



地域ポータルサイトに求められる情報・サービス
—地域住民にとって必要な情報・サービスとは何か—

アンケート調査報告

2002 年 1 月 28 日
株式会社日本総合研究所
創発戦略センター

< 本件に関する照会先 >

株式会社日本総合研究所 創発戦略センター

副主任研究員 桑原 健人

Tel : (0 3) 3 2 8 8 - 4 6 7 9

E-mail: kuwabara@ird.jri.co.jp

研究員 島田 直樹

Tel : (0 3) 3 2 8 8 - 4 7 1 6

E-mail: shimada@ird.jri.co.jp

要 旨

1. 調査の趣旨

株式会社日本総合研究所(本社 = 東京都千代田区一番町 16 番、社長 = 小井戸雅彦)は、地域のポータルサイト創りについて検討する「埼玉eコミュニティ事業研究会」^{*1}の活動の一環として、ポータルサイトにおけるエリアの捉え方の検証及び地域住民が期待する情報・提供を受けたい情報サービス等の検証を目的に、志木・川越エリアにてアンケート調査を実施した。

現在の地域ポータルサイトでは、一方的な情報提供が大多数であり、「地域住民参加の仕組みがない」、「地域情報(地元のお店情報等)の絶対的不足」等の問題を抱えている。また、自治体のホームページと民間のホームページとの連携も、現状としてはいろいろな課題を含んでおり、なかなか進展しない現状にある。

日本総合研究所では、これらの原因を「生活実態に即していないエリアの捉え方」と「官民が連携できる新たな枠組みがないこと」が原因であり、新たなコンセプトとして「駅」を切り口として生活密着情報を提供し、「地域に根ざした事業」として展開することが有効であると考えた。

そこで、住民のニーズを把握しつつ本仮説を検証するため、鉄道会社、スーパー、大型ショッピングセンターの協力を得て、アンケート調査を実施した。

2. 調査内容

地域ポータルサイトにおけるエリアの捉え方について
地域ポータルに求められる情報、提供サービスについて
情報サービス利用の際の課金に関する意識について

3. 調査の概要

アンケート実施方式は、埼玉県志木・川越の二地域を抽出し、直接配布郵送回収方式を採用した。

なお、アンケート配布に際して、西武鉄道、東武ストア、東武鉄道、ららぽーと志木(五十音順)の協力を得た。

(1)実施期間:2001 年 9 月 29 日 ~ 10 月 3 日

(2)実施方法:

志木・川越エリア内の駅構内、ストア、ショッピングセンター(計 6 箇所)において直接配布郵送回収による回答方式

(3)実施対象:

志木・川越エリア在住者

志木・川越エリアへの在勤・在学者

志木・川越エリアへの来街者

(4)有効回答数:1,466 名

(5)男女構成比:男性 39.9%、女性 60.1%

(6)年代別構成比:

10 代 12.5%、20 代 19.5%、30 代 18.6%、40 代 17.7%、50 代 18.8%、60 代 12.9%

^{*1} :埼玉県域を主な活動基盤とする金融機関、鉄道機関、メディア機関が集まり、埼玉地域での官民協働の地域ポータルサイト実現に向けて検討する研究会。参加機関は、あさひ銀行、埼玉縣信用金庫、武蔵野銀行、西武鉄道、東武鉄道、埼玉新聞、テレビ埼玉。

4. 調査結果の概要

今回のアンケート調査は、地域ポータルサイトを構築するに当たり、“生活実態に即した情報提供単位が「駅」である”ということと、“生活支援のためには官民を問わず必要な情報が存在する”という仮説の検証のため、駅構内、日常生活の中心となるストア、休日時に集客力のある大型ショッピングセンター、で実施した。その結果、次の8点の傾向がみられた。

(1) 欲しい情報エリアのトップは「近隣駅周辺情報」

「居住エリアのホームページが出来た際、どの情報エリアで情報が欲しいか」との設問に対し、「近隣駅周辺情報」が「近隣商店街情報」、「近隣道路沿線情報」等を押さえて36.7%と最も高い支持を得た。

(2) 「金銭的メリット」のある情報を求める傾向にあるが公共・公益情報のニーズも高い

「近隣ショップのクーポン券(66.4%)」、「バーゲン情報(52.5%)」等、金銭的に直接メリットを享受できる情報に対する支持が高い結果となった。

(3) 「他の人が実体験した評判情報」を求める傾向に

「レストランの口コミ・評判情報(62.8%)」、「医療機関の評判情報(48.4%)」等、実際に「食べて」、「サービスを受けて」どのように感じたのか、「他の人が実体験した評判情報」に対する支持も高い結果となった。

(4) 有料でも欲しいコンテンツは「日常生活に役立つ情報」

「近隣ショップの割引クーポン情報」、「電車の時刻表」、「医療機関の評判情報」等、当該情報を得ることで日常生活にダイレクトに反映可能な「日常生活に近い情報」が有料でも欲しいコンテンツだという結果となった。

