

第 3 部 「ITと私たちの暮らし」

池田 浩(いけだ・ひろし)



上越市創造行政研究所 主任研究員

ITと私たちの暮らし

上越市創造行政研究所 主任研究員 池田 浩

はじめに

上越市創造行政研究所の池田と申します。本日は研究所を代表し、一部研究成果を織り交ぜながら、「ITと私たちの暮らし」と題して、身近にあるITをご紹介しますと思います。

本題に入る前に「上越市創造行政研究所」について簡単に紹介させていただきます。

私たちの研究所は、地方分権時代を迎え、自前のまちづくりを進めるため、強力な政策を打ち出していくために、上越市の組織内シンクタンクとして、今年4月に設置されました。ここでは市の長期的な行政課題の調査研究を進めています。研究所のスタッフは総勢8名。事務所は木田の山和ビルの8階にあります。お近くにお越しの際には、ぜひお寄りいただければと思います。

さて、私は次の3点についてお話しいたします。まず1つ目は、先般実施した情報化に関するアンケートの結果からみた「上越市民のITの利用動向」について。次に「ITの生活を楽しまう」ということで、ITの主役であるインターネットで何ができるかについて。3つ目は「上越地域のITの動きや実際の状況」についてのお話です。

1. 上越市民のIT利用動向

まず、上越市民のIT利用動向についてご紹介します。

ITというとパソコンや携帯電話などが思い浮かぶ方が多いと思いますが、それが上越市の中では一体どのような状況になっているのか、実際のところはよくわかりませんでした。そこで、今回、15歳から79歳の方まで年代別に市民3,000人の方にアンケートを送り、その結果、1,300人を超える方から回答をいただきました。

上越市民の「IT」認知度

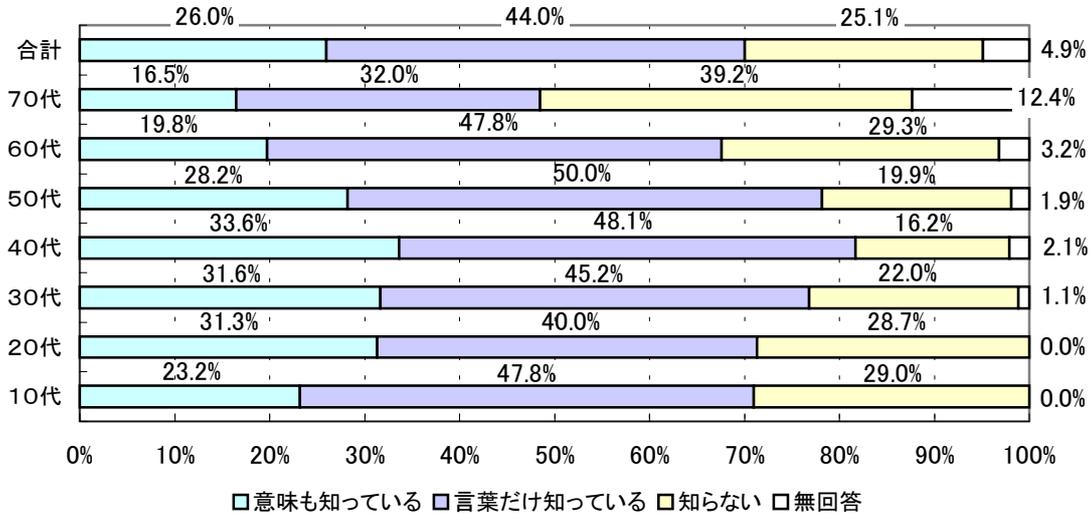
最初は、「IT」の認知度です。これは『ITという言葉を知っていますか』という問いに対する答えです。結果は図表1に示しましたように、「言葉も意味も知っている」という方が約26%、市民4人のうち1人の割合でした。一方「言葉だけ知っている」という方が約44%、「知らない」と答えられた方が約25%でしたが、これは4人のうち3人の方が「よくわからない」ということになるかと思えます。

上越市民の携帯電話所有率

石井先生のお話の中で、これからは携帯電話がITの主役だというお話がありました。その携帯電話の所有状況についても、アンケートで調べてみました。それを年代別に示したのが図表2のグラフです。

