

地域情報化事例集

本事例集は、株式会社日本総合研究所が、活動団体に対してヒアリング等調査を行ったものである。

地域情報化事例集 目次

はじめに	1
1．ロジスティックス・タイプ	2
(1)わかしお医療ネットワーク(千葉県東金市)	2
(2)からりネット(愛媛県内子町)	4
(3)壱岐もの屋(長崎県壱岐市)	6
(4)建築市場(鹿児島県)	8
2．グループフォーミング・タイプ	10
(1)インターネット市民塾(富山県)	10
(2)ささはたドットこむ(東京都渋谷区笹塚・幡ヶ谷地区)	13
(3)シニアSOHO普及サロン・三鷹(東京都三鷹市)	15
(4)どこでもコミュニティ(神奈川県大和市)	18
(5)田舎・TV(兵庫県丹波地方)	20
(6)e商人養成塾(高知県)	22
(7)鳳雛塾(佐賀県)	24
(8)住民ディレクター(熊本県山江村)	27
3．マルチプロジェクト・タイプ	30
(1)桐生地域情報ネットワーク(群馬県桐生市)	30
(2)0563.net(愛知県西尾市、幡豆郡)	32
4．基盤整備タイプ	34
(1)南房総IT推進協議会(千葉県南房総地域)	34
(2)みあこネット(京都府京都市)	36
(3)100%ブロードバンド化プロジェクト(兵庫県)	38
(4)はりまスマートスクールプロジェクト(HSSP)(兵庫県播磨地域)	40
(5)宮崎県木城町	42

はじめに

本事例集は、多様な地域情報化の取組のうち、先進事例について、次に示す4つの「仕掛け」ごとに取りまとめたものである。

1．ロジスティックス・タイプ

既存の集権的、縦割りの仕組みを再構築するもので、「地域単位で構築する」「ロジスティックスを効率化・透明化する」ことを中心とした活動である。

この活動は、他地域の活動のコアとなる人の目に止まり、両者が創発することにより、各地域において活動のエネルギーが励起されるという特徴を持っている。

2．グループフォーミング・タイプ

ICTの持つ「人を集める」「グループをつくる」という機能を活用し、これまでになかった仕組みを全く新たに構築することを中心とした活動である。

この活動は、前述「人を集める」「グループをつくる」という機能を活用し、人がたくさん集まる環境で参加者に新たな「気づき」を与え、自発的な知識生産を促すという特徴を持っている。

3．マルチプロジェクト・タイプ

複数のプロジェクトが、地域アイデンティティの下活動しているもので、当該地域の特性に深く根ざした活動である。

この活動は、地域独自のコンテンツ制作や伝統文化の継承等、地域内の様々な主体による活動が中心となる特徴を持っている。

4．基盤整備タイプ

地域内のICTインフラの整備を目的として実施されるものである。

この活動には、医療分野等特定分野による利用を契機として、地域内のインフラを整備していくものも含まれている。

なお、取組が当該地域だけではなく、ローカル to ローカル(L2L)で他地域に伝播しているものについては、それぞれの事例紹介の末尾に伝播の内容を記載している。

1. ロジスティクス・タイプ

(1) わかしお^{いりょう}医療ネットワーク (千葉県東金市)

(<http://www.pref-hosp.togane.chiba.jp/>)

1. 活動概要

- (1) 活動の目的: いつでも、だれでも安心して受診できる地域医療サービスの提供。
- (2) 活動の概要: 病院のICT化及び地域完結型の医療システムの構築を行っている。主な活動は以下のとおり。

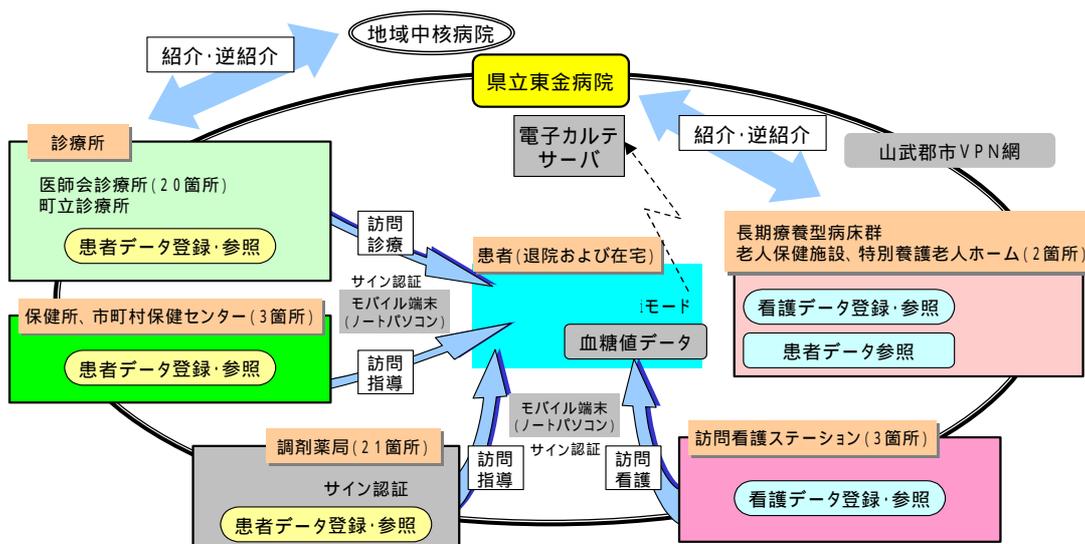
地域医療機関との定期的研修会の実施

病院、診療所、保険薬局、訪問看護ステーション、保健所等の地域医療機関をつなぐ広域電子カルテネットワーク(わかしお医療ネットワーク)の構築と運営及び継続的実証実験の遂行
さらに生活習慣病等に関する、遺伝子解析に基づいた最新のオーダーメイド医療に積極的に取り組んでいる。

- (3) 運営体制: 地域の公的医療機関(千葉県立東金病院)が運営。

- (4) 効果: 地域の中核病院、診療所、保険薬局間で、リアルタイムに診療情報を共有することにより、各機関の役割分担の明確化と医療連携が一層強化され、糖尿病治療をはじめとする地域医療のレベルが大幅に向上した。具体的には、専門医への患者集中を改善し、地域ぐるみの生活習慣病診療体制を強化し、地域医療機関でのインスリン治療等の医療度の高い治療が可能となった。

また遺伝子診療支援システムの構築・運用により、生活習慣病の治療に関して、最新技術を活用した遺伝子解析によるオーダーメイド医療が可能になり、患者の受診に対する安心感が大幅に向上した。



出典: 千葉県立東金病院資料

2 . 発足の経緯

東金病院院長が、東金病院のICT化を推進するだけでなく、地域として医療サービスを向上させる必要があるという問題意識を持ち、広域電子カルテネットワークであるわかしお医療ネットワークに関する取組を始めた。同時に地域の医療機関と定期的勉強会等を行い、人的ネットワークを形成していった。

3 . コスト負担

「わかしお医療ネットワーク」は、県立病院が中心となって立上げを行った。イニシャルコストは、プログラム開発（約2億円）やパソコン、サーバー等（約9千万円）の経費を合わせて約3億円であった。特にコストの大部分を占めるプログラム開発費は、先進的医療分野に関するものであったため、セキュリティ機能等の強化に多額の資金が必要となった。なおイニシャルコストは、全て国（経済産業省）の補助金を受けたものである。

ランニングコストは県立病院の予算で負担されており、わかしお医療ネットワーク保守分が約2千万円、院内の医事会計業務システムの保守管理費用が3千万円である。

4 . 成功のポイント

- ・電子カルテネットワークによる診療データを多数収集し、定量的に導入効果を分析しながら、活動を絶えず評価し改善してきたこと。
- ・基本となる人の連携が構築されていたところに、ICTを導入したこと。人の輪とインフラは活動における車の両輪であり、先に人の輪が構築されていたことにより、インフラ構築が容易であったこと。

5 . 課題

- ・医療機関をつなぐ高速回線環境の整備不足。
- ・国のモデル事業等は単年度の予算執行となっているため、具体的効果が現れる前に終了してしまうことが多い。
- ・治療に関する医療機関格差の問題は依然として解消せず、生活習慣病の面的な診療は必ずしも十分とはなっていない。
- ・現状の医療体制で十分な診療を行うには限界があり、生活習慣病診療の大幅なレベルアップを可能にするためには、診療情報を共有する最新のネットワークシステムの構築・整備が不可欠である。
- ・地域の病院・診療所においては、患者のプライバシー保護、特に匿名性を担保した遺伝子解析システムが未だ整備されておらず、遺伝子解析に対する市民の不安は解消されていない。
- ・今後、地域の病院・診療所で遺伝子解析に基づくオーダーメイド医療を提供するためには、患者のプライバシー保護機能を備えた新たな生活習慣病遺伝子診療支援システムの開発が急務である。

(2) からりネット (愛媛県内子町)

(<http://www.islands.ne.jp/uchiko/karari/index.html>)

1. 活動概要

(1) 活動の目的: 特産物直売所「内子フレッシュパークからり」の集客力を高め、内子町の農業をはじめとする地域の活性化を図ること。

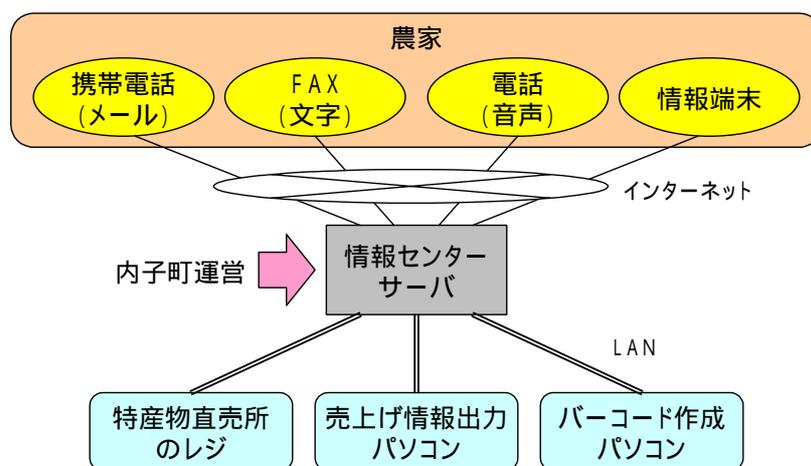
(2) 活動の概要: 「内子フレッシュパークからり」と農家を結んだ産直販売支援システムを運営している。

特産物直売所と農家を結ぶネットワークにより、生産者は自宅のパソコンや携帯電話のメールで、直売所のPOSデータを取得し、出荷品の販売状況を確認して、残品の引取りや新鮮な商品の提供を行うことができる。また電話による音声案内でも販売状況を確認できることから、高齢者もこのシステムを利用することができる。

2003年度の会員出荷者は360名、直売所の販売額は約4億1,400万円であった。

(3) 運営体制: 行政によるシステム管理を除いて、第三セクターが運営。

(4) 効果: 1994年の開設以来、毎年、出荷者数や一戸あたり販売額が伸びている。



出典: からりネットホームページ

2. 発足の経緯

農産物の輸入自由化、農業生産者の高齢化、農産物価格の低迷等、農業を取巻く環境が悪化する状況の中で、内子町は農作物の新たな販路開拓を模索する必要に迫られていた。そこで、1992年の農業情報ネットワーク全国大会を契機に、農業の情報化事業を実施することとし、1988年頃から内子町が行っていた農業振興のためのパソコン通信ホスト局を前身として、1996年から「からりネット」としての活動を開始した。

3. コスト負担

イニシャルコストは、建物、インフラ整備、直売所の設置等に係る経費(15億5

千万円)、サーバー、パソコン、売上管理システム等に係る経費(1億円)の16億5千万円であった。このイニシャルコストは、国(農林水産省)から6億9,600万円、町(内子町)から9億5,400万円の補助金を受けた。

ランニングコストは年間約1千万円であり、そのほとんど(約800万円)は施設維持費で、その他はサーバー保守や人件費(150万円)、コンテンツ更新(30万円)である。このランニングコストは、7割を第三セクター内子フレッシュパークが負担し、残りの3割は町の補助金を受けている。また直売所の売上は2003年度で4億5千万円となっている。

4. 成功のポイント

- ・ 販売所への出荷者は、高齢者や農村女性等いわゆる情報弱者が多いため、農家を対象としたパソコン講座の開講や、音声による販売情報の読上げ、バーコードによる管理等簡単に操作できるシステム構築を行ったこと。
- ・ 自宅のパソコンや携帯電話で販売情報を取得できる仕組みを構築したことにより、残品の数量が容易に把握でき、引取りが効率的になった。その結果、直販所に常に新鮮な農産物が陳列でき、売上の向上につながった。
- ・ 農作物に、生産者名等の生産者情報や、生産物の価格・商品名等の生産物情報を記載したバーコードを添付して販売することで、信頼を獲得し固定客の確保につながったこと。

