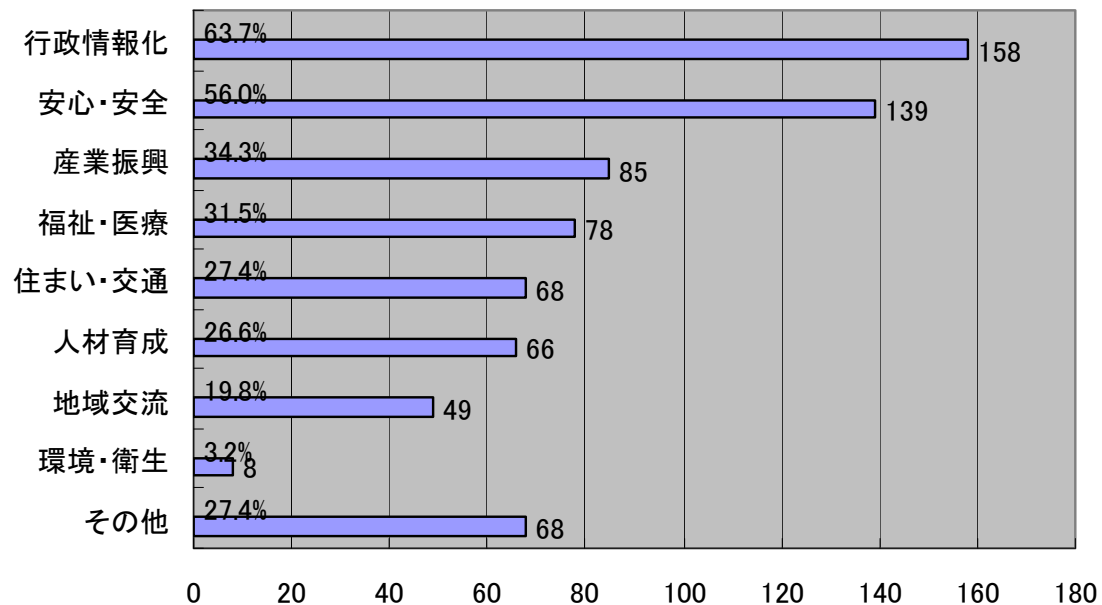


図 29 重点的な施策 (N=251) (出展：全国調査報告書)

行政情報化や安心・安全などはもちろんのこと、非常に広範囲の施策に対して情報化が重要な位置付けとなっていることがわかる。

およそ今後の自治体経営、地域経営においては ICT の活用は必須であり、地域情報化計画と一体となった実施なくしては、効率的、効果的な推進は難しいとの判断と思われる。

次に地域情報化計画における「地域 ICT サービス」への言及である。本調査事業の主題である地域 ICT サービスについて明記していない地域情報化計画が 68.9%を占めている。

上記のように極めて広範囲の施策について言及している地域情報化計画において 70%近くの計画が地域 ICT サービスについては記述していない。

これは地域 ICT サービスについての認知、理解がまだまだ浸透していないことを明確に表している。地域 ICT サービスの概念自体が新しいものであり、これから発展が期待される地域活性化のためのツールであることを考えると、やむを得ない半面、一層の普及啓発が必要であることも確かである。

なお、地域 ICT サービスについての記載がある計画においては 81.1%が「地域ポータル」を提供形態として挙げており、地域ポータルが地域 ICT サービスを象徴する形態であることが確認できた。

そして、その地域ポータルについて実施(予定)時期を確認したところ、下図のようになった。

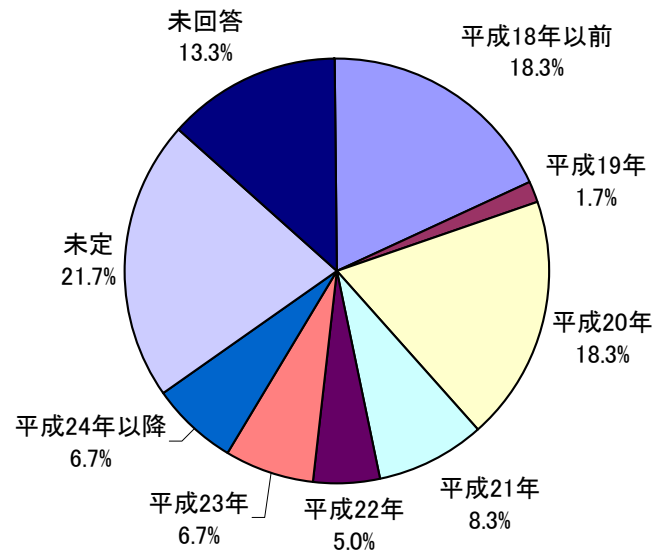


図 30 地域ポータルの実施時期 (N=60) (出展：全国調査報告書)

既に18.3%の団体が実施済みであった。これをあわせ、今後5年間(23年まで)に73.6%の団体において地域ポータルが実施されることとなる。まさしくこれからの急速な発展が期待できる分野である。

次に、地域情報化計画の実現に当たって重要と考えられる事項について次のような回答であった。

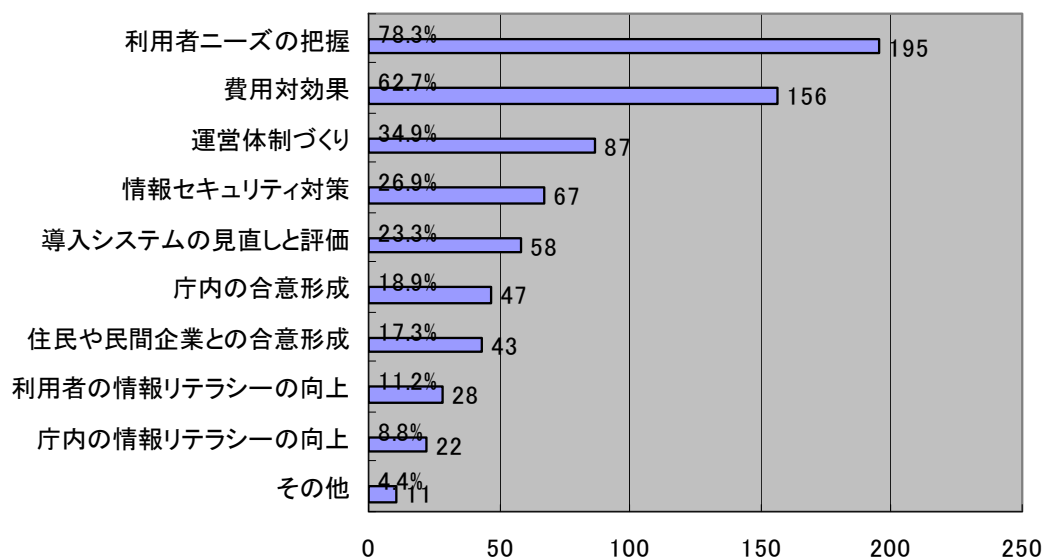


図 31 計画を実現する上でのポイント (N=251) (出展：全国調査報告書)

