

# ウェブサイトを用いた交流型地域づくりの可能性

- 岡山県八塔寺ふるさと村HP作成プロジェクト -

Potentiality of Making a Website for exchange-oriented community building

- Okayama Hattouji Furusatomura Website Development Project -

星野 敏

Satoshi Hoshino

(神戸大学農学部)

(Faculty of Agriculture, Kobe University)

## はじめに

近年の情報通信技術（IT）の進展と普及にはめざましいものがある。政府は全ての国民がITのメリットを享受すべきであるとしてe-Japan戦略を2001年に制定した。農山村地域ではITの利用環境が遅れてはいるものの、ゆとりや安らぎを求める都市住民のニーズと農山村地域とを結びつける強力なツールとして大きく期待されている。また、農村側の住民も情報の受信者から情報の発信者への転換が期待されている。

都市農村交流をテーマに地域づくりに取り組んでいる場合、それを「交流型地域づくり」と呼びたい。本論の課題は、交流型地域づくりに参加型のホームページ（以下HPと略称）づくりを連動させることで生み出される新しい可能性を考察することである（節、節）。そして、このような意図に従って地域のHPづくりに取り組んでいる事例を紹介し、現在までの経過を報告したい（節、節）。

## 交流型地域HPのコンセプト

### 1. インターネットの普及

図1は、最近のインターネットの普及率をグラフに示したものである。企業はもちろんのこと、世帯への普及率は近年、急速に高まり、2003年末で88%に達している。また、インターネット利用人口比率でも61%に達しており、国民の過半

数がプライベートでもネットにアクセスできる環境にある。もちろん、都市地域と比べると、農山村地域での普及率は低いが、それでもe-Japan重点計画にも取り上げられ、農家へのインターネット普及率は65%、パソコンを農業経営に使っている農家の割合は40%（いずれも平成16年度農林水産省政策評価シートより）と急速に情報化が進んでいる。このようにインターネットの利用環境はかなり整ったと考えて良い。

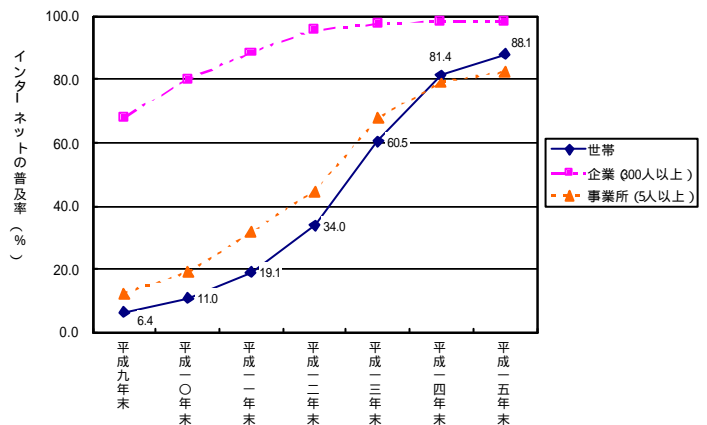


図1 インターネットの普及率の推移

(総務省情報通信情報データベースより)

### 2. 情報発信手段としてのインターネット

都市農村交流を推進するためには、イベント情報の提供、会員・参加者の募集など農村側から都市住民への情報発信が不可欠である。従来は、自治体の広報誌や新聞などが有力な情報発信手段であった。しかし、自治体の広報誌は月1回のペースで発行されることが多く、うまくタイミングが

合わない場合もある。また、自治体の広報誌は一般に管轄外には配布されないので、自治体外の都市住民にアピールしなければならない場合には適当でない。他方、新聞、TV等のマスコミ報道のインパクトは非常に大きい。しかし、情報の採否及び取捨選択は報道機関側の判断に委ねられているため、農村側にとって都合のいいときに都合のいい形で情報を流して貰える保証はない。更に、自力でのPR活動は現実的ではない。このように、都市農村交流を進めるに当たって、農村側の情報発信力の確保は大きな課題であった。

本論では、情報発信手段としてインターネットのホームページ（以下、HP）を取り上げる。これは情報内容を随意に更新できる広報媒体である。一般に広報媒体は、活字媒体、電波・映像媒体、電子媒体（HP、メールマガジンなど）に分けられるが、他の媒体に比べて電子媒体は、更新がしやすく、新しい情報を直ぐに提供できる（更新の随意性）、情報の受け手がいつでも好きなときに情報を入手できる（受信の随時性）、情報蓄積が比較的容易である（保存性）、対話によるフィードバックが容易（双方向性）などの特徴を備えている<sup>1)</sup>。

