

岩見沢生活空間創造システムの開発

IT コンサルタント・岩見沢建設協会 IT 化顧問 桃知 利男

1. 岩見沢生活空間創造システム



岩見沢生活空間創造システムは、岩見沢建設協会が中心となり、協会員自らが広く情報を発信することで、地域経済の活性化や新たな需要創出を図ることを目的として開発されました。現在も日々コンテンツ数を増やしながら成長中のシステムですが、その途中の成果をみますと、2008年11月16日から12月15日の1ヶ月間のユニークアクセス数は10,742件（1日平均358件）、総アクセス数は37,807件（同1,027件）ほどあり（図2）、建設業協会のサイトとしては、全国でもトップレベルのアクセス数を誇っています。またそのユーザも多様で、岩見沢市、北海道といった地元の方や建設業関係者ばかりではなく、全国各地、様々な職業の方からアクセスがあることに特徴があります。

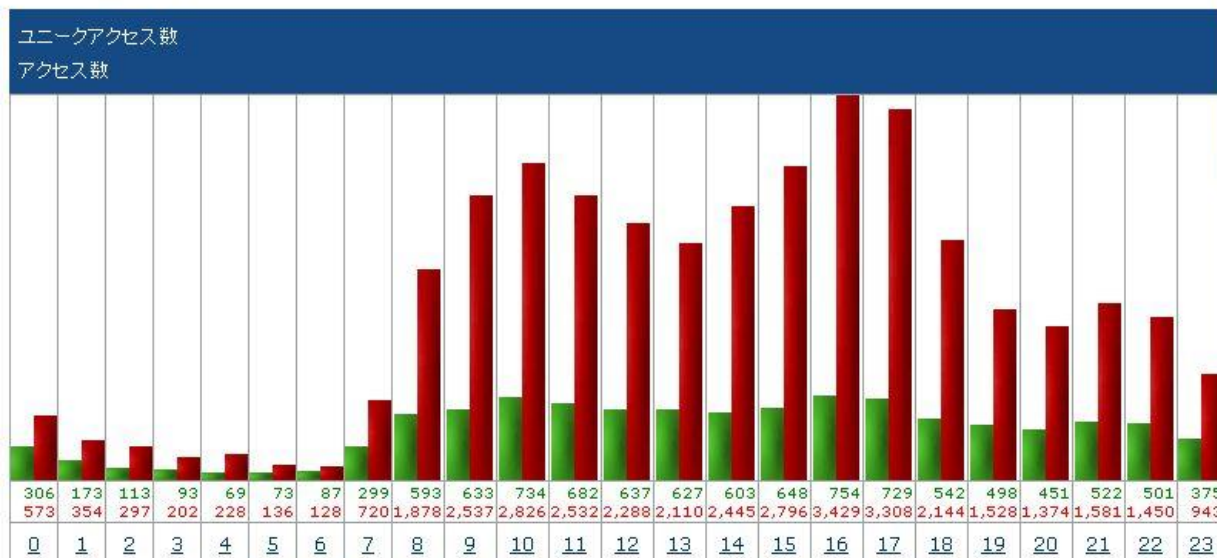
時間別

解析対象日: 2008年11月16日～2008年12月15日

選択ページ: 全てのページ

ユニークアクセス総数: 10,742

アクセス総数: 37,807



(図2)

2. 設計思想

ここでは、本システムの設計をした立場から、その設計思想について書いてみたいと思います。ここで設計思想に触れるのは、本システムが、単なる情報発信ツールではなく、今後多くの建設業関係団体や事業者団体等の組織が行う IT 化の先進的事例になるだろうということの強調です。

『遺伝子淘汰の観念は、素朴単純に原子論的なわけではない。なぜなら遺伝子は、「容れ物」を共有する可能性がきわめて高い他の遺伝子と生産的な相互作用を行うことによって淘汰を生き残るからである。』（リチャード・ドーキンス：『悪魔に仕える牧師』：p339）

