

第3章 日本の取組み

3-1 行政の取組み

日本政府は、高齢社会対策基本法に基づく高齢社会対策会議（会長；首相）を設置した。また、高齢社会対策大綱を平成13年に発表している。それ以外にも政策研究会、有識者会議、懇談会など、高齢社会に関するさまざまな分野の研究活動について有識者を踏まえて実施してきた。加えて、毎年高齢社会白書を刊行し、年間の重要な政策課題などをまとめている。ところが、これら的高齢者対策分野の報告資料を見る限り、電子政府のかかわりについては、中心的な論議が皆無であり、ICTの活用についても活発な研究や議論がなされたとは言い難い。

一方、日本での電子政府の取組みは2000年頃から始まったが、電子政府は行政手続のオンライン利用の促進、行政情報の電子的提供の推進、業務・システムの最適化、情報システムにかかわる政府調達改善の改善、等を目的としてきた。そして、2001～2005年にe-Japan戦略、2006～2010年にIT新改革戦略、そして2010～2015年へのi-Japan戦略という三つの国家戦略が実施、検討されてきたが、電子政府分野における超高齢社会対策は決してメジャーなトピックではなく、ほとんど十分な検討がなされてきていない。

これらの要因としておそらく、日本政府の行政機構からして内閣府が全省庁の調整機能を有するとはいえ、厚生労働省、総務省、経済産業省、文部科学省など、各省庁における独自の活動が目立っており、横断的な電子政府やICTの利活用が残念ながら、政府の最高意思決定機関において、十分議論されていない現状にあるといえよう。もちろん高齢社会に対する法律や予算措置などは関係省庁を通して行われている。また、電子政府の国民へのオンライン・サービスもそれぞれの分野において、実施されているわけである。

政府は、2006年のIT新改革戦略で、国・地方公共団体に対する申請・届出等手続におけるオンライン利用率を2010年度までに50%以上とする目標を掲げているものの、いまだその利用率は低調である。「平成20年度電子政府評価委員会報告書」によると、平成19年度末時点でその利用率は22.7%にとどまっている。その理由としては、①個人情報の問題、②利用者側のニーズとの乖離、③自治体間の格差、④ワンストップ・サービス等利用者の利便性の欠如、といった問題点が挙げられる。

そこで、早稲田大学電子政府・自治体研究所では、超高齢社会における電子政府の活動を図8のように作成し、ワンストップ・サービスを横断的に行えるユーザビリティの確立を提言している。

ちなみに、早稲田大学電子政府・自治体研究所では毎年、世界の電子政府を複数の指標を用いて評価を行い、ランキング形式で公表を行っている。2010年のランキングでは日本は6位であったが、最近の電子政府のトレンドとしては、行政に対して市民からはワンストップ・サービス申請の期待が高まっているほか、携帯電話や無線LANを活用した「モバイル政府」の登場など、より利用



図8 高齢社会と電子政府
出典：早稲田大学電子政府・自治体研究所

表6 高齢者を対象とした行政手続きに関する調査結果について
【調査手法】板橋区、新宿区、渋谷区、船橋市における高齢者を対象とした行政手続きのうち、電子申請への対応状況について調査を実施。

行政手続き項目	申請形態		自治体名
	紙申請	電子申請	
住民票・戸籍・外国人登録	—	○	原則 全自治体
住民税・軽自動車税の電子申請	—	○	原則 全自治体
生涯学習講座、放課後クラブ、郷土博物館・文学館利用等	—	○	板橋、渋谷
各種健康診断申込	—	○	板橋、渋谷、船橋
介護給付費過誤申立書	—	○	新宿
新宿区介護モニター応募	—	○	新宿
防災（家庭用消火器等の防災器具の貸出等）	—	○	渋谷
環境・清掃（からすよけネット、エコカー助成申請）	—	○	渋谷
予防接種に関する書類の申込	—	○	船橋
まちづくり出前講座	—	○	船橋
船橋駅南口地下駐車場使用許可申請（自転車）	—	○	船橋
中央卸売市場の見学	—	○	船橋

出典：行政手続きリストから調査結果をもとに筆者加工

者の利便性を意識したサービスが普及しつつあることが明示された。

一方で、テーマである高齢者の利用を意識した電子行政サービスはどのようなものがあるだろうか。表6は、都市部の主要な電子行政サービスのうち、高齢者が利用すると思われるサービスを抜粋したものである。

この結果を見てみると、健康診断や文化講座といったサービスについては、一部電子行政サービスを実施しているものの、例えば、年金手続きに関しては紙媒体による手続きであるなど、多くのサービスはいまだに、電子行政に対応してないことが分かった。また日本の電子政府における高齢者支援の一覧は次のとおりである。

