



地域への視点回帰と地域情報化の論点

志村 近史

株式会社 野村総合研究所 上席研究員

1. 地域への視点回帰とICT

東日本大震災は、日本やグローバルな経済における地域経済の位置づけの重要さや、人々の生活における故郷ふるさとの社会との絆きずなの重要性を浮き彫りにし、地域への視点回帰を促した。

情報通信の側面でも、被災者の避難や救援に際しては、SNSやツイッターなどの新しいICTメディアを活用する、一人一人が現地に即した情報を発信することで、広域での救援活動を促進するなど、市民のメディアとして目覚ましい働きを示した。また、復興に際しては、スマートシティのように、ICTを活用し再生エネルギーをとり入れたまちづくりによって、これからの地域を取り巻く社会経済環境を先取りした都市の再生と復興への取組が随所で試みられている。このように、東日本大震災と震災復興は、地域情報化やICTを活用したまちづくりということに、もういちど関心を集めるきっかけとなったと言えるだろう。

実は、大きな災害とその復興において、地域情報化への関心を促したのは、今回がはじめてではない。阪神・淡路大震災が起きた1995年はインターネット元年と言われた年であったことをご記憶だろうか。当時はパソコン通信の時代で、ブロードバンドやモバイルが普及した今日とは状況は異なるものの、やはり同じように市民による情報通信の活用と、地域づくりにおけるICT（当時はマルチメディアと言ったが）の活用が注目された。その後、情報通信による社会経済機能が集中した大都市への距離的制約を超越できることや、行政機関や報道機関などに限られていた情報インフラの利用が個々人の自由に開放されたということへの熱狂的な盛り上がりは、今日に至る地域情報化の潮流として引き継がれている。

しかし、見逃してほしくないのは、東日本大震災を契機とした地域情報化への注目は、地域とICTの関係における問題の本質に光を当てた点であり、次に述べるような新たな論点を提起したことである。

2. 地域情報化の新たな論点

(1) 地理的制約や地域の人間関係は障壁ではなくむしろ活用されるべき資産である

これまで、地域でICTを活用するという事は、距離や空間といった地理的な現実を超越するという事からその魅力が語られることが多かった。しかし、これからのまちづくりという観点でより重要なことは、ICTを活用して都市や地域における様々な活動の繋がり、つまりサービスチェーンを繋ぎ換え、新たな仕組みを構築することであり、重要なことは、地域社会やまちづくりとしてのリアリティを失わないことである。

具体的には、ICTで構築するシステムの中に、密度の経済性や、圏域構造による資源共有と最適利用といった空間構造に由来する特性を積極的に取り込むことである。よく知られているように、コンビニエンスストアのビジネスモデルは、POSというICTだけではなく、地域への店舗の密度を集中させることによる物流の格段の効率化を実現するという、地理的なリアリティに支えられてはじめて成り立っている。

また、地域での医療や介護におけるICTの活用が注目されるようになっているが、同じように医療や介護に従事する専門家の人的ネットワークというリアリティがあつてはじめて、ICTの活用が考えられるようになる。むしろ、地域の人的ネットワークの働きを活かし、より強化するのがICTの役割であると見るべきであろう。

結局、地域の実相（リアリティ）とかけ離れたICTは何も機能しない、言い換えれば地域の組織や物理的制約などリアルな社会の条件と一体となつてはじめて機能するという事を忘れてはならない。

そこで、今後の地域情報化においては、情報技術と都市というものを融合させるため、双方の専門家の協業が欠かせなくなるだろう。

(2) 個人が発信する新たなメディアは、^{おおよけ}公の役割を担う社会システムとして機能するか

地域情報化のもう一つの論点としては、SNSに代表されるソーシャルメディアや、ツイッターなどの新しいメディアの活用に関わるものである。確かに、こうした新しいメディアによって、一人一人にとって情報発信やコミュニケーションの手段が格段に広がったことの恩恵は測り知れない。しかし、地域情報化という立場に立った時、新たなメディアの可能性に熱狂するだけでなく、地域社会の生活や経済活動のインフラとして本当に役に立ち機能するかどうか問われる段階を迎えたと言つてよいのではないだろうか。

東日本大震災の時には、こうしたメディアによって一人一人がボトムアップ型で発信した情報は、従来型のメディアの情報を相俟つて、いやむしろ凌駕する格好で、避難や救援のためのいわば^{おおよけ}公の情報システムとして機能した。

しかし、だからといって、平時においても新しいメディアによるボトムアップ型の情

報が、公^{おおやけ}の情報システムとして機能する保証はない。公^{おおやけ}のものである以上、メディアを通じた情報が、信頼性と安心感をいかに備えることができるかということが問題の核心となる。ツイッターやSNSなどでの情報を価値あるものとするために重要となるのは、信頼性を担保する根拠である。そこで、注目すべきなのは、情報の現地・現物性、“今、ここ”の情報であることであり、実際に地域の実情に根差したキャリアを積んだ人々が発信したということ、つまり徹底した地域性ということではないだろうか。そうした意味で、利用者に対し、情報の現地・現物性を保証する、言わば「情報の地域ブランド」を確立することが、地域情報化の大きなテーマでなるだろう。

私の話は以上です。

バトンは島根大学の野田教授に引き継ぎます。

野田教授からは、地元松江市で取り組まれているオープンソースによる産業振興についてのお話を聞けると思います。野田教授、よろしくお願ひいたします。