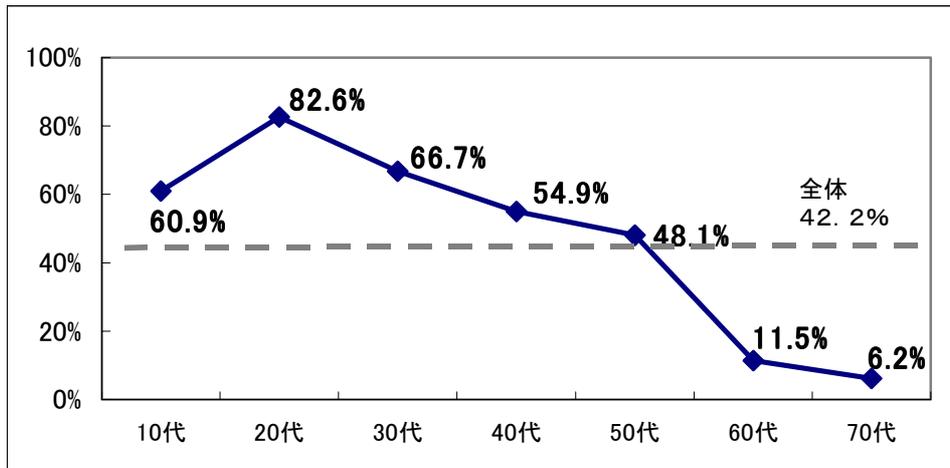
市全体では現在42%の方が携帯電話を所有されていることがわかりました。なかでも20代は約83%の方が携帯電話を持っており、50代の方も2人に1人の方がお持ちであることがわかりました。

図表1 上越市民のIT認知度



出所：上越市創造行政研究所「市民生活の情報化に関する調査」(平成12年11月)

図表2 年代別携帯電話所有率



出所：上越市創造行政研究所「市民生活の情報化に関する調査」(平成12年11月)

