

第五章 動画とまちづくり

現在、スマートフォンの普及率の上昇とともに、動画投稿サイト「YouTube」は幅広い年齢層に浸透し利用されている。近年では YouTube の動画再生によって得られる広告収入で生活する「ユーチューバー」という職種まで現れている。日本ファイナンシャル・プランナーズ協会が調査した、2016 年度「将来なりたい職業」ランキングのデータによると、男子小学生のなりたい職業ランキングの 14 位に「ユーチューバー」がランクインしている。これらは、人々の生活に YouTube は欠かせないものになっているといえる。

一方で地方各地では、過疎化や高齢化、若者の流出などさまざまな問題を抱えている。このような地方が抱える問題を、動画などのコンテンツを利用することによって解決できるのではないか、まちおこし・まちづくりにつながるものになるのではないか。筆者はそのような疑問を抱いた。

本稿では、人々の生活に密接に関わり、情報化社会の促進を担っている YouTube がまちづくり、地域活性化に関わることでどのような効果をもたらされるのか、どのような可能性を秘めているのかを実例を踏まえながら考察していく。