

# 地域・SNS コミュニティに着目した社会問題解決の期待度分析

Expectation degree analysis of solving for social problems focused on regional and SNS community

北海学園大学工学部社会環境工学科 ○学生員 大下裕里佳 (Yurika Ohshita)  
北海学園大学工学部生命工学科 正会員 鈴木聡士(Soushi Suzuki)

## 1. 研究背景と目的

近年、孤立社会や無縁社会という言葉が多く聞かれるようになってきた。このような状態が原因の一つと考えられる高齢者の孤独死等の問題を通じて、地域や家族のコミュニケーションが大きな意味を持つことは、誰しもが実感するようになってきたと言える。

総務省コミュニティ研究会<sup>1)</sup>では、「コミュニティの置かれた現状とその衰退によって引き起こされる問題をふまえると、地域コミュニティの機能を強化していくことが重要であり、そのための具体的な方策を考えることが必要である」としているが、その効果的な具体策の提案に至っていないのが現状である。

かつて地域のコミュニティとは、冠婚葬祭や転居の手伝いなど、地域のことは地域で行うという時代背景から生まれた。しかし近年は、個人でそれらを扱う会社等を手配することがほとんどであり、地域住民同士の協力の場が少なくなった。この様子を山崎<sup>2)</sup>は「お客さん化する社会」と表現している。また、生活が個人単位になり、他人が個人の生活に干渉しなくなった。他人の目を気にしなくてよい生活を「暮らしやすい」と感じるようになってきている。しかし、近所に誰が住んでいるのかわからない状態になり、ついには「ひきこもり」や「高齢者の孤独死」という問題が顕著化するようになった。

このようなコミュニティの問題に関する既存研究では、様々な調査等が実施されているが、宮木<sup>3)</sup>は「漠然とコミュニティはあったほうがよいと感じつつも、実際の日々の近所付き合いはあいさつ程度であり、今後の希望も挨拶程度がよいと考えている人が多い」ことを明らかにしている。また、山崎<sup>2)</sup>も「いいあんばいのつながり」を住民が求めていることを示唆している。

さらに地域 SNS(地域に特化した交流・情報交換を促進・サポートするための会員制の Social Networking Service)に関する研究も多くなされており、例えばその運営の問題<sup>4)</sup>や、地域 SNS の活用と実際の地域における活動の活性化に関する効果の検証<sup>5)</sup>等の研究がされている。しかし、地域コミュニティおよび SNS コミュニティのそれぞれを対象として調査・研究は多くなされているが、それらの双方の重要度を比較し、かつこれらのコミュニケーションの活性化が上述の社会問題等の解決や緩和にどの程度効果があると期待されているのかを明らかにした研究は見当たらない。

本研究では、上述のような地域コミュニティに加え、近年その重要度と利用頻度が増しつつある SNS コミュニティにも着目する。これらの観点に基づき、コミュニティに関する住民意識調査を実施する。さらに CS(Customer Satisfaction)分析を用いて、それらの満足度

