

地域社会の情報化戦略試論：課題、ビジョン、ツール

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：

本稿では、未曾有の情報通信革命は、地域社会に第一義的にどのようなインパクトをもたらすのか、またどのようにすれば地域社会にその恩恵や福音がもたらされるのか等について地域社会の情報化の現状把握を踏まえ課題提起することを試みる。またそうした地域社会の課題認識に基づいた情報通信技術の戦略的活用シナリオについての試論を試みる。

英文タイトル：

Proposal on Internet strategy for local Community : Issues, Vision and Tool

英文概要：

This paper describes the advanced discussions and strategic proposals on Internet strategy for local community design:

An unprecedented information and communication revolution brings a local community what impact in primary meaning -- moreover, if it carries out what, it will try that the great benefit and good news are brought to a local community and to base on it and carry out subject institution of the present condition grasp of computerization of local community. Moreover, the strategic practical use scenario of the information and communication technology based on subject recognition of such a community is tried.

1 はじめに

インターネットがもたらすコミュニケーション革命性については、産業論・経済論の視点から様々な角度から声高な議論がなされている。もっとも特徴的な言説は、あらゆる活動がボーダレス化、グローバル化してゆくことの意味の問いかけである。

現実のITに関連する議論や施策をみると、この変化の意味を自分自身の視座から自ら考えることなしに、盲目的に追従しており、危惧される状況である。例えば、地域社会や発展途上国等の視座に立ち、情報通信革命が地域社会にもたらす意味は何かについての議論はほとんど皆無である。

昨年、政府のIT戦略会議で提案された内容をもて、地域社会の視座からの具体的なメッセージは残念ながら盛り込まれていない。

地域社会のITに関連した課題として上がってくる電子自治体、IT講習会、地域通信インフラなどの巷間を賑わしているものが、本当の地域社会にとっての重要課題であり、投資対象なのか大いに疑問である。情報公開と電子自治体、デジタルデバイドとIT講習会、地域通信インフラ格差とIXの施策により、地域社会が抱える課題がどのように解決され、また地域社会の経済的自立や地域コミュニティの再生などの重要な地域社会の課題に対していかなる形で寄与してゆくのかまったく見通せない状況となっている。このままでは地域社会が情報化の本質的なメリットを享受できなくばかりでなく、ニーズなき公共投資のバラマキと同じ、中央、行政への過度の依存体質を引きずる結末を迎えることになりかねない。

もうひとつ大きな視点は、「情報」の意味である。例えば、従来、情報と名のつく学問分野は、工学系に位置付けられている（情報工学、情報科学等）。しかるに、「情報」は、今日、近代科学技術のパラダイムである要素分

解型のひとつの領域であるという認識から、「情報」は、人間のあらゆる活動の統合的かつ横断的な問題解決の枠組みを提供するものとしての認識され情報学という認識が強く浸透してきている。同様に、国家や企業の組織体も、地域社会なども、既存の他の分野とは別に、情報という分野及び情報という施策が存在するのではなく、あらゆる活動を総合的かつ横断的に包含して、すべての活動とその相互関係性を一段高いレベルに昇華する、格好の変化の駆動力として位置付ける認識が重要となる。

本稿では、未曾有の情報通信革命は、地域社会に第一義的にどのようなインパクトをもたらすのか、またどのようにすれば地域社会にその恩恵や福音がもたらされるのか等について地域社会の情報化の現状把握を踏まえ課題提起することを試みる。またそうした地域社会の課題認識に基づいた情報通信技術の戦略的活用シナリオについての試論を試みる。

2 地域社会とインターネット

ここでは、地域社会と情報通信技術の関連で議論されているトピックスについて言及する。

2.1 コミュニティソリューション：

もうひとつの世界観

現在のグローバル化、市場主義などの流れだけでは21世紀の社会問題解決は不可能であり、企業（ビジネスセクター）も、政府（パブリックセクター）も本質的に問題解決のイニシアティブをとることが不可能な状況になっているという認識は急速に浸透してきている。

著名な経済学者であるピータードラッカーは「21世紀の社会的課題解決の主役はNPOやNGOに代表されるソーシャルセクターである」と予見している。〔地域〕経済制度と共同体の再生を両立させるものとして期待を寄

せている。

また、寺島実郎は、中央公論紙上で、カセギ《経済的自立》、とツトメ《共同体維持のための公的貢献》の両立を基軸とした社会構造の必要性を指摘している。特に、都市部では、会社がカセギの場であり、擬似的な共同体参画（ツトメ）の場としても色濃く意識されてきたが、昨今の会社〔組織〕とそこに集う個人の関係は、極力カセギの論理を前面に出し、ツトメの論理を排除してきている。その結果、都市部周辺部のいわゆるベッタウンに住む大多数の市民は、個人（家族）が裸で社会と対峙する圧力にさらされる結果となっており、個人の社会参加と帰属の喪失感が各自の不安要因を形成していると考えられる。以下、多少長文であるが、寺島氏の論述を引用する。

『例えば、都市のサラリーマンの心象風景を想像してみるとよい。多くのサラリーマン（都市新中間層）は戦後の右肩上がりの経済を背景にした終身雇用・年功序列の仕組みの中で所得の漸増と社内組織での昇進を享受することができた。「今年よりも来年はよくなる」ことが実感できた。また、昭和三十年代以降、地方から吸い出されて東京に職を求め、東京周辺の新興住宅地に居住し始めた人達にとって、盆暮れに帰郷する時に目撃する故郷が産業の集積地（都心）で集めた税金の「公共投資」という形での配分を受け、「少しはよくなっている」ことを実感することは、肉親を置いて田舎を捨てた贖罪意識もあって素直に安堵を覚えるものであった。ところが、九〇年代を通じて都市新中間層の心理は大きく変化した。グローバリズムという名の競争主義・市場主義が浸透し、「強い者はより強く、弱い者はより弱く」という風景が現出したこと、さらには右肩上がりの配分も昇進も期待できない事態が常態化したことによ

