

超高層マンション集積地区の地域交流における地域 SNS の役割

- 東京都中央区勝どき・月島・晴海・築地エリアの地域 SNS 「ピアZZA」を事例として -

The Role of Local SNS in Community Interaction in a High-Rise Apartment District

- A case study of a local SNS PIAZZA in Kachidoki, Tsukishima, Harumi, and Tsukiji areas, Chuo-ku, Tokyo -

小林 星*・後藤 智香子**・新 雄太***・矢吹 剣一**・吉村 有司**・小泉 秀樹**
Akari Kobayashi*・Chikako Goto**・Yuta Shin***・Ken-ichi Yabuki**・Yuji Yoshimura**・Hideki Koizumi**

The purpose of this study is to clarify the actual conditions of community interaction in a high-rise apartment cluster district and the role of community SNS in community interaction through a survey of actual living conditions and the use of community SNS in the high-rise apartment cluster district. The study also examines the challenges and potential uses of local SNS to promote regional exchange in high-rise apartment clusters. Specifically, we took up PIAZZA, a local SNS used in the high-rise apartment cluster area in Tokyo, and conducted a web-based questionnaire survey of its users. The results showed that 1) PIAZZA users go out frequently regardless of their attributes, but the degree of community interaction differs from person to person, and 2) PIAZZA in the area has a strong character as a place for mothers raising children to exchange information online, and its effect on actual interaction among residents is limited.

Keywords: Local SNS, High-rise apartment, community

地域 SNS、超高層マンション、コミュニティ

1. はじめに

1-1. 研究背景

近年、特に都市部では超高層マンションの供給が増加している。その背景には、居住者側のニーズとして、通勤などの交通利便性や生活利便性への欲求があり、共働き家族の増加等がそれを後押ししている¹⁾。また、供給者側は、高層化に関する規制緩和や建築技術の進歩などに支えられ、事業性を考慮し、供給形態として超高層マンションを選択している。

一方、超高層マンション集積地区¹⁾の課題として、地域コミュニティの希薄さが指摘されている。例えば、超高層マンション内の付き合いの状況やマンション外の地域住民との付き合いの状況に関するアンケート調査(神戸市)では、「ほとんどない」あるいは「あまりない」との回答が大多数を占めている²⁾。また、高層階、中層階、低層階にエレベーターを分けることにより、朝の出勤、登校への待ち時間が解消されてきたが、逆にコミュニティの分断が生じている。さらに、超高層階と中高層階の住戸価格帯の違いによる収入階層の乖離がみられる³⁾。日常生活のみならず災害時などの助け合いやマンションの維持管理のために、地域交流は必要だと考えられ、その対策が求められている。

本研究では、超高層マンション集積地区における地域コミュニティの課題を解決する手段として地域 SNS²⁾に着目する。地域 SNS とは、その地域住民や働いているビジネスパーソンなどを対象とした SNS で、その地域に関わる人々が安心して、情報発信・交換できるように設計されているコミュニティサイトである。地域に根付いており、比較的狭い範囲で限定することもできる SNS という点で他の SNS とは異なる。近年、感染症の影響でオンラインでのコミュニケーションが増加したことも合わせて考えると、今後さ

らに普及していくツールであると考えられる。

1-2. 研究の目的・構成

本研究は、超高層マンション集積地区での生活実態と地域 SNS の使われ方の実態調査を通じて、超高層マンション集積地区での地域交流の実態を明らかにし、地域交流において地域 SNS の果たしている役割を明らかにすることを目的とする。また、これを踏まえて、超高層マンション集積地区での地域交流を促進するための地域 SNS の課題と利用可能性を考察する。本研究では先進事例³⁾として、東京都内超高層マンション集積地区(中央区勝どき・月島・晴海・築地エリア)で活用されている地域 SNS ピアZZAを取り上げる。

以下の構成の通り、本研究では、超高層マンション集積地区における地域交流について、居住する住宅の形態と階数別、回答者の属性(子どもの有無や年齢)別に把握する。この際、地域交流は、回答者の他の地域住民との交流全般を指す。

本稿の次章以降の構成は以下の通りである。2 章で研究方法、3 章で地域 SNS ピアZZAの概要や特徴について整理する。4 章で地域交流の実態、5 章で地域 SNS の使われ方の実態を分析する。4・5 章では、既往研究⁴⁾を参考に地域交流に違いを生む要素として、住宅形態と子どもの有無を分析の視点とする。6 章で地域 SNS と対面での交流の比較をする。以上をまとめ、超高層マンション集積地区の地域 SNS の課題と利用可能性について考察する(7 章)。

1-3. 既往研究と本研究の位置付け

まず、超高層マンション居住の地域交流についての研究の整理から行う。超高層集合住宅とコミュニティに関する研究では、居住者の外出回数が少なく、近隣での交流が活発でないという指摘⁵⁾や物理的な住宅の超高層による地域

*正会員 三井不動産レジデンシャル株式会社 (Mitsui Fudosan Residential Co.,Ltd.) **正会員 東京大学先端科学技術研究センター(Research Center for Advanced Science and Technology, The University of Tokyo) ***正会員 東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻 (Department of Urban Engineering, The University of Tokyo)

