

II

1 地域の発展と情報通信

情報通信は、社会基盤として、住民生活の向上や社会経済活動の活性化等の地域の発展に必要なものである。地域の発展のためには、それぞれの地域における情報化の推進が重要である。

また、地域の情報化を進める上で、それぞれの地域のかなめである地方公共団体が重要な役割を果たすことが期待される。

ここでは、地域における情報通信の現状や地域経済と情報通信の関係を分析するとともに、地方公共団体の情報化に対する取組や、その抱える課題等を中心に、地域の発展のための情報通信の在り方について言及する。

1-1 地域における情報通信の現状

地域の発展と密接な関係にある情報通信は、着実に進展している。

ここでは、都道府県別に、電気通信、放送を中心に情報通信サービスの現状と新規参入の状況について概観する。

1-1-1 地域別の情報通信サービスの現状

情報通信サービスは、地域の発展のための基盤として必要不可欠なものになっている。ここでは、代表的な通信サービスである電話、テレビ、CATV、郵便を取り上げ、都道府県別の現状について分析する。

(1) 電話

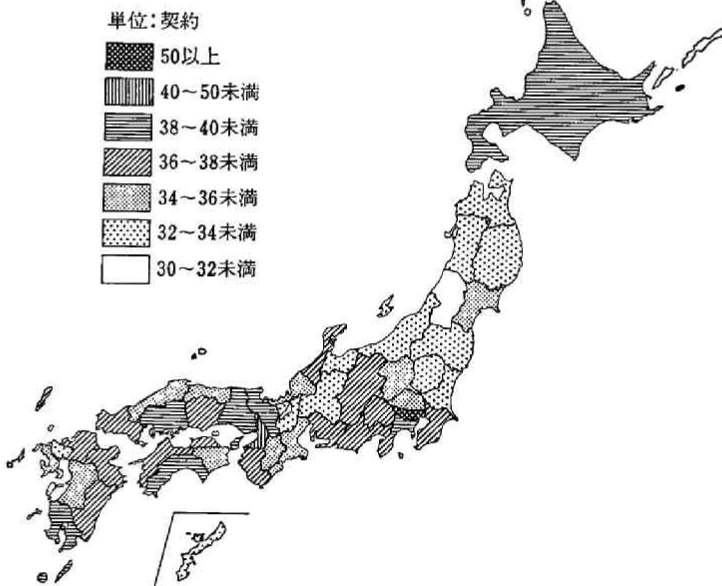
今日、電話の家庭における普及率^(註2)は98.4%であり、ほぼ家庭に浸透している。

61年度末の一般加入電話契約数は4,632万契約で、100人当たり38.3契約となっている。

都道府県別の100人当たりの契約数は、東京及び大阪以外は30～40契約であり、全国ほぼ同水準となっている（Ⅱ-1-1-1図参照）。

東京は100人当たり52.0契約と特に高くなっているが、これは企業が東京に集中しているためである。

Ⅱ-1-1-1図 100人当たりの一般加入電話契約数
(61年度末現在)



NTT資料、「昭和60年国勢調査」（総務庁）（60.10.1）により作成

（注） 都道府県別分布は、NTTの支社別契約数に基づくものであり、行政区域とは必ずしも一致しない。

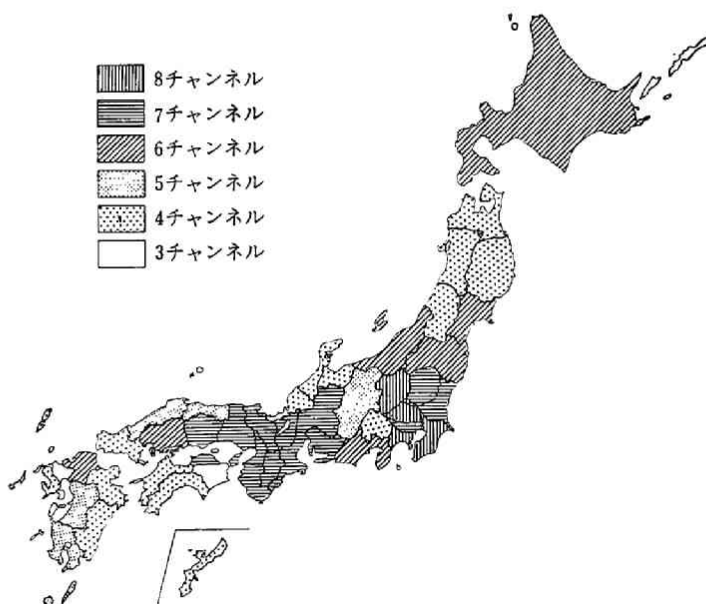
(2) テレビジョン放送

NHK は全国で2系統のテレビジョン放送を実施している。

都道府県別にみた NHK 及び民間放送事業者によるテレビジョン放送の実施状況は、Ⅱ-1-1-2 図のとおりである。

チャンネル数が8と最も多いのは、群馬、埼玉、千葉、神奈川の関東広域圏に属する4県であり、7チャンネル地区が近畿広域圏をはじめとする14都府県である。さらに、6チャンネル地区が7道県、5チャンネル地区が5県、4チャンネル地区が15県、3チャンネル地区が2県とな

Ⅱ-1-1-2 図 テレビジョン放送の実施状況
(62年度末現在)



(注) 関東地区における放送大学の放送は、図には含まれていない。

っており、地域的な差がある。

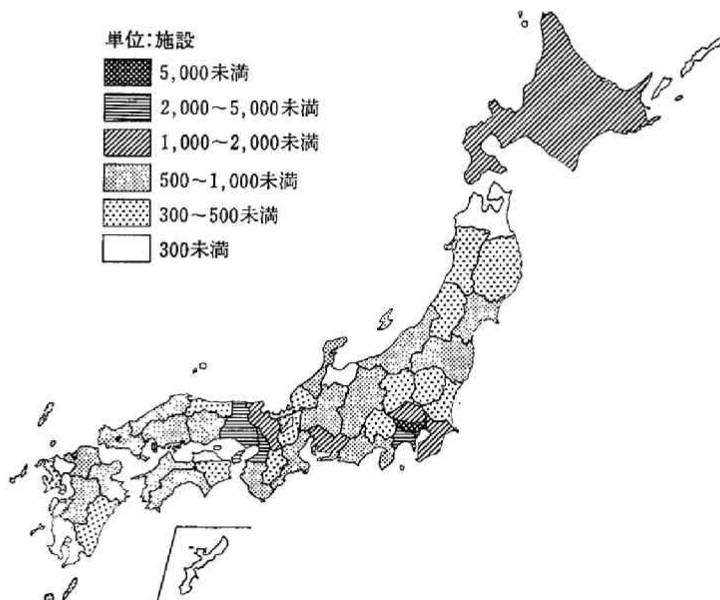
郵政省では、今後、全国各地で民間放送を最低4チャンネル視聴できるように、放送局の置局を推進することとしている。

(3) CATV

61年度末のCATV施設数は4万2,190施設であり、都道府県別の分布状況は、Ⅱ-1-1-3図のとおりである。

東京は6,458施設(全体の15.3%)と最も多く、次いで大阪の3,938施設(同9.3%)、兵庫の2,533施設(同6.0%)、神奈川の2,478施設(同5.9%)の順となっており、東京圏及び大阪圏が多くなっている。

Ⅱ-1-1-3図 CATV施設の都道府県別分布
(61年度末現在)



(4) 郵便

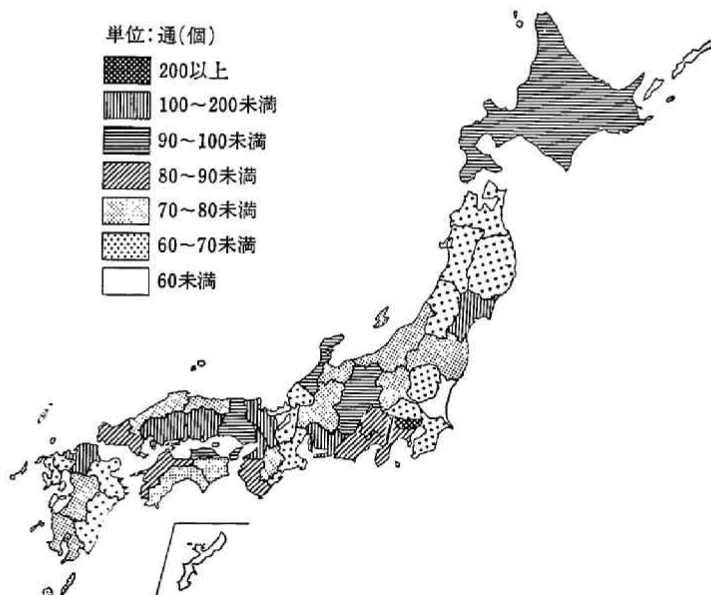
1人当たりの年間引受内国郵便物数は、121通(個)となっており、都道府県別にみるとⅡ-1-1-4図のとおりである。

東京は387.5通(個)と非常に多く、次いで大阪の177.9通(個)、京都の135.2通(個)、岡山の129.0通(個)の順となっている。

都道府県別にみた特徴は、東京をはじめとする各地方の核となる都道府県で多くなっていることである。

郵便は主に企業で利用されており、その地域の経済力によって、利用に開きがある。

Ⅱ-1-1-4図 1人当たりの年間引受内国郵便物数
(61年度)



郵政省資料、「推計人口」(総務庁)(61.10.1)により作成

1-1-2 地域別の最近の通信分野への参入

(1) 第一種電気通信事業

第一種電気通信事業は、63年5月1日現在36社が新規参入している。

また、事業の開始についてみると、61年8月から専用サービスが開始され、62年9月以降電話サービス及び無線呼出しサービスが相次いで開始され、63年5月1日現在24社がサービスを開始している。

ここでは、これらの各通信事業者のサービスの開始状況を、都道府県別に分析することとする。

(専用サービス)

専用サービスについては、63年5月1日現在7社がサービスを開始している。

専用サービスは、需要の多い東京大阪間の区域でまず開始された。

日本テレコム(株)、第二電電(株)及び日本高速通信(株)の3社が、東京大阪間の地域を中心としてサービスを提供している。

東京通信ネットワーク(株)、大阪メディアポート(株)は、それぞれ東京圏、大阪を中心にサービスを提供している。

レイクシティ・ケーブルビジョン(株)は、長野県の特定の地域に絞ったサービスの提供を行っている。

都道府県別のサービスの開始状況は、Ⅱ-1-1-5表のとおりである。

サービスの提供が最も多いのは、東京、埼玉、千葉、神奈川、静岡、大阪の4社となっている。

なお、鉄道通信(株)は、主に旅客鉄道株式会社等を対象として、鉄道業務用のサービスを提供している。

Ⅱ-1-1-5表 新第一種電気通信事業者のサービス開始状況(63年5月1日現在)

都道府県名	専 用	電 話	無線呼出し	自動車電話
北海道	0	0	1	
	0	0	0	
	0(1)	0(1)		
	0(1)	0(1)	1	
	0	0		
	0	0		
	0(1)	0(1)	(1)	
	1	3(1)		(1)
	1(1)	3(1)		
	1(1)	3(1)		
	4	4	1	(1)
	4	4	1	(1)
	4	4	1	(1)
奈良	0(1)	0(1)	1	
	0	0	1	
	0	0		
	0	0	1	
	1	3(1)	(1)	
	1	1(2)		
	2(1)	3	1	(1)
	4(1)	4	1	
	3(1)	3	1	(1)
	0(1)	3	1	(1)
	3(1)	3	1	(1)
	3(1)	3	1	(1)
	4	3	1	(1)
歌	3(1)	3	1	(1)
	0(1)	3	1	(1)
	0(1)	3	1	(1)
	0	0		
	0	0(2)		
	0(2)	0(2)	1	
	0(2)	0(2)	1	
	0(2)	0(2)	(1)	
	0	0		
	0	0(2)		
	0	0	1	
	0	0		
	0(2)	0(2)	1	
0	0(2)	1		
0	0	(1)		
0	0	1		
児	0	0		
	0	0		
	0	0		
	0	0		
	0	0		
	0	0		
	0	0		
	0	0		
	0	0		
	0	0		
	0	0		
	0	0		
	0	0	1	

- 注 1. 数値は各都道府県でサービスを開始している事業者数であり、()内は事業許可済みで、今後サービスを予定している事業者数を別掲。
2. 上記は、都道府県の一部がサービス提供区域である場合も含む。
3. 鉄道通信網は、奈良、佐賀及び沖縄を除く44都道府県で専用及び電話サービスを行っているが、一般利用者を対象としていないため、上記の事業者数には含まれていない。

(電話サービス)

電話サービスは、現在、第二電電(株)、日本テレコム(株)、日本高速通信(株)及び東京通信ネットワーク(株)の4社が事業を開始している。

都道府県別のサービスの開始状況は、Ⅱ-1-1-5表のとおりである。

サービスの提供が最も多いのは、東京、埼玉、千葉、神奈川、静岡の4社であり、全国の人口の4分の1を占める東京圏が中心となっている。

新事業者による電話サービスは、一般加入電話の契約数が人口と密接に関係していることから、人口の集中している東京圏や大阪圏からサービスが開始されている。

今後、業務区域が、東北、中国、四国、九州地方の一部へ拡大され、広範囲でサービスが提供される予定である。サービス提供区域の拡大により、電話サービスのネットワークとしての利用価値は、より一層高まっていくものと考えられる。

なお、鉄道通信(株)は、専用サービスと同様、主に旅客鉄道株式会社等を対象として、鉄道業務用のサービスを提供している。

(無線呼出しサービス)

無線呼出しサービスは、地元企業が中心となって、おおむね県を単位として事業が進められていることから、新規参入やサービスの開始が活発に行われている。

無線呼出しサービスは、63年5月1日現在21社が許可を受け、業務区域は31都道府県に上っている。このうち、27都道府県については既にサービスが開始されている(Ⅱ-1-1-5表参照)。

(自動車電話サービス)

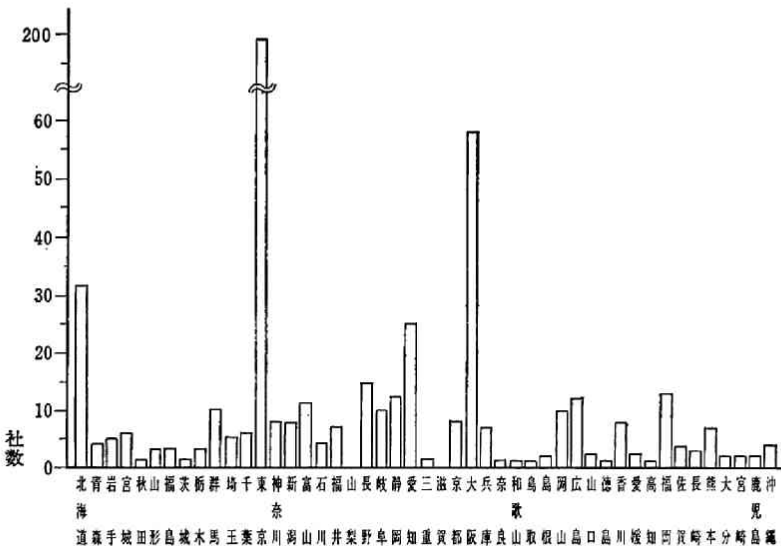
自動車電話サービスは、日本移動通信(株)及び関西セルラー電話(株)の2社が許可を受けており、東京圏、中部地方及び近畿地方においてサービスが開始される予定である(Ⅱ-1-1-5表参照)。

(2) 第二種電気通信事業

第二種電気通信事業者530社の本社の都道府県別分布状況は、Ⅱ-1-1-6図のとおりである。

本社が最も多いのは、東京の199社(37.5%)であり、次いで、大阪の58社(10.9%)、北海道の32社(6.0%)、愛知の25社(4.7%)の順となっており、圧倒的に東京に集中している。

Ⅱ-1-1-6図 第二種電気通信事業者の本社所在地別分布
(62年度末現在)

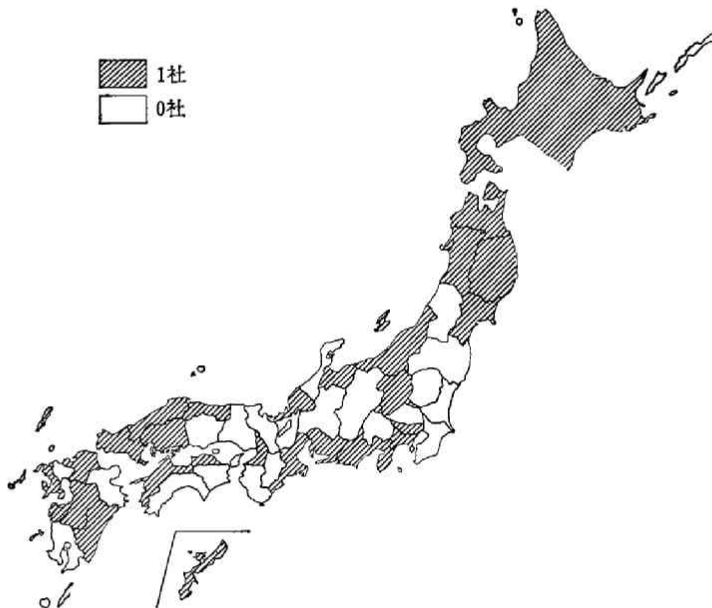


(3) 放送事業（民間放送及びCATV）

民間放送事業者によるFM放送は、63年4月1日現在、26都道府県で実施されている（Ⅱ—1—1—7図参照）。

62年度には、2の民間放送事業者が新たにFM放送を開始しており、63年度においても新たに4事業者の開局が予定されている。

Ⅱ—1—1—7図 FM放送（民放）の実施状況
(63年4月1日現在)

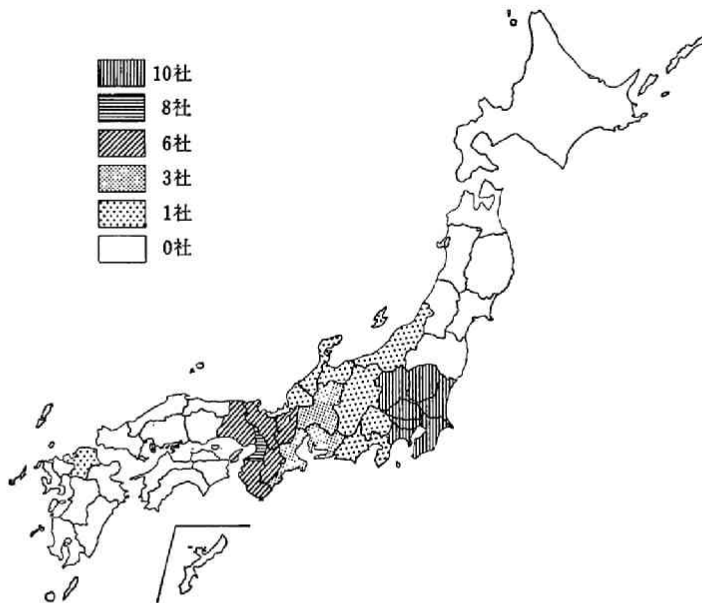


民間放送事業者による文字放送の開始状況は、62年度末現在22社がサービスを開始している。都道府県別サービス状況はⅡ—1—1—8図のとおりで、24都府県で実施されており、関東広域圏では10社と非常に多くなっている。

民間放送事業者による文字放送は、関東広域圏、近畿広域圏、中京広域圏を中心に行われている。

II-1-1-8 図 文字放送実施状況（民放）

(62年度末現在)



CATV 施設数は、着実に増加している。最近の特徴として、特に許可施設の伸びが著しいことが挙げられる。許可施設は、61年度中に83施設増加しており、その都道府県別の増加数はII-1-1-9図のとおりである。

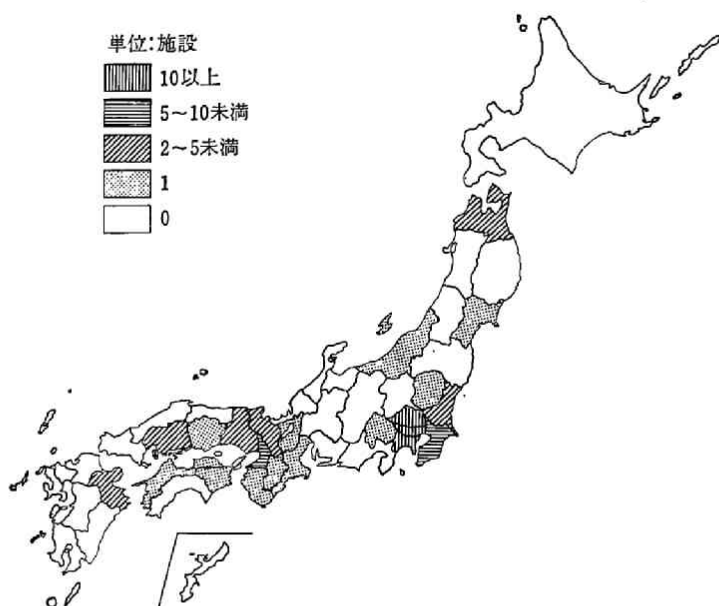
許可施設の増加は、特に東京圏で著しく、増加数の63.1%を占めている。大阪圏の増加数は全体の11.9%と、東京圏に次いで多くなっている。

1-1-3 地域情報化推進政策の現状

郵政省では、テレトピア事業や民活法施設の整備事業等を通じて、地域に密着した情報通信を中心とした情報化を推進している。

Ⅱ-1-1-9 図 CATV許可施設の増加数

(61年度)



(注) 増加数は、61年度において増加した施設数

ここでは、情報通信を中心とした地域の情報化推進政策の現状について概観する。

(1) テレトピアの推進

テレトピア計画は、CATVやビデオテックス等のニューメディアをモデル都市に集中的に導入することにより、地域の情報化を促進し、それぞれの地域の情報通信の核となる基盤を整備するものである。

テレトピアは、現在、63地域が指定され、全国で260のシステム構築予定に対し、62年度末現在、既に92システムが運用を開始している。また、これらのシステムの事業主体として41の第三セクターが設立されている。

運用システムに導入されているメディアとしては、データ通信、ビデオテキスト及び CATV が中心であり、全体の 8 割を占めている。

(2) 情報通信拠点の整備

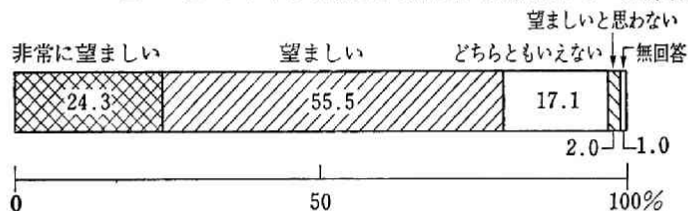
(テレコムプラザ)

テレコムプラザは、地域において高度な電気通信システムを運用するためのセンターと、地域の住民、企業等が、最新の電気通信システムを実際に体験・活用できる施設とを合わせ備えた、電気通信の高度で多様な利用の拡大、定着を促進するための拠点施設である。

テレコムプラザは地域の情報通信基盤整備の中核となり、市民生活及び企業活動等の活性化に寄与することが期待されている。

郵政省の調査^(注3)によれば、地方公共団体の「ニューメディアを自由に利用できる情報センターの誘致」に対する意向は、「非常に望ましい」及び「望ましい」とするものが、79.8%と高くなっている（Ⅱ-1-1-10図参照）。

Ⅱ-1-1-10図 ニューメディアを自由に利用できる情報センターの誘致意向



郵政省調査による。

現在、テレコムプラザとして、富山市民プラザ、ニューメディアプラザ山口等の 4 プロジェクトの整備事業が着手されている。

(テレポート)

