

2007 年度卒業論文

山田正雄ゼミナール

ICT を利用した新しい地域社会づくり
～地域 SNS による再活性化～

日本大学法学部 新聞学科 4 年

学籍番号：0430084

小林恵美子

はじめに

「地域社会」とは人々が生活する上で欠かすことの出来ないコミュニティである。相互扶助という面で地域社会はかつてから重要な関係性であったが、最近ではプライバシーの権利や隣人トラブルなどといったことが問題視され、地域社会というものが崩壊しつつある。私自身もその流れを身を感じている。生まれ育った町でも、小さい頃は毎年行われていた町内の運動会は次第に参加者の減少から開催されなくなった。私が高校生、大学生となり自宅に帰るだけという生活が多くなると、次第に近所で見かける人が一体誰なのかということがわからなくなってしまっていた。しかし、今自分が母となり、地域社会の重要性というものを改めて実感するようになってきた。新生活を始めるにあたって、地域の人々との関わりは大切にしていきたいと思うし、子育てをしていくにしても周囲に協力者や仲間がいた方が情報交換もしやすい。自分の世帯を持つようになって、住む地域の環境を再びより良いものにしていきたい。最近では私のような意見を持つ人が数多く現れ、子育てや高齢者福祉、環境問題への対応といった課題を受けて、再び地域社会を活性化させようとする動きが盛んになってきている。

そこで注目したのが「ICT」（情報通信技術）という新しい可能性である。1990年代後半のIT革命以降、政府は新しい国家基盤の必要性を検討し、新しい社会に情報通信の法制度確立やインフラの整備を行ってきた。現在、政府は更なる発展を目指しICTの利活用を積極的に進め、日本が抱えるさまざまな課題を解決する糸口にしようとする動きが見られる。

このようなICTの利活用が地域社会の再活性へと繋がるのではと考えられたのが、地域情報化である。地域社会の中でも地方と呼ばれる地域は都市部と比べて、格差がありハンディキャップが多い。そこでICTを活用し、地理的に不利な点を改善し、ネットワーク上であらゆる情報、コミュニケーションが可能となる。その結果、都市部と地方で差のない社会が実現できるのではないだろうか。また地域社会内においても、今まで繋がりのなかった人間関係が生まれ、地域内での情報交換や活動が盛んに行われるようになるのではないだろうか。2003年には、日本経済新聞社が「日本地域情報化大賞」が創設され、地域情報化の先進的なプロジェクトを表彰しようという動きもあり、現在では次第に地方が独自の情報化を進め、地域再生を行おうとする事例が数多く見られるようになった。

地域情報化にはインフラ構築やテレワーク、生涯学習支援など数多くの種類があったが、中でもここ数年に見られる動きで、「地域SNS」というものがある。SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）が社会に浸透し、地域の社会の再活性化のための新たな手段として今注目を浴びている。本論文では、本題の地域SNSを取り上げる前の前提として、まず地域社会とICTの関係、SNSが注目された背景を考察し、その後地域SNSが広がった背景、各地方自治体や住民が行ってきた代表的な事例を取り上げ、今後地域社会の再生へ地域SNSがどのように展開していくべきかを述べていく。

- 目次 -

はじめに	1
1. 地域社会	4
1.1 地域社会とは	4
1.2 地域社会の抱える問題	4
1.3 住民参画	5
2. ICT 利用	7
2.1 地域情報化	7
2.1.1 インターネットの登場	7
2.1.2 地域情報化の拡大	7
2.2 ICT 利用	8
2.2.1 電子会議室	9
2.2.2 電子アンケート	9
2.2.3 地域 SNS	9
3 地域 SNS	11
3.1 SNS の普及	11
3.2 地域 SNS とは	13
3.2.1 機能	15
3.2.2 特性	16
3.3 ビジネスモデル	17
3.4 システム	17
3.4.1 open-gorotto	17
3.4.2 OpenPNE	18
4. 導入事例と効果	9
4.1 最初の事例「ごろっとやっちろ」(熊本県八代市)	9
4.1.1 概要	19
4.1.2 効果	19
4.2 総務省の実証実験	

2		1
4.2.1	目的	21
4.2.2	事例①「ちよっピー」(東京都千代田区)	21
4.2.3	事例②「おこなごーか」(新潟県長岡市)	22
4.2.4	評価	23
5.	今後の地域 SNS	27
5.1	課題	27
5.2	結論	27
	おわりに	29
	参考文献・URL 一覧	30

1 地域社会

1.1 地域社会とは

地域社会という言葉をよく耳にするが、地域社会そのものの定義というのはよく知られていない。広辞苑によると、地域とは「区切られた土地、土地の区域」を指し、地域社会とは「一定の地域的範囲の上に、人々が住む環境基盤、地域の暮らし、地域の自治の仕組みを含んで成立している生活共同体。コミュニティ。」のことを指す。つまり簡単に言い換えれば、「生活の場・仕事の場・学習の場」¹といった3つの要素を持った場所を指すのではないだろうか。

本論文で取り上げる地域は都道府県、市町村単位の地方自治体のこととする。また地方自治体には、相対的な評価による区別で都市部と地方に区別することができる。都市部とは、ヒト・モノ・カネ・情報の集積度が高く、便利な生活が出来る都市のことで、例えば三大都市圏といわれる東京・大阪・名古屋などがその対象となる。人口が多いことで人間関係が多様化し、企業が集中することで雇用機会が拡大する。さらに、交通網の良さが商品やサービスの充実へと繋がってくる。一方、地方とは先述したことにあてはまらない都市のこととする。

1.2 地域社会の抱える問題

地域社会が抱える問題は、地方自治体ごとにさまざまであるが代表的な問題として取り上げられるのが国家的な問題ともされている、「少子化・高齢化・過疎化」である。都市部は地方と比べ就労・教育・交通・サービスなどさまざまな分野における利便性の高さ、人間関係の多様性などといった地方にはない数多くの魅力がある。これから労働力、そして親世代になろうとする10代後半から20代後半にかけて、自分の新たな可能性を見出そうと都市部へ進学・就職をする。その後、都市部での生活に慣れ、可能性が発揮できる場所が発見できたところで、そのまま都市部への定住をするといった動きが高度経済成長期以降、日本の慣習となりつつある。結果、地方の労働力は低下し、地域産業の衰退の危機に陥っているところは決して少なくない。また子供が増えないために、高齢化・過疎化の一途をたどることは目に見えている。2007年問題ともいわれる団塊世代の大量退職にも高齢化・過疎化の要因となり得る。退職後は企業が集中していた都市部ではなく、今まで寝にだけ帰るようなものであった地域社会の中での生活をしなくてはならなくなる。団塊世代がこれから企業のためではなく、地域社会のためにどれだけ力を発揮できるかが地域社会の発展に影響してくるのではないだろうか。

この「少子化・高齢化・過疎化」現象は前節で述べたような、都市部と地方でそれぞれの地域特性に合わせてまとめると次のような問題が発生している。

まず、都市部においては高度経済成長期以降の日本の多くのサラリーマン世帯で見られた職と住分離の生活である。地方から出てきた若者がサラリーマンになり世帯を持つと、都市部では企業が集中しているため、都市部周辺にマイホームを構える。高度経済成長期

以降のサラリーマン世帯は、夫は都市部にある企業で仕事、妻は内助の功、子供は学校へとといったパターンが多く見られた。この生活パターンが都市部周辺の地域社会を崩壊へと導いたのではないだろうか。当時からサラリーマンは朝から企業が集中する都市部で仕事をし、夜遅くまで続く。都市部周辺にある自宅には寝に帰る様なものである。いわゆるベッドタウン・ドーナツ化現象と呼ばれるものだ。その結果、都市部では“職”中心のため地域社会の人々との関わりが少なくなり、都市部周辺ではサラリーマン自らが居住する地域社会の中で関わる機会が減少する。人口の膨張が、地域社会の関わる機会を無くしてきたのだ。

一方、地方では、地域社会の機能が低下してしまう。人口が少なくなれば、地域社会で生活する人、関わる人も少なくなる。子供がいなくなれば、学校がなくなる。高齢者が多くなれば、労働者不足に陥り地域経済が崩壊する。過疎化が進めば、その地方の伝統がなくなってしまう。仕舞いには地域そのものが合併により、失われてしまうことだって起き得る。しかし2000年4月から「地方分権一括法」が施行され、地方自治体の業務拡大とともに、住民自治を行うことで地域の特色を生かした地域社会づくりを目的とし動いてきた。新たに地方が注目され始める契機ともなった。この法律が施行されたことにより、地域社会を構成する住民・企業・行政・NPOなどが協力し合うことで、再び地方を活性化に繋げようとする考えが広まった。けれどもまだ課題はある。国からの財政援助が少なかったりと、地方の労働者不足、地方の中小企業が倒産していくなど「地方分権一括法」の施行の目的とするものがいまだ発揮されてない地方も多々ある。

地域社会は、都市部・地方ともに利点、欠点と両極端に注目されている。だからこそ、地域社会がそれぞれに抱える問題は規模がどのくらいであれ、地域社会の活性化に繋げるために解決しなくてはならない課題が山積みなのである。

