

北九州 e-PORT フェーズⅢプラン

2011年7月

北九州 e-PORT 推進協議会

目 次

1. 北九州 e-PORT 構想のスタンス	1
1-1 北九州 e-PORT 構想の使命と目的	1
1-2 北九州 e-PORT 構想実現のための体制	5
2. 北九州 e-PORT 構想フェーズⅢの取組み方針	7
2-1 フェーズⅢに向けての時代認識と地域の課題	7
2-2 フェーズⅢに向けた取組み方針	20
3. 北九州 e-PORT 構想フェーズⅢの方向性と活動内容	23
3-1 ICT 基盤の充実	23
3-2 e-PORT 発の新サービスの創出	24
3-3 ICT 活用のための人材育成と啓発活動	27
3-4 プロモーション活動の強化と推進体制の充実	28
4. 北九州 e-PORT 構想フェーズⅢにおける重点市場	30
4-1 環境・エネルギーに係る市場	30
4-2 ソーシャルビジネスに係る市場	31
4-3 e-ラーニングに係る市場	31
4-4 位置情報ゲームに係る市場	32
5. フェーズⅢの目標	35
おわりに	36

1. 北九州 e-PORT 構想のスタンス

1-1 北九州 e-PORT 構想の使命と目的

「北九州 e-PORT 構想」は、海の港 (seaport)、空の港 (airport) に続く情報の港 (e-PORT) を整備し、ICT サービスを電気や水道のように、いつでも簡単・便利に使える社会づくりを目指す取組みである。

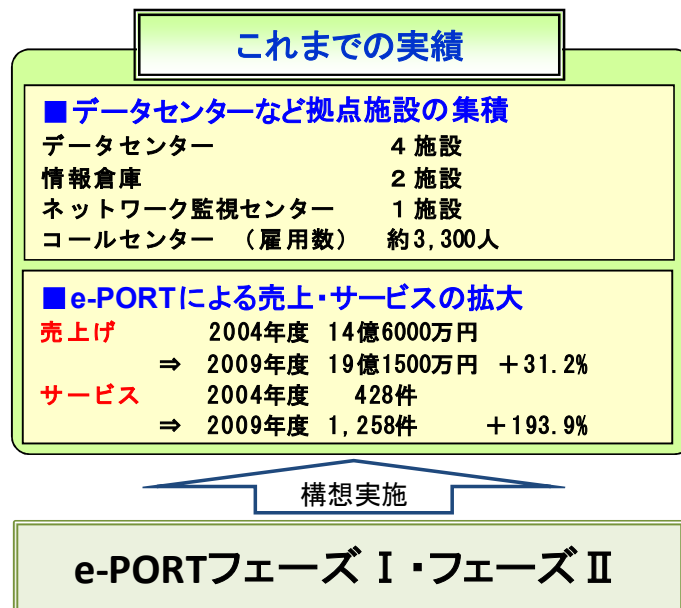
この北九州 e-PORT 構想は、2002 年の策定から既に 8 年が経過しており、構想自体もフェーズ I (2002 年 7 月～2007 年 3 月) からフェーズ II (2007 年 4 月～2011 年 3 月) へと進み、まもなくフェーズ II も終了しようとしている長期間の取組みである。この間、ICT を取り巻く環境は、ソーシャルメディアの登場などで劇的に変化しているものの、依然として、ICT サービスをいつでも簡単・便利に使える社会づくりは、重要な課題である。とりわけ、フェーズ II で打ち出した「事業継続を支援するディザスター・リカバリー・サービス」の提供は、2011 年 3 月の東日本大震災もあって極めて重要な課題となっている。ゆえに、2011 年 4 月以降も、フェーズ III (2011 年 4 月～2015 年 3 月) として従来の e-PORT 構想の使命を引き継いでいくべきと考える。

◆北九州 e-PORT 構想の使命

響灘大水深港湾や新北九州空港という海や空の港に続く第 3 の「情報の港」を整備し、ICT サービスを電気や水道のように、いつでも簡単、便利に使える社会基盤として提供することを目指す。

*ディザスター・リカバリー：自然災害などで被害を受けたシステムを復旧・修復すること

図表 1-1 e-PORT 構想のこれまでの実績



資料) 検討委員会作成

これまでの北九州 e-PORT 構想では、次の3つの目的を設定してきた。すなわち、①既存社会の次世代変革支援、②新産業の創出育成、③市民の情報消費社会への転換支援、である。

①既存社会の次世代変革支援については、劇的な社会の環境変化の中で極めて重要な目的であり、引き続き目的として設定していくことが求められる。

②新産業の創出育成についても、現在の北九州市の産業動向や雇用動向を踏まれば、重要な目的であることは変わらない。ただし、フェーズIIでは新産業のターゲットを利用者本位の次世代 ICT 産業に焦点を絞っていたため、イメージが伝わりにくいという点に、広がりや欠いた部分があった。よって、フェーズIIIでは新産業・新事業・新サービスの創出育成とする。

③市民の情報消費社会への転換支援についても、劇的な社会の環境変化の中で極めて重要な目的である。ただし、現在の ICT 環境と ICT を活用することでの社会的・経済的メリットを考えると、簡単・便利なサービスの提供という、サービスの送り手の視点のみにとられずに、サービスの受け手の能力開発の視点も加えて、デジタル・デバイドの問題についても取り組んでいくことが求められる。