て、都市のサラリーマンは心の余裕を失いつつある。昨夏の総選挙において、「公共投資バラマキ批判」が都市部で吹き荒れたのも、東京都知事の「外形標準課税」に拍手が起こるのも決して偶然ではない。都

市のサラリーマンは、自分の置かれた状況への殺気だった気分のなかで「都市で集めた税金を都市のために使うのは当然」という心理に傾斜し始めたということなのである。』

さらに、こうした主張を補完するものとして、

・野坂昭如「日本の現代都市からはコミュニティが脱落しつつあり、コミュニティを再生することも急がれている」

・ダニエル・ベル「ポスト産業社会は、社会的単位が個人ではなく、むしろ共同体であるような共同社会である。」

・アンダーソン「コミュニティはイマジナリー・メモリーによって維持されている」等の主張も同じ問題意識に根ざすものと考えられる。

また、金子郁容は、コミュニティソリューションという概念提起を行い。インターネットが提供するコミュニティ形成力が、実は伝統的な地域共同体（結、講、座）と同じ作用の結合力をもっていることを指摘している。

「結・講・座といった日本の伝統的コミュニティのあり方をインターネット等の新しい社会インフラを加味して今一度見直し、現在の混沌とし閉塞感に囚われつつある社会に新たな展望を見出していこう」と主張している。

またインターネットが新たなコミュニティ形成の可能性に対しての以下のような見解を述べている要約すると以下の通りである。

➤ サイバースペース上の「情報」は相互的、関係的、複合的、編集的であり、プロセスとして自発的参加 → 情報供出 → 関係変化 → 編集共有 → 意味創発を形成し、人々の新しい関係性構築を誘引する。こうした情報 がもたらす複合的相互性は、ネットワークコミュニティ上に幾層もの編集的關係性をつくりあげていく可能性を十分に示している。

➤ インターネットと伝統的共同体の重要

な共通点」としては、マーケットメカニズムから距離をおいたオーガニックな存在であること、組織構造としてはいずれもヒエラルキーにはなりにくいこと、組織は権威者によってコントロールされるのではなく、基本的には双方ともセルフガバナンスの形態をとる。

- 共同体の運営や発展維持は、ルール・ロール・ツールという三種の神器により遂行される。ルールは、自生した規則性＝制度＝もてなし＝ホスピタリティとして、ロールは、自発的にわりふられた役割性＝組織＝ふるまい＝パフォーマンスとして、ツールは、交流のための道具性＝メディア＝しつらい＝デバイスとしてそれぞれ連携して機能している

これらのコミュニティの性質を看破した上で、金子郁容は「コミュニティの確立こそ危機管理の基本」として、コミュニティ再生及び創生の必要性を論じている。さらに具体的な問題として、コミュニティという特性を理解できる人々がめっぽう減っていること。何がコミュニティであり、そのコミュニティがどのような機能をもちどのように共同知を発揮するのか、それがいつどのように役に立つのか、多くのことが忘れられてしまったことを指摘している。

こうした議論のから、コミュニティ再生の可能性のよりどころは、今日のさまざまな活動に適用しそうな知恵がふんだんに隠されている伝統的共同体（結・講・座）からの知恵を学び、インターネット等の新しいツールを戦略的に活用して、新しい概念の地域社会モデルとその中核をなす共同体デザインを構築する試みが重要となる。

2.2 CBEと地域通貨：地域社会の有形・無形資源の持続的循環構造

地域社会を考える上で、経済的な自立性と、

地域社会のかけがえのない資源つまり豊かさ、絆、知恵、環境、人材などを地域で共有し、循環させ、世代を超えて継承することが地域の最大の命題だと考えられる。地域社会では、「真土不二」等に代表される地域に産出する食べ物を食べて暮らすのが健康に一番良いという伝統的な考え方や、農業などのあり方も、有機農業などに見られるように循環型社会の理念は先取りされている。

然るに、地域社会の主体的な変化の意思とは別に、技術革新など帰結として地域の構造変化がもたらされてきている。構造変化は代表的な例は、モーターレーゼーションの到来によって、地域における人やものの流れが変わり、それぞれの地域の中心商店街は昔の賑わいを取り戻すことが出来ない状況が全国津々浦々に起こってきていることである。この変化は、モーターレーゼーションによって、車でアクセスが便利な郊外の交通路に沿って郊外型大型店舗が出現し、また人やものの基本的な流れが変化し地域内の構造変化がもたらされたと考えられる。しかし、大きな意味で地域住民は、地域内の店舗でものを購買し、郊外型店舗も地域の雇用を生み出すという意味では、地域で産出された富が地域外へ流出する事態にはつながらなかった。

翻って、インターネットが地域社会へ浸透することによって、地域社会はどのような変化の圧力にさらされるのかが問題となる。一つの結論は、モーターレーゼーションが地域内の構造変化をもたらすことになったが、インターネットの浸透は、まさに地域社会全体がグローバルな空間に裸でさらされることとなり、地域利用者は、グローバルなサイトからの圧倒的な情報とサービスの空間を遭遇することになり、地域と東京の情報の偏在と格差が実世界をはるかに凌駕する形で現出することになる。情報の偏在のみでことが済むのであれば問題は最小化されるが、地域利用者は、今まで地元で購入していたものをグローバル

サイトから直接購入することが可能となり、従前、地元へ還元または循環される富が、そっくり地域外へ流出することが容易に想像される。グローバルにEコマースが急激に伸びるということは、地域社会にとって富の地域外流出を意味する。これは、無作為であれば、地域全体が経済的に没落することに他ならない。つまり、インターネットの第一義的な地域社会へのインパクトは、地域社会における富の流出による経済的自立を決定的に脅かすことである。地方ではIT講習会が大々に行われているが、これは一方では経済的自立を重要な政策課題としながら、一方では経済的自立を足元から脅かす施策を平然と行うという神経には驚かせる。