1.3 住民参画

前節で述べたような地域社会の問題を解決するには、私は「住民参画」という手段をとることが最善策だと考える。住民参画とは、多様な住民の意見を反映し、住民のための政策を行うために、行政と住民が意見交換を行うことを言う。住民参画には、地域社会の課題解決に住民が参画できるよう、地域コミュニティを再活性することと、地方自治体の政策決定の過程で、地域住民が積極的に参画していくこと²の2種類がある。まず前者の方の事例としては、町内会活動、PTA活動などで、後者の方は、市政広報紙や市民モニター、住民投票などである。これらの事例は、既存の住民参画手段であり現在も多くの地域で行われていることであるが、いくつか問題点が挙げられる。地域内での活動行為は、「少子化・高齢化・過疎化」によって希薄化しつつあり、また広報紙などは情報量が紙面という範囲の中で限られているということ、住民投票でも場所や時間に拘束されてしまうことだ。

そこで、考えられた手段がICTを利用した住民参画である。ICTを利用した場合、全て

インターネット上で行うことになる。そのため、情報量は膨大にあるし、また時間や場所に制約されずにいつでもどこでも住民参画ができるようになるのである。

しかし ICT を全ての人が利用できるわけではない。通信インフラの整備がされていなくインターネット環境のない人や、パソコンの苦手な高齢者などデジタルディバイト（情報格差）の問題がある。まず地理的な格差問題は、ADSL や FTTH が普及してからほぼインターネットは2006年3月現在、日本全国の約94%の世帯に普及している。しかし残りの約6%は「ブロードバンドゼロ地域」と呼ばれ、人口が少ない過疎地域がほとんどで、民間事業者が採算がとれないという理由でサービスの提供が行われていない地域である。そこで政府は2006年8月「次世代ブロードバンド計画2010」を打ち出し、2010年までにブロードバンドゼロ地域をなくすという政策を打ち出し、かつては民間事業者に任せきりだったインフラ整備を交付金支給などで協力体制を示し、インフラ環境整備が再び行われている。次に高齢者への世代格差であるが、今多くの自治体で高齢者へのパソコン研修やインターネット利用サポートなどが行われている。また高齢者が使いやすいテレビ端末に利用範囲を拡大するなどといった動きも見られ、音声認識など既存のパソコンへのバリアフリー化も進んでいる。

住民参画の ICT 化により、地域社会の再活性化がどのように進んでいくのかという点に注目し、次章以降論じていく。

1 大場充 論文『地域情報化のニーズと課題』

<http://pcserver.sel.cs.hiroshima-cu.ac.jp/ohba/needs.htm> より引用

2 総務省『住民参画システム利用の手引き』 <http://www.soumu.go.jp/denshijiti/ict/index.html> より引用

2 ICT 利用

2.1 地域情報化

最初に ICT を利用した住民参画による地域再活性化の動きではなく、今多くの地域で行われている ICT を利用した活動の全体像として地域情報化について述べていく。地域情報化とは、その名の通り「情報化による地域づくり」のことである。ICT（情報通信技術）を利用し、前節で述べたような地域社会のさまざまな課題を解決し、地域の再活性化を図ることが目的とされている。そして地域社会を構成する市民、NPO、企業、行政等が知識や情報を共有し合うことで、自由な交流や活動が実現され地域社会が生まれ変わるのでないかという考え方が地域情報化を通じて着実に広まりつつある。

地域情報化には数多くの事例がある。その事例は多種多様で、地域社会を活性化という最終的な1つの目的があって、多くの自治体が動いている。

2.1.1 インターネットの登場

地域情報化の歴史はまだ浅く、1990年代後半のIT革命以降からその歴史は始まる。インターネットという当時としてはまだ革新的であった通信技術は、都市部ではなく地方の人々に対し多くの関心を集めた。それは就労、生活、学習面といった分野において距離的なハンデをなくすのに効果的であると見られていた。しかし、まだ地方には十分な帯域を持つ通信インフラの整備がされてなく、常時接続でもなかったことからインターネット利用者がごく一部に制限されてしまった。政府はその反省から、新しい社会に必要な法制度やインフラ整備を必要と考え、2001年から「e-Japan 戦略」³がスタートし、その結果2003年頃には光ファイバやADSLが普及し通信インフラの整備が重点的に行われた。その後、政府はインフラの整備から利活用への転換を決め、2006年から「u-Japan 政策」⁴を開始、ICTによる日本が抱える課題、つまり地域社会が抱える問題の解決へもICTを活用できないかという発想から生まれた。

またインターネットの普及は、Web空間という都市部や地方といった地域社会とは違った商売やコミュニケーションが可能になった。丸田⁵は「地域に根付いていたはずの商活動、消費活動はWeb空間（インターネット空間）に大きく移行しつつある。」と述べ、Web空間を通して企業間、消費者間、企業と消費者間での電子商取引や人と人とのコミュニケーションが盛んに行われ、その結果、地域の活性化を図ろうとする動きも見られるようになってきている。地域情報化はICTという新しい地域づくりのツールを利用し行う、そしてICTによって生じた新しい経済活動やコミュニケーションの形を駆使した動きなのである。

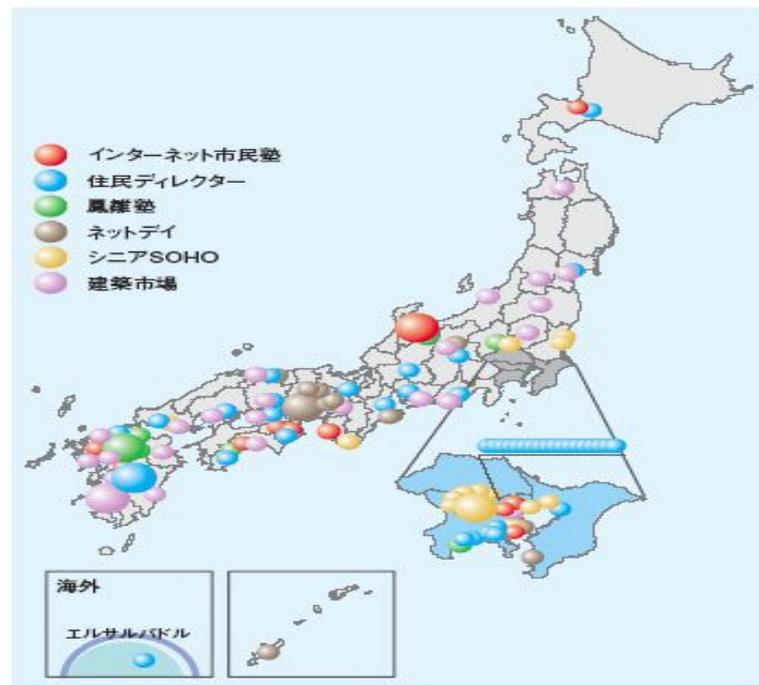
2.2.2 地域情報化の拡大

地域情報化には各地域にさまざまな事例がある。起業家育成や生涯学習、雇用マッチングといった労働面の問題から、地域内のテレビ局やラジオ局、新聞社といった地域内のメ

ディアを利用して行う活動、地理的な是正の解消のためのインフラ整備まで、その事例数は数多く存在する。2003年には日本経済新聞社がICTを利用して地域活性化を行っているプロジェクトを表彰する「日経地域情報化大賞」を創設するなど、地域情報化の先進事例が数多く存在し、地域情報化の意義がどれほど強いものかを表わしているように感じる。

図表 2-1 は、地域情報化の先進事例 6 つが日本各地にどれほど拡大してかを示す分布図である。

図表 2-1：主な地域情報化事例の伝播分布図



出典：ITPro 丸田一 レポート『地域コミュニティ・ツールの共同化と連携』

インターネット市民塾（富山）⁶、住民ディレクター（熊本）⁷、鳳雛塾（佐賀）⁸、ネットデイ（千葉）⁹、シニアSOHO（東京・三鷹）¹⁰、建築市場（鹿児島）¹¹といった6つの事例は地域情報化において、基盤となる事例である。丸田はこれらの事例のことを著書の中で「地域づくりの道具」¹²と呼んでいる。この図表を見ると、地域情報化の中核となった地域づくりの道具は、発祥された地域だけでなく全国各地に広がり、海外までにその事例が導入されたケースもある。これは、同じ課題を抱えた地域同士が、事例を教えあい、お互いの交流と問題解決を図るといったL to L (Local to Local) といった地域間交流が新たに生まれている。

2.2 ICT 利用

ここからは「住民参画」という観点からICTを利用した地域情報化の事例を中心に論じ

ていく。

2.2.1 電子会議室

電子会議室とはインターネット上にさまざまな書き込みをして意見交換や政策に対して語論を行う場のことで、その名のとおり会議といった要素がある。実際に行われる会議とは異なり、インターネット環境があれば誰でも時間や場所に制約されずに発言できるのだ。

神奈川県藤沢市では、1997年頃から行政への市民参加のツールとして市民電子会議室を開設し、一定のルールの下で、一般の参加者が会議を開くことができたり、市自体が市政や市民生活について討議する会議と、2通りの会議がインターネット上で盛んに行われている。