5. 課題

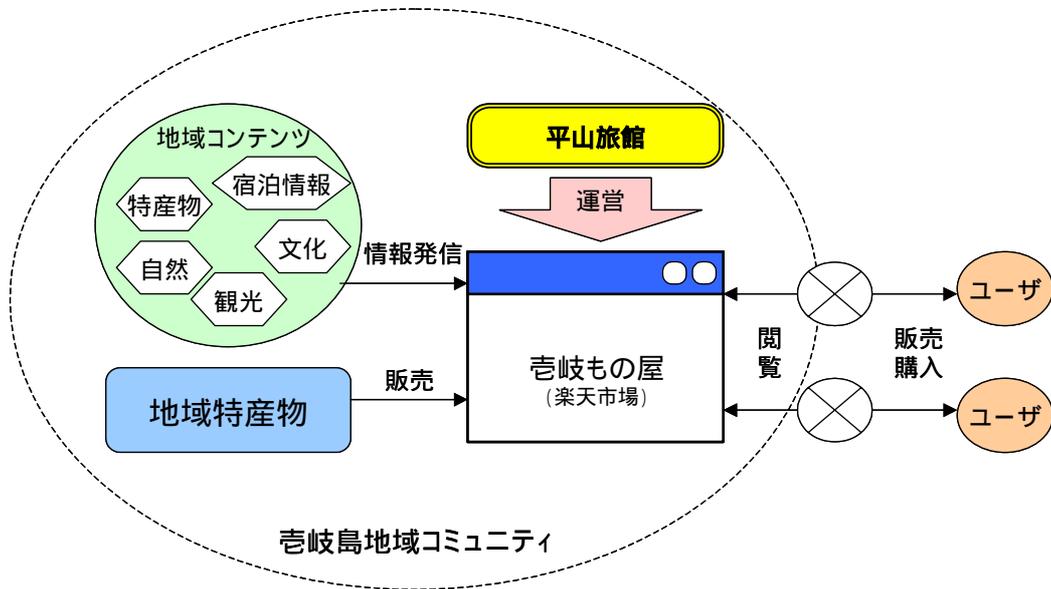
- ・ 生産者を含めたICT知識のレベルアップ。
- ・ 文字情報の表示に限られた現状のシステムを、画像等の配信を可能とするシステムへ更改すること。
- ・ 情報の信頼性向上(生産履歴情報を開示するトレーサビリティシステムを開発中)。

(3) 壱岐もの屋 (長崎県壱岐市)

(<http://www.rakuten.ne.jp/gold/iki/>)

1. 活動概要

- (1) 活動の目的: 島の資源(恵み)を少しでも全国の人に知ってもらうこと。
- (2) 活動の概要: インターネットを利用した特産品の販売、メールマガジンを活用した壱岐島の情報、特産品情報、平山旅館の宿泊情報、旬の情報等の情報配信を行っている。
- (3) 運営体制: 民間企業(平山旅館)が運営。
- (4) 効果: 旅館業と兼業することが難しいほど、オンライン販売による受注量が増加している。



壱岐もの屋提供資料により作成

2. 発足の経緯

壱岐島は全国的な認知度が低く観光客が減少する傾向にあり、また島であるため台風時期の船舶の欠航、キャンセル等で旅館の経営が不安定であった。さらに旅館の部屋数が限られているために売上に限界があることや、フェリーを利用しなければならないためアクセスにコストがかかる等の問題によって、経営の安定を図るのが難しかった。そこでインターネットを活用して壱岐島の情報を全国に発信し、認知度を高めて集客をはかるためにホームページを開設した。

3. コスト負担

イニシャルコストは、ネット商店街への登録料や広告費(120万円)、立上げのための計画・調査費(30万円)、企画委員会の設置・運営費用(20万円)の約170万円であり、このコストは全て民間企業(平山旅館)が負担した。なお、ホームページの企画・開発については、民間企業関係者がボランティアで対応したため、コストには含まれていない。

ランニングコストは、ネット商店街への登録料や年間広告費 120 万円が大部分を占めており、イニシャルコストの場合と同様に民間企業が負担している。なお、このコストには民間企業関係者のボランティアによるコンテンツ更新等は含まれていない。

4 . 成功のポイント

- ・ I C T 活用によって、全国を相手にビジネスを展開できたこと。
- ・ 主宰者が I C T 関連企業で働いていたことで I C T に対する知識があったこと。
- ・ ホームページで商品等の画像や見せ方にこだわることで、オリジナリティを出したこと。
- ・ 単に特産物を販売するだけでなく、デジタル女将等を登場させるなど、インターネットの特徴を活かした仮想的な物語を作り出して、その中で地域や特産物の紹介を行う等、今までとは異なる手法を取り入れていること。
- ・ アットホームな雰囲気と地域情報を盛り込んだコンテンツづくりを行ったこと。

5 . 課題

- ・ I C T 関連の専門知識を持つ人材が不足している。
- ・ 地域活性化を実現する等、地域住民との連携を実現することの難しさがある。

(注) 壱岐もの屋については、インターネットを活用して、既存の販売の仕組みを再構築しているため、今回の分類では「ロジスティックス・タイプ」に入れている。

けんちくいちば
(4) 建築市場 (鹿兒島県)

(<http://www.ben.co.jp/ichiba/>)

1. 活動概要

(1) 活動の目的: 建築現場における作業効率の向上と住宅品質の向上。

(2) 活動の概要: 建築市場は、中小工務店等がICTを使った共通のシステムにより、住宅の設計、施行、調達、物流等の情報の共有を行う活動である。

建築市場を設立・運営しているベンシステム(建設関連のソフト開発及び情報処理等を行っている民間企業)は、インターネット等のICTを活用することで、職人間の情報共有と複数の建築現場の連携を実現し、建築作業の全体最適化を図る自律・分散・協調型ネットワーク構築を目指すシステムを会員へ提供している。

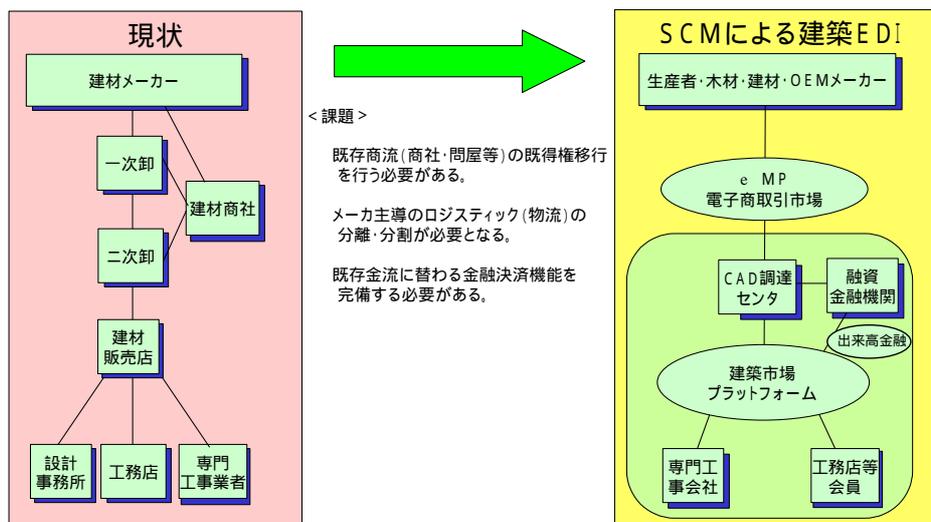
情報共有には携帯電話を端末として活用しており、その背後で稼動するシステム及びアプリケーションをベンシステムが構築している。

主な活動は以下のとおり。

SCM(サプライチェーンマネジメント:原材料の調達から製造、流通、販売までの全体を見ながら、経営判断の迅速化を図る意思決定支援システム)による建築現場のEDI(エレクトロニックデータインターチェンジ:商取引に関する情報を標準的な書式に統一して、企業間で電子的に交換する仕組み)

情報公開(積算明細書・性能評価書の付いた家づくり、WEBカメラから生産工程の見える家づくり、住宅生産履歴の電子カルテ化等)

複数現場の連携



出典:株式会社ベンシステム資料

建築市場は建設業界のロジスティクス改革に着目し、物流の情報や施工のスケジュール等の管理にシステムを活用している点が特徴である。中小工務店がICTを使った共通のシステムを使うことで共生・共創のネットワークによる地域連携を形成し、設計、施工、調達、物流等の情報を共有し、協業・分業による高付加価値住宅供給システムを構築している。

(3) 運営体制:民間企業が運営。早稲田大学と提携して5つの分科会を含む研究会を設立し、システムの研究開発を行っている。研究会には全体で500社程度参加している。

(4) 効果:設計、施工、調達、物流等の高付加価値化を達成できており、職人の収入増につながっている。

2. 発足の経緯

大学で建築や土木を学び、夢を持ってこの業界で働こうとしている若者のために、現状を「効率性を追求した高付加価値的な仕事をしようという文化を持った職場」に変えていきたいというのが、活動の発端である。

3. コスト負担

インフラ構築及びアプリケーションの開発費は、全て民間企業(ベンシステム)の負担によるもの。運営費は工務店を中心とする会員の入会金と、月3万円のシステム利用料を充当。

4. 成功のポイント

- ・若手社員にシステムアドミニストレーターの資格(利用者の立場からシステムを管理するための資格)を取得させ、建築現場と切り離れた形で、生産性の向上を実現するアプリケーション等の開発準備をさせていること。
- ・ベンシステムのオーナーが現場の状況に精通していたこと。
- ・システムの導入により、情報共有、透明化、時間の有効活用が図られることから、業務の効率化につながり、現場の理解を得やすかったこと。
- ・ICTにより協働のネットワークを活用した地域連携を形成したこと。
- ・情報共有によって、職人同士の協調性や信頼性が高まったこと。

5. 課題

- ・現場はICTの有効性を認識しているが、更なる業務の効率化を推進するために必要となるゼネコンのリーダークラスの意識改革が不足している。
- ・現場のICT活用には携帯電話を端末として活用しているが、通信料が負担となっている。専用のインターネット端末を開発する余裕もない。

6. 他伝播の例

会員の増加により、ベンシステムのアプリケーションが各地で導入されることで、活動が全国に伝播しており、現在東京都をはじめとする13都府県にて建築市場が立上っている。また、その他島根県、長崎県、高知県をはじめ21都道府県において研究会や建築市場設立準備会が立上っている。

2. グループフォーミング・タイプ

(1) インターネット市民塾しみんじゅく（富山県）

(<http://toyama.shiminjuku.com/>)

1. 活動概要

(1) 活動の目的: 地域の社会教育環境の向上と、地域コミュニティの活性化。

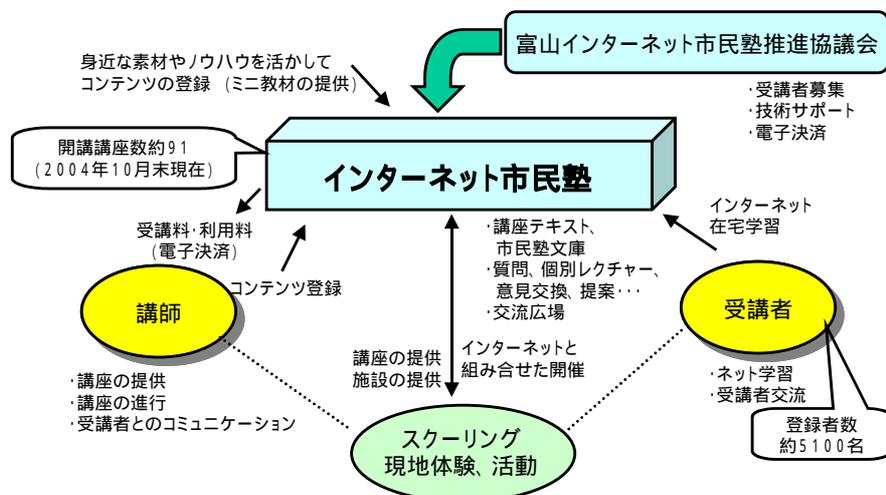
(2) 活動の概要: インターネット市民塾は、利用登録すれば誰でも講師になって講座を開くことができ、また誰でも生徒になって受講できるようなeラーニングの基盤を提供している。

特徴的な点は、前述した誰でも講師として講座を開講できることであり、講師自らが講座を有料とするか否かの決定権を持つ。さらに講義で使用するeラーニング教材を作成するためのアプリケーションも、インターネット市民塾が無料で提供している。

講座はeラーニングに限らず、スクーリングや現地体験等と組み合わせられたものもあり、地域コミュニティの活性化にも貢献している。現在、自律した運営に向けた有料コンテンツの充実、コンテンツ作成等の受託案件の拡大、協議会員の拡大等を推進している。

(3) 運営体制: 県、市町村、企業、大学が参加した任意団体(富山インターネット市民塾推進協議会)が運営。ただしサーバー運用は民間企業が担当している。2004年10月末で利用登録数は5,100名、講座数は91となっている。

(4) 効果: 受講者への教育効果よりも、「講師を育て元気にする」ことにつながっている。また市民講師を増員すると受講者が集まるという現象が続いており、特に働き盛りの世代の参加が増加している。さらに、協議会でコンテンツ作成等の業務を受注して、地元企業を活用する等、若干ではあるが地域の雇用を生んでいる。