上に引用したリチャード・ドーキンス博士は、『利己的な遺伝子』で著名なイギリスの生物学者ですが、岩見沢生活空間創造システムの設計思想とは、R・ドーキンス博士の遺伝子論を具現化しようとしたものです。と書くと、なにか突拍子もないものに思われるかもしれませんが。しかし個（遺伝子）が生き残るためには「容れ物」が必要であるという理解を、われわれの実社会に引用すれば、「容れ物」としての岩見沢建設協会を堅固にするための IT 化は、「容れ物」を共有する協会員（遺伝子）が生き残る可能性を高める IT 化であると理解できるかと思います。この「容れ物」が岩見沢生活空間創造システムなのですが、それが固定化した「容れ物」ではなく、絶えず成長する「容れ物」であれば、岩見沢建設協会を中心に、同心円上に、この取り組みは広がることができます。それは地域コミュニティ、岩見沢市を含めた「容れ物」になれるということの意味します。つまり本システムの基本にある哲学は、（ドーキンス博士のいう意味で）岩見沢生活空間創造システムは成長する「容れ物」であるということです。

そして「容れ物」とは、具体的にはコミュニティであり共同体性のことです。ご存知の通り、地方と運命共同体の存在である地場の中小建設業にとって、新自由主義的な政治経済政策を背景にした「三位一体改革」は、自らが生き残る環境の悪化を意味するものでしかありませんでした。それは具体的には市場原理の強調でしかなかったのですが、そのことで起こる地域コミュニティの分断、個人のアトム化こそが、地方の衰退の本当の意味なのだとわれわれは理解しています。つまり地方への、そしてコミュニティへの、過剰な市場原理導入から生まれる地域コミュニティの崩壊と個人のアトム化へのオルタナティブとしてこのシステムは設計されています。

今になってみれば、このような意見は受け入れ易いものかもしれませんが、米国流の金融資本主義＝新自由主義が全盛であった頃（この事業が計画された頃ですが）には、この意見は（一般的には）受け入れにくいものでした。しかし岩見沢建設協会においては、この理解が可能だったことで、本システムの開発は行われました。それは、本事業がITからは最も遠い存在であるだろうと思われる建設業協会が中心になって行われたということです。当時、同様の取り組みをしていた建設業関連団体は皆無でしたし、また岩見沢市、北海道においても、建設業関連団体に限らず、あらゆる事業者団体においても事例はありませんでした（今では少数の追随事例を確認できますが、そのお手本は本システムなのです）。それはいくら強調しても強調しすぎることはないでしょう。

3. 開発の背景

ではなぜそれが可能だったのでしょうか。岩見沢生活空間創造システム開発の目的は、先に示した通りですが、その申請背景は以下のようなものです。つまり以下は協会員の共通理解でした。

3・1 公共投資の減少と地域経済の停滞という現状

地方経済は、多かれ少なかれ公共投資に依存していますが、昨今の公共事業費の大幅な減少は、建協会員をとりまく経営環境を厳しいものとしていると同時に、公共投資に依存してきた地方経済をも疲弊させています。それは岩見沢市に限らず、全国的な傾向であり、人口の高齢化や減少、また地場資本がメインである駅前商店街のシャッター街化等、基幹産業である建設業の経営不振がそのまま地域経済の不振にもつながっています。

3・2 システム開発の必要性

このような状況の中でも、地元の建設業界が、地場経済と雇用の確保に寄与していることはまぎれもない事実です。しかし、建設業界のイメージは悪くなるばかりで、地場経済の潤滑油的機能や地域に密着した存在であることの理解がされていません。建設業界は、自ら情報を発信することで、地域コミュニティにその存在意義を示す必要があります。加えて、岩見沢市民が自らの地域に対しその魅力を再発見し、また地域の活性化を担って行くためには、ITという情報共有手段の活用がもっとも有効であると考えたのです。

3・3 協会イントラネットという基礎体力

更に加えるなら、岩見沢建設協会には、ITにおいて全国でもトップクラスのリテラシーを有しているという有利性と先見性がありました。これは数年前から協会内で構築・運用されている「イントラネッ

ト」の効果です。現在は発注者との現場状況の共有を行うまでになっています。端的にいうなら、ITを駆使し、「容れ物」を強化しながら、さらに外に向けて自ら情報発信をすること（の必要性の理解）が可能であったのは、イントラネットが機能しているという基礎体力が、岩見沢建設協会にはあったからです。

イントラネットは、インターネットの技術を組織内に限定して活用した情報共有、コミュニケーションの為にツールであり、当然にインターネットとシームレスな関係を持つものです。イントラネットの活用のメリットは、第一に、全参加者レベルでの情報リテラシーの向上を促すことです。イントラネットの基本操作は、マウスのクリックだけを前提としたもので、これは、コンピュータ初心者にも容易に操作できることを第一に考えられています。つまり、イントラネットの成功を目標としたIT化の取り組みを行ってきたことで、岩見沢建設協会の基礎的なITリテラシーはできあがっていたのです。

