

まちづくりにおけるソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) の 活用に関する研究

渡辺研究室 藤岡功吏 山口喬之

1. はじめに

SNS とは、Web 上で使用するコミュニケーションツールである。地域 SNS はその活用範囲を特定の地域に限定したものである。

現在「まちづくり」について行政と市民が協力し始めている。IT 技術の発展はそれに役立っている。地域 SNS もそのひとつである[1]。

宇都宮でも「まちづくり」に関する取り組みは色々となされているが、ごく限られた範囲での意見交換になってしまうという現状がある。そこで地域 SNS のような多くの人たちが意見交換できる場が必要であると考えた。

本研究ではこの地域 SNS が「まちづくり」活動に有効であることを明らかにすることを目的とする[2]。

2. 宇都宮まちづくり SNS

2.1. 宇都宮まちづくり SNS の方針

本研究では「宇都宮まちづくり SNS(<http://noah.ics.teikyo-u.ac.jp/miya/>)」という地域 SNS を設立した。

地域 SNS を作成する際、話し合いのきっかけになるよう事前に都市ブランドを調査し SNS にのせることにした。

本来、SNS は招待制で運営されるが、本研究では、短期間に多くの参加者を求めたために登録制で運営を行った。

2.2. 宇都宮まちづくり SNS コミュニティ紹介

代表的なコミュニティとして「餃子のまち」「カクテルのまち」「ジャズのまち」を作成した。それぞれ餃子、カクテル、ジャズについて情報を交換することを目的とするコミュニティとして作成した。現在、宇都宮市内の各専門店や取扱店などの紹介を載せている。

2.3. 活動の概要

この SNS は 2007 年 7 月 7 日に設立し、同年 8 月 15 日に一般公開を開始した。広告活動として国内で代表的な SNS である mixi(ミクシィ)の宇

都宮に関するコミュニティへの書き込みを行った。また、うつのみや市政研究センターの協力で下野新聞ととちぎテレビに取り上げられた。その結果参加人数が大幅に増えた。その後、SNS の活用として新規地域ブランドの創出を開始した。

宇都宮まちづくり SNS は現在登録者数 96 名(1/24 現在)で、アクティブ率は 25%前後を推移している。

3. SNS 活用例としての地域ブランド創出

3.1. 地域ブランド創出活動

図 1 は実際に行った「まちづくり」への取り組みに SNS に活用した例の流れである。新規地域ブランドを作りたいと考え SNS での情報交換をもとに、新規地域ブランドの候補を話し合った。結果「みや梨」を新規地域ブランドとして創出した。その詳細を次節以降で述べる。

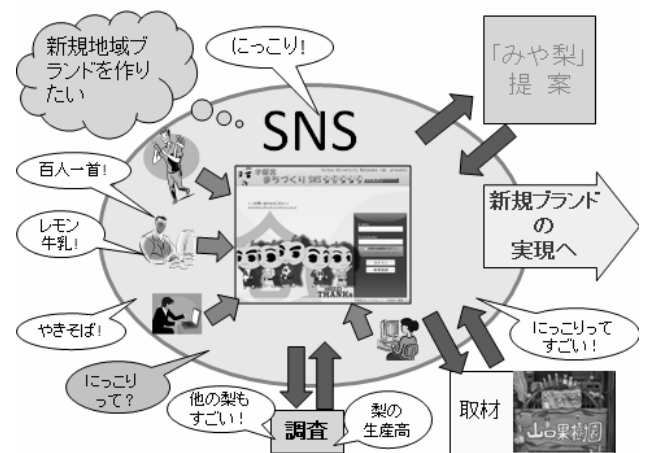


図 1. SNS を活用したまちづくり一例の図

3.2. 新規ブランド候補の調査

まず我々が新規地域ブランド候補になりえる可能性のあるものを事前に調査し、SNS 内に載せることにより話題の活性化に利用した。その結果、新規地域ブランドの候補として 52 種類の候補があげられた。