出典: インターネット市民塾資料

2 . 発足の経緯

地域の社会教育環境を向上するために、生涯学習環境を整備しなければならないという行政側の問題意識と、地域の教育に関わり、地域に人を育てる新しい仕組みを創ろうという民間企業の思いによって活動が始まった。平成 10 年に旧通産省（現経済産業省）「教育の情報化推進事業」として採択され、平成 11 年度に実証実験を行い、平成 12 年度に「富山インターネット市民塾」の設立に向けた準備委員会を発足した。その後平成 14 年に任意団体「富山インターネット市民塾推進協議会」を設立した。

3 . コスト負担

イニシャルコストは、システム設計・開発費（約 1 億円）、コンテンツ開発・実証実験（約 5 千万円）、実用化に向けた開発費（約 6 千万円）の約 2 億 1 千万円であった。このイニシャルコストは、その 6 割について旧通産省の補助金を受け（開発後の償還差引後）、残りの 4 割を民間企業（インテック）が負担した（富山では前例がない中で様々な試行錯誤に費用を要したが、後に続いた各地の市民塾では、この経験を活用して極めて低コスト（数百万円）で活動を立上げている）。

ランニングコストは、平成 16 年度予算で約 1,400 万円であり、その主な内訳は、サーバー・ネットワーク利用料・システム管理料（約 600 万円）、人件費・委託費等の事業費（約 800 万円）等となっている。このランニングコストは、その 4 割について県・市町村の補助金を受け、協議会会費が 1 割、残りの 5 割が講座手数料（受講料の 1 割）等による事業収入等によって負担されている。この中には、民間企業のソフトウェア無償提供や、人的支援は含まれていない。なお富山県では、平成 17 年度から初期支援を終了する一方で、人材育成政策としての活用や、自らも講座を開催する等、利用者としての支援を検討している（議会提案中）。また、市町村においても利用者としての参加を検討している。

4 . 成功のポイント

- ・「学びのフリーマーケット」というコンセプトで、誰もが講師となることが可能である点、スクーリングと組み合わせることで、フェイス・トゥ・フェイスの場を創出し、地域コミュニティの活性化につなげることができる点等、企画内容に新規性があったこと。
- ・企画、運用等全てにおいて、パートナーとなる地元企業の存在があったこと。
- ・日経インターネットアワードの受賞により、全国的に認知度が高まり活動に対する理解が深まり協力を得られたこと。

5 . 課題

- ・現在は県、市町村の補助金に依存している部分が多いが、将来的に自律できるビジネスモデルを確立しなければならない。基本的には共通プラットフォームを産・学・官・市民が共同利用し、運営費を分担する方法を模索している。また公共事業と収益事業を分けて考え、前者は試行的なものや人気がなくとも実施すべきものとして補助金を受けて行い、後者はコンテンツ開発やサーバー利用等で収益事業として収支バランスを取っていくことを目指している。

・ここまで活動を推進して来られたのは、立上げ当初より中心的に取り組んできた特定の人々のリーダーシップや、コーディネート能力に拠るところが大きい。今後は後継となる人を育てる必要がある。

6 . 他伝播の例

日経インターネットアワード受賞等により全国的に知名度が向上し、全国から多くの視察を受入れた。その結果、札幌市、世田谷区、葛飾区等が、富山県と同様の仕組みを導入して、インターネット市民塾を開校している。

(2) ささはたドットこむ (東京都渋谷区笹塚・幡ヶ谷地区)

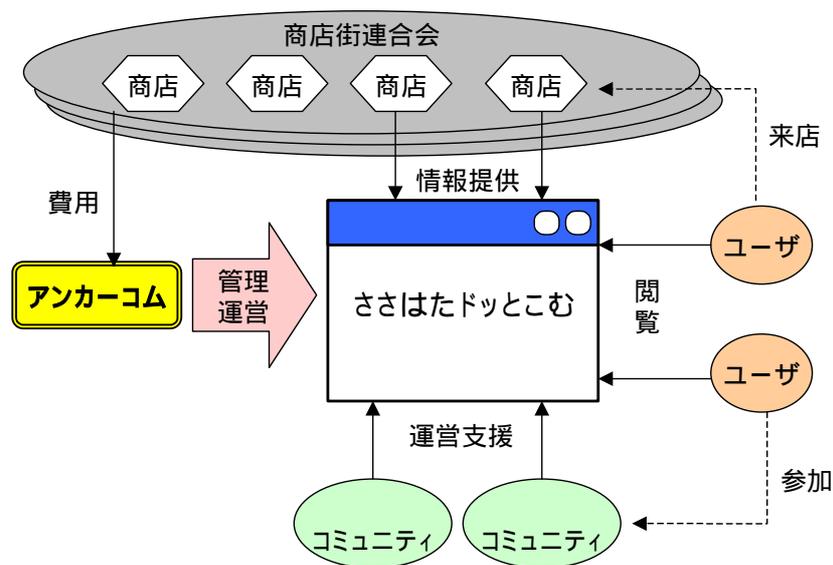
(<http://www.sasahata.com/>)

1 . 活動概要

(1) 活動の目的: 商店街の活性化。各商店の商品・サービス情報の他、地域密着情報を提供して、商店街に訪れる人を増やすこと。

(2) 活動の概要: 東京都渋谷区笹塚・幡ヶ谷地区の商店街が合同で立上げた地域サイトで、商店街の紹介や笹塚・幡ヶ谷地区の生活情報を提供している。

商店街に関する情報に限らず、公共情報も含む生活一般に係る情報の提供を行う地域ポータルサイトとしての役割も担っており、現在、10 商店街 700 店舗が参加するまでに拡大している。



ささはたドットこむ提供資料により作成

(3) 運営体制: 各商店街のトップ 10 名からなる理事長会、各商店街の若手メンバーからなる実行委員会、事務局で構成。理事会は金銭面の決議のみを行い、実行委員会が商店街の取りまとめや情報収集を担っている。事務局は、ささはたドットこむの提案者であるアンカーコム(有)が担当しており、企画、制作、運営を行っている。

(4) 効果: 事務局のアンケート調査等では、会員商店の半数以上から集客増加、売上増加につながっているという結果が得られており、笹塚・幡ヶ谷地域の商店街にとって、なくてはならない存在となっている。

2 . 発足の経緯

商店街の活性化を目的にアンカーコム(有)がホームページの立上げを企画し、笹塚・幡ヶ谷地区の商店街が約 1 年半の検討を経て採用。1999 年 10 月にささはたドットこむを開設した。その後現在に至るまで、アンカーコムが中心となって活動を牽引している。

3 . コスト負担

イニシャルコストは、地域サイト構築費（約 1,500 万円）及び立上げ前の計画・調査・委員会運営費等（約 500 万円）の約 2,000 万円であった。このイニシャルコストは、東京都、渋谷区からそれぞれ事業費の 1 / 3 の補助を受け、残りの 1 / 3 を商店街の事業として 10 商店街で負担した。ただし、最初の企画から具体的な活動が始まるまでの提案活動は、アンカーコム の営業活動費として特に収入がない状況で進められてきた。

ランニングコストは、サイトの内容が充実する中で毎年増加してきているが、2003 年度は年間 700 万円程度である。このランニングコストは、商店及び商店街組合からの収入（商店街組合 10 万円 / 年、商店 100 円 / 月）、広告収入、独自アプリケーションの利用料収入（電子クーポンサービス、メールマガジン配信サービス等）、キャンペーン等のイベントを実施する際の収入、対象とする商店街の周辺に位置する商店の参加料等により負担している。なお、現在は公的機関の補助金は受けておらず、自律した運営がなされている。

アンカーコムは、魅力的な地域サイトを運営するためにはさらにコンテンツを充実させることが必要と考えていることから、ランニングコストについては、自律的な運営を前提としながらも、今後とも増加する可能性がある。

4 . 成功のポイント

- ・ 検討段階から、運営主体となっているアンカーコムが商店街と地道なコミュニケーションを繰り返し、人的ネットワークを確立したこと。また、同社が商店街の意思決定の構造等を熟知していたこと。
- ・ 運営の基本理念として、情報をオープンにする「オープン・イズ・ベスト」を掲げ、地道なコミュニケーションから商店との信頼関係を構築していったため、活動に協力する商店が増えたこと。
- ・ 立上げ時の役割分担、権限を明確にしたこと、また、プロジェクト管理を事務局という専属の体制で行ったこと。
- ・ ユーザーの立場や心理に基づいてホームページを作成するマーケティング戦略を導入したこと。

5 . 課題

- ・ 行政の補助金に依存するのではなく、安定した活動を継続するための自律運営の確立。
- ・ システムだけではなくビジネスモデル等も含む、基盤となる仕組みの他地域展開。
- ・ ホームページ、メールマガジン読者とのギャップを埋めるための、店主のスキルアップ。
- ・ 周りから成果を数字で求められすぎること。

6 . 他伝播の例

全国から多数の視察を受入れており、鹿児島県、千葉県、世田谷区等の商店街等において、ささはたドットこむを参考にした商店街サイトが立上っている。

(3) シニアSOHO普及サロン・三鷹 (東京都三鷹市)

(<http://www.svsoho.gr.jp/>)

1. 活動概要

(1) 活動の目的: シニア自身が地域において楽しく生活することを目指し、シニアが地域活動に参加する仕組みを提供すること。

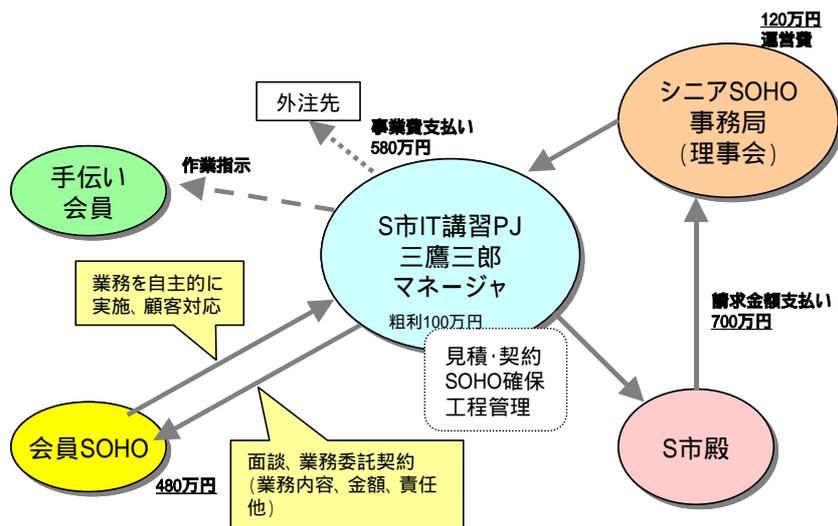
(2) 活動の概要: 平均年齢 57 歳の元気な高齢者(アクティブシニア)が、SOHO (Small Office Home Office: ネットワークを活用した職住近接あるいは在宅ビジネス)を行う個人として、シニアSOHO普及サロン・三鷹に登録し、主にパソコン、インターネット初心者を対象とした地域のICT講習会の講師、ICTに関する出張相談を行うICTヘルプデスク等の活動を行っている。

また月例交流会を実施して、会員間の交流促進と自己発見を目指している。

現在、会員数 286 名、認定PCアドバイザー200名を有し、交流会を計 33 回実施している。

(3) 運営体制: 全体的な方向性やテーマ等に関しては、NPOの中心メンバーとなる理事、プロジェクトマネージャ、関心の高い会員 20 名程度が検討を行っている。ICT講習やICTサポート等の案件があれば、それを会員に通知し、興味のある会員が案件に携わるといった形態をとっている。

(4) 効果: NPOに参加するアクティブシニアが楽しく活動を行うことで、地域の新しいコミュニティ形成につながっている。



出典: 「S市IT講習の事例」シニアSOHO普及サロン・三鷹

2. 発足の経緯

活動発足当時、様々な知見・ノウハウを持つ企業退職者が活躍する場が地域に存在していなかった。行政でもその問題は認識していたものの、市民がどの会社にい

たか、どのような職歴・能力を持っているか等、必要な情報を持っておらず、実行に移せない状況にあった。そこで熱意のある人々が地域で活躍する場を作るために、1999年にNPO法人シニアSOHO普及サロン・三鷹が発足した。

活動は市の支援を受け、旧通産省の「シニアベンチャー支援事業受託任意団体」に採択された。その後2001年に3,500人を対象としたICT講習(委託事業)の開催を始めとして、杉並区での同様の講習、私立学校へのICT教育講師派遣、中小企業組合へのHP作成推進等多数のプロジェクトを行っている。

3. コスト負担

イニシャルコストは、パソコン教室開催にかかったハードに関する費用や場所代、カリキュラム開発費等の約500万円であり、旧通産省の委託費によるものであった。

ランニングコストは、人件費(約3,000万円)、事務所家賃(約160万円)、パソコン教室の施設利用料(約300万円)、リース代(約150万円)、その他教材やカリキュラムの継続的な開発や外部講師への謝礼、委託報告書作成費、定期的な交流会の開催費を含んだ約5,700万円である。このランニングコストは、三鷹市の第三セクター「まちづくり三鷹」が行政や民間企業に対して実施したICT講習会の受託費や、独自のICT講習会等プロジェクトの収入(約2,900万円)から直接費を除いた額20%の手数料(約500万円)、国等の補助金(約1,600万円)や助成金(約600万円)、賛助会費や会費(約150万円)等の収入によって措置されている。

