

地域における問題解決のための SNS 構築

Construction of Social Networking Service for Solving Regional Problems

福井 誠*

Makoto Fukui

近年、わが国で地域 SNS が増加した理由と現状の問題点を指摘した後、宝塚市における地域 SNS を核とする地域情報化プロジェクトの基本モデルを示し、その推進体制と運営の特徴について参与観察の結果をまとめた。またこのプロジェクトに関連して開発した SNS システムの機能特性について述べた。以上の知見から、地域 SNS には明確な目的が必要であり、それを達成するための組織とシステムの整合が重要との結論を得た。

キーワード：地域 SNS、都市再生、地域情報化、宝塚市

I. はじめに

2006 年頃から、全国各地で特定地域¹⁾だけを対象とした SNS(Social Networking Service)、いわゆる地域 SNS が急増している²⁾。この時期に開設が集中した直接的なきっかけは、自治体ポータルに SNS 機能を付加したサービスである熊本県八代市の「ごろっとやっちょろ³⁾」の成功を受け、総務省が 2005 年半ばから 2006 年の初めにかけて地域 SNS の実証実験を行ったことである。この時期は同時にオープンソースの SNS 構築ツールがいくつか利用に供された時期にもあたっており、両者の影響があいまって短期間に多くの地域 SNS が出現することとなった。

しかし、同時発生的に類似のサービスが全国で提供されたことは、このような政策的な背景や技術的要素だけでは説明しきれない。そこには全国の地域が抱える共通の問題と、インターネットが直面する課題があり、これらの解決を図ろうとする中で生じた現象と考えることができるだろう。

筆者は 2005 年来、宝塚市の産官学民の参画による都市再生プロジェクトに携わってきたが、その縁で宝塚市での地域 SNS プロジェクト「いいまち宝塚」の立ち上げに企画段階から参加する機会を得た。本論では、宝塚地域 SNS「いいまち宝塚」の成立からサービス提供開始に至る経緯を、参与観察により得られた知見をもとに整理したうえで、推進体制と独自に開発した SNS エンジンの機能的な特徴についてまとめる。これによって地域 SNS のあるべき姿を示すととも

*学校法人中内学園流通科学研究所、〒651-2188 神戸市西区学園西町 3-1

(2007 年 9 月 5 日受理)

©2008 UMDS Research Association

に、地域 SNS が提起する Web 上のサービスの方向性について考察する。

II. SNS と地域 SNS

1. SNS の出現と普及

SNS について明確な定義は存在しない。インターネット上で SNS の解説をみると「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、あるいはそういったサービスを提供する Web サイト」⁴⁾であると説明される。また「社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービスのこと。登録制、招待制などのいくつかの仕組みがあり、そのサービスのポリシーごとに分類される」⁵⁾と招待制を特徴として強調する解説も多く見られる。すなわち、これらの解説からもわかるように、SNS とは明確な定義の元に提供されるサービスではなく、類似の機能を持った一群のインターネット上のサービスを分類する言葉であるといえる。SNS の発想には S.Milgram の small world 実験⁶⁾など社会ネットワーク論がその理論的背景にあるとされるが、一般には上記のような現象面からの理解が普及していることをまず指摘しておきたい。

歴史的には、SNS が最初に出現したのは、1997 年にサービスを開始した sixdegrees.com⁷⁾であるとされている。ただし一般に広く普及するのは 2003 年頃のことであり、初期の主要なサービスとしては Friendster[®]や orkut[®]などがあつた。たとえば orkut ではすでにこの時期に招待制度、すなわち既にサービスに加入している利用者の招待を受けなければ参加できない仕組みが導入されており、個人ページでの公開レベルの設定、友人（紹介によって直接リンクされる利用者）の情報の収集など、現在の SNS の特徴となっているメニュー項目はほぼすべて実装されていた。

近年ではアメリカでの新たなインターネットのサイトは多くが短期間のうちにわが国にも伝播するが、SNS は紹介制度を取っているがゆえに、多少の遅れがあり、2004 年初め頃からわが国でも利用者が増加しはじめた。わが国での主要な SNS のサービスの開始は、2003 年 12 月に期間限定で実験が開始された SIV Connect や同時期に開設された商用サービスの Gocoo であるとされているが、期間限定での実験であった SIV Connect や、有償で合コンのマッチングを目的とした Gocoo は SNS としてはやや特異な例といえ、実質的には 2004 年はじめにサービスを開始し現在でも主要なサービスとなっている GREE と mixi が初期の代表事例と考えてよいだろう。

その後利用者は短期間のうちに急激に増加する。総務省の調査では、2005 年 3 月末時点の国内 SNS 参加者は延べ約 111 万人であり、少なくとも月に 1 度は SNS を利用しているアクティブ SNS 参加者は約 80 万人、2007 年 3 月末の推計値では SNS 参加者で延べ約 1,024 万人、アクティブ SNS 参加者数で約 751 万人に達すると予測されている¹⁰⁾。

このように利用者の拡大が著しい SNS であるが、普及による問題も一方で顕在化しつつある。もともと SNS が普及した背景には、インターネット利用人口の拡大とともに拡大してきた負の

側面へのアンチテーゼという側面があった。インターネットに起因するさまざまな問題、特にその中でも匿名性に乗じて無責任な発言をすることによってもたらされる問題の多くは利用者相互の信頼に関係していると考えられる。匿名性に起因するインターネットの負の側面が広く認識されるようになったことで、顔の見えるネットワークとしての SNS に期待が集まった。この信頼を担保していたのが SNS の特徴となっている紹介制である。しかしながら紹介制は利用者が少数のうちには十分に機能していたと考えられるが、あまりに参加者が多くなってきたことで SNS もオープンなインターネットに似た状況になりつつある。既に大手の SNS は顔の見えるネットワークとはいえないかもしれない。

