

地域コミュニティにおけるソーシャル・キャピタルの醸成に関する考証

柏田 慎也(岡山理科大学大学院マネジメント研究科)

高橋 良平(岡山理科大学経営学部)

要約：

近年、少子高齢化・人口減少を起因としたコミュニティの希薄化への対策として社会関係資本(ソーシャル・キャピタル)が注目されている。しかし、「信頼」、「規範」、「ネットワーク」を構成概念としている社会関係資本であるが、インターネット上での人々の繋がりであるSNSを分析対象にいたした先行研究は少ない。本研究では、SNSによる地域活性化施策を推進する和歌山県由良町でヒアリング調査をおこなった。その結果から、①地域SNSの活用は、地域外へのPRを目的として始まる。②SNSを使った地域コミュニティが地域に活気を与える。③地域おこし協力隊のような地域外からのブリッジが地域の意識を変え、イノベーションを促進させる。④SNSの活用によるメリットよりも、そこからの派生した効果の方が有用である、といった地域SNSの有用性を裏付ける示唆を得ることができた。

キーワード：

ソーシャル・キャピタル， SNS， 地域コミュニティ

1. はじめに

コミュニティとは人間が集団を形成するために不可欠な枠組みである。しかし、近年の日本では少子高齢化などの影響により人口が減少しており、単独世帯の割合は年々増加し、2040年には全体の約4割が単独世帯となることが推計されている¹。単独世帯は、日常の会話頻度が他世帯と比較して少ないため、地域内で孤立する傾向がある。また近年では、2019年より世界的に流行した新型コロナウイルス感染症(COVID-19)も地域コミュニティに悪影響を与えたと考えられる。感染拡大期には、対策として政府は会

¹ 令和2年版厚生労働白書参照。

食や対面でのコミュニケーションを非推奨とし、それらにより特に地方でのコミュニティの希薄化の問題が進展した。コミュニティの希薄化が顕在化することで、地域のソーシャル・キャピタル(社会関係資本)の減少が近年問題視されている。ソーシャル・キャピタルとは、人と人が関わることで得られるメリットの総和であり、地域ごとに醸成される慣習・ならわし・繋がりなどを総称してソーシャル・キャピタルと言っている。そんなソーシャル・キャピタルの減少は、コミュニティの希薄化だけでなく、地域住民の健康や近隣の治安、経済発展など様々な領域で負の影響を与えることが明らかになっている(稲葉, 2020)。そこで本研究は、この問題に注目しソーシャル・キャピタルの減少の危機にある地域での、住民の自助努力による問題解決に向けての取り組みを調査した。また、そこで行われているSNSによる地域活性化施策をソーシャル・キャピタルの視点から分析することによって、地域SNSが地域に与える効果を考察した。

2. 研究背景と研究目的

2. 1. 研究の背景

日本において、喫緊の社会課題と目されている少子高齢化問題だが、総務省が発表した2020年国勢調査では、人口は1億2614万6千人となっており、図1のとおり、前回の調査から5年間で94万9千人の人口が減少している。また、人口上位8都道府県(東京都、神奈川県、大阪府、愛知県、埼玉県、千葉県、兵庫県、北海道)を合わせると6398万4千人で全国の人口の50.7%を占めているが、人口が増加したのは東京都、沖縄県、神奈川県などの9都県に留まっている。さらに、人口が増加した9都県に関しても、合計特殊出生率²が高い値を維持できておらず、それ以外の38道府県からの人口流入が起きていることが明らかとなっている。

この問題を年代別の視点で見ると、総人口のうち3602万7千人が老年人口(65歳以上)であり、高齢化率は28.6%となっている。中でも地方の問題は更に深刻となっており、日本創成会議が2014年に今後存続できなくなる恐れがあるとして発表した消滅可能性都市³は、全国1799の市区町村のうち896が該当するとされている。