4. 成功のポイント

- ・開始当初に多くの生徒が集まったのは、第三セクターである「まちづくり三鷹」が、講習会を主催しているという信頼感が大きかったこと。
- ・講習会におけるシニアSOHO普及サロン・三鷹の教え方が好評であったこと。
- ・管理機能や営業機能といった活動の弱い部分を、行政等の支援を受けて補完できたこと。
- ・本業としてSOHOで活躍している人がメンバーとして在籍しており、事業モデルの構築や事業の進め方等、ノウハウがあったこと。
- ・講習において、当初から質の高いコンテンツを提供できたこと。

5. 課題

- ・ICT講習は現在高度なものが求められており、初心者向けへの需要は減少している。
- ・初心者を対象としたICT講習は競合が発生しており、差別化しにくい。
- ・今後企業がシニアSOHOを活用するケースが増えると予想されるが、その場合高度なレベルが求められるため、それに対応できる体制を整えることが必要である。
- ・他地域で展開しているNPOと協働する場合には、運営経費の相違等の課題がある。

6. 他伝播の例

三鷹市での活動を知った周辺地域の自治体から、ICT講習会を依頼されている。

また三鷹市以外の会員も多く、三鷹で得た知識を持って葛飾アクティブ・COM(東京都葛飾区)、アクティブSITA(東京都町田市)、シニアSOHO横浜・神奈川(神奈川県横浜市)等、会員が地元で同様の活動を展開し始めた事例(支部と呼ぶ)もある。このような状況から、関東各地に広がりつつある支部を集めた「NPO協働リーグ」を2003年に発足した。

(4) どこでもコミュニティ (神奈川県大和市)

(<http://www2.city.yamato.kanagawa.jp/>)

1. 活動概要

(1) 活動の目的: 住民の行政参加の推進。

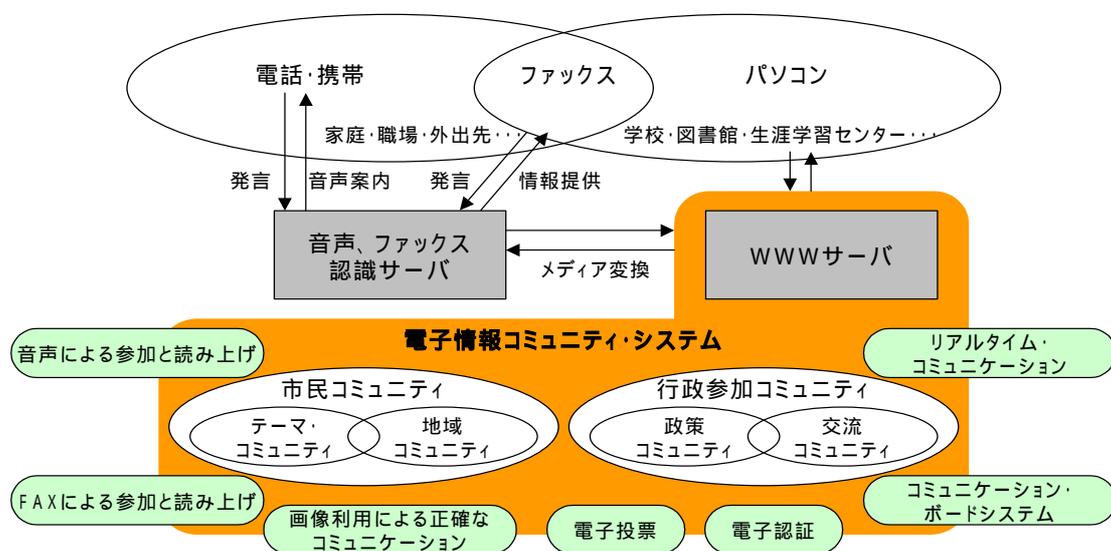
(2) 活動の概要: 行政が運営する電子会議室に住民が参加することで、住民が行政に意見を伝えるための環境を創出している。

ボトムアップの仕組みを重視し、現場の職員に市民との自由なコミュニケーションを許容していることが特徴である。

全ての住民が参加可能であり、また他に任せることなく、市の職員主導で運営している。

(3) 運営体制: 行政(大和市)が運営。参加者は2004年10月で市民が2,050人、職員が1,370人程度。内訳としては30~40代の参加が多くなっている。

(4) 効果: 職員の参加は大変積極的で、市民参加者の発言は全体の数%程度。住民からの意見を直ちに電子会議室に反映させる他、議題が挙がって1年程度経過したものについては、電子会議室からメーリングリストに議論を展開させ、議事内容を行政の活動の参考として活用している。また複数部署の職員が直接対応できるので、住民の疑問や要求へのサービスが向上している。



出典: どこでもコミュニティホームページ

2. 発足の経緯

大和市には、大学のサーバーを利用したインターネットによる市民参加型電子会議室の運営を実験的に行った経験があり、行政が電子会議室を活用して業務の決定プロセスを公開することで、住民の合意形成がスムーズに進むことが分かっていた。そこで、行政による主体的な電子会議室の活用を行い、政策形成過程に反映させることとした。1998年に電子会議室を実験的に立上げ、軌道に乗せたことで、それ以降行政主導の活動が行われている。

3 . コスト負担

イニシャルコストは、市内の 72 施設に対する W A N の整備費（3 億 6 千万円）、これらの施設や市内 L A N を含めたシステム開発費ならびにサーバー費等（約 1 億円）の約 5 億 5 千万円であった。またサーバーは市のものであるため、他の目的にも利用されている。なお、これらは 1998 年度旧通産省「先進的アプリケーション基盤施設整備事業」ならびに「地域生活空間創造情報システム事業」として整備されたものである。その他電子会議室構築のノウハウは、大学から無償で提供を受けている。

ランニングコストは、電子会議室運営のためのサーバー等の保守等ネットワーク環境の維持費を含めて、年間 1,500 万円程度であり、大和市が全て負担している。

4 . 成功のポイント

- ・メールアドレスを持っている職員は全員参加できるようにしたこと。特に当初は参加者に占める職員の割合が高かったため、住民への対応が十分できたこと。また参加者が増えても、その経験が活かされていること。
- ・前述のとおり市職員に電子会議室の経験があり、最初の数ヶ月は発言が少なかったものの、その後慣れるに従い積極的に参加したこと。
- ・市内のインフラを自分達で敷設した職員が多数おり、彼らがそれぞれの職場で中心メンバーとして活躍し、運営がうまくいったこと。
- ・サラリーマンや I C T ベンダー等、地域にインターネットを利用した市民参加に適した人材が多く存在したこと。
- ・現場の職員が自分の判断で発言できる範囲を広げる等、市民参加に職員が出て行ける仕組みに大和市の制度を変えたこと。

5 . 課題

- ・近年市民活動が進展してきた一方で、住民参加の非効率性(住民の様々な意見に対応するため、意思決定に時間を要する等)が明確になってきており、それを解決する仕組みづくりが求められている。
- ・活動を行う上で、地域の情報や I C T の利活用に通じた N P O や企業と行政の連携が必要であるが、N P O に任せると、N P O の理念と齟齬が生じることがある。また、民間企業はコスト面等経済的に課題があり、N P O 以上に連携が難しい。
- ・上述のような課題はあるものの、地域の活性化を図るため、地元企業と容易に連携できる仕組みが必要である。
- ・設備が古くセキュリティの脆弱性が存在しており、I C カードを活用する等セキュリティの強化を検討している。

6 . 他伝播の例

行政主導による電子会議室の成功事例として、多くの自治体に伝播している。また、どこでもコミュニティを参考として更に発展させた事例には、高知県「ぷらっと高知」、鳥取県「県民電子会議室」、福島市「e-ネットふくしま」がある。

いなか
(5) 田舎・TV (兵庫県丹波地方)

(<http://www.inaka.tv/>)

1. 活動概要

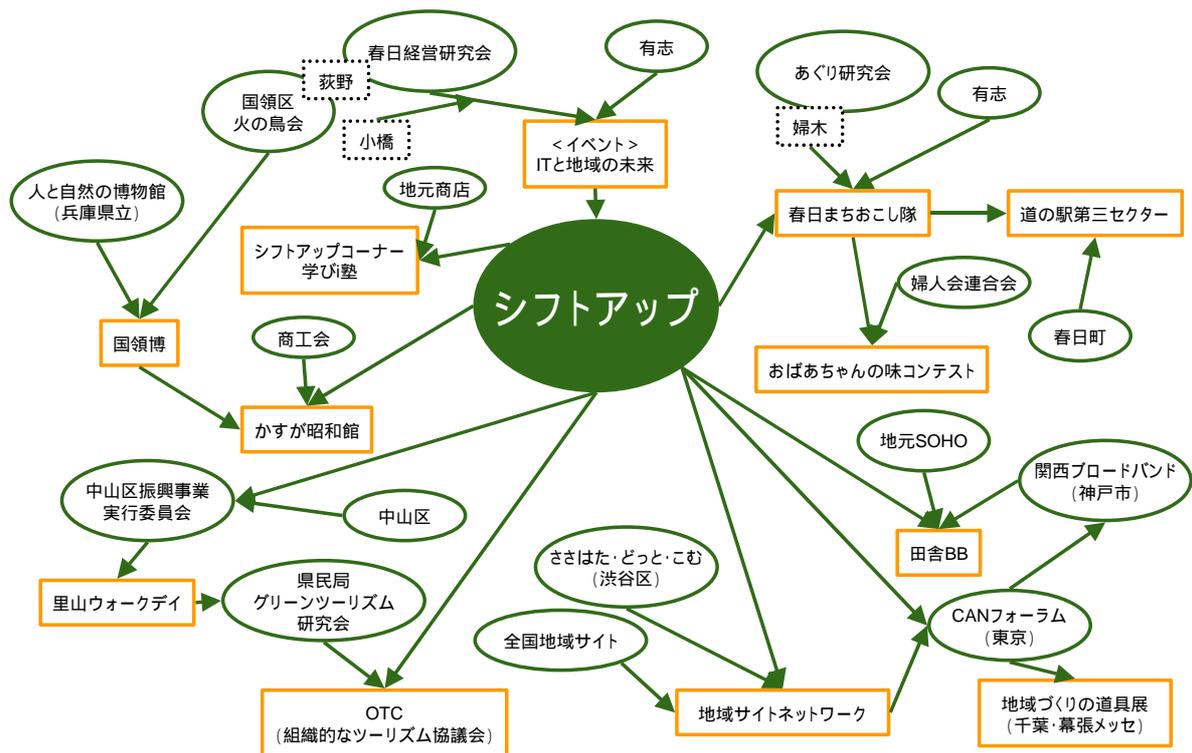
(1) 活動の目的: 田舎の人が持つ自らの地域へのマイナスイメージの払拭と、田舎が発信するブロードバンドコンテンツの提供による「田舎」という価値観のPR。

(2) 活動の概要: ホームページ上で、田舎(兵庫県丹波地域、山間部の農村)の自然や魅力等の情報発信を行っている。

具体的には、地元の人たちがレポーターとなり、インターネットを通じて静止画像や動画で田舎の日常的な風景等を配信している。架空の「田舎のおばあちゃん」が情報を届けるメール配信サービスや、生産者の経歴や作業風景等を見ながら商品をオンライン注文できるインターネットショップの運営、田舎の風景や様子等について語り合う掲示板を設置している。

レポーターは老若男女を問わず、現在 10 名以上となっている。

(3) 運営体制: 任意団体(シフトアップかすが)が運営。



出典: 田舎・TV 提供資料

(4) 効果: 田舎の日常的な風景等の情報を配信することにより、特に都市部の生活者を惹きつけることができている。また空き店舗を利用したコミュニティ施設「かすが昭和館」の開館や、集落をまきこんだスロ

ーツーリズム「里山ウォークデイ」の実施等、田舎の価値を伝える各種活動へと、地域での広がりを見せている。

2．発足の経緯

「田舎は過疎や高齢化といったマイナスイメージで捉えられていたこと」と「インターネットは個人や地方にも可能性が開かれていると言われつつも、提供される情報は都市部が発信しているものばかりで、地方は情報の受信側になっていたこと」、この2つの課題を解決するため、田舎・TVを開設した。

3．コスト負担

イニシャルコストは、コンテンツ開発費（350万円）、レポーター用のカメラ、パソコン、サーバー費（150万円）の約500万円であり、兵庫県の補助金によって1/2を、残り分を任意団体が調達した。

ランニングコストは、サーバー管理費や通信費等の年間15万円程度であり、会費（約5万円）やインターネットショップからの手数料等で負担している。人件費はボランティア活動を主としており、また事務所経費はICTを活用して関係者の自宅間を結ぶ組織とすることで削減し、プロジェクト単位で人件費や運営費を負担する等、ランニングコストがかからないように工夫している。

4．成功のポイント

- ・観光サイトのような名所やイベント等の情報ではなく、地域の人をレポーターとすることで、地元の視点による田舎の何気ない日常を伝えることができたこと。
- ・活動の核となる人がいたということと、スタッフが商工会やインターネット事業経験者等、各分野から集まってきたこと。