表7 日本の電子政府（高齢者支援一覧）

項番	高年齢者支援名称	県	市	町	村	特別区	その他	類型					
								高齢者検索	GPSによる徘徊	緊急連絡・病院等	情報収集	医療サービス	その他火災防止機器等
1	三重県伊賀市役所・徘徊高齢者家族支援サービス	三重県	1					○	○				
2	かがわ遠隔医療ネットワーク（社団法人香川県医師会・香川県健康福祉部医務国保課）	香川県	1							○	○		
3	旭川医科大学病院 遠隔医療センター	北海道					1			○	○		
4	わかしお医療ネットワーク（東金市）	千葉県	1							○	○		
5	諫早市・高齢者緊急通報システム事業	長崎県	1					○	○				
6	「さがICTビジョン2008」	佐賀県	1							○	○		○
7	「ふるさとけ-タイ事業」（総務省と各自治体・NPO）	国					1						
8	徳島県三好市「ふるさと-タイ事業」	徳島県	1							○	○		
9	京都北部（丹後地域）宮津市・京丹後市・伊根町・与謝野町「ふるさとけ-タイ事業」	京都府	2	2						○			
10	宮崎県木城町	宮城県		1						○	○		○
11	敦賀市・人感センサー-安否確認システム（安否確認機能付き緊急通報システム）	福井県	1							○			
12	高松市・徘徊高齢者家族支援サービス（GPS）	香川県	1					○	○				
13	港区徘徊探索支援	東京都				1		○	○				
14	新宿区徘徊高齢者探索サービス	東京都				1		○	○				
15	台東区・民間緊急通報システム	東京都				1		○	○				
16	墨田区・緊急通報システム（民間センター・消防庁直結・火災）、徘徊高齢者探索サービス	東京都				1		○	○				
17	江東区高齢者緊急通報システム（消防・民間）	東京都				1			○				
18	目黒区・ひとり暮らし・高齢者世帯向けサービス	東京都				1		○	○				
19	渋谷区	東京都				1		○	○				○
20	中野区	東京都				1		○	○				○
21	杉並区	東京都				1		○	○				○
22	荒川区	東京都				1			○		○		○
23	板橋区	東京都				1				○	○		
24	練馬区	東京都				1					○		
25	山形県酒田市・庄内町・鶴岡市	山形県	3					○	○				
26	福島県浪江町	福島県		1						○			
27	宮城県白石市	宮城県	1							○			
28	大阪府松原市	大阪府	1							○			

29	東京都中央区、品川区、世田谷区	東京都					3			○			
30	兵庫県宝塚市	兵庫県	1							○			
31	文京区、大田区	東京都					2			○			○
32	神奈川県横須賀市	神奈川県	1							○			○
33	東京都三鷹市	東京都	1						○	○			○
34	広島県広島市	広島県	1							○		○	○
35	神奈川県	神奈川県	1									○	○
36	福井県	福井県	1									○	○
37	佐賀県	佐賀県										○	○
38	茨城県	茨城県	1						○	○		○	○

合計	6	16	4	0	17	2	13	29	6	13	10
総数※	47	777	846	198	23						
実施率	12.8	2.1	0.5	—	73.9	—					
	%	%	%		%						

出典：日本の高齢者支援に関する電子行政サービスを調査し、筆者集計

3-2 企業の取り組み

電子政府が普及するには、ユーザーの情報リテラシーの向上及びユーザー中心のアクセシビリティを強化する必要がある。その点、いまや世界の7割の人が利用するモバイル通信を電子政府に応用するのが得策である。

本節では、総務省「モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査研究」資料をベースにしている。モバイルコンテンツ関連市場を、①モバイルコンテンツ市場（着信音系、ゲーム系をはじめとしたデジタル・コンテンツを有料配信）、②モバイルコマース市場（物販系、サービス系、トランザクション系の3分野）に分けて現状を考察したうえで、高齢者向けビジネスの事例を取り上げてみたい。電子政府が人口の5人に一人に及ぶ高齢者をフォーカスの対象に実施されておらず、今後政府の関与が大きい分野としてこれらの市場を紹介したい。

まずは、モバイルコンテンツ全体の市場についてであるが、総務省によると、2008年のモバイルコンテンツ市場は4,835億円、モバイルコマース市場は8,689億円となっている。両市場を合わせたモバイルコンテンツ関連市場の合計は1兆3,524億円（対前年比117%）となった。

その他のビジュアル広告などの純広告と懸賞やノベルティでモバイルを利用した販促・キャンペーンなどを含んだ「モバイル広告・プロモーション市場」、モバイルコンテンツサイト構築、システム運営・管理を中心とした「モバイル・ソリューション市場」といった関連分野を含めるとさらに市場規模は大きくなり、ここ数年で急激に市場が拡大していることが分かる。

①モバイルコンテンツ市場

モバイルコンテンツ市場のうち、「着うた市場」と「着うたフル市場」を合わせた「着うた系市場」は、2008年では1,190億円市場で2007年に引き続き最大規模の市場であった。また、2番目に大きい「モバイルゲーム市場」は、伸び率は落ち着いてきたものの増加傾向にある。「モバイルゲーム市場」では、女性に特化したゲームやコミュニケーション機能を追加したゲームなど、従来とは