HPの開設は、初歩的な情報技術があれば比較的容易である。しかも大抵のプロバイダはHP開設のディスク容量も提供してくれる。よって、都市農村交流を進める場合に有望な情報発信手段の一つとして期待できる。

### 3. 交流型地域HPのコンセプト

農山村地域のHPというと、まず行政機関のHPが思い浮かぶ。今日ではほとんどの自治体がHPを開設しており、地域概要の紹介、行政・施策情報の公開等に加えて、地域情報、行事・イベントのお知らせ、交流・観光案内など、住民が共有すべき行政情報や公益性のある地域情報などを提供している。しかしながら、旧村或いは集落レベルの地域づくり活動の情報量は非常に少ない。

他方、近年では企業の生産者、観光農園、加工業者などが販売物のPRや営業案内、インターネット直売などでビジネスに活用するために自前でHPを開設することも多い。これは、経済活動の一部として活用されている場合である。

本論で提案するHPづくりは、都市農村交流で活性化に取り組んでいる住民組織（自治会や村づくり協議会等）が自治体のHPとは別に「地域づくりのためのHP」を開設することを意味する<sup>2)</sup>。

従来の自治体のHPが「公的な情報の提供」、個別事業体のHPが「私的な経済活動に関する情報提供」を目的とするならば、交流型地域づくりのHPは、両者のいずれとも異なる「地域づくりの（共的な）情報の提供」を目的とするHPである。つまり、これは地域内外の関係主体が地域づくりという共通の目標の実現に向けて必要な情報を共有し、蓄積し、送受信するための「地域づくりの情報プラットフォーム」である。

### 地域づくりにおけるHP作成メリット

交流型地域づくりに上述のような特性（更新・受信の随時性、保存性、双方向性など）を備えたHPづくりを連動させることにより、期待されるメリットを整理すると以下の通りである。

#### 1. 都市農村交流のための情報発信手段

情報発信手段としての機能はHPのもつ本来の機能である。行事や交流イベントの紹介、施設の営業情報の提供、特産物、加工品などのPR、インターネットを通じた直売など、これまでは紙媒体で紹介されてきた情報をHP上に公開する。HPが適切に管理されているならば、24時間いつでも最新情報を得ることができるため、利用者の利便性は高い。

#### 2. 1次情報の提供によるイメージの向上

自治体などのHPで交流施設を紹介する場合、施設の紹介や営業時間、料金体系など、パンフレットをそのままHP上に掲載したものが多く、もちろん、このような2次情報<sup>3)</sup>でも利用者の利便性は向上する。

しかし、より重視されるべきことは1次情報の提供である。その地域に住んでいる人の生きざま、自然の機微、生活の知恵、伝統文化などを紹介すること、つまり地域の素顔（＝1次情報）の提供こそ、もっともインターネットHPの特性を活かした使い方の一つである。そういった1次情報を提供することで、一般情報提供とは異なる、地域

固有の魅力をアピールし、イメージアップに貢献することが可能になる。このような1次情報は「第三人称の(客観的)情報」ではなくて、当事者の目から見た「一人称の(主観的な)情報」となる<sup>4)</sup>。

### 3. HP閲覧者との対話による縁付け

都市農村交流ではリピーターの確保が重要である。しかし、農山村地域の自然環境や歴史文化はある程度類似しているため、地域資源だけで差別化を図ることは容易ではない。

それに変わって重要になるものは、都市住民との新たな関係の構築である。これからの都市と農村の交流は、農村が単に都市住民ヘリクリエーションの場あるいはサービスなどを提供するという(農村側から見て)受け身の関係から脱皮し、都市住民と農村住民の間で顔の見える関係づくりが求められる。このような関係付けをここでは「縁(えん)付け」と呼びたい。リピーターの確保はこの「縁付け」の成否にかかっている。

HPは農村側からの情報発信装置であるが、この中に掲示板等のページを用意することで、対話(双方向の情報交流)が可能である。HP閲覧者あるいは実際の訪問者からの生の意見・コメントを受信することができる。そして返答を返すことで対話が成立する。また、都市住民の意見が地域ヘフィードバックされることで都市農村交流の方向性を見だし易くなる。

