

ICT利活用による地域活性化と  
国際競争力強化に関する調査研究

報告書

平成 22 年 3 月

総務省 情報通信国際戦略局 情報通信政策課 情報通信経済室  
(委託先：株式会社NTTデータ経営研究所)

## はじめに

本報告書は、総務省の委託として、NTT データ経営研究所が実施した「ICT 利活用による地域活性化と国際競争力強化に関する調査研究」についての調査結果をとりまとめたものである。

総務省では昭和 48 年以降、日本国内における情報通信の現状および情報通信の動向について、国民の広い理解を目的として「情報通信白書」を編纂、公表している。「情報通信白書」では、毎年の情報通信を取り巻く環境動向を踏まえた特集テーマを設定しており、「平成 22 年版情報通信白書」では、特集テーマを「ICT の利活用による持続的な成長の実現 ～国民のコミュニケーションの権利を保障する「国民本意」の ICT 利活用社会の構築～」と設定し、公的サービス（医療・健康、教育・就労、生活・暮らし）分野での ICT 利活用の徹底、グリーン ICT による環境負荷軽減と地域活性化、ICT が支えるイノベーションとグローバル展開による競争力強化、利用者と協働する ICT システム・サービス開発のグローバル展開例等について検討を行う予定である。

本調査では、3 つの公的サービス分野における、消費者のサービス受容性並びに、サービスを活用することによって創出される便益について、我が国消費者を対象に、アンケート調査を実施した。

また、グリーン ICT が地域活性化にどのように貢献し得るかについては、各地域における取り組みについて調査を実施している。同様に、グリーン ICT を積極的に展開している海外事例についても、調査対象としている。

ICT が支えるイノベーションとグローバル展開においては、各国の各機関が公表している国際競争力ランキングを複数分析した上で、新たに、我が国におけるイノベーション環境の独自評価を実施している。

更に、利用者と協働する ICT システム・サービス開発事例についても、国内外において、利用者参加型の製品・サービス企画の状況を広く情報収集・分析を行っている。

最後に調査にご協力いただいた多くの方に、ここにあらためて深く感謝する。

平成 22 年 3 月  
株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所

<b>1</b>	<b>調査概要</b> .....	<b>1</b>
1.1	背景と目的	1
<b>2</b>	<b>公的分野におけるICT化による効用・便益の測定</b> .....	<b>4</b>
2.1	効用・便益の測定対象となるサービス（コンセプト）	4
2.2	医療・健康分野における便益の経済価値推計	5
2.2.1	選定・提示サービス	5
2.2.2	サービスに対する利用意向	6
2.2.3	便益の推計結果（経済価値）	9
2.2.4	便益の推計方法詳細	10
2.3	教育・就労分野における便益の経済価値推計	22
2.3.1	選定・提示サービス	22
2.3.2	サービスに対する利用意向	23
2.3.3	便益の推計結果（経済価値）	26
2.3.4	便益の推計方法詳細	27
2.4	生活・暮らし分野における便益の経済価値推計	40
2.4.1	選定・提示サービス	40
2.4.2	サービスに対する利用意向	41
2.4.3	便益の推計結果（経済価値）	45
2.4.4	便益の推計方法詳細	46
2.5	サービスの実現に向けた課題	57
<b>3</b>	<b>我が国のICTの強みを活かした地球的課題への貢献に関する先進事例の収集</b> .....	<b>59</b>
3.1	グリーンICTの定義	59
3.2	国内におけるグリーンICTを巡る状況	60
3.3	国内におけるグリーンICTと地域活性化の取り組み	61
3.3.1	「雇用を創出」している取り組み	63
3.3.2	「連帯感を醸成」している取り組み	64
3.3.3	「地域ブランドを発信」している取り組み	66
3.4	海外におけるグリーンICTに関する取り組み	69
3.4.1	海外のグリーンICT先進国において国レベルで推進している政策等	69
3.4.2	取り組み事例	81
3.5	ユーザーと協働開発したICTサービス事例の収集	88
3.5.1	我が国の消費者の洗練度評価	88
3.5.2	UGDが進展した背景	89
3.5.3	ユーザー協働開発のタイプ別考察	92
3.5.4	国内／海外のユーザー協働開発事例の考察	94

3.5.5	国内におけるユーザー協働開発事例.....	95
3.5.6	海外におけるユーザー協働開発事例.....	107
3.6	日本企業のグローバル展開事例.....	114
3.6.1	すでにグローバル展開を果たした事例.....	115
3.6.2	今後グローバル展開が期待できる分野の事例.....	119
<b>4</b>	<b>我が国イノベーション環境評価.....</b>	<b>121</b>
4.1	本イノベーション環境評価におけるイノベーションの考え方.....	121
4.2	イノベーション評価のための手法.....	122
4.3	我が国イノベーション環境評価.....	124
4.4	イノベーション環境整備に向けた課題と解決策の考察.....	129
4.4.1	イノベーション環境評価方法詳細.....	130
<b>5</b>	<b>【参考】アンケート調査結果.....</b>	<b>138</b>
5.1	調査の概要.....	138
5.2	単純集計結果.....	139
5.3	人口補正データ（利用意向・社会意義）.....	156

# 1 調査概要

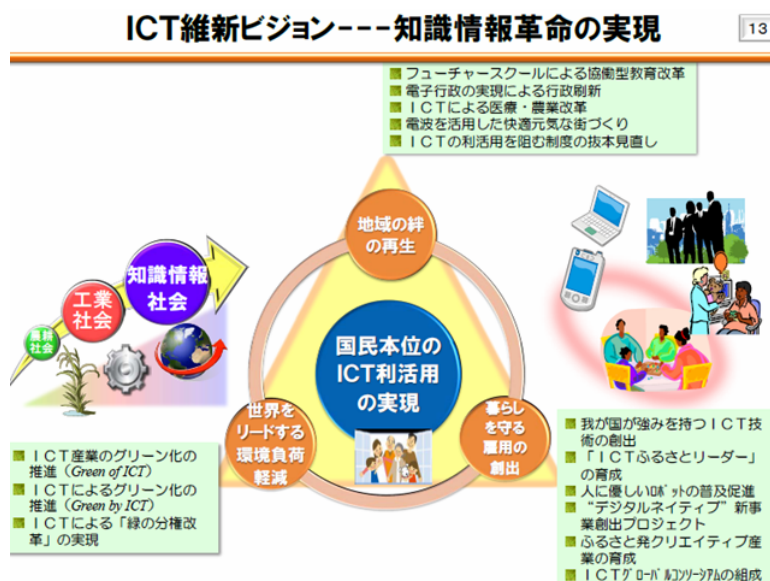
## 1.1 背景と目的

現在、総務省では、総合的な情報通信政策である、u-Japan 政策を 2005 年から継続的に推進しており、ブロードバンド基盤の全国整備や、地上デジタル放送への完全移行が実現する 2011 年を「完全デジタル元年」と位置づけ、ICT 基盤の整備に始まり、ICT 利活用モデル事業等の、ICT を活用した新たな価値の創出事業等を積極的に展開している。

各種取組の結果、我が国は、ブロードバンド利用可能世帯割合（98%）等に代表される ICT 基盤の整備状況においては、国際的にみても非常に高い水準を得ている。

こうした状況下において、原口総務大臣は、2009 年 12 月、いわゆる「原口ビジョン」として、「緑の分権改革推進プラン」、「ICT 維新ビジョン」の 2 つを発表し、うち、「ICT 維新ビジョン」においては、2050 年を見据えた達成目標として、「地域の絆の再生」（ICT の徹底利活用により、2020 年時点ですべての世帯でブロードバンドサービスを利用）、「暮らしを守る雇用の創出」（ICT 関連投資を倍増し、国民の生産性を 3 倍にすることにより、2020 年以降約 3%の持続的経済成長を実現）、「世界をリードする環境負荷軽減」（2020 年時点で CO2 排出量 25%削減という政府目標のうち、10%以上を ICT パワーで実現（ICT グリーンプロジェクト））の具体的目標を掲げている。

図表 1.1-1：原口ビジョンにおける、ICT 維新ビジョンの概要



原口ビジョンを踏まえた、今後の我が国の ICT 発展の方向性としては、

- 「ICT を利活用した地域活性化の推進」
  - 「我が国が強みを持つ ICT 技術による新規産業創出。ICT 技術をテコとしたグローバル展開の進展」
  - 「グリーン ICT 化の推進」
- の 3 つに集約することができる。

「ICT を利活用した地域活性化の推進」に関しては、現状では、都市部と地域においての経済格差が拡大(東京における平成 18 年度一人当たり所得が約 48 万円であるのに対し、沖縄県では約 20 万円と倍近い格差が生じている)している中、従来ながらの地縁・血縁で結びついていた地域共同体が失われつつあるのが課題として挙げられている。

こうした状況下において、地域において ICT を利活用することで、「電縁(地域 ICT コミュニティ)」の形成等に代表される、地域活性化の試み等も各地で行われ始めている。

また、ICT を利活用した地域活性化の視点として、電縁の形成のみならず、今後、我が国の国際競争力獲得のカギと目されている、グリーン ICT (地球環境に配慮した IT) を指向する製品・サービスを、いかに地域活性化につなげて行くかの視点も、今後、非常に重要な取り組みである。

例えば、「グリーン by ICT」(ICT によって地球環境、地域活動に配慮したシステム・サービス)分野においては、三陸岩手県内魚市場が、毎日の水揚予定数量を携帯電話よりメールにて配信するサービス(「魚メル」(市場水揚情報携帯電話情報提供サービス)により、その日に必要となる輸送トラックの台数を事前に把握することを可能とすることで、輸送に係る CO2 削減に貢献するような取り組みも見受けられる。

また、「グリーン of ICT」(ICT 機器・システムそのものを地球環境に配慮した試み)分野においても、地域に巨大なグリーン対応型データセンタの構築等を通じ、地域雇用の確保を実現する試み等も行われている。

「我が国が強みを持つ ICT 技術による新規産業創出。ICT をテコとしたグローバル展開の進展」の視点においては、我が国の ICT 国際競争力を高めることは重要な要件であり、現に、WEF の ICT 国際競争力ランキングにおいて、「消費者の洗練度」では、134 カ国・地域中 2 位の高い評価を得ている。また、世界的に利用者が拡大している Twitter (ミニブログ) は、立ち上げ当初、Ruby (日本発のプログラミング言語) をベースとする「Ruby on Rails」によって開発されており<sup>1</sup>、膨大なデータ通信には、日系企業ならではのきめの細かい対応が評価され、NTT コミュニケーションズの米国子会社である NTT アメリカのホスティングサービスが利用されている。

---

<sup>1</sup> 現在は、データベースの負荷を軽減するキャッシュ機構に改善を加えるため、「Ruby on Rails」で構築していた部分の多くを「Scala」で書き換えている

このように、様々な視点で、我が国の ICT のグローバル展開を、地域活性化と共に、積極的に推進して行くことが、今後、ますます求められてくるものであると認識している。

以上の背景に基づき、本調査では、特に公的サービス分野において、ICT の利活用推進がコスト削減効果や、生活者（国民）の便益増大にどの程度寄与するものかを、計量的に検証すると共に、我が国の国際競争力強化のカギとして期待されているグリーン ICT の進展が、国際的のみならず、地域活性化に寄与するものとの認識のもと、グリーン ICT に関する国内外の取り組みや、我が国の強みを活かしたグローバル展開、社会貢献の事例を明確化することを目的としている。

本調査では、先に述べた背景を踏まえ、以下の取組を行っている。

- 公的分野における ICT 化による効用・便益の測定（推計）
  - － 対象としては、公的サービス分野（医療・健康、教育・就労、生活・暮らしの 3 分野）において、サービスの効用・便益を推計する
  - － ICT 利活用の効用としては、サービスを享受する国民（生活者）側の便益（直接費用及び間接費用）を定量的に推計すると共に、サービス提供側のコスト削減効果も定量的に推計する
  
- 我が国の ICT の強みを活かした地球的課題への貢献に関する先進事例の収集
  - － 国内外における、グリーン ICT に関する行政主導による政策及び事例を収集する
  
- 我が国消費者洗練度評価と、ユーザーと協働して開発した ICT サービス事例の収集
  - － 我が国における消費者洗練度の評価を踏まえつつ、自国ユーザー並びに他国ユーザーの選好をどの様に評価しているかを把握する
  
- ICT に関連する環境、安心・安全分野における事例収集
  - － 特に、グローバル展開をしている、「我が国発」の事例を収集する
  
- 我が国のイノベーション環境評価
  - － イノベーション環境に関する我が国の評価軸を設定する
  - － 評価軸に伴う国際評価を実施する

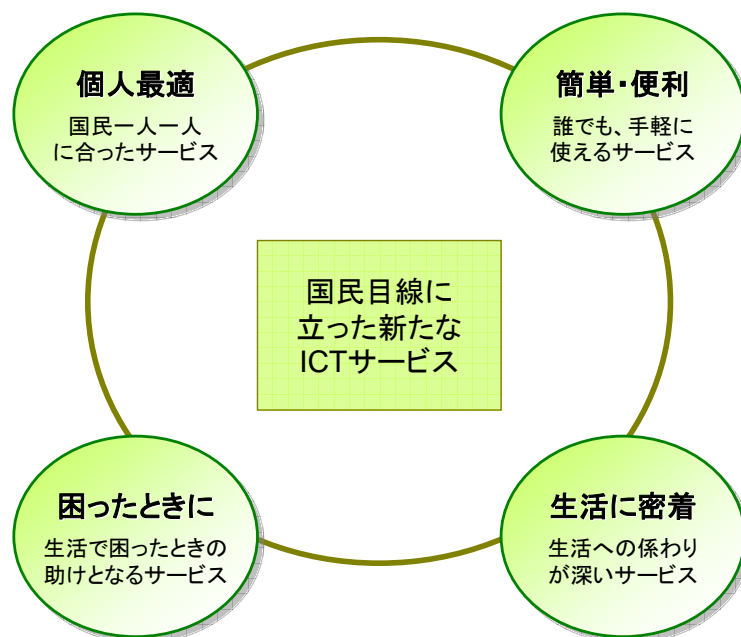
## 2 公的分野におけるICT化による効用・便益の測定

公的分野における ICT 化による効用・便益を推計するにあたり、その対象とする分野は、国民生活に関りが深い「医療・健康分野」、「教育・就労分野」、「生活・暮らし分野」の 3 分野にて、それぞれ 3 種類のサービスを想定し、計 9 サービスにおける ICT 化による効用・便益の推計を実施している。

### 2.1 効用・便益の測定対象となるサービス（コンセプト）

効用・便益の測定対象となるサービスは、「個人最適化（国民一人一人に合ったサービス）」、「簡単・便利（誰でも、手軽に使えるサービス）」、「困ったときに（生活で困ったときの助けとなるサービス）」、「生活に密着（生活に係わりが深いサービス）」という 4 つの視点を設定し、国民目線に立ったサービスとして選定・提示した。

図表 2.1-1：国民目線に立ったサービスのコンセプト





## 2.2 医療・健康分野における便益の経済価値推計

### 2.2.1 選定・提示サービス

医療・健康分野における国民目線に立ったサービスとしては、以下の3サービスを選定・提示した。

図表 2.2-1：医療・健康分野での提示サービス

#### 医療・健康に関するサービス①

##### ● 健康状態に合わせた最適健康管理サービス

- 自身の年齢や身長・体重などの属性情報、既往歴や持病・服用している薬などの健康情報、日々の運動量や摂取カロリー量などについて、このサービスのサイト(マイページ)で管理することが可能(全ての情報を入力する必要はなく、自身が把握している範囲の情報、管理したい情報を入力する)
- 管理している情報によって、日々の健康状態を記録として残すことができるだけでなく、自身が必要と思ったときには、サービス上で専門家(保健師、管理栄養士など)に情報を開示することが可能
- 開示した情報に応じて、専門家から自身の健康状態に合った最適なアドバイス(適切な運動量、食事のバランスなど)を受けたり、最寄りの市区町村で実施している検診の案内を受け取ることができ、病気の発症・悪化の予防(がんの予防、生活習慣病の予防など)に役立つ

#### 医療・健康に関するサービス②

##### ● 病状に合わせた最適医療サービス

- 自身の診察情報(カルテ情報、処方箋情報など)や属性・健康情報(身長、体重、既往歴、服用している薬、最近の健康状態など)について、このサービスのサイト(マイページ)に登録することが可能(診察や健康診断を受けた場合、本人の希望に応じて、その結果をサイトに登録することが可能)
- 登録している情報を、次回の診察や健康診断の際に、病院、診療所、調剤薬局などに開示することができ、自身の病状に合った最適な診察や健康診断を受けることが可能(どこから、どこまでの情報を開示するのかは、自身でコントロールすることが可能)
- また、情報を開示することで、複数の病院で同じ診察を受けることの回避(重複診察の回避)や、近隣の診療所での診察結果を受けて総合病院で引き継ぎ診察を受けるといった使い方、遠くの病院で診察を受けて近隣の調剤薬局で薬を受け取るといった使い方も可能

## 医療・健康に関するサービス③

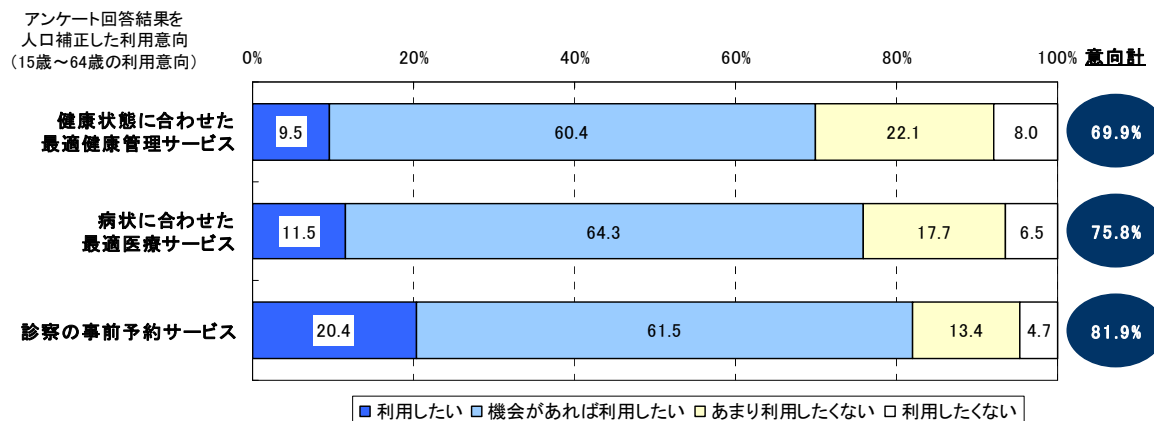
### ● 診察の事前予約サービス

- 自身の住んでいる地域別、自身の病状・健康状態別など、特定の条件に合わせて、全国から自身に合った最適な病院、診療所を検索することが可能
- 検索結果の病院、診療所について、診察時間(営業時間)やアクセスマップを確認できるとともに、診察の空き状況も確認でき、空いている時間帯であれば診察の予約を行うことが可能
- 予約の際には、自身の病状・健康状態などの情報(問診票に記入する情報など)を送ることもでき、当日の診察をスムーズに行うことが可能

## 2.2.2 サービスに対する利用意向

医療・健康分野の3サービスについて、インターネット利用者を対象としたウェブアンケート調査にて提示し、各サービスの利用意向(「利用したい」、「機会があれば利用したい」と回答した割合の合計)を尋ねたところ、「健康状態に合わせた最適健康管理サービス」では69.9%、「病状に合わせた最適医療サービス」では75.8%、「診察の事前予約サービス」では81.9%の利用意向となった。

図表 2.2-2：医療・健康サービスの利用意向



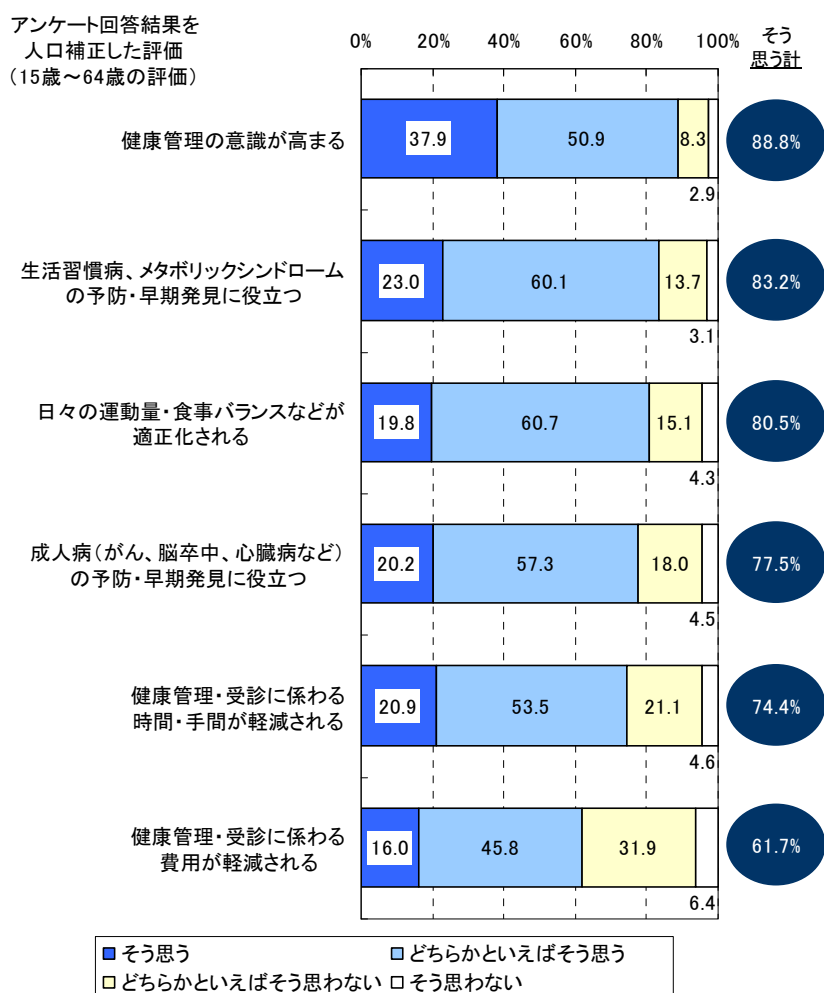
それぞれのサービスについて、サービスの利用による効用(意識の変化、生活の変化、利便性の向上など)の評価を行ったところ、「健康状態に合わせた最適健康管理サービス」では「健康管理の意識が高まる」、「生活習慣病、メタボリックシンドロームの予防・早期発見に役立つ」、「日々の運動量・食事バランスなどが適正化される」の評価(「そう思う」、

「どちらかといえばそう思う」と回答した割合の合計) が 8 割を超えており、健康増進や成人病予防への効果が期待されている。

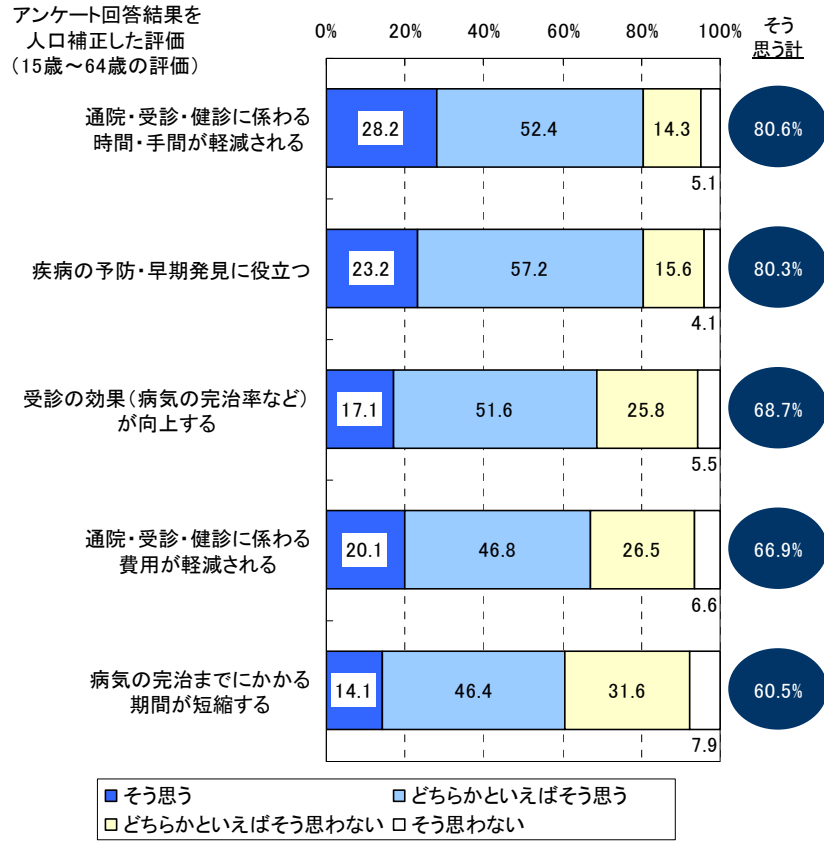
「病状に合わせた最適医療サービス」では「通院・受診・健診に係わる時間・手間が軽減される」、「疾病の予防・早期発見に役立つ」の評価が 8 割を超えており、受診効率の向上や疾病予防への効果が期待されている。

「診察の事前予約サービス」では「通院・受診に係わる時間・手間（待ち時間を含む）が軽減される」、「適切なタイミングで通院・受診ができる」の評価が 8 割を超えており、無駄な時間の削減や受診機会の最適化への効果が期待されている。

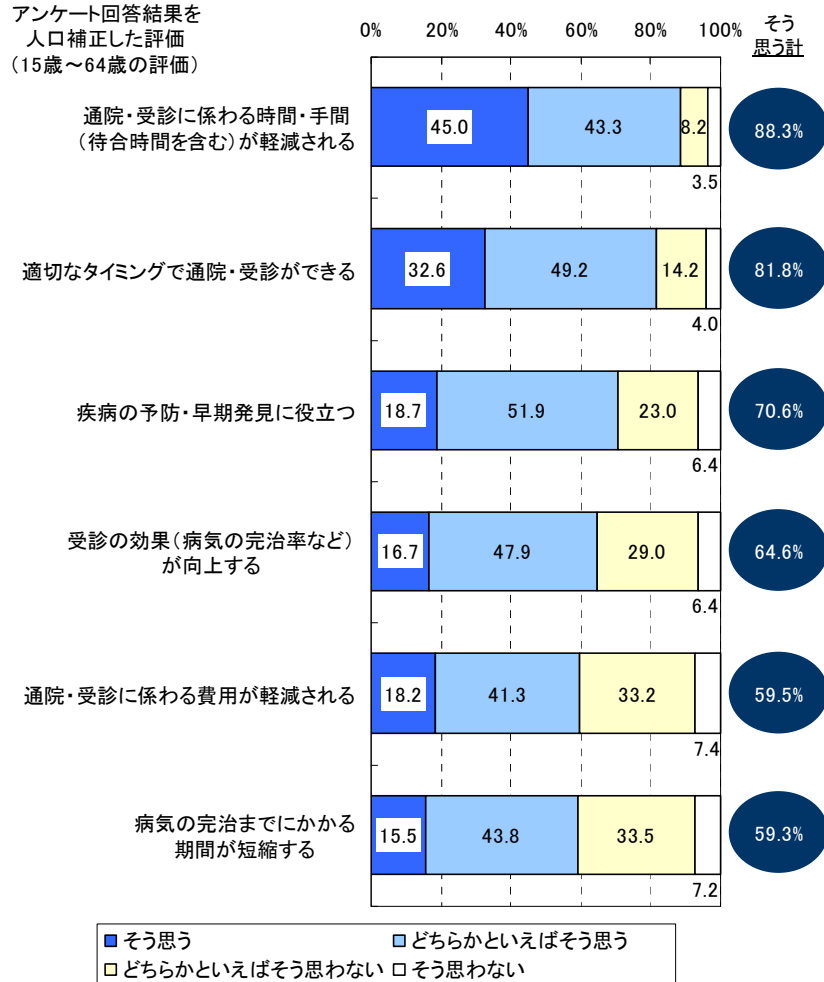
図表 2.2-3：「健康状態に合わせた最適健康管理サービス」の個別評価



図表 2.2-4：「病状に合わせた最適医療サービス」の個別評価



図表 2.2-5：「診察の事前予約サービス」の個別評価



### 2.2.3 便益の推計結果（経済価値）

国民目線に立ったサービスの利用意向は、概ね高いことがわかった。これは逆に言うと、このようなサービスが提供されていないことによって、国民が本来享受すべき便益が損なわれていると考えられる。

例えば、医療機関における受診の待合時間や、引越に係わる諸手続申請のために行政窓口まで出向く時間が削減されれば、その分の時間を利用者は余暇や労働などの他の活動に充てることが可能である。また、生活習慣病が予防されたり、粗大ゴミの量が減ったりすることによって、提供者側の費用の削減などの効用がもたらされることも想定される。そこで、これらのサービスごとに、利用者が享受する便益、提供者が享受する便益を想定し、

各便益がもたらす経済価値の試算を行った。

このような経済価値の試算は、主婦の家事労働力の経済価値の試算と同様に、直ちにはGDPに反映されない要素を含む場合があるし、時間の価額評価は平均的な賃金率による一律みなし換算に馴染まない側面もある。しかしながら、対象者を蓋然性に即して限定し、さらにサービス効果の実現度を低位推計（サービス効果が10%の場合）、中位推計（サービス効果が25%の場合）、高位推計（サービス効果が50%の場合）と段階分けすることで、当該サービスによる経済価値を大枠で捉えておくことには一定の意義があると考えられる。

医療・健康分野では、生活習慣病の予防による医療費の削減、重複受診の減少による無駄（費用・時間）の削減、受診の際の待ち時間の削減などを利用者（国民）が享受する便益として想定した。この結果、利用者における便益の経済価値としては、3サービス計で約14,900億円（中位推計：サービス効果が25%の場合）と試算された。

図表 2.2-6：医療・健康サービスにおける便益推計結果

医療・健康サービス①	想定される便益	便益がもたらす経済価値(利用者)	便益がもたらす経済価値(提供者)
健康状態に合わせた最適健康管理サービス	<b>利用者の便益</b> > 生活習慣病の予防(生活習慣病患者数の減少)による医療費(国民負担)の削減分を経済価値とする <b>提供者の便益</b> > 医療費(行政負担)の削減分を経済価値とする	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>11,553億円</b>	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>26,958億円</b>
		サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>5,777億円</b>	サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>13,479億円</b>
		サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>2,311億円</b>	サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>5,392億円</b>
医療・健康サービス②	<b>想定される便益</b> <b>利用者の便益</b> > 重複受診の減少による受診時間、医療費(国民負担)の削減分を経済価値とする <b>提供者の便益</b> > 重複受診の減少による医療費(行政負担)の削減分を経済価値とする	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>4,886億円</b>	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>10,720億円</b>
		サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>2,443億円</b>	サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>5,360億円</b>
		サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>977億円</b>	サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>2,144億円</b>
医療・健康サービス③	<b>想定される便益</b> <b>利用者の便益</b> > 診察の待ち時間の減少によって、受診者の無駄(時間)が改善される > 待ち時間の減少量(時間)に対して、平均的な労働生産性(時給換算)を乗じることで経済価値を算出する	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>13,363億円</b>	> 本サービスを行政が提供するのか、各医療機関が自発的に提供するのかわによって、提供者が異なる > また、提供者の狙いは、診察の効率化、医療事務の負担軽減であり、定量的に捉えることが困難であるため、経済価値は算出しない
		サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>6,682億円</b>	
		サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>2,673億円</b>	

## 2.2.4 便益の推計方法詳細

### (1) 健康状態に合わせた最適健康管理サービス

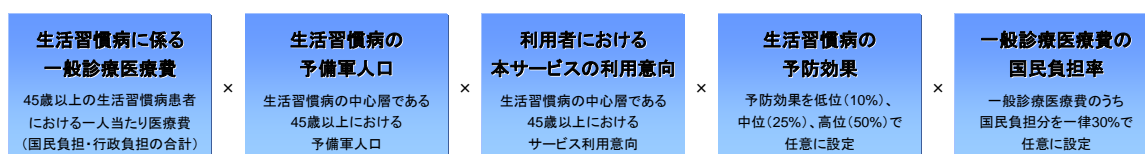
#### 推計対象とする便益 (利用者の視点)

本サービスが生活習慣病の予防に効果を発揮すると仮定する。この予防者における生活

習慣病の治療に係る一般診察医療費の削減額（国民負担分を一律 3 割として抽出）を利用者の便益とする。

### 便益の経済価値への換算方法（利用者の視点）

主に次の変数を用いて、生活習慣病の治療に係る一般診察医療費の削減額を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは以下の通りである。

- 生活習慣病に係わる一般診療医療費

[算出方法]

生活習慣病として、「糖尿病」、「悪性新生物」、「脳血管疾患」、「虚血性心疾患」、「高血圧性疾患」を取り上げ<sup>2</sup>、これらの疾病における一般診療医療費（ここでの一般診療医療費は、国民負担分と行政負担分を合計したデータ）を算出した。なお、一般診療医療費は、生活習慣病の中心層である 45 歳以上のデータを用いた。

次に、45 歳以上における生活習慣病の患者数を算出し、一般診療医療費を患者数で除することで、生活習慣病患者における一人当たり一般診療医療費を算出した。

	生活習慣病の一般診療医療費 (億円)	生活習慣病の患者数 (千人)	生活習慣病の一般診療医療費 (万円/人)
45～64歳	22,558	4,110	54.9
65～69歳	10,627	2,081	51.1
70歳以上	45,318	7,500	60.4

[使用データ]

厚生労働省「平成 19 年度国民医療費」

厚生労働省「平成 20 年患者調査」

- 生活習慣病の予備軍人口

[算出方法]

ここでの利用者は、生活習慣病の中心層である 45 歳以上に限定した。現在推計人口に対して、メタボリックシンドロームの発症可能性<sup>3</sup>を乗じることで、メタボリックシンドロームの予備群人口を算出した。この予備軍人口を、生活習慣病の予備軍人口として用いた。

<sup>2</sup> これらの疾病は、厚生労働省「医療保険制度体系及び診療報酬体系に関する基本方針」において、生活習慣病として扱われている疾病に該当する

<sup>3</sup> 厚生労働省「メタボリックシンドローム該当者・予備群の状況」によると、40～74 歳の男性では 2 人に 1 人が、40～74 歳の女性では 5 人に 1 人が、発症する可能性があるとして報告されている。推計にあたっては、この発症可能性（男性で 50%、女性で 20%）を準用した

	現在推計人口 (千人)	メタボリックシンドローム発症可能性 (%)	メタボリックシンドローム予備軍人口 (千人)
男性 45～64歳	17,052	50.0	8,526
女性 45～64歳	17,347	20.0	3,469
男性 65～69歳	3,845	50.0	1,923
女性 65～69歳	4,195	20.0	839
男性 70歳以上	8,199	50.0	4,100
女性 70歳以上	11,975	20.0	2,395

[使用データ]

総務省「平成 20 年 10 月 1 日現在推計人口」

- ・ 利用者における本サービスの利用意向

[算出方法]

アンケート調査の結果から、本サービスに対する利用意向（「利用したい」と「機会があれば利用したい」と回答した合計の割合）を算出した。

この利用意向は、生活習慣病を患っている／患っていないに係わらず一律であると仮定し、生活習慣病の予備軍人口に乗じることで、予備軍におけるサービス利用者数を算出した。

	サービス利用意向 (%)	予備軍におけるサービス利用者数 (千人)
男性 45～64歳	66.8	5,695
女性 45～64歳		2,318
男性 65～69歳	84.6	1,626
女性 65～69歳		710
男性 70歳以上	53.8	2,206
女性 70歳以上		1,289

[使用データ]

本調査研究で実施したアンケート調査結果

- ・ 生活習慣病の予防効果

[算出方法]

本サービスの利用による生活習慣病の予防効果を、低位（10%）、中位（25%）、高位（50%）として任意に設定した。この予防効果を、生活習慣病の予備軍におけるサービス利用者数に乗じることで、生活習慣病の予防者数を算出した。

	予防効果 <低位> (%)	予防効果 <中位> (%)	予防効果 <高位> (%)	生活習慣病の 予防者数 <低位> (千人)	生活習慣病の 予防者数 <中位> (千人)	生活習慣病の 予防者数 <高位> (千人)
男性 45～64歳	10.0	25.0	50.0	570	1,424	2,848
女性 45～64歳				232	579	1,159
男性 65～69歳	10.0	25.0	50.0	163	407	813
女性 65～69歳				71	177	355
男性 70歳以上	10.0	25.0	50.0	221	551	1,103
女性 70歳以上				129	322	644

- ・ 一般診療医療費の国民負担率

[算出方法]

生活習慣病患者における一人当たり一般診療医療費に生活習慣病の予防者数を乗じることで、本サービスによる生活習慣病に係わる医療費削減額を算出した。



医療費削減額のうち、国民負担の割合を一律 3 割として任意に設定し、利用者における医療費削減額（利用者便益の経済価値）を算出した。

	生活習慣病の 一般診療医療費 (万円/人)	生活習慣病の 予防者数 <低位> (千人)	生活習慣病の 予防者数 <中位> (千人)	生活習慣病の 予防者数 <高位> (千人)	生活習慣病の 医療費削減額 <低位> (億円)	生活習慣病の 医療費削減額 <中位> (億円)	生活習慣病の 医療費削減額 <高位> (億円)
45～64歳	54.9	801	2,003	4,006	4,398	10,995	21,990
65～69歳	51.1	234	584	1,168	1,193	2,983	5,965
70歳以上	60.4	349	874	1,747	2,111	5,278	10,556
合計	-	1,384	3,461	6,922	7,702	19,256	38,511

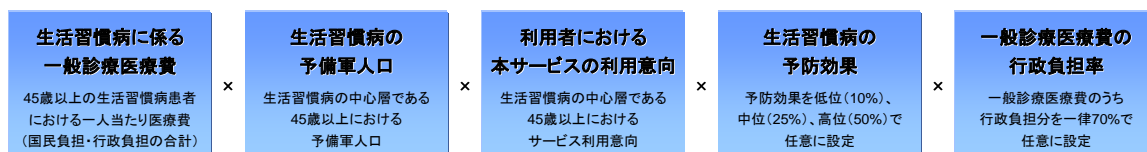
	生活習慣病の 医療費削減額 <低位> (億円)	生活習慣病の 医療費削減額 <中位> (億円)	生活習慣病の 医療費削減額 <高位> (億円)	利用者便益の 経済価値 <低位> (億円)	利用者便益の 経済価値 <中位> (億円)	利用者便益の 経済価値 <高位> (億円)
45～64歳	4,398	10,995	21,990	1,319	3,298	6,597
65～69歳	1,193	2,983	5,965	358	895	1,790
70歳以上	2,111	5,278	10,556	633	1,583	3,167
合計	7,702	19,256	38,511	2,311	5,777	11,553

### 推計対象とする便益（提供者の視点）

利用者と同様に、本サービスが生活習慣病の予防に効果を発揮すると仮定する。この予防者における生活習慣病の治療に係る一般診察医療費の削減額（行政負担分を一律 7 割として抽出）を提供者の便益とする。

### 便益の経済価値への変換方法（提供者の視点）

主に次の変数を用いて、生活習慣病の治療に係る一般診察医療費の削減額を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは、利用者便益の経済価値の算出方法と同様である。提供者便益の経済価値では、医療費削減額のうち、行政負担の割合を一律 7 割として任意に設定している。

- 一般診療医療費の行政負担率

[算出方法]

生活習慣病患者における一人当たり一般診療医療費に生活習慣病の予防者数を乗じることで、本サービスによる生活習慣病に係わる医療費削減額を算出した。

医療費削減額のうち、行政負担の割合を一律 7 割として任意に設定し、提供者における医療費削減額（提供者便益の経済価値）を算出した。

	生活習慣病の 一般診療医療費 (万円/人)	生活習慣病の 予防者数 <低位> (千人)	生活習慣病の 予防者数 <中位> (千人)	生活習慣病の 予防者数 <高位> (千人)	生活習慣病の 医療費削減額 <低位> (億円)	生活習慣病の 医療費削減額 <中位> (億円)	生活習慣病の 医療費削減額 <高位> (億円)
45～64歳	54.9	801	2,003	4,006	4,398	10,995	21,990
65～69歳	51.1	234	584	1,168	1,193	2,983	5,965
70歳以上	60.4	349	874	1,747	2,111	5,278	10,556
合計	-	1,384	3,461	6,922	7,702	19,256	38,511

	生活習慣病の 医療費削減額 <低位> (億円)	生活習慣病の 医療費削減額 <中位> (億円)	生活習慣病の 医療費削減額 <高位> (億円)	提供者便益の 経済価値 <低位> (億円)	提供者便益の 経済価値 <中位> (億円)	提供者便益の 経済価値 <高位> (億円)
45～64歳	4,398	10,995	21,990	3,079	7,696	15,393
65～69歳	1,193	2,983	5,965	835	2,088	4,176
70歳以上	2,111	5,278	10,556	1,478	3,695	7,389
合計	7,702	19,256	38,511	5,392	13,479	26,958

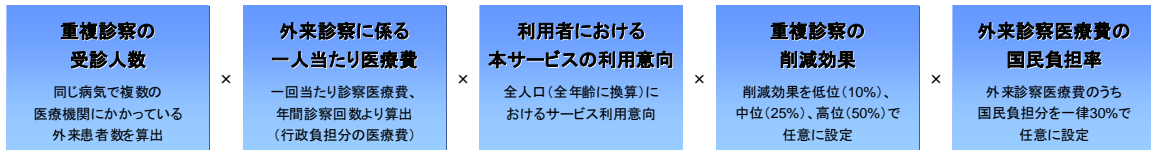
## (2) 病状に合わせた最適医療サービス

### 推計対象とする便益 (利用者の視点)

本サービスによって自身の病状に合った最適な診察を受けられるようになり、従来、自身に合わない／病状と診察が適していない、などの理由で生じていた重複診察が削減されると仮定する。この重複診察の削減に係る外来診察医療費の削減額（国民負担分を一律 3 割として抽出）、及び重複診察の削減に係る生産活動の増加（削減された時間が生産活動に充てられるとして算出）を利用者の便益とする。

### 便益の経済価値への換算方法① (利用者の視点)

主に次の変数を用いて、重複診察の削減に係る外来診察医療費の削減額を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは以下の通りである。

- ・ 重複診察の受診人数

#### [算出方法]

ここでの重複診察の定義は、厚生労働省「平成 20 年受療行動調査」の重複診察に関するアンケート調査結果の中から、「同じ病気について、異なる目的でかかっている (3.4%)」、「同じ病気で他の医師の意見を聞くためにかかっている (0.9%)」、「同じ病気でその他の理由によりかかっている (1.5%)」に該当するものとする。

外来診察の患者総数に対して、重複診察の発生率を乗じることで、重複診察の受診人数を算出した。

	外来診察の 患者総数 (千人)	重複診察の 発生率 (%)	重複診察の 受診人数 (千人)
合計	523,862	5.8	30,384

#### [使用データ]

厚生労働省「平成 20 年受療行動調査」

厚生労働省「平成 20 年病院報告」

- ・ 外来診察に係る一人当たり医療費

[算出方法]

外来診察に係る一人当たり医療費は、一人当たり・一回当たりの診察医療費と、年間の診察回数とを乗じることで算出した。

一人当たり・一回当たりの診察医療費は、厚生労働省「平成 19 年度国民健康保険医療給付実態調査」から外来（入院外）における診察医療費のデータを用いた。なお、ここでの診察医療費は行政負担分に相当するものであり、診察医療費全体（国民負担分と行政負担分の合計）の 7 割を占めるものと仮定する。

年間の診察回数は、OECD「Health at a Glance 2009」から日本における診察回数のデータを用いた。

一人当たり・一回当たりの診察医療費、年間の診察回数ともに、利用者の属性（性別、年齢など）によって大きく異なることが想定されるが、用いているデータの関係から、属性による差異は考慮しないものとする。

	一人当たり・一回当たりの診察医療費 (円/人・回)	年間の診察回数 (回)	外来診察に係る一人当たり医療費 (円/人)
合計	7,265	13.6	98,804

[使用データ]

厚生労働省「平成 19 年度国民健康保険医療給付実態調査」

OECD「Health at a Glance 2009」

- ・ 利用者における本サービスの利用意向

[算出方法]

アンケート調査の結果から、本サービスに対する利用意向（「利用したい」と「機会があれば利用したい」と回答した合計の割合）を算出した。なお、アンケート調査は 15～64 歳までの回答結果となっているが、他の変数に合わせるため、ここでは全年齢の回答結果に補正した利用意向を用いている。

この利用意向は、重複診察にかかっている／かかっていないに係わらず一律であると仮定し、重複診察の受診人数に乘じることで、重複診察の受診者におけるサービス利用者数を算出した。

	重複診察の受診人数 (千人)	サービス利用意向 (%)	重複診察の受診者におけるサービス利用者数 (千人)
合計	30,384	71.4	21,700

[使用データ]

本調査研究で実施したアンケート調査結果

- ・ 重複診察の削減効果

[算出方法]

本サービスの利用による重複診察の削減効果を、低位（10%）、中位（25%）、高位（50%）として任意に設定した。この削減効果を、重複診察の受診者におけるサービス利用者数に乗じることで、重複診察の回避者数を算出した。

	重複診察の 受診者における サービス利用者数 (千人)	削減効果 <低位> (%)	削減効果 <中位> (%)	削減効果 <高位> (%)	重複診察の 回避者数 <低位> (千人)	重複診察の 回避者数 <中位> (千人)	重複診察の 回避者数 <高位> (千人)
合計	21,700	10.0	25.0	50.0	2,170	5,425	10,850

- ・ 外来診察医療費の国民負担率

[算出方法]

外来診察に係る一人当たり医療費に重複診察の回避者数を乗じることで、本サービスによる重複診察の削減に係わる外来診察医療費の削減額を算出した。

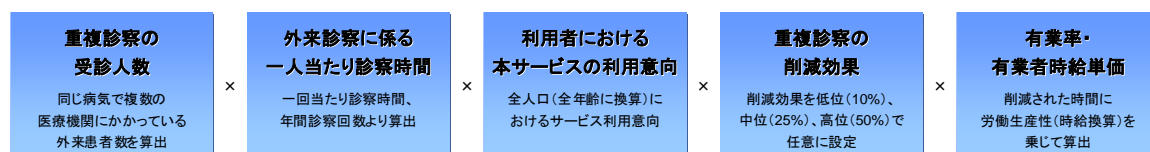
この外来診察医療費の削減額は、行政負担分の7割に相当するもの（提供者便益の経済価値）である。ここから、国民負担分の3割に相当する外来診察医療費の削減額（利用者便益の経済価値）を算出した。

	外来診察に係る 一人当たり医療費 <行政負担分> (円/人)	重複診察の 回避者数 <低位> (千人)	重複診察の 回避者数 <中位> (千人)	重複診察の 回避者数 <高位> (千人)	提供者便益の 経済価値 <低位> (億円)	提供者便益の 経済価値 <中位> (億円)	提供者便益の 経済価値 <高位> (億円)
合計	98,804	2,170	5,425	10,850	2,144	5,360	10,720

	提供者便益の 経済価値 <低位> (億円)	提供者便益の 経済価値 <中位> (億円)	提供者便益の 経済価値 <高位> (億円)	利用者便益の 経済価値① <低位> (億円)	利用者便益の 経済価値① <中位> (億円)	利用者便益の 経済価値① <高位> (億円)
合計	2,144	5,360	10,720	919	2,297	4,594

便益の経済価値への換算方法②（利用者の視点）

主に次の変数を用いて、重複診察の削減に係る生産活動の増加を算出した。



変数のうち、重複診察の削減に係る外来診察医療費の削減額と共通する変数は、算出方法及び使用データも同様である。重複診察の削減に係る生産活動の増加では、外来診察に係る一人当たり診察時間、有業率・有業者時給単価を変数に加えている。

- ・ 外来診察に係る一人当たり診察時間

[算出方法]

外来診察に係る一人当たり診察時間は、一人当たり・一回当たりの診察時間と、年

間の診察回数とを乗じることで算出した。

一人当たり・一回当たりの診察時間は、厚生労働省「平成 20 年受療行動調査」から外来患者における診察時間のデータを用いた。なお、診察時間は総診察時間（調査結果のうち、カテゴリー化されている診察時間の中央値を準用）と総患者数から算出した。

年間の診察回数は、OECD「Health at a Glance 2009」から日本における診察回数のデータを用いた。

一人当たり・一回当たりの診察時間、年間の診察回数ともに、利用者の属性（性別、年齢など）によって大きく異なることが想定されるが、用いているデータの関係から、属性による差異は考慮しないものとする。

	一人当たり・一回当たりの診察時間 (時間/人・回)	年間の診察回数 (回)	外来診察に係る一人当たり診察時間 (時間/人)
合計	0.14	13.6	1.86

[使用データ]

厚生労働省「平成 20 年受療行動調査」

OECD「Health at a Glance 2009」

- ・ 有業率・有業者時給単価

[算出方法]