表8 2008年におけるモバイルコンテンツ関連市場規模

(単位: 億円)

市場カテゴリー	2005年	2006年	2007年	対前年比	2008年	対前年比
モバイルコンテンツ市場	3,150	3,666	4,272	117%	4,835	113%
モバイルコマース市場	4,074	5,641	7,329	130%	8,689	119%
モバイルコンテンツ関連市場	7,224	9,307	11,601	125%	13,524	117%

出典: 総務省「2008年 モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」

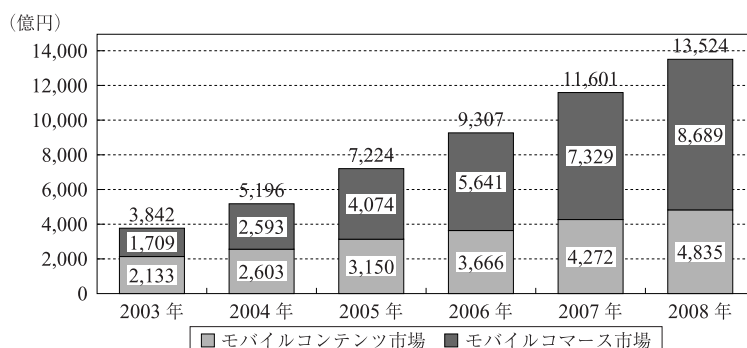


図9 モバイルコンテンツ関連市場の推移

出典: 総務省「モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」

表9 モバイルコンテンツ市場内訳

	2005年	2006年*1	2007年	対前年比	2008年	対前年比
着メロ系市場	1,048	843	559	66%	473	85%
着うた系市場	562	759	1,074	142%	1,190	111%
（内訳）着うた市場	(463)	(522)	(568)	109%	(483)	85%
（内訳）着うたフル市場	(99)	(237)	(506)	214%	(707)	140%
モバイルゲーム市場	589	748	848	113%	869	102%
装飾メール市場	14	55	116	211%	171	147%
電子書籍市場	16	69	221	320%	395	179%
リングバックトーン市場	13	29	87	300%	110	126%
占い市場	123	158	182	115%	200	110%
待受系市場	236	248	227	92%	229	101%
きせかえ市場	—	3	23	767%	64	278%
天気/ニュース市場*2	51	63	73	116%	78	107%
交通情報市場*3	74	125	164	131%	206	126%
生活情報市場*4	27	45	54	120%	77	143%
アバター/アイテム販売 (SNS等)*5	—	5	60	1200%	157	262%
その他モバイルコンテンツ市場	397	516	584	113%	616	105%
モバイルコンテンツ市場合計	3,150	3,666*1	4,272*1	117%	4,835	113%

*1 2008年、調査対象が広がったのに応じて、2006年、2007年の市場規模も修正

*2 天気/ニュース市場=天気情報、時事、金融、芸能などのニュース情報

*3 交通情報市場=ナビゲーション/地図情報、乗り換え駅の検索などの交通情報

*4 生活情報市場=辞書、学習、健康情報等

*5 アバター/アイテム販売 (SNS等)=SNS等の課金。アバターは、コミュニケーションサイトなどで用いられるキャラクター、アイテムはSNSのゲームサイト等で購入可能な道具類。

出典: 総務省「モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」

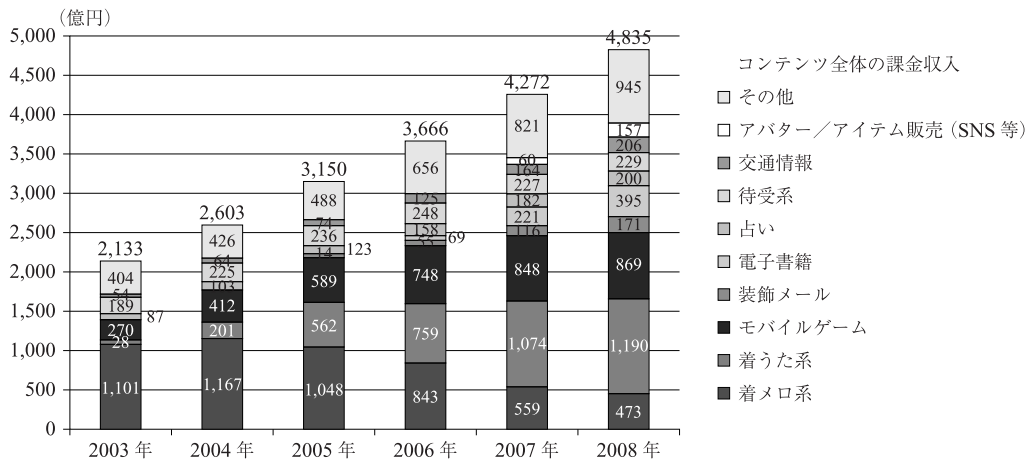


図10 モバイルコンテンツ市場内訳
出典：総務省「モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」

違った形態のゲームが登場してきている。

他方、注目を浴びつつあるのが「電子書籍市場」である。現在、「電子書籍市場」は395億円程度となっているが、2010年1月にはアメリカのApple社が電子書籍用端末の販売を発表するなど、大手各社が参入の構えを見せており、今後市場が拡大していく可能性が高いといえよう。