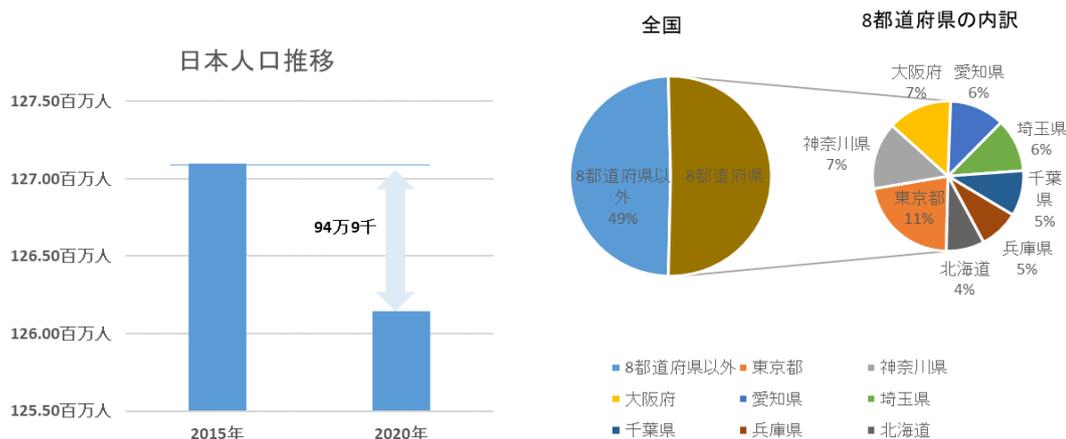
こういった消滅の危機に瀕する地域では、その人口減少と高齢化の現状を打開すべく、

² 合計特殊出生率とは、その年次の15~49歳までの女性の年齢別出生率を合計したものの。

³ 2010年から2040年にかけて、20~39歳の若年女性人口が5割以下に減少すると目されている市区町村のこと。

地域活性化に向けた様々な取組がなされている。その1例として実施されているのがICTを活用した地域活性化である。地域におけるICT活用の推進策として、鬼塚（2014）は高齢者にSNSの使い方を教え、それらを通して地域を盛り上げる活動について報告をしている。

図1. 日本の人口推移とその内訳



出所：総務省(2020)をもとに筆者作成

2. 2. 研究の目的と課題

本研究では、少子高齢化と過疎化が進む地方におけるソーシャル・キャピタルの増大策としてのSNS活用に注目し、SNSによるソーシャル・キャピタルの増大と地域コミュニティ再構築のプロセスについて明らかにする。

現状、地域課題とソーシャル・キャピタルの関係性については多くの先行研究がなされているが、人と人をつなぐ主要ツールとなりつつあるSNSを調査・分析項目に入れた研究は少なく、また、市町村などの狭域で用いられている地域SNSがソーシャル・キャピタルに与える効果を研究した先行研究はほとんど存在しない。そこで、以下の3つの課題を設定し、本研究の目的の達成を目指す。

課題1 地域のソーシャル・キャピタルの増大にSNSは有効か。

課題2 SNS活用によるソーシャル・キャピタルの増大が地域コミュニティの再構築に有効か。

課題3 SNSによってソーシャル・キャピタルの増大はどのようなプロセスを経るのか。

以上課題に対し、第3章では先行研究を、第4章では和歌山県由良町での事例研究を通して解明を試みる。

3. 先行研究レビュー

3. 1. ソーシャル・キャピタルについて

ソーシャル・キャピタル（社会関係資本）は、学術分野ではColeman(1988)によって提唱された社会学、健康・公衆衛生学、政治学、経済学、経営学などにおいて用いられる概念である。Coleman 以前は、ソーシャル・キャピタルは文化資本、経済資本に並ぶ資本の1つに分類されており、「人間(人との間)」に含蓄される資源の総和とされていた。この資本を持っている人間ほど、進学や就職において有利であり、高い社会的地位につくことができることとされた。(Bourdieu, 1985)それに対して Coleman は、資本をヒューマン・キャピタル(人的資本)とソーシャル・キャピタルに分類した。ヒューマン・キャピタルは個々人が持っているのに対して、ソーシャル・キャピタルは人と人の間に存在すると述べている。これにより、ソーシャル・キャピタルを進学・就職などの限定された領域だけでなく、人と人との人間関係や地域コミュニティ、ボランティア組織など様々なグループ適用可能なものとした。

3. 2. ソーシャル・キャピタルの定義

ソーシャル・キャピタルの定義は論者により違いがあるが、既往研究からいくつか抜粋したものが表1である。

表1. ソーシャル・キャピタルの定義

既往研究	ソーシャル・キャピタルの定義内容
Hanifan(1916)	学校を中心とした農村部コミュニティという1つの社会単位を構成する諸個人・諸家族の集団間における、善意、仲間意識、相互の思いやり、社交のこと。
Coleman(1988)	社会関係資本はその機能によって定義される。それは単一のかたちをもつ存在ではなく、いくつかの異種があるが、それらに共通する要素がふたつある。一つは社会構造からなるということ、もう一つはその構造の中にある個人のある種の行動を容易にするという点。
Putnam(1993)	協調的な諸活動を活発にすることによって社会の効率性を改善できる、信頼、規範、ネットワークといった社会組織の特徴。
Adler(2002)	ソーシャル・キャピタルとは複数の個人・集団の間に存在する「善意」。
稲葉(2005)	心の外部性をともなった信頼・規範・ネットワーク。
Ostrom(2009)	社会全般に対する信頼を一般的信頼と呼び、これはソーシャル・キャピタルの結果。

