

団地内のコミュニティスペースが 地域の繋がりに与える影響に関する研究

上岡 沙弥香¹・西村 亮彦²

¹非会員 学士(工学) 元・国土館大学 理工学部 まちづくり学系
(〒154-8515 東京都世田谷区世田谷4-28-1, E-mail: nishimura@kokushikan.ac.jp)

²会員 博士(工学) 国土館大学 理工学部 まちづくり学系 准教授
(〒154-8515 東京都世田谷区世田谷4-28-1, E-mail: nishimura@kokushikan.ac.jp)

近年、高齢化・老朽化が進む住宅団地において、コミュニティスペースの運営を通じた団地再生の取り組みが注目されているが、地域づくりに効果的な運営方法やその役割に関しては、さらなる知見の蓄積が求められている。本研究は、コミュニティスペースの運営を支えるキーパーソンへのヒアリング、施設利用者へのアンケート及びヒアリングから団地内のコミュニティスペースにおける人間関係の構築プロセスを明らかにし、団地再生における地域づくりに効果的なコミュニティスペースの運営方法や役割を明らかにするものである。調査・分析の結果、運営を支えるキーパーソンの場づくりのあり方によってつながりが生まれるきっかけが変化することが確認された。また、団地再生の観点からは、コミュニティスペースが団地の案内所のような役割を果たすことで、団地に新しい世代を呼び込むことが今後期待される。

キーワード: 団地, コミュニティスペース, キーパーソン, 人間関係, 社会ネットワーク分析

1. はじめに

(1) 研究の背景と位置づけ

現在、高度経済成長期以降に建てられた住宅団地では、住民の高齢化と建築物の老朽化に伴う、空き家の増加、生活利便性の低下、コミュニティ衰退など、様々な地域課題を抱えている。近年、こうした課題を解決するための手段として、従来の集会所や自治会館とは異なるコミュニティ創出拠点を団地内に整備・運営する試みを取り組まれてきた。

コミュニティスペースの運営については、人と人をつなぐハブとしての役割を果たす人物の存在が重要とされてきた。関西の郊外団地を対象に市民リーダーの役割と条件を示した幸松ら²⁾や、農村集落内のリーダーを取り巻く人的関係を社会ネットワーク分析で明らかにした高橋ら³⁾など、比較的広範囲における地域のキーパーソンのあり方を論じた研究は多数存在する。

また、被災地におけるコミュニティスペースの役割や持続可能な運営方法の提示を行った後藤ら⁴⁾や、主(あるじ)の発言からコミュニティカフェにおける「開かれ」の側面を導き出した田中ら⁵⁾など、コミュニティスペースにおける運営方法や、役割について考察した研究も存在する。

一方、団地内のコミュニティスペースの核となり運営を支える人物の活動内容や場づくりの工夫に焦点を当て

ながら、場のマネジメントを通じて人間関係が構築されるプロセスに着目し、団地内のコミュニティスペースの役割やあり方について考察した研究は見当たらない。団地再生における地域づくりに効果的なコミュニティスペースの運営方法や役割に関しては、さらなる知見の蓄積が求められている。

(2) 研究の目的

本研究では、① 団地内のコミュニティスペースの核となり運営を支える人物(キーパーソン)の活動や特徴を把握するとともに、② どのような人物がコミュニティスペースを利用しているのか明らかにした上で、③ キーパーソンと利用者、及び利用者同士がどのような活動を通じてどのような人間関係を構築しているのか、その詳細なプロセスを明らかにすることで、④ 今後の団地におけるコミュニティスペースの運営方法やあり方(役割)に資する知見を得ることを目的とする。

(3) 研究の方法

1章: はじめに(背景と位置づけ・目的)

2章: 各コミュニティスペースの概要(運営の中心となる人物へのヒアリング調査・インターネット記事等から、行われている活動やキーパーソンの特徴を把握し整理)

3章: 各コミュニティスペース利用者の特徴(施設利用

者へのアンケート調査及びヒアリング調査から、利用者の特徴を把握し、対象地ごとに整理)

4章：人間関係の構築プロセスについて（アンケート調査とUCINET（Netdraw）を用いて団地内のコミュニティスペースを中心とした交流関係構築プロセスを可視化、ヒアリング・目視調査から繋がりがうまれるプロセスの詳細な把握）

5章：まとめ・考察（各事例のまとめ・比較分析）

2. 研究対象の概要

東京都と神奈川県が作成した事例集等を参考に、団地内におけるコミュニティスペース運営の取組事例を収集した。次に、各事例の運営状況を把握するため、インターネット・SNS等で各コミュニティスペースの基本情報を収集した上で、現地視察とキーパーソンに対するヒアリングを実施した（表-1）。ヒアリング調査では、キーパーソンの来歴などパーソナルな部分からコミュニティスペースの基本情報、具体的な運営方法・活動などについて話を伺った。