社会との遊離性の問題が指摘されている³⁾。一方で、既存住民とマンション住民との交流が活発な事例もみられ、その実態を把握した研究⁴⁾もある。また、全ての属性の人が近隣での交流が活発でないわけではなく、子どもを有する人は、全体的に近所付き合いが活発であるという指摘もある⁶⁾。東京都に立地する超高層マンションを対象に、管理及び地域との連携の実態と、地域連携要因を明らかにした研究⁷⁾もある。

次に地域 SNS に関する研究の整理を行う。全国の状況を俯瞰的に把握した研究としては、例えば庄司ら (2008)⁸⁾や中野ら (2013)⁹⁾があり、SNS の設置後経過年数が長い地域 SNS は利用者の信頼感を増加させること、これまでのつながりを強化するような地域 SNS の利用方法があることなどが明らかにされている。また、災害時という観点から地域 SNS を研究したものもある¹⁰⁾。単一地域の地域 SNS に関する研究としては、地方集落や自治体スケールの地域 SNS の研究などがある^{11) 12)}が、近年では全国での地域 SNS は減少傾向にあり、廃止される地域 SNS も増えていることが指摘されている¹³⁾。そうしたなか、超高層マンション集積地区においては、現在も地域 SNS が普及利用されており⁴⁾、その実態を明らかにすることは意義があると考えられる。

本研究では、超高層マンション集積地区に限定し、超高層マンション集積地区での地域 SNS の使われ方を、地区内での生活実態・地域交流と合わせて調査している点に新規性がある。

2. 研究方法

2-1. インタビュー調査

ピアッツァの概要と運用実態を把握するため、2021 年 11 月に PIAZZA 株式会社創業者の矢野氏に、2022 年 1 月に、PIAZZA 株式会社社員でピアッツァのコミュニティーマネージャーにインタビュー調査を行った。具体的には、ピアッツァの概要や今後の展望、コミュニティーデザイナーの運営方法や、ピアッツァ内のコミュニケーションの活性化の手法について話を伺った。

2-2. アンケート調査

2-2-1. 調査概要 (表 1)

超高層マンション集積地区の住民の生活実態と地域 SNS の使われ方の実態を明らかにすることを目的として行った。具体的には、東京都中央区勝どき・月島・晴海・築地エリアを対象としたピアッツァに登録している人 (約 9000 人⁵⁾) を対象にオンラインアンケート調査を実施した。

2-2-2. 回答者属性 (表 2)

回答者属性をみると、女性が約 70%、30-40 代が約 80%、子育て世帯の利用者が多い。一方で、20 代、60 代は殆どいない。また、調査母集団の属性は、女性が約 62%、30-40 代が約 69%となっているので、性別と世代の属性はおおよそ一致している⁶⁾。また、子どもを持つ人の中で未就学児を持つ人は半数以上を占めている。同居している子どもの数は 1~2 人が約 80%を占めている。

また、居住の状況についてみると、マンションに居住している人が約 90%。居住年数は、10 年未満の人が 74%である。マンション居住階は、低中層階 (1-5 階) が 27%、高層階が 43%であるが、超高層階 (20 階以上) も 30%にのぼる。

表 1 アンケート調査概要

研究対象	勝どき・月島・晴海・築地エリアに登録しているピアッツァ利用者 (約 9000 人)。(主な対象は住民で住んでいるエリアに登録することになっているが、住所の確認はないので全員が当エリアに居住しているとは限らない)
調査方法	ピアッツァ内で、勝どき・月島・晴海・築地エリアに登録しているピアッツァ利用者を対象に Web アンケートを実施し、データを収集した。ピアッツァのトップ画面にアンケート調査 URL を一定期間掲載した。
回収数	204 名
調査期間	2021 年 12 月 17 日から 2021 年 12 月 21 日
アンケート項目	・基本属性 (性別、年齢、同居家族、住宅について) ・地域交流の実態 (外出頻度、地域住民との交流回数、交流場所) ・ピアッツァ利用について (利用目的、利用による変化)

表 2 基本属性

項目	人	%	項目	人	%		
性別	女性	147	72.1	戸建て	11	5.4	
	男性	51	25.0		アパート	7	3.4
	回答しない	6	2.9		マンション (19階以下)	104	51.0
年齢	計	204	100.0	マンション (20階以上)	82	40.2	
	20代	6	2.9	計	204	100.0	
	30代	102	50.0	1-5階	50	26.9	
同居家族	40代	70	34.3	6-19階	80	43.0	
	50代	17	8.3	(マンション居住者)	20階以上	56	30.1
	60代以上	9	4.4	計	186	100.0	
	計	204	100.0	1年未満	6	2.9	
	配偶者、子ども	157	77.0	1年以上、5年未満	73	35.8	
子どもの人数	配偶者	20	9.8	5年以上、10年未満	71	34.8	
	いない (一人暮らし)	11	5.4	10年以上、15年未満	28	13.7	
	子ども	6	2.9	15年以上、20年未満	11	5.4	
	配偶者、子ども、親	4	2.0	20年以上	15	7.4	
	子ども、親	3	1.5	計	204	100.0	
	配偶者、親	1	0.5				
	恋人	1	0.5				
	親	1	0.5				
	計	204	100.0				
	子どもの有無と年齢	1人	86	42.2			
2人		75	36.8				
3人		8	3.9				
4人以上		2	1.0				
同居している子どもはいない		33	16.2				
子どもの有無と年齢	計	204	100.0				
	未就学児を一人でも持つ	133	65.2				
	就学時のみを持つ	38	18.6				
	子供はいない	33	16.2				
計	204	100.0					