利用者ニーズの把握、費用対効果、運営体制作りが上位であり、本調査事業の焦点が現場の問題意識と一致したものであることが確認できた。

全国調査では併せて各種情報のオンラインサービス取り組み状況、インターネットによる電子申請などのサービス実施状況についても調査を行っている。

まず、地方公共団体が運営する Web サイトからの情報提供について、極めて広範囲にわたる情報が既に公開済みであることがわかった。

しかし、福祉や保健・医療など公的な情報については 98%と高率であるのに対して、生活やショッピングといった官民にわたる情報は 60%に留まっている。官民連携の一層の促進が期待される。

同様に官民にわたる情報を要する観光・特産品やイベントについては 97%と高い率を示しており、制度面を含めて社会基盤として連携を許す仕組みが確立すれば、十分な可能性やニーズが期待できる分野であることがわかる。

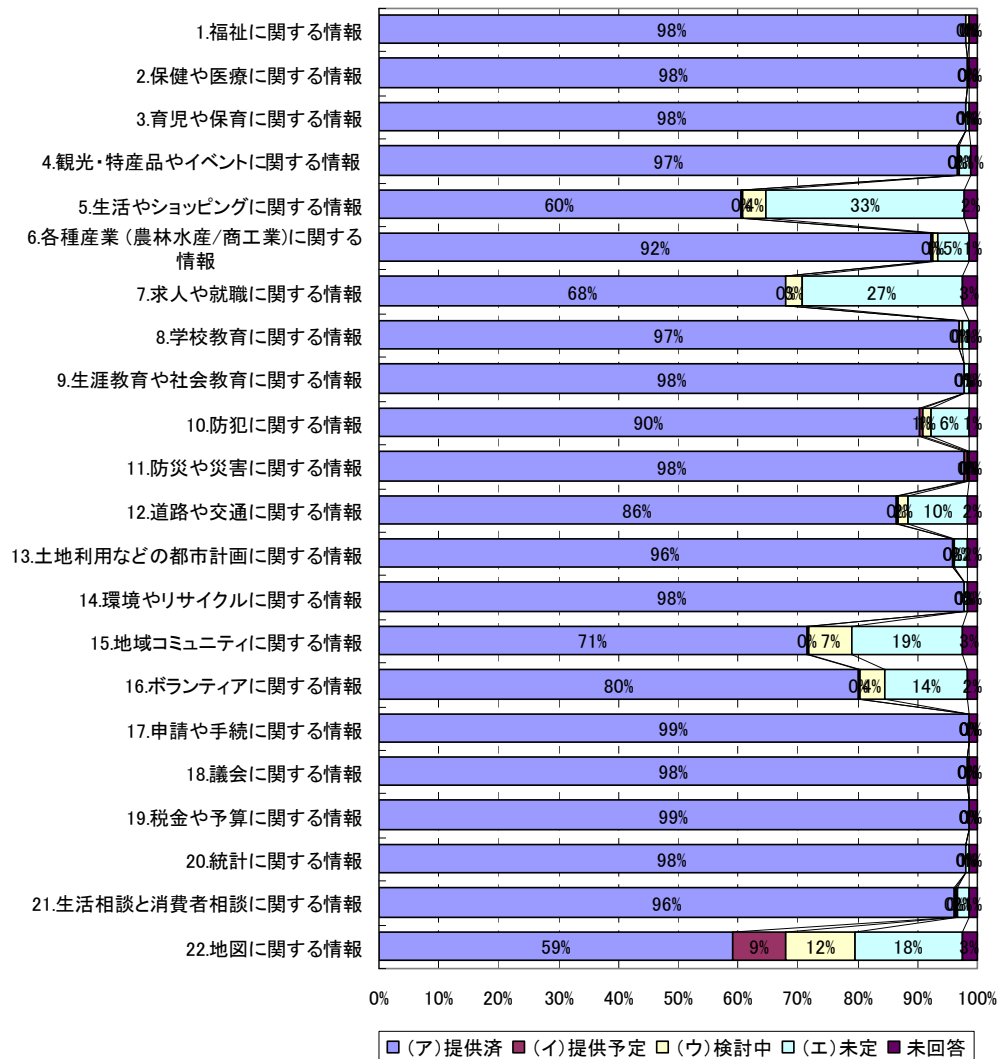


図 32 各種情報の提供状況 (N=308) (出展：全国調査報告書)

官民の連携に関しては、これらの情報を民間企業や NPO など外部団体サイトへ提供しているかも併せて調査している。

結果として、情報提供している地方公共団体は概ね 30%程度に留まっている。民から官への情報連携に比べて官から民への情報連携は遅れている結果とも見える。

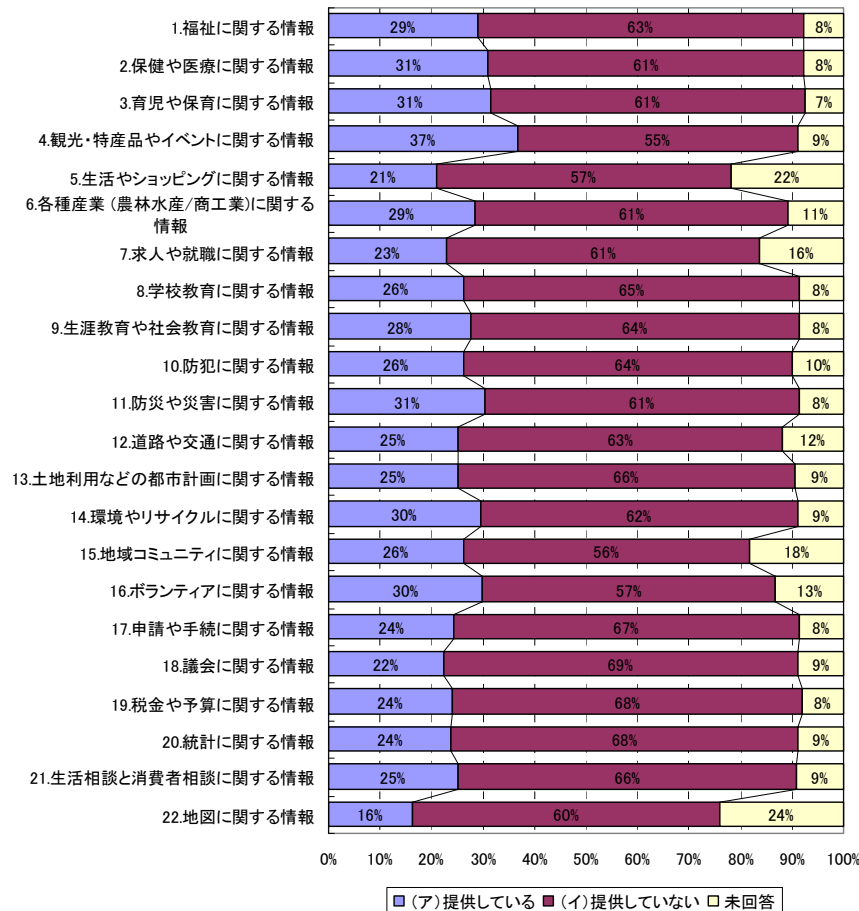


図 33 各種情報の外部提供 (N=308) (出展：全国調査報告書)