(5) 有料コンテンツに対する支払ってもよい金額は月額300円以下

コンテンツへの支払い可能金額について聞いたところ、現状提供されている情報利用料金の相場である「月額300円以下」の支持が一番高い結果(43.8%)となった。

(6) 世代別に支持の高いコンテンツ:30代の支持が高い「子育てジャンル」

小学校低学年までの子供の親の年代である30代の「子育てジャンル」コンテンツに対する支持が他の年代と比べて2倍以上ある結果となった。

(7) 世代別に支持の高いコンテンツ:50代以上の支持が高い「介護・高齢者ジャンル」

「介護・高齢者ジャンル」コンテンツの支持は、50代以上の年代が他の年代と比較して高い結果となった。

(8) 高年齢層と10代に支持される「ボランティア・NPO情報」

「ボランティアジャンルコンテンツ」は、20代～60代では、年代とともに高い支持となっている。一方で、10代の支持も比較的高く、特に「ボランティア・NPO情報」への支持は、60代の次に高い支持があるという結果が得られた。

5. 地域ポータルサイト事業化に向けた提言

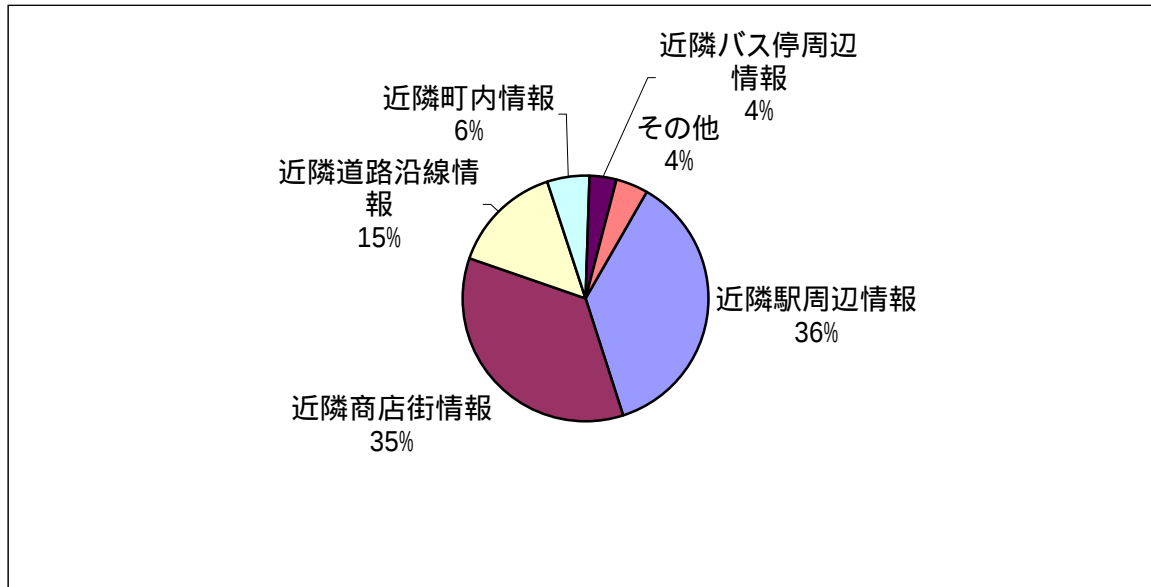
埼玉県は全国で一番昼夜間人口比率が低く、関東圏では県外通勤・通学の比率が最も高い県である。志木エリアは志木ニュータウンを始めとするベッドタウンであり、川越エリアは“小江戸“と呼ばれている昔ながらの街並を持ち、東京への通勤圏にありながら地方中核都市としての顔も併せ持つエリアである。したがって、首都圏近郊に見られる典型的な属性を持つ2つの都市の比較を行うことも可能であり、今回のアンケート結果は、首都圏近郊の他の都市についても同様の傾向があると推察される。よって、今回のアンケート結果より、以下の6点を全国の地域ポータルサイト事業化への提言とする。

- (1) 地域ポータルサイトを構築する際、生活実態に即したエリアは「駅」を中心とした生活範囲であり、駅を情報ハブと位置づけ、駅周辺の生活密着情報を提供することが効果的である。
- (2) コンテンツについては、ユーザサイドから見たメリット感(クーポン受け取り、評判情報の入手等)を明確にするとさらに効果がある。
- (3) また、官民の情報が分け隔てなく一括して入手できる機能が必要とされており、官民が連携して地域のポータルサイトづくりを進める必要がある。
- (4) 地域ポータルサイトを事業化するに際しては、コンテンツに課金することも視野に入れたビジネスモデルを構築することも検討に値する。
- (5) 地域ポータルサイトを単なる便利サイトにしないために、住民によるクチコミ情報を掲載し、世代によっては大きく支持されている「子育て」「介護」「ボランティア」に関する情報の交流を促進させることにより、地域ポータルサイトを「地域住民の知恵・ノウハウを蓄積する場」として機能させることが必要である。
- (6) その結果、地域ポータルサイトがコミュニティにおける「クリック&アクション(情報を入手して何かをしたくなる)」を実現する場となり、地域コミュニティの活性化にも資するものと考えられる。

