

# 地域 SNS におけるアクティブユーザーの利用実態 ～熊谷地域 SNS「あついぞホット com」を事例として～

渡 来 靖\* 中 村 洋 介\* 酒 井 聡 一\*

キーワード：地域 SNS、地域活性化、ユーザー意識

## 1. はじめに

近年、「mixi」に代表されるような SNS (Social Networking Service) が急速に成長し、社会的認知度も高まっている。匿名性が高く時として一方的な誹謗中傷・情報漏洩・犯罪行為等にもつながりやすい一般的な掲示板・ブログ等とは異なり、SNS はある程度のプロフィール公開を義務づけたり参加のために紹介・承認を行ったりすることで、より「顔の見える」コミュニティをインターネット上に構築できる点が特徴である。この特徴に目を付け、SNS を特定の地域の活性化や情報交換に役立てようとする、いわゆる「地域 SNS」に取り組む地域が増えてきている (岡田2006、庄司2008)。

埼玉県熊谷市では、地元の立正大学地球環境科学部後藤研究室を中心に、地域 SNS「あついぞホット com」が運営されている (図 1)。2008年 6 月 1 日より正式運用が開始され、現在では520名のユーザーが参加している (2009年 1 月 1 日時点)。「あついぞホット com」は運用開始からおよそ半年が経過し、運用は軌道に乗りはじめた段階と言えよう。現段階で、SNS 利用者がどのような意識を持ち、どのように活用しているかを把握することは興味深く、また今後の「あついぞホット com」の持続的な発展のために有益な情報となる。そこで今回は、「あついぞホット com」を日頃頻りに利用しているユーザー (以下、アクティブユーザーと呼ぶ) を対象に、その利用実態を把握することを試みた。



図 1 「あついぞホット com」のトップページ

\* 立正大学地球環境科学部

## 2. 調査方法

今回の調査では、「あついぞホット com」のアクティブユーザーを対象に質問紙調査を実施した。「あついぞホット com」では、全ユーザーに対してアクセス数などのランキングが公開されているが、本研究では SNS 開設時からの総数で決められる「総合ランキング」のうち、「総アクセス数」、「ブログ総数」、「トモダチ数」、「招待者人数」の4つのランキングのいずれかで上位10名に入っていた人をアクティブユーザーと定義した。2008年10月15日時点で調査したところ、アクティブユーザー対象者は22名(男性13名、女性9名)であった。全アクティブユーザーに対して質問紙回答をお願いしたところ、13名(男性6名、女性7名)の回答があった(回収率59%)。

質問内容は、表1に示した20問である。Q1～Q19は2～8個の回答群から選択させ(回答群は表1では省略)、Q20については自由記述とした。

表1 質問内容

Q1	現在のお住まいはどちらですか？
Q2	Q1で「熊谷市」と答えた方に伺います。熊谷市にお住まいの年数はどのくらいですか？
Q3	ご出身地はどちらですか？
Q4	現在の年齢は何歳ですか？
Q5	「あついぞホット com」に加入した時期はいつですか？
Q6	「あついぞホット com」に参加を決めた理由は何ですか？
Q7	「あついぞホット com」に加入する直前のコンピューター利用実態についてお教えてください(複数回答可)
Q8	「あついぞホット com」に招待して下さった方はアクティブユーザーの方ですか？
Q9	「あついぞホット com」を始める前に、アクティブユーザーの中で既に面識があった方は何人いらっしゃいますか？
Q10	「トモダチ」の中にアクティブユーザーは何人いらっしゃいますか？
Q11	「あついぞホット com」のオフラインのイベントに参加したことはありますか？また、何回参加しましたか？
Q12	「あついぞホット com」によって知り合いとなり、その後オフラインのイベントその他で直接交流のあった方は何人いらっしゃいますか？
Q13	「あついぞホット com」以外の一般 SNS には加入されていますか？
Q14	Q13で「はい」と答えた方に伺います。「あついぞホット com」と「あついぞホット com」