以上の3つの目的について再整理すると以下ようになる。

◆北九州 e-PORT 構想（フェーズⅢ）の目的

①既存社会の次世代変革支援

北九州地域の民間企業・自治体・学術研究機関（産・学・官）の ICT 社会への適応を支援する。

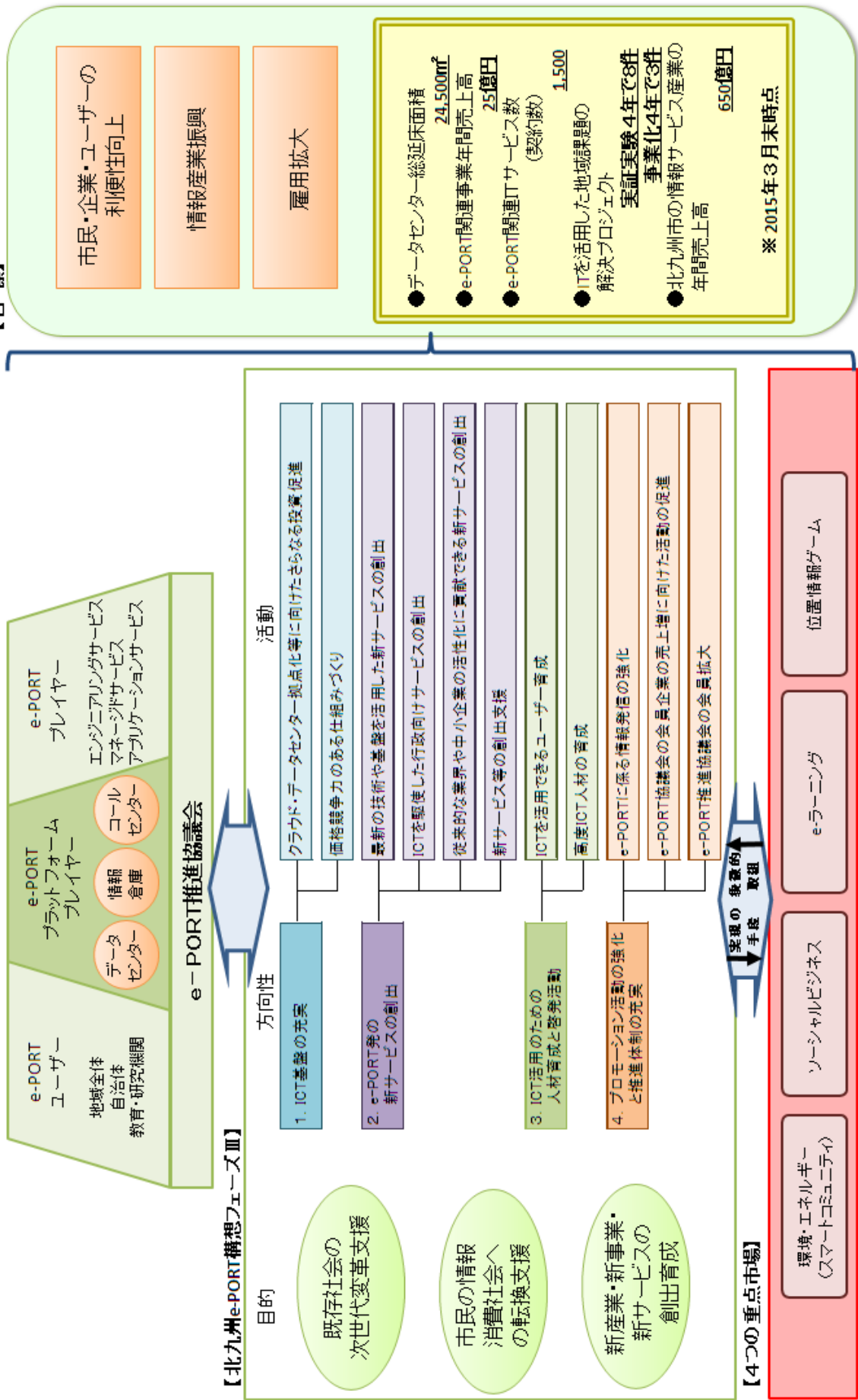
②新産業・新事業・新サービスの創出育成

地域のシーズ・ニーズに沿った ICT に係る新しい産業・事業・サービスの創出・育成を支援する。

③市民の情報消費社会への転換支援

市民にとって、簡単・便利に利用できるサービスの創出を支援するとともに、市民や地域の企業が ICT を十分に活用できるための人材育成・啓発活動を実施する。

図表 1 - 2 e-PORT構想の全体像



1-2 北九州 e-PORT 構想実現のための体制-

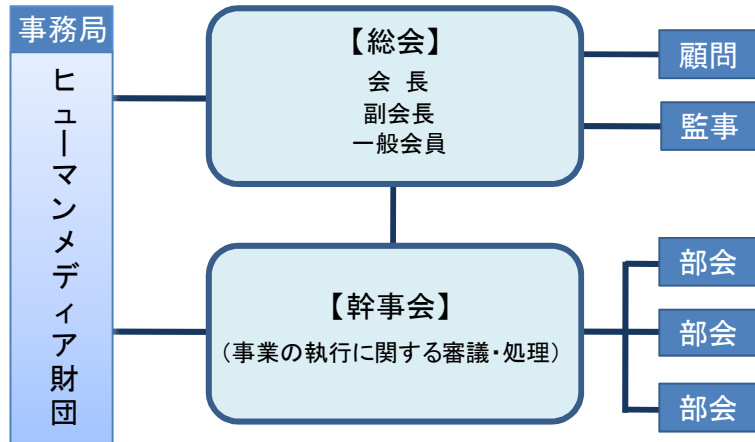
これまで北九州 e-PORT 構想は、構想の政策を主導する北九州市、構想の推進母体となる北九州 e-PORT 推進協議会、推進事務局のヒューマンメディア財団という体制で取り組んできた。中でも、産学官からなる北九州 e-PORT 推進協議会は、e-PORT ユーザー（地場企業、自治体、教育・研究機関等）、e-PORT プラットフォームプレイヤー（データセンター、情報倉庫等のプラットフォーム設置事業者）、e-PORT プレイヤー（プラットフォーム上でエンジニアリングサービス、マネージドサービス、アプリケーションサービス等を提供する事業者）の三者が一体となって、自治体のみでは限界のあるプロモーション活動や人材育成活動を実施してきた。しかしながら、場合によっては利害が相反する企業・組織から構成される協議会は活動内容が制限せざるを得ないことや、そもそも北九州地域を中心とした ICT 産業の振興に取組み、様々な施策を実施するヒューマンメディア財団との役割分担のあり方などが課題となっていた。よって、フェーズⅢの構想立案にあたり、北九州 e-PORT 推進協議会の活動のあり方については、次のように整理した。

「北九州 e-PORT 推進協議会」は、産業コミュニティとして、協議会の協議に基づき、①協議会メンバー自身による構想推進の取組み、②北九州 e-PORT 構想の推進のための対外的な働きかけ、の2つの側面から活動していくものとする。

また、フェーズⅢにおいては従来以上に、北九州市域全体の ICT 産業・ICT サービスの振興に注力するものとし、e-PORT プラットフォームを超えた取組みにも積極的に係わっていくものとした。

なお、推進体制の骨格については、フェーズⅡでは幹事会のもとに推進本部を設置していたが、フェーズⅢではより敏速かつ柔軟な対応ができるように、推進本部の機能を事務局が引き受ける形とし、推進本部は発展的に解消することとした。いずれにせよ、北九州 e-PORT 構想は引き続き、北九州市、北九州 e-PORT 推進協議会、ヒューマンメディア財団において有機的かつ効率的な連携のもとでの実現を目指すものである。

図表 1 - 3 北九州 e-PORT 推進協議会の体制



資料) 検討委員会作成

2. 北九州 e-PORT 構想フェーズⅢの取組み方針

2-1 フェーズⅢに向けての時代認識と地域の課題

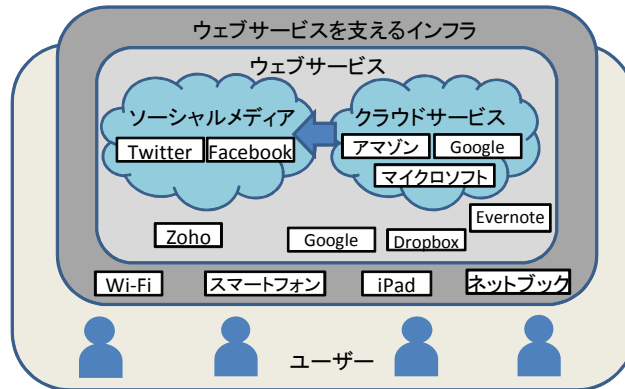
北九州 e-PORT 構想フェーズⅢのとりまとめ最終段階の 2011 年 3 月 11 日、我が国は東北地方太平洋沖地震に端を発する東日本大震災に見舞われた。今回の大震災は社会の在り方そのものを根底から覆すような大災害である。しかしながら、先にみたように北九州 e-PORT 構想においては使命、目的ともに策定時の 2002 年とは大きな変更は必要ないとした。これは情報革命とか IT 革命と称された大変革が現在でも継続している真ただ中にあるためである。要するに、ICT は集積回路やコンピュータの登場以来、日々進化を続けており、その大潮流は揺るぎないからである。

だからといって、大震災の影響をまったく考慮しないわけではない。逼迫する電力問題の影響や今後のデータの保管・管理の在り方などは、フェーズⅡで打ち出した「事業継続を支援するディザスター・リカバリー・サービス」の考え方を継承し、今後の大震災後の復旧・復興の経緯を注視しながら対応するという認識である。よって、以下のフェーズⅢにおける取組み方針の検討にあたっては、一部を除いて大震災以前の時代認識を整理するとともに、ICT に係るトレンドを確認した。

■クラウドの登場

最近の ICT に係る最大の進化の一つはクラウドコンピューティングの安定性・信頼性の向上である。インターネット技術とデジタル機器の進化によって、ユーザーはインターネット経由でのコンピュータ処理が容易になったのである。これは従来のユーザーがコンピュータや携帯電話のハードウェア、ソフトウェア、データを自身のコンピュータ端末や携帯電話で処理・保管・管理していたのとは大きく異なる。つまり、インターネットの向こう側、ウェブサービスの中にアプリケーションやデータが存在するのである。そのため、「所有して使う環境」から「つないで使う環境」「アプリケーションのサービス化」へと大きく変化しつつある。具体的なクラウドサービスには、Google や Microsoft などが提供するクラウドサービスや、GREE などの携帯の無料ゲーム、動画サイトの YouTube などがある。また、最近話題の iPad やスマートフォンもクラウドサービスの利用に適した端末として、注目を集めている。

図表 2-1 クラウドサービスと周辺環境



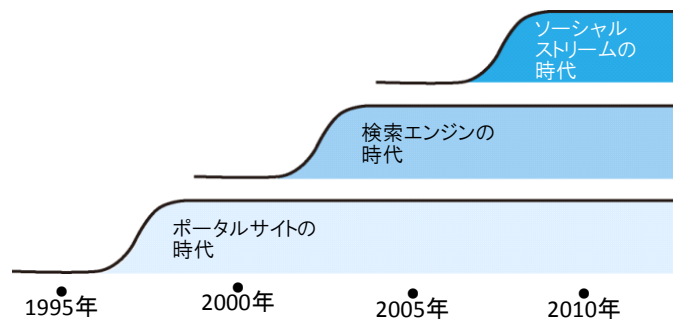
資料) 藤井伸輔、野村章「iPad・スマートフォン・クラウド・Twitter…で結局、何が変わるんですか？」

■コミュニケーションを変えるソーシャルメディア

クラウドの登場は人々のコミュニケーションにも大きな影響を与え始めている。クラウドサービスには、世界中の数百、数千万人という数のユーザーが利用する「場：プラットフォーム」が存在する。その場である「ソーシャルメディア」においては、いまだかつてない大規模な数のコミュニケーションが可能となっている。その代表例が Twitter であり、Facebook である。

ソーシャルメディアにおいてはネットコミュニティが確立されつつあり、ユーザー発信した情報やコンテンツが、コミュニティの中で流れを作り出し、場合によっては爆発的に広めていくのである。いわゆるクチコミと呼ばれる現象であるが、そのスピードと広がりにはリアルなクチコミとは桁違いなのである。そのため、広告・広報の現場では新聞・雑誌・テレビからネットへのシフトがおこっている。よって、ネットサービスにおいては、2010年以降はソーシャルストリームの時代と捉えられている。

図表 2-2 ネットサービスの進化



資料) (株) リクルートメディアテクノロジーラボ
「ソーシャルストリーム・ビジネス」

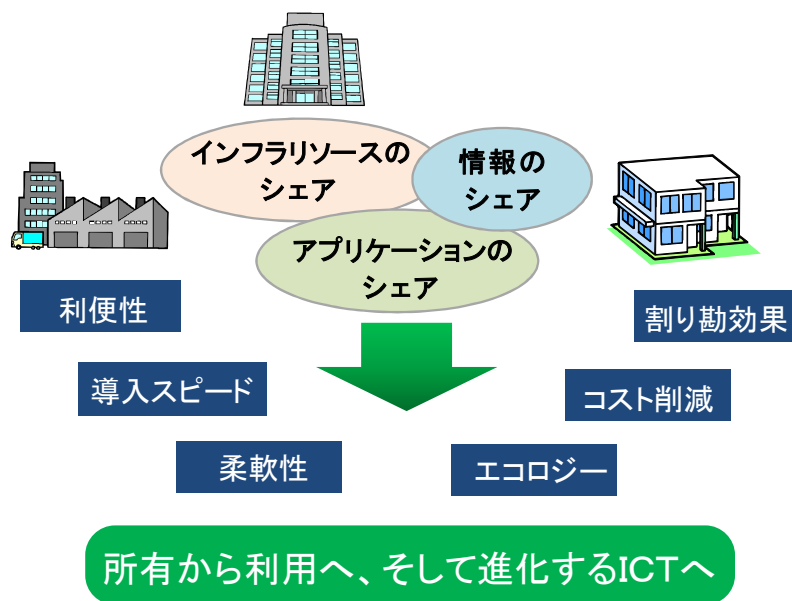
■自治体でも検討されるクラウドサービス

クラウドコンピューティングにおいては、インフラリソース、情報、アプリケーションのそれぞれが利用者にシェアされることとなる。そのため、割り勘効果が生じコストの削減が可能となり、環境的にも負荷を減じることになる。よって、利便性のみならずコスト面・環境面からも導入の検討をする企業や組織は少なくない。

既に、自治体においてもクラウド開発の実証実験が実施されている。また、19.1%の都道府県は市町村への自治体クラウド導入への取組みをはじめている。北九州市でも現在取り組んでいる情報システム再編において、プライベートクラウドを実現しており、将来的にはデータセンターを市庁舎以外に求めていくことも検討されている。