今後はさらに利用者の拡大を図る一部の巨大サービスと、参加者を絞り込んで特定の興味関心を持つ人だけ、あるいは特定の地域居住者だけを会員にする小規模な SNS とに二極化するのではないかと考えられる。事業収支から考えると SNS の運営者にとってより多くの利用者を囲い込むことの利得は大きい。SNS の利用は大半が無料であるが、運営費用をまかなうための広告収入を得る場合にも、派生的な事業展開を考える上でも、利用者数の多寡は最も重要な指標といえるからである。たとえばアメリカで最大の利用者を抱える SNS サービス MySpace は、招待制を採用しないことでさらなる利用者の拡大を指向している。

他方で、SNS の閉じられた世界での信頼関係を維持しようとする新たなサービスが出現している。たとえば趣味や同窓会など、共通する要素で会員を選別し、少人数で運営される領域限定型の SNS がそれにあたる。本稿のテーマである地域 SNS は「地域」というテーマに沿った領域限定型の SNS の一種であると考えられる。

共通する要素について多様な切り口が考えられる中で、また ICT の普及により距離の制約が減少し、国際金融では地理の終焉とまでいわれるなかで、なぜ領域限定型 SNS の中で地域限定型の SNS に注目が集まったのか。

このことについて、国領は「外部効果の強い、つまり貢献に対するリターンが外部に流出しやすく参加の貢献のインセンティブが弱くなりやすいネット上の情報共有も、地域(物理的近接)のバインドのなかであればメリットを可視化、内部化しやすく、持続可能な誘因と貢献のモデルを構築しやすい」と述べる¹⁴⁾。すなわち、参加者を地域にバインドすることでネット上での成果をすべての参加者が実感でき共有できる可能性が生まれ、これが誘因となって参加者は一層貢献を目指すというのである。まさにこの点が領域限定型 SNS の中で、地域 SNS が注目される理由となっているのだが、現状の地域 SNS は国領の指摘するような循環を生み出す道具となり得ているのだろうか。以下で詳説する宝塚での事例は、このような問題意識から出発している。

Ⅲ. 宝塚市の課題と地域 SNS「いいまち宝塚」プロジェクトの経緯

1. 宝塚市における SNS プロジェクトのモデル

地域 SNS サイト e-zuka.jp を中心とする「いいまち宝塚」プロジェクト¹²⁾は、宝塚市内の飲食業者が組織する宝塚料飲綜合組合の当時理事長であった伏尾修と、当時宝塚市内の大学に在職し、産学官連携による都市再生プロジェクトに参画していた筆者の出会いからはじまった。伏尾は飲食事業者の代表として、市内飲食業の衰退や事業者の世代交代などの課題に取り組むうちに、地域ポータル必要性を認識し、既存の地域ポータルのプラットフォームを利用した運用に取り組みをはじめたところであった。

同時期に筆者は大学生の都市再生への参画にとりくみ、市内外3大学の連携によるオープンカフェプロジェクトなどによって大学生のまちづくりへの参加の方向性を探っていた。しかし期間限定のオープンカフェのような単発イベントでは地域に対する持続的、創発的な効果は期待できないとの認識から、ICT を利用した継続的な取り組みの必要性を痛感し、SNS を利用した地域内コミュニケーションの循環による地域問題解決の仕組み作りと、この仕組みによる学生の地域参画の方法を探っていた。

一方、オープンカフェへの専門的な知識の提供を宝塚市から要請されたことで筆者と知り合った伏尾は、ちょうどその時期、既存汎用ポータルに依存して計画を進めていた地域ポータルの運営が困難であるとの思いから、筆者とともに地域 SNS サービスへの方向転換を思い立つ。そしてプロジェクトの推進のために宝塚料飲綜合組合の当時副理事長であった坂上品彦と宝塚商工会議所の副会頭であった金井宏彰にも呼びかけ、2006 年の夏頃にはプロジェクトを発足させた。

後に「いいまち宝塚」と命名されたこのプロジェクトは、発足当時から SNS を現実の問題解決のツールにすることを基本の発想としてきた。しかし地域の問題の解決は SNS だけでは完結しない。SNS を核としながらも、バーチャルな場でのコミュニケーションと現実の場でのコミュニケーションとを循環させる中で熟成させ、具体化したアイデアを実行することでさまざまな地域問題の解決、新しい価値の創出をはかるというモデルを筆者は提案し、プロジェクトの基本モデルとして採用された。具体的には、以下の図 1 に示されるような

- ① 対面的かつ集約的なコミュニケーション手段としてのワークショップ
- ② 電子的かつ開放的な手段である地域 SNS（ソーシャルネットワークサービス）

を連続的に展開する中で得られたアイデアを

- ③ 社会実験で検証しフィードバック

する二重のスパイラル・プロセスを宝塚市内に構築することで、地域の問題を解決する仕組みを作ることがプロジェクトの基本モデルとなった。

このように「いいまち宝塚」プロジェクトの特徴は、バーチャルな場である SNS とリアルな

場であるワークショップ、社会実験の循環にあるが、その中で SNS の機能が、参画する地域の主体の協議によって上記目的に整合的に再定義され、従来の SNS には見られないシステム特徴を有していることにあり、推進体制において上記目的を達成するために最適であると判断された組織形態を取った点にある。以下では、対象地域である宝塚市の現況についてまとめた後、今回の取組でのシステム的な特徴と、推進体制の特徴をまとめたい。