ヒアリング結果からもその状況が見て取れる。群馬県前橋市は行政情報の外部提供について「リンクの提供に留まる。リンクフリーではなく、リンクを張る場合は、メールにて連絡をもらう運用としている。」

と回答しており、岩手県一関市は「行政情報の外部提供はしていない。リンクフリーともしていない。」

と、いずれも消極的な対応である。

一方、外部の情報についてはどちらも担当課の個別対応ではあるが市のホームページにおいて情報提供を行っている。

地方公共団体内での民間情報の活用検討とあわせて、民間への情報提供、情報連携についての検討も必要である。

次に、電子申請などの利用状況である。実施率の高いサービスは図書館蔵書検索・予約、公共施設利用予約、電子申請・届出、電子入札(工事等)といったものである。

これらを含め、主要なサービスの提供形態を整理したものが下図である。

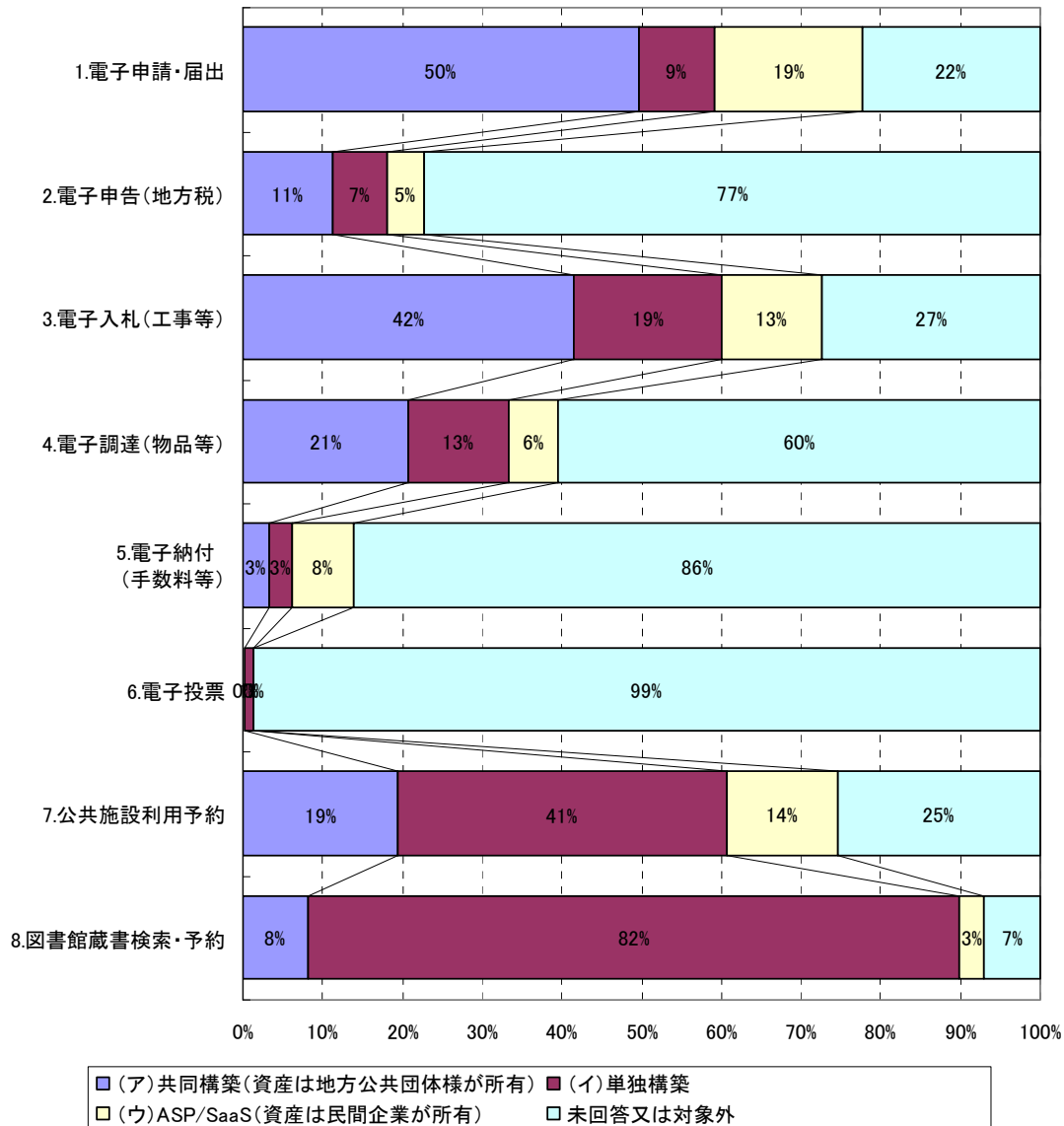


図 34 各種システムの提供形態 (N=308) (出展：全国調査報告書)

図書館蔵書検索・予約、公共施設利用予約は窓口業務などの基幹業務との関連が薄く、全体としてシステム規模を小さくできることから単独構築が多い。その他のものについては共同構築の活用が見

られる。

しかし、ASP・SaaS の利用は総じて非常に低調である。個別調査の結果では、地域ポータル提供形態として、引越しポータル、観光ポータルともに ASP・SaaS の活用が提示されていることと比較すると ASP・SaaS の普及率の低さが懸念される。

上記の調査は地方公共団体が直接提供する情報サービスの提供形態であり、地域ポータルそのものとは異なるが、地域ポータルと地方公共団体の情報サービスが効率的に連携し、低コストで効果的なサービス提供を行うには双方が ASP・SaaS を活用する方式も有効である。

今後、地方公共団体における ASP・SaaS の利用促進やその導入のための啓発活動などが期待される。

5.3 地域ポータルの現状

次に、地域ポータルに関する調査である。

まず、インターネットによる情報収集を行っている。ここでは地域ポータルを以下のように定義している。

- 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＞

上記のどれか一つに当てはまれば地域ポータルとみなして調査対象としている。結果、下表の 57 ポータルを検出し、分析を行っている。

表 27 調査を行った地域ポータルの内訳(出典:全国調査報告書)