5．課題

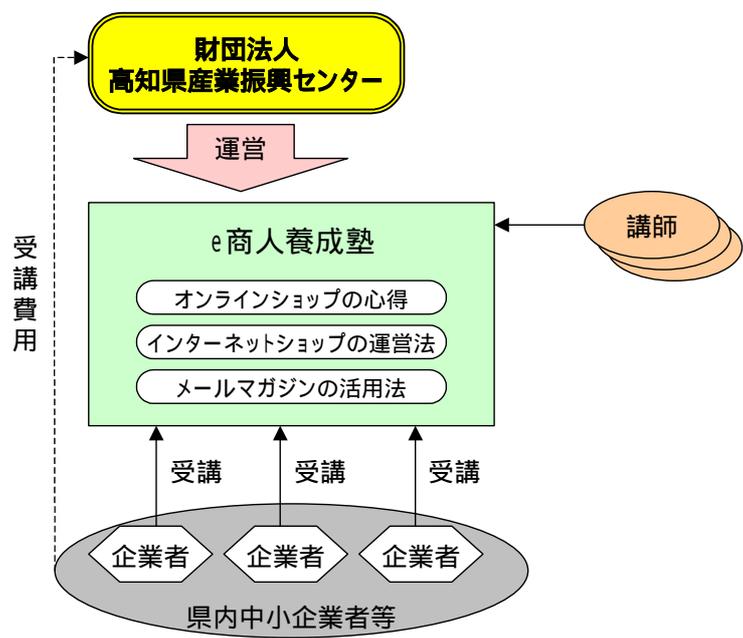
- ・地元への更なる浸透度向上。
- ・ボランティアに頼る体制からの脱却。
- ・運営関係者全体のレベルアップ。
- ・他地域への展開。

しょうにんようせいじゅく
(6) e 商人養成塾 (高知県)

(<http://www.joho-kochi.or.jp/eshounin/>)

1 . 活動概要

- (1)活動の目的: e ビジネスで成功する事業者の養成。
- (2)活動の概要: e ビジネスでの成功を目指す県内中小企業に対して、月商 100 万円以上を目指したビジネスの指導・アドバイス、ノウハウ提供等を行っている。
講師には e ビジネスで成功を収めている経営者が当たっており、受講形態には公開形式での講演、非公開の個別企業指導を行う合同研修会、メーリングリストで相談・指導を行うオンライン相談、さらに相互学習のためのオフライン勉強会等がある。
既に 30 社の養成を行い、2004 年度も 9 社が受講している。
- (3)運営体制:財団法人高知県産業振興センターが運営。
- (4)効果:平成 12 年度から平成 15 年度までの 32 社の卒業企業のうち、半数以上が月商 100 万円をクリアし、月商 1,000 万円を達成した企業も 2 社出る等、高知県の e ビジネスの振興に役立っている。



e 商人養成塾提供資料より作成

2 . 発足の経緯

高知県産業振興センターでは、県内中小企業の情報化を進めてきたが、既存の単発のセミナー・研修のようなものではなく、実践的な指導により具体的な企業の業績向上に貢献することで、情報化によるビジネスの成功事例を作りたいと考えていた。そこで、e ビジネスで成功した企業の経営者等を講師として成功事例を蓄積し

ていくことを目的として、2000年より活動を開始した。

3. コスト負担

立上げ時は、高知県産業振興センターの資産を有効活用したため、イニシャルコストはほとんど発生していない。

ランニングコストは、年によって変化があるが、塾長への謝礼（約200万円）、講師への謝礼（約100万円）、セミナー会場代や交通費等（約100万円）の400万円程度である。このランニングコストは、参加企業からの負担金が約1～2割程度で、残りは高知県の補助金を受けている。

4. 成功のポイント

- ・講師として、eビジネスで成功を収めている経営者を採用したこと。
- ・核となる指導者の指導方法や人柄が良かったこと。
- ・参加者にやる気のある人が多く、学んだことが実践されたこと。
- ・OB企業に後進を指導する等のノウハウを共有する気風があったこと。
- ・受講者が成功者のネットワークにアクセスする場を提供できていること。

5. 課題

- ・塾生企業は個人企業的なところが多く、まだ大企業での成功事例が生み出せてないこと。

ほうすうじゅく
(7) 鳳雛塾 (佐賀県)

(<http://www.digicom.co.jp/sagaventure/>)

1. 活動概要

(1) 活動の目的: ICTを活用した実践的な経営教育(起業家教育)により、地域経済活性化を目指す若者を育成すること。

(2) 活動の概要: 鳳雛塾は、インターネット等を駆使したベンチャー企業のための起業家養成スクールである。

産学官の緊密なネットワークを実現し、ICTを駆使して地域経済活性化を目指す若者のコミュニティとして実践的な経営教育を行い、また、地域における情熱溢れる人材供給を行うプラットフォームを提供している。主な活動は以下のとおり。

事例研究法による実践的なマネジメント教育の導入

ICTの積極的活用

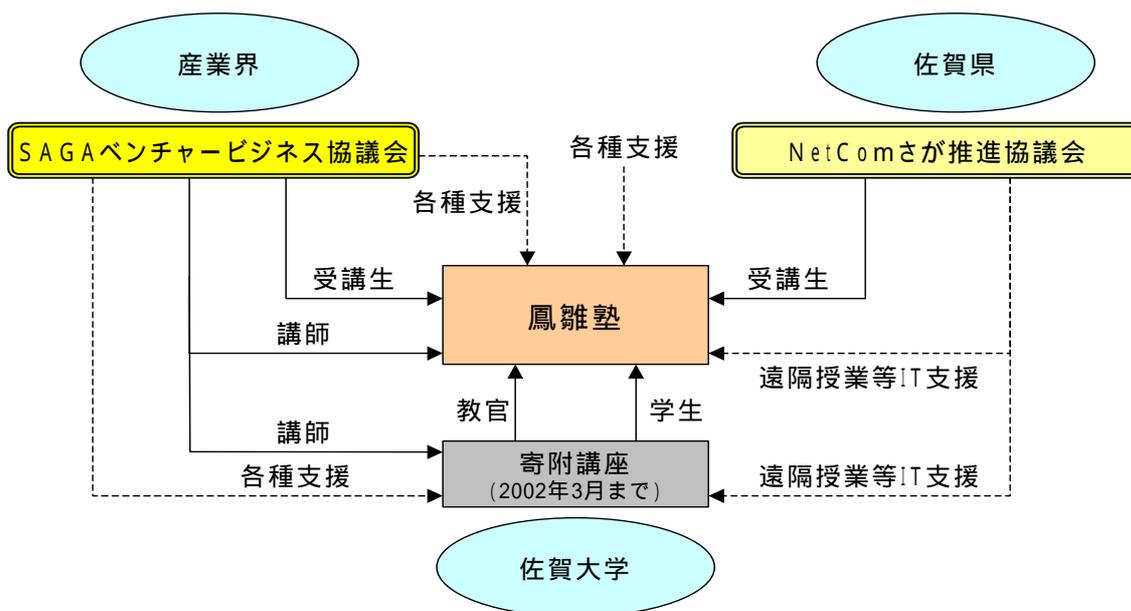
独自ケース教材の開発(主として佐賀大学の「ベンチャービジネス支援先端技術講座」とその活用

(3) 運営体制: 任意団体(SAGAベンチャービジネス協議会)が主に運営しているが、下記のとおり役割分担を行っている。

事務局機能や教室提供は佐賀銀行(SAGAベンチャービジネス協議会)

情報ネットワークインフラの提供や産業活性化担当者の参加は県(NetComさが推進協議会)

講師派遣や学生参加については佐賀大学



出典: 「日経デジタルコア」

(<http://www.nikkei.co.jp/digitalcore/local/05/index.html>)

(4) 効果:全国的に注目されるICT企業の設立者、株式公開を目指す地元ベンチャー企業の経営幹部、SOHOとして活躍する人、地元商店街の活性化を目指して学生サークルを設立する人等、様々な人材を輩出し、地域経済活性化に貢献するベンチャーが創出されるという成果が上がっている。

2. 発足の経緯

佐賀県には、経営革新や起業のための助成制度、インキュベーション施設、高速情報ネットワーク等の制度やインフラが整備されていたにも関わらず、これらを活用してユニークな取組を行う人が少ない状況であった。その結果、やる気のある人々が真剣に議論してお互いを高め合うようなコミュニティも形成されず、チャレンジ精神を阻害するという悪循環が続いていた。

一方、佐賀大学には技術・ノウハウを持った学生の起業を支援する「ベンチャービジネス支援先端技術講座」が開設されていたものの(2002年3月に閉講)、大学内部だけで起業支援を行うのは限界があった。

そこで戦略的意思決定、積極的行動力を体得するような実践的な経営教育を行い、社会人や学生を含めた、やる気のある人のコミュニティを形成することによって、インフラや施設、制度を積極的に活用し、新たな経済活動に挑戦する人の支援を目指して、1999年に鳳雛塾が設立された。

3. コスト負担

イニシャルコストは、講師料(約40万円)、ケーススタディ・教材代(約30万円)、ホームページ作成費(約5万円)等の約80万円であった。このイニシャルコストは、受講料(約30万円)とSAGAベンチャービジネス協議会(佐賀県内におけるベンチャー企業創出のための支援等を行う任意団体。銀行、商工団体等の6団体で構成)から調達した。

ランニングコストは、活動が充実していく中で毎年増加しているが、2003年度は年間60万円程度であった。このランニングコストは、受講料(約40万円)とSAGAベンチャービジネス協議会を構成している6団体からの拠出金等で負担している。

4. 成功のポイント

- ・事例研究を用いた実践的な経営教育の場を提供していること。
- ・リード役となる専任講師として、MBAを取得し、事業活動を営みながら大学教育に携わっている人を登用したこと。また講師がボランティアに近い形で鳳雛塾の運営に尽力して、コスト削減できたこと。
- ・受講生であるサラリーマン、起業家、社長、学生、行政職員、教職員、マスコミ関係者等、多種多彩な人々がコミュニティを形成し、自己組織的な勉強会、ビジネスを開始する等、相互作用が生まれていること。
- ・ICTを活用していることで、受講生だけでなく全国に広がるOBも議論に参加できること。また、慶應義塾大学ビジネススクールの遠隔受講のようなメリットが提供できたこと。

- ・産学官ネットワークの入口として機能していること。
- ・地域内の他のプロジェクトや、他地域、海外のプロジェクトとの連携活動を行い、それがビジネスのノウハウ蓄積につながったこと。

5 . 課題

- ・活動を更に効率的にするために、役割分担を明確にして組織的な体制を強化することが必要である。
- ・鳳雛塾において開催していた佐賀大学の講座（前述）の閉講に伴い、独自のケース教材の開発を行う必要に迫られている。
- ・起業家教育を小中高校生等へ拡大する際の人材の不足や、独自教材の開発が必要である。

6 . 他伝播の例

富山で鳳雛塾が発足している。また、福岡県の企業や大学から受講生が参加している。さらに福岡県、長崎県の行政機関等に活動に関する情報提供を行っている。

(8) 住民ディレクター（熊本県山江村）

(<http://www.prism-web.jp/index2.html>)

1. 活動概要

(1) 活動の目的: 「地域づくりへの具体的支援の方法」と「住民のためのメディアの在り方」の実践方法の提供。

(2) 活動の概要: 住民がディレクターとなり、地域情報を主とした番組の制作、放送等を行っている。

主な活動は以下のとおり。

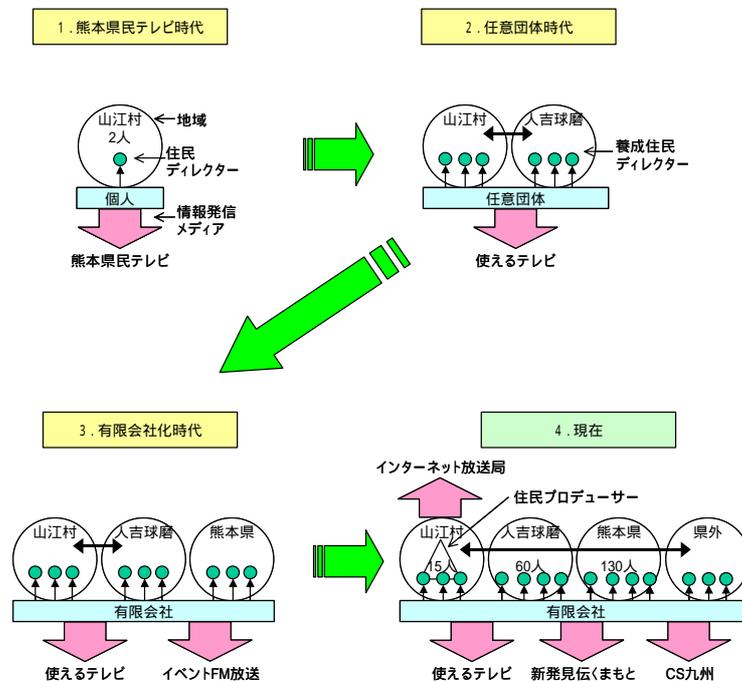
住民ディレクターの養成と活動

インターネット放送、民放、CATV、全国衛星放送等、様々なメディアによる番組放送

住民ディレクター活動を核にした研修合宿。そのプロセスで自然との付き合い方や、農業、林業等の実体験を通して学ぶ体験学習

参加者が活動を通して地域づくりに役立つ企画力を養い、またお金の生み出し方や有効な使い方を身につけ、地域をプロデュースする人材として活躍することを目指す。

(3) 運営体制: 民間企業、NPO、行政、任意団体、大学、メディア(テレビ局)等の協働により運営。現在まで下図のとおり様々な運営形態をとってきた。



出典: 丸田一著「地域情報化の最前線」岩波書店

(4) 効果:住民ディレクターが中心となって政策を作り出している地域や、住民ディレクターが住民活動のリーダーとなる等の動きが各地で発生している。また活動が他地域へ伝播することによって、熊本県を訪れる人口が増大し、新しい観光創出の可能性も見えてきている。さらに、日本最大のICT展示会「CEATEC JAPAN」の特別コーナーとして、全国の地域づくりの事例を集めた見本市やインターネットライブを任される等、新たな企業群とのつながりが創出され、地域産業のビジョンが描かれつつある。

