

特集

本誌で過去に何度かご紹介した地域SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）が、各地で成果をみせ始めている。地域SNS上で人と人がつながり、さまざまなコミュニケーションをきっかけにリアルな（実社会の）場での活動が生まれ、異なる地域SNSが相互につながり地域間交流に発展するなど、新たな展開もみせている。本特集では、運営者へのインタビューも含め、地域SNSの最新の動向をご紹介します。

全国に広がる地域SNS

—「人と人」「地域と地域」がつながる—



- (上左) 長岡まつりに持ち込まれた神田明神の神輿
(写真提供：財団法人 まちみらい千代田)
- (上右) 全国フォーラムで受け継がれた「地域SNS旗」
(写真提供：千代田区)
- (下) 地域SNSから生まれた「お茶っ人新聞」
(資料：お茶っ人新聞編集部)

レポート

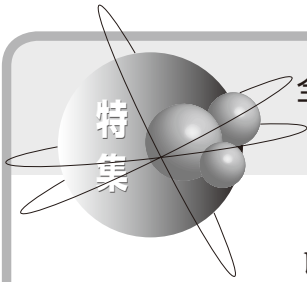
地域SNS実証実験の成果 2頁
3年間の実証実験を通じて

運営者インタビュー (1)

京都山城地域SNS「お茶っ人」の運営を通して 6頁
宇治市総務部 IT 推進課 課長 中村 俊二氏・係長 吉岡 智之氏

運営者インタビュー (2)

地域SNSの可能性と将来 8頁
インフォミーム株式会社 代表取締役社長 和崎 宏氏



レポート

地域SNS実証実験の成果

— 3年間の実証実験を通じて —

三菱総合研究所 地域経営研究本部
公共ソリューション本部

研究員 森崎 千雅
研究員 米山 知宏 研究員 加藤 卓也

■3年間にわたる実証実験の終了

本誌2007年10月号の特別企画「2007年度地域SNS実証実験—e-コミュニティ形成支援事業のご紹介—」などでご紹介した地域SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の実証実験が終了した。ここでは、2007年度実証実験参加団体の報告書や、3年間にわたる実証実験の結果を総括した「地域SNSモデルシステム運用の手引き～地域SNSに関する実証実験を踏まえて」（財団法人 地方自治情報センター、2008年3月）をもとに、地域SNSの成果や課題、運営のポイントなどについて整理する。

（参考）

- ・財団法人 地方自治情報センター「e-コミュニティ形成支援 平成19年度実証実験報告会」（<http://www.lasdec.nippon-net.ne.jp/cms/9,3694,22,164.html>）
- ・財団法人 地方自治情報センター「地域SNSモデルシステム運用の手引き～地域SNSに関する実証実験を踏まえて」（<http://www.lasdec.nippon-net.ne.jp/cms/9,6275,22,164.html>）

■2007年度実証実験の概要

2007年度の実証実験は、北は北海道北広島市から南は福岡県久留米市までの7団体が参加して、2007年11月～2008年2月（実験地域により前後あり）にわたって実施された。それぞれの参加団体の目的に応じて地域SNSが運営

され、図表1に示す通りさまざまな成果が生まれた。

■アンケート機能の拡充

2007年度はシステム改善・拡充の一環として、地域SNS内の簡易アンケート機能の拡充が行われた。このアンケートには、地域SNSに参加していない人でも回答できる。また、携帯電話からの回答も可能である。この機能拡充により、手軽かつ迅速に、しかもコストをかけずに市民の声を集めることが可能になった。

「つつじネット」（久留米市）では、地域SNSの中に市が「モニターアンケート」コミュニティを立ち上げ、地域のイベントや地域SNSの利用状況などに関して、これまで二度、市民アンケートを実施した。市の担当者は、これまで郵送で行っていたアンケート調査と比べて、調査の準備や分析が短期間で行えること、市民への調査結果の共有が容易に行えることなどをメリットとしてあげている。

■地域SNS間連携機能

また、2007年度の実証実験では、複数の地域SNSに参加している人が、一つの地域SNSから他の地域SNSの新着情報を確認できる「地域SNS間連携機能」が開発され、その仕様が公開された。

2008年5月現在、「ホッと！ささやま」（篠山市）、「e-じゃん掛川」（掛川市）、「おおがき地域SNS」（大垣市）、「gotoかたらんねっと」（五

図表1 2007年度実験地域での特徴的な成果・出来事(例)