様々な視点から、地域通貨、エコマネー、LETS等(参照)が、21世紀の地域社会あり方のキーコンセプトとして大変関心が集まっている。これらについては専門的な立場から解説がありますので、末尾の参考文献や日本での実践事例などを参考にされたい。LE.T.S(Local Exchange Trading Scheme : 日本では地域経済振興システム)。LETSは地域のコミュニケーションを活性化し、お互いが助け合い、生き甲斐を持つ地域づくりを目的にしている。

ここでは、地域通貨に関連して、地域社会とインターネットインパクトに焦点を絞って議論を進めることにする。

地域社会にとっては、インターネットの浸透によるマイナスインパクトを考えると、市場経済やグローバリズムに対抗して地域のコア資源流出を守る意味からも、また生活圏コミュニティの交流や互助的な活動を促進する意味においても地域通貨は最重要な地域社会デザインの柱の一つとして取り上げるべき戦略的課題だと考えられる。つまり、地域社会の経済的自立を、制度や仕組みまたは地域の

意思として担保し、共同体としての相互扶助のシンボルや証として富や知恵や善意、そして信頼や絆の循環や交換システムを地域社会自身が積極的かつ主体的な意思としてもつべきであると考えられる。

数年前に欧米で実験され、その後、発展が途絶えてしまった、ICカードや電子マネーを導入した実験モデルが日本でも経済産業省の肝いりで進められようとしているが、こうした施策も地域通貨などの概念を持ちこまない限り、個々の利便性だけを前面に押し出して展開すると、結果として、グローバリズムの格好の餌食となることは目に見えている。

地域社会の経済的な自立に向けて、CBE (*Community-Based-Economy*) とITの戦略的な活用をいかに総合的に進めてゆくかが地域社会の21世紀の課題となる。

2.3 デジタルシティアプローチ：

情報通信路から情報空間認識へ

地域社会とインターネットの関連で着目されるのが、デジタルシティアプローチである。欧米を中心に様々なプロジェクトが現在進行中である(末尾のURLを参照)。日本では、京都デジタルシティアプローチが先駆的な事例として著名である(参考URL)。

このアプローチの本質的な意味は、インターネットを単なる通信路または双方向性メディアとしてではなく、都市空間または地域空間としての可能性を示唆していることである。個々ことの意味は非常に大きな意味を持っている。

米国では、インターネットの驚異的な爆発に際して、「インターネットは、コロンブスの新大陸発見以来の出来事で、人類は新しいフロンティアを獲得した」という認識が示された。これは、現在、世の中を席卷しているインターネットの持つ認識、つまり個人がグローバルな情報発信能力を獲得したとの意味とは次元の違う視点や可能性を提供している。

しかしながら、地域情報サイトのアプローチの大半は、観光客やビジネスマンつまり訪問者に対するシティガイドやマップとしての位置付けで進められている。が地域住民や地域コミュニティにとってインターネットが新しい地域空間であるという認識が希薄である。せいぜい、地理的な地図空間をサイバースペースに持ち込み、ワンダリングできることを狙ったものであり、現実の都市や地域空間をサイバースペース上に写像した域を越えていない。

インターネットがもたらす情報空間の可能性を最大限活用するためには、インターネットが提供する地域の情報空間を勘案して、どのように現実の都市や地域デザインの体系に組み込むかという視点からのアプローチが重要となる。その意味で重要となるのは、地域のインターネットが提供する情報空間をどのように構造的にデザインするかという観点と、地理的・物理的なレベルの都市計画だけでなく、情報空間をも取り込んだ総合的かつ一体的な地域社会デザインが、21世紀の地域・都市のランドデザインとして位置付けられるべきである。

もうひとつ重要な論点は、「箱」や「道路」の設計だけでなく、「人とコミュニティ」に焦点を当てたデザインの必要性である。地域社会では、高速道路網、新幹線、空港等のアクセス手段に関しては、それこそ鋭敏にかつ政治的にも反応する。インターネットという、グローバルで双方向性の情報流が無差別にかつ瞬間的に地域社会の意思とは別に浸透してきている現状を踏まえ、地域社会はどのように戦略的に対応するべきかが、問われていることの本質だと考えられる。例えば、インターネット空間の玄関口（ポータルサイト）や地域情報空間のハブサイトは、またそれらを踏まえた地域情報空間の構造化が重要な課題と考えられる。

また、別な観点からは、インターネット＝

ホームページという短絡的な発想を乗り越えるためにも、ITSなどに代表されるリアルワールドとデジタルワールドが渾然一体となった立体的な地域空間構成とサービスを構築するのも意味があると考えられる。

2.4 地域イントラネットの実験：先駆的な事例からの教訓

インターネットの爆発以来、インターネットがもたらす新しい可能性が、様々な組織で壮大な実験が試みられた。インターネットが不特定多数の個人をその構成の基本と想定しているが、企業や行政組織などは、その構成メンバーだけを対象とするイントラネットが急速に浸透してきている。企業内イントラネットの主な目的は、情報や知識共有であり、またインフォーマルコミュニケーションやコミュニティ形成の促進である。今では、企業にとってイントラネットは欠かすことのない重要なコミュニケーションインフラに成長してきている。

また、その概念を地域社会へ転用して、地域イントラネットと呼ばれる試みが行われた。この背景には、インターネットを地域社会やそこでの生活者及び地域のコミュニティ活動を豊かにする立場で眺めると、地域社会の身近な情報、米国流には、1マイルコミュニティの情報の欠落が問題として提起された背景がある。

初期的な地域イントラネットの実験は、その意味では、グローバル化に対抗する価値軸を提示したものであり評価できる。しかし、実際には、主体的な住民参画がないまま、行政（第3セクター）主導の補助金によるプロジェクトでシステムを開発して終わりという状況が多発してことごとく地域へ定着することなく、プロジェクト終了時点で、インターネットの藻屑となっている。こうした地域イントラネットの失敗は、住民参加がないお仕着せのプロジェクトであること、さらに運用