IT化でよく見かける失敗は、個々のITリテラシーの蓄積が不十分なままに、システムを導入してしまうことによるものです。何事にも順序があるように、IT化の助走段階では、イントラネットのような敷居の低いシステムで、全てのメンバーのITリテラシーを向上させることが肝要です。十分に訓練をしないでフルマラソンを完走することなど最初から無理であるように、とくに今回のようなCMSの導入に際しては、最低限のITリテラシーは必要です。岩見沢建設協会にはこの基礎体力がありました。

3・4 イントラネットの欠点とCMS

イントラネットは、組織内限定での情報共有のツールであることで、「容れ物」（組織・共同体性）を強化するシステムだということができます。しかしそれ故の欠点もあります。それはこのシステムが閉じた円環でしかないことです。通常のIT化なら、業務の効率化のためにイントラネットを使っているというだけでOKなのでしょうが、建設業にはそこでは立ち止まれない理由があります。それはその「容れ物」が閉じたシステムであることで、外とつながらないという欠点です。今回の事業では、この理解こそが組織的に必要不可欠でした。

先にも触れましたが、地場の建設業への誤解の多くは、建設業が自ら情報を発信しないことによるものです。それはまるで「おぼんのような社会」の欠陥なのです。「おぼんのような社会」とは閉じた社会のことです。それは外（市民社会）から見れば「なんだかよくわからないもの」でしかありません。「なんだかよくわからないもの」に出会ったとき、人間は2つの行動を選択し得ます。

- 「なんだかよくわからないもの」を「なんだかわかるように」しようとする。
- 無視する。

ほとんどの方は「無視する」を選択します。そのことでコミュニケーション不能な状態に「なんだかよくわからないもの」である建設業界はおかれてきました。500万人を超える就業者を抱え、地域の経済の基盤を担ってきたこの業界に、多くの方々がコミットしようとしめない事態は尋常なことではありません。またそれを異常事態と理解できても、なんの対策も行えないできたのが建設業界だったのです。

この欠点の克服の必要性が岩見沢生活空間創造システムの開発の必要性だったのです。それはイントラネットからはじめた IT 化の次のステップとして、岩見沢建設協会に受け入れられました。そのことで岩見沢建設協会の IT 化の取り組みは、閉じた円環（共同体性）とメビウスの帯（開放）という組織的 IT 化トポロジーへと進化することになったのです（図 3）。

