

地域情報化と地域おこし

「人のつながり」から考える

国際大学 グローバル・コミュニケーション・センター(GLOCOM)

講師／主任研究員 地域SNS研究会事務局

庄司 昌彦 shoji@glocom.ac.jp

自己紹介

• 経歴

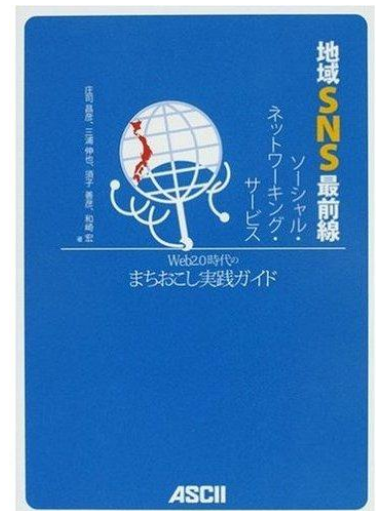
- 1976年 東京都葛飾区生まれ、埼玉県三郷市育ち
- 2002年、中央大学大学院総合政策研究科修了
修士(総合政策)
- 2002年 国際大学GLOCOM研究員
- 2008年 国際大学GLOCOM主任研究員/講師

• 主な関心

- 情報社会学、ネットコミュニティ、政策過程論、
地域情報化、電子政府・自治体、eデモクラシー

• 主な著書(共著)

- 『クリエイティブ・シティ』, NTT出版(2007)
- 『地域SNS最前線 Web2.0時代のまちおこし実践
ガイド』, アスキー(2007)



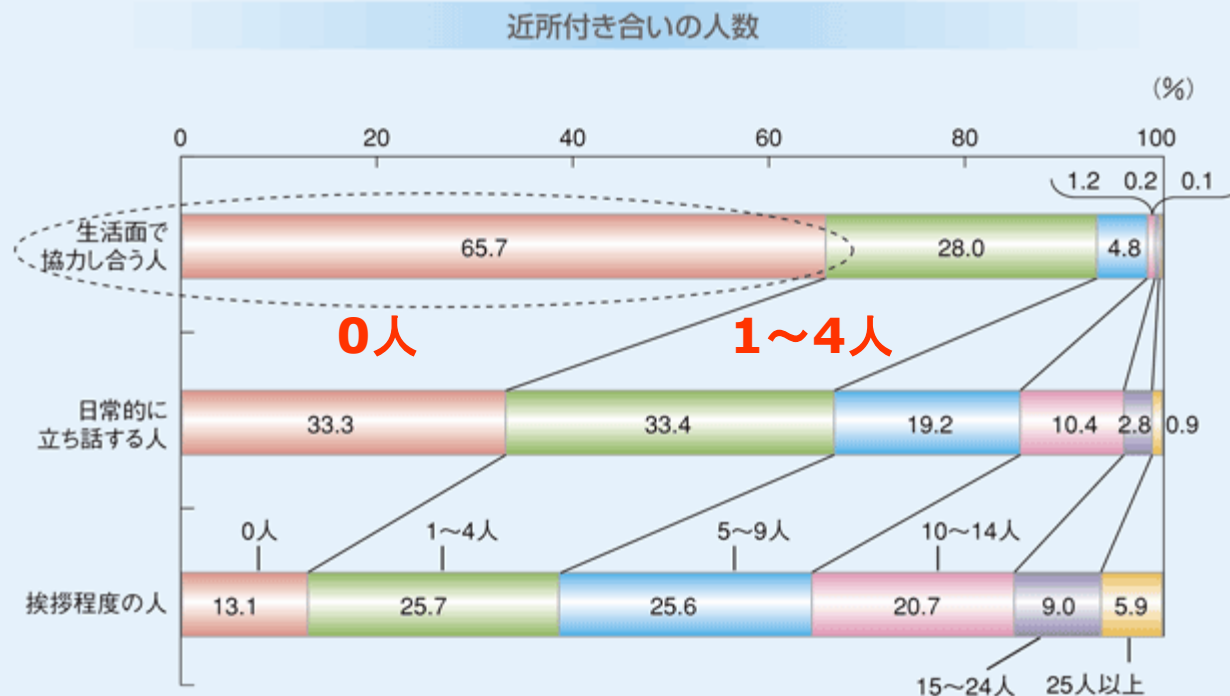
講演の概要

- 地域おこしはなぜ、どのように必要か
- 地域情報化とは何か。何ができるか。
- 「人と人をつなぐ」サービスとして、全国各地の地域SNSの特徴や事例、今後期待される役割などをご紹介します。
- 地域で「顔が見える」関係を育てるためのインターネット活用法を探りながら、「人材のネットワーク強化による地域社会の発展」について、議論の材料を提示したいと思います。

地域で人をつなぐ ことの重要性

第2-1-2図

近所に生活面で協力し合う人がいない人が多い

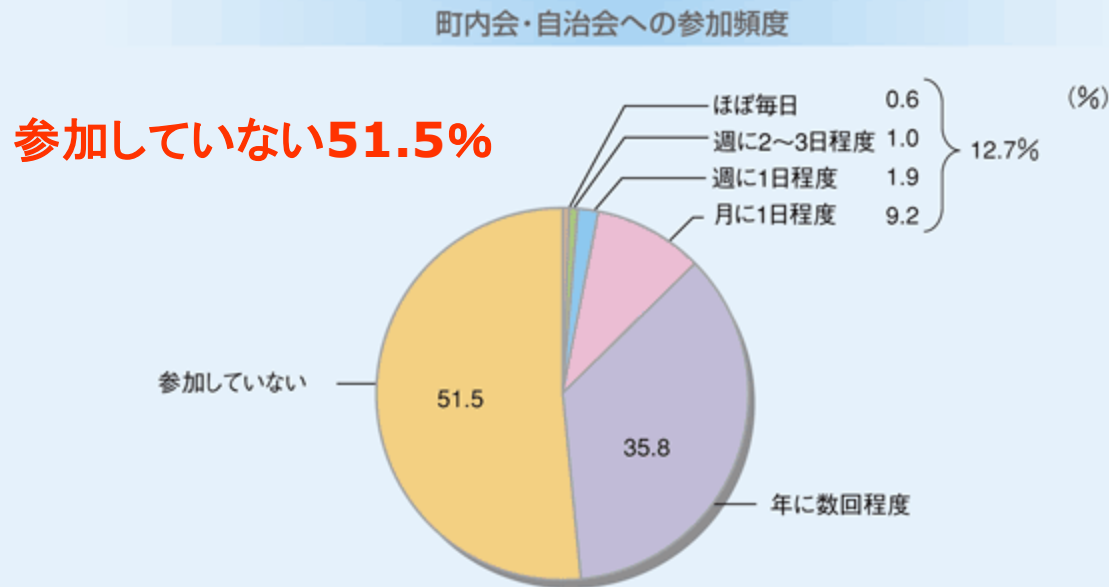


- (備考) 1. 内閣府「国民生活選好度調査」(2007年)により特別集計。
 2. 「あなたのご近所づきあいについてお聞きます。次に挙げる項目にあてはまるご近所の方の人数をお答えください。」という問に対し、回答した人の割合。「生活面で協力し合う人」は「互いに相談したり日用品の貸し借りをするなど、生活面で協力しあっている人」、「日常的に立ち話す人」は「日常的に立ち話をする程度のつきあいの人」、「挨拶程度の人」は「あいさつ程度の最小限のつきあいの人」である。
 3. 回答者は、全国の15歳以上80歳未満の男女で、「生活面で協力し合う人」は3,366人、「日常的に立ち話す人」は3,359人、「挨拶程度の人」は3,350人。