3. 地域 SNS ピアッツァの仕組み

3-1. ピアッツァの概要

2015 年 5 月に矢野氏が自身の子育て経験を元に、「街の広場をオンライン上に作る」という考え方で作られたアプリを通じて地域住民と交流できるサービスであり、地域のひととの対面のつながりと、それによる支え合いを目標としている。都市化が進んだことに伴って、地縁がリセットされた形で暮らす人々が多い。その中で、同じ地域に住む人とは繋がる事ができていないという問題点を解決することができるサービスである。無料でアプリ登録ができ、

居住エリアを選択して、自分の居住地の情報を得たり、投稿をすることができる。実名登録は不要で、自分の好きなニックネームを登録することができる。2021 年 12 月時点で、首都圏、関西、東北の一部の 67 エリアが対象である。

主な機能としては、3 点ある。1 点目は投稿機能である。利用者個人の日常を発信したり、他の利用者の投稿を見て地域内の情報を入手することができる。2 点目は個人 DM 機能である。利用者同士でチャットをすることができる。3 点目は、反応機能である。他の利用者の投稿に「いいね」やコメントをすることができる。

実名登録が必要な地域 SNS もあるが、これらの主な機能は、他の地域 SNS と比較しても一般的な機能である⁽⁷⁾。

3-2. ピアZZァの特徴

ピアZZァの特徴として、対面の施設との連携やコミュニティデザイナーという役割、コミュニティバリューというピアZZァ独自の指標が存在する点が挙げられる。対面の施設との連携としては、地域のコミュニティ施設を自社で企画・運営し、ピアZZァと連携し、入会・利用促進や互いの登録促進となるハブを創出している。ただし現時点では、当エリア内のグロースリンク勝どきと日本橋 Flatto のみである。次に、コミュニティデザイナーとは、実際にピアZZァ内の利用者に混ざって、利用者同士のコミュニケーションが行われるような働きかけを行う役割を果たしている。アプリ内の活性化や対面イベントなどの開催を行い住民同士の交流も促進している。そして、コミュニティバリューとは、各地域の住民同士のつながりの数などを可視化する指標であり、地域のコミュニティを数値化したものである。ホームページなどで各地区の数値は公開されているが、算出方法は公開されていない。

4. 地域交流の実態 (図 1-4、表 3)

4-1. 全体

外出頻度が 1 週間に 6 回以上という人が 7 割を占める。知り合いの地域住民の数、一週間に家族以外に会話した地域住民の数や気軽に連絡を取れる地域住民の数をみると、0 人という回答の割合は、それぞれ 17%、29%、32%と上位を占めている。一方で、例えば知り合いの地域住民の数について、10 人以上と回答した割合は 48%とほぼ半数である。このことから、毎日外出をしている人が多いが、地域の人

との交流の状況については人によって異なると考えられる。

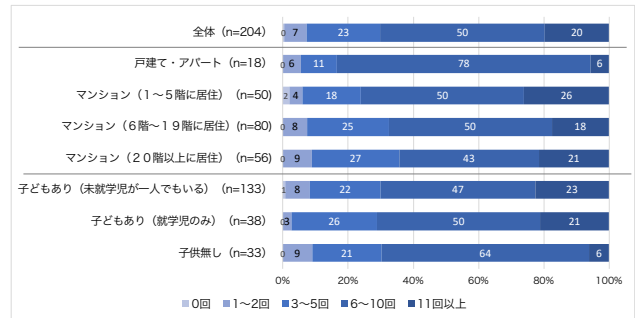


図 1 外出頻度 (1 週間のうち外出回数)

表 3 より、地域交流する場所は、公園 (78 人) に加え、自宅マンション共用部 (54 人) や子ども関連の習い事 (60 人) や学校 (54 人) が多いことが読み取れる。

4-2. 住居タイプ・居住階数による違い

戸建て・アパート居住者 (18 人)、マンション居住者・居住階 1~5 階 (61 人)、マンション居住者・居住階が 6~19 階 (80 人)、マンション居住者・居住階が 20 階以上 (56 人) に分けて分析した。

外出頻度に関しては、1 日 1 回以上 (週に 6~10 回以上) 外出する人が、戸建て・アパート居住者、マンション (1~5 階居住者) の方が、マンションで 6 階以上に居住の人と比べると割合としては多い傾向がある。一方で、図 2~4 より、地域交流の状況に関しては住居タイプ・居住階数には大きな差はないと考えられる。

