第 2 回

IT革命と農山村等地方からの 情報発信研究会

平成12年10月11日(水)

経 済 企 画 庁

第2回 IT革命と農山村等地方からの情報発信研究会

議事次第

平成12年10月11日(水)14:00～16:00

経済企画庁長官官房会議室(708号室)

1.開会

2.都市・農山村関係、ITの進捗等の現状について

3.閉会

(資料)

資料1 IT革命と農山村等地方からの情報発信研究会委員名簿

資料2 農山村地域と都市住民を結ぶITの活用を考えるに当たって
の前提とすべき将来見通し

資料3 IT革命と農山村等地方からの情報発信研究会スケジュール

I T革命と農山村等地方からの情報発信研究会委員名簿

委員（10名）

座長	中川 聰七郎	愛媛大学農学部教授
委員	飯塚 克己	群馬テレビ（株）制作部ディレクター
"	大野 良彦	（株）リクルート地域活性部プランニングマネジャー
"	菅野 健一	福島県総務部財政課主査
"	小林 義人	（株）読売新聞社編集局地方部次長兼内信課長
"	長谷川 文雄	東北芸術工科大学副学長
"	秦 章人	（社）日本農村情報システム協会事業企画統括部長
"	藤井 宏一	（社）農山漁村文化協会電算センターシステム開発部
"	前田 博	（有）前田支度事務所代表取締役
"	森内 真人	青森放送（株）制作局テレビ制作部副参事・ディレクター

(中川座長) では、時間が参りましたので、始めさせていただきたいと思います。本日はご多忙の中をお集まりいただきまして、どうもありがとうございました。

ただいまからIT革命と農山村等地方からの情報発信研究会、第2回会合を開催させていただきます。

本日は、都市・農山村関係ITの進捗等今後の見通しについてご議論させていただきたいと考えております。ご参考までに事務局が作成いたしましたお手元の資料2、「農山村地域と都市住民を結ぶITの活用を考えるに当たって前提とする将来見通し」をごらんいただきたいと思います。資料2にありますように、本日は、まず、IT革命の結果、今後情報の受発信にどのような新しい展開が起こるのであろうか。次に、IT革命の進行下で地域からの情報発信は増大していくのであろうか。最後、第3番目ですが、都市住民は農山村と地方に何を求めているのか。この3つの点についてご議論させていただきたいというふうに考えております。

それぞれのテーマごとにそれぞれ30分程度時間をいただくことといたしまして、初めにご議論する資料2の内容につきまして事務局からご説明をお願いし、その後、委員の皆様方にご議論いただきたいと思いますと考えておりますので、よろしくお願ひいたしたいと思ひます。

資料につきましては、それぞれの分野がお互いに関連しておりますので、とりあえず一通り全体を事務局からご説明いただいて、その後、テーマ別に議論するという形で進めたいと思ひます。なお、委員の皆様にご議論いただく際には必ずしも資料2にこだわらなくても結構でございますので、よろしくお願ひしたいと思ひます。

ということで、まず最初に事務局から資料のご説明をいただきたいと思ひます。よろしくお願ひします。

(事務局) それでは、資料2に基づいて説明していきたいと思ひます。

これは、次回議論願ひます農山村地域と都市住民を結ぶITの活用というふうなことを議論していただく前提となる将来の見通しを考えているところです。

それは3つありまして、1つは、IT革命の結果、情報の双方向性というのが高まる。そうなってくると、ある情報を知って、もっと知りたいというふうなそれぞれの要求を満たす対応が可能になってくる。例えば、情報の受信から始まって物品購入というふうなものにつながるとか、いろんな新しい展開、既にいろんなことが起こっているかもしれせんけれども、そういうふうなことを議論していただければと思ひております。

それから2つ目、これは前回は多少出てはいますが、IT革命というふうなものが

進んでいくと情報発信のコストがかなり安くなるんじゃないか、そうなってくると地域からの情報発信というふうなものももっともふえてくるという可能性があるんじゃないか。

第3点は、実際に地方からの情報発信ということが起こるとすれば都市住民にとってのニーズは何か、というふうなことを議論していただきたいと思っています。

まず第1のテーマにかかわる部分ですが、1-1からスタートさせていただきたいと思っています。後で秦委員の方から追加の説明をお願いすることにしますけれども、ここに書いていますのは、今後、この12月から始まるわけですが、電波の送受信がデジタル方式になってくるということがどういうふうに変わってくるかを見ているところですが、BS、CS、地上波、マスメディア、デジタルというふうなことになっていくわけです。

まずBSについては、NHKや民放が2000年末から放送を開始するというふうなことで、ハイビジョンを中心にした高品質な映像が提供できるようになってくるということです。それから、現行のCSというのは、ご存知のように、かなり淘汰が進んでいるという分野であるんですけども、専門チャンネルがかなりふえてくる可能性もあるんじゃないか。次期CSというふうなことになると、電話とうまく組み合わせればネットショッピングがかなり可能になってくるというふうに言われている部分です。こういうふうな状況を追う形で、2003年からは地上波がデジタル放送になっていく。これになると、地方局も含めて既存の放送局がアナログ放送からデジタル放送になっていくという状況が今後見込まれておるといことです。

それから、1-1は放送ということであったとしますと、1-2は通信というふうなことになると思います。通信というものは、パソコンがネットワークされることによってかなり変わってきている。従来、計算等の機械だったものがコミュニケーションの機械になっているというのがパソコンの現状でして、それがとうとうカラーテレビと同じくらいの出荷台数になってきているというのが現状でございます。また、モバイル通信ということもかなり急激に伸びているというふうなのが現在の状況ということなんです。

続きまして、1-3を見ていただきたいんですけども、こういうふうなコンピューターを使ったネットワークですが、インターネット等の接続ということを見ますと、11年10月時点でネットワークに接続されているパソコンが59.3%になっているということで、パソコンを持っている半分の人は通信の道具として使っているというのが現状になっております。

それに対応する形で、1 - 4でございますが、ウェブ上で発信される情報量が急増しているというのがここに書いている図でございます。ウェブ総ページ数が3,850万ページということで、昨年に比べて2.15倍になっているというふうな急増の状況がこれで見れると思います。

続きまして、1 - 5、これは先ほどと時点が違うんですが、12年1月現在、実際にインターネットにつながっているコンピューターの数が263万台になっている、またホームページ等の情報発信をしているのは14万3,000ということで、前年の2倍を越えているという大きな変化が出てきているのではないかと考えているところです。

実際にこれをどういうふうに使っているかですけれども、1 - 6になります。インターネットをどこで使っているかということでございますが、自宅で利用しているというのが87.9%で、職場の43.0%の2倍くらいのスコアになってきているという状況がある。他方、学校においてもかなりつながっているということがある。機種としては、デスクトップパソコンが75.0%という数字ですけれども、携帯等の機種もふえてきていることが見えるかなというふうに思います。

次に1 - 7、インターネットを利用して何をしているかということですが、これは通信ということになりますので、電子メールがトップで91.6%、それに加えてホームページの閲覧が83.7%、これらの人が1日に1回以上利用するというふうに答えておるとい現状があります。

それから、1 - 8、これはインターネットのユーザーに聞いたということですが、インターネットはテレビを抑えて情報通信メディアとして最も重要になってくるんじゃないか、というふうに見ているということです。

1 - 9、したがってインターネットを利用する人が今後もふえる、2005年には7,670万人に達するという予想もあるということです。

ただ、こういうふうインターネットが発達してきますと、1 - 10でございますが、どうしても格差が出てくるんじゃないかということで、まずインターネットを持っている属性を見ますと、都市に住む人ほどたくさん持っている、世帯主の年齢が若いほど、あるいは世帯年収が高いほどインターネットの普及率が高くなってきている傾向が見られる。したがって、すべての人が同等にという状況ではないということです。

また、1 - 11、実際の使用におけるITリテラシーと言われる部分ですが、性別で見ると男性の方が得点がちょっと低いという形、あるいは10代、50代、60代の平均点がちょ

っと低いという傾向があるということです。

1 - 12、学校への導入。さっきちょっと言いましたけれども、公立学校への導入がどんどんふえていまして、11年3月末現在でインターネットに接続しているのが35.6%。実際に13年度にはすべての公立学校でインターネットが利用できるようにしたい、というのが今の計画になっているところでございます。

