

# 農山村など小規模自治体の情報発信に関する研究

(森林政策学研究室) 宮副 圭太

## 1、はじめに

1995年に内閣府が行った「森林とみどりに関する世論調査」によると、「一定期間農山村に滞在し、休暇を過ごしてみたいと思うか」という設問に対して是非過ごしてみたい、機会があれば過ごしてみたいと答えた割合は61%に上り、農山村のもつ豊かな自然や文化に対する関心が高まっていることがわかる。

この一方で、IT革命の進展により農山村など小規模な自治体においても、容易に情報の発信ができるようになった。2001年末時点の日本のインターネット人口を見ると、5,593万人(\*1)にも達しており、自治体のホームページ数は全体の約97%が開設するなど急増している。

本研究では、農山村と呼ばれるような小規模自治体の、インターネットによる情報発信の現状とその効果を調査することにより、今後期待される、インターネットを利用した地域活性化の糸口を探っていきたい。自治体ホームページの調査にはNRI野村総合研究所が行ったもの(\*2)があるが、1998年のデータであり移り変わりの速いこの分野ではいささかの古さは否めない。また地域活性化をテーマに、小規模自治体に絞ってホームページ調査を行った例は他に無く、これが本研究の特徴である。

## 2、研究方法

農山村などの小規模市町村を具体的に人口1万人未満の自治体とし、全部で1551(1市1021町529村)あるこれらの自治体のうち、2002年12月末時点でホームページを開設している1470自治体を研究対象とする。方法は次の2点である。

ネットアンケートによる全体の実態把握

上記該当1470自治体のうち、メール送信が可能だった1221自治体に対して、ネット上に設置したアンケートへの回答を依頼。回答はサーバーで自動集計される。

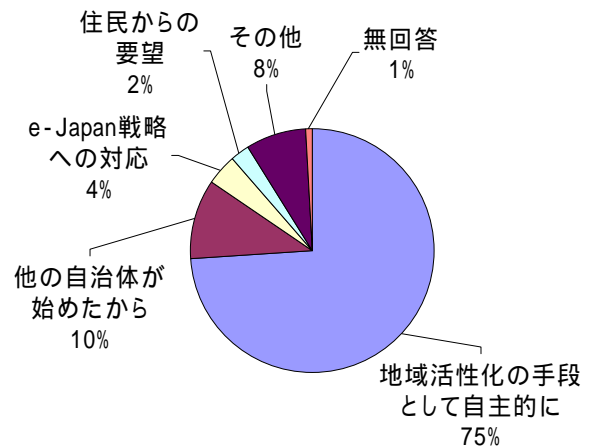
全1470自治体のホームページ閲覧による個別事例調査

全都道府市区町村のホームページリストを載せているWebサイトGlinGlin(\*3)を使い上記に該当するページを閲覧調査。

## 3、アンケートの分析

2002年12月13日～2003年1月12日の1ヶ月の回収期間に1221自治体中515自治体から回答があった(回収率42.2%)。回答内訳は殆どが農林水産業など第1次産業を中心とする自治体だった。

ホームページ開設のきっかけは「地域活性化の手段として自主的に」という回答が75%であり、これらの自治体のホームページが行政情報の発信だけを目的としているわけではないことがわかる。



### ホームページ開設のきっかけは何か

発信している情報の内容については、「地域のイベント情報」(95.3%)、「地域の自然や文化の紹介」(92.4%)、「地域特産品の販売や紹介」(75.0%)など、外向けの情報は殆どの自治体が掲載している一方で、「住民向け行事情報」(50.7%)、「行政の諸手続きや施設予約」(45.4%)、「財政状況」(31.5%)など住民向け行政情報については、ほぼ全ての項目で半数以下の自治体しか設置していなかった。

これらの項目の設置効果については、「地域認知度の増大」(61.0%)、「地域の自然や文化に対する問

合せが増加」(52.0%)などがあげられたが、その一方で「交流人口の増大」(26.6%)、「特産品販売の増大」(24.7%)、「定住者の増大」(4.1%)など実際の経済的メリットに結びついている自治体はあまり見られなかった。また、行政情報の設置効果として「情報をわかりやすく伝えるように努めるようになった」が56.7%と、インターネットによる情報発信が行政の組織・体制に影響を与えていることが伺える。

インターネットの特性としてメールや掲示板などに代表される双方向性があげられるが、メール以外に掲示板やメーリングリストといった双方向的なツールを利用していると答えた194自治体に、その効果について聞いたところ「地元出身者などから意見が寄せられるようになった」(53.1%)、「地域外の人間の意見で、地域の魅力を発見或は認識」(40.2%)など従来交流が困難だった対象からのアクセスとそれに伴う効果が引き起こされていることがわかった。

以上をまとめると、小規模自治体が行うホームページによる情報発信は、次のような効果をもつと考えられる。

従来困難だった地域外との交流のきっかけ  
自治体の意識改革  
外からの視点で地域の見直しや魅力の再認識

しかし、これらの効果が経済的メリットには結びついていないという問題点もまた示された。

#### 4、地域支持人口の増大に向けて

ホームページは開設したからといって万人が見に来てくれるわけではなく、どちらかというに関心を持ってくれた人により詳細な情報を与えるという特性を持つメディアである。この事とアンケートで示された結果を考えると、今後インターネットを利用した地域活性化のあり方として、関心を持ってアクセスしてくれた人を、地域のファンにしていく、というような方向が考えられる。

宮崎県西米良村は、その約96%を山林が占める山村で、人口約1,500人と県内で最小の村である。西米良村のホームページ(\*4)では、同村の基本コンセ

プトである「カリコボーズの休暇村・米良の庄」のもとに、農家で働きながら休暇を過ごすというワーキングホリデーの受付を行っている。体験報告もあり、実際にどんなことをやるのかが写真入りで紹介されている。平成12年10月までに100名以上の参加者が訪れ、家族、友人を伴って来るリピーターや、若干の定住者もあらわれている。「かりこぼーど」と呼ばれる掲示板では村内、村外問わずに書込みが行われている。

このように精神的に、経済的に地域を支えてくれる「地域支持人口」を増やすためのツールとしてネットを使っていくことで、地域の活性化が図られると考えられる。

#### 5、総括

地域支持人口の増大には、地域のファンを増やすための企画が欠かせない。今回調査した中でも幾つかの自治体が独創的な試みを行っていた。また企画だけではなく、メールへの対応、掲示板の管理などネット上のアクセスを実際の交流に結び付けていくためには様々な努力が必要である。

今回のアンケートの自由記入欄で指摘されていた問題点として、多くの自治体が人材の不足を挙げていた。低いネット普及率のために、地域の関心が低くその為にホームページ更新作業が仕事として認められないという意見もあった。今後は、地域資源を生かした魅力的なまちづくりとともに、交流企画への住民参加の促進、現在ネット接続率が100%にまで達している小中学校(\*5)との連携などで、情報発信に対する地域全体の意識を高めていくことが求められる。

\*1 通信利用動向調査(総務省、2002年)

\*2 地方自治体におけるインターネットの活用に関するアンケート調査(NRI 野村総合研究所、1998年12月)

\*3 <http://www.glin.org/glin/index.html>

\*4 <http://www.cmp-lab.or.jp/nisimera/>

\*5 教育用コンピュータの整備、インターネット接続(文部科学省、  
[http://www.mext.go.jp/a\\_menu/shotou/zyouhou/020801a.pdf](http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/zyouhou/020801a.pdf))