

「ＩＴ革命と農山村等地方からの情報発信研究会報告書
- インターネットを通じて都市との対話を深めよう - 」について

1 趣旨

昨年 7 月に閣議決定された「経済社会のあるべき姿と経済新生の政策方針」においては、中山間地域・離島等の活性化方策の一つとして、生活基盤の効率的な整備が必要との政策方針が示されました。

この課題を検討するため、今年 9 月、総合計画局長の私的研究会として、ＩＴ革命と農山村等地方からの情報発信研究会（座長：中川聡七郎 愛媛大学農学部教授）を設置し、このたび、本研究会での議論（開催：5 回）の成果を、別添の報告書として取りまとめました。

2 報告書の概要

インターネットの活用を始めとするＩＴ革命の進展は、人々の生活に対し、あらゆる面で変化をもたらすと考えられ、農山村等地方においても、以下を踏まえ、各地に潜在している多様なコンテンツをネットワーク上に積極的に掲載することにより、都市との交流や地域の活性化を図っていくことが重要。

- （１）地域ブランド力の強化
- （２）情報受発信のための組織・体制の整備
- （３）情報発信活動への住民参加の促進
- （４）情報発信における広域連携
- （５）教育機関との連携
- （６）ＩＴリテラシーの向上

なお、地域における情報受発信のためのＩＴ整備事例を紹介。
（調査先：計 6 か所）

問い合わせ先 経済企画庁総合計画局 農林水産業班 岩本、高木 直通：3581-1082

I T 革命と農山村等地方からの情報発信研究会

報告書

—インターネットを通じて都市との対話を深めよう—

平成 1 2 年 1 2 月

IT革命と農山村等地方からの情報発信研究会報告書

目 次

はじめに	1
(IT革命とは何か)	
(農山村等地方への期待)	
(IT革命がもたらす変化)	
第1章 IT革命の進行	3
1 ITの現状	3
(1) インターネットの急速な普及	
(2) 情報量の飛躍的増大	
(3) モバイル通信、iモード等の爆発的普及	
(4) テレビ放送のデジタル化の進展	
2 ITの活用と対応	5
(1) 新しいビジネスチャンスの到来	
(2) 地方におけるIT革命の進展状況	
(3) 生活にもたらす変化	
(4) 米国と日本、都市と地方との通信料の差異	
(5) 個人情報の保護	
第2章 農山村等地方と都市との新たな関係	9
1 農山村等地方と都市との関わり	9
(1) 農山村等地方の現状	
(2) 都市住民の意識と行動	
2 農山村等地方から都市住民への情報発信の必要性	11
(グリーンツーリズムを例として)	
(1) 観光動向の変化	
(2) グリーンツーリズムの普及の可能性	
(3) 農山村等地方からの情報発信の方法	

第3章 農山村等地方からの情報発信の活性化	13
1 地域情報の重要性	13
(1) ディズニーランド方式におけるIT	
(2) 農山村等地方の日常を伝えるIT	
2 情報発信のための組織・体制	15
(1) 情報発信に望ましい組織・体制	
(2) ボランティア活動の活用	
(3) ボランティア活動の安定化策	
(4) 情報編集能力の向上	
3 情報発信活動への住民参加	18
(1) 情報発信を行う場所	
(2) 高齢者が参加しやすい環境づくり	
4 情報発信における広域連携	19
5 学校教育との連携	20
(1) 地元の小中学校との連携	
(2) 大学の教授・学生との連携	
6 ITリテラシーの向上	21
(1) 講習会の充実	
(2) ITリテラシー向上を図るための防災訓練の活用	
(3) ITを使った情報公開の推進	
第4章 情報の受発信のためのIT整備	24
(1) 大潟村ポルダ―ネット	
(2) 大山町有線テレビ(OYT)と「おおやま生活領事館イン福岡」	
(3) 関宮町有線テレビジョン(SYT)とインターネットでの動画情報発信	
(4) 山田村地域情報交流拠点施設整備モデル事業	
(5) 乗鞍 Cyber Network	
(6) 最強の農家集団「元気ねっと」	

はじめに

（ＩＴ革命とは何か）

デジタル技術の飛躍的な進歩を背景として、インターネットやモバイル通信の急速な普及、放送のデジタル化・多チャンネル化など情報通信環境が大きく変革しつつある。

インターネット等高度に電子化された情報通信のネットワーク、すなわちデジタル・ネットワークは、

- ・ 空間の制約を取り払い、世界中の誰とでも情報のやりとりを可能にする、
- ・ 時間の制約を取り払い、いつでも相手に情報を届け、また相手から情報を受けることを可能にする、
- ・ 情報受発信のコストが低廉化し、多様な情報の流通を可能にする、
- ・ ネットワークを通じた情報発信は、情報を多くの人が同時に共有することを可能にする、

などの特性を有し、人々に「多様な選択」と「自由な参加」の機会を提供することで、企業活動のみならず個人の生活様式までも変革をもたらすと見込まれている。

なお、情報技術の高度化と、これがもたらす社会経済全体の変革は、ＩＴ革命と呼ばれているが、ここでは、インターネットを中心とする技術が普及することによる変化に焦点をあてた。

（農山村等地方への期待）

物質的な豊かさの実現にともない、都市を中心として環境への関心の高まりや、「物の豊かさ」より「心の豊かさ」を重視する方向への価値観の変化など、国民の意識が変化してきており、農山村等地方に対する見方が大きく変わり始めている。

農山村等地方では、少しでも都市に追いつきたいという強い願望のもと、いわゆる近代化を強く志向してきた。しかしながら、これとは裏腹な形で、農山村等地方の豊かな自然環境とその中で育まれてきた生活や文化、そしてゆったりとした時間の流れに対する見直し気運が、都市とりわけ大都市を中心に芽生えてきており、農山村等地方に対し、情操教育の場、文化・芸術活動の場、さらには多様なライフスタイル実現の場としての機能発揮が求められるようになってきている。

また、食料に対する意識も、少々値段が高くても安全で良質な食料や、地域的な特色のある食品を求める方向へ多様化してきており、生産者の顔の見える農産物が求められ、多品目少量生産や直接取引方式など新たな生産・流通・消費環境が形成されつつある。

(I T 革命がもたらす変化)

近代工業社会を発展させる中で、規格大量生産に最も適合した社会経済システムが構築されてきたが、情報化、グローバル化、ソフト化が進む I T 社会では、これまでの様々なシステムが大きく変化していくと見込まれる。

その一つが、I T が人と人との間にあるもの、つまり、ヒューマンウェアであるということに基づくものである。人と人とのつながり、交流という分野で大きな変化がもたらされることが予想される。

従来は、生活領域を越えて生活圏以外の地域に広がる空間イメージというのは、希薄なもの、漠然としたものとなりがちであった。都市と農山村という関係を考えても、これまでポスターやメディアを使った広告あるいは、農産物の直売等の各種の取組を通じ、農山村の魅力を都市に伝え、顔の見える関係を構築する試みが行われてきたが、未だ道遠しというのが現状であろう。

その地域に住む人々にとっての通常の生活、日常というものが、その地域以外に住む人々にとって魅力に富んだ非日常と写るものとなれば、そこから必ずや交流が生まれる。まだまだ、都市の住民は農山村等地方の日常を知らないし、地方の住民は自らの日常が都市の住民にとり関心と呼ぶものであるということを知らない。インターネットが従来の情報の受発信の壁を乗り越え、以下のような形で両者を結び、都市と農山村等地方の間に新しい関係を築いていくことが期待される。

- ・ インターネットが、実在する農山村等地方の自然や日常生活を情報量豊かに臨場的かつ継続的に全国に届ける手段となる。
- ・ 発信された情報が、交流のきっかけ、あるいは交流の継続の原動力として大きく寄与する。
- ・ その結果、I T が高度に進んだ社会においては、都市と農山村等地方とのより密度の濃い交流・連携が可能となり、農山村等地方での経済や社会の活性化がもたらされる。

本報告書は、以上のような仮説を検証し、実現に近づけるため、情報発信や地域振興の分野に携わっている専門家にお集まりいただき、自由な討議をお願いし、その結果を取りまとめたものである。

第1章 IT革命の進行

1 ITの現状

(1) インターネットの急速な普及

平成12年版通信白書によると、1999年末における我が国の15～69歳までのインターネット利用者数は2,706万人（対前年比59.7%増）と推計されている。また、同年末のインターネット普及率は、世帯では19.1%、企業に至っては88.6%となっており、様々な場所において、インターネットが普及していることがわかる。