以外の一般 SNS ではどちらの利用頻度が高いですか？

Q15 「あついぞホット com」の一日の平均利用時間はどれくらいですか？

Q16 「あついぞホット com」には一日平均何回くらいログインされますか？

Q17 「あついぞホット com」にはどのようにログインされますか？

Q18 「あついぞホット com」で最も頻繁に行う作業は何ですか？

Q19 「あついぞホット com」に参加して良かった点は何ですか？(3つまで選択可)

Q20 「あついぞホット com」の持続的な発展のために、今後改善していくべき点はありますか？(記述式)

## 3. 質問紙調査結果

### 3.1 居住地・出身地、年齢

今回の質問紙調査では、回答者全員(13名)が熊谷市在住であった。出身地別では、熊谷市の出身者が全体のおよそ4割であったが(図2(a))、市外出身者であっても多くは10年以上熊谷市に住んでいることがわかる(図2(b))。これらのことから、アクティブユーザーの地元意識は高く、回答者全員が「地元民」と言えよう。

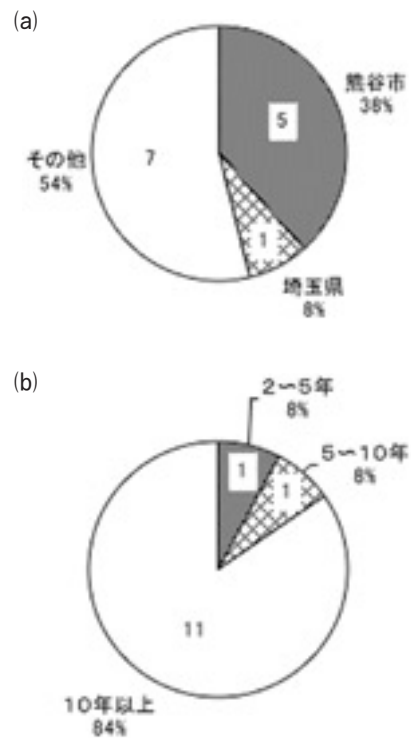


図2 回答者の(a)出身地と(b)熊谷市在住年数

年齢別で見ると、40代のアクティブユーザーが最も多く、回答者全体の約半数を占めている(図3)。20代、

30代が中心と言われている一般 SNS と比べると年齢層が高いが、地域 SNS の年齢層は比較的高く40代も多いという指摘もあり（庄司2008）、この結果は地域 SNS の一般的特徴を反映しているとも考えられる。

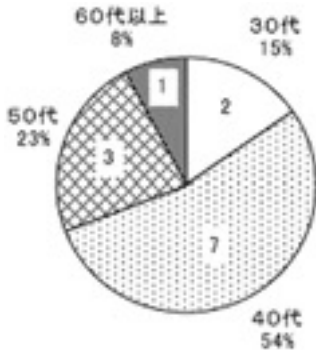


図3 回答者の年代分布

### 3.2 参加理由

質問内容のQ5で、「あついぞホット com」の参加時期を調べたところ、回答者全員が2008年6月1日以前の正式運用開始前からのユーザーであった。また、図4に、「あついぞホット com」に参加した理由に関する回答結果をまとめた。男女別に見ると、男性は「熊谷の活性化に一役買いたい」や「交流の場として活用したい」など比較的コミュニティ形成に重点を置いていたと思われる回答が多かった。一方、女性は「誘われたのでなんとなく」という回答が目立ち、地域活性化やコミュニティ形成を意識して参加したという意見はごく少数であった。「あついぞホット com」参加直前のコンピューター利用実態について男女別にまとめると（図5）、女性の方が SNS の参加やブログ・ホームページ作成といった比較的敷居が高いと思われる利用を行っていた結果となった。従って、今回のアクティブユーザーにおいては、女性の方が比較的コンピューターの操作能力が高く、新しい SNS に大きな抵抗なく「なんとなく」参加できたと推察される。

