

地域ネットワークコミュニティの構築

北陸先端科学技術大学院大学 知識科学研究科

知識システム構築論講座

藤井速人

1 . はじめに

現在、地域振興において、「情報」が重要な地域資源として認識されるようになった。このため、国や多くの地方自治体においては、地域情報の効果的、効率的な活用法やそのための情報環境整備が、将来の発展に係わる重要な要件として位置づけられるようになってきた。

地域内外における情報発受信の媒体（メディア）としては、従来、新聞やテレビなどマスメディアや、自治体広報など狭域メディアが多用されてきたが、現在ではインターネットが飛躍的に発展しており、これを利用して地域振興の起爆剤としようという動きも活発化している。事実、企業や自治体の開設するインターネット・ホームページは既にカウントすることすら不可能な数に到達している。

ただし、インターネットを利用した地域振興の試みは、たとえどれだけの数の試みが既に実施されていようとも、未だ草創期にあるといっても過言ではないだろう。なぜなら、地域振興計画のプロセスの中でのその位置づけや役割が依然として不明確であり、インターネットの恩恵を地域が活用しているとは言い難い。このような状況を踏まえ、地域社会の情報化における地域ネットワークコミュニティの在り方を提案する。

2 . 電子コミュニティと NPO

電子コミュニティは、インターネット上で重要視されている。人々が集まり、パーソナルなインタラクションが集積されていく場であり、ここでは通常の間人的関係や社会的関係からは得られないような交流が実現する。また、NPO は、情報化社会において大きな役割を果たすことが期待されている。

2 . 1 電子コミュニティの〈虚〉と〈実〉

電子コミュニティは従来のコミュニティ概念とは多少異なっている。すなわち、これまでのコミュニティは地域という概念と深い関係があったわけであるが、電子コミュニティは必ずしも地域に根ざしているとは言いがたい。しかし、共同性というコミュニティ本来の性格から考えれば、電子コミュニティも既存のコミュニティと同様、あるいはそれ以上にこの特性を有していると言える。

コミュニティの定義に関する研究、中村八郎(都市コミュニティの社会学 1973)によると、

一定の地域的範囲をとまなうこと
構成員相互の交流があること
共通の目標・関心事等の絆が存在すること

以上が、大半のコミュニティ概念に共通して見られる要素である。

しかし、既存のコミュニティ概念に共通する三つの要素のうち、「一定の地域的範囲をとまなうこと」という規定は、電子コミュニティには該当しない。存在するかに見えた電子コミュニティは<虚像>にすぎないのだろうか？

最近の研究から地域的範囲をとまなうことがコミュニティ概念に必須のものであるという考え方よりも、むしろ「共同性」の重視という傾向が見られる。この背景には、従来であればコミュニティの単位として考えられてきた地理的範囲が、事実上その機能を低下させ、共同で何かをしたり、共通の関心を持つ人間同士の絆が失われてきつつあったのである。

電子コミュニティは、この「共同性」という点においては、従来のコミュニティと同様、あるいはそれ以上にこの特色を備えている。また、「構成員相互の交流」についても、従来のコミュニティ以上に密接な交流が行われる。

このように、電子コミュニティは「構成員相互の交流」「共通の目的・関心事等の絆」という規定を十分満たしていると言える。また、「一定の地理的範囲をとまなう」ということが、現在ほど様々なメディアが存在しなかった時期にこの二つの規定を満たすために求められた要因であったと考えれば、コミュニティの成立に地域性を求める必然性はもはや存在しないと考えることができる。

電子コミュニティは、<虚像>などではなく、これまでのコミュニティと同様、あるいはそれ以上に<実像>を持つコミュニティであると言える。

2.2 インターネット・NPOの相互作用

NPO(Non Profit Organization)...公共性のあるサービスを提供する民間の非営利事業。例えばアメリカのNPOでは、低所得者層に安い住宅を供給したり、移民に雇用・学習の機会を提供したり、都会の空き地で草花を育てることでスラム化を防ぎ近隣のコミュニケーションを回復するなど、社会のための活動をしている。