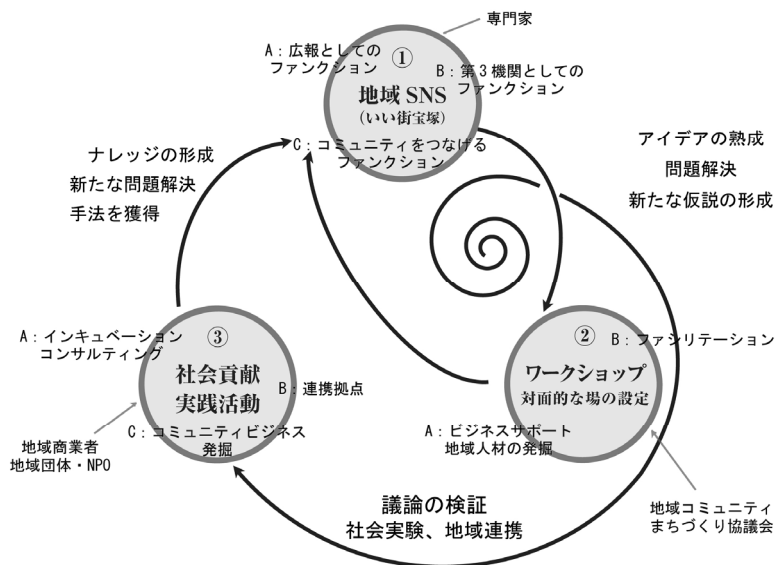


図1 「いいまち宝塚」プロジェクトの基本モデル

2. 対象地域である宝塚市の現況と課題

地域情報化のプロジェクトがその地域の固有の問題や地域の構造を反映したものであるときに初めて有効に機能するとするならば、対象となる地域との関係はきわめて重要である。そのため、ここでこのプロジェクトが対象とする地域である宝塚市の特徴と現状について簡単にまとめておきたい。

阪神間の住宅都市である宝塚市は、多様な資源を有する都市である。六甲・長尾山系の豊かな自然や、中山寺、清荒神などの広域から参拝客を集める寺社仏閣などの歴史的資産、約一世紀にわたる阪急電鉄の沿線開発によって形成された郊外生活スタイルや全国的な知名度を誇る宝塚歌劇に代表される文化的資源などがこの街を特徴づける都市ブランドの形成要素となっている。しかし、近年になって中心市街地の集客機能の衰退が進んでおり、平成7年の阪神・淡路大震災、平成15年には阪急グループが運営していた遊園地「宝塚ファミリーランド」の閉鎖と大型ホテルの廃業等により、この傾向が顕著になった。

このように地域の核となる資源が相次いで撤退する中で、これに替わる有力な資源として注目

されるようになったのが「住民」という資源である。優良な住宅地ゆえに、住民の中には大企業の管理職、大学の教員、芸術家など多彩な能力を持つ人材が多く居住している。これらの住民は現在もボランティアやNPO、芸術・文化活動を支える人材として活発に活動している。

宝塚市が高度経済成長期の昭和50年代前半に急激な人口増加を経験した地域であることから、これらの潜在的な人材は団塊の世代に厚く分布している。この層が退職を迎えるとともに、その多くは地元社会に戻ってくるものと予想されるが、これらの人材が地域デビューする機会が十分に与えられているわけではなく、一方で地域はこれらの人材を発見する手段を持っていない。宝塚市で今回のプロジェクトが構想された背景には、これら潜在的な地域人材を地域の問題解決に当たる人材として発掘するとともに、地域のニーズと人材とのマッチングをはかることが行政でも重要な課題として認識されていた¹³⁾。さらに新規参入するこれらの人材と、従来から地域で活動する人材との合意形成促進の手段を提供することで、前述のような地域の問題解決を図ることがプロジェクトを立ち上げる契機となったのである。

また宝塚市には二つの大学が立地し、隣接する西宮市にある関西学院大学をあわせて3大学が、従前より宝塚市の都市再生に関与していた¹⁴⁾。これらの大学では地域の学生を地域の問題解決に資する人材として育成することが重要な課題となりつつあるという点で認識が一致しており、地域フィールドワークを通して地域人材としての自覚を与え、地域社会への正統的周辺参加¹⁵⁾を促すことが必要との認識があった。

かくして産と民が主導して、官と学が支援する体制での取り組みが開始される背景ができあがったのである。

IV. 「いいまち宝塚」の組織体制、運営体制の特徴と提供される SNS システムの機能的特徴

1. 推進体制と運営組織の特徴

宝塚市では、2005年以来、大学と宝塚市が中心となり、都市再生、中心市街地活性化のためのプロジェクトが再三にわたって実施されてきた。しかし実施結果を振り返ると、行政と大学が突出し、産業者や市民の参画に欠けるのではないかと批判が市民に根強く残ったことが終了後の検証の際に明らかとなった。このような認識のもと、「いいまち宝塚」プロジェクトは純粹に民間主体の取り組みとして実施することを基本方針として掲げた。

今回のプロジェクトを推進する主体は2007年3月に組合契約を締結し登記された「e-宝塚有限責任事業組合」である。この有限責任事業組合（以下LLPと略す）の設立目的は、定款に「宝塚市の地域再生、コミュニティビジネスのインキュベーション、住民の地域参加・地域デビューなどの促進であり、SNSの開発と普及とを活動の中心とする」と記載されている。

組員は、プロジェクトの発起人である金井宏彰、坂上晶彦、伏尾修と筆者との 4 名である。この LLP を核組織として、地域のサポートメンバーを委員会形式で組織した。この支援組織は「いいまち宝塚推進委員会」と命名され、地域の産業団体の代表、地域情報誌の発行者、SOHO、学生、学生出身のベンチャー経営者などが参加し、オブザーバーとして行政担当者、大学関係者、青年会議所などが参加している。表 1 に「いいまち宝塚推進委員会」の構成を示す。

このプロジェクトを推進するにあたって LLP（有限責任事業組合）という形態をあえて選択したのは、「非行政主導の取り組み」という点と「営利事業」としての取り組みである点を運営形態からも明確に示したいという理由からであった。

まず「非行政主導の取り組み」について、産官学民が参画して都市再生に取り組んでいる事例は全国に多く見ることができるが、そのほとんどが行政主導のもとで進められている。地域 SNS プロジェクトの多くも都市再生や中心市街地活性化の施策とこれに関連した助成金に依存して運営されている。これに対して、今回のプロジェクトでは産・民が中心となって運営に携わり、官と学が支援する形態を明確に打ち出そうと考えた。