表-1 ヒアリング調査を実施したコミュニティスペース

	団地名	所在地	コミュニティスペースの名称	ケーススタディ
I	洋光台団地	横浜市磯子区	よっしーのお芋屋さん	●
			結café	-
			(まちまど)	-
II	相模原市	相模原市	ひばりカフェ	●
			ユソーレ相武台	-
III	左近山団地	横浜市旭区	左近山アトリエ131110	●
IV	若葉台団地	横浜市旭区	コミュニティオフィス&ダイニング春	-
V	西築団地	横浜市金沢区	さくら茶屋 / さくらカフェ	-

表-2 ケーススタディ対象地の大きな概要

	対象地Ⅰ	対象地Ⅱ	対象地Ⅲ
団地名	洋光台北団地		相武台団地
団地基本概要	築年数約50年/敷地面積約2075ha/人口約25000人/総戸数約3350戸（洋光台北団地：総戸数約1800戸）/高齢化率約31.2%（※主に洋光台団地全体のデータ）		築年数約53-56年/敷地面積約49ha/人口約9000人/賃貸分譲合計約4800戸/高齢化率約43.9%
所在地	横浜市磯子区洋光台	北団地集会所併設	相模原市南区相武台団地
名称	よっしーのお芋屋さん		相武台団地商店街
設定期	令和2年5月		平成27年12月
営業時間・定休日	10時半～18時	月・火定休日	11時～19時
スタッフの人数・年齢	2名	40代	5人/曜日によってスタッフが変化
管理主体・運営	UR都市機構(以下UR)	Y氏(ブチマルシェ YUU)	UR都市機構
開業経緯	「団地の未来プロジェクト」において団地の改修・修繕工事が行われた。北集会所新設を契機に以前から交流のあった株式会社 HITOTOMA (URから委託を受けハブの役割を担う) からの声かけ。そして、今まで拠点を置いていた湘南・藤沢地区や、他地域の人々と洋光台の人々をつなげる架け橋になりたいという店主の強い思いから、洋光台への移転へと至っている。	平成27年9月に公社は、シャッター街化した相武台団地商店街に再び活気を取り戻す為、グリーンラウンジプロジェクトを推進すると発表した。公社の審査の元、ひばりカフェ店主S氏はプロジェクトの第1期参加者となり、今年で約7年目を迎える。プロジェクトメンバーとは犬の散歩時に出会い、その際の声かけから現在に至る。	平成28年、団地の管理組合主催の広場改修コンペが行われ、横浜を中心に活動をするランドスケープ会社STGKが最優秀を担当することとなり、設計業務だけでなく広場運営の業務委託を受けることとなる。その際、ヨコハマアートライフ事業の募集を目にし、団地における新たな暮らしの仕掛けとしてアートを取り入れることで、左近山で楽しく暮らすことを想像できるのではないかといいながら、常設のアート拠点開設へと至る。
主な販売品	○多種類の焼き芋(300円～) ・焼き芋を使ったスイーツ ・調味料 ・無農薬野菜 ・どんぐり製品 など	○コーヒー(400円) ○生姜焼き定食など(850円) ・スコーン ・古着・雑貨 ・古本 など	・コーヒー(400円) ・自家製コーラ ・ハーブティー ○ハンバーガー ○スタッフ自家製のスイーツやカレー ・雑貨 など
イベントや活動	・外部からの販売受け入れ：どんぐり製品や無農薬野菜、パンの販売など(隔週) ・月2回ほどで地域住民によるWSなどの開催 ・団地のフェスティバル主催(小さな団地のフェスティバル) ・キッチンカーイベントや、日本各地でのイベントへの出店	・カルチャースクール(クレイアート教室、水彩画教室、PC教室、書道教室、フラワーアレンジメント教室、整体、ヨガ、占いなど) ・ひよこ子供食堂(第4日曜日) ・和くろくワークショップ(毎月第4水曜日) ・ゆうぐれダイニング(月1回) ・音楽ライブ(UAZZMEやクリスマスライブなど様々な音楽ライブを展開)	・部活動：テニス部、手芸部、音楽部など(定期的に開催) ・音楽ライブ：MAMとまり木LIVE(月1回土曜日) ・「左近山とわたし」撮影会 ・アーティストによる展示会(約1ヶ月間展示) ・スタッフによるスイーツや焼き菓子、カレーなどの販売(定期的に開催) ・「左近山アートフェスティバル!」「左近山散歩フェスティバル!」(単発) 隔週で開催される催しが多く展開され、単発のイベント・WSなども開催

以上の結果を踏まえながら、本研究では、利用方法の自由度が高く、地域活動が特に活発に行われている事例を3つ、ケーススタディ対象地として選定した（表-2）。いずれの対象地もマンション型の郊外団地内に存在する。