実験地域・地域SNSの名称	特徴的な成果・出来事(例)
北海道北広島市 「しゃべねっと」	ある地域SNSのユーザーが版画の個展に関する日記を書いたところ、その日記を見た別のユーザーがギャラリーでの展示の企画を申し込む等、地域SNSを通して実際のつながりが生まれた。
東京都三鷹市 「みたか地域SNS」	登下校時に小学校の校門で児童の見守り等を行っている「スクールエンジェルス」をはじめ、SOHO団体やNPO団体といった地域の団体が、メンバー間の情報交換・情報共有のために地域SNSを活用した。
三重県松阪市 「松阪ベルネット」	環境問題に関するコミュニティでは、「アクリルたわし」のような身近な話題から、温暖化による海面上昇のような専門的な内容まで、活発な意見交換が行われた。太陽光発電による光熱費の節約効果を実際に通帳を見てコメントする等、地域SNSならではの生の意見が寄せられた。
滋賀県高島市 「高島きてねっと！」	防災訓練イベントと連動し、地域SNSを災害モードに切り替えて想定被災状況や復旧情報をコミュニティで発信した。今後は、携帯電話からメールで報告された内容を自動的に地図情報に反映させる仕組みを、地域SNSに組み込む予定。
兵庫県篠山市 「ホッと！ささやま」	特産品「黒豆」についてのコミュニティでは、栽培方法や調理法の新しいアイデアも出された。2009年に行われる丹波篠山築城400年祭のコミュニティでは、市民と事務局間での活発な意見交換が行われた。
香川県高松市 「なんがでっきょんな」	地域活動を行っている団体が、主催イベントへの参加呼びかけを地域SNSで行ったところ、予想以上の参加者が集まった。また、子育てボランティア講座の受講者が地域SNSに参加し、講座後も情報交換を行うなど、地域SNSを地域活動のグループウェアのように活用した。
福岡県久留米市 「つつじネット」	プロフィールに特技やまちづくりへの意欲を記入できるように独自にカスタマイズし、地域活動に積極的な人の能力・意欲を情報発信できるようにした。今後、地域活動のニーズとのマッチング機能を追加する予定。学校給食の献立をアップするコミュニティを設けたところ、買物時に携帯電話でその日の給食献立を確認できるという理由から、好評だった。

※各地域SNSのURL等については、「e-コミュニティ形成支援事業」ホームページ (<http://www.lasdec.nippon-net.ne.jp/cms/9,0,22.html>) を参照。

資料：財団法人 地方自治情報センター (LASDEC) の資料をもとに三菱総合研究所作成

島市)、「ちよっピー」(千代田区)、「おここなご一か」(長岡市)などの実証実験参加団体や、地域SNS間連携実験に参加した「さよっち」(佐用町)、「モリオネット」(盛岡市)、「まつえSNS」(松江市)などが連携機能を実装している。また、「ひょこむ」(本誌P8～9参照)など、実証実験参加団体以外の地域SNSでも実装が進んでいる。これらの地域SNSでは、相互に「出張所」コミュニティを開設して観光・物産情報の紹介を行ったり、現地に集まって交流会を開催したりなど、地域SNS間連携機能を有効に活用して、地域間交流へとつなげている。

■3年間の実証実験をふりかえって

3年間にわたる実証実験の中では、図表2に示す全国20の実証実験参加地域において、実にさまざまな活動が行われた。以下に、地域SNSがきっかけとなり生まれた活動事例につ