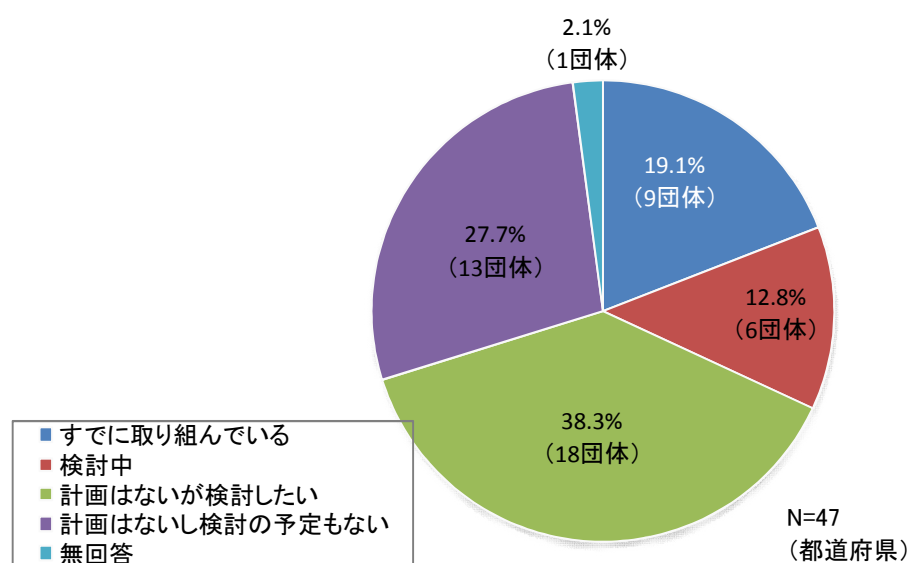
ただし、市民の個人情報を含んだデータを市の庁舎外のクラウドに保管することについては、現状では、セキュリティに関する技術的な安全性や情報漏洩の懸念などに関する市民の理解が十分に得られていないことなどから、市民の信頼感を醸成した上で取組む必要があり、実現には時間が必要とみられている。

図表 2-3 クラウドの本質と効果



資料) 日本ユニシス (株) より

図表 2-4 市町村への自治体クラウド導入に向けた取組み動向



資料) 日経コンピュータ 2010年9月15日号

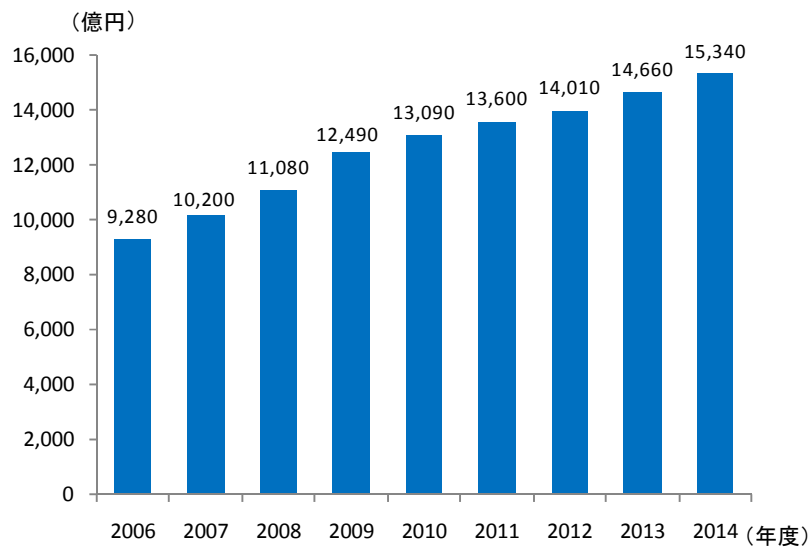
■ データセンターの需要は拡大

クラウドコンピューティングにおいては、ユーザーの端末でデータを保管・管理しなくなるため、データセンターの重要性はさらに拡大することとなる。データセンターの国内市場規模は2007年度に既に1兆円を超えていたが、2014年度には1.5兆円を超えると推計されている。今回の大震災によって、先にも触れたようにデータの保管・管理の在り方が問われており、電力問題はあるものの、今後はこれまでの予想以上にデータセンターの需要は高まるものとみられる。

そもそも、北九州 e-PORT 構想では策定時からデータセンターの集積を目指しており、先にも触れたように、フェーズⅡにおいては1995年の阪神淡路大震災や2001年アメリカ同時多発テロなどの現実を踏まえて、データセンターや情報倉庫を核とした「事業継続を支援するディザスター・リカバリー・サービス」を打ち出していた。その結果、実際これまでに4か所のデータセンターが立地し稼働している。今後も大震災の影響もあってデータセンターの需要は拡大するとみられるため、フェーズⅢにおいても引き続きデータセンターの誘致は重要な課題である。

なお、北九州市がデータセンターの立地に適している理由としては、①地震災害が少ない、②多様な交通アクセスがある、③都市機能が充実している、④充実した通信インフラがある、⑤人材確保が容易、⑥安価な電力資源がある、などがあげられる。

図表 2-5 データセンター市場規模予測（国内）



資料) 2007 年度までが実績、2008 年度以降は推計

資料) 野村総合研究所情報・通信コンサルティング部「IT 市場ナビゲーター2010 年版」

図表 2-6 北九州市内のデータセンターの概要

データセンター名 (会社名)	所在地	広さ	開設時期	概要・特徴
北九州e-PORTセンター (ソフトバンクテレコム)	北九州市 八幡東区	約1,100㎡	2003年8月	<p>電源の多重化(2系統受電、無停電・自家発電設備)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●耐震構造、厳格なセキュリティ管理(非接触ICカード認証、指紋認証、監視カメラ等) ●ITシステムの24時間 ●365日の管理 ●高速なネットワークを活かした様々なITサービス
北九州e-PORT第二センター (ソフトバンクテレコム)	北九州市 八幡東区	約1,150㎡	2007年7月	<ul style="list-style-type: none"> ●電源の多重化(2系統受電、無停電・自家発電設備) ●耐震構造、厳格なセキュリティ管理(非接触ICカード認証、指紋認証、監視カメラ等) ●ITシステムの24時間 ●365日の管理 ●高速なネットワークを活かした様々なITサービス
e-PORT小倉センター (NTT西日本)	北九州市 小倉北区	約1,000㎡	2007年10月	<ul style="list-style-type: none"> ●電源の多重化(無停電・自家発電設備・移動電源車両) ●耐震構造(阪神大震災でも倒壊しない耐震性の実績) ●空調設備(環境にやさしい最新の大容量空調機) ●厳格なセキュリティ管理(非接触ICカード認証、血流認証、共連れ防止、監視カメラ等) ●ITシステムの24時間、365日の管理 ●世界規模の広帯域IPバックボーンを有するISP(インターネット)と接続可能 ●高速なネットワークを活かしたITソリューションを提供
アジアン・フロンティア (IDCフロンティア)	北九州市 八幡東区	延べ床面積:約 8,000㎡(需要変化に 応じて最大 12棟まで増 設)	2008年10月	<p>(1) 万全の耐震・電源・防火対策による安全性の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ・24時間365日の無停止オペレーションを実現するための高い耐災害性。 ・高い耐震性を有する建物、受電の複数系統化・自家発電設備などによる電力供給体制 ・ガス消火設備・超高感度煙感知器による高度な火災対策機能 ・入退室管理設備やオペレーター常駐(24時間365日)による運用・監視体制など <p>(2) 環境に配慮された設備・運用</p> <p>熱循環効率の改善や空調効率の最適化を追求し、従来型のデータセンターと比較して空調電力で2割強、CO2排出量で1割弱の削減が見込む。(ソフトバンクIDC棟調べ)</p> <p>(3) 需要変化や急速な技術革新に対応可能な拡張性</p> <p>500ラック規模のデータセンター設備1棟を1モジュールとし段階的に設備を拡張可。初期に大規模投資を行うことなく需要に応じて設備を建設。従来は難しかった需要変化・急速な技術革新への柔軟な対応が可能。</p>

資料) 北九州市提供資料

■あらためて見直される「情報管理・保管」の重要性

クラウドコンピューティングの特徴のひとつは、情報をユーザーの手元に置かないという点にある。重要な情報であってもセキュリティに問題のない安心できる場所に預けて、必要な時に取り出せるのが理想であることは、利子がつくとはいえ、お金を銀行に預けている現実を考えれば理解できることである。

このような情報を預けるという行動は、デジタルの世界だけでなくアナログの世界でも進み始めている。社内文書等の管理運用体制の提供を行う「レコードマネジメント」などである。また、アナログ情報をデジタル情報に変換させて活用する「情報マネジメント」のニーズも拡大しつつある。要するに、資産としての情報の重要性は今も高まり続けているのである。よって、情報を管理・保管するサービスや管理・保管した情報を適宜活用するサービスの需要は今後も拡大するものとみられる。さらに言えば、今回の大震災によってこれらサービスの需要拡大のスピードは早まる可能性も十分に考えられる。

既に、北九州市には e-PORT 構想と関連する形で情報倉庫が 2 か所立地しており、総合情報マネジメント事業が展開されている。しかし、今後もこのような情報倉庫の重要は底堅く推移していくものとみられる。

図表 2-7 北九州市内の情報倉庫の概要

情報倉庫 (会社名)	所在地	広さ	開設時期	概要・特徴
西日本センター1号館 (ワンビシアークイブズ)	北九州市 八幡東区	約990㎡	2003年2月	<p>■総合情報マネジメント事業概要</p> <p>(1)レコードマネジメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ●企業情報の保管管理・集配(一般・重要書類、図書図面、医薬品開発関連資料等) <p>(2)BPO(ビジネス・プロセス・アウトソーシング)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●業務受託サービス ●帳票宣材物発送サービス ●情報オンデマンド配信サービス ●デジタル変換サービス <p>(3)バックアップソリューション</p> <ul style="list-style-type: none"> ●業務データのバックアップ(オンライン/オフライン) ●バックアップシステム・サイト構築 ●災害復旧/事業継続計画策定コンサルティング <p>(4)DDR(データイストラクショナルリサイクリング)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●重要書類・各種媒体の機密抹消&リサイクル処理サービス <p>【保管数量】 磁気媒体 約88万本、紙媒体約74億枚</p>
西日本センター2号館 (ワンビシアークイブズ)	北九州市 小倉北区	約870㎡	2005年12月	