「生活面で協力し合う」近所づきあいが少ない

第2-1-6図

町内会・自治会への参加は年数回程度以下が大半



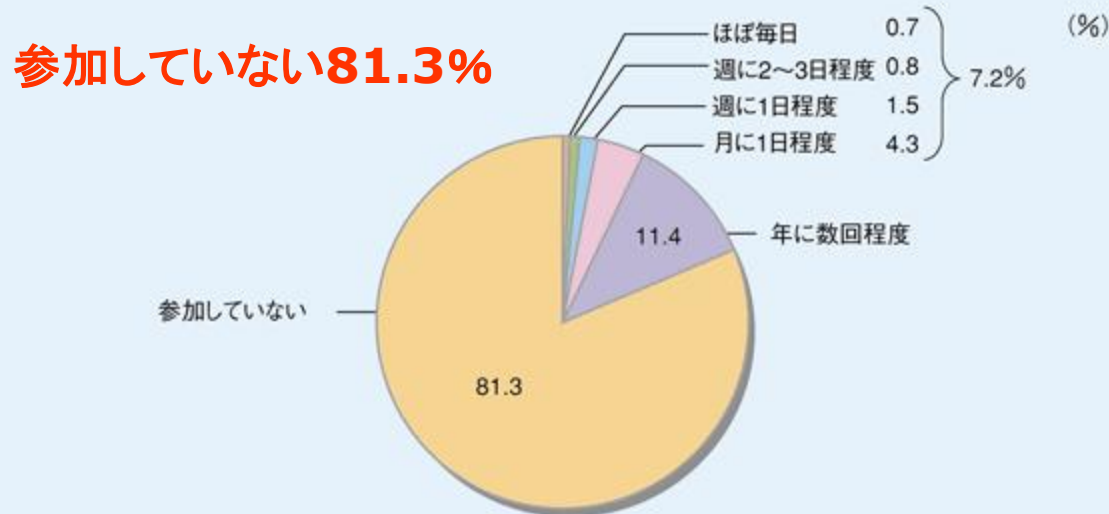
- (備考) 1. 内閣府「国民生活選好度調査」(2007年)により作成。
2. 「あなた自身の地域における活動についてお聞きます。あなたは現在、＜A欄＞のような活動に参加されていますか。参加の頻度についてお答えください。(○はそれぞれ1つずつ)」という問いに対し、町内会・自治会について回答した人の割合。
3. 回答者は、全国の15歳以上80歳未満の男女3,365人(無回答を除く)。