一方で、民が主体となり運営されている地域再生の試みの多くは、事業の社会的意義を強調するために非営利を唱っている。しかし「非営利」はともすれば本来の余剰を再分配しないという意味から外れ、事業性を見捨てた運営に陥りがちであり、資金面では行政の援助に頼りがちである。このプロジェクトではあえて営利事業をうたうことで、事業の継続性を重視してバランスのとれた自立運営を目指したいと考えた。非行政主導、営利事業という運営形態によって、真に地域のニーズを満たすサービスを持続的に提供する体制が作れるものと考えたからである。

2. 運営面での特徴

「いいまち宝塚」の特徴は、前出のモデル図式を機能させるために運用システムの特徴を明確化し、それを Web サイト e-zuka.jp の機能に反映させることによって完成する。そこでまず運営面での特徴を整理すると以下の通りとなる。

a. 地域の既存人的ネットワークとの接合

庄司¹⁶⁾は地域 SNS を対象地域の範囲と紐帯の強弱によって 4 つの類型に分類した上で、広域・弱い紐帯に分類されるサイトが多いことを指摘し、この類型の地域 SNS では既存の人的ネットワークを見捨てずに地域に新たな関係性の構築を目指している傾向が強いことを指摘している。この類型に分類されるサイトには福岡県の「VARRY¹⁷⁾」や神戸市の「ショコベ¹⁸⁾」などがあり、

これらのサイトに共通するのは比較的若いユーザ層を対象に選んでいる点である。

表1 いいまち宝塚推進委員会構成

■運営・渉外担当チーム	
岡本学	宝塚商工会議所 事務局長
岡本孝博	岡本食品株式会社、宝塚食品衛生協会 専務理事
中田雄久	社団法人宝塚青年会議所 理事長
太田耕平	神戸大学学生
■広報・資料担当チーム	
久保明子	有限会社クルーズ
道田美津代	デジタルムーン
■システム担当チーム	
松本恭輔	株式会社 Link・ef、関西学院大学非常勤講師
中西謙介	株式会社 Link・ef

従来の「しがらみ」に縛られず白紙のままで地域に新しいネットワークをつくりたいという意気込みは理解できる。しかし、「いいまち宝塚」ではあえて既存の地域ネットワークを活動の基本単位として取り込むことにした。宝塚に限らず、地域には商工会議所、青年会議所（JC）、商店街、種々の同業組合、食品衛生協会など地域にはさまざまな人間関係、職域団体が既に存在している。これらの組織が長年に渡って培ってきたネットワークは緊密で、地域を広くカバーし、組織力、資金力、実行力も備えている。これら既存の組織が持っているソーシャルキャピタルを無視して、新たなコミュニティをネット上に構築することは、地域の問題解決というテーマにとって、決して得策ではないと考えからである。このような既存のネットワークが、退職して地域に戻り地域デビューを控えた団塊の世代や地域での起業を志す若い世代と交流することで、より強力な実行力をもった新しいネットワークが地域に生まれるはずと考えたのである。

先の庄司の分類では対象地域の広さに関わらず強い紐帯を指向するサイトには同様の傾向が認められる。例をあげれば兵庫県の「ひよこむ¹⁹⁾」や岡山市宇野地区の「UNO 電子町内会²⁰⁾」などが該当する。しかし、これらの事例では個人として地域で積極的に活動していた個人が参加する、あるいは町内会の運営といったレベルにとどまっており、都市の既存コミュニティを資源として動員するためにシステムの基本デザインにコミュニティを置くという発想は見られない。

b. SNS と協調して機能する現実の場の設置

上記の図1のモデルでは、SNSでの電子的なコミュニケーションは、対面的なコミュニケーションと補完的な関係にあるのではなく、相乗的に作用し、よりコミュニティの活性化を推進すると想定している。従って、SNSのサービスを提供すると同時に、リアルな場の提供も必須の機能

であると考えた。しかし、比較的少額の投資で実現可能な Web サイトとは異なり、利便性のよい場所に一定の面積の「場」を恒常的に運営するためには十分に採算性を検討する必要がある。そこで、いいまち宝塚プロジェクトでは、参加する業界団体の事務局機能の受託や、内部統制に対応した SOHO のためのビジネスサポート機能をあわせて持たせることで採算を確保すべく計画を進めている。この「場」の運営によって得られる収益は、無償で提供される SNS を持続的に運営するための資金として補填することもあわせて計画しており、事業モデルの中でも重要な意味を持っている。

c. 匿名性と実名性のバランス

インターネット上で信頼は、参加者相互の信頼関係の総体として成り立っている。先に述べてきたように、SNS での信頼が担保されるのは紹介制を採用しているためであるとされる。しかし、直接の紹介者は信頼できるとしても、紹介を繰り返して関係が遠くなると自分にとって信頼できるかの判断はきわめて困難になる。「いいまち宝塚」では地域 SNS の多くがそうであるように、利用者を宝塚市民、あるいは宝塚に関心や縁を持つ人に限定する。

さらに参加に当たっては、実名登録を原則とし、さらに職域団体、マンションなどコミュニティのいずれかが本人の保証をする「戸籍制度」を採用することとした。この方式によって登録された人が誰か、実在する人物なのかを常に把握することが可能となり、同じ人が別名で複数登録されていないのかを確実に把握できることになる。

ただ一方で、ネット上の議論が活発化するためにはハンドルネームによる匿名での発言も必要である。もともと SNS には招待制度により参加者の実在性、信頼性を保証した上で、ハンドルネームにより自由に SNS 空間内で活動する方式が採用されていた。この方式こそが SNS が支持された理由といってもよい。この準匿名空間という特性をより確実なものとするために採用されたのが、戸籍制度である。通常は自由な発言をする環境を提供しつつ、なにか内部で問題が発生したときには、個人を特定できることで、いわゆる「あらし」を防ぐことが可能となる。