外来診察に係る一人当たり診察時間に重複診察の回避者数を乗じることで、本サービスによる重複診察の削減に係わる増加時間を算出した。

増加時間がどのような活動に充てられるかは利用者次第であるが、ここでは、有業者における増加時間は生産活動に充てられると仮定する。そこで、増加時間に対して、有業率、有業者時給単価（平均月間現金給与総額から時給単価を算出）を乗じることで、重複診察の削減に係る生産活動の増加（利用者便益の経済価値）を算出した。

	外来診察に係る一人当たり診察時間 (時間/人)	重複診察の回避者数 <低位> (千人)	重複診察の回避者数 <中位> (千人)	重複診察の回避者数 <高位> (千人)	増加時間 <低位> (万時間)	増加時間 <中位> (万時間)	増加時間 <高位> (万時間)
合計	1.86	2,170	5,425	10,850	404	1,011	2,022

	増加時間 <低位> (万時間)	増加時間 <中位> (万時間)	増加時間 <高位> (万時間)	有業率 (%)	有業者時給単価 (円/時間)	利用者便益の経済価値② <低位> (億円)	利用者便益の経済価値② <中位> (億円)	利用者便益の経済価値② <高位> (億円)
合計	404	1,011	2,022	69.6	2,069	58	146	291

[使用データ]

総務省「労働力調査 平成 22 年 3 月分（速報）」

厚生労働省「毎月勤労統計調査（全国調査）」

利用者便益の経済価値（①+②の合計）

利用者の便益である重複診察の削減に係る外来診察医療費の削減額、及び重複診察の削減に係る生産活動の増加を合計すると、利用者便益の経済価値は次の通りとなる。

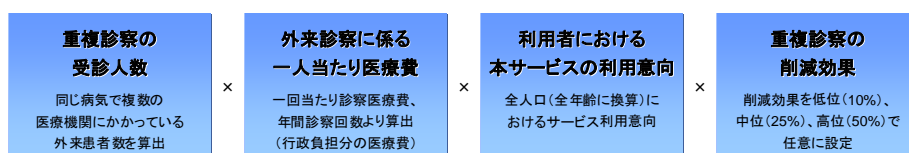
	利用者便益の 経済価値①+② <低位> (億円)	利用者便益の 経済価値①+② <中位> (億円)	利用者便益の 経済価値①+② <高位> (億円)
合計	977	2,443	4,886

#### 推計対象とする便益（提供者の視点）

利用者と同様に、本サービスによって重複診察が削減されると仮定する。この重複診察の削減に係る外来診察医療費の削減額（国民負担分を一律 7 割として抽出）を提供者の便益とする。

#### 便益の経済価値への変換方法（提供者の視点）

主に次の変数を用いて、重複診察の削減に係る外来診察医療費の削減額を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは、利用者便益の経済価値の算出方法と同様である。提供者便益の経済価値では、外来診察医療費の削減額のうち、行政負担の割合を一律 7 割（外来診察に係る一人当たり医療費は、行政負担分の 7 割に相当する）として任意に設定している。

	外来診察に係る 一人当たり医療費 <行政負担分> (円/人)	重複診察の 回避者数 <低位> (千人)	重複診察の 回避者数 <中位> (千人)	重複診察の 回避者数 <高位> (千人)	提供者便益の 経済価値 <低位> (億円)	提供者便益の 経済価値 <中位> (億円)	提供者便益の 経済価値 <高位> (億円)
合計	98,804	2,170	5,425	10,850	2,144	5,360	10,720

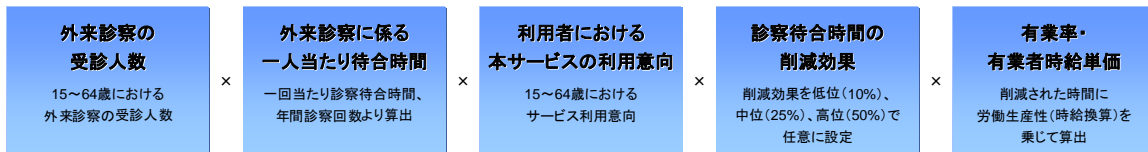
### (3) 診察の事前予約サービス

#### 推計対象とする便益（利用者の視点）

本サービスが診察に係る待ち時間の削減に効果を発揮すると仮定する。この削減された時間が生産活動に充てられるとして、利用者の便益とする。

#### 便益の経済価値への換算方法（利用者の視点）

主に次の変数を用いて、診察待ち時間の削減に係る生産活動の増加を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは以下の通りである。

- ・ 外来診察の受診人数

[算出方法]

厚生労働省「平成 20 年病院報告」から外来患者の総数を、厚生労働省「平成 20 年受療行動調査」から年齢別の患者数割合を抽出した。外来患者の総数に対して、年齢別の患者数割合を乗じることで、年齢別の患者数を算出し、そこから 15～64 歳の患者数を抽出した。この 15～64 歳の患者数を、外来診察の受診人数として用いた。

	外来診察の患者総数 (千人)	15～64歳の患者数割合 (%)	15～64歳の患者数 (千人)
合計	523,862	44.6	233,642

[使用データ]

厚生労働省「平成 20 年病院報告」

厚生労働省「平成 20 年受療行動調査」

- ・ 外来診察に係る一人当たり待ち時間

[算出方法]

外来診察に係る一人当たり待ち時間は、一人当たり・一回当たりの待ち時間と、年間の診察回数とを乗じることで算出した。

一人当たり・一回当たりの待ち時間は、厚生労働省「平成 20 年受療行動調査」から外来患者における診察前の待ち時間のデータを用いた。なお、診察前の待ち時間は 15～64 歳における調査結果を用いて、総待ち時間（調査結果のうち、カテゴリー化されている待ち時間の中央値を準用）と総患者数から算出した。

年間の診察回数は、OECD「Health at a Glance 2009」から日本における診察回数のデータを用いた。

年間の診察回数は、利用者の属性（性別、年齢など）によって大きく異なることが想定されるが、用いているデータの関係から、属性による差異は考慮しないものとする（年齢に係らず一律であると仮定）する。

	一人当たり・一回当たりの待ち時間 (時間/人・回)	年間の診察回数 (回)	外来診察に係る一人当たり待ち時間 (時間/人)
合計	0.71	13.6	9.70

[使用データ]

厚生労働省「平成 20 年受療行動調査」



OECD 「Health at a Glance 2009」

- ・ 利用者における本サービスの利用意向

[算出方法]

アンケート調査の結果から、本サービスに対する利用意向（「利用したい」と「機会があれば利用したい」と回答した合計の割合）を算出した。この利用意向は、アンケート調査結果を人口補正し、15～64歳までの利用意向として算出したものである。

この利用意向は、病気を患っている／患っていないに係わらず一律であると仮定し、15～64歳の患者数に乗じることで、15～64歳の患者におけるサービス利用者数を算出した。

	15～64歳の患者数 (千人)	サービス利用意向 (%)	15～64歳の患者におけるサービス利用者数 (千人)
合計	233.642	81.9	191.353

[使用データ]

本調査研究で実施したアンケート調査結果

- ・ 診察待ち時間の削減効果

[算出方法]

本サービスの利用による診察待ち時間の削減効果を、低位（10%）、中位（25%）、高位（50%）として任意に設定した。外来診察に係る一人当たり待ち時間、15～64歳の患者におけるサービス利用者数、診察待ち時間の削減効果を乗じることで、本サービスによる診察待ちの削減時間を算出した。

	外来診察に係る一人当たり待ち時間 (時間/人)	15～64歳の患者におけるサービス利用者数 (千人)	削減効果 <低位> (%)	削減効果 <中位> (%)	削減効果 <高位> (%)	診察待ちの削減時間 <低位> (万時間)	診察待ちの削減時間 <中位> (万時間)	診察待ちの削減時間 <高位> (万時間)
合計	9.70	191.353	10.0	25.0	50.0	18,562	46,405	92,810

- ・ 有業率・有業者時給単価

[算出方法]

診察待ちの削減時間（他活動の増加時間）がどのような活動に充てられるかは利用者次第であるが、ここでは、有業者における増加時間は生産活動に充てられると仮定する。そこで、診察待ちの削減時間に対して、有業率、有業者時給単価（平均月間現金給与総額から時給単価を算出）を乗じることで、診察待ち時間の削減に係る生産活動の増加（利用者便益の経済価値）を算出した。

	診察待ちの削減時間 <低位> (万時間)	診察待ちの削減時間 <中位> (万時間)	診察待ちの削減時間 <高位> (万時間)	有業率 (%)	有業者時給単価 (円/時間)	利用者便益の経済価値 <低位> (億円)	利用者便益の経済価値 <中位> (億円)	利用者便益の経済価値 <高位> (億円)
合計	18,562	46,405	92,810	69.6	2,069	2,673	6,682	13,363



[使用データ]

総務省「労働力調査 平成 22 年 3 月分（速報）」

厚生労働省「毎月勤労統計調査（全国調査）」

推計対象とする便益（提供者の視点）

利用者と同様に、本サービスが診察に係る待ち時間の削減に効果を発揮すると仮定する。これに伴い、医療機関であれば、診察の効率化、医療事務（電話での予約受付、休診日の案内など）の負担軽減などが提供者の便益として想定される。しかしながら、これらの提供者便益は定量的に捉えることが困難であるため、提供者便益の経済価値は算出しない。

## 2.3 教育・就労分野における便益の経済価値推計

### 2.3.1 選定・提示サービス

教育・就労分野における国民目線に立ったサービスとしては、以下の3サービスを選定・提示した<sup>4</sup>。

図表 2.3-1：教育・就労分野での提示サービス

#### 教育・就労に関するサービス①

##### ● 個に応じた学びと教え合い、学び合う教育サービス

- 義務教育課程を中心に、教科書・授業教材(理科の実験映像など)をデジタル化し、このサービスのサイトを通じて、各学校に配信することで、生徒は自由に使うことが可能  
(デジタル化されているため、文字を追うだけでなく、音声・映像などを活用した学習が可能)
- 教科書・授業教材を配信するだけでなく、このサイトの中でコミュニケーションを行うこともでき、生徒と教師との相談、保護者と教師との相談、生徒間の教え合い、学び合いの場として活用することが可能
- 学校関係者だけでなく、一般市民や専門家もコミュニケーションに参加でき、生徒に対する学習補助(生徒からの学習質問に対する回答など)を行うことが可能
- また、企業が社会貢献などの目的で、生徒の職業体験・社会見学の場としてオフィスや工場などを開放する際に、案内窓口・募集窓口として、このサイトを活用することも可能

#### 教育・就労に関するサービス②

##### ● オンライン教育ポータルサービス

- 国内の大学・大学院・専門学校を中心に、開講しているオンライン講義の情報や、一般市民を対象にした講演会・イベントなどの情報を一覧することが可能  
(講義には、オンライン専用の講義の他に、通常の講義の様子を動画で紹介するものも含まれる)
- 数ある講義や講演会の中から、学びたい分野、受講方法(オンラインのみで完結、オンラインと通学との併用など)、受講費用、受講期間・時期など、自身に合った最適な情報を検索することが可能
- このサービスのサイトを通じて、受講の申し込みや、(有料の場合には)受講費用の支払い、(オンライン講義の場合には)実際の受講ができ、その結果に応じて単位や学位などを取得することが可能  
(このサービスに参画している一部の大学・大学院・専門学校の間では、単位の互換が可能)
- 講演会・イベントなどの情報は、事前に自身が興味のある分野や大学・大学院・専門学校などを登録しておけば、開催案内を自動的に受け取ることが可能

<sup>4</sup> 「個に応じた学びと教え合い、学び合う教育サービス」に関して、『5. アンケート調査結果』の中では「学び合い、教え合う、相互教育サービス」の名称で用いている。

## 教育・就労に関するサービス③

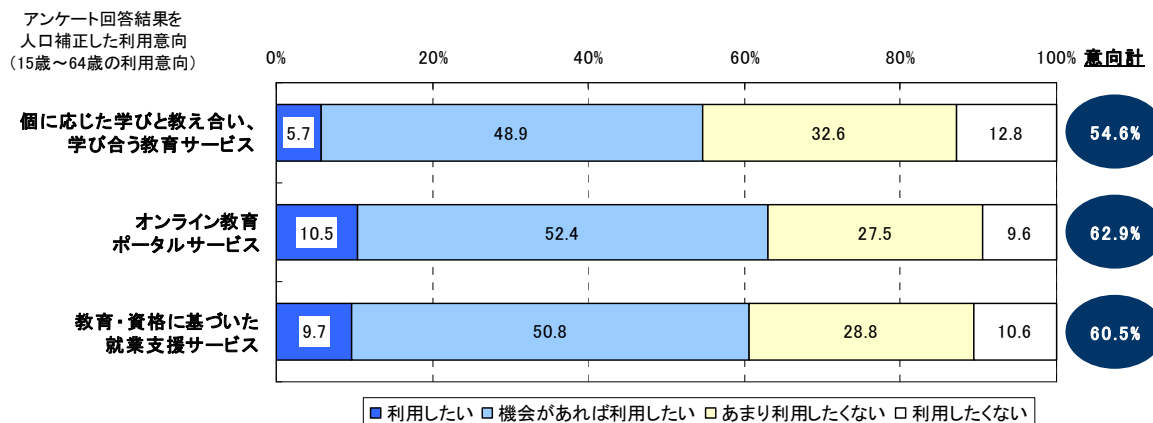
### ● 教育・資格に基づいた就業支援サービス

- 自身の学習歴や取得資格、職務経歴、目標・希望とする職業・キャリアプランなどの情報について、このサービスのサイト(マイページ)に登録することが可能  
(学習歴や取得資格は、大学・資格認定機関などによって証明され、サイトに登録することが可能)
- 登録している情報に基づき、サイト上で専門家(キャリア・コンサルタントなど)から就業に関するアドバイス(自身の経歴や目標に合った職業の紹介など)を受けることが可能
- また、登録している情報をハローワークやジョブカフェ、企業などに開示することで、ハローワーク職員との相談が効率化・充実化したり、企業からの採用スカウトを受けることが可能  
(どこから、どこまでの登録情報を開示するのかは、自身でコントロールすることが可能)
- 自身が目標とする職業に応じて、その職業に必要な学習歴や取得資格などの情報を探すことができ、一部は、サイト上で学習サービス(eラーニング)を受けたり、資格試験を受験することが可能  
(有料サービスを受けたり、資格試験を受験する際には、このサイトを通じて料金を支払うことが可能)

## 2.3.2 サービスに対する利用意向

教育・就労分野の3サービスについて、インターネット利用者を対象としたウェブアンケート調査にて提示し、各サービスの利用意向(「利用したい」、「機会があれば利用したい」と回答した割合の合計)を尋ねたところ、「個に応じた学びと教え合い、学び合う教育サービス」では54.6%、「オンライン教育ポータルサービス」では62.9%、「教育・資格に基づいた就業支援サービス」では60.5%の利用意向となった。

図表 2.3-2：教育・就労サービスの利用意向

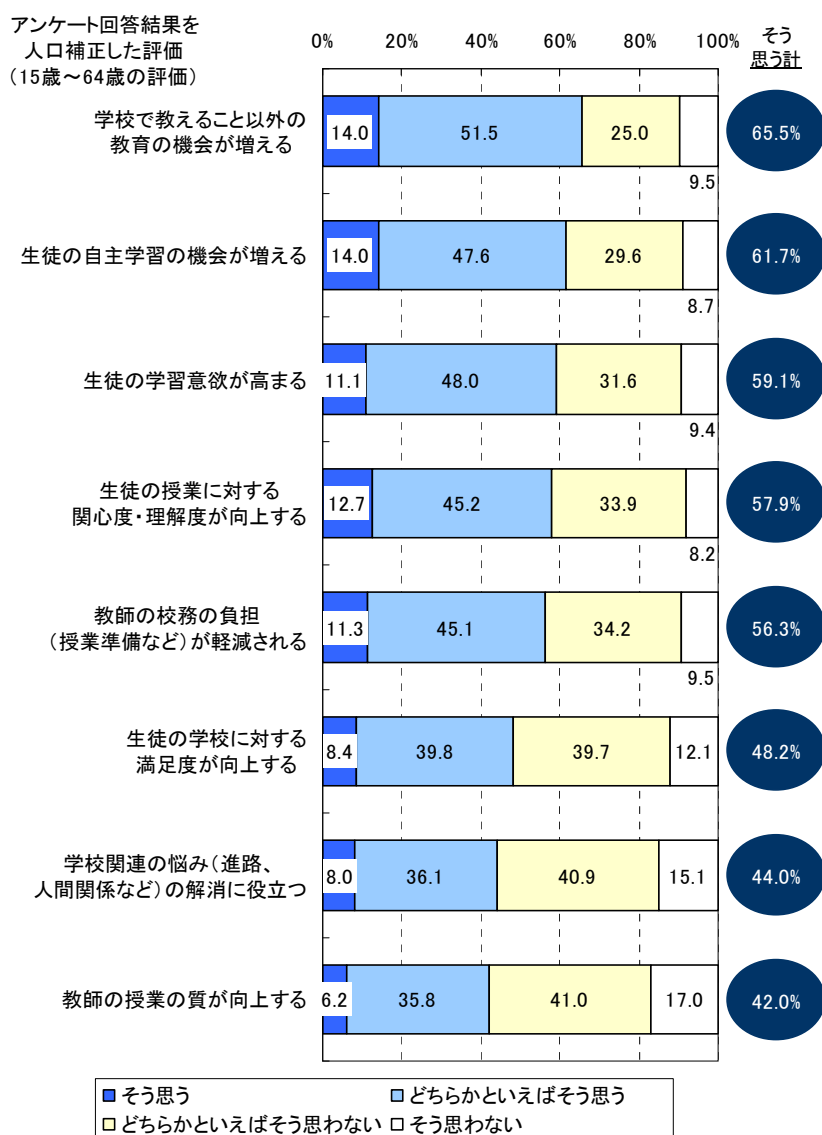


それぞれのサービスについて、サービスの利用による効用（意識の変化、生活の変化、利便性の向上など）の評価を行ったところ、教育・就労分野では、医療・健康分野に比べると、若干ではあるが全体的に低い評価となった。

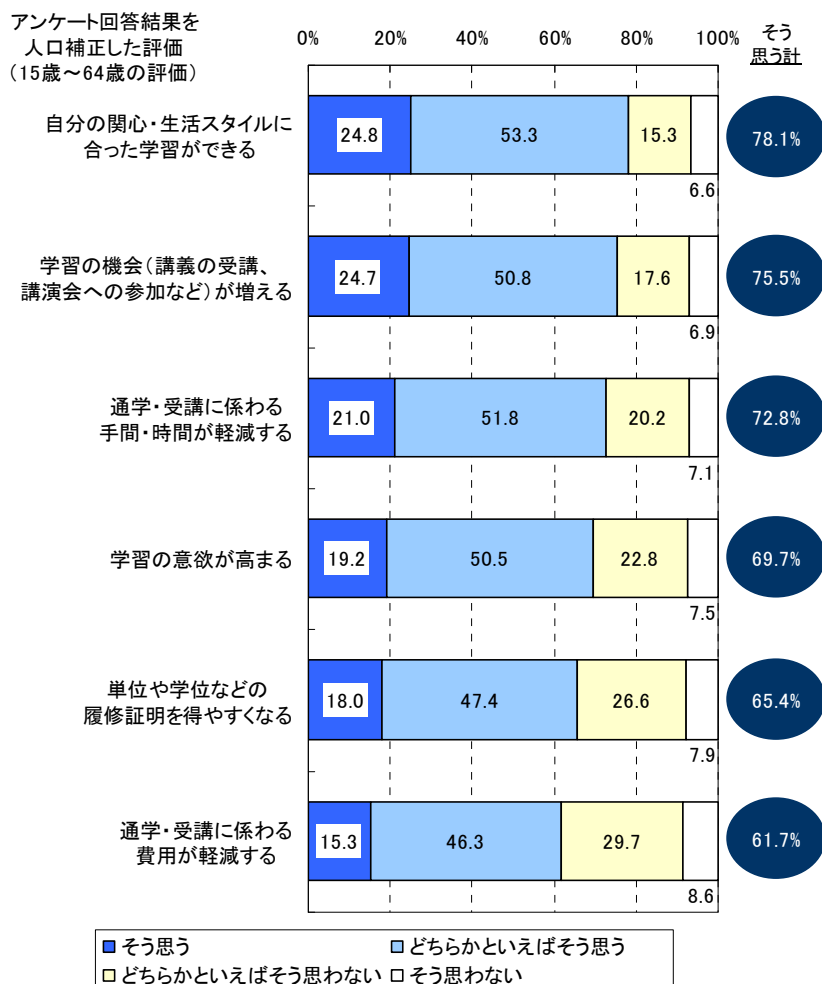
「個に応じた学びと教え合い、学び合う教育サービス」では「学校で教えること以外の教育の機会が増える」、「生徒の自主学習の機会が増える」の評価が6割を超えた。

「オンライン教育ポータルサービス」では「自分の関心・生活スタイルに合った学習ができる」、「学習の機会（講義の受講、講演会への参加など）が増える」、「通学・受講に係わる手間・時間が軽減する」の評価が、「教育・資格に基づいた就業支援サービス」では「自分の目標に合った学習・キャリアプランを立てられる」の評価が7割を超えた。

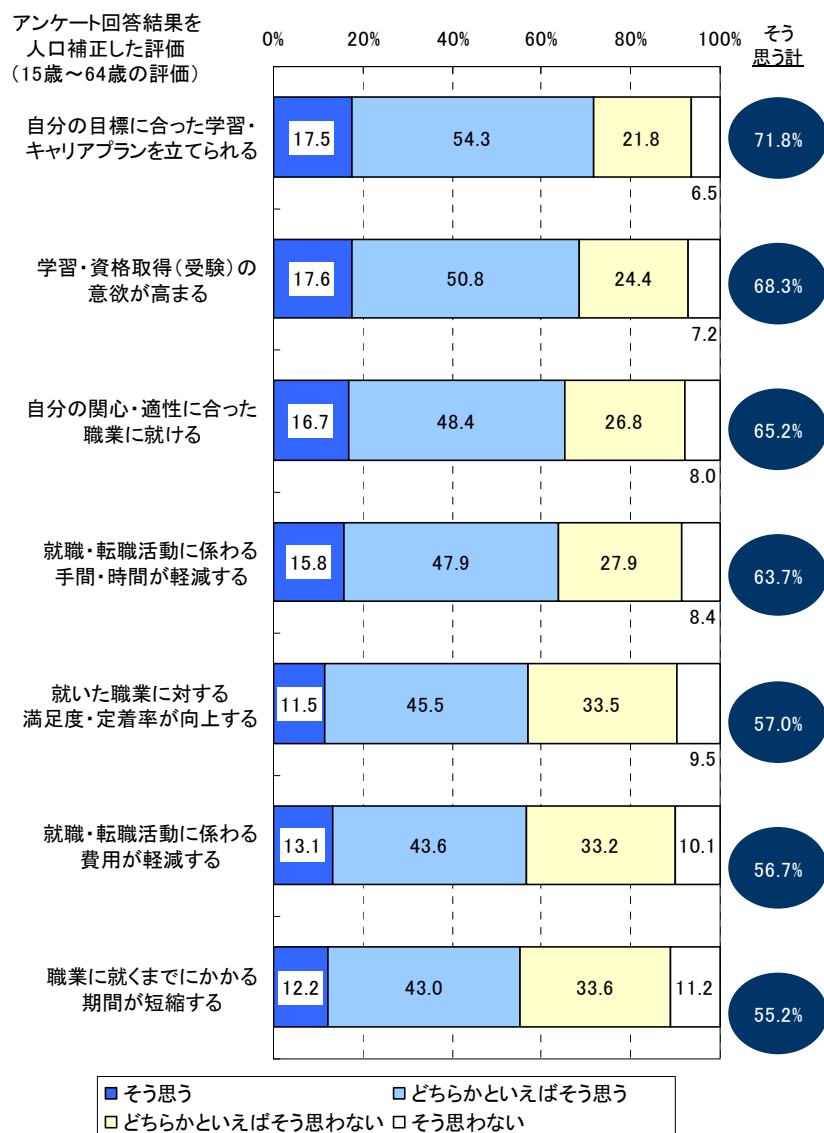
図表 2.3-3：「個に応じた学びと教え合い、学び合う教育サービス」の個別評価



図表 2.3-4：「オンライン教育ポータルサービス」の個別評価



図表 2.3-5：「教育・資格に基づいた就業支援サービス」の個別評価



### 2.3.3 便益の推計結果（経済価値）

教育・就労分野では、教師の校務負荷の軽減、有業者の最終学歴の向上、完全失業者の減少（就業者の増加）などを利用者（国民）が享受する便益として想定した。この結果、利用者における便益の経済価値としては、3サービス計で約6,190億円（中位推計：サービス効果が25%の場合）と試算された。

図表 2.3-6：教育・就労サービスにおける便益推計結果

	想定される便益	便益がもたらす経済価値(利用者)	便益がもたらす経済価値(提供者)
<b>教育・就労サービス①</b> 個に応じた学びと教え合い、学び合う教育サービス	<b>利用者の便益</b> > 小・中学校の教師における授業準備、成績処理、外部対応などの校務負担が軽減される > 校務負担の軽減量(時間)に対して、教師の労働生産性(時給換算)を乗じることで経済価値を算出する	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>1,604億円</b> サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>802億円</b> サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>321億円</b>	> 本サービスを行政が提供するのか、各学校が自発的に提供するのかわによって、提供者が異なる > また、提供者の狙いは、生徒の学力の向上や教師の労働環境の改善であり、定量的に捉えることが困難であるため、経済価値は算出しない
<b>教育・就労サービス②</b> オンライン教育ポータルサービス	<b>利用者の便益</b> > 若年層(15~24歳)の有業者における最終学歴が向上(大学・大学院卒の学歴保有者が増加)する > 最終学歴と給与との関係から、現状と本サービス適用後の賞金総額を比較し、差分を経済価値とする	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>4,766億円</b> サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>2,383億円</b> サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>953億円</b>	> 本サービスを行政が提供するのか、各学校が自発的に提供するのかわによって、提供者が異なる > また、提供者の狙いは、開かれた学習の場・機会を提供することであり、定量的に捉えることが困難であるため、経済価値は算出しない
<b>教育・就労サービス③</b> 教育・資格に基づいた就業支援サービス	<b>利用者の便益</b> > 完全失業者が減少する(就業者が増加)することで、新たに生み出される労働力を経済価値とする <b>提供者の便益</b> > 完全失業者の減少に伴い、失業手当額の減少分を経済価値とする	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>6,019億円</b> サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>3,009億円</b> サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>1,204億円</b>	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>819億円</b> サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>409億円</b> サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>164億円</b>

### 2.3.4 便益の推計方法詳細

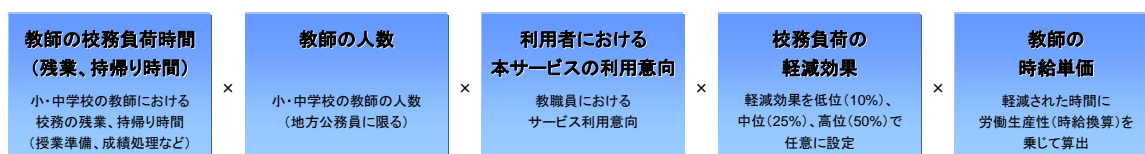
#### (1) 個に応じた学びと教え合い、学び合う教育サービス

##### 推計対象とする便益(利用者の視点)

本サービスによって義務教育課程(小・中学校)の教師の校務負担(授業準備、成績処理、外部対応)が軽減されると仮定する。この軽減された時間が生産活動に充てられるとして、利用者の便益とする。

##### 便益の経済価値への換算方法(利用者の視点)

主に次の変数を用いて、校務負担の軽減に係る生産活動の増加を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは以下の通りである。

- 教師の校務負担時間

[算出方法]

文部科学省「教員勤務実態調査」から小・中学校の教諭における各種校務の一人当たり残業、持帰り時間（調査期間中の実測値）を抽出し、これらの時間を年間補正<sup>5</sup>することで、年間の校務負荷時間を算出した。この校務負荷時間のうち、本サービスによる軽減対象を「授業準備」、「成績処理」、「外部対応（保護者・PTA対応、地域対応、行政・関係団体対応）」と仮定し、該当校務における校務負荷時間を算出した。

	年間の校務負荷時間 (残業、持帰り) (分/人)		年間の校務負荷時間 (残業、持帰り) (分/人)
朝の業務	1,120	学校経営	1,552
授業	0	会議・打合せ	1,640
授業準備	9,200	事務・報告書作成	2,520
学習指導	120	校内研修	80
成績処理	9,368	保護者・PTA対応	824
生徒指導(集団)	520	地域対応	96
生徒指導(個別)	440	行政・関係団体対応	0
部活動・クラブ活動	7,920	校務としての研修(校外)	72
児童会・生徒会指導	0	会議(校外)	48
学校行事	1,480	その他の校務	1,992
学年・学級経営	2,256	休憩・休息	792

	年間の校務負荷時間 (残業、持帰り) (分/人)
軽減対象の校務計	19,488

[使用データ]

文部科学省「教員勤務実態調査」

- ・ 教師の人数

[算出方法]

総務省「平成 20 年地方公務員給与実態調査」から小・中学校教育職の職員数を抽出した。なお、後述の教師の時給単価を変数として用いるため、ここでの職員数は地方公共団体職員に限定した。

	小・中学校の教師の人数 (人)
合計	595,978

[使用データ]

総務省「平成 20 年地方公務員給与実態調査」

- ・ 利用者における本サービスの利用意向

[算出方法]

アンケート調査の結果から、本サービスに対する利用意向（「利用したい」と「機会があれば利用したい」と回答した合計の割合）を算出した。この利用意向は、アンケート調査結果の職業属性を用いて、教職員における利用意向として算出したものである。

<sup>5</sup> 調査結果は勤務日、休日に分かれているため、勤務日を週 5 日、休日を週 2 日として一律扱った。また、調査期間は 6 ヶ月に渡っているため、この間の残業、持帰り時間を 2 倍することで年間の校務負荷時間を算出した



利用意向に対して小・中学校の教師の人数を乗じることで、小・中学校の教師におけるサービス利用者数を算出した。

	小・中学校の 教師の人数 (人)	サービス 利用意向 (%)	小・中学校の 教師における サービス利用者数 (人)
合計	595,978	64.7	385,633

[使用データ]

本調査研究で実施したアンケート調査結果

・ 校務負荷の軽減効果

[算出方法]

本サービスの利用による校務負荷（残業、持帰り時間）の軽減効果を、低位（10%）、中位（25%）、高位（50%）として任意に設定した。年間の校務負荷時間、小・中学校の教師におけるサービス利用者数、校務負荷の軽減効果を乗じることで、本サービスによる校務負荷の軽減時間を算出した。

	年間の 校務負荷時間 (残業、持帰り) (分/人)	小・中学校の 教師における サービス利用者数 (人)	軽減効果 <低位> (%)	軽減効果 <中位> (%)	軽減効果 <高位> (%)	校務負荷の 軽減時間 <低位> (万時間)	校務負荷の 軽減時間 <中位> (時間)	校務負荷の 軽減時間 <高位> (時間)
合計	19,488	385,633	10.0	25.0	50.0	1,253	3,131	6,263

・ 教師の時給単価

[算出方法]

校務負荷の軽減時間に対して、教師の時給単価（地方公共団体職員に限る）を乗じることで、校務負荷の軽減に係る生産活動の増加（利用者便益の経済価値）を算出した。

なお、教師の時給単価は全会計における平均月給<sup>6</sup>（給料、扶養手当、地域手当が含まれる）を用いた。

	校務負荷の 軽減時間 <低位> (万時間)	校務負荷の 軽減時間 <中位> (時間)	校務負荷の 軽減時間 <高位> (時間)	小・中学校の 教師における 時給単価 (円/時間)	利用者便益の 経済価値 <低位> (億円)	利用者便益の 経済価値 <中位> (億円)	利用者便益の 経済価値 <高位> (億円)
合計	1,253	3,131	6,263	2,561	321	802	1,604

[使用データ]

総務省「平成20年地方公務員給与実態調査」

推計対象とする便益（提供者の視点）

校務負荷の軽減の他に、行政視点や教育機関視点で捉えると、本サービスによって生徒の学力の向上（底上げ）や教師の労働環境の改善などが便益として想定される。しかしながら、これらの便益は定量的に捉えることが困難であるため、提供者便益の経済価値は算

<sup>6</sup> 1ヶ月当たりの勤務日数を20日、1日当たりの勤務時間を8時間と仮定して、時給単価を算出した

出しない。

## (2) オンライン教育ポータルサービス

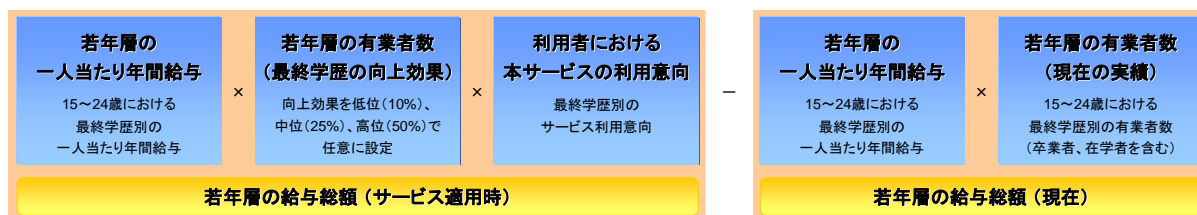
### 推計対象とする便益（利用者の視点）

本サービスによって大学・大学院の講義を受講しやすくなり、単位の取得、学位の取得が進むと仮定（最終学歴が向上すると仮定）する。また、最終学歴と給与との関係から、最終学歴が向上することで、有業者における給与総額が向上すると仮定する。この給与総額の差分（増分）を利用者の便益とする。

なお、給与の向上には、最終学歴の他に、これまでの職歴（技術・技能、勤務年数など）も影響すると考えられる。このため、本推計では、職歴の影響をあまり受けないと想定される若年層（15～24歳）を対象者とした。さらに、給与の向上を仮定することから、若年層のうち有業者を抽出した。

### 便益の経済価値への換算方法（利用者の視点）

主に次の変数を用いて、最終学歴の向上に係る給与総額の増分を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは以下の通りである。

- ・ 若年層の一人当たり年間給与

[算出方法]

厚生労働省「平成 21 年賃金構造基本統計調査」から、一般労働者に関するデータを用いた（短時間労働者に関するデータは含まれない）。このうち、性別、年齢別、最終学歴別の賃金<sup>7</sup>を抽出し、これらの賃金を年間補正<sup>8</sup>することで、若年層の一人当たり年間給与を算出した。

	中学卒における年間給与（万円）	高校卒における年間給与（万円）	高専・短大卒における年間給与（万円）	大学・大学院卒における年間給与（万円）
男性 15～24歳	263	289	294	321
女性 15～24歳	201	241	285	302

[使用データ]

<sup>7</sup> ここでの賃金とは、平成 21 年 6 月分の所定内給与額を指す。所定内給与額とは、労働契約等であらかじめ定められている支給条件、算定方法により、6 月分として支給された現金給与額のうち、超過労働給与額を差し引いた額であり、所得税等を控除する前の額を指す

<sup>8</sup> 6 月分の現金給与額を 12 倍し、これに年間賞与その他特別給与額を加えて、年間給与を算出した

厚生労働省「平成 21 年賃金構造基本統計調査」

- ・ 若年層の有業者数（現在の実績）

[算出方法]

総務省「平成 19 年就業構造基本調査」から、15～24 歳の最終学歴別の有業者数を抽出した。なお、有業者には卒業生、在学者がともに含まれる。

若年層の一人当たり年間給与に対して有業者数を乗じることで、若年層の給与総額を算出した。

	中学卒 における 有業者数 (人)	高校卒 における 有業者数 (人)	高専・短大卒 における 有業者数 (人)	大学・大学院卒 における 有業者数 (人)
男性 15～24歳	191,500	1,190,000	552,300	1,000,900
女性 15～24歳	115,500	957,100	1,006,500	822,400

	中学卒 における 給与総額 (億円)	高校卒 における 給与総額 (億円)	高専・短大卒 における 給与総額 (億円)	大学・大学院卒 における 給与総額 (億円)	若年層の 給与総額 〈現在〉 (億円)
男性 15～24歳	5,045	34,403	16,250	32,114	87,812
女性 15～24歳	2,321	23,064	28,715	24,800	78,901

[使用データ]

総務省「平成 19 年就業構造基本調査」

- ・ 利用者における本サービスの利用意向

[算出方法]

アンケート調査の結果から、本サービスに対する利用意向（「利用したい」と「機会があれば利用したい」と回答した合計の割合）を算出した。この利用意向は、アンケート調査結果の属性を用いて、性別、最終学歴別の利用意向を用いた。

利用意向に対して若年層の有業者数を乗じることで、若年層の有業者におけるサービス利用者数を算出した。

	若年層の 有業者数 (人)	サービス 利用意向 (%)	若年層の 有業者数における サービス利用者数 (人)
男性 中学卒	191,500	64.2	122,903
男性 高校卒	1,190,000	60.0	714,000
男性 高専・短大卒	552,300	59.7	329,846
男性 大学・大学院卒	1,000,900	56.9	569,214
女性 中学卒	115,500	62.5	72,188
女性 高校卒	957,100	67.3	643,867
女性 高専・短大卒	1,006,500	64.5	648,928
女性 大学・大学院卒	822,400	77.4	636,859

[使用データ]

本調査研究で実施したアンケート調査結果

- ・ 若年層の有業者数（最終学歴の向上効果）

[算出方法]

本サービスの利用による最終学歴の向上効果を、低位（10%）、中位（25%）、高位

(50%)として任意に設定した。ここでの最終学歴の向上効果は、現在の最終学歴に対して、本サービスの適用時に「大学・大学院卒」に向上する割合とした。なお、現在の最終学歴の種類に係らず、一律「大学・大学院卒」に向上すると仮定し、現在の最終学歴が「大学・大学院卒」の場合には、最終学歴の向上は考慮しないものとする。

現在における最終学歴別の若年層の有業者数に対して、最終学歴の向上効果を加味することで、本サービス適用時における最終学歴別の若年層の有業者数を算出した(若年層の有業者数の総数は不変である)。

	若年層の有業者数 〈現在〉 (人)	若年層の有業者数における サービス利用者数 (人)	最終学歴の 向上効果 〈低位〉 (%)	最終学歴の 向上効果 〈中位〉 (%)	最終学歴の 向上効果 〈高位〉 (%)	若年層の有業者数 〈低位:適用時〉 (人)	若年層の有業者数 〈中位:適用時〉 (人)	若年層の有業者数 〈高位:適用時〉 (人)
男性 中学卒	191,500	122,903	10.0	25.0	50.0	179,210	160,774	130,049
男性 高校卒	1,190,000	714,000	10.0	25.0	50.0	1,118,600	1,011,500	833,000
男性 高専・短大卒	552,300	329,846	10.0	25.0	50.0	519,315	469,839	387,377
男性 大学・大学院卒	1,000,900	569,214	10.0	25.0	50.0	1,117,575	1,292,587	1,584,274
女性 中学卒	115,500	72,188	10.0	25.0	50.0	108,281	97,453	79,406
女性 高校卒	957,100	643,867	10.0	25.0	50.0	892,713	796,133	635,166
女性 高専・短大卒	1,006,500	648,928	10.0	25.0	50.0	941,607	844,268	682,036
女性 大学・大学院卒	822,400	636,859	10.0	25.0	50.0	958,898	1,163,646	1,504,891
合計	5,836,200	3,737,804	-	-	-	5,836,200	5,836,200	5,836,200

・ 最終学歴の向上に係る給与総額の増分

[算出方法]

最終学歴の向上効果を加味した若年層の有業者数に対して、若年層の一人当たり年間給与を乗じることで、本サービス適用時における若年層の給与総額を算出した。

現在における若年層の給与総額と、本サービス適用時における若年層の給与総額の差分(増分)を算出し、これを利用者便益の経済価値とした。

	若年層の 給与総額 〈現在〉 (億円)	若年層の 給与総額 〈低位:適用時〉 (億円)	若年層の 給与総額 〈中位:適用時〉 (億円)	若年層の 給与総額 〈高位:適用時〉 (億円)
男性 中学卒	5,045	4,721	4,235	3,426
男性 高校卒	34,403	32,339	29,243	24,082
男性 高専・短大卒	16,250	15,279	13,824	11,397
男性 大学・大学院卒	32,114	35,857	41,473	50,831
女性 中学卒	2,321	2,176	1,959	1,596
女性 高校卒	23,064	21,512	19,185	15,306
女性 高専・短大卒	28,715	26,864	24,087	19,458
女性 大学・大学院卒	24,800	28,917	35,091	45,381
合計	166,712	167,666	169,096	171,479

	利用者便益の 経済価値 〈低位〉 (億円)	利用者便益の 経済価値 〈中位〉 (億円)	利用者便益の 経済価値 〈高位〉 (億円)
合計	953	2,383	4,766

推計対象とする便益(提供者の視点)

最終学歴の向上の他に、行政視点や教育機関視点で捉えると、本サービスによって開かれた学習の場・機会の提供(専業主婦に従事しながらでも大学教育を受けられる、離島部・山間部などの通学が困難な地域であっても大学教育を受けられる、など)や、生涯学習の提供などが便益として想定される。しかしながら、これらの便益は定量的に捉えることが困難であるため、提供者便益の経済価値は算出しない。

### (3) 教育・資格に基づいた就業支援サービス

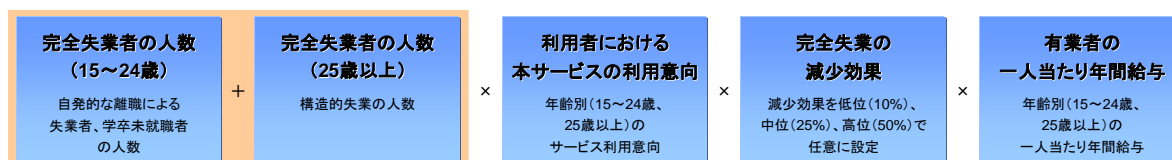
#### 推計対象とする便益 (利用者の視点)

本サービスによって自身の学習歴や取得資格、職務経歴などに合った最適な就業支援を受けられるようになり、従来、自身の志向と合わない／就業に必要な求人要件の習得が難しい、などの理由で生じていた完全失業者が減少すると仮定する。この完全失業者の減少に係る労働力の増加を利用者の便益とする。

また、本サービスによって就業に必要な情報をサービス上で企業などに開示・提出できるため、従来、就業のために発生していた費用の一部（交通費、郵便通信費など）が軽減されると仮定する。この費用の軽減額も利用者の便益とする。

#### 便益の経済価値への換算方法① (利用者の視点)

主に次の変数を用いて、完全失業者の減少に係る労働力の増加を算出した。



本推計では、便益を享受する利用者を、15~24歳と25歳以上とに分けた。

15~24歳における就業支援は、主に新卒採用者や就業後間もない期間で退職した者への支援が想定される。したがって、15~24歳における便益は、学卒後の未就職、自身の志向と合わない就業（それによる退職）を防ぎ、失業者の減少に効果を発揮すると仮定する。

25歳以上における就業支援は、主に中途採用者への支援が想定される。一般的に失業の要因として、需要不足失業、摩擦的失業、構造的失業などが挙げられるが、ここでは景気や企業間競争などの外的要因に依存しない、自身と企業・地域などとのミスマッチによる失業（構造的失業）を対象とする。したがって、25歳以上における便益は、就業に必要な求人要件（技術・技能などの要件）の習得をサポートすることで、失業者の減少に効果を発揮すると仮定する。

各変数の算出方法及び使用データは以下の通りである。

- ・ 完全失業者の人数（15~24歳）

[算出方法]

総務省「平成21年労働力調査」から、年齢別、求職理由別の完全失業者<sup>9</sup>に関する

<sup>9</sup> ここでの完全失業者とは、「仕事がなく調査週間中に少しも仕事をしなかった」、「仕事があればすぐ働くことができる」、「調査週間中に、仕事を探す活動や事業を始める準備をしていた」を満たす者を指す

データを用いた。15～24 歳における便益の仮定に基づき、「自発的な離職による者」、  
「学卒未就職者」を抽出し、15～24 歳の対象となる完全失業者を算出した。

	非自発的な 離職による者 (万人)	定年又は 雇用契約の満了 (万人)		勤め先や 事業の都合 (万人)	自発的な 離職による者 (万人)	学卒 未就職者 (万人)	その他の者 (万人)
15～24歳	11	2	9	17	11	13	
25～34歳	30	5	25	34	2	20	
35～44歳	32	5	27	23	0	14	
45～54歳	26	3	23	17	0	9	
55～64歳	39	16	23	11	0	9	
65歳以上	8	5	4	1	0	5	

	15～24歳の 対象となる 完全失業者 (万人)
合計	28

[使用データ]

総務省「平成 21 年労働力調査」

- ・ 完全失業者の人数 (25 歳以上)

[算出方法]

総務省「平成 21 年労働力調査」から、年齢別、仕事に就けない理由別の完全失業者に関するデータを用いた。また、以下の定義によって、仕事に就けない理由を、失業の要因（需要不足失業、摩擦的失業、構造的失業）に便宜的に分類した。

- 需要不足失業

定義：景気の変動に伴って生じる失業

仕事に就けない理由との対応：「希望する種類・内容の仕事がない」、「条件にこだわらないが仕事がない」、「その他」

- 摩擦的失業

定義：企業間競争によって生じた失業者が、自分に適した職探しを行うために生じる失業

例) 見つけさえすれば仕事はあるが、まだ見つけていない

例) 情報の非対称性のため、求人情報を知らない

例) 賃金水準に納得せず、他の職を探して自発的に失業

仕事に就けない理由との対応：「賃金・給料が希望とあわない」、「勤務時間・休日などが希望とあわない」、「求人年齢と自分の年齢とがあわない」

- 構造的失業

定義：需要と供給の間で、労働者の質や地域にミスマッチがあるために生じる失業

例) 求人はあるものの、失業者がその求人条件を満たせない

仕事に就けない理由との対応：「自分の技術や技能が求人要件に満たない」

25歳以上における便益の仮定に基づき、「構造的失業」を抽出し、25歳以上の対象となる完全失業者を算出した。

	賃金・給料が希望とあわない (万人)	勤務時間・休日などが希望とあわない (万人)	求人年齢と自分の年齢とがあわない (万人)	自分の技術や技能が求人要件に満たない (万人)	希望する種類・内容の仕事がない (万人)	条件にこだわらないが仕事がない (万人)	その他 (万人)
15～24歳	2	3	1	6	21	7	11
25～34歳	5	6	1	8	33	16	15
35～44歳	5	10	9	4	21	11	10
45～54歳	3	4	13	5	13	6	7
55歳以上	2	2	28	3	14	16	8

	需要不足失業 (万人)	摩擦的失業 (万人)	構造的失業 (万人)
15～24歳	39	6	6
25～34歳	64	12	8
35～44歳	42	24	4
45～54歳	26	20	5
55歳以上	38	32	3

	25歳以上の対象となる完全失業者 (万人)
合計	20

[使用データ]

総務省「平成21年労働力調査」

- ・ 利用者における本サービスの利用意向

[算出方法]

アンケート調査の結果から、本サービスに対する利用意向（「利用したい」と「機会があれば利用したい」と回答した合計の割合）を算出した。

この利用意向は、完全失業者／有業者に係わらず一律であると仮定し、対象となる完全失業者に乗じることで、完全失業者におけるサービス利用者数を算出した。

	対象となる完全失業者 (万人)	サービス利用意向 (%)	完全失業者におけるサービス利用者数 (万人)
15～24歳	28	73.8	21
25歳以上	20	60.2	12

[使用データ]

本調査研究で実施したアンケート調査結果

- ・ 完全失業の減少効果

[算出方法]

本サービスの利用による完全失業の減少効果を、低位（10%）、中位（25%）、高位（50%）として任意に設定した。完全失業者におけるサービス利用者数に対して、完全失業の減少効果を乗じることで、本サービスによる完全失業者の減少数（新たな労働力人口の増加数）を算出した。



	完全失業者に おける サービス利用者数 (万人)	完全失業の 減少効果 <低位> (%)	完全失業の 減少効果 <中位> (%)	完全失業の 減少効果 <高位> (%)	完全失業者の 減少数 <低位> (万人)	完全失業者の 減少数 <中位> (万人)	完全失業者の 減少数 <高位> (万人)
15～24歳	21	10.0	25.0	50.0	2.1	5.2	10.3
25歳以上	12	10.0	25.0	50.0	1.2	3.1	6.1

- ・ 有業者の一人当たり年間給与

[算出方法]

厚生労働省「平成 21 年賃金構造基本統計調査」から、一般労働者に関するデータを用いた（短時間労働者に関するデータは含まれない）。このうち、年齢別（15～24歳、25歳以上）の賃金を抽出し、これらの賃金を年間補正することで、有業者の一人当たり年間給与を算出した。