出所：稲葉(2021)をもとに筆者作成

全体を通して共通していることが、一般的に人は信用することが出来るかという「信頼」、家族・友人・近隣住民等への思いやり・地域で守られている慣習などの「規範」、地域行事や組織への参加・社交を表す「ネットワーク」の3つが主な指標となっている。20世紀初頭の教育学者である Hanifan の時代には、ソーシャル・キャピタルは学術的な概念として存在していなかったが、現在に至るソーシャル・キャピタルを諸個人・諸家族の集団間における、善意、仲間意識、相互の思いやり、社交として大枠で捉えているといえる。学術分野として大きく取り上げられたきっかけとなる社会学者 Coleman と政治学者 Putnam の研究の相違点は、Coleman が個人と人間を対象として個人のパフォーマンスを研究したことに對して、Putnam は集団や社会を対象として集団や社会のパフォーマンスを研究したことが挙げられる。これを市田(2003)は、Coleman は木(ミクロ)を見て、Putnam は森(マクロ)を見たと言っている。その他では、Adler は、善意の源泉は、プレイヤー関係の構造や内容にあり、プレイヤー間の情報伝播、感染・影響、団結力などに影響をもたらすと述べている。「規範」の部分に灌漑施設などの共有資源の分析から、共有資源を運営するコミュニティのローカル・ルールを指して制度(institutions)と呼んでいるのは Ostrom である。

これらのソーシャル・キャピタルを地域に当てはめた際に、地域内外の関係者が相互に関わることで生じる損益の総和をソーシャル・キャピタルと呼ぶことができるため、言い換えるならば、その地域が持つ力、「地域力」と捉えることが可能である。本論文でのソーシャル・キャピタルの定義は Putnam の「協調的な諸活動を活発にすることによって社会の効率性を改善できる、信頼、規範、ネットワークといった社会組織の特徴」を採用したい。

3. 3. ブリッジング(橋渡し)型とボンディング(内部結束)型

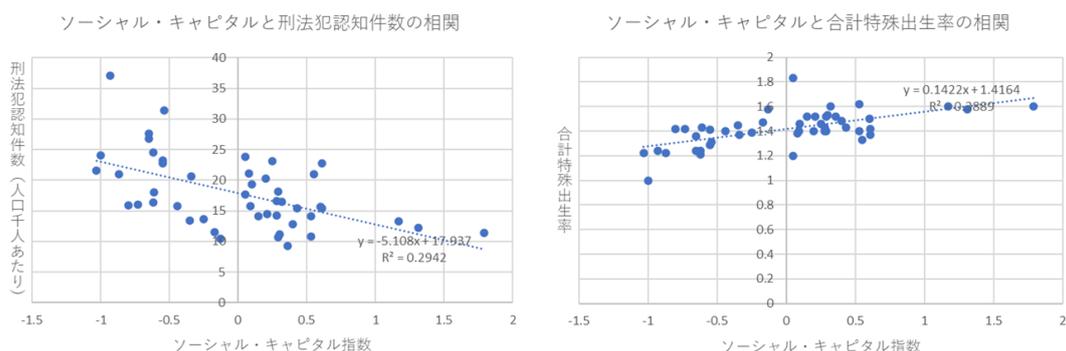
ソーシャル・キャピタルによく用いられる性質として、ブリッジング型とボンディング型がある(Narayan, 1999)。ブリッジング型とは、集団の外の主体とのつながりを指している。ブリッジング型のソーシャル・キャピタルは、知り合いや知人などの、“特別に親しい訳ではないが関係はある”などの間柄で構成されたネットワークである。関係性の薄さ故に広く遠くに情報を行き渡らせることが可能となる。それに対して、ボンディング型とは、集団内部でのつながりを指している。ボンディング型のソーシャル・キャピタルは、

クラブや親友など深く繋がっている関係で構成される、高密度で閉じたネットワークである。ボンディング型ソーシャル・キャピタルを成立させるメカニズムである信頼・規範・ネットワークが機能することにより重要な情報を共有することが可能になる。

3. 4. ソーシャル・キャピタルの有用性

ソーシャル・キャピタルが豊かな地域には、健康の増進、教育成果の向上、近隣の治安の向上、経済発展など、様々な良い効果があると指摘されている。内閣府(2003)では、ソーシャル・キャピタルが国民に影響を及ぼす可能性を分析し、ソーシャル・キャピタル指数を求めている。ソーシャル・キャピタル指数とは、ソーシャル・キャピタルを構成する要素と言われている「つきあい・交流」、「信頼」、「社会参加」の程度を表すと考えられる指標をそれぞれ複数選択し、これを指数化したものである。

図2. ソーシャル・キャピタルと刑法犯認知件数・合計特殊出生率の相関関係



出所：平成19年度版国民生活白書

ここで求められたソーシャル・キャピタル指数を利用し、同指数と2003年の刑法犯認知件数(人口千人あたり)および合計特殊出生率との関係を都道府県別にそれぞれ見てみると、ソーシャル・キャピタル指数は、刑法犯認知件数とは負の相関関係が、合計特殊出生率とは正の相関関係が認められた(図2)。つまり、ソーシャル・キャピタルが豊かな地域ほど、犯罪率は低く、出生率は高いことが認められる。

