

＊連載 地域価値を創造するために②

ハード偏重、資金・リーダー不足を克服

—ITを活用した地域の魅力発掘—

香川 裕一 (財)日本総合研究所研究事業本部主任研究員

これまでの地域における情報化

地方では、地場産業の衰退、地域コミュニティの崩壊、少子高齢化等による次世代を支える人材の不足など、さまざまな課題を抱えている。インターネットや携帯電話が普及していく中で、地方自治体や商店街などからは、「IT(情報技術)を活用して、地域を活性化したい」という意見が多く聞かれる。しかしながら、ITを活用して、「地域の衰退が止まった」「地域が活性化した」という話はほとんど聞かれない。これには、主に次の三つの原因が存在していたと考える。

一つ目としては、ハード偏重の情報化の推進である。「地域の情報化＝高速インフラの整備」として、インフラ整備を中心に進めてきた地域が多い。しかしながら、いざ膨大な投資により高速回線を敷設したものの、その上を流れるコンテンツがなく、せっかく整備したインフラが十分に活用されていないという事例が多く存在した。確かにインフラがなければ情報化を進めることはできな

いが、一方でコンテンツによって必要なインフラのレベルも異なる。従って、インフラとコンテンツは車の両輪のように同時に検討しなければならない。しかしながら、成果が予測しにくいコンテンツについては、後回しにされて十分に検討されていなかった地域が多く存在していた。

二つ目としては、資金の問題である。IT関連の整備には非常にお金がかかる。特に、ハード整備などのインフラコストよりも、継続的なコンテンツの提供やサーバーの運用費など、ランニングコストの負担が大きい。これまでの地域情報化は主に自治体为主体となつて進められてきた。しかしながら、現在の行財政の状況を考えると、これまでのように国や自治体からの補助金を頼りにするビジネスモデルでは成り立たなくなっており、インフラは公共からの支援で整備したものの、その後が続かない事例が散見された。これからは今までのような行政に頼るビジネスモデルではなく、民間ベースのビジネスモデルとして考えなければならぬ。

三つ目としては、中心となつて地域の情報化を

推進するリーダーの不足である。地域における情報化を推進するためには、地域の様々な人々が協働していかなければならない。リーダーは、このような地域の様々な人々の中心となつて調整する役割を担うとともに、常に地域のニーズを把握して次に打つ手を考えることが求められる。地域の情報化というと、資金の負担とともにリーダーシップも自治体に頼っていた地域が多い。しかしながら、公平性が強く求められる自治体の職員では様々な地域の人々が関連する中で、スピーディーに推進することは難しい。このような人材の掘り起こしは一筋縄ではいかないものの、地域における様々な活動の中から、地道に人材の掘り起こしを進めていかなければならない。

以上のような三つの原因から、地域情報化の成功例は、これまでほとんど見られなかった。しかし、近年幾つかの地域では、先進的な面白い活動が勃興してきている。次に二つほど事例を紹介したい。

図表2-1 (有)プリズムのホームページ
(住民ディレクターについて)



(http://www.prism-web.jp/work_F/work8.html)

地元住民による地域情報番組の制作

熊本県人吉球磨地域では、地域の情報番組を制作する「住民ディレクター」の育成を進めている。これは、民放で記者やディレクター、プロデューサーを経験してきた(有)プリズムの代表である発案者が、地域づくりのために、地元の住民自身が地域の魅力を伝えていくことが重要であると痛感

して、地元の目線で番組を作成する人材の育成を始めたものである。既に、人吉球磨地域で二百名近い住民ディレクターが育成されている。制作された番組は、地元の民放、インターネット放送局などで放映されている。番組制作に当たっては、番組が面白いという視点よりも、住民の生活に役に立つかという視点を重視し、住民が伝えたものを決めて、自ら取材し編集している。例えば、ある村づくりの現状、農業や郷土料理などの地域に関する情報番組、村民の原作によるふるさとドラマなどを制作して放送している。このような番組制作のプロセスの中で、本心に伝えたいことを凝縮し限られた時間の番組を制作しており、これが結果的に地域の独自性を出した番組制作につながっている。