いてご紹介する。

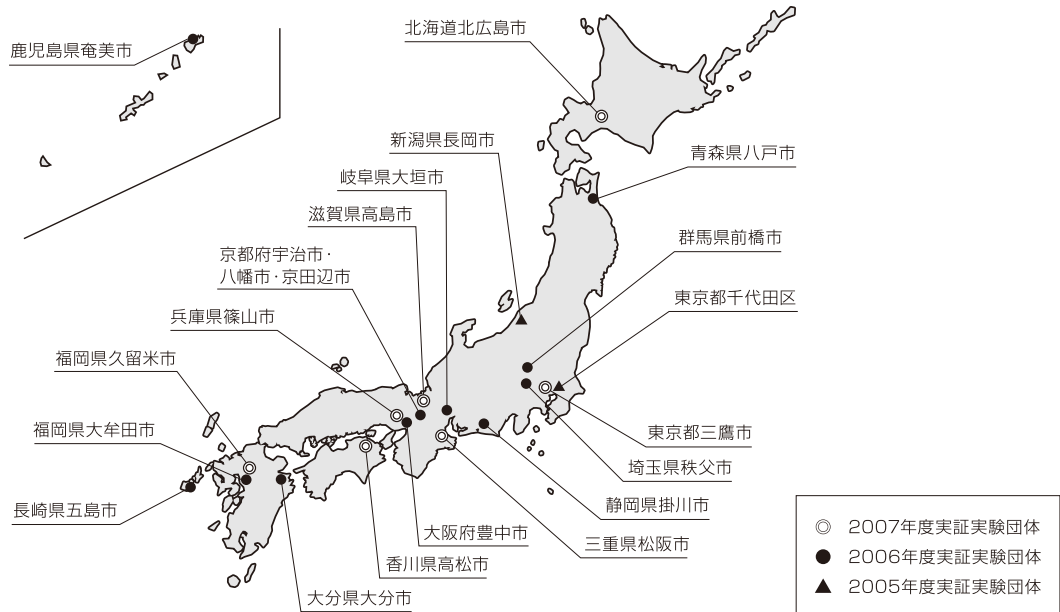
<地域SNSから「新聞」が生まれた>

京都山城地域SNS「お茶っ人」では、2007年11月、地域SNS参加メンバーが企画・編集した「お茶っ人新聞」が発行され、地域内外の多くの人達の元に届けられた。当新聞の企画は誰でも参加可能なコミュニティ上で行われ、記事の執筆や新聞の配布なども、それぞれ分担して行われた。この新聞制作をきっかけに、多くの地域SNS参加者が地域の情報や魅力を再発見し、共有することができたという。「お茶っ人」では、その他にもさまざまな活動が行われているので、インタビュー記事(本誌P6～7参照)を、ぜひご覧いただきたい。

<住民の声で地域を災害から守る>

2006年12月、青森県八戸市に記録的な大雨が発生した際、「はちみ一つ」では、地域SNS

図表2 2005～2007年度地域SNS実証実験地域



資料：財団法人 地方自治情報センター（LASDEC）

参加者の日記を通じて、冠水情報や道路通行止めなどの状況などがリアルタイムで報告、共有され、「大雨時の冠水危険地マップ」の作成へとつながった。また2007年9月には、台風9号の接近に伴い、「はちみ一つ」の画面が「災害モード」に切り替えられた。「災害モード」では、防災関係のお知らせや災害時用コミュニティが上位に表示され、八戸市の災害情報のサイトへのリンクが張られるなど、災害情報を集約して優先的に提供する画面構成となった。

<地域の祭りを共に創る>

2005年度の実証実験参加団体である東京都千代田区「ちよっピー」と新潟県長岡市「おここなごーか」との間では、実証実験への参加をきっかけとして、その後も積極的な地域間交流が継続されている。千代田区主催の「さくら祭り」で長岡の地酒がふるまわれたり、長岡市主催の「長岡まつり」に千代田区神田明神の神輿が持ち込まれるなど、さまざまな形での交流が

実現している。その多くは、相互の地域SNSを活用して、企画や打合せなどが行われた。

また、「ちよっピー」と「お茶っ人」との間でも盛んな交流が実現し、2007年度のさくら祭りでは宇治の物産販売が行われた（写真）。

■地域SNS運営のポイント

(1) 行政の関わり方

地域SNSの運営にあたり、運営担当者は、「どのように運営すればいいのか?」「体制は?」「参加者を増やし、盛り上げるにはどうしたらいいか?」などの悩みをかかえることが多い。自治体初の地域SNS「ごろっとやっちょろ」の運営担当者は、いかに行政らしくない地域SNSにするかを心がけているという。また、「お茶っ人」でも、極力行政が口を出さずに、参加者の自主的な活動にゆだねるよう努力しているという。