完全失業者の減少数に対して、有業者の一人当たり年間給与を乗じることで、完全失業者の減少に係る労働力の増加（利用者便益の経済価値）を算出した。

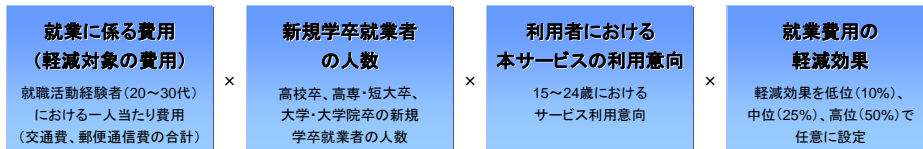
	有業者の 一人当たり 年間給与 (万円)	利用者便益の 経済価値① <低位> (億円)	利用者便益の 経済価値① <中位> (億円)	利用者便益の 経済価値① <高位> (億円)
15～24歳	286	590	1,476	2,952
25歳以上	490	602	1,505	3,010
合計	-	1,192	2,981	5,962

[使用データ]

厚生労働省「平成 21 年賃金構造基本統計調査」

### 便益の経済価値への換算方法②（利用者の視点）

主に次の変数を用いて、就業に係る費用の軽減額を算出した。



新規学卒就業者と中途採用者とでは、面接を受ける社数や就業に伴い発生する費用（用意する備品など）が異なり、新規学卒就業者の方が費用負担は大きいと考えられる。このため、本推計では、便益を享受する利用者を新規学卒就業者に限定する。

各変数の算出方法及び使用データは以下の通りである。

- ・ 就業に係る費用（軽減対象の費用）

[算出方法]

公知情報から、就職活動経験者（20～30代）における就職活動中にかかった費用のデータを用いた。このうち、本サービスによって就業に必要な情報をサービス上で企業などに開示・提出できるため、「交通費」、「郵便通信費」の費用が軽減されると仮定し、軽減対象となる就業費用を算出した。



	就業活動中に かかった費用 (円)
交通費	33,000
飲食代	15,000
洋服代	50,000
履歴書・文房具代	3,000
写真代	4,000
書籍代	3,500
郵便通信費	1,500
その他	10,000

	軽減対象と なる就業費用 (円)
合計	34,500

[使用データ]

インテリジェンス「就職活動の出費（2009年11月）」

- ・ 新規学卒就業者の人数

[算出方法]

厚生労働省「平成21年賃金構造基本統計調査」から、新規学卒就業者のデータを用いた。新規学卒就業者には、「高校卒」、「高専・短大卒」、「大学卒」、「大学院修士課程修了」が含まれる。

	新規学卒就業者 の人数 (十人)
高校卒	13,362
高専・短大卒	7,575
大学卒	20,677
大学院修士課程修了	3,069
合計	44,683

[使用データ]

厚生労働省「平成21年賃金構造基本統計調査」

- ・ 利用者における本サービスの利用意向

[算出方法]

アンケート調査の結果から、本サービスに対する利用意向（「利用したい」と「機会があれば利用したい」と回答した合計の割合）を算出した。この利用意向は、新規学卒就業者の利用意向に近いと想定される、15～24歳の利用意向を用いた。

利用意向に対して新規学卒就業者の人数を乗じることで、新規学卒就業者におけるサービス利用者数を算出した。

	新規学卒就業者 の人数 (十人)	サービス 利用意向 (%)	新規学卒就業者 における サービス利用者数 (十人)
合計	44,683	73.8	32,973

[使用データ]

本調査研究で実施したアンケート調査結果

- ・ 就業費用の軽減効果

[算出方法]

本サービスの利用による就業費用の軽減効果を、低位（10%）、中位（25%）、高位（50%）として任意に設定した。軽減対象となる就業費用、新規学卒就業者におけるサービス利用者数、就業費用の軽減効果を乗じることで、本サービスによる就業費用の軽減額（利用者便益の経済価値）を算出した。

	軽減対象となる就業費用 (円)	新規学卒就業者におけるサービス利用者数 (十人)	就業費用の軽減効果 <低位> (%)	就業費用の軽減効果 <中位> (%)	就業費用の軽減効果 <高位> (%)	利用者便益の経済価値② <低位> (億円)	利用者便益の経済価値② <中位> (億円)	利用者便益の経済価値② <高位> (億円)
合計	34,500	32,973	10.0	25.0	50.0	11	28	57

利用者便益の経済価値（①+②の合計）

利用者の便益である完全失業者の減少に係る労働力の増加、及び就業に係る費用の削減額を合計すると、利用者便益の経済価値は次の通りとなる。

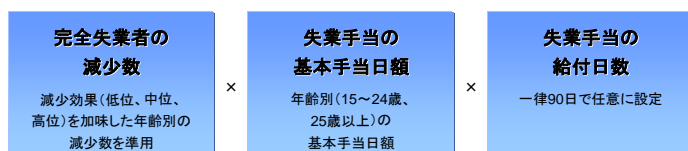
	利用者便益の経済価値①+② <低位> (億円)	利用者便益の経済価値①+② <中位> (億円)	利用者便益の経済価値①+② <高位> (億円)
合計	1,204	3,009	6,019

推計対象とする便益（提供者の視点）

本サービスによって完全失業者が減少し、これに伴い失業手当の給付額も減少すると仮定する。この失業手当の給付額の減少分を提供者の便益とする。

便益の経済価値への換算方法（提供者の視点）

主に次の変数を用いて、失業手当の給付額の減少分を算出した。



完全失業者の減少数は、利用者便益の推計に用いた値（減少効果（低位、中位、高位）を加味した15～24歳、25歳以上における減少数）を準用している。その他の変数の算出方法及び使用データは以下の通りである。

- ・ 失業手当の基本手当日額

[算出方法]

失業手当の算出方法に基づき、利用者便益の推計に用いた有業者の一人当たり年間給与から、賞与等を除いた給与を算出した。この給与を基準に、賃金日額（退職前6ヶ月間の賞与等を除く賃金を180日で割った額）を算出した。賃金日額は、年齢によって下限額と上限額の給付範囲が定められているが、今回の算出結果は給付範囲内に

収まるため、算出結果をそのまま用いている。

次に、賃金日額に基づき、失業手当の基本手当日額を算出した。基本手当日額は、賃金日額の大きさによって給付率の上限率と下限率が定められており、今回の推計では、当該賃金日額における給付率の中央値である 65%を給付率として用いた。

	有業者の 一人当たり 年間給与 <除賞与等> (万円)	有業者の 一人当たり 賃金日額 (円/日)	失業手当の 基本手当日額 (円/日)
15～24歳	253	7,016	4,560
25歳以上	395	10,980	7,137

・ 失業手当の給付日数

[算出方法]

実際の給付日数は、勤続年数や退職理由などによって給付日数が決定されるが、ここでは一律 90 日として任意に設定した。

完全失業者の減少数、失業手当の基本手当日額、失業手当の給付日数を乗じること  
で、本サービスによる失業手当の給付額の減少分（提供者便益の経済価値）を算出し  
た。

	完全失業者の 減少数 <低位> (万人)	完全失業者の 減少数 <中位> (万人)	完全失業者の 減少数 <高位> (万人)	失業手当の 基本手当日額 (円/日)	失業手当の 給付日数 (日)	提供者便益の 経済価値 <低位> (億円)	提供者便益の 経済価値 <中位> (億円)	提供者便益の 経済価値 <高位> (億円)
15～24歳	2.1	5.2	10.3	4,560	90	85	212	424
25歳以上	1.2	3.1	6.1	7,137	90	79	197	395
合計	3.3	8.2	16.5	-	-	164	409	819

## 2.4 生活・暮らし分野における便益の経済価値推計

### 2.4.1 選定・提示サービス

生活・暮らし分野における国民目線に立ったサービスとしては、以下の 3 サービスを選定・提示した<sup>10</sup>。

図表 2.4-1：生活・暮らし分野での提示サービス

#### 生活・暮らしに関するサービス①

##### ● 引越手続きのワンストップサービス

- 引越の際、各機関に提出する届出、各機関に連絡する情報などを、一括で手続きすることが可能
- 【機関の例】**
- 転出元・転入先の市区町村、学校、電気・ガス・水道・電話・新聞・クレジットカードなどの事業者
- 【提出する届出、連絡する情報の例】**
- 引越し自体の届出（転出・転入証明書、住民票の写しなど）
  - 引越しに関連する届出（児童関連：転校手続、乳幼児医療制度手続、児童扶養手当手続など、社会保障関連：国民健康保険手続、後期高齢者医療制度手続など）
  - 各種の連絡情報（住所、電話番号、引越日など）
- 提出する届出に関しては、機関間(主に市区町村などの行政機関間)で届出を共有することにより、同じ届出を複数の機関に提出することの回避などが可能
  - 連絡する情報に関しては、事前にこのサービスのサイトに連絡対象となる機関を登録しておき、引越の際に一括して連絡したり、引越日に合わせた電気の使用停止・使用開始などが可能

#### 生活・暮らしに関するサービス②

##### ● 税申告の作成等支援サービス

- 医療費控除、保険料控除、住宅ローン控除など、確定申告での控除対象となる消費支出について、支出証明となる領収書が電子化され、このサービスのサイト(マイページ)で保管することが可能（病院などの支出先機関が領収書を電子化し、消費者に提供する）
- 確定申告を行う際には、保管されている電子領収書の中から自動的に控除対象となる消費支出を抽出し、控除額の計算、支出証明書類の添付などが行われ、簡単に確定申告書を作成することが可能
- 作成した確定申告書は電子的に保存され、このサービスを通じて税務署などに届け出ることが可能
- 確定申告書の他に、家計簿などと連動し、保管されている電子領収書を利用して、日々の消費支出の管理・確認(家計簿の自動作成)に役立てることも可能

<sup>10</sup> 「税申告の作成等支援サービス」に関して、『5. アンケート調査結果』の中では「税申告の作成支援サービス」の名称で用いている。

## 生活・暮らしに関するサービス③

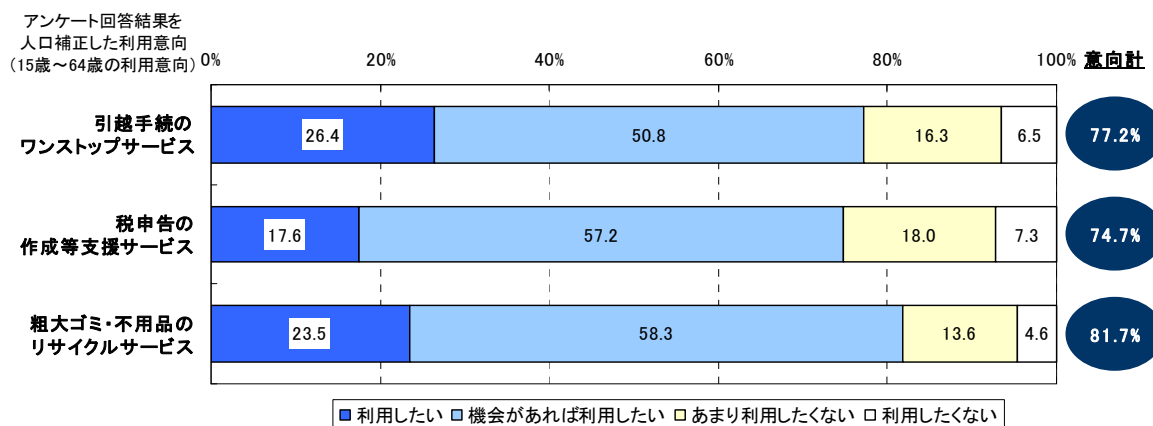
### ● 粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス

- 不用となった家具や家電製品・パソコンなどを引き取ってもらう際に、市区町村やリサイクル事業者、家電メーカー・パソコンメーカー、家電量販店などの引き取り手数料や引き取り条件を、一括して確認することが可能
- 市区町村に粗大ゴミとして引き取ってもらう場合には、このサービスのサイトを通じて引き取り日を予約し、同時に、引き取り手数料を支払うことが可能
- また、このサービスのサイトに不用品を登録することによって、他の人の不用品を閲覧することができ、自分にとって必要なものがあれば、消費者間で引き取ることも可能
- 消費者間で不用品を引き取った場合には、提出主、引き取り主ともに、市区町村から専用のリサイクルポイントが発行され、市区町村への粗大ゴミの引き取り手数料として利用することが可能

## 2.4.2 サービスに対する利用意向

生活・暮らし分野の3サービスについて、インターネット利用者を対象としたウェブアンケート調査にて提示し、各サービスの利用意向（「利用したい」、「機会があれば利用したい」と回答した割合の合計）を尋ねたところ、「引越手続のワンストップサービス」では77.2%、「税申告の作成等支援サービス」では74.7%、「粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス」では81.7%の利用意向となった。

図表 2.4-2：生活・暮らしサービスの利用意向

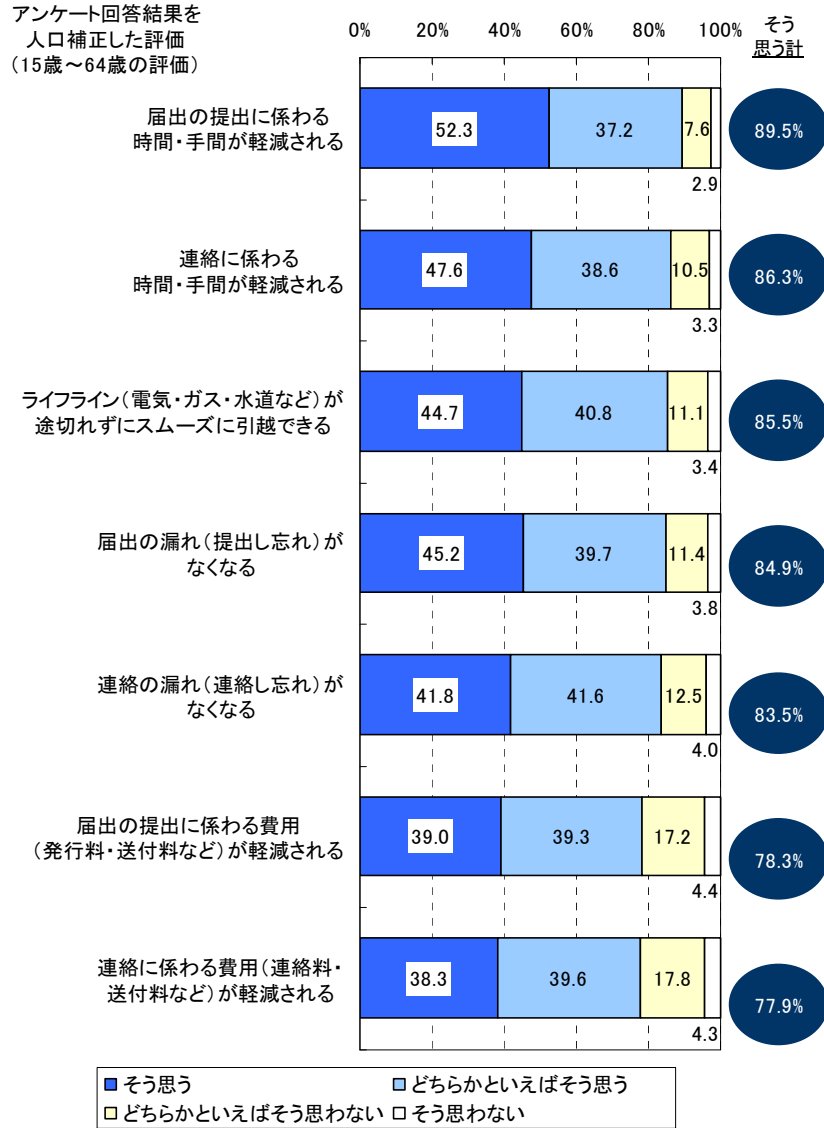


それぞれのサービスについて、サービスの利用による効用（意識の変化、生活の変化、利便性の向上など）の評価を行ったところ、「引越手続のワンストップサービス」では「届出の提出に係わる時間・手間が軽減される」、「連絡に係わる時間・手間が軽減される」、「ライフライン（電気・ガス・水道など）が途切れずにスムーズに引越できる」、「届出の漏れ（提出し忘れ）がなくなる」、「連絡の漏れ（連絡し忘れ）がなくなる」の評価が 8 割を超えており、無駄な時間の削減や引越自体の効率化への効果が期待されている。

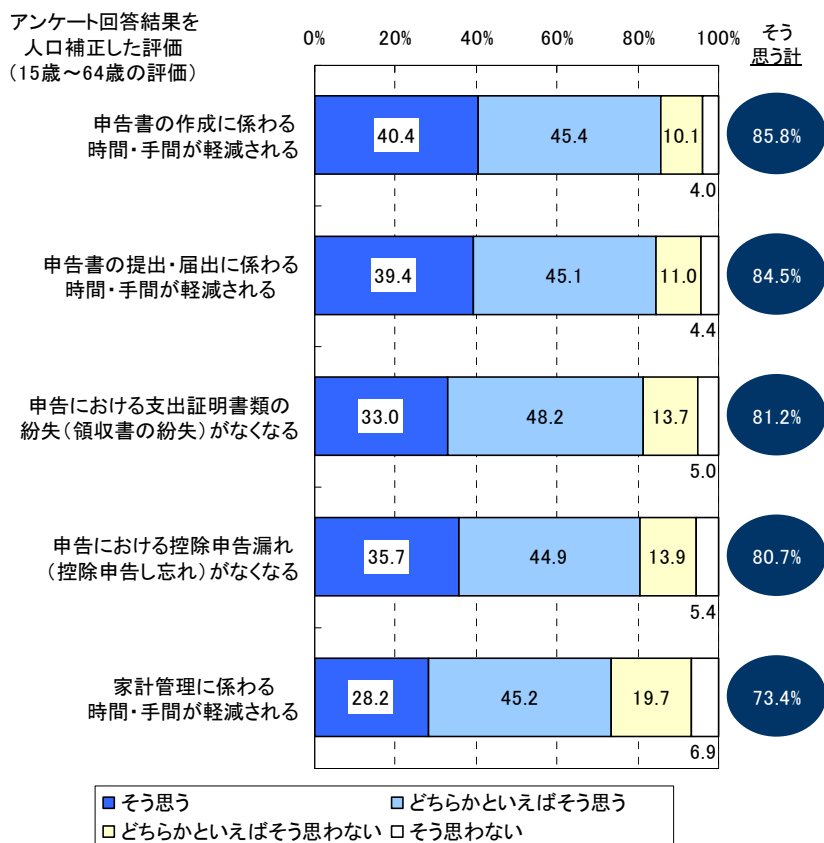
「税申告の作成等支援サービス」では「申告書の作成に係わる時間・手間が軽減される」、「申告書の提出・届出に係わる時間・手間が軽減される」、「申告における支出証明書類の紛失（領収書の紛失）がなくなる」、「申告における控除申告漏れ（控除申告し忘れ）がなくなる」の評価が 8 割を超えており、無駄な時間の削減や申告の適正化（機会損失の削減）への効果が期待されている。

「粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス」では「適切な方法・タイミングでゴミ処理ができる」の評価が 8 割を超えており、その他には「ゴミ処理に係わる時間・手間が軽減される」、「欲しいものを安く（無料で）手に入れることができる」なども比較的高い評価であった。

図表 2.4-3：「引越手続のワンストップサービス」の個別評価

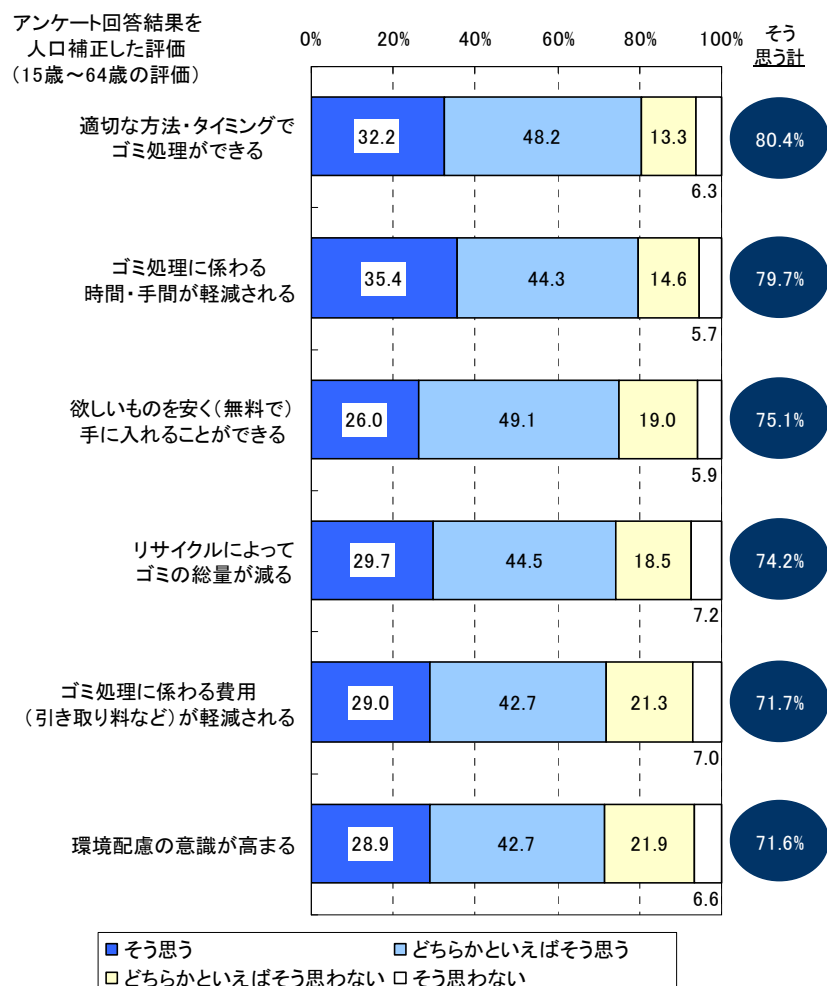


図表 2.4-4：「税申告の作成等支援サービス」の個別評価





図表 2.4-5：「粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス」の個別評価



### 2.4.3 便益の推計結果（経済価値）

生活・暮らし分野では、引越手続きに係わる時間の削減、税申請手続きに係わる時間の削減、粗大ゴミの処分に係わる負担費用の軽減などを利用者（国民）が享受する便益として想定した。この結果、利用者における便益の経済価値としては、3サービス計で約450億円（中位推計：サービス効果が25%の場合）と試算された。

図表 2.4-6：生活・暮らしサービスにおける便益推計結果

	想定される便益	便益がもたらす経済価値(利用者)	便益がもたらす経済価値(提供者)
<b>暮らし・生活サービス①</b> 引越手続のワンストップサービス	<b>利用者の便益</b> > 引越手続に係る時間の削減による生産活動の増加を経済価値とする <b>提供者の便益</b> > 引越手続に係る時間の削減による生産活動(自治体、民間企業)の増加を経済価値とする	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>99億円</b> サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>50億円</b> サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>20億円</b>	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>75億円</b> サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>38億円</b> サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>15億円</b>
<b>暮らし・生活サービス②</b> 税申告の作成等支援サービス	<b>利用者の便益</b> > 確定申告に係る時間の削減による生産活動の増加を経済価値とする <b>提供者の便益</b> > 確定申告に係る時間の削減による生産活動(自治体の税務職などの)増加を経済価値とする	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>782億円</b> サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>391億円</b> サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>156億円</b>	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>493億円</b> サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>247億円</b> サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>99億円</b>
<b>暮らし・生活サービス③</b> 粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス	<b>利用者の便益</b> > 粗大ゴミ処分に係わる負担手数料の削減分を経済価値とする <b>提供者の便益</b> > 粗大ゴミ処分に係わる処理費用(自治体)の削減分を経済価値とする	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>8億円</b> サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>4億円</b> サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>2億円</b>	サービス効果が高位の場合(効果50%) <b>46億円</b> サービス効果が中位の場合(効果25%) <b>23億円</b> サービス効果が低位の場合(効果10%) <b>9億円</b>

## 2.4.4 便益の推計方法詳細

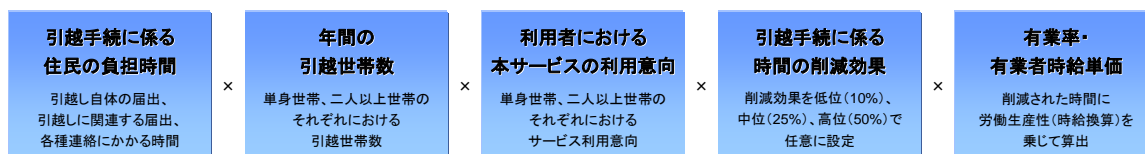
### (1) 引越手続のワンストップサービス

#### 推計対象とする便益(利用者の視点)

本サービスが引越に係る諸手続(届出、連絡など)の時間(利用者の負担となる時間)の削減に効果を発揮すると仮定する。この削減された時間が生産活動に充てられるとして、利用者の便益とする。

#### 便益の経済価値への換算方法(利用者の視点)

主に次の変数を用いて、引越手続時間の削減に係る生産活動の増加を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは以下の通りである。

- 引越手続に係る住民の負担時間

[算出方法]

総務省「地域情報プラットフォーム推進事業（引越ワンストップ分野）実証実験結果」では、現在の引越手続に係る負担時間として、18 手続を対象に 244 分の負担時間がかかるという結果が提示されている。本推計では、引越し自体の届出、引越しに関連する届出、各種連絡などが簡便化される（行政への手続だけでなく、企業への手続も含む）と想定しており、28 手続を対象にした。この結果、引越手続に係る負担時間として 380 分の負担時間を設定した。

	住民の負担時間 <28手続を対象> (分)
合計	380

[使用データ]

総務省「地域情報プラットフォーム推進事業（引越ワンストップ分野）実証実験結果」

- ・ 年間の引越世帯数

[算出方法]

総務省「平成 21 年度住民基本台帳人口移動報告」から、総移動者数を抽出した。各引越事業者の決算資料から、単身世帯での引越件数と、二人以上世帯での引越件数の比率を算出し、総移動者数に乗じることで、単身世帯での移動者数（単身世帯での引越世帯数）、二人以上世帯での移動者数を算出した。さらに、二人以上世帯での移動者数を平均世帯人数で除することで、二人以上世帯での引越世帯数を算出した。

	年間の引越世帯数 (千世帯)
単身世帯	1,804
二人以上世帯	1,393
合計	3,198

[使用データ]

総務省「平成 21 年度住民基本台帳人口移動報告」  
各引越事業者の決算資料

- ・ 利用者における本サービスの利用意向

[算出方法]

アンケート調査の結果から、本サービスに対する利用意向（「利用したい」と「機会があれば利用したい」と回答した合計の割合）を算出した。この利用意向は、アンケート調査結果の世帯構成属性を用いて、単身世帯と二人以上世帯のそれぞれの利用意向として算出したものである。

この利用意向は、引越を行った／行わなかったに係わらず一律であると仮定し、年間の引越世帯数に乗じることで、引越世帯におけるサービス利用世帯数を算出した。

	年間の引越世帯数 (千世帯)	サービス利用意向 (%)	引越世帯におけるサービス利用世帯数 (千世帯)
単身世帯	1,804	79.4	1,433
二人以上世帯	1,393	77.5	1,079
合計	3,198	-	2,513

[使用データ]

本調査研究で実施したアンケート調査結果

- ・ 引越手続に係る時間の削減効果

[算出方法]

本サービスの利用による引越手続時間の削減効果を、低位（10%）、中位（25%）、高位（50%）として任意に設定した。住民の負担時間（28 手続を対象）、引越世帯におけるサービス利用世帯数、引越手続時間の削減効果を乗じることで、本サービスによる引越手続の削減時間を算出した。

	住民の負担時間 <28手続を対象> (分)	引越世帯におけるサービス利用世帯数 (千世帯)	削減効果 <低位> (%)	削減効果 <中位> (%)	削減効果 <高位> (%)	引越手続の削減時間 <低位> (万時間)	引越手続の削減時間 <中位> (万時間)	引越手続の削減時間 <高位> (万時間)
単身世帯	380	1,433	10.0	25.0	50.0	91	227	453
二人以上世帯	380	1,079	10.0	25.0	50.0	68	171	341
合計	-	2,513	-	-	-	159	397	795

- ・ 有業率・有業者時給単価

[算出方法]

引越手続の削減時間がどのような活動に充てられるかは利用者次第であるが、ここでは、有業者における削減時間は生産活動に充てられると仮定する。そこで、削減時間に対して、有業率、有業者時給単価を乗じることで、引越手続時間の削減に係る生産活動の増加（利用者便益の経済価値）を算出した。

なお、ここでの有業率は、全年齢における有業率を用いており、単身世帯、二人以上世帯による差異は考慮しない（一律である）と仮定した。また、有業者時給単価は、単身世帯、二人以上世帯のそれぞれについて、勤労者世帯における1ヶ月当たりの実収入から、時給単価を算出した。

	引越手続の削減時間 <低位> (万時間)	引越手続の削減時間 <中位> (万時間)	引越手続の削減時間 <高位> (万時間)	有業率 (%)	有業者時給単価 (円/時間)	利用者便益の経済価値 <低位> (億円)	利用者便益の経済価値 <中位> (億円)	利用者便益の経済価値 <高位> (億円)
単身世帯	91	227	453	56.2	1,919	10	24	49
二人以上世帯	68	171	341	56.2	2,614	10	25	50
合計	159	397	795	-	-	20	50	99

[使用データ]

総務省「労働力調査 平成 22 年 3 月分（速報）」

総務省「平成 21 年家計調査」

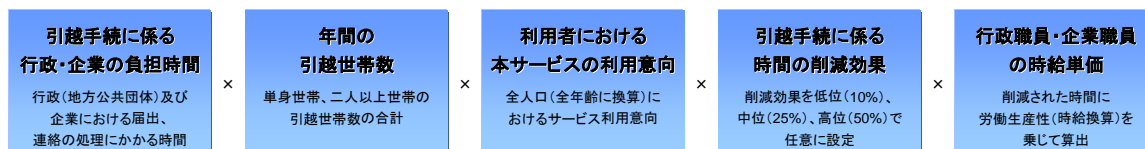
### 推計対象とする便益（提供者の視点）

本サービスが、利用者からの届出、連絡を受ける行政職員・企業職員の処理時間（提供者の負担となる時間）の削減に効果を発揮すると仮定する。この削減された時間が生産活

動に充てられるとして、提供者の便益とする。

### 便益の経済価値への換算方法（提供者の視点）

主に次の変数を用いて、手続処理時間の削減に係る生産活動の増加を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは以下の通りである。年間の引越世帯数は、利用者便益の推計で算出した値（単身世帯、二人以上世帯の引越世帯数の合計）を準用している。

- ・ 引越手続に係る行政・企業の負担時間

[算出方法]

総務省「地域情報プラットフォーム推進事業（引越ワンストップ分野）実証実験結果」では、行政（地方公共団体）における現在の引越手続に係る負担時間（届出、連絡の処理にかかる時間）として、12 手続を対象に 100 分の負担時間がかかるといいう結果が提示されている。また、企業における現在の引越手続に係る負担時間として、6 手続を対象に 10 分の負担時間がかかるといいう結果が提示されている。

本推計では、利用者便益の推計でも述べたように、実証実験結果よりも多くの手続が簡便化されると想定しており、28 手続が簡便化の対象と設定した。この結果、行政における引越手続に係る負担時間として、14 手続を対象に 116 分の負担時間を、企業における引越手続に係る負担時間として、14 手続を対象に 22 分の負担時間を、それぞれ設定した。

	行政の負担時間 <14手続を対象> (分)	企業の負担時間 <14手続を対象> (分)
合計	116	22

[使用データ]

総務省「地域情報プラットフォーム推進事業（引越ワンストップ分野）実証実験結果」

- ・ 利用者における本サービスの利用意向

[算出方法]

アンケート調査の結果から、本サービスに対する利用意向（「利用したい」と「機会があれば利用したい」と回答した合計の割合）を算出した。なお、アンケート調査は 15～64 歳までの回答結果となっているが、他の変数に合わせるため、ここでは全年齢の回答結果に補正した利用意向を用いている。

この利用意向は、引越を行った／行わなかったに係わらず一律であると仮定し、年間の引越世帯数に乗じることで、引越世帯におけるサービス利用世帯数を算出した。

	年間の引越世帯数 (千世帯)	サービス利用意向 (%)	引越世帯におけるサービス利用世帯数 (千世帯)
合計	3,198	77.8	2,488

[使用データ]

本調査研究で実施したアンケート調査結果

- ・ 引越手続きに係る時間の削減効果

[算出方法]

利用者便益の推計と同様に、本サービスの利用による手続処理時間（行政職員・企業職員の処理時間）の削減効果を、低位（10%）、中位（25%）、高位（50%）として任意に設定した。行政・企業の負担時間、引越世帯におけるサービス利用世帯数、手続処理時間の削減効果に乗じることで、本サービスによる手続処理の削減時間を算出した。

	負担時間 (分)	引越世帯におけるサービス利用世帯数 (千世帯)	削減効果 <低位> (%)	削減効果 <中位> (%)	削減効果 <高位> (%)	手続処理の削減時間 <低位> (万時間)	手続処理の削減時間 <中位> (万時間)	手続処理の削減時間 <高位> (万時間)
行政	116	2,488	10.0	25.0	50.0	48	120	241
企業	22	2,488	10.0	25.0	50.0	9	23	46
合計	-	-	-	-	-	57	144	287

- ・ 行政職員・企業職員の時給単価

[算出方法]

手続処理の削減時間がどのような活動に充てられるかは提供者次第であるが、ここでは、行政職員・企業職員における削減時間は生産活動に充てられると仮定する。そこで、削減時間に対して、行政職員・企業職員それぞれの時給単価に乗じることで、手続処理時間の削減に係る生産活動の増加（提供者便益の経済価値）を算出した。

なお、行政職員の時給単価は、総務省「平成 20 年地方公務員給与実態調査」を用いて、全会計における平均月給（給料、扶養手当、地域手当が含まれる）から、時給単価を算出した。企業職員の時給単価は、厚生労働省「毎月勤労統計調査（全国調査）」を用いて、引越に係る届出、連絡を受けることが多いと想定される「電気・ガス・熱供給・水道業」、「情報通信業」、「金融・保険業」の業種を取り上げ、これらの業種における平均時給単価を算出した（平均月間現金給与総額から時給単価を算出）。

	手続処理の削減時間 <低位> (万時間)	手続処理の削減時間 <中位> (万時間)	手続処理の削減時間 <高位> (万時間)	行政職員の時給単価 (円/時間)	企業職員の時給単価 (円/時間)	提供者便益の経済価値 <低位> (億円)	提供者便益の経済価値 <中位> (億円)	提供者便益の経済価値 <高位> (億円)
行政	48	120	241	2,500	-	12	30	60
企業	9	23	46	-	3,215	3	7	15
合計	57	144	287	-	-	15	38	75

[使用データ]

総務省「平成 20 年地方公務員給与実態調査」

厚生労働省「毎月勤労統計調査（全国調査）」

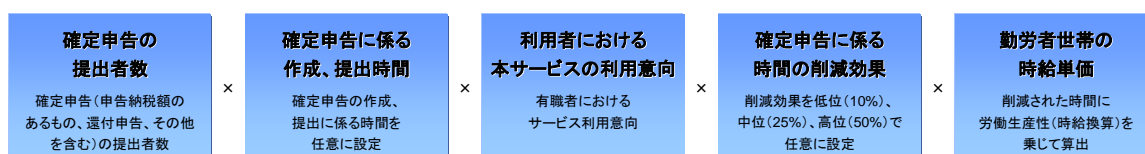
(2) 税申告の作成等支援サービス

推計対象とする便益（利用者の視点）

本サービスが確定申告に係る作成、提出時間（提出者の負担となる時間）の削減に効果を発揮すると仮定する。この削減された時間が生産活動に充てられるとして、利用者の便益とする。

便益の経済価値への換算方法（利用者の視点）

主に次の変数を用いて、確定申告時間の削減に係る生産活動の増加を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは以下の通りである。

- 確定申告の提出者数

[算出方法]

国税庁「平成 20 年分の所得税、消費税及び贈与税の確定申告状況等について」から確定申告の提出者数を抽出した。提出者数には、申告納税額のあるもの、還付申告、その他が含まれる。

	確定申告の提出者数 (千人)
合計	23,693

[使用データ]

国税庁「平成 20 年分の所得税、消費税及び贈与税の確定申告状況等について」

- 確定申告に係る作成、提出時間

[算出方法]

確定申告の提出者にとって負担となっている時間について、申告書の作成（控除対象となる領収書の添付を含む）、申告書の提出を取り上げ、これらの一申告当たりの負担時間を任意に設定した。

	一申告当たりの負担時間 (時間)
申告書の作成	2.0
申告書の提出	1.0
合計	3.0



- ・ 利用者における本サービスの利用意向

[算出方法]

アンケート調査の結果から、本サービスに対する利用意向（「利用したい」と「機会があれば利用したい」と回答した合計の割合）を算出した。この利用意向は、アンケート調査結果の職業属性を用いて、有職者における利用意向として算出したものである。なお、確定申告の対象者は有職者に限定されない（年金受給者なども対象となる）が、ここでは主な対象者として有職者における利用意向を用いた。

この利用意向は、確定申告を行った／行わなかったに係わらず一律であると仮定し、確定申告の提出者数に乗じることで、確定申告の提出者におけるサービス利用者数を算出した。

	確定申告の提出者数 (千人)	サービス利用意向 (%)	確定申告の提出者におけるサービス利用者数 (千人)
合計	23,693	75.8	17,952

[使用データ]

本調査研究で実施したアンケート調査結果

- ・ 確定申告に係る時間の削減効果

[算出方法]

本サービスの利用による確定申告時間の削減効果を、低位（10%）、中位（25%）、高位（50%）として任意に設定した。一申告当たりの負担時間（提出者の負担時間）、確定申告の提出者におけるサービス利用者数、確定申告時間の削減効果を乗じることで、本サービスによる確定申告の削減時間を算出した。

	一申告当たりの負担時間 (時間)	確定申告の提出者におけるサービス利用者数 (千人)	削減効果 <低位> (%)	削減効果 <中位> (%)	削減効果 <高位> (%)	確定申告の削減時間 <低位> (万時間)	確定申告の削減時間 <中位> (万時間)	確定申告の削減時間 <高位> (万時間)
合計	3.0	17,952	10.0	25.0	50.0	539	1,346	2,693

- ・ 勤労者世帯の時給単価

[算出方法]

確定申告の削減時間に対して、勤労者世帯の時給単価を乗じることで、確定申告時間の削減に係る生産活動の増加（利用者便益の経済価値）を算出した。

なお、勤労者世帯の時給単価は、総世帯のうち勤労者世帯における1ヶ月当たりの実収入から、時給単価を算出した。

	確定申告の削減時間 <低位> (万時間)	確定申告の削減時間 <中位> (万時間)	確定申告の削減時間 <高位> (万時間)	勤労者世帯の時給単価 (円/時間)	利用者便益の経済価値 <低位> (億円)	利用者便益の経済価値 <中位> (億円)	利用者便益の経済価値 <高位> (億円)
合計	539	1,346	2,693	2,904	156	391	782

[使用データ]



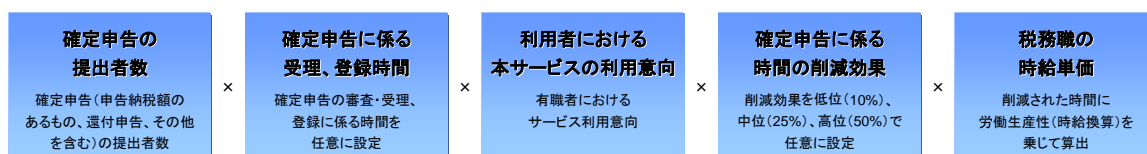
総務省「平成 21 年家計調査」

推計対象とする便益（提供者の視点）

本サービスが確定申告に係る受理、登録時間（受理者の負担となる時間）の削減に効果を発揮すると仮定する。この削減された時間が生産活動に充てられるとして、提供者の便益とする。

便益の経済価値への換算方法（提供者の視点）

主に次の変数を用いて、確定申告時間の削減に係る生産活動の増加を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは、利用者便益の経済価値の算出方法と同様である。提供者便益の経済価値では、確定申告に係る負担時間を受理者の視点から取り上げ、また、削減時間に対して受理者である税務職の時給単価を乗じている。

- ・ 確定申告に係る作成、提出時間

[算出方法]

確定申告の受理者（行政機関の税務職など）にとって負担となっている時間について、申告内容の審査・受理、申告内容の登録を取り上げ、これらの一申告当たりの負担時間を任意に設定した。

一申告当たりの負担時間（受理者の負担時間）、確定申告の提出者におけるサービス利用者数、確定申告時間の削減効果を乗じることで、本サービスによる確定申告の削減時間を算出した。

	一申告当たりの負担時間 (時間)
申告内容の審査・受理	2.0
申告内容の登録	0.5
合計	2.5

	一申告当たりの負担時間 (時間)	確定申告の提出者におけるサービス利用者数 (千人)	削減効果			確定申告の削減時間 <低位> (万時間)	確定申告の削減時間 <中位> (万時間)	確定申告の削減時間 <高位> (万時間)
			<低位> (%)	<中位> (%)	<高位> (%)			
合計	2.5	17,952	10.0	25.0	50.0	449	1,122	2,244

- ・ 税務職の時給単価

[算出方法]

確定申告の削減時間に対して、税務職の時給単価（地方公共団体職員に限る）を乗じることで、確定申告時間の削減に係る生産活動の増加（提供者便益の経済価値）を

算出した。

なお、税務職の時給単価は、全会計における平均月給（給料、扶養手当、地域手当が含まれる）から、時給単価を算出した。

	確定申告の削減時間<低位> (万時間)	確定申告の削減時間<中位> (万時間)	確定申告の削減時間<高位> (万時間)	税務職の時給単価 (円/時間)	提供者便益の経済価値<低位> (億円)	提供者便益の経済価値<中位> (億円)	提供者便益の経済価値<高位> (億円)
合計	449	1,122	2,244	2,197	99	247	493

[使用データ]

総務省「平成 20 年地方公務員給与実態調査」

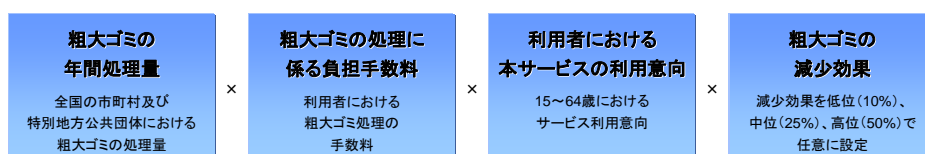
### (3) 粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス

#### 推計対象とする便益 (利用者の視点)

本サービスによって不用品の消費者間取引が行われ、従来、粗大ゴミとして扱われていたものが有効活用される（リサイクルによって粗大ゴミの量が減少する）と仮定する。この減少した粗大ゴミに係る負担費用（粗大ゴミ処理に係る利用者の負担手数料）の減少額を、利用者の便益とする。

#### 便益の経済価値への換算方法 (利用者の視点)

主に次の変数を用いて、粗大ゴミの減少に係る利用者の負担費用の減少額を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは以下の通りである。

- 粗大ゴミの年間処理量

[算出方法]

環境省「平成 20 年度一般廃棄物処理実態調査結果」から、全国の市町村及び特別地方公共団体における粗大ゴミの年間処理量を抽出した。

	粗大ゴミの年間処理量 (トン)
合計	179,585

[使用データ]

環境省「平成 20 年度一般廃棄物処理実態調査結果」

- 粗大ゴミの処理に係る負担手数料

[算出方法]

各地方公共団体が規定している料金体系を参考に、粗大ゴミ処理に係る利用者の負担手数料を任意に設定した。

粗大ゴミの年間処理量に対して、利用者の負担手数料を乗じることで、利用者の負担総額を算出した。

	粗大ゴミの 年間処理量 (トン)	利用者の 負担手数料 (円/トン)	利用者の 負担総額 (百万円)
合計	179,585	11,000	1,975

[使用データ]

各地方公共団体のホームページ

- ・ 利用者における本サービスの利用意向

[算出方法]

アンケート調査の結果から、本サービスに対する利用意向（「利用したい」と「機会があれば利用したい」と回答した合計の割合）を算出した。この利用意向は、アンケート調査結果を人口補正し、15～64歳までの利用意向として算出したものである。

この利用意向は、粗大ゴミを処理したことがある／処理したことがないに係わらず一律であると仮定する。

	サービス 利用意向 (%)
合計	81.7

[使用データ]

本調査研究で実施したアンケート調査結果

- ・ 粗大ゴミの減少効果

[算出方法]

本サービスの利用による粗大ゴミの減少効果（リサイクル効果）を、低位（10%）、中位（25%）、高位（50%）として任意に設定した。

粗大ゴミ処理に係る利用者の負担総額、サービス利用意向、粗大ゴミの減少効果を乗じることで、粗大ゴミに係る負担費用の減少額（利用者便益の経済価値）を算出した。

	利用者の 負担総額 (百万円)	サービス 利用意向 (%)	減少効果 <低位> (%)	減少効果 <中位> (%)	減少効果 <高位> (%)	利用者便益の 経済価値 <低位> (億円)	利用者便益の 経済価値 <中位> (億円)	利用者便益の 経済価値 <高位> (億円)
合計	1,975.4	81.7	10.0	25.0	50.0	2	4	8

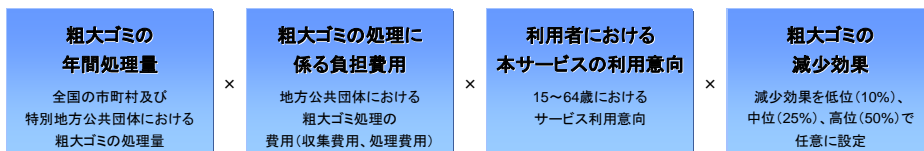
#### 推計対象とする便益（提供者の視点）

利用者と同様に、本サービスによって、従来、粗大ゴミとして扱われていたものが有効活用される（リサイクルによって粗大ゴミの量が減少する）と仮定する。この減少した粗大ゴミに係る負担費用（粗大ゴミ処理に係る地方公共団体の収集費用、処理費用）の減少

額を、提供者の便益とする。

### 便益の経済価値への換算方法（提供者の視点）

主に次の変数を用いて、粗大ゴミの減少に係る提供者の負担費用の減少額を算出した。



各変数の算出方法及び使用データは、利用者便益の経済価値の算出方法と同様である。提供者便益の経済価値では、粗大ゴミに係る負担費用として、地方公共団体における処理費用を用いている。

- ・ 粗大ゴミの処理に係る負担費用

[算出方法]

各地方公共団体の決算結果を参考に、粗大ゴミ処理に係る提供者の負担費用（粗大ゴミの収集費用、処理費用を含む）を任意に設定した。

粗大ゴミの年間処理量に対して、提供者の負担費用を乗じることで、提供者の負担総額を算出した。

次に、粗大ゴミ処理に係る提供者の負担総額、サービス利用意向、粗大ゴミの減少効果を乗じることで、粗大ゴミに係る負担費用の減少額（提供者便益の経済価値）を算出した。

	粗大ゴミの年間処理量 (トン)	提供者の負担費用 (円/トン)	提供者の負担総額 (百万円)
合計	179,585	63,231	11,355

	提供者の負担総額 (百万円)	サービス利用意向 (%)	減少効果 <低位> (%)	減少効果 <中位> (%)	減少効果 <高位> (%)	提供者便益の経済価値 <低位> (億円)	提供者便益の経済価値 <中位> (億円)	提供者便益の経済価値 <高位> (億円)
合計	11,355.3	81.7	10.0	25.0	50.0	9	23	46

[使用データ]

各地方公共団体のホームページ

## 2.5 サービスの実現に向けた課題

今回、選定・提示した 9 サービス（国民目線に立ったサービス）の利用意向は、概ね高いことがわかった。一方で、「あまり利用したくない」、「利用したくない」との回答もあり、全ての国民にとって価値のあるサービスとするには、まだ課題が残されていると言える。

提示したサービスによっては、「そもそも利用する場面が想定されない」、「興味・関心がない」などの理由で低い利用意向を回答した人もいれば、サービスに対してある程度の価値を見出しつつも、利用することへの抵抗感、不安感を抱くために、それらが障壁となって低い利用意向を回答した人もいる。そこで、何らかの抵抗感、不安感を抱いていると想定される「あまり利用したくない」と回答した人を中心に、サービスへの不満・不安を整理した。

その結果、不満・不安の内容としては、「個人情報の保護・セキュリティ」、「サービスによる効果の有無・必要性」、「サービスの利用に伴う手間」、「サービスの利用に伴う費用」、「オンライン化に伴う対人トラブル」などが挙げられた。特に「個人情報の保護・セキュリティ」、「サービスによる効果の有無・必要性」は、多くのサービスに共通した不満・不安となっている。

