

ネットワークで変わる都市型コミュニティの可能性

# SHIBUYA 2.0

text : 阿田智博 photo : Takioka Kentaro

## すべてはシブヤから始まった

ブロードバンドキャリアが日本でもっともひしめき合う地域 渋谷。ここでは、オフィス街、繁華街、閑静な住宅街が混在する中で、高速インターネットのインフラが満遍なく張り巡らされている。こう表現してしまうと、渋谷が「サイバーシティ」であるかのような印象を与えてしまう。それはあながち嘘ではないかもしれないが、現実でもない。

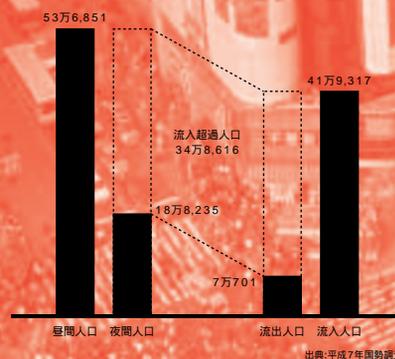
インターネットと渋谷の関係でもっとも知られているのは、インターネット関連ビジネスのベンチャー企業の集積が指摘された『ビットバレー』と呼ばれたことだろう。そもそも渋谷は、メディアによる報道が先行することが多く、情報化をテーマにした変動が常に起こっているようにも見える。しかし、実際はそれがどのように起こって

## 知っておきたい渋谷区の豆知識データ

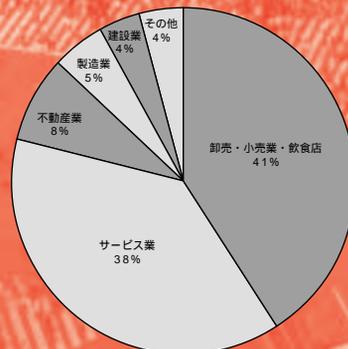


渋谷区データ  
面積 : 15.11Km<sup>2</sup>  
人口 : 約20万人  
世帯数 : 約10万7,000  
昼夜人口比 : 7:3

渋谷の流出入人口



渋谷の事業所数(計2万9,624事業所)

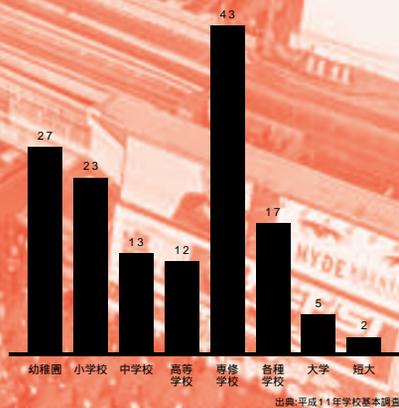


いるのかをはっきりと認識することは難しく、イメージとしての情報化先進地域『シブヤ』のみが一人歩きしている。もちろん地域の情報化を現実味を持って認識することは、渋谷のみならず、日本中のどこであっても難しい。ただ渋谷の場合は「シブヤ=情報化」のイメージが先行したことで、内実の伴わないインターネットベンチャー集積地域づくりである「バレー」ブームを日本中にもたらしてしまった。

### 地域が行う自己評価の調査とは

このような背景がある中、情報化による産業振興を目的に『渋谷区IT産業経営環境調査』という試みが昨年末からこの3月まで行われた。中心となったのは、東京商工会議所渋谷支部の支援のもとに生まれた『渋谷地区IT(新都心型産業)推進協

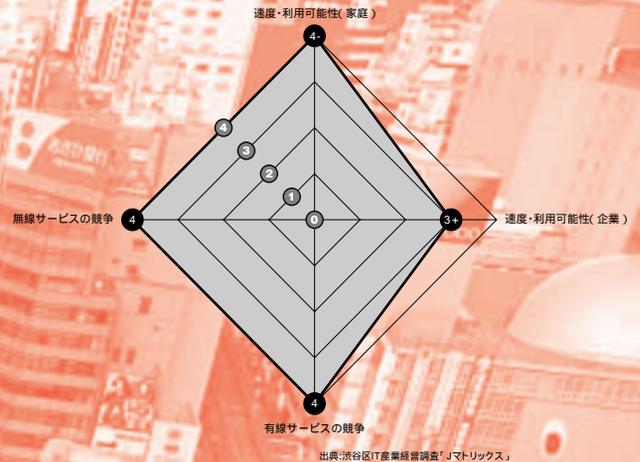
渋谷区内の学校数(計135)