町内会・自治会活動には半数以上が参加していない

第2-1-8図

NPOなどのボランティア・市民活動への参加の頻度は更に少ない

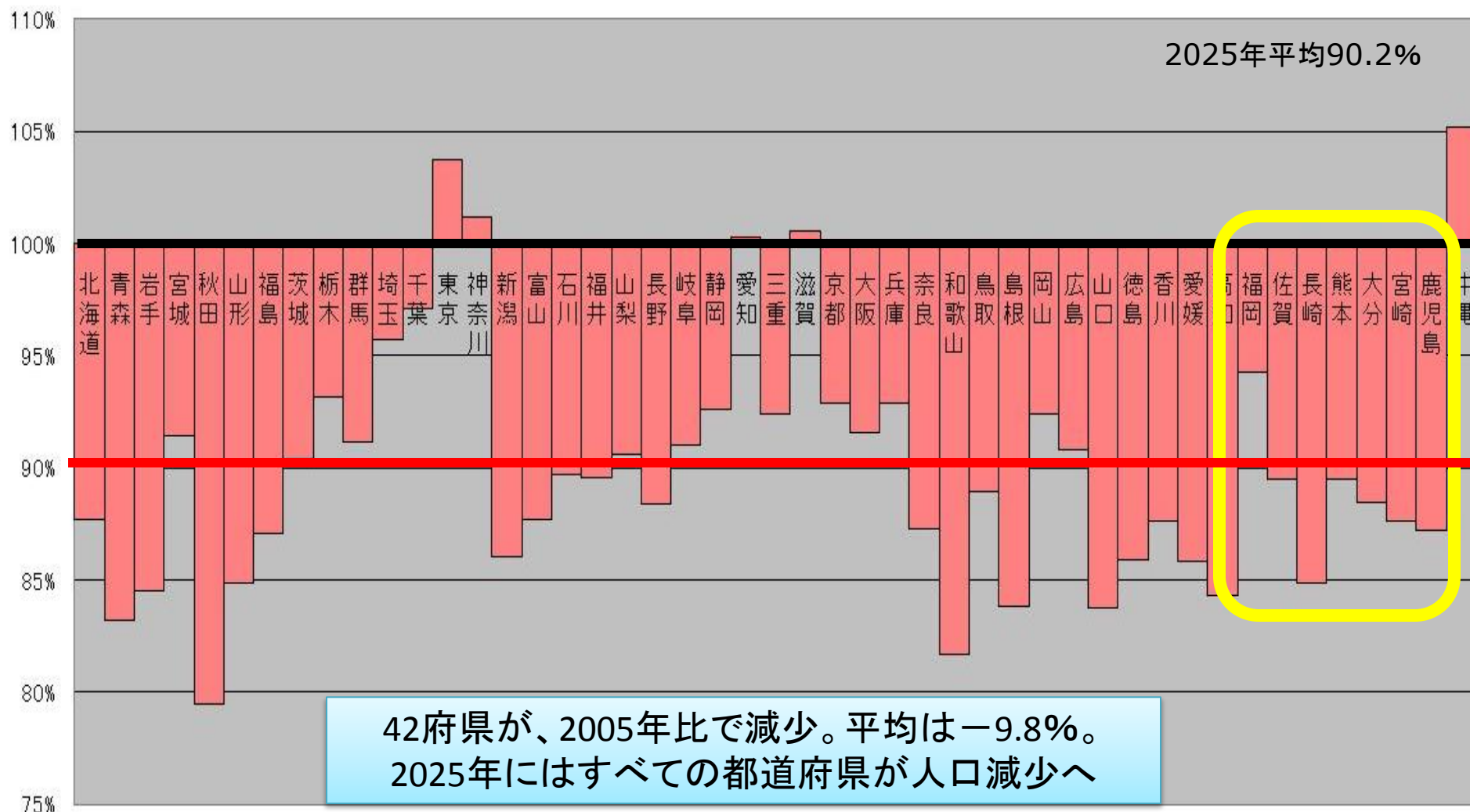
NPOなどのボランティア・市民活動への参加頻度



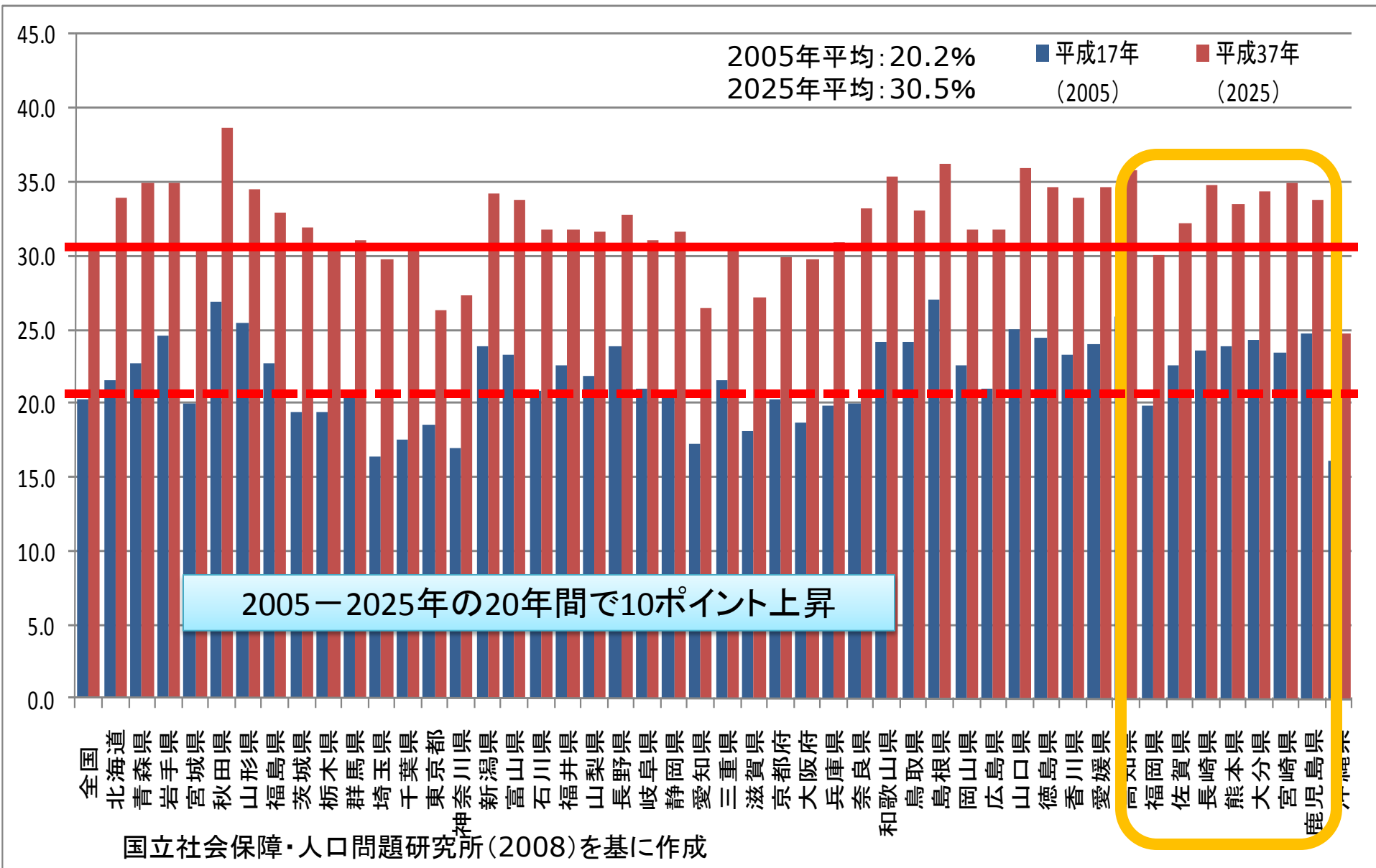
- (備考)
1. 内閣府「国民生活意識調査」(2007年)により作成。
 2. 「あなた自身の地域における活動についてお聞きます。あなたは現在、＜A欄＞のような活動に参加されていますか。参加の頻度についてお答えください。(○はそれぞれ1つずつ)」という問いに対し、NPOなどのボランティア・市民活動について回答した人の割合。
 3. 回答者は、全国の15歳以上80歳未満の男女3,355人(無回答を除く)。

地域でのNPO・ボランティア活動への参加は少ない

2005年人口を100とした場合の2025年人口



2005年・2025年の老年人口の割合



今後の日本（特に地方）の地域社会

- 高齢化と人口減少（過疎化）の進展
 - 人のつながりが希薄化
 - 既存の自治会・町内会、業界団体も機能不全
- 「高齢者たちが寂しく暮らす社会」化が進む？
 - 地域社会が直面するさまざまな課題を自ら解決するような能力や活力の低下
 - 新しい物事への危険・不安感の増加

今後の日本（特に地方）の地域社会

- 今後

- － 政府・中央に依存しない地方、地域社会の自立へ

- 地域の課題を自ら分析し、目標を定め、地域の知識や資源で問題を解決する必要（自発・自前）

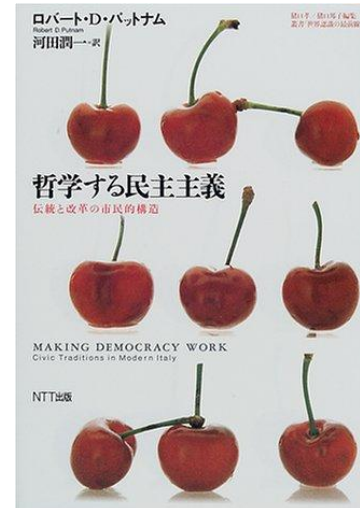
- － **協調行動・中間集団の再形成・活性化**
（人をつなぎなおす）

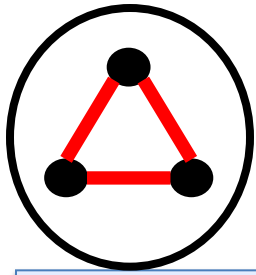
- さまざまな中間集団（サークル、グループ、団体等の協調行動）の活発な生成発展
 - さまざまな主体が協力し、行政とともに地域運営を機能させる



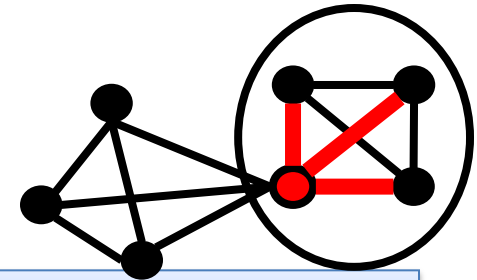
ソーシャルキャピタル (社会関係資本)

