

## 1. テレワーカーの募集等

方針	様々な広報ツールを用いて、離島住民へ本事業を周知しテレワーカーを募集する。					
KPI1	テレワーカーの登録者数。登録テレワーカーの居住離島数（募集の対象とする離島=27）					
	令和元年度	213名	令和2年度	338名	令和3年度	70名
	令和4年度	49名	令和5年度		令和6年度	
評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 広報ツールの稼働実態としては、ホームページ、Twitter、Facebookでの広報、および役所や公共の場でのポスターやチラシ、広報誌等でのテレワーカーの募集案内を行った。地元のインフルエンサーからの紹介や、登録済みテレワーカーからの口コミも有効であった。</li> <li>○ 過去に実施した全有人離島を対象とした横断的かつ重点的な募集活動の結果、既に希望する多くのテレワーカーが登録済みという状況があり、令和4年度は、登録者は前年と比べて減少し、49名の新規登録者を得た。</li> <li>○ 累積では、有人離島のほぼ全域をカバーし、登録者総数は、670名に達した。</li> </ul>					

## 2. テレワーカーの人材育成

方針	テレワーカーの高付加価値化を目指し、高単価業務を受注できるような分野に関する育成を行う。					
KPI2	高単価分野育成数					
	令和元年度		令和2年度		令和3年度	29名
	令和4年度	実人数51名(のべ71名)	令和5年度		令和6年度	
評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 所得向上やキャリアアップに繋がる高単価業務として、引き続き、在宅コールセンターおよび動画編集者育成をリモート研修で行った。実績としては、継続的に高単価な業務斡旋を行うことができた。（在宅コールセンター6名、動画編集者育成33名）</li> <li>○ 高単価業務を受注できるような分野に関する育成メニューの新規案件として、通販支援人材育成、ブランディングシェルパ育成、GIGAスクールICT支援員育成を追加しており、今後の高単価受注が期待される。（通販支援人材育成15名、ブランディングシェルパ育成8名、GIGAスクールICT支援員育成9名）</li> </ul>					

方針	離島住民のデジタルトランスフォーメーション(DX)の促進に向け、テレワーカーが地域DXの推進役を担えるよう育成及びリスト化を行う。					
KPI3	DX育成数とリスト化					
	令和元年度		令和2年度		令和3年度	16名
	令和4年度	16名	令和5年度		令和6年度	
評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 地域DXの推進役を担えるようなテレワーカーとして、地域DX人材育成9名および地域ICT支援員育成7名、合計16名を育成した。</li> </ul>					

## 2. テレワーカーの人材育成

方針	必要に応じて各分野の専門員から構成するアドバイザーチームを結成し、テレワーカーや市町村・企業等に対し助言等を行う支援体制を構築する。					
KPI4	アドバイザーチームの構成					
	令和元年度		令和2年度		令和3年度	体制構築、提案の実施3件
	令和4年度	提案の実施15市町村18件	令和5年度		令和6年度	
評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 離島テレワーカーが地域DXの推進役を担えるように育成業務を推進しているが、加えてテレワーカーや役場・企業等に対し助言等を行う支援体制として、各分野の専門員から構成するアドバイザーチームを結成し、具体的な活動を行うことができた。</li> <li>○ 離島を中心に地域DXの一つである文部科学省GIGAスクールの地域ICT支援員育成推進を行うための事業企画を策定し、15市町村に対して提案を行った。</li> </ul>					

## 2. テレワーカーの人材育成

方針	WEBライティングやアノテーションなど、ITスキルが高くない人でも業務を始められるよう初心者向けの研修等を実施する。					
KPI5	分野別育成数					
	令和元年度		令和2年度		令和3年度	13名
	令和4年度	14名	令和5年度		令和6年度	
評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ITスキルが高くない人でも業務を始めやすい分野として、WEBライティングやアノテーションなどの育成に継続して力を入れ、リモート研修を実施した。</li> <li>○ 登録者が育成期間中に活用する受講システムを見直し、仮想的な教室としての機能を有する「Googleクラスルーム」を導入した。</li> <li>○ これにより、リモート研修や、いつでも視聴可能な動画による研修を充実させることができ、受講者がいつでも簡単に再受講できるだけでなく、講師側にもメリットがあり、以前よりも受講者管理や評価業務が容易になった。</li> <li>○ 更にICT支援員育成向けに独自のグループウェアを試験的に導入した。独自のグループウェアはITスキルが高くない人でも容易に利用できるため、今後他の育成支援メニューにも展開していくことが期待される。</li> </ul>					