また、地域交流の場として、住居タイプ・居住階数による違いはみられず、いずれも「公園」が最も多く挙げられていた。

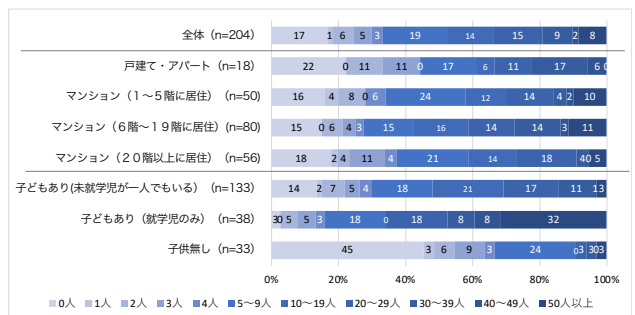


図 2 知り合いの地域住民の数

表 3 地域交流の場所

全体	戸建て・アパート (n=18)	マンション (1~5階に居住) (n=50)	マンション (6階~19階に居住) (n=80)	マンション (20階以上に居住) (n=56)	子どもあり (未就学児が一人でもいる) (n=133)	子どもあり (就学児のみ) (n=38)	子ども無し (n=33)								
交流場所	人	交流場所	人	交流場所	人	交流場所	人	交流場所	人						
公園	78	公園	5	公園	17	公園	36	公園	20	公園	60	公園	17	自宅マンション共用部	6
子供の習い事	60	地域内の店舗	5	自宅マンション共用部	16	子どもの習い事	30	子どもの習い事	17	子供の習い事	47	子供の習い事	13	地域内の店舗	5
自宅マンション共用部	54	児童館	4	子どもの習い事	14	子どもの習い事	25	自宅マンション共用部	16	子供の学校	42	子供の学校	12	相手の家	5
子供の学校	54	子どもの習い事	3	子どもの学校	13	児童館	23	児童館	11	児童館	41	地域内の店舗	12	自宅	4
児童館	49	職場	2	児童館	9	自宅マンション共用部	22	地域内の店舗	10	自宅マンション共用部	40	相手の家	9	公園	1
地域内の店舗	37	子どもの学校	1	相手の家	7	地域内の店舗	18	子どもの学校	10	子どもの学校	22	自宅	9	児童館	1
相手の家	34	ボランティア	1	地域内の店舗	6	相手の家	18	相手の家	9	相手の家	20	自宅マンション共用部	6	職場	1
自宅	28	自分の習い事	1	自宅	6	自宅	13	自宅	10	自宅	15	ボランティア	5	ボランティア	1
職場	16	公民館	1	職場	6	職場	2	職場	2	職場	10	職場	5	自分の習い事	1
ピアZZァ	9	交流していない	8	交流会	4	自分の習い事	5	自分の習い事	1	ピアZZァ	6	ボランティア	5	交流会	1
ボランティア	9	ボランティア	3	ピアZZァ	3	ピアZZァ	5	ピアZZァ	1	自分の習い事	4	ピアZZァ	3	公民館	1
自分の習い事	7	ボランティア	2	ボランティア	5	ボランティア	5	ボランティア	1	ボランティア	3	自分の習い事	2	地域外のレストラン	1
自治会	6	公民館	1	公民館	23	公民館	1	自治会	1	自治会	3	自治会	2	交流していない	19
公民館	5	保育園	1	保育園	1	保育園	1	保育園	1	公民館	3	公民館	1		
保育園	3	子育て支援施設	1	自治会	2	消防団	2	消防団	1	保育園	3	保育園	1		
消防団	1	近所のレストラン	1	近所のレストラン	1	近所のレストラン	1	近所のレストラン	1	消防団	1	消防団	1	マンションの前	1
近	1	交流していない	14	地域のサークル	1	地域のサークル	1	地域のサークル	1	消防団	1	消防団	1	交流していない	9
地域のサークル	1			地域外のレストラン	1	地域外のレストラン	1	地域外のレストラン	1	地域のサークル	1	地域のサークル	1		
子育て支援施設	1			マンションの前	1	マンションの前	1	近所のレストラン	1	子育て支援施設	1	子育て支援施設	1		
近所のレストラン	1			交流していない	17	交流していない	17	交流していない	17	近所のレストラン	1	近所のレストラン	1		
地域外のレストラン	1									交流していない	27	交流していない	27		
マンションの前	1														
交流していない	55														