「個人情報の保護・セキュリティ」では、カルテ情報や納税情報などの機微情報を扱うため、オンライン上での情報管理は不安である、といった意見が見られた。実際にサービスを提供するためには、情報の取り扱いに関する明確なガイドラインの策定や、セキュリティを担保するためのシステム上の仕組みの構築などが必要と考えられる。

また、「サービスによる効果の有無・必要性」では、既存のサービスに比べた優位性を見出しにくい（対面教育の利点が損なわれる、オンラインでは形式的な教育に留まってしまおう、など）、といった意見が見られた。本サービスの位置づけや、既存サービスとの使い分けについては、今後の課題であると言えよう。

図表 2.5-1：提示サービスへの不満・不安

	個人情報の保護・セキュリティ	サービスによる効果の有無・必要性	サービスの利用に伴う手間	サービスの利用に伴う費用	オンライン化に伴う対人トラブル
健康状態に合わせた最適健康管理サービス	不安（多数）	不安	不安	不安	
病状に合わせた最適医療サービス	不安（多数）	不安（多数）	不安	不安	
診察の事前予約サービス	不安	不安（多数）	不安	不安	
教え合い、学び合う、相互教育サービス	不安	不安（多数）		不安	不安
オンライン教育ポータルサービス	不安	不安（多数）		不安	
教育・資格に基づいた就業支援サービス	不安	不安（多数）		不安	
引越手続のワンストップサービス	不安（多数）	不安	不安	不安	
税申告の作成支援サービス	不安（多数）	不安	不安	不安	
粗大ゴミ・不要品のリサイクルサービス	不安	不安（多数）		不安	不安

### 3 我が国のICTの強みを活かした地球的課題への貢献に関する先進事例の収集

#### 3.1 グリーンICTの定義

我が国の国際競争力のキーとして期待が高まっている、グリーン ICT であるが、その定義には様々な概念が含まれ、辞書的に明確な定義が存在しない。

但し、言葉の発祥の地ともされる米国の EPA（環境保護庁）では、「グリーン IT とは、環境配慮の原則を IT にも適用したものであり、IT 製品製造時の有害物質含有量の最小化、データセンタのエネルギーや環境面での影響への配慮、さらには、リサイクルへの配慮等も含めた包括的な考え方である」と定義されている。

この考え方からも分かる通り、グリーン ICT は、温暖化防止への配慮はもちろんのこと、IT 製品に含まれる有害な化学物質の管理や廃棄される IT 機器のリサイクル等も含めた環境全般をカバーする範囲の広い概念と捉えることができる。

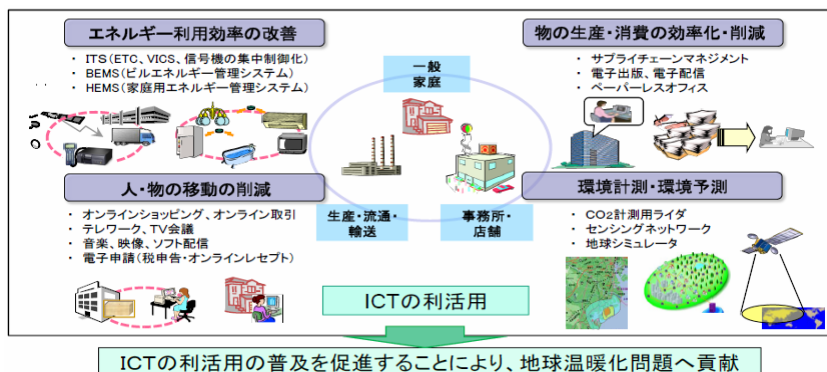
また、昨今のグリーン ICT の考え方として、上記を踏まえ、IT 機器、ICT サービスそのものが、温暖化防止に配慮した設計で対応されている「グリーン of ICT」（グリーンデータセンタ等）と、ICT を活用することにより、ICT 以外の他分野の環境負荷を削減する「グリーン by ICT」（移動手段に発生する CO2 の削減等）に貢献する等）の考え方に大別することが可能である。

「グリーン of ICT」と、「グリーン by ICT」に該当する主な活用事例は以下の通りである。

図表 3.1-1：グリーン ICT の分類と活用事例

分類		主な活用事例
グリーン of ICT	エネルギー利用効率の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>•ITS(高度道路交通システム)</li> <li>•BEMS(ビルエネルギー管理システム)</li> <li>•HEMS(家庭用エネルギー管理システム)、等</li> </ul>
	環境計測・環境予測	<ul style="list-style-type: none"> <li>•CO2計測用レーダ</li> <li>•センシングネットワーク</li> <li>•地球シミュレータ</li> <li>•GPSによる位置情報把握、等</li> </ul>
グリーン by ICT	人、物の移動の削減	<ul style="list-style-type: none"> <li>•テレビ(Web)会議</li> <li>•eラーニング</li> <li>•シンクライアント、フリーアドレス</li> <li>•遠隔サポート、等</li> </ul>
	物の生産効率化と消費の削減	<ul style="list-style-type: none"> <li>•ペーパーレス、電子帳票</li> <li>•地理情報利用による農地管理</li> <li>•グループウェア、等</li> </ul>

図表 3.1-2：グリーン ICT の活用イメージ図



出典：総務省「地球温暖化問題への対応に向けた ICT 政策に関する研究会 報告書」

[http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/joho\\_tsusin/policyreports/chousa/ict\\_globalwarming/index.html](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/policyreports/chousa/ict_globalwarming/index.html)

### 3.2 国内におけるグリーンICTを巡る状況

国内におけるグリーン ICT に関する嚆矢としては、2005 年 2 月に発効された京都議定書より、地球温暖化対策に対する取り組みの必要性が謳われており、わが国は 2008 年から 2012 年までに温室効果ガスの総排出量を 1990 年レベルより 6%削減することが求められている。

しかしながら、総排出量（CO<sub>2</sub> 換算）は 2007 年度で 13 億 7,400 万トンと、2 年ぶりに増加して前年度比 2.4%増え、過去最大の値となっているのが現状である。

これは、京都議定書の基準年である 1990 年の総排出量(12 億 6,100 万トン)を 9.0%上回っており、議定書を達成するためには、現状よりも 15%の温室効果ガスの削減が必要となっている。

こうした状況下において、民主党鳩山新政権下では、「温室効果ガスの 25%削減」目標を打ち出しており、今後、我が国における、グリーン ICT に対する取り組みは、益々本格化して行くものと想定される。

また、前述した、「原口ビジョン（ICT 維新ビジョン）」においても、2050 年を見据えた達成目標として、「世界をリードする環境負荷軽減」を提唱しており、今後、我が国におけるグリーン ICT に対する取り組みは、グローバルな視点を持ちつつ、益々、重要性が高まって行くことが想定されている。



### 3.3 国内におけるグリーンICTと地域活性化の取り組み

人口の自然減社会に入った日本は、三大都市圏も地方圏も事項が減る「過密無き過疎」の時代に直面している。今後 30 年間で人口は大幅に減少すると思われ、特に地方圏は 2005 年比で 19%減と減少幅が著しい。人口の減少は、地域社会の自然環境、コミュニティ、文化などを衰退させ、さらに人が住まなくなる、そしてますます地域が衰退するといった負のスパイラルに陥る可能性を秘めている。

図表 3.3-1 : 「過密無き過疎」の時代の到来と高齢化の加速

	1995		2005		2035
<b>人口</b>					
・全国	12,557万人	+2%	12,777万人	△13%	11,068万人
・三大都市圏	6,165万人	+4%	6,419万人	△8%	5,888万人
・地方圏	6,392万人	△1%	6,358万人	△19%	5,180万人
<b>高齢者人口</b>					
	1,826万人	+41%	2,567万人	+45%	3,725万人

出典：「原口ビジョン」により作成

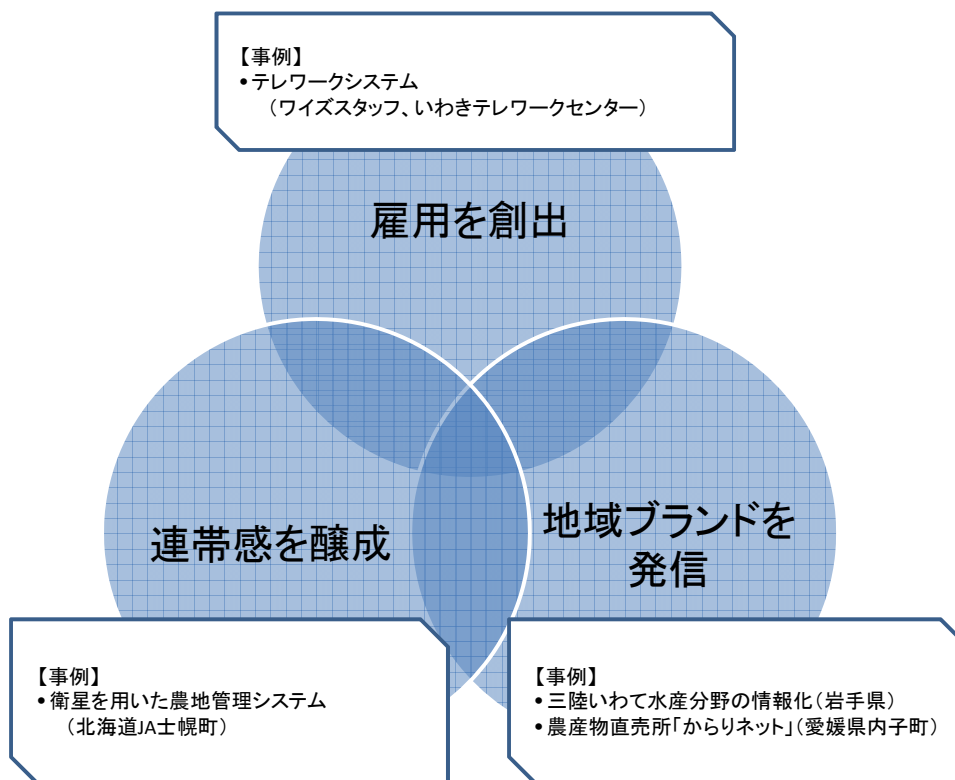
[http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000048728.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000048728.pdf)

このような地域社会の衰退を、人と人、人と物の距離を縮めることを強みとする ICT を活用することで、止めなければならないと考える。グリーン ICT の技術についても、単なる CO2 削減の効果にとどまらず、地域にそして日本に活力を与えるためにはどのように活用できるのか、を考えることが重要である。

原口ビジョンでは 2050 年までの達成目標として、「地域の絆の再生」、「暮らしを守る雇用の創出」、「世界をリードする環境負荷の軽減」を掲げている。この中では、ブロードバンド環境を整備したうえで、教育、行政、健康分野で様々な ICT サービスを提供するとともに、二酸化炭素排出量 25%削減のうち、10%以上を ICT パワーで達成することを目標としており、グリーン ICT 分野での取り組みの強化が望まれている。

本パートでは、グリーン ICT の取り組み事例のうち、地域社会と密接に関係する「グリーン by ICT」に着目し、ICT を用いることで地域に何らかの活力を与えている事例を紹介する。活力を与えている具体例としては、「地域の雇用を創出している」、「地域の連帯感を醸成している」、「地域ブランドを発信している」といった観点での先進事例である。

図表 3.3-2：グリーン ICT 事例の三つのキーワード



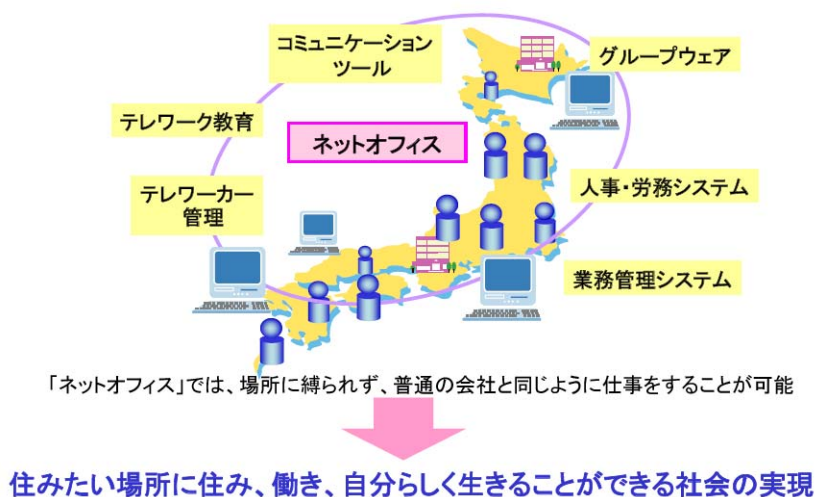
### 3.3.1 「雇用を創出」している取り組み

#### 3.3.1.1 事例 1：テレワークシステム

##### サービス概要

- 企業からの委託を受けて、ホームページ作成・運営やメールマガジン制作、ネットリサーチ、ネットプロモーション、ブログ運営、ICT に関する雑誌の編集・執筆業務等を実施
- ネットオフィスではテレワーカーがメインワーカーであり、場所・時間に縛られずにチーム業務に参加できるため、個人の状況に応じた就労スタイルが可能

図表 3.3-3：テレワークシステム（ネットオフィス）イメージ



出典：弊社入手資料より作成

##### 実施主体

ワイズスタッフ

##### 効果、成功のポイント

- 都市部企業からの業務を受託することにより、地域の雇用拡大や移住の促進など地域の活性化推進に貢献
- 平成 19 年度北海道 IT 経営貢献賞（北海道）
- 役員 2 名、社員数 10 名、契約スタッフ（ネットオフィスでのテレワーカー）140 名（うち海外 6 名、2009 年 6 月現在）

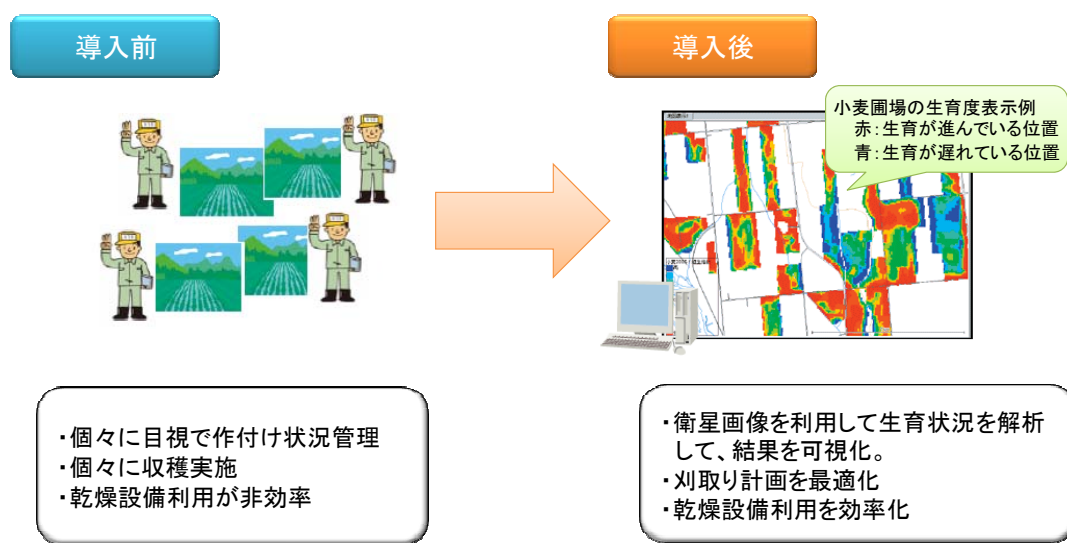
### 3.3.2 「連帯感を醸成」している取り組み

#### 3.3.2.1 事例 2：衛星を用いた小麦の刈入れ時期最適化の取り組み（JA士幌町）

##### サービス概要

- 衛星画像を利用して小麦の生育状況を解析し、解析結果を圃場毎に色分けして表示
- 解析情報を基に、刈取り時期と刈取る圃場の順番を最適化することにより、乾燥エネルギーの削減や刈取り作業効率を向上
  - これまでは、実際に畑に足を運んで麦作集団役員が生育（乾燥）状況を確認
  - 施設（大型コンバイン、乾燥設備）を共用しているため、生育状況に応じて刈取りの優先順位を決める必要があった
- 取り組みの結果、JA 職員の負荷が減り、優先順位付けに伴う住民間の不公平感が是正され、地域の連帯感が醸成された
- 日立ソフト社の「GeoMationFarm」を採用

図表 3.3-4：衛星を用いた刈入れ時期最適化の取り組みイメージ



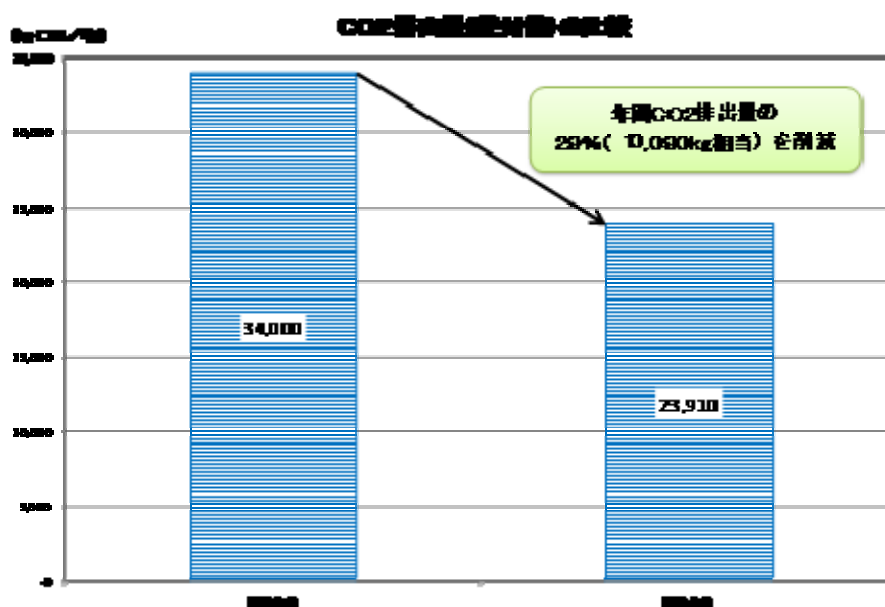
出典：総務省「地域情報化ポータル」により作成

<http://www.applic.or.jp/tkportal/contents.php?ino=129>

##### 効果、成功のポイント

- 年間で約 29%（10,090kg）の CO2 排出削減を実現

図表 3.3-5：取り組みによる CO2 排出量削減結果



図表 3.3-6：CO2削減量の内訳

項目	CO2 排出削減量(kg-CO2/年)
エネルギー(灯油)の消費削減	10,100
ICT機器の消費電力増加	-10(増加)
合計	10,090

出典：総務省「地域情報化ポータル」により作成

<http://www.apply.or.jp/tkportal/contents.php?jno=129>

- 取り組みの当初から、ステークホルダー（農家、JA、ソフトベンダー）が一体となって開発に組み込み、現場の指摘をシステムに作り込んでいった点
  - 刈取りの優先順位付けに伴う住民間の不公平感が軽減され、地域の連帯感が醸成された
- 十勝平野という広大な地域には衛星画像がマッチするというように、地域の特徴に合致した ICT の活用方法を採用している点
  - 今後、十勝平野全体に広げる予定

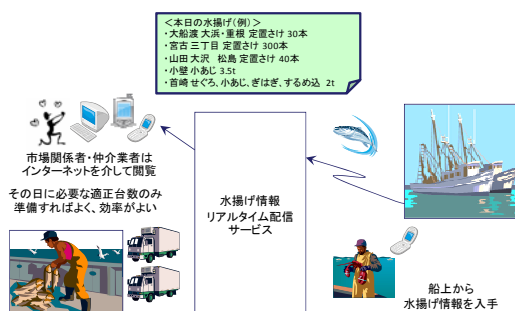
### 3.3.3 「地域ブランドを発信」している取り組み

#### 3.3.3.1 事例3：三陸いわて水産分野の情報化（岩手県）

##### サービス概要

- 岩手県内魚市場による水産加工業者等を対象とした、水揚げ情報のリアルタイム携帯電話対応配信サービス（魚メル）
  - 携帯電話を活用することで、リアルタイムな情報提供を実現
- その日に必要な輸送トラックの台数を事前に把握することができ、輸送・仲買業務が効率化され、CO2削減にも貢献
- 岩手県沿岸はリアス式海岸による静穏な水域のため、豊富な地域資源を有している
  - ワカメやコンブ等の養殖に適している他、岩礁域はアワビやウニ等の磯根資源に恵まれている（養殖ワカメとアワビの生産量は全国1位）
- 地域資源の良さを発信するブログ（魚ログ）等のサービスに加え、地域資源を販売するECサイトも実施予定

図表 3.3-7：三陸いわて水産分野の情報化取り組みイメージ



出典：国土交通省「農林漁業現地事例情報「地域のITを取り入れた農林水産業の取組事例」」

[http://www.maff.go.jp/i/finding/zirei/08\\_it/pdf/019.pdf](http://www.maff.go.jp/i/finding/zirei/08_it/pdf/019.pdf)

##### 効果、成功のポイント

- その日に必要な輸送トラックの台数を事前に把握することができ、輸送・仲買業務が効率化
- ブログやメール等、簡易なICTシステムを活用することで、費用を抑えている点
- 現場、地域NPO、自治体が一体となって取り組みを行っている点

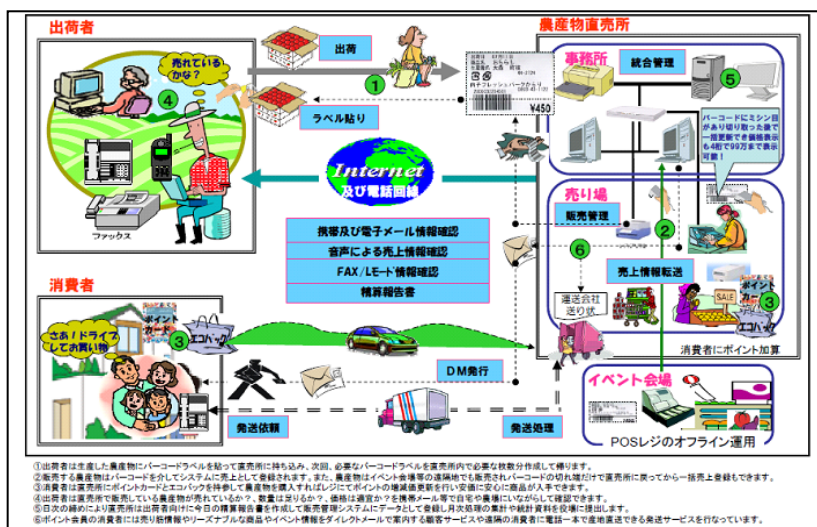
- 岩手県生産地魚市場協議会が現場、いわて NPO 事業開発センターがシステム、県がコーディネーター役割
- ステークホルダー間をつなぐコーディネーター的人材が中心となって取り組みを行っている点

### 3.3.3.2 事例4：農産物直売所「からりネット」（愛媛県内子町）

#### サービス概要

- 地域の食材を販売する「農産物直売所」を道の駅「内子フレッシュパークからり」内に設置
- 「農産物直売所」にとどまらず、燻製・パン・シャーベット工房、食品加工場などの「農産物加工設」、レストラン、うどん店などの「飲食施設」にまで展開（いわゆる「第六次産業」）
- 売上情報を携帯電話に配信し、農家のモチベーションを高める工夫により質の高い地域資源を販売、ブランド化
- POSシステム導入（1995年）、からりネット整備（1996年）、気象情報配信（1999年）携帯・PCへの情報配信（2003年）とICT設備を段階的に進化させ売上が増加
  - 1996年 9,200万円
  - 2003年 4億2,000万円
  - 2006年 6億7,000万円
  - 2008年 6億3,100万円

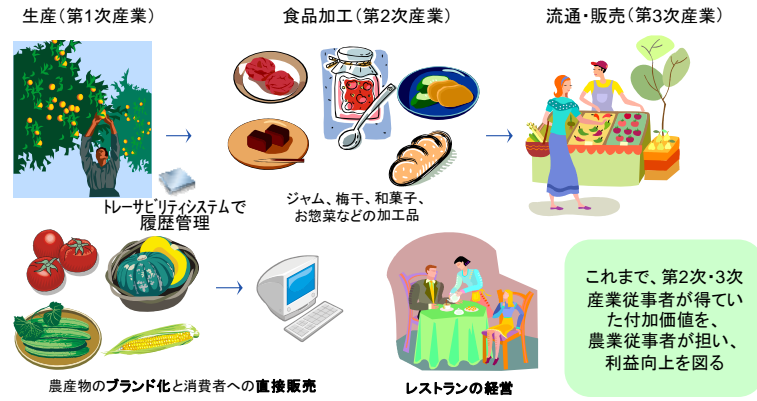
図表 3.3-8：農産物直売所「からりネット」イメージ



出典：総務省「地域情報化ポータル」により作成

<http://www.applc.or.jp/tkportal/contents.php?jno=1082>

図表 3.3-9：第六次産業のイメージ



効果、成功のポイント

- 第一次産業である農業を、ICTを用いることにより、加工（第二次産業）・流通（第三次産業）にまで発展させている点
- 売上情報を携帯端末に配信するなど、参加する住民のモチベーションを高めると同時に地域資源をブランド化する工夫を、ICTを用いて実現している点



### 3.4 海外におけるグリーンICTに関する取り組み

本章では、海外のグリーン ICT 先進国として、米国、イギリス、スウェーデンの 3 カ国を抽出し、各国において国レベルで推進されている政策、および、グリーン ICT の取り組みが進んでいる企業の個別の取り組みをまとめた。

#### 3.4.1 海外のグリーンICT先進国において国レベルで推進している政策等

##### 3.4.1.1 米国

米国は京都議定書を批准しておらず、また、これまで地球温暖化問題に対して数値目標を示さないことを前提としてきたため、全体の国家目標と言ったものはあまり明確ではない。しかし、2001 年の「新国家エネルギー政策(NEP)」において、2012 年に向け、10 年以内に温暖化ガスを 18%削減することが提示された。また、「エネルギーの自律と安全保障法 2007」では、いくつかの分野において目標値が示されている。

- ・ 自動車燃費 を 2020 年迄に 35mpg (14.8km/ℓ) にする
- ・ バイオ燃料を 2020 年迄に 360 億ガロンに増やす
- ・ 2014 年迄に殆どの白熱電球の販売を禁止する
- ・ 新築又は改築する連邦政府の建物は 2010 年迄に 55%、2020 年迄に 80%化石燃料の使用量を削減する
- ・ 全ての連邦政府の新築建物は 2030 年迄にカーボンニュートラルにしなければならない

また、米国では、「グリーン・ニューディール政策」を打ち出し、国家を挙げて、環境ビジネスの整備を積極的に推進している。米国は、世界最大の温室効果ガス排出国であるが、環境ビジネスの推進により環境負荷を低減させるとともに、その取組を産業の活性化につなげる構想となっている。2009 年 1 月には、再生可能エネルギーへの 1500 億ドルの投資 (10 年間) や 500 万人のグリーン雇用の創出を公約に掲げ、昨年末には経済チームによる公共施設の省エネ化に伴う 250 万人の雇用創出策を打ち出している。

米国の省エネルギー政策は、基本的には関連法に基づき施行され、実行はエネルギー省 (Department of Energy、以下 DOE) と環境保護庁 (Environmental Protection Agency、以下 EPA) が執り行っている。ICT に関わる主な政策として、データセンタでの省エネルギーに関する Save Energy Now Program と、パソコンのモニター等の ICT 製品の省エネルギーに関する Energy Star と呼ばれる政策がある。

### < Save Energy Now >

Save Energy Now は、EPA が 2005 年にスタートした、省エネルギーを進めるためプログラムである。全米の工業プラントを持つ産業等、本プログラムに参加する個別企業のエネルギー消費を、プログラム参加開始時の 25%削減することを目標としている。

Save Energy Now への参加は任意となっており、売上規模や CO2 排出量等に関係なくどのような企業でも参加できる。参加のためには、「Pledge」と呼ばれる誓約書を提出する必要がある、その中では、取り組み開始後、工場やオフィスビル等において 10 年以内に消費エネルギーを 25%削減することを目指すことを誓約する。Save Energy Now では、省エネルギーを推進するための使用エネルギー測定ソフトウェア、トレーニング、成功事例等を提供している。また、専門家を育成し、Save Energy Now 参加企業に対して個別に診断を行う。

Save Energy Now の取り組みの中で、Save Energy Now in Data Center という、データセンタに特定したプログラムが 2008 年から開始された。Save Energy Now in Data Center では、下記の目標が設定されており、それを達成するための省エネルギー支援策が提供されている。

- ・ 2011 年までに米国内のデータセンタ全体で年間 100 億 kWh 削減すること
- ・ 2011 年までに米国内の 1,500 カ所のデータセンタで 2008 年レベルの消費エネルギー量の 25%を削減すること
- ・ 大規模企業が運営するデータセンタの半数以上において、DCiE (Data Center Infrastructure Efficiency) と呼ばれるデータセンタインフラの効率性の指標を 0.7 にまで増加させること

Save Energy Now in Data Center では、Save Energy Now で成功している、ソフトウェアの提供や専門家育成プログラムの実施等の枠組みを用い、米国内のデータセンタの省力化に努めている。

参加企業に提供されるソフトウェアは DC Pro Software Tool Suite と呼ばれ、各データセンタにおける電力使用実態を測定する他、改善の余地のある分野の特定に役立つソフトウェアである。DC Pro Software Tool Suite が測定の対象とするのは、サーバー等の ICT 機器や空調を含むデータセンタ全体の他、空調設備や電気設備等の 2 種類の詳細領域となっている。各領域で個別のソフトウェアが用意されており、ウェブサイト (<http://www1.eere.energy.gov/industry/datacenters/software.html>) 上でダウンロードすることができる。ソフトウェアを利用する際は、電気料金データ等の情報を参加企業が入力する必要がある。その後、評価結果および改善策案が自動的に出力される仕組みになっている。

また、Save Energy Now in Data Center では、データセンタの省力化の専門家を育成する取り組みを行っている。データセンタの電気使用実態を測定する DC Pro Software Tool Suite の利用支援ができる人材を育成することが主な目的となる。2009 年には、主要関連企業との綿密な連携を通じて専門家育成プログラムが設計され、数件のパイロットプログラムも終了している。今後は、200 人の専門家の育成を目指しており、想定される出身業種としては不動産業、製造業、コンサルティング業、サービス業、データセンタ業、大学等が含まれている。専門家に求められる能力としては、2 段階設定されており、レベル 1 ではデータセンタで利用する ICT 機器、空調等データセンタ運営に必要な知識が求められる。レベル 2 では DC Pro Software Tool Suite を使いこなし、参加企業に対して具体的な解決策の提案を行うことが目標となる。

### <Energy Star>

米国では、Energy Star と呼ばれるエコ製品の標準化制度により、パソコンのモニター等の ICT 製品を含む、オフィス製品の省電力化を推進する取り組みを行っている。Energy Star は、1992 年に開始されており、EPA が管轄省庁となっている。Energy Star 開始当初はコンピューター本体とパソコンのモニターの 2 製品のみを対象としていたが、オフィス機器を取り巻く環境も含める目的で様々な製品カテゴリーが追加されており、一般住宅（1995 年）、オフィスビル（1999 年）、病院（2001 年）、スーパーマーケット（2001 年）といった建造物も対象に加えられている。2010 年現在、Energy Star の対象は、家電製品から産業機械、コンピューターまで幅広く、合計で 60 以上の製品カテゴリーとなっている。フランスの調査会社の upnext によると、基準に適合する製品のメーカーは、2,400 社以上、40,000 モデル以上であるという。また、同社によると、2000 年以降、Energy Star 製品は 25 億点以上販売されているという。

図表 3.4-1 : Energy Star の対象となる製品カテゴリー一例

<p><b>Building Products</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Home Sealing - Insulation &amp; Air Sealing</li> <li>» Roof Products</li> <li>» Windows, Doors and Skylights</li> </ul> <p><b>Commercial Appliances</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Commercial Clothes Washers</li> <li>» Vending Machines</li> <li>» Water Coolers</li> </ul>	<p><b>Commercial Food Service Equipment</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Commercial Kitchen Package</li> <li>» Commercial Dishwashers</li> <li>» Commercial Fryers</li> <li>» Commercial Griddles</li> <li>» Commercial Hot Food Holding Cabinets</li> <li>» Commercial Ice Machines</li> <li>» Commercial Ovens</li> <li>» Commercial Refrigerators &amp; Freezers</li> <li>» Commercial Steam Cookers</li> </ul>	<p><b>Computers &amp; Electronics</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Battery Chargers</li> <li>» Computers</li> <li>» Displays</li> <li>» Enterprise Servers</li> <li>» External Power Adapters</li> <li>» Imaging Equipment</li> </ul> <p><b>Heating &amp; Cooling</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Air Conditioning, Central</li> <li>» Boilers</li> <li>» Fans, Ventilating</li> <li>» Heat pumps, Geothermal</li> <li>» Light Commercial Heating &amp; Cooling</li> </ul>	<p><b>Lighting</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Commercial LED Lighting</li> <li>» Light bulbs (CFLs)</li> <li>» Light Fixtures</li> </ul> <p><b>Plumbing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Water Heater, Gas Condensing</li> <li>» Water Heater, Heat Pump</li> <li>» Water Heater, High Efficiency Gas Storage</li> <li>» Water Heater, Solar</li> <li>» Water Heater, Whole Home Gas Tankless</li> </ul>
--	--	---	--

出典：Energy Star ホームページ (<http://www.energystar.gov/>)

Energy Star では、対象となるオフィス製品の稼働、スリープ、オフ時の消費電力等について、それぞれのカテゴリー毎に基準が定められており、Energy Star の基準を満たしたメーカーの製品は、Energy Star 独自のラベルを貼付して製品を販売することができる。このラベルが貼ってあることで、消費者は、エコ製品かどうかを判別するための目安として参照することができる。現在市販されている製品のデスクトップパソコンは、大半が Energy Star 対応となっており、パソコンの起動時に Energy Star のラベルのマークが表示されるようになっている。

図表 3.4-2 : Energy Star のラベルのマーク



出典 : Energy Star ホームページ (<http://www.energystar.gov/>)

消費者は、Energy Star 製品を購入すると、一定額のリベートを州政府から受けとることが可能となっている。New York Times 紙によると、典型例としては、洗濯機には 75 ドル程度、エアコン製品には数百ドルのリベートを受け取ることができるという。リベートの原資は、連邦政府が出資しており、2010 年 4 月現在、全米の 56 の州ならびに特定地域に対して、3 億ドルもの原資金が配当されている。

米国では 4 月 22 日の Earth Day 前後に、全米の家電量販店等でエコ製品特売期間が設けられるが、その際、Energy Star 製品がリベートの対象として大々的に販売されており、Energy Star は全米の消費者から広く支持されている。New York Times 紙によると、カリフォルニア州では 1,760 万ドルが Earth Day キャンペーンのリベートに割り当てられ、1 日半のキャンペーン期間の間に 72,000 件のリベート申請があったという。また、イリノイ州ではリベートの原資として 1,240 万ドルを用意していたが、キャンペーン開始後 11 時間で、そのおよそ 3 分の 2 の額に匹敵するリベート申請が行われたという。

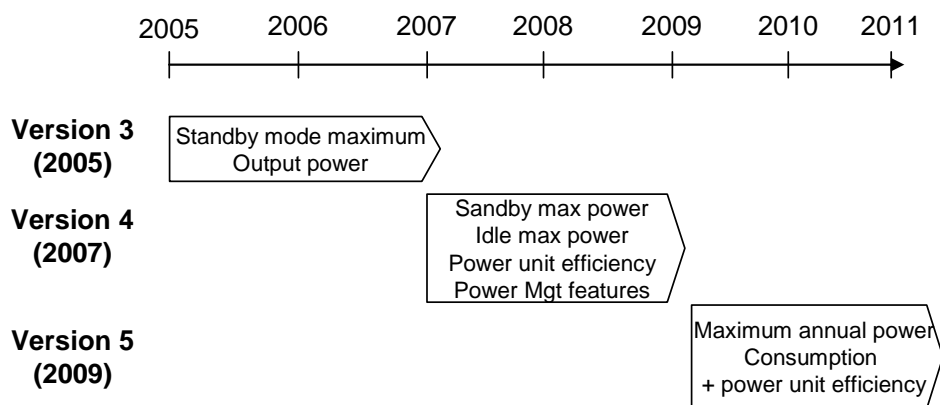
Energy Star の基準は、定期的に更新される仕組みとなっている。例えば、パソコン本体

の基準は、2年に1度更新されている。2009年までにVersion5まで更新されており、バージョンが進むごとに、省エネの対象となる範囲を広げる等して基準を厳しくしている。

バージョン更新の際は、Energy Star 参加企業との議論等を経て、次バージョンでも達成可能な範囲を対象とするという。具体的には、次バージョン適用時開始に、市場に流通する Energy Star 製品の割合が市場全体の25%となるような基準とする。こうして常に最低でも25%が基準を満たし、次第に Energy Star 製品の割合を増やしていき、その割合が市場全体の半分程度に達すると、さらに次のバージョンへと進む仕組みとなっている。

我が国でも、統一省エネラベルと呼ばれるエコポイント交換対象のラベル制度が存在するが、2008年4月より液晶テレビ・プラズマテレビについて多段階評価基準の見直しが行われ、新基準による表示が行われている他は、こうした定期的なバージョンアップの取組みは頻繁には行われていない。

図表 3.4-3 : パソコンモニターにおける Energy Star のバージョンアップの推移



出典 : upnext 「Green ICT case studies」

### 3.4.1.2 英国

英国では、2008年11月に、2050年までに温室効果ガス排出量を1990年比で80%削減するという、世界初となる法的拘束力を持つ温室効果ガス排出削減の長期目標を設定する等、気候変動政策において世界を先導する国として注目されている。

英国では、早期に低炭素経済に移行した国や企業は、長期にわたって利益を得ることになるという考えに基づき、低炭素化への取組みを率先して行っている。低炭素社会への移行のための法的枠組みとしては、2008年11月、気候変動対策のための長期的かつ拘束力ある世界で初めての法律、「気候変動法 (Climate Change Act)」を成立させている他、2009年5月には気候変動法の定めに従い、カーボン・バジェット (炭素削減計画、Carbon Budget) が公布されている。

英国におけるエネルギー政策は、英国エネルギー・気候変動省 (Department of Energy and Climate Change、以下 DECC) により策定されている。DECC は、2008年10月、英国政府は、エネルギー安全保障と気候変動の二つの挑戦に向けた政策策定を一括して調整する機関として設立された。

特に ICT を取り巻く環境の省エネルギー化を推進する政策としては、民間の業務用建築物を対象とした炭素削減義務 (Carbon Reduction Commitment、以下 CRC)、政府の建築物ならびに活動を対象とした SOGE (Sustainable Operation on the Government Estate) や Greening Government ICT がある。

#### < CRC : Carbon Reduction Commitment >

英国では、2010年4月より、オフィスビル、商業ビル、ホテル、病院等の業務用建築物を対象に、運用時のエネルギー消費量削減を目的とした、CRCと呼ばれるキャップ・アンド・トレード<sup>11</sup>制度が導入されている。英国の建築物の平均寿命は日本の3倍以上となっており非常に長いため、改築時の省エネ規制だけでは不十分との課題認識に基づいて、既存の建築物の運用に焦点をあてた省エネ施策である。

CRC の対象企業としては、保有する各事業所の年間の電力消費量が 6,000MWh を超える組織、電気料金で換算すると約 100 万ポンド以上 (約 1 億 5,000 万円) の料金を支払って消費している組織が対象となる。気候変動協定 (CCAs) や欧州排出量取引制度 (EU ETS) の対象とされる分野以外の排出をカバーしている。国内の企業だけでなく、外資系企業もこの条件に該当すれば対象となる。削減対象となるのは、電力の他、ガス、石油、石炭等、全てのエネルギーが含まれている。

野村総研によると、DECC は CRC の対象となる企業は 5,000 社ほどになると見込んでおり、これは英国全体の企業の 5% に該当するという。また、これらの企業が排出している

<sup>11</sup> あらかじめ温室効果ガスの排出枠に上限 (キャップ) を設定し、排出枠を割り当てられた参加者間の自由な売買 (トレード) を認める制度

CO2 の量は 1,400 万トンであると推計されており、これは英国全体の CO2 排出量のおよそ 3 割を占めるという。

CRC を開始する際は、参加企業は、電気、ガス等のエネルギー会社から、自社のエネルギー使用量の実態を自ら把握する必要がある。その後、政府が指定するガイドラインに沿ってエネルギー使用量を CO2 排出量に換算し、年度始めの 4 月には、その CO2 排出量に基づいて自社がその年度に排出するであろう CO2 排出量を予測し、政府から CO2 排出権を購入する。

CRC では、第 1 フェーズ（2010 年～2012 年度）と第 2 フェーズ（2013 年度以降）を設けており、排出権の単価設定基準はフェーズ毎に異なる。導入期間である第 1 フェーズでは、トン CO2 あたり 12 ポンド（約 1,800 円）と固定され、2 フェーズに入ると毎年入札で決められる仕組みとなっている。

当該年度中は、エネルギー使用実態をモニタリングし、予測していた排出量を上回るようであれば、追加で排出権を購入しなければならない。排出量が予想より下回った場合、排出権取引市場において、余剰分の排出権を販売することができる。

排出権販売によって集まった金額は、次年度の 10 月に全額が参加企業に還付される仕組みとなっている。還付される額は、各企業の削減達成度合いに応じて配分される。参加企業は、翌年度の 7 月に年間の達成状況を政府に報告するが、政府は、Performance League Table とよばれる成績表に基づき、各企業の格付けを行う。主には、各企業の CO2 排出量に応じた基準と事業者の売上高あたりの CO2 排出量に基づき、評価されることとなっている。この格付けに基づき、各企業への還付の配分が決定される。成績が悪い場合は、ペナルティが課される場合もあるという。

また、英国政府は、CRC の取組みにより、エネルギー消費の実態データを取得することも重視している。2010 年度以前の数年間にわたり、各企業のエネルギー消費実態のデータの収集を進めている。特に、導入期間である第 1 フェーズでは、データを収集することを主目的としており、CO2 排出量の上限（キャップ）が設定されないこととなっている。また、政府への排出権削減の報告はインターネット上で行うことができ、手続きの手間やコストを削減するためあくまでも自己申告に基づき第三者機関による審査はしないことになっている。

CRC は、低炭素社会構築に向けた義務化政策であるものの、こうした還付金の仕組みをインセンティブとすることで、企業の取組みを前向きに本格化させることを狙いとしている。我が国でも、2002 年 6 月の省エネルギー法の改正を行っているが、大規模オフィスビル等の運営については省エネ計画（中長期計画）の作成・提出の報告等を義務付けに留まっている。CRC では金銭的なインセンティブを課し、企業側の動機付けを図るという意味で、我が国よりも進んだ仕組みであると言えるのではないだろうか。

< SOGE (Sustainable Operation on the Government Estate) >

英国では、国内の企業に向けた、グリーン ICT に関する政策や実施計画は策定していないものの、政府機関については、Sustainable Operations for the Government (以下、SOGE)、Greening 政府 ICT と呼ばれるグリーン ICT の取り組みを推進している。

SOGE は、政府機関の施設や活動における省力化を義務化する取り組みである。2006 年に当時の英国の首相により、SOGE が開始された。SOGE では、政府機関自らが率先して実践することで、国内の民政部門への省力化の取り組みへの事例となることを主な目的としている。また、政府職員自身が、自らの活動が及ぼす環境負荷の影響を認識し、どのようにしたら改善していけるのかを実際に体感していくことも SOGE の狙いとなっている。

SOGE における取り組みは、政府のあらゆる機関が関わる組織的な枠組みとなっている。目標達成のための具体的な施策は、Defra および Department for Transport (DfT) で策定される。また、2008 年に Office of Government Commerce (OGC) 内に設置された、Sustainable Procurement (CESP) が、SOGE の進捗状況を監視する役割を担っている。監視内容は、Sustainable Development Commission (SDC) が、Sustainable Development in Government (SDiG) という枠組みの中で報告をする仕組みとなっている。

SOGE の具体的な目標としては、以下の 3 つが含まれる。

- ・ 政府機関施設における CO2 排出量を、2010 年度以内に 1999 年度レベルの 12.5%削減すること
- ・ 政府機関施設における CO2 排出量を、2020 年度以内に 1999 年度レベルの 30%削減すること
- ・ 政府機関施設は、2012 年度以内にカーボンニュートラル<sup>12</sup>とすること

SOGE は、英国の中央政府機関の全てが対象となっており、上記の目標を達成するために、以下の取り組みを行うことが義務づけられている。

- ・ 政府職員の省エネに関する意識を向上させ、使用しない ICT 機器の電源をオフにする、夜は部屋内の電気を消す、空調を弱めに設定する等、施設内での行動を変革すること
- ・ 省エネ対応照明への交換、照明の自動点灯・消灯が可能となるセンサーの取り付け等に関し、新たな技術へ投資を行うこと
- ・ 施設内で湯沸かし等に使用する燃料を、化石燃料からバイオマス燃料に換える等、環境負荷を低減する燃料へと変更すること

---

<sup>12</sup> カーボンニュートラルとは、本来、排出される二酸化炭素と吸収される CO2 が同じ量であることを指すが、SOGE におけるカーボンニュートラルは、排出した CO2 量に相当する排出権を購入することで成り立つ



これらの取り組みを実行する際には、中央政府機関の全てにおいて、Carbon Trust が提供する、Carbon Management Programme と呼ばれる省エネの取り組みの実行管理の仕組み、または、それに相当する仕組みを採用することとなっている。Carbon Management Programme を開始すると、Carbon Trust より担当の管理者が派遣され、各施設の目標や元々のエネルギー利用状況に合わせて、実行のための具体的なプランが作成される。

進捗の状況は、Electronic Property Information Mapping Service (以下、e-PIMS) というインターネットを使ったデータベースへ入力をする仕組みとなっている。元々各政府施設の取り組み内容が異なるためバラバラのフォーマットで進捗を報告していたが、2009年4月より e-PIMS を使って進捗データを一元化して管理することとなっている。集められたデータは政府に所有権が帰属され、進捗データを用いて SDC が管理を徹底して行う。これにより、目標達成に向けての課題等が把握しやすくなり、政府自体が事例になるという目的に向かって改善が進められるという。

#### <Greening Government ICT>

英国では、SOGEの目標を達成するグリーンICT施策として、Greening Government ICT を実施している。SOGEと同様、中央政府機関の全てが対象となる。

英国において ICT を用いる公共サービスは、非常に多くの国民から利用されている。就職支援システムは一日 6,000 人が利用する他、オンライン上での自動車税の更新数は累計で 750 万件にものぼり、デジタル化されたレントゲンデータ等は累計で 4 億件に上るといふ。また、多くの政府職員が、省内での業務遂行のためにパソコン機器を利用している。英国政府では、このように ICT は国民に対する質の高いサービス、政府職員の生産性向上をもたらしてはいるものの、その消費エネルギー量を考慮すると、使用する自然資源は莫大な量となり、環境負荷への影響も大きいと考えている。特に、英国内では、政府機関が使用する ICT システムは最も大きいとされているため、自らの電力消費量を削減することこそ、国民に対する事例になると同時に、国全体の環境負荷を削減することに貢献できるとしている。

Greening Government ICT を遂行するために、省庁間での緊密な協力が求められる他、ICT ベンダーや各省庁の行政 CIO、CTO との連携を経ることが求められている。Defra の CIO が、Greening Government ICT における戦略の策定を実施する他、CIO Council により行われる Greening Government ICT の取り組み全ての総括を取り計らう仕組みとなっている。

このために、各省庁の大臣や長官、ICT ベンダーに対して、政府機関で使用する ICT が環境負荷に及ぼす影響や、リサイクルの重要性への認知を向上させなければならないとしている。さらに、これらの中心的役割を担うのは各省庁の行政 CIO であり、各 CIO は、ICT ベンダーとの間で、持続可能な ICT 機器・サービスの提供を約束させる取り交わしを行うことが求められている。また、現状の ICT 機器・サービス調達のあるり方を見直し、既存の

アクションプランや ICT ベンダーとの契約を検証することが求められている。これらの結果は全て、Ministry of Defense が議長を務める Green ICT Delivery Group と呼ばれる機関を通じて、CIO Council に対して報告することが義務づけられている。

各行政 CIO は、Green ICT Scorecard と呼ばれるスコアカードを用いて、各省庁におけるグリーン ICT の取り組みをチェックすることが求められている。Green ICT Scorecard は、組織における職員の行動や方針、ガバナンス、エネルギー効率、省エネ製品の利活用度、ICT 機器の廃棄実態等に関し、300 以上に上る項目において、グリーン ICT の取り組みをチェックできるものである。

また、英国政府では特に、日々の ICT 機器運用の効率化の積み重ねが環境負荷低減に果たす役割が大きいと考えている。例えば、パソコン一台の電源を夜の間切った場合、削減できる CO2 量は年間にするると 235kg にも上るため、中央省庁のパソコン機器 50 万台を夜の間切るとは、世の中の車の 4 万台を削減することに匹敵するという。このため、各中央省庁は、「即時的に行える措置」として、以下に示してある日々の小さな取り組みを実施することも義務化されている。