②モバイルコマース市場

次にモバイルコマース市場の現状だが、モバイルコマース市場は、物販系（モバイル通販）、サービス系（興行チケット、旅行チケット、航空チケット、鉄道チケットなど）、トランザクション系（証券取引手数料、オークション手数料、公営競技手数料など）の3分野に分類される。

携帯電話から商品を購入する物販系は3,770億円（対前年比115%）であった。消費者層はこれまでと同じく若者が中心となっており、この世代においては、店舗やPCなどの購入手段と同様に、携帯電話も一般的な購入手段の選択肢の一つになってきているのが分かる。人気を集めている商品ジャンルは、ファッションや美容系、健康食品などの売れ筋に加え、低価格の家電なども人気で、実際に店舗を持つ家電やアパレルなど専門店も市場に参入するようになってきている。

携帯電話での興行チケットや交通チケットの購入などを含むサービス系に関しては、3,497億円（対前年比125%）となった。予約購入、改札、チェックインができる手段として、特に交通系の市場が増加しているとみられる。

野村総合研究所によると、モバイル関連市場は、2015年3月末には4兆1,769億円に拡大すると見込まれている。この場合のモバイル関連市場は、モバイルコンテンツ、モバイルコマースに加えて、モバイル・ソリューション（2015年3月末で7,207億円）、モバイル決済（同1,008億円）、モバイル広告（同2,231億円）、ワイヤレスブロードバンド（同1,314億円）なども含んでいるが、モバイルECが最も大きな割合を占めている。

モバイル関連市場が平均15%の成長を遂げると見込まれる大きな要因として、WiMAXや次世

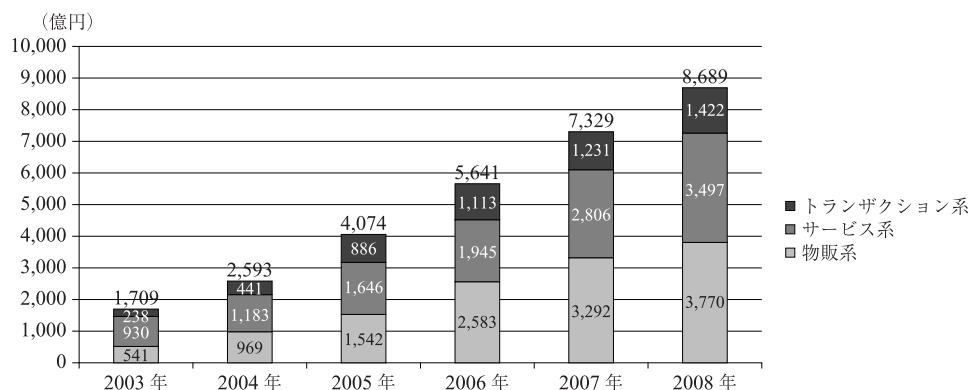


図 11 モバイルコマース市場内訳
出典：総務省「モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」

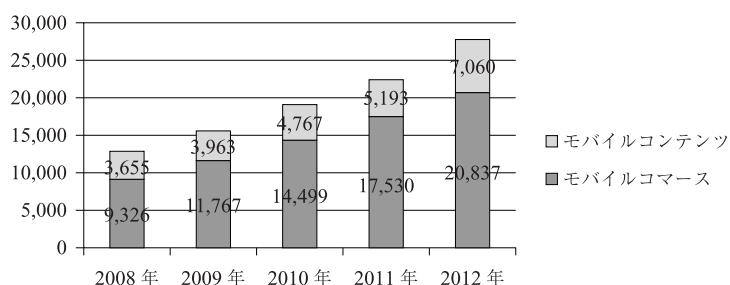


図 12 今後の需要予測 (単位: 億円)
注：〈市場規模の算出方法〉
(1) モバイルコンテンツ市場
総額は、携帯電話事業者の発表資料から算出。内訳は、携帯電話事業者の発表資料及び主要事業者のデータとアンケート調査によって得られた伸び率を用いて推計。
(2) モバイルコマース市場
モバイル・ビジネスに従事する主な事業者・団体等にヒアリングを実施し、その結果を基に推計。
出典：野村総研 2006年 いずれも推定値