- R.パットナム
 - 南北イタリアと米国の研究
 - 協調行動を活発にする社会的特徴
 - 信頼
 - 互酬制(互いに与え合う)規範
 - 市民参加のネットワーク
 - 「結束型」と「橋渡し型」





2種類のつなぎ方



つながりを深める(結束)

- 内部のつながりの増加・強化
 - 集団(クラスター)を形成
 - 文脈や言葉の共有、一体感・安心感・信頼の形成
- 方法
 - 体験・文脈の共有(イベントなど)
 - 言葉や情報・ルールの共有
 - 内部での友人関係の橋渡し
- やりすぎによる副作用
 - 同質性が強まる
 - 排他的になる

つながりを作る(橋渡し)

- 外部とのつながりを作る
 - 新しいコミュニティや人、情報、アイデアを導入
- ハブとの接続
 - 効率的な社会ネットワーク形成(スモールワールド)
- 方法
 - 「よそ者」を誘致する
 - 「ハブ」とのつながりを保つ
- やりすぎによる副作用
 - 一体感・安心感、信頼にヒビ

バランスは地域の状況、目的などによる

新メディアは社会関係資本を作るか

- テレビ

- パットナム

- **市民活動衰退の原因**。他者と会う時間を奪い、社会活動の意欲を低下。



- インターネット

- 使い方による

- 受動的に使えば、テレビ同様に他者との接触や社会活動時間を減らす
 - つながりの創出や育成、距離や時間を越えたコミュニケーションも可能



- リン

- 社会関係資本＝関係財（個人が人間関係を通じてアクセスできる資源）
 - **インターネットで明確に増加**。米国等での衰退は「早とちり」で「誤り」
 - むしろ、インターネットで人間関係を豊かにする人と、アクセスを持たない人との間で格差（デジタルデバイド）が広がる可能性

**九州の
つながり力？**

九州の「日経地域情報化大賞」 受賞プロジェクト

年	プロジェクト名	運営主体
2008	なし	
2007	オープンプラットフォーム型健康情報基盤(私の健康履歴)	ヘルスケア基盤整備事業推進コンソーシアム(熊本)
2006	長崎県電子県庁システム等のオープンソース公開	長崎県、オープンソースベンダーフォーラム長崎(長崎)
2006	有田工業高校の地域連携マルチメディアプロジェクト	有エメディアプロジェクト(A.M.P)(佐賀県有田町)
2006	地域SNS「ごろっとやっちろ」	熊本県八代市
2006	地域映像アーカイブとVODサービス	株式会社ケーブルワン(佐賀県武雄市)
2005	無線LANによる地域ネット構築	にんじんネット協議会(長崎県)
2004	地域内サプライチェーン「鹿児島建築市場」	鹿児島建築市場協議会(鹿児島県)
2003	鳳雛(ほうすう)塾	NetComさが推進協議会(佐賀市)
2003	「住民ディレクター発信プロジェクト」	人吉球磨広域行政組合(熊本県)

「地域情報化」の類型と九州

	第一世代	第二世代	第三世代
特徴	通信インフラ整備	業界プラットフォーム活動 課題解決志向 データベース作り	SNS、地域メディア コンテンツ、イベント
主体	少数の先駆的技術者 地方自治体・首長	地方自治体、地元企業・大学 との協力関係が強い	メディア企業 個人
事例	コアラ 木城町光ファイバー にんじんネット	鹿児島県地区市場 長崎県庁システム 佐賀鳳雛塾	ごろっとやっちょろ 山江村民テレビ ひびの NikiNiki

丸田一, 国領二郎, 公文俊平編著 『地域情報化 認識と設計』(NTT出版)を参照し大幅に改変

ソフト系IT企業の新規開業率

(国土交通省)

	全国	北海道	東北	関東	北陸	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄
03年09月～04月03期	10.50%	10.30%	7.10%	7.90%	8.00%	9.60%	14.50%	10.30%	8.20%	12.30%	12.90%
04年04月～09月期	13.8%	18.5%	10.2%	13.8%	7.0%	12.1%	15.4%	12.0%	12.8%	17.7%	23.9%
04年10月～05年03月期	14.6%	13.6%	16.1%	13.8%	12.3%	17.2%	17.3%	9.9%	9.3%	14.2%	27.1%
05年04月～09月期	15.9%	17.5%	15.4%	16.6%	13.5%	12.5%	14.7%	15.0%	11.5%	21.1%	19.6%
05年10月～06年03月期	19.7%	21.9%	15.0%	22.7%	10.6%	17.1%	19.4%	13.8%	13.3%	17.8%	27.7%
06年04月～09月期	24.8%	25.2%	21.2%	24.1%	17.1%	26.0%	28.0%	24.2%	24.5%	26.2%	33.7%
06年10月～07年03月期	24.6%	29.5%	23.2%	23.5%	23.2%	23.7%	25.9%	22.2%	20.0%	30.5%	29.7%
07年04月～09月期	22.2%	21.9%	22.7%	20.1%	23.2%	25.2%	19.9%	25.5%	25.3%	29.4%	25.6%

順位

	北海道	東北	関東	北陸	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄
03年09月～04月03期	4	10	9	8	6	1	4	7	3	2
04年04月～09月期	2	9	5	10	7	4	8	6	3	1
04年10月～05年3月期	7	4	6	8	3	2	9	10	5	1
05年04月～09月期	3	5	4	8	9	7	6	10	1	2
05年10月～06年3月期	3	7	2	10	6	4	8	9	5	1
06年04月～09月期	5	9	8	10	4	2	7	6	3	1
06年10月～07年3月期	3	7	6	7	5	4	9	10	1	2
07年04月～09月期	8	7	9	6	5	10	3	4	1	2

調査は半年毎のNTTタウンページのデータ(「ソフトウェア業」、「情報処理サービス」、「インターネット関連サービス」)を基に実施。開業率は半年間の事業所の増減をもとに計算。開業率(年率)=[(当該期間の開業事業所数)÷前期末の事業所数]×2×100(%)

日本のソーシャル・キャピタルと政策 (日本総研・2007年)