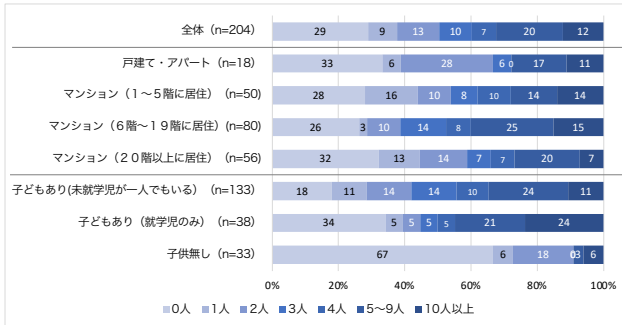


図3 一週間で家族以外に会話し地域住民の数

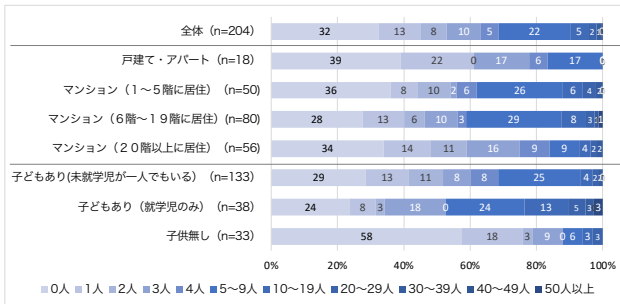


図4 気軽に連絡を取れる地域住民

4-3. 子どもの有無・年齢による比較

子どもの有無・年齢によって、未就学児が一人でもいる人(133人)、就学児のみいる人(38人)、子どもがいない人(33人)の3種類に分けて分析する。

子どもの有無・年齢によって外出頻度に殆ど差はみられない。一方で、子どもがいない人はいる人に比べて地域住民とのつながりに関する設問(図2-4)において傾向が異なる。具体的には、子どもがいない人は「知り合いの地域住民の数」で0人としたのが45%、「1週間で家族以外に会話し地域住民の数」が67%、「気軽に連絡が取れる地域住民の数」が58%であり、その割合が多いことから、地域住民とのつながりが希薄と考えられる。逆に、子どもがいる人は子どもを介しての地域住民とのつながりが多いのではないかと考えられる。

また、「1週間で家族以外に会話し地域住民の数」は未就学児が一人でもいる人は0人という回答が少ない(18%)のに対して、就学時のみいる人は0人という回答が最も多い(34%)。このことから、未就学児が一人でもいる人の方が、未就学児関連のつながりで地域住民と会話する機会が多いと考えられる。

その一方で、就学児のみを持つ人と未就学児を一人でも持つ人を比較すると、前者の方が、知り合いの地域住民の数や気軽に連絡を取れる地域住民の数が多いことから、子供の年齢があがり新たな子供関連のコミュニティが増えていく中で、地域住民とのつながりが増えていくと考えられる。

地域交流の場としては、子どもがいない人は、交流していないという回答が一番多く(19人)、次に多いのが自宅マンション共用部(6人)ということから、比較的狭い範

囲で地域交流を行なっていると考えられる。未就学児が一人でもいる人と就学時のみいる人を比較すると、いずれも公園・子どもの習い事・子どもの学校が主要な交流場所になっていることが分かる。一方で、前者の方が自宅マンション共用部(40人)が上位の交流場所となっていることから、未就学児がいる人にとってマンション内での共用部が主要な交流場所になっているのではないかと考えられる。

5. 地域 SNS の使われ方の実態

5-1. 利用目的(表4)

ピアッザの利用目的は、「子どもつながり」が最も多く、半数以上の人が挙げている。

表4 ピアッザの利用目的

目的(複数回答)	人	%
子どもつながり	116	57.0
趣味つながり	33	16.0
話し相手	40	20.0
食事・飲み友達	42	21.0
地域活動	38	19.0
その他	4	2.0

5-2. ピアッザによる情報収集

ピアッザを利用したことで情報収集はしやすくなったかどうかについて、「しやすくなった」、「少ししやすくなった」という回答が70%以上を占めていることから、情報収集手段としてピアッザは役割を果たしていると考えられる。

また、ピアッザに求める情報については半数以上の人が、子育て情報、お出かけ情報、イベント情報を求めていることから、幅広い情報収集の場としてピアッザを利用していると考えられる。

表5 情報収集について

	人	%
ピアッザ利用により		
しやすくなった	52	25.5
少ししやすくなった	91	44.6
情報収集はしやすくなった		
変わらない	59	28.9
か		
少ししにくくなった	1	0.5
しにくくなった	1	0.5
求める情報(複数回答)		
子育て情報	132	64.7
グルメ情報	69	33.8
お出かけ情報	109	53.4
イベント情報	115	56.4
お得情報	64	31.4
お譲りしますの情報	53	26.0
ボランティア活動の告知	1	0.5
特になし	1	0.5

5-3. ピアッザ利用による地域とのつながりの変化

ピアッザ利用による地域とのつながりの変化を4つの項目から把握した。「ピアッザを通じて実際に会ったことのある人数」としては、0人が多く、65%を占める。一方で、数としては少数ではあるが、ピアッザを通じて実際に会ったことのある人もいる。次に、「ピアッザを利用したことでこの地域で行われるイベントに参加したいと思うようになったか」という点は、「思うようになった」「少し思うようになった」合わせて55%にのぼった。地域の人と対面で会話

する回数の変化については、殆どの人 (90%) が「変わらない」と回答している。オンラインでの会話の回数も「変わらない」とする人が 90%を超えている。以上から、ピアッザによる実際の地域交流の増加への効果は限定的であると考えられる。