だが、藤沢市の電子会議室は有効に活用されている事例の一つである。2004年4月現在では900団体以上の地方自治体が電子会議室を開設していたが、1年後の2005年4月現在では、658団体と減少傾向にあり、その理由に参加者が少ないことや、議論が盛り上がらないこと、会議室自体に荒らしが入ったりと、また電子会議室そのものの位置づけがままならなかったりと多くの自治体が閉鎖に追い込まれている。そのため、多くの自治体が地域 SNS など、住民の参加意欲を促せるようなシステム構築を始めている。

2.2.2 電子アンケート

電子アンケートとは、インターネット上でアンケート調査を行うことだ。紙で行うアンケートに比べて、印刷や郵送などの手間が省け、低コストですむこと、また時間短縮といった従来のアンケート方法を比べ、多くのメリットがある。最近では、「公的個人認証サービス」といった、インターネット上で行政手続きを行う際、他人によるなりすまし申請や改ざんを防ぐため、利用者が使用する電子証明書を交付するサービスにより、二重回答や送信上でのミスを防ぐことが可能となっている。また電子アンケートは、次節に述べる地域 SNS のコミュニティ参加者を対象にアンケートを行い、その結果をもとに意見交換を行うといった連動した活用方法の効果も期待されている。

2.2.3 地域 SNS

今まで述べてきた電子会議室・電子アンケートともにいろいろな形で地域 SNS との関連性が見えている。電子会議室においては、地域 SNS に生まれ変わろうとして、電子アンケートに関しては、地域 SNS の参加者を対象にして連携を図ろうとしている。

地域 SNS とは、簡潔に言えば SNS（ソーシャルネットワークサービス）を、地域内での利用と運用に重点を置いたものであり、ICT を利用した住民参画の手段としては、最も先進的で効率的な手段であるのではないだろうか。地域社会を再活性化するために、ICT を利用したさまざまな手段が考えられる中で、今一番その効果が期待されている手段ではないか。このような点から、次節以降、地域 SNS について詳細に述べていく。

-
- ³ e-Japan 戦略：2000年9月21日、当時の森喜朗首相が所信表明演説の際に「e-Japan 構想」として IT 国家戦略構想を打ち出したのがきっかけ。2001年1月22日 IT 戦略本部により、5年以内に世界最先端の IT 国家になることを目標に開始した政策。
- ⁴ u-Japan 政策：2004年7月内閣官房で主導する「e-Japan 戦略」の後継戦略として総務省が打ち出したユビキタスネット社会実現に向けた政策。
- ⁵ 丸田一 『ウェブが創る新しい郷土 地域情報化のすすめ』講談社 2007年 22頁
- ⁶ インターネット市民塾（富山）：e-ラーニングを取り入れた生涯学習システム。インターネット上で誰でも講師になって講座を開くことができ、学びたい人が自由に講座を受講する。
- ⁷ 住民ディレクター（熊本）：地域づくりにおける地域情報の発信者こと。住民自身が伝えたいものを決め、撮影と取材を行う。
- ⁸ 鳳雛塾（佐賀）：地域活性化のための人材を養成する起業家教育。
- ⁹ ネットディ（千葉）：学校でのインターネット利用を可能にする設備を地域のボランティアの活動で実現しようとする動き。対象者は小学生から社会人まで幅広い。
- ¹⁰ シニア SOHO（東京・三鷹）：積極的に社会参加のできる高齢者を対象に情報技術を利用し、場所・時間にとらわれない働き方を促進し、地域活性へ積極的な社会活動の力となってもらおうとする動き。
- ¹¹ 建築市場（鹿児島）：各地域ごとに工務店・工事会社・設計事務所・不動産会社がインターネット上で結びついた住宅供給ネットワークのこと。地域内の住宅建設業の協働を促しコストダウンが目標。
- ¹² 丸田一 『ウェブが創る新しい郷土 地域情報化のすすめ』講談社 2007年 64頁

3 地域 SNS

3.1 SNS の普及

はじめに地域 SNS について述べる前に、SNS という前段階について論じる。

SNS とはソーシャルネットワーキングサービス(Social Networking Service)の略称で、「人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型の Web サイトのこと。友人・知人間のコミュニケーションを円滑にする手段や場を提供したり、趣味や嗜好、居住地域、出身校、あるいは『友人の友人』といったつながりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供する、会員制のサービスのこと。」である。言い換えれば、実社会のつながりをオンライン化し可視化したものと言えるであろう。かつて流行した「掲示板」は、匿名性があり、インターネット上でユーザ同士の信頼関係というものには存在していなかった。しかし、SNS は ICT による新しいコミュニケーションツールの 1 つとして、登録メンバー全体の顔が見えるとして、また招待制であるというところから、ユーザ同士の間で信頼関係が掲示板に比べ強くなる。

SNS の主な機能とその特徴については図表 3-1 を参照していただきたい。SNS のこれらの機能は、SNS の特徴のひとつである招待制を用いることで、SNS 内の秩序が保たれ、ユーザが安心して利用できる環境を提供することができ、多くのユーザが集まることで情報の受け手としても送り手としても、充実した情報を得て発信することが可能となる。

図表 3-1 : SNS の主な機能と特徴

主な機能	特徴
①プロフィール機能	現住所や趣味など自己紹介をする。
②ユーザ足跡機能	自分のページにどのようなユーザが訪れたかがわかるアクセス記録。
③日記(ブログ)機能	ブログを書き、友人に配信する。保存する機能もあり。
④メッセージ送受信機能	SNS内にいるユーザ全員にアドレスなしでメッセージのやりとりが可能。
⑤コミュニティ機能	自分と趣味・属性などに共通点があったユーザ同士の語らいの場。
※RSS機能	ニュースやブログなどの更新情報を簡単にまとめ配信するための文書フォーマット。
※アルバム機能	PCやケータイに取り入れた写真をアルバムをして公開。
※カレンダー機能	カレンダーの中に、スケジュールや友人の誕生日なども管理される。
※紹介文機能	ユーザ同士が紹介しあうことで、SNS内の人間関係が広がる。
※動画共有機能	音声付の動画を無料配信し、アップロード可能。YouTubeが有名。
※ゲーム機能	無料ゲームを配信、アップロード可能。対戦が可能なSNSもある。

※は、サービスの提供内容によって異なる。

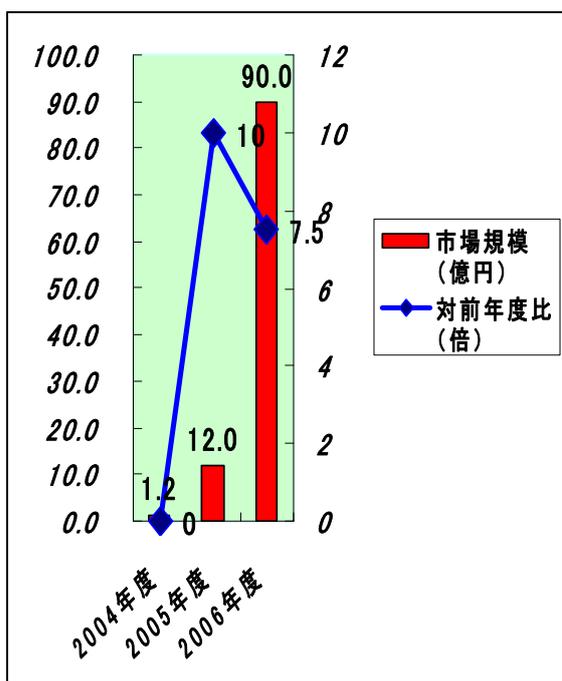
出典：フリー百科事典『ウィキペディア (Wikipedia)』を参考に筆者作成

このような機能を持つ SNS が誕生したのは、つい最近のことである。一般的には 2002 年にアメリカ生まれた「Friendster」と呼ばれるものである。Jonatha Abrams 氏が開設した SNS で、出会いサービスに近いサービスに、登録ユーザの友達リストからクリッ

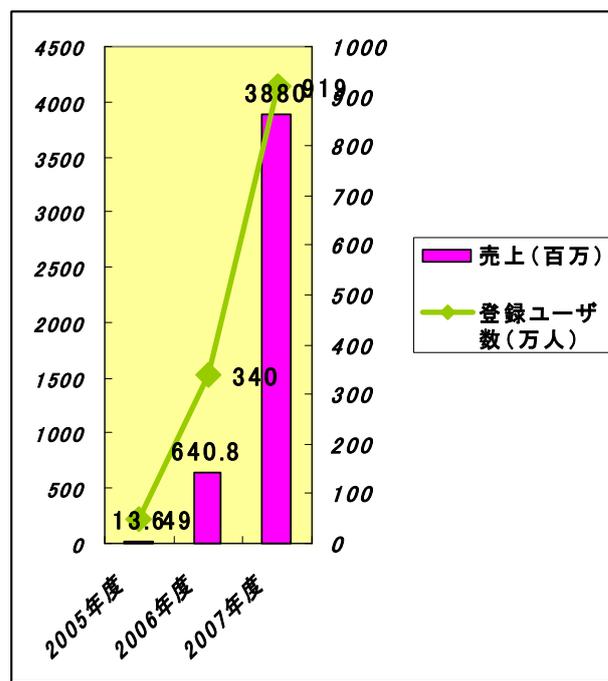
クひとつでリンクし、友人関係をたどって新たな友人関係を見つけていくと言った現在のほとんどの SNS が導入している機能を最初に考え出した。開設1年で、100万人以上の登録ユーザを持つ巨大な SNS に成長した。しかし、その後のアメリカでは 2003 年に MySpace 社が運営する「MySpace」という、現在では世界最大の SNS でアメリカを中心に1億人以上の人々が登録をしている。「MySpace」には、「Friendster」にはない機能で音楽、ビデオなどのマルチメディアコンテンツの利用、共有が可能で、エンターテインメントに力を注いでいる。またブログやメールなど総合的な機能も兼ね備えており、充実した機能が人気を集めた。世界の SNS 普及の動向にあわせ、日本では2004年に「mixi」「GREE」と言った現在の日本を代表する SNS が誕生している。