テレポートは、通信衛星を利用した国際又は国内との間の高度な情報通信の拠点となる電気通信基盤を整備する地域開発プロジェクトであ

り、一定の地域内に衛星通信地球局，電気通信中枢センター，大規模光ファイバ網を集中整備するものである。

また、このテレポートと一体的に設置されるインテリジェントビルについても民活法の対象施設となっている。

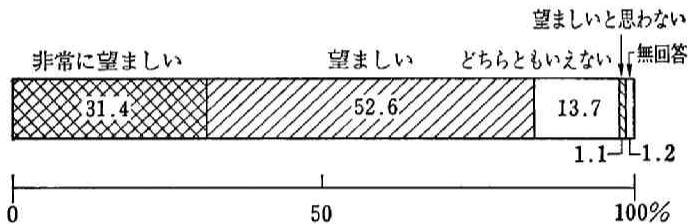
63年1月、大阪テレポートが我が国最初のテレポートとして着工され、64年からサービスが開始される予定である。また、東京、横浜等においてもテレポート計画が進められている。

(3) 研究開発拠点の整備

電気通信等の先端的な技術の研究開発を行うために、地域の企業等が共同で利用できる研究施設であるテレコム・リサーチパークは、地域における電気通信の研究開発の拠点であり、地域の発展に資することが期待されている。

郵政省の調査によれば、地方公共団体の「共同利用できる研究開発施設等の誘致」に対する意向も、テレコムプラザと同様、高くなっている(Ⅱ-1-1-11図参照)。

Ⅱ-1-1-11図 共同利用できる研究開発施設等の誘致意向



郵政省調査による。

これは、先端的な技術の研究開発を進める研究施設ができることにより、企業がその地域に集まり、地域経済の活性化・発展の大きな原動力になることが高く評価されているためである。

現在、テレコム・リサーチパークとして、関西文化学術研究都市内に、

国際電気通信基礎技術研究所(ATR インターナショナル)が建設されている。

(4) 人材の育成

情報化を進める上で、人材の育成が課題となっている。

特に、情報化が進んでいない地域において、人材の不足が情報化を進める上での課題となっており、人材の育成体制の整備に対する要望が強い。

また、情報サービスに要求される人材は、情報を収集・加工・処理する人材をはじめとして、組織・運営の在り方を考える人材等、様々な人材が求められている。

情報通信の活用により、情報化を進める上では、特に地方都市において積極的に人材の育成を推進し、地域間の人材の偏在を是正していくとともに、全体的に不足している情報通信に関連する人材を充足していくことが必要である。

60年6月に設立された(財)電気通信高度化協会は、新たな電気通信システムの構築、活用等を行うために必要な人材の育成を目的として、地域における人材の育成を支援している。

また、テレコム・リサーチパークの設立によって、各地域における電気通信技術者の育成が期待される。

郵政省では、ネットワーク化の推進に向けて、電気通信事業者と通信の利用者の両面から、人材の育成方策についても検討を進めている。

(5) 地域の情報化を進める上での環境整備

情報化の推進事業は、一般に、初期投資が大きく、かつ、システム構築後も相当の運用経費を要することから、国等が適切な支援措置を講じつつその推進を図る必要がある。

このため、郵政省では、システムの構築に対する財政投融資をはじめ

とする支援措置や、運用経費と密接な関係のある通信料金の低廉化等の種々の支援を行っている。

(通信料金の低廉化)

基幹通信である電話は、最も利用しやすいメディアとして情報通信システムの構築において重要な役割を果たしている。

NTT による電話料金は、56年、58年及び59年の中・遠距離電話料金の値下げや土曜・日曜・祝日割引きの導入に引き続き、63年2月の遠距離電話料金の値下げ及び離島の電話料金の改善と、低廉化に向けた努力が行われている。

また、第二電電(株)、日本テレコム(株)及び日本高速通信(株)の夜間、深夜の電話料金も63年2月に値下げが行われた。

郵政省は、今後とも、利用者の期待にこたえるとともに、情報化の推進を支援するため、料金全般の低廉化に向けた施策を行うこととしている。

(テレトピア計画に対する支援措置)

テレトピア計画に対する支援措置としては、テレトピア推進法人に対する基盤技術研究促進センターからの出資、日本開発銀行等からの低利融資及びNTT株式売却益を原資とする無利子融資、さらに、モデル都市において債務保証、利子補給等を行う公益法人(テレトピア基金)に対し、民間企業が出捐した場合の損金算入措置等が講じられている。

(民活法対象施設に対する支援措置)

テレコムプラザ、テレポート及びテレコム・リサーチパークの施設整備に対する支援措置としては、日本開発銀行等からの出融資及びNTT株式売却益を原資とする無利子融資、整備事業費に対するインセンティブ補助金、さらに施設に対する国税、地方税の減免等が講じられている。

1-2 地域経済の発展と情報通信

情報通信は経済活動において必要不可欠なものとなっており、我が国の産業を支える基盤となっている。また、地域経済の発展にとっても情報通信が大きく寄与することが期待されている。

ここでは、情報通信と地域経済の関係について分析する。

1-2-1 地域経済と通信

ここでは、分析可能で地域バランスを考慮した10道府県及び地域ブロックにおいて、通信とそれぞれの地域経済との関係を分析する。合わせて、県民経済での運輸・通信業の動向についてみる。

(1) 道府県別の分析

ここでは、使用可能な直近のデータとして55年道府県別産業連関表を用い、産業連関表の基本分類のうち「郵便」、「国内電信電話」、「国際電信電話」、「その他の通信サービス」が統合されている通信部門を取り上げた。

道府県別の分析対象として、ここでは北海道、岩手、千葉、神奈川、新潟、愛知、大阪、岡山、徳島及び大分の10道府県を取り上げた。

対象道府県の産業構造は、Ⅱ-1-2-1表のとおりである。

ア 各道府県における通信

我が国の通信部門の総生産額に占める各道府県の比率と、当該道府県の全生産額が我が国の総生産額に占める占率との関係を示すと、Ⅱ-1-2-2図のとおりである。

全国の総生産額に占める当該道府県生産額の割合よりも、全国の通信部門総生産額に占める当該道府県の通信部門生産額の割合が高いのは、

Ⅱ-1-2-1表 道府県別産業構造（55年）

区 別	生 産 額		産 業 構 造 (%)		
	実 額 (10億円)	全国シェア (%)	第1次産業	第2次産業	第3次産業
北 海 道	23,239	4.2	7.2	29.5	63.2
岩 手	4,638	0.8	9.2	30.0	60.8
千 葉	22,433	4.0	2.5	50.9	46.6
神 奈 川	39,497	7.1	0.4	56.6	43.0
新 潟	9,296	1.7	4.4	38.6	57.0
愛 知	41,797	7.5	1.1	54.7	44.2
大 阪	44,876	8.1	0.2	43.5	56.3
岡 山	11,560	2.1	2.2	61.5	36.3
徳 島	3,005	0.5	6.4	37.3	56.2
大 分	5,936	1.1	4.9	50.8	44.3
全 国	555,040	100.0	2.9	43.6	53.5

「55年地域産業連関表」（各道府県）、「55年産業連関表」（行政管理庁）により作成

（注） 全国の数値は、55年産業連関表による。

大阪、北海道、岩手の3道府県で、特に、大阪が高くなっている。この3道府県に共通することは、総生産額に占める第3次産業の割合が全国平均よりも高く、第2次産業の割合が全国平均よりも低いことである。

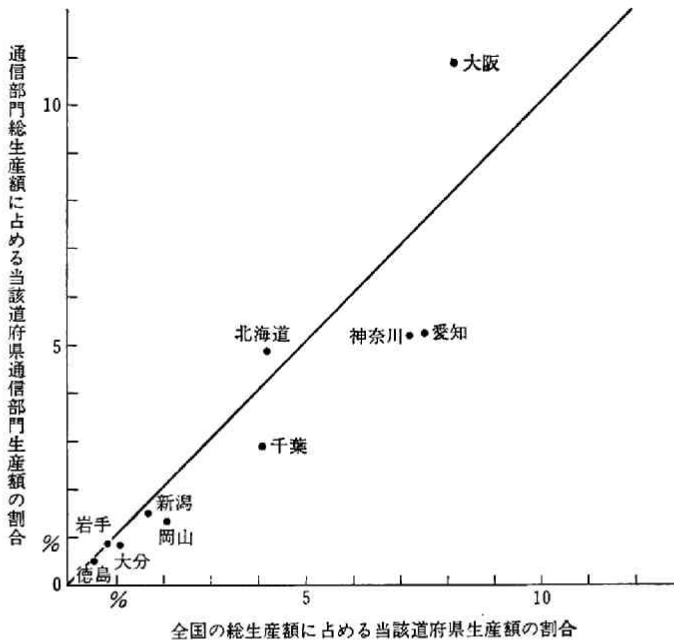
また、通信部門生産額と、第2次産業及び第3次産業の生産額の相対比との関係を示すと、Ⅱ-1-2-3図のとおりである。

大阪を除いて他の道県は、ほぼ直線上に位置しており、第2次産業に対し第3次産業の割合が高いほど、通信部門の総生産額に占める割合が大きくなるのが分かる。

これは、通信部門の生産が第3次産業に依存するところが大きいことを示している。

大阪及び全国平均が直線上よりも高い位置にあるのは、大阪及び東京

II-1-2-2 図 道府県別通信部門の地位 (55年)



「55年地域産業連関表」(各道府県), 「55年産業連関表」(行政管理庁) により作成

が大都市圏の通信需要の中心として高いウェイトを有しており、その結果として、全国平均が上方ヘシフトしているためと考えられる。

イ 各地域における通信利用

各地域における産業分野等における通信の利用について分析する。

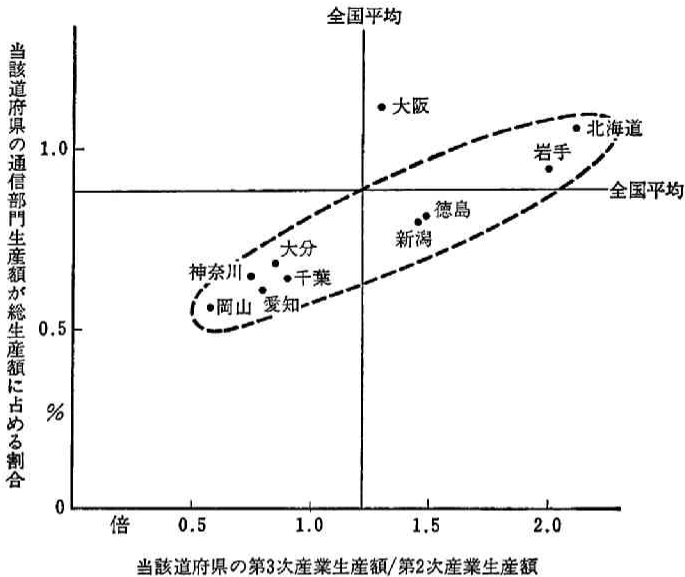
(道府県別の通信需要)

通信部門の産出構造を利用して、道府県別の通信需要を分析する。

道府県別にみた通信の需要先は、II-1-2-4表のとおりである。

通信部門の需要構造をみると、全国ベースでは産業部門(内生部門)が71.3%、民間消費等の最終需要部門が28.7%である。

Ⅱ-1-2-3 図 通信部門生産額と第3次産業生産額との関係 (55年)



「55年地域産業連関表」(各道府県), 「55年産業連関表」(行政管理庁)により作成

産業部門の計を100%とした場合、通信部門の需要先は、全国ベースでは第3次産業が72.6%、第2次産業が26.4%、第1次産業が1.0%を占めている。

この需要比率を産業構造比率で除した数値をみると、全国ベースでは第1次産業が0.31、第2次産業が0.53、第3次産業が1.20であり、通信部門が第3次産業と密接な関係にあることを示している。

道府県別にみると、岩手及び大阪は全産業部門で全国ベースを上回っており、この2府県の産業は財及びサービスを生産する際に全国平均より多くの通信を利用しているのが分かる。

また、道府県別の需要先の特徴的なこととして、千葉及び神奈川の輸

II-1-2-4表 通信部門の需要構造 (55年)

(単位：%)

区 別	第1次 産 業	第2次 産 業	第3次 産 業	内生計	民間消費	その他	最終需要 計	輸移入	総供給額
北海道	1.8 (2.8)	7.1 (11.4)	53.4 (85.7)	62.3 (100.0)	37.1	0.6	37.7	△ 1.0	100.0
岩 手	2.3 (3.7)	10.9 (17.7)	48.4 (78.6)	61.6 (100.0)	38.0	0.4	38.4	△ 0.6	100.0
千 葉	0.6 (0.9)	21.4 (33.6)	41.7 (65.5)	63.7 (100.0)	30.5	5.8	36.3	△18.4	100.0
神奈川	0.2 (0.2)	29.7 (40.8)	42.9 (59.0)	72.7 (100.0)	26.6	0.7	27.3	△13.8	100.0
新 潟	1.3 (1.9)	16.5 (23.0)	54.0 (75.1)	71.8 (100.0)	28.2	0.0	28.2	△ 5.8	100.0
愛 知	0.3 (0.4)	18.1 (26.0)	51.5 (73.7)	69.9 (100.0)	28.1	2.0	30.1	△ 3.2	100.0
大 阪	0.1 (0.1)	14.5 (22.0)	51.2 (77.9)	65.8 (100.0)	31.8	2.4	34.2	△ 1.0	100.0
岡 山	0.7 (1.4)	17.0 (30.8)	37.4 (67.9)	55.1 (100.0)	44.6	0.3	44.9	△ 0.1	100.0
徳 島	1.0 (1.5)	16.8 (24.0)	52.3 (74.6)	70.2 (100.0)	29.8	0.0	29.8	0.0	100.0
大 分	1.2 (1.7)	19.6 (28.4)	48.3 (69.9)	69.1 (100.0)	30.9	0.0	30.9	0.0	100.0
全 国	0.7 (1.0)	18.8 (26.4)	51.8 (72.6)	71.3 (100.0)	28.3	0.4	28.7	△ 0.4	100.0

「55年地域産業連関表」(各道府県)、「55年産業連関表」(行政管理庁)により作成

(注) 1. 全国の数値は、55年産業連関表による。

2. ()内は、内生計を100とした場合の各産業の割合である。

移入の水準の高さが挙げられる。これは、東京という巨大な大都市の後背地として、通信分野において両県が、大きく東京に依存していることを示すものである。

(各産業の生産額に占める通信の割合)

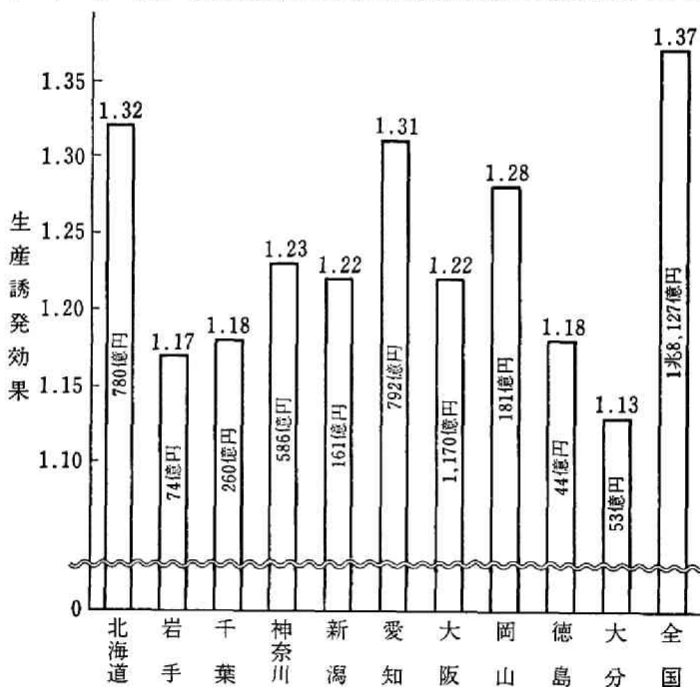
各産業の生産額に占める通信の割合についてみると、全国ベースでは

第1次産業が0.22%，第2次産業が0.38%，第3次産業が0.86%であった。

地域別にみると，第1次産業では大阪，神奈川等，第2次産業では大阪及び神奈川，第3次産業では大阪及び北海道が全国ベースよりも高い比率を占めている。

また，大阪に関しては各産業とも生産額に占める通信の利用が全国ベ

Ⅰ-1-2-5 図 道府県別通信部門の生産誘発効果と生産誘発額（55年）



「55年地域産業連関表」（各道府県），「55年産業連関表」（行政管理庁）により作成

- （注）
1. 全国の数値は，55年産業連関表による。
 2. 棒グラフ内の数値は，生産誘発額である。
 3. 生産誘発効果は，通信部門の逆行列係数の列和をその列の通信部門の逆行列係数で除すことにより求められる。

ースよりも高く、通信が各産業で広く利用されていることが分かる。逆に岡山は各産業とも生産額に占める通信の利用が全国ベースよりも低くなっている。

ウ 通信部門の生産誘発効果

道府県別にみた通信部門の生産誘発効果及び生産誘発額は、Ⅱ-1-2-5図のとおりである。

各道府県別にみると、北海道の1.32から大分の1.13にまで分布している。各道府県の投入構造の差異を反映し、生産誘発効果にもかなりのばらつきがみられる。

55年の通信部門の生産額は4兆8,993億円であり、生産誘発効果1.37により、全国の生産誘発額は、1兆8,127億円であった。

道府県別にみると、最も多い大阪では1,170億円、最も少ない徳島で44億円であった。

(2) 地域ブロック別の分析

ここでは、利用可能な直近のデータとして、55年地域間競争移入型産業連関表を用いて地域ブロックごとの通信の利用について分析するとともに、特に通信部門の地域間の移出入についてみる。

ア 各地域ブロックにおける通信部門の地位

各地域ブロックにおける通信部門の生産額や全国に占める比率は、Ⅱ-1-2-6表のとおりである。

全国の通信部門の総生産額のうち各地域ブロックが占める割合は、関東が42.39%、次いで近畿が18.45%、中部が8.88%である。

これと、各地域ブロックの総生産額の全国に占める割合と比較してみると、おおむね対応している。

しかし、中部ブロックについては、総生産額では全国の12.45%を占めていたものが、通信部門の生産額では全国の8.88%と著しく低い値と

Ⅱ-1-2-6表 地域ブロック別通信部門の地位 (55年)

地 域 区 別	北海道	東 北	関 東	中 部	近 畿	中 国	四 国	九 州	沖 縄	全 国
通信部門生産額 (億円)	2,434	3,089	20,768	4,352	9,037	2,900	1,416	4,706	290	48,992
全産業生産額 (億円)	230,270	344,344	2,149,903	680,855	967,372	415,045	172,724	476,280	29,863	5,466,657
各地域ブロックにおける 通信の比重 (%)	1.06	0.90	0.97	0.64	0.93	0.70	0.82	0.99	0.97	0.90
全国の通信部門生産額に 占める各地域ブロックの 比重 (%)	4.97	6.31	42.39	8.88	18.45	5.92	2.89	9.61	0.59	100.00
全国の総生産額に占める 各地域ブロックの比重 (%)	4.21	6.30	39.33	12.45	17.70	7.59	3.16	8.71	0.55	100.00

「55年地域間競争移入型産業連関表」(通商産業省)により作成

(注) 東北とは青森, 岩手, 宮城, 秋田, 山形及び福島である。関東とは茨城, 栃木, 群馬, 埼玉, 千葉, 東京, 神奈川, 新潟, 山梨, 長野及び静岡である。中部とは愛知, 岐阜, 三重, 富山及び石川である。近畿とは福井, 滋賀, 京都, 大阪, 兵庫, 奈良及び和歌山である。

なっている。これは、先の道府県別の分析でみたように、愛知の通信部門生産額の総生産額に占める割合が低いこと、通信部門が第3次産業に対する依存度が高いのに、中部ブロックでは、第3次産業の比率が低いことなどによる。

イ 通信部門の産出構造

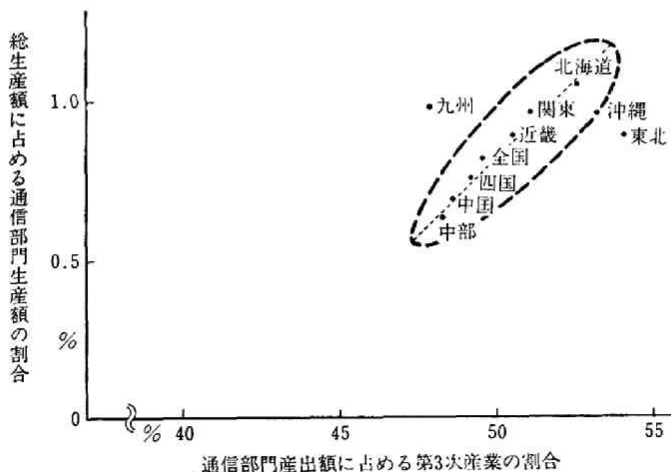
各地域ブロックの通信部門の産出構造をみると、産出比率が最も高いのは各地域ブロックとも第3次産業、次いで民間消費支出であった。

通信部門の生産額と通信部門産出額に占める第3次産業のシェアの関係は、II-1-2-7図のとおりである。

通信部門産出額に占める第3次産業のシェアが高いほど、総生産額に占める通信部門の生産額の割合がおおむね高くなっており、通信産業の第3次産業への依存度の高さをここで示している。

通信部門の第3次産業への産出先のうち、最も産出比率が高いのは、商業で、次いでサービス業、金融・保険の順となっている。ただし、四国及び

II-1-2-7図 通信部門生産額と第3次産業（55年）



出典等はII-1-2-6表と同じ。

沖縄では商業よりもサービス業への産出比率のほうが高くなっている。

ウ 各地域ブロックの相互関連

通信はコミュニケーションの手段であり各地域ブロック内で閉鎖的に活動が終わるものではなく、他の地域ブロックとの間にかなり大きい移出入がある。

この移出先、移入元の構造は、各地域ブロック間の関係を通信活動の面から示すものといえる。

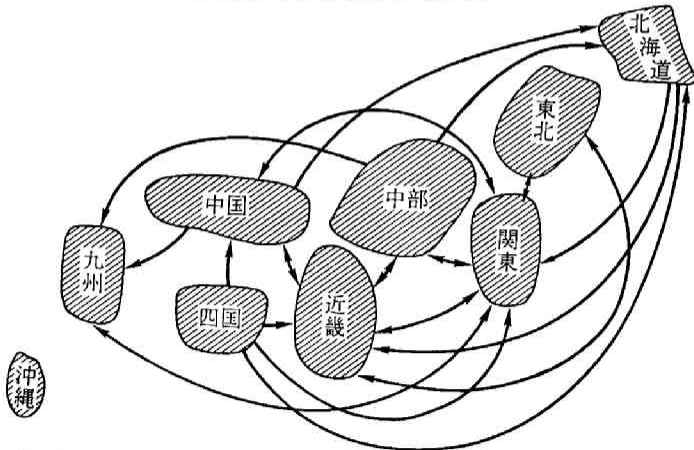
通信部門の特徴として、移出入とも関東との関係が顕著であることが挙げられる。

(通信部門の移出先)

地域ブロックの通信部門の移出総額に占める移出先のウェイトは、II-1-2-8図のとおりである。

関東への移出額が移出総額の5割を超えているのは、九州、北海道、東北及び中国であり、移出先が関東に集中していることが分かる。

II-1-2-8図 各地域ブロックの通信部門の移出先（移出総額に占めるウェイトが10%以上）（55年）



出典等はII-1-2-6表と同じ。

(注) 移出とは、自地域の生産物が他地域に搬入され消費されたもの。

このことは、通信を通じてみた場合には、関東、特にその中核の東京が全国の情報のコントロールタワーとしての役割を果たしていることを示しているものである。

例外的に移出先として関東より他の地域ブロックの方が上回っているのは、近畿の中国への移出のみである。

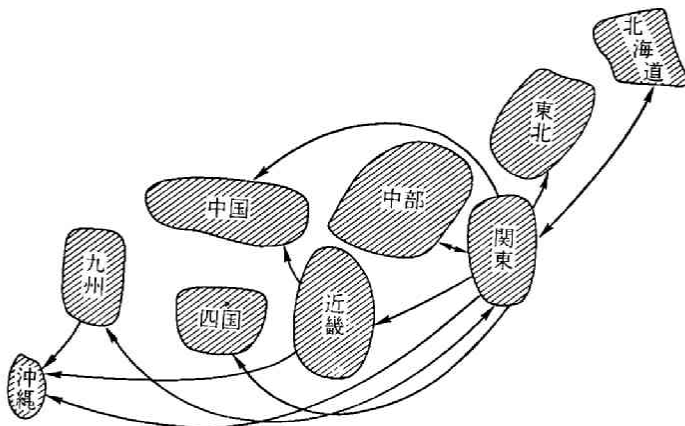
関東の移出先としては、近畿への移出が25.0%と最も多いが、東北、九州、中部及び中国への移出も10%を超えており、移出先は各ブロックに分散されており、関東、特に東京の全国拠点としての性格を示している。