NPO のネットワーク...情報共有による補完と連携

「すまいづくり・まちづくり NPONET」 (<http://www.smnpo.gr.jp/>) は「圧川まちづくりハウス」(住民主体の街づくりを地域の専門家の立場から支援する (<http://www.tamamati.com/>)) などのまちづくり非営利事業の支援を目的としたネットワーク。このサイトの「支援ボックス」のコーナーには助成活動をしている全国各地の財団や社団法人のリストが掲載しており、資金源の情報を共有できる。

「NPO こねくと」 (<http://www.jpop.or.jp/connect/>) には「NPO リンク」があり、全国の NPO がリストアップされている。このリンク集は「NPO が相互に連携することで、有益な情報を共有するとともにお互いに経営資源を補完し合って、NPO の活動基盤を確かなものにしていくきっかけにする」という理由からつくられている。営利企業は情報を隠そうとするが、NPO の場合は、なるべく情報を共有して、たがいに協力し連携することが活動の基本となる。そこでインターネットが重要な役割を果たす。

インターネットを使って非営利組織が大きな力を発揮した代表的な例が「地雷禁止国際キャンペーン ICBL」 (<http://www.icbl.org/>) である。

ICBL は各国の NPO や NGO をネットワークし、自国の政府に地雷禁止も踏み切るように働きかけるよう呼びかけるほか、各国政府に圧力をかける活動を始めた。この草の根的なネットワークが大きな力を発揮し、「対人地雷全面的禁止条約」が発効された。ノーベル平和賞を受賞した ICBL 代表のジョディ・ウィリアムズは受賞に際し「地雷廃絶運動の陰の立役者はインターネットだった。」と語った。世界中の NPO や NGO が ICBL の主導でネットワークされ、ひとつの目的を達成していく様子からは、これまで営利企業などでメインだったピラミッド型組織とは異なる、ネットワーク型組織の有効性と必要性が明らかになったといえる。

インターネットは、NPO どうしの情報共有を容易にし、それに基づく「協働的な関係」の可能性を飛躍的に広げつつある。

3.1 デジタルネットワークと地域の情報化

人口・諸機能の都市圏集中が依然続いている。地方では高度経済成長期以降、ほぼ一貫して若年層を中心とした人口の流出が続き、過疎化と高齢化が続く。そのような中で、地域社会を情報技術を用いて活性化しようという動きが強まっている。

そのような中で地方からの情報発信が必要とされている。しかし、都道府県別情報発信量において、依然東京が20%近くを占めている。

<http://www.yusei.go.jp/policyreports/japanese/papers/h12/2-index.html>

また、インターネットユーザーの90%が東京のグローバルサイトを見ている。(山形大学研究より)

これは現状の物理的格差以上に情報の偏在がインターネット上に現れていることを示している。

このような現状で地域はどのように情報化を行えばよいのだろうか？

3.2 地域に根ざしたコンテンツによる利用促進

インターネットを利用した地域振興は本当に可能なのだろうか？

地域活性化、地域産業振興、地域連携、街づくり、市民サービス向上など様々なキーワードを掲げて、1980年代以降、全国いたるところで地域情報化のための取り組みが進められてきたが、その多くは、情報インフラの整備に重点を置く傾向が強く、本来の狙いを十分果せてこなかったことが問題として指摘されている。しかし一方で、地方分権への流れ、インターネットを中心としたITの普及、高齢化・少子化問題への対応など近年の社会環境下においては、地域社会が抱える諸問題解決のためのアプローチとして、従来の情報インフラ整備から脱却した、地域に根ざした真の地域情報化への取り組みが不可欠となっている

インターネットによって、地域内の人々間の交流が盛んになり、相互の理解や一体感がまして、ひいては地域を活性化することになると期待されている。しかし、コンピューターによるコミュニケーションには物足りなさを感じるのは事実であり、オンライン上だけでなく実際の地域内外の人々の交流が促進される必要がある。そのためのコンテンツ作りが重要である。

