コミュニティスペースの運営が地域の繋がりに与える影響に関する研究

21-3A190　中山 未貴
指導教員：西村 亮彦

既成市街地の一般住宅地では，働き方の変化や生活様式の多様化に伴い，近隣住民同士が交流する機会が減少し，地域コミュニティの希薄化が進んでいる．コミュニティスペースの運営については，地域の特性を理解した上で，地域の課題解決に効果的なイベントの開催や，日常利用を通じた利用者間の交流促進が求められる．奥浅草にあるコミュニティスペース「SNAP」では，カフェやイベントの開催を通じた地域住民の交流の場となっている．本研究では，「SNAP」を対象にコミュニティスペースを運営するスタッフや施設の利用者を対象としたアンケートを通じて，利用者間の繋がりを明らかにすることで，コミュニティスペースの運営が地域の繋がりに与える影響について考察する．

キーワード：コミュニティスペース，社会ネットワーク，地域の繋がり

１．はじめに

⑴ 研究の背景と目的

既成市街地の一般住宅地では，働き方の変化や生活様式の多様化に伴い，近隣住民同士が交流する機会が減少し，地域コミュニティの希薄化が進んでいる．

近年，このような課題を解決するべく，地域住民の交流促進を目的としたコミュニティスペースの設置・運営が，全国各地で取り組まれてきた．コミュニティスペースの運営については，地域住民の特性を把握した上で，地域の課題解決に効果的なイベントの開催や，日常利用を通じた利用者間の交流促進が求められる．

東京都台東区は，上野や浅草等，日本の中でも有数な観光地であるが，台東区奥浅草は，アパレル企業や様々なメーカーに革を卸している会社が多い一方，最寄り駅から離れている等交通不便の影響で，観光客が多く見られない地域である．また，シャッター街や潰れてしまった商店街があり，閑散としている．奥浅草にあるコミュニティスペース「SNAP」では，カフェやイベントの開催を通じた地域住民の交流の場となっており，奥浅草地域にとって不可欠な存在となっている．

本研究では，奥浅草におけるコミュニティスペース「SNAP」について，①地域の特性を把握するとともに，②施設の運営方法や活動内容を把握した上で，③施設利用者の利用実態を通じて，④利用者間の繋がりを明らかにすることで，⑤コミュニティスペースの運営が地域の繋がりに与える影響を明らかにする．

⑵ 研究の対象と方法

都内近郊におけるコミュニティスペースの事例を収集した上で，日常的な場づくりに加えて，イベント等の活動を積極的に行っている事例を抽出した．その中から，現地調査及び運営スタッフに対するヒアリングを実施し，住宅街に立地する複合施設「SNAP」を対象として選定した．

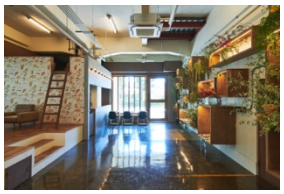

写真-1・2 SNAP(左：外観，右：内観)

表-1 対象地の概要

対象地	奥浅草地域
コミュニティスペース名称	SNAP
居住形態	複合施設
所在地	東京都台東区
オープン	2022年9月

⑶ 研究の方法

1章：はじめに（研究の背景と目的，対象地の概要）
2章：運営者ヒアリング（施設の運営方法や活動内容，運営上の課題等を把握）
3章：出展者アンケート（出展に至った経緯，施設でのイベント開催を通して得られた成果等を把握）
4章：利用者アンケート（施設の利用実態及び利用者間の交流関係を把握）
5章：人間関係の分析（施設利用者間の繋がりを分析）
6章：まとめ・考察

⑷ 研究の位置づけ

アンケート調査を通じて交流センターの利用実態を明らかにした熊澤ら[1)]や，コミュニティスペースの運営に関する社会実験を通じて地域住民の意識を調査した和田ら[2)]等，施設利用の実態や利用者の地域課題等に対する意識を分析した研究は少なくない．しかしなが

ら，コミュニティスペースの運営方法と利用者間の交流の関係に着目した研究は，殆ど見当たらない．

本研究では，上岡ら[3]の調査・分析手法に倣いながら，団地ではなく一般住宅地におけるコミュニティスペースを対象に，コミュニティスペースの運営が地域の繋がりに与える影響を読み解くことを試みる．

(5) コミュニティスペースの概要

令和6年4月，12月の計2回にわたり，コミュニティスペースの運営スタッフに対するヒアリング調査を実施した．

令和 4 年 9 月，東京都台東区今戸に地域交流拠点「SNAP」がオープンした．SNAP の運営に携わっている株式会社クオーターバック(以下クオーターバック)は，以前はオフィスを千代田区飯田橋の駅ビル内に構えていたが，クオーターバックのブランドコンセプトである「つながりのデザイン」を体現するために，オフィス移転プロジェクトが始動した．オフィス移転に伴い，1階に面していること，つながりが生まれるようなオフィスであること，倉庫の跡地であること，下町エリアであること等の条件を掲げ，現在の場所が選定された．

