

地域コミュニティ活性化へのソーシャル・メディアへの 期待と現実

黒田 卓 宝田 大樹

富山大学人間発達科学部

1. はじめに

Web2.0 とよばれるインターネットの新しい利用法が、2000年代中頃から普及し始めた。Web2.0 は、ティム・オライリーが提唱した概念で、『旧来は情報の送り手と受け手が固定され送り手から受け手への一方的な流れであった状態が、送り手と受け手が流動化し誰でもがウェブを通して情報を発信できるように変化した web』を意味する。梅田(2006)は、web2.0の本質を「ネット上の不特定多数の人々(や企業)を、受動的なサービス享受者ではなく能動的な表現者と認めて積極的に巻き込んでいくための技術やサービス開発姿勢」としている。誰もが情報を発信することができ、それらの情報があつまり新たな情報を創りだすメディアのことを、ソーシャル・メディアや CGM(消費者生成メディア)とよぶ。

2004年2月には mixi や GREE、2006年9月(2004年2月という説もある)の facebook といった SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)が開始され、2006年7月にはミニ・ブログやマイクロ・ブログといわれる twitter がサービスを開始している。同年といった、さまざまなソーシャル・メディアが登場してきた。現在さまざまなところで話題となっている facebook は、AFP(2012)によると 2012年2月現在で、ユーザー数は全世界で8

億人を超えていると言われ、今後の発展も期待されている。

一方、地域の根幹を支える地域コミュニティの崩壊は確実に進んでいる。2011年3月11日に発生した東日本大震災では、改めて地域コミュニティの重要性が問い直される事となったが、実際には都市部への人口集中と周辺地域の過疎化が急速に進んでおり、なかなか一筋縄ではいかない問題である。

このような状況の中、地域コミュニティの再生や活性化に、facebook を始めとするソーシャル・メディアの活用に期待が始まっている。地域コミュニティ活性化をめざす場合、まず参加者の多くが普段なにも意識せずに生活している地域をどのように意識化させるかにかかっていると考える。地域の歴史を再発見する、あたりまえに見えている風景、景観を改めて捉え直す、災害等が発生した場合を想定して改めて地域を見直すといった活動を通して、地域を見直し、各自の発見、思いを共有することで、より深い地域理解につながり、コミュニティを活性化していくことができるのではないかと考える。本稿では富山県舟橋村において取り組んでいるソーシャル・メディアを活用した地域活性化支援の事例を元に、今後の展開の方向、可能性を探る。

2. 地域による facebook の利用状況

林(2011)によると、自治体において facebook ページを最初に開設したのは、鳥取県米子市の公式キャラクターであるヨネギーズで、2010年9月6日に公開された。その後、長野県小諸市、鳥取県米子市、佐賀県武雄市等いくつかの自治体で facebook ページが立ち上がってきている。佐賀県武雄市は、公式 Web ページを facebook ページへ移行しており、facebook へのアクセスができないユーザー向けに一般 Web ページを残しているものの、最初のアクセスの段階でどちらかを選択させ、実質的にはほぼ完全に facebook ページに移行している。武雄市では twitter など積極的に活用している。

武雄市が市の公式ページを facebook に移行したのは2011年8月1日であるが、その後の動きを見るかぎりにおいては、急激に普及することはない、かなり慎重な動きになっているように見受けられる。いくつかの自治体では試験的な運用を始めているところもあるが、内容は、お知らせを一方向的に発信するにとどまっており、これまでの Web とさほど大きな違いは見られない。また、自治体の公式 Web ページをいつ停止するかわからない民間の、しかも日本の法律の及ばない国外のサーバーに依存するこの武雄市の取り組みに対しては賛否両論があり、自治体からの情報発信の手段として facebook を利用することには期待も大きい、問題点も多く残っている。今後もこのような状況は大きく変化しないと思われる。



図1 米子市ヨネギーズの facebook ページ

3. 富山県舟橋村での取り組み

富山県舟橋村では、富山大学地域連携推進機構 地域づくり・文化支援部門と共同で、協働型まちづくりに関するプロジェクトを2010年より行なっている。その一環として、2011年4月より facebook を利用した地域コミュニティ活性化につ