我が国でインターネットの商用利用が開始されたのが1993年であることから、わずか6年でこの水準まで普及したことになる（参考までに、世帯普及率10%達成までに各メディアが要した期間を比較すると、携帯電話は15年、FAXは19年、電話は76年であったことに對し、インターネットは5年である）。

なお、同白書では、国内のインターネット利用者数は、引き続き増え続け、2005年末には7,670万人に達すると予想されている。

インターネットの利用により、「遠くの友人」や「疎遠となっていた人」と連絡をとる回数が増えた人が5割、「直接あったことのない友人の数」が増えた人が4割いる。このように、インターネットによって旧知の友人との交流がより頻繁になる一方で、趣味や考え方を共有する新しい友人の縁が結ばれつつあるという変化が生じている（資料1参照）。

(2) 情報量の飛躍的増大

インターネット利用の拡大に伴い、WWW（ウェブ）上で発信される情報量も急増している。99年8月の郵政省調査によると、我が国のウェブサーバー総数は8.5万台（対前年同期比1.57倍）、ウェブ総ページ数は3,850万ページ（同2.15倍）、ウェブでアクセスできる総ファイル数は8,570万ファイル（同2.35倍）、ウェブでアクセス可能な総情報量は1,889GB（同2.82倍）に達するとされている。

(3) モバイル通信、iモード等の爆発的普及

平成12年版通信白書によると、携帯電話及びPHS等を利用した、いわゆるモバイル通信の契約数と加入電話契約数を比べると、99年度末には、モバイル通信の契約数が加入電話契約数を追い抜いており、「モバイル化」の進展がうかがえる。

また、現在、インターネットが急速に普及している中、コンピューターによらず携帯電話やPHS単体でのインターネット利用の需要が高まりつつある。携帯電話等単体では、従来から電子メールサービスがインターネット経由で利用されていたが、99

年から、NTTドコモグループのiモード等、多彩な携帯電話専用のウェブサイトにもアクセスできる文字情報サービスの提供が開始されている。

これらモバイル通信は、いつでもどこでも電子メール等のコミュニケーションを図るというだけでなく、人々に対しコンピューターでなくてもインターネットを利用できるという認識をもたらした。中でもiモードの契約数は、2000年2月末時点で447万契約となっており、国内主要プロバイダーが何年もかけて増やしてきた各社の契約数を、およそ1年で上回った（資料2参照）。

（４）テレビ放送のデジタル化の進展

ア． 動向

放送のデジタル化は、放送のチャンネル数の増加や、番組・サービスの多様化による視聴者の選択範囲の拡大、データ放送、双方向サービスなど、情報通信・コンピュータとの連携・融合による放送サービスの高度化等を実現するものとして、現在世界各国で進められている。我が国においても、すでにCS放送、BS放送やケーブルテレビの一部でデジタル放送は開始されており、今後、地上放送、衛星放送、ケーブルテレビの3つのメディアが早期にデジタル化されることが期待されている^{*注}。

^{*注} 衛星放送では、1996年にC Sデジタル放送が開始され、2000年12月からはB Sデジタル放送が開始された。

また、地上放送のデジタル化については、関東・中京・近畿の3大広域圏について2003年末まで、その他の地域については2006年末までに本放送が開始されることを目標に、現在、環境整備が進められている。

イ． 放送と通信の融合

従来、放送と通信は、不特定多数に片方向で情報伝達を行うラジオ・テレビという放送と、特定の者に主として双方向で情報の伝達・交換を行う電信・電話による通信に明確に分離されてきた。

しかし、インターネットの出現・普及により、この2つが接近しつつある。つまり、インターネットの出現により、普通の人々が、低コストで不特定多数に対して情報発信を行うという放送的活動とその双方向でのコミュニケーションや特定の相手とのコミュニケーションを行うという通信的な活動を同時に行えるようになってきている。

また、従来、野球・相撲・プロレス等娯楽性の高い番組のみならず、ニュースについても、全国同様の実況中継が求められたこと、番組を提供するスポンサーが高度経済成長下で全国規模に成長し、番組の全国ネットが求められたこと等が背景となり、キー局を中心とする一元的な放送が、日本全国で行われるというのが主流となっ

てきた。これは、地域の独自性に大きな影響を与えるものであった。

これに対し、インターネットにより発信される情報は、その発信に必要なコストが低いことから、1000 万人といった多くの人が見ないとコストが回収されないテレビ放送とは異なり、例えば 1,000 人に 1 人が興味を持つというものでも十分情報としての価値を持つと考えることができる。情報発信者の身の丈にあった情報を無理なく発信し、情報のエンド・ユーザー同志でその情報が広がるという効果が期待でき、情報発信の分散化がもたらされると思われる。

ウ． 情報の東京一極集中の是正

現在、インターネットの利用環境を始めとして、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ものの、平成 12 年版通信白書によると 98 年度時点で、通信、放送を始めとする各メディアにおける発信情報量の各都道府県別のシェアについて調べると、東京都が 19.4%と突出しており、2 位の大阪府（7.3%）の 2.7 倍となっている。以下、神奈川県（6.2%）、愛知県（4.8%）、千葉県（4.7%）と続き、上位 7 都道府県で全体の 50%を占めている。また、都道府県別の 1 人当たりの発信情報量を見た場合でも、東京都が全都道府県平均の 2.1 倍となっており、他道府県を引き離している（資料 3・4 参照）。

しかし、IT 化が進展し、ネットワーク化することにより、全国のどの地域にいても低コストで不特定多数に対して情報発信を行うことが可能となるとともに、そのリアクションを受けることが可能となる。農山村等地方に潜在している多様な情報をネットワーク上に積極的に掲載していくことにより、このような情報発信の東京一極集中の状況を改善することが可能となることが期待される。

2 IT の活用と対応

（１）新しいビジネスチャンスの到来

インターネットビジネスには大きく分けて、インターネット上で財・サービスの受発注を行う商取引である「インターネットコマース」と、システム構築や接続等の「インターネット関連ビジネス」があり、平成 12 年版通信白書によると、1999 年におけるこれらの市場規模は、合計で 21 兆 1,756 億円となっている。このうち、99 年の国内のインターネットコマースの市場規模について見ると、まず、最終消費財市場（企業・消費者間商取引）では、99 年 12 月末時点において、ネット上で営業している店舗数が 20,304 店舗（対前年比 55.6%の伸び率）まで増加していることもあって、3,500 億円（対前年比約 2.1 倍）となっている。これは全産業の最終需要の 0.06%、イン

ターネット人口一人あたりに換算すると約 12,934 円に相当する。また、同市場は、2005 年には 7 兆 1,289 億円に達するものと予想されている。次に、中間財市場（企業間商取引）では、電子化による取引企業間での受発注の効率化等により、14 兆 4,298 億円と推計されている。これは、全産業の中間需要の 3.3%に相当する。また、同市場は、2005 年には 103 兆 4,219 億円に達するものと予想されている。

農山村等地方においても、このような流れを新しいビジネスチャンスと捉え、ホームページ等により積極的に情報を発信し、農林産物や加工品等を全国規模で販売している農家や企業等の数が増加してきている。

インターネットコマースにより、農山村等地方の生産者側にとっては、市況情報等が常時リアルタイムで収集が可能、自らの産品に強い興味を持ってくれる消費者を見出すことが可能、流通業者の中間マージンを排除することが可能等のメリットがある。

一方で、都市住民等の消費者側にとっては、情報的制約により今まで存在を知り得なかった商品・サービスを知り得る機会が増大した結果、その中で商品・サービスを選択できるようになる等の消費選択の多様性の拡大、24 時間好きな時に、好きな場所で購入申し込みが可能になる等の消費生活の利便性の大幅な向上、消費者が好みに合わせて商品の仕様を設定し、購入を申し込むことが可能、生産者の顔が見えることにより、購入商品に対する安心感を得ることが可能等のメリットがある。

また、インターネットは時間や距離の制約をなくし、双方向の情報交流を可能にするツールであるため、取引においても、生産者・消費者相互間のきめ細かい情報交換が可能となる。

石川県にある（有）Nは、水稻・野菜等の栽培と販売、かぶら寿し、漬物、かきもち等の農産加工・販売、水稻の農作業請負等の事業を行っており、特に、生産物の販売においては、主に自社の直売所と通信販売で直接行っている。

同社は早くからコンピュータを活用し、綿密な経営管理に取り組んできたが、現在はインターネット上にホームページを開設し、商品の紹介を行うほか、会社の経営理念や作業日誌等を掲載して企業姿勢を積極的に P Rするとともに、農業体験の研修生の募集や、ホームページ上の掲示板を気軽な情報交換の場として広く開放する等、経営の活性化等に役立っている。