(通信部門の移入元)

各地域ブロックの通信部門の移入総額に占める移入元のウェイトは、II-1-2-9図のとおりである。

各地域ブロックの移入総額の中で最もウェイトの高い相手地域ブロックは関東であり、最も低い沖縄でも57.5%を占め、最も高い四国では

II-1-2-9図 各地域ブロックの通信部門の移入元（移入総額に占めるウェイトが10%以上）（55年）



出典等はII-1-2-6表と同じ。

(注) 移入とは、他地域の生産物が自地域に搬入され消費されたもの。

94.0%にもなっている。

(3) 地域における運輸・通信業

ここでは、運輸・通信業の総生産額の地域別の状況について、県民経済計算年報（経済企画庁）を利用して分析する。

ア 都道府県における運輸・通信業

50年度、55年度及び60年度の都道府県別県内総生産額と運輸・通信業県内総生産額は、Ⅱ—1—2—10表のとおりである。

50年度から60年度までの各都道府県における県内総生産額の伸びと運輸・通信業県内総生産額の伸びをみると、全国平均では前者が2.10倍、後者が2.11倍とほぼ同一である。

60年度の国内総生産額に占める県内総生産額の割合が高い地域は、東京（17.16%）、大阪（8.67%）等であった。また、関東については各都県とも50年度のシェアに比べて60年度のシェアの方が高くなっている。

運輸・通信業についてみると、東京が23.60%、大阪が7.99%等となっている。

都道府県別にみると、運輸・通信業の伸びが高かったのは、千葉の3.58倍、埼玉の3.12倍等であった。

県内総生産額と運輸・通信業県内総生産額の伸びの全国平均よりも高く、かつ、県内総生産額の伸びよりも運輸・通信業県内総生産額の伸びのほうが高かった都道府県は、山形、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、福井、長野、奈良、鹿児島であり、そのうち5県は関東の県であった。

関東は県内総生産額が伸びているばかりでなく、それ以上の割合で運輸・通信業総生産額が伸びているのが分かる。

地域ごとの分散を変動係数でみると、運輸・通信業は約1.7で、総生産額の1.3を上回っている。これは、人、物、情報の流れという社会・経済のネットワークに当たる部門の集中の強さを示している。

Ⅱ-1-2-10表 都道府県別県内総生産額

(単位：10億円，%)

区 別	県 内 総 生 産 額						運 輸 ・ 通 信 業 県 内 総 生 産 額					
	50年度		55年度		60年度		50年度		55年度		60年度	
	生産額	全国比	生産額	全国比	生産額	全国比	生産額	全国比	生産額	全国比	生産額	全国比
北海道	6,449	4.22	11,122	4.47	12,889	4.01	443	4.29	775	4.63	931	4.29
青森	1,467	0.96	2,298	0.92	2,893	0.90	97	0.94	156	0.93	212	0.98
岩手	1,420	0.93	2,228	0.89	2,730	0.85	70	0.67	130	0.78	166	0.77
宮城	2,423	1.59	4,004	1.61	5,149	1.60	175	1.70	269	1.60	353	1.62
秋田	1,335	0.87	2,093	0.84	2,447	0.76	65	0.63	104	0.62	120	0.55
山形	1,318	0.86	2,073	0.83	2,631	0.82	60	0.58	108	0.65	146	0.67
福島	2,234	1.46	3,719	1.49	4,700	1.46	115	1.11	173	1.03	228	1.05
茨城	2,788	1.83	4,841	1.94	6,795	2.12	112	1.08	211	1.26	293	1.35
栃木	2,261	1.48	4,057	1.63	5,008	1.56	93	0.90	151	0.90	209	0.96
群馬	2,031	1.33	3,593	1.44	4,949	1.54	82	0.80	144	0.86	206	0.95
千葉県	4,648	3.04	8,232	3.31	11,182	3.48	201	1.95	414	2.47	627	2.89
東京都	4,711	3.08	8,021	3.22	10,762	3.35	225	2.17	573	3.42	803	3.69
神奈川県	25,547	16.73	40,195	16.14	55,101	17.16	2,540	24.60	3,780	22.57	5,131	23.60
新潟	8,537	5.59	14,575	5.85	19,005	5.92	604	5.85	891	5.32	1,172	5.39
富山	2,818	1.85	4,455	1.79	5,716	1.78	135	1.31	223	1.33	298	1.37
石川	1,483	0.97	2,382	0.96	2,914	0.91	67	0.64	106	0.64	140	0.65
福井	1,398	0.92	2,212	0.89	2,731	0.85	83	0.80	133	0.79	169	0.78
山梨	979	0.64	1,593	0.64	2,069	0.64	42	0.41	75	0.45	100	0.46
長野	835	0.55	1,381	0.55	2,037	0.63	35	0.34	57	0.34	74	0.34
岐阜	2,328	1.52	3,832	1.54	5,116	1.59	104	1.01	178	1.06	242	1.11
静岡県	2,276	1.49	3,640	1.46	4,727	1.47	106	1.03	180	1.07	246	1.13
愛知県	4,392	2.88	7,209	2.90	9,767	3.04	272	2.63	432	2.58	574	2.64
三重県	9,590	6.28	16,252	6.53	21,604	6.73	602	5.84	1,036	6.19	1,229	5.65
滋賀県	2,084	1.36	3,318	1.33	4,263	1.33	129	1.25	188	1.12	264	1.22
京都府	1,363	0.89	2,260	0.91	3,289	1.02	86	0.83	144	0.86	193	0.89
大阪府	3,103	2.03	5,018	2.02	6,463	2.01	196	1.90	310	1.85	464	2.13
兵庫県	14,293	9.36	22,687	9.11	27,852	8.67	889	8.61	1,457	8.70	1,737	7.99
徳島県	6,494	4.25	10,746	4.32	13,112	4.08	566	5.49	978	5.84	1,230	5.66
香川県	992	0.65	1,800	0.72	2,353	0.73	47	0.45	113	0.67	138	0.63
愛媛県	1,406	0.92	1,915	0.77	2,210	0.69	110	1.06	141	0.84	153	0.70
高知県	669	0.44	1,075	0.43	1,328	0.41	30	0.29	51	0.30	64	0.29
福岡県	806	0.53	1,289	0.52	1,626	0.51	37	0.36	58	0.35	85	0.39
佐賀県	2,445	1.60	3,836	1.54	5,032	1.57	157	1.52	266	1.59	353	1.62
熊本県	3,991	2.61	6,042	2.43	7,532	2.35	266	2.58	369	2.20	487	2.24
大分県	2,055	1.35	3,086	1.24	3,705	1.15	136	1.31	213	1.27	243	1.12
宮崎県	887	0.58	1,352	0.54	1,629	0.51	57	0.55	83	0.49	101	0.47
鹿児島県	1,241	0.81	1,950	0.78	2,298	0.72	85	0.82	123	0.74	152	0.70
沖縄県	1,709	1.12	2,559	1.03	3,139	0.98	127	1.23	179	1.07	214	0.98
計	831	0.54	1,343	0.54	1,578	0.49	46	0.45	74	0.44	76	0.35
	6,023	3.94	9,653	3.88	11,799	3.67	433	4.19	701	4.19	875	4.02
	893	0.58	1,479	0.59	1,791	0.56	56	0.55	81	0.49	96	0.44
	1,561	1.02	2,380	0.96	2,973	0.93	96	0.93	162	0.97	196	0.90
	1,792	1.17	2,956	1.19	3,868	1.20	100	0.97	180	1.07	201	0.93
	1,265	0.83	2,274	0.91	2,684	0.84	77	0.74	126	0.75	154	0.71
	1,047	0.69	1,803	0.72	2,200	0.69	60	0.58	108	0.65	134	0.62
	1,586	1.04	2,644	1.06	3,448	1.07	119	1.15	206	1.23	275	1.26
	931	0.61	1,499	0.60	2,063	0.64	94	0.91	139	0.83	180	0.83
合 計	152,735	100.00	248,970	100.00	321,159	100.00	10,324	100.00	16,749	100.00	21,737	100.00
変動係数	1.30		1.27		1.31		1.76		1.64		1.68	

「県民経済計算年報」(経済企画庁)により作成

(注) 変動係数=標準偏差÷平均値

イ 政令指定都市における運輸・通信業

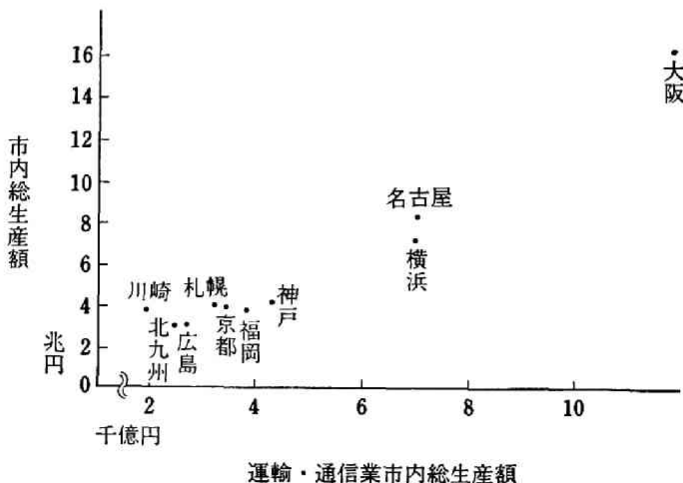
60年度の政令指定都市における市内総生産額と運輸・通信業市内総生産額は、Ⅱ-1-2-11図のとおりである。

政令指定都市が所属する道府県における、県内総生産額及び運輸・通信業県内総生産額に占める政令指定都市の市内総生産額及び運輸・通信業市内総生産額の割合は、各都市とも高い比率を占めている。

しかし、政令指定都市の中でも、都市機能の性格によって生産額の集中度に差があることが分かる。

60年度の同一県内にある川崎市と横浜市とを比較すると、市内総生産額の県内総生産額に占める割合では、横浜市は川崎市の1.90倍であるが、運輸・通信業の総生産額で見ると、横浜市は川崎市の3.56倍となっており、運輸・通信業においては横浜市のほうが生産額がより集中しているのが分かる。

Ⅱ-1-2-11図 60年度政令指定都市別市内総生産額



「県民経済計算年報」(経済企画庁)により作成

同じく、同一県内にある北九州市と福岡市とを比較すると、市内総生産額の県内総生産額に占める割合では、福岡市は北九州市の1.29倍であるが、運輸・通信業の総生産額でみると、福岡市は北九州市の1.54倍となっており、運輸・通信業においては福岡市のほうが生産額がより集中しているのが分かる。

ここに共通することは、横浜市と福岡市が県庁所在都市という行政、商業、金融のウェイトが高く、情報発信の中心地であること、川崎、北九州市は工業都市であることである。運輸・通信業はこのような情報の集積点、ネットワークの拠点に集中することが分かる。

1-2-2 地域に展開する情報通信関連産業

ここでは、地域経済の発展や地域の情報化に大きな影響を与える情報通信関連産業の各地域における展開状況について総務庁の事業所統計により分析する。

(1) 都道府県別の情報通信関連産業の展開状況

ここでは、地域に展開している事業所のうち民営の情報通信関連産業（国・日本国有鉄道及び地方公共団体の事業所を除く。）について、通信業、放送業、情報通信関連ハード産業及び情報通信関連ソフト産業を取り上げ分析する。

61年の都道府県別の情報通信関連産業の事業所数及び従業者数は、Ⅱ-1-2-12表及びⅡ-1-2-13表に示すとおりである。

ア 通信業

通信業とは、ここでは電信電話業、有線放送電話業及び通信に付随するサービス業を指す。

全国の通信業の事業所数は7,260であり、従業者数は約29万2千人であった。

II-1-2-12表 61年の都府県別情報通信関連産業事業所数（民営）（単位：事業所）

区 別	全産業事業所数	通 信 業	放 送 業	情報通信関連 ハード産業	情報通信関連 ソフト産業		
北 海	道	272,418	390	102	91	512	
	青森	75,783	107	21	130	88	
	岩手	70,077	118	22	373	125	
	宮城	110,791	151	25	569	276	
	秋田	66,697	142	19	359	77	
	山形	70,530	137	18	687	83	
	福島	107,288	168	37	1,164	140	
	茨城	129,074	134	29	641	174	
	栃木	104,200	106	21	600	110	
	群馬	110,537	83	16	1,075	129	
	埼玉	249,791	112	36	1,802	220	
	千代田	194,861	154	29	543	221	
	奈 東	千葉	785,170	281	150	4,483	5,040
		京	300,894	164	47	2,879	591
		川	145,916	212	31	593	193
		潟	67,628	103	15	259	96
		山	78,674	132	19	145	135
		川	55,691	60	14	149	84
		福	54,773	71	22	651	56
山		123,230	374	45	1,920	236	
長		124,001	133	17	247	106	
岐		208,989	196	60	736	335	
静 岡	愛	364,912	242	56	592	657	
	三	93,080	151	15	323	104	
	滋	57,566	107	17	231	86	
	賀	163,081	118	25	382	190	
	都	530,787	286	133	1,527	1,514	
	歌 阪	京	268,639	253	44	555	312
		大	51,279	102	8	71	19
		兵	64,407	95	12	19	46
		奈	33,089	120	29	177	53
		和	46,175	159	12	133	73
		鳥	98,465	150	25	171	168
		岡	148,682	193	37	141	299
		山	82,733	113	26	43	115
		口	47,620	67	13	48	52
		島	58,794	72	16	35	87
	香 愛	高	81,927	124	22	96	126
		知	49,598	104	15	15	53
岡		246,072	222	60	148	512	
賀		43,852	66	17	48	52	
崎		78,689	172	33	36	106	
本		88,474	198	20	124	133	
分		64,557	138	19	81	77	
崎		61,736	120	16	63	83	
島		95,798	309	24	85	124	
縄		67,316	51	30	0	93	
合 計	6,494,341	7,260	1,519	25,240	14,161		

「61年事業所統計」（総務庁）により作成

- (注) 1. 情報通信関連ハード産業とは、電線・ケーブル製造業、通信機械器具・同関連機械器具製造業、電子計算機・同附属装置製造業及び電子機器用・通信機器用部分品製造業である。情報通信関連ソフト産業とは、情報サービス業及びニュース供給業である。
 2. 全産業には農林漁業は含まない。

II-1-2-13表 61年の都道府県別情報通信関連産業従業者数(民営)(単位:人)

区 別	全 産 業 従 業 者 数	通 信 業	放 送 業	情報通信関連 ハード産業	情報通信関連 ソフト産業
北海道	2,003,836	13,476	3,069	7,105	3,042
青森	468,040	2,837	746	12,036	989
岩手	479,878	3,272	647	26,929	1,202
宮城	821,534	6,415	1,289	43,915	4,613
秋田	437,286	3,035	631	26,808	751
山形	474,829	3,109	537	40,281	884
福島	789,703	4,822	849	65,385	2,058
茨城	978,448	5,199	410	35,641	4,577
栃木	761,885	3,750	316	37,995	1,703
群馬	791,984	3,846	311	40,425	3,122
千葉	1,886,481	7,838	559	71,510	3,713
東京都	1,491,729	8,329	518	36,799	4,804
神奈川県	7,381,719	43,037	15,472	153,297	175,876
新潟	2,711,939	11,392	835	161,078	24,993
富山	1,001,820	5,881	1,100	29,919	3,039
石川	490,071	2,761	548	15,158	1,885
福井	501,611	3,908	623	9,567	1,813
山梨	365,790	1,555	449	11,535	1,015
長野	323,398	2,400	585	22,798	643
岐阜	872,522	6,152	939	72,586	3,110
静岡県	794,711	4,116	327	13,545	811
愛知県	1,587,736	6,868	1,557	29,424	5,437
三重	3,025,891	14,901	2,668	22,064	13,872
滋賀	681,105	4,317	255	17,912	1,023
京都	441,904	2,585	255	16,141	1,273
大阪	1,055,968	6,169	685	22,867	3,126
兵庫県	4,293,066	25,096	6,260	70,205	38,713
奈良	1,973,314	11,607	921	35,560	5,709
和歌山	332,793	2,914	193	5,863	122
鳥取	364,065	2,642	349	906	583
島根	225,716	1,756	543	8,473	601
岡山	291,514	2,319	289	8,144	538
広島	749,972	4,270	856	10,500	3,288
山口	1,139,854	8,439	1,551	8,214	5,031
徳島	589,267	3,821	600	6,036	1,095
香川	288,799	2,339	436	1,358	520
愛媛	400,777	2,741	631	2,555	1,110
高知	545,824	4,550	988	7,891	1,715
福岡	277,644	2,436	550	633	533
佐賀	1,799,876	11,103	2,408	18,223	10,375
長崎	298,468	1,939	363	3,858	463
熊本	497,550	3,527	829	3,094	1,060
大分	585,997	5,165	860	17,556	1,729
宮崎	422,677	3,374	624	9,826	1,029
鹿児島	382,201	2,626	566	8,062	973
沖縄	559,394	4,503	679	18,500	1,076
計	354,618	2,524	914	0	1,629
変動係数	48,995,224	291,661	57,590	1,288,177	352,327
変動係数	1.18	1.11	1.89	1.21	3.43

出典等はII-1-2-12表と同じ。

通信業において従業者数が多い地域のシェアは、東京が14.8%、大阪が8.6%であるが、変動係数で見ると1.11であった。これは、全産業の変動係数(1.18)と比べても小さく、通信業が比較的全国的に分散が進んでいる産業であることを示している。

イ 放送業

放送業とは、ここでは公共放送業、民間放送業及び有線放送業を指す。全国の放送業の事業所数は1,519であり、従業者数は約5万8千人であった。

放送業において従業者数が多い地域のシェアは、東京が26.9%、大阪が10.9%であり、変動係数で見ると1.89であり、集中化が進んでいる産業であることを示している。

特に、東京への従業者数の集中が目立っている。これは、東京が番組の企画、制作、発出等の中心であることを示している。

逆に、奈良の約200人をはじめとして、三重、滋賀、和歌山等の低さが目立っている。また、東京を除く首都圏も全般的に低くなっている。これは、これらの地域がテレビジョン放送の放送対象地域としては広域圏に属しており、東京、大阪又は名古屋に依存していることを示している。

ウ 情報通信関連ハード産業

情報通信関連ハード産業とは、ここでは電線・ケーブル製造業、通信機械器具・同関連機械器具製造業、電子計算機・同附属装置製造業及び電子機器用・通信機器用部分品製造業をいう。

全国の情報通信関連ハード産業の事業所数は2万5,240であり、従業者数は約128万8千人であった。

情報通信関連ハード産業において従業者数が多い地域のシェアは、神奈川が12.5%、東京が11.9%であり、変動係数で見ると、全産業の変動

係数とほぼ同じである1.21であった。

情報通信関連ハード産業の特徴として、山形、福島、秋田、岩手、宮城、群馬、栃木等の南東北地域及び北関東地域で従業者数が比較的多いことが挙げられる。また、情報通信関連ハード産業がこれら地域の産業に占める割合も高いことから、比較的各地方への分散になじむ産業であることを示している。

エ 情報通信関連ソフト産業

情報通信関連ソフト産業とは、ここでは情報サービス業及びニュース供給業をいう。

全国の情報通信関連ソフト産業の事業所数は1万4,161であり、従業者数は約35万2千人であった。

情報通信関連ソフト産業の従業者数が多い地域のシェアは、東京が49.9%、大阪が11.0%であった。東京のみで全国の約半分のシェアがあり、2地域で全国の約6割のシェアを占めている。変動係数でも、3.43と高いものとなっている。典型的な大都市集中型産業である。さらに地域ブロックでみた場合も、そのブロックの中心の都府県に集中している。

この大都市、あるいは地方中枢都市への集中度の高さは、放送業や情報通信関連ソフト産業は、情報の処理・加工を直接行う部門であり、ここでは情報の集積効果が働くこと、また、本源的な情報発信源と直接接触を必要とすることに起因している。

オ 人口30万人以上の都市における情報通信関連産業

ここでは、人口30万人以上の都市における情報通信関連産業の特徴をみることにする。

人口30万人以上の都市における情報通信関連産業の従業者数は、Ⅱ-1-2-14表のとおりである。

Ⅱ-1-2-14表 61年の人口30万人以上の都市における情報通信関連産業従業者数
(民営) (単位:人)

都道府県名	都市名	通信業	放送業	情報通信関連 ハード産業	情報通信関連 ソフト産業
北海道	札幌市	4,507	2,015	297	6,331
	函館市	913	176	6	221
	旭川市	1,213	156	724	229
宮城	仙台市	4,320	1,207	4,065	4,458
福島	郡山市	685	225	8,165	558
	いわき市	569	47	10,082	512
栃木	宇都宮市	999	217	7,969	1,139
埼玉	川口市	522	19	2,278	33
	浦和市	1,930	208	1,648	757
	大宮市	266	94	1,719	585
千葉	千葉市	2,259	236	1,934	1,268
	葉川市	586	15	1,387	258
	船橋市	649	58	928	269
	松戸市	379	37	437	262
東京	東京23区	36,184	15,215	87,162	164,480
	八王子市	573	19	2,989	678
	町田市	255	22	3,067	541
神奈川	横浜市	5,490	433	45,678	13,442
	川崎市	1,455	94	51,524	5,590
	横須賀市	681	91	927	302
	藤沢市	590	65	7,717	289
	相模原市	538	43	16,030	433
新潟	新潟市	1,621	833	566	2,122
富山	富山市	1,367	497	3,997	1,430
石川	金沢市	2,658	566	456	1,410
長野	長野市	2,190	592	10,955	1,617
岐阜	岐阜市	1,282	243	325	475
静岡	静岡市	2,053	1,105	1,575	1,502
	浜松市	615	160	3,130	1,142
愛知	名古屋市	9,365	2,370	4,414	12,576
	豊橋市	804	83	861	268
	豊田市	477	21	1,798	79
京都	京都市	4,111	604	6,626	2,939

都道府県名	都市名	通信業	放送業	情報通信関連 ハード産業	情報通信関連 ソフト産業
大阪	大阪市	18,211	5,003	13,063	33,743
	堺市	1,475	76	2,242	472
	豊中市	309	80	1,132	926
	吹田市	418	777	1,220	2,277
	高槻市	265	20	6,258	73
	枚方市	373	15	1,134	192
	東大阪市	430	83	3,963	143
兵庫	神戸市	4,700	655	4,272	3,078
	姫路市	1,095	100	3,298	416
	尼崎市	685	70	5,490	578
	西宮市	790	25	1,296	743
奈良	奈良市	1,143	157	450	77
和歌山	和歌山市	571	295	56	535
岡山	岡山市	1,795	724	297	2,657
	倉敷市	820	45	1,097	278
広島	広島市	5,303	1,369	690	3,720
	福山市	563	92	1,541	830
香川	高松市	1,631	581	1,118	1,042
愛媛	松山市	2,465	912	706	1,326
高知	高知市	1,110	514	18	507
福岡	北九州市	2,781	321	4,001	1,694
	福岡市	5,035	1,965	4,195	8,279
長崎	長崎市	810	632	545	774
熊本	熊本市	3,273	680	3,752	1,511
大分	大分市	1,415	549	3,156	918
鹿児島	鹿児島市	1,347	595	184	935
沖縄	那覇市	1,053	623	0	876
合	計	152,482	44,723	363,610	296,795