図2 フナハシ+フェイスブックページ

いて議論を始め、2011年10月より「フナハシ+」を開設した。本サイトは舟橋村をキーワードとし、役場からの一方的な発信ではなく、地域住民が身近な情報を発信、共有することを目的に構築した。

当初フナハシ+は、管理人が中心となり一方的な情報を発信する場のみであったが、利用者が増えるに連れ、村民からの情報発信の場としてより使いやすくなるよう、利用者、利用グループ毎の情報を簡単に発信できるように構成した。フナハシ+は、富山大学人間発達科学部教育情報システム研究室において立ち上げ、管理を行なっているが、現在は、参加者の中で積極的に関与する意思を持つ協力者を得て、徐々に管理権限を移管している。

舟橋村は富山県の中央部、富山市に隣接する県内唯一の村であり、人口は約3000人、富山市等近郊地域で働く人のベッドタウンとして発展してきている。「日本一面積の小さい村」、「カモシカがやってくる図書館」などで全国的に有名である。近年のベッドタウン化に伴い、人口が増加しているだけでなく、若年層の割合が大きい。新興住宅地と古くからの旧村エリアは、地理的に離れていることもあり、交流が少ないことがひとつの悩みとなっている。また、村の運営への新住民の参画も少なく、村の行事の運営等にも支障をきたしているところは、過疎化に悩む他の地域と変わりが無い。

今回、フナハシ+に期待されることとしては、若い人たちへの情報発信や交流を活性化することにより、より村を知り、村を愛し、村の運営に積極的に参画してもらおう機会を作りたいという思いがあった。

4. フナハシ+の利用状況

上記のような目的で開設されたフナハシ+であるが、現在までのアクセス状況等を見るかぎりに

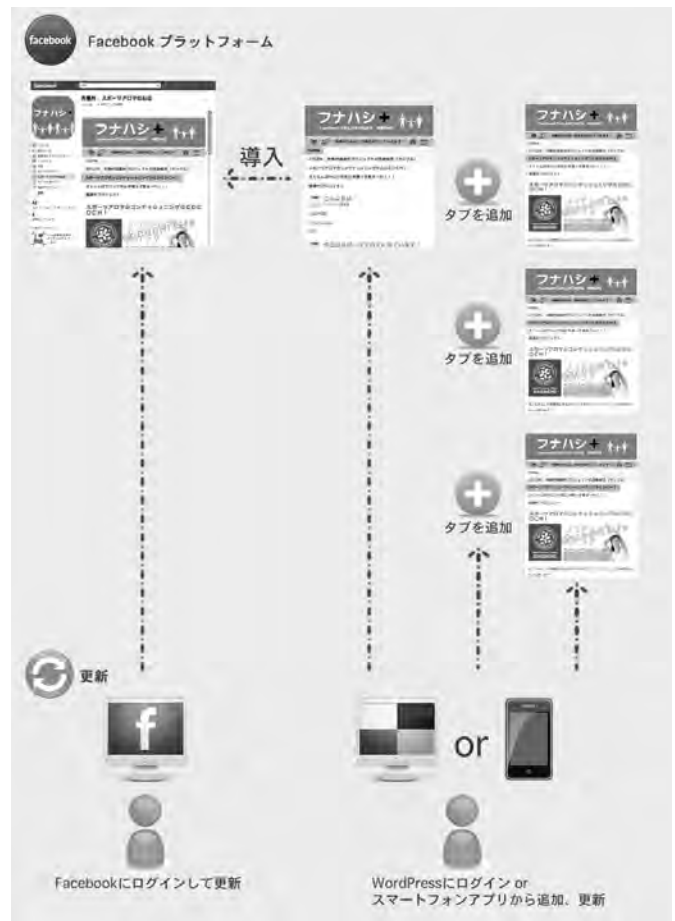


図3 フナハシ+の構成

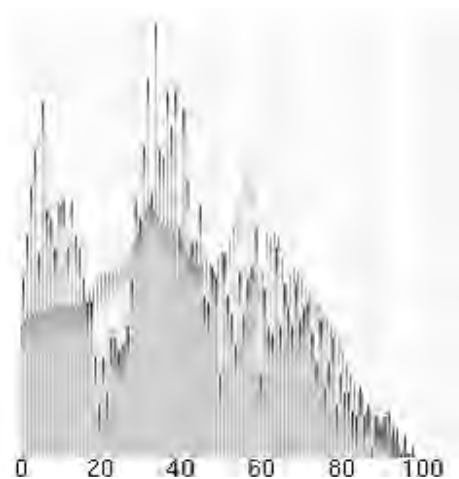


図4 舟橋村の年齢別人口分布(2005)