（２）地方におけるＩＴ革命の進展状況

地方におけるＩＴ革命の進展状況を、個人の情報端末普及度やインターネット利用環境に関連した、携帯電話及びパソコンの普及率並びにアクセスポイントの設置密度などでみると、やや大都市圏先行型ではあるが、地方圏でも整備が進展してい

る。*注

また、農林水産省が1997年10月に実施した調査によると、インターネットでホームページを開設している市町村は約3割であったが、1999年12月現在、(財)ふるさと情報センターのサイトにリンクしている市町村のホームページ数が全国市町村の6割を超える2,044に達しており、インターネットによる情報発信が急速に進んでいることがわかる。

さらに、(財)21世紀村づくり塾がホームページを開設している200市町村に対して実施したアンケート調査結果(1998年12月調査)によれば、ホームページの7割以上が市町村の歴史、文化、景観、イベント等を紹介する内容を含んでおり、自分たちの地域の魅力を外部に発信することにより、地域外の人々との交流を求める手段として捉えている状況がうかがわれる。

このように、インターネットは地域情報をリアルタイムで効率的に発信する上で大きな役割を果たし得るものであり、今後、都市と農山村等地方の交流を通じた農山村等地方の活性化への効果が期待される。

*注 なお、平成12年11月27日にIT戦略会議が発表した基本戦略によると、競争及び市場原理のもと、5年以内に超高速アクセス(目安として30~100Mbps)が可能な世界最高水準のインターネット網の整備を促進することにより、必要とするすべての国民がこれを低廉な料金で利用できるようにする(少なくとも3000万世帯が高速インターネットアクセス網に、また1000万世帯が超高速インターネットアクセス網に常時接続可能な環境を整備することを目指す)ことを提言している。

(3) 生活にもたらす変化

IT革命が人々の生活にもたらす変化としては、放送や消費生活については前述のような変化が挙げられるが、他には、教育、福祉、労働等の面での変化が期待される。

まず、教育の面では、学校教育の場において、都市部、へき地等の居住地にとらわれず、児童・生徒の高品質の学習機会の増大、学校間や学校・教育施設間の交流等による知識の増大や人のつながりの拡大等を図ることができる。またこのことは、生涯教育の面においても同様である。

次に福祉の面では、通信技術を応用した遠隔医療システム、介護サービスを受ける高齢者の健康管理システム、高齢者のみの世帯に対する24時間対応の遠隔型健康監視システム、PHSシステムを活用した徘徊老人の探索・保護システム等への活用が期待される。

さらに労働の面では、企業の組織体制や業務プロセスの変革が進展することにより、データの収集・伝達といった事務労働・単純管理労働に対する必要性が低下し、よりアイデアの創造に携わる専門的知識労働に対する需要が高まると予想される。また、ネットベンチャーやSOHOといった個人の創造性や能力を生かした活動が活発化

し、時間的・距離的制約が解消される結果、都市から地方へ居住を移す等、多様なライフスタイルが実現されることが予想される。＊注

＊注 平成 12 年 11 月 29 日に成立した「高度情報通信ネットワーク社会形成基本法（ＩＴ基本法）」においても、「高度情報通信ネットワーク社会の形成は、情報通信技術の活用による、地域経済の活性化、地域における魅力ある就業の機会の創出並びに地域内及び地域間の多様な交流の機会の増大による住民生活の充実及び利便性の向上を通じて、個性豊かで活力に満ちた地域社会の実現及び地域住民の福祉の向上に寄与するものでなければならない」と規定されている。

（４）米国と日本、都市と地方との通信料の差異

我が国とインターネット先進国である米国について、インターネットを常時接続で利用した場合の料金を比較すると、現状では依然大きな差がある。しかし、我が国においても、近年、インターネット利用者が爆発的に増加している一方で、通信料金の定額制の導入及び料金の低廉化が進みつつあり、今後も、利用者間のニーズの高まりと事業者間の競争によって、インターネットの通信料金は今後も一層低廉化していくことが期待される。

ただし一方で、現在、これらのサービスは限られた地域のみにおいて提供されているため、今後は利用料金の低廉化とともに、全国においてサービスを利用できるよう、インターネット利用環境の地域間格差の是正が求められる。

（５）個人情報の保護

情報通信技術の発展により、電子化された情報をネットワークを介して大量かつ迅速に処理することが可能となり、その蓄積、検索、利用等も容易となってきたことから、個人情報を保護する必要性が以前にも増して急速に高まっている。また、ネットワーク社会における電子商取引の発展等を促進するためには、情報の自由な流通が不可欠であることから、利用面の有用性にも配慮した個人情報保護の在り方についても検討が進むものと期待される。

第2章 農山村等地方と都市との新たな関係

1 農山村等地方と都市との関わり

(1) 農山村等地方の現状

農山村等は、我が国における農林漁業の持続的な発展の基盤として重要な役割を担うと共に、国土の保全、水源の涵養、自然環境の保全、良好な景観の形成、文化の伝承等において重要な位置を占めている。

しかしながら、農山村等の人口減少は歯止めがかからず、若年層の流出等による高齢化も、我が国社会全体に先行して進行している。また、農山村等は、多くの集落によって構成されているが、この20年間で約3,000集落が減少し、約14万集落となっている(資料5・6参照)。

こうしたことから、耕作放棄地の増加等による多面的機能^{*注}の低下が懸念されている。

^{*注} 農業は、自然環境と調和した生産活動を通じて、国土や自然環境の保全、良好な景観の形成等人間の生活に欠くことのできない多様な役割、すなわち「多面的機能」を果たしている(資料7参照)。

(2) 都市住民の意識と行動

一方、農山村等地方からの人口の流出先となっていた都市においても、様々な問題が生じている。

公害・廃棄物処理といった環境問題、住民同士の対話・交流の減少による地域コミュニティの喪失、交通の混雑・渋滞と車優先社会による弊害、仕事に追われる男性と家事・育児の負担が重くのしかかる女性等、それぞれについて報告書をまとめなければならない程の大きな問題が多数ある。

ここでは都市住民が、忙しくゆとりのない生活の中で、農山村等地方に対してどのようなことを求めているのかという点にスポットを当てることとする。

ア. 高まる仕事上のストレス

自分の仕事や職業生活面での、「強い不安、悩み、ストレスがある」とする人の割合は、1997年に63%と、1982年の51%と比べて大幅に上昇している。その原因は、「職場の人間関係の問題」が最も多く、次いで「仕事の質」、「仕事の量」、「仕事への適性の問題」の順となっている(資料8参照)。

また、「仕事上のストレスを強く感じている」人は、「余暇を自然の中で過ごしたい」と思う割合が82.2%と、「仕事上のストレスを全く感じない」人の55.7%と比べるとかなり高い。さらに「農山村滞在型の余暇生活を過ごしてみたい」と思う人の割合は、

都市規模が大きくなるほど多くなるという傾向が見られる（資料 9・10 参照）。

イ． 潜在する農山村等地方への移住希望

都市住民の価値観やライフスタイルの多様化を背景に、農山村等地方に居住しようとする人が増えてきている。都市住民の農山村への居住や関わりについての意向の調査結果によると、将来も含めた農山村への移住希望者は、都市住民の約 40% にのぼる。移住したい理由としては、「自然に親しみたい」「自分の健康や心のゆとりのため」というのが圧倒的に多くなっている（資料 11・12 参照）。

ただし、移住したいという希望は持っていても、実際に移住するとなると話は別である。平成 12 年 2 月の（社）全国農林青少年教育振興会の農業転職者に対するアンケート調査結果によると、ほとんどの人が転職前よりも年収が減った、あるいは年間休日数が減ったと答えている。しかしながら、その一方で、大半の人が転職前よりも仕事が面白くなったと答えている（資料 13 参照）。

ウ． 環境保全への貢献

森林は、雨水をしみこませ、きれいでおいしい水にして蓄え、それを少しずつ染み出させていく機能を持っている。大雨などの際に土砂が流れ出すのを防ぐ役割もある。ところが、山村の過疎化、林業従事者の高齢化などが原因で、川の上流部に位置する森林で手入れが行き届かず、間伐が行われないうところも多くなっている。このような人工林は、下草の生育が阻害されることから、表土が流されやすく、保水力やろ過機能が低下する。こうした森林の状態が、下流の都市住民にも関わりの深いものだということが認識され、上流と下流の住民が協力するという取組が、各地で行われている。