出典等はⅡ-1-2-12表と同じ。

情報通信関連産業において、人口30万人以上の都市の従業者数が全国の情報通信関連産業の従業者数に占めるシェアは通信業では52.3%、放

送業では77.7%，情報通信関連ハード産業では28.2%，情報通信関連ソフト産業では84.2%であった。

この中でも、都市機能の性格により部門ごとの集積度合に顕著な差がある。すなわち、同じような大都市であってもブロックの中核機能を有するか否か、また、同一都道府県内にあってもその中核機能を有するかによって差がみられる。まず、我が国の第2位、第3位の大都市である横浜市と大阪市を比較した場合、近畿地方の中核機能を有する大阪市は横浜市に比べ放送で11.6倍、情報通信関連ソフト産業で2.5倍となっている。

また、同一県内でみても、千葉県では、その中心の千葉市と市川、船橋及び松戸の3都市を合計しても、人口は後者が多いにもかかわらず、千葉市以外の3都市の放送や情報通信関連ソフト産業の従業者数を合計しても千葉市の従業者数を下回っている。

同じく、福岡県についてみると、第2次産業主体の北九州市と九州ブロック、県の中核機能を有する福岡市を比較すると、福岡市は北九州市に比較して、放送業で6.1倍、情報通信関連ソフト産業で4.9倍となっている。

他方、通信業や情報通信関連ハード産業に関してはこのような大きな差はみられない。

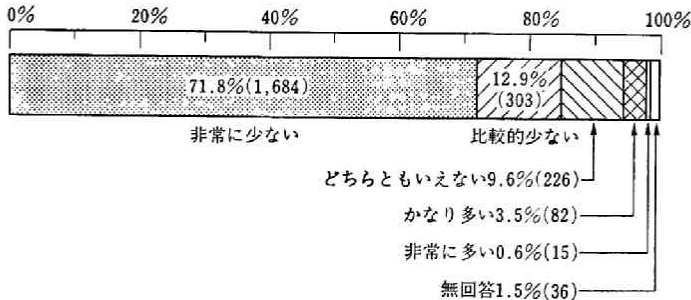
このことは、情報の処理・加工等に直接係わるものの中核都市への集中の高さを改めて裏付けるものといえよう。

(2) 地方公共団体と情報産業関連企業

ア 情報産業関連企業の立地状況

郵政省の調査によれば、情報機器製造業者、ソフトウェア業者、情報処理業務を行う情報サービス業者等（以下「情報産業関連企業」という。）の立地状況に関して、市区町村では「非常に多い」あるいは「か

II-1-2-15図 情報産業関連企業の立地状況



郵政省調査による。

(注) ()内の数値は回答数である。

なり多い」としたものは4.1%にとどまっている(II-1-2-15図参照)。

しかし、人口規模別にみると、人口30万人以上の都市では「非常に多い」あるいは「かなり多い」としたものが34.0%と高くなっている(II-1-2-16表参照)。また、この割合は都市の人口規模が小さくなるにつれて低くなる傾向がある。これは、情報産業関連企業の大都市での展開を地方公共団体の側からみても裏付けるものである。

イ 情報産業関連企業の立地の促進

今後の情報産業関連企業の立地の促進についてみると、地方公共団体は概して積極的である。

「積極的に促進したい」あるいは「できれば促進したい」としたものが87.0%であった(II-1-2-17図参照)。

これは、情報産業関連企業の雇用吸収力の高さ、今後の発展性の高さ等が評価され、地域経済の発展のためにリーダー的役割を果たすことが期待されているためと考えられる。

人口規模別にみると、「積極的に促進したい」と考えている地方公共

Ⅱ-1-2-16表 人口規模別情報産業関連企業の立地状況

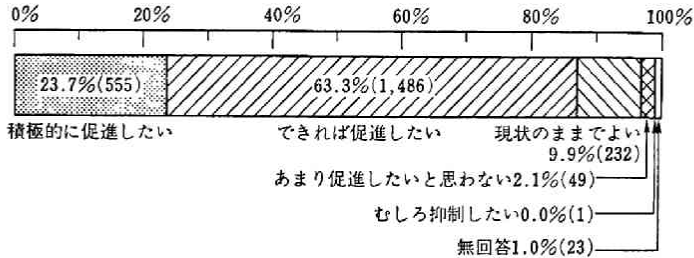
(単位：%)

区 別		非 常 に 多	か な り 多	ど ち ら と も い え な い	比 較 的 少 な い	非 常 に 少	無 回 答
区 部		2 11.1	3 16.7	3 16.7	5 27.8	4 22.2	1 5.6
市	合 計	7 1.4	43 8.3	91 17.6	135 26.2	239 46.3	1 0.2
	30万人以上	3 5.7	15 28.3	17 32.1	10 18.9	8 15.1	— —
	20～30万人 未 満	— —	4 12.5	12 37.5	14 43.8	2 6.3	— —
	10～20万人 未 満	— —	11 13.4	23 28.0	30 36.6	18 22.0	— —
	5～10万人 未 満	2 1.2	7 4.1	26 15.4	47 27.8	86 50.9	1 0.6
	5万人未 満	2 1.1	6 3.3	13 7.2	34 18.9	125 69.4	— —
町	合 計	6 0.3	36 2.0	132 7.3	163 9.0	1,441 79.5	34 1.9
	3万人以上	— —	2 3.1	8 12.5	11 17.2	43 67.2	— —
	1万5千～ 3万人未 満	2 0.6	10 2.8	33 9.1	49 13.5	266 73.3	3 0.8
	1万～1万 5千人未 満	— —	7 2.2	28 8.7	25 7.8	260 80.7	2 0.6
	5千～ 1万人未 満	4 0.8	9 1.7	39 7.5	31 5.9	428 81.8	12 2.3
	5千人未 満	— —	2 1.4	6 4.1	12 8.3	120 82.8	5 3.4
部	村 部	— —	6 1.5	18 4.6	35 8.9	324 82.0	12 3.0

郵政省調査による。

(注) 上段の数字は回答数である。

Ⅱ-1-2-17図 情報産業関連企業の立地促進の意向



郵政省調査による。

(注) ()内の数字は回答数である。

団体は、人口規模が大きいほど高い率となっている（Ⅱ-1-2-18表参照）。

ウ 情報産業関連企業立地に関する今後の意向

情報産業関連企業の立地状況と今後の立地に関する地方公共団体の意向をみると、情報産業関連企業が多いとした地域のほうが、情報産業関連企業が少ないとした地域よりも、今後、立地を促進したい意向が強いことが分かる（Ⅱ-1-2-19表参照）。

これは、情報産業関連企業、特にソフト的な部門は先にみてきたように、ある一定以上の都市規模が必要な産業であること、あるいは、情報の性質として集積的な効果が働くことから、既に情報産業関連企業が立地されている地域では立地が容易であるからと考えられる。

(3) 情報通信関連産業の展開と地域特性

以上みてきたように、情報通信は各地域経済にとって重要な地位を占めており、地域経済の発展にとって情報通信は必要不可欠なものとなっている。また、情報通信関連産業の雇用吸収力の高さ、今後の発展性を考えると各地域においても情報通信関連産業の立地の必要性は高まっている。

Ⅱ-1-2-18表 人口規模別情報産業関連企業の今後の立地促進意向

(単位：%)

区 別	積極的に促進したい	できれば促進したい	現状のまま でよい	あまり促進 したいと思 わない	むしろ抑制 したい	無 回 答	
区 部	4 22.2	8 44.4	3 16.7	— —	— —	3 16.7	
市	合 計	235 45.5	254 49.2	24 4.7	2 0.4	— —	1 0.2
	30万人以上	40 75.5	12 22.6	1 1.9	— —	— —	— —
	20～30万人 未満	19 59.4	13 40.6	— —	— —	— —	— —
	10～20万人 未満	43 52.4	35 42.7	4 4.9	— —	— —	— —
	5～10万人 未満	63 37.3	91 53.8	13 7.7	2 1.2	— —	— —
部	5万人未満	70 38.9	103 57.2	6 3.3	— —	— —	1 0.6
	合 計	316 17.4	1,224 67.5	205 11.3	47 2.6	1 0.1	19 1.0
町	3万人以上	16 25.0	41 64.1	6 9.4	1 1.6	— —	— —
	1万5千～ 3万人未満	77 21.2	254 70.0	28 7.7	2 0.6	— —	2 0.6
村	1万～1万 5千人未満	62 19.3	215 66.8	35 10.9	6 1.9	— —	4 1.2
	5千～ 1万人未満	104 19.9	344 65.8	54 10.3	18 3.4	— —	3 0.6
部	5千人未満	21 14.5	97 66.9	21 14.5	4 2.8	— —	2 1.4
	村 部	36 9.1	273 69.1	61 15.4	16 4.1	1 0.3	8 2.0

郵政省調査による。

(注) 上段の数字は回答数である。

Ⅱ-1-2-19表 情報産業関連企業の立地状況と立地の促進

(単位：%)

情報産業関連企業の 立地状況について	情報産業関連企業の立地の促進について						
	合 計	積極的に 促進した い	できれば 促進した い	現状のま までよい	あまり促 進したい とは思わ ない	むしろ抑 制したい	無回答
合 計	100.0	23.7	63.3	9.9	2.1	0.0	1.0
非 常 に 多 い	100.0	73.3	26.7	—	—	—	—
か な り 多 い	100.0	56.1	39.0	4.9	—	—	—
ど ち ら と も い え な い	100.0	27.9	61.1	10.2	—	—	0.9
比 較 的 少 な い	100.0	28.1	61.1	8.6	1.0	—	1.3
非 常 に 少 な い	100.0	20.6	65.7	10.6	2.7	0.1	0.4
無 回 答	100.0	8.3	58.3	2.8	2.8	—	27.8

郵政省調査による。

その際、ソフト的部門が都市規模の大きいほど、また、中枢機能を有しているほどなじむこと、ハード的部門がそういったものにかかわらず比較的分散が容易であることといった、産業別の性格に即し、各々の地域特性に応じて展開し、我が国経済の地域ごとの均衡ある発展に資することが期待される。

1—3 地方公共団体の情報提供事業と 地域の情報化の推進

今日、情報化が進展する中で、それぞれの地域においても、地域の独自性を発揮し、その地域の実状、あるいは将来展望を踏まえた情報化の積極的な推進が望まれている。

地方公共団体は、その地域のかなめとして、地域の社会経済の発展を支える情報化の進展についても、重要な役割を果たすことが期待されている。

ここでは、情報通信の活用による地方公共団体の情報提供事業等の現状、その抱えている課題等について分析する。

1—3—1 地方公共団体の情報提供事業の現況

地方公共団体は、情報通信の活用を進める中で、住民福祉の向上、地域社会の活性化等を図っている。ここでは地方公共団体の情報提供事業等の現状についてみる。

(1) 情報提供の現状

ア 情報提供に利用しているメディア

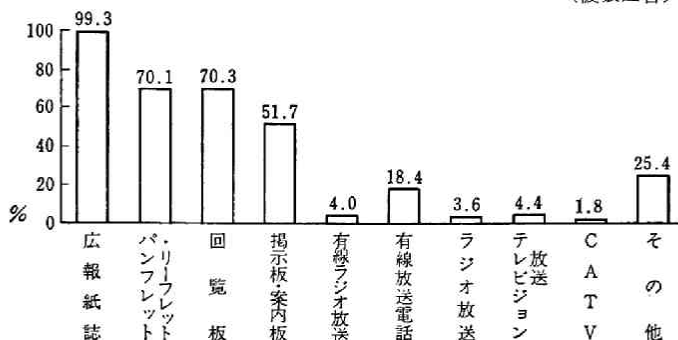
市区町村が、行政一般情報を提供する場合に利用しているメディアは、Ⅱ—1—3—1図のとおりである。

これらのうち、最も活用されているメディアは、広報紙誌、回覧板、パンフレット等の活字メディアである。これは、活字メディアの簡便性、経済性、記録性等が重視されているためである。

また、ラジオ放送及びテレビジョン放送については、区（ラジオ放送

II-1-3-1 図 行政情報の提供に用いられるメディア

(複数回答)



郵政省調査による。

16.7%、テレビジョン放送16.7%)、人口30万人以上の市(ラジオ放送52.8%、テレビジョン放送67.9%)及び人口20~30万人の市(ラジオ放送28.1%、テレビジョン放送56.3%)の利用意向が高いことが目立つ。これは、マス・メディアが同一の情報を大量に提供するのに適したメディアであること、区部、大都市が電波料を負担し得る財政力があることなどによる。

一方、有線放送電話は、町部(20.1%)及び村部(21.3%)において利用意向が高い。これらは、既に地域に密着したメディアとして、町村部に普及していること、コストが安いことなどによるといえることができる。

また、CATVの利用意向が低いのは、現在のCATV施設の大半がテレビジョン放送の受信障害対策施設であり、自主放送を行うCATVが非常に少ないことによる。

イ 情報化に対応した研修の実施・助成等の取組状況

地方公共団体が関与している情報関連施策の実施状況は、II-1-3-2表のとおりである。

全体的にみると、情報化に対応した研修の実施・助成等が中心となっ

Ⅱ-1-3-2表 関与している情報関連施策（複数回答）

（単位：％）

区 分 項 目	区 分				
	全 体 (2,346)	区 (18)	市 (516)	町 (1,417)	村 (395)
情報化に対応した研修の実施・助成	45.2	66.7	60.9	43.3	30.6
情報化に関する講演会や展示会の実施・助成	15.2	33.3	29.8	11.4	8.9
大学等の情報関連学科の新設・誘致活動	5.8	0	19.6	2.2	0.8
高校等における情報関連機器の導入	11.1	11.1	26.2	7.9	3.0
地域データベースの自主的構築の促進	8.6	11.1	15.3	6.8	6.1
外部データベース活用の促進	9.4	1.1	11.8	8.8	8.6
情報通信機器を利用した総合相談窓口の設置	2.2	16.7	3.9	1.4	2.0
そ の 他	5.3	11.1	5.2	5.2	5.6
な し	35.6	16.7	18.0	38.5	49.1

郵政省調査による。

ている。しかしながら、情報関連施策を行っていない市町村も約3分の1にのぼっており、情報化はこれから本格化する段階にあることが分かる。

これを市区町村の別にみると、区部（66.7%）、人口30万人以上の市（64.2%）及び人口20～30万人の市（71.4%）といった大都市が中心である。

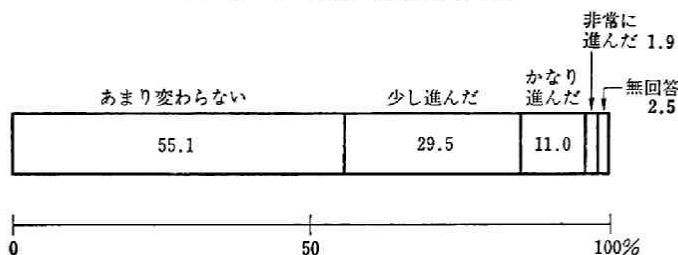
また、市部においては、高校等における情報関連機器の導入等にも力が注がれている。

一方、町部、村部の順に、情報関連施策を行っていないものの割合が高くなっており、これらの町村についても、今後の展開が期待される。

ウ 地方公共団体の情報提供の変化

行政の一般業務、広報業務及び住民の生活面において、電気通信や放

Ⅱ-1-3-3図 情報提供の変化



郵政省調査による。

送を利用した情報の提供が5年程度前と比べて、どのような変化があったかをみたのが、Ⅱ-1-3-3図である。

全体的にみると、「非常に進んだ」と「かなり進んだ」を合わせても12.9%にとどまっている反面、「あまり変わらない」が過半数にのぼっており、情報化は端緒についた段階であるということを示している。

(2) 情報化の推進に関する意向

電気通信や放送を利用した情報化の促進意向は、Ⅱ-1-3-4図のとおりであり、全体的に促進したいという意向が強い。

これを市区町村の別にみると、区部及び市部で、「積極的に促進したい」が約40%を占めている。特に、人口30万人以上の市で75.5%、人口20万～30万人の市で56.3%が「積極的に促進したい」としている。

他方、村部では「現状のままでよい」と「積極的に促進したい」がほぼ同じ水準となっている。このように、大都市のほうが情報化の促進により積極的となっている。

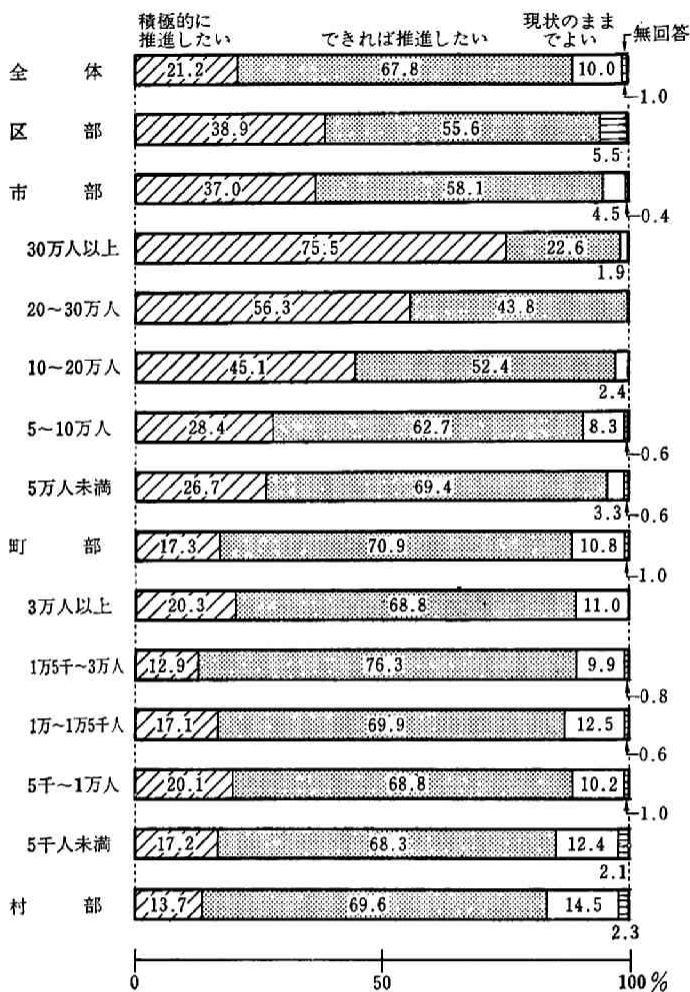
(3) 電気通信や放送を利用した情報提供事業の実施

ア 実施状況

(概況)

市区町村による電気通信系や放送系のシステム・機器を利用した情報

Ⅱ-1-3-4図 情報化の促進意向



郵政省調査による。

サービス事業の実施あるいは計画・構想の状況は、Ⅱ-1-3-5図のとおりである。

全体的にみると、実施中が17.5%（410市区町村、延べ404プロジェクト）

クト)、計画・構想中が11.4% (268市区町村、延べ335プロジェクト)、未計画が71.1%となっており、情報化事業についてもまだ始まった段階であるといえる。

(都市規模別動向)

都市規模別にみた場合、区部を筆頭として人口30万人以上の市が67.9%、人口20万～30万人の市が40.6%となっており、大都市で進んでいる。これは、情報化の促進意向とも共通しているが、一定の都市機能を有している市が情報化を進める上で優位性があることを示している。しかし、他方、町村部にも269団体が事業を実施しており、各地域の実状に応じて進められていることも示している。

(都道府県別動向)

都道府県別の情報提供事業の実施あるいは計画・構想の状況は、Ⅱ-1-3-6表のとおりである。

イ 実施中の情報提供事業の概要

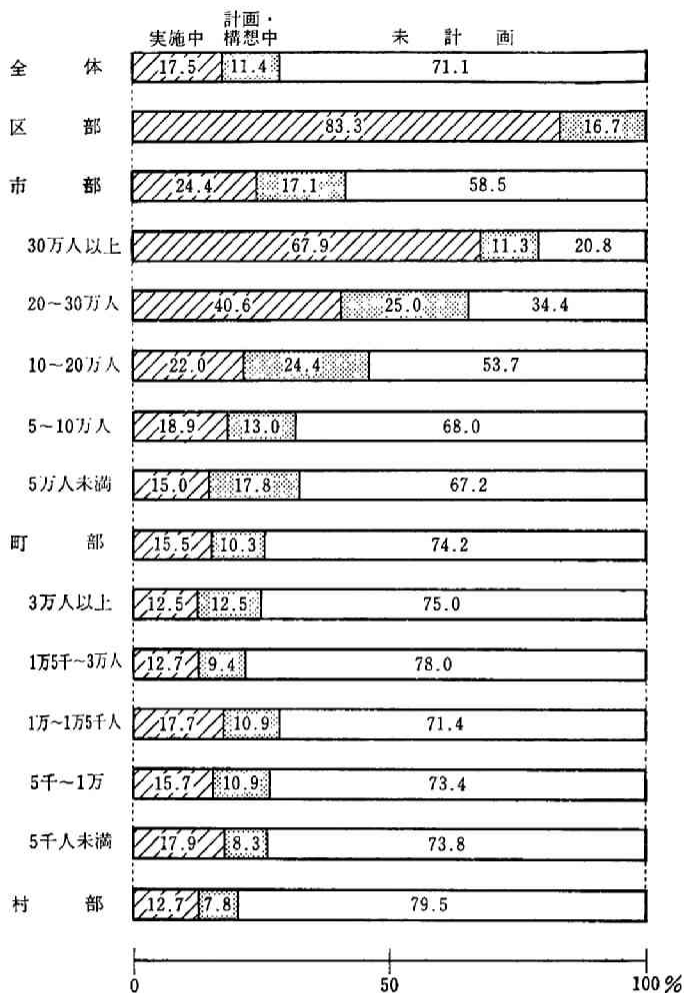
(実施主体)

プロジェクトごとの事業の実施主体についてみると、当該市区町村が圧倒的に高くなっており、次いで、第三セクター等、民間企業・団体等、都道府県の順になっている(Ⅱ-1-3-7図参照)。第三セクターが設立されているのは、101市町村である。第三セクターによって運営されている情報提供事業において利用されているメディアとしては、ビデオテックスが75、CATVが6となっている。

また、地方公共団体以外の参加機関をみると、自県内に立地する企業が104と最も多く、次いで自県以外の大都市に立地する企業が46となっている。このように、自県内に立地する企業の参加が進んでいることが分かる。

(事業の開始時期)