- ・ 全ての ICT 機器のライフサイクルを延長させる
- ・ 夜の時間帯、週末、休暇期間中は、全てのパソコンの電源を切る
- ・ 使用するパソコンの台数を削減する
- ・ パソコンモニターからスクリーンセーバー機能を取り除き、使われていないパソコンを自動検知し、省電力モードに切り替えるといった電力管理の取り組みを実施する
- ・ プリンターの台数を削減し、多機能のプリンターに転換する
- ・ サーバー容量の有効活用を進め、平均稼働率を 50%以上引き上げる

我が国の省庁でも、パソコンモニターの電源を切る、昼休みの時間帯の一斉消灯等、日々の小さな取り組みの継続は行われていることが多い。しかしながら、英国では、ICT ベンダーとの連携、CIO を筆頭とした省庁内でのグリーン ICT への運営、CIO Council への報告体制等、施策遂行から報告まで体系的に推進しているといった点で、我が国も学ぶところが多いと言えよう。

### 3.4.1.3 スウェーデン

スウェーデンは、環境意識の高いと言われる欧州の中でも、最も環境政策の進む国の一つである。2009年2月には、「Fossil Fuel Free City」を掲げ、環境政策を推進するスウェーデンの首都ストックホルムが、欧州における35の都市を押さえ、欧州委員会より第一回欧州環境首都賞を受賞している。こうした環境政策は、政府の主導のもと、ストックホルムだけではなくスウェーデン全土で行われており、国全体として、1990年から2007年の間に、温室効果ガスの排出量は1990年レベルの9%削減を達成している。また、スウェーデンでは、温室効果ガスの削減と同時に、1990年から2007年の間に、GDPが1997年レベルの48%増加している。

スウェーデンが環境政策に取り組み始めたのは1960年代であり、既に1967年には環境保護庁が設置され、1969年には環境保護法が制定される等、他の先進国よりも進んでいた。1960年代、工業化の進展により国内での環境汚染が深刻化したことが背景となっている。オイルショックを機にエネルギー使用効率を大幅に改善していくことを目的として、1979年に「エネルギー使用の合理化に関する法律」が制定された我が国とは元々の背景が異なるものの、数々の環境政策の中でスウェーデンが最も注力してきたのはエネルギー政策であり、実際に環境負荷削減の実績をあげているスウェーデンからは学ぶことが多いと考えられる。

スウェーデンにおける環境政策の基本的考えは、「予防」であると言われている。つまり、問題を起こす前に問題の源となる要素を早い段階から排除しようという考え方である。1991年には、1997年の京都議定書での合意に先んじて、既にエネルギー政策法が採択されており、省エネルギーの推進、再生可能エネルギーの採用、化石燃料の使用の回避等が定められている。また、エネルギー政策法に合わせて、1991年には、使用する燃料のうち、石油、石炭、天然ガス、LPG ガス等の化石燃料が含まれる割合に応じて賦課するという二酸化炭素税が導入されている。

また、経済学的分析に基づき、課税により企業の競争力が低下しないような配慮も徹底している。各企業が支払う二酸化炭素税とエネルギー税の合計が、売上額の1.7%を超える分については課税しないことや、エネルギー集約型の産業や国際競争にさらされている産業では課税率を低くする等、課税率を業種によって変えることで企業の負担を軽減しつつ、現実的に環境負荷低減の取り組みが進められるようなインセンティブが働くようになっている。

1996年には、当時の首相により、政策方針演説が行われており、その中で、「福祉国家から緑の福祉国家へ」という国としてのビジョンが示された。その大きな施策の一つとして、「エネルギー体系の転換」が掲げられている。

また、バイオ燃料や風力発電に対する助成制度も行われた。バイオ燃料によるコージェネプラントの設立には設備投資額に対し最大25%の助成金が支給された他、風力発電プラ

ントの設立に対しては最大 15%の助成金に加え、発電量に応じた助成金の支給が行われた。これによって、スウェーデンでは、クリーンテック産業が著しく発展し、バイオ燃料、風力発電、太陽光発電の技術が向上した他、廃棄物処理やリサイクルに関する技術も発展している。

さらに、2004 年からは、Programme for improving energy efficiency in energy-intensive industries (以下、PFE) と呼ばれる、これまで二酸化炭素税で課税の対象外としてきたエネルギー集約型産業に対し、5 年間の期限付きで、削減した消費電力量に対し減税をすといった、課税とは逆の発想からのアプローチを試みた。PFE には、パルプ業等の、100 社を超えるエネルギー集約型産業の企業が参加しており、2009 年 12 月に終了している。PFE では、1KWh の消費電力削減に対し、0.005 クローナの減税がされる仕組みとなっている。European Council for an Energy Efficient Economy によると、2009 年夏の時点で、PFE により削減できた消費電力量は、年間あたりの総計で 1TWh になると報告されており、これは、参加企業の総消費電力量の 3%に匹敵する数字であるという。

スウェーデンにおける環境政策は、理想主義的理念に基づき、的確な経済学的分析を踏まえている他、現実の政策として実現しうるような政治的配慮も十分にとられていることが大きな特徴であると言えるだろう。また、二酸化炭素等の環境税の例が示すように、そのように熟慮された設計に基づいて、経済的なインセンティブをたくみに使っているということも、個々の企業の経営状況やニーズに合わせてうまく取り組みが進むようになって

## 3.4.2 取り組み事例

### 3.4.2.1 事例 1…シスコ（米国）

米国におけるネットワーク機器販売大手のシスコでは、全社をあげて環境負荷削減への取り組みを進めている。主には、Cisco Virtual Office とよばれる在宅勤務ソリューション等の利用を自社従業員に定着させ、飛行機や車等による移動にかかる温室効果ガスを削減する「Green by ICT」の取り組みを行っている。また、Green Grid やデータセンタのサーバー仮想化等による「Green of ICT」の取り組みも幅広く実施している。しかし、シスコでは、それ以外にも、環境にやさしい部品材料の採用、廃棄物量の削減、オフィスで利用する水の削減、オフィスや工場で利用する土地の環境墓前等、グリーン ICT の取り組みと併せ、多面的に取り組むを進めることで大きな効果創出を実現している。

シスコでは、グリーン ICT への取り組みに対する基本的な考え方として、グリーン ICT による環境負荷削減と生産性向上の両方を達成することであるとしている。グリーン ICT の技術は、確実に環境負荷削減に貢献すること捉えているが、技術の提供を通じて従業員の働き方に影響を与えたり、オペレーションのムダを省いたりすることで、限りある従業員の効率的活用、ビジネスのあり方の変革、経営の意思決定が可能であると捉えているためである。シスコにおける様々な Green by ICT や Green of ICT の創出や適用は、この基本姿勢に基づいている。

こうしたシスコの環境負荷削減の取り組みは、2006 年に結成された、Cisco Ecoboard と呼ばれる組織を筆頭に全社組織的に実施されている。Cisco Ecoboard は、広報や財務、マーケティング、技術等の全社のあらゆる部門を代表する 14 人の役員で結成された、シスコの環境負荷削減の取り組みのビジョンや戦略が Cisco Ecoboard にて立案されている。

その他、ISO14001 の認証取得により、EMS（Environment Management System）と呼ばれる環境マネジメントシステムを実施している。EMS の運用が認証されている事業所において、指標を用いて環境負荷を測定し、各事業所における目標値を策定する。取り組み内容は在宅勤務の推奨等の Green by ICT やエネルギーマネジメント等の Green of ICT、廃棄物の管理、リサイクルの推進等が含まれる。その後、これらの取り組み内容を、各事業所において EMS 実施チームと呼ばれるチームで実施し、実施状況を測定、評価している。評価では、社内の評価チームが関わる他、第三者機関も関与して行っている。こうした、計画、実行、測定のサイクルを踏まえて、より効果の高い環境負荷削減の取り組みにつなげている。

シスコの主な「Green by ICT」の取り組みとして、Cisco Virtual Office と呼ばれる、在宅勤務ソリューションが存在する。これにより、自宅のパソコンからオフィスのサーバーに接続され、オフィスと同等の利用環境で通常の勤務を行うことができる。2010 年現在、

既に米国内に散在する 16,000 人の従業員が本ソリューションを利用している。これにより、一人当たり、1 日 23 マイル分の通勤距離が削減されており、全社で削減する温室効果ガス排出量に換算すると 19,000 メートルトンに上るといふ。また Cisco Virtual Office で利用する電力の 37%は、再生可能エネルギーから作られたものであり、環境負荷低減の効果を高めている。Cisco Virtual Office は、ミズーリ州カンザスシティに本社を置く大手投資管理会社の American Century Investments 等、シスコの顧客企業での運用も始まっており、米国内企業におけるグリーン ICT への広がりが見込まれている。

また、シスコでは、Webex や TelePresence と呼ばれる複数のビデオ会議ソリューションを提供しており、対面形式でのミーティングで発生する温室効果ガスの削減に努めている。Cisco Virtual Office と同様、自社の従業員の間で積極的に利用を進めているが、既に複数の顧客企業でも運用されている。2009 年には、社内での TelePresence の利用が広がり、シスコ社員の間で 1,500 万時間が利用されたという。これにより、1,100 万キロワット相当の電力が節約できたとされており、それにかかる電力コストも 120 万ドル分削減できたという。

シスコは、ネットワーク機器販売の最大手企業であり、当社の製品は、交通、ビル、エネルギー管理など、多岐に渡る領域において利用されている。シスコでは、自社の製品が社会の環境負荷に及ぼす影響に対する深い理解を基に、SmartGrid、Cisco EnergyWise、Smart Connected Buildings 等の製品において、ICT 機器の省電力化を進める Green of ICT の取り組みを推進している。これらのソリューションを用いて General Electric や Florida Power & Light 等の顧客企業と共同でパイロットプログラムを実施する等しており、今後の本格展開に向けた準備を進めている。

シスコでは、2007 年には、2012 年までに 2007 年の温室効果ガス排出量の 25%を削減するという目標を打ち立てていた。2010 現在、既に、2007 年レベルの 40%の削減実績を達成している。それだけではなく、企業の生産性も順調に成長しており、従業員一人当たりの収益も 2009 年には 60,000 ドルにまで達しており、2004 年のレベルと比較するとほぼ倍増している。また、「Carbon Disclosure Project」が実施した調査によると、シスコは、IT 企業の中で最も環境負荷削減に貢献している会社 1 位としてランキングされている。

こうしたグリーン化の取り組みを通じて、シスコ社員の間では生産性の向上が広く認識されている。2009 年に実施された Teloworker Survey 調査によると、シスコ社員における在宅勤務の時間は平均で週 2 日となっている他、シスコ社員の 69%が、在宅勤務により以前よりも生産性が上がったと認識しており、その効果が広く確認されている。

さらには、シスコではグリーン ICT の取り組みは、環境負荷削減だけではなく、究極的には地域活性化にも役立つものとして、Connected Community 等の地方自治体に対する当社ソリューションの導入を進め、住民、企業、自治体を結びつけることで地域の絆を再生

することにも貢献している。

例えば、米国ニューメキシコ州のアルバカーキ市では、**Connected Community** により市内にネットワークを張り巡らせ、市庁舎や教育、医療機関等を接続することにより、コミュニケーションや生活環境の質の向上に役立っている。こうした先進的な住民サービスを高く評価した企業が生産拠点を構えており、アルバカーキ市における経済波及効果を生んでいるという。

シスコの地域再生の取り組みは米国内に留まらず、海外にも及んでいる。韓国の仁川市では、仁川自由経済区域（**IFEZ**）をハイテクで国際競争力のある、環境保全に配慮した **Smart Connected City** へと進化させ、韓国の継続的な革新をサポートするために緊密に連携することを2010年3月に発表している。本拠地となるソンド地区に **Cisco Global Center for Smart+Connected Communities** が設立される予定となっている。

また、シスコでは、地域社会における環境負荷削減の取り組みの効果を最大化させるためには、自社内の取り組みを進めるだけでなく、バリューチェーン、建物、法令順守、政府業務を含む、**ICT** 機器を取り巻くあらゆる分野への関与を図ることが重要であると認識している。この理念に基づいて、**Alliance for Telecommunications Industry Solutions (ATIS)** や、**The Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE)** 等の各種団体との連携を通じて、業界標準の策定に関しても積極的に関与している。さらに前述のオフィス機器の標準化制度 **Energy Star** に関しても、自社製品への適用を謳っている。

### 3.4.2.2 事例 2…ブリティッシュテレコム（英国）

英国における通信大手のブリティッシュテレコムでは、主に「Green of ICT」の取り組みを通じて、自社の企業活動における環境負荷削減の取り組みを実現している。

ブリティッシュテレコムでは、コミュニケーションという業種において ICT の導入が社会に大きな影響を与えるとし、環境負荷削減に取り組んでいる。また、環境負荷削減の取り組みは自社の企業活動におけるコスト削減にも通ずると捉え、社会だけではなく経営にも役立つものとして積極的に取り組んでいる。

ブリティッシュテレコムでは、CRSB（Committee for Responsible and Sustainable Business）と呼ばれる統括組織により、ブリティッシュテレコムグループ全体における環境負荷削減の実施状況が監視されている。BT の社長（Chairman）が委員長を務めており、監視結果の内容は、ブリティッシュテレコムの役員会に四半期に一回報告されることになっている。

また、米シスコと同様、ISO14000 の取得による環境マネジメントシステムを導入しており、同社の環境負荷対策において、計画（Plan）し、実施及び運用（Do）を行い、その結果を点検及び是正（Check）し、もし不都合があったならそれを見直し（Act）、再度計画を立てるというサイクルを回している。英国のみならず、ドイツ、オランダ等の BT グループの海外所在地においても、標準化された取り組みとして進める手段を整備している。

ブリティッシュテレコムでは、社内で使用する ICT 環境において、実際は使っていないかった待機サーバーを廃止したり、サーバーに仮想化技術を適用したりする等して、サーバーの消費電力量を大幅に削減している。これにより、年間 5.3GWH の消費電力削減を実現した。また、社内利用のためのデータセンタで使用する冷却装置にセンサーをつけ、ホットスポットにのみ冷却風をあてることで効率的な冷却を実施し、消費電力量を削減している。これにより、自社のデータセンタで消費する 29.6GWH の電力削減を実現している。

顧客に対する環境負荷の取り組みでも「Green of ICT」の取り組みが大きなシェアを占める。その中で最も顕著な取り組みが、グリーンデータセンタの提供である。ブリティッシュテレコムは、英国最大手の通信事業者であると同時に、ヨーロッパ地域全体において最大手のデータセンタ事業者でもある。そのスケールは非常に大きく、英国国内だけ見ても、同社のデータセンタの使用電力量は、2010 年現在、英国全体の 0.7%にも達しており、企業の環境負荷削減に与える影響は非常に大きい。こうしたことからブリティッシュテレコムでは、グリッドの適用による使用サーバーの効率化と同時に、外気冷却システムの導入を行うことで、データセンタにおける省力化の効果を最大化する取り組みを積極的に進めている。外気冷却システムの導入より、年間を通して冷房を使用する時期がほとんどなくなるという。

その他、ブリティッシュテレコムが提供するインターネットサービスでは、省電力 DSL サービスの提供や CPE（Customer Premises Equipment: 加入者宅内機器）の提供によ



り環境負荷削減に努めている。

ブリティッシュテレコムでも米シスコと同様、ビデオ会議ソリューションを社内で適用しており、自動車等を使った移動に関わる CO2 排出量の削減に努めている。2009 年現在、9,000 トンに上る CO2 排出量の削減を達成している他、47 百万ポンドに上るコスト削減を達成している。

また、ブリティッシュテレコムの取り組みは多様であり、こうした自社サービスの「Green of ICT」を行う他、自社社員の通勤手段として電気自動車や、バイオディーゼル自動車を提供している。これにより、2000 年には従業員が通勤に使用する自動車の二酸化炭素排出量が一台あたり 208.6g であったものが、2008 年現在、150.5g にまで削減できている。

ブリティッシュテレコムでは、2020 年までには 1997 年のレベルの 80% を削減するという目標を打ち立てている。2008 年現在、ブリティッシュテレコムの社内の環境負荷削減取り組みを全てあわせると、1997 年の温室効果ガス排出量の 58% の削減を実現している。

また、これに伴い、自社で消費するエネルギーにかかるコストの削減も実現した。2005 年には、環境対策により総計で 199.9 百万ポンドのコスト削減を実現していたが、2009 年にはさらに取り組みが進み、441.8 百万ポンドと 2 倍以上の削減額を達成した。

図表 3.4-4 : ブリティッシュテレコムにおいて環境対策により削減できた支出額推移

		Total Savings (£'m) - Five year				
		2005	2006	2007	2008	2009
Transport Savings	Commercial	36.3	50.0	66.9	47.4	77.4
	Company Car	26.4	41.9	42.1	24.3	36.9
Energy Savings		(4.6)	(7.8)	(9.2)	(8.4)	(17.6)
Benefits Savings	Conferencing	99.7	135.9	271.5	323.5	334.6
	Home-working	48.8	64.9	26.1	17.2	2.5
Waste Savings		(6.7)	(0.9)	3.8	4.4	8.0
TOTAL		199.9	284.1	401.3	408.3	441.8

出典 : upnext 「Green ICT case studies」

また、ブリティッシュテレコムでは、特にヘルスケアの領域に注目し、高齢者や体の不自由な人が自由にコミュニケーションできる環境を整備することで、地域の絆再生に取り組んでいる。例えば、2009 年には、英国リバプール市と共同で、高齢者や体の不自由な人をモニタリングし、家庭内での転倒、強盗、ガス漏れ、火事、水害等があった際にリアル

タイムで検知、アラームをあげるシステムを開発中であり、地域の住民が安心して生活を送ることのできる環境構築へ支援をしている。

さらに、ブリティッシュテレコムでは、中小企業、個人の顧客に対する省電力化の教育や大企業へのコンサルティングサービスを通じて地域に貢献している。

中小企業に対しては、**BT BEST** とよばれる教育プログラムを実施している。**BT BEST** を通じて、現在の事業活動が環境に与えるインパクトや、ICTにおける日々の小さな取り組みの繰り返しにより個社の消費電力が削減できること等を教えている。その中では、各企業における **People**（従業員数、従業員の通勤手段等）、**Place**（事業所面積、事業所にかかる家賃）、**Policies**（企業において環境対策に関わる規定等）についての情報を収集し、そのデータに基づいて、各社がとるべき ICT 対策の手段について助言を与えている。

大企業に対しては、**Carbon Impact Assessment Consultancy** と呼ばれる、環境負荷低減のためのコンサルティングサービスを実施している。およそ 6～10 週間かけ、目標設定のためのワークショップ、社内 ICT で使用するネットワークの評価を行い、個社にあった対策の助言を提供している。主には、在宅勤務や、データセンターで使用するサーバーの仮想化、シンクライアントの利用、共有作業ツールの利用などを推奨している。

個人顧客に対しては、英国のガス大手 **British Gas** と共同で、消費エネルギー量を大幅に削減する電話端末機 **BT Graphite** を開発し、提供している。これにより、従来の電話端末機の 50%の電力が節約できるという。その他、**Live Lively** と呼ばれるホームページにおいて、消費電力節約のためのアイデアを提供している。また、消費者が実際にそうしたアイデアを実現できるよう、「**Pledge**（約束）」をホームページ上で行い、自分の取り組み状況を個人がモニターできる仕組みを作っている。

### 3.4.2.3 事例 3…エリクソン（スウェーデン）

スウェーデンの携帯電話端末製造大手のエリクソンでは、携帯電話端末の消費電力量削減、端末のライフサイクルアセスメント（LCA）の適用により消費電力を削減している。エリクソンでは、GreenHeart とよばれるプロジェクトの下、携帯電話端末の省電力化を進めている。対象となる機種は「C901 GreenHeart」、「Naite」の 2 機種で、いずれもカーボンフットプリントが従来製品よりも 15%少なくなっている。筐体に再生プラスチックを使用しているほか、揮発性有機化合物の少ない水性塗料を使い、消費電力を抑えたディスプレイライトを搭載している。また紙のマニュアルの代わりに本体に電子マニュアルを搭載し、紙の使用量の 90%削減を達成している。また、これら端末では LCA も大きく進んでおり、50%以上の部品材料が既存端末のリサイクルとなっている。

これにより、2008 年には、携帯電話利用者一人当たり、1992 年レベルと比較して 21%の温室効果ガス排出量を削減している。また、ブリティッシュテレコムと同様、ISO14000 を取得し、スウェーデン以外の国でも取り組みを広げようとしている。さらに、部品材料のリサイクル化も進めており、全体の 90%の部品のリサイクル化が実現できている。これらの取り組みをさらに進め、2013 年には、2008 年レベルの 40%の温室効果ガスの削減を目標としている。

そのほか、第三者との協業により国内外での環境保全の取り組みに貢献したり、自社の取り組みを通信キャリアに推奨したりするなど、取り組みの幅を広げている。

第三者との協業の例として、バングラディッシュのアポロ病院に対して、自社のモバイル ICT 技術を応用して、遠隔診断の支援を行っている。エリクソンの携帯電話機器を利用して、患者の健康状態のモニタリングを行ったり、患者の日記をつけたり、所在地の遠い患者に対する遠隔診断を行うことができる。これにより、患者の通院における温室効果ガス排出量が削減できるほか、地元の医療レベル向上への貢献を図っている。

また、WWF（World Wide Fund）スウェーデンと協業して、省電力化の手段として全世界で ICT を振興する取り組みを行っている。WWF スウェーデンとエリクソンの推計によると、全世界で ICT 業界により排出される温室効果ガスの量は全体の 2%に達すると見られている。また、ICT 業界が省電力化の製品やソリューションを提供することで、全体の 15%の温室効果ガスを削減することができると見込んでいる。このため、テレワークや電話会議、モバイル遠隔医療などのソリューションを ICT 業界が多く提供することを強く訴える取り組みを行っている。

自社の ICT 技術を通信キャリアに展開する例としては、主に、チャイナモバイル等の通信キャリアに対して、最適化された通信ネットワークインフラを提供している。通信キャリアは、このインフラを利用することで、設置する基地局の数を減らすことができるため、消費する電力も削減することができるようになるという。

### 3.5 ユーザーと協働開発したICTサービス事例の収集

#### 3.5.1 我が国の消費者の洗練度評価

日本の消費者の洗練度は、世界経済フォーラム（WEF）が公表する「ICT競争力ランキング」で国際的な評価を受けているほか、一部の大手海外企業によっても高く評価されている。例えば、LGは、「日本の消費者の要求水準は、世界のどの国よりも高い。日本で鍛えられれば、世界での競争力強化につながる」と考え、携帯電話を日本向けに開発し、販売を開始するなどしており、日本をテストベッドとしてとらえている。また、P&Gは、「日本の消費者が世界トップクラスの厳しい目を持っており、その要求に応えられる製品は他の先進国に展開しても大抵通用する」と日本の消費者を評価している。

図表 3.5-1：日本の消費者の洗練度を高く評価する海外企業とその活用状況

国名	企業名	日本の消費者の洗練度への評価とその活用状況
韓国	LG	日本発モデルの携帯電話の販売。「日本の消費者の要求水準は、世界のどの国よりも高い。日本で鍛えられれば、世界での競争力強化につながる」
米国	Google	「携帯について行き過ぎなくらいに先端を行っている」と日本を評価し、グローバル展開において有効活用
米国	コカ・コーラ	お茶、スポーツドリンクを海外展開。「日本人は感覚的でしかも抽象的。海外の人にはわかりにくい、ものすごい強み」
米国	P&G	「日本の消費者が世界トップクラスの厳しい目を持っており、その要求に応えられる製品は他の先進国に展開しても大抵通用する」

出典：日経ビジネス（2004年1月5日号）、日経ビジネス（2008年4月21号）、日経ビジネス（2009年10月12号）、日経情報ストラテジー（2009年11月号）、週刊東洋経済（2008年9月27日号）により作成

日本の消費者の洗練度が高いとしても、企業がグローバル展開をする上では、日本の製品・サービスの品質や販売方法をそのまま展開するのではなく、展開先市場の実情や消費者のニーズに応じた展開をすることが重要である。

先述の通り、グローバル市場において「現地のユーザーにとり高付加価値」となる製品・

サービスを開発・提供する上で、ユーザーとのコミュニケーション強化が有効と考えられるが、ICTはその有力なツールとなりえる。

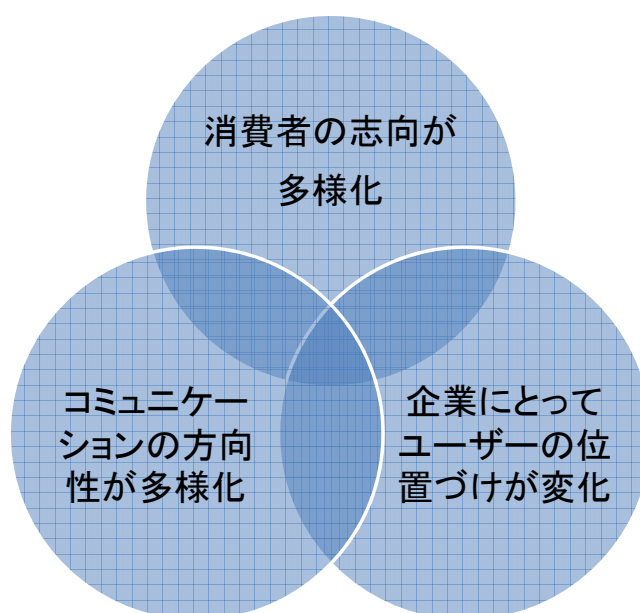
近年、ブロードバンド環境や携帯電話端末の普及等により、ユーザーが気軽にコミュニケーションできる環境が整いつつある中で、ユーザーが企業に対してこれまでよりも深くその製品・サービスの企画、開発、改善に関与する事例が増加している。以下、ユーザーと企業との関係性の種類により UGD（User Generated Device：消費者主導のものづくり）のタイプ分類を行う。

### 3.5.2 UGDが進展した背景

ユーザーと協働開発したサービスは、UGD とも呼ばれ、近年、様々な分野において取組みが進展している。理由としては、以下の3点があげられる。

- ・ 消費者の志向が多様化してきたため
- ・ ユーザー／企業間のコミュニケーションの方向性が多様化したため
- ・ 企業の製品開発におけるユーザーの位置づけが変化したため

図表 3.5-2：UGD が登場した背景



#### 3.5.2.1 消費者の志向が多様化

- 価値観の多様化により、製品に求めるニーズも多様化（＝多種少量）

消費者はこれまでのように、画一的な製品を大量消費するわけではなく、個々の生活スタイル、趣味志向に応じた商品、サービスを選択するようになってきたことは言うまでもないであろう。消費者価値観の多様化により、製品・サービスは「小種大量」から「多種少量」へ変化している。

- 画一的な「与えられた価値観」よりも「実用的かどうか」、「自分らしさを表現できるかどうか」で製品・サービスを選択

バブル時代には、ブランド品を持つことが一定のステータスであったように、これまで日本の消費者は画一的な「与えられた」商品イメージ、ブランドの製品を持つことを重視する傾向があった。しかし近年、消費者は与えられた価値観よりも、製品・サービスが実用的かどうか、また、自らのライフスタイルに合っているかどうかを重要な判断基準にそえるようになってきている。良い例が自動車であろう。近年の販売（登録）台数上位には、ハイブリッド車や燃費の良い中小型車が常に位置している。

### 3.5.2.2 ユーザー／企業間のコミュニケーションの方向性が多様化

- ICT技術の発達、普及により様々なコミュニケーションメディアが登場

ブロードバンド環境の普及、様々な分野でのインターネットの活用が進展したことで、インターネット上に SNS やブログ、ミニブログのような新たなメディアが次々と登場している。このようなメディアは「ダイレクト」かつ「スピーディ」に企業とユーザーをつなぐことができ、これまでの企業・ユーザー間のコミュニケーションの頻度を飛躍的に高めた。

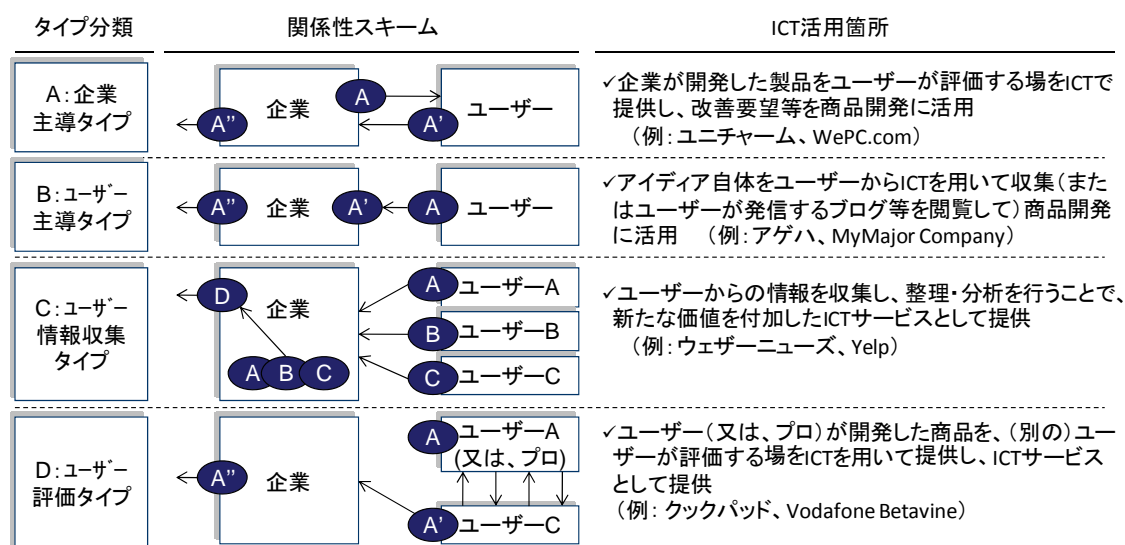
図表 3.5-3：ユーザーと企業とのコミュニケーション頻度が変化



- N 対 N の一方向から、N 対 N の双方向、N 対 M の多方向へ

同時に、これまで企業からユーザーサイドに一方向でしか行なえなかったコミュニケーションが、コミュニケーション障壁の撤廃により「双方向」で行えるようになった。この結果、企業はユーザーから受け取るフィードバックの回数を飛躍的に増やすことができるようになったと言える。

図表 3.5-4：ユーザーと企業との新たな関係性スキーム



### 3.5.2.3 企業の製品開発における、ユーザーの位置づけが変化

#### ● 従来のマーケティング手法の限界

これまでも企業は、製品やサービスを企画・開発する際には、ユーザーの声を聞き製品・サービスに取り入れるべくマーケティング活動を行なってきた。しかし、ユーザーのスタンスはあくまで受動的に製品を「良い／悪い」と判断する位置づけであり、能動的に消費者の斬新なアイデアを取り入れることはできていなかったと考えられる。このような中で、ユーザーと企業という枠を超えた関係づくり（ユーザーと協働で開発するという考え方が、製品・サービスの企画・開発においては必要であると認識されてきたと考えられる。

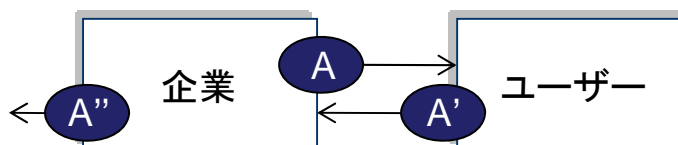
#### ● シングルメディア（テレビ、新聞等）からクロスメディアへ

これまで企業のマーケティング活動では、新聞、テレビ等単一のメディアに対して広告宣伝を行いユーザーの認知度を高めようとしてきた。しかし、ユーザーが日々生活の中で触れるメディアが増えることにより、複数のメディアを組み合わせたクロスメディアな広告宣伝が必要となってきた。このようなユーザーの変化をとらえるためには、企業にとってユーザーは単なる「買ってくれる人」ではなく「製品・サービスを一緒になって開発する」位置づけに変化してきたと考えられる。

### 3.5.3 ユーザー協働開発のタイプ別考察

#### 3.5.3.1 A.企業主導タイプ

図表 3.5-5 : 「A.企業主導タイプ」のスキーム



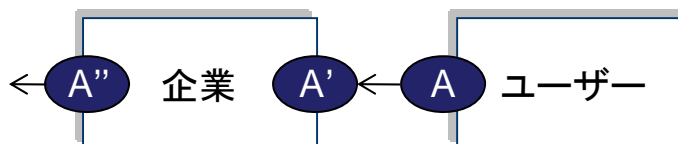
「A.企業主導タイプ」は、開発または企画した製品・サービスをユーザーに評価してもらうための場を企業が提供し、そこで得られた情報を製品開発に活かす仕組みである。

具体的には、米国「WePC.com」ではパソコンのデザインや機能、スペックに関してユーザーが議論を交わすためのコミュニティサイトを構築し、そこで得られた情報を Intel および ASUS の製品開発に活用している。日本では、お客さまからの苦情や改善要望を電子媒体（メール等）で受け付け、そういった情報を整理し社内の全部門で共有することで、商品開発に活かす、ユニチャーム「SMILE システム」のような取り組み事例がある。

企業が従来から行なってきたマーケティング活動と基本的なスキームは類似しているものの、ユーザーとのコミュニケーションに ICT を活用することで、ダイレクトに意見を集約できること、また、フィードバックの頻度が増えより詳細なニーズを取得できる点にメリットがあると考えられる。

#### 3.5.3.2 B.ユーザー主導タイプ

図表 3.5-6 : 「B.ユーザー主導タイプ」のスキーム



「B.ユーザー主導タイプ」は、製品・サービスのアイデア自体をユーザーから取得し、製品・サービス開発に活かす仕組みである。

具体的には、アゲハでは PC バッグや PC ケースのデザインを Web サイト上でユーザーが提案し人気投票により高い得点を得た商品を実際に開発するといった取り組みを行って

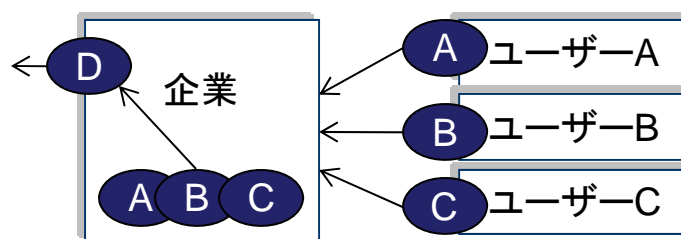


いる。また、米国 MyMajor Company では、独立系音楽アーティストが自ら作曲した音楽をコミュニティサイトにアップロードし、音楽プロダクションが有望なアーティストに対してオファーを出すといった仕組みを採用している。過去には 347 ものプロダクションがスポンサーとしてついたといった実績もある（その後、15 カ月間で 75 万枚の売り上げ）。

ユーザーが自らの作品を自由に提案できるため、創作意欲をかきたて新たな作品を提案するインセンティブとなっている。企業側から見れば、有望な作品・アーティストを発掘できるばかりか、センスの良いユーザーからの提案を製品開発に活かすことでユーザー目線の製品・サービス開発につながりやすいといったメリットがあると考えられる。

### 3.5.3.3 C.ユーザー情報収集タイプ

図表 3.5-7：「C.ユーザー情報収集タイプ」のスキーム



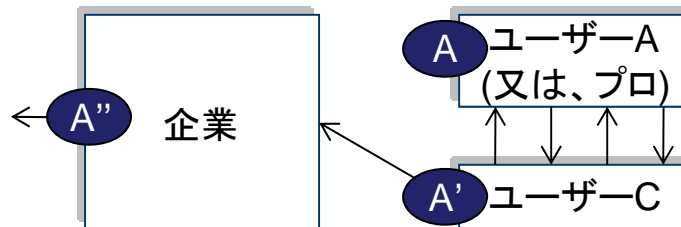
「C.ユーザー情報収集タイプ」は、ユーザーからの情報を多数収集し、整理・分類することにより新たなサービスを作り出している仕組みである。

具体的には、登録会員からの天気に関する情報を集約し、ピンポイントの気象情報サービスとして提供しているウェザーニューズ社がある。2010 年現在約 10 万人が参加している「ウェザーリポート」では、会員からその地点の天気の情報収集しより正確な天気情報として加工し配信している（投稿は平均 5000 件／日、台風到来時は 1 万件／日を超える）。米国の SNS 「Yelp」では、地域にある学校・病院・レストラン等の口コミ情報を集約し、地域情報として提供している。

ユーザーが持っている ICT 端末（携帯電話等）や PC を利用し、ユーザーからの生の情報を受け取り、それを集約化・分類することで新たな付加価値をつけサービスとして提供する新しい仕組みである。ユーザーは、自ら提供した情報が人々の役に立つ情報サービスの元となっていることに対してインセンティブを感じるため、企業にとっては情報収集に関する費用はほぼかからないといった特徴がある。

### 3.5.3.4 D.ユーザー評価タイプ

図表 3.5-8：「D.ユーザー評価タイプ」のスキーム



「D.ユーザー評価タイプ」は、ユーザー（またはプロ）が開発した製品・サービスを、ICTを用いたコミュニティ上で別のユーザーが評価し、その情報を企業が製品・サービス開発に活かす仕組みである。

具体的には、ユーザーが料理のレシピを投稿し、他のユーザーが実際に作ってみた感想等を投票するレシピサイト「クックパッド」があげられる。2010年3月時点で915万ユーザー、レシピ数は71万件に上るとともに、クックパッド上で寄せられた意見を元にクックパッドとタイアップした企業としてハーゲンダッツ、マルハニチロ、ミツカン、アサヒ飲料等があげられる。また、英国では独立系のアプリケーション開発者が自ら開発した携帯電話用アプリケーションを投稿できる「Vodafone Betavine」の事例がある。投稿されたアプリケーションを、トレンドに敏感なユーザーにテスト使用してもらい、人気のあるアプリケーションはVodafoneの有料アプリとして製品化している。

少ない観点から製品・サービスを評価するよりも、テスト段階であっても製品をオープンな環境に公開し、多くの（しかも目利きのできる）ユーザーに評価してもらうことで、製品が市場に受け入れられるための要件をより見出しやすくなると考えられる。

### 3.5.4 国内／海外のユーザー協働開発事例の考察

これまで、UGDの代表的なタイプの特徴を見てきたが、国内と海外（欧米）でUGDの取り組みに関する大きな違いは見られなかった。製品の機能や耐久性、品質、サポートの充実に対して厳しい目を持つ日本のユーザーを相手に製品・サービスを提供している日本企業は、それだけでなくもいかにユーザーの声を製品・開発に活かすかを常に考えているものと思われる。ただし、グローバルに展開していく際には、その地域に応じて必要な機能は異なると考えられる。その地域のユーザーが求めている機能、品質レベル、価格を決定するためにも、今後もUGDを積極的に活用していくべきだと考えられる。

### 3.5.5 国内におけるユーザー協働開発事例

#### 3.5.5.1 事例 1…コクヨ（ワークライフバランスの実現をサポートする文具「ナレッジストック」）

2008年4月18日に@niftyが開設したビジネススペース（SNS）を利用したユーザー参加型による商品開発プロジェクト「仕事を変えるビジネスアイテム研究室」での意見を参考に、コクヨ S&T が「ワークライフバランスの実現をサポートするビジネスアイテム」として企画、開発。「スマートワークスタイル」をコンセプトにビジネスアイテムを提案する新しいブランド「trystrams（トライストラムス）」のシリーズとして 5 商品が「ナレッジストックシリーズ」の名前で全国販売を開始した。全国販売に先立ち、「@nifty ビジネス」で詰め合わせセットの購入が可能となっている。

#### 3.5.5.2 事例 2…セブンアンドアイグループ（プライベートブランドの商品企画にコミュニティサイトを活用）

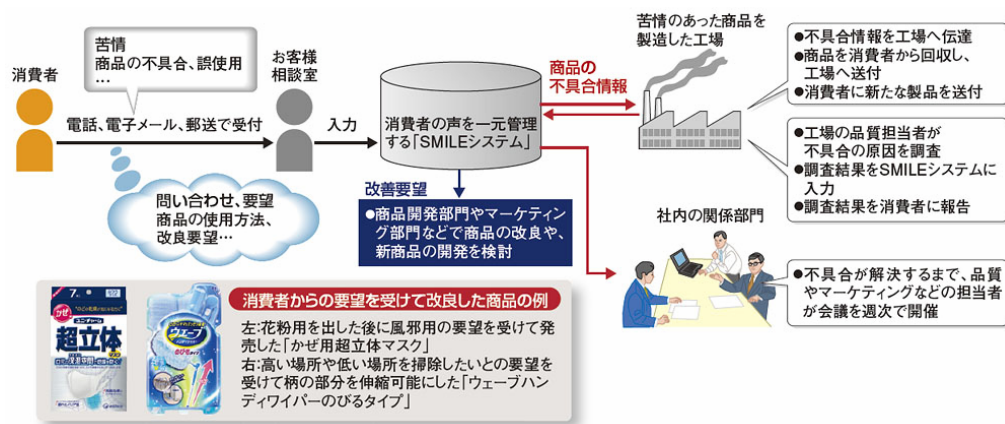
セブン&アイグループは2009年10月16日にコミュニティサイト「プレミアムライフ向上委員会」を正式にオープンした。2010年2月期には1300品目で売上高3200億円を見込むPB（プライベートブランド）「セブンプレミアム」の開発や改良につながる消費者の声を聞くため、2009年7月7日から試験的に運営していた。サイト上では商品に対する意見や感想を消費者が簡単に書き込めるようになっており、担当者は機動的にアンケートを実施できる。今後はプレゼントキャンペーンなどを通じて消費者の認知度、利用度の向上を図っていく。

### 3.5.5.3 事例 3…ユニチャーム

ユニチャームは、電話や電子メール、手紙などで寄せられる消費者の声を、お客様相談室だけでなく、工場やマーケティング、研究開発部門など関係各部署で共有可能な、「SMILEシステム」を2008年4月より稼働している。

同じ消費者対応の仕組みを中国とタイにも展開済み。今後は台湾やインドネシアなどに広げ「アジアでナンバーワンの消費者対応」の実現を目指す考えである。

図表 3.5-9：ユニチャーム



出典：日経コンピュータ（2008年8月15日号）

<http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/COLUMN/20090309/326213/>

### 3.5.5.4 事例 4…ウェザーニューズ

携帯電話のカメラやGPS機能を使い、現在の天気を写真や動画でウェザーニューズ社に送信することでピンポイントな天気情報サービスを実現している。ユーザーからの投稿数は平均 2,000~3,000 件/日に及ぶ（台風の到来時等は 1 万件/日を超える）。季節限定のユーザー参加型事業としては桜の開花時期の情報を提供する「さくらプロジェクト」や花粉の情報を提供する「花粉飛散シミュレーション」、雨量を実際に雨カップで測り情報を提供する「雨プロジェクト」、雷の情報を提供する「雷お知らせメール」サービス等を提供している。

図表 3.5-10：ウェザーニューズ

The image shows a screenshot of the Weathernews website. The top part displays the 'Sakura Project 2010' (さくらプロジェクト2010) interface, featuring a map of Japan with cherry blossom status indicators. A legend on the right lists various stages: つぼみ (bud), ピンクのつぼみ (pink bud), 1輪咲いた (1 flower bloomed), けっこう咲いた (fully bloomed), もうすぐ満開 (almost full bloom), 満開 (full bloom), 散り始め (start of falling), and 桜 (cherry blossom). Below the map is a search bar for 'さくら Ch.' (Sakura Channel) with a list of prefectures and a search button.

The bottom part of the image is a promotional banner for the 'Pollen Project 2010' (花粉プロジェクト2010). The banner has a yellow background and features four main service boxes:

- 花粉チェックシート (Pollen Check Sheet):** A simple questionnaire to identify pollen types and create a personalized pollen forecast and calendar.
- 花粉対策メール (Pollen Countermeasure Email):** Daily emails providing pollen forecasts and countermeasures.
- マイ花粉症カルテ (My Allergy Record):** A personalized record of pollen allergies, including a pollen count chart and a forecast for the next season.
- ボールンロボ (Ballon Robo):** A nationwide network of 500 pollen measurement stations that collect and analyze pollen data.

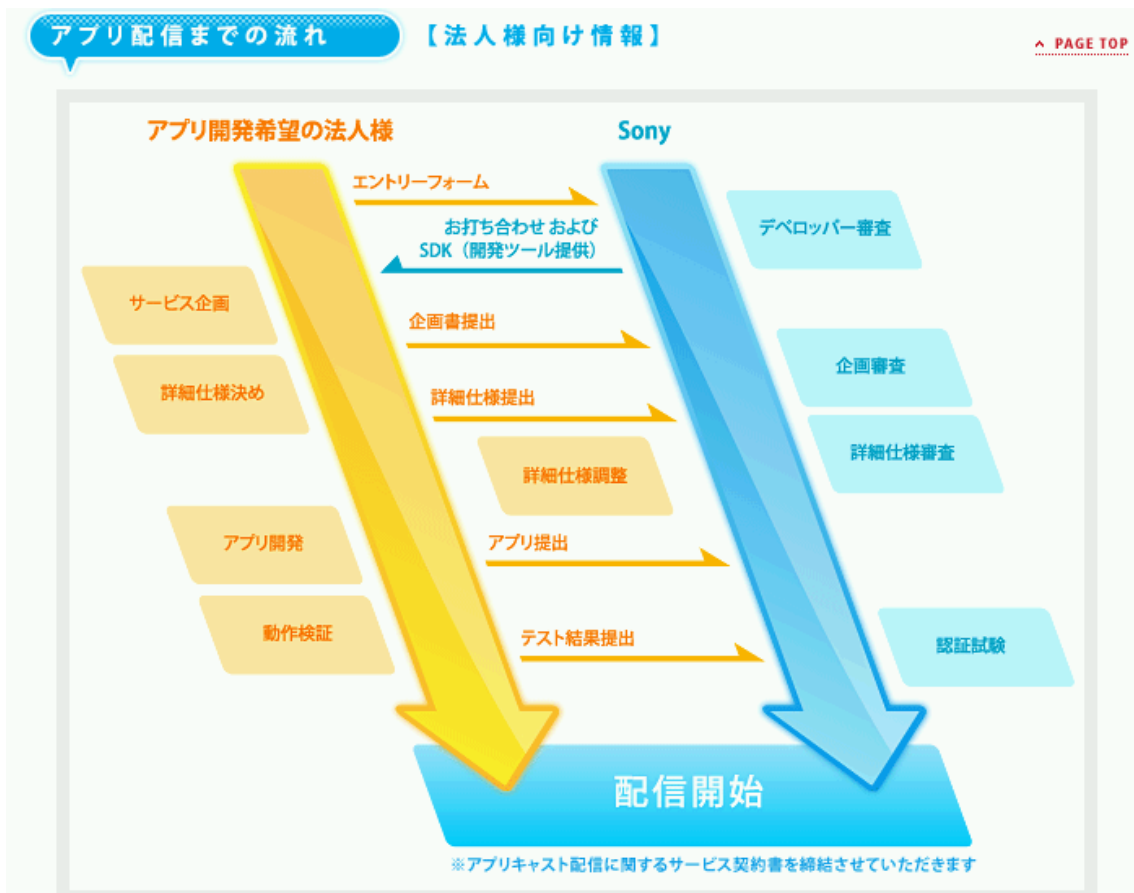
出典：ウェザーニューズ

<http://weathernews.jp/index.html>

### 3.5.5.5 事例 5…ソニー（アプリキャスト）

アプリキャストとは、SONY 社製テレビである BRAVIA で JavaScript ウィジェットを動作させられるシステムのことである。アプリキャストの SDK（開発に必要なツール一式）を無料で公開し、ユーザー側の開発、提案を促している。

図表 3.5-11：ソニー



出典：ソニー

<http://www.sony.jp/bravia/technology/applicast/index.html>

### 3.5.5.6 事例 6…アゲハ（バッグブランド「オリヒメ」）

アゲハのサイトでは女性向けの PC ケースや PC バッグなどを販売しているが、最大の特徴は、ユーザーがデザインを提案できる点にある。デザインされたバッグはサイト上で人気投票にかけられ、一定数を超えると商品化される。

PC バッグの場合、「サイズ」、「素材」、「カラー」、「ファスナー」の好みを組み合わせデザインしていく。組み合わせによって「商品化までに必要な投票数（20 票から）」や「参考価格」がリアルタイムで表示される。「『おいしい!』を『ほしい!』に」というコピーにあるように、すでに販売および提案されているバッグをベースに、カスタマイズを加えることも可能である。

図表 3.5-12 : アゲハ

みんなで作るバッグブランド「オリヒメ」 ようこそゲストさん、ログインはこちら

ホーム カスタマイズ 会員登録 MYページ カート お問い合わせ

#### ゆいなさん提案デザイン詳細

**【Fashion PC case】**  
その日の服や気分に合わせてパソコンもドレスアップ！  
そのまま開いて使える仕様だから、お部屋使いでもカフェ作業でも大活躍★

**【デザイナーコメント】**  
かわゆいピンクのキルティング生地にも、ハイヒール型のファスナーで思いっきりラブリー☆にしてみました♪

このデザインの参考価格: **6,280円**  
商品化までに必要な投票数: 20票  
提案日: 11月23日  
ステータス: 商品化まであと14票

M ~12.1inch B5サイズ  
※イメージ画像は、Mサイズです

※商品化決定後、10日間限定で販売し、国内の靴職人が2~3週間でお作りします。(提案・投票は、購入義務はありません)

[このデザインに投票する](#) [このデザインを更にカスタマイズ](#) [このデザインを友達に教える](#)

#### 詳細情報

	<b>サイズ</b> Mサイズ: 12.1inch対応B5サイズ 横幅28cm、奥行き23cmまでのPCが入ります！
	<b>素材&amp;カラー</b> ふわふわ・もちもちしたハートのキルティングが大人気！ファッションピンクで元気に！
	<b>ファスナー</b> ニューリリース！ハイヒール型の引き手で、ひと工夫★(+300円)

出典：オリヒメ

<http://www.e-orihime.com/>

### 3.5.5.7 事例 7…ミサワホーム（ミサワウェブダイレクト）

Web ページ上で、外観や間取り、外装材などを自由に選択でき、価格も表示される。プランやインテリアのカスタマイズ、建物価格や資金計画の概算把握だけでなく、プロの意見を聞くタイミングを自由に設定できるなど、ユーザーのニーズを取り入れたサイトを構築している。

図表 3.5-13：ミサワウェブダイレクト

The screenshot shows the 'Makinghome' website interface for selecting a 1st floor plan. The main content area displays a '1階プラン' (1st floor plan) with dimensions 7,280 x 8,100. It includes a detailed floor plan diagram and a selection panel titled '下の枠から1階のプランを選んでください' (Please select a 1st floor plan from the frame below). Two plan options are shown: '35E1-1 0円(標準)' and '35E1-2 +790,000円'. The right sidebar shows the selected plan details: 'Makinghome 35坪 東入り玄関 建設予定地 三重県'. Pricing is listed as: 本体価格 17,260,000円, 選択設定価格 +790,000円, 税抜合計価格 18,050,000円. A list of options for exterior, interior, and equipment is also visible.