## 3. テレワーカーへの就業支援

方針	県内外の企業等に対して営業活動を行い業務創出に努める。案件については、テレワーカーのニーズ（請負業務や時給制など）と乖離がないように留意すること。また、高単価業務の創出にも努め、育成後に請け負う業務がないといったことにならないように留意すること。				
KPI6	営業活動の実績				
	令和4年度	新規契約3件、新規開拓先58件	令和5年度		令和6年度
評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 県内外の企業等に対して精力的に営業活動を行った。具体的には新規契約先 3件、新規開拓先 58件の営業活動を行い、継続的な業務創出ができた。</li> <li>○ さらに、ISCO主催イベント「ResorTech EXPO in Okinawa」に専用ブースを設置し、来場者や多数の企業に対しアピールを行った。</li> </ul>				

#### 4. テレワーク環境の構築

方針	PC等を所有していない住民でも参加できるよう、PC等のリースを行う。				
KPI7	PCのリースの実態				
	令和元年度		令和2年度		令和3年度 9台
	令和4年度	6台	令和5年度		令和6年度
評価	○ 希望者にPCの貸出を行った。PC等の貸し出し台数は2023年1月現在6台、貸し出し期間は2022年8月～2023年1月までとなっている。				

#### 4. テレワーク環境の構築

方針	必要に応じてコワーキングスペースなどをレンタルするなど、テレワーカーの業務が円滑に実施できる体制を検討すること。				
	業務受注後はテレワーカーの能力や希望に応じて仲介し納品管理を行う。				
	多様な業務を取り扱えるようプラットフォームの高度化を図る。				
KPI8	テレワーカーの業務が円滑に実施できる体制の構築の実態				
	令和元年度		令和2年度	新規開発1件	新規開発2件
	令和4年度	新規開発1件	令和5年度		令和6年度
評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 納品管理については、登録者は、slack経由でコミュニケーションを取り、納品管理は、通常案件ではGoogleDrive、重要データ案件では仮想端末のvmwareを用いて構成し、納品物がテレワーカーの端末に残らず、操作履歴もトレースできるようにするなど、納品漏洩等のセキュリティ対策に厳重な注意を払った。</li> <li>○ さらに案件によってはテレワーカーと個別で秘密保持契約（NDA）を締結した上で業務を委託した。以上の対応により、良好な納品環境を維持できている。</li> <li>○ テレワーカーが円滑に業務実施できるように、支援情報システムを3つに分けて整理している。1つ目として育成における仮想教室システム（Googleクラスルーム）の開発、2つ目として多目的に活用していたグループコミュニケーションツール（slack）の活用範囲を絞り、主に全体連絡・アンケート調査・業務斡旋に活用するように開発し、3つ目として納品管理システム（Googledriveおよびvmware）を開発しセキュリティの強化を図っている。</li> <li>○ 以上、この3つのシステムでテレワーカーの業務が円滑に実施できる体制を構築しているが、更に3つのシステムの作業をまとめる仕組みとして、Googleサイトを用いた独自のグループウェアをICT支援員育成向けに新規開発し、試験的に導入した。</li> <li>○ 独自のグループウェアは、テレワーカーの業務が円滑に実施できる体制を容易に構築できるため、今後業務支援システムにも展開していくことが期待される。</li> </ul>				

## 5. テレワーカー等へのアンケート調査

方針	テレワーカー等に対して、本事業を通してのアンケート調査を実施する。					
KPI9	テレワーカーの稼働率					
	令和元年度		令和2年度	55.89%	令和3年度	50.4%
	令和4年度	32.65%	令和5年度		令和6年度	
KPI10	研修履修率					
	令和元年度		令和2年度		令和3年度	24.03%
	令和4年度	24.48%	令和5年度		令和6年度	
KPI11	アンケート調査結果					
	令和元年度		令和2年度	85名	令和3年度	21名
	令和4年度	1回目51名2回目29名	令和5年度		令和6年度	
評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ テレワーカーの稼働率（就業者数/登録者数の％）は令和2年度で55.89%、令和3年度では50.4%、今年度では32.65%となっており、実際に収入を得た割合は例年よりも低かった。収入が特定のワーカーに偏っているとも考えられるため、今後検討して稼働率を上げる工夫が必要であろう。</li> <li>○ 令和4年度の研修履修率は24.48%(49名中12名参加)であった。</li> <li>○ アンケート調査1回目は、令和4年度新規対象者のみで、対象人数54人中19人で回収率は35.18%である。それ以外に、過去3年間の継続参加者が別途32人含まれており、合計51人であった。</li> <li>○ アンケート調査2回目は、令和4年度新規対象者のみで、対象人数49人中9人で回収率は18.36%である。それ以外に、過去3年間の継続参加者が別途20人含まれており、合計29人であった。</li> <li>○ 回収率が低い原因は、調査期間が短く、グループコミュニケーションツール（slack）のみによるアンケートの呼びかけだけだと見逃してしまう人が多いためであると思われ、回答が集まらない場合は期間を延長し回収率向上に向けた工夫は行っている。</li> <li>○ 回収率をこれ以上高めるためには、インセンティブ方式も考慮する必要があるのではないか。</li> </ul>					