(1) 対象地Ⅰの概要とキーパーソンについて

対象地Ⅰは、UR主体の取り組み「団地の未来プロジェクト」における集会所のアイディアコンペを経て、令和2年に新設され、北集会所と隣接する建物の一角に位置している。

店主は約6年間藤沢に拠点を置き、食でのつながりをベースに、地域で様々な地域活動を行っていた経験から湘南・藤沢方面の人々とのコミュニティに幅広く所属しており、イベント時などには主に他地域のネットワークを通して参加者を募るなどしている。さらに、旅館の支配人をしてきた経験やヒッチハイクで旅をしていた経験などから、藤沢・湘南地区に限らず日本全国に多様なつながりを持ち、店主が洋光台と他地域とをつなげる架け橋となっていることがわかった。

(2) 対象地Ⅱの概要とキーパーソンについて

平成27年から始動した公社主体の取り組み、「グリーンラウンジプロジェクト」の第一参加者としてひばりカフェは商店街の一角に拠点を置いている。

店主は、結婚当初から相武台団地付近の地域住民であり、この相武台の地で約半世紀を過ごした人物である。にぎわいの失われた団地の商店街を目の当たりにし、高齢者の居場所づくりがしたいと考えていたことから、相武台団地における商店街再生のプロジェクトが始まる以

前からカフェを経営するための準備をしていた。コミュニティスペース内で高頻度で行われているイベントの企画運営は全て店主が行っていて、米軍会計事務所働いていた当時のつながりからイベント参加者を募ったり、こども食堂においては、地域で子育てをしてきたネットワークや、犬の散歩の際に出会った仲間などからボランティアを募り、必然的に団地周辺の地域住民同士でひばりカフェの運営体制を作り上げていった。店主の活動が話題となり、雑誌やテレビの取材の仕事も多く舞い込み、現在では、大学の非常勤講師も務める。

(3) 対象地Ⅲの概要とキーパーソンについて

団地内商店街の空き店舗を活用し、日常の中でアートの気軽に触れられる場所を作る試みとして、令和元年、常設のアート拠点となる場として対象地Ⅲは開設された。

発起人となった人物はランドスケープ会社の代表取締役を務め、店主は、ランドスケープ会社の社員である。代表取締役の地元は左近山であり、子育てを機に左近山の地に移り住むこととなる。その後、団地の広場改修コンペで提案が採用されたことがきっかけで左近山のまちづくりに深く携わることとなった。また、イベント時にはキーパーソンからアーティストへの声かけ含め、以前アーティストに弟子入りをしていた頃のつながりや、パーティーのオーガナイザーをしていた頃のつながりなどからイベント出演者を募っている。

さらに、対象地が開設される5年前から近隣の小学校のPTA役員であったことから、総合学習の授業の相談を以前から受けており、現在では講師も務めている。

(4) 各コミュニティスペースのキーパーソンについて

団地内のコミュニティスペースの核となり運営を支える人物は、どの人物も行動力・発信力があり、元から様々なコミュニティに所属していることがわかった。

幼少期からこの地に住んでいた、またはこの地が地元である人物が2名、結婚、または子育て・介護などの関係でこの地に住み始めた人物が5名、その他、仕事の関係でこの地に携わることとなった人物が2名である。

何らかの形で、以前からこの地を知っている・関わったことがあるというパターンが多いが、ケーススタディを行った対象地におけるキーパーソンの現在の居住地は4名のうち3名が団地外であった。また、スタッフ達も団地外に在住する人物が多いことがわかった。

キーパーソンの年齢は、40代から70代であった。9名のうち6名が女性であり、コミュニティスペースのオーナーや組織内でのリーダーを務めている。

スタッフの構成は様々であったが、複数人数の場合は、同じような問題意識や関心を持つ物同士での繋がりが大

きい。特に、同じ地域で子育てをしてきたお母さん同士でスタッフが構成されている、または、教育の現場に関わりがあった人物同士で構成されている場合は、スタッフの人数が多い傾向にあり、「活動の立ち上げの際の人材確保や、役割の振り分けなどが円滑に進んだ」という話もあった。

相武台団地、西柴団地、若葉台団地のコミュニティスペースの店主からは主に、高齢者の居場所を作りたいという話。左近山団地のコミュニティスペースでは、左近山での新しい暮らし方の提案をし、新たな居住者を呼び込みたいという話など、キーパーソンへのヒアリングからコミュニティスペースを作ることに對しての目的意識の違いが見られた。

3. 各コミュニティスペース利用者の特徴

各ケーススタディ対象地における利用者の属性やイベント等の参加状況を把握するため、施設利用者に対するアンケート調査を行った。調査項目は、性別・年齢、職業、居住形態、居住地域、対象地を知ったきっかけ、利用頻度、対象地を利用する目的・理由、対象地で行われたWSやイベントの参加状況とした。

