

地域社会サービス試論

上林憲行

nori@eie.yz.yamagata-u.ac.jp
山形大学工学部 情報科学科

概要：

ネットワーク社会の進展にともない、地域の情報化（コンテンツとサービス）の重要性の認識が進んできている。本稿では、特に地域コンテンツ及びサービスを基軸とした地域社会の情報化の現状と戦略についての問題提起と提言を行う。

英文タイトル：

Discussion and Proposal on Internet Service and Contents Strategy for Local Community

英文概要：

In connection with development of network society, recognition of the importance of computerization (contents and service) of local community is progressing. Especially in this paper, the problem institution about the present condition and the computerization strategy of contents and service for a local community are performed.

1 コミュニティ・ソリューション：～第3のドメインの登場～

インターネットやパーソナルコンピュータ（PC）の急激な社会的な浸透に伴い、それらは21世紀の新しい社会インフラとしての意味合いがますます大きくなってきている。

現在までの、インターネットやPCの社会的な浸透を歴史的に振り返ってみると、まず『仕事(カセギ)の場:第一のドメイン』を中心として企業のビジネスプロセスや組織内コミュニケーションの変革のためにイントラネット、CSCW/GW等が鋭意導入され、『仕事(カセギ)の場』の情報化が真っ先に進んだといえる。一方、PCの驚異的な低価格化とインターネットのオープン化及び電子メールと並ぶキラーアプリケーションであるWWWの登場で、『家族・個人の営み(プライベート)の場:第2のドメイン』をターゲットにした市場の進展がもたらされてきている。

このように、カセギの場、プライベートな場への情報化が進んできているが、人々のコミュニティを通じた自発的な社会参加や公益的・互助的なサービスの享受に関する地域社会とのインタラクション支援等に関しては体系的な視点で検討がなされていないのが現状である。

つまり、地域社会やコミュニティを通じた社会への参加・交流・創造などを提供する場としての『第3のドメイン:社会参加交流の場』を対象とした、サービスやコンテンツがネットワーク社会の重要な柱になることは間違いないと思われる。プライベートな個人や家族の場も、地域社会と密着した生活の拠点を構成することから考えれば、家庭の情報化は、究極のところ地域の情報化（地域社会とのインタラクション）の充実なしには成立しえないと考えられる。第3のドメインに関する構図を図1に示す。また、インターネットソリューションと地域社会デザインの可能性を図2に示す。

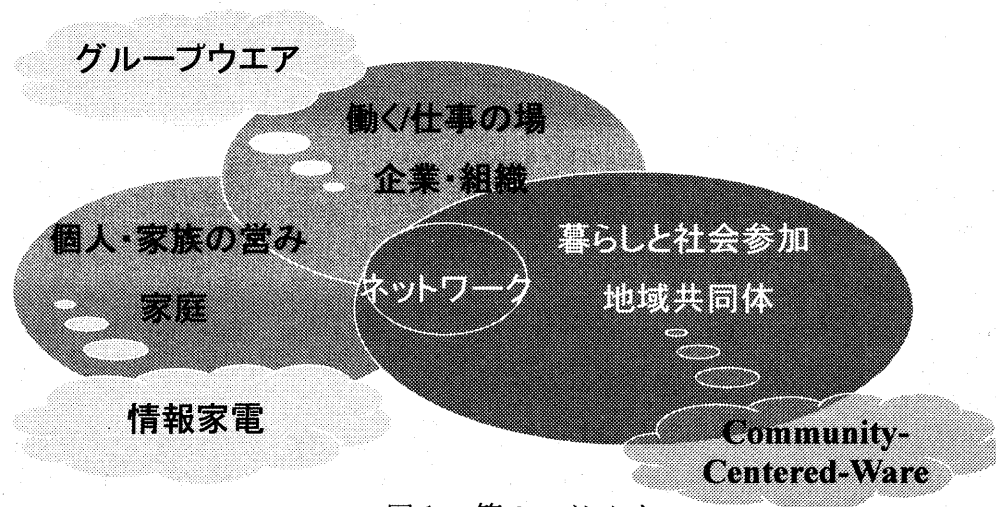


図1 第3のドメイン

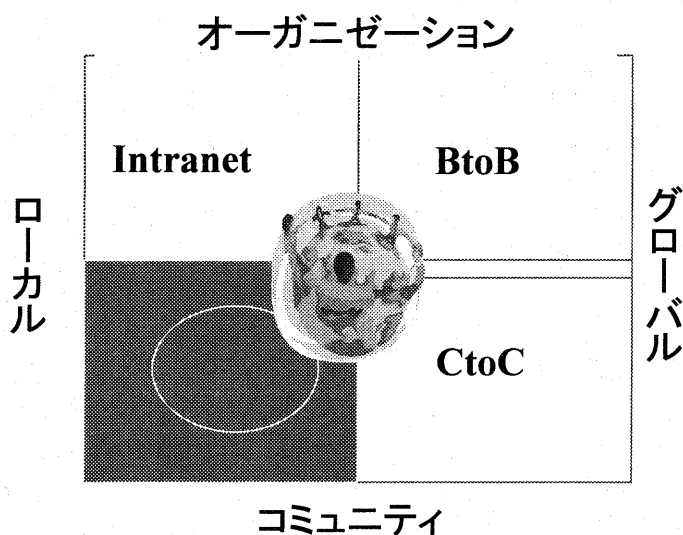


図2 インタネットソリューションと地域社会デザイン

2 地域社会の情報化ビジョン：

2.1 基本認識：

ここでは、地域社会の情報化ビジョンの前提となる基本認識について述べる。
(参考文献 3、4)