出典：ミサワホーム

<http://www.direct.misawa.co.jp/index.php>



### 3.5.5.8 事例 8…日産自動車（空想くるま）

生活者からカーライフにイノベーションを起こすアイデアの募集コミュニティを準備した。「空想くるま」を通じてカーライフをより楽しくする「新しいクルマ」、「新しい買い方」や「新しいお店（ディーラー）」を提案するなど、積極的に開発プロセスに参加してもらうことで、生活に一層フィットし、カーライフをより豊かにする革新的な商品、サービスの実現を目指している。

図表 3.5-14：日産自動車

The screenshot displays the '空想くるま' (Imagined Car) community page. The main heading is '二人きりで過ごす場所としての車 コミュニティ' (Car as a place to spend time with two people Community). The featured concept is '二人でのんびり映画館にもなる車。' (A car that can also be a movie theater for two people). The description highlights features like smoke-free glass and a car screen. The interface includes a voting section with 8 votes, a comment section with recent user comments, and a sidebar with navigation options like '空想くるま | 車・交通' and '会員登録'.

出典：エレファントデザイン  
<http://www.cuusoo.com/tv/car/>

### 3.5.5.9 事例 9…無印良品（空想無印）

無印良品で作ってほしい商品の投稿ができ、投稿された提案に 1000 票以上の票が集まれば商品化に向けた開発をしていくコミュニティサイトを作成している。これまでに、以下の商品開発を実現した。

- ・貼ったまま読める透明付箋紙（半透明なので、貼り付けた後に読み、書きができ、本体を汚さずに上書きできる）
- ・書き込めるメジャー（寸法を書き込んだり、覚えがきを書き込んだりできる）

図表 3.5-15：無印良品

みんなで無印良品の商品を空想しよう！

カスタマイズ提案  
書く、貼る、鏡。[ミラーマグネットボード]

この提案に投票する  
この提案についてコメントする

投票 441 票  
441

提案元アイテム:  
タモ材スタンドミラー大/小

このカスタマイズ提案を商品化してほしい人は投票しましょう。投票数の多いものは商品化を検討します。

投票と商品化について  
提案者: 7さん の提案一覧を見る

0 tweets  
tweet Share

ブログ貼付け用コード  
小(幅160ピクセル)  
<iframe src="http://www.cuusoo.com/"  
大(幅280ピクセル)  
<iframe src="http://www.cuusoo.com/"

無印良品  
このサービスの取り扱いは無印良品も店舗しています。

トランプバックセンター  
「空想無印」に贈るトランプバックはこちら。

空想生活  
みんなの「ほしい」をかなえるサイト

提案の詳細 | 提案へのコメント | 無印良品からのコメント

生活の中には、忘れては回らぬ大事な期日や約束などがあります。それを忘れないようにどこかに書き留めておきたい。そこで、無印見も胸につけてきたらいいと思いはラボードを提案しました。

簿書き、仕立、メモを貼る、用紙は種々です！

マグネット仕様のので付録品として、フックや、クランプ、ペンケースなどを行けることもできます。

特に玄関などに取り付けると、フックに鍵などをかけておけば、探さなくて済みます。

その他：スベック等  
サイズ(縦・横)発行:1mm/mm/mm  
重量:1kg

出典：エレファントデザイン

<http://www.cuusoo.com/muji/>

無印良品

<http://www.muji.net/community/mono/cuusoo/>

### 3.5.5.10 事例 10…クックパッド（レシピ紹介サイト「クックパッド」）

掲載されたレシピを元に料理を作った会員たちがコメント（写真）を掲載することで、掲載者のモチベーションを高める工夫をしている。通常のコンテンツは無料で閲覧でき、2010年時点で50万のレシピが掲載されており、月間500万人以上が利用している。

図表 3.5-16：クックパッド

The screenshot shows the Cookpad website interface. At the top, there's a search bar and navigation tabs. The main content area features a recipe for 'お好み焼き風キャベツオムレツ' (Okonomiyaki-style cabbage omelette) by user 'rinatu'. The recipe includes a list of ingredients and a four-step cooking process with corresponding photos. To the right, there's a section titled 'みんなのつくりましたフォトレポート「つくれば」' (Everyone's 'I made it' photo report) displaying a grid of user-submitted photos and comments related to the recipe.

**材料 (4人分)**

キャベツ	小さめなら半分
豚肉(バラ、切り落としなど)	150g
卵	5個
サラダ油	大さじ1
塩、こしょう	少々
お好みソース	適量
マヨネーズ	適量
酢汁	半パック
青海苔	少々

**1** キャベツ、豚肉はざく切りに。

**2** フライパンに、サラダ油を熱し、豚肉を炒め、塩コショウする。味付けはこだけ。

**3** キャベツも入れ、少ししんなりするくらい炒める。

**4** 卵をまぐしまわし入れる。弱火にして蓋をして数分待つ。周りの卵が固まってきたら お皿などにスライドさせてからひっくり返す。

出典：クックパッド

<http://cookpad.com/>

### 3.5.5.11 事例 11…エキサイト（手芸品や雑貨の作り方を紹介するサイト「アトリエ」）

ハンドメイド作品のレシピを探したり、自分の作品のレシピを載せることができ、趣味に関する友人を探しに倶楽部を作ったり、入会したりできる。2010年現在、2300件の手芸品を掲載している。

図表 3.5-17：エキサイト

The screenshot shows the 'Atelier' website on the Excite platform. The main content area features a craft project titled '簡単！ショシュポ' (Simple! Shoshupo) by user 'chirin'. The project includes a photo of a blue and white floral headband, a list of materials (fabric, glue), and a three-step tutorial. To the right, there is a comment section with several replies from users like 'chirinさん' and 'mochimochiyanさん'. The website header includes navigation links and a search bar.

出典：エキサイト

<http://atelier.woman.excite.co.jp/ranking/>

### 3.5.5.12 事例 12…インフロー（回路図情報を公開するサイト「@ele（アットマークエレ）」）

書籍、雑誌、ホームページに散在する様々な「回路図」をデータベース化し誰でも簡単に検索して扱える環境を無料提供、エンジニアの開発環境を支援するサイトを構築している。@eleはSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を通じ、設計者同士とコミュニケーションをとりながら情報を交換し回路図データベースを構築するサービスを提供している。@eleに登録されている回路図は、登録者の公開範囲に基づき無料で利用することができる。

図表 3.5-18：インフロー

出典：インフロー

<https://www.atmarkele.com/>

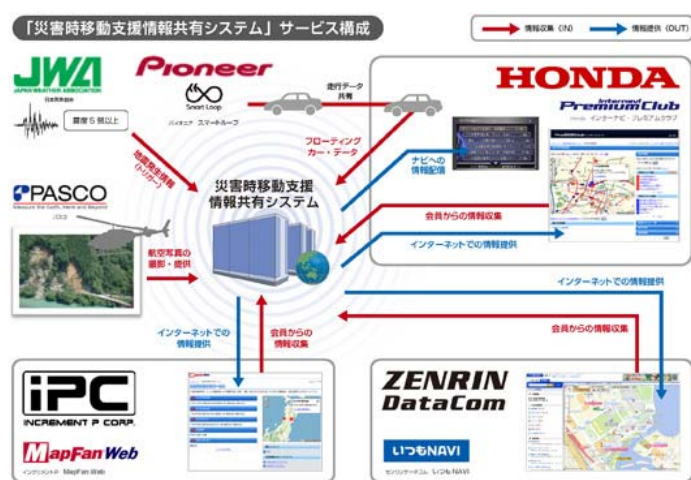


### 3.5.5.13 事例 13…ホンダ、インクリメントP、ゼンリン（災害時移動支援情報共有システム）

「災害時移動支援情報共有システム」は、救済や避難を目的とした道路での移動を、情報面から支援するシステムである。従来、災害発生時の道路通行止めなどの情報は、道路管理者や自治体ごとに個別に文字情報で提供されることが多く、一元的に情報を入手することが難しかった。当システムは、災害発生後の実際の通行実績情報、航空写真による道路被災情報、およびネットユーザーからの現地情報を一元的に集約、閲覧することができる。日本気象協会提供の震度 5 弱以上の地震発生の情報をもとに自動的に起動。下記の各情報をリアルタイムで集約し、各社がインターネット上で提供するサイトの地図上に表示、公開する。

1. フローティングカーデータによる通行実績情報 (Honda インターナビシステムを搭載した Honda 車およびパイオニア株式会社のスマートループ対応ナビゲーションシステム搭載車から提供)
2. 各社地図コミュニティサイトでの投稿情報
  - ・ 「インターナビ・プレミアムクラブ」  
(Honda運営 <http://www.honda.co.jp/internavi/>)
  - ・ 「MapFan Web」  
(インクリメントP運営 <http://www.mapfan.com/>)
  - ・ 「いつもNAVI」  
(ゼンリンデータコム運営 <http://www.its-mo.com/>)
3. 株式会社パスコが提供する被災地の航空写真

図表 3.5-19：ホンダ、インクリメント P、ゼンリン



出典：ホンダ、インクリメント P、ゼンリン

<http://www.honda.co.jp/news/2009/4090827.html>

### 3.5.6 海外におけるユーザー協働開発事例

#### 3.5.6.1 事例 1…サムスン（韓国）

韓国の家電製品製造大手のサムスンは、ソフトウェアから、ハードウェア、デザインまでの多岐に渡り、ユーザー声を製品開発に取り入れる体制を全社組織的に整備している。東京を始め、ロンドンやミラノ、デリー、上海、サンフランシスコ等に、デザインセンタを構え、ユーザーのニーズを徹底的に吸い上げた後、ソウルのデザインセンタ本部へと情報が渡る。現地の顧客に対して製品を販売するサムスンでは、こうしたニーズの吸い上げは組織的に行っており、ソウルのデザインセンタは、ソウルに所在する R&D センタとの頻繁なやり取りを行い、CTO との連携を経た上で、各国展開するための製品化につなげている。

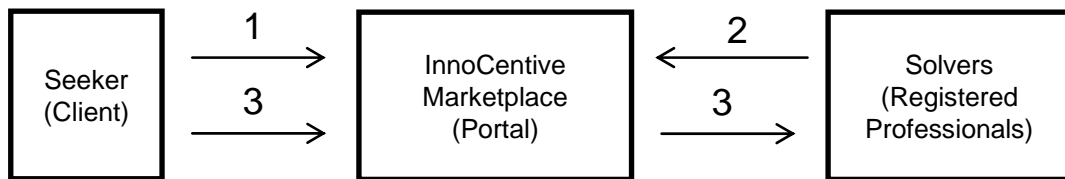
こうした取り組みの他にも、ユーザーを対象としたアイデア大会を開催することで、直接、ユーザーからデザインや商品使用などのアイデアを集め、製品化につなげる取り組みをしている。イタリアで行われている **Samsun Young Design Award** と呼ばれるデザイン大会は、学生を対象とし、地元地域にあった持続可能な家電製品のデザインを募集している。優勝者には 5,000 ユーロが支払われる。また、マレーシアでは、地元の学生を対象として、同社のスマートフォン機器 **Samsun Corby** の筐体の色を募集する、**Samsung Corgy Colour Me Challenge** という大会が開催されている。また、香港では、**Touch of Color** 全ユーザーを対象とし、**Online Design Competition** と呼ばれる、ノートパソコンのデザインを募集する大会を開催している。さらに、全世界地域のユーザーを対象として、**Samsun beta Developer Challenge** と呼ばれる、モバイル機器用のアプリケーションを募集する大会も開催している。

### 3.5.6.2 事例 2…Innocentive（米国）

米国の Innocentive は、コンピューター、食品、ライフサイエンスなどの多岐に渡る領域に関して、課題・問題を抱える顧客企業と、それを解決してくれるスペシャリスト等をマッチングするオープンコミュニティポータルである。問題が解決されると、相当（30,000ドル等）の謝礼が支払われる。これは、顧客企業が特定の問題を抱えている際に、どのようにしたら効果的に解決策を探すかが困難であることを受け、考え出されたマッチングポータルである。

まず、Seeker と呼ばれる顧客企業が InnoCentive のポータルに、課題内容を提示する。すると、Solver と呼ばれる、登録済みのスペシャリストたちが、各課題に対して解決案を提示する。複数の Solver から解決案が出た場合、Seeker は内容を検討した後、Seeker にとって最適な解決案を選択し、選ばれた Solver に対して謝礼金を支払う仕組みとなっている。

図表 3.5-20 : InnoCentive におけるユーザー協働開発の流れ



出典：upnext 「User input development case studies」



### 3.5.6.3 事例 3…MyMajor Company（フランス）

MyMajor Company は、新人音楽アーティストと音楽プロダクションが共に音楽を作成し、商品化までつなげるためのフランスのレーベルサイトである。サイトはフランス語で構成されており、主には、フランス人同士でのマッチングを行う。

MyMajor Company に登録している音楽アーティストであれば、誰でも音楽作りに参加できる。音楽アーティストは、まず、自由に作曲したデジタル化した楽曲を、MyMajor Company のサイト上にアップロードする。音楽プロダクションは、アップロードされている数々の楽曲の中で有望であると見込んだ楽曲があれば、その制作者に対して、スポンサーとして、10 ユーロから 10,000 ユーロまでの活動資金を提供する。音楽アーティストは、自分の楽曲を商品化につなげたい場合は、さらに 100,000 ユーロの資金を得なければならない。正式に市場にリリースされ、販売が開始されると、収益は音楽アーティストと音楽プロデューサーの間でレベニューシェアをする形式をとる。

2008 年に MyMajor Company から生まれた、Gregoire というアーティストのアルバムには、347 ものプロダクションがスポンサーとしてついたという。その後、プロダクションにより Facebook や Twitter などにくちコミや宣伝活動が行われたり、ビデオクリップが作成されたりするなどして、フランス中で大ヒットとなり、15 ヶ月の間で 75 万枚を売り上げたベストセラーアルバムとなった。

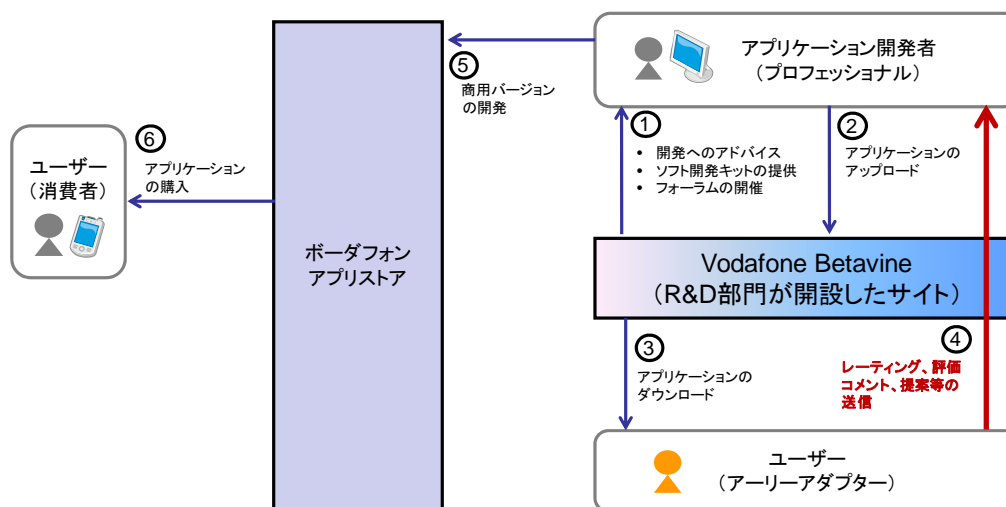
### 3.5.6.4 事例 4…Vodafone Betavine Telecom（英国）

Vodafone Betavine Telecom は、モバイルアプリケーションを独立系開発者が自由に作り上げる、イギリスのコミュニティサイトである。親会社は移動通信キャリアのボーダフォンであり、アーリーアダプターと呼ばれる、最新のトレンドを求めるユーザーにテスト版モバイルアプリケーションを試してもらい、その中で最も人気の高いアプリケーションを、ボーダフォンの一般顧客を対象とし有料アプリケーションとして製品化することを目的としている。

テスト版のモバイルアプリケーションは、独立系開発者が自由な発想を基に作成し、Vodafone Betavine Telecom にアップロードする。アーリーアダプターは、そのテスト版モバイルアプリケーションを実際に試し、5段階で評価をしたり、使った感想や要望を書き込んだりする。アーリーアダプターの評価を基に、開発者はアプリケーションを改善し、商品化につなげる仕組みとなっている。

2010年現在、469のテスト版モバイルアプリケーションが独立系開発者より提供されており、45,000を超えるアーリーアダプターによって評価が行われている。

図表 3.5-21 : betavine におけるユーザー協働開発の流れ



出典：upnext 「User input development case studies」

### 3.5.6.5 事例 5…Threadless（米国）

Threadless は、デザイナーとユーザーが共同で T シャツのデザインを作り上げていくアメリカのコミュニティサイトである。対象としている地域は、アメリカだけではなく全世界となっている。

デザイナーとユーザーが共同で T シャツのデザインを作り上げていく仕組みとしては、まず、デザイナーが Threadless のポータル上に、自らの T シャツデザインをアップロードする。次に、ユーザーは、人気投票により、デザイナーがデザインした T シャツを選ぶ。最も人気の高いデザインの T シャツが選ばれ、同サイト上で、消費者向けに E コマースとして販売される。選ばれたデザインのデザイナーは、デザイン料として報酬を受け取る仕組みとなっている。

2010 年現在、全世界で、Threadless のコミュニティに参加するユーザーは 100 万人を超えており、1 日あたりでデザイナーよりアップロードされる T シャツデザインの数は、150 程に上るといふ。

### 3.5.6.6 事例 6…WePC.com（米国／台湾）

WePC.com は、ASUS とインテルのジョイントベンチャーであり、ノートパソコン、ネットブックのデザインや機能スペックについての議論を交わすためのコミュニティサイトである。

ユーザーはコミュニティサイトで、パソコンに関する新しいアイデアを提案することができたり、自分の好きなパソコンのデザインを作成できたりする。例えば、「Share an Idea」というページでは、パソコンのアイデアを投稿することができるだけでなく、イメージ図も加えることができる。また、「Create Your Dream PC」というページでは、パソコンのデザインや機能スペックを選択し、自分が欲しいパソコン像を具体化することができる。これらのページでは、「画面とキーボードが切り離せるパソコン」や「画面の後ろからもう一つの画面がスライドして出てくるパソコン」等の新しいアイデアが次々と提示される。こうした中から出てくる優れたアイデアは、Intel および ASUS の製品として商品化される仕組みとなっている。

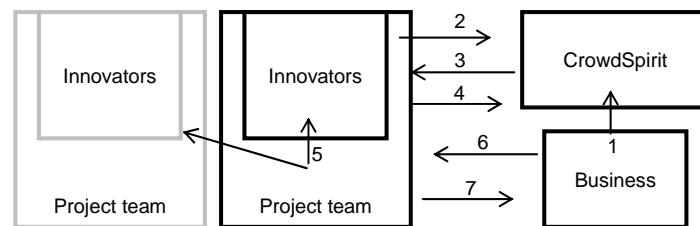
また、サイト側がユーザーに対して、パソコンに関する意見を求めるページもあり、ユーザーは、5 段階評価等の形で質問に答える。ここで集まる情報も、Intel および ASUS の製品開発などに反映される。

### 3.5.6.7 事例 7…Crowdsprit（フランス）

Crowdsprit は、企業から出される課題解決の要望に対してユーザーが応えることのできるフランスのコミュニティサイトである。

企業はまず、募集するアイデアが満たすべき条件や基準を Crowdsprit のサイトに投稿する。募集されるアイデアの対象は、商品のコンセプト作りから商品化まで多岐に渡る。ユーザーは、自らのアイデアを応募するが、最も優秀なアイデアを出したユーザーは企業に招かれ、より具体的な議論を企業とともに挙る。こうして具体化されたアイデアは、再び Crowdsprit のサイトに投稿され、Crowdsprit に登録している Innovator と呼ばれるプロフェッショナルからの評価を受ける。企業は、その結果を見て、アイデアを練り直すか、商品化するかどうか、中断するか等を決定する仕組みとなっている。

図表 3.5-22 : Crowdsprit におけるユーザー協働開発の流れ



出典：upnext 「User input development case studies」

### 3.5.6.8 事例 8…My Starbucks (米国)

My Starbucks は、コーヒー販売スターバックスに直接、商品やサービスのアイデアを提案できるコミュニティサイトである。主には、米国の消費者を対象としている。コミュニティ内では、ユーザーが、商品やサービスに関する要望や新しいアイデアなどを提案することができ、他のユーザーが、出されたアイデアに対してコメントや投票を行う。ここで人気を集めるアイデアが商品化される仕組みとなっている。

実際に、このコミュニティで人気が高かった「無料ドリンク」や「無料ホットスポット」のサービスは、実際にゴールドカードホルダーへの特典サービスとして採用されたという例も報告されている。

### 3.5.6.9 事例 9…LG (韓国)

韓国の家電製品製造大手の LG は、ユーザーを対象に、未来の LG 製品のアイデアを募集する大会を開くことで、優秀なアイデアをユーザーから得るための取り組みを行っている。

日本では、LG Design Competition 2009 同様のアイデア大会が、2009 年 6 月に開催されている。対象は日本のユーザーとし、未来の携帯電話のデザインをウェブサイト上で募集した。応募総数は 527 件にのぼり、一位に選ばれたユーザーには、200 万円が賞金として支払われている。

米国でも同様に、LG Design the Future Competition と呼ばれる未来の携帯電話のアイデアを募集する大会が 2009 年 6 月に開催された。対象は 18 歳以上の米国のユーザーとし、アイデアをウェブサイト上で募集した。応募総数は 800 件を超え、一位に選ばれたユーザーには、20,000 ドルが賞金として支払われている。

### 3.6 日本企業のグローバル展開事例

人口減少社会が到来する中で持続的な経済発展を目指すためには、海外に市場を見出すことが必要となる。日本企業はこれまで、品質や機能に対する評価が世界一厳しいと言われる（洗練度の高い）国内ユーザー向けに製品を開発、提供してきた。これらの経験から日本製品にはきめ細かな機能やアフターサービスといった付加価値がつき、グローバルな市場でも他国企業の製品に対する優位性を発揮できる可能性がある。

一方で、日本企業はグローバルな市場をつかみきれていないという側面もある。日本の強みである製品、サービスの機能、品質の高さをいかに海外に展開していくかということを考える際には、一企業としてできるものと企業体、もしくは官民一体となって取り組まなければならないことがあると考える。例えば、鉄道や原発などのインフラ事業では、一国の政府相手の仕事となることが多く、交渉の際には各国の政府関係者、政治家等との人脈も不可欠な要素となるであろう。

こういった視点から、具体的にこれまでにグローバル展開に成功した事例、そして今後グローバル展開が期待できる分野について事例を紹介する。

### 3.6.1 すでにグローバル展開を果たした事例

#### 3.6.1.1 事例 1…パナソニック（タフブック）

世界有数の厳密かつ過酷な仕様として名高い MIL 規格（Military Standard：ミル規格）の一端＜MIL-STD-810F 準拠＞に沿った作りにより、耐久性はもちろん防水性や防塵性をも備えた堅牢な仕様に鍛え上げられたノートパソコンである。米軍並びに米国警察組織の多くに納品されてきた実績と活躍を誇り、一般的な民生用途に於いても、雨天や粉塵が飛び交うフィールドワークや研究室・工場等の恒温槽といった中での過酷な現場でも充分にその機能と独特な利便性を発揮している。

図表 3.6-1：タフブックの活用例（米国警察）



出典：パナソニック

<http://panasonic.co.jp/ism/tough/02.html>

### 3.6.1.2 事例 2…日本連合 7 社コンソーシアム（台湾新幹線）

2000 年、日本連合 7 社コンソーシアムが、史上初の新幹線技術の輸出となる台湾新幹線プロジェクトを受注した。台湾新幹線は、台湾の二大都市である台北－高雄間 345 キロを最速 90 分で結ぶものであり、200 年に開業。日本連合は、入札の結果、コアシステム（車両、信号システム、電化システム、通信システム、運行管理システム、運行シミュレーター等）の設計、供給、据付等を受注し、担当することとなった。

このプロジェクトの受注の要因として、日本連合が地震大国ならではの機能を有していた点等が挙げられる。当初は、車両についてドイツ方式が有力とみられていたが、98 年、ドイツの高速鉄道で脱線事故があり、約 100 人が死亡し、その翌年、2400 人を超える死者を出す台湾大地震が発生した。このような事態を受け、欧州方式は地震に対する防御策が十分ではなかったと評価された一方、日本方式は、新幹線開業以来、乗客の死傷事故がゼロであること、ダイヤ編成、運行上のノウハウ（信号システム、運行管理システム、運行シミュレーターなど）等技術的優位性を有していた点が評価されたことに加え、地震対策技術等も受注への一助となった。なお、配電・制御は欧州、土木工事は国際入札という結果になった。

図表 3.6-2：台湾新幹線



出典：Wikipedia 台湾新幹線

<http://ja.wikipedia.org/wiki/台湾高速鉄道>



### 3.6.1.3 事例 3…パナソニック（冷蔵庫）

「中国生活研究センタ」のマーケティング施策（現地家庭での調査を多数実施）により、冷蔵庫の幅を 5cm 縮めることで、前年比売り上げが 10 倍に拡大した。現地のマーケティング調査結果を日本の拠点からも共有できるようデータベース化したことで、地域に合った製品作りに活かすことができたと考えられる。

この取り組みの成功要因としては現地スタッフの綿密な実態調査活動があげられる。中国人スタッフは年間 400 件の家庭を訪問。140 人を対象にした年 20 回のグループインタビュー、年 5 回の街頭インタビュー（約 800 人が対象）を中国全土で実施している。実際に現地での使用状況から「そもそも中国の家庭では油ものを使う料理が多いため台所が狭く、冷蔵庫を置くスペースが小さい」、「それが理由で、冷蔵庫を台所ではなくリビングに置いている家庭が多い」、「しかしやはり台所から遠いため不便に感じている」等の声を聞き、製品開発に活かしている。

このように、机上のデータによるマーケティングだけでなく、実際に現地で見なければわからない情報を収集しデータベース化、製品を開発するチームと連携している点が成功の要因と言えよう。

図表 3.6-3：中国生活研究センタ



出典：日経トレンドィネット

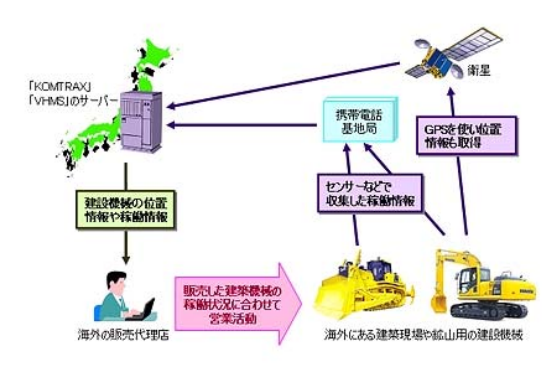
<http://trendy.nikkeibp.co.jp/article/column/20081107/1020685/>

### 3.6.1.4 事例 4…コマツ（コムトラックス）

海外の最終顧客が使用している建設機械（2007年時点で6500台）に内蔵したセンサーからデータを収集し、分析するためのシステム（「KOMTRAX」と「VHMS」）を構築。走行距離や土砂積載量が即座に分かるため、鉱山稼働状況なども推測、マーケティング活動に活用（盗難に遭った場合にも、GPSで位置を把握可能）遠隔操作で操作をロックすることができ、不正使用を防止する。

この取り組みの成功要因としては、建設機器から建設機器の利用状況をリアルタイムで収集できる仕組み「コムトラックス」をGPS技術を用いて構築した点があげられる。2008後半の金融危機後、世界中の鉱山の稼働状況が減速したことから、景気の後退をいち早く察知し経営判断に活用したという。

図表 3.6-4：コマツ（コムトラックス）



出典：日経ビジネス（2007年6月4日号）

## 3.6.2 今後グローバル展開が期待できる分野の事例

### 3.6.2.1 事例 5…東京電力等（スマートグリッドに活用できる 110 万ボルト超 高圧送電（UHV）技術）

電力会社、メーカー等が参画し、日本が長年取り組んできた 110 万ボルト超高压送電（UHV）技術が、2009 年 5 月、国際電気標準会議（IEC）で国際標準として認められ、110 万ボルトが標準電圧値の一つとして国際標準に盛り込まれた。

110 万ボルト UHV は日本で現在運用している 55 万ボルト送電線に比べ約 3～4 倍の大量送電が可能で、送電ルート（回線）削減や送電ロスの低減でコスト削減と省エネが図れるといわれている。また、「超高压送電」（UHV）の技術はスマートグリッドに活用可能と考えられているが、スマートグリッドへの活用、中国、インド等電力需要の旺盛な市場への展開により、標準化を梃子に、今後 20 年間で 1000 兆円とも言われる市場への参入が期待されている。

この取り組みは、送電効率の高さという技術的優位性に加え、環境対策の推進が不可欠な中国を味方につけたことがあげられる。110 万ボルト超高压送電（UHV）技術は、日本が 30 年かけて開発してきたものであり、現在の送電線の 3、4 倍の大量送電によるコスト削減、省エネが可能という技術的優位性を有していた。それに加え、日本の電力会社は、電力需要が急拡大し、省エネが不可欠な中国に技術協力を行ってきたことを踏まえ、標準化プロセスで、電力の「大市場」中国を通じた働きかけを行った。その働きかけにより、日本の 110 万ボルト超高压送電（UHV）技術に反対すると見られたドイツ、スウェーデンが、最終的に支持をしたとされている。

図表 3.6-5：高圧送電技術



出典：NHK「追跡 AtoZ」

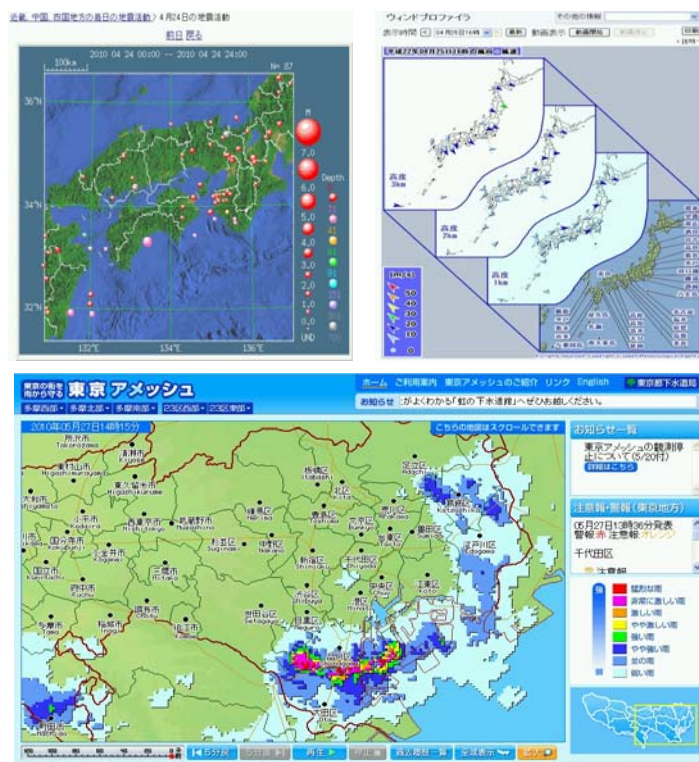
<http://www.nhk.or.jp/tsuiseki/file/list/090808.html>

### 3.6.2.2 事例 6…気象庁、等（災害情報提供システム）

国土交通省では、ポータルサイト「防災情報提供センタ」にて、降雨情報、河川水量情報、地震・津波・地殻変動・火山情報、潮位情報、波浪情報等を提供している。また、東京都下水道局では、レーダー基地局と地上雨量計で降雨状況を観測しリアルタイム（10分おきに更新）で降雨状況（250mメッシュ）を Web で表示する「東京アメッシュ」サービスを提供している。JAXA は、陸域観測技術衛星「だいち」を用いて、災害直後の状況把握や迅速な復旧活動に役立てるべく、全国の自治体と実証実験を行う協定を締結している。JAXA は、同衛星を用い、アイスランド火山や四川地震に関する画像も提供している

このように、自然災害の多い日本であるからこそ生れた高度なリアルタイム情報提供システムを、今後同じような災害を抱える地域にパッケージ化することで提供することが考えられる。

図表 3.6-6：セコム（安否確認サービス）



出典：国土交通省「防災情報提供センタ」／東京アメッシュ

<http://www.mlit.go.jp/saigai/bosaijoho/>

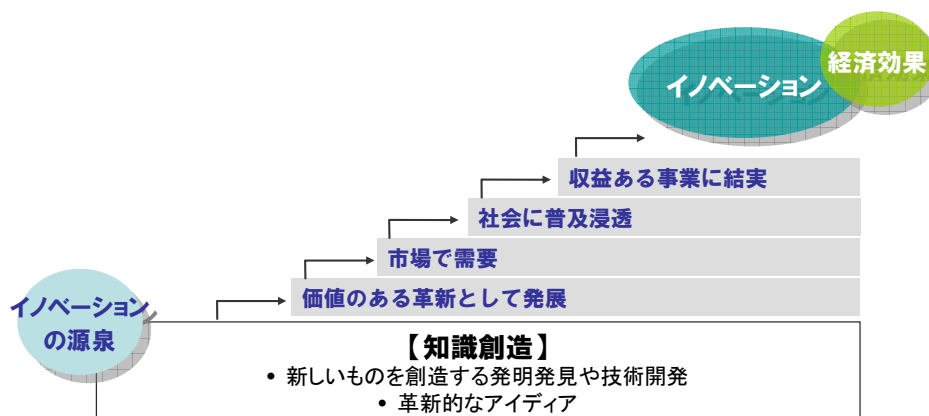
<http://tokyo-ame.jwa.or.jp/>

## 4 我が国イノベーション環境評価

### 4.1 本イノベーション環境評価におけるイノベーションの考え方

一橋大学イノベーションセンタによると、イノベーションとは、「経済効果をもたらす革新」を指すという。新しいものを創造する発明発見や技術開発はイノベーションの重要な源泉とはなるが、それだけでは経済効果に結びつかない。革新的なアイデアが、勝ちある技術革新につながり、市場で受容される商品となり、社会に普及浸透し、収益ある事業に結実してこそ経済効果がもたらされ、イノベーションとなるといわれている。

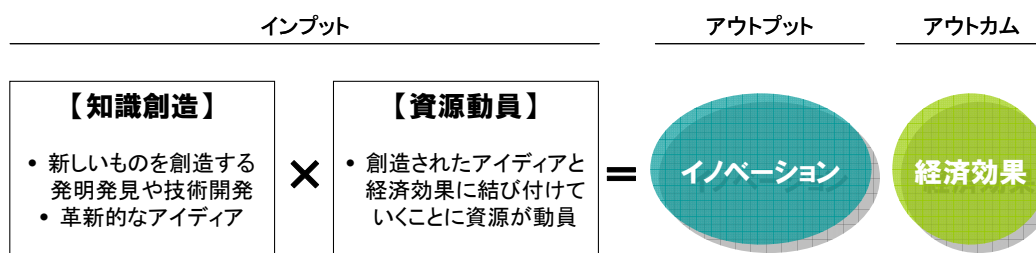
図表 4.1-1：イノベーションの考え方



出典：一橋大学イノベーションセンタ「システム再定義としてのイノベーション」

また、一橋大学イノベーションセンタによると、イノベーションが生まれるためには、革新的なアイデアなどの「知識創造」だけではなく、それを経済効果に結びつけるための「資源動員」が必要であるとされている。本調査では、インプット、アウトプット、アウトカムの3段階に分けてイノベーション環境測定の指標を整理する。

図表 4.1-2：イノベーションを構成する要素



出典：一橋大学イノベーションセンタ「システム再定義としてのイノベーション」



## 4.2 イノベーション評価のための手法

The Information Technology & Innovation Foundation (ITIF)、Economist Intelligent Unit (EIU)、World Economic Forum (WEF) で実施されているイノベーション環境調査で使用されている指標を整理し、下記の表で示されている、「人材・教育」、「技術環境」、「特許数」、「起業文化」、「企業経営文化」、「ICT」、「基本インフラ」、「政府の方針・施策」、「外部環境」、「経済効果」の категорияに分かれる指標を、本イノベーション評価のための指標として用いた。

図表 4.2-1：イノベーション評価のための指標

カテゴリー	指標	イノベーション環境に関する既存調査レポート		
		ITIF - The Atlantic Century	EIU - A new ranking of the world's most innovative countries	WEF - The Global Competitiveness Report 注2
人材・教育	初等・中等教育		高	低
	高等教育	中	高	中
技術環境	企業のR&D投資	高	高	高
	政府のR&D投資	中		高
	科学技術出版物	低		
	企業におけるR&D人材	中	高	高
	R&D施設の充実度		高	高
	知的所有権保護		低	高
	産学連携			高
特許数			□(アウトプット指標)注1	高
起業文化	ベンチャーキャピタルによる投資	中		
	設立企業数	中		
企業経営文化	科学技術に対する受容性		高	
	人材流動性		高	低
	企業洗練度			高
	海外からの投資の受容性	低	低	
ICT	海外文化の受容性		低	
	電子政府	低		
	ブロードバンド浸透率	中	高	低
基本インフラ	ITインフラの質		高	低
	企業のIT投資	高		
	道路、ガス、電気、電話等		低	中
政府の方針・施策	減税・免除措置	高	低	
	規制環境		低	中
	海外人材の採用のしやすさ		低	
外部環境	政治の安定性		低	中
	マクロ経済の安定性		低	中
	資金調達しやすさ		低	低
経済効果	市場規模			低
	貿易収支	中		
	GDP	中		
	生産性	高		

凡例：高=ウェイト高、中=ウェイト中、低=ウェイト低、□=ウェイトなし

注1：EIUでは、インプット指標とアウトプット指標に分かれており、特許数はEIUで使われている唯一のアウトプット指標である  
注2：WEFにおけるウェイト値は、イノベーション環境ではなく、国際競争力を算出するためのウェイト値

出典：ITIF、EIU、WEF

具体的な評価手法としては、既存の国際調査で用いられてきたイノベーション環境に関連する 21 項目の指標<sup>13</sup>を選択した後、因子分析<sup>14</sup>でこれらの指標からイノベーション環境に影響を与える因子を抽出することにより、イノベーション環境のインプットとみなすこととした。同時に 21 項目の指標から主成分分析<sup>15</sup>で 1 つの指標を抽出することにより、これを「イノベーション総合力」としてイノベーション環境の高さがもたらすアウトプットとした。最後に、1 人あたり GDP と労働生産性を一国全体の経済効果であるアウトカムと定義することとした。また、評価対象国は、地域バランス及び指標データの存在等を考慮し、29 개국<sup>16</sup>とした。

---

<sup>13</sup> 種類及び出典については「4.4.1 イノベーション環境評価手法詳細」を参照

<sup>14</sup> 多数の変数の相関関係に基づいて、直接測定できない因子を求める統計解析手法

<sup>15</sup> 複数個の変数を合成して、1 個、又は少数個の総合指標を求める統計解析方法

<sup>16</sup> [1] 日本、[2] 米国、[3] 英国、[4] 韓国、[5] シンガポール、[6] スウェーデン、[7] デンマーク、[8] イタリア、[9] インド、[10] オーストラリア、[11] オーストリア、[12] オランダ、[13] カナダ、[14] ベルギー、[15] スペイン、[16] ドイツ、[17] ギリシャ、[18] フィンランド、[19] アイルランド、[20] フランス、[21] ポーランド、[22] ポルトガル、[23] スロバキア、[24] チェコ、[25] ハンガリー、[26] ロシア、[27] 中国、[28] メキシコ、[29] ブラジルの計 29 개국

### 4.3 我が国イノベーション環境評価

日本のイノベーション環境が各調査においてどのように評価されているかを見た。

- The Information Technology & Innovation Foundation (ITIF) ”The Atlantic Century” イノベーションに基づく国際競争力
- Economist Intelligent Unit (EIU) ”A new ranking of the world’s most innovative countries” イノベーション力
- World Economic Forum (WEF) ”The global Competitiveness Report” イノベーション環境

いずれの調査結果においても日本のイノベーション環境の評価は上位に位置しており、特に EIU の調査では米国やスイス、フィンランド、スウェーデンといった西欧諸国等を抑えて 1 位という結果となっている。

図表 4.3-1：イノベーション評価のための指標

順位	ITIF ”The Atlantic Century”	EIU ”A new ranking of the world’s most innovative countries”	WEF ”The global Competitiveness Report”
1 位	シンガポール	<b>日本</b>	米国
2 位	スウェーデン	スイス	<b>日本</b>
3 位	ルクセンブルグ	フィンランド	スイス
4 位	デンマーク	米国	スウェーデン
5 位	韓国	スウェーデン	ドイツ
6 位	米国	ドイツ	フィンランド
7 位	フィンランド	台湾	デンマーク
8 位	英国	オランダ	台湾
9 位	<b>日本</b>	イスラエル	オランダ
10 位	NAFTA <sup>17</sup>	デンマーク	シンガポール

※ WEF”The global Competitiveness Report”については、総合指標ではなくイノベーション関連の構成指標である” INNOVATION AND SOPHISTICATED FACTORS”のランキングを掲載

また、各調査とも、経済発展にはイノベーションは欠かせないとの見方をしており、また、グローバル化が進展する中、イノベーション環境を整備するためには、今後は ICT の活用が欠かせないという見方がされている。

<sup>17</sup> 北米自由貿易協定に加盟するアメリカ、カナダ、メキシコの 3 カ国



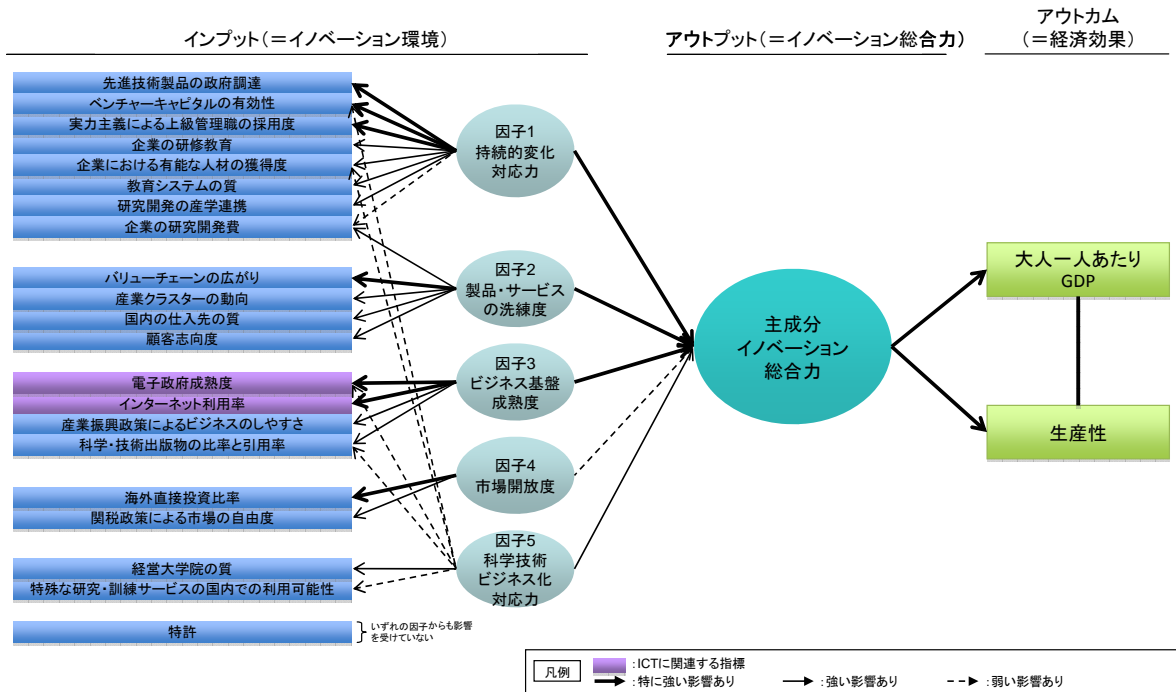
図表 4.3-2 : 各調査におけるイノベーションの位置付け

ITIF - The Atlantic Century	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ITIFでは、ICTの発展がロケーションフリーの経営環境の提供に寄与しており、それが、経済のグローバル化を助長しているとしている</li> <li>● こうした環境の中、イノベーションが経済の成長に果たす役割は非常に大きくなっているとの見解を示している</li> </ul>
EIU - A new ranking of the world's most innovative countries	<ul style="list-style-type: none"> <li>● EIUでは、今日の経済低迷の状況は、イノベーションのあり方を様変わりさせたとの認識をしている</li> <li>● 同時に、イノベーションが経済の発展を牽引するために欠かせないと警鐘を鳴らしている</li> </ul>
WEF - The Global Competitiveness Report	<ul style="list-style-type: none"> <li>● WEFでは、「飛躍的な生産性向上を通じて成長を促し経済の発展を牽引するために、ICTが重要な役割を果たすことを、今日十分に認識すべきである」と強く訴えている</li> </ul>

出典：ITIF、EIU、WEF

評価手法に基づき、インプット、アウトプット、アウトカムの各値を具体化し、さらに互いの関係性を分析した。インプットについては、評価対象 29 か国のイノベーション環境に関連する 21 の指標を分析した結果、「因子 1：持続的変化対応力」、「因子 2：製品・サービスの洗練度」、「因子 3：ビジネス基盤成熟志向」、「因子 4：市場開放志向」、「因子 5：科学技術のビジネス化対応力」の 5 つの因子が抽出された。