Ⅱ-1-3-5図 情報提供事業の実施状況



郵政省調査による。

事業を開始した時期についてみると、55年以前が92となっている。60年以降著しく増加しており、62年には118団体にのぼっている。このよ

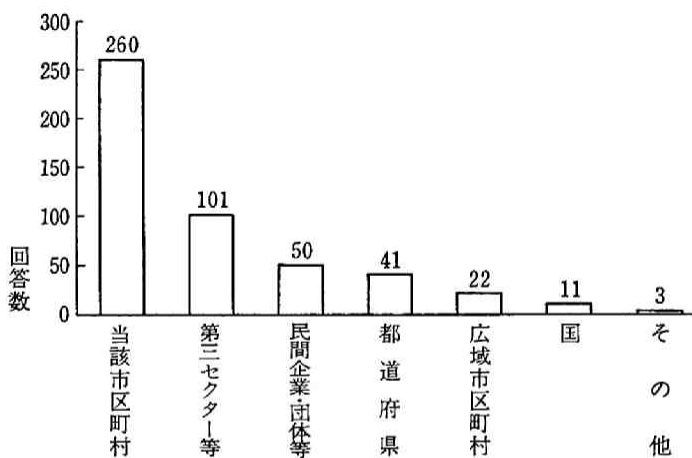
II-1-3-6表 都道府県別情報提供事業の実施及び計画・構想状況

都道府県名	回答数	実施中	計画・ 構想中	未計画	都道府県名	回答数	実施中	計画・ 構想中	未計画
北海道	172	27	18	127	滋賀	29	6	5	18
青森	52	11	1	40	京都	36	10	5	21
岩手	48	7	3	38	大阪	37	6	4	27
宮城	52	4	11	37	兵庫	57	12	7	38
秋田	46	6	3	37	奈良	26	5	1	20
山形	32	14	9	9	和歌山	33	7	1	25
福島	61	7	4	50	鳥取	24	5	7	12
茨城	65	4	4	57	島根	34	5	3	26
栃木	35	3	3	29	岡山	56	18	6	32
群馬	57	4	8	45	広島	53	13	3	37
埼玉	73	7	5	61	山口	45	12	10	23
千葉	62	9	0	53	徳島	27	0	0	27
東京	47	17	8	22	香川	38	5	4	29
神奈川	31	8	2	21	愛媛	53	4	19	30
新潟	93	10	7	76	高知	31	3	3	25
富山	26	9	4	13	福岡	60	11	3	46
石川	32	16	3	13	佐賀	30	7	6	17
福井	22	3	1	18	長崎	62	6	9	47
山梨	39	4	3	32	熊本	65	9	2	54
長野	84	22	16	46	大分	36	6	10	20
岐阜	80	21	3	56	宮崎	25	3	3	19
静岡	67	11	7	49	鹿児島	64	11	6	47
愛知	69	10	5	54	沖縄	28	6	2	20
三重	52	6	21	25					

郵政省調査による。

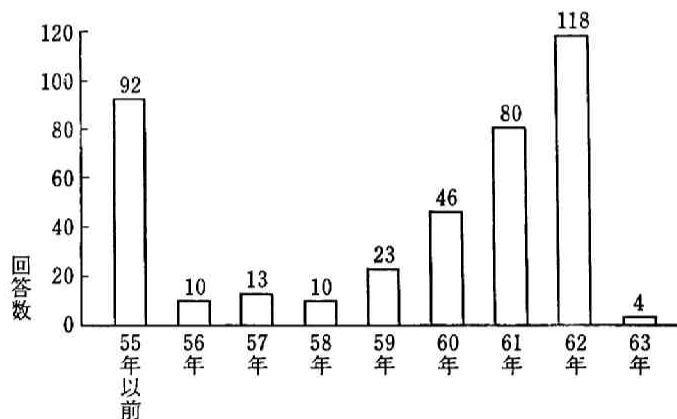
Ⅱ-1-3-7 図 情報提供事業の実施主体

(複数回答)



郵政省調査による。

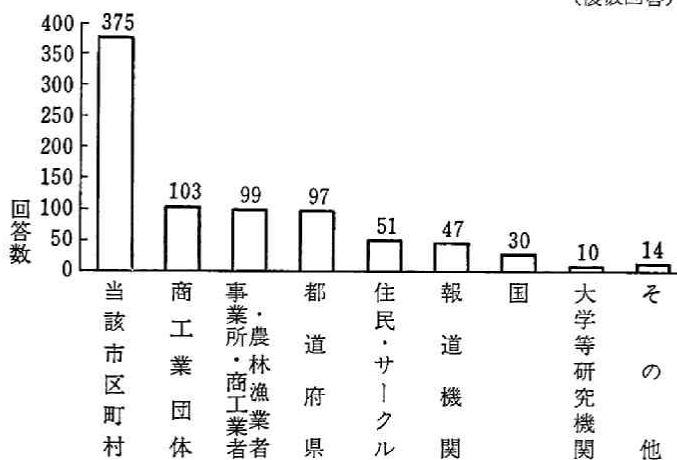
Ⅱ-1-3-8 図 情報提供事業の開始時期



郵政省調査による。

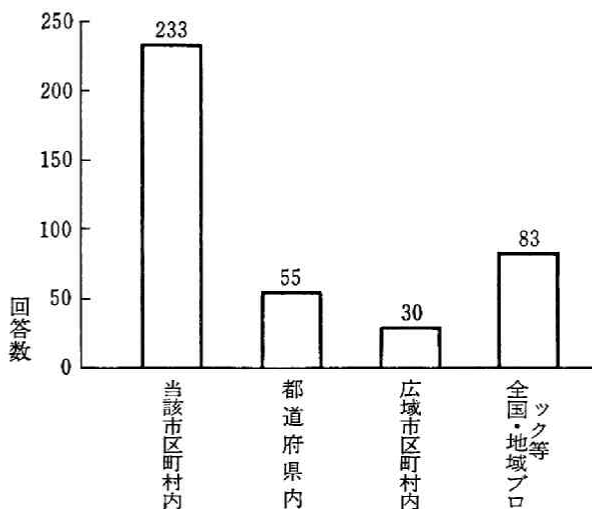
Ⅱ-1-3-9 図 情報収集提供実施機関

(複数回答)



郵政省調査による。

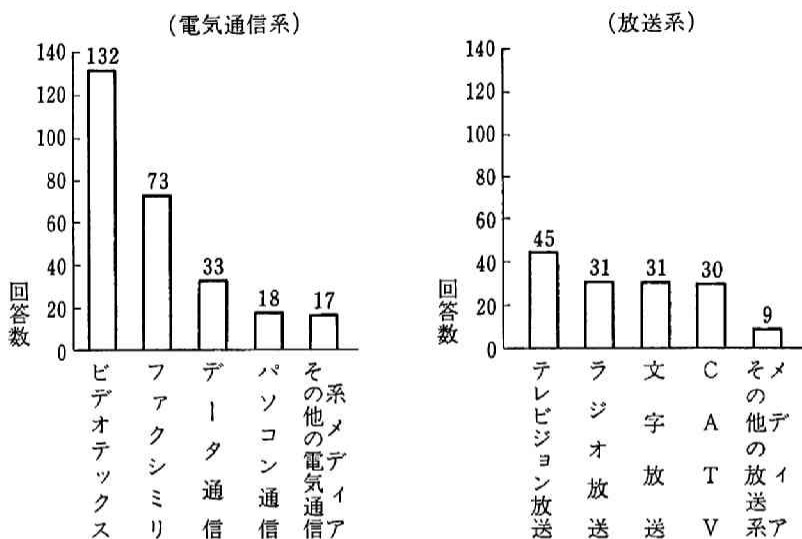
Ⅱ-1-3-10 図 情報提供の対象地域



郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-11図 情報提供事業に利用しているメディア

(複数回答)



郵政省調査による。

- (注) 1. その他の電気通信系メディアは、テレホンサービス、テレメータ等である。
 2. その他の放送系メディアは、PCM 音声放送等である。

うに地域の情報化は長い助走期間を経て、徐々に広がり、端緒についていることが分かる(Ⅱ-1-3-8図参照)。

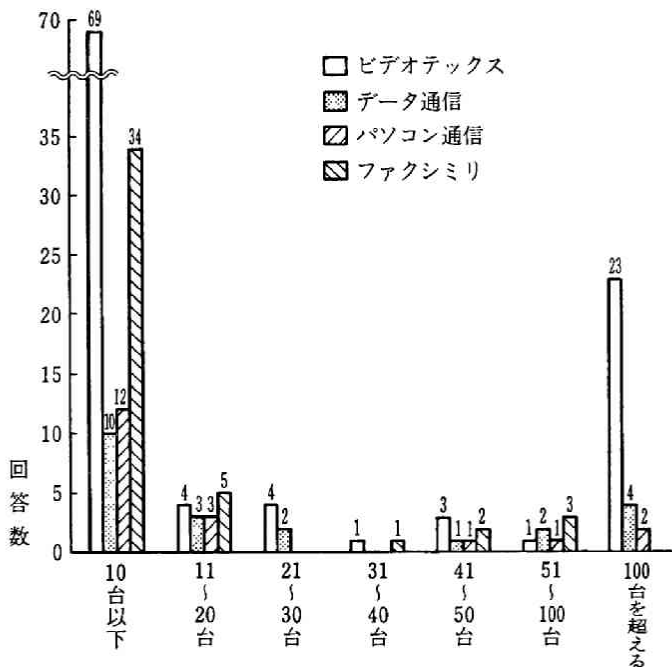
(情報収集提供実施機関)

情報収集提供実施機関についても、当該市区町村が圧倒的に高く、9割以上の事業において、市区町村が情報の収集提供を行っている。同時に、商工業団体、事業所・商工業者・農林漁業者、都道府県も広くかかわっており、単に当該地方公共団体のみならず、幅広く関係者が参加していることを示している(Ⅱ-1-3-9図参照)。

(情報提供の対象地域)

情報提供の対象地域については、約半数が当該市区町村内となってい

Ⅱ-1-3-12図 情報提供事業に用いられている端末



郵政省調査による。

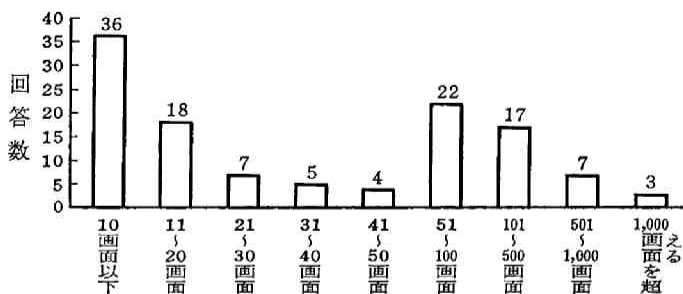
るが、広域市区町村内、都道府県内あるいは全国に情報を提供しているものも多く、広域ネットワークを意識した情報提供も行われている（Ⅱ-1-3-10図参照）。

（情報提供に利用しているメディア）

情報提供に利用しているメディアについては、Ⅱ-1-3-11図のとおりである。

電気通信系のメディアについては、ビデオテックスを利用するものが132市区町村と最も多く、次いで、ファクシミリ、データ通信となっている。放送系のメディアについては、テレビジョン放送が最も多くなっ

Ⅱ-1-3-13図 ビデオテックスに地方公共団体が提供している画面数



郵政省調査による。

ているが、これに次いでラジオ放送、CATV 及び文字放送も利用されている。

(情報提供事業の規模)

ビデオテックス、データ通信、パソコン通信及びファクシミリについて、情報提供事業のために用いられている端末数をみると、Ⅱ-1-3-12図のとおりとなる。

いずれの場合も、10台以下が最も多く、小規模での運営が主となっている。しかしながら、ビデオテックスについては、101台以上の大規模な運営もかなりみられる。

また、ビデオテックスについて、当該市区町村が提供している画面数をみると、20画面以下の小規模なもの、51～500画面の比較的大規模なものが多くなっている（Ⅱ-1-3-13図参照）。

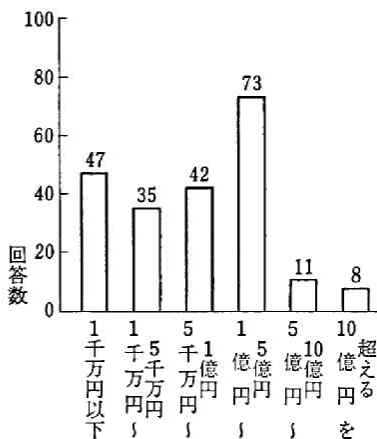
さらに、CATV の自主放送の提供チャンネル数についてみると、1チャンネルが20、2チャンネルが5と小規模であるが、11チャンネル以上と大規模に提供しているものも2となっている。

(情報提供事業に要する経費)

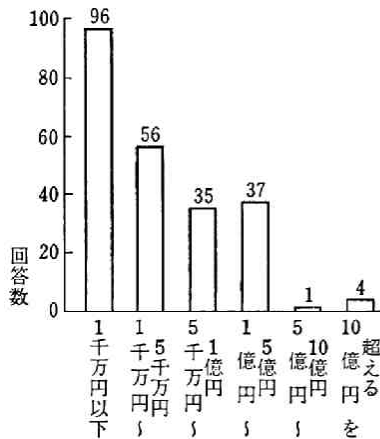
情報提供事業の総構築経費は、1億～5億円が最も多い。しかしなが

Ⅱ-1-3-14図 情報提供事業の構築経費

(総額)



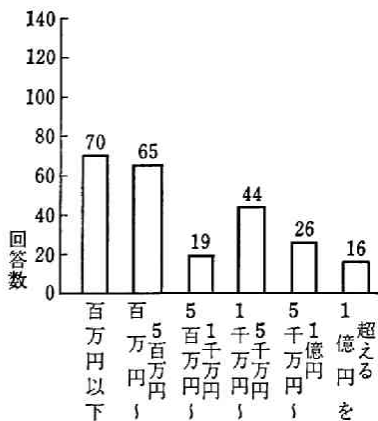
(地方公共団体の負担分)



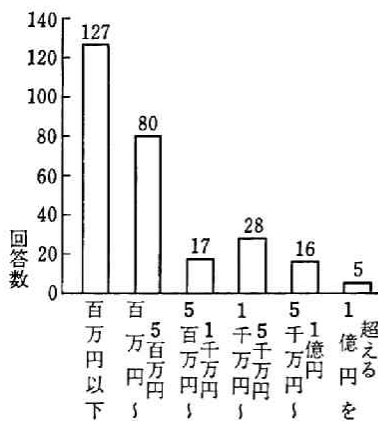
郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-15図 情報提供事業の年間運営費用

(総額)

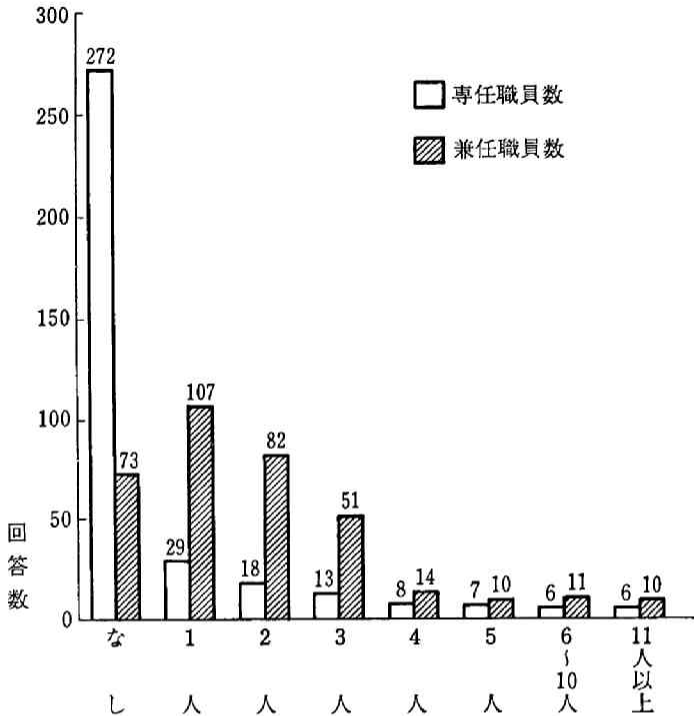


(地方公共団体の負担分)



郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-16図 情報提供事業に携わっている職員



郵政省調査による。

ら、過半数のものは、総構築経費が1億円以下となっている。一方、地方公共団体の負担する構築経費は、1,000万円以下が最も多く、ほとんどのものが5億円以下となっている（Ⅱ-1-3-14図参照）。

また、年間運営費用をみると、5百万円以下のものが多いが、1千万～5千万円のものもみられる。一方、地方公共団体の負担する年間運営費用は、大部分が5百万円以下となっている（Ⅱ-1-3-15図参照）。

（情報提供事業に携わっている職員）

事業に携わっている職員数は、Ⅱ-1-3-16図のとおりである。専

任職員を置いている地方公共団体は少なく、いても1～2名がほとんどである。また、兼任職員についても、3名以下がほとんどとなっている。

(情報提供事業の目的)

市区町村が実施している情報提供事業の目的は、地域産業の振興、防災対策の改善・充実及び観光レクリエーションの振興が多く、これに行政広報等が続いている。これらの地域の情報提供事業の目的が、地域経済の発展とコミュニティの充実を主に目指していることを示している(Ⅱ-1-3-17表参照)。

また、メディア別にみた場合、ビデオテックスを利用した事業においては、地域産業の振興及び観光レクリエーションの振興に集中している。CATVを利用した事業については、この二つに加えて、学校教育・社会教育の充実、文化活動の振興、地域コミュニティの育成、防災対策の改善・充実等、利用目的が多様化している。これは、それぞれのメディア特性を反映したものである。

(情報提供事業の反響)

実施中の事業に対する反響についてみると、反響があるというものは半数以下となっている(Ⅱ-1-3-18表参照)。この中で、ビデオテックス及びCATVについてみると、CATVについては、反響があるというものが約3分の2となっているのに対して、ビデオテックスについては、反響があるというものは約2割に過ぎないのが特徴的である。

(情報提供事業の効果)

事業の効果の現れ方についてみると、5年～10年程度の期間が必要とするものが、過半数となっている(Ⅱ-1-3-19表参照)。情報提供事業というものが、一朝一夕に効果がでるものではなく、概してリードタイムが長いことを示している。

Ⅱ-1-3-17表 情報提供事業の目的

(複数回答, 事業数=404)

項目	区分	全 体	ビデオテックス (再掲)	C A T V (再掲)
地域産業の振興		153	74	13
防災対策の改善・充実		134	4	8
観光・レクリエーションの振興		125	81	9
行政広報		94	12	2
文化活動の振興		79	20	9
学校教育・社会教育の充実		60	19	15
医療・保健体制の向上		41	7	6
地域コミュニティの育成		31	11	8
農林漁業の振興		20	3	6
産業技術の高度化		18	2	2
高齢者身障者福祉の向上		12	2	1
消費生活の充実		10	5	2
都市問題の改善・充実		9	2	3
商業物流の振興		7	5	0
離島の振興		1	1	1
国際化の推進		1	1	1
その他		9	4	0
無回答		32	13	1

郵政省調査による。

具体的な効果としては、「町政，行政への理解及び関心が高まった。」(北海道池田町)，「社会に対してのイメージアップになる。」(宇都宮市)，「地域の活性化になる。」(札幌市)，「地域情報化についての意識の啓発が図れる。」(横浜市)，「即時性の要求される情報の効果的な提供が

II-1-3-18表 情報提供事業に対する反響

(単位：%)

項目 \ 種類	全 体	ビ デ オ テ ッ ク ス	C A T V
非常に反響がある	11.6	3.0	10.0
かなり反響がある	36.6	17.4	56.7
どちらともいえない	29.2	43.9	30.0
反響がない	17.8	32.6	0
無回答	4.7	3.0	3.3

郵政省調査による。

II-1-3-19表 効果が現れるまでの期間についての期待

(単位：%)

項目 \ 種類	全 体	ビ デ オ テ ッ ク ス	C A T V
すぐに現れることを期待	38.6	11.4	30.0
ある程度の期間（5年程度）が必要	42.1	61.4	56.7
長い期間（10年程度）が必要	10.9	22.0	6.7
その他	2.7	1.5	6.7
無回答	5.7	3.8	0

郵政省調査による。

できる。」(川崎市)、「住民相互のコミュニケーションが深まる。」(奈良県下市町)等がある。

また、メディア別にみた場合、CATV及びビデオテックスについてみると、CATVについては、約3割がすぐに効果が現れるのを期待されているのに対して、ビデオテックスについては、効果が現れるのに長い期間（10年程度）必要というのが約2割となっており、これらの2メ

ディアについての期待のされ方は対照的である。

したがって、ビデオテックスについては、情報内容の充実、端末機の普及促進等、メディアの利用拡大を図る必要がある。

ウ 地方公共団体における事業の実施例

ここでは、地方公共団体の事業の実施例として、富山市を取り上げて紹介する。富山市は、高度情報化を進め、地域発展の活力とするという視点から、情報通信基盤の整備と地域データベースの構築を目指した、「富山テレトピア計画」を推進している。テレトピア計画の現況は次のとおりである。

(タウン情報システムの概要と現況)

タウン情報システムは、市民生活の利便性の向上、公共サービス環境の改善、商業・観光・サービス業の活性化を目的として、ビデオテックス及びパソコン通信により情報提供を行っている。

ビデオテックスについては、民間会社が60年12月からサービスを開始している。提供画面数は、約6,000画面で、このうち富山市がIPとなつて、タウン情報約500画面、健康情報約200画面を提供している。さらに、62年秋期から駐車場システムを、62年冬期からバスロケーションシステムを開始している。

パソコン通信については、民間会社が60年4月から会員制のサービスを開始している。富山市からは、タウン情報約350画面を提供している。

なお、タウン情報事業を支援し、情報化啓蒙活動を行うとともに、情報サービス実施会社やその会員等へ地域情報を提供する体制を整備するため、62年7月、(社)とやま地域情報化推進センターが設立された。会員は、富山市、富山商工会議所、情報提供事業会社、電気通信事業者、地元有力会社等である。

(市民カルチャーシステムの概要と現況)

市民の生涯学習の充実と学習機会の拡大，教育・文化活動の改善等を図るため，ビデオテックス，データ通信，パソコン通信による情報提供を行う計画を立てている。

このシステムには，図書館ネットワークシステム，生涯学習システム及び博物館ネットワークシステムがある。図書館ネットワークシステムについては，62年度に着工し，65年度に完成予定である。他の2システムについても，現在ハード及びソフトの両面から調査研究等を行っている。

(地域健康情報システム)

市民の健康づくり，保健・医療活動の支援を目的として，ビデオテックス及びパソコン通信による情報提供を行う計画である。

このシステムには，ヘルスアドバイスシステム及び地域健康管理情報システムがある。ヘルスアドバイスシステムについては，既にビデオテックスに画面提供を行っている。

(和漢薬情報システム)

市民，市外居住者等への和漢薬情報の提供を現在行っており，さらに，ビデオテックス及びパソコン通信による全国への情報提供を計画中である。

(富山市民プラザの建設)

61年度から開始した富山市新総合計画に基づき，市街地の整備計画が実施されている。このうち，富山市民プラザは，テレコムプラザの認定を受けており，電気通信系や放送系の機器を設置して，市民の用に供することにより，各種地域情報の拠点としての役割を果たすことが期待されている。

1-3-2 地方公共団体の情報提供事業の今後の動向

(1) 地方公共団体からの情報の提供

地方が自立するためには、地方自らの情報の創造が必要である。この地方独自の情報の中でも、地域の情報化に主導的役割を果たしている地方公共団体が提供する情報は、特に重要である。

ア 今後重視して提供する情報分野

今後、地方公共団体が重視して提供したいという情報分野を示したのがⅡ-1-3-20表である。

(重視される住民生活に密着した情報)

全体的にみると、地域・コミュニティ情報の74.2%をはじめとして、医療・保健情報、防災関連情報が過半数を上回るなど、住民生活に密着した情報の提供が重視されている。他方、農林漁業関連情報、観光レクリエーション関連情報、産業イベント情報のように地場産業に密着した情報あるいは誘客効果の見込める分野も比較的高くなっている。

(市区町村の別にみた重視される情報分野)

市区町村の別にみると、区部及び市部においては、地域・コミュニティ生活関連情報や高齢者・身障者福祉関連情報のような、より住民生活に密着した情報が、より重視されている。

特に、地域・コミュニティ生活関連情報は、人口規模別にみても、規模が大きくなるに従って重視する割合が高くなっている。これは、都市部においては、地域における人と人とのつながりが町村部ほど定着しておらず、生活面での情報提供に関して、地方公共団体の果たしている役割が大きいことを示している。