以上が1のIT革命の結果どういような世界になっていくのか、というふうなことに関係した基礎資料でございます。

次に2番目のテーマ、実際に今後の情報発信ということで、東京一極集中から脱却できるのかという観点でまとめたのがこの資料でございます。

2 - 1、経済企画庁が今年まとめた地域経済レポートというものでございますが、これで明確に、2の情報発信量の東京一極集中というところでございますが、インターネットの利用環境を初めとして情報基盤の整備は大都市圏だけでなく地方圏でも進んでいる、しかしながら発信情報量というもので見ると東京の一極集中が進んでいる、というのが現状だということです。

実際に、2 - 2ですが、10年度における発信情報量の各都道府県別のシェアをみますと、東京都が19.4%で突出した形になっている、これが現在の状況です。

続いて、2 - 3でございますが、今度は情報のストック量というもので見ますと、東京都が15.4%ということで、これもかなり高い数字になっている。実際、目で見ることと、2 - 4で数字を並べていますけれども、こっちで見ていただいてもいいんですが、東京都の情報発信量というのは全国平均の2.1倍ということで、他府県をかなり引き離している。

これを放送ということで見てみますと、2 - 5になりますが、この委員会には2つのテレビ局の人に参加していただいていますけれども、自主制作番組の比率というのは、全体で見ると、平成元年4月の21.4%から平成11年4月には16.5%で、減少する傾向が見られるということになっております。

これに対する反対の傾向ですが、2 - 6でございます。前回、D委員に紹介していただいたところですが、地方でも地方で進行している主要な動きを見ようという動きがあって、それに対応する供給が進みつつある、これが1つ。

次の2 - 7でございますが、これも前回、G委員の方から提供してもらったものですが、金沢の出版社が「田舎情報」という形で、全国を対象とした雑誌を出版している状況があるということです。

以上、情報発信が東京一極集中から脱却できるかということに関連したものでございます。

続きまして、最後、都市型住民といいますか、都市に住んでいる人が何を農山村に求めているのか、実際に地方の日常的生活が都会の人にとって何らかのエンターテインメントになるのかどうか、ここら辺が今後の展開において重要な点かなと思っているところでございます。

まず、3 - 1でございますが、これが実際の農村の現状でして、人口減少が続いて、おまけに若い人がどんどん出ていくということがあって、高齢化が社会全体の平均に比べてもかなり先行して進んでいる、こういう傾向というのは今後も変わらないだろうというところでございます。

3 - 2でございます。こういう結果、集落というものが減少を続けて、現在、14万集落というようなオーダーになってきているというところでございます。

こういうふうになっている背景は、いろんなものがあるということでございますが、都市あるいは道路が整備されたということが一つの原因かなと思って、いろいろ調べました。3 - 3を見ていただきたいんですけども、自動車の保有台数の推移はこのようになっていて、これと何か因果関係を見つけようと思ったんですけど、必ずしもデータの因果関係は見つけられなかったんですけど、都市における交通・運輸の目覚ましい発展とモータリゼーションの進行と都市への人口の流出が平行に動いたのではないかと、思っておるところです。

次は3 - 4でございます。3 - 4も前回の問題提起に若干関連するものですが、都市と地方という観点で、国の貿易収支に当たる域際収支といたらいいんですか、そういうような県別の物とサービスの収支を追ったものでございますが、これを都市圏と地方圏という形でくくってみたものです。

下の注を見てほしいんですけども、都市圏というのは、大きくくりとして関東、東海、近畿というものをくくっている、それ以外を地方圏というふうに置いている。その結果、一番下の合計を見ていただきたいんですけど、三大都市圏では域際収支はプラスで、地方圏ではマイナスになるという傾向が見られる。ただ、実際に一つ一つ県を追っていくと、必ずしも明確に都市圏で黒字、地方圏で赤字というような形はちょっと言いづらいのかなという傾向もあります。いずれにしても、いわゆる田舎圏と言われるところは収支が赤字傾向にあって、都市圏と言われるところは黒字という若干の傾向は見られるところでございます。

実際これから農村へ何を期待するかということになっていくわけですが、3 - 5を見ていただきたいと思います。まず、今の生活というところで、不安、悩み、ストレスがかなり強いという状況が出てきております。特に、きょうの新聞に出ていた話ですが、IT化が進むとより都市住民のストレスが高まる傾向があるというように思っております。

3 - 6、このようなストレスに対して、特に仕事上のストレスが強いと感じている人は、余暇を自然の中で過ごしたいという割合が高いという結果が出ております。

ちょっと観点を変えてみますと、3 - 7でございますが、都市の規模が大きくなるほど農山村で余暇を過ごしたいという人が増える傾向が見られるということです。

続きまして、3 - 8をお願いします。最近、価値観とかライフスタイルというものがかなり多様化してきている、そういうことを背景に農村に居住しようという考えを持った人が増えてきているというデータでございます。

もう少し詳しく見ると、3 - 9でございますが、今すぐにとというのは9.3%でかなり少ないんですけども、現在は移住できないが、将来は考えるという人が33.1%で、移住になるとなかなか難しいのかなということじゃないかと思えます。

次、3 - 10をお願いします。農山村に住みたいという背景ですが、自然に親しみたいというのが圧倒的に大きな理由になっております。

ただ、転職した後ですけれども、3 - 11をお願いします。いいことばかりではないということで、まず転職前よりも年収が減った、あるいは年間の休日数が減ったという現状がある、他方全体で84%の人が「転職前より仕事がおもしろくなった」と答えている、これが農業への転職の実態だということでございます。

続きまして、3 - 12をお願いします。これからの余暇の過ごし方を見てみますと、ここ10年間余り、余暇の過ごし方に傾向は余り見られないと見ております。ただ、年代別に見ると、若い世代と60代以上の世代で余暇を重視した考え方を持つ人がふえている傾向があるということです。これは当然といえば当然かもしれません。

続きまして、3 - 13、余暇の過ごし方の一つである観光というものを見てみますと、見る観光あるいはする観光から、知る観光あるいは浸る観光というようなものへのシフトが見られるところでございます。

これにひっかかまして、3 - 14でございますが、農山村への観光ということになりますと、その一つはグリーンツーリズムと言われることかなと思えますが、グリーンツーリズムの認知度はかなり低いという結果が出ております。これが観光という側面のデータで

ございます。

次に、3 - 15、教育という観点で集めてみた資料でございますが、子供時代の自然体験、これは山菜、木の実などの菜食、身近な川や海で遊ぶ、農作業の手伝いなどをするという行為でございますが、こういった行為が極端に減ってきているというのが現在の子供たちの環境でございます。

次、3 - 16 をお願いします。これと関係するかは難しいところだと思いますけれども、自然体験が豊かな子供ほど、友達が悪いことをしたらやめさせる、あるいはバスや電車で席を譲るという道德感、正義感が身についている傾向が見られるという調査がございます。

それが一つ背景になっていると思いますが、3 - 17、最近、教育面で総合的な学習の時間が導入されたこともあるかと思いますが、農業体験学習を実施することがかなり増えてきているという状況がございます。それが新聞記事になったのが次のページです。

以上が教育に関連するデータでございます。

次に、3 - 18、環境面についてですが、最近の傾向としては、社会性余暇というものへの参加希望が増えてきている。特に大きなスコアを見ているのは、1、資源のリサイクル運動をする。2として、河川や海辺の観察、ごみ拾いなどの活動をする。9番目でございますが、地域の花や緑を増やす活動をする。14番目、植樹や下草刈りなど山林や森を守り、育てる活動をする、というところが比較的高いスコアを持っていて、環境に対する関心はかなり高いのかなと思っております。

特に、3をちょっと見ていただきたいんですが、余暇へ希望するものとして、自分の得意な趣味や特技などを人に教えることが高いスコアを持っているという調査結果が出ております。

これなんかが一つの背景になっていると思いますが、3 - 19、現在、棚田のオーナー制度というものが各地で広がっているという資料でございます。

3 - 20、これも新聞記事でございますが、環境面への意識の高まりということを背景にして、森林への取り組み、下流の都市住民と森林の広がっている山間部の人との交流がかなり注目されている。

3 - 21、実際にこういう交流が必要だと答えた人は 84.4%という高いスコアになっているところでございます。

続きまして、3 - 22 をお願いします。実際に交流事業ということになりますと、過去いろいろ取り組みがなされていたと考えていいのではないかと。ここでは多様化ということ