と重要要因、および改善すべき要因を明らかにする。また、クラスター分析によって、コミュニティ活性化と社会問題解決の期待度に関する類型化を用い、特性を分析する。

以上の分析結果から、コミュニティ活性化と社会問題解決策に関する示唆を得ることを目的とする。

ここで、本研究におけるコミュニティとは、図-1 に示すように「地域」と「SNS」で構成される人と人とのつながりであることとする。

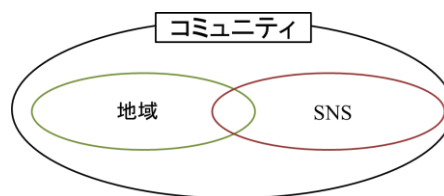


図-1 本研究におけるコミュニティのイメージ

## 2. 分析フローとアンケート概要

### 2-1 分析フロー

本研究の分析フローを図-2 に示す。

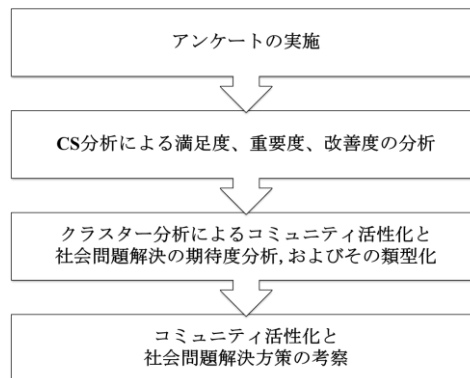


図-2 分析フロー

### 2-2 アンケート実施概要

本研究におけるアンケートの実施概要を表-1 に示す。

表-1 アンケート実施概要

調査期間	平成25年10月23日～平成25年10月25日	
配布・回収方法	ネットアンケート	
回収数	500サンプル	20代100サンプル
		30代100サンプル
		40代100サンプル
		50代100サンプル
		60代以上100サンプル
対象者	・札幌市内在住者 ・SNS利用者	
調査内容	・現在のコミュニティへの参加状況 ・地域とSNSコミュニティの満足度 ・社会問題解決の期待度	

### 3. CS分析によるコミュニティの満足度評価

#### 3-1 CS分析の概要

CS分析とは、顧客満足度を向上させる方策を立案する際に、総合的な顧客満足に強く関係する評価要因を把握し、さらに評価要因毎の満足率を分析して、これらの兼ね合いから効果的な改善要因の把握を可能とする手法であり、広く一般に応用されている。

本研究では表-2 に示すとおり、目的変数を「コミュニティ総合満足度」とし、説明変数を「地域コミュニティの満足度」に関する各要因と、「SNS コミュニティに対する満足度」に関する各要因を設定し、CS分析を実施した。

表-2 CS分析の変数一覧

目的変数	コミュニティ総合満足度	
説明変数	地域の満足度	1 町内会の活動
		2 近隣住民の方との付き合い
		3 町内会の活動内容などの情報交換
		4 近所の様子などの情報交換
		5 近隣の友人・知人との付き合い
		6 スポーツ・娯楽など、趣味の活動での付き合い
	SNSの満足度	A 家族とのコミュニケーション
		B 札幌市内に住む知人や友人とのコミュニケーション
		C 札幌市外に住む知人や友人とのコミュニケーション
		D 地域(町内会や近隣)の住民とのコミュニケーション
		E 海外に住む知人や友人とのコミュニケーション
		F 職場や学校の同僚・先輩・後輩とのコミュニケーション
		G 連絡先の知らない旧友とのコミュニケーション
		H 会ったことのない友人を作る・会話する

#### 3-2 CS分析による重要度と改善度の分析

重要度の分析結果を図-3 に示す。

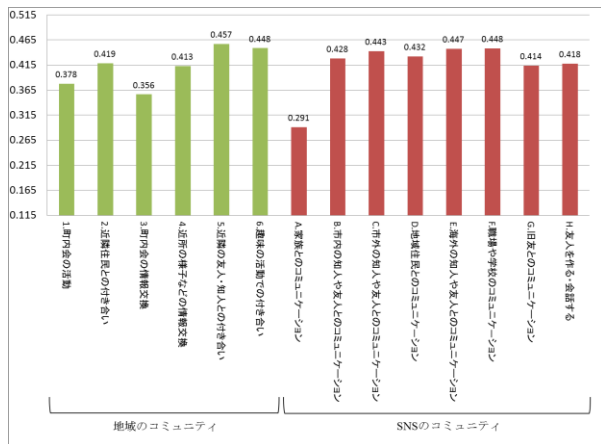


図-3 重要度(総合満足度との相関関係) (N=500)

図-3 より以下のことが考察される。

- ① 全ての要因が1%有意 (>0.115)であることがわかった。
- ② 得に重要な要因として、1位「5.近隣の友人・知人との付き合い」(0.457)、2位「6.趣味の活動での付き合い」と「F.職場や学校のコミュニケーション」が同値(0.448)であることがわかった。
- ③ 全体的傾向として、SNS コミュニティ(家族以外)の重要度が平均的に高いことがわかった。特に「E.海外の知人や友人とのコミュニケーション(0.447)」や「C.市外の知人や友人とのコミュニケーション(0.443)」など、遠方の人々とのコミュニケーション