## 第5章 成果報告と課題整理

### 5-1 事業成果とサマリ

区分	実施内容	アウトプット・アウトカム
テレワーク就労プラットフォーム運営	テレワーカー募集	今年度新規登録者数 49 人 累計登録者数 670 人
	受託案件	(1) BPO 案件 プロジェクト数 23 件 業務参加者 (のべ) 221 人 売上約 1400 万/年  (2) Web ライティング納品数約 1,000 記事 業務参加者 54 人 売上約 150 万/年  (3) バックオフィス業務 (業務委託) 業務参加者 10 人 売上約 300 万/年  (4) システムテスト/システムモニター 業務参加者 59 人 売上約 60 万/年  (5) Web 制作関連 受託件数 20 件 業務参加者 14 人 売上約 100 万/年  (6) 在宅コールセンターオペレーター 業務参加者 8 人 売上約 450 万/年
	取引先企業実績	28 件 (単発業務発注含む)
高度化に向けた取組	カリキュラム	(1) D2C コンサルタント育成 育成修了者数 31 人 (2) 動画クリエイター育成 育成修了者数 15 人 (3) クリエイティブディレクター育成 育成修了者数 12 人 (4) 地域 DX 人材育成 育成修了者数 25 人 (5) GIGA スクール支援員 育成修了者数 7 人

区分	実施内容	アウトプット・アウトカム
高度化に向けた取組	カリキュラム	(6) EC サイト運営支援員 育成修了者数 7 人 (7) テレワーカーSV 認定者数 3 人
	受託案件	(1) EC サイト支援業務 参加者数 11 人 売上約 80 万/年 (2) 高度ライティング案件 参加者数 8 人 売上約 25 万/年 (3) 動画制作業務 参加者数 8 人 売上約 60 万/年 (4) 地域 DX 案件（自治体案件） 参加者数 3 人 売上約 70 万/年 (5) クライアント直案件（リモート派遣） 参加社数 54 人 売上約 260 万/年
	新規取引先	8 件（単発業務発注含む）

