

「まちやど」と個人商店の関係構築に関する研究 -谷中周辺地域を対象として-

1982027 櫻井 美里
指導教員 江口 亨 准教授

1. 研究背景と目的

近年、大型店やチェーン店の増加、交通・通信技術の発達、後継者の不在などにより、かつて各地域で賑わいを見せていた商店街や個人商店は衰退の一途を辿っている。しかし、商店街や個人商店は地域の個性であり、固有のものとして価値が高く、これらの存続はまちづくりにおいて重要な課題である。一方で、このような地域の個性に着目して事業を展開している「まちやど」という形態が昨今注目されている。「まちやど」は宿泊業の一つであるが、飲食は近隣の商店、風呂は銭湯の利用を促すなど、宿泊者に地域の個性を体験する機会を提供している。よって個人商店の繁栄に貢献し得る事業であると考えられる。

そこで本研究は、既存の地域コミュニティに介入する事業である「まちやど」に着目した。まず、個人商店の他商店主や地域住民、客との関係構築について詳細に分析し、まちの個性を形成する要因を探った。その上で、「まちやど」が個人商店との関係構築に対して行う取り組みを分析し、個人商店ひいては地域の活性化に資する「まちやど」の可能性を明らかにすることを、本研究の目的とした。

2. 研究概要

2.1 研究対象

研究対象として「谷中周辺地域」を選定した。個人商店が建ち並び、日本人だけでなく外国人観光客にも人気の地域である。2015年に(株)HAGISOによってまちやど「hanare」がつくられ、同社が構える店舗「HAGISO」と連携して地域を巻き込んだ取り組みが行われている¹⁾²⁾。このまちやどを中心とした半径 500m 圏の個人商店に調査を行った。

2.2 研究方法

表1に示すように、個人商店主9名とまちやど「hanare」のマネージャー1名に対してヒアリングを実施し、他商店主や地域住民、客との関係構築の実態を把握した。その結果、個人商店主が持つ「ネットワーク」とその「距離感」が谷中周辺地域の個性に関わっていると考え、この2点に着目して分析を行った。

表1 ヒアリング調査概要

	対象	居住年数	創業
個人商店主 (8店舗9名)	写真館	59歳男性	59年 2015年
	雑貨屋+本屋	40代女性	8-9年 2021
	器屋+喫茶店	48歳男性	0年 2014年/2019年
	雑貨屋	47歳女性	8年 2016年
	和小物屋	82歳男性	76年 1995-6年
	スタンドグラス屋	40代女性・2名	18年/0年 2004年
	雑貨屋+ギャラリー	72歳女性	0年 1992年
	古本屋	47歳男性	17年 2014年
(株)HAGISO 宿泊部門マネージャー (1名)	27歳女性	27年 2015年	

3. 個人商店主へのヒアリング分析

3.1 個人商店主の持つネットワーク

(1) 商店主同士のネットワーク

谷中周辺地域は行政区が3つに分かれているが、商店主は行政区を跨がって連携して活動することがある。例えば、まちの商店や個人が参加して開催される「芸工展」というイベントがある。また、互いに気にかけて挨拶や店の訪問をするなど、日常的な付き合いがある。一方、近年の傾向として、商店主同士が知り合う機会は無くなりつつあり、新旧を超えた店の関わりが薄くなっているようである。

(2) 地域住民とのネットワーク

挨拶やお裾分けなどの近所付き合いが盛んである。「店の様子を見に来て差し入れをくれる」など、良好な関係を築いている店主が多い。

(3) 客とのネットワーク

海外も含めてさまざまな地域から訪れる。客層は店によって異なるが、常連客の存在が経営面や店主の精神面で店を支えていることは共通している。

(4) 谷中周辺地域外のネットワーク

地域内だけでなく、地域外の店や作家とも企画や展示を共同開催しており、地域を超えて商売を多様化している。

3.2 個人商店主の感じる人との距離感

(1) 商店主同士の距離感

昔はプライベートな交流があったが現在は少ない。店としての関わりが盛んで、店が多い地域だが競争意識はなく、むしろ企画を行うなど協力関係になることが多い。しかし、谷中周辺地域で増えているチェーン店とは、挨拶も含め関わりがない。