代 PHS などの普及に加えて、第 3.9 世代携帯電話規格である「Long Term Evolution (LTE)」が 2010 年以降に提供開始するなど、通信インフラの高速化を挙げている。これにより、モバイル端末を経由してサービスを提供するといったビジネスの存在感が増していくと分析している。

このようにモバイルコンテンツ市場、モバイルコマース市場の拡大が見込まれるが、今後、電子政府に代わるモバイル政府（モバイルガバメント）の実現に大きく貢献するものと期待できる。

次に、急速に進行する高齢化では、「労働力人口の減少」により、さまざまな問題（健康、福祉、介護）が起こってくる。では、すでに展開されている具体的な新規ビジネスはどのようなものがあるだろうか。

NTT では、実験段階のサービスも含め以下の施策にチャレンジしている。まず、「介護予防サービス」は、ICT を活用して高齢者が要介護状態にならないためのプログラムを届けるシステムである。高齢者が要介護になってしまう原因で問題となっているのは「転倒骨折」であり、転ぶと骨が折れて寝たきりになってしまうため、その予防策として筋力アップに目をつけ通信を利用した遠隔

通信でのトレーニングメニューを享受するものである。

「ITを活用した遠隔傾聴サービストライアル」は、高齢者ホームの入居者と在宅の傾聴ボランティアをブロードバンドを活用したテレビ電話で接続し、遠隔地からの傾聴活動を実施するものである。テレビ電話画面上に、相手の顔だけでなく、入居者の思い出の写真やビデオなどを表示して共有することで、話題提供とコミュニケーションの深まりを支援し、遠隔傾聴の可能性を探るものである。

「見守りコミュニケーション支援サービス」は、高齢者同士や家族、友人等との「テレビ電話サービス」や「手書きメッセージングサービス」、高齢者の状況（在・不在等）を確認する「見守り管理サービス」、災害等緊急時での利用を想定した町役場からの「メッセージ同報サービス」や高齢者側からの「通報サービス」の提供などを行うものである。人手では補えない部分をICTの力によりカバーすることが狙いである。富士通の「らくらくホン」「らくらくパソコン」が好評だ。

また、近年では「ロボット」が現実社会で期待を持たれ始めている。少子高齢化が進み、身近な問題として最も困ることの一つに、日常生活の「家事」が挙げられる。東京大学 IRT 研究機構は、少子高齢化に伴う労働力不足の解決に役立てようと、人に代わって家事をこなすロボットをトヨタ自動車と共同で試作機を公開している。掃除道具や家具など物を見分ける能力に優れ、失敗を自ら認識してやり直すのが特徴である。ロボットは高さ155センチ、重さ約130キロ。頭部と2本の腕、車輪が付いた胴体からなり、胴体に内蔵されたコンピュータにこなす動作をプログラムする。指令を出すと、頭部にある五つのカメラや、レーザーセンサーで物の形や位置を認識しながら、連続で約1時間働く。試作機の公開では、テーブルの上の食器を台所に運んだり、3本の指で器用にシャツをつまんで洗濯機に入れたりする姿を披露した。

少子高齢化は、単に生産労働人口が減るだけでなく、貴重な労働人口の多くを介護の現場に向かわせてしまい、労働力不足にさらに拍車をかけてしまうという「二次災害」が懸念される。そこで