資料) 北九州市提供資料

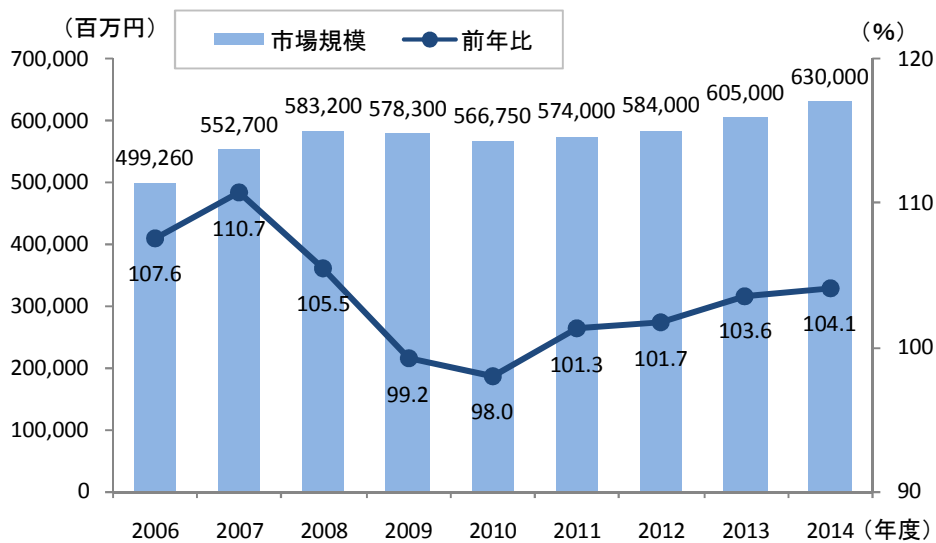
■雇用が大きく貢献するコールセンター

急激に ICT が進化し、本格的なネット社会が到来しているとはいえ、すべてがデジタル化しているわけではない。電話やファックスも未だ ICT の一旦を担っている部分も存在する。つまり、様々な ICT のレベルがあって、それぞれに利用者が存在するのである。そして、それぞれの利用者の接点となっているのがコールセンターである。

国内のコールセンターおよび CRM アウトソーシング市場は、リーマンショックの影響から 2009 年は減少しているものの、2011 年以降は持ち直して増加を続けることが予測されている。企業がコスト削減の一環として、対面サービスを減らしていく方向は今後も続くものと判断しての予測である。

北九州 e-PORT 構想では、北九州市がコールセンターの適地としての優位性があることをアピールしており、実際に相次いでコールセンターが立地している。これまでに立地した主なコールセンター 6 つだけでも約 3370 人の雇用を創出しており、北九州市内の雇用機会の提供に大きく貢献している。このようにコールセンターは雇用に多大な影響をもたらすことから、今後も誘致活動の継続が求められる。

図表 2-8 国内コールセンター・CRM アウトソーシング市場推移と今後の予測



注1) CRM (Customer Relationship Management)とは、情報システムを応用して企業が顧客と長期的な関係を築く手法を指す

注2) 2009年までが実績。2010年以降が予測

資料) 月刊コンピュータテレフォニー編集部「コールセンター白書 2010」

図表 2-9 北九州市のコールセンターの概要

コールセンター名	所在地	雇用者数	開設時期	会社概要
富士通コミュニケーションサービス(株)	北九州市小倉北区	約730人	2000年9月	<ul style="list-style-type: none"> 本社所在地:天王洲サポートセンター(東京都品川区東品川2-5-8 天王洲パークサイドビル) 事業内容:「コンタクトセンター」および「ITサポート」のアウトソーシングサービス 資本金: 4億5千万円 売上高: 165億円(2009年度実績) 従業員数: 約3,150名(2010年3月末現在)
	北九州市八幡西区	約200人	2009年10月	
(株)テレマーケティングジャパン 北九州CRMセンター	北九州市戸畑区	約620人	2002年9月	<ul style="list-style-type: none"> 本社所在地:東京都新宿区西新宿7-20-1 住友不動産西新宿ビル(03-6758-2000(代表)) 資本金 3億円 従業員数 900名(※2010年3月末現在) オペレーター※数 約 7,310名(※2010年3月末現在) 拠点 東京、札幌、仙台、名古屋、大阪、岡山、福岡、北九州、熊本 売上高 229億円(※2009年度)
NTT西日本グループ(5ヶ所) ・フレッツカスタマーリレーションセンター ・マイラインセンター ・NTTマーケティングアクト(116センター、104センター、コンタクトセンター)	北九州市小倉北区	約810人	2003年5月 2005年9月	<ul style="list-style-type: none"> 本社所在地:大阪府大阪市中央区馬場町3番15号 資本金:3.120億円 従業員:数5,650人 事業所:本社 1、地域事業本部 6、地域事業部(支店) 33
BBコール(株) 八幡カスタマーオペレーションセンター	北九州市八幡東区	約830人	2006年11月	<ul style="list-style-type: none"> 本社所在地:東京都新宿区新宿4丁目3番17号 ダヴィンチ新宿 3F(03-5312-7840(大代表)) 資本金: 1億円 従業員数: 社員 319名 コミュニケーター:5,831名 (2010年2月現在) 事業内容: コンタクトセンター運営事業
ヤフーカスタマーリレーションズ(株) 北九州センター	北九州市小倉北区	約180人	2010年10月	<ul style="list-style-type: none"> 本社所在地:東京都港区赤坂9-7-1 ミッドタウンタワー 資本金: 1,000万円 事業内容: コンタクトセンター業務 地域オフィスの概要 【高知センター】 所在地:高知市内 従業員:約100名 【大分センター】 所在地:大分市内 従業員:約130名 【北九州センター】 所在地:北九州市内 従業員:約180名

資料) 北九州市提供資料

■環境・エネルギー分野を支える ICT「スマートグリッド」

世界的な環境問題・エネルギー問題への関心の拡大から、低炭素社会の実現に向けた自然エネルギーの有効活用と電力の効率的な運用を ICT の力で実施しようという取組み、すなわち「スマートグリッド」が世界中で進められている。スマートグリッドではそもそも ICT の活用を前提としていることから、通信やアプリケーションの分野で多くの ICT 関連企業の活躍の場が存在するとされている。

日本でも経済産業省が「次世代エネルギー・社会システム実証事業地域」として、4 地域を選定して、スマートグリッドを構成するために不可欠なエネルギーマネジメントシステムの構築をはじめとした様々な実証を実施している。北九州市は選定された 4 地域の一つであり、現在「北九州スマートコミュニティ創造事業」として取り組んでいる。よって、北九州版スマートグリッドにおける ICT 関連企業の今後の活躍が期待されている。

図表 2-10 日米欧のスマートグリッド比較

	米国	欧州	日本
契機	発・送電設備のインフラ不足 大停電事故	風力発電の大量導入 大停電事故	太陽光発電の大量導入
対象	需要家を含む配電系が中心	送電系と需要家を含む配電系が別々に（マイクログリッドも含む）	発送電系と需要家を含む配電系を一般的に
主目的	ピーク需要の削減 需要家情報の積極的利用による情報産業育成	風力発電の大量導入（それに伴う産業育成） 安定運用	太陽光発電の大量導入（それに伴う産業育成） 安定運用
系統側制御	PMU（位相計測装置）を用いた広域監視制御	風力発電制御 揚水発電、圧縮空気貯蔵制御	風力発電制御 揚水発電、蓄電池制御
需要家側制御	スマートメーター、見える化 引き込み線スイッチ制御 デマンドレスポンス スマート家電、PHEV、EV制御	スマートメーター、見える化 引き込み線スイッチ制御 デマンドレスポンス スマート家電、PHEV、EV制御	スマートメーター、見える化 太陽光発電制御 デマンドレスポンス スマート家電、PHEV、EV制御
需要家との情報通信システム	無線 将来は？	PLC、無線	PLC、無線、光ファイバー（関西電力） 将来は？

資料) 横山明彦「スマートグリッド」

図表 2-11 スマートグリッドの技術



資料) 諸住哲監修「図解スマートグリッド」

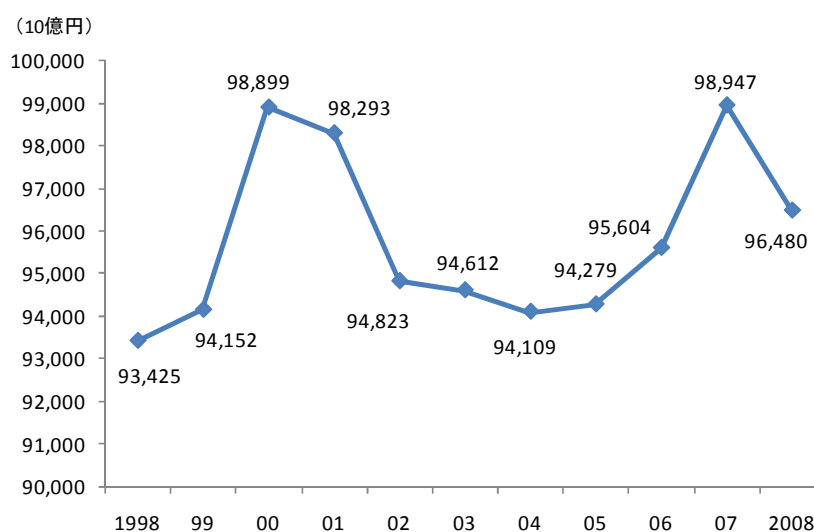
■決して順調ではない日本の情報通信産業

経済社会を大きく変化させつつある ICT ではあるが、その ICT を支える情報通信産業は順調に推移しているわけではない。IT バブルと呼ばれた 2000 年・2001 年をピークに停滞気味の状況が続き、2007 年に IT バブル期に匹敵する市場規模に回復するものの、2008 年には再び減少へと転じている。今後はクラウドの登場等によって市場回復が期待されるものの、クラウド自体がその本質を「シェア（共有）」としていることから、PC が普及した時代ほどの市場拡大は望みにくい。また、アプリケーションに係る企業もこれまで以上に大手が中心になるとみられている。

また、2006 年から 2008 年の 3 年間の情報サービス業の年間売上高をみると、2008 年は全国では 5.1% の増加となっているものの、北九州市は 2.4% の減少となっている。福岡市についても 1.1% の減少となっており、地方の情報サービス業にとって厳しい状況が伺える。逆に、東京都（23 区）については 9.3% 増と全国を大きく上回る伸びを示している。つまり、中央と地方の格差が鮮明に表れているのである。

