

地域SNSの活用による 地域活動活性化に関する研究

吉田 泰介¹・浅野 光行²

¹学生会員 早稲田大学創造理工学研究科建設工学専攻（〒169-0072東京都新宿区大久保3-4-1）

E-mail: tai-yoshi@ruri.waseda.jp

²フェロー会員 工博 早稲田創造理工学部社会環境工学科教授（〒169-0072東京都新宿区大久保3-4-1）

E-mail : asanomi@waseda.jp

地域（密着型）SNSは地域の情報のメンバー間共有を促し、地域の人同士をつなげることで、地域における購買活動やボランティア活動、コミュニティビジネスの活性化に寄与するとされている。しかし、現状では思うようにユーザーが集まらない事例や利活用が進まないなどなかなか成果を上げられないものも多い。成果を上げている事例では地域のキーパーソンの努力や活躍が見られる傾向にある。そこで、本研究ではキーパーソンに着目して、SNS利用の実態を把握し、活発な活動の要因抽出を試みる。そして、地域SNSを活用した地域における活動を持続的に拡大させる一助となることを目的とする。

Key Words : Local Social Networking Services, Community Activities

1. 研究の背景・目的

地域SNSは地域住民間のコミュニケーションをサポートするサービスである。地域SNSを通して地域の情報を入手し、人とつながることによって地域に帰属するようになる。そして結果的に地域における購買活動やボランティア活動、コミュニティビジネス活動へと発展し、地域の活性化に寄与する。また、地域においてこのような活動を公開することにより更に人が集まり、活動の規模が拡大している例も多い。

しかし、五味ら¹⁾や庄司²⁾が述べられているとおり現状としては、思うようにユーザーが集まらない、利活用が進まないなど、なかなか成果を上げられないものも多い。庄司氏によると、現状では100個開設して20個のみ成功する程度である。

そのなかで成功している事例に着目すると、キーパーソンの活躍が重要だと分かる。五味ら¹⁾によると初期コアメンバーから人間関係の広がりを見せたことを指摘している。また、活動について「アクティブで独立なコアが複数存在し、相互にフォローしあいながら活動を継続する」というスタイルが提案されていることから地域の活動をリードする存在が重要であることが分かる。また、庄司氏に対するヒアリング調査を通して地域SNSと他のSNSとの決定的な違いは運営者やコアメンバーがユ

ーザーをサポートする点にあることが明らかにされている。

そこで本研究ではキーパーソンの行動と構築する人的ネットワークの実態をヒアリング調査によって明らかにし、活動の活性化要因を抽出することを試みる。以上より地域SNSを活用した地域における活動が持続的に拡大するための一助となることを目的とする。

2. 用語の定義

(1) 地域SNS

庄司ら²⁾に倣い本研究では以下のように定義する。

定義：「文字どおり地域のSNS」であり、「距離的に近い一定の範囲」である地域において、「ユーザーの日常の人間関係をインターネット上のサービス内で可視化・共有化し、それを利用してユーザー間の情報共有やコミュニケーションを促進するサービス」

(2) キーパーソン

本研究ではキーパーソンを以下のように定義する。

定義：地域SNSのメンバーを巻き込み、地域の活動に貢献する人物

上記の定義に従う場合、様々な方法で活動を拡大させている人物が該当する。そのため、本研究では活動の拡大方法に応じてキーパーソンを分類していく。

(3) コミュニティ

本研究では社会学などで活用されているコミュニティとは異なる意味でコミュニティという言葉を用いる。「総務省、住民参画システム利用の手引き」を参考にし、以下のようにコミュニティを定義する。

定義：SNS参加者が開設運営する、地域SNS参加者同士が互いの趣味や関心事などについて話し合うことができるSNS上の電子会議室

(4) 人的ネットワークとネットワーク図の違い

本研究では「人的ネットワーク」を人と人のつながりという意味で使い、「ネットワーク図」を人と人のつながりを図化したものという意味で使う。

3. 研究の概要

(1) 既存研究の整理

地域 SNS の利用による地域の活性化に関して調査・分析を行っている研究は、①具体的事例の利用実態を調査することで考察を行っているものと、②ソーシャルキャピタル論から考察を行っているものと、③社会ネットワーク分析の結果から考察を行っているものの3つに分類することができる。