を含めた仕組みやヒューマンシステムをデザインに組み込まなかったことが大きな要因であり、これらアプローチは、論外である。

もうひとつの教訓は、地域イントラネットを、クロースドコミュニティとして構成するのか、オープンコミュニティとして構成するのかの選択である。CCCI の緑園都市イントラネットは、地域の住民の参画を得て、任意であるが、自治会等の協力を得て地域を挙げてメンバー登録を促すという試み、行政主導でないことも評価できる。そして、完全に居住住民を対象に、クロースドなコミュニティ世界を構築して新しい可能性を模索したことは、その意味では実験的な価値が高いと評価できる。クロースドコミュニティとして構成したの最も大きな理由は、住民のプライバシーの観点からで、そうすれば忌憚なく発言し安心して地域社会の交流などが可能という仮説に立脚している。しかし、実際には、人々のインターネットを介しての交流の願望は、プライバシーを維持しながら、ネット上のプレゼンス（劇場効果）を楽しみたいという2つの一般的には相反する要求を両立させるかが本質的な課題となる。しかし、最大のネックは、クロースドな世界に対する各自の参加のモチベーションやエネルギーが継続的に維持できるかという問題に直面することになる。情報も、自己プレゼンスもインターネットの方が遥かに魅力的なわけであるから。こうした問題は、パソコン通信 VS インタネット、マイクロソフト社 VS オープンソフトウェアソースコミュニティ等なども同類の問題の範疇になる。

ここでの教訓は、地域イントラネットを構成する場合、プライバシーを維持しながら、ネット上のプレゼンス（劇場効果）を楽しみたいという2つの一般的には相反する要求を両立させるかが課題となる。単純なクロースドな世界でも、無法備なオープンワールドでない参加者の自己表明のモチベーションとプ

ライバシー保護が両立する情報空間を構成する必要がある。

3 地域社会における情報化の現実：現状と課題

3.1 地域社会におけるインターネット活用の現状と課題

これから展開する議論の前提として、地域社会または地方における情報化の現状認識が必要となる。以下その総括を述べる。

(1) 地域情報化の基礎的なデータがなく現状把握の欠落。

IT 戦略会議での指摘の通り、国家レベルでの IT 関連の戦略立案の基礎となる IT 関連の各種統計がまったく整備されておらず、お粗末なものである。例えば、自動車は実際に利用されている台数はきちんと補足されているが、PC の利用台数は毎年の PC の出荷台数統計から類推するしか手立てがない状況である。インターネットがモータリーゼーションに匹敵するインパクトを社会にもたらすものであり、多大な税金を使い IT 投資を行うのであれば戦略や政策立案上きちんとした基礎的なデータの裏付けが必要となる。残念ながら、インターネットの利用者や利用状況に関するオフィシャルな情報は皆無である。旧郵政省の通信白書などがあるが、情報化の進展のスピードが速く、年一回の発行では、そのデータの大半は使えない状況である。

政府レベルでもこのような状況であるが、地方自治体のレベルになれば、状況はもっとひどく、様々な計画が作成されていますが、通信白書のデータつまり全国レベルの物を利用しており、独自の地域特性を加味した基礎データの裏付けがまったくない状況となっている。例えていえば、介護サービスを考える上で、地域社会での介護が必要となる利用者 の把握や環境等の基礎データがないまま介護サービスを設計されている状況となっている。（図参照）

(2) 地域情報サイトの現状と特徴：

最も顕著な現象は、地域の情報化の進展がまさしく現実の地域社会の社会構造を見事に反映していることです。実際の地域社会を取り囲むインターネットの状況はその地域社会の現実の社会的・政治的な構図のまさしく縮図となっていることです。つまり、ある地域のインターネットからのランドスケープは、実質的に役場の HP と関連する第3セクター等の関連機関のみである。地域社会の過度の行政依存構造がインターネット上ではさらに鮮明な形として浮かび上がってきている。この傾向は、過疎地域ほど極端に推移している。都会や大企業に比べて地域社会、コミュニティ、ベンチャーなどの従来は弱さの代名詞とされたものが実はインターネットの最大のエンパワーメントを得るというインターネットの福音は今だ見果てぬものとなっている。

地域社会におけるインターネット空間の特長を列举すると以下の通りである。

➤ 地域社会の縮図を反映：

行政サイトの異常なプレゼンス、地域の行政や公共機関の HP 装備率は、他のカテゴリーに比べてダントツに多く、50%に迫る。また、行政サイトが観光や他のリンクなどを含めて総合的なポータルサイトの役割を擬似的に代替している

➤ 無目的な横並びのサイト群：

現状では、行政サイトは、インターネットは時代の流れだから、また補助金がつくから HP を設置する域を出していない。メディアとしての認識もチラシや広報誌の延長の域をでていない。また、情報の発信は、利用者や市民の視点からかけ離れた自己中心的なものとなっている。また、営利企業なども、総じて造って終わりがほとんどで、戦略的な活用意図とはほど遠い状況である。サイト活用のための情報の鮮度維持、利用状況把握などの方策が実施されていない。数年前にインター

ネットのアンチテーゼとして世に経綸をならした、「からっぽのインターネット」の状況がまさに地域情報空間が現出しているといえる。

➤ 産直型情報発信サイト：

地域生産者がインターネット上で、産地直送のプロモーションを行い、今までの既存の流通チャネルと別に直接、消費に販売する試みがなされているが、残念ながら一部の例を除いて新しい収益の柱に成長した例は少ない。インターネット上で、単に独りよがりの発信をしても成功はおぼつかない。マーケティングに力点をおき、インターネットは、マーケティングのツールとして捉えることが重要である。しかし、インターネットを介して、最終消費者との様々な対話が可能となりその意味で生産者にも消費者にも今までの間接的なメディアによらない直接的な情報が得られることが判明したことは大きな一歩だと考えられる。インターネットをメディア装置として考えた場合、これらの試みを地域社会として戦略的に捉え、本腰を入れれば新しい消費者との連携や協力を基調とした市場や流通チャネルの開拓の可能性は大いに拡がると考えられる。

➤ 地域ポータルサイト

グローバルなポータルサイト競争が一段落した今、新しいポータルサイトの切り口としての地域ポータルに関する関心が高まってきている。また、Yahoo 等も、半年前までは地域情報に対して極めて冷淡であったが、昨年10月ごろから、地域情報の体系に関して力を入れてきている。また、地域ポータルを次に戦略市場だと考え、メジャーの参入が相次いでいる。