実際、2008年の事業所あたりの年間販売額や従業者数あたりの年間販売額では中央と地方の大きな格差が生じている。例えば、東京都（23区）の事業所あたりの年間販売額は北九州市の4.0倍、同じく従業者数あたりの年間販売額は2.0倍となっている。今後は先に触れたクラウドの影響を踏まえると、この格差が縮小にむかうことは考えにくい面がある。しかしながら、一方では今回の大震災によって東京一極集中に対する懸念が高まっており、見通しの見極めが極めて難しくなっている。

図表 2-12 日本の情報通信産業の名目市場規模（国内総生産）推移



資料) 総務省「平成 22 年版 情報通信白書」

図表 2-13 情報サービス業における年間売上高の推移

(単位: 百万円、%)

	2006年	2007年	2008年
全国	18,895,191 ...	18,826,100 △ 0.4	19,845,478 5.1
東京都(23区)	10,680,601 ...	10,996,207 2.9	12,118,743 9.3
北九州市	60,705 ...	64,316 5.6	62,838 △ 2.4
福岡市	372,185 ...	358,364 △ 3.9	354,356 △ 1.1

注 1) 上段は実数、下段は対前年比増減率

注 2) 2007年と2006年は調査対象が異なるため比較ができない

資料) 経済産業省「特定サービス産業実態調査」

図表 2-14 情報サービス業の状況 (2008 年)

(単位:人、百万円、倍)

	事業所数	従業者数	年間売上高	年間売上高／事業所数	年間売上高／従業者数
全国	17,746	857,877	19,845,478	1,118	23
東京都(23区)	5,698	425,281	12,118,743	2,127	28
北九州市	118	4,425	62,838	533	14
福岡市	701	21,808	354,356	506	16
東京都(23区)／北九州市	48.3	96.1	192.9	4.0	2.0
福岡市／北九州市	5.9	4.9	5.6	0.9	1.1

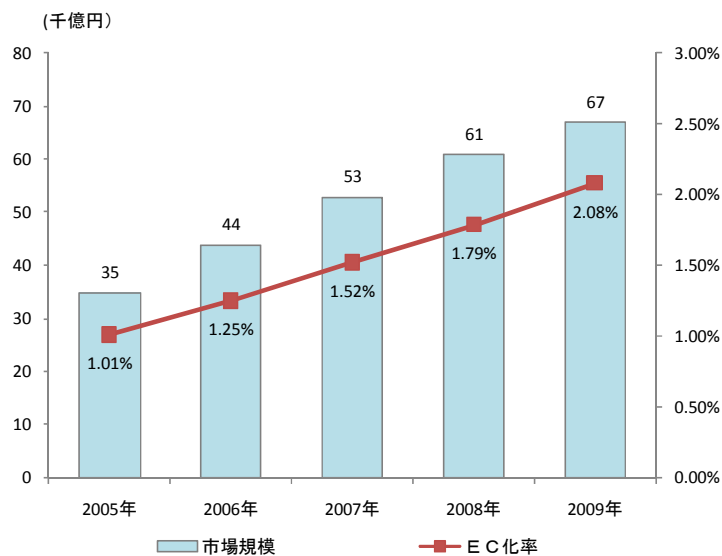
資料) 経済産業省「特定サービス産業実態調査」

■拡大する ICT を駆使した市場

近年の ICT に係る市場は、データセンターなどの一部を除くと ICT そのものを提供する業界よりも、ICT を駆使したビジネスモデルを提供する業界の成長が目立っている。その代表例が楽天などに象徴される B to C の e-コマース市場であり、電子書籍の市場である。いずれも急拡大している。

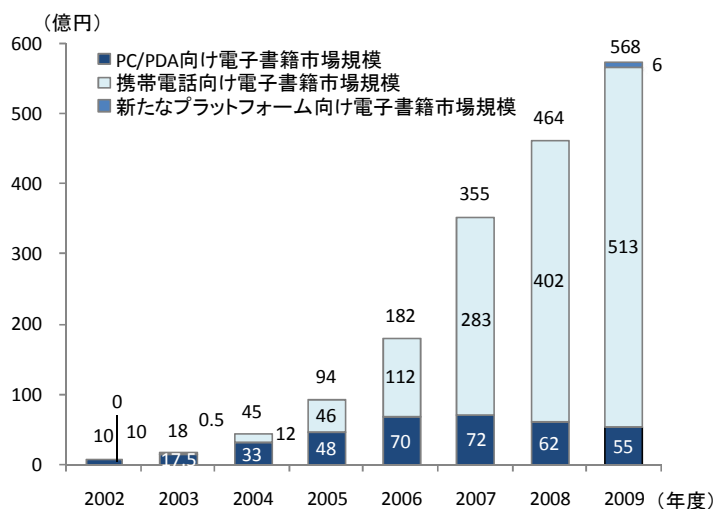
今後の地域における ICT の意義を考えると、地域産業に対してさらに ICT の活用を促して、地域産業の活性化を図ることが求められる。このことは地域の ICT 企業へのビジネスチャンスにも直結する。既に、北九州 e-PORT 構想では看護分野における e-ラーニングに係る取組みや、中心商店街のユビキタス化によって買い物客の回遊性や利便性を高める「魚町ユビキタスマール事業」などを実施している。しかしながら、ICT の活用の余地を残している地域産業は多く、さらなる取組みが求められる。

図表 2-15 日本の B to C 市場規模の推移



資料) 経済産業省「我が国情報経済社会における基盤整備」

図表 2-16 電子書籍の市場規模の推移（日本）



資料) インターネット協会「インターネット白書 2010」、Web より九経調作成

■時流に合った人材育成の必要性

ICT が進歩する中で人材育成の重要性はさらに高まっている。北九州 e-PORT 構想では従来から「e-PORT を支える高度 IT 人材育成の強化」を掲げ、各種研修を実施してきた。今後も最新の技術動向や業界動向を踏まえた時流に合った人材育成事業を続けていくことが求められる。

さらに、今後は ICT の提供側だけでなく、ICT の利用側の人材育成も求められる。とりわけ、地域産業を担う経営者にとって、今後 ICT 抜きの経営は考えられないことを考えると ICT マネジメント等の研修の重要性は高いとみられる。また、インターネットや携帯の機能を十分に活用していないとみられる熟年層以上の利用者に対しても、利用メリットを伝授しながら、活用について啓発していくことで、「デジタル・デバイド」を解消し、経済社会・利用者双方に恩恵がある ICT システムの構築が現実的になるとみられる。

2-2 フェーズⅢに向けた取組み方針

ここまで ICT に係る時代認識を整理しつつ、必要に応じて北九州 e-PORT 構想フェーズⅡまでの成果・課題を概観してきた。これらを総合的に勘案すると、フェーズⅡと同様に、「ICT 基盤の充実」「新しい ICT サービスの創出」「ICT に係る人材育成」の 3 つの柱であることは間違いない。ただし、その具体的な内容については現在の状況を十分に踏まえていく必要がある。また、3 つの柱の実現のためには、外部に向けての働きかけや情報発信を行っていくことや、その推進組織である北九州 e-PORT 推進協議会自体の組織の充実も肝要である。

よって、ここでは3つの柱に「プロモーション活動の強化と推進体制の充実」を加えた4点を取組み方針として、その重要性をあらためて押さえるとともに、具体的内容について概観を整理しておく。

(1) ICT 基盤の充実促進 ～クラウド・データセンター拠点化の推進～

クラウドコンピューティングの普及等もあって、今後とも ICT 基盤の充実は重要な課題であるとともに、地域にとっては投資や雇用の有望な受け皿の一つである。よって、今後も引き続き、データセンター、コールセンター等の誘致を積極的に展開することにより、全国有数のクラウド・データセンター拠点として、また事業継続を支援するディザスター・リカバリーの拠点として、積極的に集積の促進を図る。そして、北九州市に立地する ICT 企業のさらなる基盤充実のための支援を図る。

一方で、民間企業においても創意工夫のもと、価格競争力を高め、さらなる基盤拡充への取組みを図っていく。

(2) e-PORT 発の新サービスの創出

地方の中では格段に充実した ICT 基盤を持つ北九州市としては、その ICT 基盤や最新の技術を十分に活用したサービスを創出していくことは従来以上に喫緊の課題といえる。フェーズⅢでは具体的に、現在急拡大で普及しているスマートフォンや電子書籍端末などの新しい機器向けのコンテンツやアプリケーションの創出・開発を促進するほか、「北九州スマートコミュニティ創造事業」に係るサービスやアプリケーションの創出・開発を促進する。

また、フェーズⅢではさらなる ICT の活用で活性化が図れる分野、またコストの削減が期待できる分野に対して、新しい ICT サービスや仕組みの創出・開発を促進する。これは地域の ICT 市場の拡大を目指す取組みでもある。具体的に想定されるのは、医療・福祉、流通、観光、農業、教育、行政などの分野である。

(3) ICT 活用のための人材育成と啓発活動

劇的に進化する ICT の世界では、従来以上に高度な ICT 人材の育成が必要である。よって、先進的な ICT サービスを実現できる技術者・開発者や、新しい ICT サービスを創出できる事業プランナーの育成を支援する。

その一方で、需要開拓や「デジタル・デバイド」解消の見地から、地域において ICT を活用できるユーザーの育成も必要である。よって、ICT を活用できる地元経営者の育成や、e コマースなど ICT を活用した販路拡大・マーケティングの支援を行ないながら、ユーザ

一の ICT 活用スキルの向上を図っていく。

(4) プロモーション活動の強化と推進体制の充実

先にあげた3つの取組み方針を進めていくにあたっては、いずれも情報発信やプロモーションが必要となる。とりわけ、ICT 基盤の充実促進に係る企業誘致や、北九州 e-PORT 推進協議会会員企業が提供する ICT サービスの利活用を促す PR 活動では重要となってくる。よって、北九州 e-PORT 協議会全体として行うべきプロモーション活動については、ホームページの充実や PR 用ツールの作成なども含めて強化を図っていく。

また同時に、プロモーション活動推進の中核となる北九州 e-PORT 推進協議会自体も会員拡大などを通じて体制の充実を図っていく。

3. 北九州 e-PORT 構想フェーズⅢの方向性と活動内容

3-1 ICT 基盤の充実

■クラウド・データセンター拠点化等に向けたさらなる投資促進

2011年3月11日に発生した超巨大地震（M9.0）は、まさに未曾有の大震災をもたらした。そのために企業や行政ともにデータ管理のあり方も再考せざるを得ない状況となっている。大震災が起こらなかつたとしても ICT の進化および深化に伴って、ICT 関連企業の投資は継続されるものとみられていたが、大震災によっていっそうデータセンターを中心に安全・安心につながる分野での ICT 関連の投資は確実に進むものとみられる。