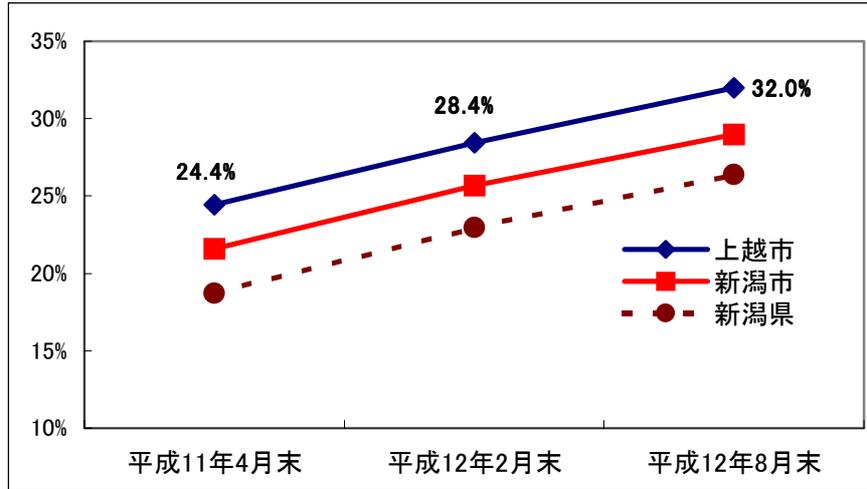
上越市の携帯電話普及率

図表3はアンケートの結果ではなく、NTTドコモから聞き取りました新潟県内の主な都市での携帯電話の普及率の推移です。

通常、大都市ほど普及率が高いというイメー

ジがありますが、上越市の普及率は県平均はもとより新潟市よりも高くなっています。携帯電話だけ見れば、県内有数の普及率と考えられます。

図表3 県内における携帯電話普及状況



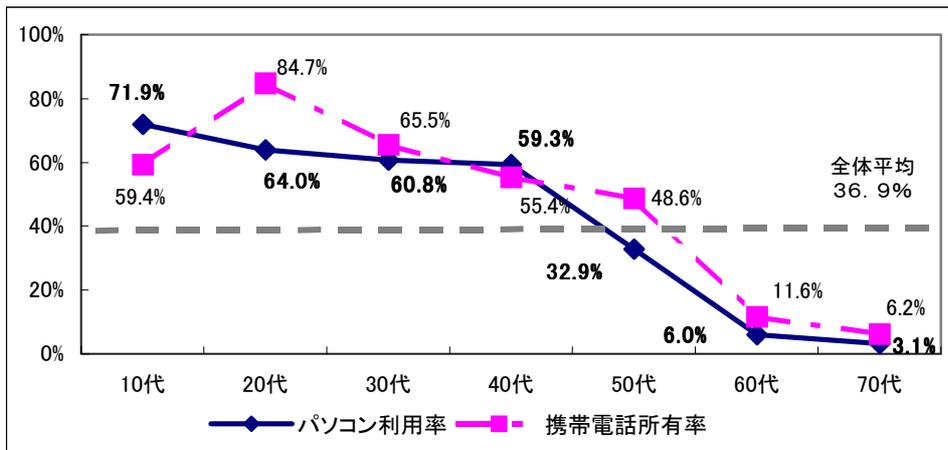
出所：NTT ドコモよりの聞き取り

上越市民のパソコン利用率

図表4は、市民の皆さんがどのくらいパソコンを利用されているか示したものです。ここでは参考までに先ほどの携帯電話の所有率を重ねてみました。全体では現在約37%の方がパソコンを利用されていることがわかりました。当然のことながら、職場や学校などで利用する

機会の多い若い人ほど利用率は高くなっています。しかし、携帯電話の所有率と比べると、パソコンは50代が利用率の分れ目となっています。細かな分析はこれからですが、この差の理由は機器の操作性等が理由ではないかと思われれます。

図表4 年代別パソコン利用率



出所：上越市創造行政研究所「市民生活の情報化に関する調査」(平成12年11月)

上越市民のインターネット利用率

図表5は、市民の皆さんのインターネットの利用率です。全体の利用率は25.0%、全体では約4人に1人の方が現在利用されています。やはり10代、20代、30代の方々を中心に、若い人ほど利用率が高くなっています。

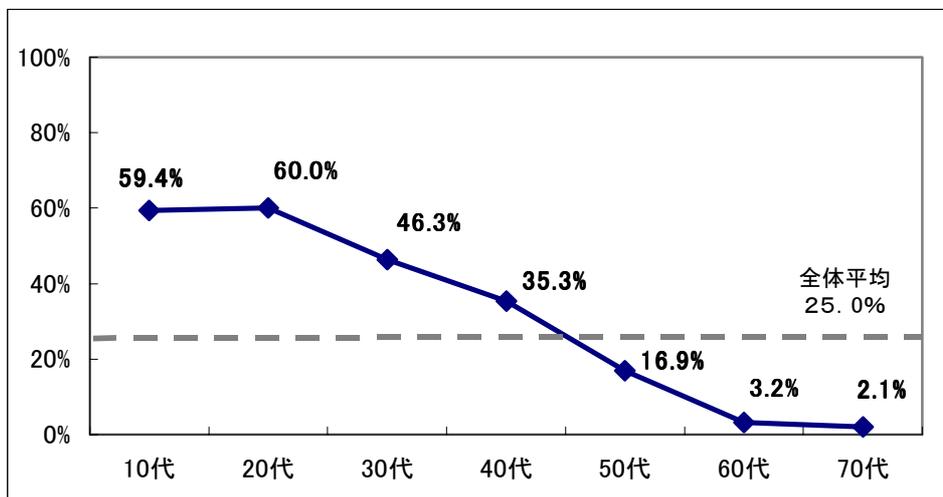
ちなみに、平成12年の通信白書によると全国のインターネットの利用率（15～69歳）は、28.9%となっています。

今回の私どものアンケート結果の25%という利用率は、利用率の低い70代の方も含んでいますので、同じ条件（15～69歳）で比べ

ると、ほぼ全国平均と同じと考えられます。

予想されたこととはいえ、年代による差が大きいことが改めてわかりました。この原因が、パソコン等を持っていない、または周りに無いという社会的環境によるものなのか、あるいは、使い方がわからないという個人的な理由によるものなのか、といった分析はこれからですが、多くの人が利用していくためには、年齢の高い方々にも使いやすい方法を考えていく必要があるかと思えます。

図表5 年代別インターネット利用率



出所：上越市創造行政研究所「市民生活の情報化に関する調査」(平成12年11月)

2. ITの生活を楽しもう

次は「ITの生活を楽しもう」ということで、ITの主役であるインターネットについてご紹介したいと思います。インターネットは、我々の生活のなかで教育や医療、また防災など多くの分野にわたり影響を及ぼしていると言えますが、時間の都合上ここでは生活に密着した使い方を中心にご紹介します。