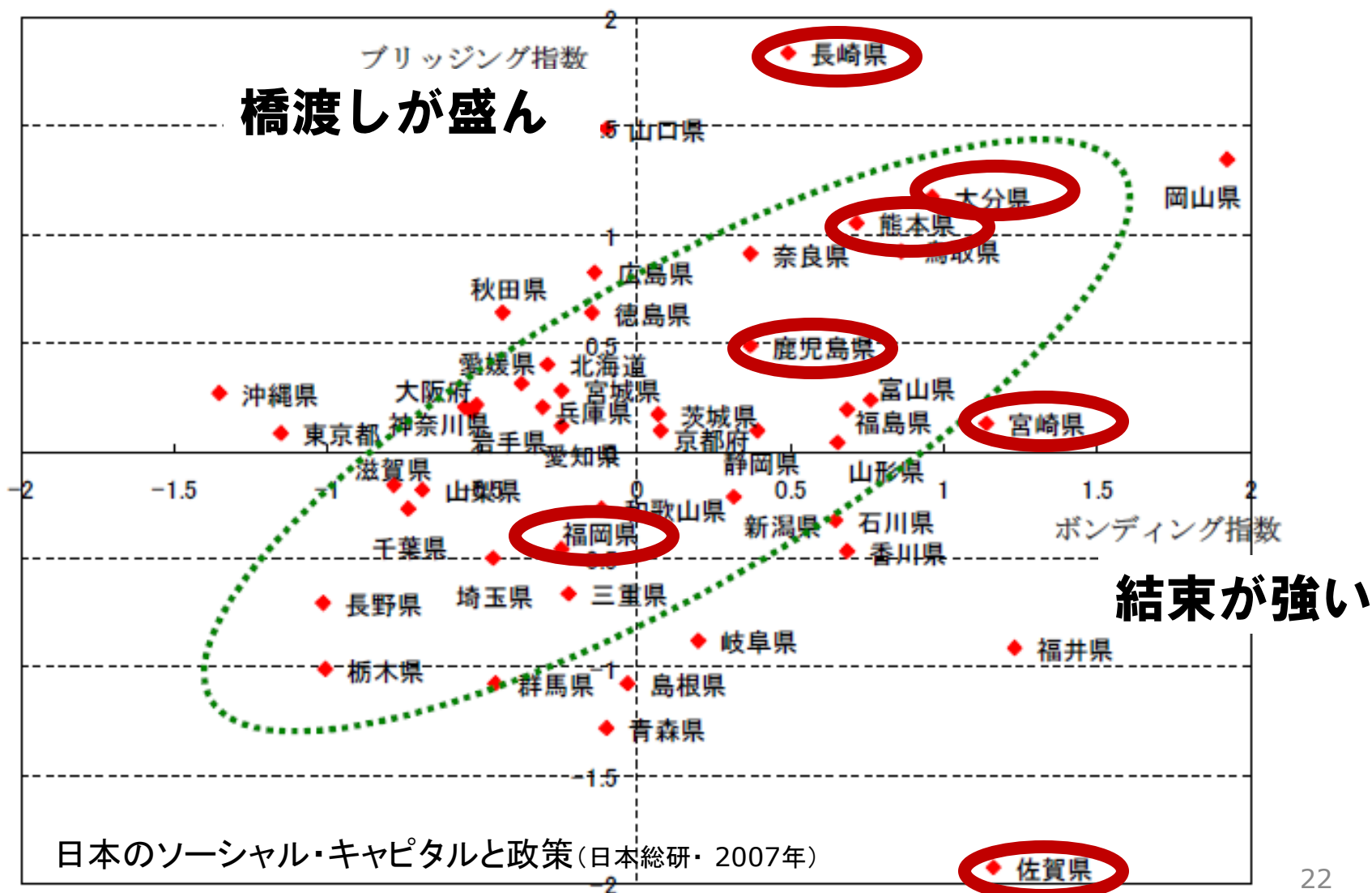
- 信頼指数が高い 高知県、福島県、**宮崎県**など
- つきあい・交流指数が高い **長崎県**、山形県、岡山県など
- 社会参加指数が高い 岡山県、**大分県**、島根県など
- 統合指数が高い 岡山県、福島県、**長崎県**など
- 統合指数が高い都道府県は西日本に多く、概ね**西高東低**
- ボンディング指数が高い 岡山県、福井県、**佐賀県**など
- ブリッジング指数が高い **長崎県**、山口県、岡山県など