横浜市の飲み水の 4 割弱は人口 2 千人あまりの山梨県道志村から供給されている。このため、平成 9 年に横浜市と道志村が共同で「道志水源基金」を設置し、森林内の遊歩道の整備、ゴミ置き場の設置、河川の清掃を行う取組が始まっている。また、横浜市民に森林がいかに重要かを知ってもらうため、毎年夏に横浜市内の親子を道志村に招き、森林体験教室や村の小学生との交流会も開かれている。

また、森林保全の活動と同様に、保水、防災という様々な機能を持ち、美しく心とませる風景を持つ棚田を保全するため、棚田オーナー制度が各地で導入されている。

千葉県鴨川市の大山千枚田は首都圏にある棚田であるが、標高差約 60m の間に 375 区画の小さな田んぼが集まっている。水を張る部分の面積は合計 3.2 ha、個々の平均面積は約 85 m² しかない計算である。農家の平均年齢は 65 歳を超え、維持していくのは容易ではない。このため、市が農家から田を借り、オーナーとして貸し出す募集をしたところ多くの人の応募があった。

2 農山村等地方から都市住民への情報発信の必要性（グリーンツーリズムを例として）

（１）観光動向の変化

観光動向について、近年大きく変質してきている。従来の“見る観光”や“する観光”に加えて、“知る観光”“ひたる観光”あるいは“いやす観光”という新しい流れが出てきている。単純にどこかに行って楽しんで遊ぶというだけではなく、その地域を知り楽しむという感覚で労働体験や農家民泊を行うという動きである。しかも、団体的な行動から家族連れや中高年の女性グループ等の小グループが、自ら計画し、出かける主体的な行動が主流になってきている。

こうした動きがある一方で、“知る観光”や“ひたる観光”の一つである「グリーンツーリズム^{*注}」の認知度はまだまだ低く、平成 11 年 2 月の（社）家の光協会の調査によれば、グリーンツーリズムについて「知っている」、「聞いたことがある」人の割合は、事前の説明なしでは、全体の 1 割となっている（資料 1 4 参照）。

^{*注} 緑豊かな農山漁村地域において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型余暇活動

（２）グリーンツーリズムの普及の可能性

欧米諸国の中には、グリーンツーリズムに力を入れている国が多くある。イタリアは、グリーンツーリズムが普及してからまだ 15 年余りと、他国に比べると日が浅いが、トスカーナ地方を中心に急速な発展を遂げている。

グリーンツーリズムを営むためには、その施設が農作物を作っているか、牧畜を営んでいることが条件となっており、滞在者がホテルではなく、その地方の人々が住み、暮らしている場所に入りこみ、その地の生活を体験できるということが、大きな特色となっている。

イタリアは、ミケランジェロ、レオナルド・ダ・ヴィンチといったルネッサンスの巨匠を多数輩出した国であるが、そうした芸術的な精神は彼らだけでなく、一般の農業者の中にも宿っており、そうした農業者の精神が、現在のイタリア農村の素晴らしい風景を生み出す源になったらしい。また、イタリアの場合、宿泊施設などの建物については、極力新築せずに今あるものを改修することが義務付けられており、何とも言えない味わいと歴史を感じさせている。

イタリア農家の魅力はそうした景観だけではない。レストランを備えている場合には、自分の農場や牧場の採れたての生産物を中心に、新鮮な食材を使った食事を提供してくれる。また、農家の人達とは、宿泊の受付やレストランでの食事の際などに接する機会があるが、総じて実に親しみあふれる接客をしてくれる。そして、滞在中に

は、様々な場面で農家の人達のゆったりとした生活と触れ合うことが出来る。

農林水産省がグリーンツーリズムの普及を掲げてから既に10年近くが経過するが、前述のとおり、グリーンツーリズムの認知度はまだ低く、活動そのものも大きな動きになっているとは言えない。山そのものの景観、山を背景にした畑の景観、その間を流れる川という基本的な美の風景は、日本においても決してイタリアに負けないものを持っている。また接客についても、日本人の心細かな対応は、世界的に評判が高い。さらに、美味しい採り立ての農産物の提供、農作業体験の実施ということもすでに各地で行われており、それぞれ十分魅力的なものである。

グリーンツ - リズムが普及するためには、各地の状況の違いにより様々な課題を乗り越えなくてはならないが、重要なことの一つは、農山村等地方から都市へ積極的な情報発信を行うことである。

(3) 農山村等地方からの情報発信の方法

地方からの情報発信の方法として、テレビ等マスメディアによる発信が考えられる。その地を舞台にしたドラマの大ヒットの影響で、観光客が飛躍的に増えた北海道の某市の例がある。

しかし、テレビ局が番組を制作し全国に流すという場合、制作費・電波料等のコストを負担しなければならないが、東京・大阪等の大都市での電波料は高く、また、スポンサーになってくれるような企業が大都市に集中しているというようなことから、地方局が大きく展開するということは難しい。

これに対して、インターネットでの情報発信というのは、どこでも、そして誰でも比較的簡単に行うことができる。マスメディアと比べると、情報発信の効果は小さいかもしれないが、必ずしも情報発信に対する絶大な効果が必要なわけではない。1,000人に1人という小さなリアクションでも大きな意味を持つことがある。

現代人は、個別化した感性に訴えるような情報を欲している。インターネットの情報は多種多様であり、そうした欲求を満たすのに適している。また、農山村等地方の情報は、これまであまり情報として発信されていなかった分、発信すれば効果が得られる余地は大きいと考えられる。

インターネットによる情報発信は、そうした大きな動きを呼び起こし、今後の都市と農山村等地方の新しい関係を作り出す可能性を秘めている。

第3章 農山村等地方からの情報発信の活性化

都市部においては、人口集中等を背景に、相対的に高い地価、生活空間やゆとりの減少等の状況が続いており、その影響から、昨今、都市住民の中には、アウトドアブームの高まり、さらにはＵＪＩターン者の増加等の状況があり、農山村等地方に対する見直し気運の高まりが見られる。

都市住民にとっては、農山村等地方は、新鮮な空気や美しい田園等の景観、新鮮な農林水産物やその加工品、伝統文化などを提供することが期待されており、今後も、これらのニーズはさらに高まっていくことが予想されるが、現在のところ、多くの都市住民にとっては、農山村等地方は、未だに身近で日常的な空間とはなっていない。

今後、農山村等地方サイドから、ＩＴを活用して積極的な情報発信を実施していけば、都市住民側も、農山村等地方から発信される多種多様な情報を日常的に受信することができる。また、インターネットの特徴である双方向性を利用し、情報発信者サイドと直接情報交換を行うことが可能となる。このことにより、都市住民にとって、農山村等地方がより身近であり、近代化の中で都市の中では見失われてきた自然や昔の人の知恵が存在する魅力ある空間と認識することが可能となる。

しかしながら、ＩＴ革命自体は、地方圏の地理的ハンディキャップを解消するものではあるが、それだけでは人々を引きつけることはできない。人々を引きつけ新しい動きを起こしていくためには、以下を踏まえ、農山村等地方サイドが価値ある情報を発掘・生成し、魅力的に整理すること及びそれらを活発に情報発信することが必要である。こうしたことが、農山村等地方の経済や社会を活性化していく上で、益々重要となっている。

1 地域情報の重要性

(1) ディズニーランド方式におけるＩＴ

地方からの情報発信が農山村及び都市双方にとり有効なものとなるためには、地方で既に行われている「交流の場の整備」、「産物の製造販売」、「情報の受発信」についての活動が、それぞれ独立して実施されるのではなく、これらの相乗効果を考えつつ、取りまとめ、組み合わされることが重要である。

この３要素を巧みに組み合わせている例としては、「ディズニーランド（ＤＬ）」が挙げられる。ＤＬでは、アニメーションの制作による情報の発信、集客の場であるテーマパークの他に、キャラクターグッズなどの高付加価値商品が販売されており、その３つの要素の相乗効果により、東京で年間約１兆円もの経済波及効果が生み出されている。

余暇時間の増大とアウトドアブーム等、ライフスタイルに変化が現れつつある都市住民に対し、農山村等地方サイドでは、グリーンツーリズムやその先のグリーンライフ（定住）のための場の整備が進められてきている。また、都市住民と農山村等地方住民間で、お互いのニーズや実情が理解できるよう、直接取引のための直売や、レストラン、宿でそこでしか味わえないものを出す等の試みが進められている。農山村等地方住民が都市住民との間での交流や直売を通じて消費者ニーズを把握できるようになると、１次産品やその加工品を商品化する事業（グリーンインダストリー）が生まれる。