1. 欲しい情報エリアのトップは「近隣駅周辺情報」

Q. 居住エリアのホームページが出来た際、どの情報エリアで情報が欲しいですか。

図1. 欲しい情報エリアに対する支持



	近隣駅周辺情報	近隣商店街情報	近隣道路沿線情報	近隣町内情報	近隣バス停周辺情報	その他
計	36.72%	35.09%	14.77%	5.75%	3.62%	4.05%

(1) 地域ポータルサイトに於いて、欲しい情報エリアについて尋ねた。「近隣駅周辺情報」; 36.7%、「近隣商店街情報」; 35.1%、「近隣道路沿線情報」; 14.8%という結果となった。

本結果から、生活実態に即した情報を提供するエリアの捉え方として、「駅周辺」という切り口が有効であると考えられる。首都圏近郊に居住している住民の生活行動パターンとして、駅を利用し通勤・通学を行っていることを考えれば、毎日2回利用している「駅」が情報提供のハブとなることが期待されていると言えよう。

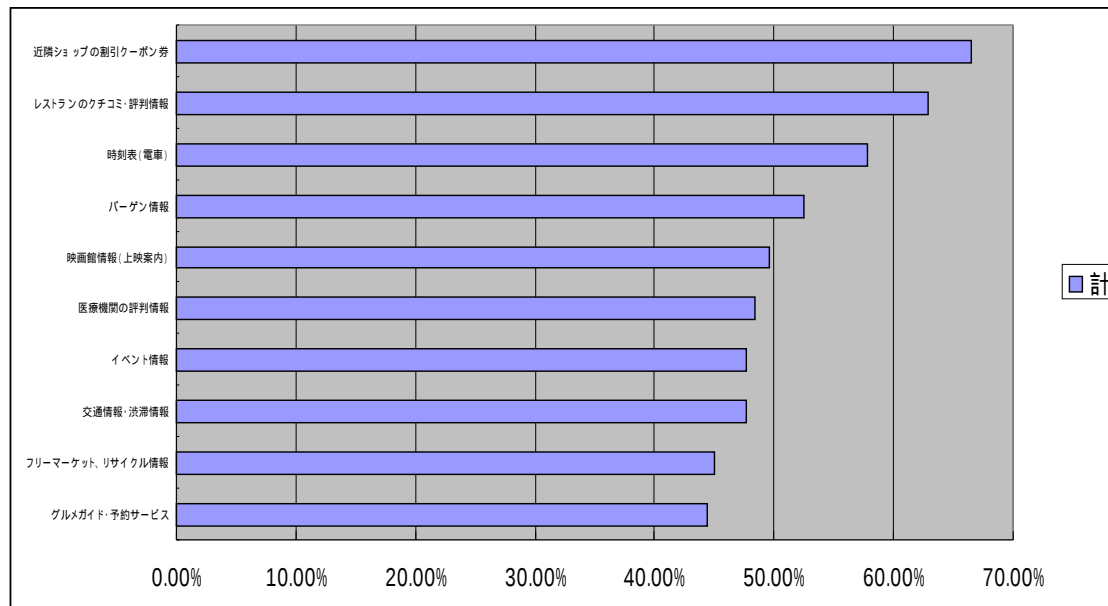
また、駅と自宅との途上でメリットがある情報を入手したいというニーズが強いとも考えられることから、携帯電話あるいは電車内での情報提供が効果的であると考えられる。

2. 「直接的メリット」のある情報を求める傾向にあるが、

公共・公益情報のニーズも高い

Q. 志木／川越エリアのホームページができた場合、どのような情報・サービスが欲しいですか。
次の中（別紙）から当てはまるもの全てを選択してください。

図2. 地域ポータルに求められるコンテンツ・ベスト10



	近隣ショップの割引クーポン券	レストランのクチコミ・評判情報	時刻表(電車)	バーゲン情報	映画館情報(上映案内)	医療機関の評判情報	交通情報・渋滞情報	イベント情報	フリーマーケット、リサイクル情報	グルメガイド・予約サービス
計	66.44%	62.82%	57.84%	52.46%	49.59%	48.43%	47.68%	47.68%	45.02%	44.47%

- (1) 地域ポータルに求められるコンテンツについて尋ねた。全80項目中の最多の支持を「近隣ショップのクーポン券(66.4%)」が得た。また、「バーゲン情報」についても、52.5%と高い支持を得た。
- (2) 一方で、ベスト10のうち、公共・公益関係のコンテンツが4項目(時刻表、医療機関、交通情報、リサイクル情報)を占めた。

