地域 SNS の効果と限界に関する
社会学的研究

平成 20 年度入学
九州大学　文学部　人文学科　人間科学コース
社会学・地域福祉社会学専門分野

平成 24 年 1 月 10 日　提出

要約

本論は、Social Networking Service（以下 SNS）の地域密着版である地域 SNS が、コミュニティとして機能するためにはどのような条件があるのか、そして、地域 SNS が地域社会におけるコミュニティを再編する能力を有しているかについて解明することを目的としている。

第 1 章では研究の目的を明示したうえで、本論における研究対象である SNS とは何か、そして地域 SNS とは何かについて概説している。地域 SNS が行政で取り上げられるようになった背景や、行政が地域 SNS に対して抱いている期待、そして住民が地域 SNS を利用することで享受できるとされるメリットを確認している。

第 2 章では、地域 SNS を調査する際に調査枠組として用いる概念について、「コミュニティ」と「ソーシャル・キャピタル」について触れている。コミュニティについては、まず本論におけるコミュニティの定義を設定した。そして、地域 SNS を調査する際に用いる枠組みとしてコミュニティ・モラールとコミュニティ・ノルムについて先行研究を確認した。ソーシャル・キャピタルについては、ソーシャル・キャピタルとはなにかをまず記したのちに、結束型のソーシャル・キャピタルと橋渡し型のソーシャル・キャピタル、そしてコミュニティがもつ負の側面についても言及した。そして最後に、ブログやチャット、メール、掲示板などの Computer Mediated Communication (CMC)についての先行研究を整理し、地域 SNS へもその先行研究が適用可能かを検討した。

第 3 章では、本論文における調査対象である長崎県 S 町の地域 SNS と、対象地域である S 町について整理をおこなった。S 町については、人口・世帯構造・産業構造や、地域的な特性について言及し、地域 SNS を普及させるにあたっての S 町の不利性についてまとめた。S 町の地域 SNS については、利用者数や利用者数に占める町民の割合などをみていくことによって S 町地域 SNS と他の地域 SNS とを比較して、S 町地域 SNS の特徴についてまとめた。また、当初行政が S 町地域 SNS に期待した効果を得られなかったことを確認した。行政が望んだ効果は得られなかったものの、S 町地域 SNS はコミュニティを形成しているということを確認し、S 町地域 SNS の価値と、調査対象としての正当性を確認した。

第 4 章では、地域 SNS を「人（地域 SNS の利用者）」「システム維持（運営者、行政側）」「規約（統合の仕組み）」の三つの側面から、4 つの仮説を設定し、地域 SNS がコミュニティを形成・維持するための条件について分析・考察をおこなった。第 4 章で得られた地域 SNS がコミュニティを維持するために必要な条件は以下の 4 つである。

1 つ目は、「内部指向型キーパーソン」と「外部志向型キーパーソン」の両方が存在することである。内部指向型キーパーソンはコミュニティ内部の調整役を果たし、地域 SNS 内部のコミュニティを安定させる。外部志向型キーパーソンは地域における他のコミュニティとの結節点となり、コミュニティ活動を活性化させるとともに、橋渡し型ソーシャル・キャピタルを強める働きを担う。

2 つ目は運営者が地域 SNS の開始最初期からコミュニティのキーパーソンとして地域 SNS に積極的に関わり続けることだ。開始最初期は地域 SNS にメンバーを定着させる役割を果たす。コミュニティが地域 SNS 内で十分に形成され、利用者が主体的に行動するようになってからは、彼をつうじて地域 SNS を始めた人に継続して利用してもらうために、ある程度積極的に地域 SNS と関わり続けなくてはならない。

3 つ目は、地域に対して愛着心をもつような活動を実践し、成功させることである。地域 SNS の利用者の共通点は同一の地域とかかわりがある事である。その地域に愛着を持つような体験を共有することによって、地域 SNS への愛着も高まることが分かった。

4 つ目は、オフラインでの接触頻度が高いことである。オフラインでの接触が高いほど、日常生活での互助の体系が整いやすくなるためである。オフラインでの接触が高まると、コミュニティ・モラールの要素の一つである、Integration（認知・統合）も高まることが分かった。

第 5 章では、第 4 章についてまとめるとともに、地域 SNS が地域社会のコミュニティを再編する能力を有していることを結論付けた。

おわりには、本論で追究することができなかった課題について言及している。

卒論目次

はじめに・・1
1. Social Networking Service（SNS）と地域 SNS・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
1.1 Social Networking Service（SNS）とは何か・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
1.2 地域 SNS の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4
1.2.1 地域 SNS とは何か
1.2.2 地域 SNS の歴史
1.2.3 行政による地域 SNS への期待とその背景
1.2.4 住民が地域 SNS を利用することで得られるメリット
1.2.5 地域 SNS が抱える現状
2. 社会学的見地から見た地域 SNS・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・12
2.1 コミュニティ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・12
2.1.1 コミュニティの定義
2.1.2 コミュニティ・モラールとコミュニティ・ノルム
2.2 ソーシャル・キャピタル（SC）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・17
2.2.1 ソーシャル・キャピタルとは何か
2.2.2 「結束型」と「橋渡し型」のソーシャル・キャピタル
2.2.3 ソーシャル・キャピタルが持つ負の側面
2.3 Computer Mediated Communication（CMC）についての知見の整理と地域 SNS への応用可能性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・19
2.3.1 Computer Mediated Communication（CMC）とは何か
2.3.2 インターネットが市民参加に与えうる社会への効果
2.3.3 日本における SC の形成における性差
2.3.4 SC 理論の地域 SNS への応用可能性
3. 長崎県 S 町地域 SNS・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・25
3.1 S 町・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・25
3.1.1 S 町の概要
3.1.2 島嶼地域が持つ地域特性と条件不利地域における「居住条件性」
3.1.3 S 町の地域特性
3.1.4 調査対象としての S 町の留意点
3.2 S 町地域 SNS・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・33
3.2.1 S 町地域 SNS についての概要と地域 SNS としての特徴
3.2.2 行政が求めた S 町地域 SNS の効果とその評価
3.2.3 S 町地域 SNS がもつコミュニティとしての働き
4. 考察――S 町地域 SNS 利用者への聞き取りを通して・・・・・・・・・・・・・・・・・44
4.1 仮説と調査対象、検証方法の設定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・44

4.1.1　4 つの仮説
4.1.2　調査対象と検証方法
4.2　仮説の検証―S 町地域 SNS の利用実態から・・・・・・・・・・・・・・・・・・・46
4.2.1　仮説 1：内部指向型キーパーソンと外部指向型キーパーソンの両方が存在
4.2.2　仮説 2：運営者が地域 SNS 開始最初期からコミュニティのキーパーソンとして地域 SNS に積極的に関与し続ける
4.2.3　仮説 3:自分が住んでいる地域に対してより愛着心をもつような活動を実践し、成功している
4.2.4　仮説 4：　オフラインでの接触頻度が高い
5. 結論――地域 SNS による地域コミュニティ再編の可能性・・・・・・・・・・・・・・58
5.1　地域 SNS がコミュニティを維持するための条件・・・・・・・・・・・・・・・・58
5.2　地域 SNS による地域コミュニティ再編の可能性・・・・・・・・・・・・・・・・59
おわりに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・61
注・・61
文献・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・62
参考 URL・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・63