一方、地域SNS運営の目的が、市民からの意見の収集や市民への情報発信であるような場

東京都千代田区主催「さくら祭り」の風景(2007年度)
—地域SNSを通じた地域間交流として宇治市が出展—



撮影：三菱総合研究所

合、市が前面に出て積極的にアンケートを行っているようなケースもある。

いずれの場合も、地域SNSの活用目的が明確になっており、それを実現するための運営体制を、試行錯誤を繰り返しながら、見出そうとしている。

(2) 新規参加者には「おもてなし」の心を

友人に誘われて地域SNSに参加したのはいいが、ぼつんと一人ぼっちのような感じがして、すぐにやめてしまった人も多いのではないだろうか。活発にコミュニケーションが行われている地域SNSでは、新しく参加した人の日記に対して、既存の参加者がやさしいコメントをつけるなど、地域SNSになじみ、継続して利用してもらおうという努力が行われている。また、地域SNS上のコミュニケーションだけでなく、「オフ会」などを開催してリアルな(実社会の)場で参加者同士が実際に会い、話すことで、より信頼できるつながりを保つ努力も行われている。

これは、「おもてなし」の心につながるもの

で、このやさしい心遣いが、地域SNS全体の雰囲気づくりにも大きく影響している。運営者と利用者が一体となって、地域SNS上と実社会の両面でさまざまな取組みを行うことにより、すべての利用者が参加しやすい場の雰囲気づくりが行われている。

■SNSは地域を変えるか

地域SNSは、地域を変えたい、良くしたいと願う行政や地域住民の想いの芽を育て、地域を元気にするための花を咲かせるための道具の一つである。道具が役立つかどうかは、使う人次第であり、さび付いてしまったり、場合によっては人を傷つけてしまったりすることもある。ただ、この道具は、人の「つながりたい」という気持ちを助け、最初の一歩を踏み出す勇気を与える。

各地で芽を育てている地域SNSが、今度どのような花を咲かせていくか、今後も注目していきたい。

運営者インタビュー (1)

京都山城地域SNS「お茶っ人」の運営を通して

宇治市 総務部 IT推進課 課長 中村 俊二氏(写真)

係長 吉岡 智之氏(写真)

聞き手：三菱総合研究所 公共ソリューション本部 研究員 加藤 卓也

2006年度の実証実験に参加した、京都山城地域SNS「お茶っ人」は、アクティブユーザー数や平均利用時間、日記やコメントの数などからみて、きわめて積極的に活用されている地域SNSの一つである。また、オフ会や他の地域との交流など、リアル(実社会)の活動も活発である。今回は、「お茶っ人」の立ち上げと運営に関わった、お二人の宇治市職員の方にお話を伺った。

●地域SNSは「顔の見えるネットワーク」

——「お茶っ人」では、これまでさまざまな取り組みが行われ、特徴的な事例が生まれました。まず、地域SNS「お茶っ人」の立ち上げが決まった経緯について教えてください。

中村 俊二(以下、中村) 宇治市は、以前から総務省の「eまちづくり事業」等を通じて、地域活性化に取り組んできました。その時から培われてきた市民の地域活性化にける強い想いと、それを受け入れた行政担当職員の姿勢が、「お茶っ人」の立ち上げのきっかけでした。

——立ち上げてから、地域SNSに対し、どのような効果を感じられましたか？

中村 導入方針を決定した当初は、SNSというツールは何なのか、何ができるのかも知らず、推進者としても試行錯誤を続けていました。そして、千代田区の地域SNS「ちょっピー」のテスト利用を続けてわかったのが、地域SNSはmixi等の全国規模のSNSと違い、元から地域住民同士のリアルな(実社会の)つながりが存在しているので、参加者同士の信頼感を生みやすく、「顔の見えるネットワーク」を実現しやすいということです。電子掲示板で見られるような「荒らし」の発生や、場の雰囲気が悪くな

ることも少なく、利用者の中で自由なコミュニケーションがなされ、利用者主導でさまざまな地域のイベントが企画、実行されるとの確信のもと、リリースの日を迎えました。

また、行政が予算を使って運営することで、市民や議会からの反発も懸念されました。しかし、先進的に利用した部署では「お茶っ人」を通じて行政職員と市民との交流が進むことで、市民にとって行政の敷居が下がり、行政を身近に感じてもらえるようになりました。市民に行政職員の「顔」が見えるようになる。これも「顔の見えるネットワーク」の効果ですね。