昼と夜の人口比が2倍以上ある完全な都市型地域が渋谷の姿だ。特徴的なのは、原宿や代官山のように、商業地区と居住地区が同居しながら街を形成しているところにある。産業を見ると、サービス業や小売・飲食業で8割もある。特にサービス業の割合は、他の都内区部と比べて多いのだという。サービス業の内訳では、メディア産業やIT関連の情報サービスが多いという情報もある。教育機関も充実していて、初等中等教育は区立が多い中、青山大学や専門学校など広域を対象にした高等教育機関も多い。

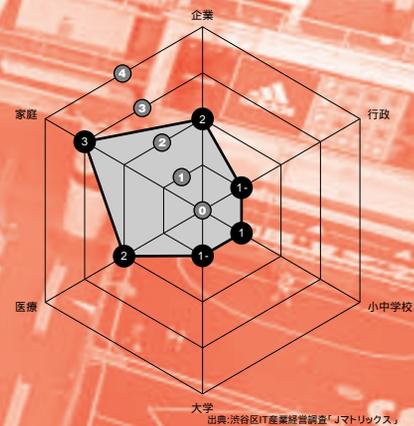
## IT産業経営環境調査から見たシブヤの姿

### I. ネットワークインフラ(Network Infrastructure)



渋谷区はほとんどすべてのインフラサービスが民生用・業務用問わず最初に開始する場所として、インフラ企業間の競争を生み出す震源地となっている。反面、古くからのマンションや雑居ビル、民家が密集する日本の都市事情の縮図でありながら、実際のユーザーへの敷設に関する問題解決のためのインフラ企業側の取り組みが弱い。本当の普及ではなく、サービスの可能性の面的普及が全国に広がってゆく構造になっている。

### II. ネットワーク化された場所(Network Place)



インターネットの接続はオフィスや学校、医療機関ともに日常的な普及が見られ、それも常時接続に向けた途上にある。採点が低いのは、無線への対応やアカウントの個別化など、日本での価値判断とは別の指標が盛り込まれているからである。インターネットを使いこなして理解できる環境では、常に発展的な状態にあるが、そうでない環境ではリテラシーによって格差が生じる状況にある。

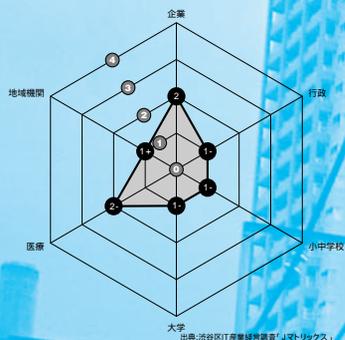
#### IT産業経営環境調査グラフの見方

- ・Jマトリックスは5つのカテゴリーの下に23の評価項目を定め、それぞれ情報化の具合を4つのステージに分けて評価付けている。
- ・ステージは4段階に分かれ、ステージ2がJマトリックスの基となった米 Readiness Guideに基づく米国の平均的なレベルを指す。ステージ4は理想的なレベル。

これらの基準に関するデータと考え方はウェブを通じてJマトリックス企画制作委員会に会員登録することで閲覧できる。

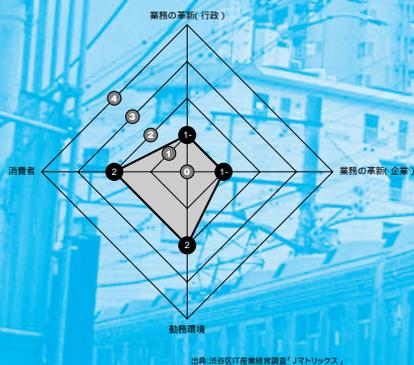
[www.j-matrix.net](http://www.j-matrix.net)