が見えるんですが、交流についての施設はかなり整っているんじゃないかと考えているところですよ。

次の3-23を見ていただきたいんですが、前回の委員会でB委員の方から紹介があった、実際に農村に行くと滞在するという取り組みの一つとして、長野県飯田市のワーキングホリデーが状況でございます。これなんかが一番最初の問題提起である、実際に農山村地域で日常的にやることが都市住民にとってエンターテインメントになるのかどうかを考えていただきたい資料と思っております。

あと2つばかり追加したんですが、同じようなことで、雑木林をつくろう、あるいはお酒をつくろうというような動きがあるという紹介をつけております。

以上です。

(中川座長) どうもありがとうございました。

資料2、本日の3つのテーマ全体について一括してご説明いただきましたけれども、これに基づいてご議論いただきたいと思っております。

この資料にこだわらずにやっていただきたいんですが、その前に、E委員から追加資料をいただいておりますので、それをご紹介いただいて、一括してご議論いただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

(E委員) まず最初に、双方向ケーブルテレビをつくるということで、この資料についてご説明申し上げたいと思っております。

現在、農村地域における情報のメディアがどうなっているか、現状の話をとということがございました。そういった点で今どういうことなのかというケーブルテレビの話と、地域からの情報発信をしている事例と、今後こういうふうに変っていくであろうというはしりのシステムのご紹介を差し上げたいと思っております。

まず最初に双方向ケーブルテレビということでございますが、実は農村におけますケーブルテレビといいますのは、補助事業で整備したものが多くございまして、これまで双方向でなくて、片方向ですとやられている。それが近年、インターネットが爆発的な普及をしまして、農村でケーブルテレビをやる場合、今、マスコミなんかでも大容量で、常時接続みたいなことが言われておまして、我が村でも、我が町でもインターネットができないだろうかという要望があります。したがって、ケーブルテレビをやる際にはインターネットとセットになった要望が出てくるというのが現状でございます。そういった意味で、これまでのいろんな話をまとめながら、これからケーブルテレビをおやりになる

ところに対して、全体のイメージですよということでお出ししているのが現状でございます。

右上のところに「外部ネットワークでインターネット」と書いてありますが、これは、地域のケーブルテレビのセンターを介しまして、インターネットでそこに情報を流していくというイメージでございます。ただ、どちらかといいますと、ケーブルテレビといいますと映像系の情報が中心になりますので、地域内の情報といったような傾向が強うございます。

その次のページに、基礎的なサービスということで、自主制作番組を提供しますというイメージが書いてございます。見ていただけたらありがたいと思いますが、農村型ケーブルテレビを補助事業で整備する場合、地域の情報、つまり自主制作番組をつくって、地域内に提供するというのが一つの条件になってまいりますので、こういうサービスを一つ行って、これに加えて双方向サービスでいろんな情報のやりとり、さらには地域外に向けてのインターネットサービスというようにお考えになるところが多いということでございます。

その次のページですが、では具体的に自主制作、運営がどういうふうに行われているかというものでございます。これまでケーブルテレビを整備された地区を対象にしましてケーブルテレビ運営協議会をつくってございます。その協議会で会員に対して調査をかけまして、その成果が集計で上がっておるんですが、その要約でございます。これは全国有線テレビ協議会で、ちょっと古いんですけども、平成 10 年 11 月、12 月にかけて調査したものでございます。

まず運営形態でございますが、農村におけるケーブルテレビということで、自治体運営が約 80%を占めてございます。それから、三セク運営、さらには農協運営ということで、ほとんどが自治体の運営ということになります。

自治体の運営というのは職員数にかかわってまいります。平均職員数は 7.1 人、最小が 1 名、これは他の部署とか外部委託で対応、まさに行政面でございますが、一方、三セクなんかで見ても最大 32 名で、相当にばらつきがございます。

通常ケーブルテレビの整備をする場合、5 人にプラス 2 名ぐらいで対応していただいた方がいいんじゃないかと考えております。今、デジタル化等があつて若干人数を減らしても何とか対応できるんですけども、そのぐらいにしておかないと担当者が異動できない、番組編集等で過労が重なるといったようなことがございまして、5 人プラス 2 名

ぐらい。これに對しまして現実の数字と申しますと、3名ぐらいで回しながら、プラス2名を補助要員に持っていて多いのが事実でございます。そういったものをならして平均的に見てみますと、こういう数字が出てくるということです。

それから、自主制作の番組内容と申しますのは、さっきも申しました地域の情報提供ということが補助対象の一つの条件になってまいりますので、町内の話題を中心にしたものになります。主な番組内容ということで、きょうの話題ですとか、イベント、あと議会中継、これなんか意外と視聴率が高いという現状にあります。それから農業情報、あとはお悔やみ等々ということです。

その辺の番組制作についてどのぐらいかかるのかということで尋ねましたら、月、約50万ぐらいというふうに答えております。これについては、出演者のお金とか、ロケとかなんとか、そういったものは一切入っていません。そういったものがかかわってきて民放との違いが出てくるんじゃないかと思えます。

運営経費はどのぐらいかかっているのかということですが、ケーブルテレビを整備した場合、自治省から特別交付金といったものがございます。これは財政力指数に影響してくるんですが、最大で約2,000万円までおりてまいります。そういったものと利用料金を合わせまして、平均で8,680万円となっています。三セク、農協運営は、利用収入を見て運営ということですが、三セクの場合、行政からは出資比率に応じて若干交付金措置があります。そういった意味で、利用収入だけではないという現状があるかと思えます。

参考資料ということで入れてありますが、今回返ってきた件数が71件でございますので、それで書いてございます。

自治体運営については職員数が6.0、これは小さいところも大きいところも入っておるとお考えください。多いのは三セクの運営で12件、職員数がそのまま新規で放送する時間帯に反映されてまいります。全体では1日当たり1.9時間ぐらいを新しい放送に充てておるわけですが、三セクでは1日当たり2.57時間です。

農村におけますケーブルテレビの番組の特徴としましては、農家の方々が見る時間帯と申したことで、朝早い時間とか、お昼ごろとか、夕方とか、通常のテレビで言われるゴールデンタイムをちょっと外した時間帯で、1日3ないし4回ぐらい再放送をやるという形で対応しておるところでございます。

運営経費につきましては、自治体、三セクの割合ということでそれぞれ挙げてありますが、特に顕著な差が出ますのは年間の利用料で、三セク運営ですと約2億1,000万ぐらい

ということで、断トツになっております。

これに対しまして平均月額利用料というのは、それぞれ1,000円ちょっとということでございます。自治体さんなんかの場合ですと、利用料金は取っていただいた方がいい、お金を払っていただければ内容に対する意見も得やすいと考えておるんですが、サービスの一環ということで利用料を一切取っていないところもございます。そういったことで平均していけば1,255円、大体2,000円ぐらいというのが実態かなという感じがします。

以上、ケーブルテレビの現状ということでご説明しました。

次に、ケーブルテレビを整備されておるんですが、積極的に情報発信されておるところを探してまいりましたら、「インターネットで情報発信」ということで、関宮町さんの資料がございました。あったというか、こちらの方でふるさとビデオということで、インターネットで地域の情報を流しておるということでございます。「ケーブルテレビ・ナウ」という都市型、農村型を含めたケーブルテレビの雑誌があるんですが、その中に紹介のあったものでございます。

ずっと読んでいただくとわかるかと思いますが、インターネットを通じてふるさとビデオを提供しておる。内容ですとか、その次のページですとふるさとビデオへの反応が書いてあるんですが、終わりにということで、今後ケーブルテレビ局とインターネットの接続、こういったふうになってくれればもっともっと期待が持てるんじゃないかなということを示しております。

あわせて、これはホームページの内容を引っ張り出したものですが、関宮町さんにおけるホームページでございます。特に、この中で3ページ目に番組構成が書いてございます。番組につきましては、関宮町さんから情報発信したい内容、話題、そういったものを再編集して出しているということで、その紹介を入れてございます。

これをセットで見ただけであれば参考になるんじゃないかということです。

もう一点、今後どういうふうになっていくのかということで、これからBS、CSが受けられるということもありまして、今、一部やっではおるんですが、ウイングウエーというシステムのご紹介をしたいと思います。