しかしながら、以上の２つの活動が活発なものとなるかどうかは、農山村等地方から最新の情報が継続して発信されるかどうかによるところが大きい。市場に受け入れられる商品やサービスの開発を行うためには、市場調査のための情報収集とともに、新商品や新サービスに関する情報を都市住民にＰＲする必要がある。商品やサービスに対する責任を明確にし、市場の信頼を得るための地域ブランドの強化を図るためには、情報の受発信が極めて重要であり、ＩＴが大きく寄与することが期待される。

（２）農山村等地方の日常を伝えるＩＴ

経済的な合理性、効率性、あるいは機能性が追求された過程においては、都市的なライフスタイルというものが一つの憧れであった。この過程の中で、生産優先、経済至上主義への懐疑が生まれ、資源の有限性と生態系の重要性に対する関心が高まった。しかし、次に来るものがどのようなものなのかの具体的な姿は、まだ提示されるには至っていない。

「都市」という言葉は、そもそも「文明」という言葉に通じるものであり、農山村等地方は都市に比べ文化・文明が遅れているというのが従来の発想であった。しかしながら、資源の有限性や生態系を論じる場合、必ずしもこの発想だけに頼ることはできなくなりつつある。資源の有限性や生態系の重要性の認識につながる文化創造機能については、農山村等地方においても、都市に負けない潜在性があると考えられる。

過去の、経済成長と都市化の時代に、衰退というレッテルを貼られた地域に残されたものが、今後のあるべき姿にとって多くの参考となることが期待される。食ること、住むこと等の生活習慣の断片から始まって、里山、鎮守の森、景観等を含む総体としての地域空間が、今後の新しいライフスタイルを形づくる上で見直されていくと見込まれる。先の時代が見通せない時、後ろを振り返るということが、歴史の中でも見られる。ルネサンスは、過去の良いものを見直すことから生まれた。

自然や伝統は大きな財産であり、価値である。それらを活かすことが出来るかが大きな課題となっている。日本の各地域には多くの価値や魅力が残され、また、

再生したり新しく作り出す余地が大きいが、地元の人が地元に残っているそれらに気がついていないことも多い。歴史的史跡・芸能、郷土の料理、里山での人と自然の営み、天然水の循環、稲の生長、幼虫の生態など、地元の人が日常に目にするものであっても、都市住民にとっては身の回りにあるものが、自然や歴史の中でどのように生まれ、自分の食や住環境にどのように関わっているかを伝えるものとなれば、十分価値があり、魅力的なものに写るに相違ない。ＩＴは、都市部にいながら、これらを観察する機会を与えることとなる。さらに、一步進んで、それらに対し自らも関与したいというきっかけとなることが期待される。

また、歴史的芸能や里山の営み等は、農業の持つ多面的機能とも深く関わるものであり、インターネットによる情報発信は、多面的機能の認識の共有においても効果が期待できる。

２ 情報発信のための組織・体制

（１）情報発信に望ましい組織・体制

ＩＴを活用し、各地域からの情報発信を積極的に実施していく場合、都市住民が欲しい情報をスムーズに得ることが出来るようなコンテンツ*注の整理や、リアルタイムでの情報更新が必要となってくる。相手が知ろうが知るまいが外に向かって発表すればよいというものではなく、誰かにあることを知らせ、そのリアクションを引き起こすものでなければ情報としての価値は生まれない。

また、情報の受発信を梃子とする地域振興を考える場合、何か新しいものを整備していくという発想でなく、今あるものを上手く活用して、他との差別化を図るという取組が重要となる。ナショナル・スタンダードからみて足りないものを補うということではなく、地域に今あるメリットをいかに全国的にアピールするかという対応となる。特に、今後、映像による情報発信が主流となってくると見込まれることから、それらを蓄積しているローカルテレビ局との連携が求められる。

ただし、発信される情報は、サイバー空間で完結するのではなく、きちんとしたリアルに基づくものでなければならない。発信の担い手が単なるメディアとなるのでは駄目である。発信による反響をきちんと受けとめる体制が取り込まれていなければならない。

このような要請に応えていくためには、地域振興に取り組む際の基本である集団活動を組織するという観点が不可欠である。特に、不特定多数を相手とする性格上、性別、世代、地域内か地域外かに関わりなく、できるだけ多くの人に参加するものでなければならない。また、参加する人の能力やキャリアが十分活用されるよう、目的参

加を前提とする、「参加者に必要以上の義務を課さない。入会・脱会が自由である」等のゆるやかなつながりを形成していくことが求められる。

*注 農山村における日常、農作業や作物の生育状況、自然界の営み、諸活動に関与している人々の紹介等に関連する様々な情報を文字、写真、動画、音声等で表現したもの

（２）ボランティア活動の活用

情報発信のためのマンパワーが不足している場合や、ＩＴリテラシーが十分に向上していない場合等、情報発信のための組織・体制が整わないことも想定される。このような場合にこそ、時間的・地理的制約を大幅に改善し、同時多元的な交流関係を実現できる画期的なツールであるＩＴを活用することによって、情報発信側の参加者・支援者を地域内のみならず全国規模の範囲から得ることが出来る。

ＩＴを活用した地域情報受発信の仕組みづくりを考える際、「人の役に立ってみたい」、あるいは「ボランティア活動により自己実現を図りたい」と考えている多くの人の知恵を取り込むというアプローチが有効である。

ＩＴを活用し、ボランティアの知恵を取り込むことに成功した事例としては、富山県婦負郡山田村で開催されている「電腦村ふれあい祭」が挙げられる。

山田村は、村内希望家庭へのパソコンの貸与（村内のパソコン普及率 90%以上、そのうちインターネット接続率は 100%）、拠点施設である情報センターを中心とした村内ネットワークの構築により、「電腦村」として全国的にも有名である。

山田村で毎年開かれるイベントとしては、村が主催する「山田村生涯学習フェスティバル」のほか、「電腦村ふれあい祭」（パソコン講習会、講演会、自然体験等の交流イベント）があるが、「電腦村ふれあい祭」は、全国各地の大学生ボランティアやＮＰＯ、地元住民等の協力により開催されている。また、電腦村ふれあい祭のホームページには、趣旨、イベントの案内、活動報告の紹介の他、メーリングリスト、オフ会議事録等のページもあり、参加者間での活発な議論が行われていることが分かる。

このほか、高岡市在住のボランティア等を中心とする「山田村を勝手に応援する会」によるサポート等もあり、山田村を中心とする人のつながりの範囲は、全国規模の広がりを見せている。

（３）ボランティア活動の安定化策

ア． キーパーソンの育成

情報発信を効果的に行うためには、地域におけるキーパーソンの存在が不可欠である。地域における実情や人と人とのつながりを考えた場合、個別の問題が生じた際に画一的な対応では処理できないことも多いため、キーパーソンには、多くの経験に基

づいたきめ細かな対応が求められる。

特に、ＩＴを活用した活動を展開する際には、参加者は必ずしも現地にいなくともよくなるが、活動をする側・受け入れる側双方のニーズを確実に理解した上での対応が重要である。

今後、このようなデリケートな問題に責任感を持って対応できるキーパーソンを育成していくことが重要になると考えられる。

イ． 最低限のルールを明文化

各参加者が安心して活動を継続できるようにするためには、最低限のルールを明文化する必要がある。特に、ＩＴを活用し全国規模での参加者を抱えた際には、ともすれば、参加者間が「顔の见えない関係」となりうるため、相互信頼性確保のためのルールの設定、遵守が必要である。

ボランティアな活動におけるルールの設定の例としては、ボランティア先進国であるアメリカのコミュニティーガーデンが挙げられる。アメリカの都市部では、地域内の空き地を「コミュニティーガーデン」と呼ばれる地域住民共用の庭に利用する活動が盛んである。ガーデンは主に地域住民のボランティア活動により運営され、住民たちはそこで園芸や農作物の収穫などを行っている。

各ガーデンにおいては、ボランティアである参加者を結束させ、連帯感を持たせるための方策として、各ガーデン内での最低限守るべきルールを設定しているため、各参加者は安心して活動を継続できる。周囲数ブロックの住民だけにしかガーデンのカギを貸さない（結果的に、お互いに知っている人だけがメンバーになる）、園内にアルコールを持ち込まない等、円滑な活動を進める上で当たり前と思われる事柄がルールとして明文化されている。