よって、北九州市においては震災後の復興への貢献も含めて、安全・安心に係る ICT 関連の整備を産官学が一体となって取り組み、データセンターや情報倉庫を核としたディザスター・リカバリー拠点の整備を促進する。さらに、既存のデータセンター、コールセンター、情報倉庫については、立地企業の増設等も含めて働きかけ、拠点性を高めるとともに、地域の活性化や雇用の拡大を図る。

また、民間企業においても行政やヒューマンメディア財団の支援のもとで、企業努力として基盤の充実に努める。

<具体的な内容と実施者>

- データセンター（iDC 事業者）、情報倉庫、コールセンターなどの誘致【行政・ヒューマン・協議会】
- その他、市民や企業にとって利便性の高い ICT サービスの提供事業者などの誘致【行政・ヒューマン・協議会】
- 時流に合わせた ICT 関連企業の基盤充実【民間】
- ICT 関連企業の基盤充実への支援【行政・ヒューマン】

現在の情報倉庫はアナログの情報、デジタルの情報の双方を扱うようになっており、アナログ情報をデジタル情報にする作業も担っている。その作業量はクライアントが保険会社などの場合は1日4万件にも及ぶ。また、情報倉庫にはクライアントにとっての顧客情報が保管していることから、その顧客情報を分析・活用して顧客向けに新商品のパンフレット等の発送代行を行うケースもある。いずれにせよ、情報倉庫は情報を保管するだけの機能に止まらず、情報をマネジメントする機能を加え、そこでの雇用も確実に大きなものとなりつつある。

■価格競争力のある仕組みづくり

地域の企業が今後のクラウド環境に対応していくために、また北九州市の ICT 基盤の拠点性を維持・発展させていくためには、建築基準法や消防法などの規制緩和に加えて低コストのデータセンターサービスを提供し、利用者のすそ野を拡大していくことが求められる。よって、データセンターを運営する企業は企業努力として低コストのサービスに努め、行政とヒューマンメディア財団は、データセンターのサービスを低コストで提供するための支援に努める。具体的には一定期間、低廉な価格でサーバー利用環境を提供する「サーバーインキュベーション事業」を実施する。

<具体的な内容と実施者>

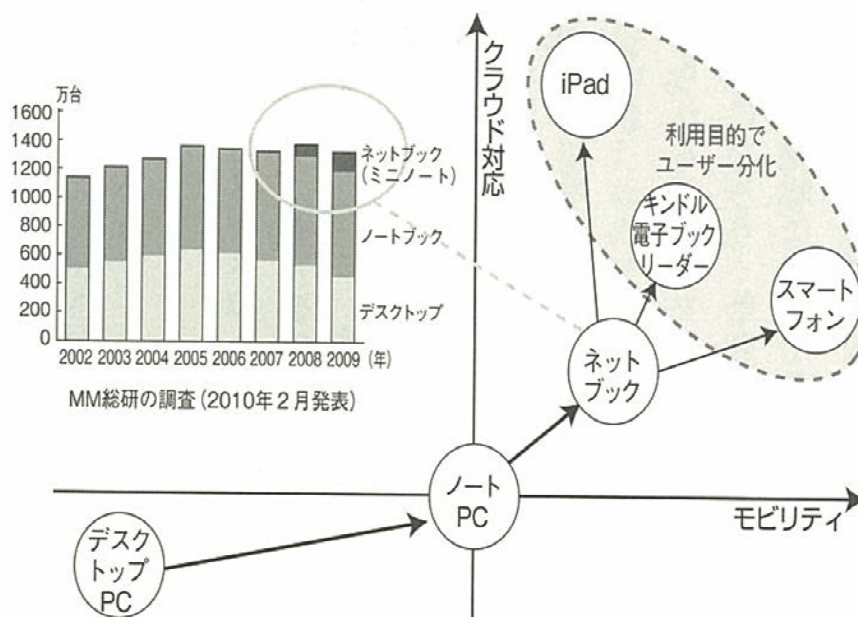
- 低コストデータセンターサービスの提供【民間】
- データセンターのサービスを低コストで提供するための支援【行政・ヒューマン・協議会】

3-2 e-PORT 発の新サービスの創出

■最新の技術や基盤を活用した新サービスの創出

インターネットに接続するデバイスは、21 世紀に入ってデスクトップ PC、ノート PC、ネットブックと主流が移り変わりつつある。そのうえ、2008 年以降からは利用目的に合わせた新しい機器が登場しており、機器それぞれに合わせたサービスやアプリケーションが求められている。よって、地域の民間企業はこれらのサービスやアプリケーションの創出・開発に積極的に係わっていく。

図表3-1 インターネットデバイスの革新



資料) 藤井伸輔、野村章「iPad・スマートフォン・クラウド・Twitter…で結局、何が変わるんですか？」

また、ICTの技術は現在世界的に環境・エネルギー分野で活用され始めており、そこにも新しいビジネスチャンスが生まれている。幸いにも北九州市では「北九州スマートコミュニティ創造事業」が実施されている。よって、この事業へのICT関連企業の参画を促し、新しいサービスやアプリケーションの創出・開発に努める。

さらには、ヒューマンメディア財団においては、これまで培われてきたe-PORTコミュニティの連携メリットをベースに、大きな視野から新しいサービスの創出・開発を検討する。

<具体的な内容と実施者>

- スマートフォンや電子書籍端末などの新しい機器向けのサービスやアプリケーションの創出・開発【民間】
- スマートコミュニティ構想に係るサービスやアプリケーションの創出・開発【民間・ヒューマン】
- e-PORTコミュニティの連携メリットを生かした新サービスの創出・開発【民間・ヒューマン】

■ ICTを駆使した行政向けサービスの創出

財政状況が厳しい中、行政コストの低減は喫緊の課題となっている。しかしながら、従来の行政向けのICTサービス（サーバー及び制御ソフト・システムの提供、システム上で

展開されるアプリケーション開発、保守メンテ等)は高コストのままである。よって、民間企業は、行政コストを削減するとともに、市民生活の向上を実現できる新しい ICT サービスの提案に努め、行政はセキュリティの問題等を十分に吟味しながら、その提案を真摯に検討する。

<具体的な内容と実施者>

- 行政コスト削減と市民生活の向上に貢献できる ICT サービスの提案【民間】
- 行政コスト削減と市民生活の向上に貢献できる ICT サービスの検討【行政】

■従来の業界や中小企業の活性化に貢献できる新サービスの創出

CD ショップや書店の激減が象徴するように、ICT の劇的な変化に乗り遅れた業界や企業は存在すら難しい時代となっている。また、存在を脅かされていない業界においても、ICT の利活用によって業務効率の飛躍的な向上が期待される業界も少なくない。よって、従来の業界や中小企業の業務を見直し、効率的かつ効果的な ICT サービスや仕組みの創出・開発に努める。そして、地域の ICT ビジネスの需要の顕在化を図り、雇用の拡大を目指す。

対象と想定される具体的な業界としては、医療・福祉分野、流通分野、観光分野、農業分野、教育分野である。医療・福祉分野については、北九州市には高度医療を担える病院の集積もあって既に e ランニング・システムの開発が手掛けられているが、この分野の潜在需要は極めて大きく、さらなる積極的な取組みに努める。流通分野・観光分野については、集客ツールとして、またマーケティング・ツールとして ICT を利活用することが効率的かつ効果的であることは理解されつつあるが、その対応は遅れている。よって、早期の実用化を目指していく。農業分野については十分な取組みには至っておらず、業務の実態を十分に検証しながら、具体的な ICT の利活用策を検討する。最後に、教育分野については e ランニング・システムに関するニーズが高いことから、良質なコンテンツも含めた e ランニング・システムの創出・開発に努める。

<具体的な内容と実施者>

- 医療・福祉分野に対する効率的かつ効果的な ICT サービスや仕組みの創出・開発【民間・ヒューマン】
- 流通分野に対する効率的かつ効果的な ICT サービスや仕組みの創出・開発【民間・ヒューマン】
- 観光分野に対する効率的かつ効果的な ICT サービスや仕組みの創出・開発【民間・ヒューマン】
- 農業分野に対する効率的かつ効果的な ICT サービスや仕組みの創出・開発【民間・ヒューマン】

○教育分野に対する効率的かつ効果的な ICT サービスや仕組みの創出・開発【民間・ヒューマン】

■新サービス等の創出支援

一般的に全く新しいサービスを創出する場合は、既存の業界の枠にとらわれず、業種横断的なコラボレーションが契機となることが少なくない。よって、対象分野を絞らない形での新しい ICT サービスや仕組み、アプリケーションの開発についても地域社会のニーズを十分に見極めながら積極的に支援を行う。

<具体的な内容と実施者>

○新しいサービスや新しい仕組み、アプリケーションの開発に対する支援【行政・ヒューマン・FAIS】

3-3 ICT 活用のための人材育成と啓発活動

■ICT を活用できるユーザー育成

劇的に進化する ICT ではあるが、地域のビジネスにおいて、その進化が直接的に連動しているわけではない。残念ながら、ビジネス的なメリットは世界的な ICT 企業や一部の大企業・ベンチャー企業に偏在する 경우가少なくない。また、10 数年前のような大型システムの構築のための下請けニーズも先細りしているのが実情である。よって、地域の ICT 企業のビジネスチャンスの拡大を視野に、ICT を活用できる地元の経営者の育成を図るほか、ICT 利活用の成功事例の紹介や、e-コマースなどを活用した地域企業の販路拡大、ICT を活用したマーケティングや経営効率化などを実現するための支援を行う。

なお、これらの取組みはデジタル・デバイドの解消や、ICT の利活用による地域活性化も睨んだものでもある。

<具体的な内容と実施者>

○ICT を活用できる地元経営者の育成（セミナー等の開催）【行政・ヒューマン・協議会】

○ICT 利活用による企業及び業界の活性化事例の紹介【行政・ヒューマン・協議会】

○e-コマースなど ICT を活用した販路拡大・マーケティングの支援【行政・ヒューマン・協議会】

■高度 ICT 人材の育成

進化を続ける ICT の世界では何よりも継続的に人材育成を行っていくことが肝要である。ゆえに、時代のニーズを的確に把握しながら、技術セミナーを実施し、先進的な ICT サービスを実現できる技術者・開発者の育成を支援する。