### III. ネットワークアプリケーションおよびサービス(Network Application)



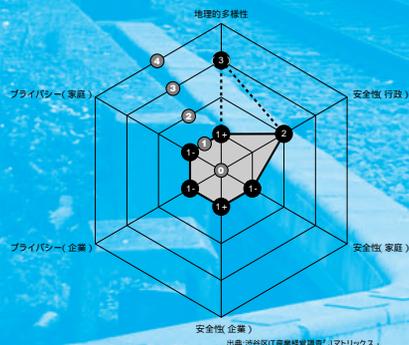
総じて評価が低いのは、インターネットを経由したサービスの提供が、ウェブを使った広報レベルの情報開示すら少数であるため。通信手段や情報収集といった「受容的」なメディア利用に、ネットワークのメリットを感じているが、実際に業務遂行のためのツールとして導入するに至らないなんらかの障壁が存在しているからだろう。地域コミュニティを活性化させるツールとしての関心は高く、自発的に実現するためのノウハウが求められている。

### IV. ネットワークの経済アプリケーションおよびサービス(Network Application)



ネットワークを含めて情報化による経営・業務改善に対する認識が、大企業では浸透しつつあるが一方で、中小企業では未だ浸透していない、もしくはどのように着手すべきかを模索しているままでその先に踏み出せない状況が表れている。行政もまた企業の認識と同じで、情報化社会に関する具体的なビジョンが描けるかどうかでばらつきが出ている。消費者の観点から見ても、日常生活の中で電子商取引が現実的に未だ認識されていない状態にあることがわかる。

### V. ネットワークワールド実現のための要因(Network World Enablers)



渋谷駅周辺を中心にインターネットカフェが多数存在することで、一面的には地域のインターネット接続環境が整備されているように見えるが、実は公共・文化空間でインターネットを使用できるような環境の整備はできていない。一方、ネットワークセキュリティの方策に関してはウイルスなどに関して理解していないながらも、ユーザーとして十分な配慮を行えるまでには至っておらず、また、プライバシーを管理するための取り組みも行われていない。

議会( IT 推進協議会 )である。

調査にあたってIT推進協議会が選んだ手法は『Jマトリックス』と呼ばれるものであった。Jマトリックスは、行政、企業、学校、NPOなど地域の各セクターが取り組むべき課題や資源を、「自己評価」で効果的に抽出するためのベンチマーク方式の調査手法である。特徴的なのは、情報化による地域経済の活性化や住民の生活の質的向上を目的に「地域主導」で行うことである。通常であれば、地域調査はシンクタンクなどにまるごと委託してしまうケースが多い。しかし、地域にかかわる人々自身が自己診断することで、今までの地域情報化調査とは一線を画すユニークな結果をもたらしている。

たとえば、Jマトリックスには情報化に対して課題を抱える地域コミュニティ同士が話し合いの場を持つワークショップ的な要素がある。このため、横断的な地域コミュニティの人的ネットワークが形成される可能性がある。使い方によってはITの必要性や課題を認識できるような、コミュニティ参加型の地域情報化を促進する“触媒”となるのである。

一方で、Jマトリックスは「緻密さを求めない調査」という側面も持つ。地域内の各分野の第一線にある人を「コミュニティリーダー」として招き、現場と議論を重ねて評価の材料を集めることが調査の軸となっている。各分野のリーダーが集まってそれぞれの分野の評価を議論することで問題点を探し出し、将来の展望をそれぞれの手で見つけ出す。その過程そのものが調査となっているわけである。したがって、結果報告にはコミュニティ外の学術的な資料価値は少ないかもしれない。

### 調査から見たシブヤの姿

実際には、調査は分野を5つに分けて行われたが、それぞれの分野で評価の置き方に特性があるため、断片的な実情が

浮かび上がっている( P167-168の各グラフ参照 )。

たとえば、インフラの面では業務向けには10社以上が、家庭向けには14社以上がインターネットの接続サービスを提供し、高速な無線によるデータ通信サービスが地域一帯を100パーセントカバーしているように、数十社がしのぎを削る高い競争状態にあることがレポートされている。