これは、通信衛星を使いまして中央センター局と地域センター局を双方向で結ぶというものでございます。これは地域の気象情報を提供するというところから始まったシステムでございます。地域で気象予報を出していくためには、アメダス情報と地域の情報をリンクさせて出す必要がございます。そういったときに、地域からの情報と対等なアメダスデ

ータをどうやってリンクさせていくかということで通信衛星を使ってございます。気象観測口ボットから地域のセンターに対して上げられたデータ、これを通信衛星を介して中央センターの方に持ってくる。中央センターの方でアメダスデータと一緒にしまして、通信衛星を介して地域センターに再度地域の予測値を送っていく、そういうシステムでございます。

あわせて、その下に地域情報ということで書いてございますが、地域からの情報も衛星を通じて上げまして、中央センター経由で各農家、関係機関等に流していくというシステムでございます。

それがシステムの概要でございますが、その次のページに、中央センター、地域センターそれぞれのイメージとありますが、作業内容が出てございます。

これがさらに進んだ形で、一番最後のページでございますが、デジタル放送の動向といった形で入れてございます。仕組みは全く同じでございますが、BSとCSは同じ位置に来るのでBSとCSが利用できる、CS放送の高度利用というふうにお考えいただけたらありがたいと思いますが、大量の映像データ、音声データ、こういったものを衛星を使って各家庭に提供する。各家庭では、その中から情報を精査・チョイスして、応答するなり通信を行うなりする。その場合、各家庭からは地上のインターネット回線を通じてセンターの方に入れまして、センターから応答については通信衛星を通じて各家庭におろしていく、そういったスタンスでございます。

各家庭から直接通信衛星に上げられないかということがあるんですが、とてもとても金額的なベースで採算がとれませんので、一番現実的な形として、大容量の情報は通信衛星で即配信してもらって、それをチョイスしながら各家庭からはインターネットを通じてセンター側に情報を戻していく、こういった形の双方向が今後普及してくるのではないかといいたことでございます。

ちょっと駆け足で恐縮ですが、ケーブルテレビの現状と情報発信、今後こういう形態になるであろうというご紹介でございます。

(中川座長) どうもありがとうございました。

それでは、事務局から資料2のご説明、E委員から追加資料をご説明いただきました。きょうは3つのテーマがあると先ほど申しましたけれども、1つ目は、資料2にございますように、1の今後の情報発信においてどのような新しい展開が起こるかというところをベースに、E委員のお話も含めて意見交換していただきたいと思います。

20分ぐらいでお願いしたいんですが、お感じになったこと、どなたでも結構ですからご紹介いただきたいと思います。いかがでしょうか。

(G委員) これはもう具体化しているところがあるんですか。

(E委員) ウイングウエーにつきましては、補助事業で導入されておるんですが、北海道の音更町で既にやっております。

(中川座長) 全戸ですか。

(E委員) 全戸700戸です。

(E委員) 各家庭に情報ネットワーク端末をとすることは前から言われていることですが、気象情報の配信と組み合わせて実用化されておるといことです。さっきも言いましたように、気象情報につきましては、気象がございますのでアメダスデータと一緒にしてというところがありまして、そこを上手に利用しているわけです。

(E委員) これは、町の方でどういうふうにしたら効率的な情報システムが組めるか。まさかケーブルテレビでこんなものをやるわけにはいきませんし、何がいいだろうかということと補助事業でということが組み合わさって、こういうことになったと思います。

(G委員) これに似たので、大分県の大山町、あそこはCATVの先進地だけれども、気象ロボットを使ってずっと流し続けて、果樹の管理とか、そういうものに使っているんですが、一回ダウンしたことがあったら、20分もしないうちに苦情の電話が殺到したんですね。実際、農業の方々は、ちょっとした霧の動きとかで果樹の栽培が相当影響を受けるので、気象情報はすごくよく見ているそうです。だから、農業をやる上では時々刻々とした気象情報は貴重なので、考えやすい、一番せっぱ詰ったニーズだろうと思うので、そこからいくのが当然かなという気がします。

大山町は、何年か前にデジタル化をし終わっているはずですが。そういう意味で、CATV、今はアナログのものが多と思いますし、都市型じゃなくて難視聴対策でやられているところが多いと思いますが、それがどういう格好でデジタル化あるいは都市型に転換していくか興味のあるところですが、そのあたりの情報をお持ちでしたら教えていただきたいんですが。

(E委員) 都市型化するというのはどういうふうに……

(G委員) 双方向、あるいは自主制作であるか。

(中川座長) まず、音更は双方向ですか。

(E委員) 今のところの双方向というのは、リクエストに対してこたえていくということ

ろを双方向ととらえている部分がありますが、それを否定することはできません。だから、もう少し積極的に情報発信した上で、それに対する応答、インターネットでやりとりをするような意味の双方向とはちょっと、似てはいますけれども……

(G委員) やろうと思えば可能だということですね。

(E委員) 可能です。

そういった意味でデジタル化していきたい、双方向化したいという要望は、今、ケーブルテレビをしたいというところがほとんどです。

(中川座長) 圧倒的？

(E委員) はい。

もう一つは、帯域の問題もございまして、今、770 ギガヘルツタイプまで広がってきていますが、それとても、農業なんかで補助で入れた場合、果たしてそこまで進むかどうかということもございまして。この一、二年で決着すると思いますが、その基準づくりがちょっと難しいんじゃないかと思えます。

(中川座長) 音更、ご存知のように畑作地帯ですよね。畑作が主だから、いろんな意味で気象情報が大事だけれども、7、8、9月とガスがかかったり雨が降ったり、麦の発芽はそこら辺が勝負どころですし、豆でも花が咲いているときに雨が降ったりすると終わりになりますから、そういう意味で音更は農業的な関心が深いけれども、あそこら辺は畑作で、自由化があって、自由に販売するという方向に農家の方は行こうと考えてインターネットに接続して消費者と接したい願望が非常に強いというところがあるので、今おっしゃった説明、僕は非常によく理解できますが、F委員、そんな感じがしないですか。

(F委員) 音更、十勝の畑作地帯で、先ほどご説明があったように、春先、ジャガイモの病気がありますけれども、そういったものと湿度の関係とか、そういうことが経営的に大きな問題に発展する。経営面積が大きいですから、一遍にさあやみましょうというのではなくて、自分の土地の条件に合わせて効率よく防除することが経営を左右しますから、気象情報については非常に要求が高いと思えます。

ただ、販売ですが、今までは直売場なんかをつくとみんな笑ったわけです。畑作産品だし、原料生産だから、売っている暇があったらつくればいい。ところが、このごろは何人か十勝でもインターネットで小豆を販売する方が出てきました。生産者なのに小豆の料理自体知らないんですが、春のお彼岸にはあんこをつくるということをホームページに書きましたら、50代から60代の都会の女の方たちが非常に懐かしがって、小豆を分けてく

れというメールが来た。ですから、インターネットを通して消費者が近くに見え始めたというときが今で、全体として流通が大きく動くわけではないですけども、豆とかジャガイモとかは、やっところに来て販売でもしかしてインターネットが使えるかもしれないというところまで来ているのではないかと思います。

(中川座長) さて、これから新しい状況展開があるということで事務局からいろんなデータを出していただきましたけれども、そこら辺についてご質問があれば出していただきたいんですが。

まず、1 - 10、よくわからないのですが、大都市、若い層でネット普及率が高い、収入が低いと普及率が低いとあるんだけど、収入が高いというのはわかるんですが、若い人は一般に収入が少ないんですが、資産の状況はどういうふうに理解したらいいんですか。

(事務局) 属性を分けてみると、こうなるということですけども、例えば、世帯の中でだれが使っているかということで見るとかどうかだと思います。

ただ、ここでもちょっと思ったんですけども、収入が高い人が使っているというのは、物を買いたいとか、こだわり商品を買いたいというふうなことがあるかもしれませんが、基本的に、「今、余り買いたいものがない」とよく言うんですね。要するに、物を買うというのは飽和状態にある、特に買いたいものはない。実際に統計で調べてみても、インターネットを使って物を買うということはまだそんなに大きくはなっていない。では何に使っているかということですが、よく言われるように、iモードというのは、必要がないけれども使う。要するに、若い人同士のコミュニケーションで使うということだと考えると、ここに出ている若い人がパソコンを買って、何にインターネットを使っているか、何に使いたいというふうに考えているか、そこら辺がちょっとわからないというのがこの一つの疑問ではあったんです。