2. 発足の経緯

民放で記者やディレクター、プロデューサーを経験してきた発案者が、熊本県の振興のため住民ディレクターの必要性を痛感し、平成8年から活動を開始したものの。番組が面白いかどうかではなく、住民の生活に役立つかどうかの視点で見直し、住民が「見て、参加して、行動する」情報を放送する番組制作を通して、地域づくりに役立つ企画力を持つ人材を養成する目的で発足した。

初期の活動として、熊本県人吉球磨地域で住民ディレクター講座を行ったが、その目的は地域の情報を握る行政が、住民ディレクターという発想をまず理解することであった。3年間で各役場に3人の行政職員の住民ディレクターを育て、その後民間人の養成を行った結果、行政と民間のコラボレーションが円滑に進むようになった。現在では二つの民放と一つのCATVを中心に、県民の発表の場として住民ディレクターによる番組が放送されている。

3. コスト負担

前述の人吉球磨での住民ディレクター講座は行政の事業として、CATVによる放送は任意団体のボランティア活動としてスタートした。現在は番組や企画ごとの主催者(テレビ局、行政、NPO、企業、住民)が負担する構造が主である。

イニシャルコストやランニングコストは番組ごとに違いがあるが、広域行政組合主催のある番組を例にとると、イニシャルコストは、放送料(約500万円)、編集設備費(約300万円)、カメラ2台の経費(約50万円)を含んで約850万円であった(編集設備やカメラは、番組専用のものでなく、広域行政組合が購入したものを無料で借受けたもの)。なおこのイニシャルコストは、広域行政組合が全て負担した。

ランニングコストは、放送料(約500万円)、人件費・編集作業等(約250万円)を含めて約750万円である。しかし、住民ディレクターの養成費用や民間企業による番組のプロデュースにかかった費用等は、この中に含まれていない。このランニングコストは、イニシャルコストと同様に広域行政組合が全て負担した。

4. 成功のポイント

- ・最初から一貫して「地域づくりのために」という理念を通してきたこと。
- ・まず自治体職員を住民ディレクターとして養成したこと。この結果、官民一体となった地域づくりが根付き、また自治体の枠を越えた職員同士の横の連携を作ることができたこと。

- ・住民ディレクターとして地域住民を登用したこと。
- ・地域住民自らが伝えたいものを決定し、撮影、取材、編集を行うことで独自性を出すことができたこと。
- ・住民ディレクター活動を開始した熊本県山江村が、ソフト力や豊富なコンテンツでモデル地域となったこと。山江村村長(当時は一般職員)が住民ディレクター第1号である。現在は山江村(人口4,000人)に20人の住民ディレクターがおり、全国のモデル地域として活躍している。村のブロードバンド普及率は2%程度であるが、今後はネットデイ等により自前でブロードバンドを敷設する予定。

5 . 課題

- ・住民ディレクターを他地域に拡充していくこと。
- ・地域づくりのビジョンを構想し、資金面から管理できる「住民プロデューサー」を育成することが難しい。
- ・住民が主体的に活動している反面、行政や企業の積極的な支援に結び付いていない。

6 . 他伝播の例

東京、横浜、名古屋等の都市部、隠岐の島、佐渡が島等の過疎町村等全国約30地域に伝播。

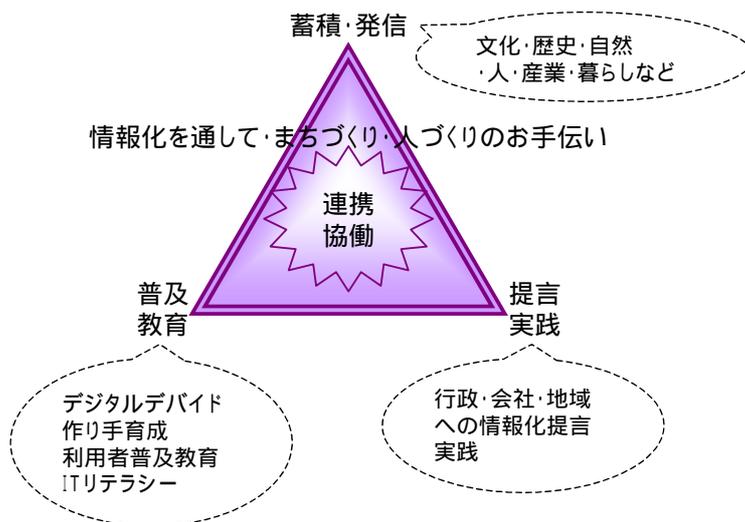
3. マルチプロジェクト・タイプ

(1) 桐生地域情報ネットワーク (群馬県桐生市)

(<http://www.npokiryu.jp/>)

1. 活動概要

- (1) 活動の目的: 「未来の子供達が愛する桐生地域」を創出すること。
- (2) 活動の概要: ICTを活用した地域の魅力発見、地域のコミュニケーションの促進等、地域情報化を推進している。具体的な活動は以下のとおり。
- 地域情報化に関する提言活動
 - インターネットカフェの運営
 - ICT講習会の実施
 - 中央商店街のホームページ作成
 - 地域の伝統文化の掘り起こしと情報発信
 - 地域の伝統文化とICTを活かした新しいビジネスの発掘
 - 起業家育成プロジェクト
 - P2Pコンソーシアムの企画、運営
- 今後は、伝統文化等の情報発信や新しい産業創出等の活動を、コミュニティビジネスとして立上げていくことを目指している。
- (3) 運営体制: NPOが運営。専属スタッフは1名(NPO費用負担)。NPOの活動の方向性等については、中心メンバー(10名程度)により検討している。
- (4) 効果: 市民の立場から行政に提言し、ICTを活用して地場産業振興を行う等、地域活性化に寄与している。



出典: 桐生地域情報ネットワーク資料

2. 発足の経緯

1984年に立上った「渡良瀬クラブ21」というパソコン通信グループが母体となっている。そのメンバーは桐生広域インターネット協議会を立上げる等、早くから

インターネットの可能性に着目し、地域の情報化を推進してきた。2001年には、「市民が考える地域情報化マスタープラン」を作成して行政に提言し、それを実現するための組織として、NPO法人桐生地域情報ネットワークの設立を行った。

現在は、情報化に関する取組、織物の伝統文化等地域の魅力発見という2つの活動を連携させて、地域のコンテンツづくりを促進している。

3. コスト負担

NPOの立上げに必要なとなったイニシャルコストは、NPO登記関連費用(40万円)、事務機器等(140万円)の180万円であった。このイニシャルコストは、NPOの理事から集めた資金で負担した。

ランニングコストは、人件費(2,400万円)、サーバー維持費(120万円)、事務所賃貸費(120万円)、雑費(60万円)の年間2,700万円である。このランニングコストは、群馬県の補助金が1/4、桐生市の補助金が1/4、財団法人等からの助成金が1/4、残りの1/4をICT講習会(約250万円)、インターネットカフェ(約250万円)、コンテンツ作成等による収益金によって負担している。

4. 成功のポイント

- ・住民が発案したものを形にしていく(コンテンツ化していく)ことが、結果的に地域情報化につながると考え、身近なコンテンツを作成していくことに注力してきたこと。
- ・基本的にNPOとしての「やりたいこと」があって、それを展開してきていること。行政からの補助はあくまでも手段であり、行政の補助がなくても自分たちで活動するという強い意識があったこと。
- ・地域のコンテンツづくりを地道に続けることで、新しい出会いや人的ネットワークが形成され、活動が広がりや深みを帯びてきたこと。
- ・核となるメンバーが、常にNPOの活動を振り返り、軌道修正しながら活動を展開したことにより、世の中の半歩先を進むことができていること。
- ・自分たちだけで全てを解決するというスタンスではなく、周りの知恵を活用するという意識が、結果的にネットワークを拡大していること。

5. 課題

- ・人材不足。特にバイタリティを持った若い人材が必要。
- ・行政の支援に頼らずに独り立ちできるコミュニティビジネスへの展開。
- ・行政の補助施策は、利用する側の自由度が少ないため、十分に活用できないことがある。
- ・補助金等により開発したコンテンツに関して、著作権等の関係から、地域で活用することができないケースがある。
- ・活動に賛同してくれる企業がいるにも関わらず、企業会計においてNPOへの支援が経費処理できないため、企業からの資金援助を十分に受けることができない。

(2)0563.net (愛知県西尾市、幡豆郡)

(http://www.0563.net/0563net_top.htm)

1. 活動概要

(1)活動の目的:地域情報化と市民活動インキュベーションによる地域の活性化。

(2)活動の概要:地域ポータルサイトの提供、運営を中心とした地域情報化推進及びまちづくりの活動を行っている。主な活動は以下のとおり。

地域ポータルサイトの運営(各種ネット、市民会議室、各種電子掲示板等の提供等)

インターネットバリアフリー運動(音声ブラウザ使用の視覚障害者対応ページの作成・啓発活動)

1ページウェブ運動(地域商業者のホームページを作成)

商店・中小企業検索データベース作成事業

モバイル端末対応事業(地域情報モバイル用サイトの提供)

パソコン教室・出張サポート

また、地域情報化と共に、主体的に情報発信する市民活動、地域力ビジネスインキュベーション事業(運営や情報発信サポート、事務局代行等)も行っている。主な活動は以下のとおり。

- ・エコ・コミュニティー研究会(環境リサイクル事業)
- ・NPO法人NPOママネット(子育て支援、SOHO支援)
- ・日本語コンテンツ多言語化プロジェクト(留学生との連携による有料翻訳ボランティアネットワーク)

(3)運営体制:地域ポータルサイトについてはNPOが運営。地域力ビジネスインキュベーション事業については、NPOがそれぞれ産学官民と連携しながら実施している。

(4)効果:各事業を実施していく中で、地域の主体間の連携が始まっているとともに、地域に人材が育ちつつある。

0563.Net地域ポータルサイト

地域情報化

市民活動・地域力ビジネスインキュベーション事業

・高校生によるまちづくりコンサート
・大学生による旧井桁屋を考える会
・高校生による井桁屋を考える会

・エコ・コミュニティー研究会
漁協や中学校総合学習と連携
地域外NPOへの収益アイテム提供

・NPO法人NPOママネット
お寺の本堂での託児事業
地域パチンコ店との連携による無認可保育所の運営

・日本語コンテンツ多言語化プロジェクト
長久手町e-ランニングシステム支援
万博コンテンツ多言語化支援

出典:0563.net資料

2 . 発足の経緯

日常生活で最も利用される情報、あるいは利用したい情報は自分の住んでいる地域の情報であるが、既存の紙媒体等の情報メディアでは対象範囲が広く、地元の詳細な情報が入手しにくい傾向にある。実際にインターネットで地域情報を検索すると、地元の情報がないことに気づき、1999年にNPOの代表が1人で地域ポータルサイトを立上げ、その活動に賛同する3名の若者が参加し、本格運用を開始した。

3 . コスト負担

イニシャルコストについては、自前で一から地域ポータルサイトを構築したことから、人件費以外は特にかかっていない。

ランニングコストは、立上げから3年間は、人件費や通信コスト等、年間800万円程かかっていた。その後、NPOとして専属スタッフは雇用しておらず、NPO関係者の協力のもと、コストは地域ポータルサイトの運用に関する若干の委託費、通信費のみである。ただし複数立上っている個別の事業については、それぞれ行政及び企業からの委託費を収入として活動を推進している。

これらの個別事業も含めたNPOのランニングコストは、行政等の委託費から充当できる部分はあるものの、収入としては十分ではなく、不足している部分についてはNPO代表が私財を投じて運営している。

4 . 成功のポイント

- ・リーダーであるNPO代表が、地域ポータルサイトおよび地域情報化に関する明確な方針を持っているとともに、その代表の強力なリーダーシップにより活動が推進されていること。
- ・0563.netはプラットフォームであり、市民の自発的で自律的な活動を支援する姿勢を保持していること。
- ・海苔網のリサイクル事業やお寺での託児事業等、具体的な事業を立上げてから、地域のコンセンサスを得るという方法で活動を推進してきたことにより、各事業において円滑に産学官民連携が推進できたこと。