に関する重要度が高い。このように SNS は時空間的制約を解放し、コミュニティの範囲を拡大させる効果があり、またそれらが重要になってきていると考えられる。

また、図-4 に改善度を示す。図-4 より以下のことが考察される。

- ① 1位は SNS コミュニティにおける「D.地域住民とのコミュニケーション」であることがわかった。
- ② このことから、SNS を活用しながら「D.地域住民とのコミュニケーション」の活性化が求められている。すなわち、図-1 における地域と SNS の中心で重なりあう部分の強化が必要であることが示唆された。

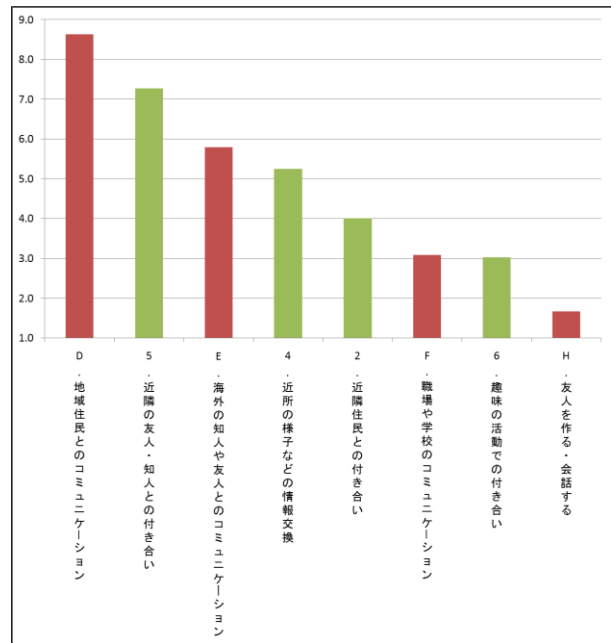


図-4 改善度の比較 (N=500)

### 4. 期待度分析による社会問題解決との関係性分析

#### 4-1 期待度分析

期待度分析とは、地域コミュニティの活性化、SNS コミュニティの活性化が図-5 に示す社会問題の解決とどれほど関係があると感じるのかを5段階(1.低い 2.やや低い 3.どちらとも言えない 4.やや高い 5.高い)で評価し、全被験者の平均値から、地域コミュニティの活性化、SNS コミュニティの活性化がどのような社会問題の解決につながると期待されているのかを明らかにする方法であり、本研究で新たに提案する。

図-5 にその分析結果を示す。図-5 から以下のことが考察される。

- ① 地域コミュニティの活性化が、SNS コミュニティの活性化に比べて、社会問題の解決につながる度合いが高いと期待されていることがわかった。
- ② 近年、地域コミュニティの衰退による問題の代表例である「2.高齢者の孤独死」、「3.防災活動」、「4.防犯・治安維持」の解決に対して、地域コミュニティの活性化の期待度は高いことがわかった。
- ③ 地域においては「4.防犯・治安維持」、「2.高齢者

の孤独死」、「3.防災活動」、「10.除雪活動」の順に期待度が高いことがわかった。SNS においては「7.孤立」、「4.防犯・治安維持」、「3.防災活動」の順に期待度が高いことがわかった。

- ④ このように、共通して「3.防災活動」、「4.防犯・治安維持」が挙げられているが、これは特に札幌市民アンケート<sup>67)</sup>でも明らかにされているように、各地域で積極的に解決方策が検討されている項目である。
- ⑤ 札幌市民アンケート<sup>67)</sup>の結果から、防災活動に対する地域の取り組みへ「参加したことがない」と回答した割合は 30.7%で、その理由として「どこでどのような防災活動が行われているのかよくわからない」と回答した割合が最も高く 42.2%であった。また、防犯・治安維持に対する地域への取り組みへ「参加したことがない」と回答した割合が最も高く 88.3%であり、その理由として「関心がない」は 2.7%に留まり、「参加する方法がわからない」51.0%、「忙しくて時間がない」42.5%であった。
- ⑥ これらより、SNS を利用した地域情報の伝達方法等を工夫することにより、活動の充実化や活性化につながり、これらの問題の効果的な解決につながる可能性があると考えられる。