アンケート調査期間は対象地それぞれ10日間とし、許可をいただいた可能な限りの営業時間にて利用者に対してアンケート調査を行った。

(1) 利用者の属性

利用者の年齢に関しては、対象地Ⅲは他の対象地に比べ、幅広い世代に利用されていることが分かった(図-1)。

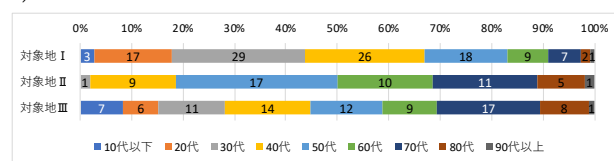


図-1 対象地別の利用者の年齢

利用者の居住地についてだが、対象地Ⅰ、Ⅱにおいては半数以上が他地域からの利用であることがわかった。対象地Ⅲにおいては、利用者の約6割が団地住民であり、対象地周辺の街区からの利用者が多いことがわかった。このことから、対象地の立地によって利用者の属性が変化することが考えられる。

(2) コミュニティスペースの利用状況

知ったきっかけに関しては特に対象地Ⅲにおいて、「通りすがり」を選んだ利用者が非常に多く、5割を占

める結果となった(図-2)。調査地が位置する商店街は細長く、スーパーマーケットや郵便局等をつないでおり、団地住民にとっての生活道路の役割を果たしている。それらを挟んだ中間地点に対象地Ⅲが存在するため、オープン前から対象地の前の道を通りすがり知っていたケースや、買い物や郵便局を利用した際に道を通りすがり知ったというケースなどが多く見られた

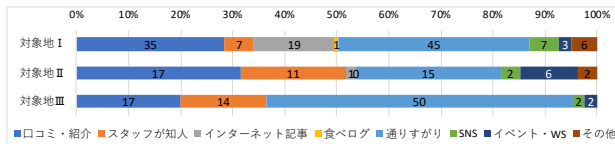


図-2 各対象地を知ったきっかけ

利用する目的に関しては、調査地ごとに利用者の目的意識が全く異なることが推測できる(図-3)。

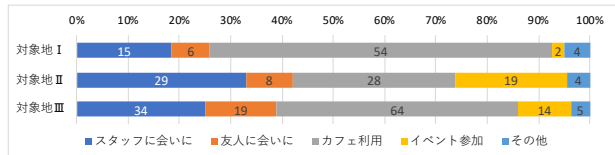


図-3 各対象地を利用する目的

4. 人間関係の構築プロセスについて

各対象地の利用者について、他の利用者やスタッフとの人間関係を把握するため、3章のアンケート調査と併せて、対象地Ⅰにおいては運営スタッフ並びに店主を知っているかなどの質問を投げかけ、対象地Ⅱ・Ⅲにおいては付き合いのある人物を知り合ったきっかけ別に挙げてもらった。この際、回答者に人付き合いの程度を段階別に示した表を提示しながら、個々の人間関係について、また、人付き合いの程度についても回答していただいた。上記の方法で得られたデータを元に、UCINET及びNetDrawを用いて社会ネットワーク分析を行った。「利用者同士の関係性の程度」に関するソシオグラム(ダイアグラム)の作成を行うために、関係性を数値化しソシオマトリクスへと起こした(表-3・4)。なお、プライバシーの関係で、対象地Ⅰでは、関係性の程度に関する調査を詳細に行うことは出来なかったため、その人物を「知っている」の場合は1を、「知らない」の場合は、他の対象地同様0という基準でソシオマトリクスを作成した。

表-3 関係性の程度

程度別の数値	つながり方の例
1	会うたび挨拶をかわす など
2	日常会話(世間話や雑談)を話す、イベントなどで顔を合わせよく会話をする など
3	日常会話に加えプライベートな事柄を話す、よく長話をしている など
4	このお店以外でも遊びに行く、プライベートな付き合いがある など

表-4 ソシオマトリクスの例

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
1	SE	SG	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	
2	SE	0	4	4	4	4	1	4	1	4	0	2	2	0	0	0	2	4	4	1
3	SG	4	0	1	1	4	1	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
4	S1	4	1	0	4	2	0	1	0	0	0	2	1	1	1	1	0	4	0	2
5	S2	4	1	4	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	2	4	0	1
6	S3	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
7	S4	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
8	S5	4	4	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0
9	S6	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
10	S7	4	4	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

また、関係のある利用者同士がどこで知り合ったか、及びコミュニティスペースを通じて生まれた新たな繋がりについて把握するため、「関係性の種類別」のつながり数を集計シグラフ化することとした。

(1) ソシオグラムの特徴について

本研究で作成・分析を行うソシオグラムは、調査対象者(a)の内、運営スタッフ、及び運営スタッフとつながりのある人物(n)が有するネットワークのみを表示したものである。