同種の方式は、兵庫県の「ひよこむ」などでも講じられている。「ひよこむ」では、紹介した人が後見人となって指導や助言を行う後見人(スポンサー)制度など新たな試みを採用しているが²¹⁾、e-zuka.jp の戸籍制度はさらにこれを進めて、実在のコミュニティの管理者が参加者の実在性と信頼性を保証する方式を採用したのである。

3. 地域 SNS エンジンの開発に至るまで

多くの地域 SNS ではオープンソースの SNS 構築ツールである OpenPNE²²⁾が採用されている。OpenPNE の公開によって誰でもが非常に安価にかつ素早く SNS を構築できるようになったことの貢献はきわめて大きい²³⁾。OpenPNE の貢献は地域 SNS にとどまらず、小規模で運用され

ている特定領域対象の SNS の多くが採用している。庄司によると全国の地域 SNS の約 8 割が OpenPNE をエンジンとして採用し、1 割が先出の八代市が提供する open-gorotto、残りの 1 割がその他のエンジン、たとえば関西ブロードバンドのカスタメディア(旧 CLOVER)²⁴⁾や「ひよこむ」のエンジンである OpenSNP などの地域 SNS 特化型エンジンを採用しているとされる。

多くの地域 SNS のインターフェースが mixi など既存の主要サービスに酷似しているのは、OpenPNE の採用にも一因がある。OpenPNE では利用者の習熟を考慮して画面構成を一般的な SNS と近づけた設計がされている。OpenPNE はカスタマイズが容易であり、機能の追加や画面の変更などにも柔軟に対応できるという優れた特徴を有している。しかし、OpenPNE を採用した地域 SNS の多くは、最初に用意されている一般的な機能の利用にとどまり、結果的に類似の機能と画面構成をとることになる。以下の表 2 に示したのは、総務省が地域 SNS の機能としてとりまとめた項目である。これを見ても、「地図」機能や「まちかどレポーター」といったメニュー項目が見あたる程度で、その他の項目は一般的な SNS の機能とかわるところはない。これは地域 SNS のために開発されたエンジンでも同様であり、open-gorotto や OpenSNP を採用した場合にもメニュー項目はほぼ同様である。

しかし、地域の問題は多様で、その特性に合わせた機能やインターフェースが必要である。OpenPNE に GoogleMap を組み込んだだけで地域 SNS ができあがるとは思えない。e-zuka.jp でも当初は既存のエンジンの利用を想定し、カスタマイズの可能性を検討したが、以下で詳しく述べる機能要求を満たすためには、既存エンジンをカスタマイズするより、新たにエンジンを開発する方が工数的にも優位であると判断した。

4. e-zuka.jp のメニューアイテム

現時点で α バージョンとして実験的に提供されている e-zuka.jp のメニューアイテムは、プロフィール機能、日記（ブログ）機能、コミュニティ機能、CMS 機能、RSS 機能、ファイル共有機能、メッセージ送受信機能、カレンダー機能、アルバム機能、足跡機能 など一般的に SNS で提供されている項目を網羅している。さらに地域 SNS で一般化している地図による情報整理機能も付加した。モバイルからのアクセスにも対応している。これに加えて、以下の視点から独自のメニュー項目を追加した。

a. コミュニティ中心のユーザ管理

この SNS エンジンのデザインで、従来との最大の相違は、コミュニティを基本単位とするユーザの管理方法にある。従来の SNS では利用者はあくまでも個人が単位であり、SNS 内部の信頼性を担保するのは、個人間の信頼関係であるとされた。招待制を持つ SNS では、既に内部にいる利用者が個人の責任において知人を招待するのであり、ここで新規加入者の信頼性はすでに

加入した会員の信頼を元に行っている。すなわち個人間の関係性に依存していることとなる。招待制をとらない SNS でも直接のリンクを持つ友人という概念は存在し、友人とそれ以外での公開レベルを変化させることは SNS が SNS たり得るための必須の機能となっている。しかし、繰り返し述べるように友人の連鎖によって信頼を担保する方法は、加入者の増加とともに機能不全に陥ることは、既に既存の大手 SNS サービスで発生している問題が証明している。

これに対して「いいまち宝塚」では基本の単位をコミュニティに設定している。一般の SNS でコミュニティという機能は、既に SNS に加入している利用者が、知人・友人のつながりの連鎖だけで関係性を構築しようとするのではなく、共通する興味・関心を通じて集い交流する「場」としておかれている。従って SNS の利用者は必ずしもコミュニティに所属する必要はない。これに対して「いいまち宝塚」ではコミュニティが最初に存在し、この管理者、あるいは管理者グループが新規に加入する利用者を招待し、登録する形式を取っている。従って利用者は必ずいずれかのコミュニティに所属することが参加要件となっている。一旦、SNS の利用者として登録されれば複数のコミュニティへの参加、脱退は自由であるが、加入の後すべてのコミュニティから脱退して利用を継続することは許可されていない。

このように「いいまち宝塚」ではコミュニティ機能が重視されていることから、コミュニティには従来の SNS にはない機能が付加されている。たとえば、コミュニティには既存の組織の階層構造に対応して、コミュニティ内部にサブグループを設定し、階層的な管理機能が与えられる。これは既存の組織形態に合わせた運用を想定したためである。また、後述する Web ページの掲出機能もコミュニティ毎に与えられている。サブグループの設定と管理や Web ページの編集と公開レベルの決定はコミュニティの管理者に権限がゆだねられている。後述する「戸籍制度」でも、最初に登録されたコミュニティを原則として原籍とする運用が行われており、管理者の権限と責任は大きい。

表 2 地域 SNS の主な機能

機能	概要
トップページ	トップページ（ログイン後、最初に表示される各利用者のページ）には、友人の日記や参加しているコミュニティなどの最新情報が表示されます。また、地域 SNS の運営者や行政からのお知らせなども表示されます。自分が関心のある情報を集約して一覧表示できることから、個人のポータル（入り口）サイトとして利用することができます。
公開範囲の設定	地域 SNS では、個人のプロフィールや日記などを、地域 SNS の参加者などに公開しますが、公開範囲を、たとえば友人までに限定するなどの設定ができます。プロフィールの項目ごと、あるいは日記ごとに、公開範囲を変えることもできます。
日記	日記を書いたり、友人などの日記を読むことができます。日記にコメントをつけることもできます。

