

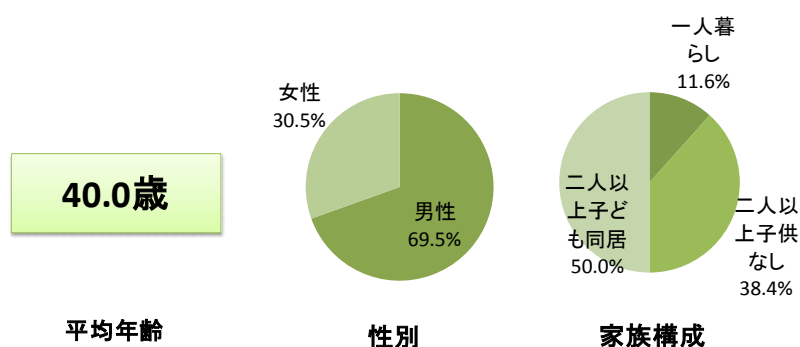
庄司昌彦(国際大学 GLOCOM)「分科会②ファンなSNSへ ～楽しく運営、有意義に運用～」

■地域SNSのユーザー像

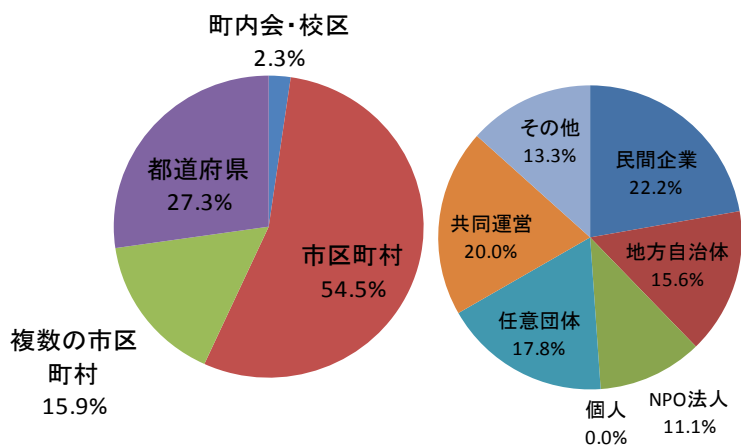
平均年齢は40.0歳で、mixi等の一般的なSNSよりも高い。性別は男性の方が多く、家族構成では「二人以上で子供が同居」している人が半数を占める。携帯電話よりもパソコンからのアクセスが多い。

約7割のユーザーは日記を書く頻度が週1回未満と少ない。オフ会への参加では「複数回参加したことがある」

ユーザーが半数を占める一方で、「未経験」のユーザーも約4割いる。オンライン・オフラインでの利用機会・参加機会の拡大が課題。また約45%のユーザーは、年間1,000円以上の参加費支払い意思を持っている。



■地域SNSの運営者と運営の実態



対象地域の範囲は「市区町村」が最多で54.5%、次いで都道府県が27.3%。一方、「町内会・小中学校区」という狭域は2.3%と非常に少ない。他の質問でも、狭域の隣人関係のために地域SNSを利用したいという回答は少なかった。

運営者は「民間企業」が22.2%で最も多く、企業・自治体・NPO等の組合せによる「共同運営」が20.0%と続く。「地方自治体(直営)」は15.6%であった。2008年調査との比較では、12.2%であった「個人」が0%に減少したのが顕著な変化である。

ユーザー数は平均1500人弱、中央値800人弱で、2008年調査とほぼ同じであった。

運営の目的では「情報の流通・蓄積・発信」

や「サークル・市民交流の促進」の重要度が高く、行政関連やビジネス関連のテーマの重要性が低い。

なお、欧州と日本の地域SNS的サービスを比較すると、欧州は目的志向が強く、優れた機能を軸に地域規模から全国規模のサイトへと展開する事例が見られるのに対し、日本はサイトの目的が複合的・曖昧で、参加者の連帯感の維持強化や仲間作りへの意識が強く、ユーザー数や対象地域を大幅に拡大することは少ない。

出典：(1)総務省・国際大学 GLOCOM 共同研究「地域 SNS に関する調査研究」(2010年)、(2)2009年度科学研究費補助金(若手B・20700230)「地域 SNS の活用による地域活性化についての、研究枠組みの構築」、(3)2009年度 NEC C&C 財団調査研究事業「SNS による地域活性化の現状と課題」