一方で、集合住宅や雑居ビルでは、これらのインフラの恩恵を受けるためには、当事者以外の他の居住者や居住空間の提供者( 大家など )の理解を必要とする。つまり、必ずしもその地域に「インフラがあること」が、「ネットワーク環境が享受できる」わけではないことに気づく。

また、企業の分野を見ると表面的には5割強の企業がインターネットの常時接続を導入している。だがこの内情は、従業員の電子メールアドレス保有率が約6割、商取引や人材管理業務へのオンライ

ン導入が約2割と、活用段階では顕著な差が現れている。さらに、ウイルスソフトの更新頻度が年1回もしくはなしというのが約半数、ウェブサイトでのプライバシーポリシーの掲載にいたっては回答者中1社という、ネットワーク上の習慣に対する低い現状意識が見えている。

グラフを見てのとおり、ベンチマークとして指し示されたものは、それぞれ異なる分野を背景にしているため、1つの尺度では測り得ない。このため、厳密な統計を求める人たちは当惑するかもしれない。見えてくるのは断片的な都市型の情報化の縮図でしかないからだ。

しかし、地域自身が調査の主役となることで情報化のノウハウやリテラシーを得ることが必要とされていることに彼ら自身が気づく。統計としての報告書からは窺い知ることのできなかった「地域情報化の現実」がこの調査ではっきりと見えてきたのである。

## SHIBUYA 2.0

### 【 Jマトリクス調査の根底にある「自己評価」に意味がある 】

「ポテンシャルを伴った人的ネットワークの広がり、非常に短期間の調査で生まれたのは『渋谷ならではの』と渋谷地区IT産業経営環境調査を振り返るのは、日本政策投資銀行で首都圏の産業振興に取り組む根本祐二氏である。彼は渋谷区でのJマトリクス調査を支援した「Jマトリクス企画制作委員会」のメンバーである。

Jマトリクスの基となったのは、米国のITシンクタンクであるCSPPの開発した「Readiness Guide」である。シリコンバレーはもとより全米の各地域をITによって活性化することを提起したこのツールに、日本の地域情報化に取り組むコンサルタントや研究者などのエキスパートが着目して、日本で使える手法に改められて2001年に生まれた。

昨年はJマトリクスを編み出した年として、ケーススタディーを集めるための調査を特徴のある国内4地域を対象に行った。そして渋谷の場合は、「質の高いサブコミュニティがすでにいるんな形で存在する一方で、IT化しているものがほんの少しであるということに、地域の人々自身が気が付き、使い方を考え始めた。IT企業がビジネスチャンスとして認識できるようになったことも大きな収穫だったのではないかと評価する。

あくまで地域の現状を把握してその可能性を見出すための道具で、決して点数で評価する「通知表」ではない。

このJマトリクスのスタンスが、今までの地域情報化の調査とは異なるコミュニティービルディングという効果をもたらしているのだろう。



今年は渋谷などの実地で積んだ経験をもとに全国にJマトリクスを広げたいと語る根本氏。

## SHIBUYA 2.0



区立中幡小学校 杉原五雄氏  
コンピュータだけでなく、ビオトープなど新しい発想を学びの場に取り入れようとしている。

### 街づくりは巨大なビジネスチャンス

渋谷区IT産業経営環境調査では、およそ3か月間に80名以上の地域の人々が調査の輪に加わって意見を交わすという、ハイテクなミーティングが実施された。

IT推進協議会発足の調整役として活躍した、東京商工会議所渋谷支部の事務局長を務めていた沖村修平氏(現東京メトロポリタンテレビジョン)はこの調査を支援した意図を次のように語った。