### 4. 地域資源のインベントリーと再発見

HPのコンテンツ(掲載記事)づくりが地域資源を再発見する契機となる。コンテンツづくりでは地域の魅力を洗い出しが必要になるが、実はこれがこれまで気づかなかったようなモノ(場所、物、資源)やコト(活動、行為)を改めて確認する機会となる。コンテンツづくりが地域資源のインベントリー(在庫調べ)に大きく貢献する。さらに、地域の「お宝探し」や「集落点検地図づくり」などをワークショップで実施する村づくり活動と連携することで、HPづくりと村づくりの相乗効果(活性化)も期待できる。

### 5. 地域づくり意欲と自信の向上

HPづくりは村づくりへの意欲向上に役立つ。

HPの作成・公開は、地域外の住民、特に都市住民への情報発信を意味する。しかし、上述の一人称の情報、つまり住民の生の声を提供する場合には、発信元の地元住民自身を元気づけるという副次的な効果が期待できる<sup>5)</sup>。インタビューされる住民自身がそれぞれ主人公としてHPに登場することで、関係者の自信につながり、やる気を向上させるのである。他人から取材されることを通じて、普段は気にもとめていなかったようなことに自分や地域のアイデンティティを発見することができる。

### 6. 村づくりデータベースの整備

地域づくり活動において掘り起こされた地域資源情報はその場限りの情報として整理される場合が多い。ワークショップが終わると散逸したり、過去の状態が個人の記憶の中にしかとどまらなかつたりするため、継続的に地域づくりを展開しようとしても、その都度一から始めなければならないことが少なくない。

前述のように電子媒体の情報は保存性がよい。HPの中で過去のワークショップの成果や地域資源に関する一次情報をデータベースとして蓄積しておけば、地域づくりの関係者がいつでも時系列的に地域資源情報を共有し、活用することができる。さらに、地域づくりの活動に参加していなかった住民や地域外部の支援者が地域づくり情報を共有することが可能になるのである<sup>6)</sup>。

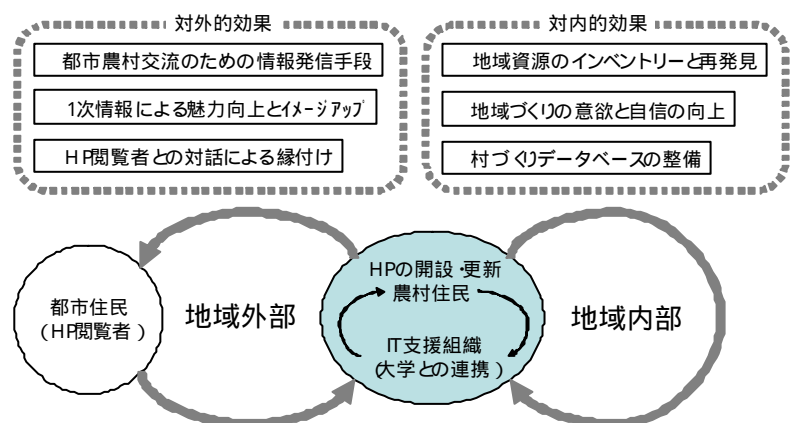


図2 交流型地域づくりにおけるHP開設のメリット  
図2は上述のメリットを整理したものである。

～は対外的なメリットに相当し、～は対内的なメリットに相当する。同図に示したように、

交流型地域づくりにおけるHP開設は、単なる情報発信手段という実務的な側面を越えて、大きな可能性を秘めた試みである。

## ふるさと村HP作成プロジェクト

本節と次節では、節と節で展開した交流型地域HPを具体的な事例に適用した結果を紹介する。このプロジェクトは大学の研究室が地域連携の一環として実施しているプロジェクトである。

### 1. 対象地域の概要

岡山県吉永町は岡山県の東部にあり、岡山市と姫路市のほぼ中間地点、兵庫県との県境に位置している。八塔寺ふるさと村は、昭和49年に当時の長野士郎岡山県知事の肝いりではじまった「ふるさと村整備事業」によって設置された。

八塔寺地区は豊かな自然資源に恵まれ、農村風景は美しい。また、約1200年前に弓削道鏡が開基したと言われる照鏡山八塔寺を中心に山岳仏教が栄え、現在でも多くの歴史的資源が残されている。これらの地域資源を活用し、各種の事業が導入されたが、特に1997年から翌年にかけて八塔寺ふるさと農園、八塔寺ふるさと館(コテージ、休憩所、レストラン)などのハード施設が整備されている。