(中川座長) 金を持っているところからパソコンを買って、その世帯の中で若い人がオペレーションするというのは、生活実感からいえば中上流階層は物すごい早いですよ。若い収入のない人は単独で買えないですね、携帯電話だけで精いっぱいという形になりますよね。そういう意味で象徴的で、よくわかるんですが、これからずっとこういうことではあろうと思うので、このギャップも一般的にはよくわかります。

ほかに。

(G委員) 情報を発信するといっても、情報の中身というのはいろいろあって、いろいろ

る出ているんですけども、田舎から都市に対して情報を発信するとき、今まであったメディア、テレビ放送とかラジオとかがありますね。そういう放送の中身と、インターネットで扱うような情報は違うものだと思います。この前、H委員から地方の民放が番組をつくることは大変だというお話がありましたが、それはこれからも重要なことだと思います。

私、先週、北海道の富良野に行っていたんですよ。富良野は、ご存知のように、日本の田舎の中で最も地域情報を発信したところの一つだと思います。あのドラマのおかげでしょう。あれをH委員がおっしゃっていたようなことで換算すると、物すごいお金になるだろうと思う。あの情報というのは、田舎の持っている特質というか、いいところを情緒的なものを含めてマスメディアに乗せた、そういう情報だと思うんですね。それによってあそこを訪れる観光客が飛躍的にふえましたし、あそこの農産品のブランド力が高まったと言われます。そういう情報とインターネットの情報は違うことを整理してかかしておく必要があるんじゃないかと思います。

そんなことをもとに、富良野の人たち、この前行ったら演劇工場というホールを8億ちょっとかけてつくっていました。地元のNPO法人、北海道で最初のNPO法人だそうなんですけれども、それをつくって運営しましょう。今までのテレビの中の世界を、もうちょっと現実的な演劇をその場所でやって、人を集めましょうという動きも出てきておる。

そういう話と、あそこで民間でインターネット・プロバイダーをつくって、地元の農産品とかその他の特産品を直販している例もあるんですけども、そういうこととどういう関係になるのだろうかとか、そういう議論はまだよく整理されていないし、これからの話かなと思っています。

(中川座長) 事務当局に聞きますけれども、IT化というのは必ずしもコンピューターのネットワーク化を意味するわけではない、そこら辺の概念はどうなっているんですか。

(事務局) その問題が今回ある意味で結論が欲しいなと思うんですが、今、G委員がおっしゃったように、放送と通信というものの話ですけども、近づいてきているというのはわかるんですね。放送というのはより多くの人を相手にする、通信というのはそもそも電話みたいに1対1だったのが太くなるという程度で、あくまでも別物でいくのか、あるいはさっきの演劇をどういうふう流すかですが、放送で流すかもしれないし、通信でも流せる時代に入りつつあるんですね。だから、それは一緒くたに考えて地域から情報発信するというアプローチが今後は求められるのかどうかですね。

(中川座長) それと、1-8が非常に興味あったんですけども、インターネットが将

来のメディアであろうといいながら、携帯電話も相当期待し、ファクシミリ、ラジオも案外と期待が大きいので、こういうことも含めてというイメージもあるんじゃないか。

(事務局) 例えば、テレビなんかについてこれからいろんなチャンネルができてくると思いますが、今までは100人いて1人に受けないといけない番組づくりをしていたのが、チャンネルが大きくなることによって、1,000人に1人受ければいいのかというふうな番組づくりに変えられるかどうか。放送はそうはいかない、今までどおり同じぐらいの人に受けないといけない、そういう番組づくりをしないといけないのかどうか。

(事務局) デジタル化、双方向化の希望が強いというのは、結局はインターネットとつながりたいということであれば、今、電話回線があるわけですから、その気になれば、パソコン1台あって、つなげば、そこでホームページを自分でつくろうと思えばできると思うんですが、そういうこと以外に何かがあるわけですね。もちろんCATV局をつくるというのは一つの話ではあるけれども、ただ双方向でつながりたい、自分が情報発信したいというのだったら、今の電話回線のスピードは遅いかもしれないけれども、全く使い物にならないほどでもない、つなげばいいじゃないかと思いますが、そこら辺はどうなんですか。光がなければいけないとか、ケーブルでなければいけないというものじゃないような気がするんですが。

(E委員) そうではないんですが、接続というか、アクセスポイントに行くまでに結構な通話料がかかったりしますので、より安くというのが一つあります。

(事務局) アクセスポイントに行くまで、3分10円じゃなくて、大分遠いところになっちゃうということですか。

(E委員) それはあります。農山村の多くは、アクセス面は非常に悪いです。

(事務局) 例えば、役所の補助事業でアクセスポイントの運営をやるとかということにすれば随分助かるということですか。

(E委員) なると思います。正直いいまして、今、光ファイバーの敷設とか、ADSLなんかの普及とかがございますが、そういったものが採算性を度外視して農山村まで引かれれば、新たなケーブルテレビというものについての要望は、横ばいぐらいといいますか、右肩上がりではないというふうに思います。

(D委員) 1番目の問題提起は、まさにこのとおりだと思います。双方向性はもちろん高まり、情報に対して個人がもう少し知りたいという要求も高まってくるわけです。そうするとどういうことが起きるかということ、双方向性ということは、メディアの情報の受け

手から、これを知りたい、あれを知りたいという個別具体的な要求が出てくるわけです。それにこたえるには結局マンパワーでしか処理し切れないという問題が起きてくると思います。

IT革命でもっているような情報をドーンと流す、対象はマスなわけですね。マスの中の一人一人がこれを知りたい、あれを知りたいとやってきたときに、今のようなCATVなんかの対応ではかなり厳しくなるんじゃないかと思います。

双方向性を担保するという事は、そういう難しさがあって、1番目はまさに本質を突いた問題提起だなと思って拝見していたんです。

(A委員) 農山村の実際の問題として、そこに住んでいる人たちの都市への発信というのは、自分たちの健康とか、そういうことを双方向でできるようなテクノロジーとしてのIT、さっき農業の話がありましたけれども、きょうはどんなことをしたらいいか、狭い地域として考えれば、そういうことを教えてくれるものが欲しいと思うんですよ。外に向いている農山村を考えれば、1人そこに引っ張るリーダーがいるかどうかということじゃないかと思います。それをそこに住む人たちに教えてあげる、あるいは引っ張っていく。

(中川座長) 「IT革命の進行下で地域からの情報発信は増大していくのか」というのが2つ目のテーマで、資料2だと2のところですが、農村地域あるいは地方からの発信というのはどういう形で、どういうふうにやっていくかという議論をやってしまっておりますので、その部分を含めてやっていただきたいと思います。

先生方からこのテーマに関してご発言いただいた方といいと思いますが、B委員、どうですか。地方からの発信はどのような形で進んでいくだろうか。

(B委員) 1、2、3についてざくっといきますと、まず1の件で、今後、情報の受発信ということで、知りたいという欲求が高まってくると同時に、教えたいという欲求も高まってくるんじゃないか、何か自分のしていることを発信したい。

実際に今、インターネットのサイトの中でコミュニケーションとかコミュニティーという言葉がよく使われますけれども、これは、だれか特定の人が発信者になるというより、ある人が発信者になり、同時に受信者にもなっているという関係ですね。

実際に投稿サイトとか、あるいは評価サイトを置こうというのが今、非常にふえてきている。投稿サイトというのは、いろんなテーマに対して個人が思っていることを発信して、それに対してだれかコールしていく、そういうことです。評価サイトというのは、いろんな製品情報、ユーザーの人たちが使ってみてよかったとか、そういうことをどんどん言っ

てくる。実際にそれを見て、じゃ買おうかなとか、あるいは投稿している人に買おうと思っている人がメールで連絡して、もう少し細かいことを聞いて買うかどうかを研究する。今まであったようなメーカーあるいは物を売る側と買う側というんじゃなくて、その辺が全くフラットになっちゃう、そういうことになるんじゃないか。

そういう面でいうと、今までプロモーションするとか、そういうことでないとはできなかったものが、そういう世界の中でうまく口コミなり、そういうサイトにのっけられれば物が売れる。そういうことを考えれば、農山村の可能性はそういう世界の中で広がっていくんじゃないかということは感じます。