エッジの色はそれぞれ、4の関係性は赤、3の関係性はマゼンダ、2の関係性は黄緑、1の関係性は青として色分けを行った。ノードは、赤がスタッフ、青が利用者となっている。また、このソシオグラムは、調査対象者(a)の内、運営スタッフ、及び運営スタッフとつながりのある人物(n)が有するネットワークのみを表示したものである。

a) 対象地Ⅰにおけるソシオグラム

対象地Ⅰでは、まちの地域活動の発信場所となっている「まちまど」のスタッフが利用者として足を運んでいるため、まちまどスタッフの繋がりでのネットワークが見受けられたが、クラスターはあまり見受けられなかった(図-4)。まちまどは、設立以前から対象地が設立されることを知っていたため設立当時からスタッフとまちまどには関係性があり、互いを知っていた(図-5)。主に、子供を介して会話が生まれる場面や、店主がセレクトしたこだわりの商品を通して店主と利用者に会話が生まれている様子が見受けられた。

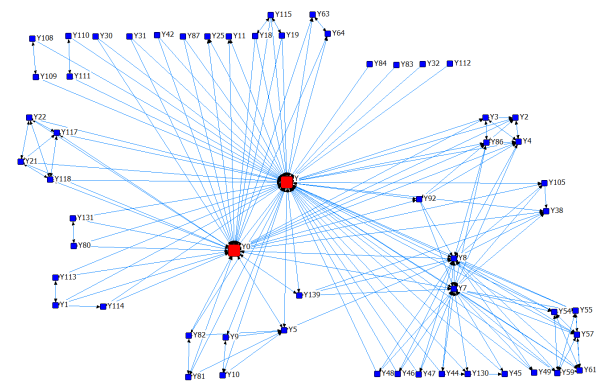


図-4 対象地Ⅰにおけるソシオグラム (n=57/a=139)

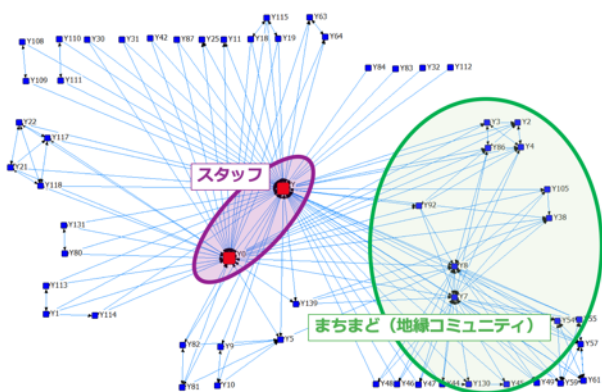


図-5 対象地Ⅰのソシオグラムにおけるコミュニティの構成

b) 対象地Ⅱにおけるソシオグラム

対象地Ⅱでは、小規模なクラスターがいくつかみられた(図-6)。設立当初は、店主1人の状態であったが、店主の身内や、店主が以前からつながりのあった地域住民への声かけなどから、スタッフ、こども食堂のメンバーなどとコミュニティが広がっていった。

イベントが多く開催されているため、イベントの出展者や、出演者がハブとなり、小規模なコミュニティが形成されていると考えられる(図-7)。

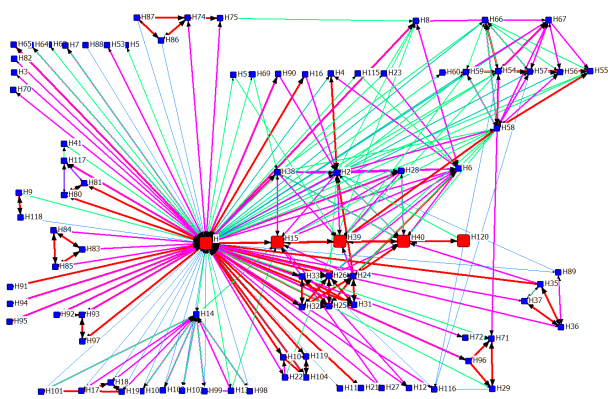


図-6 対象地Ⅱにおけるソシオグラム (n=89/a=120)

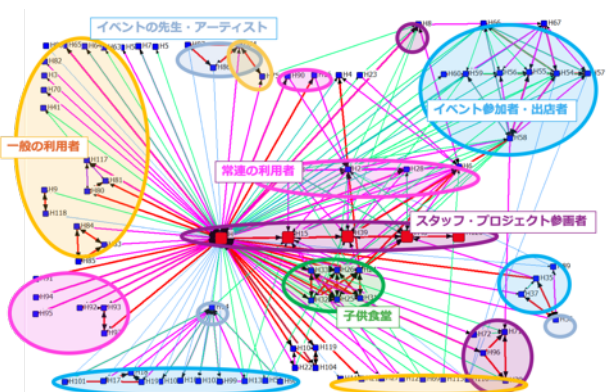


図-7 対象地Ⅱのソシオグラムにおけるコミュニティの構成

また、コミュニケーション能力の高い利用者が多く、ハブとなる役割を果たす人物が利用者の中に多く存在し

た。壁に展示された店主が好きな絵画から会話が生まれる場面や、店先の古着や雑貨を通して会話が生まれる場面などが見受けられたが、店主の意向によって食事をしながら会話をすることを介して会話が生まれる場面が多くみられた。店主は利用者をほぼ全員知っており、店主の知人を介して会話が生まれる場面も見られた。