一方、地域を対象としたボランティアベースの勝手連タイプのサイトが各地で孤軍奮闘しているのが特長である。

➤ 地域社会を基軸に考えた新しい試み：

地域社会をベースに、また市民的な視点に立脚して、インターネットのもつ可能性を戦

略的に活用した先駆的な事例もここ一年ほどでいくつか出てきている。WebCitySapporo、恵那市 EnaT、山形の地域スポーツ情報サイトASYなどが代表例である。

こうした新しい方向性について若干コメントする。

・地域コミュニティを主眼としたアプローチ

漫然とした情報発信ではなく、徹底的に地域社会にこだわり、地域の住民にとって必要な情報とサービスを提供するアプローチ。この中には、地域＝行政区分地域という概念を越えて、地域の定義を自在に発想する立場のものもあり、これらはインターネットの持つ意味合いを十分に活用する例として評価できる（長良川流域など）

・市民的な立場からのアプローチ

行政HPがすべてをまかなうのではなく、もっと市民的な立場で、行政の制約を超えた自由で面白く役に立つ情報サイトを草の根やNPOを中心に発信するものができた。

(3) 地域社会のインターネットプレゼンス：地域情報露出度について

今までのところ、従来から喧伝されてきたように、インターネットの最大の恩恵は、WWWとブラウザの登場によるそのグローバルな情報発信性であることは疑いのないところである。各企業はインターネット上のプレゼンスを高めるために凌ぎを削っている。では、各々の地域（社会）のインターネット上でのプレゼンスは、どのようになっているのであろうか？

地域社会のインターネット上での情報プレゼンスのひとつの代替指標として、ここでは地域情報露出量と地域情報露出度をそれぞれ以下のように定義した。

・地域情報露出量：地域の情報が掲載されているインターネット上のページの総数

・地域情報露出度：地域情報露出度量/地域の

人口または世帯数

実際にこの定義に基づき、メタサーチエンジン系のツールを使い、山形県の各市町村単位で定点観測した地域情報露出量、地域情報露出度の結果を示す。（図参照、山形県の事例、全国の同じレベルの市町村の比較、情報露出量における地域情報発信量の割合）

この調査結果のからのメッセージは、次の2つに集約される。

- ✓ 地域情報露出量は、その市町村の人口が増えるに従い比例して増えている。つまり、地域情報プレゼンスは、人口の多い市町村が相対的に高い。
- ✓ 人口及び世帯数あたりの情報露出度は、各市町村の人口にかかわらずほぼ一定であるといえる。むしろ、人口の少ない市町村の方が、地方中核都市に比べて地域情報露出度が高いという傾向が見受けられる。人口の少ない市町村ではばらつきが多いが高いスコアを得ているものは、観光地等の特殊要因があるものが中心である。
- ✓ 情報露出量における地域情報発信量の割合は、実際に該当する地域から発信される割合は約20～30%であり、それ以外は地域外のサイトおよび明確に特定できないサイトである。

(4) 地域利用者の動向：傾向と進展率、都市と町村の差は歴然、

インターネットのユニークなサービスである「ご近所さんを探せ」は、ある地域の地理的なご近所さん同志を新たな出会いを媒介するサービスサイトである。現在の登録人数が公称814103人を数える。このサイトに登録されている人数を、その地域におけるインターネットの利用者の地域人口に対する比率を類推する代替指標となりうるのではという仮説に基づき、市町村単位に、登録者数をカウントして見た結果を表に示す。

地域利用者密度を以下に定義する。

・地域利用者密度＝地域利用者の代替指標/
地域人口または世帯数

この結果から、次のメッセージが得られた。

- ✓ 地域利用者指標は、都市の人口数に比例して増えていく。地域利用者密度は、地域情報露出度と逆に、人口が多くなるほど高くなり、その増加率も常に高い。つまり、利用者の観点からは、都市部は、町村に比べて利用者密度が高く、その格差はますます拡大している事実が読み取れると考えられる。

3.2 各都道府県や市町村における情報化戦略について

3.2.1 IT 戦略会議での議論の問題点

昨年末に公表されたIT戦略会議の答申(参照)に関して、地域社会の視座からの問題点をレビューする。

A目的論の欠如：

社会構造の大変革の為のプロジェクトと位置付けているが、その具体像が不鮮明であること。

A地域社会からの視点の欠如：

地域社会の経済的自立や地域共同体の発展維持の視座からの提言が皆無である。

Aアメリカ的価値の盲目的追随と技術的視点偏重：

高速ネットワーク廉価で提供すること目標は明示されているが、その上でどのようなサービスやコンテンツを開発して行くかについては何も言及されていない。

メッセージ：

インターネットの社会的影響の本質を見極め、地域社会の視座で自らの問題として知恵を絞り、戦略的に取り組むことが必要。

3.2.2 地方自治体の情報化の取り組み状況と課題：

政府のIT戦略等の流れにそって、地方自治体のレベルでも様々な情報化戦略や計画が

立案されつつある。しかしながら、一部の情報化の先進地域を除いて、総じて以下のような状況である。

メッセージ：

A情報化を鋭意推進している県は、情報化の進展が他の県に比べて進んでいる。

A行政のニーズなき独り相撲のプロジェクトが多くでその成果も実用化にはほど遠いもの。A発想が東京的な思考の引き写しで、真に地域に根ざした課題設定力が弱い。

A地域の情報化の状況把握やニーズの掘り下げが弱い（郵政省の通信白書の全国レベルデータを使用）、政策の投資効果等を客観的に判断できない。

A想定されているサービスが地域社会を豊かにする視点からでなく、便利になるサービスが列挙されている。これは結果的に地域内人的交流をスポイルする方向にミスリーディングしてきている。