それから、2番目の情報発信における東京一極集中についてですが、情報発信は増大していくのか。これは、今言ったような話で、増大していくと思います。ただ、A委員がおっしゃっておられたように、結局は人の問題だと思っています。まさに農山村に住んでいるおじいちゃん、おばあちゃんたちが都市に向かってどうのこうの、だれもそんなことを望んでいないわけで、おっしゃるとおりじゃないか。

大半はそうですけれども、1人、2人あるいは他地域から参入してきた若い人なりがそういうことを少しでもやり出すということは十分あるだろうし、実際たくさん出てきているんじゃないか。そういう人たちが自由に発信できるような場、これは先ほどのコミュニケーションという場に通じるんですけれども、そういう場がうまく機能できていければ、どんどん情報発信は増大していくんじゃないかというふうに思います。

それから、都市型住民は農山村等地方に何を求めているか、地方の日常生活がエンターテインメントになり得るかということについては、私は十分なり得るんじゃないかと思っています。

先ほどのワーキングホリデーしかり、あと、今、体験もの、個人ツーリズムという言い方もあるんですが、従来の観光旅行とか、そういうものじゃなくて、個人の小グループ旅行ですね。どこかに行って楽しんで遊ぶとか、そういうものじゃなくて、その地域に触れるという感覚で労働体験をやったり、農家民泊であったり、ボランティア活動みたいに手伝ったりという形のもの、あるいは最近出てきたエコツーリズムがこれからどんどんふえてくるんじゃないか、そういう意味ではエンターテインメントになり得る。

ただ、真の意味でのエンターテインメントといえますか、現状は恐らく地方自治体の補助とか、そういうものでそういうのが組まれて、そこに都市の人が非常に安い価格で参加してくるということだと思っんですね。あるいは無料で参加してくる、そういう世界だと

思うんですが、そういう部分でいうと、ほんとのエンターテインメントに消費者としてお金を払って動けるようになるかという部分については、まだちょっと時間がかかるのかなという気がしております。

(中川座長) 重要なご指摘だと思います。

C委員、いかがでしょうか。

(C委員) 私の住んでいる県、かなり農山村が多いものですから、そういったところで現実的な受けとめ方という部分、村の見方で言いますと、農山村はどうしても高齢者の方が多いものですから、インターネットという言葉は聞いたことがあっても、それをどういうふうに使っていいのかわかりませんし、ITというのもどういったことかわからないというところでいいますと、ITの部分での地方と都市の格差はどうしても広がらざるを得ないという部分があります。

しかしながら、若い方々、特に農山村で農業で生きていこうというふうな方々をとりますと、実際にインターネットを使って市場の方に発信している。

そんな方々の話によりますと、情報を受け取るのが大事なんだというふうな話じゃなくて、この時期にどのぐらい良質な生産物を生産できますということを直接東京市場あるいは関西市場の方にこちらから情報を提供してやるのが非常に大事だ、というふうなことを言っておりました。ということをお考えますと、農山村の今後の動向とすれば、そういった積極的な方々、農業を中心として所得、要するに必要としてITを活用しようとする方々にとっては、非常に有効な手段になるのかなと思っています。

(中川座長) 生産情報の市場発信というのはコンピューターでやっているんですか。

(C委員) 実際につくっている農家の方に直接聞いたんですけども、情報発信をいかに早くするかで相手方の信頼をつかむというふうなことがございますから、そういったところでインターネットの活用が非常に効果的だという話を聞いております。

あと、地域内的なITの使い方というのは、多様化がございますので、パソコンを使ってどれだけ効用が大きいかというところで申し上げますと、ある村では、やはり地域資源がなくて仕事のないところですが、重点施策といたしまして福祉、住みやすさ、安心、安全をどういうふうにして住民の方々に提供していくか、ということを中心に首長さんが考えていらっしゃるようです。

そこは、医者がないということと、あと交通アクセスが非常に悪くて、医者に行く道路がなかなか整備されないという部分があるものですから、各戸、テレビ電話ですか、要

するに通信で診察する、そういったものを各家庭に入れていきます。ネットワークをつなげて、そんなことをやっております。実際に入れたんですが、全国でもまれで、高齢者の方が多いものですから、そういった方々には非常に喜ばれています。各戸、要するに個別の方々に対して効用を与えているという部分では非常にいい使い方だと思えます。

あと、特徴的な物の見方からいいますと、農山村の現状はどうかというところですが、高齢化が進行しておりまして、今のところだれでも言っている話ですけれども、一番大きな問題は地域の高齢化が激しいということです。地域でいえば70%、80%の崩壊率というところがございますが、そういったところを通信で結びながら、地区の方々の見回りの部分で使っていくというのが大きいのかなという感じもしますし、多様化したニーズに対してこたえられる部分でいきますと、地域からの情報の発信、受信の部分も含めて農山村の効用は大きいんじゃないかというふうな感じを持っています。

(中川座長) テレビ電話というのは行政がやっているんですか。

(C委員) ええ。なぜ行政が導入できたかといいますと、役場の職員の方なんですよね。役場の職員の方がインターネットを早くから始めていまして、情報発信に詳しい方、要するにインターネットに詳しい方がおりまして、その方が国保の係長になったとき、福祉、安心して、安全に暮らせる村をつくっていこうというのが一つのコンセプトになった。

そのためにどういうふうにして導入していくかという部分でいうと、診療所が遠いわけですから、各家庭にモニターを置いて、通信回線を利用して遠隔で診察していく、あるいは送迎バスを使って週1回は各家庭に回って診療所の方に連れていく、そういった方向性で一つの道を開いているんですが、その係長が言うには「うちの村は確かに過疎なんだけれども、情報の過疎ではない」、自信を持って言われた記憶がございます。

(事務局) 今のお話で例に出された福祉の村にするというのは、どこかからお金が入ってということではなくて、住民の生活をよくするということですが、それ自体は収入にならないわけですね。

(C委員) 収入に結びつかないんですけれども、生活しやすいとか住民の豊かさという部分での満足度は上げられると思います。モニターを家につけていけば、それだけ手間がかかりませんから、その分では実質所得は減らない、所得が上がるという部分では所得保障もあると思います。

あと、もう一つだけ言わせていただくと、先ほどもありましたけれども、農山村であってもいろんな箱物があるんです。各地域地域に必ず1つは箱物があるんですが、その箱物

というのは、そもそも地区の拠点として整備されていた箱ですが、その箱そのものが実際の効用を満足できないという部分がございますので、市町村からの発信という部分の視点もあると思うんですが、地域からの発信という部分で、一つの拠点施設はありますので、ITなりを箱の中に入れる。それだと、地域住民はそこを中心として、いろんな効用を考えてやっていくといった部分も考えられるのかなという感じがします。

都市計画の考え方自体も地区計画という考え方を非常に重要視している面がございますので、地区あるいは集落を地域として、わかりやすく教える方が1人いるというのが前提ですけれども、そういった方を中心としてまとまって、効用、ITを使って地区をどうやって豊かにしていくか。それは食の面でもいいですし、その集落と都市部の何々区でもいいですし、それとを結んでいくということでもいいと思いますが、いろんなことを地区住民の方々に考えさせるのも一つかなと思います。

(中川座長) ここでは、福祉が一つのきっかけになって、コンピューター化というのは、次のステージでは生産面でどうするのかという議論に多分なっていくと思うんですね。そういう意味で非常に威力を発揮しているんじゃないかという感じがしました。

D委員、先ほど双方向の恐ろしさというか、発信すれば受信しなきゃならないということでしたが、何か。

(D委員) 今まで議論してきたのは、インターネットで流される情報は、何となく性善説といいですか、いい情報が前提ですよ。悪い情報に対してどう対処していくのかを考えなくちゃいけないと思うんですね。さっきG委員でしたか、インターネットの情報は整理されていない情報、テレビであれ新聞であれ、そういったものの情報は、一回スクリーニングにかけられて整理されている情報なんですね。インターネットは何があるかわからない。インターネットは、もはやツールじゃなくて環境だと言われているように、どんな情報があるかわからない。そこでやけどをすることもあろうし、けがをすることもあろう、実際に犯罪も出てきている、そういうものに対してどんなふうにしていくのか。