八塔寺地区は、世帯数12戸、集落人口42人の小規模な集落である。20歳代以下の人口が6人で、高齢化が進んでいる。ふるさと村や周辺の環境の維持・管理の活動(草刈り、清掃、間伐、水路掃除など)や、お祭等のイベントの計画・実行は、すべて地区の自治会が主体で行っている。また、八塔寺地区で都市住民との積極的な交流を図るために、町の主導により「アグリのリづくり協議会」という組織をつくり、特産品開発や景観保全に取り組んでいる。

### 2. HP作成プロジェクト

HP作成プロジェクトは、岡山県東備農業改良普及センターが企画した村づくりワークショップ「八塔寺ふるさと村デザイン会議2003」の続編として、2004年度に企画・立案した。デザイン会議2003でまとめられた活性化提言の一つに、「八塔寺ふるさと村からの情報発信」があった。そこで、2004年6月に八塔寺HP作成プロジェクトの企

画書を携えて八塔寺地区を訪れ、HPづくりへの参加・協力をお願いしたところ、役員より快諾を頂くことができた。

### 3. HPの作成・運営の方法

HPの作成と運営にあたり、次の方式を採用した。第1に、住民参加型でHPづくりを行うことにした。HPの内容、HPに掲載する材料、そしてHPに対する希望に関して地元住民より主体的に提案を受入れて作成した。第2に、大学・行政はHPづくりの技術的側面を支援することにした(前掲図2)。大学側がHPの開設場所を用意した上で、2年間を目処にしてHP作成・管理・更新を手伝うこととした。第3に、HPを定期的に更新し、その際に交流型地域づくりとHPを連動させてゆくことにした。一方で地域づくりの活動予定や事後の結果報告をHPに掲載し、他方でHPに寄せられた意見を地域づくり活動へ反映させる。

## HPコンテンツの作成とその成果

### 1. 集落行事の取材

本プロジェクトの最大の特徴は、既成の情報ではなくて、そこに行き住人と対話しなければ得られないような生の情報(1次情報)を収集し、掲載する点にある。年間様々な行事を実行しているが、2004年から2005年にかけての主な行事を挙げると表1の通りである。これらの行事に参加して現場取材を行い、写真を撮影した。

表1 八塔寺地区の主な年間行事

【2004年】	10月4日 運動会
7月18日 遊歩道草刈り*	10月24日 秋祭り*
夏祈祷*	11月14日 八塔寺ふるさと祭*
8月17日 観音踊り	【2005年】
9月11日 敬老会*(旅行)	1月8日 お日待ち*
9月26日 道づくり*	1月16日 大護摩

注) \*印は現地取材を行った行事。

### 2. 取材ワークショップの開催

2005年1月に第1回取材ワークショップを実施した。ワークショップの作業内容は、次の2点である。第1に、八塔寺HPのデモと意見交換(八塔寺HPの作成状況と完成済みのページの紹介、コンテンツに関する地元住民からの意見・コメントとその返答、今後の課題など)である。第2に、個々の参加者に対して、学生が個人インタビュー



を行う。表2は、インタビューアー（学生）用に用意したガイダンス資料である。この情報を元に、生活現場で撮影した顔写真入りのインタビュー記事を作成した。

表2 住民インタビューのガイダンス

八塔寺デザイン会議2005

**ふるさと村住民インタビューのガイダンス**

文章インタビューのヒント

- ◇ 対象者のお名前(ただし、HPではお名前を公表しない)・性別・年齢
- ◇ ボリューム(非紙1枚か2枚程度)
- ◇ 原則1人または夫婦でインタビュー

**トピック**

- パーソナルヒストリー(個人史)
- 子供の思い出/昔の遊び/どこで?何を?/若頃の私は.../いつから八塔寺?(特にお嫁さん)5年度(10年後)の私は...
- 八塔寺のここが好き
- お気に入りの場所・景観(その時間:朝霧の~、秋の夕暮れ、紅葉の~)
- 伝承事/八塔寺のイチ押し/郷土料理
- 八塔寺のここがイヤ
- 生活の不便なところ/危険なところ
- 私のこだわり
- 生活の知恵/普段の楽しみ:これがあれば満足/お気に入り(もの、場所)
- おもしろいもの(料理、お菓子)/元気の秘密
- 来訪者(都市住民)に一言
- 来訪者/役員・行政/我々(大学関係者)に
- この秘密を教えてください
- 最近気になるところ