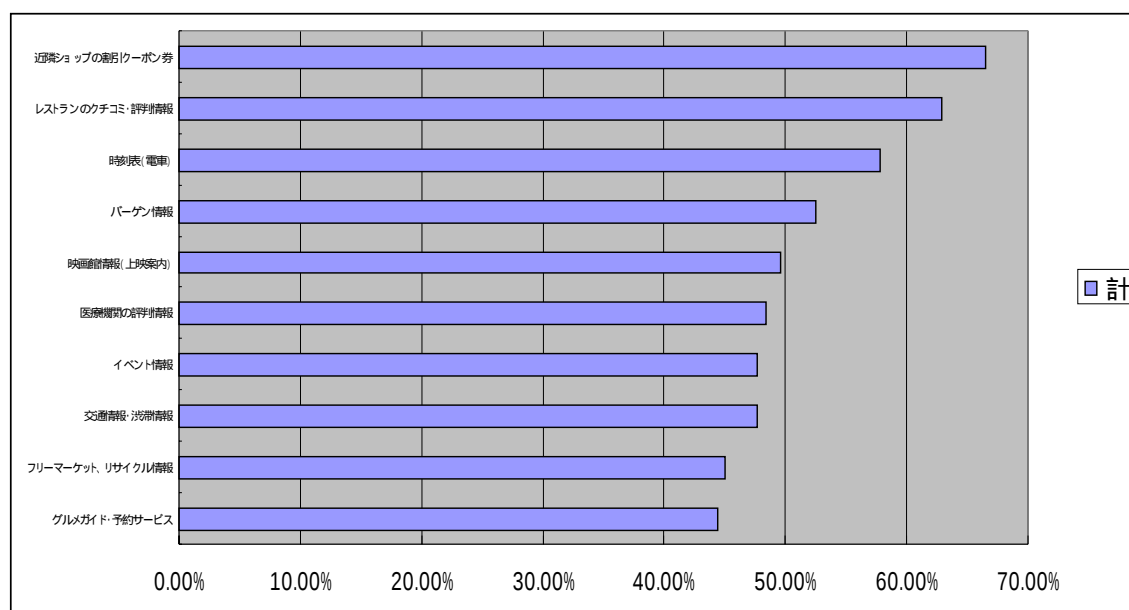
本結果から、「クーポン券」や「バーゲン情報」等の住民の生活に密着したエリア情報として、メリットが明確な情報を提供することが有効である。

また、民間情報と同様に公共・公益情報に対するニーズも高いことから、双方の情報がワンストップで入手できるサイトが望まれていると考えられるが、わが国で双方の情報を同時に提供できるサイトがほとんど成立していないことを考えると、今後地域のあらゆる情報がジャンルを問わず入手できるポータルサイトを官民が連携した新たな仕組みの中で構築することが、住民ニーズへの対応として重要であると位置づけられる。

3. 「他の人が実体験した評判情報」を求める傾向にある

Q. 志木／川越エリアのホームページができた場合、どのような情報・サービスが欲しいですか。
次の中（別紙）から当てはまるもの全てを選択してください。

図2. 地域ポータルに求められるコンテンツ・ベスト10



	近隣ショップの割引クーポン券	レストランのクチコミ・評判情報	時刻表(電車)	バーゲン情報	映画館情報(上映案内)	医療機関の評判情報	交通情報・渋滞情報	イベント情報	フリーマーケット、リサイクル情報	グルメガイド・予約サービス
計	66.44%	62.82%	57.84%	52.46%	49.59%	48.43%	47.68%	47.68%	45.02%	44.47%

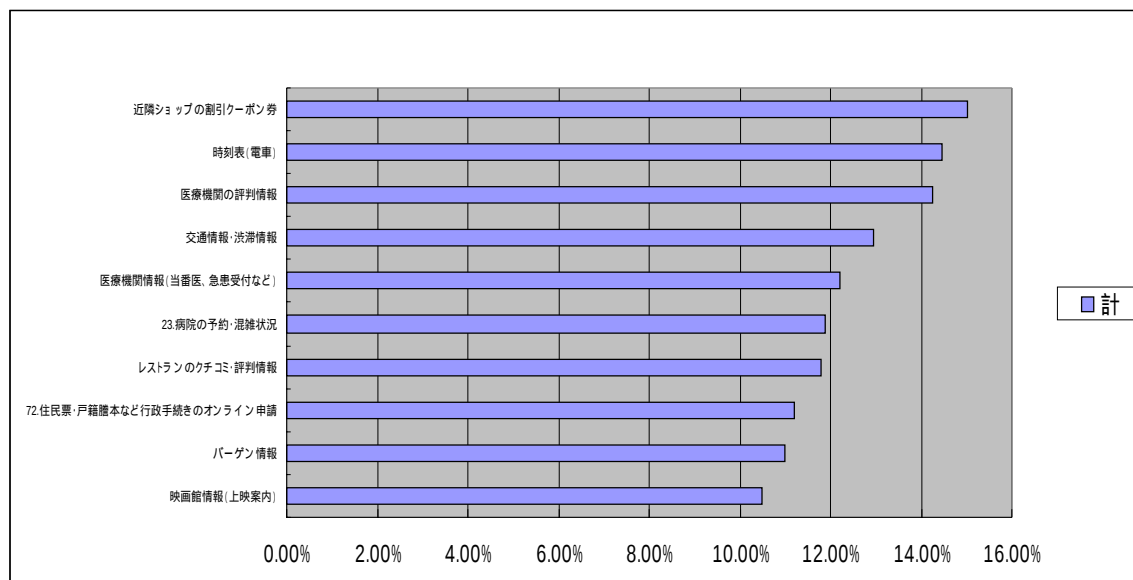
- (1) 地域ポータルに求められるコンテンツについて尋ねた。全80項目中のベスト10の内、評判情報に関するコンテンツが2つ含まれている。
(「レストランのクチコミ・評判情報」; 62.8%、「医療機関の評判情報」; 48.4%)