また、良質な ICT サービスを創出するには、先進的な技術に加えて、豊富な発想力と多様な担い手と連携を図りながらプロジェクトを遂行していく能力が求められる。ゆえに、研修等を実施し、新しい ICT サービスを実現できる事業プランナーの育成を支援する。

<具体的な内容と実施者>

- 新サービス創出のための事業プランナーの育成支援（研修等の実施）【行政・ヒューマン】
- 先進的な ICT サービスを実現できる技術者・開発者の育成支援（技術セミナー等の実施）【行政・ヒューマン】

3-4 プロモーション活動の強化と推進体制の充実

■e-PORT に係る情報発信の強化

プロモーション活動においては、日常的な情報発信も重要な活動の一つである。e-PORT 構想に係る情報をリアルタイムで発信していくことが求められる。よって、適宜、ホームページを更新しながら充実を図る。また、メールマガジンやパンフレットをはじめとした PR 用ツールについても、情報発信の内容に合った効果的なものを作成する。

<具体的な内容と実施者>

- ホームページの充実【行政・ヒューマン・協議会】
- PR 用ツールの作成【行政・ヒューマン・協議会】

■北九州 e-PORT 推進協議会の会員企業の売上増に向けた活動の促進

北九州 e-PORT 構想フェーズⅢにおいては、北九州 e-PORT 推進協議会を産業コミュニティと位置づけ、対外的な働きかけを主な活動の一つとして位置付けた。その背景には、構想そのものの実現に加えて、協議会の多くを占める会員企業のビジネスの活性化、さらには雇用の維持・拡大が喫緊の課題となっていることがある。しかしながら、個々の企業によるプロモーション活動には自ずと限界がある。よって、大手ユーザーをターゲットとした東京地区のプロモーションや、北九州市内の業界団体や企業に対する ICT を活用したサービスの紹介等は、協議会を中心に行政、ヒューマンメディア財団が連携して実施する。

<具体的な内容と実施者>

○大手ユーザーをターゲットとした東京地区のプロモーションの実施【行政・ヒューマン・協議会】

○北九州市内の業界団体や企業に対する ICT を活用したサービスの紹介【行政・ヒューマン・協議会】

■北九州 e-PORT 推進協議会の会員拡大

北九州 e-PORT 推進協議会の特徴は、産学官の連携に加えて、e-PORT のプラットフォームプレイヤー（データセンター、情報倉庫等のプラットフォーム設置事業者）、e-PORT プレイヤー（プラットフォーム上でエンジニアリングサービス、マネージドサービス、アプリケーションサービス等を提供する事業者）、さらには e-PORT ユーザー（地場企業、自治体、教育・研究機関等）の三者が一体となって、三位一体で推進していることにある。ゆえに、本来であれば両プレイヤーがビジネスチャンスを得て、ユーザーを獲得できれば、そのユーザーも会員の候補なのである。よって、フェーズⅢでは新たなプレイヤーのみならず、ユーザーに対しても積極的に会員への勧誘を図っていく。

<具体的な内容と実施者>

○北九州 e-PORT の係わる新たなプレイヤーおよびユーザーに対する北九州 e-PORT 推進協議会会員への勧誘活動の実施【行政・ヒューマン・協議会】

4. 北九州 e-PORT 構想フェーズⅢにおける重点市場

北九州 e-PORT 構想フェーズⅢにおける方向性と活動内容は、これまで見てきたとおりであるが、構想を実現するにあたっては、時流や地域事情を十分に踏まえて重点的にターゲットとする市場を明確にする必要がある。そして、その市場において敏速にビジネスを展開していくための具体的な取組みについて、筋道を示すことが望まれる。ゆえに、フェーズⅢにおいては次の4つの市場を北九州 e-PORT 推進協議会全体としての重点市場と位置づけ、具体的な取組みについては、実証実験や社会実験の可能性も検討しつつ推進していくものとする。

4-1 環境・エネルギーに係る市場

従来から環境・エネルギー分野は21世紀の中核産業と期待されていたが、今回の東日本大震災による福島原子力発電所の事故によって、環境・エネルギー分野の再構築は極めて喫緊の課題に浮上している。

そもそも、北九州市では全国4つある「次世代エネルギー・社会システム実証事業地域」の一つとして「北九州スマートコミュニティ創造事業」が選定されており、同事業の重要性はますます高まるものとみられる。

具体的には、北九州スマートコミュニティ創造事業では、いわゆるICTの力を活用してエネルギー・マネジメントを行う取組みが中心となることから、数多くのICTプロジェクトが進むと予想される。ただし、一般的にはスマートグリッド事業のICT関連の主要プレイヤーは大手企業を中心とされており、なかなか地元の中小・中堅のICT関連企業の参画は難しいとみられている。

しかし、そうであっても北九州スマートコミュニティ創造事業は北九州を現場に実施されることを考えれば、現場に密着しているからこそそのビジネスの可能性も否定できない。少なくとも、全国で4つしかない現場があることは極めて重要といえる。

よって、新日本製鐵、日本IBM、富士電機システムズなどの北九州スマートコミュニティ創造事業の担い手と密接に係わりながら、北九州スマートコミュニティ創造事業に取組み、低炭素化社会の実現に係る市場の開拓を目指す。とりわけ、地元で密着した独自のシステムである総合モビリティマネジメントシステムや環境学習に関連した分野に対して、積極的にアプローチする。

図表 4-1 スマートグリッド関連主要プレイヤー

スマートグリッド関連主要プレイヤーマップイメージ													
アプリ層 (コンテンツ)						To Be Determined(現在のところ未定)							
	電気事業者 電力保安通信網など					ORACLE Microsoft					Google	IBM	SAP
論理層 (通信・ 情報処理)	日本IBM					KDDI							
	東芝 日立製作所 日本電気 富士通		東芝 日立製作所 日本電気 富士通	東京ガス 九州電力 関西電力 東京電力	エリーパワー デンソー 三洋電機 シャープ パナソニック	三菱電機 山武 NTT ファシリ ティーズ	オムロン	Cisco 日本電気 富士通	山武 NTT ファシリ ティーズ	日本ユニシス NTTデータ			
物理層 (電力・交通)	大規模発電	送電線	系統用蓄電池	変電所	配電線	スマートメーター	スマートハウス	スマートビル	スマートスクール	データセンター	スマートストア	次世代SS	スマートチャージ
	日立製作所 東芝 三菱重工 富士電機	J-POWER システムズ ビスキャス エクシム	日本ガイシ	日立製作所 東芝 三菱電機 明電舎	住電日立 ケーブル フジクラ ダイヤ 古河電工	大崎電気工 業 東芝 三菱電機 富士電機 エネゲート	積水ハウス 大和ハウス 住友林業 ミサワホーム 東京ガス	清水建設 大林組 鹿島建設 竹中工務店	NTT KDDI IDC フロンティア ソフトバンク	清水建設 大林組 鹿島建設 竹中工務店	JX日鉱日石 エネルギー 昭和シェル 出光興産	デンソー トヨタ自動車 日産自動車 富士重工業 三菱自動車工業	東京電力

資料) 諸住哲監修「図解スマートグリッド」に九経調加筆

4-2 ソーシャルビジネスに係る市場

少子高齢化等によって、従来の行政の枠組みでは対応できない社会的課題が噴出し始めている。しかしながら、経済の成熟化等もあって財政は逼迫し、行政による対応は限定的なものとなっている。そんな中で注目されているのが、部分的にビジネス手法を用いながら、社会的課題を解決するソーシャルビジネスである。

既に、NPO や社会福祉法人、さらに企業などが、様々なソーシャルビジネスに取り組んでいる。しかしながら、実情は経済コストの面で厳しく、結果的にスタッフの負担の増大や、社会ニーズはあるものの取組みを中止せざるを得ない状況が生まれている。ゆえに、ソーシャルビジネスの現場にこそ、ICT の力を導入し、経済コストを低減させて社会的課題の解決を図ることが求められているのである。

残念ながら、現状はソーシャルビジネスの担い手の多くは ICT に詳しくない。よって、ソーシャルビジネスの担い手に対して、ICT 利活用のメリット等について情報を提供し、お互いに創意工夫をしながら、ソーシャルビジネスの現場の効率化を目指す。なかでも、「買物難民」で象徴される高齢者のモビリティに係る案件と介護現場の効率化に係る案件については、北九州の地域事情としても社会ニーズが大きいことを勘案し、具体的な社会実験のスキームについて検討を行う。

4-3 e-ラーニングに係る市場

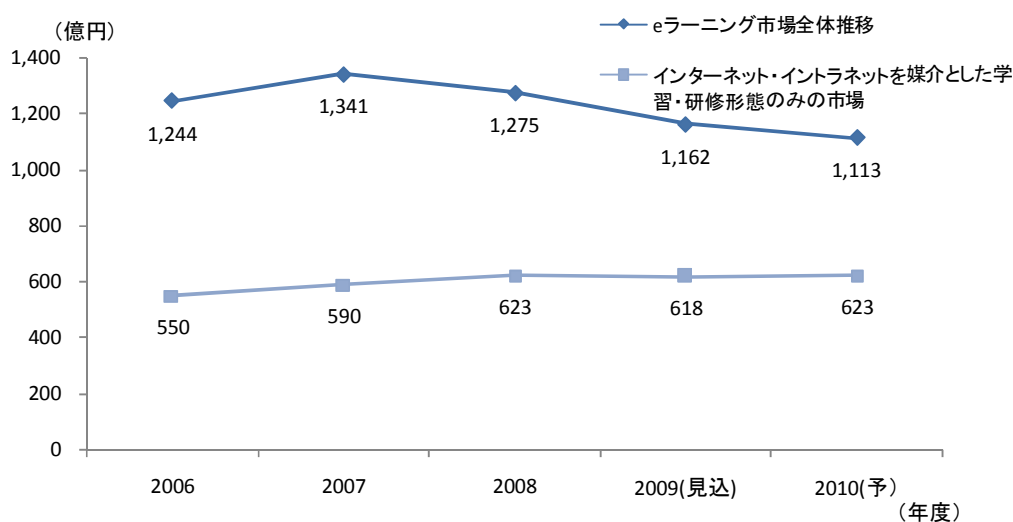
iPad に代表される新しい電子機器やクラウドの登場によって、e-ラーニングの市場はインターネット・イントラネットを中心としたものは今後再び拡大していくことが予想される。とりわけ、時間的な制約によって一般的な講義のように一堂に会してのフォーマルな学習が難しい職種や、技術の進化によって適宜新たな知識を身に付ける必要のある職種に