※「ソーシャル・キャピタル」=社会関係資本

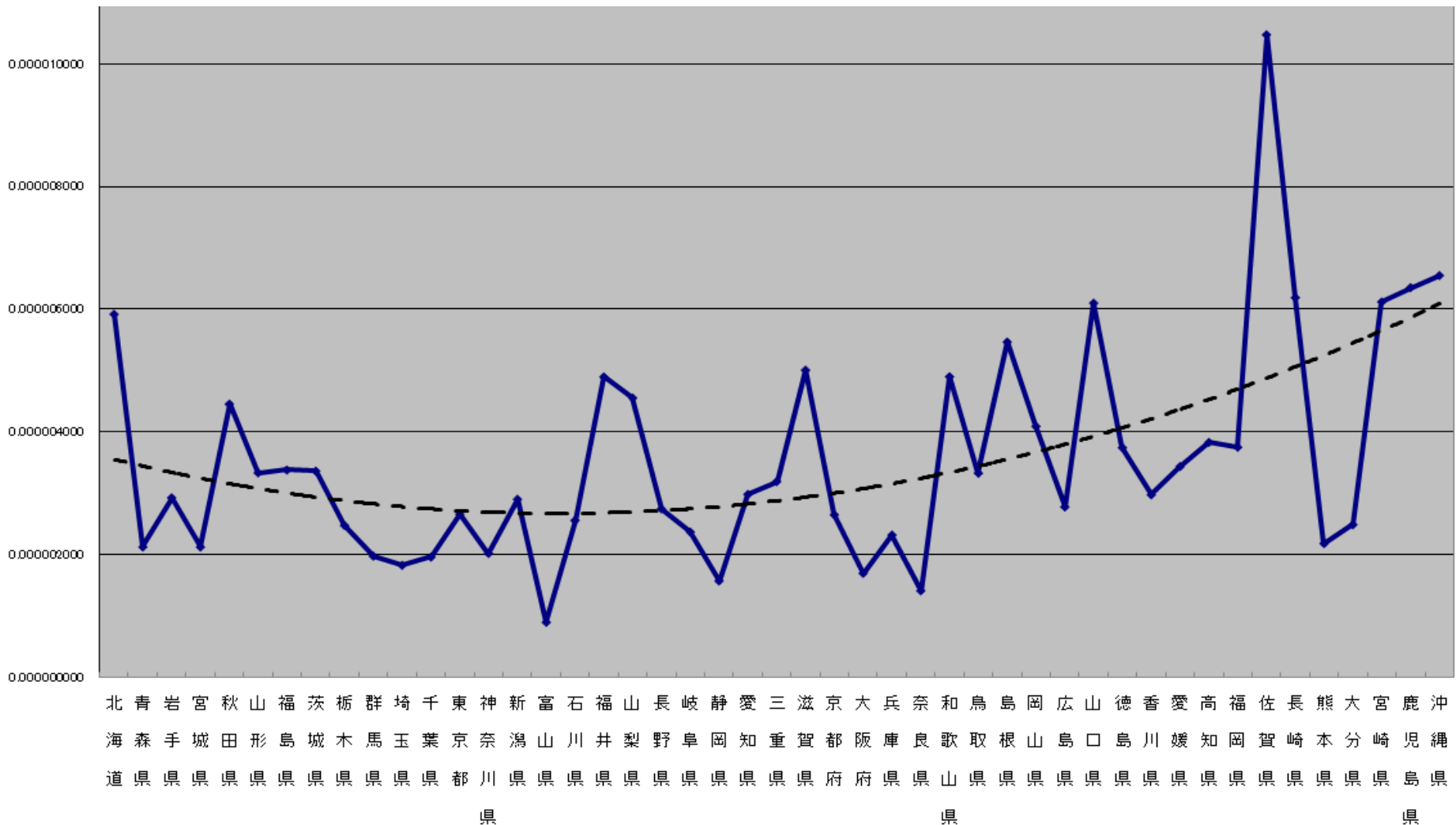
その他の研究

- 山内直人(2003 年)「市民活動インデックスによる地域差測定を試み」
 - 1)非営利組織指数、2)寄付指数、3)ボランティア指数
 - 概ね**西高東低**。**熊本県**、**沖縄県**、**宮崎県**、**山口県**、**鳥取県**、**鹿児島県**の順に高い
- 内閣府(2003 年)「ソーシャル・キャピタル:豊かな人間関係と市民活動の好循環を求めて」
 - **西高東低**の傾向。**島根県**、**鳥取県**、**宮崎県**、**山梨県**、**岐阜県**、**長野県**の順に高い値

都道府県別のボンディング（結束）指数 とブリッジング（橋渡し）指数



1人当たりの地域SNS事例件数 (県ごとの件数／人口)



九州の「つながり力」を考える

- 九州のインフラや経済指標が抜きんできて優れているわけではないが...
- 人のつながり(結束・橋渡し)指標で優れている
- IT産業の開業率が高く、先進的プロジェクトが次々生まれている
- 問題意識
 - 九州の「つながり力」を地域おこしに結びつけるにはどうすればいいのか？

つながりをどう作り、 どう「地域おこし」にするか

地域SNSの事例から考える

身近な「社会(Social)ネットワーク」

- 「友達の輪！」
 - 「テレフォンショッキング(『笑っていいとも!』)」
 - ゲスト出演したタレントが、翌日のゲストを自分の友人の中から紹介するリレー形式
- 「世界は狭いですね」
 - 初めて会った人と話をしていて共通の知人がいることが分かった、一気に親近感や信頼が増す
 - 「6人『知人の知人』を介せば、誰でも全ての人とつながることができる」(という説)

広がるSNS的サービス

- 友人とのコミュニケーション・趣味・ゲーム
 - mixi、GREE、モバゲータウン
 - Facebook、Myspace、Orkut
 - So-netSNS、OpenPNE
 - 地域SNS
- ビジネス・転職
 - LinkedIn
 - 社内SNS
- 写真・動画コミュニティ
 - Flickr、フォト蔵、pixiv
 - YouTube、ニコニコ動画
- ミニブログ
 - Twitter
 - リアル(Chip!、CROOZ)
- ブックマーク共有
 - はてなブックマーク、Digg
- ID基盤
 - Google、MSN Live、Skype

ソーシャルグラフ

- 「すべての人々とその関係を表したグローバルな図」
- ブラッド・フィッツパトリック (Brad Fitzpatrick)
 - ソーシャルグラフは、人々の協力や相互作用、人間関係などに基づくさまざまな「ソーシャル」なサービスによって急速に拡大
 - 評判の形成や集合知の発揮などメリットが大きい一方、企業による囲い込みや悪用、プライバシー問題などを起こす可能性もある
 - 社会的重要性の高いソーシャルグラフは非営利団体が管理するべき。
- ティム・バーナーズ・リー (Tim Burners-Lee)
 - 人のつながり方である「グラフ (Graph)」はコンピュータのリンクである「ネット (Net)」とドキュメントのリンクである「ウェブ (Web)」に続く重要な概念

SNSの特徴

- ポイントは「人をつなぐ」
 - つながりを可視化し
つながりを作る機能
- 特徴
 - 会員制
 - 自己紹介ページを持つ
 - 自分が関心ある情報を集められる
 - 友達とリンクする
 - 近況を把握しあい交流
 - 毎日会う人、たまに会う人、
年賀状的な人
- 「知り合い」との安心な交流
 - プロフィール。匿名性低。
 - 「匿名の不特定多数」→
「知り合い・特定の人達」
 - 見ず知らずの人が出会い、
真偽不明な情報も飛び交う
ネットに「安心」「信頼」を付加
- さまざまなサービスの
基盤へ



ひびのコミュニティからのお知らせ



写真を編集

プロフィール確認

ショージさん (24)

佐賀の友人

ひびともリスト



風景太郎 (14)



生島屋敷ひびの (111)



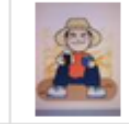
ペーぱくん (93)



フーシーの太分 (2)



いっばく (52)



百葉楓葉郎 (2)



Happy☆の北海道SNS (3)



seijin伊藤林選手直署！ (2)



タビタビ (41)

ひびのニュース

- ▶ [立花だけと…佐賀市で37・8度 観測史上8番目](#) 08/07 20:17
- ▶ [九州新幹線が開通 270人、母生ビジョンなど発表](#) 08/07 20:10
- ▶ [虹色希望の高校生ら、秋田県立 県農業大学校](#) 08/07 19:20
- ▶ [セダコシカリ初出荷 関東中心に全国へ](#) 08/07 19:08
- ▶ [秋田県立から「着陸者へのサポート」](#) 08/07 18:54
- ▶ [佐賀西の7人、県選抜総決 8日に九州高校選手権出場](#) 08/07 17:53
- ▶ [「小学生議員」祝賀会 本県で「子ども議会」](#) 08/07 16:35

佐賀のニュース

最新情報

佐賀の友人の最新情報

ひびとも
最新日記

- ▶ 08月08日 ... [地デジに移行できない地域 \(3\)](#) (いっばく)
- ▶ 08月07日 ... [控除から手当てへ \(0\)](#) (いっばく)
- ▶ 08月07日 ... [乗る乗るとさらに悪化 \(10\)](#) (いっばく)
- ▶ 08月07日 ... [知事会地方分権協議会討議 \(0\)](#) (いっばく)
- ▶ 08月07日 ... [大人の熱闘会 \(2\)](#) (タビタビ)

ひびとも
最新Blog

- ▶ 08月08日 ... [ドバビウィットビニ \(猫手企画の新聞屋\)](#)
- ▶ 08月07日 ... [怪しげな打ち合わせ \(わかばやし\)](#)
- ▶ 08月06日 ... [大原龍子さんが亡くなるータビ \(タビタビ\)](#)
- ▶ 08月06日 ... [大学生の中にも…ータビタ \(タビタビ\)](#)
- ▶ 08月06日 ... [喜城大生がプロデュースしたお茶 \(わかばやし\)](#)