昨今、情報入手の手段としてインターネットの検索サイトを利用する人が増えている中、入手しやすい情報として評判情報がある。検索サイトでも、折り込み広告でも得ることが出来ない「付加価値の高い情報」として、評判情報に対する情報ニーズが高いものと考えられる。これは、駅を中心とした比較的身近なエリアでの評判情報が、いわゆるクリック＆モルタル型(情報はインターネットで取り、実際の店に足を運んでメリットを享受する)ビジネスモデルの進化形として、支持されていることを示しており、沈滞気味の駅前商店街に人を流す手段としても有効であると考えられる。

4．有料でも欲しいコンテンツは「日常生活に役立つ情報」

Q．志木／川越エリアのホームページができた場合、どのような情報・サービスが欲しいですか。
有料でも欲しい情報・サービスを次の中（別紙）から当てはまるもの全てを選択してください。

図3．有料でも欲しいコンテンツ・ベスト10



	近隣ショップの割引クーポン券	時刻表(電車)	医療機関の評判情報	交通情報・渋滞情報	医療機関情報(当番医、急患受付など)	病院の予約・混雑状況	レストランのクチコミ・評判情報	住民票・戸籍謄本など行政手続きのオンライン申請	バーゲン情報	映画館情報(上映案内)
計	15.01%	14.46%	14.26%	12.96%	12.21%	11.87%	11.80%	11.19%	10.98%	10.50%

(1) 有料でも欲しいコンテンツについて尋ねた。支持の高い順に見ていくと、「近隣ショップの割引クーポン情報(15.0%)」、「電車の時刻表(14.5%)」、「医療機関の評判情報(14.3%)」である。

お金を支払ってでも入手するという情報で、最も一般的になっているのが携帯電話で利用できる「電車の乗り換え案内検索サービス」であり、また、電話向けに配信する割引クーポンについても、一般に認知されつつある。このような現状が、本結果へと繋がったといえよう。

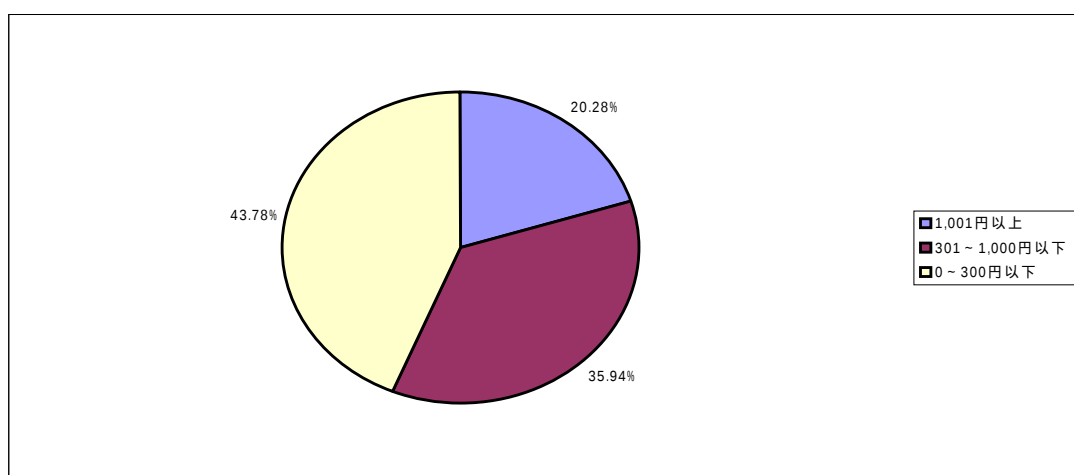
上位のコンテンツに共通して言えることは、当該情報を得ることで、日常生活にダイレクトに反映可能な「メリットのある情報」が、有料でも欲しいコンテンツであることである。このような情報は、地域ポータルサイトの必須コンテンツと言えよう。

５．有料コンテンツに対して支払ってもよい金額は月額３００円以下

Ｑ．志木／川越エリアのホームページができた場合、どのような情報・サービスが欲しいですか。
有料でも欲しい情報・サービスを次の中（別紙）から当てはまるもの全てを選択してください。

また、その情報・サービスに対して支払っても良い金額をご記入ください。

図４．「有料コンテンツに対する支払い可能金額」に対する支持



	0～300円以下	301～1,000円以下	1,001円以上
計	43.77%	35.94%	20.28%

- （１）有料コンテンツに対する支払い可能金額について尋ねた。「月額３００円以下」が４３．８％、「５００円～１０００円」が３５．９％、「１００１円以上」が２０．３％という結果が出た。
- （２）１００１円以上にも２０．３％の支持があるが、この支持はインターネットをあまり利用していない高齢者層（インターネット上のコンテンツ課金の相場を良く知らない層）が多く回答している。