A総じて、行政サービスの電子化、地域基幹ネットワーク、情報産業振興施策等の構図でしかものを考えていない。地域の特性や多様性にも基づいた地域社会の情報及びコミュニケーション空間の総合的デザインへの志向や、その根底にある地域社会におけるヒューマンシステムのデザインに対する配慮が欠落している。

一方、情報化について今までに主体的に取り組んできた都道府県には、情報化に賭ける戦略意思が徐々にではあるが明確になってきている。岡山県、岐阜県、三重県、札幌市などは、施策を次々に実施に移している意味では特筆される。これらの情報化戦略に共通するのは、県や市の総合計画（将来に対する戦略意思）と一体性または強い連携性をもっていること。インフラ整備や役所の論理からの脱却し、県民や市民が真に実感できる形で情報化の恩恵を考えて行こうという姿勢、先行的な試行錯誤を通して多くの貴重なレッス

ンと人材を育成しつつあることなどが評価される。

3.3 地域社会における課題認識

ここで改めて、地域の情報化に関連する課題認識を以下に整理してみる。

A問題の本質は、地域コンテンツの量的な貧弱性、内容的には行政情報偏重であること。地域密着型の公益的でかつ魅力的なサービスが皆無であること。特に生活、教育、医療等の地域社会の密着した情報の決定的不足が最大の問題。

Aインターネット上での地方と東京の情報格差は富の格差へ拡大してゆく。格差も加速度的に広がる。

A地域発信に関しても、個人や行政に依存し、地域ブランド発信や観光案内などの県外発信も戦略的かつ組織的に取り組みほど遠い。

4 地域社会の情報化ビジョン：

4.1 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。

A地域社会にとって、情報通信革命は、第一義的に高度経済成長期のモータリーゼーションに起因する地域構造の変化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。この事態を回避すべき創造的な戦略シナリオを作成することが地域の最重要課題である。

A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最大限活用し、オープンで闊達な住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・共益的共同体構築の土壌を形成する。

A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な公益的サービス(教育、医療、介護等)を地域社会でもリーズナブルな社会的コストで享受できるような社会基盤を提供する。

A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、逆に機会遺失につながる。)

4.2 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。

(1) 戦略的な意図：

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た、

A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再構築

A新しい経済圏(生産、流通、販売、顧客関係性)の構築

A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

A新しい公共的共益的サービス(命や健康、セーフティネット等)の構築

A新しい行政サービス圏(情報公開、市民参画、ワンストップサービス等)の構築
などを実現する梃子とする。

(2) インターネット空間の地域社会における意味付け：

A地域社会の内なる意味付け：

地域社会にとっては、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共同体再構築の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。

A地域社会における外なる意味付け

地域からの単なる情報発信ではなく、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。

4.3 情報化戦略の重点施策とその考え方

インターネット空間活用した地域のグランドデザインの戦略的目的は以下の通りである。A地域社会が、ビジネスセクター、パブリックセクター、ソーシャルセクターの Well-Balance な社会構造へ移行できるドライバーとする

Aインターネットが提供する情報空間を活用した地域社会の都市計画（地域の情報空間の構造化）を行い、IT 革命の恩恵が地域社会に最大になるようなドライバーとする。

A地域社会における人々の新しい関係性(参加、交流、創造)を生み出すネットワーキングの概念を取り込んだ共同体構築のドライバーとする。

A地域社会に密着した生活・文化・教育・医療等の課題に対してネットワーキングの概念を取り込んだ住民主体のサービスを実現するドライバーとする。

Aネットワーキングの概念を取り込んだ地域社会と他地域の広域連携による新しい経済圏を実現するドライバーとする。

A単なる情報共有からリアルワールド・サービス連携へ

A情報の供給者の視点から、利用者の視点からの情報の再編集へ

A情報とサービスを連動させ、リアルコミュニティに実際に作用する拡張空間を形成する。

5 地域社会の情報化推進ツール：

インターネットの爆発的な普及によってもたらされた新しい情報空間をも考慮にいった地域社会（都市及び共同体）デザインが 21 世紀の最重要な社会的課題として認識されてきている。しかし、IT 戦略会議でも指摘されたように、国家レベルにおいて

も情報通信に関連した基礎的なデータが殆ど整備されていないために、IT を活用した将来デザインを立案する上での課題の共通認識がまったくないままに、IT 施策や投資がなされている状況が発生してきている。地域（都道府県、市町村）においては、地域特性に応じたインターネットの動態特性の基礎的なデータは皆無であるばかりでなく、全国レベルのデータはまったく役に立たないためにその状況はさらに深刻である。また、インターネット、携帯電話そして I モード爆発に見られるようにその変化の速度は驚異的であり、3 ヶ月も立てば状況は様変わりとなる。こうした状況に鑑み、各地域がその地域特性を十分に活かした適切な地域社会デザインを行うためには各地域固有のインターネットの動態特性データが不可欠である。さらにその動態特性データを体系的かつ変化に連動して実時間で獲得できる収集システムとその分析方法の実用化が重要な社会ニーズとなってきている。

そのためには地域情報化の現状をきちんと把握することが必須となる。地域を基本単位としたインターネットの動態特性の基礎的なデータの収集とその分析をシステムの行うことが可能な定点観測網サービスを構築することが先決である。これらの実態把握がないままでは、地域社会の情報計画立案が不可能であるばかりでなく、投資効果の評価もビジネス的な仮説も立案できないことになる。

6 おわりに

本稿では、未曾有の情報通信革命は、地域社会に第一義的にどのようなインパクトをもたらすのか、またどのようにすれば地域社会にその恩恵や福音がもたらされるのか等について地域社会の情報化の現状把握を踏まえ課題提起をした。またそうした地域社会の課題認識に基づいた情報通信技術の戦略的活用シナ

リオについての試論を試みた。

「情報」や「ネットワーキング」を地域社会再生の総合ビジョンに一体的に組み込みまたその推進と変革のそのドライバーとして情報通信技術を戦略的に活用することが、21世紀初頭の地域社会に突きつけられた命題だと考える。