c) 対象地Ⅲにおけるソシオグラム

対象地Ⅲではスタッフから派生して複数のハブが存在しており、小規模なクラスターから大規模なクラスターまで複数存在することが確認できた(図-8)。

平成26年に開設された商店街内に位置するコミュニティカフェ「ほっとさこんやま」に承諾得る形で対象地Ⅲは開設に至っているため、設立当初はSTGKと商店街のコミュニティはつながりを持っていた。そこから、通常営業時でのスタッフを介しての会話でこのような網目状のつながりがうみだされたと推測される。

スタッフの声かけを介して会話が生まれる場面が多く見られ、利用者全員がハブとなっている様子がみられる(図-9)。

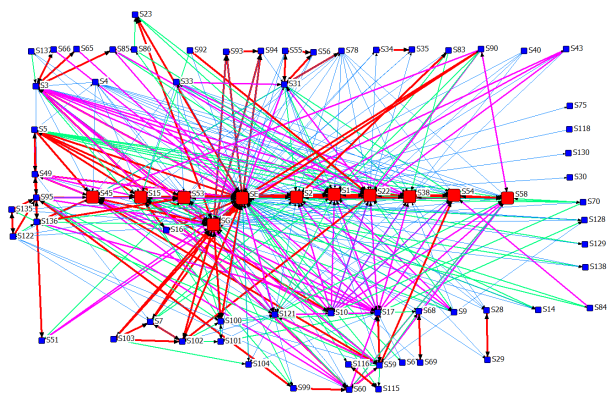


図-8 対象地Ⅲにおけるソシオグラム (n=71/a=138)

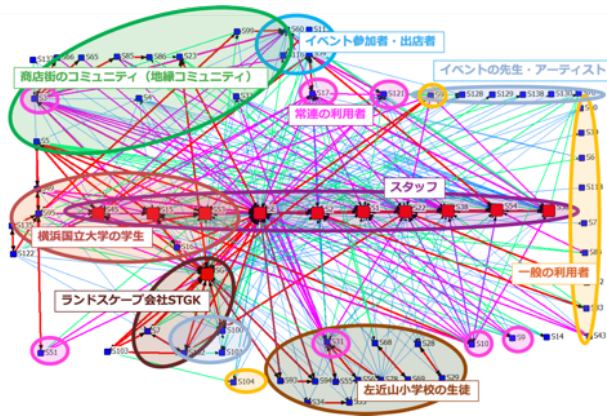


図-9 対象地Ⅲのソシオグラムにおけるコミュニティの構成

(2) 関係性の種類について

関係性の種類に関しては、元からの知人、通常営業時

に知り合った、イベント・WS時に知り合った、家族・身内、同じ職場での付き合い、という種類別に集計を行った(図-10)。対象地Ⅰでは「元からの知人」、対象地Ⅱでは「イベント・WS時に知り合った人」、対象地Ⅲでは「通常営業時に知り合った人」が特に多く存在することが分かった。

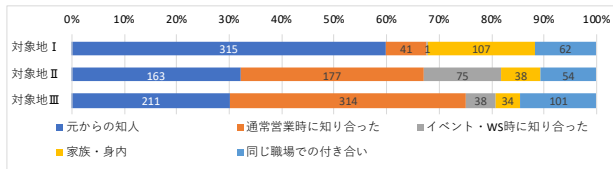


図-10 各対象地における関係性の種類別割合

対象地Ⅰに関しては、キーパーソンである店主との個人的なつながりから来店する客も多いことから、「元からの知人」が最も多い結果となったものと考えられる。

対象地Ⅱに関しては、店主が、食事を介して会話することに重きをおいているため「通常営業時に知り合った」が最も多いと考えられる。

カルチャー教室は元々地域のレンタルスペースや自身の家で行っていた教室が多く、元からの知人で構成されている部分が多いが、教室終わりに一階のカフェスペースにてランチを食べる、夕方頃にお茶をして帰宅するなどの行為が見られ、そこでコミュニケーション能力の高いカフェ利用者との会話が生まれる様子も見られた。さらに特徴としては、他の対象地と比べて「イベント・WS時に知り合った」が最も多い結果となった。

対象地Ⅲに関しては、「通常営業時に知り合った」が最も多い結果となり、店主及びスタッフが通常営業時の会話からうまれるつながりを大切にしていることが考えられる。

(3) 主な構成要素によるソシオグラムの特徴の違い

対象地Ⅰのように、関係性の種類のうち「元からの知人」が多い場合には主に、キーパーソンのみがハブとなるような傾向が見られる(図-11)。利用者とキーパーソンが単独でつながりを持つようなダイアグラムが形成されている。