図表 3-2、3-3 に示したように、インターネットメディア総合研究所¹³によると、日本における 2006 年度の SNS の市場規模は約 90 億円とし、対前年度比は 7.5 倍にも及ぶ。今度も SNS 市場は拡大傾向にあると見られ、2007 年度には約 200 億円の市場規模にまで達すると予測されている。また、2007 年 3 月末現在で国内 1 位の登録ユーザ数を誇る「mixi」は、約 919 万人の利用者に支えられ、38 億 8000 万円の売上高で国内全体の SNS 市場の約 75% を占めている。

図表 3-2 : SNS の市場規模の推移



図表 3-3 : mixi の売上とユーザ数の推移



出典：インターネットメディア総合研究所『SNS

市場の最新動向～SNS ビジネス調査報告書 2007』を参考に筆者作成

このように急速に拡大している SNS 市場であるが、近年の傾向として次のようなことが挙げられる。

第一に携帯電話向けの SNS の登場である。携帯電話を利用した SNS は、まさにユビキ

タス社会の象徴とも言えるような、いつでもどこでも場所を気にすることなくインターネットを利用することができ、SNS の利用頻度も次第に高くなっていく。SNS が普及した頃は、SNS はパソコンでのインターネット上のみに限られていたが、現在ではほとんどの SNS が、携帯電話からアクセス可能なモバイルの専用ページを開設、携帯電話端末から新規登録をさせるなど、会員数の増加の要因のひとつとなっている。

第二に、携帯電話事業者各社による SNS サービスの提供である。携帯電話事業大手 3 社の「KDDI」「docomo」「Softbank」が、2006 年以降次々とサービスを開始している。

「KDDI」は、2006 年 11 月にパソコン向けの SNS を展開している「GREE」と提携し、「EZ GREE」の提供を開始した。また同月に「docomo」も「オクトモ」という SNS の提供を開始した。これは、iモード上で楽天オークションに SNS を組み込み、携帯電話上でオークションの情報交換をしたり、かつてオークションは出品された物単位で商品を選んでいたが、これからは登録ユーザの趣味嗜好といった人単位での商品選びが可能となった。一方「Softbank」は、世界最大の SNS である「Myspace」を自社の公式コンテンツに取り入れ、日本語版サービスを開始した。SNS が普及するにつれて、携帯電話端末を利用して SNS を利用するユーザが増加したことによる、各携帯電話事業者各社が今 SNS の導入とより良いサービスの提供に力を注いでいる。

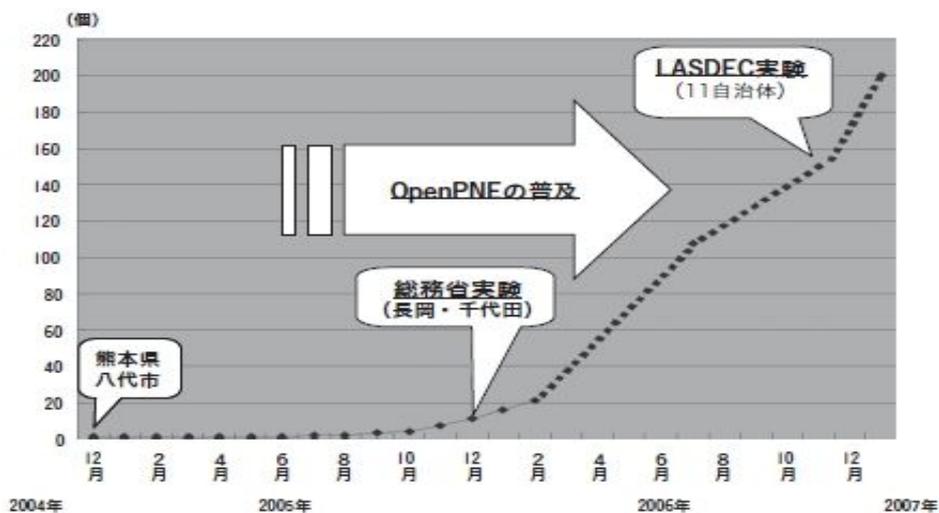
第三に、トピック限定の SNS の登場である。例えば、学生向け、経営者向け、中には公務員受験希望者向けなどといった特定ユーザ対象の SNS や、音楽、ダイエット、ペット、ゲームなどといった SNS ごとのテーマが限定されているものなど数多くの SNS が開設されている。このトピック限定の SNS の中には、これから述べていく「地域 SNS」もこの分類に入るものである。

3.2 地域 SNS とは

前節では「SNS」について述べてきたが、ここからは本題の「地域 SNS」というものに着目して論じていきたい。「地域 SNS」とは、パソコンや携帯電話を利用して、日常的にサイト内の日記や電子掲示板を利用したり、行政情報、地域情報などを入手したりすることができる、地域向けの交流・情報サービスのこと¹⁴である。今、この「地域 SNS」を地域レベルの SNS として活用することによって、地域社会への住民参加を促進し、崩壊しつつある地域社会を再び活性化させようとする取り組みが全国各地で起こっている。

地域 SNS は着実に増加傾向にある。図表 3-4 を見ると、2004 年 10 月に熊本県八代市で国内初の地域 SNS が登場して以降、総務省の実証実験が行われ、オープンソースプログラムである「OpenPNE」が開発されてからというもの、2007 年 1 月末現在では 200 ヶ所以上で地域 SNS が開設され、地域 SNS は確実に全国各地に普及している。

図表 3-4：地域 SNS 累計数



出典：地域 SNS 研究会 調査報告書

地域 SNS 普及の背景にはいくつかの理由が挙げられるが、先述してきたことをまとめると次のようなことである。

まず、やはり SNS 自体の普及、中でも「mixi」の流行は、SNS というサービスを利用するメリットを感じる人が多くなり、その結果地域 SNS にも同じようなサービスを期待し利用するユーザが増えてきたのであろう。

次に、地域 SNS の事例の普及である。熊本県八代市の事例以降、総務省も国をあげて地域 SNS の実験に取り組んできた。その結果、「地域 SNS」という言葉がメディアなどを中心に広く取り上げられ、全国に知れ渡ったのだらう。

そして、無料で誰でも利用できるプログラム「OpenPNE」が開発されたことだ。このプログラムは地域 SNS が普及されたと同時期に開発され、個人がブログを開設するのと同じくらい、容易に SNS を開設できるとして注目を浴び、今大半の地域 SNS がこのシステムを利用している。なお、これらの事例の詳細に関しては次節以降で論じていく。

また 2007 年 4 月に総務省が全国 1893 の地方自治体に行った調査によると、解答した全体の約 7 割の自治体が「住民同士の交流促進の手段として」「地域外からの人の出入り増加の手段として」などの理由で、地域 SNS の利用に関心を示している。

このように、地域 SNS は今多くの地域社会で注目され、各地で導入がされるほどである。

3.2.1 機能

地域 SNS の機能は、先述したような SNS とほとんど一緒だ。だが、その他に何点が特徴的な機能が備わっている。

①地図機能

地域 SNS 内の登録ユーザによる日記やフォトアルバム、コミュニティなどのコメントについて地図上で位置を示すことができ、また反対に地図上からコメントを表示することも可能である。地域 SNS は、本来その地域内の住民や働いている人、また地域の情報を得たい人などがアクセスするため、地図を見ればだいたいどの場所か把握ができ、より情報の正確さが増すため、地域の活性化に繋がる可能性が高くなる。



出典：総務省『住民参画システム利用の手引き』

②災害時用画面

普段はごく普通の地域 SNS のトップ画面であるが、災害時になるとトップ画面が災害情報提供用画面に切り替わる。行政からの災害情報が充実するとともに、行政側だけでは対応しきれない部分の情報を「まちかどリポーター」として登録ユーザが書き込むことで、地域内の災害情報が詳細に提供できる。この画面切り替えは地域 SNS の運用者が必要であると認められる場合に行われるが、地震情報などをもとに自動的に切り替わることもある。災害が起こると、テレビといった映像情報、電話回線などはストップすることが多い。災害時には何度も正確な情報を確認できる文字情報である新聞、または音声情報に当たるラジオなどが一般的に災害情報を得る手段とされているが、この地域 SNS は災害時の文字情報伝達手段として評価が高まっている。



出典：総務省『住民参画システム利用の手引き』

③まちかどリポーター

先述した「まちかどリポーター」とは、各地域の中で公募・研修の末、認定され、認定されると地域 SNS 内で「まちかどリポーター」のマークが印される。この流れは、日常的な地域内のさまざまな情報を発信し、災害時には地域の災害情報を発信する役割を持っている。特に、災害時では地域内の SNS 運営者（例えば市役所職員）などでは、災害の状況全てを把握し情報を発信するということは無理のため、このまちかどリポーターの情報発信により、運営者側で見受けられなかった災害を、地域内の人々により早く性格に多くの情報を伝えることができる。