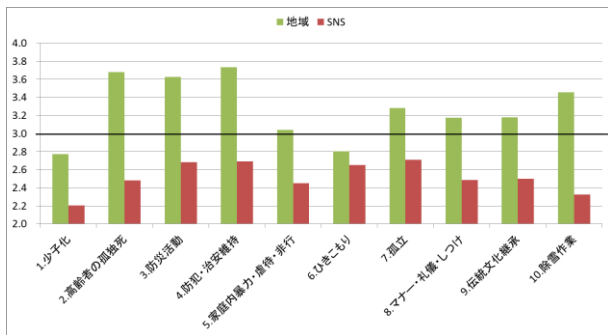


図-5 社会問題解決への期待度 (N=500)

#### 4-2 クラスタ分析による期待度特性のグルーピング

本研究では、クラスタ分析(ユークリッド距離法、ワード法)を利用して、各被験者の各項目の期待度を指標値としてグルーピングを用い、その結果から各グループの傾向を明らかにする。クラスタ分析の結果を図-6に示す。図-6より以下のことが考察される。

- ① G1 は地域が「どちらとも言えない(3.0)」よりもやや高い期待度を持ち、一方 SNS による解決の期待度は低いグループであり、全体の 24.2%を構成している。
- ② G2 は地域と SNS の期待度がともに低いグループであり、全体の 9.6%を構成している。
- ③ G3 は地域と SNS の期待度がともに「どちらとも言えない」と感じているグループであり、全体の 40.0%を構成している。
- ④ G4 は地域と SNS の期待度がともに高いグループであり、全体の 7.6%を構成している。
- ⑤ G5 は地域に高い期待を持ち、SNS は地域よりは期待が低い「どちらとも言えない」という評価をし

ているグループであり、全体の 18.6%を構成している。

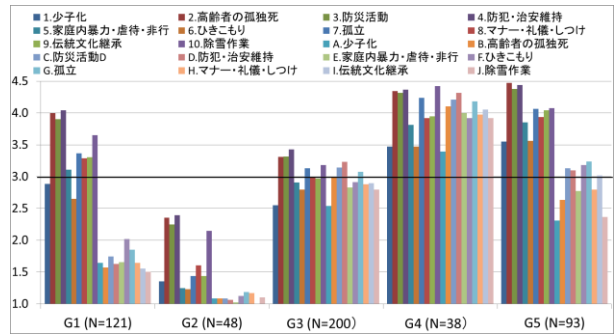


図-6 社会問題解決への期待度に関するグループ化

〔 1~10 : 地域コミュニティによる期待項目  
A~J : SNS コミュニティによる期待項目 〕

ここで、各グループにおいて、それぞれ「地域参加度(地域コミュニティへの参加項目数)」と、「SNS 参加度(SNS の利用目的項目数)」の平均値を算出し、これと各期待度の平均値をそれぞれ比較すれば、図-7、図-8となる。