一方、農村漁村地域の多い町村部においては、農林漁業関連情報が特に重視されている。

Ⅱ-1-3-20表 重視して提供したい情報の種類（複数回答）

（単位：％）

項 目	全 体	区	市	町	村
教育関連情報	36.9	33.3	35.3	38.0	35.4
地域・コミュニティ生活関連情報	74.2	94.4	77.1	74.0	69.9
趣味・スポーツ活動関連情報	34.3	72.2	34.5	33.9	33.9
消費生活関連情報	17.1	33.3	25.2	14.7	14.4
観光・レクリエーション関連情報	36.2	27.8	42.4	33.6	38.0
高齢者・身障者福祉関連情報	39.7	77.8	45.3	39.1	32.7
医療・保健関連情報	64.7	61.1	70.0	63.9	60.5
住宅・環境整備関連情報	8.3	16.7	9.5	8.7	4.8
防災関連情報	53.1	61.1	48.4	54.6	53.4
交通関連情報	12.5	5.6	10.9	11.6	18.5
農林漁業関連情報	42.8	0	17.6	47.5	61.0
物流・配送関連情報	2.8	0	4.8	2.3	2.0
金融・資産関連情報	0.9	0	1.6	0.7	1.0
整備事業関連情報	8.7	5.6	8.5	9.3	6.6
産業イベント関連情報	25.2	22.2	25.0	25.3	25.1
工業技術関連情報	2.2	5.6	7.2	0.8	0.5
経営管理関連情報	1.2	11.1	2.5	0.6	1.0
雇用関連情報	7.0	5.6	8.3	6.8	6.3

郵政省調査による。

（注） 回答を五つまでに限定した。

イ 今後のメディアの活用意向

地方公共団体が、今後情報を提供するときに利用したいと考えているメディアは、Ⅱ-1-3-21表のとおりである。これによれば、地方公共団体は、その属性あるいは地域性とメディアの特性を使い分けようと

Ⅱ-1-3-21表 今後のメディアの活用意向（複数回答）

（単位：％）

項 目	全 体	区	市	町	村
印刷物（広報紙誌，パンフレット等）	67.6	61.1	63.2	69.2	68.1
回覧板，掲示板	44.7	33.3	38.2	47.4	43.8
有線ラジオ・有線放送電話	21.7	0	12.2	24.4	25.6
ラ ジ オ 放 送	6.5	11.1	13.8	4.8	3.0
テレビジョン放送	13.9	22.2	21.7	11.7	11.1
C A T V	29.5	61.1	42.2	26.7	21.0
文 字 放 送	7.0	50.0	10.9	5.2	6.6
ビデオテックス（キャプテン）	28.7	33.3	49.2	24.3	17.5
デ ー タ 通 信	11.8	27.8	21.7	9.3	7.3
パソコン通信	17.9	22.2	30.4	15.0	12.2
ファクシミリ	34.7	33.3	45.9	32.0	29.9
V T R テ ー プ	24.2	50.0	29.1	22.9	21.0
そ の 他	11.1	5.6	3.9	11.7	18.5

郵政省調査による。

していることが分かる。

まず、広報紙誌，パンフレット，回覧板等の活字メディアは，今後においても，どの市区町村においても，利用意向が高い。地域ブロック別にみても，地域間であまり差はみられず，全国的に重視されているメディアである。

ラジオ放送，テレビジョン放送については，人口30万人以上の都市がラジオ放送（30.2％）及びテレビジョン放送（37.7％），人口20万～30万人の都市がテレビジョン放送（40.6％）と高くなっている。さらに，都道府県については，ラジオ放送が51.1％，テレビジョン放送が61.7％

と利用意向が極めて高い。これは、放送が広範囲に同一の情報を提供するのに適したメディアであること及び放送区域がおおむね県域となっていることなどによる。

有線ラジオ放送，有線放送電話は，町村部において利用意向が高い。これらのメディアは，町村部という比較的小規模の地域を安価にカバーすること，これらの地域で普及していることから，地方公共団体が既存のメディアの有効活用を図ろうとする現れであるといえることができる。

いわゆるニューメディアの中では，CATV 及びビデオテックスの利用意向が高い。その中でも，CATV は区部及び人口 30 万人以上の都市において利用意向が 60% を超えている。都市部における CATV の利用意向の高さは，最近の都市型 CATV の展開と軌を一にするものである。ビデオテックスは人口 20～30 万人の都市において最も利用意向が高くなっている。このように，これらの二つのメディアに関しては，使い分けの傾向がみられる。

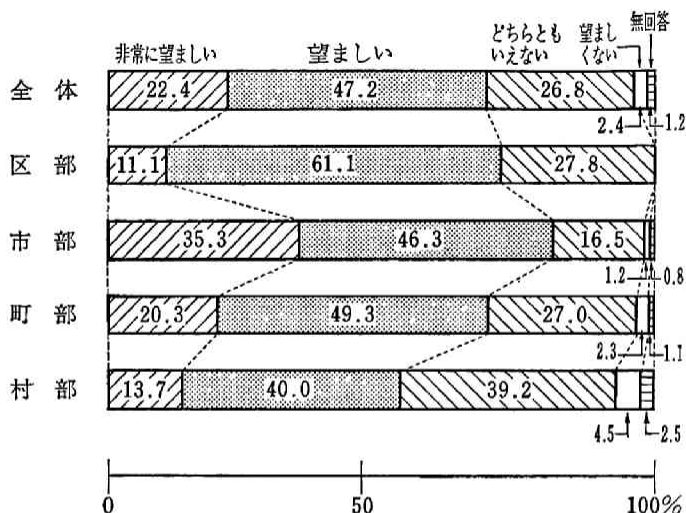
電気通信系のニューメディアの利用意向にも着実なものがみられる。特にファクシミリについては，都市規模や地域をあまり問わず，コンスタントな利用意向がみられる。これは記録を手軽に送れるということ，システムの構築に大きな負担がなく経済的であることなどの特性が評価されているためと考えられる。

また，最近普及が進みつつあるデータ通信やパソコン通信に関しても，人口 30 万人以上の都市でデータ通信（43.3%）及びパソコン通信（45.3%），人口 20～30 万人の都市で同じく 34.4% 及び 46.9% の利用意向が示されるなど中規模以上の都市で活用が目指されている。

(2) 第三セクターの設立

自治省の「地方公共団体における地域情報政策に関する調査」によれば，地域の情報化の推進に係る第三セクターの設立状況は，62年 4 月 1

Ⅱ-1-3-22図 第三セクターの設立



郵政省調査による。

日現在で106（62年度設立予定を含む。）となっている。また、サービスを開始しているものの中では、ローカルビデオテックスが最も多い。また、今後の事業拡大予定をみると、パソコン通信、ローカルビデオテックス、CATVが多くなっている。

なお、情報提供事業の促進に当たっての第三セクターの設立に対する地方公共団体の意向は、Ⅱ-1-3-22図のとおりである。

(3) 情報提供事業を実施中の市区町村の動向

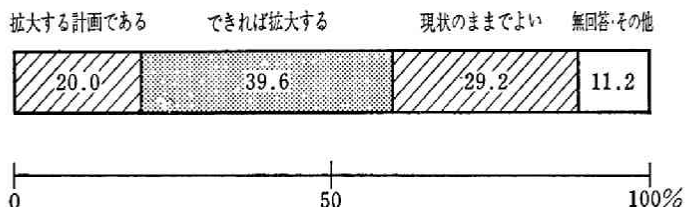
現在実施中の情報提供事業の今後の動向として、拡大・拡充計画等についてみる。

ア 拡大計画

(拡大計画の動向)

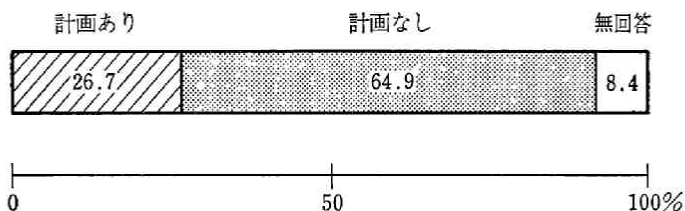
事業の拡大意向についてみると、拡大する計画であるというものが約

Ⅱ-1-3-23図 情報提供事業の拡大計画



郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-24図 システム・機器・情報内容等の改良計画



郵政省調査による。

2割、できれば拡大したいというものが約4割となっている（Ⅱ-1-3-23図参照）。

（メディア別の拡大計画）

拡大計画をメディア別についてみた場合、CATVについては、積極的な拡大意向がみられる反面、ビデオテックスについては、現状維持、縮小という動きが一部みられることが挙げられる。

イ 改良計画

一方、システム・機器・情報内容等の改良計画についてみると、改良計画があるものは、約3割となっている（Ⅱ-1-3-24図参照）。

改良計画についてもCATVは53.3%と高く、CATVに対する地方公共団体の積極的な姿勢がうかがわれる。

改良計画の具体的な内容について、メディア別に特徴的なものをみると、以下のとおりである。CATV については、双方向化や多チャンネル化を計画しているものが中心となっている。また、データ通信については、ホスト・コンピュータの機能向上を挙げるものが多い。さらに、ビデオテックスについては、端末機器の増配置、新規情報の追加、情報更新間隔の短縮、新規 IP の獲得等の情報内容の充実、予約業務等の新機能の追加等の、量及び質の両面からの改良が計画されている。

なお無線については、拡大、改良を問わず、比較的現状維持が高いのは、これが防災を主目的とするものであり、一応その目的を達しうる水準のものが多いためと考えられる。

(4) 情報提供事業を計画・構想中の市区町村の動向

事業の計画・構想には、既の実施中の地方公共団体が追加して実施するものと、未実施の地方公共団体が新たに実施するものがあるが、ここでは、その両方を併せて、実施主体、開始予定時期等の計画・構想の概要について、現在実施中の事業と比較しながら述べる。

(実施主体)

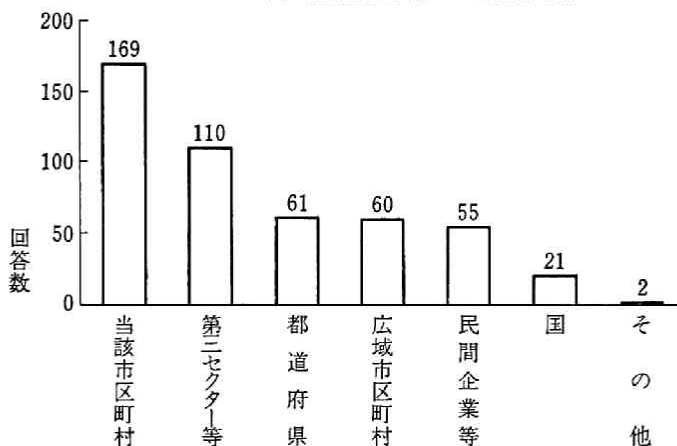
計画・構想中の情報提供事業の実施主体については、当該市区町村が最も多く、次いで、第三セクター等、広域市区町村、都道府県、民間企業・団体等の順となっている（Ⅱ—1—3—25図参照）。

計画・構想中の市区町村を都市規模別にみた場合、実施中のもの比べて、中小規模の市が比較的多くなっている。

これを、実施中のものと比べると、当該市区町村の割合が減少しているのに対して、第三セクター等及び広域市区町村が増加しており、情報提供事業を共同で実施していく意向の高まりを示している。

これは、一地方公共団体が単独で行うより、周辺の市町村と連携し、あるいは民間部門と提携したほうが、財政的にも人材的にも、能率的か

II-1-3-25図 情報提供事業の予定実施主体



郵政省調査による。

つ容易に施策を進め得る場合が多いことによる。

(事業実施開始予定時期)

事業実施開始予定時期については、全体としては、63年が38.8%となっている。また、65年までに開始予定のものが65.2%に達している。メディア別にみた場合、ビデオテックスの早期立上がりとCATVが比較的遅いのが目立つ。これは両者の設備投資及び運営経費の差を反映しているとみられ、比較的成本負担の低いビデオテックスからまず着手されることを示している。

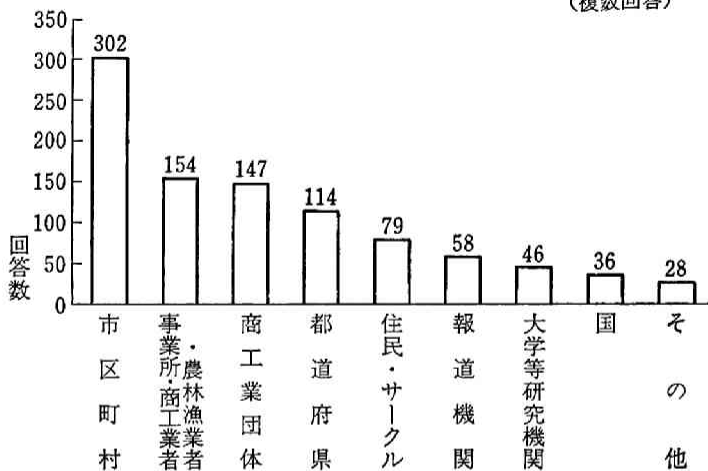
(情報収集提供予定実施機関)

情報収集提供予定実施機関については、当該市区町村が90.1%と最も多くなっている。しかし、実施中の場合と同じく事業所等、商工業団体、都道府県等の地域の関係機関も広汎に参加する傾向がみられる（II-1-3-26図参照）。

(情報提供の予定対象地域)

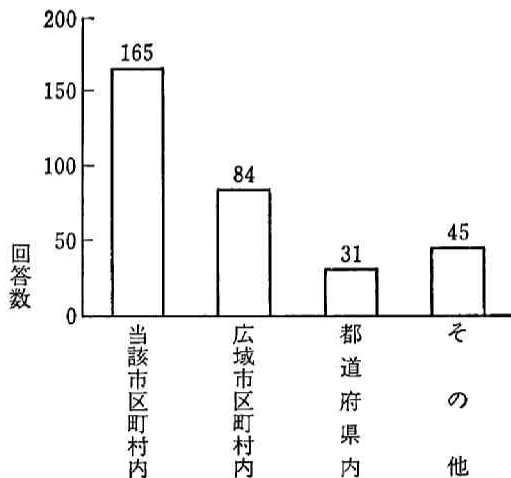
Ⅱ-1-3-26図 情報収集提供予定実施機関

(複数回答)



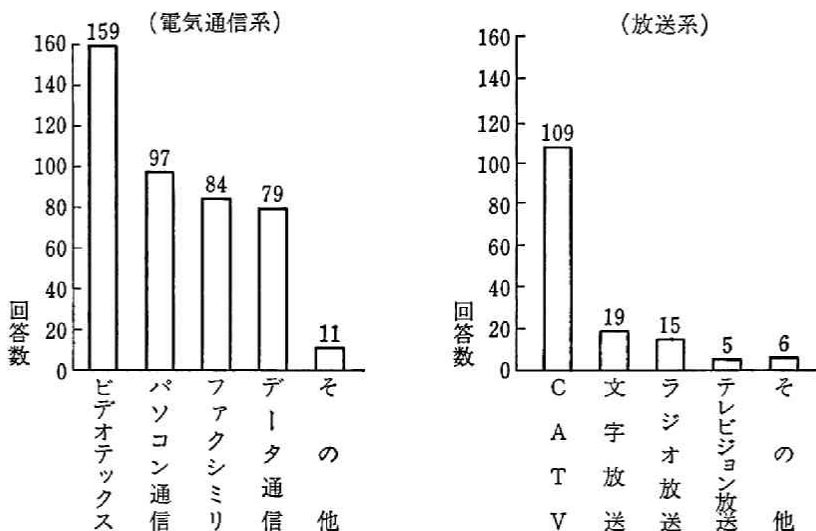
郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-27図 情報提供の予定対象地域



郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-28図 情報提供事業に利用する予定のメディア



郵政省調査による。

- (注) 1. 電気通信系メディアのその他は、テレホンサービス、VRS、MCA システム等である。
 2. 放送系メディアのその他は、衛星放送等である。

情報提供の予定対象地域については、当該市区町村を対象にするものが約半数であり、次いで、広域市区町村となっている。これを実施中のものと比べると、当該市区町村がやや少なく、一方、広域市区町村が多くなっている。また、都道府県内や全国を対象とするものは比較的少なく、広域市区町村密着型の傾向が強まっている(Ⅱ-1-3-27図参照)。これは、実施主体として相対的に広域市区町村によるケースが増えていること、全国ブロックを対象とする場合の運営経費の増嵩によるとみられる。

(情報提供に利用する予定のメディア)

情報提供に利用する予定のメディアについては、Ⅱ-1-3-28図の

とおりである。ビデオテックス、CATV が最も多くなっている。

電気通信系のメディアについては、実施中のものと同様、ビデオテックスの利用意向が高い。次いで、パソコン通信、ファクシミリ、データ通信の順となっており、実施中のものとは比べて、パソコン通信、ファクシミリ、データ通信の利用意向が高い。

これらは、情報の処理、加工、あるいは記録といったものにより、単なる情報の提供から一歩進めるものとして注目される。

また、放送系のメディアについてみると、CATV が最も多い。これは、実施中のものよりも極めて高く、既に地域に密着したメディアとして CATV を利用する意向の現れであると考えられる。反面、都市規模等の関係から、その他の放送系メディアの活用意向は低くなっている。

(情報提供事業の目的)

事業の目的については、地域産業の振興、観光・レクリエーションの振興、文化活動の振興、防災対策の改善・充実、学校教育・社会教育の充実が上位を占めている（Ⅱ-1-3-29 表参照）。実施中のものと比較すると、目的が多様化している。

(情報提供事業に要する経費等)

情報提供事業の予定構築経費は、Ⅱ-1-3-30 図に示すとおりであり、構築経費が 1 億円を超えるものが過半数となっている。実施中のものと比べると、高額化の傾向がみられる。さらに、情報提供事業の予定年間運営費用についても同様の傾向がみられる（Ⅱ-1-3-31 図参照）。

情報提供事業の計画・構想に携わっている職員数については、Ⅱ-1-3-32 図に示すとおりである。職員数は、実施中のものと同様、少人数となっている。

(情報提供事業の効果への期待)

II-1-3-29表 情報提供事業を開始する目的

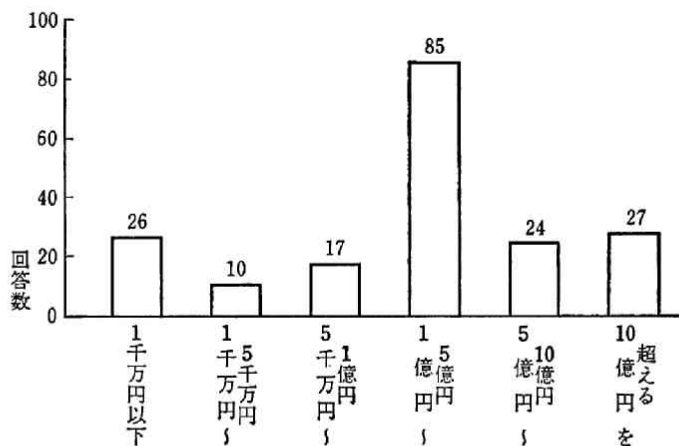
(複数回答, 事業数=335)

項目	区分	全	体	ビデオテックス (再掲)	C A T V (再掲)
地域産業の振興		119		70	43
防災対策の改善・充実		83		16	29
観光・レクリエーションの振興		110		81	36
行政広報		27		7	8
文化活動の振興		91		45	47
学校教育・社会教育の充実		70		29	37
医療・保健体制の向上		45		22	21
地域コミュニティの育成		43		21	22
農林漁業の振興		56		17	24
産業技術の高度化		32		18	10
高齢者・身障者福祉の向上		15		5	9
消費生活の充実		11		8	3
都市問題の改善・充実		7		3	2
商業物流の振興		20		9	5
離島の振興		6		3	3
国際化の推進		1		0	1
その他		2		2	0
無回答		31		18	11

郵政省調査による。

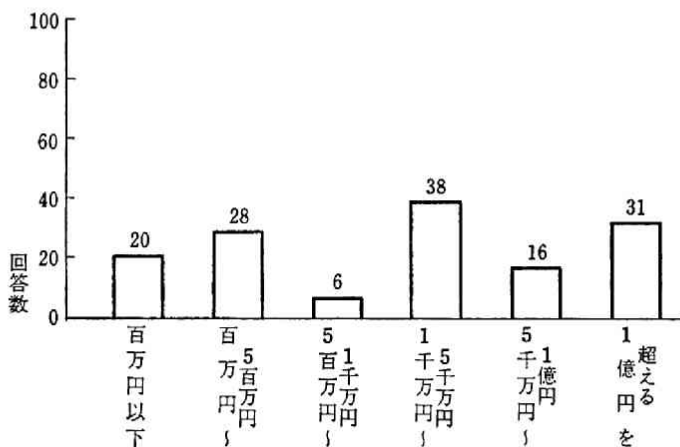
事業の効果の現れ方についてみると、ある程度（5年程度）の期間が必要とするものが過半数を占めている。一方、すぐに効果が現れるのを期待するものは、約4分の1にとどまっている（II-1-3-33表参照）。このように、情報提供事業の効果が現れるまでの期間については、

Ⅱ-1-3-30図 情報提供事業の予定構築経費



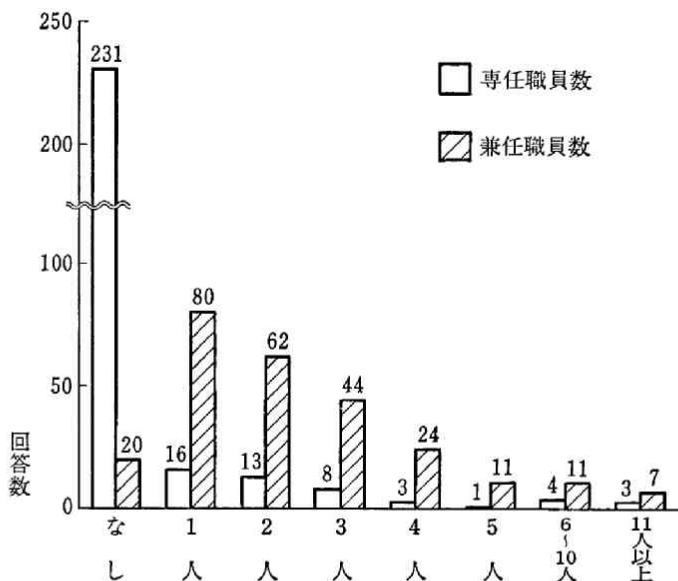
郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-31図 情報提供事業の予定年間運営費用



郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-32図 情報提供事業の計画・構想に携わっている職員



郵政省調査による。

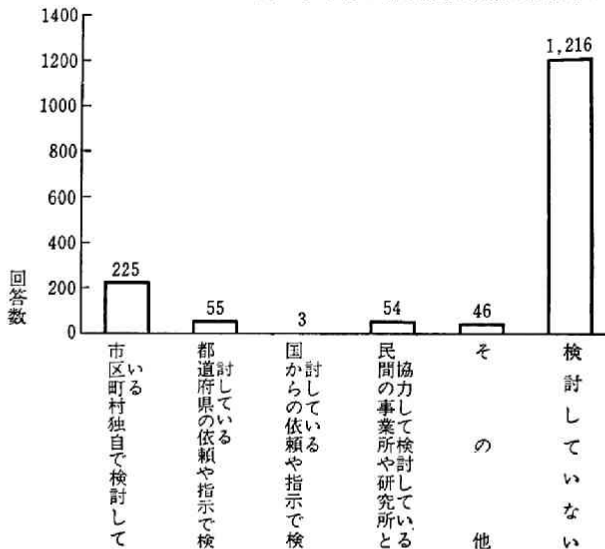
Ⅱ-1-3-33表 実施予定事業の効果が現れるまでの期間についての期待

(単位：%)

項目	区分	全 体	ビデオテ ックス	CATV
すぐに現れることを期待		24.2	8.2	21.1
ある程度の期間（5年程度）が必要		55.5	65.4	58.7
長い期間（10年程度）が必要		12.8	17.0	12.8
そ の 他		0.6	0.6	1.8
無 回 答		6.9	8.8	5.5

郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-34図 未計画の市町村の情報提供事業の検討状況



郵政省調査による。

既に実施中のもの比べて、やや長い期間が必要であると考えられる傾向にある。

(5) 情報提供事業が未計画の市町村の動向

(情報提供事業の検討状況)

