

地域社会における社会関係の醸成を支援するサービス(ShowTieUp)の提案

家入由佳[†] 岡崎博樹[‡] 上林憲行[†]

東京工科大学メディア学部[†] 手仕事工房[‡]

1. 背景

八王子市は、“学園都市”として有名な地域であるが、地域社会全体としてみると、学生側と市民団体や、企業や、NPO 法人などの社会的に活躍する活動団体との交流が十分でなく、発展の余地がある。本研究では、同じ地域内での交流の機会をより自由で活発にし、地域における社会関係の醸成(ソーシャルキャピタル[1]の向上)するサービス(ShowTieUp)の提案とそのプロトタイプ構築を行った。

2. サービスの基本的な考え方

本サービスの狙いは、同じ地域内の未知の相手に対し、コミュニケーションをとり、実社会での交流のきっかけを支援することである。そこで、サービスの対象を地域の活動団体とし、コミュニケーションの手段としては、“招待”という方法に着眼した。

図 1 は既存のサービスを

- ・コミュニケーションの相手が“未知”，“既知”
- ・コミュニケーションの方法が“招待”，“募集”

という 2 つの軸によって区分けしたものである。

“募集”とはインターネットを利用する不特定多数に向けられた情報伝達を指し、訪問者でも閲覧できる情報である。“招待”とは、特定された個人に向けられた情報伝達で、限られた招待客に向けられた情報である。

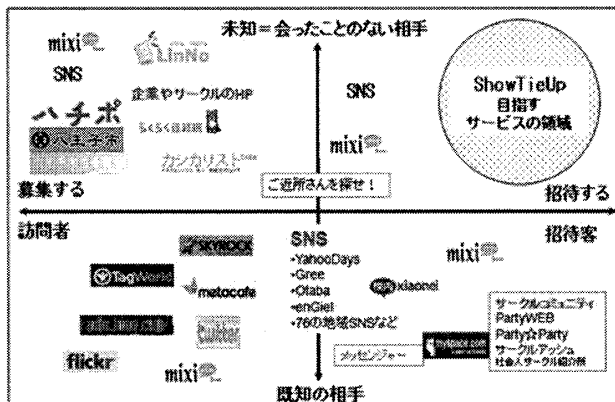


図 1 本サービスの狙い

1.1 活動団体を対象とする交流支援

本サービスは実社会での交流へ繋げることを前提としている。活動団体をサービスの対象とすることで、

- ・不特定多数の個人ではなく、特定の団体の代表者へ向けて情報発信ができる。

- ・団体代表者を通し、多くのメンバーと交流できる
- ・個人情報を出さずに情報開示できる
- ・代表者のみが登録すればよく、団体内の全員がインターネットの環境を持たなくても参加できる。

などのメリットが考えられる。そして、活動団体側には関心のある団体へ向けて直接イベントをアピールする場としてサービスの意義があり、インターネットに不慣れな高齢者層がいる団体にも運用の余地があると考えた(図 2)。

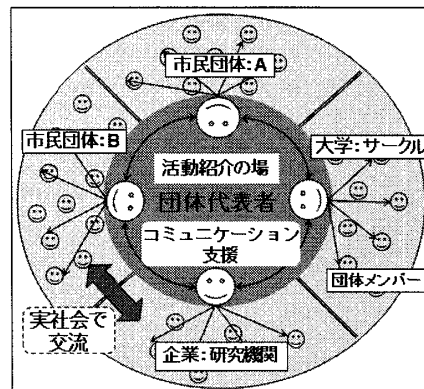


図 2 活動団体を対象とする交流支援

1.2 招待と返礼によるコミュニケーション

サービスの中で、イベント主催者であるサービスの登録者は“招待状”を送り、それに対する“返礼状”を受け取る。事前調査の結果から、募集より招待の方が実際の交流に結びつきやすい傾向があったことから、招待にはイベントへ喚起する効果があるのではないかと考えた。サービスを実質利用するのは団体の代表者のみとなるが、代表から活動団体内部へ招待内容が伝えられ、団体全体の交流へ広がる。さらに、招待状と返礼状の交流があったグループをサイト内で公開し、ユーザーでない第三者からも交流の様子を見えるようにした(図 3)。



図 3 招待と返礼のコミュニケーション

[†] “ShowTieUp: service growing social capital in local community”

Yuka Ieiri[†], Hiroki Okazaki[‡], Noriyuki Kamibayashi[†]

[†]School of Media Science, Tokyo University of Technology

[‡]Teshigoto Kobo

3. サービスの構成

現時点でのサービス全体の構成は図 3 のようになっている。外部サービスからは、米 Google 社のシステムインフラストラクチャーを提供する「Google App Engine」、画像共有サイト「Flicker」、動画共有サイト「YouTube」の 3 つを利用している。図 4 はサービスに関わる 3 種のユーザーとそれぞれのユースケースを示している。団体の代表者は、活動紹介と、他の団体に対するコミュニケーションの窓口として、登録者でない個人は、活動団体の情報閲覧、システム管理者は、サービス全体の適正な運用の監視とアップデートやメンテナンスの際に関わる。