フォトアルバム	自分で撮った写真などを登録してアルバムを作ることができます。日記と同じように公開したり、コメントをもらうこともできます。
コミュニティ	参加者同士が気軽に意見交換、情報交換する場です。地域 SNS 参加者なら誰でも、新しくコミュニティを開設することができます。
地図	日記やフォトアルバム、コミュニティのコメントなどについて、地図上に位置を示すことができます。逆に地図からコメントなどを表示することもできます。
まちかどレポーター	まちかどレポーターを任命し、日ごろから街の情報を提供します。災害時には各地域の災害情報発信の役割を担います。
災害時の画面切り替え	災害時などには、災害情報提供用の画面に切り替わり、行政などからの災害情報を充実するとともに、専用コミュニティを立ち上げ、「まちかどレポーター」などが各地の状況を報告します。
携帯電話からの利用	地域 SNS の多くの機能は、携帯電話からでも利用できます。
地域 SNS 間連携	信頼できる地域 SNS 間をつないで相互に交流できます。

出典：ICT 住民参画研究会「住民参画システム利用の手引き」²⁵⁾より引用

これは先に述べた既存の地域ネットワークを基盤として運営を行うとする運用上の特徴と呼んでいる。地域 SNS では既存のコミュニティを無視することはできないとの発想に基づいている。地域には住民としての個人が存在するが、この個人は地域内に独立して散在するのではなく、さまざまな集団を形成して日常を送っている。たとえば家族であったり、所属する組織であったり、あるいは地域コミュニティであったり、さまざまな集団に所属して日常の生活を営んでいる。これらの現実世界でのコミュニティの活動を支援する機能を Web 上で提供するのが、e-zuka.jp のコミュニティである。そして現実世界では接点がない場合も多いこれらのコミュニティ相互の交流により地域の問題解決や価値創造が可能となると想定している。その際にコミュニティの特性を決定し対外的な顔となるのが管理者あるいは管理者グループである。

このように e-zuka.jp はコミュニティに重点を置いているため、新規コミュニティの設置は利用者が自由に新しいコミュニティを設定できない仕様に設定されており、新規開設の際には、その都度、設置目的等を運営主体に連絡して開設する方式を採用している。またその管理者グループの認定には、一般利用者に比して厳密な基準が設けられており、地域での活動実態のある個人に限定されている。

また、コミュニティの会員として、別のコミュニティが参加することも可能である。これは先に述べたサブグループと紛らわしいが、サブグループが組織内の階層構造の管理に対応した機能であるのに対して、後者はコミュニティ間に中間領域を設定し、両者の共有地を形成するための仕様となっている。

ヘントンは、市民起業家は経済とコミュニティが交差する領域、すなわち経済コミュニティに生まれると述べ、さらに経済コミュニティとは、「企業とコミュニティに持続的な優位性と活力

を与える経済とコミュニティの間の強力かつ感度のよい関係を有した場所」²⁶⁾であるとする。
e-zuka.jp におけるコミュニティとは、まさにこのような場であり、既存の事業者コミュニティと市民のコミュニティが、それぞれの内部の問題解決を図れる場となっているのに加え、コミュニティ間の連携を図るようなデザインとなっているのである。

b. 地域の問題のパタン化によるテンプレートの提供

地域には多様なコミュニティが存在し、その抱える問題もまた多様である。しかし、そこにはいくつかのパタンが存在するのではないかと仮説から、LLP といいまち宝塚推進委員会の討議により、参加するコミュニティからいくつかの類型を抽出し、類型にあわせたテンプレートを用意することとした。最初に設定されたテンプレートは、マンション用、職域団体用、地域イベント用の 3 種類である。この中でマンション用のテンプレートを例に取り、テンプレートと地域問題解決の関係について説明する。

宝塚市の住宅戸数のうち分譲マンションの戸数は約 3 割を占める²⁷⁾。集合住宅比率は近隣の西宮市や芦屋市、伊丹市と大きくかわるわけではないが、宝塚の場合には震災後にその多くが供給されている点が異なっている。そのために新しく宝塚の住民となったマンション居住者と古くからの住民が融和できないという事例が多く見られた。この問題を解決するために、マンションをコミュニティに見立てることで、既存の地域コミュニティとマンションの新しい住民の交流を促すこととした。

さらにマンションそのものが直面している課題は第一にマンション相互のネットワークがないことであった。マンションが竣工後年数を経るにつれて経験する問題は、多くのマンションに共通しているが、マンションが情報交換する場はなかった。宝塚市では、市内のマンション管理組合で構成される宝塚マンション管理組合協議会、宝塚商工会議所及び宝塚市がこのような問題に対応するため、マンションフォーラムといったイベントを通じて専門家の紹介、相互の情報共有などを進めているが、このような地域のイベントとの連動も視野に入れ、マンション間の情報交換の機能を付与した。

第二の課題は管理のノウハウが継承されないことである。マンションの管理は資産価値にもかかわる重要な問題であるが、住民の持ち回りで管理組合が組織されているため、過去の情報やノウハウは引き継がれることがない。そこでマンション毎に過去の情報を蓄積して検索できる機能をおき、サブグループ機能を用いて一般住民と管理組合の理事会がつかえる専用のスペースのテンプレートを用意した。

このように特定のタイプのコミュニティの課題に即応できるような機能をもうけることで、先の国領の指摘にある持続可能な誘因と貢献の循環が生まれやすいような環境を提供しようと試みている。

c. 地域ポータルと地域 SNS との融合

第三のシステム的な特徴は、SNS サービス全体のトップページが宝塚市内の情報を網羅的に提供する地域ポータル類似の画面構成となっていることである。一般的な地域 SNS のログイン画面が、ID、パスワードの入力画面にすぎないのに対して、この点が大きな特徴になっている。図 2 に 2007 年 6 月時点でのトップページのスクリーンショットを示す。この画面は現状では手動により更新されているが、今後は SNS 内部の情報を RSS 等により収集して動的に表示する機能を付加する予定である。