インターネットで何ができるか

先ほど、インターネットを市民の方がどのくらい利用しているかについてご紹介しました。

インターネットとは、世界中のコンピュータが通信回線（ネットワーク）でつながれたものですが、そのインターネットで何ができるかについては、主に2つあります。

1つ目はパソコンや携帯電話で郵便・電話をやりとりするように「電子メール」を読む、送るということです。インターネットを利用して人々で「電子メール」を使っている人は多いと思いますが、留守番電話のように相手がいなくてもメッセージが届きますし、郵便と違い瞬時に相手に届きます。

2つ目はテレビや雑誌を見るようにパソコンや携帯電話の画面で「ホームページ」を見るということです。このホームページでは、例えば最新のニュースや天気予報を調べたり、買い物をしたり、オークションに参加するといった使い方ができます。

最新の情報を見ることができると言っても、インターネット上には、様々な内容のホームページが多数存在します。そこで、まず、たくさんある情報の中から必要とするものがどこにあるかを探し出す必要があります。探すのは手間ですが、一方「yahoo(ヤフー)」や「goo(グー)」などの検索エンジンから、あるキーワードで見たいホームページにたどり着ることがインターネットの利点と言えるでしょう。

上越市HPの図書検索システム

ホームページの事例としてまず初めに、上越市のホームページの中にある市立図書館の検索システムを紹介したいと思います。

このホームページでは、現在、図書館に自分の見たい本があるのか、あるいはそれが貸し出し中であるかなど自宅にしながらインターネットで調べることができるようになりました。あるキーワードを入力すると、関係する図書のリストが出てきます。予約には最初だけ登録のために図書館へ行く必要がありますが、一度登録すればあとはインターネットで予約することができます。

このようにインターネットの細かな原理を知らなくても、使うことはできるのです。なお、市役所ではこのように便利なシステムをこれからも作っていく予定です。

図表6 上越市立図書館ホームページ

検索
読みたい本を探します

新着
新しく着いた本を見ます

上越市立図書館 Home Page - Microsoft Internet Explorer
http://lib.city.joetsu.niigata.jp/

上越市立図書館

ようこそ図書館のホームページへ！

このホームページは、インターネットエクスプローラ4.0でご覧ください。
最新のバージョンによっては、ブラウザの設定変更が必要な場合があります。

ここでは上越市立図書館の蔵書の検索、予約(*)などができます。

※予約する際に、パスワードが必要となります。
パスワード登録のために一度図書館の窓口までお越しください。

検索 読みたい本を探します(予約するにはパスワードの登録が必要です！)

新着 新しく着いた本を見ます(予約するにはパスワードの登録が必要です！)

お知らせ 図書館からのお知らせです。

URL : <http://lib.city.joetsu.niigata.jp/>

インターネットで趣味も広がる

さて、紅葉の季節になってきました。皆さんの中には温泉など旅行が好きな方もたくさん

いらっしゃると思います。そんな時もインターネットで旅のプランを作ることができます。例

えば、「旅の窓口」のホームページでは観光の情報、さらには旅行計画など自分ならではのプランを、インターネットで作ることができるようになっていきます。また、旅行や出張で電車を利用される方も多いと思いますが、そんな時、電車の空席状況なども「JR東日本」のホームページで調べることができるようになっていきます。

さらには料金の確認や、会員登録をすれば指定席の予約まで、駅の窓口に行かなくてもインターネットでできるのです。皆さんの中には、急な泊まりの出張が入ったときに、宿泊先の確保に困った経験をされた方もいらっしゃると思います。そのような時も、旅行関係のホームページで、場所や予算に見合った空室を探し、予約をすることができます。

また、インターネットでの予約は旅行代理店などを通さないことで、安い料金で泊まれるケースが多くなっています。例えば、ホテル側が5%割引しても、旅行代理店などにこれまで払っていた10%程度の経費が節約できれば利益を得られるのです。この予約システムは地元のホテルでも、高田ターミナルホテル、上越マntenホテルなどが既に導入していますが、ホテルの稼働率が高い東京と上越ではいろいろな条件が違うため、インターネットでの受付の件数は今のところさほど多くないということです。