おいては、まだまだ普及途上であると思われる。開設時には、村内全戸を対象にチラシを配布し、簡単なアクセス方法を解説している。また同時にキックオフイベントを開催したが、実際に参加したのは3名であった。facebookの富山県での利用状況は表1のとおりである。ここからもわかるように、東京では22%の利用率があるfacebookも、富山県だけを見れば2.3%と10分の1にすぎない。比較的若い人の多い舟橋村でも、それほど多いとは考えられず、18歳以上の人口で考えると村民のうちの約50~100人程度の登録者ではないかと推測され、実際にアクティブに活動している人は10人程度ではないかと思われる。

イベントの参加者や、地域の保育サークルの方々にインタビューしたところ、名前だけは知っているが利用していない、利用するのが怖いといったことが述べられていた。このようなことから、一般的に話題となっているfacebookでも、地域による利用度の差は大きく、これをそのまま利用することにはまだまだ課題も多いことが明らかになった。

5. I Love 南砺 facebook ページの活用事例

フナハシ+の開設とほぼ同時期に富山県南砺地域を中心に「I Love 南砺プロジェクト」が立ち上がった。このプロジェクトは富山インターネット市民塾が平成23年度富山県 ICT 活用ふるさと学習コミュニティ活性化事業の支援を受けて実施したプロジェクトである。

本プロジェクトでも、参加者の交流のため、facebook ページが利用されている。参加メンバーを「ふるさと推進員」と位

表1 フェイスブックの利用状況の比較

	全国	富山県	東京
人口	128,057,352	1,093,365	13,161,751
Facebook 利用者	7,600,000	25,600	2,879,240
Facebook 利用率	5.9%	2.3%	22%

置づけ、メンバー参加型のコミュニティ運営を目指している。本プロジェクトでは、イベント、地域発見プロジェクト等を実施し、参加者の活発な交流が展開されている。これらの交流が活発になることと連動して、facebook ページへの書き込みも増加している。

本プロジェクトでは、インターネット市民塾のメンバーがコアとなり、コアメンバーによるイベントの企画、運営からはじめ、イベントを通して次の企画を練り上げ、それらの運営を含め、徐々に参加メンバーにバトンを渡していく方法で、利用の幅を広げている。参加者には「ふるさと推進



図5 I Love 南砺 facebook ページ

員」の名刺が配られるなどインセンティブも用意されており、これらが良い循環を産み始めている。

しかしながら、富山県の支援といった外部支援の期限は限られており、財政的支援が切れ、コアで企画を担当しているメンバーの積極的関与が無くなった際に、継続されていくかどうかは、これからの本当の地域に根ざしたコアメンバーが出てくるかどうかにかかっている。一つの成功事例ではあるが、今後の状況にも注目していきたい。

6. 地域コミュニケーション活性化へのソーシャル・メディア活用のポイント

今回の舟橋村での取り組みを通して、地域コミュニケーション活性化へのソーシャル・メディアの活用の難しさが明らかになったが、可能性は十分に残していると考えている。

まずは利用者を増やすことが最大の問題である。facebook は、PC だけでなく、携帯電話やスマートフォンからもアクセスが可能となっている。利用者の基本的な利用環境は整っていると考えられることから、よりアクセスする必然性のある情報を流す必要がある。

そのためには、地域からの情報発信をこまめに実施することが必要である。今回は村の Web ページとは独立する形で作成しているが、村からの連絡なども、流れるようにする必要があると考える。facebook はこれに積極的にアクセスしなくても、流れた情報をメール等で受け取るように設定することも可能である。より積極的に村民への情報提供を行うためのツールとして利用することによりまずは利用者を増やしていくことが可能となると考える。