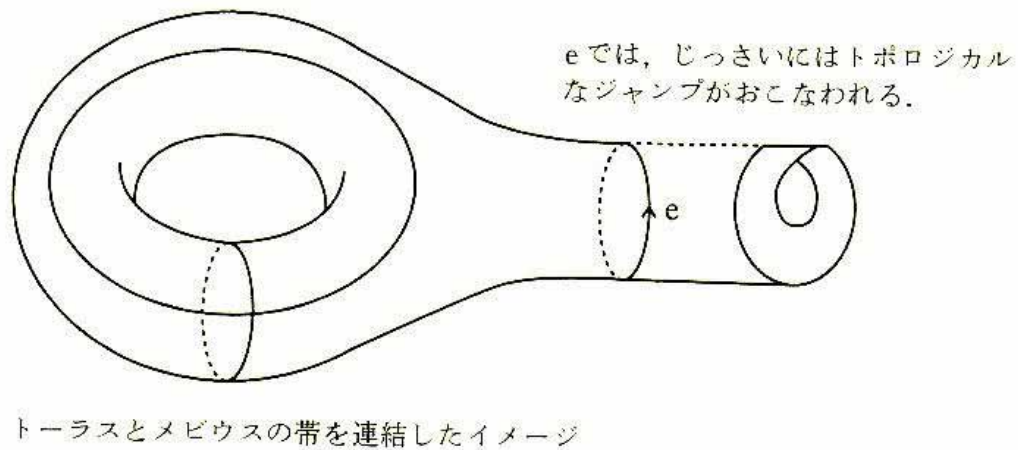


図 3（引用：中沢新一：『芸術人類学』：p91）

3・5 岩見沢市の IT 化の先進性

もちろんその多くは、協会の意識に負うものなのですが、その意味では IT 化もまた人間の意識の問題であることはたしかです。しかしその意識を養ってきたのも、岩見沢市という「容れ物」だということができます。岩見沢市では、平成 9 年度から地域 IT 拠点である自治体ネットワークにより学校、主要公共施設、医療施設等を結ぶ光ファイバー網を整備、更に平成 15 年に認定を受けた IT ビジネス特区により 5GHz 帯を利用した無線アクセスネットワークを併用して、市街地を中心にブロードバンドアクセス環境整備を行い、企業が高速ネットを容易に活用できる環境づくりを行っています。また、市民にたいしても生活関連情報を提供できる体制を構築しています。このような自治体の活動は IT 活用に対する市民の意識を向上させています。これは見逃してはならないことです。

4. 開発目標と問題点と対策

岩見沢生活空間創造システムの開発の当初目標は以下のようなものでした。

4・1 開発目標

(1) 岩見沢市のサービスへのアクセス補助

市が行っている資金補助事業（リフォーム支援）の業者紹介、相談受付の機能を実装し、市の事業の容易な利用を支援するとともに、安心できるリフォーム業者の選定や、金融機関による資金調達の相談窓口の情報などを提供すること。

(2) 市民が親しめる生活情報の発信

市が行っている工事の情報や写真、道路工事における通行止め、片側通行といった情報の提供を行う。また、除排雪実施状況などを広く知らしめることで、市民生活の安心安全に寄与すること。

(3) 岩見沢市の介護、福祉情報の発信

市内における介護施設の紹介やバリアフリーマップなどを提供する。障害者が安心してらせる街づくりを側面から支援する機能を持つ。また、介護が容易におこなえる住宅の提案やリフォームの提案なども提供すること。

(4) 観光資源情報の発信

岩見沢地区の各種観光資源情報（観光地情報、飲食店情報、バリアフリー情報等）の公開、充実により、観光客の誘致に貢献する。また、地域住民への認知度の向上により各施設の利用を促すこと（ブログの利用により口コミ情報の発信など）。

(5) 建協本部の情報発信

本事業の主体である建協本部の案内を発信する。また、協会会員企業へのリンクを設置し各社ホームページへのアクセス増を図ること。

(6) 会員企業各社の情報発信

会員企業各社がホームページを持ち、地域社会の住民として自ら情報発信できるシステムを構築する。これにより会員企業と地域社会の活性化を図ること。

4・2 開発内容

以上の目標に伴う開発内容は以下の通りです。

(1) 岩見沢市のサービスへのアクセス補助

市の補助事業である「リフォーム補助制度」を補助する機能をもつ。

具体的には、WEB フォームから直接、建協のリフォーム専任担当者への問い合わせが出来るほか、補助金申請方法や受給資格の確認など、市民が安心してリフォームに着手できるサービスの提供ができる機能を実装する。

(2) 岩見沢市発注の工事情報の公開

市内各所で行われている種々の工事や除雪の情報を、即時性を持って公開する。

立ち入り禁止区域、通行止め、片側斜線通行など市民生活にとって、重要な生活情報を提供する。これは地図情報にリンクし、地図上で、何処を、どの施工業者が、何の工事をしているかを、素人にもわかりやすく表示する。

(3) ポータルサイト機能

地域を構成する建協本部の機構紹介を行う。また、このページは全体のポータルという位置付けとなり、以下の全ての機能を集約して表示する総合案内板としての機能を有する。一般市民、観光客はこのポータルサイトを訪れる事で、リアルな岩見沢を体感する事ができる。

(4) 会員企業各社のホームページ

会員企業各社は、そのホームページを「ブログ」として持ち、情報を発信する。

それぞれの地区を担い、代表する各社が自ら主体性をもって情報発信する。企業各社のホームページは「ブログ化」し、ホームページ運用者だけでなく、閲覧者からの書き込みをも受け付けられるようにする。この実装により、インターネットを介した双方向のコミュニケーションツールとして、機能することになる。全ての会員企業がホームページを持ち、協会がそのポータルとして存在する所は、まだ存在しないはずである事から、この事業の先進性が担保される。