大手企業のインターネット・ビジネス

もちろん大手有名企業も当然のことながらインターネットを利用したビジネスを進めています。代表的なものとしてトヨタ、ソニーのホームページを紹介します。

トヨタ自動車は、インターネットを使って昨年、数千台の自動車を売ったと言われています。そのトヨタは、自社のホームページ以外に、本業の車以外の多くの生活情報も盛り込んだ会員制のホームページ「GAZOO(ガズー)」を運営しています。これは、数年に一度しか買い替えしない顧客を、買い替え予備軍としてつなぎとめておこうとするものです。

このホームページでは、ディーラー回りをせずに車の見積もりができるようになっていきます。例えば、自宅の郵便番号を入力し車種を選べると、地元のディーラーが特定されます。さらに色やグレードを選べると詳細な見積書が示されます。また、利用者の承認が得られればディーラーにデータが送られ、すぐに商談の約束ができるシステムになっています。これは、企業の側から見れば、直接の注文に結びつかなくても、千差万別の顧客のニーズをデータとして入手できることとなります。それらの情報は、将来の生産や在庫管理に役立つものになるものと思われる。

ソニーのホームページは、インターネット上で家電製品をはじめ音楽、家庭用ゲーム機のほか、保険まで取り扱っています。現在でも、ソニースタイルというホームページでパソコンなどを買うことができます。また、これからは、性能やデザインなど自分好みのパソコンを買い、好きな音楽もCDを買わずに、好きな時にホームページからインターネットを通じて、ファイルとしてパソコンに取り込み、その代金を払うという一連の流れを、ホームページ一つで済ませるようになっていくと思われる。

これまで我々は、家電製品は家電の小売店から買うことが当たり前でした。しかし、インターネットを使うと、問屋や小売店を経由せずに直接企業から買うこととなります。企業同士の取引はともかく、個人との間でこのようなスタイルの売買がどの程度のスピードで定着していくのか、正直なところ私自身予測しかねるところではあります。ただし、先ほどのインターネットの利用率が将来の姿を物語っているかもしれません。

中小企業でも参加できる「仮想電子商店街」

インターネットはもちろん大企業のものだけではなくありません。いわゆるベンチャー企業にインターネットを利用したビジネスを展開しているところが多いように、むしろ初期の設備投資がかからないため、中小企業が参入する余地も大いにあります。

そのベンチャー企業の代表格であり、インターネット上の電子商店街で日本で最も成功しているサイトに「楽天市場」があります。

通常私たちは、スーパーマーケットや商店街へ行って買い物をしますが、この電子商店街ではホームページで注文した商品が宅配便で運ばれてきます。イメージとしては、テレビショッピング、カタログショッピングに近いと思います。その電子商店街として「楽天市場」は出店数も4千店（2000年10月現在）を超え、大型の小売店を超える品揃えになっています。欲しい商品があるときは、このホームページから検索して個別のお店や商品にたどり着く仕組みになっています。

上越市の事例

この楽天市場に上越市の会社・商店も出店していますのでご紹介します。繊維の卸・小売をされているジョーセンと、鱈の子の糍漬け（こうじづけ）を販売されている本町の渡部鮮魚店です。

ジョーセンは、インターネット販売の仕掛けとしてこの「楽天」でアメリカ製のTシャツを販売しています。小坂社長はITについてよく理解されていますが、そのきっかけは留学されていたお嬢さんの卒業式に出席するために、昨年アメリカに行かれた時、アメリカのインターネットの現実、新しいライフスタイルを目の当たりにされたことだそうです。「楽天」での販売の売上自体は、結果として大きなウェートを占めてはいないものの、通常の新聞広告では得られなかった熱心な顧客を見つけることができたなど、出店してみて初めてわかったことも多かったとのお話をうかがうことができました。

一方、渡部鮮魚店は、先日お店にお邪魔したときにはパソコンがありませんでした。しかし、お店の売り物である鱈の子の糍漬けが各地の名産品を探していた会社の目にとまり、商品の提供に至りました。これは中身の商品の魅力が、インターネットの売り物になる重要なポイントであることの一例と言えるでしょう。

インターネットのメリット

ご紹介しましたホームページはインターネットの使い方のほんの一例に過ぎませんが、少し簡単にまとめてみると、次のようなことが言えると思います。

まず、時間と距離の壁を越えるインターネットの普及により、様々な情報が早く、簡単に手に入れられるようになったことです。また、その情報の中から、我々はよりよいものを選択できるようになります。例えば、あるものを買いたいとき、お店を一軒一軒回らなくても、インターネット上で商品の値段を比較しながら、それを買うかどうかの判断ができるのです。さらに、インターネットで買ったほうが安かったり、インターネットでしか手に入らない商品などもできています。