については、潜在的なニーズは極めて大きいとみられる。具体的には、看護師、介護士、そして、新しい ICT サービスを創出する事業プランナーなどである。

北九州 e-PORT 構想では、既に福岡看護 e-ラーニング研究会を支援し、小倉第一病院と共同で看護師向けの e-ラーニング・システムの開発を行った実績もある。ただし、e-ラーニングは技術的にも、内容的にも、まだまだ発展性があり、さらなる高みを目指しての開発が求められている。また、この経験を介護等の他分野へ展開していくことも求められる。さらには、前述の北九州スマートコミュニティ創造事業では環境学習に関連した取組みも期待できることから、e-ラーニング・システムの導入についても現実的な課題といえる。

いずれにせよ、e-ラーニングでは、ICT を駆使して地域や組織に培われている知識やノウハウを基礎としたコンテンツが求められるため、地域の ICT 関連企業の活躍が期待される分野である。よって、積極的かつ具体的に e-ラーニングに係る市場開拓を目指す。

図表 4-2 e-ラーニング市場規模推移



資料) 矢野経済研究所推計

4-4 位置情報ゲームに係る市場

ICT に係る市場の中でも、日本においては現在、携帯電話ゲームの市場が急成長をしている。その代表が DeNA と GREE である。2 社の営業利益は合わせると電通を上回るまでになっている。このように成長が期待される携帯電話ゲームの市場であるが、東京中心に企画開発が進められており、地方の担い手が参入する余地はほとんどないと言われている。そんな中で注目されるのが「位置情報ゲーム (通称：位置ゲー)」である。

位置ゲーとは位置測定 (GPS) 機能を活用し、移動しながら遊ぶ位置情報ゲームである。携帯電話のゲームというバーチャルな世界の遊びでありながら、位置情報を使うことで

リアルな世界にも繋がるという点で極めてユニークな存在である。つまり、ゲーム上で位置情報を確認するため、その位置に関連したリアルな情報の提供が可能となり、ユーザーリアルな情報を提供することで、バーチャルなゲームから一旦離れさせ、リアルな行動を促すことも可能になるのである。さらに言えば、バーチャルなゲームの中で、リアルな行動（例えば、ある位置にまで行って位置情報確認をすること）が目的にもなるのである。よって、現在、観光地の集客や地域活性化につながるゲームとして注目を集めているのである。

図表 4-3 主要なネット企業、ゲーム関連企業、メディア関連企業の業績

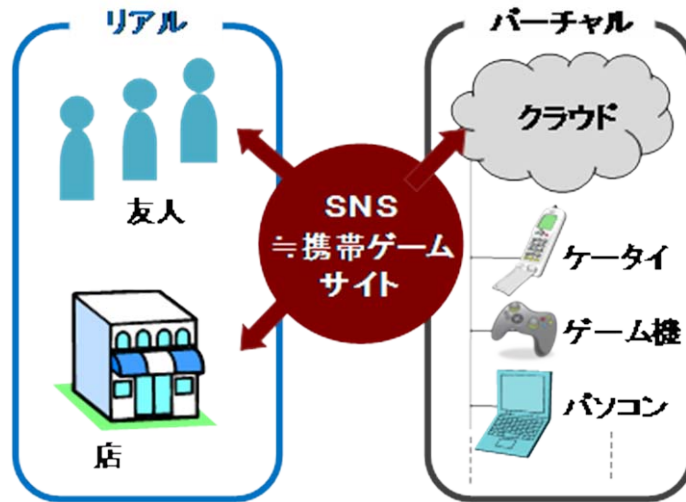
	(億円)		
	株式時価総額	売上	営業利益
ヤフー	16,884	2,798	1,438
楽天	8,321	2,982	566
電通	5,558	16,786	373
DeNA	3,924	481	212
セガサミー	3,648	3,846	367
グリー	3,068	352	195
日本テレビ	2,696	2,969	235
フジ・メディア	2,543	5,838	92
スクウェア・エニックス	2,165	1,922	282
サイバーエージェント	971	938	44
ミクシィ	685	136	27

注) 主要なネット企業、ゲーム関連企業、メディア関連企業対象。9月28日終値を基に算出。

売上、営業利益は各社直近期実績。

資料) 週刊東洋経済 2010/10/9号

図表 4-4 携帯ゲームはリアルとバーチャルを結ぶ



資料) 週刊東洋経済 2010/10/9号に九経調加筆

現在の位置ゲーは特別企画を除くと、全国を対象としたものであり、地域限定の位置ゲーは存在していない。また、ユーザーは20代・30代が中心であり、40代以上の利用者は限られている。しかしながら、地域の活性化を考えると、一定の消費力を持ち、地域の中で柔軟に行動する40代以上の女性をメインターゲットとした地域限定の位置ゲーの可能性に検討の余地はあると考えられる。よって、市域が広く多種多様なユニークな地域資源を抱えるうえに、位置ゲーの地図情報を提供しているゼンリンの本社がある北九州市の利点を生かして、全国に先駆けて地域版位置ゲーについて具体的な検討を行う。

<トピック>

○最もユーザーが多いと言われる位置ゲー「コロニーな生活 PLUS」では、村民500人の和歌山県北山村の特産品がゲーム上の土産品に登録されたことから、数週間で100人ほどの観光客が訪問した。また、「ケータイ国盗り合戦」という位置ゲーでは、兵庫県からの依頼で兵庫県内のスタンプラリー形式のゲームを設定し、少なくともゲームのユーザー330名の兵庫県内の宿泊が確認されている。

○ちなみに、携帯による位置情報の有用性はゲームだけではない。タクシー業界も利用者が携帯で位置情報を含めた各種の情報（何時に乗りたいのか、どこまで行きたいのか）を発信するようになれば効率性が高まるサービスである。また、タクシー業界は現在でも利用者の乗車時間、降車時間、ルートなどの情報は把握されているにも関わらず、十分に生かされていない、ICTの利活用が遅れた業界でもある。しかしながら、ICTを適切に利活用できるようになれば、高齢化社会に対応したオンデマンドの乗り合いタクシーのサービス創出など可能性を持った業界でもある。

5. フェーズⅢの目標

北九州 e-PORT 構想フェーズⅢにおいては、2015 年 3 月（2014 年度）までの数値目標を以下のように設定する。

- データセンター総延床面積 24,500 m²
(2008 年度実績 11,000 m²)

- e-PORT 関連事業年間売上高 25 億円
(2008 年 3 月末実績 18.1 億円、2011 年 3 月末実績 20.3 億円)

- e-PORT 関連 ICT サービス数（契約数） 1,500
(2008 年 3 月末実績 1,195 2011 年 3 月末実績 1,271)

- ICT を活用した地域課題の解決プロジェクト 実証実験 4 年で 8 件
事業化 4 年で 3 件
(2007 年度～2010 年度実績 実証実験 5 件 事業化 2 件)

- 北九州市の情報サービス産業の年間売上高 650 億円
(2008 年の実績 628 億円)

おわりに

2007年4月から2011年3月までの4年間にわたって実施された「北九州 e-PORT 構想フェーズⅡ」は、ユビキタスネットワークを一つのキーワードとしていた。つまり、市民にとって、簡単・便利に利用できるサービスを創出することを目指していたのである。この方向性はフェーズⅢにおいても変わらないものである。市民にとって、容易に使える ICT サービスは極めて喜ばしいものである。

ただし、現実の ICT の世界では、次から次へと新しいサービスや仕組み、機器が登場し、すべての市民がそれらの利便性を十分に理解して、使いこなすには至っていない。とりわけ、40代以上の市民への ICT サービスの浸透は遅れている。いわゆる「デジタル・デバイド」が存在しているのである。そのために、有益な情報の受発信ができなかったり、e コマースの恩恵を得られなかったりしているのである。

実は「デジタル・デバイド」は個人だけの問題ではない。企業や組織においてもデジタル・デバイドは存在している。現実には、地方の中小・零細企業の多くは十分に ICT の利活用がされていないために、ビジネスの潮流に乗れず苦難な状況に追い込まれたり、コスト削減の機会を消失したりしているのである。

以上の状況を考えると、地域としてもっと ICT に積極的に係わり、ICT の恩恵を十分に享受していくことが必要なのである。これによって、市民は利便性の高い豊かな生活が営まれるであろうし、地域の企業も活性化できるのである。さらに言えば、市民や地域の企業が ICT を積極的に取り込むことは、北九州 e-PORT 推進協議会を構成する企業にとっては、需要を喚起することにもなるのである。

そこで、フェーズⅢにおいては新たに「従来の業界や中小企業の活性化を目指した ICT サービスの創出・開発」や「ICT を活用できるユーザー育成」という視点を盛り込んだ。そのうえで、地域が一体となって、ICT の力を十分に生かした新しい社会システムの構築に向けて、積極的に係わっていくことをあらためて強調した。

高齢化社会の到来によるモビリティの低下、個人消費の低迷、中心市街地の空洞化、医療・福祉分野での人材の不足など、地域には様々な問題が存在している。ICT の力によって、これらの問題を少しでも解決することがフェーズⅢの目指すところである。

[追記]

報告書の途中でも触れているように、フェーズⅢの最終とりまとめ段階である 2011 年 3 月 11 日に東北地方太平洋沖地震が発生した。そして、その影響が十分に見極めきれない 3 月 15 日に最終検討委員会が開催された。

よって、若干は今回の東日本大震災を踏まえた記述を盛り込んだものの、十分な検討・検証には至っていない。

今後はフェーズⅢを進めながら臨機応変に軌道修正を行う必要があると認識している。そして同時に、微力ではあるがフェーズⅢの取組みが少しでも東日本大震災の復旧・復興に、我が国の活性化に寄与できればと思う。

北九州 e-PORT フェーズⅢプラン

2011年7月発行

製作・発行：財団法人 九州ヒューマンメディア創造センター

〒805-0071 北九州市八幡東区東田1丁目5番7号

TEL : 093-663-2950 (代表) FAX : 093-663-2955 (代表)
