

# 地域ソーシャル・ネットワーク・サービス

## SNSの可能性

### 「まちづくりサイト」

藤澤 徹

WEB2.0時代の到来とともにmixi(ミクシイ)などのサービスを中心に各分野に浸透しつつある、ソーシャル・ネットワーク・サービス(以下SNS)。まちづくりの現場でも独自のサービスを構築し、参加を呼びかけるシステムが出来上がってきている。コミュニケーションの距離間など、独特の問題と背景がある「空間」でどのような展開があるか、事例とともに検証する。

### SNSとは

広義的には、社会的ネットワークの構築の出来るサービスやWEBサイトであれば、ソーシャル・ネットワーク・サービスまたはソーシャル・ネットワーキング・サイトと定義されている。この為、コメントやトラックバックなどのコミュニケーション機能を有しているブログも広義的にはSNSに含まれる。

狭義的には人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型の会員制のサービスと定義される。この場合そういったサービスを提供するWEBサイトも含まれる。

ちなみに、冒頭で宣言している「WEB2.0」とは、その言葉自体は曖昧な表現手法で、あくまでもコンテンツの提供の仕方、技術の提供の仕方、あるいは要素技術の組み合わせの仕方、サービスの使い方などを漠然と指しているため、明確な定義づけがなされている訳ではない。

SNSの主目的は、人と人とのコミュニケーションにある。友人・知人間のコミュニケーションを促進する手段や場、あるいは趣味や嗜好、居住地域、出身校、「友人の友人」といった自身と直接関係のない他人との繋がりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供している。人の繋がりを重視して「既存の参加者から



まちづくり木曾福島  
http://www.nanchara.net/



せたがや子育てネット  
http://www.setagaya-kosodate.net/



那古野下町衆  
http://www.nagoyu.jpn.org/

いる。システムには、基本的に誰でも参加できるというものになっているが、現在登録者(二〇〇七年二月)は三〇〇名ほどで、ほとんどが地元の有志である。は、まちを訪れた観光客で占められているとのこと。管理はまちづくり木曾福島が担当している。情報の内容はまちのちよっとした有名人の紹介や、店舗の宣伝等、ディテールに及んでおり、IT空間を通してまちの魅力が浮き彫りになる。特に担当職員が発信するまちの情報は女性ならではの視点で実に興味深い。まちづくり会社の運営ということで、行政が運営する同様のものほど縛りもなく、市民からの個人的な宣伝を含めて営利的であってもサイトを盛り上げるコンテンツにできる。

当サービスの活動はまだ二年目であり、担当者は今後の地域の結束と全国の観光客へのアプローチのツールとしての活躍に期待を込めている。

■子育て支援SNS  
「せたがや子育てネット」は、様々な人や情報を「ぶりっじ」する(橋をかける)ことで、子育ての悩みを共有したり、子育てグループのネットワークを構築したり、まちをもっと便利にしていこう「子育てバリアフリー」を目指して活動している特定非営利活動法人である。

具体的な活動として、まちの情報を共有できる「カキコまっぷ」、グループ情報が簡単に登録・閲覧できる「マイホームページ」などのインターネットによる子育て支援を中心、子育てグループのネットワークを構築し、子育て交流の場づくり、子育て情報メディアの発行などを行っている。

特筆すべき点は、システムの構築に大学で研究されている技術等を取り入れているところである。Googleマップなどで気軽に地図にプロットできるシステムはいままでこそ簡単に構築できるGISのパッケージがあるが、当団体は開設当時としては先端である技術を、東京大学と協働で開発・実験をしていた。

現在、参加の門戸は開いていないが、団体認定のママ特派員たちが日常の子育ての問題や、まちの子育てバリアなどの情報を更新している。

■商店街活性SNS  
身近なところでは、円頓寺商店街・四間道界隈の若手店主を中心として設立された那古野下町衆のSNSがある。若手店主の呼びかけで、建築家・コンサルタント・大学関係者が集う当団体は商店街に新たな風を吹かせている。(※具体的な活動内容は「特集」六頁参照)

サイト内は日々変わるメンバーのお店のトピックや、団体に関わるイベントの内容、会議での議論の風景までがアップされている。内容を書き込む若手店主たちは、サイト更新のための新たなメニューを考えたりするなど、当システムを活性化のツールとして活用している。対面の会議で出つくせなかったアイデアもここでは重要なコンテンツになる。

さて、これまでに事例を通して地域のSNSについて述べてきたが、今後の可能性を考えていくと、必ず問題となるのが、パソコン等デジタル機器の使用率が低い高齢者への対応である。若い世代ではパソコンより携帯電話によるサイト利用が活発である。各地域ではパソコン研修のようなものを行っているところもあるが、ハード・ソフトを含めて今後はいかに最初の参加のハードルを低くしていくかという工夫が必要だ。

ハード面から考えると、携帯電話からも利用が可能になることで災害時の有効性についてなど多様な活用方法を検討することが出来る。また、システムを最初からつくることは予算が必要になるが、汎用性のあるフリーソフトを活用したり、運営面では大学等との連携で、経済的・人的コストを軽減させることができる。

さらに、参加の意欲を出してもらうためには、例えば商店街においては店の宣伝をバナーで出せるなどのインセンティブが必要かもしれない。そういう意味からいくと、地域SNSは危機感を抱いている地域ほど発生する可能性があるかもしれない。一方、地域だけで運営するのではなく行政と連携することで生活のインフラとしての側面も出てくるであろう。

これまでのインターネットにみられるホームページは、開設時にしっかりとお金をかけて、必要なときにコンテンツを増やしていく、いわばプッシュ型だったようにみえた。しかし、WEB2.0時代の動きとしては初期の動きは遅くとも段階的に速くなったりと、参加者のペーシング(意欲等)によってコンテンツの動きが決まってくるボトムアップ型のようにみえる。どういう形にしろ、仕掛ける人間が存在して、議論されながらシステムは構築されていくべきである。

今後、地域SNSがより生活者に必要になってくるのが予測される。特に、自然災害が予想されている東海の各地域においては地域の結束とともに、システムを活用していくことが必要であろう。動向を見ていきたい。