①に関しては、五味ら²⁾は自らが管理運営する地域 SNS にて、初期のコアメンバーの人的ネットワークから地域 SNS の友人関係のネットワークが広がったことから、「アクティブで独立なコアが複数存在し、相互にフォローしあいながら継続する」という運用モデルを提案している。また、木下³⁾は3つの自治体に対して聞き取り調査を行い、地域 SNS の活用による実際の地域活動への結び付けの方法が地域社会のおかれた状況によって異なることを指摘している。

②に関しては、庄司⁴⁾は地域 SNS の現状について網羅的にまとめている。その中で地域 SNS をソーシャルキャピタル論から考察しており、既存のコミュニティの結束力を高めるだけでは、組織が排他的になってしまい新しい人材やアイデアが枯渇してしまう。一方で、外部の人間を組織に取り入れすぎても結束力が弱まってしまい、活動が活発化しにくく、結束型のつながりと橋渡し型のつながりの両方をバランス良く醸成することが指摘している。

③に関しては、鳥海ら⁵⁾は mixi などの大規模 SNS と

地域 SNS のネットワーク分析を行うことで、地域 SNS のネットワーク特徴としてスモールワールド性とスケールフリー性が確認できたことを述べている。また、その結果を踏まえてネットワークの成長モデルを構築している。

(2) 研究の位置付け

地域SNSが地域の活動を活発化させている事例は数多く紹介されており、ソーシャルキャピタルや地域力の向上が指摘されている。このことから地域SNSは市民主体のまちづくりに対して好影響を及ぼすと推測できる。

また、地域活動の活発化のためには活動を引っ張っていく人や地域SNSをサポートするコアメンバーやキーパーソンが必要であることが明らかにされている。ソーシャルキャピタル論の観点から結束型と橋渡し型のつながりのバランスの重要性が指摘されているが、これらについて必ずしも定量的に明らかにされていない。

本研究では上記を踏まえて、以下を調査分析する。

- ・ まちづくりにおける地域SNSの位置付けの整理
- ・ ヒアリング調査による活動に寄与しているキーパーソンの行動に関する実態把握

上記を明らかにすることで、現状のまちづくりの枠組みにどう地域SNSを組み込むかを検討するため、またまちづくりとしてどう効果を上げるかを検討するための一助となることを目指す。

4. 対象地の選定

本研究では地域における活動の拡大を目的とした地域 SNS を対象として主に自治体の行っている地域 SNS に着目する。また、地域 SNS のメンバー間の関係性とコミュニティの活動の傾向を把握するためなるべく多くのデータを収集し、比較を行いやすいように、地域特性の似ている複数の地域 SNS を対象として調査・分析を行う。

上記に該当し、活動が活発なものとして、まず三鷹市の地域 SNS を対象として調査および分析を行う。その後、三鷹市と地域性の類似した地域を対象地として選定する。

5. 現況把握

(1) 行政による情報通信技術の活用

行政による情報通信技術の活用として地域 SNS が2005年以降全国的に普及を見せている。その背景には自治体 BBS (Bulletin Board System) がある。自治体 BBS は住民参加を目的として1997年頃から各地で行われており、2002年には全国で733の自治体が行っていた。しか

し、総務省「ICTを活用した地域社会への住民参画の在り方に関する研究会」によると、ほとんどの地方自治体で自治体BBSは廃止や開店休業状態に追い込まれている。

このような転機を迎え、地域情報化は二つの道に分かれた。一つは「政策形成への住民参画」という方向で、目的やテーマ、メンバー、期間などを限定し、機能を使い分けて現実的な運用をしていくもの。もう一つは「住民自治・地域ガバナンスの構築」という方向でネット上における居場所の構築、住民の自主的な活動を支援するというものである。地域SNSは「政策形成への住民参画」のために使うことも不可能ではないが、主に後者として注目を浴びている。