写真ポートレート1~3枚

できるだけ、現場で写真を撮ること(背景に写るものは目)

トピックとの関連性を配慮する

タイドレターマ1フレーズで)

最後に短1フレーズでインタビューのトピックを表現

注意:公表前には対象者から内容の了解をいただくこと。

### 3. その他の情報ソース

八塔寺ふるさと村の風景をはじめ、四季折々の多数の写真を高頭寺住職の釜本隆康氏より、八塔寺の歴史関係資料等の提供を地区住民の方より受けた。また、岡山県庁の江端恭臣氏を通じて社団法人 岡山県建築士会・地域づくりフォーラム21部会より「八塔寺地区茅葺き技術マニュアル作成委託業務報告書」2004を受けた。HPのコンテンツの作成に当たっては、これらの資料や写真は引用を明示した上で使わせて頂いた。

### 4. HPの構成と内容の紹介

図3はHPの構成、図4はHPのトップページを示している。なお、図3の各項目の下に更にページが展開しているが、この図では割愛している。

「Who's who 村民インタビュー」では、取材ワークショップで作成した記事(住民の素顔)を掲載している。ここでは、地域住民の生きざまやパーソナルヒストリーの一端を紹介するようにしている。また、「イベント」は、年間を通じて八塔寺の行事に参加して、写真取材を行って作成したコーナーである。更に、「ワークショップの記録」は八塔寺デザイン会議2003および同2005で得られ

た提言などを収録するコーナーである。これを次のステップのための記録としてとどめるだけでなく、多くの関係者に知ってもらうために掲載した(村づくりデータベースの整備)。

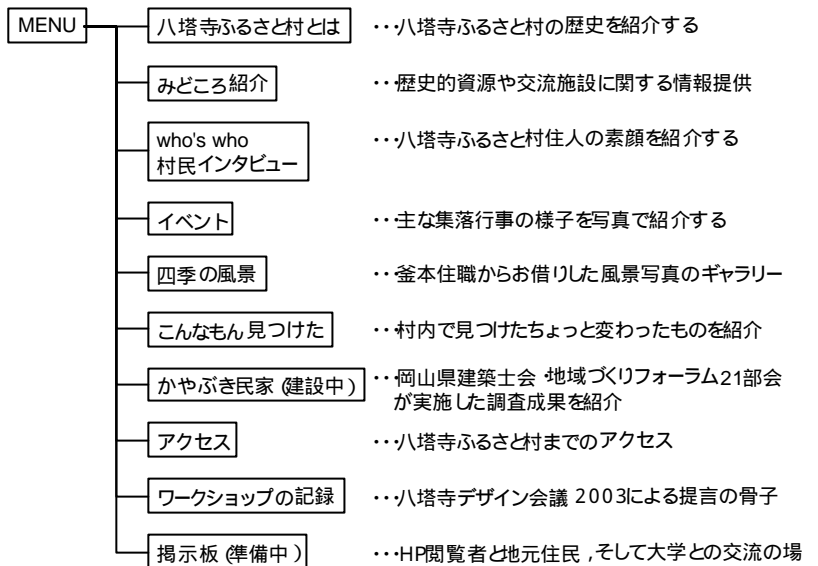


図3 ホームページの構成



図4 八塔寺ふるさと村HP(旧版, Top page)

### 5. HPづくりの成果についての予察

本プロジェクトは2005年3月に暫定版をアップした段階にある<sup>7)</sup>。本論で指摘した対外的なメリットの検証は未だ着手できていないが、対内的なメリットについては部分的に把握できた。

第1に、コンテンツの取材ワークショップで構

築途中のHPを紹介したところ、参加住民から意見・アイデアが続出し、住民の極めて高い関心を知ることができた。また、地元代表者のからも同様のコメントをうかがえた。住民の意欲付けという点では、ある程度効果が期待できる。

第2に、上述の取材ワークショップでは、インタビュー側側の学生も極めて深い感銘を受けていることが、その後の感想で判明した<sup>8)</sup>。これは、これまでの村づくりワークショップでは経験できなかったことである。

第3に、HP作成過程はまさに地域資源のインベントリーの作業と一致している。我々外部者は今回のHPづくりに取り組むことで、当該地域に賦存する地域資源の全体像を把握することができたように感じている。