図13 洗濯機に洋服を入れる家事ロボット
出典：東京大学 IRT 研究機構

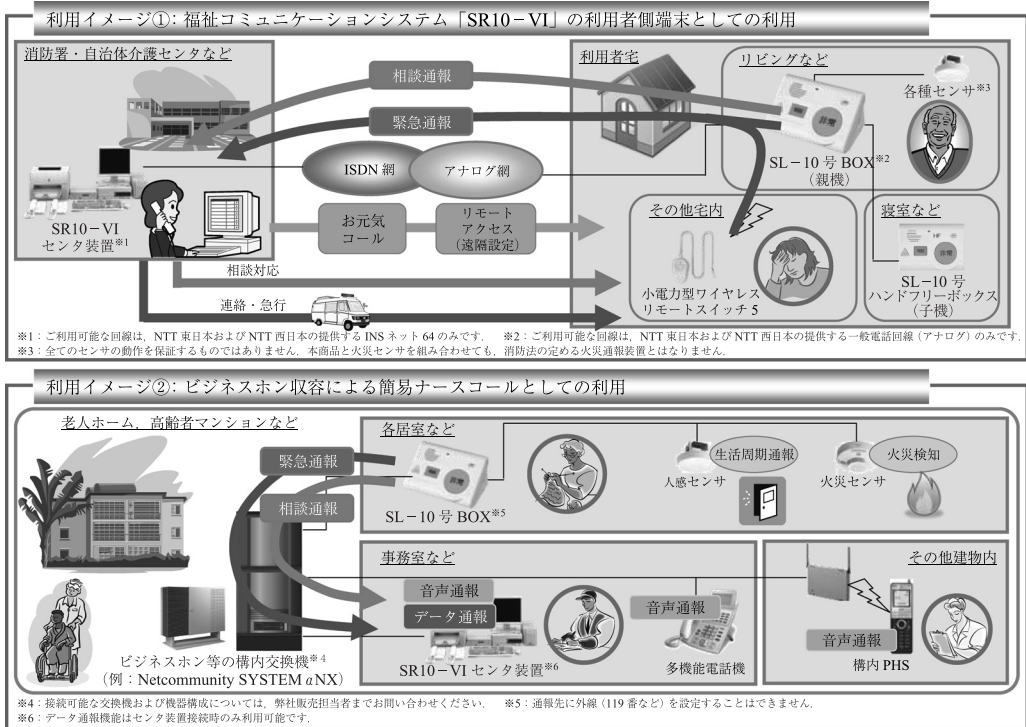


図 14 「SL-10 号 BOX」の利用イメージ

出典: NTT 東日本

介護ロボットにより、要介護の高齢者は自力で生活ができることで、生活の質 (QOL) が大きく向上するだけでなく、介護に拘束されていた人を別な職場に回し、労働力不足解消に貢献できるのであり、日本にとって大きな利益をもたらすということも考えられ、期待されている産業分野の一つとなっている。

しかしながら、実現に向けた大きな問題点も有している。それは本格的なロボット研究開発を進めるには、人間協調・自律技術開発のための次のような施設が必要であるといわれている点である。それらは、人間型ロボットが現在可能な軽作業を人間と行ったり、重作業 (例えばクレーンの代わりのように使える) を行ったり、家庭内で人間と協調するロボットを進化させたりするような模擬的な実験施設や、人間型ロボットの具体的な応用を産学官共同で研究開発するための施設などが必要となる。高齢社会では、ICT の力はもちろん、さまざまな技術の結晶である介護用を含め「ロボット技術」に大きな期待がかけられている分、こうしたハード面での充実が喫緊課題となる。

高齢者向けの緊急通報装置に関する最新の技術動向によると、NTT 東西が、無線受信機能が備わっている緊急通報装置を発売したと 2009 年 8 月に発表した。高齢者や要介護者らの自宅に設置する緊急通報装置で、ワイヤレス受信機能を内蔵した製品である。階段や浴室などに設置するワイヤレス送信機を最大 16 台接続でき、ワイヤレス送信機の電池切れを自動検出する機能も持たせている。緊急通報装置は本体前面の「非常」や「相談」のボタンを押すことで、あらかじめ設定した

電話番号に異常を通報し通話できる。

地方自治体でも携帯電話を利用した高齢者ビジネスが進んでいる。一例として北海道旭川市で、医療機関のカルテを個人が携帯電話で管理し、健康増進や地域活性化に生かす「地域 ICT 利活用モデル構築事業」が始まった。カルテの個人管理が広がれば、転院先での重複診療をなくせるほか、運動施設や飲食店との連携も進むと期待されている。開発中のシステム「ウェルネットリンク」に自分のカルテや検診結果を登録すると、医師や栄養士のアドバイスが受けられるほか、健康情報を各自が管理するため、どの病院でも継続的な治療が受けられ、緊急時にも迅速・的確な処置が可能になる。この事業は日本初の ICT を使った健康管理事業とも言われ、今後超高齢時代に即したシステムと言える⁶。

3-3 NPO の取組み

全国の高齢者クラブ（一部）について調査したところ表 10 のとおりとなった（全結果は巻末資料参照）。そして、高齢者クラブのリストをもとに類型化し、都道府県別名寄せ後の数字と地図を作成した結果、次のことが判明した。

ほとんどの高齢者クラブ連合会が役所の管轄で仕切られている。その場合、クラブごとの連絡先というのはほとんど公開されておらず、市役所に問い合わせるほか、地元の回覧板などに記載されている催しごとに参加することで高齢者クラブに参加することになる。

クラブ単位でパソコンを持っている例は少なく（集会所が公民館などのため）、クラブでパソコンを触ることはほとんどない。市役所の行うパソコン教室に参加することで ICT に触れる機会は持つようにされている。それとは別にシルバーパソコンクラブというものも存在はしているが、かなりまれのようなのである。

表 10 高齢者クラブ連合会（一部）

名前	住所	連絡先	備考
全国高齢者クラブ連合会	東京都千代田区霞が関 3-3-2 新霞が関ビル 5 階	03-3581-5658	
(社)東京都高齢者クラブ連合会	〒160-0023 東京都新宿区西 新宿 5 丁目 7-1	03-3370-3861	毎月のパソコン教室を自治体で行っている。
(財)埼玉県高齢者クラブ連合会	〒330-0075 埼玉県さいたま 市浦和区針ヶ谷 4 丁目 2-65	048-822-7330	毎月のパソコン教室を自治体で行っている。
栃木県高齢者クラブ連合会	栃木県宇都宮市駒生町 3337- 1	028-621-4787	毎月のパソコン教室を自治体で行っている。
茨城県高齢者クラブ連合会	茨城県水戸市千波町 1918	029-243-0081	毎月のパソコン教室を自治体で行っている。
シニアネット福岡	福岡市中央区大名 2-9-29 第 2 プリンズビル 201	092-732-3115	パソコンを通して HP 作り や情報共有を行っている。