●運営者としての「おもてなし」の心

——「お茶っ人」のコミュニケーションがきっかけとなって実現した地域のイベントの中で、特に印象に残っているものをご紹介します。

中村 2007年5月の連休中に、「お茶っ人」参加者の自発的な提案で「お茶っ人庵」というイベントが開催されました。企画には30人前後の市民が集まり、生ライブや写真・絵画展、パソコン教室、源氏物語の語り等、さまざまなイベントが実行されました。これも、地域の中で多様な趣味や個性を持つ市民が、「お茶っ人」を通じてつながることで実現した、大きな成果です。

——そうした、地域の中の個性的な人を見つけ、つなげていくにあたって、運営者としてどのような点を意識されたのでしょうか？

中村 「お茶っ人」に新しく登録してくれた人



中村氏



吉岡氏

に対して、運営者として「おもてなし」の心を持って接すること。そして、彼らが地域の魅力や自分の個性を表現しやすい雰囲気をつくるよう、努めることです。

自分の住んでいる地域に対する愛着や、それを外に伝えたいという想いは、元来ほとんどの人が潜在的に持っているものだと思います。地域SNSは、そうした住民一人ひとりの内に秘めた想いを引き出し、発信する手助けをするツールとなり得ます。

吉岡 智之（以下、吉岡） その意味では、運営者自身も行政としての視点だけでなく、地域SNSをどのような場にしたいのか、地域をどう変えていきたいのかという、個人としての想いを明確に持つことが重要なのだと感じます。行政の立場と個人の想い、どちらが欠けても駄目なのでしょうね。

——その他に、運営上、気をつけられていることはありますか？

中村 地域SNS内のコミュニケーションがいかにか活性化しても、それがコアメンバーやヘビーユーザーを中心とした内輪の狭い範囲にとどまってしまう、地域SNS単体としての「蛸壺化」が起こってはいけないと感じています。他の利用者が輪に入りづらいと感じないよう、気軽に参加できる場の雰囲気づくりが重要です。

吉岡 こうした問題は何も地域SNSに限った話ではなく、通常のまちづくり、都市政策でも起こり得るものだと思います。ICTツールを用

いると、そうした傾向がより顕著に出てしまうということなのかもしれません。



「お茶っ人」トップページ
(<http://www.sns.ochatt.jp>)

●「地域力」を可視化する

——今後の「お茶っ人」の運営における方向性について、お聞かせください。

吉岡 「お茶っ人」の立ち上げ当初は、行政として積極的な関与、支援を行ってきました。しかし、行政主導での運営を続けると、地域SNSの雰囲気が固いものになってしまう等の弊害も生まれてしまいます。そのため、将来的には行政主導による運営管理ではなく、市民団体と行政との共同運営が実現できればと思っています。

——地域SNSは、地域にとってどのような存在になり得るとお考えでしょうか？

吉岡 「誰とでもつながりを持つ機会を与えてくれる道具」ということです。地域SNSによって、地域のさまざまな人がつながり、交流することで、より地域が元気になってくれればと思います。

中村 地域SNSは、「地域力可視化装置」といえるでしょう。そのような地域SNSをめざすことが、大事だと思います。地域SNS上の「顔の見える」住民同士の、「目に見える」つながりやコミュニケーションを通じて、今後も自発的な地域の課題解決や価値創造がなされていくことを願っています。

運営者インタビュー (2)

地域SNSの可能性と将来

インフォミーム株式会社 代表取締役社長 和崎 宏氏 (写真)

聞き手：三菱総合研究所 公共ソリューション本部 研究員 加藤 卓也

財団法人 地方自治情報センターの実証実験に参加した地域SNS以外にも、多くの地域SNSが各地で立ち上がっている。その一つである兵庫県の地域SNS「ひよこむ」を運営するインフォミーム株式会社 代表取締役社長の和崎 宏氏に、地域SNSの可能性と将来についてお話を伺った。

●連携機能で生まれる地域間交流

——「ひよこむ」や、「ひよこむ」と同じ地域SNSエンジンを利用する「さよっち」、「モリオネット」「まつえSNS」などでは、財団法人 地方自治情報センターの地域SNS間連携機能の仕様を用いて、連携機能を実装されました。和崎さんにとって、地域SNS間連携とは、どのようなものだったのでしょうか？

和崎 宏 (以下、和崎) 私達は、「ひよこむ」を始めた当初から、自分の興味があるさまざまな地域SNSにも参加して、その間で交流を深めるといった利用イメージは漠然と持っていました。今回、財団法人 地方自治情報センターから、地域SNS間連携の実証実験や仕様の公開が行われ、まさに私達が持っていたイメージを具体化するものだったので、積極的に取り入れさせてもらいました。