現在、携帯電話向けの有料コンテンツ利用料の殆どは月額１００円から３００円である。この現状を踏襲した形で、「月額３００円以下」に対する課金への支持が最も高い結果であった。本結果から、実ビジネスとして課金を考えると「月額３００円以下」とするのが現実的であると言えよう。

一方、この結果は、コンテンツによってはエンドユーザーに費用負担させるビジネスモデルを構築することも不可能ではないことを示しており、今後地域で展開する事業として検討に値する。

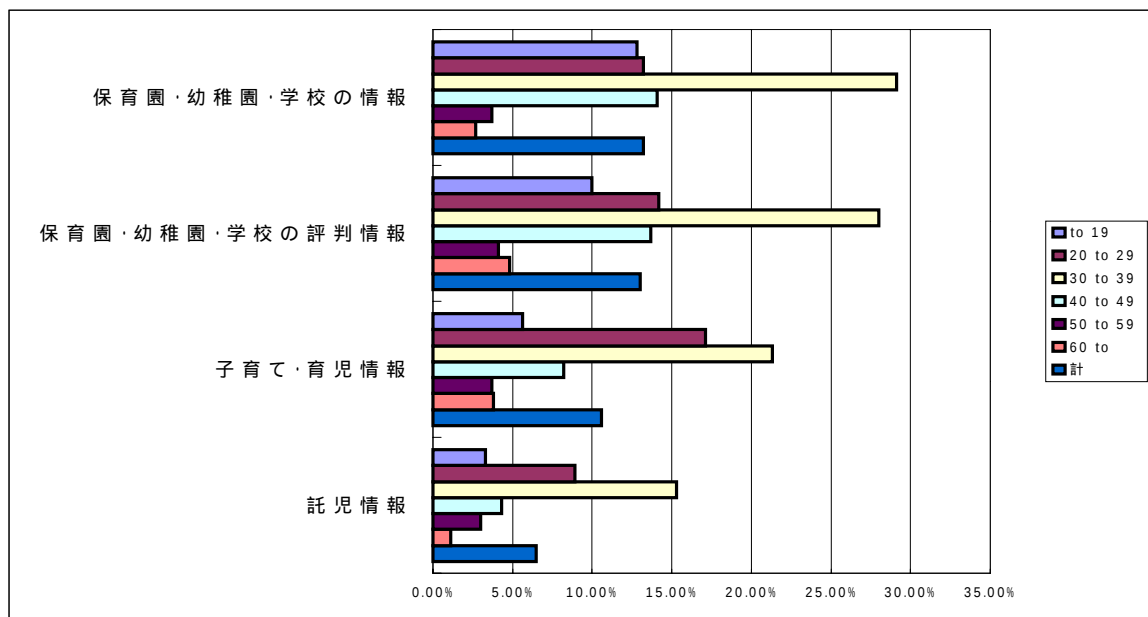
6．世代別に支持の高いコンテンツ

(1) 30代に支持が高い「子育てジャンル」コンテンツ

Q．志木／川越エリアのホームページができた場合、どのような情報・サービスが欲しいですか。

次の中（別紙）から当てはまるもの全てを選択してください。

図5．「子育てジャンルコンテンツ」年代別支持



	託児情報	子育て・育児情報	保育園・幼稚園・学校の評判情報	保育園・幼稚園・学校の情報
to 19	3.30%	5.60%	10.00%	12.80%
20 to 29	8.90%	17.10%	14.20%	13.20%
30 to 39	15.30%	21.30%	28.00%	29.10%
40 to 49	4.30%	8.20%	13.70%	14.10%
50 to 59	3.00%	3.70%	4.10%	3.70%
60 to	1.10%	3.80%	4.80%	2.70%
計	6.50%	10.60%	13.00%	13.20%

(1) 地域ポータルに求められるコンテンツについて尋ねた結果を年代別に分析した。

小学校低学年までの子供の親の年代である30代の支持が他の年代と比べて2倍以上ある結果となった。

一番多く支持のあった30代は、ちょうど小学校低学年までの最も手の掛かる子供を育てている親の年代であり、核家族化が進む中で、同じ立場の母親と意見交流しながら育児を行っている現状が見て取れる。