出典：総務省『住民参画システム利用の手引き』

3.2.2 特性

地域 SNS には、ユーザとして利用する立場から見たときに3つの特性がある。それは、利便性と安全性である。利便性の面から言えば、地域 SNS に参加すると、自分関心のあることに関連する新着情報をマイページに一覧され、欲しい情報がすぐ手に入る。また、テーマ別の掲示板、ブログ、地図情報、災害情報など、一度に SNS 上で自分自身に必要なコミュニケーション機能を集約することが可能になる。安全性の面から考えると、地域 SNS はすべて登録ユーザによる招待制なので、新しくユーザになった利用者でも周囲の環境への信頼感がある。また匿名ではなく、プロフィールも公開していることも信頼感へと繋がる。ブログや掲示板への書き込みといった情報の公開範囲を「友人まで」「友人の友人まで」というように、段階的に設定することができるため、プライバシーをある程度保護することができる。一方、電子会議室や掲示板などは、匿名性があるため、情報の信頼性が欠けたり、掲示板自体が荒らされる可能性が生じるため、こういった点で、地域 SNS は有効であるといえる。

またパソコン、携帯電話などインターネット環境があればいつでもどこでも情報交流をすることができる。

最後に、地域間交流である。地域 SNS にはお互いの地域 SNS 間でリンク先を表示させ、地域間で情報を共有・交換し、お互いの地域を活性化させようとする動きも見られる。

3.3 ビジネスモデル

地域 SNS を運用するにあたって、総務省の報告書¹⁵によると、地方自治体が地域 SNS を設置するためにするためにかかる費用は、安くて年間 28 万円程度かかるとされている。

運用費用を調達するには、主に 4 つのモデルに分けることができる。

① 公営・協働モデル

地方自治体などの公的予算を投入することで、地域 SNS 開設の初期費用などをまかなう。主に最初の地域 SNS である八代市や、2006 年の総務省の実証実験が行われた東京都千代田区と新潟県長岡市のような行政と非営利団体などが協働して運営する SNS によく利用される。

② 広告モデル

「mixi」などの大手 SNS と同じように、バナー広告を外部から獲得して表示し、広告収入によって運営する。

③ CRM (Customer Relationship Management) モデル

地域ポータルサイトやシステム開発、インターネットサービスプロバイダなど本来、地域 SNS 以外に本業を持つ事業者が関連して行うサービスとして運営する。この場合、SNS 自体からの収益は期待できないが、地域内の顧客獲得や、地域内での話題などを知るマーケティング効果が期待できる。

④ 非営利モデル

民間の運営主体が、自治体など行政と連携せずに運営しているもので、地域の活性化の目的を優先に提供している。

3.4 システム

3.4.1 open-gorotto

open-gorotto は、国内初の地域 SNS のオープンソースである。何より、地域 SNS が最初に導入され、そして注目されるようになったのも、このオープンソースが開発されてからである。このオープンソースは、熊本県八代市の市職員である小林隆生氏が、独自で市の就業時間外などの空き時間に開発したプログラムである。小林氏は八代市役所に入庁してから、庁内 LAN を利用し、市役所の職員間の情報共有ソフトを作成したり、建築関係の業務で GIS¹⁶が必要になった際に、購入すると数億円はするという GIS エンジンも独自で作ったつわものだ。

開発されたのは、2004 年だが、2006 年 2 月から無料でこのオープンソースは公開され、open-gorotto を使用している地域 SNS 同士で連携機能を備えており、観光情報や地域情報の共有、また災害時のボランティア派遣にも役立つと注目されている。

2005 年から始まった総務省の「ICT を活用した地域社会への住民参画の促進事業」で開発された地域 SNS (第 5 章で登場する東京都千代田区と新潟県長岡市の地域 SNS) は、このオープンソースをベースに作られた。

3.4.2 OpenPNE

OpenPNE（オープンピーネ）は、地域 SNS が普及する第三のきっかけになった無料で利用できる地域 SNS プログラムに特化したオープンソースである。株式会社手嶋屋が開発し、ちょうど普及の第二のきっかけになった総務省の実証実験直後に無料で利用できるプログラムとして登場したこともあり、また専用のインストーラによって導入作業が非常に簡単であったため、そのままのデザインでよければ、数時間の作業で SNS を開設できる容易さがユーザに受けたのだろう。

¹³ SNS ビジネス調査報告書 2007 年度版 インターネットメディア総合研究所
<http://www.impressrd.jp/iil/>

¹⁴ 千代田区地域 SNS コミュニティ <http://www.sns.mm-chiyoda.jp/> より引用

¹⁵ 総務省『住民参画システム利用の手引き 1-3 導入ケース別の必要費』より

¹⁶ GIS（地理情報システム）：デジタル化された地図情報と統計データや属性情報の関連データを統合的に扱う情報システム。

4 導入事例と効果

4.1 最初の事例「ごろっとやっちょろ」(熊本県八代市)

4.1.1 概要

先ほども少し述べたが、以降地域 SNS の事例についていくつか論じていく。

まず本節では、地方自治体が開設した国内初の地域 SNS 事例である熊本県八代市の「ごろっとやっちょろ」について取り上げる。

八代市では、市の行政情報の提供などを目的としている公式ウェブサイトとは別に、住民向けのポータルサイトを開設している。それがこの「ごろっとやっちょろ」である。もともと 2003 年 4 月に運用が始まった当初は電子掲示板 (BBS) を中心に機能していたが、掲示板の発言数を伸び悩み、2004 年 12 月から、前章で述べた八代市職員の小林氏が、独自で開発した「Open-gorotto」というプログラムを用いて、SNS 機能を導入し、現在の「ごろっとやっちょろ」が誕生した。



出典：熊本県八代市「ごろっとやっちょろ」トップページ <http://www.gorotto.com/>

「ごろっとやっちょろ」の開設の背景には、以下のようなことが挙げられる。¹⁷

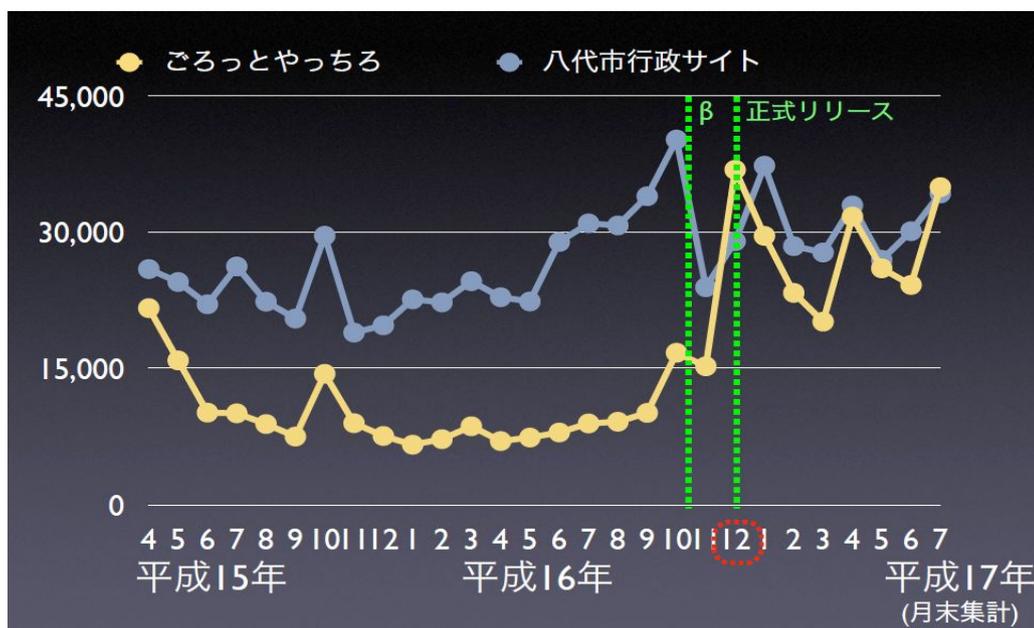
- ① 市からのさまざまな「お知らせ」をインターネット経由で市民に伝達するときに、市の公式ウェブサイトはその情報を表示した場合は、その情報を知りたいと思っわざわざアクセスしてきた市民にしか伝えることができない。
- ② 市民が普段から利用しているウェブサイト（ごろっとやっちょろ）に市からの「お知らせ」も表示すれば、より多くの人目に触れる可能性が高まり、情報を伝達することができる。

このように、市の情報を配信し、市内の人だけでなく市外の人など、より多くの人に受信してもらうには何らかの手を打つ必要がある。そこで、SNS の画面上で市からの情報も表示することで、情報の流れをより流動的にすることができるのではないかと。「ごろっとやっちょろ」では、地域の中で一番利用される自治体の公式ウェブサイトと、インターネット上に溢れている地域情報を SNS に集約し、アクセス数を伸ばそうと試みた。

4.1.2 効果

地域 SNS「ごろっとやっちょろ」の開設により、利用登録者数は約 3000 人以上にまで増加し、アクセス数も 1 日あたり約 8000 アクセスを超えるようになった。