3. 5. ソーシャル・キャピタルの負の外部性

一方で、ソーシャル・キャピタルにはデメリットも存在する。稲葉(2021)によると、

社会関係資本(ソーシャル・キャピタル)は同じネットワーク内でも正・負両方の効果を持つケースが多いことを指摘している。仮にメンバー間では協調的な正の外部性を持っていても、社会からみればそれが好ましい外部性とは限らない場合があり、むしろその外部性そのものがネガティブな効果を持つケースもあると述べている。典型的な例として、学校や会社でのいじめが挙げられる。Putnam(2000)は、このような負の外部性を社会関係資本のダークサイドと呼んでいる。

3. 6. SNS上のソーシャル・キャピタル

インターネットは人と人を「弱く、薄く、広く」つなげることができるため、密度の低いブリッジング型のソーシャル・キャピタルが主に得られるとされている(入山, 2019)。しかし、SNSを開始した際に最初につながる人物は、家族や親しい友人であることが多い(Ellison, 2009)。そのためインターネット上では広大な低密度のネットワークの中に点々と高密度のネットワークが存在していると表現できる。ネット上に投稿されたアイデア・知見・情報は共有・拡散され、データとしてプールされる。それはネット上でつながっている人なら誰でもアクセスすることが可能な公共財の側面を持つ。それゆえフリーライダー(ただ乗り)問題などが起こりやすくなってしまい、ボンディング型のソーシャル・キャピタルが成立しない危険性がある。

3. 7. SNS地域活性化の活用事例

鬼塚・星野(2014)は、国の支援を受けて住民にIT機器を普及させ、地域コミュニティを意図的に創り出す研究をおこなっている。京都府下の3つの集落・旧村範囲の地域を対象として、代表的なSNSであるFacebookと、指で直感的に操作でき、文字の拡大なども可能なiPadを活用して、情報発信の促進を通じて地域内外の繋がりを構築・強化することを目的としたプロジェクト(SCOPEプロジェクト, 総務省)を立ち上げた。

SCOPEプロジェクトでは、Facebookを活用し、①Facebookを中心として情報共有を多階層で促進させる情報システムの開発、②農山村地域におけるICTの普及手法の開発、の2点に取り組んだ。同プロジェクトの目的を達成するための重要な課題は、地域情報の発信のためにFacebookを可能な限り多くの住民に利用してもらうことであり、鬼塚・星野を含む3~4名が、地域住民に対してプロジェクトにつ

いての説明会やICT機器の講習会といった普及活動を、各地域で7～15回にわたって行った。ただし、期間内で全地域住民に普及活動を行うことは、事実上不可能であった。そこで、直接アクセスする対象を3地域合計52名のみ限定せざるを得ず、その他の住民への普及や情報伝達については各地域の主体性に任せる方針をとった。講習会参加者の中で、SNSやiPadの利用経験があった住民は1名のみと非常に少なかった。

SCOPEプロジェクトの活動・研究成果を通じて得られた知見は以下の通りであった。

- ① 農山村の高齢者であっても、十分な学習・サポート機会があれば最新のICTツールを使いこなせる。
- ② 地域の知識や情報が豊富で地域意識の高い高齢者がICTを活用することが、地域にとって効果的である。
- ③ 匿名よりも信頼性の高い実名制のSNSの方が、地域にとっては適している。
- ④ キーパーソンの発見・育成が、SNS活用の活性化のための鍵となる。
- ⑤ 地理的・時間的制約を超えて、地域コミュニティと外部をつなぐ新たな機会となることが期待できる。

3. 8. 先行研究まとめ

以上により、ソーシャル・キャピタルの増加が、その地域にとって良い影響を与えるが、負の外部性に留意する必要があること。また、SNSを使うことにより地域内コミュニティだけでなく、地域外を含んだ広いネットワークを形成することが可能となることが示唆された。また、地域SNSの実際の利用実態を明らかにした上で、そこに住んでいる地域住民のSNS利用前後の変化を知るために、実地でのヒアリング調査の必要性がみられた。

4. 調査内容

4. 1. 調査項目

本調査において、ヒアリング調査で使う質問項目の作成方法として鬼塚(2014)を参考に、「地域のブリッジとなる人物⁴」に対して11項目、「SNSを活用している、もしくはSNSに関心がある地域住民」に対して6項目の質問項目を用意して現地調査を行っ

⁴ 地域内で影響力を持ち、かつ地域外とのブリッジを持つ人物のこと

た。またインタビュー中では相手の反応を見ながら、質問内容の言い回しや追加の質問をおこなうなど柔軟な対応をおこなった。使用した質問票は表2の通りである。

表2. 質問項目

質問対象	質問内容
地域のブリッジとなる人物	地域の売り・良さについて
	地域の課題・問題等について
	地域に溶け込むためにどのような苦勞をされたか
	なぜ SNS を活用しようと考えたか
	SNS を活用することで得られたメリットはあるか
	SNS を通して地元・外部にどのようなつながりができたか
	SNS のコンテンツを増やすためになにかしているか
	地域住民の方は SNS 活用をされているか
	地域住民の方が SNS を活用することによって得られたメリットがあるか
	地域住民の方とのコミュニケーションをどのように取られているか
地域住民の方とコミュニケーションを取るときに気をつけていること	
SNS を活用する/SNS に 関心がある地域住民	年代・略歴
	地域の売り・良さについて
	地域の課題・問題等について
	地域に移住する方たちをどのように感じているか
	どのような SNS 活用方法に関心があるか
地域の活性化で SNS に期待すること	