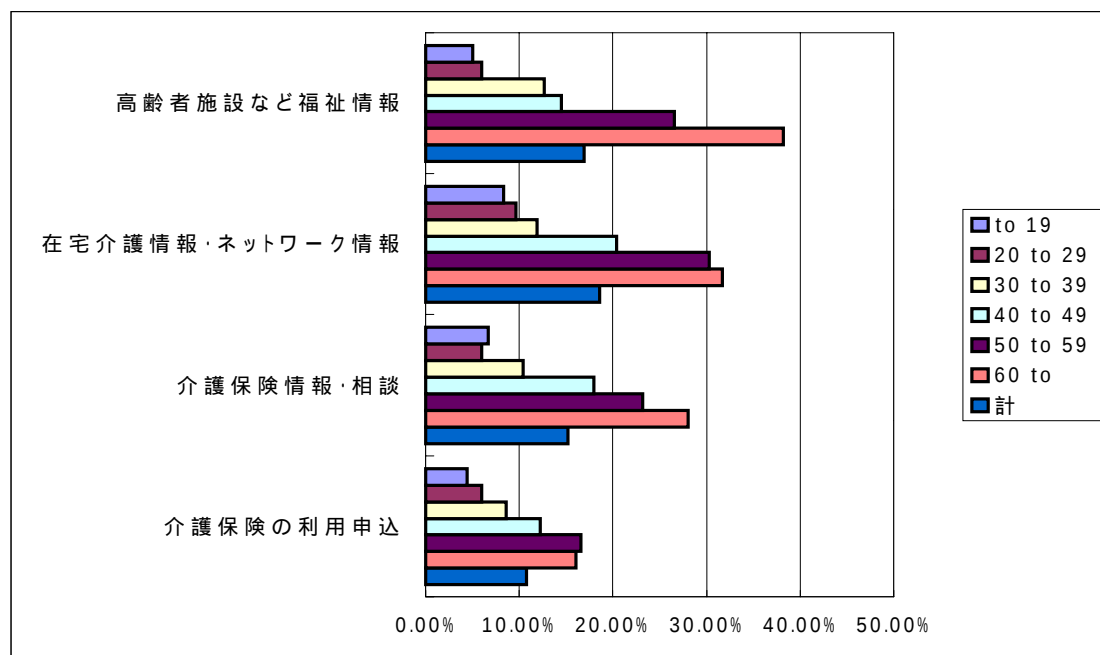
年代によるニーズの差が最も顕著に現れたジャンルであり、全世代に支持されるわけではないが、このような子育て世代のノウハウが次世代の母親たちにとって非常に貴重な「体験コンテンツ」になると考えることから、地域においては重要視すべきコンテンツであると考えられる。

6．世代別に支持の高いコンテンツ

(2) 50代以上に支持される「介護・高齢者ジャンル」コンテンツ

Q．志木／川越エリアのホームページができた場合、どのような情報・サービスが欲しいですか。
次の中（別紙）から当てはまるもの全てを選択してください。

図6．「介護・高齢者ジャンルコンテンツ」年代別支持



	介護保険の 利用申込	介護保険情 報・相談	在宅介護情 報・ネットワ ーク情報	高齢者施設な ど福祉情報
to 19	4.40%	6.70%	8.30%	5.00%
20 to 29	6.00%	6.00%	9.60%	6.00%
30 to 39	8.60%	10.40%	11.90%	12.70%
40 to 49	12.20%	18.00%	20.40%	14.50%
50 to 59	16.60%	23.20%	30.30%	26.60%
60 to	16.10%	28.00%	31.70%	38.20%
計	10.80%	15.20%	18.60%	16.90%

- (1) 地域ポータルに求められるコンテンツについて尋ねた結果を年代別に分析した。
各項目について40代と50代の支持を見てみると4～12%の支持の開きがあり、他の年代間との支持率の開きよりも大きい結果となっている。

50年代以降の支持が高い、このような特定年代に関心の高いコンテンツもサイトのコンテンツに盛り込むことで、サイトの訪問者の年代層を広げることができる。

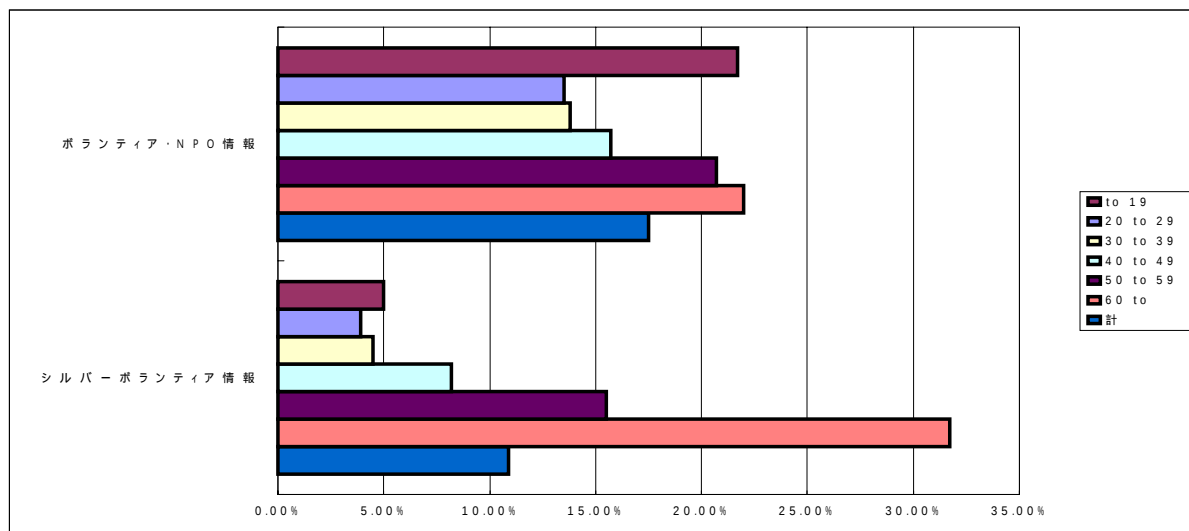
さらに、超高齢化社会を迎えるに際して、自分が高齢化するだけでなく、親が高齢化世代に属する世代にとっても大きな関心を持つテーマであることから、地域の高齢化に対応する知恵を蓄積する機能を担うことも期待される。これは、一部行政サービスを含むような内容になるが、実施主体にとらわれず、地域に必要となる情報を蓄えていく機能が求められていると考えるべきであろう。