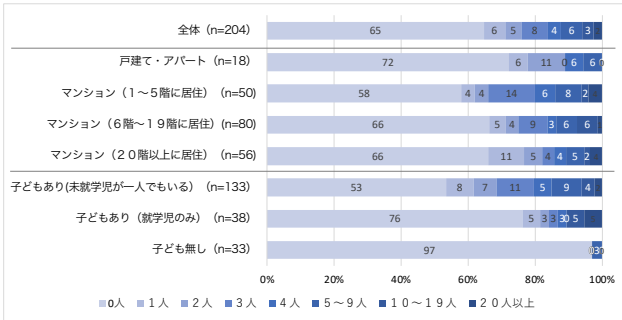


図5 ピアッザを通じて実際に会ったことのある人数

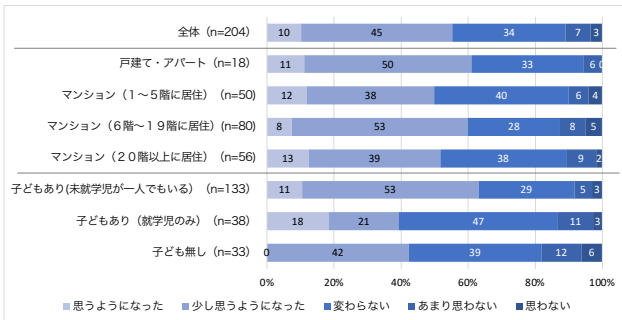


図6 ピアッザ利用による地域イベントへの参加意欲の変化

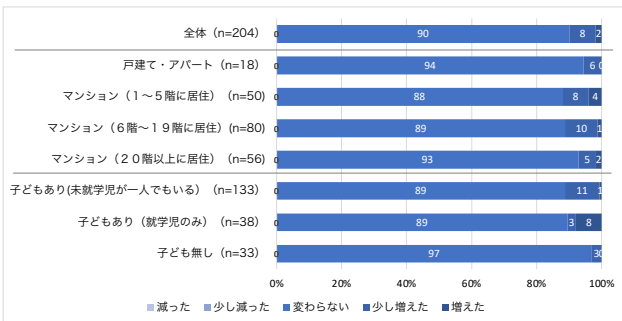


図7 ピアッザ利用による地域の人との対面での会話の変化

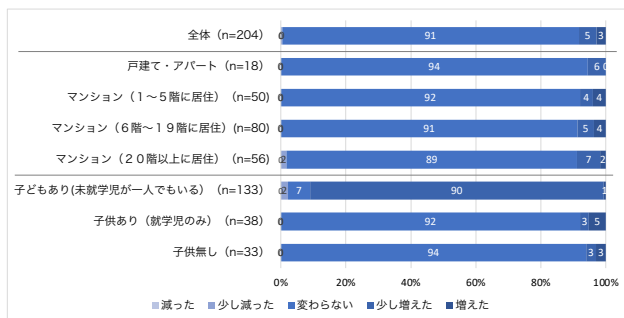


図8 ピアッザ利用による地域住民とのオンラインでの会話の変化

5-3-1 住居タイプ、居住階の比較

4章と同じ4種類の分類で分析した。ピアッザを通じて

実際に会ったことのある人数はどの属性でも0人という回答が一番多く、約6割以上である。また、属性によるイベント参加意欲には大きな違いは見られなかった。ピアッザ利用による対面・オンラインの会話の回数の変化もない人がどの属性でも9割程度を占めた。

5-3-2 子どもの有無、子どもの年齢別の比較

4章と同じ3種類の分類で分析した。図5~8より、ピアッザを通じて実際にあったことのある人数はどの属性でも0人という回答が一番多いが、未就学児の子どもをもつ人は1人以上会ったことがある割合が他と比べて高い傾向にある。地域イベントへの参加意欲は、未就学児の子どもをもつ人は「思うようになった」「少し思うようになった」合わせて6割を超えている。ピアッザ利用による対面の会話の回数の変化は、どの属性でも殆ど見られなかった。また、地域の人とのオンラインでの会話の変化についても、未就学児が一人でもいる人は「少し増えた」と回答する人の割合が9割に上り、他とは大きく傾向が異なる。以上より、未就学児の子どもをもつ人は、地域交流への意欲や実際の地域交流が変化している場合が多いと考えられる。

6. 地域 SNS と対面での交流の比較

ピアッザの利用により、ご近所付き合いについての価値観・意欲がどのように変化したかについて、バランスが重要という回答が65%にのぼることから、オンラインとオフラインの両方の交流場所を求めている人が多いと考えられる。一方で、オンラインだけで十分と回答した人も16%いる。

また、表7は対面することの意味とオンラインの良さについて、自由回答で尋ね、その回答を整理した表である。対面の良さとしては災害時の助け合い、温度感や表情などを20人以上の人が指摘している。対面とオンラインでは、地域交流内容の向き不向きがあり、棲み分けが必要なのではないかと考えられる。

表6 地域交流についての価値観・意欲

	人	%	
ご近所付き合いに関する価値観の変化	バランスが重要	132	64.7
	リアルの必要性を再認識	40	19.6
	オンラインだけで十分	32	15.7

表7 対面・オンラインの良さ

対面の良さ	オンラインの良さ
<ul style="list-style-type: none"> 災害時などに助け合える。(21) 字面だけでは伝わらない温度感や表情が伝わる。(20) 親しくなりやすく関係が長続きする。(15) 信頼・安心できる。(14) 防犯に繋がる。(5) 子供のつながりも増える。(5) 	<ul style="list-style-type: none"> 日頃の疑問をすぐに解消できる。(2) 子供の防犯や災害時の連携(3) 情報収集のしやすさ(2)