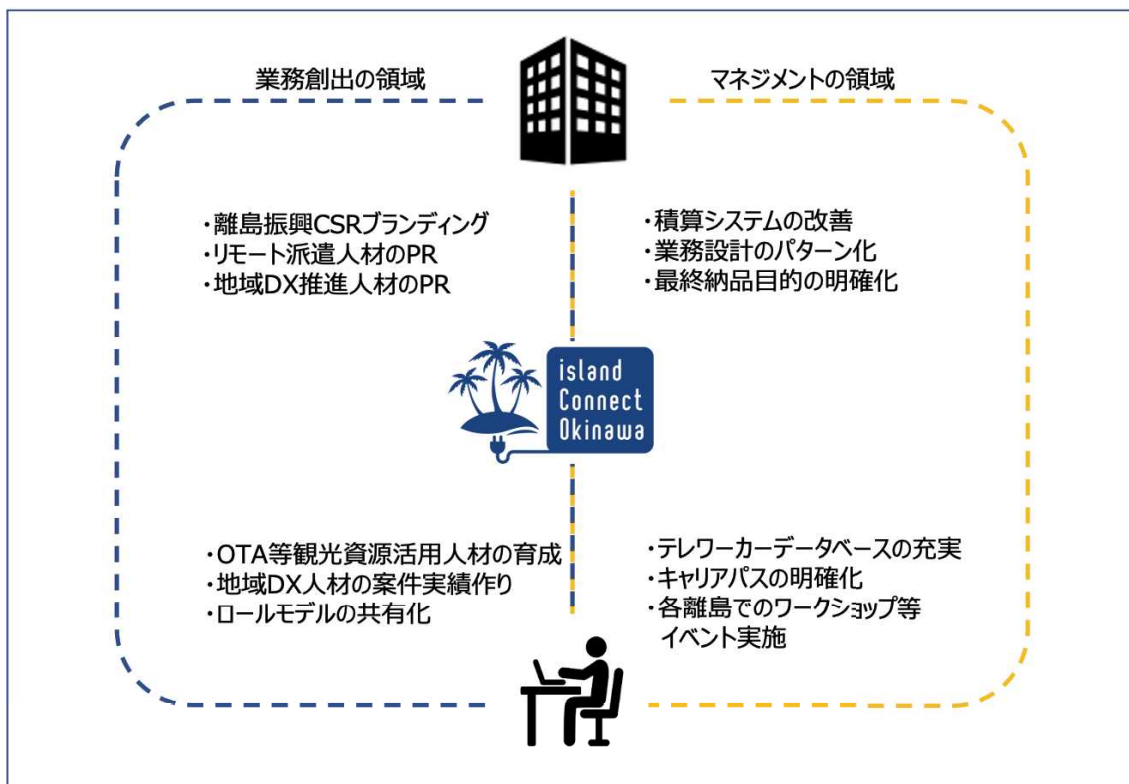
## 5-2 課題整理

範囲	課題
プラットフォーム運営	業務範囲が大きいためテレワーカーのスキル評価自体を標準化できていない。
	稼働量見込みの精度がまだ低い状態である。
	作業精度が低く作業参加不可のテレワーカーへの啓蒙を含む育成カリキュラムがない。
	商流パターンが多く、売上の一元管理ができない。
	テレワーカーごとのスキルアップをデータベースで更新する作業に時間がかかっている。
	テレワーカーとのコミュニケーションを深化できない。
業務創出（高度化）	県内離島という特徴とスケールメリット以外の価値創出が不十分である。
	企業コンサルティングのリソース不足。
	企業に対し、高付加価値業務の具体的提案が少ない。
	属人的スキルを市場へ売り込むマーケティングが不十分である。
テレワーカー	発注元の意向を汲み取れず自身の独断で業務を進める層が一定数存在する。
	受託した作業の途中放棄が発生することがある。
	チャット上での表現が適切でなく、他のテレワーカーへ影響を与える者がいる。

### 5-3 課題解消に向けた対応案

先に述べた課題について、それぞれの領域を体系的且つ、戦略的に解消するための施策を立て、実行する必要がある。

以下にその方向性をまとめる。



領域	内容	詳細
業務創出	離島振興 CSR ブランディング	全国のクラウドソーシングは年々コモディティ化（仕事の価値としての一般化）が進んでおり、クライアントに対し、単純なBPOという面とは別に「離島振興に寄与する活動の一環」として離島在住者との関係性の価値をブランディングし、広く告知する。
	リモート派遣人材の PR	クライアントのニーズに沿ったチーム型のリモート派遣をパッケージ化し告知する。
	地域 DX 推進人材の PR	自治体向けにデジタルデバインド対策やマイナンバー交付率向上のための支援人材を中心として事業提案、地元企業に対しては顧客体験価値を起点とした DX 推進の提案を実施する。
	OTA 等観光資源活用人材の育成	楽天やじゃらん等の OTA（オンライントラベルエージェント）は宿泊客一人に 10%ほどの利用料が差し引かれている。マーケテ

業務創出	OTA 等観光資源活用人材の育成	ィング、ブランディングの拡充による顧客創出、BtoC の推進等で離島観光の収益を上げる支援をするサービスを展開する。
	ロールモデルの共有化	フルリモートでコミュニケーションを進める上で、テレワーカー同士をセパレートする運営となっているため、他のテレワーカーの実績等が共有できていない。高収益のテレワーカーの働き方等、情報の整理と周囲をすることで積極的な案件参加を促す。
マネジメント	積算システムの改善	BPO 受託案件のジャンルが多岐に渡るため、その都度の積算に工数がかかっている。過去のデータを基に迅速且つ標準的な積算が可能なシステム改修を行う。
	業務設計のパターン化	積算と同じく、案件毎のテレワーカーの業務設計やマニュアル制作を効率化する。
	最終納品目的の明確化	レギュレーションに沿った作業は重要であるが、仕事に意義自体が希薄になり、モチベーションの低下と稼働率の低下につながる。従事している作業が世の中で果たす役割等を明確にし、作業モチベーションの維持に務める。
	各離島でのワークショップ等イベント	コロナ禍以前に実施していた現地ミーティングやワークショップは事務局とテレワーカーの懇親に留まらず、就業意識の向上等に寄与していたと考えられる。新型コロナウイルスの感染レベル引き下げを受け、現地でのイベントを積極的に開催する。