地域 SNS に続く動きとして、2010 年以降から Facebook を活用している自治体も現れている。

自治体が行っている Facebook は地域 SNS と比較して閲覧者が非常に多く情報提供を目的とした活用に適していると言える。一方、地域 SNS で見られるような住民同士のコミュニケーションは行ないにくいという特徴もあり、Facebook と地域 SNS にはそれぞれ異なる役割があると言える。

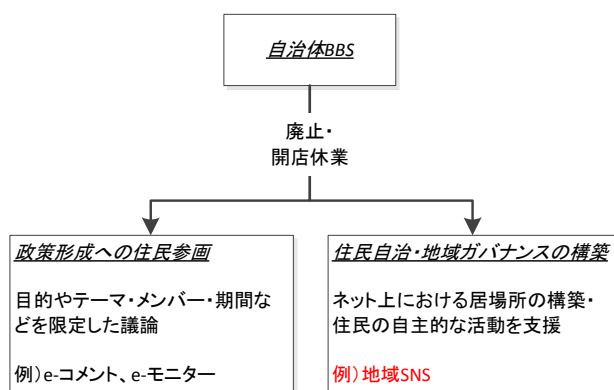


図-1 行政による地域SNSの流れ

(2) 地域SNSの特徴

以下に地域SNSの特徴をまとめる。

a) 地域に密着した情報が集まりやすい

地域SNSは他のSNSと比較して地域の情報が集まりやすいという特徴が八代市地域SNS運営者小林隆生氏によって指摘されている。三鷹市地域SNSに存在するコミュニティを目的ごとに分類して集計し、その傾向から上記の特徴について検証した。図-2にその結果を示す。

図-2から地域に密着した情報に限らず、地域に関連した団体の関与や、地域における活動を目的としたコミュニティが多い傾向にあることが分かった。これにより、地域 SNS には地域に密着した情報だけではなく、地域に関連する活動や団体も集まる傾向にあることが明らかになり、地域 SNS には地域に興味のある人が集まりやすい傾向にあることが推測できる。

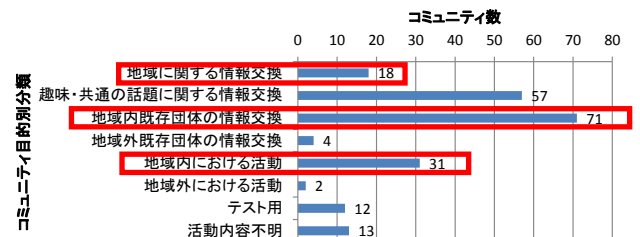


図-2 三鷹市地域 SNS のコミュニティ分類 (n=208)

b) 地域への帰属効果

三鷹市の事例を通して以上について検討する。三鷹市の後藤省二氏に対するヒアリング調査から以下のことが明らかになった。

地域と接点を持たず、会社コミュニティのみに帰属していた人たちが、会社をリタイアしたときに地域のコミュニティを求めるようになる。三鷹市地域SNSはそういった人たちにとって地域の活動を紹介する窓口の役割を担うとともに、地域の人達を結び付けることによって活動に参加するきっかけをつくっていることが分かった。

三鷹市地域SNS運営事務局が行ったアンケートの、三鷹市地域SNSに参加することによる行動の変化に関する結果を図-4に示す。

以上の結果から、地域に対する一定の帰属効果を確認することができる。また、「三鷹市の地域活動やボランティアに参加したいと考えるようになった」や「三鷹市をより良くしたい、地域の課題を解決したいと考えるようになった」など、積極的に活動することが期待できると回答をした人が一定数確認できた。