本稿の試論が今後の議論の糸口となれば幸いである。

ここで述べた情報の戦略理念を検証すべく、山形県置賜地域の方々の協力を得て、社会実験プロジェクトを準備中である。

謝辞：

この試論をまとめる上で、貴重な議論をいただいた多数の方々に紙面を借りてお礼を申し上げます。

参考文献

- (1) 伊藤滋、平本一雄：“高度情報化と都市の地域づくり” (株)ぎょうせい
 - (2) 細内信孝：“コミュニティ・ビジネス” 中央大学出版部
 - (3) 金子郁容：“コミュニティ・ソリューション” 岩波書店
 - (4) 牧野二郎：“市民力としてのインターネット” 岩波書店
 - (5) 郷田實：“結(ゆい)の心” ビジネス社
 - (6) ベルナルド・リエター：“マネー崩壊” 日本経済評論社
 - (7) 細野助博：“スマートコミュニティ” 中央大学出版部
 - (8) 川合正兼：“コミュニティの再生とNPO” 学芸出版社
 - (9) 金子郁容ほか：“ボランティア経済の誕生” 実業之日本社
 - (10) 寺島実郎：“正義の経済学 ふたたび—新世紀、日本再生の基軸—” 中央公論、2000年1月号
- ・IT基本戦略：
<http://www.kantei.go.jp/it/goudoukaigi/dai6/6siryu2.html>
 - ・くりやまエコマネー研究会：
<http://www.mskk.gr.jp/ecomoney/>
 - ・草津コミュニティ支援センター：
<http://www.kusatsu.or.jp/center/>
 - ・エコマネーネットワーク：
<http://www.ecomoney.net/>
 - ・デジタルシティ：
<http://www.digitalcity.gr.jp/index-j.shtml>
 - ・世界のデジタルシティ：
http://www.digitalcity.gr.jp/rel_link-j.html
 - ・CCCI：
http://www.ccci.or.jp/ccci_flagship.html
 - ・緑園都市プロジェクト：
http://www.ccci.or.jp/ctth_ryokuen.html
 - ・総務省、郵政事業庁(旧郵政省)、通信白書：
<http://www.mpt.go.jp/policyreports/japanese/papers/index.html>
 - ・Nielsen/NetRatings
<http://www.netratings.co.jp/>
 - ・株式会社アイ・エス・ティ、Japan Access Rating：
http://www.istinc.co.jp/jar/index.html#WHA_TNEW
 - ・日経BP社、インターネット視聴率センター：
<http://audit2.nikkeibp.co.jp/>
 - ・Walkerplus.com：
<http://www.walkerplus.com/hokkaido/>
 - ・ご近所さんを探せ：
<http://www.gokinjo.net/>
 - ・大分県：
<http://www.pref.oita.jp/10100/kihonkeikaku/22.html>
 - ・札幌市：
<http://www.city.sapporo.jp/kikaku/koso/index.html>
 - ・岐阜県：
<http://www.pref.gifu.jp/s11121/it/index.htm>
 - ・長野県：
<http://www.pref.nagano.jp/kikaku/kikaku/design21/design21.htm>
 - ・静岡県：
<http://www.pref.shizuoka.jp/kikaku/ki-01>
 - ・岡山県：
<http://www.pref.okayama.jp/kikaku/joho/itopia/itopia.htm>
 - ・恵那市：
<http://www.enat.org/>
 - ・山形県企画調整部情報企画化、山形県情報推進化計画：
<http://www.pref.yamagata.jp/jsmk/jsplan/suisin.htm>