それに対する一つの疑念といいですか、疑いといいですか、そういった懸念があらわれて、今、利用する人の匿名化が進んでいますよね。例えば、「メールマガジン」なんかもそうですけれども、「メールマガジンでは少なくとも名前を入れてください、住所をお願いします」と言っても、実際に開いてみると、かなり匿名で書いてくる人がかなり多い。それはなぜかということ、いたずらとか、そんなのじゃなくて、自分の個人情報がほんとに守られるだろうか、そういう懸念というか、疑念というものがあると思いますが、そうい

うものにはどういうふうに対処していくのか。

利用する人たちも匿名へ逃げて行って自己防衛せざるを得ない、悪い情報に対して自己防衛しているという現実が一般にあると思います。

(中川座長) F委員、 、 、 を含めてどうですか。

(F委員) この資料の中で私がこれから大事だなと考えるのは、今まで教育のことについてご発言がなかったんですが、学校が非常に大切だと思います。2002年までに各小学校に高速回線を引くというお話があるようですけれども、今出ておりましたお年寄りにコンピューターのリテラシーを教えるとか、地域の情報を編集して、どういうふうに関に発信するかという発想を持って、子供と一緒に調べたり、おばあちゃんが学習したりできるところにいるのは学校なんじゃないかと私は思っています。

先ほどおっしゃっていた情報の危なっかしさ、インターネット上にある情報は非常に危険である、子供にどういうふうに関インターネットを使えばいいか、そういうリテラシーをきちっと教える、それは利用者の側でしかできないことだと思うんですよ。そういったものもあわせて教えられる場所にいるのは学校の先生だと思う。ここだけしか見ちゃいけないということで、サーバーを通してアクセスできるサイトを制限するという考え方も一方にはあるんですけれども、それも大事ですが、情報は自分で判断できるような能力を子供たちがつけることがすごく大事だと思います。

インターネットを使って農家の実際を子供が調べることが今年に入ってふえました。来年1年を通してどういう総合的な学習が可能かということ調べて、再来年からはどこでも始まりますから、その中で、先ほど資料にもありましたけれども、人のことを思いはかれるとか、そういった子供に育てるためには、地方が持っている経験の豊かさとか、そういったものを発信していく、都会の学校と交流する中で出していくとか、そういったものがすごく大事だと思います。

地方からの情報発信といったとき、知識の量ということでいえば、東京の方がはるかに知識の量はあると思いますけれども、経験の豊かさとか、自然と人間が取り結んできたいろんな知恵の豊かさというのは地方の方にあると思いますし、コンピューターを使わないおばあさんがたくさん持っていると思いますので、それを何とか電子化して発信していくことを学校が取り組んではいかかかだと思います。そういった学校も幾つかありますので、ご紹介したいと思います。

(中川座長) F委員、最後の都市住民が農山村に何を求めているか、その点はいかがで

しょうか。

(F委員) 都市住民は、自分が死ぬ場所といったら変ですけども、自分が帰っていく場所を探している時期に入っている。高度経済成長のとき都会に出た方たちが多くいらっしゃいますけれども、今でもお正月とお盆には大量に田舎に人が帰りますが、日本のすごく特殊な文化だと思います。そのときに、自分が出た学校があって、その周りの川や山のことが出ていて、その特産品、田舎に残っている同級生がつくっているものを売っている、そういうサイトがもしあれば、都会にいる方は、非常に濃い人のつながりとしてそこを見るんじゃないかと思います。

それはマスコミュニケーションではなくて、非常に個人的な同級会とか同窓会とか、そういうものになるかもしれませんが、お祭りや、自分が小さいころ育ってきたいろんな思い出や経験を地方に求めているんじゃないかと思います。それは健康だったり、農産物だけではないというふうに思います。

以上です。

(中川座長) G委員、全体的にお気づきの点はありますか。

(G委員) ワークスタイルとか産業構造が国全体として変わっていくときにどうなるんだろうか、というのをつくづく考えるんですね。今のままの農山村のありよう、あるいは今のままの産業のありようをよくしようというんじゃなくて、先を見た投資が大事で、先ほど事務局がおっしゃいましたことにも関連するんですけども、農山村の情報基盤を整えることによって新しい様相をつくり出していくことが大事なことだと思います。

CATVは容量が大きいのでそういう意味で期待できるんですけども、農山村が一番困っているのは人口減少と高齢化ですから、新しいワークスタイルによって農山村に人がもっと張りつくようなことが生まれれば、テレワークとかマルチハビテーションのような思想がもっと普及していく。テレワークでも、特殊な技能を持った人が田舎に住んで自由に仕事をするという方法もあるでしょうし、これまでとは違うアウトソーシングみたいな発想も出てくるでしょうから、農山村イコール農業のところというふうに見ないで、情報産業も、情報産業というとソフト開発みたいな話になりがちだけれども、そうではなくて、新しい仕事の仕方が農山村で生まれてくることに期待して、ユニバーサルアクセスみたいなものを可能にしていく先行投資という意味で期待される場所があると思います。情報基盤の整備においてはそういう発想がどうしても要るんじゃないか、今の問題を解決するだけではないというふうに思います。

それと、田舎ならではの情報はいいものがあるって、先ほどF委員がおっしゃったように、田舎は徳育・体育には適した環境であると考えていいと思います。エコツーリズムの一種かもしれないけれども、環境教育とか、その部分は強調していいと思います。今まではどうしても既存の産業と絡めようとし過ぎていたんだけど、環境教育だってビジネスになるはずですよ。

例えば、これもさっきの富良野の話ですけども、富良野ネイチャークラブというのがあります。気球に乗る体験とか、いろんな自然体験のメニューを用意してたりするんですが、そういうのは結構来ているし、清里では毎年、カントリーフェアというのをやっています。

これはイベント大賞を取ったんですけども、単に地元の人がホストで、都会の人はゲストじゃない。そうすると、田舎の人は受け入れ態勢を整えるのに大変なんですね。男はイベントをやりたいがるけれども、おかあちゃんは「やめてくれ」と言うわけです。奥さんたちが大変だということはあるんですが、この場合は都会から行った人がホストもやるんです。駐車場の整理とか、全部お手伝いするわけです。事務局機能は当然地元にあるけれども、さっきの話、自分の持っているノウハウとかを提供して、ボランティア精神でイベントも一緒にやっていくということであればやりやすいですね。しかも、ここは環境教育のメッカになっていまして、そういうプログラムもいっぱい持っています。

ここだけじゃなくて、全国で最近すごく出てきていますけれども、最終的には、インターネットで情報を得たとしても、そこへ行った方がいい。田舎の場合、行かないと得られない情報はいっぱいあるわけで、そこが大事なかなと思います。

(中川座長) 最後にH委員。

(H委員) 幾つか教えていただきたいんですが、情報発信量とか情報のストック量とかはどうやってはかるものですか。1ヵ月と時間を決めて、はかるやり方があるんでしょうか。

(事務局) 情報センサスというやり方があるって、どういうものを調査の対象にするかという、電気通信系というのがあって、あと輸送系、2つに分かれます。

電気通信系はどんなことをやっているかということ、まずパーソナルメディアとマスメディアの2つのカテゴリーがあります。パーソナルメディアというのは、加入電話から始まってテレックスであったり、あるいは無線なんかも入っていますが、これは通信系のパーソナルメディアです。通信系のマスメディアというものになると、地上波のテレビ放送か

ら始まって有線、ラジオ等まで入っています。

輸送系というのは、物を運ぶということで、パーソナルメディアの代表的なものは封書とかはがき、マスメディアというのは新聞とか雑誌、そういうものがこれに入っています。

こういうようなメディアにある一定の係数を掛けて積算するわけです。文節で切るということですが、日本語一語をワードというふうなものにして、そのワードを積み上げて情報の発信量、あるいはストック量というのは1年間置いておくものです。放送されたものは1年以上置いておくわけですが、そういうものはストック情報ということで、また改めて積算して調べるという調査があるということです。

(H委員) もう一つ、3 - 1に非D I D地区というのがありますが、これはどういう意味でしょうか。

(中川座長) それは僕が説明した方がいいかもしれませんが、国勢調査で人口集中地域がありまして、調査区の人口が1ヘクタール当たり平均で40人以上の人口密度を持つところをD I D(デンスリー・インハビテッド・ディストリクト)と言いますけれども、そういう定義です。