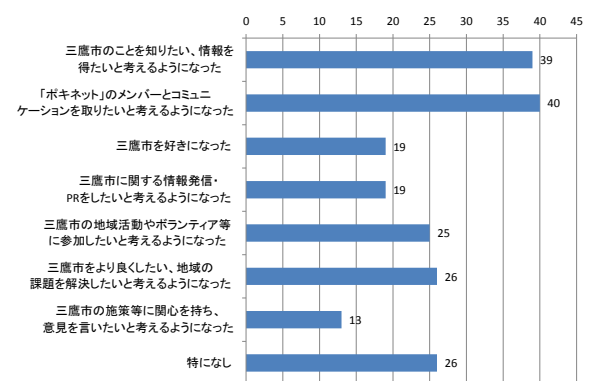


図-3 三鷹市地域SNSに参加することによる行動の変化⁹⁾

(3) 三鷹市地域SNSの管理運営

a) 三鷹市地域 SNS の活性化方法

三鷹市地域SNSの活性化方法について後藤氏に対するヒアリング調査から以下のことが明らかになった。

三鷹市は地域SNS活性化のために一定数の利用者が必要であると考え、導入時に以下のように利用者を増やした。

①NPO法人シニアSOHO普及サロン・三鷹メンバーの地域SNSへの参加の依頼

②小学生保護者のための家庭教育支援「かきしぶ」(以下、「かきしぶ」)の開設

三鷹市は全体の管理運営をNPOシニアSOHO普及サロン・三鷹に委託しており、地域SNSサービス開始時に同NPOメンバーに地域SNSへの参加を依頼した。同NPOメンバーの人脈によってシニア層の参加者が増えたとの意見であった。

「かきしぶ」は三鷹市が設立に関与したコミュニティで主に小学生保護者の情報交換を目的としている。管理運営をしているNPO法人子育てコンビニの参加者募集活動やコミュニティへの定期的な書き込み・イベントの開催などの盛り上げによって主に子育て世代の参加者が持続的に増加している。

上記の方法をきっかけとして地域SNSに参加した人の中には、自発的にコミュニティを開設する人も複数現れており、地域SNS全体の活性化に寄与しているといえる。

b) 三鷹市地域SNS運営事務局

NPO法人シニアSOHO普及サロン・三鷹は三鷹市からの委託事業として、三鷹市地域SNSの運営事務局の役割を担っており、主に以下を行っている。

表-1 三鷹市地域SNS運営事務局の役割

役割	具体的内容
運営委員会開催等の支援	
運営者からのお知らせの作成	
発言などの管理	不適切発言の監視及び削除
不適切利用の管理	コンテンツ不適切利用の監視及び削除等
問い合わせ対応	利用者からの問い合わせへの対応(原則メール)ただし、各コミュニティ内の対応は、各コミュニティ管理者が実施
災害時モードへの切り替え	災害発生時に切り替え
運営委員会の決定事項の実行	

c) 三鷹市地域SNS運営委員会

NPO法人シニアSOHO普及サロン・三鷹の久保氏に対するヒアリング調査で三鷹市地域SNS運営委員会について以下の意見が得られた。

三鷹市地域SNSは以下の構成で運営委員会を2カ月に一回開いている。運営委員会が開かれることによって地域で活動している組織がお互いの顔を知る機会ができ、そのことが結果的に地域で活動することに対してプラスに働いている可能性を指摘している。

その例として、お互い面識があるため、地域のお祭りやイベントのときに抵抗なく連絡ができることがあげられる。また、企業などから何か依頼が来たときに、適切な団体を紹介できるなどがあげられていた。

表-2 三鷹市地域SNSの組織体制⁹⁾

委員	三鷹市市民協働センター
委員	武蔵野三鷹ケーブルテレビ株式会社
委員	特定非営利活動法人むさしのみたか市民テレビ局
委員	三鷹駅周辺住民協議会
委員	公益法人三鷹商工会
委員	みたか都市観光協会
委員	三鷹SOHO倶楽部
委員	社会福祉法人三鷹市社会福祉協議会
委員	特定非営利活動法人子育てコンビニ
委員	特定非営利活動法人三鷹ネットワーク大学推進機構
委員	三鷹ICT事業者協会
委員	株式会社まちづくり三鷹
委員	三鷹市
委員	三鷹市教育委員会
事務局	特定非営利活動法人シニアSOHO普及サロン・三鷹