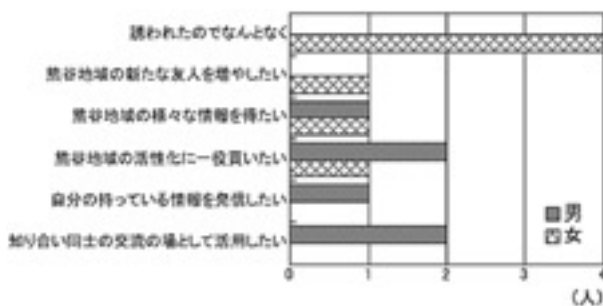


図4 「あついぞホット com」に参加を決めた理由

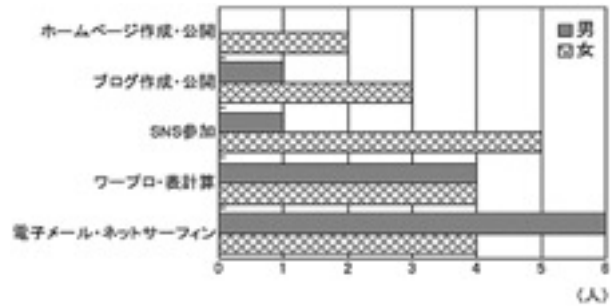


図5 「あついぞホット com」に参加直前のコンピューター利用実態

### 3.3 交友関係

「あついぞホット com」では、ユーザー同士が互いに承認することにより、互いの日記等を閲覧しやすくなるなどより結びつきの強い関係を築くことができ、このようなユーザー同士の関係を「トモダチ」関係と呼んでいる。図6(a)は「あついぞホット com」参加前から面識のあったアクティブユーザーの人数、図6(b)は「あついぞホット com」で「トモダチ」登録をしているアクティブユーザーの人数をまとめたものである。図6(a)を見ると、以前から4人以上面識のあった人がおよそ半数を占めていることが分かる。またQ8より、アクティブユーザーの紹介により参加した人数が全回答者の85%を

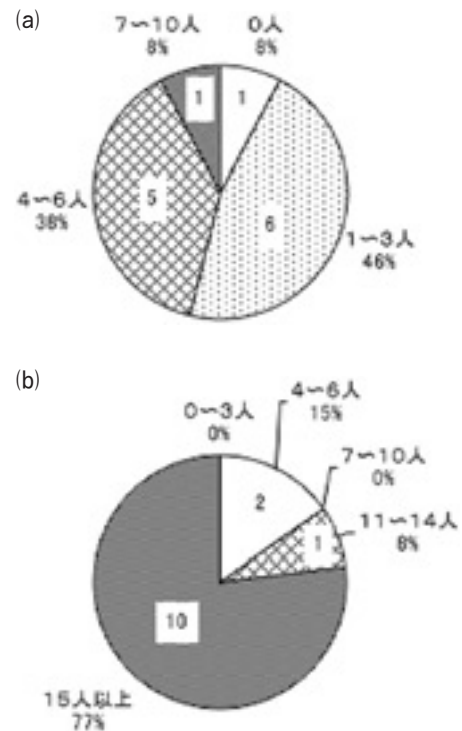


図6 (a)参加以前から面識のあったアクティブユーザーの数と(b)「トモダチ」であるアクティブユーザーの数

占めることから、アクティブユーザーの一部にはもともとの近い関係の延長線上に「あつぞホット com」が存在している側面が伺い知れる。一方、アクティブユーザー間の「トモダチ」関係を見ると、4分の3以上が15人以上と、以前の面識に比べて互いの関係性が強くなっていることがわかる。これは、以前からの友人同士の交友関係に加えて、「あつぞホット com」による新たな交友関係の広がりを示唆させる。しかし、「トモダチ」関係はネットワーク上での要望・承認によって比較的気軽に構築できるため、実際の交友関係と比べると敷居の低いものであると考えられるので、新たな交友関係の広がりとしては、やや過大な表現となっているであろう。