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

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。

まず、特定地域ポータル 227 について、どの地域に属しているかを分類している。結果が下図である。

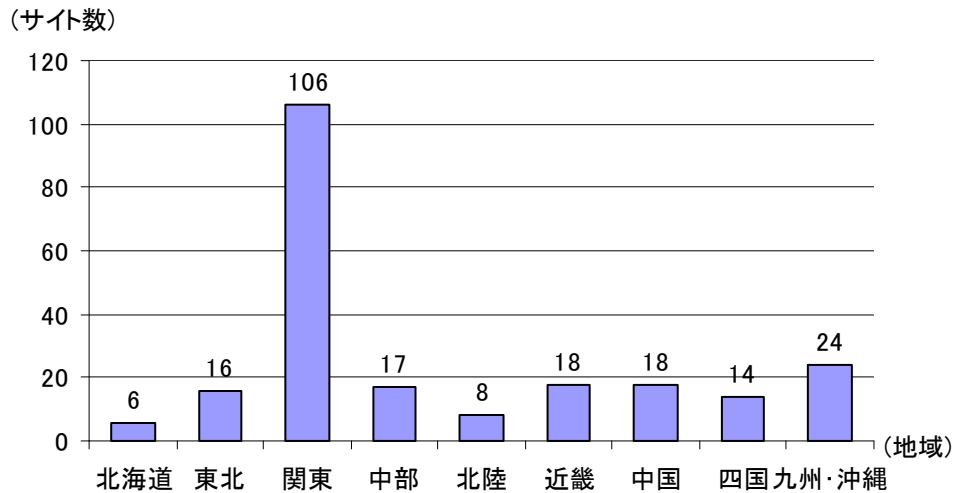


図 35 特定地域ポータルの属する地方区分（出展：全国調査報告書）

明らかな関東圏への集中が見られる。本調査事業では地域ポータルを地域活性化のためのツールと捉え調査を行っている。しかし、現状では活性化を検討すべき地域よりもむしろ関東、首都圏で活発に地域ポータルが展開されていることがわかる。

そして、特定地域ポータルが対象とする地域の範囲が下図である。

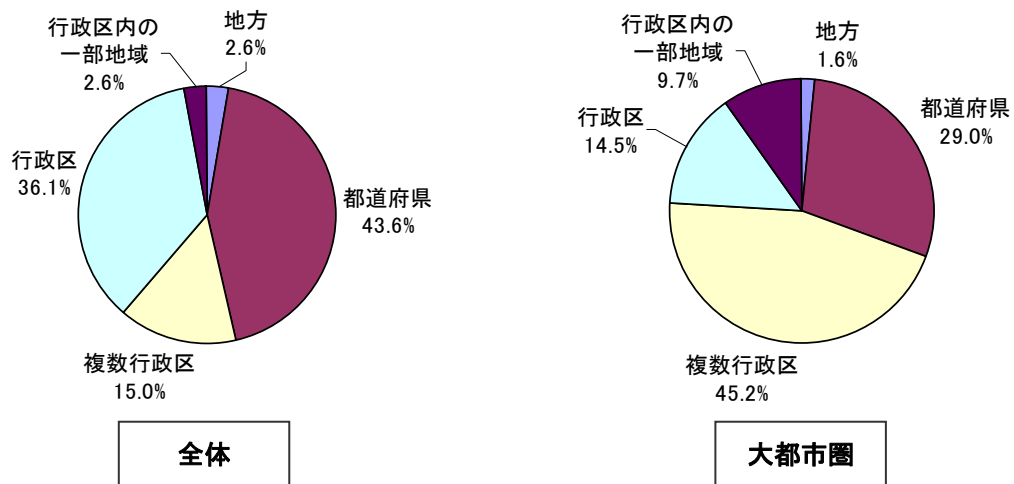


図 36 特定地域ポータルが対象とする「地域」の単位（出展：全国調査報告書）

全体の傾向より大都市圏では地域の単位が細かいことがわかる。つまり、大都市圏ではきめ細かい地域ごとに多くの地域ポータルが提供されているといえる。

さらに、大都市圏で複数行政区にまたがる地域ポータルが多いことも注目に値する。居住地と通勤先、

ショッピングなど複数行政区にまたがった活動が多く見られる大都市圏の状況を反映している。また、そのような生活様式に見合った地域ポータルが提供されているといえる。

次に、この地域の単位を地域ポータルの運営主体ごとに整理したものが下図である。

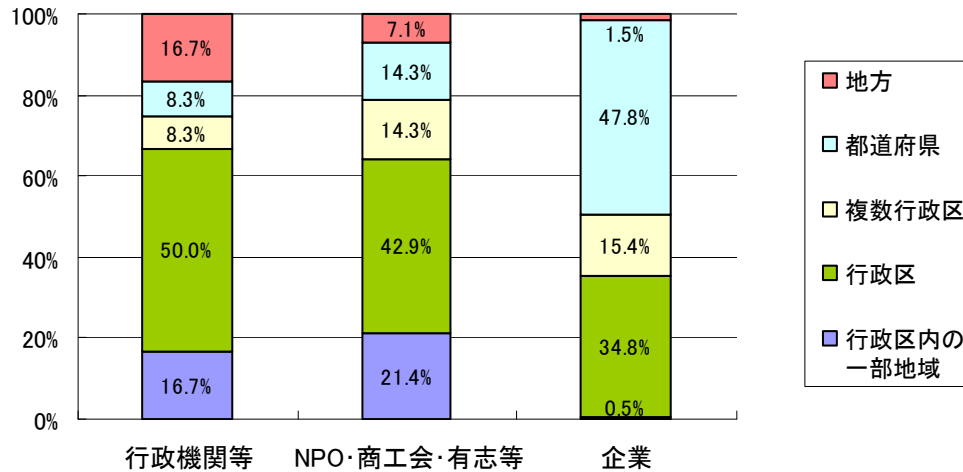


図 37 運営主体別の地域ポータルが対象とする「地域」の単位（出展：全国調査報告書）

企業において明らかに対象範囲が広域になっている。

大都市圏に比べて一般地域では地域ポータルの対象領域が広いこと、企業が運営する地域ポータルの対象領域が広いことは、地域ポータルを事業として継続する上で一定の人口規模の確保が不可欠である状況を明確に表している。

