

まちづくりと  
インターネット

～新聞記者の見た「地域の情報化」～

中 沢 時 雄

(株)桐生タイムス社

# まちづくりと

## インターネット

～新聞記者の見た「地域の情報化」～

### 1【新聞も「0と1」で】

桐生タイムスは昭和20年創刊。桐生市および周辺町村のおおよそ人口20万人・約6万7千世帯の地域住民を対象にする日刊新聞。夕刊として約3万部を発行。取材、広告営業、編集、製作、印刷、販売など小さいながらもすべて自前で行っている。

屁理屈を言えば、新聞の情報もコンピューターと同様に0と1の世界。カラー化が進んでいるが、基本的には白（紙）と黒（インク）で、文字や図形・グラフ、写真を表現しているのだから。そう考えると、コンピューターに親しみも沸く。

### 2【提供する情報】

地域内の情報を集めて発信することを生業としている。警察・消防のお世話になる事件・事故、学校や産業、行政、スポーツ、文化、市井の話題など。いわゆる世間一般にイメージされる新聞ダネ。もちろん地域の特性による記事も多い。

記事内容は当然、毎日異なる。新しい情報、未知なる情報だからこそ価値があり、読者はそれを期待して購読している。日々の生活の中で個人では知ることが容易ではない情報を、速く・正確に・簡潔に提供するのが、われわれの主な仕事。提供したい情報によって

は、比較や解説・分析といった手法をとり入れたり、表現方法を工夫してもいるが。

### 3【地域の特徴】

最近、力を入れているのが「まちづくり」に関連する記事。桐生は「織物のまち」として有名だが、同産業はかつてのような勢いはない。さらに、平坦部が少ないという地形上の条件もあって、人口は減少傾向。総じて地域の活気は薄れており、住民の多くはそうした沈滞ムード、閉塞感を抱いている。だからこそ、どうすれば活気もどり、どんな方法で地域を再生すべきか――が大きな話題。

桐生に限らず地方都市の多くは、この種の問題を抱えている。高度経済成長時代は去り、「今日より明日は必ず豊か」とは限らない時代である。だからこそ「一村一品運動」「まち（むら）おこし」などが全国各地でも盛んに言われるようになったのだろう。桐生はいま、ファッションタウンを目指そうと商工会議所が中心になって「地域の産業（企業）を生かした観光都市」として売り出す計画を練っている。

### 4【情報化・当社の場合】

当編集局の情報化はおよそ6年前。記者用ワープロの導入から始まった。鉛筆と原稿用紙はキーボードと液晶画面にかわり、書き上がった記事を次工程の担当者（デスク。当社では整理記者が兼ねる）に渡す行為はワープロのボタン操作にかわった。今ではワープロで作成した記事は、編集局内にクモの糸のように垂れ下がった細い電線を通してホスト役の受信専用端末に

吸収されて行く。

コンピューターと通信機器の発達（技術の進歩）、各機器のデジタル化による仕事内容の変化は、社内での記事執筆に限らない。遠隔地からの記事や写真送稿をも大きな変化をもたらした。たとえば高校野球。それまでは電話による記事送稿だったのが、会場から携帯端末（パソコンまたはワープロ）で記事も写真も送れるようになり、スピードアップした。また、96年9月に桐生市長らが姉妹都市のイタリア・ピエラ市を訪問したが、その同行取材の際に現地からインターネットを利用して記事と写真を送った。欧州の通信事情が分からず、手探り（行き当たりばったり）だったが、なんとか送信できた。

欧州からのインターネット活用の前に、通信技術とデジタル技術の恩恵を身を持って体験したのも昨年のこと。アトランタ五輪に出場した野球チームの監督が桐生の高校の出身で、サッカー代表のひとりに桐生出身者がいたため、契約している通信社からゲームの写真を送ってもらった。現地（米国）で通信社のカメラマンが撮った画像が、その通信社の本社（東京）を経由してすぐさま当社の端末に送られて来た。なるほど「すげえ時代だなぁ」と。

##### 5【情報化・桐生の場合】

地元には株式公開している情報処理会社があり、そこがプロバイダー業務を始めている。また、その会社よりもいっ早く早くプロバイダー業務を始めた会社もある。小さな会社だが、情報処理関連ではユニークな事業展開をしている企業。市外企業で桐生市内にアク

セスポイントを設けているプロバイダーもある。

さらに、桐生はNTTのOCN実験地にもなっている。早くから「草の根のパソコンネット」があったことがモデル地域に選ばれた大きな理由のようだ。中心になっているのはそのパソコンネットのグループ。「電子会議室」での情報交換・意見表明の場づくりに力を入れている。

また、当社（桐生タイムス社）では記者用ワープロを導入するなど情報化したころから、EL-NETという新聞記事検索サービスの利用も始めた。頻繁に使っているわけではないが。わが社のホームページはまだ作成中。すでにホームページを持っている地方紙はあるが、毎日の記事入力作業が悩みのタネのよう。当社もそうだが、それに投入する人と時間がない。社内の新聞製作業務を一元化したシステムの再構築を機に、記事・見出し・写真情報などが、手間なくホームページにコピーできる仕組みを作れば、と思っている。いちいちホームページだけのためにこれらの情報を再度入力するのは効率が悪い。

個人レベルでもユニークな人がいる。半年ほど前、ベルギーに本部のある「インターネットスクール」の学生になり、ある分野の勉強をしているとのこと。仕事のない週末に、自宅マンションの一室でビゴビゴとやっている。欧州、米国、アジアいる同級生6人でグループをつくり、ベルギーにいる先生の授業を受けて、レポートを作成したり、情報交換をしている。もちろん英語を操って。

## 6【地域と個人と情報化】

高機能・低価格になった通信・情報処理機器は、仕事の面だけでなく、地域社会にも、個人のライフスタイルにも大きな影響を与えている。自身もそうだが、同僚記者もそうだ。遊びの世界と仕事が結び付くことで、物質的ではない「豊かな時間」が送れていると感じている。そして相乗効果としてやがて仕事の質も上がれば、との期待も抱いている。

「地域社会と個人との関係」でも情報化に大いに期待している。個人レベルではなかなか入手できない行政情報などが、パソコンとネットワークによって入手しやすくなり、より多くの人々が自主的に・積極的に地域社会のことを考えてくれるようになることへの期待だ。世界との交信もよいが、個人が新聞や行政発行の広報誌などを通じなくても、自分のまちの身近な情報が得られる手段が確立されることで、地域社会と自己との関係が深まってほしい、との願いだ。そこから「自立かつ自律した個人」が確立されれば、いまは低い市民意識（選挙の投票率、納税意識、公共の観念）が高まるだろう。そうなってほしいし、それが情報化の恩典であり、まちづくりにつながると思う。

おわり