また、SNS が全体として外部に情報発信するためのポータル機能だけでなく、コミュニティにはそれぞれ web ページを生成し公開する機能が与えられている。この機能によってそれぞれのコミュニティは CMS を介して簡単な操作で web ページを作成し公開することができる。公開レベルはコミュニティ内、SNS 内、Web への公開を選択することができ、公開レベルの異なる複数のページを置くことも可能である。図 3 にコミュニティ管理者グループ機能の中の Web ページ作成支援画面を示す。



図 2 地域ポータルと融合した e-zuka.jp のログイン画面

このように「いいまち宝塚」は SNS の機能と CMS の機能を融合することにより、閉じた SNS とオープンなポータル（あるいは Web サイト）という方向性のことなる二つの機能を融合し、コミュニティ内部での議論を広く公開することが可能となっている。Web 上にあえて閉鎖空間を作り信頼性を担保しようとする SNS は、ともすればそこでの議論までもが閉鎖的に陥りがちである。このような弊害を防ぎながら、内部の議論を外部に公開して外部の協力者を募る機能をもたせているのである。



図 3 e-zuka.jp の CMS 機能

V. まとめ

以上、宝塚で進めている民間主導の地域情報化プロジェクトである「いいまち宝塚」について、その推進組織と運用の特徴についてまとめ、その特徴を生かすべく開発した SNS システムの機

能について述べた。「いいまち宝塚」は同時期に多く出現した地域 SNS の一例にすぎないが、このプロジェクトを進めるプロセスと成果として得られた SNS システムからは、地域情報化に関わるいくつかの実践的含意を得ることができる。

丸田は、現在の地域は実体を失っていて主体たり得ず、地域は単なる空間的な拮がりではない、との認識を示した上で、地域情報化とは地域の人々が主体となって情報化を進める「地域での情報化」とであると定義する²⁸⁾。人々が主体であるなら、地域情報化は提供される情報システムの機能よりも、推進する組織や支援組織などのデザインにより注力すべきである。いいまち宝塚の事例でも、システムの仕様決定と開発よりも、組織形態の決定とサービス開始までの地域組織との連携に遙かに多くの時間と労力を費やした。サービスありきで人が集まる、という構図は少なくとも地域情報化システムでは想像しにくい。

さらに丸田は地域情報化の活動の場のデザインを「地域プラットフォーム」と「地域メディア」に分類し、地域プラットフォームが地域課題の解決を目的として限られた参加者の相互作用を引き出す協働の場であるのに対して、「地域メディア」は圧倒的に多くの参加者を抱え参加者間の情報発信や情報交流を目的とする点で大きく方向性が異なっていると述べる。この分類に従うなら、e-zuka.jp の主要な目的は地域プラットフォームの提供にあり、ログイン画面のポータル化とコミュニティ毎に与えた CMS 機能が地域メディアとしての機能を保管する構図となっている。では主要な目的である地域プラットフォームの提供に対して、オープンソースの SNS、たとえば OpenPNE は十分な機能を持っているといえるのか。

SNS の多くはメディアを指向している。SNS の利用は友人との交流や新たな友人の獲得が目的としており、いわば利用そのものが目的である。したがって、汎用的な SNS のシステムが地域プラットフォームとしての機能を有していないのは仕方ないことといえよう。しかし、情報化人材の不足、スキルや予算の制約により、多くの地域 SNS がプラットフォームとして OpenPNE を採用している。すなわち、容易な環境構築のツールが提供されたことによって、多くの地域 SNS は本来の目的を見失い SNS の構築そのものが目的化しているといえるのではないだろうか。SNS が mixi 風の機能とインターフェースを持つサービスではなく、関係性をコントロールできる機能を持ったサービスと再度ここで定義するなら、e-zuka.jp の試みとは関係性をコントロールする仕組みを用いて既存の地域コミュニティと新たに地域デビューする人材を結びつけ、地域の問題解決を図るためのシステムであるといえるだろう。

従来の SNS の機能をそのまま持ち込むだけでは、地域 SNS は地域 SNS たり得ないという認識の元に、地域 SNS 専用のエンジンも提供されるようになってきた。open-gorotto や OpenSNP などがそれにあたる。たとえ、これらのエンジンがそれぞれの事例に基づくベストプラクティスを提供しているといえども、その機能をそのまま移植するだけでは、地域の特性を考慮した問題解決のツールにはなりえない。丸田が地域プラットフォームにおいて自前の道具の必要性を強調

するのはこのためである。

これは企業の情報システム構築についても同様な指摘を行うことができる。ベストプラクティスを提供すると称する ERP を導入するだけで、既存システムの刷新と業務革新が可能なのではなく、Web2.0 を企業内に持ち込んで社内 SNS や社内ブログを汎用的なツールで構築しても社内のコミュニケーションが改善されるわけではない。それがたとえ企業 SNS 専用のソリューションと呼ばれるものであったとしても同様である。なぜなら、明確な目標の下に推進組織や運営方法まで考慮に入れた計画でなければ、いかに優れたツールを導入しても企業固有の問題は解決し得ないからである。

汎用的な情報システムでは目的が達成できないとすれば、自前の道具、すなわち再び自前でのシステム開発に戻るのだろうか。実際にはそのようなことは起きないだろうと推測される。今回の例でも e-zuka.jp が開発に踏み切ったのはコミュニティ機能の特殊性ゆえにデータベースの再構築が必要であった一点のみであり、他の機能は OpenPNE のカスタマイズで十分対応可能であることは検討の結果明らかとなっていた。目的さえ明確化されており、優れたオープンソースが存在するなら、これを利用して固有の目的に合致したシステムにカスタマイズすることはそれほど困難ではない。さらに今後は公開されている Web サービスを疎結合により組み合わせることでその可能性は拡大すると思われる。