5 . 課題

- ・地域ポータルサイトについては、一部の地域だけで展開しても大きな効果や進展は望めない。携帯電話やカーナビといった移動体端末による情報の受発信が主となる中で、今後どの地域においても、利用者が同じ方法で迷うことなく使える地域ポータルサイトを整備する必要がある、そのデファクトとなるモデル構築を目指している。
- ・また、地域に密着した生活情報を提供することで、地域の事業者から収益を得るモデル、地域情報を集約して外部の機関（例えば、全国規模のポータルサイト等）に販売するモデルの確立を狙っている。
- ・地域力ビジネスインキュベーション事業に関連して、既に各事業を運営する人材が育ちつつあるものの、さらに様々な事業モデルの立上げを進めながら人材育成を強化させていきたいと考えている。
- ・地域力ビジネスインキュベーション事業を推進する中で、地域内の産学官民連携が始まっているが、今後はこれを遠隔地との連携に広げていきたい。

4. 基盤整備タイプ

(1) 南房総 I T 推進協議会 (千葉県南房総地域)

(<http://it.awa.jp/>)

1. 活動概要

(1) 活動の目的: インターネット等の I C T 活用による地域活性化。

(2) 活動の概要: 主な活動は以下のとおり。

インフラ整備(地域ネットワークオペレーションセンターの設置及び地域内インターネット環境の向上)

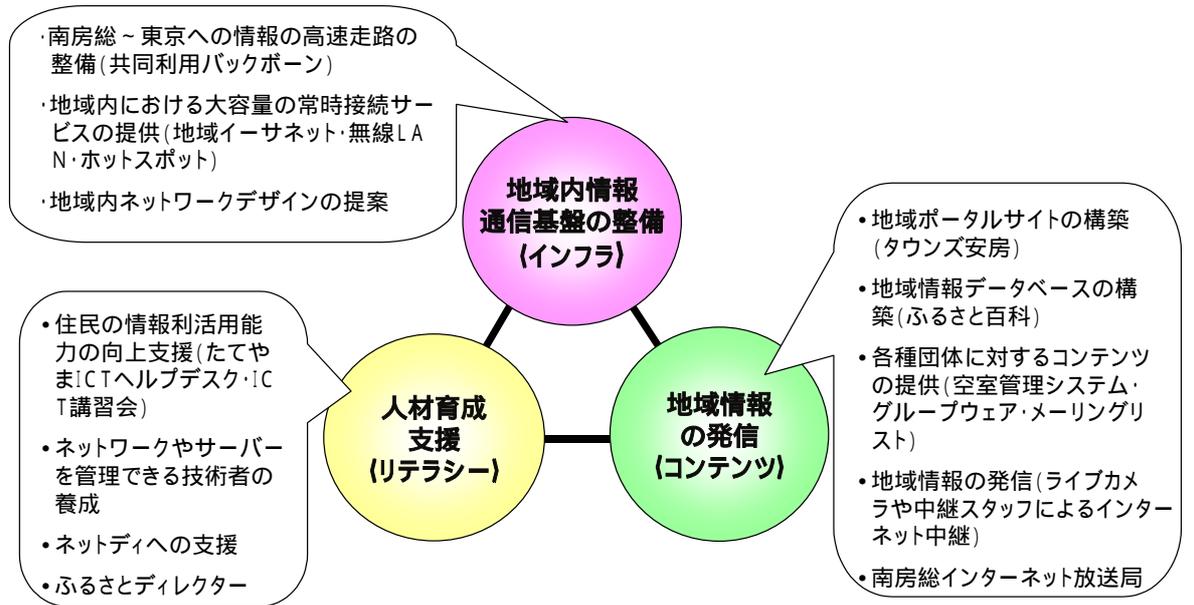
コンテンツサービス(地域ポータルサイトの構築、D B 管理等)

リテラシー(I C T ヘルプデスク、I C T 講習会等)

活動に、行政担当者(情報化推進室や生涯学習の担当者)や商工会議所が参加していることが特徴である。

(3) 運営体制: N P O が運営。18 名の正会員と館山市、農業関係団体の賛助会員が参加している(2005 年 3 月現在)。

(4) 効果: 新しいビジネスを立上げたり、コミュニケーションを促進する場を提供することで、地域の企業、自治体、学校、市民等が連携・協働して進めていくためのフラットな活動基盤を構築した。



出典: 南房総 I T 推進協議会資料

2. 発足の経緯

活動発足当時、地域プロバイダの淘汰等、地方の I C T レベルの低下に対して、関係者の危機感が高まっていた。行政は財政力が弱まったために活動を支援する予算がなく、また新しい分野に予算を振り向けにくいといった問題もあった。更にインフラがないために、I C T 関連企業は地域でビジネスを行うことが厳しい状況であった。このような背景から、地域プロバイダ、I C T 事業者、行政の情報化推進

担当者、税理士等の 8 人のメンバーを中心に南房総 I T 推進協議会を上げた。

3 . コスト負担

イニシャルコストは、高校や市役所の地域イーサ網(光ファイバ回線)使用料(約 220 万円) 保守管理費(約 50 万円) 地域ポータルサイト(TOWNS 安房)の開発費(約 20 万円) 人件費(約 15 万円)等の約 300 万円であった。このイニシャルコストは、インターネット接続サービスのユーザー(行政、教育機関、企業が顧客)の利用料(約 240 万円) 市(館山市)からの活動助成金(約 70 万円)で負担した。

2003 年度のランニングコストは、事業費(情報インフラ事業約 2,600 万円、コンテンツ事業約 700 万円、リテラシー事業約 60 万円) 減価償却費(約 450 万円) 消耗品費(約 50 万円)、会議費用(約 10 万円)等の約 3,900 万円である。支出の主たるものは地域イーサ網の利用費や人件費となっている。このランニングコストは、事業収入(市町村への地域イーサ網提供や道の駅ネットワーク事業等によるインフラ収入(約 2,500 万円)) 館山市からの業務委託契約等のコンテンツ収入(約 700 万円) I T 講習会実施等のリテラシー収入(70 万円) データベース入力等の雑収入(約 30 万円)等の総額 3,900 万円の収入によって負担されている。

4 . 成功のポイント

- ・ I C T に関連する人が集まって活動を開始し、活動範囲を I C T 関連に集中したことで、継続的に活動を展開することができたこと。
- ・ 地域インフラ整備に最初に取り組んだことが、地域のプロバイダを存続させるのに効果的であったこと。
- ・ N P O 主催のイベントに企業が出席する等、技術的及び人的交流を推進したこと。
- ・ 行政が情報化に重点を置き始めていた時期に、活動を開始したこと。
- ・ N P O が全面的に行政に頼るのではなく、企業等の顧客に接する部分は N P O の業務とする等、バランスをとって独立した立場を維持するよう努めたこと。

5 . 課題

- ・ 慢性的な人材不足。特に I C T 関連の知的作業を行う人材が不足しており、この分野の人材育成は最重要課題である。
- ・ インフラ関連事業は採算ベースに乗っているが、コンテンツ構築及びリテラシー向上等、今後重要と思われる分野に十分な資金をかけられないでいる。
- ・ N P O 同士が連携する場合、お互いの理念が異なっている等、調整が難しい。
- ・ 行政は、教育について小中学校に対する施策しか考えていない。教育委員会の主な業務は伝統的に小中学校に対するものしかなく、シニアの専門家の知識を活かせる場が少ない。地域全体として人をどう育て、活躍の場をどう創生していくのか等、生涯学習の考え方を更に推し進めるべきである。
- ・ ブロードバンド利用については、A D S L 回線等の普及が進んでいるが、未だナローバンドしか利用できない地域が存在する。また都市部の更なる通信インフラの進化(光ファイバ)により、通信ディバイドが再燃する気配がある。

(2) みあこネット (京都府京都市)

(<http://www.miako.net/>)

1. 活動概要

(1) 活動の目的: 市民の手による、外出したときでも自由にインターネットが使えるユビキタス環境の構築。

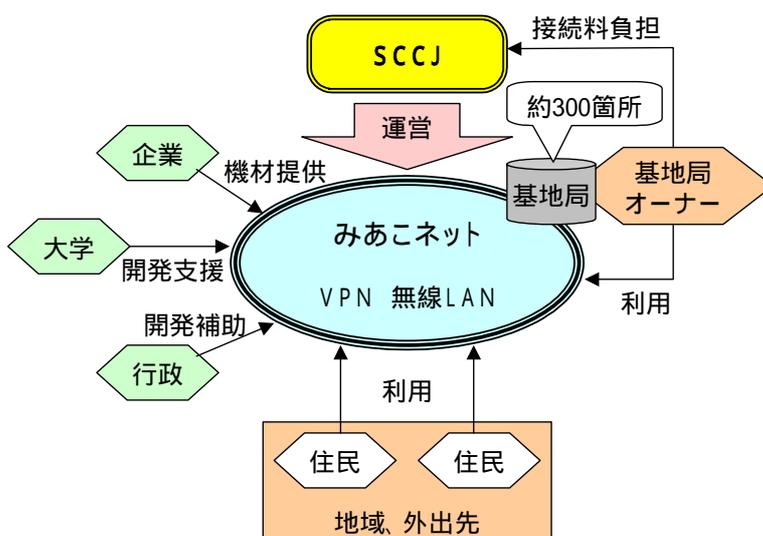
(2) 活動の概要: みあこネットは、住民自らの手でどこでも自由にインターネットを利用できる環境を構築しようというプロジェクトである。具体的には、みあこネットの考えに賛同する住民が、自宅やオフィス等に無線LANの基地局を設置・運営することで、その周辺で無線LANが利用できる環境が整い、地域としてユビキタス環境が構築される。

基地局オーナーは、ADSLのアクセス回線費(3,000~4,000円/月)及びみあこネットへの接続費(4,935円/月)を負担している。なお利用者は、会員になれば無料で無線LANを利用できる。

通信はVPN方式(Virtual Private Network: 一般回線を専用回線のように利用する仕組み)を採用しているため、セキュリティの高い通信が可能であり、安心して利用できることが特徴である。

「どこでもカルテ(IT武装した医者がどこでもカルテを利用できるシステム)」、「どこでもオフィス(外出先から社内ネットワークに接続し、どこでも仕事ができるシステム)」等、新しいサービス提供を行っており、近年では、基地局を拠点とした動画放送の開始等、地域コンテンツの発信のためのインフラとしての検討も進めている。

(3) 運営体制: みあこネットは、基本的に賛同する基地局オーナー(約160名)が各基地局を運営していることで成り立っている。活動全体の運営・管理はNPO法人日本サステナブル・コミュニティセンター



出典: SCCJ資料

(以下、S C C J)によりスタッフ3、4名で運営されている。2004年6月で約300アクセスポイント、約6,000人の会員規模である。

(4) 効果: 外出先でも自由にインターネットを利用できる環境を提供しているだけでなく、インターネットが利用できない高齢者等にとっても、サービスを提供する人(訪問介護者、訪問医療者等)が自由にインターネットを利用できる環境を構築することで、メリットを享受することができる。

2. 発足の経緯

視覚障害者が外出すると、文字情報や地図情報等のICTの恩恵を受けられないため、何とかしなければならないというのがきっかけで活動が始まった。

立上げの際には、京都大学、(財)京都高度技術研究所等の協力の下、みあこネットの仕組みを開発し、ベンダー等の協力を得て、賛同者が基地局オーナーとして、費用負担するモデルを構築した。

活動に取り組む中で、障害者や高齢者がICTの恩恵を受けるためには、必ずしも障害者や高齢者がICTを使いこなすのではなく、障害者や高齢者にサービスを提供する人(例えば訪問医療を行う医師)がICTを活用することが、より重要であるということが分かってきた。

3. コスト負担

立上げ時は、経済産業省より補助金を得てネットワーク機器を整備した。ランニングコストは、基地局オーナーより接続料等を徴収して、調達している。その他賛同する企業等からも機器提供等の支援を得ている。

4. 成功のポイント

- ・他に類のない差別化した活動であったことにより、賛同者が集まり、ネットワークが広がっていったこと。
- ・地道に研究会活動を行ったことが人的ネットワークづくりに貢献していること。
- ・大学の知恵を活用してシステムを構築し、民間企業からパソコンの提供を受ける等、産学官モデルが確立していること。

5. 課題

- ・みあこネットの活動に限らず、類似の活動での最大の課題は人材不足。特に自分で考え動くことのできる人材が必要。
- ・基地局オーナー数の拡大。
- ・行政からの補助金は、直接費にしか使えないことが多いが、プロジェクトでは人件費が大きな負担となるため、積極的に行政の支援策を活用できない。

6. 他伝播の例

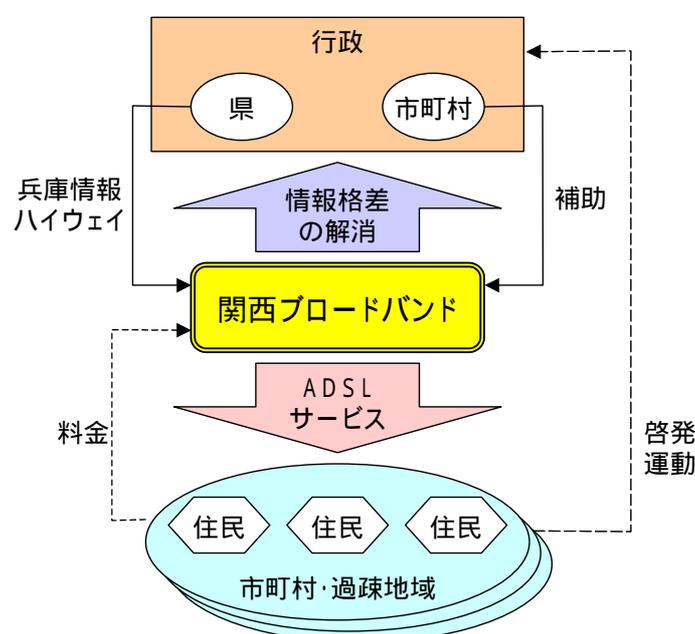
京都市で始められた活動であるが、各種メディア、講演会、メーリングリスト等で、みあこネットの活動に対する認知が広がり、その考えに賛同し自分の地域でもみあこネットを導入したいと考えた個人等が、自ら基地局オーナーとなって基地局を設置して全国的に広がった。現在、札幌市から沖縄市まで、全国約50地域に伝播している。