「医療でも教育でも街づくりにかかわる分野にITが入り込んでいるのはほんのわずかなもので、巨大なビジネスチャンスがIT企業には存在している。このマーケットは地域に密着したもので、地域に根ざしたIT中小企業にもっとも開かれたチャンスである。地元企業とコミュニティーとの接点が生まれてくることで、お互いの向上につながれば経済的にもよい結果をもたらす」

では、実際に渋谷で電子ネットワークは

コミュニティーに対してどんなポテンシャルを持っているのだろうか。

### 街の片隅の小学校で起こるIT化

渋谷北西部にある中幡小学校に校長の杉原五雄氏が赴任して以来、学内の全教室にインターネットが使える環境が整備された。きっかけはCSKの故大川会長によるプロジェクト『スクールネット』である。

「この話が始まったのは3年前。当時はパソコンもインターネットのインフラも高価だった。それで、ドリームキャストをネットワーク端末にすることで学校と家庭とをインターネットで結ぶ構想が生まれた(杉原氏)

杉原氏など全国で10校がスクールネットの呼びかけに応じて対象校となったが、学内に専用線を引いてサーバーを立てて全児童分のドリームキャストを提供してくれるだけで、具体的に何をするかは学校自身に委ねられた。そこで教師自身が全校に手作りのLANを敷設し、ネットワークが使える環境を整備したのだという。その後は、提供された掲示板システムのファーストクラスを使い、児童や先生、父兄が書き込み合うまでに発展した。だが、この3月にスクールネットが終了してしまった。今回の調査には、「参加している企業の中でスクールネットに代わるインフラを提供してくれるところがあれば」という思惑もあったようだ。最終的には、ファーストクラスの提供会社であるFCマネジメントがADSLを使ったIPサービスを提供してくれることで、この一件は落ち着く。

自由な環境を求めるなら、学校も企業とのパートナーシップを求めるのが大事だ、とは杉原氏の持論である。学びの現場の小さな情報化は、より自律したかたちで新たなエピソードをスタートさせている。

### 問題に気づいたコミュニティーたち

「地域の中で子どもたちを見守ること

を考えたとき、サポートする大人同士と子どもたちがいつでも連絡を取り合える環境が必要。それにはインターネットがカギとなる」と語るのは、渋谷区教育委員会の社会教育指導員、相川良子氏。渋谷の街中に子どものための居場所づくりを推進する作業を行っている。

この活動では、それぞれ異なる立場の人たちがボランティアベースで行っているため、連絡手段が重要になってくる。そこでインターネットの活用を考えてメーリングリストでやりとりしたが、なかなかうまくいかなかった。その理由として、メールに意義を持たない人は使いたがらずに結局は電話や自転車まで直接行き来することになってしまうのだという。

「連絡のための道具というよりも、人材データや活動のマネージメントを支援するようなデータベースをインターネットを通じて使えればと考えている。紙で資料を作ると1週間で古くて使えないものになる。必要な人がアクセスして修正を反映できれば、いまの活動がもっと活発になる」(相川氏)

同様の指摘は、神宮前地区町会連合会会長の大角隆子氏も語っている。

「IT化は今までの人的なネットワーク以上のことを実現するツールだということは想像できる。たとえばこの都心では、御輿の担ぎ手が足りなくて、浅草や神田から神宮前一带まで、女御輿の担ぎ手のネットワークが自然発生的に生まれつつある。これがどこでいつ祭りがあるって、どれだけの担ぎ手が必要なのかをオンライン化して融通し合えるようになれば、街のイベントがとても楽しいことになるのではないかな。また、『どこで何を』という情報は防災にも使える」(大角氏)

ただ、相川氏と大角氏は異口同音に「情報技術が役に立つのはわかるが、どこに相談したらいいのかわからなかった」という。「今回の調査に加わって、できることとできそうなことがわかっただけでなく、

相談できそうな人がわかったことが収穫だった」(大角氏)。

### 新旧住民が結びついたインフラ問題

大正時代に建てられた近代的集合住宅として代官山の象徴であった同潤会アパート。再開発で2000年に代官山アドレスとして先進的な集合住宅として生まれ変わった。ところが長きにわたる計画は急速に進歩するインフラの整備に対応できなかった。全戸が最初からISDN化されていて、ADSLを利用できない一方で、ケーブルテレビではインターネットがまったく使えない。その不満は管理会社に持ち込まれ、いつしかその声は大きくなっていった。