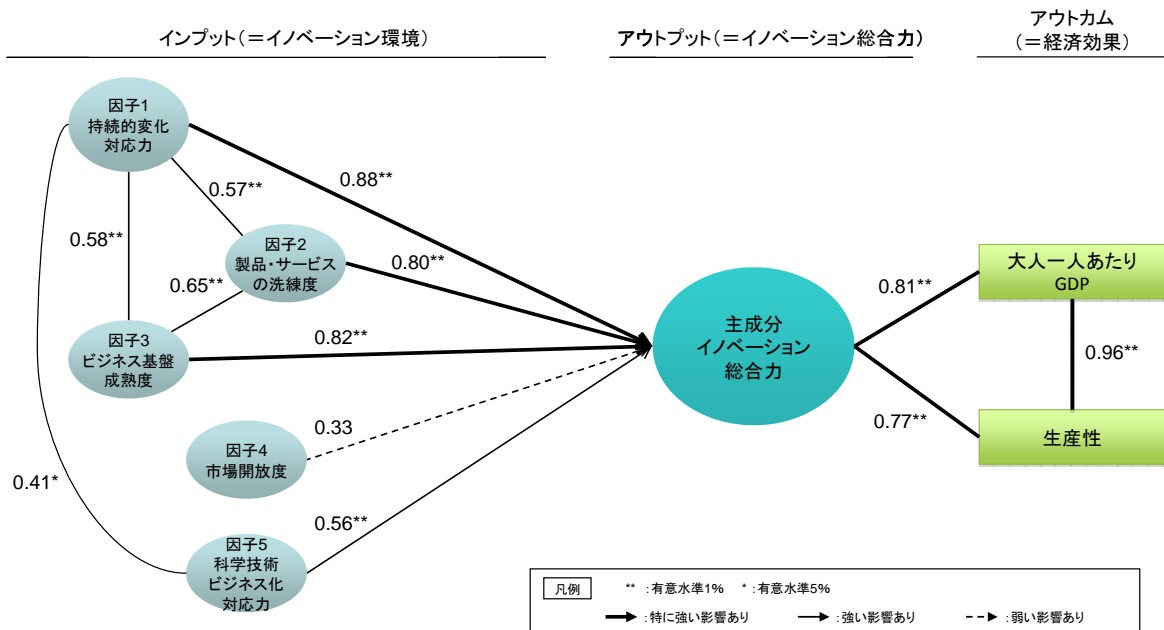
図表 4.3-3 : イノベーション環境の因子分析結果



まず、「イノベーション総合力」とインプット及びアウトカムとの関係性をみると、「イノベーション総合力」との関係性が特に強いのはインプットのうち「因子1：持続的変化対応力」、「因子2：製品・サービスの洗練度」、「因子3：ビジネス基盤成熟志向」の3つであり、「因子5：科学技術のビジネス化対応力」との間も強い関係性が認められる。また、「イノベーション総合力」はアウトカムの一人あたりGDPと労働生産性の双方と関係性が強い。

まとめると、イノベーション環境整備の進展度合いを表すインプットの5つの因子が高められると、アウトプットである「イノベーション総合力」が強まり、それがさらに一人あたりGDPや労働生産性の上昇に結実するといった、イノベーション環境が一国の経済成長に結びつく経路が相当程度、明確になったと言えよう。

図表 4.3-4：イノベーション環境のインプット、アウトプット、アウトカムの関係性

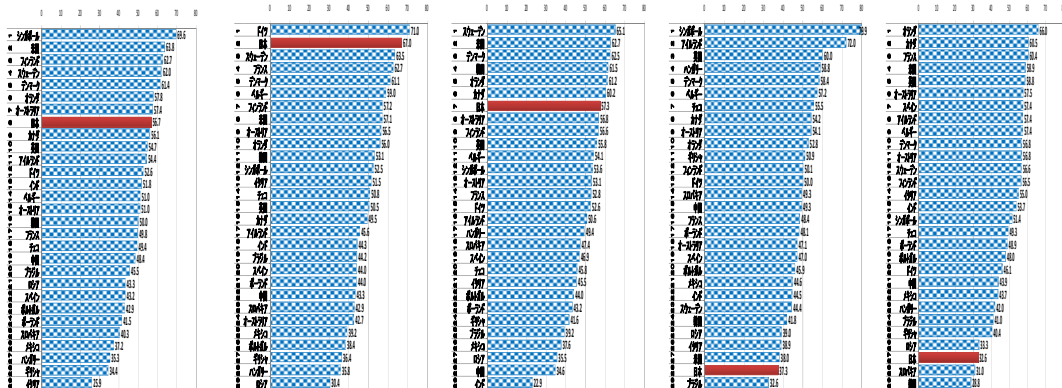


※ 数値は相関係数で、\*\*は有意水準1%、\*は有意水準5%を示す

次に、インプット(=イノベーション環境)についてみると、我が国は、「因子2：製品・サービスの洗練度」(29か国中第2位)は突出しているが、「因子1：持続的变化対応力」(29か国中第8位)、「因子3：ビジネス基盤整備志向」(29か国中第7位)については上位国に一步譲り、「因子4：市場開放志向」(29か国中第28位)、「因子5：科学技術のビジネス化対応力」(29か国中第27位)については多くの国と比べて見劣りしている状況がある。

図表 4.3-5：イノベーション環境に関する5因子の29か国比較

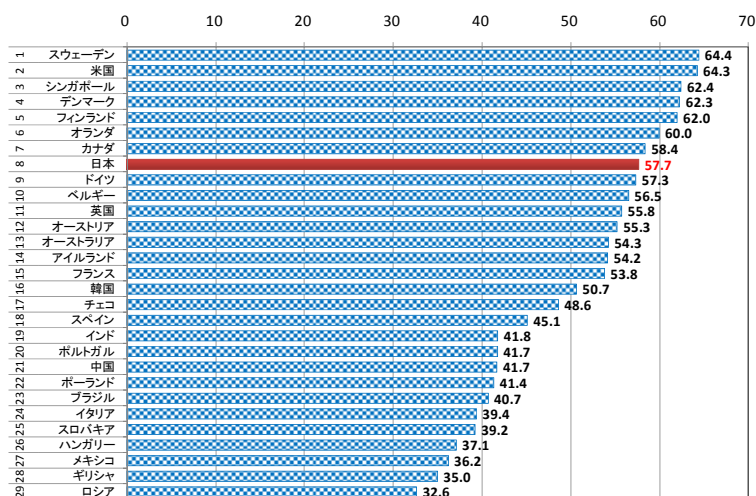
(因子1：持続的变化対応力)      (因子2：製品・サービスの洗練度)      (因子3：ビジネス基盤成熟志向)      (因子4：市場開放志向)      (因子5：科学技術のビジネス化対応力)



※ 数値は偏差値

続いて、評価対象 29 か国のイノベーション環境に関連する 21 の指標から主成分分析により抽出したアウトプットの「イノベーション総合力」について 29 か国の偏差値を比較した結果、我が国は 29 か国中第 8 位に位置することが明らかになった。数値をみると、我が国が 57.7 であるのに比べて、スウェーデン (64.4)、米国 (64.3)、シンガポール (62.4)、デンマーク (62.3)、フィンランド (62.0) の上位 5 か国はいずれも 60 を超えている。

図表 4.3-6 : アウトプット「イノベーション総合力」の 29 各国比較



※ 数値は偏差値

#### 4.4 イノベーション環境整備に向けた課題と解決策の考察

本評価の結果に基づいて、いくつかの課題を抽出した。

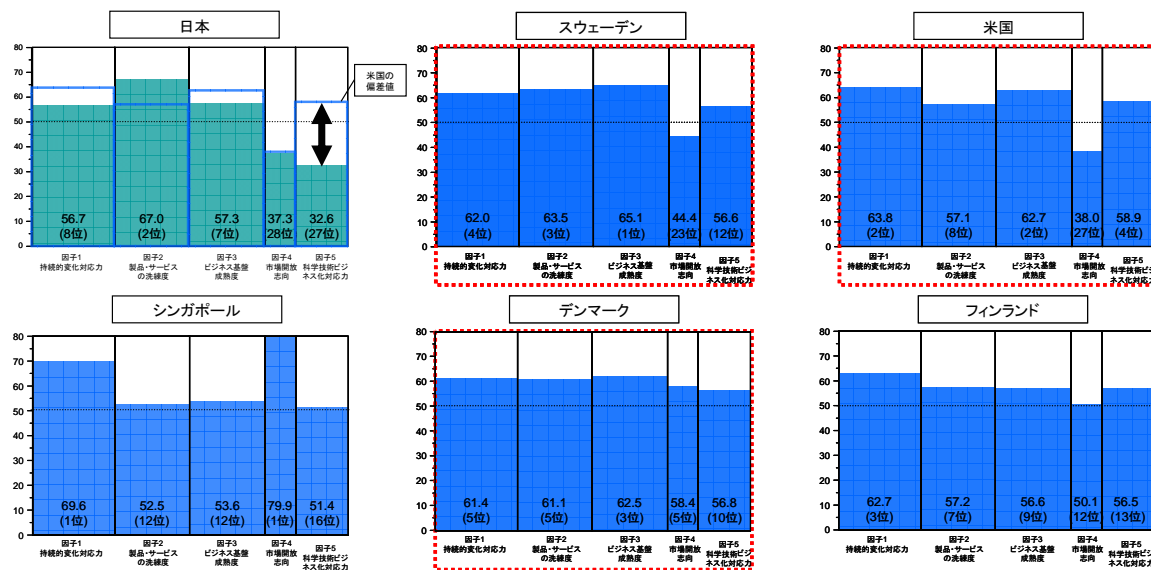
インプットとアウトプットとの関係性について、インプットの各因子がアウトプットの「イノベーション総合力」に及ぼす影響の度合いを横軸、各因子における 29 か国の因子得点偏差値を縦軸に取り、我が国と「イノベーション総合力」が特に高い 5 か国との間で詳細に比較した。

まず、この図からは横軸の幅が大きい、すなわち「イノベーション総合力」への影響が強い因子 1、2、3 や 5 といった因子の改善への注力こそが、イノベーション環境の効率的な整備を意味するといった示唆を得ることができる。

このことを念頭において他国の傾向をみると、スウェーデン、米国、デンマーク、フィンランドは、「因子 1：持続的変化対応力」、「因子 2：製品・サービスの洗練度」、「因子 3：ビジネス基盤成熟志向」、「因子 5：科学技術のビジネス化対応力」のいずれもがバランス良く高い値を示している。

一方、我が国は、先述したように「因子 2：製品・サービスの洗練度」が高い一方で、新しい製品・サービスを生み出す「因子 1：持続的変化対応力」や、ICT の利活用を促す「因子 3：ビジネス基盤成熟志向」についてはこれら諸国に一步譲り、高度人材育成等の「因子 5：科学技術のビジネス化対応力」に至っては 29 か国平均を大幅に下回っている現状にある。従って、今後我が国は「因子 1：持続的変化対応力」や「因子 3：ビジネス基盤成熟志向」、とりわけ「因子 5：科学技術のビジネス化対応力」に注力することにより、「イノベーション総合力」を効率的に向上させ、ひいてはアウトカムの経済効果に波及させることが課題であると言えよう。

図表 4.4-1：イノベーション環境のインプットとアウトプットの関係性の比較（6か国）



#### 4.4.1 イノベーション環境評価方法詳細

我が国のイノベーション環境の検証では、WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"、および、ITIF"The Atlantic Century (February 2009)"のデータを利用し、因子分析、および主成分分析を実施した。

##### 1. 利用した指標の説明及び出典

###### [1] 教育システムの質

###### ➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、国内の教育システムが競争力のある経済へと発展するためにどの程度寄与しているかを7段階で聞いたもの。

###### ➤ 出典

・ WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Quality of the educational system」

(<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>)

###### [2] 経営大学院の質

###### ➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、国内の経営大学院の質を7段階で聞いたもの。

###### ➤ 出典

・ WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Quality of

management schools」

(<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>)

[3] 特殊な研究・訓練サービスの国内での利用可能性

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、特殊な研究・訓練サービスの国内での利用可能性を 7 段階で聞いたもの。

➤ 出典

・ WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Local availability of specialized research and training services」

(<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>)

[4] 企業の研修教育

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、国内企業の研修教育の度合いを 7 段階で聞いたもの。

➤ 出典

・ WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Extent of staff training」

(<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>)

[5] 関税政策による市場の自由度

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、関税政策による国内市場の自由度を 7 段階で聞いたもの。

➤ 出典

・ WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Prevalence of trade barriers」

(<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>)

[6] 顧客志向度

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、国内企業の顧客志向度を 7 段階で聞いたもの。

➤ 出典

・ WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Degree of customer orientation」

<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>

[7] 実力主義による上級管理職の採用度

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、国内企業の実力主義による上級管理職の採用度を7段階で聞いたもの。

➤ 出典

・ WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Reliance on professional management」

<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>

[8] 有能な人材の獲得度

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、国内企業での有能な人材の獲得度を7段階で聞いたもの。

➤ 出典

・ WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Brain drain」

<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>

[9] ベンチャーキャピタルの有効性

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、イノベーティブかつリスクの高いプロジェクトを事業化するためにベンチャーキャピタルを活用できる度合いを7段階で聞いたもの。

➤ 出典

・ WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Venture capital availability」

<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>

[10] 国内の仕入先の質

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、国内の仕入先の質を7段階で聞いたもの。

➤ 出典

・ WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Local supplier quality」

<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>



[11] 産業クラスターの動向

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、国内の産業クラスターの浸透度および発展度を7段階で聞いたもの。

➤ 出典

・WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「State of cluster development」

(<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>)

[12] バリューチェーンの広がり

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、国内の輸出企業のバリューチェーンの広がりを7段階で聞いたもの。

➤ 出典

・WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Value chain breadth」

(<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>)

[13] 企業の研究開発費

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、国内企業の研究開発費への投資度合いを7段階で聞いたもの。

➤ 出典

・WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Company spending on R&D」

(<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>)

[14] 研究開発の産学連携

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、国内の研究開発の産学連携度を7段階で聞いたもの。

➤ 出典

・WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「University-industry collaboration in R&D」

(<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>)

[15] 先進技術製品の政府調達

➤ 説明

企業の役員に対して実施したアンケートで、先進技術製品の政府調達による国内のイノベーションへの寄与度を7段階で聞いたもの。

➤ 出典

・WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Government procurement of advanced technology products」

(<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>)

[16] 特許

➤ 説明

100万人あたりの特許数。

➤ 出典

・WEF(2009)"The Global Competitiveness Report 2009-2010"内の「Utility patents (hard data)」

(<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>)

[17] 科学・技術出版物の比率と引用率

➤ 説明

100万人当たりの科学／技術出版物の発行数と引用の多い科学／技術出版物のシェアを用い総合スコア化したもの。

➤ 出典

・ITIF"The Atlantic Century (February 2009)"内の「Scientific publications Score」

(<http://www.itif.org/files/2009-atlantic-century.pdf>)

[18] 電子政府成熟度

➤ 説明

政府ホームページの洗練度、ICTインフラの浸透度、国民（成人）のリテラシーレベルのスコアを用いて総合スコア化したもの。

➤ 出典

・ITIF"The Atlantic Century (February 2009)"内の「E-Government Score」

(<http://www.itif.org/files/2009-atlantic-century.pdf>)

[19] 産業振興政策によるビジネスのしやすさ

➤ 説明

起業時の手続き、事務所設置時の手続き、従業員の採用のしやすさ、登記簿登録、法的権利、投資家保護、税制、輸出入手続き、商事紛争時の手続き、倒産の回復率を総合スコア

化したもの。

➤ 出典

- ・ ITIF"The Atlantic Century (February 2009) "内の「Business Climate Score」  
(<http://www.itif.org/files/2009-atlantic-century.pdf>)

[20] 海外直接投資比率

➤ 説明

海外直接投資の GDP に占める割合。

➤ 出典

- ・ ITIF"The Atlantic Century (February 2009) "内の「FDI Score」  
(<http://www.itif.org/files/2009-atlantic-century.pdf>)

[21] インターネット利用率

➤ 説明

100 人当たりのインターネットユーザー数。

➤ 出典

- ・ ITU (2008) "ICT Statistics Database"内の「Internet: users, total subscriptions, broadband subscriptions」  
(<http://www.itu.int/ITU-D/ICTEYE/Indicators/Indicators.aspx#>)

[22] 一人あたり GDP

➤ 説明

25 歳～64 歳の労働人口当たりの GDP。

➤ 出典

- ・ ITIF"The Atlantic Century (February 2009) "内の「GDP per adult」  
(<http://www.itif.org/files/2009-atlantic-century.pdf>)

[23] 労働生産性

➤ 説明

総労働時間当たりの GDP。

➤ 出典

- ・ ITIF"The Atlantic Century (February 2009) "内の「Productivity」  
(<http://www.itif.org/files/2009-atlantic-century.pdf>)

## 2. 因子分析の手順

(1) 各指標の偏差値を用い、プロマックス法、最大相関係数による因子分析を行い、10個の因子を抽出した。全因子の固有値、寄与率を以下に示す。

因子 NO	固有値	寄与率	累積寄与率
第1因子	13.32	0.63	0.63
第2因子	1.72	0.08	0.72
第3因子	1.17	0.06	0.77
第4因子	0.64	0.03	0.80
第5因子	0.60	0.03	0.83
第6因子	0.43	0.02	0.85
第7因子	0.25	0.01	0.86
第8因子	0.17	0.01	0.87
第9因子	0.11	0.01	0.88
第10因子	0.04	0.00	0.88

(2) さらに寄与率の高かった因子 1~5 を抽出した。各指標の因子負荷量は以下の通りである。

指標	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子
教育システムの質	0.58	0.11	0.00	0.25	0.14
経営大学院の質	0.34	0.07	0.08	0.06	0.68
特殊な研究・訓練サービスの国内での利用可能性	0.39	0.38	0.13	-0.11	0.26
企業の研修教育	0.68	0.32	0.06	0.08	-0.07
関税政策による市場の自由度	0.02	0.06	0.19	0.54	0.05
顧客志向度	0.18	0.55	0.10	-0.04	-0.01
実力主義による上級管理職の採用度	0.70	0.04	0.07	0.05	0.02
有能な人材の獲得度	0.65	0.04	0.06	0.01	0.23
ベンチャーキャピタルの有効性	0.83	-0.08	0.00	-0.03	0.23
国内の仕入先の質	-0.06	0.64	0.02	-0.04	0.09
産業クラスターの動向	0.13	0.66	-0.18	0.02	0.14
バリューチェーンの広がり	-0.11	0.94	0.13	0.14	0.08
企業の研究開発費	0.47	0.55	0.12	-0.07	-0.10
研究開発の産学連携	0.57	0.00	0.13	0.06	-0.05
先進技術製品の政府調達	1.01	0.00	-0.06	-0.05	0.04
特許	0.27	0.37	0.33	-0.21	-0.20
科学・技術出版物の比率と引用率	-0.03	0.09	0.52	-0.08	0.38
電子政府成熟度	-0.01	0.04	0.95	-0.10	0.24
産業振興政策によるビジネスのしやすさ	0.14	0.05	0.55	0.32	0.03
海外直接投資比率	0.03	-0.03	-0.06	0.83	-0.03
インターネット利用率	0.05	0.11	0.83	0.10	-0.10

### 3. 主成分分析の手順

各指標の偏差値を用いて主成分分析を行い、第一主成分をアウトプット指標である「イノベーション総合力」とした。各指標の主成分負荷量は以下の通りである。

変数名	第1主成分	第2主成分
教育システムの質	0.868	0.318
経営大学院の質	0.742	0.273
特殊な研究・訓練サービスの国内での利用可能性	0.934	-0.072
企業の研修教育	0.937	0.006
関税政策による市場の自由度	0.486	0.649
顧客志向度	0.864	-0.270
実力主義による上級管理職の採用度	0.890	0.130
有能な人材の獲得度	0.885	0.009
ベンチャーキャピタルの有効性	0.814	0.251
国内の仕入先の質	0.830	-0.221
産業クラスターの動向	0.752	-0.312
バリューチェーンの広がり	0.746	-0.288
企業の研究開発費	0.902	-0.283
研究開発の産学連携	0.900	0.090
先進技術製品の政府調達	0.704	0.163
特許	0.725	-0.497
科学・技術出版物の比率と引用率	0.827	-0.019
電子政府成熟度	0.803	-0.115
産業振興政策によるビジネスのしやすさ	0.833	0.196
海外直接投資比率	0.211	0.788
インターネット利用率	0.816	0.006

## 5 【参考】アンケート調査結果

公的分野における ICT 化による効用・便益の測定では、国民目線に立ったサービスを選定・提示し、それらに対する国民（利用者）の利用意向や社会意義を把握するため、ウェブアンケート調査を実施した。調査の概要及び集計結果は以下の通りである。

### 5.1 調査の概要

調査方法	ネットアンケート調査																						
調査期間	平成 22 年 3 月																						
属性範囲	15 歳から 64 歳までの男女																						
対象の選定方法	<p>ネットアンケート調査会社が保有するモニターから抽出。 割り付け条件は下表の通り。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>15～19 歳</th> <th>20～29 歳</th> <th>30～39 歳</th> <th>40～49 歳</th> <th>50～64 歳</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>						15～19 歳	20～29 歳	30～39 歳	40～49 歳	50～64 歳	男性	100	100	100	100	100	女性	100	100	100	100	100
	15～19 歳	20～29 歳	30～39 歳	40～49 歳	50～64 歳																		
男性	100	100	100	100	100																		
女性	100	100	100	100	100																		
回収数	1,094																						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>15～19 歳</th> <th>20～29 歳</th> <th>30～39 歳</th> <th>40～49 歳</th> <th>50～64 歳</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>108</td> <td>107</td> <td>109</td> <td>109</td> <td>108</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>112</td> <td>110</td> <td>113</td> <td>109</td> <td>109</td> </tr> </tbody> </table>						15～19 歳	20～29 歳	30～39 歳	40～49 歳	50～64 歳	男性	108	107	109	109	108	女性	112	110	113	109	109
	15～19 歳	20～29 歳	30～39 歳	40～49 歳	50～64 歳																		
男性	108	107	109	109	108																		
女性	112	110	113	109	109																		
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>各 ICT システム・サービスの利用意向、社会意義</li> <li>各 ICT システム・サービスの利用に伴う効用評価</li> <li>各 ICT システム・サービスに対する期待・要望</li> <li>各 ICT システム・サービスに対する不満・不安</li> <li>回答者属性(性別、年齢、最終学歴 等)</li> </ul>																						

## 5.2 単純集計結果

◆医療・健康に関するサービスについておうかがいします。

問1～問3は、「医療・健康に関するサービス【1】」の説明文をご覧になりながらお答え下さい。  
※こちらの【サービス概要】をクリックして、説明文をご覧ください。

問1 全体ベース N=1094

「健康状態に合わせた最適健康管理サービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

【あなたの立場(自身の利用、家族や身の回りの知人の利用などを含む)】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 利用したい	9.3	利用計 70.6
<input type="radio"/> 機会があれば利用したい	61.2	
<input type="radio"/> あまり利用したくない	21.6	
<input type="radio"/> 利用したくない	7.9	

問2 全体ベース N=1094

「健康状態に合わせた最適健康管理サービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

自身の立場に限定せず、【社会(世の中)にとっての重要性の観点】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 意義のあるサービスである	24.6	意義計 86.7
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のあるサービスである	62.2	
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のないサービスである	10.2	
<input type="radio"/> 意義のないサービスである	3.0	

問3 全体ベース N=1094

以下には、「健康状態に合わせた最適健康管理サービス」の利用に対する意見が挙げられています。それぞれについて、あなたのお考えに当てはまるものをお答え下さい。(それぞれひとつだけ)【必須】

	そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
健康管理の意識が高まる	39.1	50.2	8.1	2.6
健康管理・受診に係わる時間・手間が軽減される	21.2	53.3	21.2	4.3
健康管理・受診に係わる費用が軽減される	16.7	45.5	31.4	6.3
日々の運動量・食事バランスなどが適正化される	20.5	60.0	15.6	3.9
成人病(がん、脳卒中、心臓病など)の予防・早期発見に役立つ	20.1	58.2	17.7	3.9
生活習慣病、メタボリックシンドロームの予防・早期発見に役立つ	22.9	60.5	13.9	2.7

問4～問6は、「医療・健康に関するサービス【2】」の説明文をご覧になりながらお答え下さい。  
※こちらの【サービス概要】をクリックして、説明文をご覧ください。

問4 全体ベース N=1094

「病状に合わせた最適医療サービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

【あなたの立場(自身の利用、家族や身の回りの知人の利用などを含む)】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

- |                                   |      |                    |
|-----------------------------------|------|--------------------|
| <input type="radio"/> 利用したい       | 11.8 | <b>利用計</b><br>76.5 |
| <input type="radio"/> 機会があれば利用したい | 64.7 |                    |
| <input type="radio"/> あまり利用したくない  | 17.5 |                    |
| <input type="radio"/> 利用したくない     | 6.0  |                    |

問5 全体ベース N=1094

「病状に合わせた最適医療サービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

自身の立場に限定せず、【社会(世の中)にとっての重要性の観点】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

- |  |      |                    |
|--|------|--------------------|
| <input type="radio"/> 意義のあるサービスである         | 27.5 | <b>意義計</b><br>87.5 |
| <input type="radio"/> どちらかといえば意義のあるサービスである | 60.0 |                    |
| <input type="radio"/> どちらかといえば意義のないサービスである | 9.0  |                    |
| <input type="radio"/> 意義のないサービスである         | 3.5  |                    |

問6 全体ベース N=1094

以下には、「病状に合わせた最適医療サービス」の利用に対する意見が挙げられています。それぞれについて、あなたのお考えに当てはまるものをお答え下さい。(それぞれひとつだけ)【必須】

	そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
通院・受診・健診に係わる時間・手間が軽減される	29.3	51.7	14.4	4.6
通院・受診・健診に係わる費用が軽減される	20.7	46.8	26.2	6.2
受診の効果(病気の完治率など)が向上する	17.9	51.2	25.7	5.2
病気の完治までにかかる期間が短縮する	14.5	47.2	31.2	7.1
疾病の予防・早期発見に役立つ	23.5	57.1	15.5	3.8



問7～問9は、「医療・健康に関するサービス【3】」の説明文をご覧になりながらお答え下さい。  
 ※こちらの【サービス概要】をクリックして、説明文をご覧ください。

問7 全体ベース N=1094

「診察の事前予約サービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

【あなたの立場(自身の利用、家族や身の回りの知人の利用などを含む)】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 利用したい	21.4	利用計 81.9
<input type="radio"/> 機会があれば利用したい	60.5	
<input type="radio"/> あまり利用したくない	13.6	
<input type="radio"/> 利用したくない	4.5	

問8 全体ベース N=1094

「診察の事前予約サービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

自身の立場に限定せず、【社会(世の中)にとっての重要性の観点】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 意義のあるサービスである	37.4	意義計 88.8
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のあるサービスである	51.4	
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のないサービスである	8.0	
<input type="radio"/> 意義のないサービスである	3.8	

問9 全体ベース N=1094

以下には、「診察の事前予約サービス」の利用に対する意見が挙げられています。  
 それぞれについて、あなたのお考えに当てはまるものをお答え下さい。(それぞれひとつだけ)【必須】

	そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
通院・受診に係わる時間・手間(待ち時間を含む)が軽減される	46.4	41.7	8.6	3.3
通院・受診に係わる費用が軽減される	18.3	40.6	33.6	7.5
適切なタイミングで通院・受診ができる	33.5	48.3	14.3	3.9
受診の効果(病気の完治率など)が向上する	17.1	48.0	28.3	6.6
病気の完治までにかかる期間が短縮する	15.9	44.6	32.5	6.9
疾病の予防・早期発見に役立つ	18.9	51.2	23.3	6.6

問10

これまでお答えいただいた「医療・健康に関するサービス（【1】～【3】）」について、「A. サービスへの期待・要望」、「B. サービスへの不満・不安」があれば、ご自由にお書き下さい。

それぞれのサービスの説明は、以下からご覧いただけます。

**【サービス概要一覧】**

「サービス【1】:健康状態に合わせた最適健康管理サービス」

「サービス【2】:病状に合わせた最適医療サービス」

「サービス【3】:診察の事前予約サービス」

**A. サービスへの期待・要望**

サービス【1】:健康状態に合わせた最適健康管理サービス

サービス【2】:病状に合わせた最適医療サービス

サービス【3】:診察の事前予約サービス

**B. サービスへの不満・不安**

サービス【1】:健康状態に合わせた最適健康管理サービス

サービス【2】:病状に合わせた最適医療サービス

サービス【3】:診察の事前予約サービス

## 医療・健康に関するサービス【1】

### ● 健康状態に合わせた最適健康管理サービス

- 自身の年齢や身長・体重などの属性情報、既往歴や持病・服用している薬などの健康情報、日々の運動量や摂取カロリー量などについて、このサービスのサイト(マイページ)で管理することが可能(全ての情報を入力する必要はなく、自身が把握している範囲の情報、管理したい情報を入力する)
- 管理している情報によって、日々の健康状態を記録として残すことができるだけでなく、自身が必要と思ったときには、サービス上で専門家(保健師、管理栄養士など)に情報を開示することが可能
- 開示した情報に応じて、専門家から自身の健康状態に合った最適なアドバイス(適切な運動量、食事のバランスなど)を受けたり、最寄りの市区町村で実施している検診の案内を受け取ることができ、病気の発症・悪化の予防(がんの予防、生活習慣病の予防など)に役立つ

## 医療・健康に関するサービス【2】

### ● 病状に合わせた最適医療サービス

- 自身の診察情報(カルテ情報、処方箋情報など)や属性・健康情報(身長、体重、既往歴、服用している薬、最近の健康状態など)について、このサービスのサイト(マイページ)に登録することが可能(診察や健康診断を受けた場合、本人の希望に応じて、その結果をサイトに登録することが可能)
- 登録している情報を、次回の診察や健康診断の際に、病院、診療所、調剤薬局などに開示することができ、自身の病状に合った最適な診察や健康診断を受けることが可能(どこから、どこまでの情報を開示するのかは、自身でコントロールすることが可能)
- また、情報を開示することで、複数の病院で同じ診察を受けることの回避(重複診察の回避)や、近隣の診療所での診察結果を受けて総合病院で引き継ぎ診察を受けるといった使い方、遠くの病院で診察を受けて近隣の調剤薬局で薬を受け取るといった使い方も可能

## 医療・健康に関するサービス【3】

### ● 診察の事前予約サービス

- 自身の住んでいる地域別、自身の病状・健康状態別など、特定の条件に合わせて、全国から自身に合った最適な病院、診療所を検索することが可能
- 検索結果の病院、診療所について、診察時間(営業時間)やアクセスマップを確認できるとともに、診察の空き状況も確認でき、空いている時間帯であれば診察の予約を行うことが可能
- 予約の際には、自身の病状・健康状態などの情報(問診票に記入する情報など)を送ることもでき、当日の診察をスムーズに行うことが可能

◆教育・就労に関するサービスについておうかがいします。

問11～問13は、「教育・就労に関するサービス【1】」の説明文をご覧になりながらお答え下さい。  
※こちらの【サービス概要】をクリックして、説明文をご覧ください。

問11 全体ベース N=1094

「教え合い、学び合う、相互教育サービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

【あなたの立場(自身の利用、家族や身の回りの知人の利用などを含む)】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 利用したい	7.2	利用計 57.0
<input type="radio"/> 機会があれば利用したい	49.8	
<input type="radio"/> あまり利用したくない	31.1	
<input type="radio"/> 利用したくない	11.9	

問12 全体ベース N=1094

「教え合い、学び合う、相互教育サービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

自身の立場に限定せず、【社会(世の中)にとっての重要性の観点】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 意義のあるサービスである	16.3	意義計 69.7
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のあるサービスである	53.5	
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のないサービスである	23.4	
<input type="radio"/> 意義のないサービスである	6.9	

問13 全体ベース N=1094

以下には、「教え合い、学び合う、相互教育サービス」の利用に対する意見が挙げられています。それぞれについて、あなたのお考えに当てはまるものをお答え下さい。(それぞれひとつだけ)【必須】

	そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
生徒の学習意欲が高まる	12.5	48.2	30.6	8.7
生徒の自主学習の機会が増える	14.4	47.4	29.8	8.4
生徒の授業に対する関心度・理解度が向上する	13.3	46.0	33.0	7.8
生徒の学校に対する満足度が向上する	9.5	40.7	38.5	11.3
教師の校務の負担(授業準備など)が軽減される	12.4	46.0	32.8	8.8
教師の授業の質が向上する	6.9	36.0	40.9	16.3
学校関連の悩み(進路、人間関係など)の解消に役立つ	8.4	36.7	40.6	14.4
学校で教えること以外の教育の機会が増える	14.2	51.1	25.6	9.1

問14～問16は、「教育・就労に関するサービス【2】」の説明文をご覧になりながらお答え下さい。  
 ※こちらの【サービス概要】をクリックして、説明文をご覧ください。

問14 全体ベース N=1094

「オンライン教育ポータルサービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

【あなたの立場(自身の利用、家族や身の回りの知人の利用などを含む)】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 利用したい	11.7	利用計 64.0
<input type="radio"/> 機会があれば利用したい	52.3	
<input type="radio"/> あまり利用したくない	27.2	
<input type="radio"/> 利用したくない	8.8	

問15 全体ベース N=1094

「オンライン教育ポータルサービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

自身の立場に限定せず、【社会(世の中)にとっての重要性の観点】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 意義のあるサービスである	20.8	意義計 77.8
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のあるサービスである	56.9	
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のないサービスである	17.0	
<input type="radio"/> 意義のないサービスである	5.2	

問16 全体ベース N=1094

以下には、「オンライン教育ポータルサービス」の利用に対する意見が挙げられています。  
 それぞれについて、あなたのお考えに当てはまるものをお答え下さい。(それぞれひとつだけ)【必須】

	そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
学習の意欲が高まる	20.3	50.1	22.4	7.2
学習の機会(講義の受講、講演会への参加など)が増える	25.5	50.2	17.9	6.4
自分の関心・生活スタイルに合った学習ができる	24.9	53.2	15.6	6.3
単位や学位などの履修証明を得やすくなる	18.1	47.3	27.4	7.2
通学・受講に係わる手間・時間が軽減する	20.9	52.0	20.4	6.7
通学・受講に係わる費用が軽減する	15.0	46.5	30.4	8.0

問17～問19は、「教育・就労に関するサービス[3]」の説明文をご覧になりながらお答え下さい。  
 ※こちらの【サービス概要】をクリックして、説明文をご覧ください。

問17 全体ベース N=1094

「教育・資格に基づいた就業支援サービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

【あなたの立場(自身の利用、家族や身の回りの知人の利用などを含む)】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 利用したい	11.5	利用計 63.8
<input type="radio"/> 機会があれば利用したい	52.3	
<input type="radio"/> あまり利用したくない	27.1	
<input type="radio"/> 利用したくない	9.1	

問18 全体ベース N=1094

「教育・資格に基づいた就業支援サービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

自身の立場に限定せず、【社会(世の中)にとっての重要性の観点】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 意義のあるサービスである	22.5	意義計 76.6
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のあるサービスである	54.1	
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のないサービスである	18.3	
<input type="radio"/> 意義のないサービスである	5.1	

問19 全体ベース N=1094

以下には、「教育・資格に基づいた就業支援サービス」の利用に対する意見が挙げられています。それぞれについて、あなたのお考えに当てはまるものをお答え下さい。(それぞれひとつだけ)【必須】

	そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
自分の関心・適性に合った職業に就ける	19.3	48.5	24.8	7.4
就いた職業に対する満足度・定着率が向上する	13.6	46.1	31.6	8.7
自分の目標に合った学習・キャリアプランを立てられる	19.2	53.2	21.6	6.0
学習・資格取得(受験)の意欲が高まる	19.7	49.7	24.0	6.6
就職・転職活動に係わる手間・時間が軽減する	16.5	49.0	27.2	7.3
就職・転職活動に係わる費用が軽減する	13.9	44.2	32.8	9.0
職業に就くまでにかかる期間が短縮する	13.0	43.7	33.2	10.1

問20

これまでお答えいただいた「教育・就労に関するサービス(【1】～【3】)」について、「A. サービスへの期待・要望」、「B. サービスへの不満・不安」があれば、ご自由にお書き下さい。

それぞれのサービスの説明は、以下からご覧いただけます。

**【サービス概要一覧】**

「サービス【1】:教え合い、学び合う、相互教育サービス」  
「サービス【2】:オンライン教育ポータルサービス」  
「サービス【3】:教育・資格に基づいた就業支援サービス」

**A. サービスへの期待・要望**

サービス【1】:教え合い、学び合う、相互教育サービス

サービス【2】:オンライン教育ポータルサービス

サービス【3】:教育・資格に基づいた就業支援サービス

**B. サービスへの不満・不安**

サービス【1】:教え合い、学び合う、相互教育サービス

サービス【2】:オンライン教育ポータルサービス

サービス【3】:教育・資格に基づいた就業支援サービス

## 教育・就労に関するサービス【1】

### ● 教え合い、学び合う、相互教育サービス

- 義務教育課程を中心に、教科書・授業教材(理科の実験映像など)をデジタル化し、このサービスのサイトを通じて、各学校に配信することで、生徒は自由に使うことが可能  
(デジタル化されているため、文字を追うだけでなく、音声・映像などを活用した学習が可能)
- 教科書・授業教材を配信するだけでなく、このサイトの中でコミュニケーションを行うこともでき、生徒と教師との相談、保護者と教師との相談、生徒間の教え合い、学び合いの場として活用することが可能
- 学校関係者だけでなく、一般市民や専門家もコミュニケーションに参加でき、生徒に対する学習補助(生徒からの学習質問に対する回答など)を行うことが可能
- また、企業が社会貢献などの目的で、生徒の職業体験・社会見学の場としてオフィスや工場などを開放する際に、案内窓口・募集窓口として、このサイトを活用することも可能

## 教育・就労に関するサービス【2】

### ● オンライン教育ポータルサービス

- 国内の大学・大学院・専門学校を中心に、開講しているオンライン講義の情報や、一般市民を対象にした講演会・イベントなどの情報を一覧することが可能  
(講義には、オンライン専用の講義の他に、通常の講義の様子を動画で紹介するものも含まれる)
- 数ある講義や講演会の中から、学びたい分野、受講方法(オンラインのみで完結、オンラインと通学との併用など)、受講費用、受講期間・時期など、自身に合った最適な情報を検索することが可能
- このサービスのサイトを通じて、受講の申し込みや、(有料の場合には)受講費用の支払い、(オンライン講義の場合には)実際の受講ができ、その結果に応じて単位や学位などを取得することが可能  
(このサービスに参画している一部の大学・大学院・専門学校の間では、単位の互換が可能)
- 講演会・イベントなどの情報は、事前に自身が興味のある分野や大学・大学院・専門学校などを登録しておけば、開催案内を自動的に受け取ることが可能

## 教育・就労に関するサービス【3】

### ● 教育・資格に基づいた就業支援サービス

- 自身の学習歴や取得資格、職務経歴、目標・希望とする職業・キャリアプランなどの情報について、このサービスのサイト(マイページ)に登録することが可能  
(学習歴や取得資格は、大学・資格認定機関などによって証明され、サイトに登録することが可能)
- 登録している情報に基づき、サイト上で専門家(キャリア・コンサルタントなど)から就業に関するアドバイス(自身の経歴や目標に合った職業の紹介など)を受けることが可能
- また、登録している情報をハローワークやジョブカフェ、企業などに開示することで、ハローワーク職員との相談が効率化・充実したり、企業からの採用スカウトを受けることが可能  
(どこから、どこまでの登録情報を開示するのかは、自身でコントロールすることが可能)
- 自身が目標とする職業に応じて、その職業に必要な学習歴や取得資格などの情報を探すことができ、一部は、サイト上で学習サービス(eラーニング)を受けたり、資格試験を受験することが可能  
(有料サービスを受けたり、資格試験を受験する際には、このサイトを通じて料金を支払うことが可能)



◆暮らし・生活に関するサービスについておうかがいします。

問21～問23は、「暮らし・生活に関するサービス【1】」の説明文をご覧になりながらお答え下さい。  
※こちらの【サービス概要】をクリックして、説明文をご覧ください。

問21 全体ベース N=1094

「引越手続のワンストップサービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

【あなたの立場(自身の利用、家族や身の回りの知人の利用などを含む)】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 利用したい	27.1	利用計 77.8
<input type="radio"/> 機会があれば利用したい	50.7	
<input type="radio"/> あまり利用したくない	16.4	
<input type="radio"/> 利用したくない	5.9	

問22 全体ベース N=1094

「引越手続のワンストップサービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

自身の立場に限定せず、【社会(世の中)にとっての重要性の観点】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 意義のあるサービスである	38.5	意義計 85.1
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のあるサービスである	46.6	
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のないサービスである	10.3	
<input type="radio"/> 意義のないサービスである	4.6	

問23 全体ベース N=1094

以下には、「引越手続のワンストップサービス」の利用に対する意見が挙げられています。それぞれについて、あなたのお考えに当てはまるものをお答え下さい。(それぞれひとつだけ)【必須】

	そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
届出の提出に係わる時間・手間が軽減される	52.5	37.2	7.5	2.8
届出の提出に係わる費用(発行料・送付料など)が軽減される	38.7	39.8	17.2	4.4
届出の漏れ(提出し忘れ)がなくなる	43.2	40.8	12.3	3.7
連絡に係わる時間・手間が軽減される	46.3	39.7	11.0	3.1
連絡に係わる費用(連絡料・送付料など)が軽減される	37.4	41.0	17.5	4.1
連絡の漏れ(連絡し忘れ)がなくなる	39.8	42.7	13.5	4.0
ライフライン(電気・ガス・水道など)が途切れずにスムーズに引越できる	43.1	42.0	11.6	3.3

問24～問26は、「暮らし・生活に関するサービス【2】」の説明文をご覧になりながらお答え下さい。  
 ※こちらの【サービス概要】をクリックして、説明文をご覧ください。

問24 全体ベース N=1094

「税申告の作成支援サービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

【あなたの立場(自身の利用、家族や身の回りの知人の利用などを含む)】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

- |                                   |      |             |
|-----------------------------------|------|-------------|
| <input type="radio"/> 利用したい       | 17.0 | 利用計<br>75.7 |
| <input type="radio"/> 機会があれば利用したい | 58.7 |             |
| <input type="radio"/> あまり利用したくない  | 17.6 |             |
| <input type="radio"/> 利用したくない     | 6.7  |             |

問25 全体ベース N=1094

「税申告の作成支援サービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

自身の立場に限定せず、【社会(世の中)にとっての重要性の観点】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

- |  |      |             |
|--|------|-------------|
| <input type="radio"/> 意義のあるサービスである         | 28.4 | 意義計<br>83.3 |
| <input type="radio"/> どちらかといえば意義のあるサービスである | 54.8 |             |
| <input type="radio"/> どちらかといえば意義のないサービスである | 12.9 |             |
| <input type="radio"/> 意義のないサービスである         | 3.8  |             |

問26 全体ベース N=1094

以下には、「税申告の作成支援サービス」の利用に対する意見が挙げられています。それぞれについて、あなたのお考えに当てはまるものをお答え下さい。(それぞれひとつだけ)【必須】

	そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
申告書の作成に係わる時間・手間が軽減される	40.0	46.5	9.8	3.7
申告書の提出・届出に係わる時間・手間が軽減される	38.8	45.7	11.3	4.2
申告における控除申告漏れ(控除申告し忘れ)がなくなる	34.1	46.2	14.8	4.9
申告における支出証明書類の紛失(領収書の紛失)がなくなる	31.9	49.3	14.1	4.8
家計管理に係わる時間・手間が軽減される	28.0	45.7	20.0	6.3

問27～問29は、「暮らし・生活に関するサービス【3】」の説明文をご覧になりながらお答え下さい。  
 ※こちらの【サービス概要】をクリックして、説明文をご覧ください。

問27 全体ベース N=1094

「粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

【あなたの立場(自身の利用、家族や身の回りの知人の利用などを含む)】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 利用したい	23.6	利用計 82.2
<input type="radio"/> 機会があれば利用したい	58.6	
<input type="radio"/> あまり利用したくない	13.6	
<input type="radio"/> 利用したくない	4.2	

問28 全体ベース N=1094

「粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス」をご覧になって、どのように思いましたか。【必須】

自身の立場に限定せず、【社会(世の中)にとっての重要性の観点】から、お考えに当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)

<input type="radio"/> 意義のあるサービスである	35.5	意義計 86.3
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のあるサービスである	50.8	
<input type="radio"/> どちらかといえば意義のないサービスである	9.6	
<input type="radio"/> 意義のないサービスである	4.1	

問29 全体ベース N=1094

以下には、「粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス」の利用に対する意見が挙げられています。それぞれについて、あなたのお考えに当てはまるものをお答え下さい。(それぞれひとつだけ)【必須】

	そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらかといえば そう思わない	そう思わない
環境配慮の意識が高まる	28.8	42.1	22.6	6.5
ゴミ処理に係わる時間・手間が軽減される	34.6	45.2	15.0	5.2
ゴミ処理に係わる費用(引き取り料など)が軽減される	28.7	43.8	20.9	6.6
適切な方法・タイミングでゴミ処理ができる	31.3	48.9	14.0	5.9
リサイクルによってゴミの総量が減る	28.5	46.2	18.6	6.7
欲しいものを安く(無料で)手に入れることができる	26.4	49.1	19.1	5.4

問30

これまでお答えいただいた「暮らし・生活に関するサービス（【1】～【3】）」について、「A. サービスへの期待・要望」、「B. サービスへの不満・不安」があれば、ご自由にお書き下さい。

それぞれのサービスの説明は、以下からご覧いただけます。

**【サービス概要一覧】**

「サービス【1】:引越手順のワンストップサービス」

「サービス【2】:税申告の作成支援サービス」

「サービス【3】:粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス」

**A. サービスへの期待・要望**

サービス【1】:引越手順のワンストップサービス

サービス【2】:税申告の作成支援サービス

サービス【3】:粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス

**B. サービスへの不満・不安**

サービス【1】:引越手順のワンストップサービス

サービス【2】:税申告の作成支援サービス

サービス【3】:粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス

## 暮らし・生活に関するサービス【1】

### ● 引越手続きのワンストップサービス

- 引越しの際、各機関に提出する届出、各機関に連絡する情報などを、一括で手続きすることが可能  
【機関の例】
  - ・ 転出元・転入先の市区町村、学校、電気・ガス・水道・電話・新聞・クレジットカードなどの事業者【提出する届出、連絡する情報の例】
  - ・ 引越し自体の届出（転出・転入証明書、住民票の写しなど）
  - ・ 引越しに関連する届出（児童関連：転校手続、乳幼児医療制度手続、児童扶養手当手続など、社会保障関連：国民健康保険手続、後期高齢者医療制度手続など）
  - ・ 各種の連絡情報（住所、電話番号、引越日など）
- 提出する届出に関しては、機関間（主に市区町村などの行政機関間）で届出を共有することにより、同じ届出を複数の機関に提出することの回避などが可能
- 連絡する情報に関しては、事前にこのサービスのサイトに連絡対象となる機関を登録しておき、引越の際に一括して連絡したり、引越日に合わせた電気の使用停止・使用開始などが可能

## 暮らし・生活に関するサービス【2】

### ● 税申告の作成支援サービス

- 医療費控除、保険料控除、住宅ローン控除など、確定申告での控除対象となる消費支出について、支出証明となる領収書が電子化され、このサービスのサイト（マイページ）で保管することが可能（病院などの支出先機関が領収書を電子化し、消費者に提供する）
- 確定申告を行う際には、保管されている電子領収書の中から自動的に控除対象となる消費支出を抽出し、控除額の計算、支出証明書類の添付などが行われ、簡単に確定申告書を作成することが可能
- 作成した確定申告書は電子的に保存され、このサービスを通じて税務署などに届け出ることが可能
- 確定申告書の他に、家計簿などと連動し、保管されている電子領収書を利用して、日々の消費支出の管理・確認（家計簿の自動作成）に役立てることも可能

## 暮らし・生活に関するサービス【3】

### ● 粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス

- 不用となった家具や家電製品・パソコンなどを引き取ってもらう際に、市区町村やリサイクル事業者、家電メーカー・パソコンメーカー、家電量販店などの引き取り手数料や引き取り条件を、一括して確認することが可能
- 市区町村に粗大ゴミとして引き取ってもらう場合には、このサービスのサイトを通じて引き取り日を予約し、同時に、引き取り手数料を支払うことが可能
- また、このサービスのサイトに不用品を登録することによって、他の人の不用品を閲覧することができ、自分にとって必要なものがあれば、消費者間で引き取ることも可能
- 消費者間で不用品を引き取った場合には、提出主、引き取り主ともに、市区町村から専用のリサイクルポイントが発行され、市区町村への粗大ゴミの引き取り手数料として利用することが可能

◆あなた自身についておうかがいします。

問31 全体ベース N=1094

あなたの【医療・健康に対する考えや立場】について、当てはまるものをお答え下さい。(それぞれひとつだけ)【必須】

	当てはまる	どちらかといえば 当てはまる	どちらかといえば 当てはまらない	当てはまらない
持病・アレルギーを抱えている／病気にかかりやすい	17.2	25.5	29.9	27.4
常的に服用している薬がある	17.9	14.6	22.4	45.1
普段から運動や食事には気を配っている	12.3	42.7	33.7	11.2
健康維持や病気の治療にかかる支出が多い	8.6	20.5	38.7	32.3
時間や機会が合わず病院に行くのを断念することが多い	8.7	32.3	32.6	26.4
自宅や職場・学校の近くに自分に合った病院がない	7.2	27.0	40.2	25.6

問32 全体ベース N=1094

あなたの【最終学歴】について、当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)【必須】

- 大学卒業以上(大学院卒業を含む) 38.9
- 高等専門学校・短期大学卒業 20.5
- 高校卒業 27.9
- 中学卒業 11.5
- その他 1.2

問33 全体ベース N=1094

あなたの【世帯年収】について、当てはまるものをお答え下さい。(ひとつだけ)【必須】

- 100万円未満 8.0
- 100万円以上200万円未満 4.8
- 200万円以上300万円未満 10.8
- 300万円以上400万円未満 11.6
- 400万円以上500万円未満 14.4
- 500万円以上600万円未満 12.2
- 600万円以上700万円未満 9.4
- 700万円以上800万円未満 7.5
- 800万円以上900万円未満 5.3
- 900万円以上1000万円未満 4.6
- 1000万円以上1500万円未満 8.2
- 1500万円以上 3.1