- 地域社会にとって、情報通信革命がもたらす情報とネットワーキングの力を借りてオープンで闊達な県民意識の醸成を促し、地域社会における硬直的な縦型社会や公的依存体質などを変革するドライバーの役割が期待される。つまり、地域社会の伝統的な価値を取り込んだ 21 世紀の地域社会を支える新しい自発的共益の共同体構築の土壌となる。
- 情報通信革命は、都市的な人口集約性に準じて提供される各種の高質の公益的サービス（教育、医療、介護等）をリーズナブルな社会的コストで地域社会でも享受できるような社会基盤を提供する。
- 情報通信革命は、地域社会が新しい経済圏の構築、つまりネットワークを取り込んだ新しい商圈の考え方、地域社会が主導権を握る新しい流通機構や市場の創出のビッグチャンスとなる（何もしなければ、逆に機会損失につながる）
- 地域社会にとって、情報通信革命は、高度経済成長期のモータリーゼーションによる中心商店街の衰退以上のマイナスインパクトをもたらす懸念がある。具体的には地理的な地域社会を越えてボーダレスに人材、情報、資本（お金）のマクロシフトが起こり、その結果として地方と東京の格差がさらに顕在化する。

以上、情報通信技術のプラスインパクトを戦略的に取り込みマイナスインパクトを回避する、地域社会の視座に立脚した創造的な戦略シナリオを作成することが地域社会の最重要課題である。

2.2 地域社会における戦略的な意図と狙い：

以下、地域社会における戦略的な意図と狙い及び意味付けについて述べる。

インターネットの地域社会にとっての内なる意味付けは、県民による参加、交流、創造の苗床となる、開かれたコミュニケーションと社会参加を促す地域コミュニティを繋ぐ強力な戦略的コミュニケーション装置として位置付けることが肝要である。また、インターネットの外なる意味付けとしては、インターネットを地域からの単なる情報発信装置にとどまらず、他の地域・世界との地域を超えた様々な経済的、社会的、市民的、教育的、文化的、連携や交流のための戦略的メディア装置として位置付けることが肝要である。

さらに、インターネット空間を戦略的に活用し、それぞれの地域の独自性を活かし県民に IT の恩恵が身近に豊かさを実感できる社会システム（サービス、コンテンツ）を重点的に開発すべきである。具体的には、以下の通りである。

- 居住地域を超えた相互にネットワーキングされた地域共同体の構築：
ネッチズン構想、各市町村単位で推進し、心域共同体としてオンライン組織化を行い、ヒューマンネットを強化する。
- 新しい関係性を生み出すオンラインコミュニティの場の設営：
県民各層の幅広い参加、交流を活性化し新しい関係性を構築するオンラインコミュニティの場と支援を行う。
- 新しい経済圏（生産、流通、販売、顧客関係性）の構築：

地域ブランド戦略及び地域マーケティング戦略構想、インターネット上に、強力な地域ブランド発信基地を設営と、地域外からの利用者の集客能力を高める施策を具体化する。

- 新しい生活・文化・教育圏とそれらを支えるコミュニティサービスの構築：
住民の地域教育、地域文化・スポーツ、生涯教育への参加交流を活性化することを具体的に支援する情報共有や人的交流の場を含めたコミュニティサービスを提供する。
- 新しい公共的公益的なサービスの構築：
地域医療サービス、セーフティネット等の県民ニーズの高いサービスを計画的にかつ重点的に整備する。
- 新しい行政サービスの構築
県民へのタイムリーな情報公開による行政プロセスの透明化と、街づくりや環境等の地域住民参加が必要となる市民参画型地域社会デザインの効率的な実現、行政サービスのワンストップサービス化等、住民本位のサービスを粛々と進める。

また、上記の地域サービスやコンテンツを整合的に進める上で共通のプラットフォームとして必要となる地域情報空間の都市計画を戦略的に構築する。

2.3 地域社会サービスの構築へのアプローチと KFS

- ビット&アトム空間の統合デザイン
情報空間(その構造化)とリアル空間のパッケージデザインが 21 世紀の新しい都市計画及び地域社会デザイン
- 3 レベルの社会的空間距離
4 里(徒歩や自転車距離)、40 里(通勤・通学圏内、商圈)、千里(グローバル)を基軸としたコンテンツ&サービスを構成する。(1 マイルコミュニティ問題への解決策)
- 三位一体で推進
地域コンテンツ&サービス、インフラ、ヒューマンシステムをパッケージでデザインすることが必要(社会システムの構成要件)
- KFS
地域の当事者、アーキテクト、学際的専門家のコラボレーション(モード2の実践)

参考文献

- (1) 金子郁容：“コミュニティ・ソリューション” 岩波書店
- (2) 牧野二郎：“市民力としてのインターネット” 岩波書店
- (3) 上林憲行：“地域情報化戦略試論:課題、ビジョン、ツール” 情報処理学会情報メディア研究会資料 38-1、2001.3.9
- (4) 上林憲行：“インターネット空間を包含した地域社会デザイナーWEBLOGY と地域情報空間” 情報処理学会情報メディア研究会資料 39-3、2001.3.23