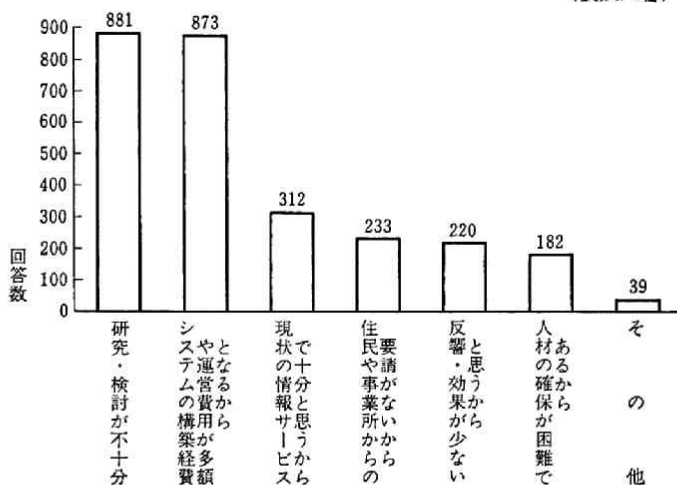
情報提供事業を未計画の市町村は、回答があった地方公共団体の82.5%にのぼっている。また、1,688市町村(回答があった地方公共団体の71.1%)は、事業の具体的な計画を有していない。

さらに、そのうちの1,216市町村では研究、検討が行われていない。その比率は人口10万人未満の市や町村部において高くなっている。反面、市町村独自で検討、研究を行ったものも225団体ある(Ⅱ-1-3-34図参照)。

(情報提供事業が未計画である理由)

II-1-3-35 図 情報提供事業が未計画である理由

(複数回答)



郵政省調査による。

また、事業が未計画である理由については、「研究・検討が不十分である」というもの及び「システムの構築費用等多額となる」というものが過半数を占めている（II-1-3-35 図参照）。このように、情報提供事業について未計画の地方公共団体に関しては、その実施に当たって、ノウハウ及び費用の両面がネックとなっている。

(6) 都道府県の動向

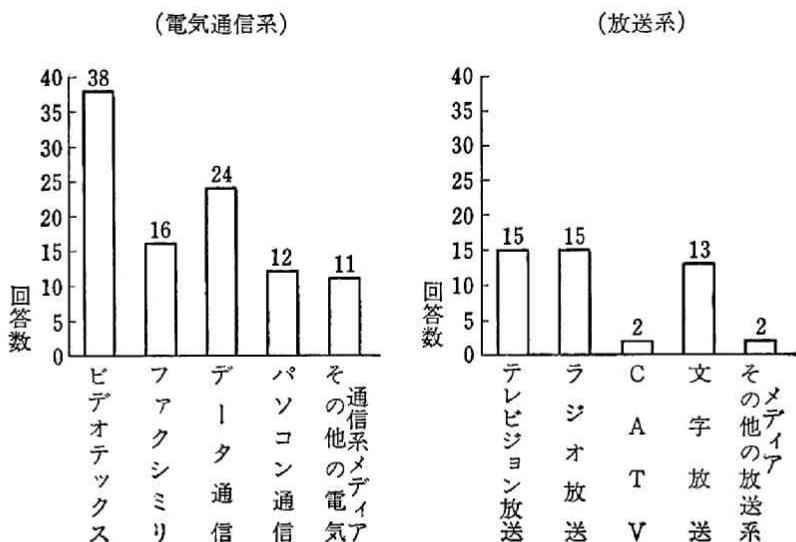
都道府県の情報提供事業は、実施中が41都府県（103プロジェクト）、計画・構想中が6道県となっている。

ア 実施中の情報提供事業の状況

(利用しているメディア)

情報提供事業に利用しているメディアは、II-1-3-36図のとおりである。電気通信系のメディアでは、ビデオテックスが最も多く、次い

Ⅱ—1—3—36図 都道府県が情報提供事業に利用しているメディア



郵政省調査による。

でデータ通信、ファクシミリ、パソコン通信の順である。一方、放送系のメディアでは、ラジオ放送、テレビジョン放送及び文字放送が、ほぼ同じ程度に利用されている。

(情報提供事業の目的)

情報提供事業の目的は、観光・レクリエーションの振興が最も多く、次いで、地域産業の振興、文化活動の振興となっている。特に、ビデオテックスを利用している事業について、この傾向が強い(Ⅱ—1—3—37表参照)。

(開始時期)

事業の開始時期は、61年に開始したものが34と最も多い。また、59年以前に開始したのも28ある(Ⅱ—1—3—38図参照)。

Ⅱ-1-3-37表 都道府県の情報提供事業の目的

(複数回答, 事業数=103)

項目	区分	全 体	ビデオテキスト(再掲)
地域産業の振興		19	11
防災対策の改善・充実		9	1
観光・レクリエーションの振興		35	23
行政広報		14	5
文化活動の振興		17	7
学校教育・社会教育の充実		11	4
医療・保健体制の向上		15	2
地域コミュニティの育成		5	1
農林漁業の振興		5	0
産業技術の高度化		12	2
高齢者・身障者福祉の向上		3	0
消費生活の充実		2	1
都市問題の改善・充実		2	0
その他		10	7

郵政省調査による。

(実施主体)

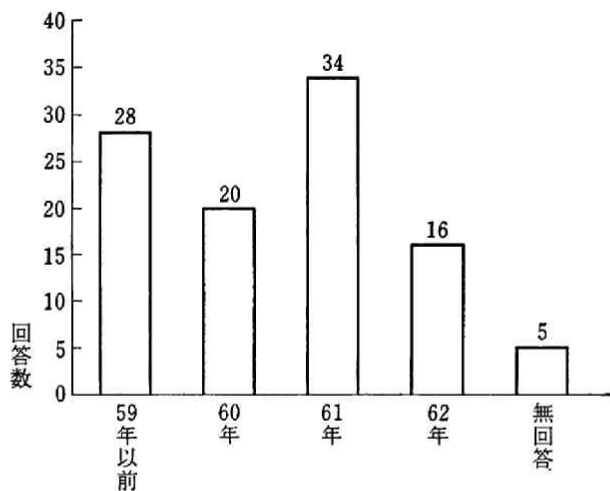
事業の実施主体は、当該都道府県が最も多く、次いで第三セクター等、民間企業・団体等の順となっている(Ⅱ-1-3-39図参照)。

(情報収集提供実施主体)

情報収集提供実施主体についても、当該都道府県が最も多く、次いで、市区町村、事業所・商工業者・農林漁業者等の順となっている(Ⅱ-1-3-40図参照)。

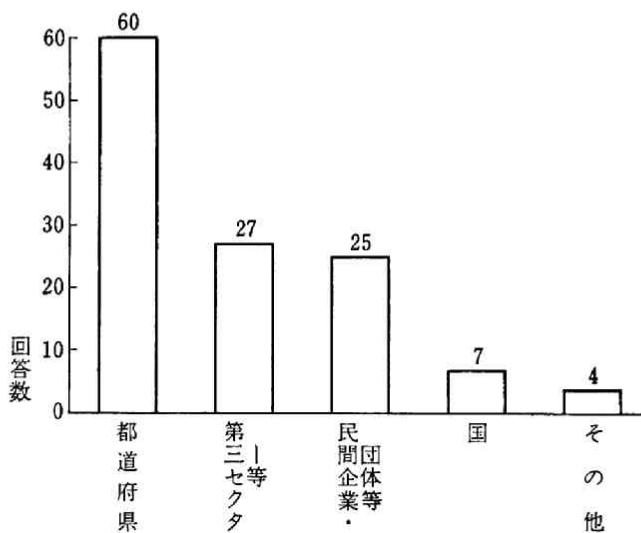
(情報提供事業の効果)

Ⅱ-1-3-38図 都道府県が実施する情報提供事業の開始時期



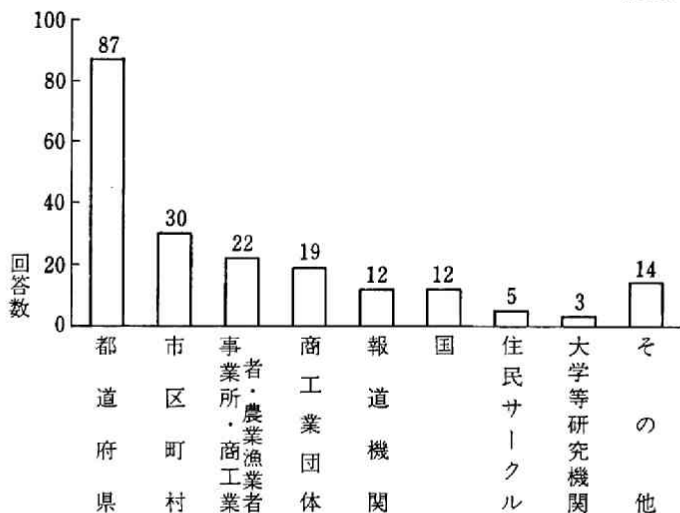
郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-39図 都道府県が実施する情報提供事業の実施主体



郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-40図 都道府県が実施する情報提供事業の情報収集提供実施機関
(複数回答)



郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-41表 都道府県が実施する情報提供事業の効果が現れるまでの期間についての期待

(単位：%)

項目 \ 種類	全 体	ビデオテック クス
すぐに現れることを期待	38.8	13.2
ある程度の期間(5年程度)が必要	44.7	63.2
長い期間(10年程度)が必要	11.7	18.4
そ の 他	1.0	0
無 回 答	3.9	5.3

郵政省調査による。

情報提供事業の効果の現れ方については、5～10年程度の期間が必要としているものが過半数であるが、すぐに効果が現れることを期待しているものも、約4割となっている（Ⅱ-1-3-41表参照）。

（拡大計画及び改良計画）

事業の拡大計画については、拡大する計画のあるものが約4分の1、できれば拡大したいというものが約3分の1となっている（Ⅱ-1-3-42図参照）。

また、改良計画については、計画のあるものとなないものが、ほぼ半々になっている（Ⅱ-1-3-43図参照）。

イ 計画・構想中の情報提供事業の状況

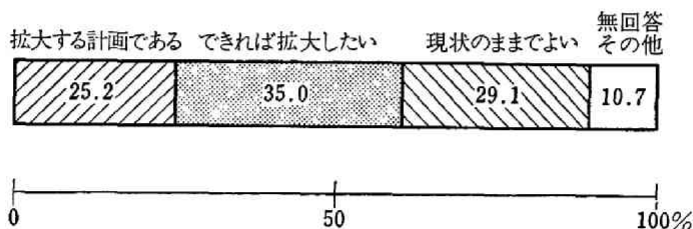
（利用を計画しているメディア）

事業に利用を計画しているメディアは、Ⅱ-1-3-44図のとおりである。電気通信系のメディアでは、ビデオテックスが最も多く、次いでデータ通信、ファクシミリ、パソコン通信の順である。一方、放送系のメディアでは、CATVを利用するというものが多くなっている。

（事業の目的）

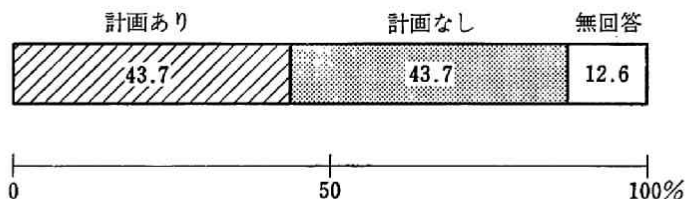
事業の目的は、地域産業の振興が最も多く、次いで、観光・レクリエーションの振興、文化活動の振興となっている（Ⅱ-1-3-45表参

Ⅱ-1-3-42図 都道府県が実施する情報提供事業の拡大計画



郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-43図 都道府県が実施する情報提供事業の改良計画

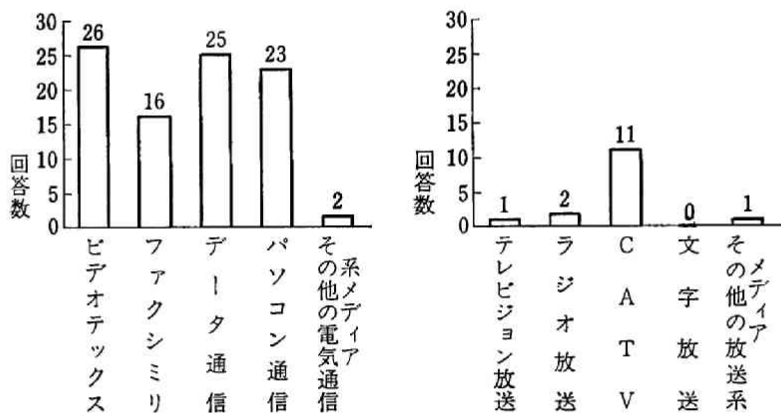


郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-44図 都道府県が情報提供事業に利用を予定しているメディア

(電気通信系)

(放送系)



郵政省調査による。

照)。

(開始予定時期)

事業の開始予定時期は、63年が12と最も多く、次いで、64年が10、65年が7という順になっている(Ⅱ-1-3-46図参照)。

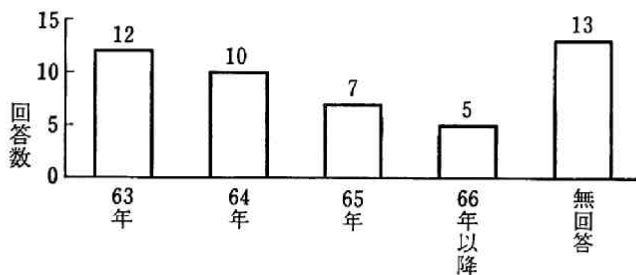
(実施予定主体)

Ⅱ-1-3-45表 都道府県が計画・構想中の情報提供事業の目的
(複数回答, 事業数=47)

項目	区分	全 体	ビデオテック クス(再掲)
地域産業の振興		23	14
防災対策の改善・充実		1	1
観光・レクリエーションの振興		10	10
行政広報		3	2
文化活動の振興		9	8
学校教育・社会教育の充実		7	6
医療・保健体制の向上		3	1
地域コミュニティの育成		7	6
農林漁業の振興		8	5
産業技術の高度化		5	4
高齢者・身障者福祉の向上		1	1
消費生活の充実		4	4
都市問題の改善・充実		6	4
そ の 他		2	0

郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-46図 都道府県が実施する情報提供事業の開始予定時期



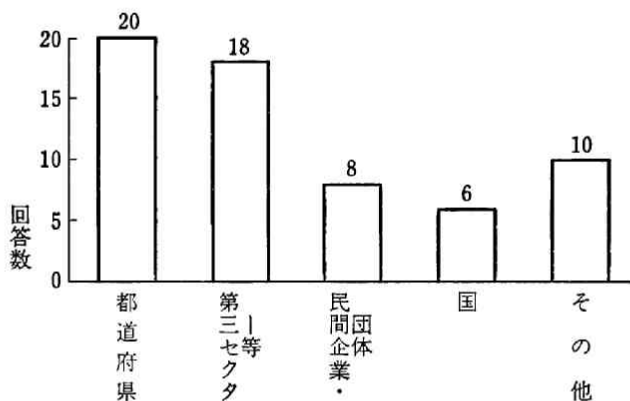
郵政省調査による。

実施予定主体は、当該都道府県が最も多く、次いで第三セクター等、民間企業・団体等の順となっている（Ⅱ-1-3-47図参照）。

（情報収集提供実施主体）

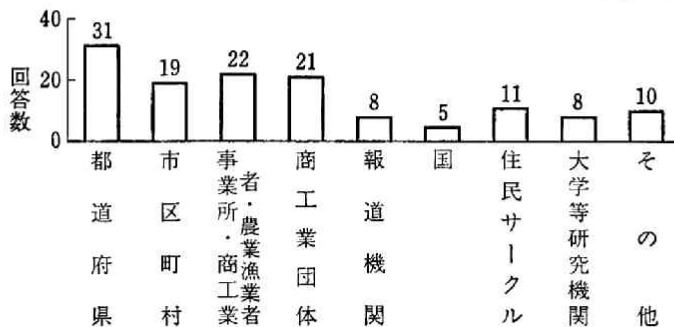
情報収集提供実施主体についても、当該都道府県が最も多く、次い

Ⅱ-1-3-47図 都道府県が実施する情報提供事業の予定実施主体



郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-48図 都道府県が実施する情報提供事業の情報収集提供実施機関
(複数回答)



郵政省調査による。

Ⅱ-1-3-49表 都道府県が計画・構想する情報提供事業の効果が現れるまでの期間についての期待

(単位：%)

項 目	種 類	全 体	ビデオテック クス
すぐに現れることを期待		21.3	15.4
ある程度の期間(5年程度)が必要		63.8	73.1
長い期間(10年程度)が必要		4.3	0
そ の 他		4.3	3.8
無 回 答		6.4	7.7

郵政省調査による。

で、事業所・商工業者・農林漁業者、市区町村の順となっている(Ⅱ-1-3-48図参照)。

(情報提供事業の効果)

事業の効果の現れ方については、5～10年程度の期間が必要としているものが過半数となっている(Ⅱ-1-3-49表参照)。

1-3-3 情報提供事業の推進と地域の特徴

情報事業の実施、情報通信関連産業の立地等の、地域の情報化やそれを取り巻く環境は、地域ブロック、あるいは都市規模や人口規模により異っている。

こうした中で、地域の情報化を成功させるために、その実状に応じて展開することが必要である。

(1) 地域ブロック別及び都道府県別の特徴

ア 情報提供の進展状況

情報提供事業の実施状況を地域ブロック別にみると、北陸、中国及び沖縄が高くなっている(Ⅱ-1-3-50表参照)。また、情報通信関連

Ⅱ-1-3-50表 地域ブロック別情報提供事業の実施及び計画・構想状況

(単位：%)

区分	項目	市区町村数	実 施 中	計画・構想中	合 計
合 計		2,346	17.5	11.4	28.9
北 海 道		172	15.7	10.5	26.2
東 北		291	16.8	10.7	27.5
関 東		409	13.7	8.1	21.8
	東 京 圏	213	19.2	7.0	26.2
中 部		525	20.6	12.8	33.4
	名 古 屋 圏	121	13.2	21.5	34.7
	信 越 圏	177	18.1	12.9	31.0
	北 陸 圏	80	35.0	10.0	45.0
近 畿		218	21.1	10.6	31.7
	大 阪 圏	130	21.5	12.3	33.8
中 国		212	25.0	13.7	38.7
四 国		149	8.1	17.4	25.5
九 州		342	15.5	11.4	26.9
沖 縄		28	21.4	7.1	28.5

郵政省調査による。

(注) 各圏域は、それぞれ次に掲げる地域をいう。

東京圏：埼玉県、千葉県、東京都及び神奈川県

大阪圏：京都府、大阪府及び兵庫県

名古屋圏：愛知県及び三重県

信越圏：新潟県及び長野県

北陸圏：富山県、石川県及び福井県

産業の集中を背景として、東京圏及び大阪圏においても高くなっている。

これを都道府県別にみると、当該都道府県の中で情報提供事業を実施

している市区町村の割合が高いものは、石川（50.0%）、山形（43.8%）となっており、東京（36.2%）がこれに次いでいる。このほかには、富山（34.6%）及び岡山（34.6%）が、30%を超えている。これらの県に共通していることは、共同して第三セクターを設立したりするなどして、情報提供事業に参画する市区町村が多いことである。

このことは、情報提供事業の共同実施が、地域における事業の推進に効果的であることを示している。

また、情報化の促進意向を都道府県別にみると、積極的に促進したいという市区町村の割合が高いのは、佐賀（40.0%）、京都（36.1%）、山口（35.6%）、神奈川（35.5%）、石川（34.4%）等となっており、情報提供事業の実施状況と同様の傾向を示している。

イ 提供したい情報分野からみた地域の特徴

提供したい情報分野を地域ブロック別にみると、地域・コミュニティ生活関連情報が東京圏、大阪圏及びこの周辺地域で高くなっている。これは、市区町村の別にみた場合には、区部において高いのと同じ傾向を示している。

一方、農林漁業関連情報については、北陸、中国、四国、九州で高くなっている。また、観光・レクリエーション情報は、北海道、四国、沖縄において高くなっている。これらの分野の情報は、これらの地域における地域経済の振興を目指す独自情報の創造に寄与することが期待される。

（2）都市規模別及び人口規模別の特徴

ここでは、市区町村の別に情報提供事業の特徴を述べ、さらに市部及び町部について、人口規模別の特徴についても言及する。

ア 区部の特徴

東京は、地域別情報流通センサスに示されるように、情報化が最も進

んでいる地域である。

区部の特徴は、地域における情報提供事業の実施に当たっても、区自身が推進主体になるという意向が強く示されていること、実際の情報提供でも、ラジオ放送やテレビジョン放送といったマス・メディアの活用が進んでいること、今後についてCATVの利用意向が高いことなどである。

イ 市部の特徴

市部については、情報提供事業の実施状況が24.4%、情報化の促進意向は37.0%が積極的に促進したいとしている。市部の特徴は、重視して提供したい情報の分野をみると、区部と同様に、地域・コミュニティ生活関連情報や高齢者・身障者福祉関連情報のような、より住民生活に密着した情報が重視されていることなどである。

人口規模別にみると、人口20万人以上の規模の大きい市は、比較的区部と似た傾向を示している。一方、人口5万人未満の小規模な市は、過疎地に多く、町村部と似た傾向を示している。

さらに、人口規模別にみると、人口規模の段階により、格差が生じているということができよう。

ウ 町村部の特徴

町村部については、情報提供事業の実施状況が14.8%、情報化を積極的に促進したいという意向の町村は16.5%となっている。また、情報提供事業の検討状況をもても、75.0%が未検討である。

町村部の特徴は、重視して提供したい情報の中で農林漁業関連情報が50.4%と高いこと、メディアの利用意向について有線ラジオ放送や有線放送電話が24.7%と高く、既に地域に密着したものを利用する傾向があることなどである。しかしながら、全般的には、町村部は全体と似た傾向を示している。

人口規模別にみた場合、人口3万人以上の町が、市部と比較的同じ傾向を示している。しかしながら、町部の中での人口規模による格差は、それほど大きくない。

(3) 都道府県の動向

都道府県は、市区町村と比べて、行政区域が広く、財政規模も大きい。これらのことから、地域の情報化の促進に対しても、市区町村とはやや異なる意向をもっている。

情報関連施策の取組については、市区町村と比べて、かなり積極的である。また、情報提供事業についても、87.2%が実施中と、極めて実施率が高くなっている。さらに、地方公共団体が行う情報提供の変化については、都市部とはほぼ同じとらえ方をしている。また、「地方公共団体における地域情報政策に関する調査」(自治省)によれば、各都道府県の総合計画(長期計画、5か年計画等)の中で地域情報化の推進を掲げている(策定中を含む)ものは、36都道府県となっている。こうしたことから、総じていえば、都道府県は市区町村よりも、情報化に対して積極的である。

1-3-4 地域の情報化推進のために

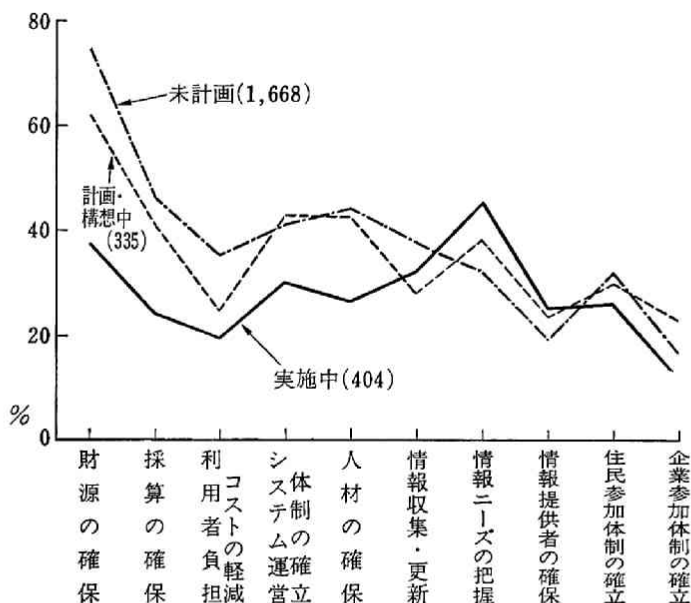
地域の情報化を促進していくため、市区町村がどのような課題を抱えているのか、あるいは、どのような要望をもっているかについて概観し、併せて、地方公共団体の情報化の推進のために果たす役割と方策について述べる。