3.3. SNS 内での調査

我々が調査した候補のほかにユーザなどの日記やコミュニティのトピックへの書き込みなどから「にっこり」「焼きそば」「レモン牛乳」等の情報が得られた。

そのほか、宇都宮市は「百人一首」発祥にゆかりが深いといわれていることがトピックに書き込まれた。「鏡ヶ池」は伝説を持つ池だが、現在は埋め立てられ跡地が残っているのみであるということが日記の書き込みから情報を得ることができた。

3.4.宇都宮産梨「みや梨」の提案

SNS 内で話し合われた候補の中から「にっこり」に注目した。「にっこり」について調査を進めるうち宇都宮は和なしの産出額が全国でも非常に高いことがわかった。さらに、市内にある梨農家「山口果樹園」に取材に行き、各品種の梨の性質や宇都宮の梨の現状などを調査した。

そこで「にっこり」だけでなく、「にっこり」を中心とした、宇都宮市内で栽培されている梨を「みや梨」として売り出すことを提案した。販売方法や広告方法を提案する中で特に広告方法に重点を置いた。広告方法の一つとして、マスコットキャラクター「みや梨戦隊 THANK s」をデザインし提案した。

4. 活用結果

4.1.利用者からの評価

利用者からの評価として SNS 内にてメッセージ機能を使用し、アンケートを行った。その結果、18 人からの回答が得られた。

図 2 と図 3 にアンケート結果の一例として「SNS はまちづくりに有効だと思いますか？」と「宇都宮まちづくり SNS を今後も使いたいですか？」という質問に対する結果を示す。

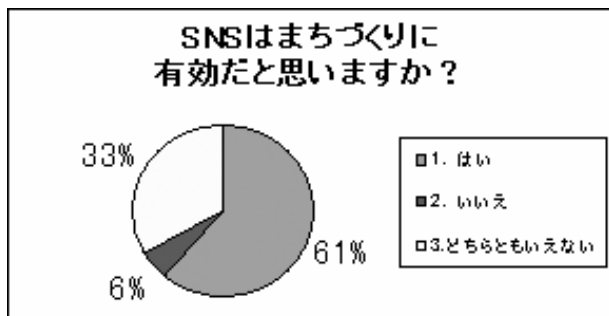


図 2. アンケート結果 1

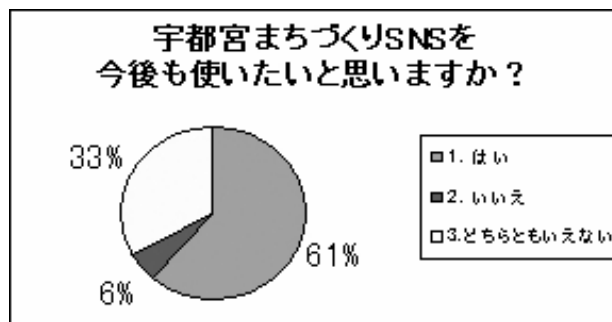


図 3. アンケート結果 2

4.2.評価に対する考察

アンケート結果では「SNS はまちづくりに有効だと思いますか？」という質問に対し有効だと答えた人が半数を超えた。これは新しい「まちづくり」の可能性として SNS に参加してくださっている方々が多いために特に顕著に現れたと考えられる。また「宇都宮まちづくり SNS を今後も使いたいですか？」という質問に対しても使いたいと答えた人が半数を超える結果が得られた。

実際に我々が運営して「まちづくり」に活用した経験から、SNS は「まちづくり」に大きく貢献できると感じた。

5. おわりに

本研究では、地域 SNS「宇都宮まちづくり SNS」を設立し運営し、地域 SNS の活用の一例として「まちづくり」に活用した。我々の行ったアンケートでは SNS は「まちづくり」に有効であると思われる。

本研究の成果は、大学生による「まちづくり提案」発表会にて発表し、優秀賞を受賞した。ご協力いただいた方々に感謝する。

参考文献

[1] 庄司昌彦, 三浦伸也, 須子善彦, 和崎宏: 地域 SNSーソーシャル・ネットワーキング・サービスー最前線 Web2.0時代のまちおこし実践ガイド, アスキー, 2007.

[2] 帝京大学渡辺研究室 SNS 研究班: 地域 SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サイト)を活用した宇都宮まちづくり, まちづくり提案集 2007ー大学生による「まちづくり提案」発表会ー, pp.81-92, 2007.