出典：著者集計（2009 年調査時点）

⁶ 日本経済新聞、2009 年 8 月 22 日

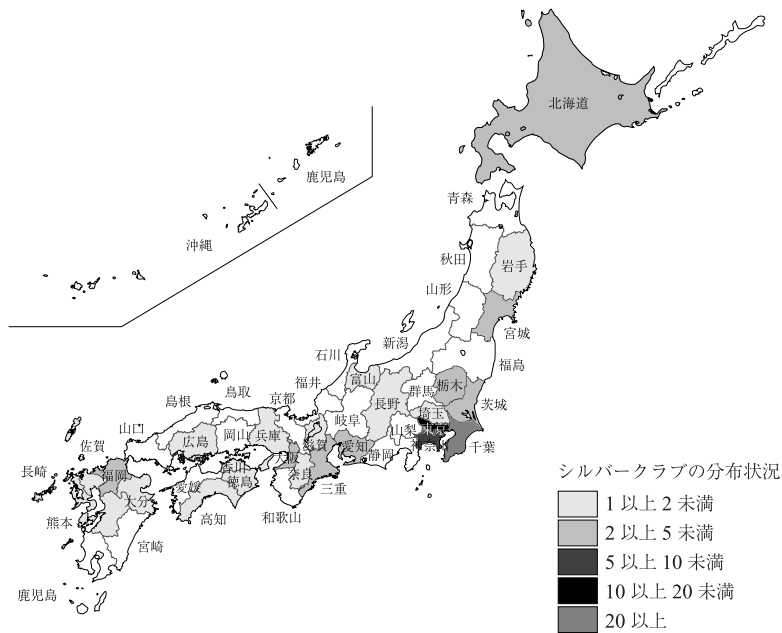


図 15 高齢者クラブ分布状況
出典：筆者集計

表 11 高齢者向け学級・講座数

1位	福井県	5,312.3 講座	25位	佐賀県	542.8 講座
2位	島根県	3,241.1 講座	26位	岡山県	528.9 講座
3位	山口県	1,654.2 講座	27位	奈良県	499.2 講座
4位	石川県	1,637.9 講座	28位	宮崎県	476.3 講座
5位	富山県	1,606.9 講座	29位	滋賀県	394.3 講座
6位	鳥取県	1,551.0 講座	30位	群馬県	391.6 講座
7位	徳島県	1,528.3 講座	31位	岐阜県	386.7 講座
8位	高知県	1,409.0 講座	32位	和歌山県	377.9 講座
9位	山梨県	1,163.1 講座	33位	北海道	366.6 講座
10位	山形県	1,154.6 講座	34位	福岡県	332.5 講座
11位	岩手県	1,144.5 講座	35位	新潟県	328.4 講座
12位	愛媛県	1,099.3 講座	36位	宮城県	244.7 講座
13位	兵庫県	995.0 講座	37位	茨城県	231.8 講座
14位	大分県	920.0 講座	38位	埼玉県	184.1 講座
15位	福島県	897.4 講座	39位	栃木県	172.1 講座
16位	広島県	855.6 講座	40位	静岡県	162.5 講座
17位	鹿児島県	796.9 講座	41位	京都府	160.4 講座
18位	熊本県	671.9 講座	42位	沖縄県	147.0 講座
19位	青森県	662.1 講座	43位	千葉県	98.9 講座
20位	長野県	649.2 講座	44位	愛知県	60.3 講座
21位	長崎県	592.6 講座	45位	東京都	37.5 講座
22位	秋田県	586.4 講座	46位	神奈川県	37.4 講座
23位	香川県	554.3 講座	47位	大阪府	34.8 講座
24位	三重県	544.3 講座			