(2) 商店主同士や地域住民との距離感

挨拶による継続的な交流を大切にしており、隣の店や住人との関係が密だが、煩わしい詮索や干渉はされない。新参者でも地域に入り込みやすく、仲間意識や連帯感が強い既存のコミュニティがあっても参加を強制されないので、自由に店を営むことができる。しかし、世代による交流の隔たりを感じている店主もいる。

(3) 客との距離感

常連客とは顔見知りで商売に関係のない話もするが、店以外の場所で約束して会うことはなく、客以上友人未満の関係である店主が多い。個人商店主は自分好みの店を営んでいるので、店主と反り・趣味が合う客が常連客として定着していく。

3.3 「伝統的/現代的コミュニティ」の要素

地域の個性を分析するため、「伝統的/現代的コミュニティ」に関する川野(2007)の既往研究³⁾を参照し、そこに示される要素を本研究対象に合致するように解釈した(表2)。ヒアリング結果より、谷中周辺地域が持つこれらの要素について分析を行った。

表2 「伝統的/現代的コミュニティ」の要素

伝統的 コミュニティ	伝-(1)	地域独自の場所性を感じている	○	地域との 親密さがある
	伝-(2)	地域の人たちと顔見知りである	○	
	伝-(3)	地域の規模的に広く全体を把握できている	○	
	伝-(4)	徒歩圏内だけでも生活できると感じている	○	
	伝-(5)	交通の便が悪いと感じている	×	
	伝-(6)	新しい者を受け入れられる度量がある	○	
	伝-(7)	地域外の者と交流できていない	×	
	伝-(8)	地域を出て行くことが難しいと感じている	×	
	伝-(9)	職住近接の生活形態である	○	
	伝-(10)	干渉や詮索があると感じている	×	
	伝-(11)	地域に対する愛着がある	○	
	伝-(12)	谷中周辺地域が生まれた土地である	×	
	伝-(13)	出身者がそうでないか、住んでいるかいないかで感覚の違いがある	○	
現代的 コミュニティ	現-(1)	メディアやSNSなどによる周知・来客がある	○	自由さがある
	現-(2)	顔を合わすことや挨拶がない	×	
	現-(3)	地域の人たちと全く関わりがない	×	
	現-(4)	帰属の自由があり強制力はないと感じている	○	
	現-(5)	地域や関連業種での多面的な連携・協力がある	○	

個人商店ごとに集計した結果、13の伝統的コミュニティの要素のうち、当てはまる要素が8、当てはまらない要素が5となり、5の現代的コミュニティの要素のうち、当てはまる要素が3、当てはまらない要素が2となった。伝統と現代の要素がバランス良く当てはまっていると言える。

当てはまった要素に着目すると、伝-(6)と現-(1)(4)(5)は「自由さがある」と表現でき、伝-(1)(2)(3)(4)(9)(11)は「地域との親密さがある」と表現できる。人間関係や行動に制限があることが伝統的コミュニティにおける煩わしい部分だと考えられるので、それが緩和されている上に「地域との親密さがある」という伝統的コミュニティの良さが残っていることが、谷中周辺地域の個性と言える。しかし、伝-(13)から地域への関わり度合いの差で考え方や交流に隔たりがあると言えるので、伝統的な土着の意識が残っている部分があるのではないかと考えられる。

4. 「まちやど」と個人商店

4.1 「まちやど」を起点としたネットワーク

まちやどを運営している(株)HAGISOは、谷中周辺地域で宿以外にも飲食店などを運営しており、関係者の交流を促すイベントを開催している。Webメディア「まちまち眼鏡店」による地域の魅力を発信する活動の中では、世代を超えた商店主の交流を生み出そうとしている。これらのイベントや活動には、商店主や地域住民の参加も見られる。また、祭りなどの既存イベントへの積極的な参加で、商店主と関わりを持っている。しかし、実際に商店主との関わりが日常的にあるかと言うと、あまりない現状である。