いいまち宝塚プロジェクトは、2007 年の 7 月にサービスを開始した。同時に e-zuka.jp²⁹⁾は α バージョンの提供を開始している。ここでは利用状況をログにより採取することを予定しており、プロジェクトの実施効果の定性的、定量的分析については稿を改めて報告したい。また e-zuka.jp は秋頃を目途に β テストを終了し、その後システムを一般に無償で公開する予定である。その際には、宝塚の事例をベストプラクティスとして提供するのではなく、それぞれの目的に応じて部分的な利用も可能な形態での提供を考えている。

引用文献・注

- 1) 地域という言葉の示す範囲は曖昧な要素が多い。たとえば公文は時間距離で往復 1 時間程度の生活圏を「地域」と呼んでいるが、本稿では地域 SNS がサービスの提供範囲として想定したこのプロジェクトの対象となった宝塚市という行政区域を指す。
- 2) 丸田によれば 2006 年 1 月に 13 サイトであった地域 SNS は同年 8 月には 120 箇所を越えたとされる。
- 3) ごろっとやっちょろ <http://www.gorotto.com/> (2007.7.1)
ごろっとやっちょろのシステムをオープンソース化した OpenGorotto は以下の URL より入手可能である。
<http://open-gorotto.jp/> (2007.6.1)
- 4) IT 用語辞典 e-word による定義 <http://e-words.jp/w/SNS.html> (2007.7.1)
- 5) Wikipedia による定義 <http://ja.wikipedia.org/wiki/> (2007.7.1)

- 6) S.Milgram, "The Small World Problem", Psychology Today, May 1967. pp 60・67
- 7) Sixdegrees.com は 2000 年 12 月にサービスを停止し閉鎖された。
- 8) 「地域 SNS Friendster」、Friendster, Inc., <http://www.friendster.com/> (2007.7.1)
- 9) 「地域 SNS orkut」 <http://www.orkut.com/> (2007.7.1)
- 10) 「ブログ・SNS の現状分析及び将来予測」総務省、2005.5
http://www.soumu.go.jp/s-news/2005/pdf/050517_3_1.pdf (2007.7.1)
- 11) 国領二郎「地域情報化のプラットフォーム」丸田一、国領二郎、公文俊平「地域情報化認識と設計」第 6 章、NTT 出版、2006.5
- 12) 本稿ではプロジェクト全体を指す場合には「いいまち宝塚」を、プロジェクトの中での地域 SNS サイトを指す場合には e-zuka.jp を用いることとする。
- 13) 宝塚市の現状の認識と行政の課題についての設定は、宝塚市都市産業活力部部長村上真祥氏との個人的な情報交換によるところが大きい。
- 14) 関西学院大学、甲子園大学、宝塚造形芸術大学の 3 大学による宝塚市の都市再生への参画については、宝塚市の 2 度にわたる都市再生モデル調査の報告書、平成 17 年度全国都市再生モデル調査「地域住民自ら創る「生活サービス拠点」としての再開発ビルの再生手法調査」報告書、平成 15 年度全国都市再生モデル調査「『歌劇の街・宝塚』再生のためのビジネスモデル構築調査」報告書を参照されたい。また宝塚の調査については「新時代のコミュニティビジネス」福井幸男編、お茶の水書房、2006.7 が、逆瀬川の調査では「甲子園大学における地域連携―逆瀬川での健康増進事業を事例として―」福井誠他、甲子園大学紀要 No.33, 2005 に詳しい。
- 15) 「状況に埋め込まれた学習―正統的周辺参加」J.Lave, E.Wenger, 佐伯 胖(訳)、産業図書、1993.11
- 16) 庄司昌彦「地域 SNS の現状からなにを考えるか」情報通信政策研究会議配付資料、2006.11
- 17) 「地域 SNS Varry」、株式会社カプセルコーポレーション、http://www.varry.net/?m=pc&a=page_o_login (2007.7.1)
- 18) 「地域 SNS ショコベ」、ショコベ有限責任事業組合、<http://shokobe.com/> (2007.7.1)
- 19) 「地域 SNS ひよこむ」、インフォミーム株式会社、<http://hyocom.jp/> (2007.7.1)
- 20) 「宇野電子町内会」、e-uno.org,<http://e-uno.org/> (2007.7.1)
- 21) 「ひよこむについて」、インフォミーム株式会社、<http://hyocom.jp/about.php> (2007.7.1)
- 22) OpenPNE は手嶋屋が提供するオープンソースである。以下のサイトからダウンロード可能である。同社は ASP 版の SNS 構築 ツールも提供している。<http://www.tejimaya.com/index.php> (2007.7.1)
- 23) 筆者の数回の経験では、サーバ管理の初学者である学生 1 名が SNS の環境を構築するのに要する時間は 1 週間以内である。
- 24) 「SNS 構築ツール Clover」,
関西ブロードバンド株式会社、<http://www.kansai-bb.com/clover/> (2007.7.1)
- 25) 「住民参画システム利用の手引き」、総務省自治行政局自治政策課、
<http://www.soumu.go.jp/denshijiti/ict/index.html> (2007.7.1)
- 26) 「市民起業家―新しい経済コミュニティの構築」D.Henton, K.Walesh, J. Melville, 加藤 敏春 (訳)、日本経済評論社、1997.7
- 27) H15 住宅・土地統計調査、H17 宝塚市統計書及び宝塚市住宅政策課の調査によると宝塚市の住宅総戸数は 82,770 戸であり、うち分譲マンション戸数は 25,064 戸 (30.3%) である。

28) 「ウェブが創る新しい郷土 地域情報化のすすめ」丸田一、講談社現代新書、2007.1

29) いいまち宝塚の Web サイトには以下の URL からアクセス可能である。<http://www.e-zuka.jp/>

ただし登録されてない場合にはトップページのための閲覧となる。詳細についての資料が必要な場合には筆者まで連絡をいただきたい。