出典：総務省統計局『社会・人口統計体系』（2008）

表 12 インターネット利用者率

1位	東京都	70.8%	25位	栃木県	54.8%
2位	神奈川県	70.7%	26位	北海道	54.5%
3位	埼玉県	64.6%	27位	徳島県	54.3%
4位	千葉県	64.6%	28位	山口県	53.8%
5位	京都府	63.1%	29位	香川県	53.3%
6位	大阪府	63.0%	30位	愛媛県	53.1%
7位	滋賀県	62.8%	31位	鳥取県	52.0%
8位	愛知県	62.4%	32位	熊本県	51.6%
9位	奈良県	62.2%	33位	和歌山県	51.3%
10位	兵庫県	60.4%	34位	新潟県	50.2%
11位	三重県	59.7%	35位	大分県	49.7%
12位	岐阜県	58.2%	36位	宮崎県	49.2%
13位	岡山県	57.9%	37位	沖縄県	48.5%
14位	石川県	57.5%	37位	佐賀県	48.5%
15位	福岡県	57.3%	39位	島根県	48.4%
16位	広島県	56.8%	40位	長崎県	48.3%
16位	静岡県	56.8%	41位	福島県	47.6%
18位	茨城県	56.4%	42位	鹿児島県	47.2%
19位	宮城県	55.7%	43位	高知県	46.1%
19位	群馬県	55.7%	44位	岩手県	45.9%
19位	福井県	55.7%	45位	山形県	45.7%
22位	長野県	55.3%	46位	秋田県	45.4%
23位	富山県	55.2%	47位	青森県	44.4%
24位	山梨県	54.9%			

出典：総務省統計局『平成18年社会生活基本調査』調べ

全国の高齢者クラブの展開について分析すると、高齢者クラブは首都圏（東京・千葉・埼玉）及び地方の大都市圏（大阪・名古屋・福岡）に集中していることが判明した。

高齢者向けの講座は地方では積極的に開講されているが、かならずしも講義内容がICTに特化したものばかりではないといえる。

インターネット利用率となると、逆転の現象が起きる（総務省統計局『平成18年社会生活基本調査』調べによる）。東京は70.8%で1位、つづいて神奈川県（70.7%）、埼玉県・千葉県（64.6%）、大阪府も（63.0%）という結果となっている。

次に、NPO法人シニア SOHO 普及サロン・三鷹の例を紹介したい。退職したシニアがこれまでの経験を活かし、特技を寄せ合いながら、ICT事業を中心としたさまざまな事業を地域で立ち上げ、実績を上げている。

1999年1月、大手電機メーカーを退職したある技術者が、三鷹市の施設を借り、「パソコン教室サロン会」を始めたのがきっかけである。同年9月に通産省（当時）の補助金事業（シニアベンチャー支援事業）を受託すると同時に、シニア世代を対象としたパソコン勉強会を行う任意団体としてシニア SOHO 普及サロン・三鷹（シニア SOHO）が発足。2000年にはNPO法人格を取得した。

三鷹市ではSOHOタウンづくりを推進しており、コミュニティビジネスを担う市民活動・NPOも支援の対象としている。SOHOの集積を進めている支援施設（三鷹産業プラザほか5施設）への

入居や市の広報誌などを通じての PR、委託業務の情報提供を行うなど支援した。現在のシニア SOHO は、その他に三鷹市高齢者社会活動マッチング推進協議会、三鷹商工会、(社)日本テレワーク協会、NPO 法人障害者在宅支援組織、NPO 協働リーグなど、さまざまな団体と広範囲にわたって連携をとっている。

会員は 2010 年 1 月時点で 149 名、男女比率は 7.2 対 2.8 である。平均年齢は 63.9 歳（男性 64.2 歳、女性 59.5 歳、最高年齢 84 歳）である。人材育成・教育のため、PC アドバイザー認定研修を、事業に携わる会員の必須研修としている。

活動の内容としては、シニアにコミュニティビジネス起業を支援したり、高齢者の就労支援・マッチングの推進や、地域における ICT 普及に関するサービスを提供したりしている。

(1) シニアにコミュニティビジネス起業を支援

シニア SOHO が会員向けに独自に PC アドバイザー認定研修などを行い、技術だけでなく、顧客に満足してもらえる教え方まで体得させる。これにより、ICT 技術を持った高齢者の起業・自立を支援している。会員は誰でも事業を発案して、起業の研究・実施を行うことができる。

(2) 高齢者の就労支援・マッチングの推進

三鷹市がシニア SOHO に委託している。高齢者の「できること」「したいこと」と、それら高齢者に「してほしいこと」をインターネットのデータベースに登録してもらい、シニア SOHO のマッチング担当者が、双方に助言するなどして、きめ細かく組み合わせ、就労の支援をする。

(3) 地域における ICT の普及に関するサービス

三鷹市の第三セクター「(株)まちづくり三鷹」が主催するパソコン初心者講座の講師を会員が行い、シニア SOHO 内で一般市民向けに、パソコン講座、無料相談などを実施している。2001～2002 年度は、三鷹市の小中学校内のヘルプデスク、世田谷区、杉並区の市民活動のための ICT ステップアップ講習講師など、幅広い事業を行政や企業との協働で実施している。

こうしたシニアの活用による経済効果は大きく、シニア SOHO の試算によれば、三鷹市だけで、これまで何もしていなかったシニアの中から 120 名の新規活動がシニア SOHO において発生し、活動 4 年間の累計として 5 億円（ICT 講習など行政からの受注による創出事業 1.5 億円、会員の消費増 3.5 億円）の経済効果が試算されている。NPO の取組みの中でも先進的な試みとして参考になる。