第4に、現段階の情報量はわずかであるが、今後さらに村づくり情報（歴史的な記述、イベントの結果や来訪者のコメント、四季の風景、ワークショップの記録）を蓄積してゆくことで、村づくりデータベースの機能も充実されつつある。

第5に「大学の地域連携」という視点から本プロジェクトをとらえると、将来的には、HPの自立管理を目指しつつも、当面は大学・行政側で更新管理を担うことになる。大学の地域貢献や地域連携が一般化しつつあるが、両者の関係は一時的なものであることが少なくない。HP作成支援は、大学と地域との安定した関係形成に貢献している。

## おわりに

本論では、都市農村交流に取り組む地域を交流型地域づくりと定義し、計画論的な視点からそういった地域づくりにおけるHP開設の意義と可能性を考察し、対外的なメリットと対内的なメリットを指摘した。交流型地域づくりに取り組む事例地域で住民と共に開設したHPを紹介し、その効果の一部（対内的効果）を予察した。地域HPは住民から厚く歓迎されると共に、インタビューに参加した学生からは、高い充実感を得ることがで

きたという感想が得られた。

「交流型地域づくり」と「地域レベルでの住民参加型のHPづくり」は相互に極めて親和性があり、両者が「結合」することで交流の促進と地元住民の活性化の相乗効果が期待できる。端的に言うと、これが本論の骨子である。

なお、2005年7月に、新たな都市農村交流プログラム開発を目的としてワークショップを開催し、これに合わせてHPの内容を更新している。今後は、地域づくりを継続的に支援しつつ、長期的な視点からHPづくりの効果を検証する予定である。

ワークショップは神戸大学農学部環境情報学研究室の在籍者が協力し、また行事取材とコンテンツ作成は岩越正剛君（現：兵庫県土地改良事業団体連合会）が担当した。心から感謝したい。

## 【注釈および文献】

- 1) ネットのアクセス環境や情報リテラシーの世代差などにより情報の受け手が限られるというデメリットもあるが、インターネットの普及率が急上昇したため、そのような問題は部分的には解消しつつある。
- 2) 最近、本論の意図に近い実践例として、安心院町松本集落が大分大学発のベンチャー企業の支援を受けてHPを開設している事例を知った(<http://www.aiimu.jp/>)。これは、金俊豪・三橋伸夫(2005):都市農村交流(グリーンツーリズム)による地域活性化、基盤研究(A)(1)中山間地域における持続発展型農村経営の方法に関する研究(代表:藍澤宏)189-198でも紹介されている。ただし、本論のような明確な意図に基づいて開設されたHPではない。
- 3) 1次情報とは、人の意見を聞いたり、実地調査・アンケート調査・実験を行ったりして自ら収集した情報であり、加工されていない直接的な情報を意味する。これに対して2次情報とは、書籍や新聞、ラジオやTV、データベースやインターネットなどから入手できる、あらかじめ整理・加工された間接的な情報である。(岡田正・高橋善吉・藤原正敏編著:ネットワーク社会における情報の活用と技術、実教出版、2003)
- 4) このような発想は、山梨県早川町の町営シンクタンク、日本上流文化圏研究所が作成中している「2000人のホームページ」をヒントにした。このHPでは綿密なインタビュー取材をもとに早川町に暮らす町民の素顔を紹介している。
- 5) 日本上流文化圏研究所の鞍打大輔氏へのヒアリングによる。
- 6) 地元住民のネット・アクセスがその必要条件となる。
- 7) その後、八塔寺ふるさと村改訂版HPをアップした(改訂版URL:<http://home.kobe-u.com/pastoral/hattoji/index.html>)。
- 8) 下記は参加学生(8名)の感想のごく一部である。「住民の暮らしぶりが凄く生き生きと見えた」、「地域に愛着を持ち、良くしようと努力する人の姿を知ることができた」、「地域性を感じる事ができた」、「話がすごくおもしろいので、時間がたつのを忘れた」、「歴史の深さを改めて知ることができた」、「非常に新鮮だった」、「HPづくりの責任の重さを感じた」など。詳細は注7)のHPに掲載。

**Summary:** In this paper, we examined potentiality of making an original website for exchange-oriented community building in a participatory manner from a planological point of view and pointed out both the internal and external merits in preparing the website of the community. We developed the website of Hattoji Furusato-mura in Okayama prefecture as a case study area and confirmed the internal effects of making it. The author insisted that the three elements of rural-urban exchange strategy, community building and making a website have powerful affinity for each other and may bring synergetic effects on the community.