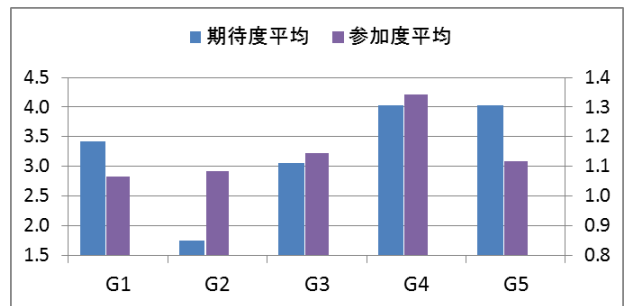


図-7 地域の期待度平均と参加度平均

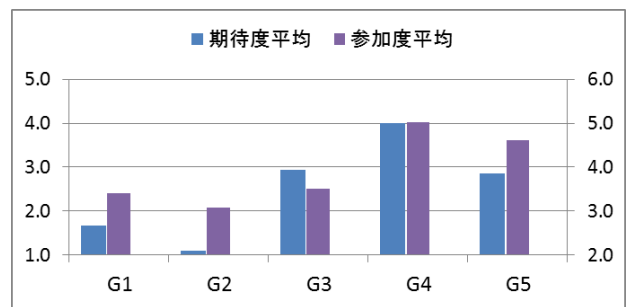


図-8 SNS の期待度平均度と参加度平均

図-7、図-8より以下のことが考察される。

- ① 図-7より、地域の参加度の傾向と期待度の傾向の間に強い関係性はみられなかった(相関係数 0.506)。
- ② 図-8より、SNS の参加度の傾向と期待度の傾向の間に強い関係性がみられた(相関係数 0.864)。ただし、G5 は SNS への参加度は高いが、期待度は G3 と同等である。しかし、全体的傾向としては SNS への参加度が高ければ高いほど、SNS コミュニティの活性化が社会問題解決につながる期待が大きくなる傾向があると考えられる。
- ③ G4 は地域、SNS とともに他のグループよりも期待度

と参加度が高いことがわかった。

- ④ このように SNS は利用される頻度が高いほど SNS の社会問題解決の期待度も上がることが傾向として現れることがわかった。
- ⑤ 以上より SNS は、より多く参加し、使いこなすことで、社会問題解決への期待度が高まることがわかった。一方、地域コミュニティについては、その参加度に関わらず社会問題解決への期待度が高いことがわかった。

ここで、期待度が高い G4 と G5 の特徴を比較すれば、SNS への期待度が大きく異なる。そこで、各グループの各コミュニティへの参加目的の割合(各グループメンバー数で、項目選択数を除いた値)を比較する。表-3 に比較結果一覧を示す。

表-3 グループ別の参加目的割合

参加目的(以下文中のCはコミュニケーション)		G1	G2	G3	G4	G5
地域	地域の町内会活動の役員である	4.1%	8.3%	4.5%	13.2%	3.2%
	地域行事・町内会活動に参加した・している	17.4%	8.3%	12.5%	39.5%	18.3%
	職場(学校)内での部活・委員会・サークル等に参加	5.0%	6.3%	9.0%	7.9%	3.2%
	職場(学校)外での趣味等の団体やサークルに参加	6.6%	12.5%	11.0%	18.4%	10.8%
	PTA活動	5.0%	2.1%	5.5%	0.0%	3.2%
	その他	6.6%	8.3%	6.5%	13.2%	10.8%
	活動非参加(※排他項目)	62.0%	62.5%	65.5%	42.1%	62.4%
	家族とCをとる	24.8%	22.9%	32.0%	42.1%	33.3%
	札幌市内に住む知人や友人とCをとる	52.9%	43.8%	51.0%	63.2%	65.6%
	札幌市外に住む知人や友人とCをとる	58.7%	50.0%	53.5%	60.5%	67.7%
SNS	地域(町内会や近隣)の住民とCをとる	1.7%	2.1%	5.0%	10.5%	3.2%
	海外に住む知人や友人とCをとる	15.7%	12.5%	12.5%	23.7%	19.4%
	職場や学校の仲間や先輩・後輩・同僚とCをとる	16.5%	16.7%	22.0%	23.7%	30.1%
	連絡先を知らなかった旧友との連絡など	18.2%	16.7%	21.0%	28.9%	33.3%
	会ったことのない友人を作る・会話を	9.9%	20.8%	19.0%	31.6%	21.5%
	自分の行動や活動の情報発信	26.4%	18.8%	25.0%	36.8%	45.2%
	自分の感情の情報発信	27.3%	14.6%	18.0%	34.2%	34.4%
	自分の価値観や考え方の情報発信	7.4%	6.3%	10.5%	18.4%	16.1%
	ストレスを発散させる	5.0%	6.3%	8.5%	5.3%	9.7%
	イベントなどの情報を収集する	21.5%	22.9%	22.5%	39.5%	31.2%
	趣味や娯楽に関する情報を収集する	36.4%	27.1%	33.0%	57.9%	39.8%
	町内会でのイベントや出来事の情報収集する	1.7%	2.1%	0.5%	10.5%	1.1%
	登録することによってゲームに参加する	9.9%	6.3%	8.0%	7.9%	5.4%
	その他	7.4%	18.8%	8.5%	7.9%	4.3%