このように、生活コストを減らし、様々な選択の幅が広がっていくことで、生活が一層便利になっていくものと思われます。そのようなライフスタイルが定着していくと、私たちの価値観やコミュニケーションの方法も様変わりしていくかもしれません。

3. ITと地域社会

これまで全国的な動きや、そこに参加している一部の地元企業などの例を織り交ぜながら紹介してきましたが、上越地域の動き全体は一体どうなっているのかを、少しご紹介したいと思います。

市内企業のIT化の状況

今年4月に上越市通産起業課が実施した「上越市景気動向調査」では市内企業406社から回答がありました。その調査で『インターネットの利用状況』について聞いたところ、インターネットを「利用している」企業は全体の39.8%となっています。

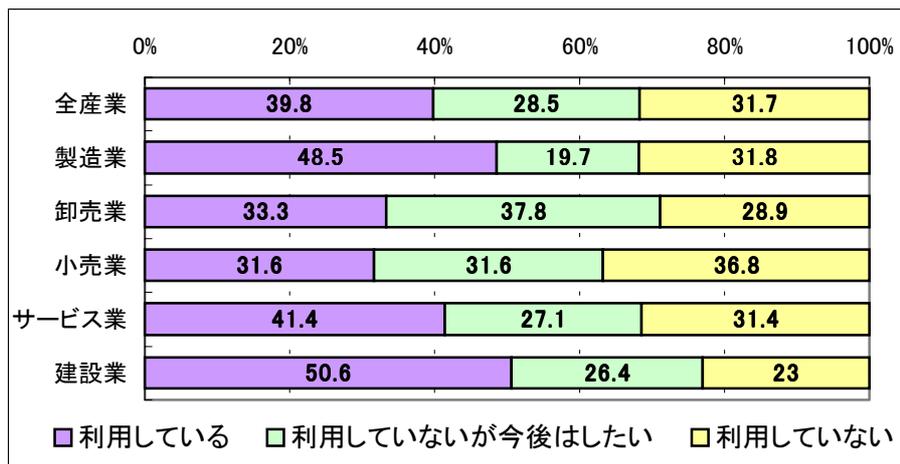
この数値が果たして高いか低いかということですが、正確な比較にはなりません。県内のあるシンクタンクが昨年5月に調査した利用状況の調査によると、約5割の企業が「現在利用している」との回答をしています。また、

隣の長野県では先日、中小企業の約8割がインターネットに接続し、うち6割が自社のホームページを開いているとの調査結果が発表されています。

もちろん、売るものがなければインターネッ

トで受発注する必要はありません。産業の特性や集積度などの違いもあり、一概に比較はできませんが、当市はまだこれからという状況にあると言えそうです。

図表7 市内企業のインターネット利用状況



出所：上越市通産起業課「景気動向調査」(平成12年4月)

隣のお店も全世界へ情報発信

一方、コミュニティの中からもインターネットを利用してさまざまな情報を発信しようとする試みも行われています。この中にはボランティアで活動されている方がたが作ったホームページがあります。ここには、いろいろな地域情報が載っていますが、その中に本町商店街の案内図やお店が掲載されています。

ところで、お店の紹介のホームページに載せる段階に至るまで、なかなか店主の方がたの理解を得られず、ご苦労されたとのこと。これは、ホームページのみならずインターネットそのものが理解されていないことが大きな理由でした。また、本町のお店の客層は近所の方がたであることから、必要性が薄いと感じられたこともあるようです。

しかしながら、このように商店街も全国への情報発信のスタートラインに立ちつつあります。今後、有効に活用していくには、ただ掲載するだけでなく、どのような情報の受発信を行

っていくべきかといったことも課題になるでしょう。

地元のホームページの人気度は？

地元の方がたが開設したホームページのアクセス数について、市内の勝嶋経営研究所がまとめられたものがありますので、ご紹介します。

同研究所によると、上越地域でホームページを開設している企業・個人等はあわせて300程度あるそうです。そのホームページがどれくらいの方がたに見られているかを「アクセスランキング」でまとめています。インターネットではホームページを見にきた人の件数がわかるようになっており、それをランキングしているのです。一つ一つは紹介できませんが、アクセス数が多いホームページに共通しているのは、ホームページを常に更新することでより新鮮で時宜を得た情報を提供したり、双方向の情報のやりとりを工夫されているところが多いことです。