F1 全体ベース N=1094

あなたの性別をお答えください。【必須】

- |                          |      |
|--------------------------|------|
| <input type="radio"/> 男性 | 49.5 |
| <input type="radio"/> 女性 | 50.5 |

F2 全体ベース N=1094

あなたの年代をお答えください。【必須】

- |                             |      |
|-----------------------------|------|
| <input type="radio"/> 10代   | 20.1 |
| <input type="radio"/> 20代   | 19.8 |
| <input type="radio"/> 30代   | 20.3 |
| <input type="radio"/> 40代   | 19.9 |
| <input type="radio"/> 50代以上 | 19.8 |

### 5.3 人口補正データ（利用意向・社会意義）

#### 性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…医療・健康サービス【1】

##### 医療・健康に関するサービス【1】

###### ● 健康状態に合わせた最適健康管理サービス

- 自身の年齢や身長・体重などの属性情報、既往歴や持病・服用している薬などの健康情報、日々の運動量や摂取カロリー量などについて、このサービスのサイト(マイページ)で管理することが可能(全ての情報を入力する必要はなく、自身が把握している範囲の情報、管理したい情報を入力する)
- 管理している情報によって、日々の健康状態を記録として残すことができるだけでなく、自身が必要と思ったときには、サービス上で専門家(保健師、管理栄養士など)に情報を開示することが可能
- 開示した情報に応じて、専門家から自身の健康状態に合った最適なアドバイス(適切な運動量、食事のバランスなど)を受けたり、最寄りの市区町村で実施している検診の案内を受け取ることができ、病気の発症・悪化の予防(がんの予防、生活習慣病の予防など)に役立つ

#### ① 利用意向

上段:N数 下段:N%	標本データ					利用意向計	人口補正データ					利用意向計
	調査数	利用したい	いい機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない		人口数	利用したい	いい機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない	
全体	1,094 100.0	102 9.3	670 61.2	236 21.6	86 7.9	70.6	82,301 100.0	7,845 9.5	49,714 60.4	18,149 22.1	6,599 8.0	69.9
男性10代	108 100.0	6 5.6	71 65.7	21 19.4	10 9.3	71.3	3,151 100.0	176 5.6	2,070 65.7	611 19.4	293 9.3	
男性20代	107 100.0	11 10.3	59 55.1	24 22.4	13 12.1	65.4	7,541 100.0	777 10.3	4,155 55.1	1,689 22.4	912 12.1	
男性30代	109 100.0	11 10.1	62 56.9	27 24.8	9 8.3	67.0	9,425 100.0	952 10.1	5,363 56.9	2,337 24.8	782 8.3	
男性40代	109 100.0	11 10.1	70 64.2	23 21.1	5 4.6	74.3	8,143 100.0	822 10.1	5,228 64.2	1,718 21.1	375 4.6	
男性50代以上	108 100.0	12 11.1	59 54.6	22 20.4	15 13.9	65.7	13,146 100.0	1,459 11.1	7,178 54.6	2,682 20.4	1,827 13.9	
女性10代	112 100.0	9 8.0	71 63.4	23 20.5	9 8.0	71.4	3,003 100.0	240 8.0	1,904 63.4	616 20.5	240 8.0	
女性20代	110 100.0	17 15.5	67 60.9	19 17.3	7 6.4	76.4	7,194 100.0	1,115 15.5	4,381 60.9	1,245 17.3	460 6.4	
女性30代	113 100.0	8 7.1	76 67.3	24 21.2	5 4.4	74.3	9,180 100.0	652 7.1	6,178 67.3	1,946 21.2	404 4.4	
女性40代	109 100.0	9 8.3	69 63.3	25 22.9	6 5.5	71.6	8,046 100.0	668 8.3	5,093 63.3	1,843 22.9	443 5.5	
女性50代以上	109 100.0	8 7.3	66 60.6	28 25.7	7 6.4	67.9	13,472 100.0	983 7.3	8,164 60.6	3,462 25.7	862 6.4	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。



性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…医療・健康サービス【1】

②社会意義

上段:N数 下段:N%	標本データ					社会意義計	人口補正データ					社会意義計
	調査数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで		人口数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで	
全体	1,094 100.0	269 24.6	680 62.2	112 10.2	33 3.0	86.7	82,301	20,505 24.9	50,144 60.9	8,906 10.8	2,737 3.3	85.8
男性10代	108 100.0	25 23.1	76 70.4	6 5.6	1 0.9	93.5	3,151	728 23.1	2,218 70.4	176 5.6	28 0.9	
男性20代	107 100.0	21 19.6	62 57.9	18 16.8	6 5.6	77.6	7,541	1,478 19.6	4,366 57.9	1,267 16.8	422 5.6	
男性30代	109 100.0	25 22.9	67 61.5	13 11.9	4 3.7	84.4	9,425	2,158 22.9	5,796 61.5	1,122 11.9	349 3.7	
男性40代	109 100.0	26 23.9	67 61.5	12 11.0	4 3.7	85.3	8,143	1,946 23.9	5,008 61.5	896 11.0	301 3.7	
男性50代以上	108 100.0	24 22.2	62 57.4	15 13.9	7 6.5	79.6	13,146	2,918 22.2	7,546 57.4	1,827 13.9	854 6.5	
女性10代	112 100.0	25 22.3	73 65.2	11 9.8	3 2.7	87.5	3,003	670 22.3	1,958 65.2	294 9.8	81 2.7	
女性20代	110 100.0	37 33.6	61 55.5	11 10.0	1 0.9	89.1	7,194	2,417 33.6	3,993 55.5	719 10.0	65 0.9	
女性30代	113 100.0	26 23.0	77 68.1	6 5.3	4 3.5	91.2	9,180	2,111 23.0	6,252 68.1	487 5.3	321 3.5	
女性40代	109 100.0	27 24.8	74 67.9	7 6.4	1 0.9	92.7	8,046	1,995 24.8	5,463 67.9	515 6.4	72 0.9	
女性50代以上	109 100.0	33 30.3	61 56.0	13 11.9	2 1.8	86.2	13,472	4,082 30.3	7,544 56.0	1,603 11.9	242 1.8	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…医療・健康サービス【2】

医療・健康に関するサービス【2】

● 病状に合わせた最適医療サービス

- 自身の診察情報(カルテ情報、処方箋情報など)や属性・健康情報(身長、体重、既往歴、服用している薬、最近の健康状態など)について、このサービスのサイト(マイページ)に登録することが可能(診察や健康診断を受けた場合、本人の希望に応じて、その結果をサイトに登録することが可能)
- 登録している情報を、次回の診察や健康診断の際に、病院、診療所、調剤薬局などに開示することができ、自身の病状に合った最適な診察や健康診断を受けることが可能(どこから、どこまでの情報を開示するのかは、自身でコントロールすることが可能)
- また、情報を開示することで、複数の病院で同じ診察を受けることの回避(重複診察の回避)や、近隣の診療所での診察結果を受けて総合病院で引き継ぎ診察を受けるといった使い方、遠くの病院で診察を受けて近隣の調剤薬局で薬を受け取るといった使い方も可能

① 利用意向

上段:N数 下段:N%	標本データ					利用意向計	人口補正データ					利用意向計
	調査数	利用したい	い機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない		人口数	利用したい	い機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない	
全体	1,094 100.0	129 11.8	708 64.7	191 17.5	66 6.0	76.5	82,301 11.5	9,478 11.5	52,898 64.3	14,593 17.7	5,335 6.5	75.8
男性10代	108 100.0	13 12.0	68 63.0	23 21.3	4 3.7	75.0	3,151 12.0	378 12.0	1,985 63.0	671 21.3	117 3.7	
男性20代	107 100.0	9 8.4	63 58.9	22 20.6	13 12.1	67.3	7,541 8.4	633 8.4	4,442 58.9	1,553 20.6	912 12.1	
男性30代	109 100.0	12 11.0	62 56.9	28 25.7	7 6.4	67.9	9,425 11.0	1,037 11.0	5,363 56.9	2,422 25.7	603 6.4	
男性40代	109 100.0	13 11.9	77 70.6	14 12.8	5 4.6	82.6	8,143 11.9	969 11.9	5,749 70.6	1,042 12.8	375 4.6	
男性50代以上	108 100.0	12 11.1	66 61.1	19 17.6	11 10.2	72.2	13,146 11.1	1,459 11.1	8,032 61.1	2,314 17.6	1,341 10.2	
女性10代	112 100.0	15 13.4	77 68.8	17 15.2	3 2.7	82.1	3,003 13.4	402 13.4	2,066 68.8	456 15.2	81 2.7	
女性20代	110 100.0	20 18.2	73 66.4	11 10.0	6 5.5	84.5	7,194 18.2	1,309 18.2	4,777 66.4	719 10.0	396 5.5	
女性30代	113 100.0	15 13.3	76 67.3	15 13.3	7 6.2	80.5	9,180 13.3	1,221 13.3	6,178 67.3	1,221 13.3	569 6.2	
女性40代	109 100.0	8 7.3	75 68.8	20 18.3	6 5.5	76.1	8,046 7.3	587 7.3	5,536 68.8	1,472 18.3	443 5.5	
女性50代以上	109 100.0	12 11.0	71 65.1	22 20.2	4 3.7	76.1	13,472 11.0	1,482 11.0	8,770 65.1	2,721 20.2	498 3.7	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…医療・健康サービス【2】

②社会意義

上段:N数 下段:N%	標本データ					社会意義計	人口補正データ					社会意義計
	調査数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで		人口数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで	
全体	1,094 100.0	301 27.5	656 60.0	99 9.0	38 3.5	87.5	82,301	22,854 27.8	49,069 59.6	7,369 9.0	3,016 3.7	87.4
男性10代	108 100.0	31 28.7	63 58.3	14 13.0	0 0.0	87.0	3,151	904 28.7	1,837 58.3	410 13.0	0 0.0	
男性20代	107 100.0	26 24.3	57 53.3	15 14.0	9 8.4	77.6	7,541	1,832 24.3	4,019 53.3	1,056 14.0	633 8.4	
男性30代	109 100.0	25 22.9	66 60.6	16 14.7	2 1.8	83.5	9,425	2,158 22.9	5,712 60.6	1,385 14.7	170 1.8	
男性40代	109 100.0	28 25.7	67 61.5	11 10.1	3 2.8	87.2	8,143	2,093 25.7	5,008 61.5	822 10.1	228 2.8	
男性50代以上	108 100.0	29 26.9	61 56.5	11 10.2	7 6.5	83.3	13,146	3,536 26.9	7,427 56.5	1,341 10.2	854 6.5	
女性10代	112 100.0	27 24.1	72 64.3	8 7.1	5 4.5	88.4	3,003	724 24.1	1,931 64.3	213 7.1	135 4.5	
女性20代	110 100.0	41 37.3	60 54.5	6 5.5	3 2.7	91.8	7,194	2,683 37.3	3,921 54.5	396 5.5	194 2.7	
女性30代	113 100.0	26 23.0	78 69.0	3 2.7	6 5.3	92.0	9,180	2,111 23.0	6,334 69.0	248 2.7	487 5.3	
女性40代	109 100.0	32 29.4	69 63.3	7 6.4	1 0.9	92.7	8,046	2,366 29.4	5,093 63.3	515 6.4	72 0.9	
女性50代以上	109 100.0	36 33.0	63 57.8	8 7.3	2 1.8	90.8	13,472	4,446 33.0	7,787 57.8	983 7.3	242 1.8	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ・・・医療・健康サービス【3】

医療・健康に関するサービス【3】

● 診察の事前予約サービス

- 自身の住んでいる地域別、自身の病状・健康状態別など、特定の条件に合わせて、全国から自身に合った最適な病院、診療所を検索することが可能
- 検索結果の病院、診療所について、診察時間（営業時間）やアクセスマップを確認できるとともに、診察の空き状況も確認でき、空いている時間帯であれば診察の予約を行うことが可能
- 予約の際には、自身の病状・健康状態などの情報（問診票に記入する情報など）を送ることもでき、当日の診察をスムーズに行うことが可能

① 利用意向

上段:N数 下段:N%	標本データ					利用意向計	人口補正データ					利用意向計
	調査数	利用したい	い機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない		人口数	利用したい	い機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない	
全体	1,094 100.0	234 21.4	662 60.5	149 13.6	49 4.5	81.9	82,301 16,813	20.4	50,617 61.5	10,991 13.4	3,841 4.7	81.9
男性10代	108 100.0	30 27.8	52 48.1	22 20.4	4 3.7	75.9	3,151 27.8	876 27.8	1,516 48.1	643 20.4	117 3.7	
男性20代	107 100.0	21 19.6	58 54.2	16 15.0	12 11.2	73.8	7,541 19.6	1,478 19.6	4,087 54.2	1,131 15.0	845 11.2	
男性30代	109 100.0	20 18.3	64 58.7	18 16.5	7 6.4	77.1	9,425 18.3	1,725 18.3	5,532 58.7	1,555 16.5	603 6.4	
男性40代	109 100.0	15 13.8	78 71.6	11 10.1	5 4.6	85.3	8,143 13.8	1,124 13.8	5,830 71.6	822 10.1	375 4.6	
男性50代以上	108 100.0	13 12.0	71 65.7	16 14.8	8 7.4	77.8	13,146 12.0	1,578 12.0	8,637 65.7	1,946 14.8	973 7.4	
女性10代	112 100.0	23 20.5	71 63.4	15 13.4	3 2.7	83.9	3,003 20.5	616 20.5	1,904 63.4	402 13.4	81 2.7	
女性20代	110 100.0	37 33.6	59 53.6	12 10.9	2 1.8	87.3	7,194 33.6	2,417 33.6	3,856 53.6	784 10.9	129 1.8	
女性30代	113 100.0	31 27.4	66 58.4	11 9.7	5 4.4	85.8	9,180 27.4	2,515 27.4	5,361 58.4	890 9.7	404 4.4	
女性40代	109 100.0	19 17.4	76 69.7	13 11.9	1 0.9	87.2	8,046 17.4	1,400 17.4	5,608 69.7	957 11.9	72 0.9	
女性50代以上	109 100.0	25 22.9	67 61.5	15 13.8	2 1.8	84.4	13,472 22.9	3,085 22.9	8,285 61.5	1,859 13.8	242 1.8	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…医療・健康サービス【3】

②社会意義

上段:N数 下段:N%	標本データ					社会意義計	人口補正データ					社会意義計
	調査数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで		人口数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで	
全体	1,094 100.0	409 37.4	562 51.4	87 8.0	36 3.3	88.8	82,301	30,630 37.2	42,508 51.6	6,409 7.8	2,776 3.4	88.9
男性10代	108 100.0	43 39.8	53 49.1	11 10.2	1 0.9	88.9	3,151	1,254 39.8	1,547 49.1	321 10.2	28 0.9	
男性20代	107 100.0	32 29.9	54 50.5	14 13.1	7 6.5	80.4	7,541	2,255 29.9	3,808 50.5	988 13.1	490 6.5	
男性30代	109 100.0	34 31.2	57 52.3	13 11.9	5 4.6	83.5	9,425	2,941 31.2	4,929 52.3	1,122 11.9	434 4.6	
男性40代	109 100.0	33 30.3	63 57.8	10 9.2	3 2.8	88.1	8,143	2,467 30.3	4,707 57.8	749 9.2	228 2.8	
男性50代以上	108 100.0	33 30.6	58 53.7	10 9.3	7 6.5	84.3	13,146	4,023 30.6	7,059 53.7	1,223 9.3	854 6.5	
女性10代	112 100.0	39 34.8	59 52.7	9 8.0	5 4.5	87.5	3,003	1,045 34.8	1,583 52.7	240 8.0	135 4.5	
女性20代	110 100.0	58 52.7	44 40.0	6 5.5	2 1.8	92.7	7,194	3,791 52.7	2,878 40.0	396 5.5	129 1.8	
女性30代	113 100.0	48 42.5	55 48.7	5 4.4	5 4.4	91.2	9,180	3,902 42.5	4,471 48.7	404 4.4	404 4.4	
女性40代	109 100.0	41 37.6	64 58.7	3 2.8	1 0.9	96.3	8,046	3,025 37.6	4,723 58.7	225 2.8	72 0.9	
女性50代以上	109 100.0	48 44.0	55 50.5	6 5.5	0 0.0	94.5	13,472	5,928 44.0	6,803 50.5	741 5.5	0 0.0	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ・・・教育・就労サービス【1】

教育・就労に関するサービス【1】

● 教え合い、学び合う、相互教育サービス

- 義務教育課程を中心に、教科書・授業教材(理科の実験映像など)をデジタル化し、このサービスのサイトを通じて、各学校に配信することで、生徒は自由に使うことが可能  
(デジタル化されているため、文字を追うだけでなく、音声・映像などを活用した学習が可能)
- 教科書・授業教材を配信するだけでなく、このサイトの中でコミュニケーションを行うこともでき、生徒と教師との相談、保護者と教師との相談、生徒間の教え合い、学び合いの場として活用することが可能
- 学校関係者だけでなく、一般市民や専門家もコミュニケーションに参加でき、生徒に対する学習補助(生徒からの学習質問に対する回答など)を行うことが可能
- また、企業が社会貢献などの目的で、生徒の職業体験・社会見学の場としてオフィスや工場などを開放する際に、案内窓口・募集窓口として、このサイトを活用することも可能

① 利用意向

上段:N数 下段:N%	標本データ					利用意向計	人口補正データ					利用意向計
	調査数	利用したい	いい機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない		人口数	利用したい	いい機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない	
全体	1,094 100.0	79 7.2	545 49.8	340 31.1	130 11.9	57.0	82,301 100.0	4,677 5.7	40,227 48.9	26,855 32.6	10,543 12.8	54.6
男性10代	108 100.0	16 14.8	61 56.5	24 22.2	7 6.5	71.3	3,151 100.0	466 14.8	1,780 56.5	700 22.2	205 6.5	
男性20代	107 100.0	7 6.5	51 47.7	31 29.0	18 16.8	54.2	7,541 100.0	490 6.5	3,597 47.7	2,187 29.0	1,267 16.8	
男性30代	109 100.0	3 2.8	53 48.6	39 35.8	14 12.8	51.4	9,425 100.0	264 2.8	4,581 48.6	3,374 35.8	1,206 12.8	
男性40代	109 100.0	8 7.3	58 53.2	28 25.7	15 13.8	60.6	8,143 100.0	594 7.3	4,332 53.2	2,093 25.7	1,124 13.8	
男性50代以上	108 100.0	4 3.7	47 43.5	40 37.0	17 15.7	47.2	13,146 100.0	486 3.7	5,719 43.5	4,864 37.0	2,064 15.7	
女性10代	112 100.0	18 16.1	55 49.1	30 26.8	9 8.0	65.2	3,003 100.0	483 16.1	1,474 49.1	805 26.8	240 8.0	
女性20代	110 100.0	10 9.1	53 48.2	36 32.7	11 10.0	57.3	7,194 100.0	655 9.1	3,468 48.2	2,352 32.7	719 10.0	
女性30代	113 100.0	3 2.7	61 54.0	37 32.7	12 10.6	56.6	9,180 100.0	248 2.7	4,957 54.0	3,002 32.7	973 10.6	
女性40代	109 100.0	5 4.6	56 51.4	36 33.0	12 11.0	56.0	8,046 100.0	370 4.6	4,136 51.4	2,655 33.0	885 11.0	
女性50代以上	109 100.0	5 4.6	50 45.9	39 35.8	15 13.8	50.5	13,472 100.0	620 4.6	6,184 45.9	4,823 35.8	1,859 13.8	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…教育・就労サービス【1】

②社会意義

上段:N数 下段:N%	標本データ					社会意義計	人口補正データ					社会意義計
	調査数	ある意義のあるサービスで	どちらかといえは意義のあるサービスである	どちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで		人口数	ある意義のあるサービスで	どちらかといえは意義のあるサービスである	どちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで	
全体	1,094 100.0	178 16.3	585 53.5	256 23.4	75 6.9	69.7	82,301	12,544 15.2	44,144 53.6	19,651 23.9	5,972 7.3	68.9
男性10代	108 100.0	26 24.1	62 57.4	17 15.7	3 2.8	81.5	3,151	759 24.1	1,809 57.4	495 15.7	88 2.8	
男性20代	107 100.0	9 8.4	58 54.2	25 23.4	15 14.0	62.6	7,541	633 8.4	4,087 54.2	1,765 23.4	1,056 14.0	
男性30代	109 100.0	18 16.5	51 46.8	33 30.3	7 6.4	63.3	9,425	1,555 16.5	4,411 46.8	2,856 30.3	603 6.4	
男性40代	109 100.0	13 11.9	60 55.0	23 21.1	13 11.9	67.0	8,143	969 11.9	4,479 55.0	1,718 21.1	969 11.9	
男性50代以上	108 100.0	13 12.0	55 50.9	28 25.9	12 11.1	63.0	13,146	1,578 12.0	6,691 50.9	3,405 25.9	1,459 11.1	
女性10代	112 100.0	26 23.2	53 47.3	27 24.1	6 5.4	70.5	3,003	697 23.2	1,420 47.3	724 24.1	162 5.4	
女性20代	110 100.0	23 20.9	62 56.4	21 19.1	4 3.6	77.3	7,194	1,504 20.9	4,057 56.4	1,374 19.1	259 3.6	
女性30代	113 100.0	14 12.4	63 55.8	28 24.8	8 7.1	68.1	9,180	1,138 12.4	5,122 55.8	2,277 24.8	652 7.1	
女性40代	109 100.0	15 13.8	58 53.2	33 30.3	3 2.8	67.0	8,046	1,110 13.8	4,280 53.2	2,438 30.3	225 2.8	
女性50代以上	109 100.0	21 19.3	63 57.8	21 19.3	4 3.7	77.1	13,472	2,600 19.3	7,787 57.8	2,600 19.3	498 3.7	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ・・・教育・就労サービス【2】

教育・就労に関するサービス【2】

● オンライン教育ポータルサービス

- 国内の大学・大学院・専門学校を中心に、開講しているオンライン講義の情報や、一般市民を対象にした講演会・イベントなどの情報を一覧することが可能  
(講義には、オンライン専用の講義の他に、通常の講義の様子を動画で紹介するものも含まれる)
- 数ある講義や講演会の中から、学びたい分野、受講方法(オンラインのみで完結、オンラインと通学との併用など)、受講費用、受講期間・時期など、自身に合った最適な情報を検索することが可能
- このサービスのサイトを通じて、受講の申し込みや、(有料の場合には)受講費用の支払い、(オンライン講義の場合には)実際の受講ができ、その結果に応じて単位や学位などを取得することが可能  
(このサービスに参画している一部の大学・大学院・専門学校の間では、単位の互換が可能)
- 講演会・イベントなどの情報は、事前に自身が興味のある分野や大学・大学院・専門学校などを登録しておけば、開催案内を自動的に受け取ることが可能

① 利用意向

上段:N数 下段:N%	標本データ					利用意向計	人口補正データ					利用意向計
	調査数	利用したい	い機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない		人口数	利用したい	い機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない	
全体	1,094 100.0	128 11.7	572 52.3	298 27.2	96 8.8	64.0	82,301 100.0	8,621 10.5	43,166 52.4	22,641 27.5	7,862 9.6	62.9
男性10代	108 100.0	21 19.4	51 47.2	30 27.8	6 5.6	66.7	3,151 100.0	611 19.4	1,487 47.2	876 27.8	176 5.6	
男性20代	107 100.0	9 8.4	52 48.6	31 29.0	15 14.0	57.0	7,541 100.0	633 8.4	3,665 48.6	2,187 29.0	1,056 14.0	
男性30代	109 100.0	7 6.4	52 47.7	40 36.7	10 9.2	54.1	9,425 100.0	603 6.4	4,496 47.7	3,459 36.7	867 9.2	
男性40代	109 100.0	14 12.8	56 51.4	27 24.8	12 11.0	64.2	8,143 100.0	1,042 12.8	4,186 51.4	2,019 24.8	896 11.0	
男性50代以上	108 100.0	6 5.6	51 47.2	38 35.2	13 12.0	52.8	13,146 100.0	736 5.6	6,205 47.2	4,627 35.2	1,578 12.0	
女性10代	112 100.0	18 16.1	61 54.5	27 24.1	6 5.4	70.5	3,003 100.0	483 16.1	1,637 54.5	724 24.1	162 5.4	
女性20代	110 100.0	20 18.2	57 51.8	27 24.5	6 5.5	70.0	7,194 100.0	1,309 18.2	3,726 51.8	1,763 24.5	396 5.5	
女性30代	113 100.0	11 9.7	61 54.0	32 28.3	9 8.0	63.7	9,180 100.0	890 9.7	4,957 54.0	2,598 28.3	734 8.0	
女性40代	109 100.0	8 7.3	68 62.4	26 23.9	7 6.4	69.7	8,046 100.0	587 7.3	5,021 62.4	1,923 23.9	515 6.4	
女性50代以上	109 100.0	14 12.8	63 57.8	20 18.3	12 11.0	70.6	13,472 100.0	1,724 12.8	7,787 57.8	2,465 18.3	1,482 11.0	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。



性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…教育・就労サービス【2】

②社会意義

上段:N数 下段:N%	標本データ					社会意義計	人口補正データ					社会意義計
	調査数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで		人口数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで	
全体	1,094 100.0	228 20.8	623 56.9	186 17.0	57 5.2	77.8	82,301	17,496 21.3	46,290 56.2	14,050 17.1	4,440 5.4	77.5
男性10代	108 100.0	27 25.0	58 53.7	20 18.5	3 2.8	78.7	3,151	788 25.0	1,692 53.7	583 18.5	88 2.8	
男性20代	107 100.0	20 18.7	52 48.6	21 19.6	14 13.1	67.3	7,541	1,410 18.7	3,665 48.6	1,478 19.6	988 13.1	
男性30代	109 100.0	15 13.8	62 56.9	24 22.0	8 7.3	70.6	9,425	1,301 13.8	5,363 56.9	2,074 22.0	688 7.3	
男性40代	109 100.0	21 19.3	59 54.1	20 18.3	9 8.3	73.4	8,143	1,572 19.3	4,405 54.1	1,490 18.3	676 8.3	
男性50代以上	108 100.0	21 19.4	59 54.6	23 21.3	5 4.6	74.1	13,146	2,550 19.4	7,178 54.6	2,800 21.3	605 4.6	
女性10代	112 100.0	20 17.9	71 63.4	17 15.2	4 3.6	81.3	3,003	538 17.9	1,904 63.4	456 15.2	108 3.6	
女性20代	110 100.0	25 22.7	69 62.7	15 13.6	1 0.9	85.5	7,194	1,633 22.7	4,511 62.7	978 13.6	65 0.9	
女性30代	113 100.0	25 22.1	66 58.4	14 12.4	8 7.1	80.5	9,180	2,029 22.1	5,361 58.4	1,138 12.4	652 7.1	
女性40代	109 100.0	20 18.3	70 64.2	18 16.5	1 0.9	82.6	8,046	1,472 18.3	5,166 64.2	1,328 16.5	72 0.9	
女性50代以上	109 100.0	34 31.2	57 52.3	14 12.8	4 3.7	83.5	13,472	4,203 31.2	7,046 52.3	1,724 12.8	498 3.7	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ・・・教育・就労サービス【3】

教育・就労に関するサービス【3】

● 教育・資格に基づいた就業支援サービス

- 自身の学習歴や取得資格、職務経歴、目標・希望とする職業・キャリアプランなどの情報について、このサービスのサイト(マイページ)に登録することが可能  
(学習歴や取得資格は、大学・資格認定機関などによって証明され、サイトに登録することが可能)
- 登録している情報に基づき、サイト上で専門家(キャリア・コンサルタントなど)から就業に関するアドバイス(自身の経歴や目標に合った職業の紹介など)を受けることが可能
- また、登録している情報をハローワークやジョブカフェ、企業などに開示することで、ハローワーク職員との相談が効率化・充実化したり、企業からの採用スカウトを受けることが可能  
(どこから、どこまでの登録情報を開示するのかは、自身でコントロールすることが可能)
- 自身が目標とする職業に応じて、その職業に必要な学習歴や取得資格などの情報を探すことができ、一部は、サイト上で学習サービス(eラーニング)を受けたり、資格試験を受験することが可能  
(有料サービスを受けたり、資格試験を受験する際には、このサイトを通じて料金を支払うことが可能)

① 利用意向

上段:N数 下段:N%	標本データ					利用意向計	人口補正データ					利用意向計
	調査数	利用したい	いい機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない		人口数	利用したい	いい機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない	
全体	1,094 100.0	126 11.5	572 52.3	296 27.1	100 9.1	63.8	82,301 9.7	7,988 50.8	41,844 28.8	23,728 28.8	8,749 10.6	60.5
男性10代	108 100.0	24 22.2	53 49.1	25 23.1	6 5.6	71.3	3,151 22.2	700 49.1	1,547 23.1	728 23.1	176 5.6	
男性20代	107 100.0	9 8.4	58 54.2	32 29.9	8 7.5	62.6	7,541 8.4	633 54.2	4,087 29.9	2,255 29.9	566 7.5	
男性30代	109 100.0	10 9.2	51 46.8	37 33.9	11 10.1	56.0	9,425 9.2	867 46.8	4,411 33.9	3,195 33.9	952 10.1	
男性40代	109 100.0	8 7.3	57 52.3	30 27.5	14 12.8	59.6	8,143 7.3	594 52.3	4,259 27.5	2,239 27.5	1,042 12.8	
男性50代以上	108 100.0	4 3.7	43 39.8	43 39.8	18 16.7	43.5	13,146 3.7	486 39.8	5,232 39.8	5,232 39.8	2,195 16.7	
女性10代	112 100.0	21 18.8	66 58.9	21 18.8	4 3.6	77.7	3,003 18.8	565 58.9	1,769 18.8	565 18.8	108 3.6	
女性20代	110 100.0	18 16.4	62 56.4	25 22.7	5 4.5	72.7	7,194 16.4	1,180 56.4	4,057 22.7	1,633 22.7	324 4.5	
女性30代	113 100.0	13 11.5	68 60.2	21 18.6	11 9.7	71.7	9,180 11.5	1,056 60.2	5,526 18.6	1,707 18.6	890 9.7	
女性40代	109 100.0	9 8.3	63 57.8	30 27.5	7 6.4	66.1	8,046 8.3	668 57.8	4,651 27.5	2,213 27.5	515 6.4	
女性50代以上	109 100.0	10 9.2	51 46.8	32 29.4	16 14.7	56.0	13,472 9.2	1,239 46.8	6,305 29.4	3,961 29.4	1,980 14.7	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…教育・就労サービス【3】

②社会意義

上段:N数 下段:N%	標本データ					社会意義計	人口補正データ					社会意義計
	調査数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで		人口数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで	
全体	1,094 100.0	246 22.5	592 54.1	200 18.3	56 5.1	76.6	82,301	17,684 21.5	44,529 54.1	15,765 19.2	4,321 5.3	75.6
男性10代	108 100.0	33 30.6	53 49.1	20 18.5	2 1.9	79.6	3,151	964 30.6	1,547 49.1	583 18.5	60 1.9	
男性20代	107 100.0	14 13.1	63 58.9	19 17.8	11 10.3	72.0	7,541	988 13.1	4,442 58.9	1,342 17.8	777 10.3	
男性30代	109 100.0	13 11.9	64 58.7	23 21.1	9 8.3	70.6	9,425	1,122 11.9	5,532 58.7	1,989 21.1	782 8.3	
男性40代	109 100.0	19 17.4	62 56.9	19 17.4	9 8.3	74.3	8,143	1,417 17.4	4,633 56.9	1,417 17.4	676 8.3	
男性50代以上	108 100.0	16 14.8	55 50.9	31 28.7	6 5.6	65.7	13,146	1,946 14.8	6,691 50.9	3,773 28.7	736 5.6	
女性10代	112 100.0	33 29.5	58 51.8	17 15.2	4 3.6	81.3	3,003	886 29.5	1,556 51.8	456 15.2	108 3.6	
女性20代	110 100.0	31 28.2	58 52.7	18 16.4	3 2.7	80.9	7,194	2,029 28.2	3,791 52.7	1,180 16.4	194 2.7	
女性30代	113 100.0	30 26.5	59 52.2	17 15.0	7 6.2	78.8	9,180	2,433 26.5	4,792 52.2	1,377 15.0	569 6.2	
女性40代	109 100.0	23 21.1	66 60.6	16 14.7	4 3.7	81.7	8,046	1,698 21.1	4,876 60.6	1,183 14.7	298 3.7	
女性50代以上	109 100.0	34 31.2	54 49.5	20 18.3	1 0.9	80.7	13,472	4,203 31.2	6,669 49.5	2,465 18.3	121 0.9	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…暮らし・生活サービス【1】

暮らし・生活に関するサービス【1】

● 引越手続のワンストップサービス

- 引越しの際、各機関に提出する届出、各機関に連絡する情報などを、一括で手続きすることが可能  
**【機関の例】**
  - ・ 転出元・転入先の市区町村、学校、電気・ガス・水道・電話・新聞・クレジットカードなどの事業者**【提出する届出、連絡する情報の例】**
  - ・ 引越し自体の届出（転出・転入証明書、住民票の写しなど）
  - ・ 引越しに関連する届出（児童関連：転校手続、乳幼児医療制度手続、児童扶養手当手続など、社会保障関連：国民健康保険手続、後期高齢者医療制度手続など）
  - ・ 各種の連絡情報（住所、電話番号、引越日など）
- 提出する届出に関しては、機関間（主に市区町村などの行政機関間）で届出を共有することにより、同じ届出を複数の機関に提出することの回避などが可能
- 連絡する情報に関しては、事前にこのサービスのサイトに連絡対象となる機関を登録しておき、引越しの際に一括して連絡したり、引越日に合わせた電気の使用停止・使用開始などが可能

① 利用意向

上段：N数 下段：N%	標本データ					利用意向計	人口補正データ					利用意向計
	調査数	利用したい	いい機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない		人口数	利用したい	いい機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない	
全体	1,094 100.0	296 27.1	555 50.7	179 16.4	64 5.9	77.8	82,301	21,752 26.4	41,789 50.8	13,384 16.3	5,372 6.5	77.2
男性10代	108 100.0	26 24.1	58 53.7	20 18.5	4 3.7	77.8	3,151	759 24.1	1,692 53.7	583 18.5	117 3.7	
男性20代	107 100.0	35 32.7	43 40.2	20 18.7	9 8.4	72.9	7,541	2,466 32.7	3,031 40.2	1,410 18.7	633 8.4	
男性30代	109 100.0	25 22.9	51 46.8	27 24.8	6 5.5	69.7	9,425	2,158 22.9	4,411 46.8	2,337 24.8	518 5.5	
男性40代	109 100.0	32 29.4	51 46.8	19 17.4	7 6.4	76.1	8,143	2,394 29.4	3,811 46.8	1,417 17.4	521 6.4	
男性50代以上	108 100.0	14 13.0	62 57.4	19 17.6	13 12.0	70.4	13,146	1,709 13.0	7,546 57.4	2,314 17.6	1,578 12.0	
女性10代	112 100.0	26 23.2	63 56.3	20 17.9	3 2.7	79.5	3,003	697 23.2	1,691 56.3	538 17.9	81 2.7	
女性20代	110 100.0	47 42.7	49 44.5	13 11.8	1 0.9	87.3	7,194	3,072 42.7	3,201 44.5	849 11.8	65 0.9	
女性30代	113 100.0	39 34.5	58 51.3	8 7.1	8 7.1	85.8	9,180	3,167 34.5	4,709 51.3	652 7.1	652 7.1	
女性40代	109 100.0	22 20.2	63 57.8	16 14.7	8 7.3	78.0	8,046	1,625 20.2	4,651 57.8	1,183 14.7	587 7.3	
女性50代以上	109 100.0	30 27.5	57 52.3	17 15.6	5 4.6	79.8	13,472	3,705 27.5	7,046 52.3	2,102 15.6	620 4.6	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。  
 このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。  
 ※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…暮らし・生活サービス【1】

②社会意義

上段:N数 下段:N%	標本データ					社会意義計	人口補正データ					社会意義計
	調査数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで		人口数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで	
全体	1,094 100.0	421 38.5	510 46.6	113 10.3	50 4.6	85.1	82,301	32,045 38.9	37,973 46.1	8,397 10.2	3,916 4.8	85.1
男性10代	108 100.0	31 28.7	56 51.9	16 14.8	5 4.6	80.6	3,151	904 28.7	1,635 51.9	466 14.8	145 4.6	
男性20代	107 100.0	38 35.5	46 43.0	15 14.0	8 7.5	78.5	7,541	2,677 35.5	3,243 43.0	1,056 14.0	566 7.5	
男性30代	109 100.0	32 29.4	58 53.2	15 13.8	4 3.7	82.6	9,425	2,771 29.4	5,014 53.2	1,301 13.8	349 3.7	
男性40代	109 100.0	43 39.4	49 45.0	10 9.2	7 6.4	84.4	8,143	3,208 39.4	3,664 45.0	749 9.2	521 6.4	
男性50代以上	108 100.0	30 27.8	54 50.0	16 14.8	8 7.4	77.8	13,146	3,655 27.8	6,573 50.0	1,946 14.8	973 7.4	
女性10代	112 100.0	37 33.0	60 53.6	11 9.8	4 3.6	86.6	3,003	991 33.0	1,610 53.6	294 9.8	108 3.6	
女性20代	110 100.0	61 55.5	43 39.1	6 5.5	0 0.0	94.5	7,194	3,993 55.5	2,813 39.1	396 5.5	0 0.0	
女性30代	113 100.0	54 47.8	47 41.6	4 3.5	8 7.1	89.4	9,180	4,388 47.8	3,819 41.6	321 3.5	652 7.1	
女性40代	109 100.0	46 42.2	48 44.0	12 11.0	3 2.8	86.2	8,046	3,395 42.2	3,540 44.0	885 11.0	225 2.8	
女性50代以上	109 100.0	49 45.0	49 45.0	8 7.3	3 2.8	89.9	13,472	6,062 45.0	6,062 45.0	983 7.3	377 2.8	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…暮らし・生活サービス【2】

暮らし・生活に関するサービス【2】

● 税申告の作成支援サービス

- 医療費控除、保険料控除、住宅ローン控除など、確定申告での控除対象となる消費支出について、支出証明となる領収書が電子化され、このサービスのサイト(マイページ)で保管することが可能(病院などの支出先機関が領収書を電子化し、消費者に提供する)
- 確定申告を行う際には、保管されている電子領収書の中から自動的に控除対象となる消費支出を抽出し、控除額の計算、支出証明書類の添付などが行われ、簡単に確定申告書を作成することが可能
- 作成した確定申告書は電子的に保存され、このサービスを通じて税務署などに届け出ることが可能
- 確定申告書の他に、家計簿などと連動し、保管されている電子領収書を利用して、日々の消費支出の管理・確認(家計簿の自動作成)に役立てることも可能

① 利用意向

上段:N数 下段:N%	標本データ					利用意向計	人口補正データ					利用意向計
	調査数	利用したい	い機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない		人口数	利用したい	い機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない	
全体	1,094 100.0	186 17.0	642 58.7	193 17.6	73 6.7	75.7	82,301	14,453 17.6	47,064 57.2	14,826 18.0	5,981 7.3	74.7
男性10代	108 100.0	13 12.0	71 65.7	19 17.6	5 4.6	77.8	3,151	378 12.0	2,070 65.7	555 17.6	145 4.6	
男性20代	107 100.0	16 15.0	63 58.9	19 17.8	9 8.4	73.8	7,541	1,131 15.0	4,442 58.9	1,342 17.8	633 8.4	
男性30代	109 100.0	16 14.7	62 56.9	21 19.3	10 9.2	71.6	9,425	1,385 14.7	5,363 56.9	1,819 19.3	867 9.2	
男性40代	109 100.0	24 22.0	60 55.0	16 14.7	9 8.3	77.1	8,143	1,791 22.0	4,479 55.0	1,197 14.7	676 8.3	
男性50代以上	108 100.0	17 15.7	60 55.6	20 18.5	11 10.2	71.3	13,146	2,064 15.7	7,309 55.6	2,432 18.5	1,341 10.2	
女性10代	112 100.0	17 15.2	70 62.5	23 20.5	2 1.8	77.7	3,003	456 15.2	1,877 62.5	616 20.5	54 1.8	
女性20代	110 100.0	23 20.9	67 60.9	14 12.7	6 5.5	81.8	7,194	1,504 20.9	4,381 60.9	914 12.7	396 5.5	
女性30代	113 100.0	22 19.5	68 60.2	14 12.4	9 8.0	79.6	9,180	1,790 19.5	5,526 60.2	1,138 12.4	734 8.0	
女性40代	109 100.0	15 13.8	67 61.5	20 18.3	7 6.4	75.2	8,046	1,110 13.8	4,948 61.5	1,472 18.3	515 6.4	
女性50代以上	109 100.0	23 21.1	54 49.5	27 24.8	5 4.6	70.6	13,472	2,843 21.1	6,669 49.5	3,341 24.8	620 4.6	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…暮らし・生活サービス【2】

②社会意義

上段:N数 下段:N%	標本データ					社会意義計	人口補正データ					社会意義計
	調査数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで		人口数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで	
全体	1,094 100.0	311 28.4	600 54.8	141 12.9	42 3.8	83.3	82,301	23,909 29.1	44,089 53.6	10,967 13.3	3,360 4.1	82.6
男性10代	108 100.0	29 26.9	62 57.4	15 13.9	2 1.9	84.3	3,151	848 26.9	1,809 57.4	438 13.9	60 1.9	
男性20代	107 100.0	25 23.4	59 55.1	16 15.0	7 6.5	78.5	7,541	1,765 23.4	4,155 55.1	1,131 15.0	490 6.5	
男性30代	109 100.0	31 28.4	53 48.6	18 16.5	7 6.4	77.1	9,425	2,677 28.4	4,581 48.6	1,555 16.5	603 6.4	
男性40代	109 100.0	33 30.3	58 53.2	11 10.1	7 6.4	83.5	8,143	2,467 30.3	4,332 53.2	822 10.1	521 6.4	
男性50代以上	108 100.0	25 23.1	57 52.8	19 17.6	7 6.5	75.9	13,146	3,037 23.1	6,941 52.8	2,314 17.6	854 6.5	
女性10代	112 100.0	23 20.5	74 66.1	13 11.6	2 1.8	86.6	3,003	616 20.5	1,985 66.1	348 11.6	54 1.8	
女性20代	110 100.0	43 39.1	56 50.9	10 9.1	1 0.9	90.0	7,194	2,813 39.1	3,662 50.9	655 9.1	65 0.9	
女性30代	113 100.0	35 31.0	63 55.8	9 8.0	6 5.3	86.7	9,180	2,846 31.0	5,122 55.8	734 8.0	487 5.3	
女性40代	109 100.0	29 26.6	62 56.9	15 13.8	3 2.8	83.5	8,046	2,140 26.6	4,578 56.9	1,110 13.8	225 2.8	
女性50代以上	109 100.0	38 34.9	56 51.4	15 13.8	0 0.0	86.2	13,472	4,702 34.9	6,925 51.4	1,859 13.8	0 0.0	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。

性別・年代別クロスデータ、人口補正データ・・・暮らし・生活サービス【3】

暮らし・生活に関するサービス【3】

● 粗大ゴミ・不用品のリサイクルサービス

- 不用となった家具や家電製品・パソコンなどを引き取ってもらう際に、市区町村やリサイクル事業者、家電メーカー・パソコンメーカー、家電量販店などの引き取り手数料や引き取り条件を、一括して確認することが可能
- 市区町村に粗大ゴミとして引き取ってもらう場合には、このサービスのサイトを通じて引き取り日を予約し、同時に、引き取り手数料を支払うことが可能
- また、このサービスのサイトに不用品を登録することによって、他の人の不用品を閲覧することができ、自分にとって必要なものがあれば、消費者間で引き取ることも可能
- 消費者間で不用品を引き取った場合には、提出主、引き取り主ともに、市区町村から専用のリサイクルポイントが発行され、市区町村への粗大ゴミの引き取り手数料として利用することが可能

① 利用意向

上段:N数 下段:N%	標本データ					利用意向計	人口補正データ					利用意向計
	調査数	利用したい	い機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない		人口数	利用したい	い機会があれば利用した	あまり利用したくない	利用したくない	
全体	1,094 100.0	258 23.6	641 58.6	149 13.6	46 4.2	82.2	82,301	19,327 23.5	47,945 58.3	11,212 13.6	3,818 4.6	81.7
男性10代	108 100.0	26 24.1	63 58.3	16 14.8	3 2.8	82.4	3,151	759 24.1	1,837 58.3	466 14.8	88 2.8	
男性20代	107 100.0	21 19.6	57 53.3	22 20.6	7 6.5	72.9	7,541	1,478 19.6	4,019 53.3	1,553 20.6	490 6.5	
男性30代	109 100.0	20 18.3	62 56.9	24 22.0	3 2.8	75.2	9,425	1,725 18.3	5,363 56.9	2,074 22.0	264 2.8	
男性40代	109 100.0	24 22.0	67 61.5	10 9.2	8 7.3	83.5	8,143	1,791 22.0	5,008 61.5	749 9.2	594 7.3	
男性50代以上	108 100.0	17 15.7	63 58.3	19 17.6	9 8.3	74.1	13,146	2,064 15.7	7,664 58.3	2,314 17.6	1,091 8.3	
女性10代	112 100.0	29 25.9	64 57.1	17 15.2	2 1.8	83.0	3,003	778 25.9	1,715 57.1	456 15.2	54 1.8	
女性20代	110 100.0	33 30.0	68 61.8	8 7.3	1 0.9	91.8	7,194	2,158 30.0	4,446 61.8	525 7.3	65 0.9	
女性30代	113 100.0	25 22.1	69 61.1	12 10.6	7 6.2	83.2	9,180	2,029 22.1	5,609 61.1	973 10.6	569 6.2	
女性40代	109 100.0	25 22.9	71 65.1	10 9.2	3 2.8	88.1	8,046	1,843 22.9	5,238 65.1	740 9.2	225 2.8	
女性50代以上	109 100.0	38 34.9	57 52.3	11 10.1	3 2.8	87.2	13,472	4,702 34.9	7,046 52.3	1,361 10.1	377 2.8	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。



性別・年代別クロスデータ、人口補正データ…暮らし・生活サービス【3】

②社会意義

上段:N数 下段:N%	標本データ					社会意義計	人口補正データ					社会意義計
	調査数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	どちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで		人口数	ある意義のあるサービスで	のどちらかといえは意義のあるサービスである	のどちらかといえは意義のないサービスである	ある意義のないサービスで	
全体	1,094 100.0	388 35.5	556 50.8	105 9.6	45 4.1	86.3	82,301	29,488 35.8	41,552 50.5	7,837 9.5	3,437 4.2	86.3
男性10代	108 100.0	39 36.1	53 49.1	12 11.1	4 3.7	85.2	3,151	1,138 36.1	1,547 49.1	350 11.1	117 3.7	
男性20代	107 100.0	23 21.5	61 57.0	17 15.9	6 5.6	78.5	7,541	1,621 21.5	4,298 57.0	1,199 15.9	422 5.6	
男性30代	109 100.0	31 28.4	58 53.2	16 14.7	4 3.7	81.7	9,425	2,677 28.4	5,014 53.2	1,385 14.7	349 3.7	
男性40代	109 100.0	32 29.4	61 56.0	9 8.3	7 6.4	85.3	8,143	2,394 29.4	4,560 56.0	676 8.3	521 6.4	
男性50代以上	108 100.0	31 28.7	56 51.9	14 13.0	7 6.5	80.6	13,146	3,773 28.7	6,823 51.9	1,709 13.0	854 6.5	
女性10代	112 100.0	42 37.5	55 49.1	11 9.8	4 3.6	86.6	3,003	1,126 37.5	1,474 49.1	294 9.8	108 3.6	
女性20代	110 100.0	49 44.5	52 47.3	8 7.3	1 0.9	91.8	7,194	3,201 44.5	3,403 47.3	525 7.3	65 0.9	
女性30代	113 100.0	42 37.2	58 51.3	4 3.5	9 8.0	88.5	9,180	3,415 37.2	4,709 51.3	321 3.5	734 8.0	
女性40代	109 100.0	42 38.5	58 53.2	7 6.4	2 1.8	91.7	8,046	3,098 38.5	4,280 53.2	515 6.4	145 1.8	
女性50代以上	109 100.0	57 52.3	44 40.4	7 6.4	1 0.9	92.7	13,472	7,046 52.3	5,443 40.4	862 6.4	121 0.9	

※ 人口補正を行うにあたって、10代は「15歳～19歳」、50代以上は「50歳～64歳」とした。

このため、人口補正後の全体は「15歳～64歳」を示す。

※ 人口数は、総務省「平成20年10月1日現在推計人口」を用いて、総人口の値を準用した。