一方、対象地Ⅱのように、「イベント・WS時に知り合った」が多い場合には主に、イベント出展者、出演者がハブとなるような傾向が見られる(図-12)。小規模なコミュニティが各々で形成されている。

また、対象地Ⅲのように「通常営業時に知り合った」が多い場合には、スタッフから派生するような形で、利用者全員がハブとなるような傾向がみられる(図-13)。網目状に入り組んだダイアグラムが作成されている。

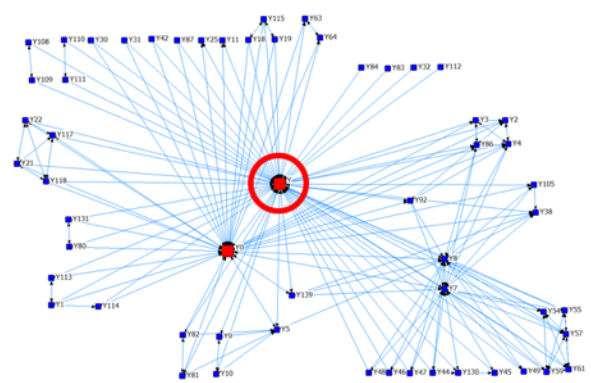


図-11 「元からの知人」によるつながり(対象地Ⅰ)

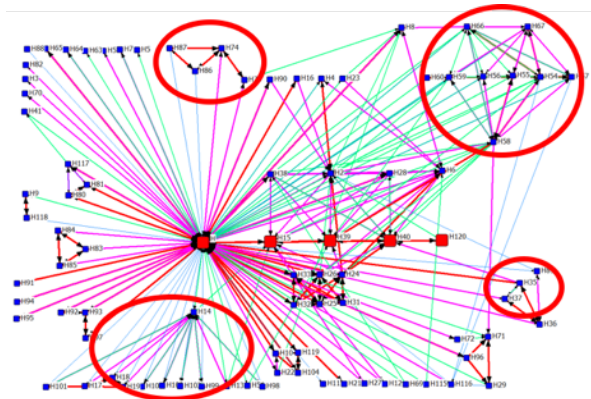


図-12 「イベント・WS時に知り合った」つながり(対象地Ⅱ)

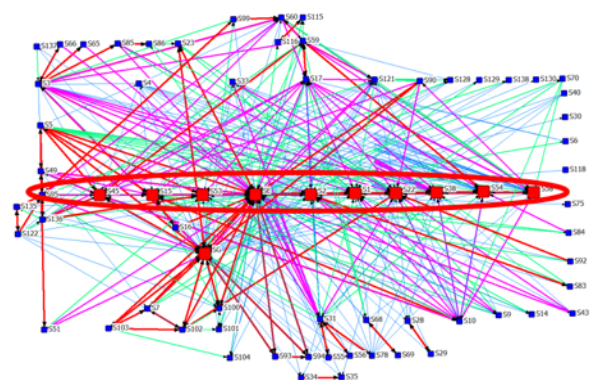


図-13 「通常営業時に知り合った」つながり(対象地Ⅲ)

5. まとめ・考察

設立当初は、店主やキーパーソンが所属しているコミュニティが核となり、つながりを形成する場面が多く見られるが、運営を進めていく中で、スペースの中心人物となる店主が考えるその場のコンセプトによって利用者へのもてなしが変化することで、コミュニティスペースに多様な役割が生まれ、利用者の目的意識、及び、つながりがうまれるまれるきっかけが変化することがわかった。団地内にコミュニティスペースを作る際には、店主が考える場づくりが重要となることが考えられる。また、調査を進める中で、コミュニティスペースが立地する場

所が利用者層を左右する大きな要因であることも、併せてわかってきた。

(1) 団地内のコミュニティスペースにおける役割

少子高齢化がますます進む団地においては、団地の垣根を超えたコミュニティ形成、及び担い手となる若い世代を巻き込んだコミュニティづくりが求められている。そのため、高齢者の居場所としての役割の他に、親や子供に対する教育の場としての役割、地域の見守りという観点での役割など、それぞれ多様な役割が存在するが、その中でも、団地及びまちの紹介をする役割を果たす場であること、世代を跨いだ交流がうまれる場であることが、団地内のコミュニティスペース運営において重要なのではないかと考えられる。

a) 団地及びまちの魅力を紹介をする役割

コミュニティスペースやコミュニティカフェは様々な場所に位置しているが、団地内のコミュニティスペースならではの特徴としては、企業や学生にとっての学びの場としての役割や、地域や団地について紹介する役割が存在することである。