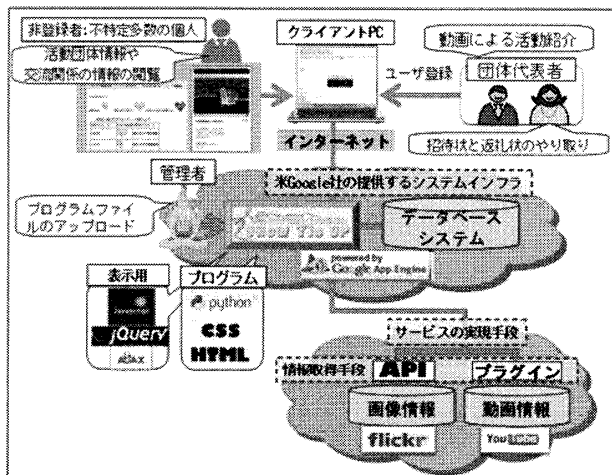


図 4 サービス全体構成図

3.1 サービスの開発環境

データベースシステムには、膨大なデータ量を簡単に扱うことのできる Google App Engine [2]を利用している。データベースシステムだけでなく、Google 社の提供するサービスの API(Application Programming Interface)を簡単に利用することができるため、よりインタラクティブなサービスにすることが出来る。本サービスでは、

- ・データストア API : データモデルの定義
- ・URL フェッチ : インターネット経由で、外部サービスへの通信
- ・メールサービス : 管理者の Google アカウントを使ったユーザーへのメッセージ送信

などの機能で活用し、サービスの基幹部分を Google App Engine のみで構築することができた。

3.2 動画による活動紹介機能

活動団体を紹介する手段として、直感的に活動の様子が分かるように、動画や画像を中心とした紹介ページを目指した。現時点では、動画共有サイト「YouTube」のプラグインを利用し、動画をトップページから簡単に閲覧できるようにした。YouTube にアップロードされている動画の URL には、それぞれ固有の動画 ID が割り振られており、そこから動的に動画のプラグインとサムネイル画像を作成することが出来るため、

YouTube 上に動画が既にアップロードされている場合、本サービスの中で簡単に動画による活動紹介を行うことができる。

3.3 画像による招待状作成機能

本サービスでは、活動団体同士のコミュニケーションの手段として、招待状の作成・送信機能を提供している。招待状作成機能をより充実させるために、招待状に画像を付加するサービスを提供している。使用する画像情報は、画像共有サイト「Flicker」が提供する画像検索 API を利用し、検索することができる。ユーザーがキーワードを検索すれば、プログラムで動的にリクエスト URL を作成し、Flicker のデータベース上にアップロードされている画像情報を取得することができる。このため、ユーザーは招待状の内容に合った様々な画像を選択することが出来るようになった。そして、本サービスにおいて膨大な量の画像データを管理することなく、豊富な画像を提供することが出来た(図 5)。

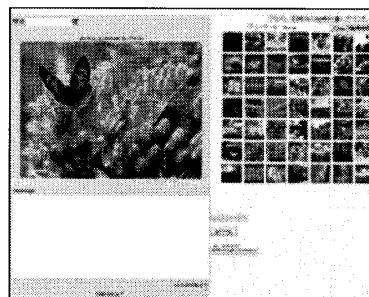


図 5 Flickr を使った画像検索結果画面

4. まとめ

本サービスのプロトタイプを『DESIGN IT ! Conference2009 クラウド時代のユーザーエクスペリエンス』[3]というイベントでの展示発表を行った。その際に寄せられた意見の中に、架空の団体の登録をどのようにして防ぎ、どのように安全に運用していくか、という指摘があった。実際に交流し、新しい人間関係を広げるにあたっては、サイトの信頼性が保障されることが重要である。今後、地域で発展的に運用していくために、何らかの登録制限を設けなければならない。第一段階としては、管理者が認証を行い、サービスの質を確保する必要があるだろう。その上で運用テストを行い、問題探索を行うと同時に、サービスの改善を図っていくことが必要不可欠であると考えられる。課題は多く残されているが、今後このサービスの発展形が地域社会の発展に役立つことを期待したい。

参考文献

[1] Putnam, Robert D: 『Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. Simon & Schuster.』(2000)
 柴内康文訳:『孤独なボウリングー米国コミュニティの崩壊と再生』柏書房,(2006)
 [2]Google App Engine
<http://code.google.com/appengine/docs/datastore/>
 [3] DESIGN IT ! Conference2009
<http://www.designit.jp/archives/cat74/>
 [4]上林憲行:サービスサイエンス入門 ICT 技術が牽引するビジネスイノベーション,オーム社(2007)