(3) 100%ブロードバンド化プロジェクト(兵庫県)

(<http://www.h555.net/>)

1. 活動概要

- (1)活動の目的:ブロードバンドインフラが未整備である過疎地域に、安価で快適なブロードバンド環境を提供。
- (2)活動の概要:兵庫県内におけるブロードバンド敷設の推進を目指し、県内の過疎地域に低価格でADSLサービスを提供する事業を展開。
- (3)運営体制:民間企業が運営。2005年3月現在開局数121局。加入者数は13,000人程度に達している。
- (4)効果:加入者も順調に増加しており、サービス範囲についても淡路島を始め兵庫県内の各地域に年々拡大している。



100%ブロードバンド化プロジェクト提供資料により作成

2. 発足の経緯

都市部では主要なブロードバンド提供事業者がサービスを行っているが、過疎地域は採算が取れないと判断され、事業者が参入できない。しかし情報ハイウェイを利用すれば都市部並みの利用料金でサービス可能であると考えて事業をスタートした。

3. コスト負担

イニシャルコストは、ADSL機器導入による約1,400万円であった。このイニシャルコストは、兵庫県の補助金1/4、淡路、丹波、但馬、播磨等地区の市町村の補助金1/4、残りの1/2を民間企業から調達した。

ランニングコストは、100%ブロードバンド化プロジェクト単独では、ファイバー使用料・設備レンタル・場所代等15万円であり、民間企業が全て負担してい

る。兵庫県の情報ハイウェイ無料開放という形の行政からの支援は含まれていない。また、アドレスの管理・発行等の直接運営費と人件費や保守・管理に関わるコストは、民間企業の本業（プロバイダ事業）部分で賄っている。

4．成功のポイント

- ・ 県が整備した情報ハイウェイが民間に無料開放されたこと。その情報ハイウェイを基盤ネットワークとして活用できたこと。
- ・ 加入者の増加に伴い、加入者負担を逡減する料金体系を採用したこと。
- ・ 販売費の見直しや低廉なモデムの調達等、徹底したコスト削減を行ったこと。

5．課題

- ・ 兵庫県の情報ハイウェイ無料開放が2007年3月末まで(回線サービスの進展等情報技術の進歩を考慮して、開始から5年と設定されている)であること。
- ・ 2007年3月末までに、自営の基盤ネットワークを構築して活動できる程度のユーザー数を確保すること。
- ・ 他県へのサービス拡大。

(4) はりまスマートスクールプロジェクト(HSSP) (兵庫県播磨地域)

(<http://www.ssj.gr.jp/hssp/>)

1. 活動概要

(1) 活動の目的: 情報技術ノウハウの広域的交流を促進し、地域の活動をより活性化
する活動であるスマートスクールの道標的モデルの構築。

(2) 活動の概要: ネットデイ(地域住民の協力のもと、施設にネットワークを敷設する
ボランティア活動)という事業を核に、教育関係だけではなく、
次世代型地域社会の創造をテーマに、より効果的で継続・拡大性のある
事業モデルの調査・研究を行っている。主な活動は以下のとおり。

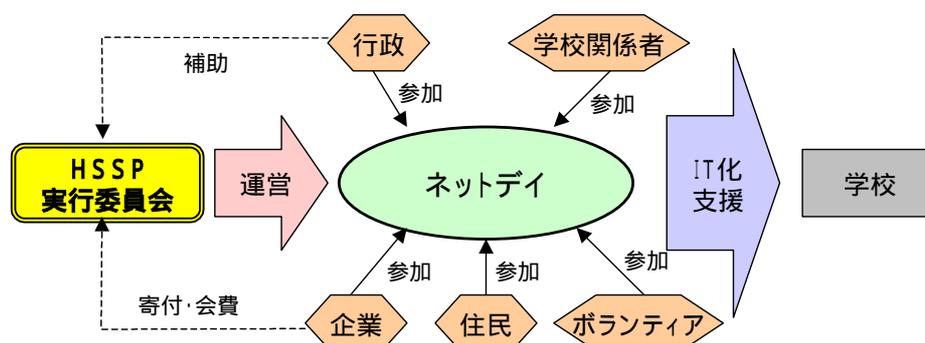
ネットデイ実施への支援

情報教育をサポートする仕組み作り

全国各地への啓発・支援

(3) 運営体制: 任意団体(HSSP実行委員会)が運営している(2005年1月からは
NPO法人はりまスマートスクールプロジェクトが運営)が、組織としては多様な知恵を有する
産学官民が自発的に参加し、連携していることが特徴となっている。実行委員は2004年12月
時点で142名、アドバイザーとして11名が参加している。

(4) 効果: ネットデイによって、地域住民は学校でボランティアを行い、地域
に貢献することができる。学校側はコンピューター操作等、手薄な
部分にボランティアの支援を受けることにより、地域の人的、物的
資源と連携する「総合的な学習の時間」等として、学習に大きな厚
みを加えることができる。また学校と地域ボランティアの連携は、
産学官民の連帯感を創出して、活動をより活性化し、広域的交流を
促進していくことが可能である。



出典: HSSP 提供資料により作成

2. 発足の経緯

日本におけるネットデイは、校内LAN整備のような職員室・図書室・パソコン
教室等をネットワーク化するようなインフラ整備に重点が置かれており、人的つな
がりに関する意識が希薄であった。また教育関係者は、ネットデイから生まれるス

スマートスクール(ネットデイ活動の対象が学校となったもの)で得られるような、前述の社会的効果まではほとんど考慮していなかった。

このような課題を解決するために、はりまスマートスクールプロジェクト(HSSP)が設立された。

3 . コスト負担

活動は任意団体として発足。現在の運営費は民間企業からの寄付金や会費が若干あるものの、行政の補助金(総務省とふるさと財団連携のe-ふるさとパイロットプロジェクト)を受けている。

4 . 成功のポイント

- ・地域の住民や学校関係者にボランティアとしての協力を得たこと。また行政、教育委員会、学校現場といった関係各部署の中に協力者が存在し、支援を得られたこと。
- ・メーリングリストを活用してコミュニケーションを円滑に行ったこと。
- ・校内LAN整備等、学校のICT整備だけではなく、イベントの準備等の協働作業を通じて、学校現場と地域ボランティアの連携を図ったこと。
- ・ネットデイ・リレー(短期間に複数箇所で開催し、実施地域が経験とノウハウをリレー形式で伝えて助け合う活動)を行ったことで、活動の拡大を円滑に行うことができたこと。
- ・ネットデイ前日に勉強会を実施して、技術の習得やチームワークの醸成、意欲を高めたことで、ネットデイ後も学校と地域の連携を継続できたこと。
- ・HSSPは支援団体であるという認識から、地域住民、学校関係者、民間企業からの自発的な取組を尊重して、詳細な決め事をせず、参画するボランティア同士の連帯感を創出できるような脇役に徹していること。

5 . 課題

- ・教育委員会がスマートスクールのような活動を想定しておらず、金銭的支援を受けにくい。
- ・HSSPの取組は効果が見えてくるまで時間がかかるが、長期的な展望による評価を受けられていないこと。
- ・地域において更なる理解・協力を得ていくこと。

6 . 他伝播の例

北海道、千葉県、長野県、和歌山県、鳥取県、沖縄県、神奈川県へ活動が広がっている。

みやぎけんきじょうちよう
(5)宮崎県木城町

(<http://www.kijo.jp/index.jsp>)

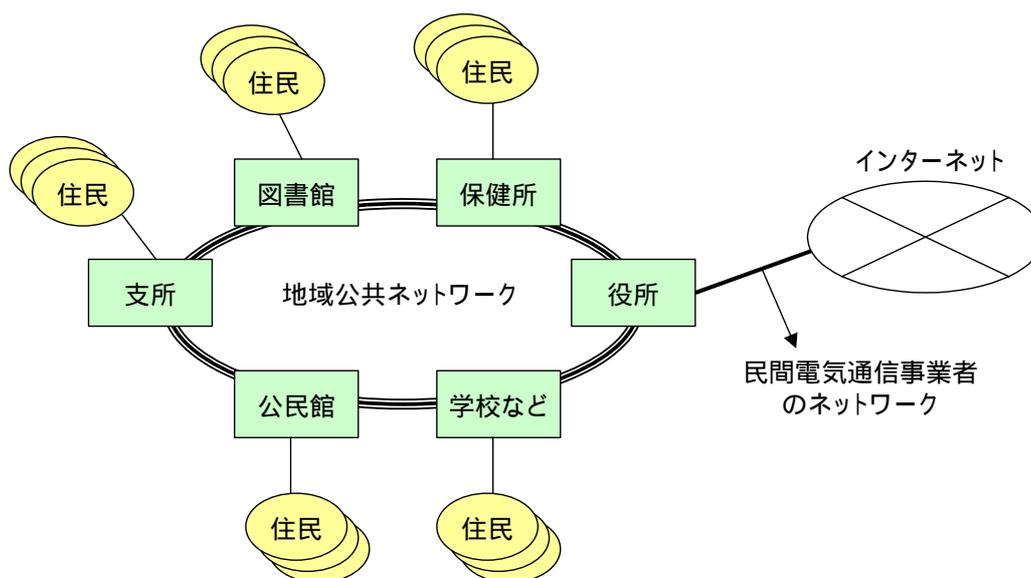
1. 活動概要

(1)活動の目的:過疎地における住民のブロードバンド環境の整備。

(2)活動の概要:宮崎県の中央に位置する木城町は、2002年4月当時、通信事業者の採算性の観点から、ADSLや光ファイバ網の提供予定はなかった。しかしながら市町村合併の時勢と、コミュニケーションツールとしてインターネットが注目される中で、木城町においても住民が安くブロードバンド通信を利用できるような環境を構築したいという考えから、民間事業者と連携して、ブロードバンド環境整備を行った。

町が整備した公共施設を結ぶ光ファイバ網を民間に開放することで、民間通信事業者は多大な初期費用を必要とせず、不採算地域においても事業展開することができた。通常、光ファイバを利用したブロードバンド通信の利用は、ISP料金を入れると6,000~7,000円ほどになるが、木城町ではISP利用料金込みで月額3,800円と、非常に安価な価格で提供されている。

(3)運営体制:利用申込みの受付等、基本的には町が事業を行っている。基盤となるネットワークについては、町が構築した公共ネットワークを、一旦町からNTT西日本に貸出し、NTT西日本がそれを利用してインターネット接続やIPアドレスの管理等、ネットワーク環境の整備・保守を支援している。



出典:総務省「地域における情報化の推進に関する検討会」資料

(4) 効果: 本活動により、過疎地にもかかわらず約3割の世帯が光ファイバによるブロードバンド通信を利用している(2004年4月現在、町全体の2,000世帯のうち約650世帯)
また、光ファイバ網が整備されたことで、高齢者も含めたインターネット利用が促進された。

2. 発足の経緯

木城町の担当者が、町内のブロードバンド環境の実現を検討する中で、町が整備した光ファイバ網を活用し、通信事業者と連携しながらブロードバンド環境を構築している矢島町(秋田県)の事例を知り、事業を立上げた。

事業コンペの結果、民間事業者としてNTT西日本が選定され、その後協働しながら推進してきた。

3. コスト負担

イニシャルコストは、光ファイバーケーブル工事費(約2億5千万円)、送受信装置費(約5千万円)、光電変換装置費(約4千万円)、その他付帯工事や諸経費等の4億2千万円であり、町が2/3(主に起債)を負担し、残りは国(総務省)の補助金を受けた。

ランニングコストは、NTTに支払うブロードバンドサービス利用料(約2,300万円)、保守管理費(約400万円)、プロバイダ業者に支払うインターネット利用料(約360万円)、情報センター人件費(約300万円)等の約3,500万円である。このランニングコストは、住民から収集するブロードバンド利用料(約2,800万円)とNTT西日本のネットワーク利用料(約400万円)等で負担している。

4. 成功のポイント

- ・公共が整備した情報通信インフラを民間に安価で貸出すことにより、民間企業が参入しやすい環境を構築したこと。
- ・インフラを整備するとともに、住民に参加してもらうように粘り強く説明を行ったこと。
- ・情報センターを設立し、ヘルプデスクサービスの提供やICT講習会(2004年4月～11月で59回実施)により、住民のICTリテラシー向上に努めていること。

5. 課題

- ・ブロードバンド環境が整備されるまでは、住民への連絡手段としてオフトークを導入していたが、今後さらにブロードバンド加入者を増加させ、オフトークをインターネットに切り替えていくことが必要である。