「あつぞホット com」ではしばしば、インターネット上ではなく直接参加者が集って催される行事、すなわち「オフ会」の企画が掲示されており、興味あるユーザーは自由に参加できるようになっている。この「オフ会」の参加状況(図7)を見ると、85%が参加経験者でありさらに約30%が6回以上の参加となっており、アクティブユーザーの地域交流への積極的な姿勢の現れと考えられる。しかし男女別にみると、6回以上参加と回答したのはすべて女性であり、男性は女性に比べて「オフ会」参加回数が少ない傾向がある。これは図4の参加動機で見られた地域活性化への積極性とは逆の傾向となっており興味深い。

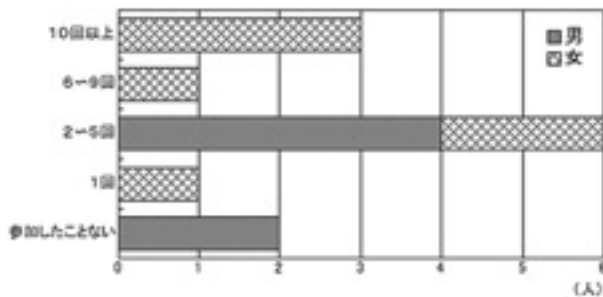


図7 「オフ会」に参加した回数

### 3.4 利用状況

一日平均の利用時間と利用回数についても調査したところ、図8の結果となった。個々のばらつきはやや大きいですが、平均して利用時間は1時間程度、利用回数は5回程度となった。また利用方法は、パソコンからのみあるいはパソコンからの利用が多い人が全回答者の約9割で、携帯電話からの利用が多い人は1割であった。

図9は、「あつぞホット com」で最も頻繁に行う作業について調査したものである。その結果、「ブログの

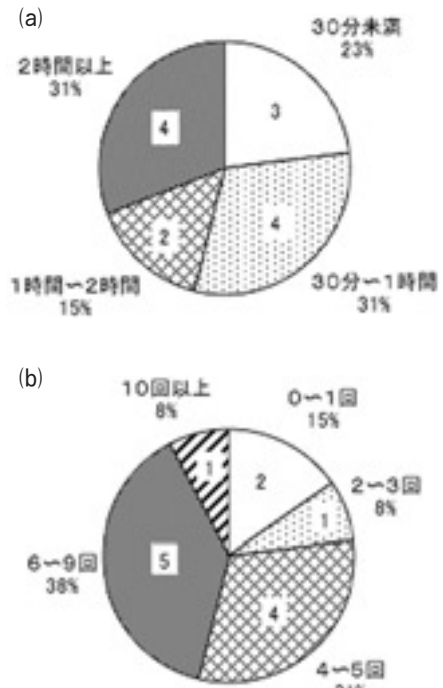


図8 一日平均の(a)利用時間と(b)利用回数

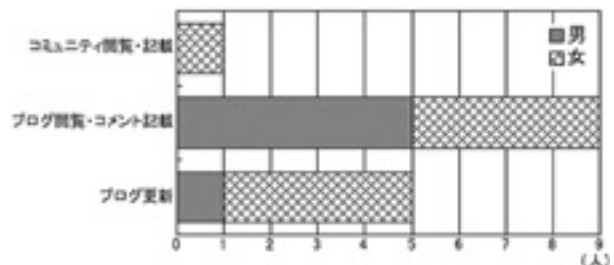


図9 「あつぞホット com」で頻繁に行う作業

閲覧・コメント記載」という、どちらかと言えば情報受信作業を挙げた人が6割、「ブログ更新」という情報発信作業を挙げた人がおよそ3割であった。男女別に見ると、「ブログ更新」を挙げた人の8割は女性であり、ここでも「オフ会」参加回数で見られたような女性アクティブユーザーの積極的な姿勢が現れていた。