特に地域や団地について紹介する役割は、主に対象地Ⅲにおいて見受けられた。コミュニティスペース内での活動を知ってもらうためにイベントや催しについてのスケジュールが書かれたチラシを配布することに加え、団地を回遊するきっかけとなる「散歩マップ」の配布、団地住民の利用者には、左近山団地の好きな場所でプロの写真家に無料で写真撮影をしてもらうことができる「左近山とわたし」への参加を促す声かけなど、コミュニティスペース内での活動の紹介を交えながら、利用者各々に合ったまち及び団地の紹介をスタッフ達が積極的に行っていた。

そのような働きかけを行うことで、コミュニティスペースそのものを知ってもらうだけでなく、まちや団地の魅力や価値の理解につながるのではないかと考えられる。

b) 世代を跨いだ交流がうまれる場

世代を跨いだ交流ができる場づくり、あるいは、コンテンツが存在することによって、団地住民の多くを占める高齢者にとっては、それが楽しみとなり、生きがいにつながる事が考えられる。若年層にとっては他世代と会話したことが「まちでの体験」として記憶されることや、まちを知る学びの機会となる。よって、これからのまちづくりにおける担い手の育成の場にもなりうる。

世代を問わないコンテンツとしては、音楽を通したイベントや催しなどが主流であるが、主に利用者が発起人となっていることや、定期的にその催しが行われている

こと、その都度参加者を募り、尚且つ自由参加であることが重要なのではないかと考えられる。

また、スタッフが多く在籍していることで、つながり方に多様性がうみだされることがわかった。つながり方に関しては、関係性を利用者各々が選べる場づくりが重要であることが推測される。

(2) コミュニティスペースの立地について

様々な調査を行ったが、場所・立地条件によって利用者の属性が変わるため、必ずしも、団地住民が多く集う場所となるわけではない。ターゲットは主に、コミュニティスペースを中心とした地域住民であり、団地住民のみに向けられた場ではないが、コミュニティの希薄化が進んでいる団地に住む人々をコミュニティの輪に巻き込んでいくことは今後の団地において非常に重要となることが考えられる。

本研究でケーススタディを行った対象地Ⅰは集会所と隣接する形で位置し、対象地Ⅱ、Ⅲは団地の商店街の一角に位置していた。

「地域に以前から存在する既存の建物を利用することは、地域とのつながりの上で交流の場を運営していくための重要な条件となること」や、「商店街の立地が立ち寄りやすさをうながす要因の一つである」と指摘されているが6)、その商店街の空間構成や店舗構成、及び商店街における施設の立地などによって商店街を通行する歩行者の属性が変化するものと考えられ、その場を利用するきっかけの一つとなる、「前を通りすぎる」という行為の生まれやすさに影響を与えるものと考えられる。

団地再生の取り組みに対して効果的なコミュニティスペースを作る際には、その場所の前を誰が通るのか、対象者が前を通りすぎられる状態にあり、用意にアクセスできる立地にあるかが極めて重要となることが推測される。

(3) 今後の展望

調査を行う中で、コミュニティスペースの立地条件によって利用者数、利用者の属性が変化することがわかった。しかし、本研究では、団地内における立地や施設周辺を含めた空間構成については詳しく触れていない。そして、団地外に存在するコミュニティスペースやコミュニティカフェとの比較も十分には行っていない。また、緊急事態宣言終了直後に調査を行った対象地が存在したことや、コロナ禍であった為に行われなかったイベントや催しも存在した。

よって、これらを加味した分析をすることによってさらに団地内ならではのコミュニティスペースの場づくりが鮮明に明らかになるのではないかと考えられる。

謝辞

長時間に及ぶヒアリングにご協力いただいた「神奈川県住宅供給公社様」「一般社団法人renet結様」「NPO法人さくら茶屋にししば様」「コミュニティオフィス&ダイニング春様」また、長きにわたるアンケート調査並びにヒアリング調査にご協力いただいた、「よっしーのお芋屋さん」「ひばりカフェ」「左近山アトリエ131110」の店主様・スタッフの皆様、そして、周辺地域の皆様、商店街の皆様、アンケート調査に応じていただきました、利用者の皆様に、心より感謝の意を表します。

参考文献

- 1) 吉川徹：団地の高齢化と老朽化をどう考えるか，2010
- 2) 幸松孝太郎ほか：郊外ニュータウンにおけるまちづくりの主体に関する研究 -宝塚市と名張市を事例に-，2009
- 3) 高橋正也ほか：社会ネットワーク分析による農村集落の今後を担うリーダーの構造，2009
- 4) 後藤智恵子ほか：岩手県陸前高田市「りくカフェ」における住民主体の介護予防事業の意義 -被災地のコミュニティスペースの新しい展開-，2015
- 5) 田中康裕：コミュニティ・カフェにおける「開かれ」に関する考察 -主（あるじ）の発言の分析を通して-，2007
- 6) 辻真菜美ほか：事例に見る交流の場の立地・設え・もてなしの状況 -地域住民が主体的に設置・運営する交流の場に関する研究 その2-，2005年