次に地域ポータルの運営に関してである。調査対象の 57 地域ポータルについて運営関連を整理すると、

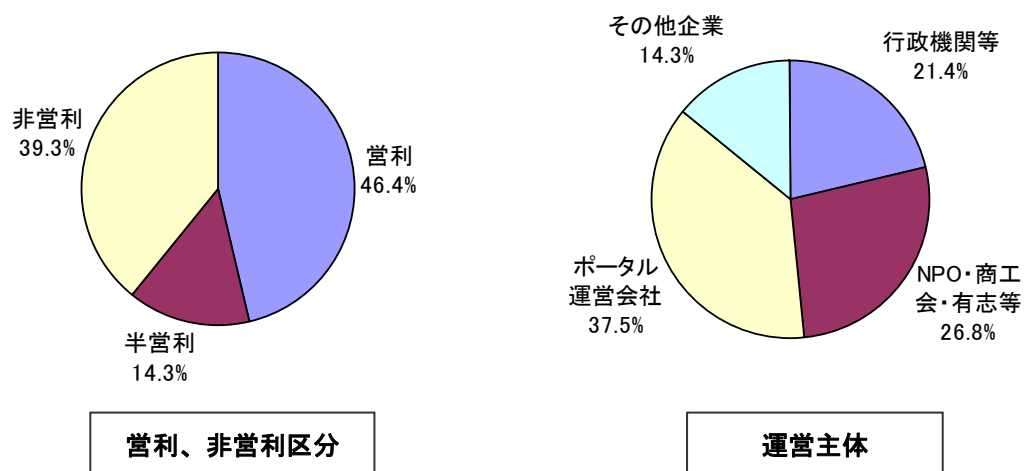


図 38 地域ポータルの運営（出展：全国調査報告書）

偏った傾向は見られない。地域ポータルのある方には、まだ決定的な形態がないといえる。地域やサービスの特性に合わせて適切な形態を採っている状況である。

個別調査の結果に見られる ASP/SaaS やポータル運営会社の活用を可能とするには、これら産業の発展が期待される。そのためには地域ポータルが普及する中で、ある程度の方向性や典型的な形態の確立が必要となるだろう。

続いて、官民連携の状況についてである。

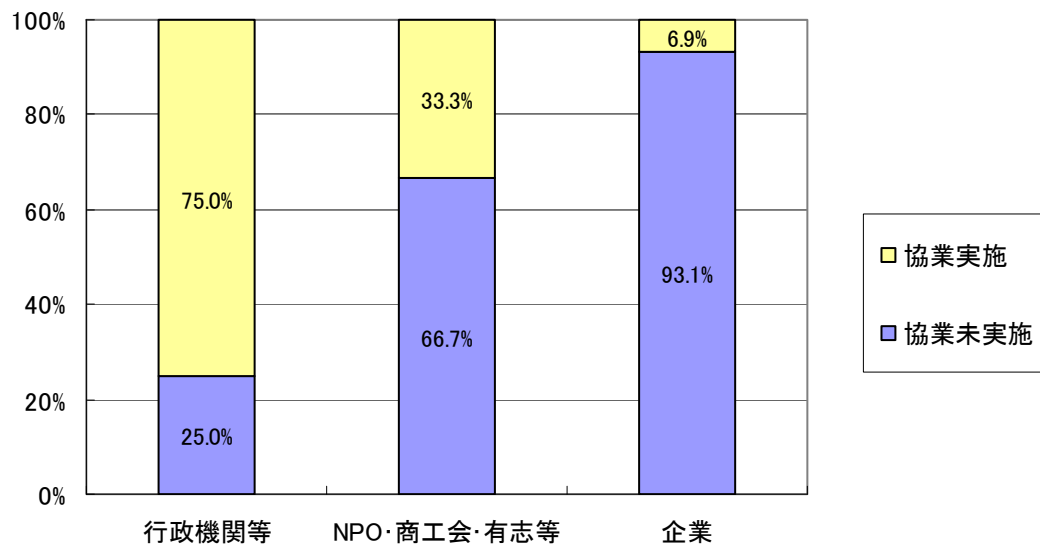


図 39 運営主体別の地域ポータル運営における官民協業の状況（出展：全国調査報告書）

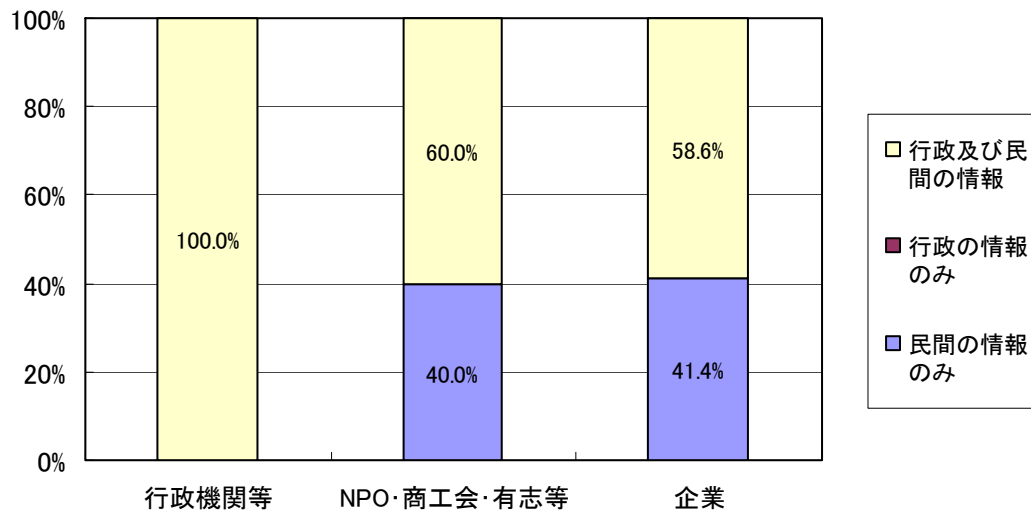


図 40 運営主体別の行政及び民間情報の有無（出展：全国調査報告書）

行政機関主体の場合は、協業も官民合わせた情報の提供も積極的に行われている。一方で、企業主体の場合、協業はほぼなく、40%以上のポータルが行政の情報を提供できてない。

これは、行政機関主体の地域ポータルと企業主体の地域ポータルにおける立場の違いもあるが、行政からの積極的な支援や情報提供の不足も原因と考えられる。

前項の 5.2 地域情報化計画の現状においても官から民への情報提供の少なさを指摘したが、ここでも同様の状況が発生している。

個別調査の結果から見られるように地域ポータルは、官民の情報を総合して、しかも民主体に運営されることが望まれている。上記の結果はこの期待が十分に実現されていないことを表している。

地域ポータルを地域活性化のための重要な取り組みと捉え、官からの一層の支援、情報提供の努力が必要といえる。

官が自ら積極的にポータルを構築、運用する方法も考えられるが、個別調査の結果に見られるように民主体のメリットを考慮すれば、民間主体のポータルを盛りたてる努力が重要になる。

5.4 今後の方向性

地域ポータルに関するヒアリング結果を見ると、今回のヒアリング対象はいずれも月間十萬 PV を越える盛況の状態にあり、さらに拡大傾向とことから、地域ポータルに対するニーズは十分にあると考えられる。

また、掲示板や SNS を持つポータルではそれらが積極的に活用されており、このあたりからも潜在的な需要、地域コミュニティ促進など地域活性化への貢献の可能性があることができる。

一方で、収益モデルに関してはいずれのポータルも楽観視できない状況である。収益を主目的としたポータルではないが、相当数のアクセスを得ていながらも十分な収益確保には苦慮している状況といえる。