### 3.5 参加したメリット

回答者が「あつぞホット com」に参加して良かった点についてまとめたのが図10である。良かった点としてはほぼ全員が挙げたのが、新たな交友関係の広がりである。確かに図11を見ると、「あつぞホット com」で知り合い、インターネット以外での直接の交流があった人数が10人以上いる割合が46%と、ほぼ半数にものぼっており、新たな交友関係の広がりを裏付けている。一方で、「以前からの知り合いとの親交が深まった」との回答も

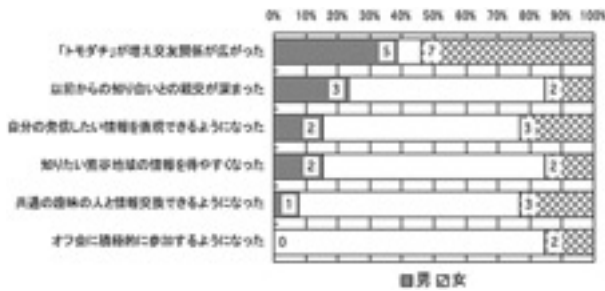


図10 「あついでホット com」に参加して良かった点 (男女別)

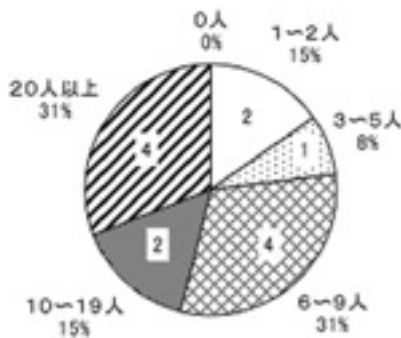


図11 「あついでホット com」で新たに交流のあった人数

約4割からあり、「あついでホット com」以前から存在していたコミュニティ内交流の新たな道具として活用されていると考えられる。また、「オフ会への参加」を挙げたのは2割弱と少なかった。

#### 4. 考察

本研究における質問紙調査では、回答者の男女比がほぼ半々であった。またコンピューター操作能力の面で見ると、女性のほうが男性より能力が高い傾向があった。性差とコンピューター操作能力の関係は本研究では議論できない上に、標本数が少ないために慎重な議論が必要であろう。しかし、少なくとも本研究での回答結果で見られた男女間の違いは、個々の持つコンピューター操作能力の違いによるという見方も出来ると思われる。

回答結果で見られた興味深い点は、「あついでホット com」参加時点では男性回答者のほうが地域活性化に活かそうとする意識が高かったのにも関わらず、実際のSNS利用状況や「オフ会」への参加状況を見るとむしろ女性回答者の方が積極的であるところである。これは一見すると矛盾したようにも見えるが、理由はいくつか考えられる。まず、男性回答者のコンピューター操作能力がやや乏しいため、積極的に参加したくても参加でき

ない状況があるかもしれない。また、仕事等の理由により男性の方がオフ会等に参加できる機会が少ないことも考えられる。地域 SNS による新たなコミュニティ形成を実態あるものにしていくためには、「オフ会」等の実際にユーザー同士が顔を合わせる機会への参加を増やしていく必要があるだろう。そのために、「オフ会」等の行事を多様化して参加しやすい状況を模索していくことが、今後の「あついでホット com」の発展につながると考えられる。