また、住民ディレクターの活動の副次的な効果として、ある住民ディレクターが地域の中心となつて政策をつくり出したり、住民活動のリーダーとなるなど、地域におけるリーダー育成の効果も見え始めている。さらに、この住民ディレクターの活動は、静岡県富士市や神奈川県湘南市などにも伝播し、それら地域との交流の中で、熊本県や人吉球磨地域に訪れる人が増加するなど、観光産業の振興の可能性も見え始めている。

このように、地元の住民が自分たちの目線で番組を制作することで、地域の良さは何かということとを改めて考え直し、地域の魅力を発掘し、それを発信することが、地域の活性化に貢献している

(図表2-1)。

「T」で地域の伝統文化を継承

群馬県桐生市は、江戸時代には「西の西陣、東の桐生」と言われたように、昔から織物の街として有名で、今でも町を歩くとこのぎり屋根の織物工場や土蔵造りの店舗などが残された情緒あふれる街である。しかしながら、産業構造が変化する中で、最近では昔のように街に活気がなく、中心市街地も衰退してきている状況である。そのような中、NPO桐生地域情報ネットワーク(以下、NPO桐生)では、「未来の子供達が愛する桐生地域」を創出することを目指した活動をしている。具体的には、織物の技術や文化を後世に継承することを目的として、桐生織物を支えてきた職人たちを地元の大学生とともに取材して職人たちの経験や技術を冊子にまとめたり、ホームページの構築や、シンポジウムなどのイベントなども実施している。さらに、布コレクションのデータベースを構築して伝統文化を保存したり、データベースを活用した情報発信を行うことで、新しいビジネスの創出を模索している。

また、NPO桐生は、自分たちが求める地域づくりを実現するために、行政に対しても提言活動を行っている。平成十三年(二〇〇一年)にそれまでの活動から得られた知見や考えの集大成として、「住民が考える『桐生地域情報化マスタープラン』」を作成して桐生市に提案している。桐生

市はこれをベースに地域情報化計画を作成した。

このように、NPO桐生では、自分たちが残したい身近な伝統文化をコンテンツ化する活動を通して、若者などを中心に地域の魅力を再確認し、それを維持していくことが地域のアイデンティティの確立、さらには地域の活性化に効果を見せつつある(図表2-2)。

キーワードは「自律性」

以上二つの事例を示したが、これらの事例には次の二つの共通点がある。

一つ目は、主体となったNPOや企業などが、地域に関する問題意識を持ちながら、自分たちがやりたいことをITという道具を使って実現しようとしている点である。決して、行政から言われたから、行政の補助が得られたから活動を開始したというわけではない。NPO桐生の代表である塩崎氏が「自分たちがやりたいことをやっているだけ。結果的に行政からの支援などもあったが、もし支援がなかったとしても試行錯誤しながら同様の活動を行っている」と言われるように、あくまでも自主的な活動として取り組んでいる。また、住民ディレクターに関しても同様に、当初はボランティア活動であったことから分かるように、自主的な活動として始められている。

二つ目は、他から何か特別な資源を持ち込むのではなく、基本的には地元にある資源を活用している点である。住民ディレクターの活動は、外部

からプロのレポーターが取材するような形ではなく、地元の人が方言を交えながら地域の魅力を伝えることに、地域の独自性や面白みがあるとして活動を行っている。NPO桐生においても、有志による小さな活動から始まり、地元の職人、学生、行政などを巻き込みながら活動を行っている。このような事例を見ると、地元の人は気付かないが、地域には人や伝統・文化など、まだまだ多くの資源が眠っているのではないかと思える。地域の活性化を考える時に、当初より外部からの資本の参入を期待する地域があるが、まずは今地域が保有する資産を見直すことが重要ではないであろうか。

ITを活用した情報発信により地域の魅力を再確認

地域の魅力を考えた時に、実はそこに住む住民が地域の魅力に気が付いていないことがある。兵庫県の丹波地域で活動している「田舎TV」では、住民ディレクターと同様に地元の人がレポーターとなり、田舎の日常的な風景や様子をホームページ

図表2-2 NPO桐生地域情報ネットワーク ホームページ



(<http://www.npokiryu.jp/>)

ジで発信して、都市部の生活者を惹きつけている。例えば、都会ではまず見ることができないモリアオガエルの卵を見つけて動画で紹介したり、地元で取れる新鮮な農作物の成長記録を毎日更新して情報発信している。しかしこのような内容は、地元の人にしてみれば日常的なことで、コンテンツにするほどのことではないと考えていることがある。ところが、都会の人にしてみれば非日常的で魅力的なコンテンツになることがある(図表2-1)