アンケート調査の分析結果とあわせて考察すると、

- 地域ポータルのビジネスモデルが確立されていない
- 民主体の運営に対し官から情報提供など積極的支援を行う仕組みが確立されていない

といった原因が見える。

ビジネスモデルについては個別調査がその一つの回答を示そうとするものであり、次章で詳しく考察する。

官からの支援について、今回のヒアリング対象 4 ポータルはいずれも官との協業であり、比較的積極的な情報提供、支援を得ているポータルであった。しかし、その状況においても行政情報の収集・更新については、

みたか子育てねっと

- ・ 三鷹市における所管課が異なるため、提供できていない情報もあり。例えば、予防注射の実施日や病院に関する情報など。その場合は、リンクを掲載。
- ・ 市公式サイトでは、「みたか子育てねっと」に掲載されている行政手続きについては記載せず、リンクを掲載。

西宮流

- ・ 市産業振興課、商工会が関係する情報については事前提供を受け掲載時期も協議。他の情報については、行政広報誌等の紙情報を転記。
- ・ 掲載は行政広報誌の発行と同時又は後にという制約がある場合もあり。

といった状況がある。

「宮前ぼーたろう」、「いたみん」では地方公共団体側が CMS(Contents Management System)を導入していることを前提に、バッチ処理による自動連携を実現している。

行政情報の掲載は市公式サイトと同時であるよう指導されているが、個別調整による手動の連携に比べれば飛躍的に効率的といえる。

今後、このような連携の技術的な仕組みはもちろん、制度上の仕組みの確立が必要となる。地域情報プラットフォーム標準仕様を活用し、社会基盤としてこのような仕組みが整備されることが望まれる。

地域社会のインフラとして官民の連携方式が整備されれば、民主体のポータルは官からの情報をより効率的に、積極的に活用することが可能となる。

そして、民のビジネスアイデアが発展することによって、収益力と社会貢献の両面において十分安定した地域ポータルのビジネスモデルが確立されてゆくものと期待している。

6 地域 ICT ビジネスモデルの可能性

6.1 地域ポータルとは

地域ポータルについて考察するに先立って、まず地域ポータルとはどのようなものであるか改めて整理したい。

まず、「地域」については行政圏・経済圏・文化圏など様々な定義が考えられる。何れにしても、そこには具体的・物理的な空間があり、そこで暮らす住民や企業があることが前提となる。

全国調査の結果から、大都市圏においては複数行政区にまたがる範囲が、全体的には都道府県単位程度の範囲が地域ポータルの対象地域となっていることがわかった。もちろん、これは地域ポータルが運営可能となる人口規模の確保など諸事情に依存している。

ただし、大都市圏において複数行政区にまたがる定義が最も多かったことから見られるように、単なる行政上の区域ではなく、より住民生活に密着した区域としての「地域」が意識されているといえる。

地域ポータルについて考える際、この「地域」に対してポータルはどのような役割を果たすものかという観点での整理が重要になる。

その役割は多種多様であるが、ここでは最終目標として「地域活性化に資するもの」と考えたい。つまり、「地域」に対して何らかの影響を及ぼし、その活性化につながるポータルを地域ポータルと定義する。

このように地域ポータルを定義しても、地域ポータルが地域を活性化するために使う手段は依然として様々であり、それが地域ポータルの多様性につながっている。本調査では、この手段を「移住・交流支援系」、「住民生活向上系」、「地域産業活性化系」の 3 カテゴリに分類して個別調査対象としているわけである。

改めて整理すると、

住民の生活に密着した区域である「地域」に対して、何らかの活性化効果を与えるポータル

が地域ポータルであり、効果の与え方、手段の違いによって様々なポータルが存在する。

ここで、本調査のカテゴリ分類とは別の視点で地域ポータルの「手段」进行分类してみる。

まず、地域ポータルが「サービス利用者」として想定しているターゲットについて分類する。すると、

- 地域に暮らす人をターゲットとしている
- 地域外の人をターゲットとしている

の二分類が考えられる。

地域を活性化させるにあたって、直接地域の内部に働きかけるのが前者、地域の外に働きかけ、間接的に地域に影響を及ぼすのが後者である。

次に、「サービス提供者」として想定しているターゲットについて分類を考える。すると、このサービス提供者についても上記と同様に分類できることがわかる。

まとめると

サービス提供者

- 地域内をターゲットとしている
- 地域外をターゲットとしている

サービス利用者

- 地域内をターゲットとしている
- 地域外をターゲットとしている

地域ポータルモデルは上記の組み合わせとなる。例えば、地域内のサービス提供者が地域外のサービス利用者をターゲットとする、などである。地域内の物産品を地域外へ販売する場合がこれにあたる。

もちろん、多くの地域ポータルは単独のモデルではなく、いくつかのモデルをサポートすることになるだろう。全てを包含するものも考えられる。しかしその場合においても、まずは一つ一つのモデルに分けて内容を整理することが全体像を明確にする上で有効である。

以下、論の便宜のため、このモデルを

サービス提供者 \ サービス利用者	地域内をターゲット	地域外をターゲット
	地域内をターゲット	地域外をターゲット
地域内をターゲット	内ー内型	内ー外型
地域外をターゲット	外ー内型	外ー外型

と命名する。

ICT の特性を考えると、特にネットワークの活用の点では、距離の制約が少なくなる特性を活かすことが重要といえる。つまり、ネットワークを活用することで遠く離れた場所とも情報交換・交流を容易に行うことができる利点を活用するのである。

その意味では、地域外との連携がある「内ー外型」や「外ー内型」が ICT の特性を活かしている点では優位と見ることができる。

一方、地域への影響度の高さではサービス提供者、利用者共に地域内にある「内ー内型」が最も高く、地域活性化の視点では効率的である可能性が高い。「外ー外型」は地域との関連が直接ないため、この対象としては低い位置付けとなるだろう。

実際の「場所」に依存する「地域」と場所に無関係に様々な情報交換を行う「ネットワークの世界」の違いがそれぞれに最適なモデルの違いを生んでいるといっていよう。

ここまでの分類は、地域ポータルを通して連携するサービス提供者と利用者がどこに存在するかという視点で整理したものである。

さらに、ここに連携する情報の方向を加えることができる。つまり、サービス提供者から利用者へ情報が流れる場合と、サービス利用者から提供者に情報が流れる場合である。

前者はポータルが情報発信源となっているパターンであり、後者はポータルが申込みや手続きを受け付ける場合などである。分類名に情報の流れる向きを入れて「内→外型」、「内←外型」などと表現することにする。

すると、この情報の流れは提供者から利用者といった意味合いにとどまらず、「地域」から「地域外」といった意味合いを持つことになる。つまり、地域からの地域外への情報発信であったり、地域外から地域への情報収集であったり、ポータルの役割が明確に見えてくる。

地域ポータルが地域の活性化のために果たすべき役割は何なのか。それは、その地域が何を求めているかに依存する。そして、例えば地域が外に向けて情報発信することを求めているならば地域ポータルは「内→外型」である必要があるし、地域が地域内での交流促進を求めているならば「内→内型」である必要がある。