出所：筆者作成

4. 2. 調査結果

事前にインターネット検索での予備調査を行った結果、町の施策として SNS 活用を推進している先駆的事例の中で、コンタクトを取ることが出来た和歌山県由良町を本研究の調査対象に設定した。以降では、選定した地域を概説し、調査結果を詳述する。

4. 2. 1. 和歌山県日高郡由良町

由良町は和歌山県の西部に位置する町で、東側には山地、西側は太平洋と瀬戸内海をつなぐ紀伊水道に面している。町の西部には石灰岩でできた県立公園白崎海岸があり、白い岸壁と青い海による雄大な景色が広がっている。町の人口は約5,200人で、町の特産物は、極早生みかん「ゆら早生」と八朔である。町の産業は農業のほか、民泊・旅館の観光産業、三井E&Sホールディングスと川崎重工業の合弁会社である株式会社MESE-KHI由良ドックの本社があり、船舶の修理などの造船業が主なものとなる。

この由良町におけるソーシャル・キャピタルの状況と、SNSの活用とソーシャル・キャピタルの関連性について把握するため、2021年12月3日に、SNSのダイレクトメッセージで回答をいただいたM氏と、M氏に紹介いただいたF氏とA氏に対してヒア

リング調査をおこなった。

4. 2. 2 調査対象者の略歴

今回の調査では町役場産業振興課 Instagramの運営者(F氏)と、元地域おこし協力隊員(M氏)、観光協会長(A氏)にお話を伺った。調査対象者は、発起人であるM氏と、M氏がSNS活用を推進している町の中心人物として紹介して下さった2名である。

F氏は、由良町産業振興課で、普段は町の主幹作業である農業の振興や農業委員会の事務局を行っている。また、町で運営しているInstagramアカウントの1つを実際に投稿・管理を担当している。

A氏は、由良町で何世代かにわたって民泊・飲食を営んでおり、由良町の観光協会長を務めていた。地域おこし協力隊がきっかけとなり、InstagramやYouTubeなどのSNSを始めた。

M氏は、京都出身で、唯一地元出身ではないが、大学時代に新入生合宿で毎年由良町に行っているという関係があった。地域おこし協力隊として由良町に移住し、現在は映像制作を個人事業で行っている。M氏ら地域おこし協力隊が由良町でのSNS活用を促した。

ヒアリング結果は、4. 2. 3-4. 2. 10である。

4. 2. 3. 地元の売り・自慢

(A氏) ミカンはゆら早生ミカンという一番早く出回るミカンがあるんですけど、それは本当に美味しいです。そのミカンを知っているから、他のミカンが味薄く感じてしまうくらい。あと八朔も有名です。

田舎の人なので、近所の人を皆知っている状態じゃないですか。だから安心感があるんですよ。本当に穏やかな人が多いし、親切な人が多いと思います。知り合いだから家族みたいに接してもらっているというのもあるんですけど、他所から来られた方にでも皆さん本当に親切で、家族に接するようにする人が多い気がします。

(M氏) 自分の話ですが、地域の魅力はそれぞれあると思うんですけど、最終的には人になるかなと思います。由良町は海が有名なんですけど、由良町はどこに行ってもきれいな海と豊かな山があります。でもパッと見はどこでも同じになってしまうので、最終的に観光という視点で考えるとやっぱり人の良さを出していくしか無いかなと思います。

由良町は知名度のあるミカンや八朔、醤油発祥の地と呼ばれており醤油製造が有名である。また造船会社などの本社があり、産業は同程度の規模の町と比較しても規模は大きいと考えられる。また、田舎特有の人の良さを押し出した観光構想が見られた。

4. 2. 4. 地域の課題

(A氏)由良町はこじんまりしているけど、すごく良いものをたくさん持っていて、お醤油発祥の地であったりとか、良い歴史とかも持っているのに、アピールするのが下手な所があると思います。もうちょっとアピールしていきたいなと思います。由良町に来て初めて由良町のことを知った、じゃなくて、由良町に行きたいと思ってくれる人を増やしたいと思いますね。

(M氏)産業の分野で人口が減少しているのと、高齢化で農業の分野でも、耕作人口が減少しています。せっかく良いものがあるのに、産地としての維持が難しくなっています。その辺が課題になっているかと思います。

由良町では人口減少と高齢化による産業の後継者不足を課題として挙げていた。そのほかの意見では、地域に良い観光資源を保有していても、宣伝が上手にできていないため、地域外に認知される機会が不足していることを課題に挙げていた。