今回の調査結果からは、「あついでホット com」の開設以前から交流のあったメンバーがそのままアクティブユーザーとなっている傾向が見られた。表2に、回答者より寄せられた「あついでホット com」の改善点について一部をまとめたが、その中に「一部の人で盛り上がっている」という意見もあった。「あついでホット com」は開設以来メンバー数を着実に増やし現在は500人を超えているが、新しく参加したユーザーが活発に利用し、アクティブユーザーとなっているような状況には至っていない。藤代(2008)で述べられているように、地域 SNS の活性化の鍵は、新たなユーザーが積極的に加わっていくような「新陳代謝」を高めることが大事であると思われる。「内輪の集まり」となり過ぎて新たなユーザーが「オフ会」等に参加しにくい状況とならないよう工夫していくことが重要であろう。

表2 「あついでホット com」の改善点についての回答 (一部)

一部の人で盛り上がっている。全体で盛り上げられる展開が必要 消極的なユーザーにオフ会等の楽しさを伝えていく情報として価値あるものを記録として残す(ブログ集を作成する) 実質的なコミュニティで役立つ情報交換を環境が乱れないためにも、実名登録や素性の分かる人だけの招待制度を守っていく むやみにメンバーを増やす事はない トモダチ紹介メールはやめて欲しい コミュニティが狭い割にメンバーのしている事が分かりにくい
--

#### 5. まとめ

本研究では、熊谷地域 SNS 「あついでホット com」を対象事例に、アクティブユーザーの利用実態を調査した。質問紙調査を実施したところ、回収率が悪く59%(22名中13名)であった。

回答を分析すると、回答者は全員熊谷市在住で居住歴

も長くまさに「地元民」であることや、特に男性には地域の活性化に貢献したいという意識のもとに参加しているユーザーが多い。女性については、SNS に対する抵抗感が小さく、とりあえず加入した人が目立った。

今回の質問紙調査に回答してくれたアクティブユーザーは、「あついぞホット com」以前からの交友関係がある程度見受けられ、「あついぞホット com」の参加によってアクティブユーザー同士や他の参加者との「トモダチ」関係を積極的に増やしている様子が見られた。「あついぞホット com」は、以前からの交友関係を深める役割を担っているとともに、地域の新たな交友関係の構築にもある程度貢献しているといえよう。

このように、今回の結果からは「トモダチ」関係の広まり、すなわち個人のつながりの面ではある程度の貢献が見られた。しかし、図10において地域の情報を得ることやオフ会の参加に関しての満足度があまり大きくなく、地域活性化に向けた貢献度はまだ小さいと思われる。「あついぞホット com」のような地域 SNS を地域の実質的な活性化に活かすためには、SNS 内での盛り上がりだけでなく、「あついぞホット com」の管理者や運営

者がオフ会や地域での行事との連動性を高めるよう努力し、一般の SNS 参加者が行事へ積極的に参加するような仕組みを築いていくことが大事であろう。

#### 謝 辞

質問紙調査にご協力頂いた「あついぞホット com」アクティブユーザーの皆様には感謝致します。また、立正大学地球環境科学部の千賀有希子博士には貴重なコメントを頂きました。ここに感謝の意を表します。

#### 参考文献

- 岡田有花, 2006: 「mixi じゃダメなの?」にどう答える——地域 SNS の意味. ITmedia News 2006年1月27日記事, <http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0601/27/news118.html>.
- 庄司昌彦, 2008: 地域 SNS サイトの実態把握, 地域活性化の可能性. 情報通信政策研究プログラム研究成果論文, <http://www.officepolaris.co.jp/icp/2007paper/2007014.pdf>, 39p.
- 藤代裕之, 2008: なぜ地域 SNS は「立ち枯れる」のか. NIKKEI NET 2008年10月31日記事, <http://it.nikkei.co.jp/internet/news/index.aspx?n=MMIT11000030102008>.

## Actual Conditions of the Use by Active Users in Regional SNS - The Case of the Regional SNS in Kumagaya; "Atsui-zo Hot com" -

WATARAI Yasushi\*, NAKAMURA Yosuke\*, SAKAI Toshikazu\*

\*Faculty of Geo-environmental Science, Risho University

Keywords: regional social networking services, local revitalization, user feeling