図表2-3 田舎.TV ホームページ



(http://www.inaka.tv/)

3。

住民ディレクターでは、自分で企画、撮影、取材、編集を行うため、限られた番組の時間内に何を伝えるか、そのためには編集で何をカットするかというのを自問自答しながら、番組を作成するプロセスの中で、地域の魅力を発見したり、再確認したりすることにつながっている。

このように、地域情報発信のために「地域の魅力は何なのか」ということを考えるプロセスそのものが、地域の魅力を再確認することにつながる。さらに、もう一つの情報発信することのメリット

とは、発信した情報に関する反応によって、世の中のニーズを読み取るヒントを得ることができる点である。ホームページで情報発信してもアクセス数が伸びず、何もコメントも返ってこない場合は、今のニーズにはあまり対応していない可能性が高い。逆に賛同するようなコメントやコラボレーションしたいというような提案をもらうことになれば、世の中のニーズにマッチしている可能性が高いと考えられる。NPO 桐生においても、ホームページによる情報発信やイベントなどの様々な活動を行いながら、そこでの反応を参考にしながら、活動を通じた人との巡り会いを大切にしながら、次に何をすべきかということを考えている。

このように、身近なことからコンテンツ化して情報発信することで、地域の魅力を発見もしくは再確認できたり、また情報発信した結果で世の中のニーズを読み取ることができる。従って、地域の魅力に気付いている地域も気付いていない地域も、まずは身近なことからコンテンツにして情報発信してみることを薦めたい。

活動の中から新しいリーダー、新しい「ミ」ユニティが生まれる

勃興している地域情報化の先進事例を幾つか見ると、必ずリーダーと言われる方の存在がある。確かに、リーダーがいなければ、新しい動きをつくっていくことが難しい。

地方の自治体を訪れると、この地域にはリーダーとなる人がいないという嘆きを耳にすることがある。しかし、リーダーの資質というものは経験から養われていくものである。また、地元的人的なネットワークがなければ務まらない役割である。従って、地域で活動を行う中でいろいろなことを経験し、人的ネットワークを拡大していくことで、新しいリーダーが生まれてくる。リーダーがいなから活動を開始できないのではなく、活動を行いながらリーダーを育てていくという視点が重要である。

これは、地域のコミュニティについても同様である。ある目的を持って一緒に活動している中から、新しいコミュニティというものは生まれる可能性が高いのであって、突然、コミュニティが生まれることはない。従って、地域のコミュニティを組成していくためにも、ホームページで地域の魅力を発信するなど、何らかの活動を始めることが必要である。

そのときに有効な道具がITである。ITの特徴は、これまでの社会にあった垣根を越えてコミュニケーションできることである。例えば、これまであまり接点なかった高齢者と学生が電子掲示板で議論したり、隣町の同じ趣味を持つ住民がメーリングリストで知り合ったりコミュニケーションを行うようになるなど、これまであまりつながることがなかった人と人がITによりつながり、そこから新しい活動やコミュニティが生まれてく

ることにつながる。

これからは、地域社会に住民が積極的に参加することが重要である。しかし地域社会への住民参加という行政活動に参加するようなイメージで少し敷居が高い。地域社会への参加ということを意識した活動ではなく、例えば地域のポータルサイトで地域住民が意見交換して、地域における新しい活動のテーマを見つけ、「地域においてやりたいことを、地域の人とともに取り組んでいく」という発想につながり、それが地域社会への参加につながっているというような流れをつくっていくことが重要ではないだろうか。

◇ ◇ ◇
(参考文献)

丸田一著「地域情報化の最前線」岩波書店

総務省「地域における情報化の推進に関する検討会 住民サービスワーキンググループ」報告書

筆者紹介Ⅱ香川 裕一(かがわ ゆういち)。

兵庫県生まれ。立命館大学大学院理工学研究科修了。一九九六年、日本総合研究所入社。開発戦略センターを経て、現職。地域情報化、電子自治体、カード戦略、地域振興を主なテーマとしてコンサルティング業務に従事。その他、地域活性化のための官民連携プロジェクトの企画、立ち上げ、運営も担当。主な著書に「図解ITバリアフリーのすべて」(共著、東洋経済新報社)、「徹底検証電子自治体」(共著、日刊工業新聞社)など。