4. 2. 5. 地域外から来る人に対する印象

(F氏)地域おこし協力隊が入ってきてから変わったと感ずますね。由良は山に囲まれて閉鎖的な地域なんですね。外から来た人にあの人誰なんだろうかと心開くまでに壁があるので。彼らが入ってきてくれたことで、色んな反応が起きていて移住者に対して徐々に慣れてきているというか、そういう部分はありますね。閉鎖的だから、入って来てコロナになって広まったら、すごいその人が攻撃されるっていうので皆がビクビクしてて、大体顔が見える町なんで、顔を見たらあそこの誰やだとわかるレベルの規模なんで。うわさって広まるのが早くて、観光客の人とかは今は受け入れが難しいとかはありましたけどね。移住の場合とかなら一回来てくれたらずっといてくれるので、大丈夫ですね。

僕が地域おこし協力隊として由良町に入った時に、地元住民の方から警戒はされましたね。まず協力隊という言葉が浸透していなかったのも、そこは別に役場の関係というのがあるので、普通に来るより、町役場の後ろ盾があったので多少は良かったんですけど。地域おこし協力隊っていう名前なので「町おこしてくれるんか」みたいなのはありましたね。邪険ではないですけど。試されていましたね。

地域外出身者であるM氏と地域内出身者であるF氏、両者ともに、地域外の人間への一定の警戒心を感じていた。しかし、由良町では政府の地方創生策である地域おこし協力隊が地域外からの印象を変えるきっかけになったようである。それもあってか、移住者に関しては地元住民の抵抗はないとのことだった。

4. 2. 6. 地域で活用しているSNS

(F氏)個人的にSNSはやっていて、やる必要はあると思っていました。ただ、前からの役場の中の雰囲気を見るとちょっとやりにくい雰囲気があったので。やる必要はあるんだけど、やるまでには至っていないというような現状だったんです。その中で地域おこし協力隊が入ってこられた時にInstagramで「由良ブルー」というアカウントを始めまして。それをやってくなかで「あ、別にやっても誰も何も言わないんだな。大丈夫なんだな」と確認した上で自分も始めたっていう便乗商法みたいな(笑) 地域おこし協力隊の彼らは、良い意味で空気っていうのがわからなかった。新しく入ってきて職員とはまた違う立場っていうのもありますし、特に支障がなかったということもあると思います。

(A氏)YouTubeはMさんと常連さんに協力してもらって動画を作成しました。それと、今年度から観光協会が新しい体制になって、宿泊部会や産品販売部会、釣り部会など6部会出来たんですよ。それぞれがLINEの連絡網を作っている所です。LINEが一番お金がかからないし、皆やりやすいんじゃないかということです。ご高齢の方でもLINEだけはやっているという人は多いです。どうしてもできない方にはFAXを使っています。

由良町の地域内ではLINEとInstagramを主に使用していた。行政としてのSNS活用は、地域外から来た地域おこし協力隊がきっかけとなっていた。これは、外部

からの知見が合わさることによって起きた変革の一つといえる。使用頻度では、LINEが一番高く、主に地域の連絡網として利用されていた。

4. 2. 7. SNSを活用する目的

(F氏) SNSを使ってコミュニケーションを取っているというよりも、SNSをネタにコミュニケーションを取っているというのもあるので、直接というか間接的に役に立っているというのがあります。(中略)それがすごく役立っているというか。関係づくりに役立っています。

(M氏)最初はSNSを活用して由良町を知ってもらうことが主でした。それが中々うまく行かず、でも協力隊たちが頑張っているのを見てくれる方がたくさんいらっしゃって、その中で「インスタってどうやってやるの?」とか「Facebookってどうやってやるの?」っていうお声掛けを頂いて。(中略)最初は由良を盛り上げようと思って始めたものが失敗して、でも周りが個人単位でSNSを使い始めて逆にそれが組織化して大きくなるっていう特殊なパターンで。僕たちは正直なにもしてないんですよ(笑)。

由良町は地域おこし協力隊が主導して、外への発信手段としてSNSを活用したが、中々成果を出すことに苦心していた。しかし、SNSの活用を知った地域住民が、その活動に感化されて地域内で広がりを見せた。

これは当初、外部への発信から、内部のSNSを活性化させる発展を予想しており、それとは真逆の広がり方だといえるが、地域内のコミュニケーションが活発化し、ソーシャル・キャピタルは増大していると考えられる。他にも、SNSをコミュニケーションツールとして使うのではなく、SNS投稿を地域住民との話のネタとして利用している取り組みも見られた。

4. 2. 8. SNS活用で得られたメリット

(F氏)個人的なSNS、LINEとかですと電話連絡網より情報が早いので、そのへんはメリットがあるなあと思いますね。農業のInstagramとかTwitterっていうとそれを口実に現場にいけるっていう、その辺がメリットだったと思います。かつ、皆さんのやっている頑張りを外の人にも知ってもらえる。