「この問題がアドレスの新旧住民を結びつけるきっかけとなった」と語るのは、ブロードバンドインターネット導入の活動の中心にあった同潤会以来の町会、代官山親隣会の和泉田真一副会長である。

「広帯域のインターネットを入れるとしたら、対応の館内工事が必要となる。その費用は管理組合が出さなければならず、全戸的な問題となる。そのためには、高齢者を含む住人の理解を得る必要があり、密度の濃い議論ができたのではないかな」と和泉田氏は振り返る。

「とにかく公平にしようというのが最初



代官山親隣会 和泉田真一氏

アドレスに住む老人などにもインターネットを知ってもらおうと働きかけている。



子どもサポートネット 相川良子氏

子どもたちからはメールの相談は日常的になってきているという。(撮影協力: Yahoo! Cafe 表参道)

cafe.yahoo.co.jp



**神宮前地区町会長連合会会長 大角隆子氏**  
 「町会を面白くしなければ町会として機能しない」といようなイベントを原宿一帯で企画している。

からの大前提だった。一定の業者からの有利な条件を飲んでほかを選べないようにすることは、技術やサービスが進んでも対応できずに陳腐化してしまうかもしれないという恐れがあった」と語る。結果的には、ADSLもNTTとの交渉で利用できるようになった。公平を規すために「ADSLが利用できなかったらCATVのインタラクティブ化もやめようという議論もあった」という話も。こういった理解もあって組合の予算によってCATVのインタラクティブ化が終了した。彼らの次の目標は代官山アドレス内の光ファイバー化だという。

### 渋谷からつながるバージョンアップ

日本の社会をコミュニティ自身の力で変えようとする動きが生まれてくる時期と、インターネットの普及時期とは重なっている。しかし、地域づくりの名のもとで行われている動きの多くは、建築土木系の街づくりや商業振興といった旧来の価値観や枠組みの延長の中で行われ、地域通貨の導入やアートプロジェクトなど一見目新しくも、結局は今までの構造の中に収束して地域を甦らせるものとはかけ離れている。一方で、既存の価値観以上の生活の質

を目指すコミュニティにとって、建築土木やマーケティングとは異なる新しい議論と発想のプラットフォームが必要とされている。その状況に情報技術が入り込もうとしている。

だが「ネットコミュニティ」という言葉が象徴するように、インターネットそのものが特別なものとなってしまい、必要としている本当のコミュニティに伝わらないのが日本の姿である。インターネット不況の原因の1つには、コミュニティの現実を無視した実体のない顧客集めにあったように思う。インターネット関連企業が地方でも起業できる理由として、どこに居ても世界を相手にビジネスができるという考えが根強く語られる。しかしそれよりも地域に存在するユニークなコミュニティのニーズを聞き、ソリューションを提供することで、地場産業として成立するのだという根本的なことが抜け落ちている。

渋谷のコミュニティは居住者の傾向から先進的な都市文化のノウハウを得やすい。このためコミュニティとして独自の取り組みの蓄積があるからこそ、具体的な意見が得られた。ただ、潜在的に抱えている問題はどこでも同じなのである。インターネットやITを道具としてコミュニティでどのように使えるかを考えることで、地域づくりそのものを考えられるのである。

「コミュニティビジネス」という言葉を耳にすることが多くなり、地域社会や環境整備のためのNPO活動も産業の形態として取り組もうという動きが経済産業省などで始まりつつあるという。つまり、eジャパンの本当の担い手は、巨大企業や派手なベンチャーではなく、インターネットに対してスキルを持つあなた自身である。

ここで挙げた渋谷の経験はあなた自身の生活にも重ね合わせられるのではないのだろうか。渋谷で今起きている静かなバージョンアップは、全国のコミュニティのバージョンアップにつながるひとつの示唆にしか過ぎない。