——利用者の方からの評判は、いかがでしょうか？

和崎 最初は、そもそも連携機能のニーズがどの程度あるのかなど不安材料もありましたが、実際に取り入れて使ってみると、皆さん便利だと評価してくれます。やはり、ログインの手間が減ったことと、新着情報をワンストップで確認できるようになったことが大きいようです。

今までは、メインで使っている地域SNS以外は、たまに覗いてみるという使われ方が多かったと思います。それが連携機能によって、メインの地域SNSを確認するだけで、他の地域SNSの新着情報も得られるようになり、複数の地域SNSへの参加を通してのつながりづくりがしやすくなったといえるでしょうね。

——連携機能によって、実際にどのような地域間交流が生まれましたか？

和崎 これまでは、「地域SNS間の交流」といえば、運営者レベルのものが中心でした。つまり、自治体やNPO同士で運営のノウハウやコツを共有するというものです。それが、連携機能によって、利用者レベルでも気軽に交流が行えるようになりました。

先日、姫路市で開催された「姫路菓子博」では、「ひよこむ」の参加者だけでなく、連携先の地域SNSからも多くの方に参加していただきました。また、自分の地域SNSがシステムメンテナンスなどで一時的に利用できなくなった時に、連携先の地域SNSを使って交流するということがありました。

今後は、各地域のさまざまな特産品や文化のコラボレーションを通じて、新しいモノやサービスが生まれればと期待しています。地域間の交流で意外なものが結びついて、誰もが思いつかなかったような、あっと驚く名物が生まれるといいですね。

●ポイント機能が地域の「縁」を育てる

——財団法人 地方自治情報センターでは、今年度、地域SNSにポイント機能を実装する予定ですが、一足先にポイント機能を導入した「ひよこむ」では、これまでどのような成果が得られているのでしょうか？

和崎 ポイント機能開発のきっかけは、「持続可能な地域通貨」です。地域通貨については、これまで多くの自治体で取組みが行われてきました。しかし、地域通貨が持続するためには、常に地域の人々の間で「縁」がつながり続ける必要があります。

地域SNSでは、人々のつながりが友人登録によって可視化され、さらに、日記やコミュニティでのコミュニケーションを通じてその関係性は持続し、更新されていきます。現在、ポイント機能は主に「昨日はありがとう、お礼に2ポイントあげる」といったように、コミュニケーションに付随して感謝の気持ちを示す、プレゼントのような道具として使われています。こうしたポイントの授受を通じて、地域の人々の関係性が価値化されるとともに、地域の人々の「縁」、言い換えれば信頼、規範、ネットワークといった「ソーシャル・キャピタル」を培うことができるのではないかと思います。

●「縁」と「円」をつなげるために

——では、ポイント機能によって培われた地域SNSのソーシャル・キャピタルを、リアル（実社会）の地域経済の活性化につなげるために、どのような取組みが行われているのでしょうか？

和崎 今年4月に、連携機能やポイント機能を利用した、地域SNSプラットフォーム型地域電子モール「ひよこむモール」を立ち上げました。「ひよこむモール」では、従来の電子モールのように地域の物産をグローバルに「広く薄く」伝えるのではなく、ローカルに「狭く深く」伝え



和崎氏

ることで、地域を元気にすることを目的としています。

信頼できる地域のお店や個人が、気軽に自分の自慢の商品を並べることが



「ひよこむ」トップページ
(<http://hyocom.jp>)

できる。同じ地域の人々が地域SNS上で気軽にコミュニケーションを楽しみながら、商品を選ぶことができる。商品に加え、ちょっとしたサービスやおもてなしをポイントによって得ることができる。地域の物産を、地域SNS間連携を通じて他の地域の人々にもアピールすることができる。「ひよこむモール」では、単にモノを売って「円」を流通させる場としてだけではなく、モノにところを一緒に乗せて、地域の交流を深める「縁」を紡ぐ場として使われることを期待しています。

また、こうしたやり取りを通じて、地域のソーシャル・キャピタルとしての「縁」と、地域経済としての「円」とが同時に回ることで、地域が活性化し、「情報の地産地消」によって地域がさらに元気になっていくのではないかと考えています。