個別調査の対象サービスをこの分類で整理してみる。

「**移住・交流支援系**」は地域外の対象者に対して、その地域への移住を促すものであるから「内→外型」が基本であり、さらに引越しに関する手続きを受け付けることから「内←外型」の要素が加わる。引越しの手続きに関しては地域以外の業者などへの連携もありえるため「外←外型」の要素もあるといえる。

「**住民生活向上系**」は地域の子育てを支援するものであるから、「内→内型」、「内←内型」が基本となる。サービス内容によっては「外←内型」も加わるだろう。

「**地域産業活性化系**」では観光情報の発信が中心である。観光客の地域滞在中も対象であるが、この場合も観光客自身は地域外の住人であるから外として分類できる。すると、「内→外型」と「内←外型」の組み合わせとなる。

それぞれのポータルの更なる発展を考えるには、上記の分類で対象となっていない型の可能性を検討することができる。

「**移住・交流支援系**」では「外→内型」や「外←内型」が希薄である。例えば「外→内型」であれば、地域外のポータルと連携し、地図情報、天気予報などの有用な外部サービスを活用する、近隣地域と連携したイベント案内を発信するなどの工夫が考えられる。

「住民生活向上系」では外部のサービス利用者を対象とした「内→外型」、「内←外型」が薄くなる。地域内のサービス提供者からすれば同じ方式を拡張して、近隣地域など地域外の住民に向けてもサービス提供できれば事業拡大につながる。

もちろん、これは地域性の確保との兼ね合いとなる。対象住民を広げれば、そこに地域性は薄まる。地域密着のサービスを提供するか、広く多数の住民向けのサービスを提供するか判断を迫られる。

「地域産業活性化系」は逆に外部の観光客を主対象とするので「外→内型」や「外←内型」などが希薄となる。ただ、イベントなどの観光情報や予約サービスなどは地域住民にとっても活用できるものだから「内→内型」を含めこれらのタイプの効果も比較的容易に得られる。

6.2 地域ポータル構築パターン

前章では地域ポータルをその役割から分類した。ここでは、地域ポータルを構築方法の視点で分類したい。構築方法も多種多様であるが、ここでは議論を単純化するため、「地域」が自ら構築する「自作型」と、地域外にあるサービスを活用する「利用型」に大別することとする。

「自作型」では文字通り地域のポータル提供者が独自にポータルを自作する方式である。個別調査で提案された 3 ポータルはいずれも「自作型」といえる。

なお、ASP・SaaSを活用して地域ポータルを作成する場合も、ASP・SaaSで提供される機能を利用してポータルを独自に構築している場合には「自作型」と分類する。

「利用型」は独自のポータルを作成するのではなく、全国、あるいは複数地域のポータルを統合する目的で事前に作成されたポータルをそのまま利用して地域の情報発信をする形態とする。

全国調査で対象ポータルが 57 であるのに対して全国地域ポータルが包含する特定地域ポータルを分けて数えると特定地域ポータル 227 となったのが「利用型」にあたる。

「利用型」においては大元の全国地域ポータルの構造によって、独自性に大きな差がでる。全く均一のデザイン、機能となっている場合と、ある程度の独自デザイン、機能が許される場合がある。

全国調査の地域ポータルヒアリング対象となった「宮前ぼーたろう」、「いたみん」は独自性の非常に高い「利用型」といえる。

これらは両方とも全国地域ポータルである「まいぷれ」(<http://www.myp1.net>) 上に構築されている。「まいぷれ」にはポータル事業者が直接提供する定型の地域ポータルページが多数あるが、「宮前ぼーたろう」、「いたみん」はこれらとは異なり、完全に独自のデザインで提供されている。

しかし、「まいぷれ」の地域リストからたどることができるし、「宮前ぼーたろう」、「いたみん」からも他の地域に移動することができる。

その点で、極めて「自作型」に近い「利用型」、双方の中間に位置するポータルと見ることもできる。



図 41 「まいふれ」の地域検索

「まいふれ」の地域リスト(地図)から「いたみん」へたどり着くことができる。



図 42 「いたみん」にある他地域へのリンク

「いたみん」から他の地域へ移動することもできる。

総じて、「自作型」では地域の特性やニーズに合わせて柔軟なポータルを構築できる利点がある。一方、構築コストや運営コストが高くなる可能性がある。長期的に安定運営するためには明確な収支モデルが必須となる。

「利用型」では自由度が制限される一方で、コストの面で優位となる可能性が高い。また、大手全国地域ポータルのサービスを利用する場合、集客の点で優位となる可能性もある。「自作型」の場合は作

成したポータルの普及、宣伝活動が大きな課題となるが、既に知名度のある全国地域ポータルを活用する場合は、その部分が軽減される。

「自作型」と「利用型」とどちらの方式を利用するか判断基準としては、どの程度の独自性が必要であるかがポイントとなる。さらに、地域ポータルに登録・管理する情報内容によっては他者の運営するサイトには登録困難な場合もあるだろう。個人情報保護の観点もあわせて検討する必要がある。

個別調査では3地域共に「自作型」を選択している。しかし、「移住・交流支援系」、「地域産業活性化系」ともに収支モデルから初期投資を伴うシステム構築は困難であるとして ASP 事業者の活用を前提としている。

このような状況を考えると、「自作型」を選択する前に「利用型」で目的とする地域ポータルを構築できないかまず検討してみることは有効である。

利用型、ASP の活用、自作型の順に対応可否を検討する手順が考えられる。ただし、「利用型」であっても独自性を高めると ASP 活用と同程度、あるいはそれ以上の初期コストが発生する可能性もある。十分な方式検討が必要である。

6.3 地域ポータルの収益モデル

最後に地域ポータルの収益モデルについて個別調査の結果を中心に整理する。

個別調査結果から収支部分を整理すると、

表 28 収支の一覧

調査対象	初期投資*1 (千円)	支出(千円)		収入(千円)		黒字年	
		2年目	5年目	2年目	5年目	単年度	累積
移住・交流支援系	31,200	25,920	34,307	27,000	63,000	2年目	4年目
住民生活向上系	92,110	41,229	45,052	24,749	41,468	6年目	10年目
地域産業活性化系	22,635	24,606	29,289	12,520	33,000	4年目	7年目*2

*初期投資は初年度支出相当と定義

*地域産業活性化系の累積黒字年は個別調査報告書に明記はないが、報告されたシミュレーションを延長すると7年目となる。

いずれも黒字経営が可能であるとの結論に達している。ただし、黒字転換にかかる期間を考えると、けっして楽観視できる結果とはいえない。

初期投資において「住民生活向上系」が突出しているのは ASP・SaaS を利用せず、地域ポータルを自己開発しているためである。これはその後の支出においてもハードウェアのリース費用や保守・運用費用として影響している。