次に、情報発信を継続的に実施するために、コアとして活動してもらえ人が大切となる。また、地域で活動を行っているグループなどに開放し、自由に情報発信や交流をするプラットフォームと

して利用できるようにすることが必要である。facebook 自体は基本的に公開スペースであるが、必要に応じて、クローズドな議論ができる場を用意し、メンバーを限って利用できる環境も用意する必要がある。

どちらにしても、情報発信や交流を行う必然性が、利用者の中に醸成される必要がある。特に地域での利用では、顔を合わせた交流とどう連携をとるかがポイントとなる。地域のさまざまなイベントと連動するなど、より地域に根ざした情報共有を心がけていく必要がある。

インターネットが始まった頃に盛んに利用されたメーリングリストでも、参加者の多くは ROM (リード・オンリー・メンバー) であった。SNS においても、参加者が自発的に書き込みを行なっていくまでには、メンバーを引っ張っていくリーダーが必要である。このようなメンバーをどのように発掘し、育てていくかも息長く続くには不可欠なものであろう。

書きこまれたコンテンツについても、その質と量をどのように高めていくかも考える必要がある。

facebook は民間企業が行なっているサービスにすぎず、いつ、サービスが終了するか、サービスの内容が変更されるかは予想がつかない。実際、フナハシ+構築時にも、公開直前に facebook ページの仕様変更があり、急遽対応に追われるという事態に陥った。また、利用の際には、最初に利用登録を行う必要がある。そこで登録された情報がどのように利用されるかもわからない。システムの利用にコストはかからないが、これらの問題もあることを十分に周知し、利用を促進していくことが大切であろう。

7. さいごに

インターネットの多くのサービスは、海外から入ってきたものがほとんどである。それらはそれ

それぞれの国や地域の文化を背負っている。日本はこれまで、海外の文化を日本流にアレンジし、日本文化の一部として取り込んできた。それにはある程度の時間をかけ、翻訳者の解釈を経て普及してきた。しかしながら、現在のインターネットは、時間差なく、国境を超え、われわれ一人ひとりに直接飛び込んでくる。この現状を踏まえながら、このようなメディアと付き合いしていく必要がある。

facebookを始めとするソーシャル・サービスを地域コミュニティ活性化に活用するためには、多くの問題が残されていることが明らかとなった。反面、あるきっかけで有効に動き出す可能性も秘めていることも感じられる。日本のソーシャル・サービスの活用はまだ始まったばかりであり、もう少し時間をかけて、その使われ方、そこで創り上げられる文化について継続的に見ていく必要があると考える。

【謝辞】

本研究の一部は、富山大学地域連携推進機構受託研究「舟橋村の協働型まちづくりに資するホームページ活用と住民交流の活性化」の支援をいただきました。また、本研究を進めるにあたり、舟橋村総務課吉田氏、地域連携推進機構研究員碓谷氏の協力をいただきました。

【参考文献等】

- ・梅田望夫(2006)ウェブ進化論、筑摩書房
- ・AFP(2012), 【図解】フェイスブックのユーザー数の推移、
<http://www.afpbb.com/article/environment-science-it/it/2854889/8400174>(2012/2/28 現在)
- ・林雅之(2011), Facebook ページを活用する自治体のまとめ 他 (2011年2月28日現在), オルタナティブブログ,

<http://blogs.itmedia.co.jp/business20/2011/02/facebook-fe59.html>(2012/2/28 現在)

・鳥取県米子市 公式キャラクターヨネギーズ facebook ページ、

<http://www.facebook.com/negita.yonago>(2012/2/28 現在)

・佐賀県武生市 facebook ページ、

http://www.facebook.com/takeocity?sk=app_236453269710449(2012/2/28 現在)

・フナハシ+facebook ページ

<http://www.facebook.com/funahashimura?sk=wall>(2012/2/28 現在)

・I Love 南砺 facebook ページ

<http://www.facebook.com/ILoveNanto?sk=wall>(2012/2/28 現在)

(受理 2012 年 3 月 15 日)