(M氏) 数字的なメリットは現状感じられていないが、シンプルに賑わいは出来た気がします。

(A氏) You Tube は地域住民の方に「見たよ～」と声かけてもらったりしました。やっぱり地域の人に親しみを持ってもらうのはありがたいと思います。You Tube をきっかけに由良町の外から来てくれる方もいます。DA PUMPの『U. S. A.』の替え歌を他の人も同じような感じでやっている人がいるみたいで、うちに来てくれたお客さんの中に「会社で僕らもやったよ」という感じでお話とかもつながったりとかして。

実際にInstagramを由良町の広報として運営しているF氏は、写真投稿のために農地へ入る際に快く引き受けてもらえるようになり、更にSNS投稿活動を応援されるなど、町でのコミュニケーションが円滑に運んだという発言があった。他には、まだまだ数字に現れるほどではないが町に賑わいが出来たのではないかという意見やYou Tubeの動画投稿がきっかけで外から民宿に来てくれたことなど、地域内外に発信したメリットが挙げられた。

4. 2. 9. 高齢者へのSNS利用促進施策

(M氏) 町全体で進めています。観光協会になるんですけど、組織的に。元々教育旅行をいったりとかで、それを部会が分かれているんですけど、部会ごとに情報伝達するためにLINEかメッセージを推奨していたんですけど。やっぱりご高齢の方はガラケーを持たれていて、元々情報のやり取りをFAXとかでやっていたので、いきなりLINEに変えろと言われても、ワシは無理だぞ、みたいな方が多くいらっちゃって、今は難航している所です。今年度の予算の中でLINE講座みたいなのをしようというのを予算として建てられているので今年度中に一回やるんじゃないかなと思います。

(F氏) 今年度、色んな団体が合併して、例えば町内に11個くらいある旅館で、宿泊者用のアンケートを、通常では紙でやるところをタブレットでしたり、宿泊実態調査でタブレットを使うとかですかね。SNSを使用というよりはタブレットとか電子機器を使うという活動ですね。その中でWi-Fiを設置するように促したりという状態です。例え

ばLINEだったりとかライブ情報の伝達をする取り組みは進めている所です。

由良町では、積極的に地域住民のICT利用を促す施策を取っていることが確認された。行政が高齢者を対象にICT機器の講習会を行う計画や、部会単位で学習会を開いている。やはり、農村地域でのSNS活用には、行政が主導して利用を促すことが有効であるといえる。

4. 2. 10. 地域内外をつなぐ活動

(M氏)僕たちはSNSメディアをやっている、もともとは地域おこし協力隊の中でミッションがいくつかあって、フリーミッション型とあって、自分たちが移住してきた3年間の中で、自分たちで地域の課題を見つけて、自分たちでそれを解決する方法を考えると、いう形で、その中で、僕ともう1人での2人で、なにもない地域と地元の方はおっしゃるんですけど、外からやってきた人間だからわかるいろんな魅力があるので、それを発信しようということでSNSメディアをはじめました。

(F氏)地元の農業の関係でいったら、(由良から離れた人には)今どんな風になっているか知ることは難しいと思うんですけど、例えばこの間リーガロイヤルホテル東京で「ゆらっ子」というブランドミカンが使われていますとか、中々情報入らないと思うんですけど、こういうのをフォローしてもらっているんで、由良のミカンってそんな所で使われているんだとか、そういうので出ている人も嬉しくなって。由良って良い所だなとか、由良にまた戻りたいとかでつながっているとは思っているので。

由良町は、地域おこし協力隊を募集したことが、外の知見を地域内と結びつけ、SNS活用を促す要因になったと考えられる。そのほかでは、SNSを発信することで由良町から移住した元地域関係者をつなごうとする活動が見られた。

5. 調査結果と考察

前章の調査を整理し図5のとおり4つの知見が明らかになった。

図5. 由良町ヒアリング調査の結果

1. SNSを使った地域コミュニティは、地域に活気を与える。
2. 地域SNSの活用は、地域外へのPRを目的として始まる。
3. 地域外からのブリッジ(ここでは地域おこし協力隊)は、地域の意識を変え、イノベーションを促進させる。
4. SNSを活用したメリットよりも、そこからの派生した効果の方が大きい。

出所：筆者作成

由良町では人口減少による後継者不足が深刻であった。そこにコロナ禍も重なり、コミュニティの希薄化が顕在化していたと考えられる。この問題を解消するために講じた施策の1つにSNSがあったようである。

本研究の研究課題1. 地域のソーシャル・キャピタルの増大にSNSは有効か。については、SNSが地域コミュニティと外部をつなぐ新たな機会(鬼塚, 星野, 2014)を増加させることを裏付けるように、地域の意識を変えるなどの変化を生じていることから、有効であると考えられる。

