

ソーシャル・ウェブの現状と IT 効果に関する調査・研究

本調査・研究事業は、平成 22 年度自転車等機械工業補振興助事業により実施した事業です。

1. 事業概要及び目的

ブロードバンド・インターネットの普及に伴い、ブログや SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）などの新しいタイプのサイトが急速に普及し、多くのインターネットユーザにとって日常的に活用するメディアとなっている。

これら新種のメディアは、インターネットの利用者自身がメディアを生成していくところに特徴があることから CGM（Consumer Generated Media:消費者生成メディア）と呼ばれ、または人々が集まるところに着目してソーシャル・ウェブと総称されている。

ここ数年、とりわけ過去 1 年ほどにおいて、日本における SNS の利用に顕著な変化が生じた。それはマイクロブログと呼ばれるサービス利用者の急増であり、言い換えれば「ツイッター」の利用者の激増である。さらに「フェイスブック」の利用も増加している。ツイッターやフェイスブックには、これまでの SNS とは違ったいくつかの特徴がある。そしてそれらの特徴を生かしたビジネス的な活用が積極的に行われてきている。

日本の場合、とりわけツイッターのビジネス活用は、急速な広がりを見せており、一部のトラブル等も経験しながら、さまざまな活用ケースやノウハウが蓄積されてきていると同時に、ビジネス的なメリットがいつそう拡大してゆくという期待感が高まってきている。しかしながら、現時点では、そうした点についての実態調査は皆無である。

新しいソーシャル・ウェブの利用の拡大傾向は、民間の新ビジネスの創造を伴っているが、公的機関の活用は限定的である。地方自治体による活用を積極的に推進するケースも現れているが、まだ不十分である。地域経済へのプラスの効果が期待されることから、自治体活用の全国的な拡大が望まれる。

本調査・研究事業では、ツイッターやフェイスブック等の新しいソーシャル・ウェブのビジネス活用の広がりを定量的な調査をベースに実態把握し、民間と比べて遅れている地方自治体でのより積極的な活用を提案する。そのために、先行研究や各種文献のサーベイならびにヒアリング調査により得られた調査結果をベースに、ソーシャル・ウェブの新潮流を読み解くとともに、それがもたらすビジネス的メリットに着目して新しいソーシャルメディアの可能性を論じる。また、ソーシャル・ウェブの利用に関する定量的調査の結果を紹介し、日本におけるビジネス活用の実態を客観的に分析し、民間より遅れている公的機関によるソーシャル・ウェブの積極活用のための施策提言を行う。

2. 事業の実施内容

本調査研究においては、次の3つの項目について調査研究を行った。

(1) ソーシャル・ウェブによる新ビジネスの可能性

新ビジネスに関する調査では、日本の主要なソーシャル・ウェブ事業者におけるソーシャル・ウェブ事業への意識を調査し、日本における主要なソーシャル・ウェブ事業への取り組みのケースを把握・整理し、ソーシャル・ウェブによりもたらされる新ビジネスの実現可能性への見解を得ることを目的とした。そのために、日本におけるソーシャル・ウェブに関する有識者ならびにソーシャル・ウェブに関連する主要な事業者を対象とし、合せて5箇所にヒアリングを実施した。調査した結果をもとに、新しいソーシャル・ウェブによりもたらされる新ビジネスの実現可能性、適用分野について検討、分析した。また、新しいソーシャル・ウェブがかかえるビジネス上の問題点、課題についても検討した。

(2) 国内のソーシャル・ウェブの利用実態調査（ウェブインタラクティブ調査）

ウェブインタラクティブ調査の主たる目的は、新しいソーシャル・ウェブに関する国内一般人の利用実態を整理し、国内に於ける利用実態の特徴および今後への期待等を把握することである。そのために調査にあたっては、主に以下の項目に着目して調査し、ソーシャル・ウェブの利用実態について検討、分析した。

- ・数ある新しいソーシャル・ウェブの中で、どのようなCGMが多く利用されているか。
- ・CGMを利用する目的、成果、満足度はどのようなものか。
- ・注目に値する利用例、成果のケーススタディはないか。
- ・問題例、トラブルのケーススタディはないか。
- ・新しいソーシャル・ウェブがもたらすメリットと将来的への期待感
- ・これから利用される可能性のある先進的なケース

(3) 新しいソーシャル・ウェブによる経済効果実現のための施策の検討

新ビジネスに関する調査、ソーシャル・ウェブの利用実態調査の結果をもとに、研究会を開催した。研究会の主たる目的は、ソーシャル・ウェブの利用実態調査結果へのコメントや評価、上記新ビジネスに関する調査結果へのコメントや評価を得ながら、新しいソーシャル・ウェブビジネスの実現可能性への意見やコメントを得ることとした。

3. 本事業実施による成果

本調査研究実施による成果は、次のとおりである。

(1) 昨今大量に出回っているソーシャルネットワークに関する文献・調査の多くが、想定をベースにした主張や、意見が多いものであるのに対し、本調査によって本格的な定量調査結果が得られ、内外の文献で言われていることの実態が検証できた。

文献で言われていることと同じ結果も多かったが、実際にはそのようでない事象も数多く見うけられ、正しい現状認識にもとづいての経済効果予測や公的機関によるソーシャル・ウェブの積極活用のための施策提言が可能になった。

(2) 有識者や業界関係者の主張や経験談を多面的に集められた。

(3) ツイッターに関連したサービスに関する多様な可能性、公的機関の利用についての

多くの意見や見解、法的な課題法的な課題がとらえられた。

4. 本事業の成果の活用状況等

調査・研究活動を通じて得られた成果をもとに調査研究を総括し、報告書を作成した。報告書でまとめた「緊急時における防災情報提供等の手段の多様化」は2011年3月11日に起きた東北関東大震災において、その有効性が確認されることとなった。

報告書の調査結果、提言の内容は、今後の日本社会に大いに活かされるものと思われる。