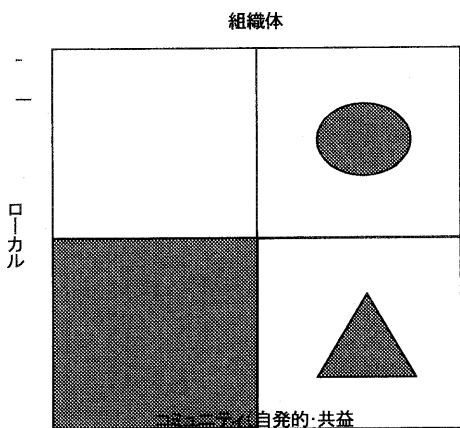


図 1. コミュニティソリューション

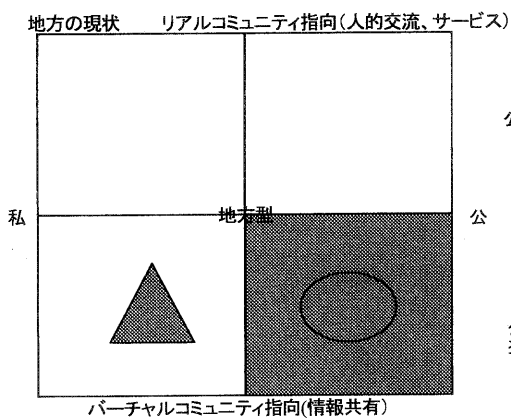


図 2. 地方における情報空間の現状

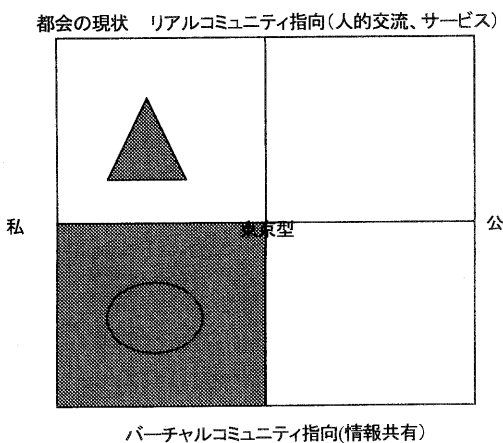


図 3. 都会における情報空間の現状

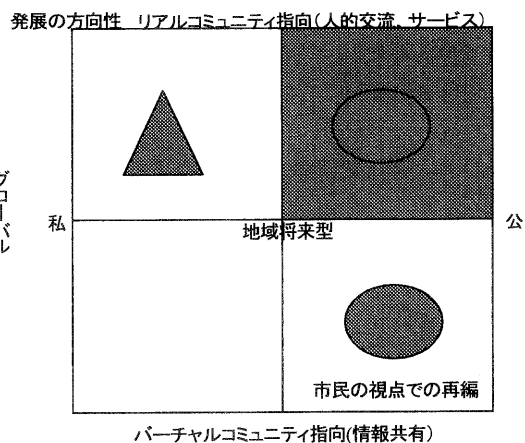


図 4. 地域社会のインターネット活用の戦略ドメント

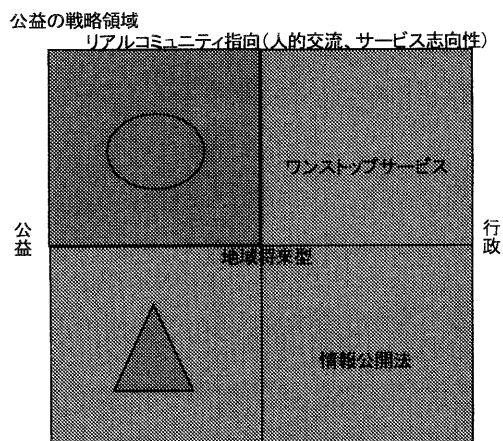


図 5. 地域社会における公益的サービスの重点領域

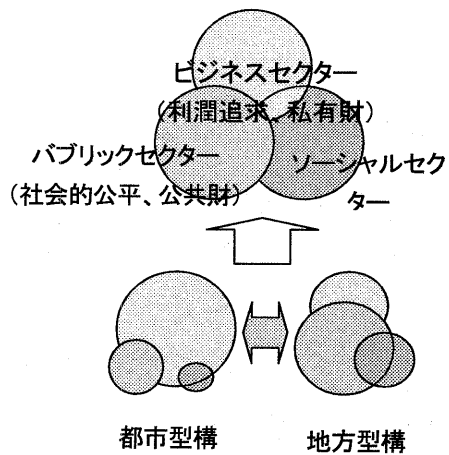


図 6. 21 世紀型社会構造

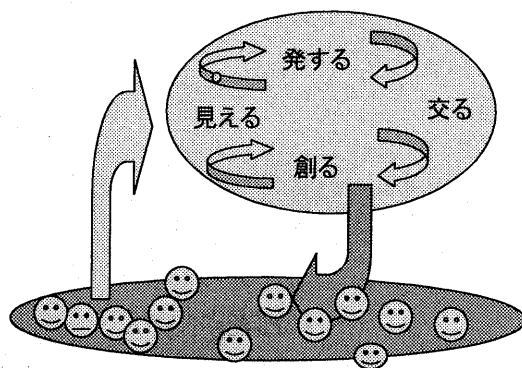


図 9.リアルコミュニティと一体的なハイブリット空間の考え方

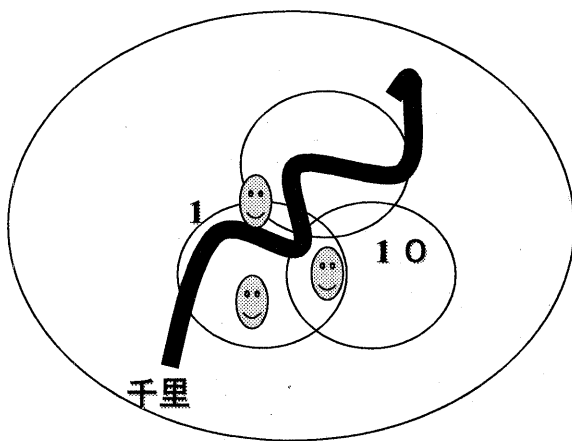


図 7. 1 里/10 里/千里コミュニティの概念図

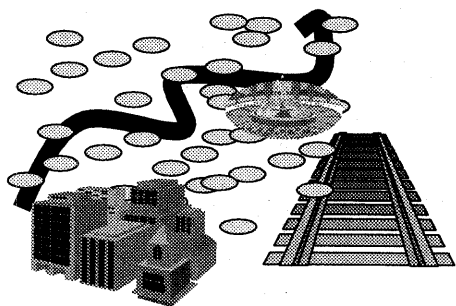


図 8.地域情報空間の構造化

表 1. 山形県の各市町村における地域情報露出度

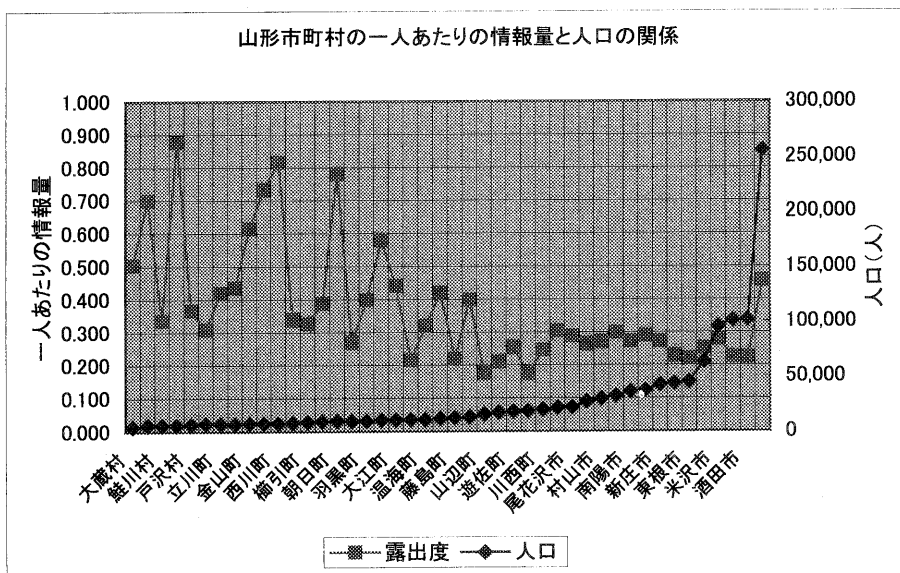


表 2. 山形県の各市町村におけるインターネット利用者指標と人口の関係性について