(1) 情報化の推進への課題

情報化の推進に当たっての課題は、Ⅱ-1-3-51図に示すように、①財源の確保、採算の確保等の経済的な課題、②人材の確保、システム運営体制の確立等のソフト面の課題、③情報ニーズの把握、情報提供者

II-1-3-51図 情報化事業実施への課題

(複数回答)



郵政省調査による。

- (注) 1. 有効回答の中で、当該項目を回答したものの割合である。
 2. 回答を五つまでに限定して調査した。
 3. ()内は有効回答数である。

の確保等の情報の収集、提供に係る課題、④住民参加体制の確立、企業参加体制の確立といった体制の課題、に大別できる。

これらの課題について、情報化事業の実施中、計画・構想中、未計画の別に分けて、市区町村がどのような課題を抱えているかをみる。

ア 実施中の市区町村の課題

実施中の市区町村については、情報ニーズの把握(45.3%)が最も高いほか、情報収集・更新、情報提供者の確保というものも高くなっている。財源の確保(37.6%)、採算の確保は他の場合に比べ、相対的に低

くなっている。実施中の市区町村の課題の特徴は、情報そのものについての課題の占めるウェイトが大きく、経済的な課題、あるいはソフト面の課題のウェイトが相対的に低くなっていることである。これは、実際にシステムが構築・運営されている段階にあっては、いかにニーズに即した有益な情報を迅速に提供するかが、情報化事業のかぎとなることを示すものである。

具体的な例をみても、「端末の普及が思わしくない。」(金沢市)、「高度の専門家が必要であるが、地方公共団体では人材の確保に一定の限界がある。」(岸和田市)、「現在の情報提供者が情報提供の効果に疑問をもっている。」(岡山市)などとなっており、財源の問題よりもソフト面の問題、情報そのものの問題について、多くの課題を抱えていることが分かる。

イ 計画・構想中の市区町村の課題

計画・構想中の市区町村については、財源の確保(62.4%)が最も高く、次いで、システム運営体制の確立(43.0%)、人材の確保(37.6%)となっている。計画・構想中というテイクオフの段階においては、財源の確保や採算の確保といった経済的な課題とシステム運営体制の確立、人材の確保といったソフト面の課題をクリアすることの重要性を示している。

具体的な例をみると、「投資効果が疑問のため、財源確保が困難である。」(新潟市)、「財源は確保したが、今後の採算性と人材(特にシステム・エンジニア)の確保が困難。」(高崎市)などのように、経済的な問題を中心として、課題が多岐にわたっている。

ウ 未計画の市町村の課題

未計画の市町村については、財源の確保(75.2%)が圧倒的に高く、次いで、採算の確保(45.9%)が他の場合に比べて著しく高く、経済的

な課題が最も大きな壁となっている。

(2) 情報化事業に関する要望

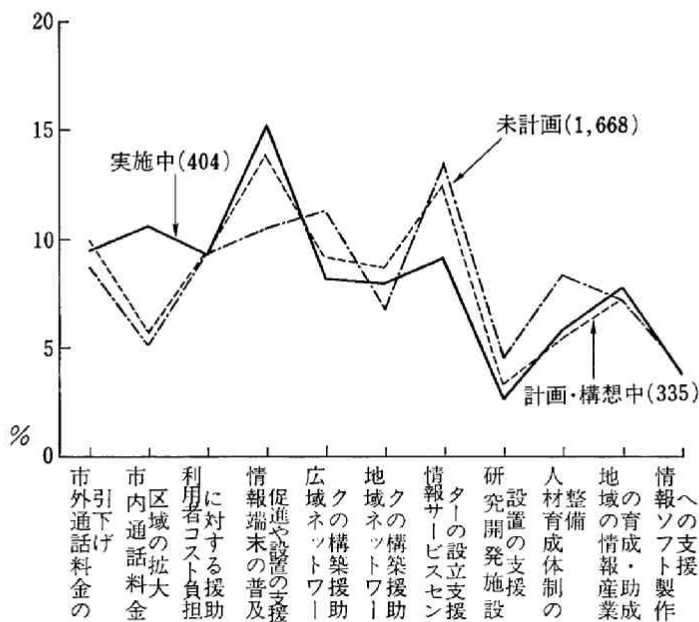
ア 郵政省に対する要望

情報化事業への郵政省に対する要望（1～5位について、ウェイトづけを行い算出した百分率）は、Ⅱ-1-3-52図のとおりである。

これによると、実施中の市区町村と、計画・構想中の市区町村及び未計画の市町村との間で、要望が大きく異なっている。

Ⅱ-1-3-52図 情報化事業への郵政省に対する要望

(順位付複数回答)



郵政省調査による。

- (注) 1. 数値は、1位（5ポイント）から5位（1ポイント）までウェイトづけして各項目ごとに加算したものを、全項目の総合計で除した百分率である。
2. () 内は有効回答数である。

(実施中の市区町村の郵政省に対する要望)

実施中の市区町村の郵政省に対する要望は、情報端末機器の普及促進や設置の支援が15.2%と最も高く、次いで、市内料金区域の拡大(10.6%)となっている。情報化を実際成功させるには、端末の普及という利用層の広がりが必要であること、情報化事業が同一市町村や近隣市町村と行われる例が多いので、市内料金区域の拡大による利用者負担やランニングコストの低減化が求められていることを示している。

計画・構想中の市区町村については、まずシステムを構築し、ハード的な基盤を整備し面的拡大を図ることが急務であると考えられているため、情報端末機器の普及促進や設置の支援(13.9%)及び中核となる情報サービスセンターの設立支援(12.5%)のウェイトが高くなっている。

未計画の市町村については、情報サービスセンターの設立支援(13.5%)及び広域ネットワークの構築援助(11.3%)のウェイトが高くなっており、まず基盤となる拠点やネットワークの整備を望んでいることを示している。

イ 事業者に対する要望

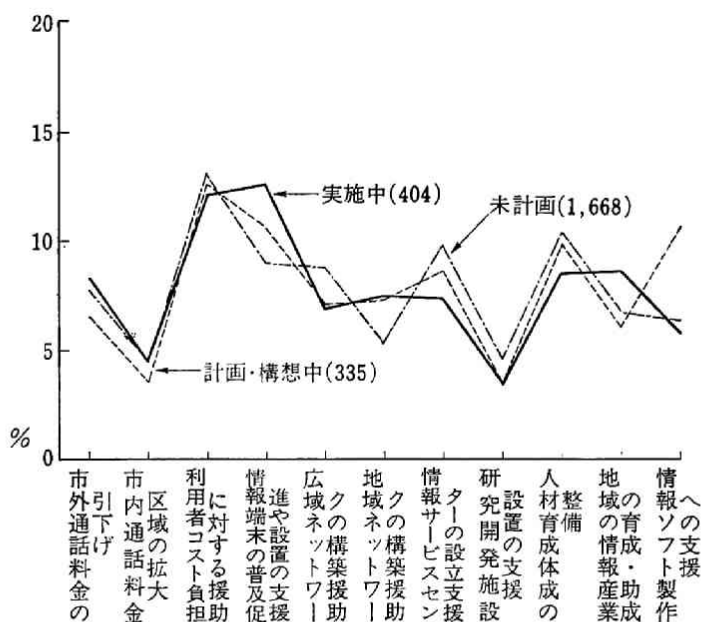
情報化事業への事業者(通信機器製造業者、ソフトウェア業者、情報処理業者、情報サービス業者等の民間の事業者)に対する要望(1～5位について、ウェイトづけを行い算出した百分率)は、Ⅱ-1-3-53図のとおりである。

これによると、実施中の市区町村、計画・構想中の市区町村及び未計画の市町村の要望が、郵政省に対する要望と比べて、傾向が比較的似ている。

しかし、各段階を通じて、利用者コスト負担に対する援助の要望が高くなっている。また、計画中の市区町村では、情報ソフト製作への支

Ⅱ-1-3-53図 情報化事業への事業者に対する要望

(順位付複数回答)



郵政省調査による。

(注) 1. 数値は、1位(5ポイント)から5位(1ポイント)までウェイトづけして各項目ごとに加算したものを、全項目の総合計で除した百分率である。

2. ()内は有効回答数である。

援、人材育成の整備というソフトや人材育成に対するものも高くなっている。これは、情報化を今後実現する上での、課題の解決に事業者が参与することを求めているものといえよう。

(3) 情報化推進のための方策

ア 積極的な役割が期待される地方公共団体

地域の情報化を推進していくためには、情報化の必要性を強く認識し、広く地域住民や企業のニーズをくみあげ、全体をリードする推進役

が不可欠である。この推進役を欠くと、情報化の促進が図られず、あるいは地域全体の円滑な発展につながらないおそれもある。この結果として、その地域が地盤沈下をきたし、格差が拡大してしまうことさえあり得る。

地域のかなめであり、地域社会全体の経営者ともいえるべき地方公共団体は、このような地域の情報化の推進役として最もふさわしいといえよう。

既に述べたように、地方公共団体は、自らが地域の情報化の積極的な役割を担うことについて高い意向を示している。また、情報産業関連企業の立地促進に関しても、高い意向を示している。地方公共団体により、関係者間の調整機能、地域ニーズの発掘、地域独自情報の創造をはじめとして、情報化の動機づけや啓蒙活動、情報化の対象分野の選定、推進体制作り等様々な局面で重要な役割を果たしており、今後も積極的な役割を果たすことが期待されている。

しかしながら、情報化事業は、採算、人材、情報ソフトをはじめ、必ずしも容易に進むものではない。

地域の事情に精通し、かつ地域の要請にこたえる地方公共団体が、このような課題に積極的に取り組み、情報化を進めることが、各地域の発展を図るために期待される。

地域の情報化を進める上で重要なものとして、全国につながるネットワーク、当該地域の情報交流のためのネットワーク及び情報交流のための拠点づくりがある。地域の主体性の下に、国、地方公共団体、民間企業、住民等が一体となって、各々の実状に即して独自性を発揮することが、今後一層重要となる。

郵政省としても、例えば、テレトピア計画の推進、テレコムプラザ、テレコム・リサーチパークの指定、民間テレビジョン放送の多局化、

CATV 網の整備促進等により、地域における情報通信網の整備、情報通信拠点の整備等、地域の情報化のための基盤整備を進めている。これらの施策は、地域の情報化を、いわば側面から支援するものである。

イ 都市機能に応じた情報化の推進

東京は、我が国の情報通信の中核であり、我が国の情報化を主導する存在である。また、国際化が進展する中で、東京は、単に我が国の首都としての役割のみならず、世界都市としての役割が高まり、世界的な情報通信の拠点となっている。

情報化については、集積のメリットがあること、我が国の国際化が今後とも進展することにかんがみれば、その東京の都市機能を支えるためにも、我が国全体の情報通信の連結点としての効率化を高めるためにも、テレポートやマリネット等のハード面の整備やソフトの充実が必要である。

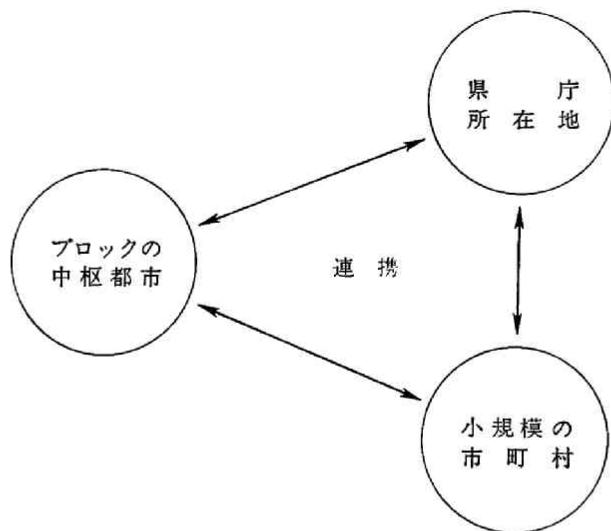
情報化の進展は、都市機能の集積と密接な関係にあり、都市の規模、機能に応じた情報化を全面的に進めることが必要である。そして、地域における情報化の進展は、大阪、名古屋、札幌、福岡等の各地域ブロックの中核機能を有し、かつ既に相当の都市機能を有している都市から、その周辺部や他の県庁所在地等の府県レベルでの中核機能を有する都市及び小規模の市町村へと波及していくことが効果的であると考えられる。

また、現に各地方公共団体等において進められているように、大都市、中都市、小規模の市町村が、面的な広がりをもって連携し、各々の機能を有機的に活用し、情報化事業を進めることも効果的である（Ⅱ-1-3-54図参照）。

ウ 地域の実状に応じた推進

地域の実状やその抱える課題は、実に様々である。都市機能の集積の

Ⅱ-1-3-54図 情報化の有機的連携



度合いも、情報通信関連産業の立地状況も経済構造もその地域ごとに異なっている。したがって、情報化の推進に当たっては、個別のニーズ、機能、規模に即して推進することが重要であり、その実状に応じて推進することが情報化のかぎである。

東京には東京の、地方中枢・中核都市には中枢・中核都市の、町村には町村の、各々に必要とされる情報通信の役割なり基盤整備の在り方があり、情報化の促進方法がある。

地域の情報化に当たっては、中核となる地方公共団体が、独自のポリシーに支えられた創造力に基づいて展開することが重要である。

エ 地域間の連携と競争

一部のテレトピア指定地域から、パソコン通信によるテレトピア都市間の経験交流が提言されている。

情報化の推進に当たり、異なる地域間の連携を図ることは、各々の情

報やノウハウを交換することにより、問題解決手法の発見、新たな視座の確保等につながり、各地方での効果的な情報化事業の推進につながり、有益である。

同時に、各地域が自ら情報発信源となることにより、経済や文化の交流の促進を通して、産業や観光の発展に通じ、地域経済の発展にも資することが期待される。

各地域で情報化事業が促進されるということは、換言すれば地域間で競争が進むということでもある。その場合も単に東京や他の大都市の例を見習うというだけでは、企業や住民をはじめとする経済主体を魅了することはできないであろう。また、各地域のニーズにこたえることにもつながらないであろう。

この意味において、地域の情報化の促進にあっては、各地域の独自性やニーズを踏まえた展開が必要とされる。そのためには、地方公共団体をはじめとする関係者の一層の創意がかぎとなろう。

1—4 地域の発展を支える情報通信

地域の発展のためには、地域の情報化が不可欠である。また、経済のソフト化が進行する中で、情報通信が地域経済の発展に牽引的役割を果たしていくものである。

端緒についた地域の情報化事業が、今後、住民生活や地域の経済活動に深く浸透し、地域の活性化に資することは、単に当該地域の発展にとってのみならず、我が国全体の発展にとって重要である。

しかし、今まで述べてきたように、各地域における実状は様々であり、その課題も多い。そのため、各々の事情に応じた政策の展開なり実行が求められている。

ここでは、情報通信の活用による地域の情報化を促進するために、郵便局の活用に対する課題や、地域の発展を支える情報通信の課題について言及する。

1—4—1 地域の情報化における郵便局の活用

郵便局は、国民生活に最も密着した国の機関であり、全国のいかなる地域にも展開している。また、郵便局は最も伝統的な通信拠点であり、各地域に浸透している。

ここでは、情報化を進める上での郵便局への期待や課題について概観する。

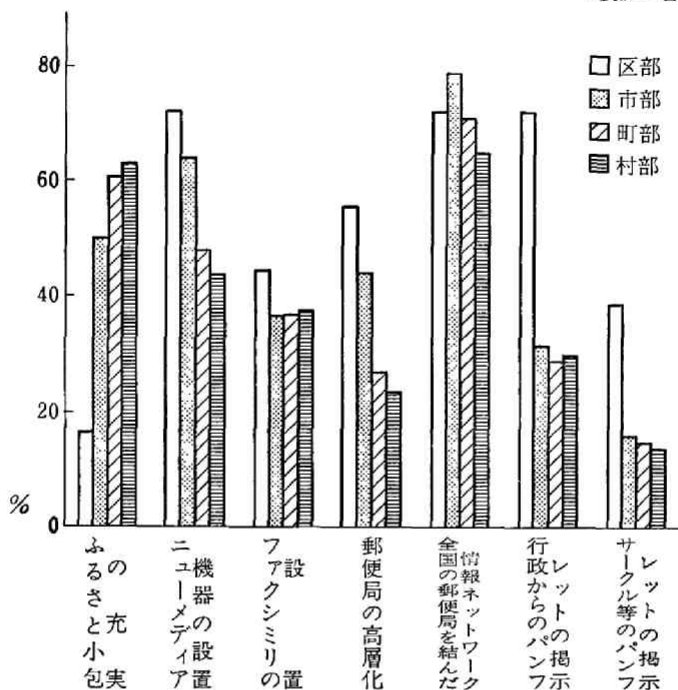
(1) 地域の情報化における郵便局への期待

郵政省の調査によれば、情報化を進める上での郵便局の活用に対し、地域を問わず高い期待が寄せられている（Ⅱ—1—4—1 図参照）。

（全国的ネットワークに対する期待）

Ⅱ-1-4-1 図 情報化を進める上での郵便局の利用

(複数回答)



郵政省調査による。

「全国の郵便局を結んだ情報ネットワーク」に関しては、都市規模に関係なく最も高い期待が寄せられている。

全国的なネットワークは、地域の情報化を進める上で基本的な機能であり、ネットワークを生かした地域の情報と全国の情報の交流拠点として、最も期待されている。

(町村部における期待)

町村部においては、「ふるさと小包の充実」に対する期待が高い。

町村部では、ふるさと小包を活用した地場産業の掘り起こしにより、地域経済の発展の引き金として寄与することが期待されている。

(都市部における期待)

「ニューメディア機器の設置」及び「郵便局の高層化」に関しては、都市規模の大きい地域で期待が高い。

(区部における期待)

区部では、「行政からのパンフレットの掲示」及び「サークル等のパンフレットの掲示」に対する期待が他の地域に比べ際立って高い。

(2) 地域の情報化を進める上での郵便局の課題

地域の情報化を進める上で、地域の特性を反映したニーズにこたえることが郵便局の課題となっている。

ア 地域の情報と全国の情報との交流拠点

地域の情報化を促進する上で、情報の収集及び発信は大きな問題であり、特に、地域情報の全国に向けての発信が課題となっている。

全国に2万以上の拠点をもつ郵便局は、地域の情報を全国に向けて発信する情報拠点としての期待が大きい。また、地域に密着している郵便局は、全国から収集した情報を地域住民に提供する機関としても期待が高い。

情報の交流拠点としての郵便局を実現するためには、地域の発展につながる各地域独自の情報内容の開拓や、それらの情報の収集及び全国に向けての発信方法等が、今後の課題である。

イ 地域のふれあいの場

全国に2万以上のポイントをもち、地域と密着した関係をもつ郵便局は、地域の情報を収集し、地域の住民に対してその地域内の情報を提供することが課題となっている。

地域のふれあいの場としての郵便局の一層の活用を図るためには、地域住民のニーズにこたえ、また、各地域の実状に合わせた郵便局の活用方策の検討が必要である。

ウ 地方公共団体と郵便局の連携の強化

郵便局は、情報拠点として地域情報化の一層の促進に貢献できるものと期待される。

地域の情報化の第一歩としては、地域住民の情報化に対する理解が重要である。

今後、情報化の推進のために、郵便局は、地方公共団体との連携を強化し、地方公共団体等の主催するイベントへの参加や情報化を体験できるニューメディア機器の設置等の、地域住民の情報化に対する理解の促進に向けての方策を、総合的に検討していくことが課題となろう。

1-4-2 地域の発展に向けて

既に述べたように、地域の情報化の推進の主体は地域のかなめである地方公共団体であり、その地域の住民であり企業である。

地域の情報化を推進するためには、全国レベルの施策と同時に、地域の実状に合わせたきめ細かな施策が必要である。

郵政省では、地域における情報化を支援するため、政策を展開している。

地域の情報化を進める上で、様々な課題があるが、今後とも、特に以下のような課題に取り組む必要がある。

(1) 通信料金の低廉化

情報通信を一層利用しやすくし、各地域の情報化を推進するためには、通信料金全般の一層の低廉化を図ることが重要である。

そのためには、電気通信事業分野における、公正かつ有効な競争の確保による市場の活性化が必要である。さらに、料金体系の在り方、通信設備の有効活用の推進、通信市場の拡大などについて、長期的な視野に立った施策の検討が必要である。

(2) 情報やノウハウの積極的提供

地域の情報化は端緒についた段階である。全体の約半数の地方公共団体では、まだ情報化事業の検討が進んでいない実状にある。

そこで、実際に進められている情報化事業の内容や、情報化事業の実現に至るまでの課題の解決方法等の情報を積極的に提供することが、情報化事業に着手する手がかりを与える上で有益である。

また、計画の具体化や、実施している情報化事業の改良に向けて、様々な課題がある。その際、情報化事業の目的や対象に即して、どのような情報内容を提供すれば良いかという、ソフト面のノウハウの提供や、あるいは、どのようなシステムを構築すれば効果的、低コストでシステムを運営できるかという、ハード面でのノウハウの提供といったことが、地域における情報化事業の着実な進展に寄与する。

したがって、今後、情報化事業や情報通信に関し、積極的な情報やノウハウの提供を進める必要がある。

(3) ニューメディア端末の普及促進

ネットワークが地域に広がり、利用が促進されることが、情報化を進める上で重要である。現在、各種のニューメディアが相次いで登場し、地域の情報化事業の推進に大きな役割を果たすことが期待されている。

通信ネットワークは、端末の普及に伴いその利用価値が高まるため、端末の普及促進が大きな課題となっている。

端末の普及のかぎは、コスト負担の低減とともに、CATV やビデオテキストにみられるように、その提供する情報内容の充実、あるいは、データ通信やパソコン通信の場合等の情報の収集・処理・加工を効率的に行うことである。

このためには、技術開発によるコストの低減、利用者のニーズを的確に把握することが重要である。

(4) 既存の情報通信システムの効果的利用

情報化の促進は、単にニューメディアによるものだけでなく、郵便、電話、放送、無線等の従来からあるメディアの効果的活用によっても行われる。

地域の情報化の内容や対象によっては、これら既存の情報通信システムの活用が有効である。その際、単に一つのメディアだけではなく、目的に応じて複数のメディアや手段を組み合わせるなど新しい利用分野、利用方法を開発することが重要である。

(5) 地域の実状に応じたきめ細かな政策の展開

都市規模や、産業や気候及び地理的状况等の地域の特性に応じ、あるいは、情報化の目的や対象等の各地域の状況によって、必要とされる情報通信システムの内容や、情報化事業の進め方も自ずと異なる。

例えば、大都市では、複雑な都市機能を支えるため、高速大量の情報提供や処理を行う情報通信網の活用が必要とされる。過疎地や離島では、経済基盤が弱く、情報通信量も低いのが、これらの地域の生活を支え、発展を図るには、多地点間少量の通信を低廉な価格で行えるようなネットワークの整備や、難視聴の解消をはじめとする放送の整備が必要である。豪雪地帯では、豪雪に耐え得る高い信頼性を確保する必要がある。また、家庭では消費生活やコミュニティ情報が求められ、産業分野では直接経済活動に結びついた情報が必要とされる。

それぞれの状況に応じた、ソフト、ハードの構築が求められており、また、既存のメディアも含めた最も適切なシステムの構築や開発が必要とされる。

このように、地域の実状に合わせた、また、利用者に合わせた、きめ細かな情報化政策を展開することが、今後の地域の社会経済の発展のために求められている。