日記コメント
記入履歴

- ▶ 08月08日 ... [茂木健一郎さんがマリトピアに！ \(9\)](#) (seijinの伊藤林選手直署！)
- ▶ 08月05日 ... [情報化社会の模倣体験結党 \(2\)](#) (いっばく)
- ▶ 10月20日 ... [全国フォーラムレポート1 佐賀新 \(4\)](#) (風景太郎)
- ▶ 09月22日 ... [佐賀市で… \(1\)](#) (風景太郎)
- ▶ 08月08日 ... [… \(1\)](#) (風景太郎)
- ▶ 08月07日 ... [世界に一つだけのプロポーズ！ \(1\)](#) (「ブライ



佐賀の色々な
取組み

オフィシャルコミュニティ



ひびの家庭教
育支援団
乳幼児期から思春
期まで、子どもや
子育ての…



ニコニコ動画「
ひびの双写主」
ニコニコ動画とひ
びのをつなぐコミ
ュニティ…



ブライダルさが
佐賀の総合ウェ
ディング情報サイ
ドブライ…

オフィシャル一覽へ！

紙面と連動



例：「ひびの」（佐賀新聞社）

コミュニティ

地域情報化とは

- 地域で住民などが進める情報化。地域が進める情報化。 参考:丸田一、國領二郎、公文俊平編著『地域情報化 認識と設計』(2006、NTT出版)
 - 情報技術で知的にパワーアップした住民が
 - 地域で、
 - 行動を活発化し、情報共有の基盤を作ったり、地域のイメージを作り出したりすることで、
 - コラボレーション(共働)型の社会を作ること

SNS＋地域情報化＝地域SNS

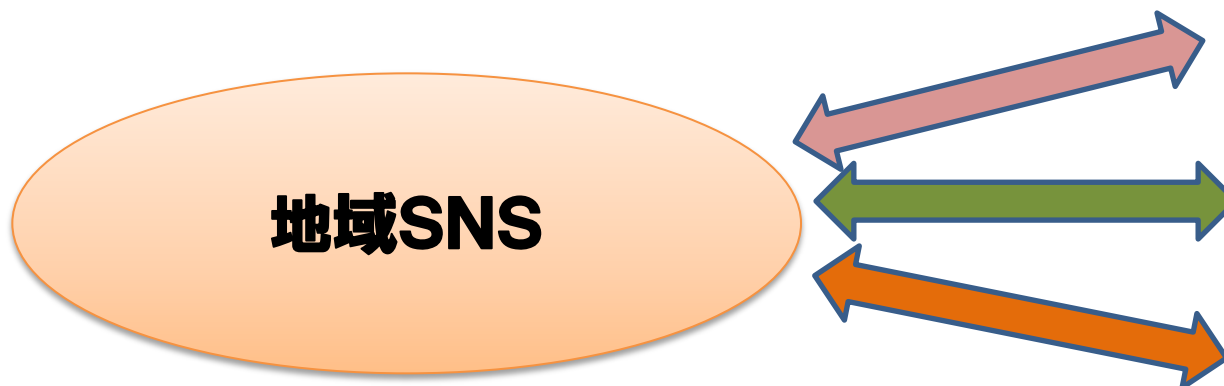
(人のつながり) (地域での共働) (まちおこし?)

時期	主なできごと
2004年末	八代市で誕生
2005年	総務省実証実験 OpenPNE普及開始
2006年	地域SNS研究会発足
2007年	地域SNS全国フォーラム開始 『地域SNS最前線』出版
2008年	OpenSNPが地域情報化大賞 (大賞)受賞
2009年2月	全国約400ヶ所にまで増加

- 規模
 - － 町内会～市区町村～都道府県
 - － 最多は「〇〇市周辺」
 - － 平均300-500人程度
 - － 最多は「ひびの」(佐賀)約1万人

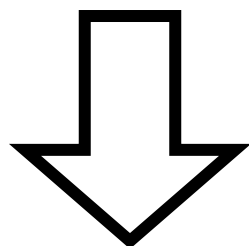
- 運営費用の捻出
 - － 他事業からの補填・相乗効果
 - － 補助金
 - － 広告・タイアップ企画
- 先進事例の特徴
 - － オフライン活動
 - － 橋渡し
 - － 他メディアの活用
- 課題
 - － 「立ち枯れ」
 - － ビジネスモデルの確立
 - － 若者の参加
 - － 「成果」の波及と評価

地域SNSによる活性化のモデル



(つながりを深める) + (つながりを作る)

内部の一体感や
安心・信頼の醸成



外部のコミュニティや人
との連携

**地域にさまざまな中間集団・協力行動が生まれ、
活動が活発化し、安心、楽しさ、発見が生まれる**

生活利便性向上、イベント、安全・安心、まちづくり、顧客開拓・販売促進、観光客誘致等

SNS＝若者ではない

- mixiは20-30代前半で約8割。地域では20代が少数、平均30代後半-40代
- 年齢層が幅広い(日本の地域社会の実態?)
- まちづくり等のテーマが高齢層にも関心を持たれやすい
- 高齢層が仲間を引き込んでいる?
- 高齢層にはPCサポートや講習との組合せが有効
 - 進歩を感じられるシニアはハマると深い
- 30～50代の女性・地域で生活している人達がカギ?



先進事例の傾向

1. オフライン活動の活性化



7割以上の地域SNSでは、ユーザーが自発的にオフ会を開催。

回数が「数え切れない」「10回以上」「多数」という地域SNSも3割以上存在



先進事例の傾向

2. 人間関係の橋渡し(ブリッジング)

- ネットワークのハブ(キーパーソン)の出会い仲介
 - 「意外なことにつながっていなかった」人がつながる
 - サークル連携による、新しい活動が誕生
 - 地域外の人とのつながりを増やし、新しい風を吹き込む
- 友達をたくさん紹介しあう: Sicon(会津)
 - 新しい発見、出会い、楽しさ等を提供。
 - ユーザーの関心を持続させるためのコツ

先進事例の傾向

3. 地域メディア化 メディア連携

- 地元マスメディアの参入
- ミニブログ (Twitter型)
- グッズ
- フリーペーパー・ウェブマガジン
- 動画 (Youtube型)
- 動画 (生中継型)