## SHIBUYA 2.0



**東京商工会議所 沖村修平氏**  
 IT推進協議会や調査も含めて、活動のすべてをバックアップしたキーマンは実はこの方。

## 渋谷地区エーエ（新都心型産業）推進協議会が語る

### この調査はゴールではなくスタート



渋谷地区新都心型産業推進協議会のメンバー。渋谷を代表する顔ぶれが揃っている。左から藤原大蔵氏（日本インターネットテレビジョン代表取締役）、岩橋謙次氏（株式会社アスピ代表取締役）、多田修人氏（日本システムウェア株式会社社長）、小池聡氏（ネットイヤーグループ株式会社会長）、和多利浩一氏（ワタリウム美術館）

「ビットバレーのブームはいつのまにか『起業やキャピタル』が主になってしまって、肝心のビジネスプランの事業性の検証はもとより、地道な活動の結果が出る前に大騒ぎになってしまった。その反省も踏まえて、地域に根ざした経済活性化ができないか」とネットイヤーグループ会長の小池聡氏は調査の発端を、当時を振り返りながら語った。小池氏は長い米国生活の経験から、好景気に沸いたニューヨーク『シリコンアレー』で起こっているような「企業と街がつながって住民も潤うような社会の姿」を渋谷に伝えたかったという。このきっかけとなったのが、東京商工会議所渋谷支部事務局長であった沖村氏との出会いだった。ビットバレーのムーブメントに乗じて、商工会議所でもIT産業の盛り上がりを取り込みたいと3年ほど前に沖村氏が小池氏を訪ねたところから一連のストーリーは始まる。Jマトリックスを持ち込んだのも小池氏のアイデアである。

IT推進協議会の最初の大きな事業として今回の調査を選んだ背景には、「理想とするITによる街づくりのビジョンを考える前に、現状を知る必要があると考えた」と小池氏が語っている。その裏には街づくりのための議論の機会にしたかったという思惑もある。マーケティングコンサルタントのアスピ代表取締役、岩橋謙次氏は調査の感想を次のように述べる。

「80人にも及ぶさまざまな人々が参加して情報を集める場と機会になったが、各分野の世話人を『地域リーダー』と呼び、最初の仕事はもっとも適格と思われるリーダーを探すことから始まった」

地域ITメディアを軸に代官山の街づくりに取り組んでいる岩橋氏は、国や自治体の街づくり計画に携わるプロであるだけに、「調査」名目のJマトリックスに対して当初は懐疑的な気持ちもあったという。しかし、ミーティングを重ねるに連れて「調査」ではなく「運動」であると認識を改め、結果よりプロセスを大事にしたという。

一方、「ITを目的とせず道具としたことで、地域の人たちが持つ問題点やアイデアが浮かび上がって、それに対するプロフィットが見えてくる可能性が生まれるようになった」とワタリウム美術館の和多利浩一氏は成果の一端を表現する。和多利氏は小池氏と沖村氏の出会いを演出した人でもある。

「短い時間の割に多くの人によって活発な議論がなされた。しかしそれが渋谷を代表するものではない。渋谷には多分野の人材やキーマンがもついているはずだし、ITと街づくりのことで発言したい人もいる。そういう人たちも巻き込んで、渋谷全体がITで盛り上がるようにならなければ」（岩橋氏）

この岩橋氏の言葉が象徴するように、今回の調査はまだ渋谷地域のITコミュニティ作りのスタート地点に立ったことでしかないようだ。

IT推進協議会会長の多田修人氏（日本システムウェア社長）は「渋谷で多くの人がITによる地域の活性化に向けて動いていることが目に見えるようになった中で、一度の調査にとどまらず、継続的な取り組みを行うことで、具体化に向けてかわっている人たちが協調しながら実現できるような環境づくりを見出せば」と次の取り組みを展望している。

一過性のムーブメントではなく、地域として育てて行けるものにしたい。彼らのメッセージはこの言葉で締めくくられた。



## [インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

**株式会社インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

[im-info@impress.co.jp](mailto:im-info@impress.co.jp)