これについてはポータルごとの事情が異なるため、一概にまとめることはできないが、収支の伸びを見る限り初期投資や支出の抑制が重要であることを見れば、ASP・SaaS の活用や前項の「利用型」での導入などを検討する余地があるだろう。

ただし、「住民生活向上系」の子育てポータルは北九州市が進める「生活密着型の総合ポータルサービス事業」の一環として「中高・大学ステージ」、「成人ステージ」、「高齢ステージ」などの他ポータルと総合的に計画されている。このように複数のポータルを融合させた事業としてポータル全体の規模を拡張し、全体コストとして個々のポータルに対する負担を減らす方式も考えられる。

独自に展開できる事業規模と、ポータルに求められる独自性や特性を総合的に判断して、独自開発、ASP・SaaS の活用、「利用型」による全国地域ポータルの活用など柔軟に導入方法を選択する必要がある。

個別調査の全ポータルにおいて現状の収支予測でも、ある程度の期間で単年度黒字化が実現可能であることを考えれば、支出削減の工夫をもう一步進めることで地域ポータルの経営は現実性のあるものとなる。そして、それには地域ポータルのシステムそのものの開発手法の選択が大きく関連する。

ASP・SaaS や「利用型」の活用を促進するためにはそもそも市場にそれらサービスが十分に揃っており、利用可能となっている必要がある。

さらに、全国調査で見られた地方公共団体における情報提供システムでの ASP・SaaS 利用率の低さも課題となる。

社会基盤としてこれらの充実を図ることはもちろん、一般的な手法としてのコンセンサスや導入事例の蓄積など、地域ポータルの具体的構築手法の一層の整理、情報発信が必要である。

収入については「移住・交流支援系」が良好な予測を示している。

これには利用単価や利用者数を目標どおり達成する必要がある。目標値は下記の通りであった。

収入予測

【情報発信枠による収入】

・サイトに組み込まれる情報発信枠の利用料：**5万円／月**

※ 地域ポータルサイト上で企業や組織の情報を発信するための領域。
リンクではなく、情報をそのまま地域ポータルサイト上に掲載する。

【一般広告による収入】

・事業者会員による協賛バナー：**3万円／月**

・広告配信プログラムの挿入（アフィリエイト広告）：**5万円／月**

【広告配信プログラムによる収入】

・広告配信プログラムによる収入：**7万円／月**

※ 地域ポータルサイト上に企業サイト等へのリンクを張り、閲覧者がそのリンクを経由して当該企業等へのサイトで会員登録したり商品を購入したりすると、地域ポータルサイト運営者に報酬が支払われる。

参加企業数(5年後予測)

- ・情報発信枠利用企業:30社
- ・協賛バナー利用企業:25社
- ・広告配信プログラム利用企業:25社

全国調査の結果では、既存の地域ポータルにおける実績値は以下のとおりである。

表 29 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(出典:全国調査報告書)

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

バナー広告掲載料としては妥当な評価と考えられる。情報掲載料としては実状価格よりやや高額である。これについて、全国調査のヒアリングによると、

「地域の情報発信を担う上では、広告費が捻出しづらい地域の零細企業の情報も掲載していく必要があり、最低掲載単価を高くすることは困難」

との意見もある。

地域ポータルの役割、地域における位置づけにも大きく依存するが、状況に応じた価格設定は重要な要素となるだろう。

「移住・交流支援系」においては、この問題を

「地域ポータルサイトを運営していく上では、ポータルサイトの目的・意義を理解した協力者の存在が重要となる。それら協力者と事業の展開イメージを共有するとともに、役割分担を明確に行い、無理のない計画で展開していくことが事業成功の鍵となる。」

と整理しており、参加企業に対して会員制度を設けることで参加の促進と同時に当事者意識、協力者としての動機付けを行っている。

バナー広告については実績として月額 60 万円という高額のものもある。ただし、このポータルは 3,500 万 PV/月とのことであり、やはり集客力の問題は避けて通れない。

対象地域、対象業務を特定した形での地域ポータルでは集客力に自ずと限界がある。全国規模のポータルとのアライアンスや、「利用型」による全国地域ポータルからの誘導など、集客への工夫が必要と

なってくる。

例えば、全国規模の大手ポータルにおいてはマイページなど個人の興味や属性に応じて個人ごとにカスタマイズしたページを提供するサービスが発達している。このような個人属性に応じたページに地域ポータルへの入口を設置するといった方法が考えられる。

個人属性としてその人の属する地域や、その人が興味を持つ地域を登録し、対応する地域ポータルへのリンクや、導入につながる情報などを表示する方式である。

この際、ログイン情報の引継ぎなどワンストップサービス関連機能の導入が望まれる。全国ポータルにログインしてマイページを表示していた利用者からすれば、そこからたどった地域ポータルに対してもそのままログインされていることを期待するだろう。

このような仕組みも含めて標準仕様として整理し、地域ポータルが多くのポータルと連携し、協調してサービス適用できるように基盤整備を推進する必要がある。

個々のポータルが個別に仕様調整する必要なく、標準仕様に準拠することで自由に連携することができれば、多様な組み合わせによる高付加価値サービスの実現はもちろん、集客力の強化により、地域の特性に合わせたローカルな地域ポータルにも事業化の道が開かれる。

6.4 まとめ

地域ポータルには地域において果たすべき役割、地域に求められる社会貢献がある。その中で、自立して運営するための収入を確保しながらも、如何にしてその役割を達成するかが課題となる。

地域の活性化という視点では広告単価などをできるだけ下げ、地域の広告料などの負担が難しい事業者にも積極的な宣伝の機会を与える必要があるだろう。

また、集客力を拡大するには対象地域や対象事業を拡大する方法もあるが、これは地域特性や事業ごとの細かな配慮など重要な要素を低減させる可能性もある。

地域ポータルのビジネスモデルはまだ創成期にあるが、ASP・SaaS の活用や全国地域ポータルの利用など、できるだけ低コストに立ち上げ、地域のニーズを見つめながら地域に密着し、地域社会の一員として地域の理解を獲得する努力が必要だろう。

また、地域ポータルに様々な形で参画する個人や企業に、地域ポータルに参加することによって、一層地域との結びつきの強さを実感させ、また、自らも地域に貢献できる可能性を感じさせることにより、より積極的な参加を動機付ける取り組みも必要となる。

地域ポータルは、地域の市民や社会そのものと一体となり、地域活性化という目標達成を目指す存在であることが何よりも重要となるだろう。

そのためには地方公共団体を中心とした官からの支援が必要となる。財政的な支援はもちろんのこと、ここまでで見たように、情報提供や手続き連携など地域ポータルにコンテンツを提供する側としての官の役割は大きい。現状では決して十分とはいえない官からのコンテンツ発信を促進する必要がある。

さらに、官からの連携を柔軟に実現し、さらには民間同士、地域ポータル同士の連携も容易にするための標準仕様を社会基盤として整備し、地域活性のための土台として構築することも官の大きな使命であろう。