なぜ行政がIT化を進めるのか

このように民間ではITを利用して、様々な工夫をされているわけですが、一方、行政はこのままでよいのか、行政も変わるべきではないかと考えられる方も大勢おられることと思います。実はそのとおりで、ITが普及することで、行政側も変わってきています。

行政のIT化が進むことで、市民の皆さんは時間を気にせず、24時間、休日の申請やある程度の照会や相談が可能になるなどの便利さが出てくると思われます。行政側も、例えば申請などの事務を効率的に進めることができるようになり、それによりコストダウンを図るなど、人員の適正な配置によるサービスの充実を図っていく必要があります。これらについては第2部でも詳しいお話がありましたが、このように市民の皆さんが高い付加価値のサービスを受けることができるようになることが「電子政府」「電子市役所」の本来の目的と言えるで

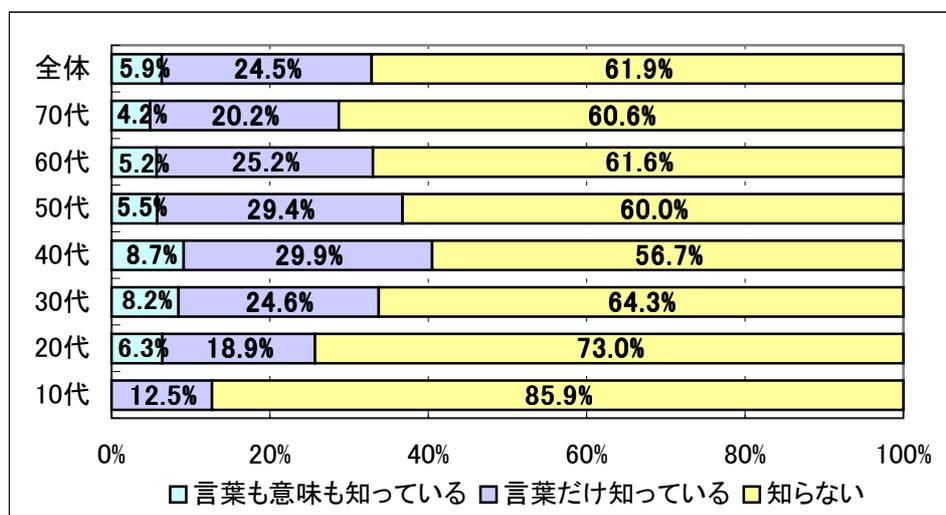
しょう。

「電子政府」認知度

そこで、そのような考え方を市民の皆さんから、どの程度認識していただいているかが問題となります。現在の状況を示したのが図表8のグラフです。市民アンケートでの『電子政府を知っていますか』との問いかけでは、「意味も知っている」と答えた方が約20人に1人の割合、「言葉だけ知っている」人も4人に1人の割合に過ぎませんでした。

このように現時点では、「電子政府」「電子市役所」というものが理解されているとはいえないことから、今後IT化を進めていくにしても、まず我々を含めた全ての人がよく勉強して、本日のセミナーのような機会を通じて共通認識を高めていくことが何よりも大切であると改めて感じております。

図表8 世代別「電子政府」認知度



出所：上越市創造行政研究所「市民生活の情報化に関する調査」(平成12年11月)

4. 最後に

IT、すなわち情報通信技術はあくまで私たちの生活を便利にするための一つの道具、手段

に過ぎません。ITでできないこともたくさんあります。インターネットで動くのは情報だけで、その情報が重要なものかどうかを最終的に判断するのは私たちです。

今回のアンケートの中でも、情報化社会が進展していく中で起きてくるであろう、温かみのある人間関係の欠如やプライバシーの漏洩など様々な不安や危惧の声が寄せられました。当然のことながら、行政側としてもそれらの声にどのように対処していくべきかを十分検討するとともに、またITの本質を見失わないように、市民の皆さんのご協力をいただきながら施策を推進していきたいと考えています。

長時間にわたり、最後までご清聴ありがとうございました。

(注) セミナーでご紹介したアンケート結果は速報値を使用しましたが、本文では最終報告に基づいた数値を用いています。