

ほどよく閉じられた仕組みが信頼の輪を広げる地域SNS「ひよこむ」

兵庫県

2007年5月にまとめられた総務省「コミュニティ研究会の中間報告で、「離れた構成員を結びつける、また、テーマ型コミュニティを形成するものとして有効」と評価された地域SNS。全国各地で開設の動きが活発化しているが、その中でも地域社会の活性化にうまくつながっている事例として注目されるのが、兵庫県の地域SNS「ひよこむ」だ。完全招待制、後見人制度、発信情報のアクセスコントロールなど、ほどよく開かれた（＝ほどよく閉じられた）仕組みと利便性の高さが、健全で密度の高いコミュニケーションを生み出している。

完全招待制・実名登録制で参加のハードルを高く設定

「ひよこむ」という何となくユーモラスなサイト名は、「ひょうご」と「コミュニティ」から発想したものだ。06年10月に一般公開され、現在のユーザー数は約3600人。運営は、インターネットプロバイダ事業などを営むインフォミーム㈱（姫路市、和崎宏社長）を中心に、兵庫県内の行政・教育・企業・NPO・市民などの有志による協働体制によって行われている。

「ひよこむ」の特徴は、第一に実名登録制・完全招待制・後見人（スポ

ンサー）制を採用することによって、参加のためのハードルを高くしていること。既に「ひよこむ」に参加している人からの招待メールを受け取らないと新規登録が行えず、また登録時には実名・現住所・連絡先の記入が義務づけられている（非公開選択可）。また、招待メールを送ったメンバーは、後見人としてその



和崎宏さん

新規登録者をサポートする責任を負う。たとえば、サイト内の利用方法、ルール、システムなどについてアドバイスするとともに、何かトラブルが起こったら協力して解決に当たらなければならない。参加年齢についても、原則として高校生以上に制限している。

第二の特徴は、情報を主体的にコントロールできる点だ。自分のブログや、同好の士が集まる「コミュニティ」機能に書き込んだ内容は、友人だけに公開することも、「ひよこむ」メンバーだけに公開することも、誰でも自由に見られるように外部公開することも、自分の意思で選

阪神大震災で日常的な交流の重要性を実感

「ひよこむ」の設立目的は、簡潔に言えば地域コミュニティの再生・地域資源の活性化である。運営の中心

担できる。密度の濃いコミュニケーションを図りたいときは公開範囲を狭くし、お奨めのお店や散策スポットなどできるだけ多くの人に知ってほしい情報は外部公開する、といった使い方も可能になる。



①②昨年兵庫県で開催された「第1回地域SNS全国フォーラム」の様子。③ひよこむ会員が企画した「姫路おでんコロッケ」。④ひよこむカー。

を担うインフォオミーム棟の和崎さんにとって、この思いの原点はやはり95年の阪神・淡路大震災だった。情報コンサルタントという職業を生かして、情報ボランティアとしての活動に奔走した。具体的には、全国から集まる大量の救援物資をピンポイントで必要な避難所に必要な量だけ届けるための、情報基地としての役割を果たそうというものであった。その活動の中で実感したのが、「災害ユートピア」と表現されるような善意と助け合いのコミュニティが形成されている避難所は、普段から商店街を核とした地域交流や井戸端会議のようなつき合いがあったという事実だ。

日常的に災害ユートピアのようなコミュニティがあったらどんなにいいだろうか。そのために、情報化の側面から自分にできることはないか——そう考えていた和崎さんがまず着目したのが、ボランティアによる校内LAN接続の運動として知られるアメリカのネットデイ。シリコンバレーに集積する多数の企業と人材が協力して1996年から始まったこの運動は、全米の学校のインターネット接続率をわずか3年で12%から89%へと飛躍的に向上させた。災害のとき避難所となることも多

い学校で、ネットデイのような取り組みによって情報通信基盤を確立することは大きな意味がある。しかし日本では、アメリカのような企業の協力は期待できない。そこで、LAN接続だけを目的とせず、情報拠点としての機能や地域コミュニティの核としての学校を支援する住民の運動が構想された。これが「はりまスマートスクールプロジェクト」で、日本型ネットデイのモデルとして高い評価を受けた。

和崎さんはこの取り組みについて、地域住民が協力してつくってきただけの賑わいを学校の場で再現するという意味合いで「緑日ネットデイ」と表現する。兵庫県では99年度、公募に応じた6校を順につなぎながら緑日ネットデイを実現させていき、この「ネットデイリレー」は他の地域にも伝播していった。

ただ、学校や地域にコーディネーター役がいなければこうした取り組みは難しく、運動の広がりという面での限界も見えていた。次の一手を模索しているときに出会ったのが地域SNSだ。

目的を明確に示して 信頼できる賛同者を確保

和崎さんが兵庫県の地域SNSを

立ち上げようと企画を練り出したのが06年春。それからわずか半年後の9月に102人のメンバーで開設され、1か月後に一般公開された。この102人は、これまでの活動の中で培ってきた人脈を生かし、1人ひとり口説いて賛同者・協力者になつてもらった。職業も年齢もさまざま、研究者や行政関係者もいれば、家庭の主婦や学生もいる。唯一の共通点は、「ソーシャルキャピタルの活性化のために地域SNSを始めたい」という考え方に対する共感だ。

和崎さんは共著「地域SNS最前線」(07年、アスキー)の中で、「地域SNS立ち上げ10か条」を明らかにしている。①最初のメンバーが色を決める、②スタートには助走が必要、③熱い鍋を冷ましてはいけない、④人数を追うと破滅につながる、⑤完璧は成功の敵である、⑥いかげんは良いかげん、⑦主宰者自身がSNSの顔になる、⑧地域であるメリットを十分に活かそう、⑨実際に活動を行おう、⑩地域SNSは、生活環境まで変える新時代のメディアになる。

10か条の最初にあるように、「ひよこむ」でも最初の102人が信頼できる人ばかりだったから、それぞ

れが信頼できる人を招待し、着実にメンバー数を増やしてきた。誰でも自由に登録できる仕組みにした地域SNSは、開設当初こそ爆発的にメンバー数が増えるが、間もなく頭打ちになる傾向が強いという。

リアルとバーチャルの コミュニケーションが運動

また、「リアルとバーチャルが組み合わされた地域SNSでない」と意味がない」というのも和崎さんの持論で、当初からオフ会などが自発的に企画・実行された。「ひよこむ」を起点とする具体的な活動もほとんど



ひよこむB級グルメ探偵団のカレーオフ会