図表 4-1: 「ごろっとやっちろ」のアクセス数の推移



出典：八代市職員小林隆生氏「地域密着型コミュニティシステム」

<http://www.mmdb.net/emediap/e-doc/files/pdf/2005/0827/doc/gorotto2.pdf>

かつての電子会議室的な「ごろっとやっちろ」とは違い、SNS を導入したことで、ユーザ数は増加し、2004年（平成16年）12月に一般公開されてからは一気にアクセス数が伸びている。それと同時に開発者の小林氏は各種メディアに取り上げたことで、講演などで多忙になり、2006年には日経地域情報化大賞・地域活性化センター賞を受賞するなど、情報化関連の表彰を次々と受け、注目が集まることは必須であった。

また「ごろっとやっちろ」には電子会議室の問題点として指摘されていた荒らしなどの問題発言チェックシステム「グレイマン」が導入されている。このシステムは、書き込んだ本人がログインした場合は、そのまま発言内容が見える仕組みになっているが、本人以外への公開はいったん取り下げた状態にし、明らかに荒らしと思われる発言が見つかった際には、公開か削除かを運営主体の部署内で検討を行うと言うものだ。これは、ユーザが安心して SNS を利用できるようにと始めたことだが、SNS はほぼリアルな交流が行われているためほとんど使われた事はない。

今でも「ごろっとやっちろ」ないでは、ユーザ同士が安心して交流が行えるように、趣味・食べ歩き・子育て・環境問題・災害情報など、いろいろな方面で市民がそれぞれの用途に合わせて自発的に利用している。また、図表 4-1 を見るとおり SNS のアクセス数と同時に八代市の行政ホームページへのアクセス数も伸びており、地域 SNS が地域活性化の基盤となっていることは明らかである。

4.2 総務省の実証実験

4.2.1 目的

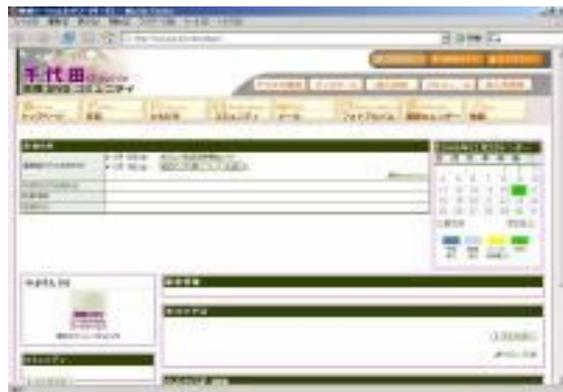
国内初の地域 SNS を導入した熊本県八代市の「ごろっとやっちろ」の効果が、メディアで取り上げられるようになり、電子政府など一部の専門家の中で地域 SNS 自体が注目され始めてから、総務省が独自で地域 SNS の可能性に着目し、実証実験を行おうと、2005年5月「ICTを活用した地域社会への住民参画へのあり方に関する研究会」を総務省が設置された。その目的には、住民の意見表明における ICT の活用や、地方自治体による住民への情報提供などにより、地域社会への住民参画を促進し、地域の活性化を図ることが掲げられている。2005年12月16日から2006年2月15日の62日間、東京都千代田区と新潟県長岡市が対象となり、実証実験を行うこととなった。

4.2.2 事例①「ちよっピー」(東京都千代田区)

昼はビジネス街として、都内だけでなく近隣の都道府県、また全国各地から人が約85万人以上押し寄せてきて、夜はその人口が約4万人にまで減少しどちらかと言えば、街から人がいなくなると言ってよいであろう。

東京都千代田区は昼夜で人口が大きく入れ替わる、まさに都心の象徴的な地域である。

「ちよっピー」は、2005年まちづくり活動を終身に活動している、財団法人まちみらい千代田という団体が誕生し、開設、今もなお運営している。



出典：千代田区 SNS 「ちよっピー」トップページ <http://www.sns.mm-chiyoda.jp/>

「ちよっピー」には、多くのコミュニティが作られたが、運営主体である団体が開設したコミュニティに、「交通機関の運行状況速報」というものがある。これは、電車の遅延や運休についての情報が、SNS の登録ユーザから提供され、情報が共有されている。同じ地域に住む中で、電車のリアルタイムな運行状況を知るには重要なことであり、かつマスメディアの報道には多少の時間がかかる。その点、インターネット上でユーザ自らが発信し受信をしていくという、SNS の双方向性を利用した、簡潔な手段で情報を得ることが出来る。

もう1つコミュニティの事例を挙げると、「千代田区こども110番」という代表的なものがある。これは、子供を持つ父母らが通学路や公園などの安全を守るために情報交換を行うコミュニティだ。最も役立った事例が、2006年1月(まだ実証実験期間中)に、千代田区内で刃物を持った男が病院で突然人を刺傷するという事件が起きた。この際に、コミュ

ニティ内では、ユーザ同士が情報を提供しあい、安全の確保に努め、最終的にはコミュニティ内で区担当者や公立小学校のPTAによるオフラインの会議をすることが決定するまでに至っている。

千代田区は、都心のためグルメ情報や観光情報、また事件などでよくマスメディアに取り上げられることが比較的多いといえ、誰もが親しみやすく、そして自然と入りやすい地域であることは確かだ。しかし、実際にその地域に住んでいる人々にとってはリアルな生活空間であり、マスメディアで取り上げられているような情報よりも、もっと身近に感じられるようなまさに「地域情報・行政情報」といったレベルの情報が求められていると言えるのではないだろうか。その手段として、地域 SNS は住民自身が必要だと感じている情報を相互に発信し受信するといった役割があるのではないか。インターネット上での速報性も十分に活かし、また SNS ということ信頼性の高いインターネット上での交流も行われるようになる。都心はどちらかと言えば、古くからの地域社会の根強い関係はなく、地方から集まってきた人々の集団であることが多い。だからこそ、このような情報提供、また情報交流の場を作ることによって、地域 SNS を活用する意義があるのではないだろうか。

4.2.3 事例②「おこなごーか」(新潟県長岡市)

新潟県長岡市は、まさに「災害と ICT」という観点から、地域 SNS をいかに活用できるかと言う点で注目が集まった。長岡市は、2004年夏に集中豪雨による水害、秋に記憶に新しい新潟県中越沖地震が発生した。災害時にいかに正確な情報を伝え、収集しなくてはならないかということを再度実感させる出来事であった。

「おこなごーか」は、2004年3月 NPO 法人化した、ながおか生活情報交流ネットという団体が運営している。この NPO 法人は、XOOPS¹⁸を活用して地域情報サイトを作ったりブログを作成したりと活動を行っていたが、2004年の災害時には、この NPO 法人の運営する部と具のコメント機能が情報共有に役立ったという成果を挙げている。そこで、地域情報サイトの成果が評価され、地域 SNS という形に生まれ変わることにより、いかにさらなる効果が期待されるかといった実証実験の対象地域に選ばれた。



出典：長岡市 SNS 「おこなごーか」 トップページ <http://www.sns.ococo.jp/>

地域 SNS の「おこなごーか」には、実証実験中 64 つのコミュニティが誕生した。「長

岡地域グリーンツーリズム」というコミュニティは、もともと運営主体の NPO 法人が山の暮らしや農業体験する滞在型のツアーを行う「グリーンツーリズム」という取り組みを行っていて、この活動の関連のコミュニティとして、農業体験イベントの案内や写真のアップロードなどが掲載された。「長岡検定」と呼ばれるコミュニティは SNS 内のユーザが協力し合い、より地域のことを知るために問題を作り、クイズ形式で出題しようとしたことから誕生した。当時、長岡市は市町村合併により地域が拡大し、新しい長岡市のことを良く知る人は少なかった。そのため、この「長岡検定」は、いろいろなレベルの地域に関する問題を出題し、自分たちの住む地域のことをもっとよく知ってもらおうと、またクイズ制作の際に、地域の人々が共同作業で問題を作成するため、地域内での結束は高まったと言えるのではないだろうか。

長岡市の実証実験で最も注目されていたことが、「災害モード切替訓練」というものだ。これは、災害時に地域 SNS を通じて情報を集約し、伝達し、共有しあうというもので、2006年2月10日～2月11日にかけて、大雪による被害が起きたという設定で行われた。地域 SNS を運営する NPO 法人は、地域情報サイトを立ち上げた理由¹⁹として、①町村レベルでは自治体の職員数が限られているため、災害時でも自治体からの情報提供は必ずしも十分ではないこと、②行政が提供するウェブサイトでは、100%正しい情報しか掲載することが出来ないが、民間のウェブサイトであれば、確度が低くても重要と思われる情報を機動的に掲載できることの2点を挙げている。この2点から考えると、災害情報は自治体情報だけでは足りないということが明らかになる。そこで、地域 SNS の災害モードでは、通常とは画面のデザインが切り替わり、「災害情報配信中」という表示がされる。そして、第3章でも述べた「まちかどりポーター」という SNS 内のユーザが災害情報を SNS 内でレポートするという活動も行われた。「まちかどりポーター」は災害時には、災害情報発信のボランティアとして活動し、道路の凍結情報や倒れ掛かっている木の情報を提供し、市が対応するまでの有効な情報が数多く提供された。

