



# 情報立県と人材育成

二〇一〇年までに情報通信分野で二万四千五百人の雇用を発生させること。この数値目標を掲げた「沖縄県マルチメディアアイランド構想」が策定されたのは九八年九月のことである。その後コールセンターに代表されるコンピュータとネットワークに関わる多くの企業が沖縄に進出し、今ではすでに四千人の雇用の見通しがついているという。



## 稲垣 純一

国際電子ビジネス専門学校 校長  
沖縄県振興開発審議会 専門委員

沖縄は「情報立県」になれるか

一年半で四千人ということは単純に計算して二〇一〇年までの十二年間で三万二千人。一年半毎の新規雇用の増加率を三割ほどに設定した試算では、約十万人もの雇用が創出できる勢い、ということになる。

別の数字も紹介しよう。コールセンターや従来からあるダイレクトメールなどで顧客に直接接触するビジネスの展開を、ダイレクトマーケティングと呼んでいる。九七年の時点でアメリカではこの業界で、関連産業を含めて二千万人以上の雇用が発生している。

そしてその内の八三〇万人がコールセンターを始め情報通信技術を活用した「テレマーケティング」の領域である。今後、インターネットによる電子商取引が本格化することは間違いないと見られているため、二〇〇二年の雇用予測数は二千万人を超えている。

アメリカで起こることが数年の遅れで日本にも起こるとするならば、二〇一〇年を待たずして日本でのテレマーケティング関連の業務従事者は少なくとも三百万人を超えることになるのだろう。とすれば、人口比で全国の百分の二を占めるわが県では三万人の雇用でも単なる全国平均値、といふことにしなければならない。マルチメディアアイランドを唱えるなら、最低五万人分の仕事場は欲しいところである。

人材のミスマッチ

一方で昨年の夏に、コールセンターからの求人对応ができないという報道が話題となった。全国比で約二倍の高い失業率が、必ずしも「豊富で優秀な労働力」を意味しないのではないか、という疑問が提出されたのである。

コールセンターは現代のマーケティングにおける最前線の職場である。CRM(カスタマー・リレーションシップ・マネジメント)が最近のこの業界の流行語になっている。顧客の満足度を上げることに初めて利益が確保できる(CS)という考え方は既に一般化しており、これはその先を行く概念である。一言で言えば、ビジネスの組み立て自体を顧客との「コミュニケーション」を中心に構築する、ということになる。

このようなマーケティングの進化の最先端を担う職場であれば、高度な技量が従業員に求められることは当然である。まずは社会常識があり、きれいな言葉で顧客とコミュニケーションができること。次にコンピュータやインターネットについての定理解と操作能力があること。最後に、競争社会・国際社会で通用する自主性、つまり問題発見と解決の能力が必要、といふことである。

もちろんコンピュータ(情報の中身)制作や、ソフト開発などの他のマルチメディアの職種でも、事情は全く変わらぬ。

今、すべきことは

文部省では二〇〇二年度の学習指導要領の改訂実施に向けて、学校への「コンピュータとインターネット」の導入を進めている。しかし、その手本となったアメリカでは、各校にインターネットを「ではなく、」各教室と町の図書館と病院にインターネットを「の目標が達成されつつある。ここには自国民が情報弱者と情報強者に二分されることを避けようとする、強い意志が働いている。」

この問題に関して、日本の取り組みは遅れていると言わざるを得ないだろう。そして、全国のインターネット利用者が二千万人を超えた中で、沖縄の利用者が四・五万人程度らしい、という最近の噂に、私は「危機感を抱いている。そして沖縄が本土に追いつく目的で国も県も共に努力した時代は終わりがつつある。沖縄をマルチメディアアイランドとするならば、その分野に関してだけは全国をリードできる」ところまで「気に環境を整え、併せて県民の意識を高める必要がある」のではないだろうか。

「情報通信インフラ」と「教育インフラ」の先行的・革新的な整備と、それを飛躍的に低コストで提供する仕組みづくり。そして全国的・国際的に通用するドメインへ独自の先進分野を掲げて、その実現に向けた行動を開始することが、今必要だと思う。