3.3 地域にコンテンツを用意し、電子コミュニティを生み出す

コンテンツの集積が用意されなければ、それ以上の人やコンテンツが集まらず、コミュニティが形成されないことになる。従って、コンテンツや人を集めるための基盤となる基礎コンテンツをどのように地域として整備するかが重要である。

例えば、観光をテーマにホームページを作った場合、行政が名所案内などを公式ホームページで作ることが多い。自治体のホームページには必ずといってよいほどその案内があり、ユーザーとしては探しやすく、特に他地域からのアクセスはそこを最初の入り口として利用を考えるだろう。ただし、公式であるため、差し障りのない一般的な情報にならざるを得ず、旅館やお土産店、レストランなど、観光旅行者へ直接連絡できるような具体的な広告的情報は載せられないようである。

反面、それらの名所に行った感想はよく個人ホームページで見かけられ、その旅行者独自の経験や知識などからの体験感想は結構な人気を博す。かといって、やはりそれは偏見、かつ狭い経験談であるかもしれない、見る側としては面白い情報であっても信用するかどうかは別問題となる。そこでより信用ある情報・知識が欲しいということからいわば半公式なもの、例えば個人ではないが企業が会社の信用を掛けて掲げる情報などを求めることになり、旅館やホテル自身が作ったホームページ等が利用されている。しかし、これもまたひとつの旅館だけでは不安であり、その地域の複数の旅館のホームページが旅館業界として用意され一覧になっているとより便利であり、見比べて安心できる。

つまり、観光ひとつ取り上げても、行政だけでなく、企業、さらには企業を束ねる業界のもの、さらにはその顧客であるユーザー個人の経験情報などが一体となってまとめられていて欲しい、と情報提供者も利用者も願うのではないか。そこで、地域ホームページとしてはそれらを総合的に案内するホームページを用意する必要がある。

また、この総合案内のホームページをどこが作るのか？ということが問題になる。ここではNPOがその役割を果たすことが期待されるであろう。NPOであればそこで活動したことがビジネスにも使えたり、行政でも使ってもらえたり自由度が増す。行政と企業との等距離にあるNPOならば必要な関係性を持ってサイトを構成することができる。

4. まとめ

現在、行政主導で地域社会の情報化が進められている。例えば、電子自治体の実現によって、行政サービスがより効率化され、地域住民にとって利便性が高まることも重要ではあるが、インターネットを効果的に活用することにより地域内外の人々の交流が盛んになり、相互の理解や一体感が増して、地域を活性化することが地域社会に最も必要とされるのではないだろうか。

そのためには、地域ユーザーの動向を把握したうえで、地域内ユーザーにとって利便性があり、地域外ユーザーにとっても分かりやすいように情報が一元化された、地域内外の多くのユーザーが集まり活発な交流がオンライン、オフラインにおいても生まれる地域総合サイトが必要であろう。

参考文献

- ・山形大学工学部 情報科学科 上林憲行 教授
- ・電子ネットワーキングの社会心理 コンピュータ・コミュニケーションへのパスポート 川上善郎・他 誠信書房
- ・インターネット共創社会 山本真人 WebMag 編集部 光芒社
- ・地域情報化における産官学連携の在り方について 岩手県立大学 ソフトウェア情報学部 2000
- ・インターネット空間の社会学 吉田純 世界思想社
- ・IT革命 根拠なき熱狂 柳沢賢一郎 2001
- ・平成12年版通信白書

山形大学上林教授のコメントより

グローバルポータルサイトと地域ポータルサイトとの違いは？

- ・ ポータルサイトの意味合い
- ・ コンテンツの構成
- ・ 運営の方法

ポータルサイトの例

- ・ 地域情報検索エンジン「時空」…… <http://www.jicoo.co.jp/>
- ・ サッポロ・フューチャー・スクウェア <http://www.sfs.city.sapporo.jp/top/>

地域ポータルサイトの運営支援