4.2.4 評価

図表 4-2：地域 SNS 実証実験の概要（2006年2月現在）

項目	ちよっぴー(千代田区)	おこなごか(長岡市)
登録者数	903人	307人
コミュニティ設置数	125	64
トップページアクセス数	115169	63501
運営主体	財団法人まちみらい千代田	NPO法人ながおか生活情報交流ネット
行政情報の提供	千代田区	長岡市

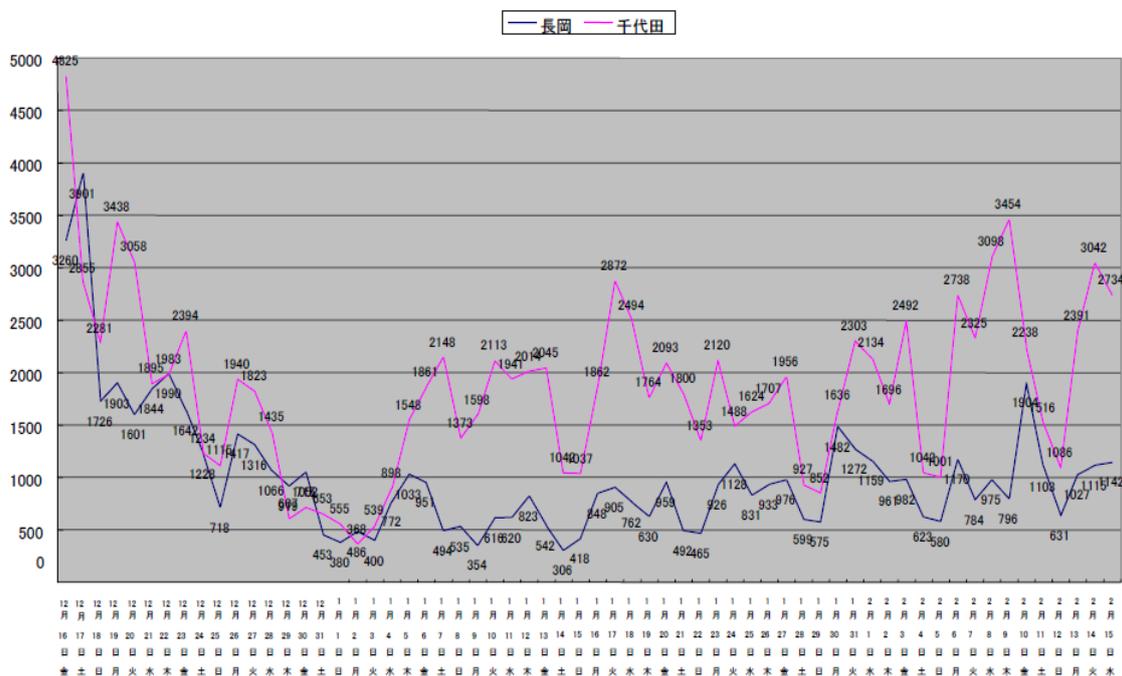
出典：総務省「住民参画システム利用の手引き」をもとに筆者作成

総務省の実証実験をまとめたものは上記に示した図表 4-2 の通りである。両者とも運営主体は民間団体だが、行政情報の提供は自治体からと、民間と行政の間で連携して運営し

ていると言える。

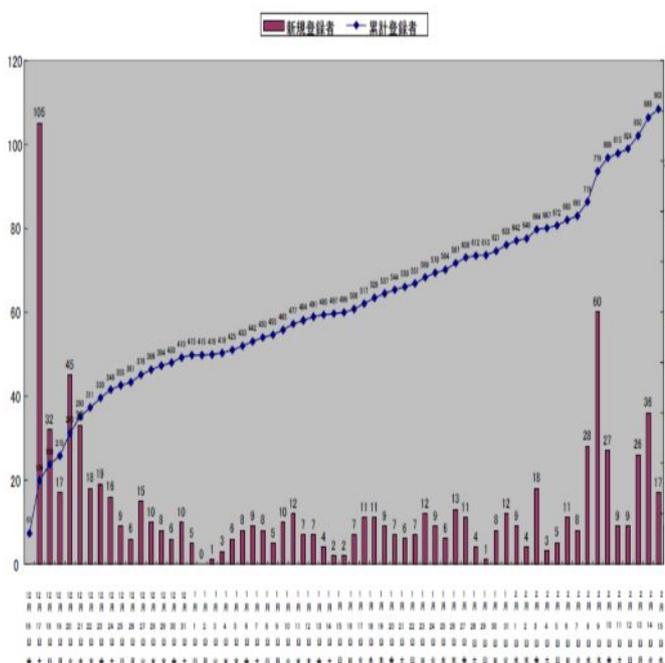
また総務省の実証実験の結果をグラフに示したのが、図表4-3から4-5にかけてである。図表4-3は、実証実験期間中（2005年12月16日～2006年2月15日）の1日ごとのトップページのアクセス数の推移である。これを見ると、地域 SNS の運営が始まってから、千代田区では最低でも約 1000 件、長岡市でも約 300 件とアクセスがあった。しかし、安定したアクセスは得られていない。また、図表4-4、4-5は、登録者数を示したものだが、運営開始当初から新規登録者があり、日ごとに登録者数は増加傾向にあることがわかる。しかし、総務省の発表²⁰によれば、実証実験期間中に地域 SNS を利用していたのは全体の約 3 割のユーザであり、残り約 7 割のユーザはただ登録しただけで何の活動も、友人の紹介機能も利用しなかった人々、また地域外の人々が実証実験への興味本位から、参加したユーザも多くいたと言う結果が出ている。この実証実験以後期待されることは、全体の約 3 割の活発に地域 SNS を利用していたユーザが、今後どれほど地域 SNS を楽しめ、生活に活かせるか、自分たちの住む地域を活性化できるかという思いが強くなり、使い続け広めて言ってくれることである。そして、運営主体の団体が、よりいっそうの機能を提供し、地域 SNS 内を盛り上げていく努力をしていくことが重要になってくるのではないだろうか。

図表 4-3：トップページのアクセス数

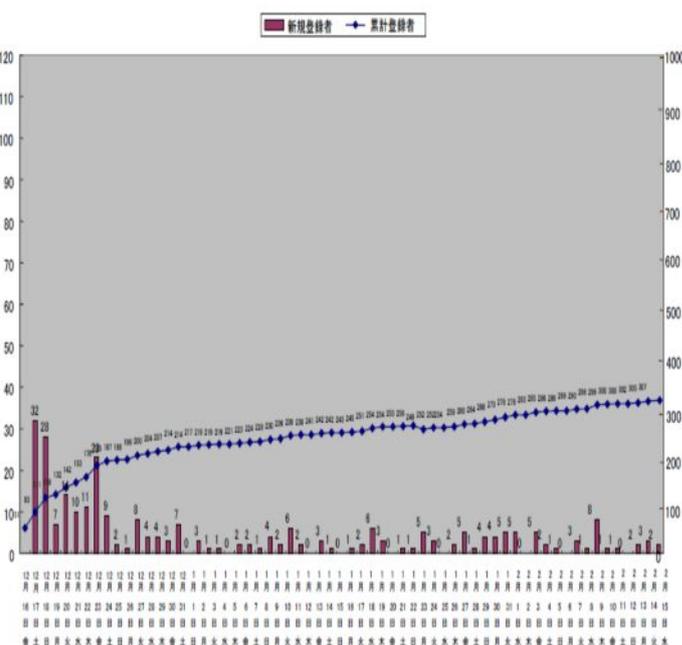


出典：総務省 参考データ『地域 SNS の利用状況』<http://www.soumu.go.jp/denshijiti/ict/data/data.pdf>

図表 4-4:「ちよっぴー」の登録者数



図表 4-5:「おこなごーか」の登録者数



出典：総務省 参考データ『地域 SNS の利用状況』<http://www.soumu.go.jp/denshijiti/ict/data/data.pdf>

一方で、地域 SNS の災害時の有効性は格別であると思う。災害時の情報伝達手段は基本的にラジオなどの音声情報である。一度に多くの人々に情報を伝えることができるが、一過性のものが多い。その点、文字情報は情報の伝達には時間がかかるものの、何度も確認ができ、正確な情報を伝え、受け手も再確認ができるツールとして地域 SNS が有効であると総務省内でも評価されている。新潟県中越沖地震の際に、大手 SNS の「mixi」上にも災害情報がたくさん提供されていたというが、「mixi」にログインしていないと内容を見ることができず、災害時には有効ではなかった。長岡市の「おこなごーか」では、コミュニティごとに情報の公開範囲を設定できるようになっているが、災害対応のために、SNS にログインしていない人でも情報を見せられるように設定ができるようになっている。また、この機能を活用して、災害情報や観光情報などに関するコミュニティなどの書き込みが地域外からでも見れるように設定も可能になっている。これは、地域 SNS 内ではできないメリットであり、災害情報においては特に有効的な機能であるといえる。また地域の活性のために外部からでも情報が見られるということはこちらも極めて有効だ。

この実証実験を通して得られた一番の成果と言ってよいことが、地域間交流である。第 3 章の中でも簡単に地域間交流について触れたが、千代田区と長岡市の間で交流プロジェクトが実施されていた。例えば、長岡市の NPO 法人が運営する「グリーンツーリズム」の一環として、興味を持った千代田区民の人々が、長岡市に出向き味噌作り体験や田植えを行ったり、他にも千代田区で毎年 4 月に行われるさくら祭りで、長岡市の地酒を振舞おうというアイデアが出され、予想以上に長岡市の蔵元が協力し、交流を図った。このよう