ウ． ボランティア活動への公的支援

地域情報の受発信において、公的機関の直接関与が多く見られるが、この場合、地域の自主性が妨げられ、他地域との差別化をもたらすような特色ある取組が制約されるということも生じている。ましてや、情報発信を上手く活用して地域振興を図ろうという取組においては、多種多様な活動を継続的に実行していくことが重要であることから、各世代の人がボランティアベースで参加する自主的な活動が基本となることが望ましい。

このため、ボランティア活動を公的に資金支援する方法を検討する必要がある。例えば、ボランティアな労働力提供を地域での標準的な賃金で換算し、それを含めた総事業費の一定割合を公的資金から供給するというような手法などが考えられる。地元

住民の盛り上げりをベースに公的資金を配分するという考え方である。

この場合のボランティア活動としては、地域情報の受発信に直接関連するコンピュータ指導、情報の収集、編集のみならず、情報の受発信により実施される様々な交流活動の分野でも期待される。

また、ボランティア活動においては、自ら選択し自発的に行い、自らの自己実現を目的とするということが多いが、特に、専門的な知識やキャリアを活かして参加する人等に対しては、そのやる気を引き起こすという意味でも、自らが行う活動が社会的にも認識されていることが明示できる称号・肩書きのようなものを授与する仕組みを検討すべきである。

(4) 情報編集能力の向上

都市住民にとって十分価値があり、魅力的でもある商品を生み出している農山村等地方の独自性をアピールし、また、都市住民が安らぎや癒しを得るために求める農山村の暮らしや自然についての情報を積極的に発信するためには、今後、農山村等地方においては、高度な情報編集・プロデュース能力が求められる。このことから、行政も含め、地域全体でのこれらの能力を向上させるための仕組みが求められる。

このためには、各地域において、情報編集、バーチャルとリアルの組み合わせ、イベントを仕組む等の能力を高めるための研修の体系化と同時に、その研修を終了した者を社会的に評価する仕組みの構築が必要である。この場合、地方の情報に精通し、情報の編集能力に長じたローカルテレビ局との連携を図ることが考えられる。

地域における情報収集・受発信においては、地域住民、ボランティア等を中心とした研修修了者を、嘱託員等の形で専任の担当者として確保する体制が整備されることとなれば、情報収集・受発信の継続性・有効性がかなり高まるものと期待される。

3 情報発信活動への住民参加

(1) 情報発信を行う場所

ITによる情報発信を行う場合、コンテンツの充実を図ることの重要性は言うまでもないが、そのためにはいかにして住民参加を進め、住民主導の情報発信を行っていくか、ということがポイントになる。

住民参加を進める方法としては、地域として情報発信を行う場所に集まってもらうことが一番効率的である。地域の公民館、郵便局、学校等、情報を収集・編集し、発信するための機能が整備された場所に様々な人が集まるという状況が望ましい。

こうした取組に対する参加を呼びかける際には、例えば「パソコン操作が出来る人」

といった条件は設定せず、やる気のある人が出来る限り参加できる環境をつくり出すことも重要である。

学校を利用した住民コミュニティの例として、習志野市立秋津小学校では次のような取組が行われている。児童数の減少により生じた余裕教室が、秋津小学校コミュニティルームとして地域住民に開放されており、草花や野菜を世話する「うらの畑」サークルや、正課のクラブ活動である「陶芸クラブ」、「秋津パソコンクラブ」等のサークルが活動している。そこでの活動を通じ、大人たちが自分の子ども以外の子どもや教職員とも自然に交流しながら、秋津のまちを紹介するホームページの作成等、地域からの情報発信が行われている。

(2) 高齢者が参加しやすい環境づくり

高齢化の進んだ農山村地域において住民参加を考える場合、高齢者が参加しやすい環境を創ることは重要である。

住民参加の取組においては、高齢者に限らず住民の側に多様な選択肢が用意されることが必要である。特に高齢者の中には、地域の伝統行事や文化について知識や技能を持っている人が多くいるため、そうした能力を発揮できる場所を創り出すことが重要である。

集落内の高齢者の能力に着目し、体験メニュー等の実施に組み込む体制を作り上げている例も見られる。すなわち、集落内の年配者に協力を求め、竹とんぼ作りやそば打ち等、それぞれの特技に応じて、体験ツアーの先生役を頼んでいる。体験参加者からは若干の参加費をもらい、そこから指導料を払うので、指導に当たる年配者からも、自分達の生活の張り合いになる上、若干でも小遣いが得られることで喜ばれている。

高齢者にとっては、収入ももちろん大事だが、活躍の場を与えられること自体が大切なのである。ITになじみのない高齢者等にもリアルな場面での参加の機会を与え、一定の役割を担ってもらうことが必要である。

4 情報発信における広域連携

都市等との交流を推進するための情報発信窓口として、農山村等地方の市町村でホームページを開設するケースが多くなってきている。しかし、従来は紙で発行していた観光案内を電子ファイル化しただけのホームページも多く、コンテンツが貧弱であったり、1年以上更新されていないなど、情報発信のツールとして十分に活用されていない場合も少なくない。

この要因としては、単独の市町村ではそもそも発信する情報が少ない、あるいは発信

すべき地域資源の発掘が十分行われていない、ホームページの開設を業者任せにした結果、ページの更新も業者任せになり、柔軟な活用が出来ない等によるとみられている。このような状況に陥ることを回避するためには、複数の市町村の連携等により、一体的な地域として情報発信することが効果的と考えられる。

情報発信を行う上で重要なのは、受信者に対しどのように地域をプロモートするかという点であり、効果的なイメージを作り、発信することが課題である。単独では没個性的な市町村をまとめ、文化、自然、風土等、地域固有の資源を共有する地域として、一体的なイメージを形成・発信する観点から、広域的なアプローチは有効と考えられる。

また、インターネットに代表されるデジタル・ネットワークは、情報の受発信という双方向性が特徴であり、その活用が重要なことは言うまでもなく、ホームページを見た人から送られてきた電子メールに対し、迅速に返信するなど誠実な対応が求められる。しかし、市町村が開設するホームページでは、マンパワーの不足もあり、十分に対応することが困難という場合も多い。複数市町村の連携等により、十分に対応することが出来る体制が可能となる。

地方公共団体が広域で事務を進める方法としては、市町村合併が最もドラスティックなものであるが、その他にも一部事務組合方式や広域連合方式が制度として設けられている。事務の一部を共同処理するため、協議により規約を定め、自治大臣または都道府県知事の許可を得て、「一部事務組合」を設けるというものである。環境衛生、厚生福祉、防災、教育の分野での設置が多く見られる。連携した組織の権限が、もう少し強化されたのが広域連合である。いずれにしても、広域行政需要への要請に応じようとの主旨で設立される。

情報の受発信を行うため広域的な連携を行うということは、市町村合併や広域連合に比べ強固な結合は必ずしも必要とならないとしても、一定の広域間の調整は不可避となることから、広域行政を進めるプロセスの1つとして有効に機能することが期待される。

5 学校教育との連携

(1) 地元の小中学校との連携

ITはそもそも情報のやりとりのためのツールであり、その使い方を学ぶと共に、ITを使って、情報をどのように編集し、発信するのかまでを学ぶことが本来の教育である。また、地域の情報発信を行うことは、発信者の地域への関心を高めることにつながるが見込まれる。

長崎県の崎戸町立平島小学校では、「ふるさと平島を伝えよう」という課題のもとに、生徒一人ひとりが平島について島外の人々に伝えたいことを決め、それらを校内L A

N上でホームページにするという内容の授業を行っており、将来的にはインターネットでの公開も目指している。この学習では、ふるさとの様子を他人に伝えようとする活動を通して、ふるさとを見直し再発見させたり、良さに気づかせるとともに、わかりやすい情報の伝え方や、より良いコミュニケーションの在り方を体得することなどをねらいとしている。

この学習の結果、生徒が自発的に学校や地域の行事の取材をするようになり、ふるさとへの関心が高まったと報告されている。

公立小中高等学校については、どこの地域の学校でも、2001年度までにインターネットへの接続が可能になる予定である。地域内のコンセンサスのもと、公立小中学校に導入されるIT及びその利用体制を、地域情報の発信体制の中に組み入れることも重要である。

(2) 大学の教授・学生との連携

情報そのものの素材は地域にたくさん存在していても、地域の個性を印象づけるためには、それらの素材を編集し、他との優位性をアピールするものとしていくことが必要である。このためには、地元にある大学との連携を深めることが重要となる。