7. おわりに

7-1. 超高層マンション居住集積地区の地域交流の実態

まず、利用者属性としては、30~40代の女性が多く、子どもがいる世帯が多いことが分かった。また新規開発地であるため居住年数も10年未満の人も多かった。

外出頻度は1日1回以上ある人が7割を占め、毎日外出している人が多いが、地域の人との交流の状況は人によって異なる。住居タイプ・居住階数による地域交流の傾向の違いはみられなかった。既往研究の中で指摘されていた、物理的な住宅の超高層による地域社会との遊離性の問題^③は今回の調査からは傾向読み取れなかった。サンプル数が限られていることも一因と考えられる。

一方で、子どもの有無・年齢による比較からは傾向の違いがみられた。子どものいない人では知り合いの住民の数が0人である人が約半数にのぼること、地域住民との日常的な会話は未就学児をもつ人が多いという傾向が読み取れた。また、知り合いの住民の数、気軽に連絡を取れる地域住民の数は、子どもあり(就学児のみ)の方が、未就学児の子をもつ人よりも多い傾向が読み取れた。既往研究で指摘されていた、全ての属性の人が近隣での交流が活発でないわけではなく、子どもを有する人は、全体的に近所付き合いが活発であること^④はここで確認された。

交流場所も子どものいる人は、公園や学校、習い事など子ども関連の場所が多くを占めている。子どもがいない人は、交流場所も、比較的閉じられたマンション共用部などに限られていることが分かった。

7-2. 超高層マンション居住集積地区の地域交流における地域 SNS の立ち位置

現状は、利用目的も子どもに関連することが半数以上を占めていることが示している通り、子育て世代に偏ったコミュニティの場になっていることが分かった。また、情報収集はしやすくなったと感じている人が多く、対面での助け合いは難しくても、情報での助け合いをするには適した場である可能性が示唆された。そのため、災害時などには、対面での助け合いをする深いつながりにはなっていないけれども、情報での助け合いができるといった可能性もあると考えられる。

ピアッツァによる実際の交流や対面・オンラインでの会話の変化は、限定的であることがわかった。住居タイプ・居住階により傾向の違いはみられなかった。一方で、子どもの有無・年齢による傾向の差異はみられた。未就学児をもつ人は、ピアッツァを通じて実際に会ったことがある人数、イベントへの参加意欲、地域の人とのオンラインでの会話は増加・向上している傾向があった。子育てが始まったばかりの人は地域交流や地域の情報収集のニーズが高く、地域 SNS はその受け皿の一つになっていると考えられる。

7-3. 超高層マンション居住集積地区における地域 SNS の課題と利用可能性

地域 SNS の課題としては、子育て層に偏ったコミュニティになってしまっている点だと考える。特に若年層と老人を取り込めていないことであると考え。そのため、そのような層が求める情報も入れることでこの課題は改善していくのではないかと考える。また、若年層・高齢者層に向けた普及の工夫や、その世代の人たちが積極的に交流できる場所作りが必要であると考え。

また、対面とのつながりが現状まだ薄いことも課題であると考え。そのためには、魅力的な施設とのつながりや、利用者が信頼関係を築く上でお互いを信頼して安心できるような登録の仕組みを作るべきだと考える。今後の利用可能性としては、現状の情報交換的な場としての使われ方も、交流の場の多様化という点や、他のコミュニティでは実現できない機能を補完しているという点で十分に地域とのつながりを増やすことに機能していると考え。その上で、対面のコミュニティを、ピアッツァ内に組み込んでみると、対面との相互関係が生まれて対面とオンラインのつながりがより強化されるのではないかと考える。

7-4. 研究の限界と今後の可能性

本研究の限界として4点挙げられる。まず1点目として、サンプルに偏りがある点が挙げられる。本研究では超高層マンション集積地区における地域 SNS の使われ方について明らかにすることが主たる目的であったため、ピアッツァという一つのサービス、そして一つのエリアに絞った研究となっている。今後は、超高層マンションが集積していない地区や他の地域 SNS との比較により、超高層マンション集積地区での地域 SNS の現状の位置付けが把握できる。2点目として、サンプル数が限られていることである。サンプル数が限られていることで統計的な分析はできていないため、傾向の記述にとどまっているのでサンプルを広げる工夫が必要である。3点目として、登録エリアに居住していると仮定してしまっている点が挙げられる。データ収集の関係で今回は難しかったが、居住エリアの登録情報を一緒に扱うことで、この点は解決できる。4点目として、地域交流の対象について、マンション住民間によるものと、マンション住民とその他住宅形式に居住する住民、さらにその他住宅に居住する住民間によるものがあるが、これらを合わせて対象としていることが挙げられる。地域交流の内容を区別したデータ収集と分析をすることで、より深い現状把握をすることができる。

【謝辞】

調査に協力してくださった PIAZZA 株式会社矢野様、アンケート回答者の皆様に、記して謝意を表します。

【補注】

(1) 本研究では、超高層マンションを高さ 60m 以上 (およそ 20 階建て以上) の建築物 (建築基準法第 20 条参照) と定義する。文献 4 では、高さ 60m 以上のマンションを対象に、1 町丁目あたり 5 件以上開発があった町丁目を高層マンション集積地として示している。本研究はこうした集積地を含む一体の地区を超高層マンション集積地区と定義する。なお、文献 4 のうち、佃 2 丁目が本研究の対象地区の一部である。