デザインのテンプレートを供給し、会員企業がホームページの構築を容易に行えるべく支援する。

(5) 岩見沢市の飲食店等の情報提供

地域の協会会員が、地元の商店等と連携し飲食店情報等を紹介・公開・発信する。

利用者が発信する信頼性の高い情報を積極的に掲示する事で、市民の利用を促進させるとともに新たな観光客の誘致に結びつける。その結果として地域経済の活性化を図る。

ブログ機能を利用する事で、容易に紹介・公開が促進されるばかりでなく、閲覧者からの情報発信をも受け付けるという双方向の情報交換が成立する。

(6) 介護、福祉情報の提供

市内の介護、福祉に関する情報を発信する。

バリアフリー施設の紹介や、住宅リフォームの提案や相談が受けられる機能を設置する。内容によっては、市の補助事業などを紹介し、より安心して豊かな暮らしを実現するとともに協会の事業を活性化させる。

(7) 観光資源の情報提供

岩見沢市には、各種の観光資源があるが、まだまだ全国一般に浸透しているとは言いがたい。地元観光協会との連携により、近隣の会員企業・またはその構成員である社員から情報を発信する事で観光客の誘致を図り経済効果を狙う。

以上は、CMS(ブログ型のホームページ)や、Google Maps API、Ajax 等いわゆる Web2.0 の技術の活用で実現が可能となります。Web2.0 の技術に関しては、今では一般的なものであり、つまり今回の事業では技術的な問題はほとんどありませんでした。

5. 問題点と対策

今回の開発における最大の問題点は、継続的なコンテンツの充実を如何に可能にするか、つまり協会員自らによる継続的な情報発信を如何に可能にするかにありました。岩見沢生活空間創造システムは、いわゆる CMS(コンテンツ・マネージメント・システム)であり、岩見沢建設協会のホームページを兼ねています。いってみれば「公」の器です。その「公」の器の中に「私」である会員のブログを立ち上げ、その会員ブログから発信される情報をもって岩見沢生活空間創造システムの情報とする仕組みになっています。

ブログの投稿は技術的には難しいものではありませんが、このような事業者団体ベースでのブログ化での課題は、誰が何を書くのか、そして如何に書けばいいのかに収斂してしまいます。それは最初に乗り越えなくてはならない壁です。なぜそれが壁なのかといえば、ブログはとても私的なものですが、「容れ物」である協会は公（おおよけ）なものだからです。

5・1 ブログの書き方という勉強会

つまり私的なものが公に入り込む違和感　これをどう乗り越えるのか。その為にシステム開発と並行的に、会員各位への「ブログの書き方」の研修を繰り返し行いました。そこで強調したことは、「岩見沢生活空間創造システム」は、岩見沢建設協会という「公」の器には違いありませんが、それを構成しているのは会員各社のブログという「私」であって、「私」が「私」の為に書くことが（営業活動は勿論 OK）、つまりは「公」=「われわれ」の器を充実させることになる。しかしそれは、「私」が「われわれ」を支えるという片務的なものではなく、相互に補完し合ってもいるということです。

それはまるでアダム・スミスの「神の見えざる手」のようなものなのですが、それを『自分のためにしたことが「われわれ」のために成りえるシステム』と名付け、その浸透を図りました。これによって、会員が自ら情報を発信することへの壁はだいぶ低くなったと思いますし、それがコンテンツの充実、しいてはアクセス数のアップにつながっていると考えられます。

5・2 今後の展開

今後の課題は、さらなるコンテンツの充実、「容れ物」の拡充となります。そのためには、協会員へのさらなるブログ活用の啓蒙と勉強会を継続的に行って行く予定です。またこのシステムにおいて情報を発信する側（つまりブログの書き手）を増やすことは重要なことです。書き手を増やすことは、岩見沢生活空間創造システムを、他の事業者団体との共同事業にまで発展させることを意味します。それは岩見沢建設協会を中心に開発した岩見沢生活空間創造システムという「容れ物」が、同心円上に広がることです。ここでは現代美術家の川俣正さんのことばを引用します。

携わることによる共同性の意識が、作品を個人のレベルから、少しずつ集団のものとしてのレベルに肩代わりさせ、責任を分かち合うようになるからであり、唯一その関係性の変容を体感したい(川俣正:『アートレス』:p45)

岩見沢生活空間創造システムは、Web 空間につくられるインタラクションのように存在しています。それはいつでも完成途上であることで、携わる人々を求めています。つまりより多くの方々が参加することによって、岩見沢市という共同体性を担保することになるでしょう。そして岩見沢建設協会は、その拡充にさらなる努力を続けていきたいと考えています。最後になりましたが、当事業を支援くださいました(社)ニューメディア開発協会及び北海道経済産業局に対して感謝を申し上げます。