大学の研究成果が、これまで直接地域に貢献してきたかどうかについては判断が難しいが、今後は、大学における研究内容、そしてどのようなことであれば地域の人達に協力できるのか、といったことについて情報公開を進めるとともに、地域の人が大学のどこに行けば知りたいことが得られるということをわかりやすく広報することが求められている。

さらに、大学との連携においては、学生の力を活用することも重要である。学生の中には、ITを使いこなし、趣味的なビジネスを行うなどかなりの能力を有する人もいる。体育大学の学生が海水浴場のライフセーバーを行っているように、IT関連の知識を有する大学生が、地元と都市部にある大学間で連携を図りつつ、地域の情報発信に協力する「ITセーバー」とでも呼ぶべきものを導入することも検討すべきである。

また、地域振興に関心を持つ学生、情報発信に関心を持つ学生を育む教育をするためには、このような学習に適した「場」を持つことが不可欠であり、地元社会の協力が重要である。大学の関係者が学外に出て、地元の人と一緒に活動する場が設定できる仕組みを作ることが求められる。

6 ITリテラシーの向上

(1) 講習会の充実

I T リテラシーの向上を検討する際、語学の習得を例に取ればわかり易い。通常の海外旅行のために必要な語学力と、商談等で必要とされる語学力とでは、かなり大きなレベル差があり、語学学校等ではそうした個人の目的に合わせて、細分化されたプログラムが組まれている。

地域で講習会を開催して I T リテラシーの向上を図るような場合、まず、個人のレベルに応じた目標を設定し、その目標に応じたきめ細かいカリキュラムを用意することが求められる。

(2) I T リテラシー向上を図るための防災訓練の活用

災害時には被災地からの情報発信に対するニーズが高まる。特に被災地の状況や住民の安否等に関する情報については、家族や知人の状況を心配する人など、地域外の多くの人が情報発信を求めている。

まだ記憶に新しい鳥取西部地震の際に、兵庫県の関宮町が地震の情報を H P に掲載したところ、その直後からアクセスカウンターが急増し、その日の内に平常時の半分に相当するアクセスを記録したという例もある。

また、有珠山・三宅島の避難生活はまだ続いているが、これらの地域では、避難住民からの情報発信を受けて行政の支援が行われるということも実際に起きており、そうした意味でも、被災地からの情報発信の必要性は高まっている。

災害時に I T が活用されるよう、防災訓練の際、I T についての訓練を組み込むべきである。防災訓練のやり方は地域ごとに様々であるが、避難場所を訓練会場としているケースは多いと思われる。そして多くの自治体が小中学校を避難場所としている。そうであれば、教育機関との連携の項で記述したとおり、2001 年度までに、どこの地域の避難場所においてもインターネットによる情報発信が可能になる。

こうしたインターネットを利用した訓練においては、I T を不得意とする人と I T に精通した人との連携をどう図っていくのかという内容が中心となることから、地域全体が一体となって情報発信をどう円滑に行うかの訓練になるというだけでなく、デジタル・ディバイド^{*注}の解消からも地域内の I T リテラシーの分布を確認するという側面が期待できる。

^{*注} 所得、年齢、教育レベル、地理的要因、身体的制約要因等によるインターネット等の情報通信手段に対するアクセス機会及び情報通信技術を習得する機会の格差。

(3) I T を使った情報公開の推進

情報公開の時代を迎え、自治体等の公的機関は積極的にこれまで公開していなかつ

た情報を公開し始めており、その手段としてＩＴを活用することが多くなっている。

特に防災情報は、住民にとって生命、財産に関わる重要なものであり、当然関心も高い。よって、ＩＴを使ってきめ細かい防災情報を流すこと自体が、住民とＩＴとの距離を縮め、ＩＴリテラシーの向上の面で有効であると考えられる。

例えば、横浜市では、１日３回気象情報を配信する他、災害時には注意報・警報等及び「高密度強震度計ネットワーク」からの地震情報を配信する“防災情報Ｅメール配信事業”を行っている。今後は、毎日配信する情報にこれまで一般には公開していなかった河川の水位などの情報も加えることを検討している。

防災情報以外にもこれまで入手し難かった情報の発信や、各種の申告や届出をインターネットで受け付け、その場合は手数料を軽減する等の措置が導入されれば、ＩＴリテラシーの向上につながると考えられる。

第4章 情報の受発信のためのIT整備

ITに関連するインフラ整備については、効率性の観点からは、民間の主導で行うことが望ましく、投資に対する十分な利益が見込まれる場合は、十分ビジネスチャンスになる。しかし、農山村等地方の多くでは人口密度が低いことや絶対的な人口が少ないことから、市場原理に基づくインフラ整備だけとなれば、必然的に都市に比べ不十分なものとなる可能性が高く、情報過疎と呼ばれる状況が生じることも予想される。こうした問題を解消するためには、行政が民間を補完する形で、情報化に必要なインフラやソフトの整備をすることが、効果的な場合もあると考えられる。

今後、インターネットは、人々の生活にとり追加的なアミューズメントを提供するという段階からライフラインとして機能するという段階に入ると見込まれ、コストの負担を意識することなく映像や音声による情報のやりとりができるよう、常時かつブロードバンドでのインターネット接続が望まれる。少なくとも、公民館や役場に電話する程度の感覚で、インターネットに接続できる環境が得られることが必要である。

地域内でのネットワーク構築においては、ラスト・ワン・マイル^{*注}をどうするかが課題となる。無線LAN、ケーブルテレビ、DSL、光ファイバ等様々な手法が適用されているが、どれが最善ということは難しい。後述するように、地域の実情に応じて導入に要するコストを検討し、また利用者である住民のコンセンサスを得つつ、最適な手法が選択されるべきである。

兵庫県関宮町では、町内で稼動しているケーブルテレビ向けに製作した番組を編集し、インターネットでふるさと情報を発信しているが、都市に住む他地域出身者や田舎を持たない人から「ふるさとへ帰りたくなった」、「自分には田舎がないのでとても楽しい」という反応が数多く寄せられているという。関宮町の取組は、正にITを活用した都市等へのふるさととの提供と言えるだろう。

^{*注} 通信会社の末端交換機から利用者端末機器までの通信回線（加入者回線網）のことを指し、一般家庭の場合、その平均的なケーブル長は約1.9kmで文字通りのラストワンマイルである。

（１）大湊村ポルダネット

秋田県の大湊村では、以前から村内各団体の膨大なチラシが問題であり、情報ネットワーク構築が要望されていた。一方、イベントの主催者等として村から情報発信する必要が生じていた。このため、急速に普及し始めたインターネットの電話回線で利用できること等に着目し、平成8年1月に村と村内各団体が大湊村インターネット連絡協議会を設立し、同年7月に大湊村ポルダネットを開局した。

村がシステムや設備の導入を行い、協議会が運営。導入時の費用（予算）は945

万円で、全額を村が負担。導入後の運営費用は毎年約 7 5 0 万円で、このうち 6 0 0 万円で村が負担している。

村役場にサーバを設置し、秋田市内の民間プロバイダと 3 8 4 k の専用回線で接続。また、協議会メンバーや加入者(村民)は電話回線等でサーバに接続(資料 1 5 参照)。地域独自のプロバイダーとして、協議会メンバーと加入者に無料のインターネット環境を提供。

ポルダーネット上では、大潟村のホームページに協議会メンバーのホームページが組み込まれ、一体的に大潟村として情報の受発信を行っている。ホームページの掲載情報は、村内のイベント、宅地の分譲、物産、秋田弁講座、釣り、子供長期自然体験学習、学校菜園のリアルタイム映像等である。ホームページ開設後、励ましのメールやリンク申し込みが次第に増加しており、一定の情報発信効果が得られている。

現在、ソフトの面では管理・運営体制の強化やスキルの向上、ハードの面では通信速度とアクセス容量の向上が課題となっており、将来的には、村内全戸を結ぶイントラネットの構築を目指している。

(2) 大山町有線テレビ(O Y T)と「おおやま生活領事館イン福岡」

大分県の大山町は「一村一品運動」の発祥の地と言われ、以前から地域活性化運動に取り組んできた。しかし、農家の所得や意識に格差が広がる傾向が出てきたため、地域情報や農産物に関する最新情報の提供による格差解消を目的として、ケーブルテレビを導入した。また、大山町は地理的条件から地上波放送の難視聴地域であり、その解消も重要な目的であった。