表-3 より G4 と G5 特徴を比較し違いを考察すれば、以下のようになる。

- ① 地域コミュニティについて、「活動非参加」の割合は G4 が最も低い(42.1%)。
- ② G4 は SNS を「地域の住民とコミュニケーションをとる」(10.5%)、「町内会でのイベントや出来事の情報収集する」(10.5%)を目的として利用している割合が他のグループと比較し、特に高い結果となった。G4 は SNS を地域コミュニケーションの一つとして利用している人が多いことがわかった。
- ③ 一方、G5 は SNS を「自分の行動や活動の情報発信」(45.2%)を目的として利用している割合が、他のグループと比較してかなり高い。また、G4 と比較して「地域の住民とコミュニケーションをとる」(3.2%)、「町内会でのイベントや出来事の情報収集する」(1.1%)のように、SNS を地域コミュニケーションの一つとして利用している人の割合がかなり低い結果となった。
- ④ 以上より、G4 と G5 の違いは、特にその利用目的の違いであり、G4 のように SNS を地域コミュニケーションツールの一つとして利用している場合は、SNS の社会問題解決の期待度が高まることがわかった。

## 5.結論

CS 分析の結果から、SNS コミュニティでは遠方の人々とのコミュニケーションの重要度が高い傾向にあり、全体的なコミュニティ総合満足度に大きく影響していることが明らかとなった。

また、SNS での「地域住民とのコミュニケーション」の改善度が最も高いことがわかった。このことから、例えば防災活動や防犯・治安維持あるいは高齢者の安否確認等の地域活動の情報発信等に SNS を活用することによって、改善されることが考えられる。

さらに、SNS の参加度の増加によって社会問題解決の期待度も増加することから、地域コミュニティに関する情報発信に SNS を利用することで、地域活動の情報収集や時間制約等の問題を解決し、地域における活動を活性化することにつながると考えられる。すなわち、社会問題解決に対する期待度は、SNS に参加すればするほど高くなる傾向がみられるが、地域コミュニティの方が期待度自体は高いことから、SNS を補完的に活用して、間接的に地域コミュニティの活性化につなげるように利用することにより、社会問題解決に間接的に寄与すると予想される。

以上のことを実際に実行していると考えられるのが G4 である。G4 は積極的に地域の活動に参加し、SNS も地域コミュニケーションに関連した目的で利用している割合が高い。社会問題解決に対する期待度も地域・SNS とともに最も高く、かつ参加度も高い。たとえば、地域コミュニティに特化した地域 SNS ではなく、既存の大手 SNS を活用して、SNS 内に地域コミュニティの「招待制グループ」を作成することによって、地域コミュニケーションの利用目的が低いグループの参加を促す効果が期待される。この活性化によって、間接的にコミュニティの活性化につながり、社会問題の解決に寄与すると期待される。

## 参考文献

- 1) 総務省コミュニティ研究会、「地域コミュニティと現状の問題点」,2007
- 2) 山崎亮：コミュニティデザインの時代,中公新書,2012
- 3) 宮木由貴子：地域コミュニティと近所づきあいの現状,第一生命 Life Design REPORT 2010.7,P.47
- 4) 杉本星子編「情報化時代のローカル・コミュニティーICT を活用して地域ネットワークの構築ー」国立民族学博物館調査報告 106:15-40,2012
- 5) 後藤省二、諏訪博彦、太田歳澄：地域 SNS の目的と効果の関連に関する定量的分析,2012
- 6) 札幌市民アンケート「防災意識・災害への備えについて」第2回,2005
- 7) 札幌市民アンケート「犯罪や防犯活動などに関する意識について」第2回,2011