6. コミュニティに対するヒアリング調査

(1) ミタカッチTV局

a) 活動内容

動画製作、動画の講座や動画を含むHPの作成、またリアルなつながりの為のサロンの企画・運営などを実施している。動画の内容としてはコミュニティビジネスなど地域における活動の宣伝、お祭りやイベントの宣伝、店舗の宣伝や、地域の風景の紹介など地域に関連する様々な動画を製作しており、地域資源の発掘や地域のPRに寄与している。

b) 活動経緯

三鷹市地域SNS内で日記のアクセスランキング上位の人が日記にて自身の作るカクテルについて投稿し、それが地域SNS内で話題となり、地域SNS元管理人によって試飲会(オフ会)が開催されることになる。そこで現在ミタカッチTV局代表がSOHO活動の普及を目的とするNPO法人の前代表や日記アクセスランキング1位のひとと知り合う。また、NPO法人むさしのみたか市民テレビ局が募集している、市民が作成した動画をテレビに放送できる「みんなのビデオ」の存在を知り地域についての動画を配信するきっかけができる。

このような経緯で三鷹市地域SNSポキネットに動画作成コミュニティとして2009年10月にできた。ボランティアとして市民の視線で市内のニュースやイベントの様子などを配信している。現在は社会貢献型事業として起業している。また、動画塾として動画作りの指導やHP用動画製作の仕事をしている。

c) 三鷹市地域SNSを利用している理由

コミュニティの活動として三鷹市地域SNSを利用している理由は、三鷹市地域SNSしか利用していないユーザーもいるため、現在でも三鷹市地域SNSで動画を配信している。個人として三鷹市地域SNSを利用している理由は年配の方から若い人まで幅広く世代間交流ができるからという回答が得られた。

(2)小学生保護者のための家庭教育支援「かきしぶ」

a) 活動内容

「かきしぶ」は小学生の家庭教育や家庭生活に関するあらゆること（しつけ、放課後や休日の過ごし方、習いごと、おこづかい等）について、コミュニティメンバーが自由に情報交換し、交流を深めながら互いに家庭教育力を高めることを目的としている。「かきしぶ」は開設に市が関与した三鷹市地域 SNS 内唯一のコミュニティであり、NPO 法人子育てコンビニに管理運営などの業務を委託している。主に以下の業務を行っている。

①コミュニティサイト管理運営

- ・ コミュニティ内への定期的な書き込み
- ・ メンバーの書き込みによるトラブルの解決

②コミュニティ参加者募集活動

- ・ チラシ配布
- ・ 市報、ホームページに記事掲載
- ・ 小学校就学時検診会場に出張広報

③交流会・オフ会の実施

- ・ ハロウィン・パーティー
- ・ かけっこ教室など

「かきしぶ」をきっかけとして三鷹市地域 SNS に参加する人は多く、三鷹市地域 SNS の入り口となっていると言える。また、複数のコミュニティ合同で交流会などを開くこともあり「かきしぶ」によって地域 SNS 内の人的ネットワークが広がっていると推測できる。交流会や講座に参加する人は比較的多く、多いときには約 70 人の人が集まることから、人的ネットワークの広がっていると推測できる。

b) 活動経緯

平成 20 年 8 月に文部科学省調査委託事業「地域 SNS を活用した家庭教育支援に係る調査研究事業」に採択され、「三鷹市家庭教育 SNS 実行委員会」を構成する。委員会の構成は以下の通りである。

- ・ コミュニティ管理運営担当：子育てコンビニ 4 名
- ・ コミュニティ運営に係るアドバイザー：保健師、民生委員、小学校長、PTA 関係者、教育委員会関係部署職員、市子育て関係部署職員 14 名

平成20年9月にコミュニティが開設する。その後平成21年度まで文部科学省調査委託事業として事業を実施し、その有効性が認められたため平成22年度以降は市の事業（東京都補助事業）として現在まで継続している。