6．世代別に支持の高いコンテンツ

(3) 高齢層と10代に支持される「ボランティア・NPO情報」

Q．志木／川越エリアのホームページができた場合、どのような情報・サービスが欲しいですか
次の中（別紙）から当てはまるもの全てを選択してください。

図7．「ボランティアジャンルコンテンツ」年代別支持



	シルバーボラ ンティア情報	ボランティア・ NPO情報
to 19	5.00%	21.70%
20 to 29	3.90%	13.50%
30 to 39	4.50%	13.80%
40 to 49	8.20%	15.70%
50 to 59	15.50%	20.70%
60 to	31.70%	22.00%
計	10.90%	17.50%

- (1) 「ボランティアジャンルコンテンツ」は、20代～60代では、年代とともに高い支持となっている。
- (2) 一方で、10代の支持も比較的高く、特に「ボランティア・NPO情報」への支持は、60代の次に高い支持がある。

全体を通して18%の支持が「ボランティア・NPO情報」にあるという結果は、昨今のボランティア・NPOへの関心の高まりが影響していると推察できる。また、10代の支持も比較的高く、年代を超えて関心があるコンテンツだと言える。

このような、広い年代に支持されるコンテンツをサイト内に展開することは、地域のコミュニケーションの活性化や世代間交流にとっても有効であり、エリアにおいては重要視する価値のあるコンテンツと位置づけることができる。また、引退した人材を地域内で再活用していくためにも、このようなコンテンツを構築することが望まれる。

以上

(別紙)

<設問> 志木・川越エリアのホームページができた場合、どのような情報・サービスが欲しいですか？
次の中から当てはまるものを全て選択して下さい。

1.近隣ショップの割引クーポン券	41.高齢者施設など福祉情報
2.在宅介護情報・ネットワーク情報	42.市役所からのお知らせ
3.自慢のペット情報	43.時刻表(バス)
4.オンライン医療相談	44.失業・転職支援情報
5.お悔やみ情報	45.投資情報
6.サークル・仲間探し親睦会情報	46.保育園・幼稚園・学校の情報
7.ボランティア・NPO情報	47.フリーマーケット、リサイクル情報
8.レストランのクチコミ・評判情報	48.引っ越しバザー情報
9.介護保険情報・相談	49.教会・お寺情報
10.各種ショップ・サービスガイド・予約サービス	50.国民健康保険加入者の健康診断情報
11.迷子ペット情報	51.節約情報
12.小学校・中学校の行事情報	52.地図情報
13.ペットショップ情報	53.保育園・幼稚園・学校の評判情報
14.医療機関の評判情報	54.防犯情報
15.各種ショップ・サービスのクチコミ・評判情報	55.オンライン・スクールカウンセリング
16.交通情報・渋滞情報	56.衣類・雑貨などのショッピングガイド
17.時刻表(電車)	57.会議室・スポーツ施設などの公共施設の案内・予約
18.粗大ごみ・家電リサイクルのオンライン受付	58.求人情報
19.地域ニュース	59.資産運用情報
20.カルチャースクール・生涯学習情報	60.乗換案内
21.ペット同伴可の施設情報	61.旅・宿泊施設情報
22.全国ニュース・天気予報	62.警察情報(取締り情報)
23.病院の予約・混雑状況	63.生保・損保情報
24.遊び場ガイド	64.託児情報
25.キャリアアップ・資格情報	65.転勤による転入ファミリーサポート情報
26.フリースクール情報	66.独立起業支援情報
27.医療機関情報(当番医、急患受付など)	67.衣類・雑貨などのクチコミ・評判情報
28.近隣ショップの毎日のお買い得情報	68.引っ越し業者情報
29.公園情報	69.各種手当や助成金の情報・相談
30.美術館・芸術情報	70.空き店舗・事務所情報
31.防火・防災情報	71.子育て・育児情報
32.イベント情報	72.住民票・戸籍謄本など行政手続きのオンライン申請
33.エステ・フィットネス情報	73.駐車場案内・混雑情報
34.エリアなんでも相談室、Q&A(町の人が教えてくれる)	74.不動産情報
35.エリアの歴史・史跡情報	75.シルバーボランティア情報
36.オンライン住民相談(県市町村が行う住民相談)	76.映画館情報(上映案内)
37.グルメガイド・予約サービス	77.図書館情報・本の予約
38.近隣コミュニティ情報	78.公営ギャンブル情報(結果や予想)
39.バーゲン情報	79.パチンコ情報(データ提供など)
40.介護保険の利用申込	80.警察情報(安全情報)