4.2 「まちやど」の影響

ヒアリング対象では、まちやどと直接的な関わりがある店主は少なく、顕著な影響は受けていなかった。「HAGISO」の存在は9名全員が知っていたが、「hanare」は5店舗の店主が「知らない」または「名称や具体的な活動は知らなかった」と答えた。一方、店舗の「HAGISO」でのイベントやリノベーションによる既存建物の活用など、活動自体は好評だった。また、「HAGISO」ができたことによって若い来訪者が増え、まちの中の流れが変わったという話があった。まちやどの形態については、「観光客と個人商店の両者に付加価値がある」など、賛同の声が多かった。

4.3 「まちやど」の地域に対する距離感

日帰りで訪れただけでは見えない夕方から朝にかけての魅力など、まちのディープな魅力を伝えられるという点から、宿泊業という形をとっている。地域の既存の魅力を発信する媒体としての意識が強く、宿泊者には地域住民への配慮や暮らしの場であることの意識をお願いし、まちへ入り込むような体験を提供している。また、宿泊者一人ひとりの要望に沿ってまちの店を案内することで、宿泊者と店主の近づきやすさを生んでいる。このように、他の宿泊業と比較して、宿泊者だけでなくまちに寄り添った考えを持ち合わせていることがまちやどの特徴と言える。

4.4 まちの個性を活かした「まちやど」事業

個人商店主に実施したヒアリング結果からキーワードを抽出し、うへの式質的分析法を用いて「谷中周辺地域の個性」について要因関連図を作成した(図1)。そして、まちやど事業が効果を与え得る項目を太枠で示した。

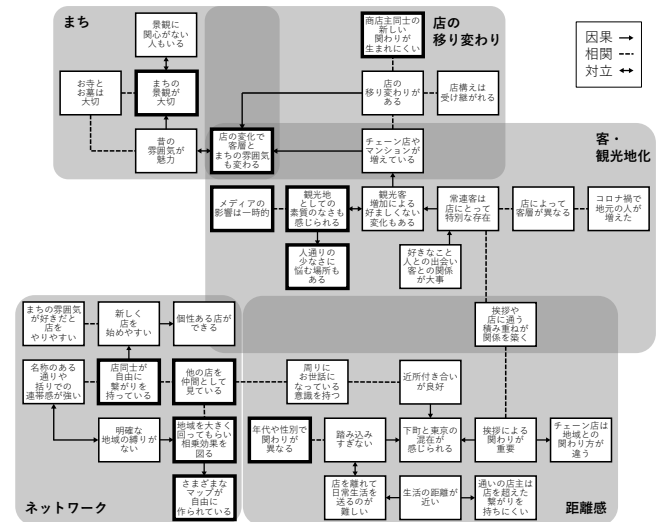


図1 谷中周辺地域の個性の要因関連図

効果として、リノベーションによるまちの景観維持、年代を超えた商店主同士の交流促進、客層と人の流れの変化、観光地としての活気向上などが考えられる。まちの個性を活かし、課題を解決する活動が展開されていると言える。

5. まとめ

谷中周辺地域は伝統的要素と現代的要素が混在しており、地域の人との良好な関係と店同士で連携しながら自分好みの店を営める環境がある。

まちやど「hanare」は、谷中周辺地域の個性を活かした活動で魅力を膨らませ、地域内外へ向けて発信している。また、個性を活かすことで、活動に対してまちの人から好印象を得られている。従来のホテルや旅館と違って地域に寄り添った体制がとれる観光業で、新旧の店の関わりを活発化させる活動や考えを持っている。このように、個人商店に直接利益をもたらさなくとも、まちの個性を活かし課題を解決することで活性化に貢献することが期待される。

参考文献

- 1) 株式会社HAGISO ホームページ
- 2) 「HAGISO」ホームページ
- 3) 大東文化大学・板橋区地域デザインフォーラム 川野幸男(2007)「元気な学生まちづくり」地域デザインフォーラム・ブックレット 大東文化大学地域連携センター No.17 p.39-44