に、実証実験を通して、今まで行政を通して行われていた地域間交流が、地域の住民同士の中で直接結びつけるようになる。その手段が地域 SNS なのである。「この地域の団体は、こういう活動をしている。」という事実が広まれば、地域間でお互いに活動の実態と地域性というものが地域 SNS 内で自然と見え、そして交流につながり、互いの地域が活性化するという流れが生じてくるのではないだろうか。

17 庄司昌彦他 『地域 SNS 最前線 Web2.0時代のまちおこし実践ガイド』アスキー 2007年 59頁～60頁

18 XOOPS : (ズープス) テキストや画像などのコンテンツを用意するだけで Web サイトを構築できるシステム。

19 NPO 法人ながおか生活情報交流ネット・桑原真二理事長 時事通信社実務セミナー「地域を安心・安全・元気にする Web 戦略」より引用

20 総務省「住民参画システム利用の手引き：参考データ地域 SNS の利用状況」より

5 今後の地域 SNS

5.1 役割

では、いったいこれからの地域 SNS に期待される役割とは何か。私は以下の4点が地域 SNS の役割として重要なものだと考える。

第一に、住民参画ということだ。1990年代後半に政府や地方自治体で、住民自身が身近な話題を議論する電子掲示板の開設が相次いだ。電子掲示板の中で自分に合った行政情報や地域情報を提供し、また掲示板内から見つけ出していくという手間がかかることや、匿名性があるということから多くの電子掲示板が廃止に追い込まれた。その失敗を活かしたのが、地域 SNS の誕生に繋がったと言える。住民が日常的に利用しやすい、インターネット上の場所を作ろうと言う考え方に基づいたのが地域 SNS であり、地域住民が、自ら住む地域について語り合うコミュニケーションの場を増やすことで、地域社会に目を向け住民参画への意識を高めることが出来るのではないだろうか。

第二に、災害情報の提供である。前章で災害時の地域 SNS の有効性については述べたが、まさにその通りで、市の職員だけでは行き届かない災害情報も、まちかどリポーターといった情報提供者が数多くいれば、それだけ多くの情報が提供できる。また、地域 SNS の特徴的な地図機能と連携すれば、さらに質の高い地域内での災害情報が伝達される。

第三に、地域内商店街支援だ。地域社会の中で親しまれてきた商店街はいまや大型商業施設や、大企業のデパート・スーパーができることによって、経営危機・倒産に追い込まれている。商店街は地域社会の中での消費循環によって成立しているようなもので、地域 SNS 内で、商店街のお得情報などを提供すればよりいっそう地域内での消費循環は効率的になる。千葉県千葉市の西千葉地区の SNS 「あみっぴい」²¹では、地域内にある店で使えるクーポンを発行するなど、SNS 登録ユーザだけ利用できるサービスの提供を行っている。

第四に、地域内の自発性を高めると言うことだ。そもそも地域 SNS は地域内での人と人とを結びつけ、インターネット上だけでなく現実の活動にまでそのコミュニケーションを結びつけ、地域を活性化させようというものだ。地域 SNS が、地域社会における代表的なメディアとなり、地域内でのオフラインでの活動にまでたどりつかせ、よりよい地域社会づくりに向けた取り組みに、積極的に参加できる環境を整え、また意欲を打ち出すことが何よりも期待されていることなのではないだろうか。

5.2 結論

地域 SNS は今後、分化と連携という形が生じることが予想される。地域 SNS だけに限らず、民間の SNS などすべてに言えることであるが、トピック限定や特定ユーザ限定の SNS や、SNS 内のコミュニティの細分化などを受け、今後地域 SNS も行政面、産業面などに分化し、人々が自分自身の目的や関心によって情報を受発信できるような環境がさらに多様化してくるであろう。また、地域 SNS が地域内の利用者へ、よりよいサービスが提供でき

るように他の地域 SNS、民間の SNS などと連携し、ユーザに対してメリットのあるコミュニケーションの場を提供できるようにしていく必要がある。

では地域の再活性化に使えるのか。地域の活性化とは、地域の人々が信頼関係で結びついていて、地域というテーマで語り合えるコミュニケーションが行われていること。そして、その結果地域内でのさまざまな活動が自発的、活動的であれば地域は活性化していると言えるのではないだろうか。今、地域社会に必要とされているものは、端的に言えば、地域内のコミュニケーション不足である。地域内のコミュニケーションの減少が、地域社会での人口の増減や地域産業の衰退に関連性があるのだ。そこで、インターネット環境が日本全国に整備されようとしている時に、ICT というツールを利用した地域活性が再び要請・期待されている。地域 SNS は中でも、ユーザにとってパソコンや携帯電話から利用できるため、便利であり、ユーザ同士が匿名ではないため、安全でかつ信頼できる環境にある。地域 SNS を通して、地域社会がもう一度、ICT を仲介して再びネットワーク化することにより、地域社会の再活性化を実現できるはずである。

²¹ 「あみっぴい」：千葉市西千葉地区の地域 SNS。市町村単位よりも狭い範囲を対象地域とし、千葉大学生と地元住民の接点として機能している。<http://amippy.jp/>

おわりに

本論文を書くにあたって、私は大学生生活の4年間の中で感じたこと、学んだことを形に残せるような卒業論文を書きたいと思っていた。日本大学に入学してからの4年間、私の人生の中で最も大きな出来事がたくさん起こり、入学当時に思い描いていた自分の姿と現在の自分の姿は想像もつかないほどかけ離れているが、大学で学んだことの集大成としてこの卒業論文を成し遂げたいと決意して望んだ。

一通り最後まで完成することが出来たのも、優しく見守り、時にはアドバイスも下さった山田正雄先生、山田ゼミナール7期生のみんなのおかげである。また、勉強に集中できるようにと配慮し、多岐に渡って協力してくれた両親、兄に感謝したい。最後に私の近くでいつも笑って癒してくれた息子にもありがとうと言いたい。そしていつか将来この卒業論文の出来はともあれ、ママが頑張った証として見せてあげることが出来たらいいなと思う。

私は産まれた時から地方と分類できる地域に住み、小さい頃は地域社会という繋がりを感じ取ることもできた。だが、地域社会というものが壊れ始め、私自身成長してからは地域社会の中での繋がり、また人々との関わりというものが少なくなってきたように感じていた。しかし、今自分が母親となり、子供に対して、またこれから定年後の暮らしを迎える両親に対して、住みよい地域社会の中でのびのびと生活して欲しいと思う。だからこそ、今地域社会というものをもう1度見直し、再び活性化をするべきではないのだろうか。失われた地域社会を取り戻すのは容易ではない。だが、ICTを利用して地域社会の発展に繋げようとする動きが、各地で起きている。まだ完全なる実績は挙げられてはいないものの近い将来、地域 SNS に代表されるような ICT が再び地域社会を作り上げてくれると信じている。

参考文献

【書籍】

- 丸田一 『ウェブが創る新しい郷土 ～地域情報化のすすめ～』 講談社 2007年
- 丸田一 『地域情報化の最前線 ～自前主義のすすめ～』 岩波書店 2004年
- 丸田一 他 『地域情報化 認識と設計』 NTT 出版 2006年
- 金子郁容 『e デモクラシーへの挑戦 ～藤沢市市民電子会議室への歩み～』 岩波新書 2004年
- 自由民主党インターネット委員会 『地域の情報化ハンドブック』 東洋経済新報社 1998年
- 林茂樹 『地域情報化過程の研究』 日本評論社 1996年
- 庄司昌彦 他 『地域 SNS 最前線 ～Web2.0 時代のまちおこし実践ガイド～』 アスキー 2007年
- 上田修子 『OpenPNE ではじめる自作 SNS 入門』 翔泳社 2006年
- 小川晃夫 『OpenPNE でつくる！最強の SNS サイト』 ソーテック社 2007年

【その他】

- 大場充 論文『地域情報化のニーズと課題』：
<http://pcserver.sel.cs.hiroshima-cu.ac.jp/ohba/needs.htm>
- 総務省 『地方の活性化とユビキタスネット社会に関する懇談会報告書』 2007年
- SNS ビジネス調査報告書 2007年度版 インターネットメディア総合研究所
- 総務省 『住民参画システム利用の手引き』 2007年
- 総務省 HP : <http://www.soumu.go.jp/>
- 総務省 情報通信政策局資料 『地域における ICT 利活用の効果について』 2007年
- 総務省 『地域 SNS 動向調査 報告書』 2007年
- 地域情報化／情報技術支援 NPO・日本エンジニアリンググループ
: <http://www.engineer.gr.jp/>
- 日本経済新聞 日経地域情報化大賞 : <http://www.nikkei.co.jp/riaward/>
- 財団法人 全国地域情報化推進協会 APPLIC : <http://www.applic.or.jp/>
- フリー百科事典『ウィキペディア (Wikipedia)』: <http://donate.wikimedia.org/ja>
- 地域 SNS 研究会 : <http://www.glocom.ac.jp/project/chiiki-sns/>