7. まちづくりにおける地域SNSの位置づけ

まちづくりにおいて自治体だけで課題解決を行っていくのには限界があり、NPO・市民団体や地縁組織などで活動する「生活者」や、地域と社会の発展に貢献しよう

と事業活動をする「企業」といった主体がかかわる「地域協働のまちづくり」の重要性が指摘されている。

地域協働を実現するためにはパートナーシップを形成する必要がある。そのためには市民社会、ガバナンスへの参画ネットワーク、場合によってはレジームを一つずつ構築する必要がある。

これらの各層の組織で社会力を発揮できるようにする必要がある。各層に関する説明とミタカッチTV局形成までの経緯を例としてパートナーシップと地域SNSの関係を表-1整理する。表-1から地域SNSはパートナーシップを組むための基礎となる、市民社会やガバナンスへの参画ネットワークの社会力の組織化の役割を担うと考えられる。

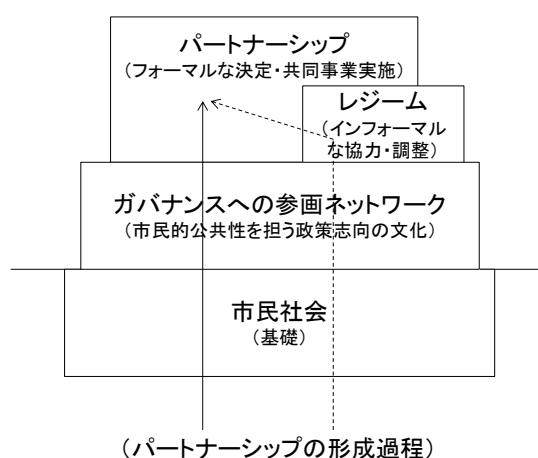


図-4 社会力の組織化⁷⁾

表-1 ガバナンスの枠組み⁷⁾と各層の三鷹市地域SNS事例

	説明	三鷹市地域SNS・ミタカッチTV局	小学生保護者のための家庭教育支援「かきしぶ」
市民社会	市民間の競争や自然な協力関係。対話や相互承認を目的としたあいまいなコミュニケーション集団であり、生活意識や日常的な市民文化を共有する存在である。	日記を頻繁に書く人が表れ、多くの人が閲覧し、同内容について発言している状態は、コミュニケーションの場が形成されている。	子育てという共通のテーマについて地域SNS上でコミュニケーションを取っており、親子で参加する交流会・オフ会を通してリアルでのコミュニケーションの場も形成されている。
ガバナンスへの参画ネットワーク	政府に過度に依存することなく、自ら「治め」（＝公共性）の一部を担う意識（規範）が生まれ、共有されることが必要。成員間に単なる交流を超えた信頼関係が醸成され、一定の利害関心を意識しつつ政策実現への協力を生む「政策志向の文化」が形成された場合に可能となる。	日常的なネット上におけるコミュニケーションと、試飲会というリアルでの邂逅により一定の信頼関係が醸成され、ミタカッチTV局で動画を製作し、地域資源の発掘や地域のPRといったテーマに向けて活動するための組織が形成されている。	—
レジーム	官民セクターを超えて特定の政策志向性を持った組織・リーダー・中核メンバーにより構成される比較的安定的でインフォーマルな協力関係。パートナーシップと並列的に存在し、資源を調整・結合して一定のアジェンダに沿って政策を形成するリーダーシップを担う。	—	—
パートナーシップ	「ガバナンスへの参画ネットワーク」を形成する主体の関係が可視的でフォーマルな状態。具体的な政策達成を目的に「パートナーシップ組織」が形成され、「ガバナンス」におけるフォーマルな決定と共同事業の実施が担われる。	—	—

9. 得られた知見

まちづくりにおける地域の位置づけを三鷹市地域SNSコミュニティ「ミタカッチTV局」の事例から整理した。その結果、地域SNSの利用によって市民社会のガバナンスへの参画ネットワークの社会力の組織化が進み、地域協働のまちづくりにおけるパートナーシップ形成の基礎ができたと考えられる。しかし、今回調査した事例数は少ないため、考察の妥当性は高いとはいえない。今後も活動の経緯を別のコミュニティ・活動団体を対象として調査をし整理していく必要がある。