(H委員) 40人以下ということですか。

(中川座長) そうそう、市街地以外ということですか。

(H委員) それで、この資料から拝見して考えたのは、1番に関しては、技術的にはそういう情報の受発信が可能になるということなので、今、発信されている情報の分野プラスもっとパーソナル化された個別情報がどんどん発信されるし、受信されると思うんですけども、さっきD委員がおっしゃったとおり、双方向ということを経験している限り、必ずお返しをしないとイケない。素人が地域情報を発信してやっている分にはいいんですが、企業がそういうことをやる場合、受け手から来たものに対するレスポンスがすごく大変なことになるんじゃないかというふうに考えます。

2番に関しては、当然情報は増大していくと思いますけれども、どっちにしても都市部に生活している人たちに対して、購買情報とか、そういう形の情報の選択肢が多くなって、基本的に農山村からは「買ってください、来てください」。情報の中身的には、受け手と送り手という形は今よりかなり双方向になるんですけども、本質的には情報の受け、送りという力関係は余り変わらないんじゃないか、というふうに考えます。

3番に関しては、この資料から拝見すると、一言でいうと、都市部の人々が求めているのは精神的ないやしと新鮮な産地直販、そんな感じかなと。ここにも書いてあるとおり、ほ

かの委員もおっしゃっているとおりエンターテインメントになると思います。ただ、若い人とか目的意識がある人たちと体験・観光に来る人と2つに分かれて、例えば若い人だと、安い賃金で衣食住を保障して、1ヵ月とか半年働くとか、体験型だと、たとえば、地吹雪ツアーといって、地元の人が外に出ない寒い吹雪の日に大阪とか東京から来てキャーキャー歩いて歩いている、そういうのがあると思います。

あと、文部省と科学技術庁の事業で、パークレンジャーというのがあります。これは、子供たちを集めて世界遺産の中へ入って行って、環境を保護するための活動をするというイベントですけれども、全国でやっているらしいんですが、集めても30人か40人ぐらいしか集まらないということなので、新しいコミュニケーションツールがあればもっとふえるんじゃないかと思います。

2002年から総合学習をやることになっていて、そういうふうな時間をまとめて4泊5日とかで東京の子供が地方まで来て、それが授業の単位になるとか、そういうふうな形が考えられるのではないかと考えました。

以上です。

(中川座長) E委員、最後に何か言いたいことがあったら。

(E委員) 先ほどインターネットのお話があったんですが、私、インターネットを使っているんですけれども、使いたいと思ったときダイヤルアップでつながり方と、ワンタッチで常時接続とでは全く環境が違う。テレビをつけるのとコンピューターを立ち上げる差ぐらい、もっとあると思いますが、そういった意味で、環境が整うことでいろんな情報発信するチャンスがふえる。これはしょうもない情報かもしれませんが、それが受け手にとってどうかという視点があるのかなと思います。したがって、環境がそろってき細かい情報を出せるようになれば、もらう側はおもしろがって受けられるようになるんじゃないか。そういった意味で、1番と2番を合わせたような形ですが、環境の整備に伴って情報の発信がもっとふえるだろう。

3番目について思うのは、人が来るところでは、先ほど環境教育がビジネスになるというお話がございましたが、エンターテインメントとして楽しめる環境、態勢、ここの部分に目を向ける必要があるんじゃないかなと思います。つまり、目的地までさっといけるような移動機関がない。通常の公共機関を利用しながら行くというのもあるんですが、一気に運んでしまえばツアー的なものが組めるとか、そこに行ききちんと指導できる方がいるとか、そういうところに目が向いていけば、先ほど全国から集めても余り集まらな

いということを言われたんですけども、小さな人数でもビジネスになる、そんな視点からのアプローチが3番、2番に必要なんじゃないかと思います。

(中川座長) 事務局から最初に、情報発信ということは物品流通の拡大みたいな感じでどうかというお話がありました。音更は、先ほど紹介がありましたように、ケーブルテレビをやるけれども、農家の方は自分で発信したい、インターネット接続もCATVの中で期待したいという欲求が背景にあるという話があったんですが、結局、中央でつくられて、中央から流れてくる市場情報の質、量を上回る、主として質ですが、その情報を手に入れることができれば田舎の人が勝つわけです。

しかし、農産物の販売にかかわる情報というのは、実態的に農民が情報を手に入れるソースは非常に少ない。そういう意味で音更の農業者の需要は非常にビビットに僕は聞こえたんですけども、いろんな意味で政策的な制約要因をもっと外して、農民にダイレクトに情報が入ってくるような条件をつくっていくことが農業の世界では非常に大事ではないか。そういう感じがします。

(事務局) ITを使って効率が高まっていくとか、利便性があるとか、その潜在的な可能性を否定するものではないんですけども、先ほど来話を伺っていると、人がこれに求めるものは、さっきお話があったように、自分が生まれ育った故郷のサイトがあって、そこに自分の仲間がいるという話、もう一つは、農家が自分はこういう製品をつくっていますよとのっけるという話ですね。一般化した情報をのっければのっけるほど、人がこれに求める部分と物すごくかけ離れていくんじゃないかという気がしてしまっていて、一体どういうふうに解釈すればいいんだろうか、どういうふうに考えていけばいいんだろうか、先ほど来ちょっとわからなくなっているんですが。

個別化した感性に訴えるような情報を都市の住民は得たいと思っているだろうと思うんですが、それに対して農山村からある程度スクリーニングされて一般化した情報が来れば来るほどミスマッチみたいなことが起こっていくんじゃないかという気がふっとしたんですが、そんなことはないでしょうか。

(F委員) 農村の側から一般化したものが出ていく……

(事務局) 例えば商品の情報にしても、地域を紹介するにしても、ある程度一般化した情報を発信せざるを得ないですよ。

(F委員) 一般化すればするほどミスマッチが起こってくる、逆だと思います。非常に個性的で、情緒に訴える。1万人に1人、5,000人に1人でも自分のことがわかるんじゃ

ないかと思う個別なものほどインターネットではマッチするんです。

(牛嶋局長) そうすると、マーケットというか、ニーズは余り広がらないですね。

(F委員) いいえ、それが巨大な数になると思います。

(事務局) それが積もり積もっていった物すごく大きくなっていく……

(F委員) 大きいものだと思います。

(中川座長) 逆に、農村はいきなりパニックになって対応できない。「このミカン、うまいよ。1箱上げます」とか、例えばある祭りで、「5キロのお米を15袋上げます」とたれかが書いた途端、5,800人が「ください」と来て大騒ぎになった、そんなのはよくあるんですね。「このミカン、うまいですよ」と言った途端にどーっと集まってくるのは巨大な情報ですよ。先ほどの発信すると応答しなきゃならんのも同じことが完全に今、起こっていますね。だからマーケットは非常に大きいです。ところが、農家は物すごい生産単位が小さいから対応できない。

ただ、3次産業が極端に発達して、中央政府があって、情報が圧倒的に中央にあるというのは、産業の偏りというか、行政を含めた第3次産業が非常に巨大だからそうなるのは当然だし、それで測定するのはまずいのであって、先ほど地方収支があったとき、地方の貿易収支で、関西は情報発信量は少ないみたいに見えるけれども、収支格差からいうと、かなり高いシェアを持っているんですね。だから、ここで表現された情報の量と、有益かどうかはまた別ですが、情報発信量とは全然別ではないか。農村の発信量はそんなに大きくないけれども、ネットによってマーケットの拡大はかなりの程度可能である部分もあるということは、情報量全体を計測するのではなくて、実態的に存在するというイメージでとらえる必要があるんじゃないかと僕は思います。

(G委員) 今のお話で、インターネットで5,800人来た、自動的に顧客データベースができるというのはすごいことだと思います。それに対応するのも大変だけれども、それは顧客の可能性になっている。直売ということがこれからすごい大事であるなら、その価値も認める必要がある。来たものに対して、それをこちらサイドでどう処理するかというのは、最初の情報の出し方と後の処理の仕方はまだまだ相当工夫が要ると思うんだけど、可能性は高い。

(中川座長) では、これできょうは終わらせていただきたいと思います。

次回はいかがですか。

(事務局) 次回につきましては、資料にありますように、11月6日、時間と場所は今日と同じでやります。

中身は、今日の議論を受けまして、ではどのようにITの活用をするのかということを議論していただくわけですが、今日の議論を受けて事務局の方でペーパーを作って、それに基づいて今日と同じようにいろいろ意見を出していただくという形で進めたいと思います。