また、課題2. SNS活用によるソーシャル・キャピタルの増大が地域コミュニティの再構築に有効か、と課題3. SNSによってソーシャル・キャピタルの増大はどのようなプロセスを経るのか、については由良町では、まずSNSは外への広報活動の手段として用いるために始められたが、そこで得られる効果は限定的なものだった。その後、その活動を見聞きした地域住民がSNSを始めることで、意図せず地域内のSNSコミュニティが形作られた、という経緯が観察され、これにより「地域内にそれまでにない活気が生まれた」という結果をもたらした。それがソーシャル・キャピタルの構成要素である、「ネットワーク」を強固なものとし、地域内における「信頼」を引き上げる要因となり、地域のソーシャル・キャピタルが増大したと考えられる。本事例から、外部発信を目的として活用し始めたSNSが、見知った地域内の住民同士の信頼のもと、地域コミュニティのネットワークの活気を増大させ、地域内を活性化させたことが観察された。

また、一連の流れには地域外からの知見(地域おこし協力隊)が多分に影響していることが明らかになった。地域外からの若者の自由な意見は、保守的な農村地域では踏み出すことが難しい施策でも、しがらみなく実行することが比較的容易となる。このような施策を軌道に乗せるためには、町役場や観光協会のような、地域で力を持っている組織の力添

えが不可欠となってくる。

6. 今後の課題

本研究では、地域 SNS 利用の有用性について一定の示唆が得られたと考えられる。しかし一方で、今後の課題といえる以下の点について述べておきたい。

本研究では、地域 SNS 利用者が実際にどのような活用をおこなっているかについて、ヒアリング対象者の定性的な回答のみで議論をおこなっている。本来であれば、どこまでの範囲が地域 SNS であるかを設定し、それらの活動実態を明らかにした上でのヒアリング調査をおこなう必要があった。それらの対応が地域 SNS の有効性を明らかにするために必要であると考えられる。また、再構築が完成されたコミュニティを調査することが出来なかった点がある。ソーシャル・キャピタルには負の外部性が生じるデメリットがあり、再構築されたネットワーク内外で負の外部性が生じる可能性を否定できない。そのため、負の外部性は発生しているのか、またそれはどのような影響を及ぼすのかを明らかにする必要がある。そのためには、地域住民に ICT 機器の配布・購入補助、使用方法の講習を行うことが実現のために必要だと考えられる。もしくは、今後、世代交代や技術の進歩で ICT 機器を扱える世代が増加するため、引き続き、SNS 地域コミュニティの有用性を分析する必要があると考えられる。

参考文献

- Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2002) "Social Capital: Prospects for a New Concept.", *Academy of Management Review*, Vol.27, pp.17-40
- Bourdieu, P. (1985) "The Social Space and The Genesis of Groups" *Theory and Society* 14, PP.723-744
- Coleman, J. S. (1988) "Social Capital in the Creation of Human Capital." *American Journal of Sociology*, Vol.94, pp.95-120
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007) "The Benefits of Facebook 'Friends': Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites," *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.12, pp.1143-1168

- Hanifan, Lyda Judson. (1916) "The Rural School Community Center." *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 67 : 130-138
- Narayan, D. (1999). *Bonds and bridges: Social capital and poverty* (Vol. 2167). Washington, DC: World Bank.
- Ostrom, E., & Ahn, T. K. (2009) "The meaning of social capital and its link to collective action" *Handbook of social capital: The Troika of Sociology, political Science and Economics*, Edward Elgar, pp.17-35
- Putnam, R. D., Leonardi, R., & Nanetti, R. Y. (1992). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton university press, New Jersey, (河田潤一訳, 2001, 『哲学する民主主義 -伝統と改革の市民的構造-』, NTT 出版, 東京).
- Putnam, R. D. (2000) "Bowling alone: The collapse and revival of American community" Simon and Schuster.
- Uphoff, N. (2000). *Understanding social capital: learning from. Social capital: A multifaceted perspective*, 215.
- 市田行信 (2007). 「自律的かつ持続的な地域づくりに向けたソーシャル・キャピタルの定量的研究」
- 稲葉陽二(2005) 「ソーシャル・キャピタルの経済的含意—心の外部性とどう向き合うか」 『計画行政』 28 卷 4 号, 日本計画行政学会, pp.17-22
- 稲葉 陽二(2021) 『ソーシャル・キャピタルからみた人間関係—社会関係資本の光と影』 生存科学叢書
- 入山 章栄(2019) 『世界標準の経営理論』ダイヤモンド社, 第 27 章
- 鬼塚 健一郎・星野 敏(2014) 「SNS を活用した農山村地域コミュニティの再構築の可能性」 農村計画学会誌, pp5-48
- 鬼塚 健一郎(2014) 「ソーシャルメディアを活用した農村地域コミュニティの活性化要因の解明—全国農村地域における Facebook ページを対象とした包括的な分析—」, 国土政策関係研究支援事業 研究成果報告書, pp-3,40
- 高橋 良平(2021) 「DMO による地域経営と地域イノベーションに関する実証的研究」
- 増田 寛也 (2014) 「「地域消滅時代」を見据えた今後の国土交通戦略のあり方について」 国土交通政策研究所「政策課題勉強会」
- 内閣府(2003) 「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」

内閣府(2007)「平成 19 年度版国民生活白書」 pp. 99-100

総務省(2020)「令和 2 年国勢調査 人口等基本集計」。