また、「ミタカッチTV局」と「かきしぶ」に対するヒアリング調査を通して、両者の活性化方法について整理した。「ミタカッチTV局」ではキーパーソンとして、地域SNS内のコミュニケーションを活性化させる人物、リアルな活動へとつなげる人物、活動を主体的に実施する人物や活動に関する知識を持った人物が見られた。多様な人物がうまくつながることで活動へと発展した。一方、「かきしぶ」は業務として管理運営者が地域SNSへ書き込みを行っており、「ミタカッチTV局」で見られたようなキーパーソンの役割を管理運営者が一手に担っているといえる。それによって様々な人が「かきしぶ」、更には三鷹市地域SNSに参加し、結果として管理運営者以外の人による自発的な活動の創出に成功している。

10. 今後の課題

本研究の調査対象コミュニティは2件であり、全体のコミュニティ数から考えて少ない。そのため、引き続きヒアリング調査を行い、活動内容や活動経緯、活動を実現するまでに関係した人物などについて明らかにし、まちづくりとの関係性を整理する必要がある。また、ヒ

アリングで得られた結果と地域SNS内で公開されている友達情報から友人関係ネットワークを構築し、キーパーソンが与える活動への影響と、橋渡し型と結束型のバランスが及ぼす活動への影響を明らかにしたい。

参考文献・資料

- 1) 五味壮平, 深田秀実, 吉田等明: 地域 SNS による地域コミュニティ支援の可能性, 第 22 回人工知能学会全国大会論文集, 2009 年 7 月 31 日
- 2) 庄司昌彦: 地域 SNS サイトの実態把握, 地域活性化の可能性, 情報通信政策研究プログラム, 2008/3/23
- 3) 木下真: 地域 SNS を用いた地域コミュニティ再構成の試み—自治体が運営する地域 SNS を事例として—, 大学教育 5, 211-224, 2008
- 4) 庄司昌彦, 三浦伸也, 須子善彦, 和崎宏: 地域 SNS 最前線—ソーシャル・ネットワーキング・サービス Web2.0 時代のまちおこし実践ガイド, 株式会社アスキー, 2007 年
- 5) 鳥海不二夫, 石田健, 石井健一郎: 地域 SNS のネットワーク構造分析, 社団法人電子情報通信学会, 信学技報, 2008-09
- 6) 三鷹市地域 SNS ポキネット, <http://www.mitaka-sns.jp/>
- 7) 佐藤滋, 早田幸: 地域協働の科学—まちの連携をマネジメントする, 株式会社成文堂, 2005 年 11 月 20 日
- 8) 吉村輝彦, 藤田忍, 水野義之, 西村一郎: 地域密着型 SNS が市民まちづくりに及ぼす効果に関する研究, 電気通信普及財団研究調査報告書, 2008 年 12 月
- 9) 嶺岸起宏, 赤川貴雄: まちづくり活動のツールとしての地域 SNS の役割に関する研究, 日本建築学会九州支部研究報告第 47 号, 2008 年 3 月
- 10) 峰滝和典, 吉田倫子, 立野伸治: 地域 SNS とソーシャル・キャピタル, 情報通信政策研究プログラム, 2008 年
- 11) 岡本健志, 田中秀幸: 地域情報化施策とネットワーク形成に関する研究, 情報処理学会第 70 回全国大会, 全国大会講演論文集 第 70 回平成 20 年(5), "5-77"-"5-78", 2008-03-13
- 12) 総務省: 平成 22 年版 情報通信白書

(2012. 8. 2 受付)

RELATIONSHIP BETWEEN COMMUNITY ACTIVITIES AND THE USE OF LOCAL SOCIAL NETWORKING SERVICES

Taisuke YOSHIDA, Mitsuyuki ASANO

Local Social Networking Services enables info-sharing to forward among members, and by connecting local people, it is said that local consumptions grows, and volunteer as well as community business activates. Yet, there are many cases that are not used, or that cannot bring results. By taking notice to cases that are achieving results, you will notice the effort and success of regional key person. This paper focused on key person and extracted the factors for active activity, researching the actual use of Local Social Networking Services.