大山町が役場内に放送設備を設置し、昭和 6 2 年に開局。当初はアナログ放送であったが、平成 7 年より双方向化等の機能拡充に取り組んできている。地域ニュース番組、木曜リポート(特集番組)、議会中継、文字放送等の自主放送番組のほか、ケーブルテレビデジタル通信回線と地域内電話を活用し、見たいときに O Y T の自主放送番組を見ることができるビデオ・オン・デマンド(V O D)・システムが特色(資料 1 6 参照)。

設備費用は、導入時が約 5 億 6 千万円、平成 7 ～ 8 年の拡張時が約 8 億円で、半額が国庫補助、残りを町が負担(過疎債)。平成 1 1 年度の運営経費は約 7 4 百万円(全額村負担)。

福岡市は、地理的に大山町と近いなど、大山町民にとって最も身近な都市である。一方、大山町が福岡市民の水源地域であることから、福岡市民の大山町に対する関心が強まっていた。また、過疎の問題を都市住民と一緒に考えるという発想が生じていたことを背景として、大山町の情報を都市に発信し、大山町と福岡市の住民が交流を

深めることを通じて、新しい価値観を創造することを目的として、平成１０年に「おおやま生活領事館イン福岡」を設置。

領事館では、新鮮な野菜、果物、加工品などの販売や、それらを食材にしたレストランの運営や、福岡市民を対象とする梅干づくり体験など、福岡市民と大山町民の交流に取り組んでいる。また、ＯＹＴの自主製作番組を活用し、大山町をビデオで紹介している。

（３）関宮町有線テレビジョン（ＳＹＴ）とインターネットでの動画情報発信

兵庫県の関宮町は、地上波放送の難視聴区域解消や自主放送による町づくり、コミュニティ機能の向上等を目的として、平成４年にＳＹＴを開局。町民が主役という視点から自主放送番組の作成に取り組み、また、町民カメラマンが撮影した「ビデオだより」が毎年１５０本以上持ち込まれるなど、定着している。このほか、町内の小学生が番組制作する関宮キッズテレビという取組も行っている。

設備費用は５５５百万円（Ｓ６３～Ｈ４年度）で、半額が国庫補助、１０％を県が補助し、残りを町が負担（過疎債）。利用者は加入料４万円と受信料千円／月を負担。

平成９年に「但馬ふるさとづくり大学」の情報化ゼミで「インターネットでＳＹＴの自主放送番組を発信する」提案を受けた。動画情報の発信に必要な専用のサーバーはプロバイダーが所在する豊岡市に設置。町はＩＳＤＮ回線により接続し、パスワードによりホームページの管理を行うこととし、平成１０年８月にホームページをリニューアルオープンした（資料１７参照）。

ホームページのリニューアル費用は７５万円で全額町費。内訳はドメインネーム取得、パソコンリース、その他委託費等。

関宮町のホームページでは、ＳＹＴの自主放送番組を３～５分間の動画ファイルに変換した「ふるさとビデオレター」と「ふるさと紀行」を見ることができる。また、スキーシーズンは、スキー関連情報を優先的にトップページに掲載し、スキー客を対象に事故発生時に便利な警察の電話番号等をｉ-mode向けに発信。その他、鳥取西部地震の情報をいち早く掲載するなど、ホームページを頻繁に更新している。

（４）山田村地域情報交流拠点施設整備モデル事業

富山県の山田村は、平成７年に中学校からパソコン通信が要望されたのを契機に、光ケーブル等によるインターネットへの接続や情報発信を構想。平成８年に国土庁の地域情報交流拠点整備モデル事業の採択を受け、拠点施設となる情報センターの整備と希望家庭へのパソコンの貸与を柱とする地域ぐるみの情報化を推進。平成９年中に役場内、小中学校、ほとんどの家庭がインターネットに接続された。

総事業費は344百万円（国：99百万円、県：29百万円、村：216百万円、過疎債活用）。「情報センター」にはサーバーの他、パソコン30台、カラープリンター等を設置。富山市の民間プロバイダーと情報センターは光ケーブル（192K）、情報センターと役場は赤外線LAN（10Mbps）、その他、情報センターと各家庭等はISDN回線で接続（資料18参照）。全世帯の9割に無償貸与されたパソコンは390台。情報センターをアクセスポイントとして市内通話料金だけで利用できるインターネット環境を村民に提供。インターネット接続率は100%。電子メールについては、1人1アカウントを設定。プロバイダーへの接続に要する費用は年間約4,800千円で、全額村が負担している。

村のホームページでは、村の概要、行事、観光、特産品案内等の紹介のほか、村内郵便局、小中学校、村民のホームページ等へリンク。ホームページ作成に取り組む村民は増加しており、現在約40名の村民が取り組み、25名がホームページを公開し、各家庭や農園等を紹介している。

（5）乗鞍 Cyber Network

長野県の安曇村では、インターネットやE-mailを活用した観光情報発信、宿泊施設運営の省力化・効率化などを目的として、乗鞍のペンション・民宿のオーナー等により、平成8年に乗鞍Cyber Networkの母体となる安曇村インターネット倶楽部を結成。無線LAN構想を発表し、協賛企業、安曇村との三位一体プロジェクトとしてシステム構築を開始。平成10年にインターネットと専用線接続し、構想から1年半でネットワークが実用稼働。

その後、屋外専用の長距離無線LANルーターへの置き換え工事を実施し、有線部分を大幅に削減。また、新規参加希望施設に対し、第二次無線LAN構築工事を実施（資料19参照）。

設備導入、サーバーの運用・管理は村が実施。現在、長野県安曇村乗鞍高原の28軒のペンション、宿泊施設が加入（会費：約1万円/月）。加入宿泊施設の全客室にLANコンセントを完備し、宿泊客に無料解放。また、加入民宿・ペンションが、それぞれHPを持ち、E-mailを顧客に発信。また、屋外カメラを設置し、ホームページ上でリアルタイムの積雪状況等を発信。

無線LANシステムの導入により、宿泊客の融通など宿泊施設間の結束が強化されるとともに、ペンションや民宿の新たなサービスとして研修やリゾートオフィス利用などビジネスの拡大に寄与している。自前のサーバーを持ち、自前の人材で自由度の高い反響と成果を上げている。

(6) 最強の農家集団「元気ねっと」

元気ねっととは、インターネットに接続した各農家のパソコンと、売れるホームページの作成を目的とする作業メーリングリストである。月刊「現代農業」誌で連載された「必ず儲かる農家のインターネット」の終了後、著者の呼びかけにより、平成 11 年に立ち上げられた。

Web 販売ノウハウの共有、サイト更新の相互評価、作業進捗や景気などの報告、良質な情報のアナウンス、新しいソフトウェアの使用法、PC トラブル解決のサポート等のメーリングリストは一日平均 30 通。農家相互の連絡組織であるが、農業改良普及員、Web デザイナー、プロバイダー管理者、農業出版社の編集者等が個人的にサポート。

また、Web 販売する 25 名の農家が各自ドメインを持ち、ホームページを開設するほか、クリスマス商戦、正月、春の彼岸、新米収穫などにあわせてイベントを実施。ハードウェアやインフラは全て農家の自己負担である。会費は無料。

Web 販売では、顧客とのコミュニケーションを頻繁に行い、それにより信頼関係を構築することに最大の力点を置いている。

ＩＴ革命と農山村等地方からの情報発信研究会 検討の経過

第１回 ９月２７日(水)

- ・都市と農山村の関係について（フリートーキング）
- ・今後の進め方について

第２回 １０月１１日(水)

- ・都市・農山村関係、ＩＴの進捗等の現状について

第３回 １１月６日(月)

- ・都市と農山村の新たな関係を構築するためのＩＴの活用方策について

第４回 １１月２０日(月)

- ・都市と農山村の新たな関係を構築するためのＩＴの活用方策について
- ・都市と農山村間の連携を強化するためのＩＴの整備方策について

第５回 １２月４日(月)

- ・報告書（案）について

(別紙 2)

IT 革命と農山村等地方からの情報発信研究会 委員名簿

(座長)

なかがわ そうしちろう

中川 聡七郎

愛媛大学農学部教授

いいづか かつみ

飯塚 克己

群馬テレビ(株)制作部 ディレクター

おおの よしひこ

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

かんの けんいち

菅野 健一

福島県 総務部 財政課 主査

こばやし よしと

小林 義人

(株)読売新聞社編集局地方部次長兼内信課長

はせがわ ふみお

長谷川 文雄

東北芸術工科大学副学長

はた あきと

秦 章人

(社)日本農村情報システム協会 事業企画統括部長

ふじい こういち

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

まえだ ひろし

前田 博

(有)前田支度事務所 代表取締役

もりうち まさと

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

(五十音順 敬称略)