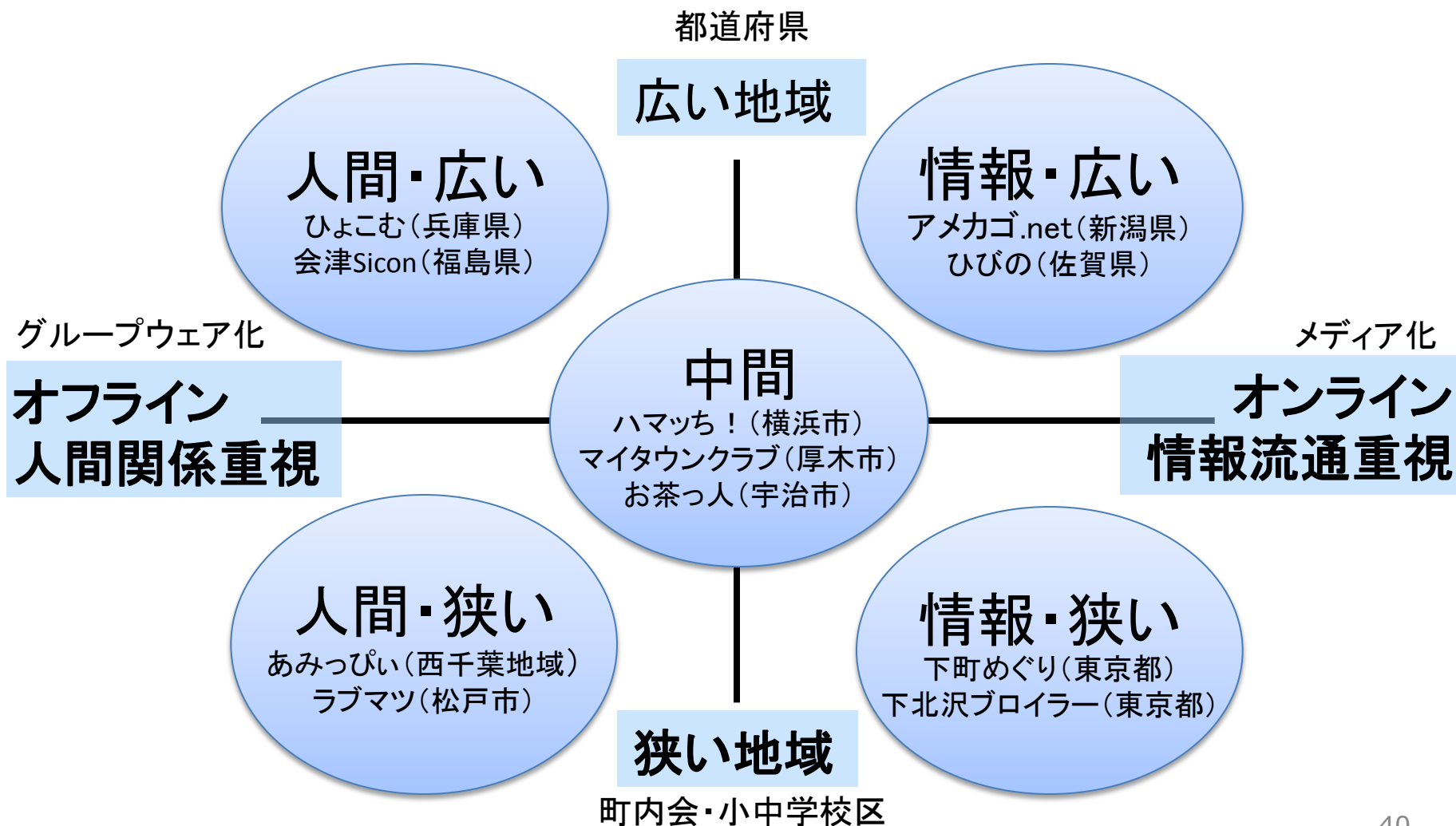


人間関係ベースの消費

- 売り手・生産者と消費者の間に人間関係や仲間意識があり、長期間のコミュニケーションをベースとしてモノを売買
- 売買を契機にコミュニケーションが膨らみ、関係をさらに育む
- 商品はベストではないかもしれないが、代わりにコミュニケーションや人間関係、楽しさや満足感などの付加価値。
- 相手と関わりながら自分もイメージや物語の形成に参加。
- 売買時の前後にも文脈を共有し、リスクを分担し、プロセスをともに楽しみながら生産と消費のサイクル回す
- ソーシャルキャピタルは増大
- 事例
 - 鹿児島「NikiNiki」の物販サイト、西千葉「あみっぴい」

地域SNSの分類と それぞれの特徴

対象地域の広さと人間関係



各類型の特徴

類型1.「情報・広い」

- 対象地域が広く、情報流通を重視。
- 新聞、雑誌、ウェブマガジン、テレビ、ラジオ等の地域メディアと連携してSNS内の話題を外部に伝えたり、地域メディア連動コミュニティをSNSに設けることで、地域の情報流通をデザインしようとしている。
- 人のつながりは他の類型に比べると弱いが、地域ならではの話題を基にしたテーマ別オンラインコミュニティが形成されることもある。

例：ひびの、アメカゴ.net

指標案：メディア活用によるリーチ、クラスターの形成、参加者の地域分布

類型2.「人間・広い」

- 対象地域が広く人間関係を重視。
- SNSの参加に際して招待制をとることが多く敷居が高いが、「場」としての信頼感や結束維持への意識が高い。
- 互いに友人を紹介して結びつけ合うなど、人間関係の橋渡し(ブリッジング)も意識的に行われている。

例：ひよこむ、会津Sicon

指標案：友人の数、クラスターの形成、参加者の地域分布、ブリッジングも。

各類型の特徴

類型3.「人間・狭い」

- 町内会などの比較的狭い規模を対象とし、人間関係を重視。
- 顔が見える人間関係を、SNSも使うことでさらに強化し、イベントなどと結びつけることで相乗効果を生み出す。
- 参加者増より人間関係の質を求め、参加に際して招待制をとることが多い。
- SNSはイベント企画・運営などのためのグループウェアを指向。
- 人間関係が密で「安心」なため子供も参加可能。頻繁にオフ会・イベントがあり、実際に集まる拠点がある。

例：あみっぴい、ラブマツ

指標案：オフラインの活動、一極集中？

類型4.「情報・狭い」

- 狭い地域を対象とし、情報流通を重視。
- 都市部のビジネス街やショッピング街などで、街を訪れる人々の緩やかな交流や口コミ情報の交換・集積などを目的とするものが多い。
- 濃厚で持続的な人間関係よりも、有益でタイムリーな情報提供が求められる。
- この類型は事例が少ない。

例：下北沢ブロイラー、下町めぐり

指標案：新規情報量・更新頻度・ログイン率、多極？

各類型の特徴

類型5.「中間」

- 人間関係・情報流通、および対象地域について中間的。
- 行政による運営が比較的多い。
- さまざまなサークルや市民活動を自治体の公共施設やイベント等と関連させて活性化していくにはちょうど良いサイズのようで、この類型の地域SNSでは、公式オフ会をサークルや市民活動の発表の場として開催し、たくさんの人が参加して文化祭のように盛り上がる、ということがみられる。

例：ハマっち！、マイタウンクラブ

指標案：コミュニティ活用状況、多極？

おわりに

- コミュニティの形成・再生
 - 地域で中間組織の活動を活性化すること
 - SNSは「人のつながり」を強化し、橋渡しする
- 地域に合った「人のネットワーク」を作ろう
 - SNSが出来ることは一部分。他の方法との組み合わせが望ましい
 - 使えるものは何でも使い、コンピュータを使わない人をも含む「エコシステム(生態系)全体」を考える
 - 一つの巨大な基盤ではなく、たくさんの房(クラスター)が自律・分散・協調でつながるインターネット方式
 - ふつうの人が育ち、協力することで社会を変えていく