(2) ソーシャルネットワーキングサービス (Social Networking Service) の略で、登録された利用者同士が交流できる Web サイトの会員制サービスのこと。

(3) 例えば日本マーケティングリサーチ機構調べの 2020 年 3 月

期ブランドのイメージ調査

(<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000052.000016981.html>、閲覧日 2022 年 4 月) では、ピアッツァが高く評価されている。

また、勝どき・月島・築地・晴海エリアのコミュニティバリュー(各地域の住民同士のつながりの数などを可視化するピアッツァ独自の指標)は数値が公開されているエリアのなかで最も高い。

(<https://www.lp.piazza-life.com>、閲覧日 2022 年 4 月)

(4) 文献 4 で示されている 2016 年時点での高層マンション集積地(本研究の「超高層マンション集積地区」の一部)のうち、西新宿 6 丁目を除く、六本木 1 丁目、佃 2 丁目、東雲 1 丁目、港南 3 丁目、港南 4 丁目、芝浦 4 丁目、有明 1 丁目の全てにおいて、ピアッツァの対象エリアとなっている。

(5) 社外秘になっているため、正確な人数は把握できていない。

(6) PIAZZA 株式会社によれば、女性約 62%・男性約 37%、20 代約 11%・30 代約 39%・40 代約 30%・50 代約 13%・60 代以上約 6%。

(7) 文献 8) の著者らが立ち上げている地域 SNS に関する研究会 HP ([http://www.local-](http://www.local-socio.net/2018/02/2018_localsns_cases.html)

[socio.net/2018/02/2018_localsns_cases.html](http://www.local-socio.net/2018/02/2018_localsns_cases.html)、2022 年 8 月)

で、2010 年以降に台頭した地域 SNS 事例としてマチマチ、ピアッツァ、SOYLINK の 3 つを挙げている。マチマチは匿名登録可能である一方、SOYLINK は実名登録・窓口認証が必要である。機能としては、マチマチ、SOYLINK のいずれも投稿機能、個人 DM 機能、反応機能を基本としている。なお、マチマチは 2022 年 5 月にサービス終了。

【参考文献】

- 1) 総務省 (2015 年), 都市部におけるコミュニティの発展方策に関する研究会報告書
- 2) タワーマンションのあり方に関する研究会 (2020 年) 「神戸市におけるタワーマンションのあり方に関する課題と対応策 (報告書)」
https://www.city.kobe.lg.jp/documents/26439/mansion_kentoukai_siryou4_1.pdf (閲覧日、2022 年 4 月)
- 3) 藤本佳子 (2006 年), 超高層マンションへの一考察, 千里金蘭大学紀要, p23
- 4) 劉冬晴・後藤春彦・馬場健誠 (2016 年) 東京 23 区高層マンション集積地における既存住民と新規住民のコミュニティ構築に関する研究, 都市計画論文集, 第 51 巻, 第 3 号, pp. 987-993
- 5) 田中和宏・山内有紗子・西出和彦・大月敏雄 (2010 年), 超高層集合住宅における居住者属性とライフスタイル—超高層集合住宅における近隣交流と地域交流に関する研究その 1—, 日本建築学会大会学術講演梗概集、建築計画-II, pp275-276
- 6) 徳永椋二・福岡大祐・神保玲香・室田晶子 (2019 年), 超高層集合住宅における居住者間の交流活性化に向けた近所付き合いの関連要因に関する研究, 日本建築学会計画論文集, pp2335-2341
- 7) 齊藤広子 (2020 年) 東京都における超高層マンションの地域連携の実態とその促進要因, 都市計画論文集, 第 55 巻, 第 3 号, pp. 947-953
- 8) 庄司昌彦 (2008 年), 地域 SNS サイトの実態把握・地域活性化の可能性, 情報通信政策研究プログラム研究成果論文, pp10-30

- 9) 中野邦彦・田中秀幸 (2013 年) 地域 SNS の利用実態に関する研究, 社会・経済システム, 第 34 巻, 第 0 号, pp. 43-50
- 10) 後藤真太郎・酒井聡一 (2017 年), 東日本大震災時と平常時における地域 SNS 利用状況の変遷の分析, 国際 ICT 利用研究学会論文誌, 第 1 巻, 第 1 号, pp. 144-153
- 11) 衛藤彬史・鬼塚健一郎・星野敏・橋本禪 (2015 年) SNS を活用した集落コミュニティづくりの可能性, 農業農村工学会誌, 第 83 巻, 第 2 号, pp. 105-108, a1
- 12) 木下真 (2010 年), 地域 SNS を用いた地域コミュニティ再構成の試み 自治体が運営する地域 SNS を事例として, 大学教育, pp211-224
- 13) 中野邦彦 (2014 年) 官製地域 SNS が廃止に至る経緯に関する考察, 社会・経済システム, 第 35 巻, 第 0 号, pp. 35-42