SNAPは，クオーターバックのオフィスエリアとリビング，奥浅草の交流拠点となるコネクトエリアから構成されている．コネクトエリアでは，入り口から見て右側に期間限定の飲食店や施設内で飲食可能なイートスペース(**写真-3**)，左側には奥浅草にあるお店の商品販売やパンフレット設置のための棚(**写真-4**)が設置されている．奥浅草の交流拠点として，持ち込み企画やワークショップ等の様々なイベントを開催することで，新しいつながりが生まれるとともに，既存のつながりが深まる空間となっている．

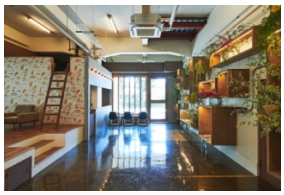

写真-3・4 SNAP内観(左：イートスペース，右：棚)

2．運営者アンケート

施設の運営方法や活動内容，運営上の課題等を把握するため，令和 6 年 12 月に，SNAP の運営スタッフ 5 名(A，B，C，D，E)にヒアリング調査を実施した．ヒアリング調査では，(1)及び(2)は，SNAP の運営に係る業務上の取り組みに関する質問項目，(3)から(6)は，SNAP の運営にあたり，工夫や苦労していることに関する質問項目とした．以下，紙面の都合上，代表的な回答のみを記載し，該当する回答者の名前を括弧書きで記している．

(1) SNAPの運営に係る担当業務の内容

A は業務として，カフェテナントとの月 1 回の面談，SNS 運用，連絡対応，週次の社内定例ミーティングを行っている．また，各種イベントの対応も行っている(A，E 共通)．B は業務として，イベントスケジュール管理を行っている．C は業務として，SNAP 内の施設の改善・修繕・設備管理を行っている．また，イートスペースのテナント誘致関連業務も行っている(C，D 共通)．

(2) SNAPの運営全般

SNAP の「日常的な営業･取り組み」に係る業務上の取り組みにとして，SNS を通じて，カフェテナントとの日々のコミュニケーションを取っている(A)．また，施設やビル周辺の清掃，整理整頓を心がけている(C)．

SNAPの「イベント」に係る業務上の取り組みとして，イベントを行いたいと要望があった際，SNAPの軸に適しているかの判断を部門内で行い，実施の際には企画補助から運営，SNS での告知やポスターの出力から掲示，社内へのアナウンス等を行う．自社企画の場合は企画から運営まで全てを社内で担っている(A)．イベントの日時調整や主催者との連絡，事前準備，請求業務も行っている(D)．また，イベント当日は設営撤去の立ち会いや運営補助等を行っている(E)．

(3) 周辺の施設・店舗との情報共有・連携

SNAPが入っているビルのオーナーとは密にコミュニケーションを取るようにし，電話等で新規イベントの知らせや相談等を連絡することで，一緒に運営をするような目線で応援してくれていると感じている(A)．また，イベントを通して関係性を構築し，継続的に交流ができる場合は，SNS 等を通してやりとりをしている(D)．

(4) イベントの企画・スケジューリング

イベントの企画について，SNAPのコンセプトに沿って企画できるよう，持ち込み企画や自社企画の際に心がけている(A)．

イベントのスケジューリングについて，イベントによって異なるが，スタッフの負担を低減するとともに社内の部門外メンバーの関わりをより活発にするためにも，最近では 21 時終了 22 時完全撤収ができるように工夫している(A)．課題としては，イベントやカフェ，社内施設利用の調整が難しいという意見が挙がった(C)．

(5) 地域住民との関係づくり

喫煙，騒音に関して，夜間のイベントの際は注意喚起のポスターを掲示している(A，D)．また，イベントを開催していただいた方に，柱をペインティングしてもらったり，看板を描いてもらったりすることで，SNAPへの関与の度合いを高めてもらうことを狙っている(E)．

(6) SNAP の運営を通じて得られた成果・課題・展望

得られた成果としては，自主企画イベントで出店者も参加者も喜んでいる姿を目にした時は，とても良か

ったなと達成感を感じる(A)．また，SNAP の運営を通じて，様々な方とのつながりができた(B，C，E)．

課題として，SNAP の運営と通常の業務のバランス調整が難しいという意見が挙がった(A，C)．それを改善するために，運営スタッフを増量したり(B)，社内メンバーの運営に関する関心度を向上させる方法を探っていきたいと考えている(D，E)．

今後の展望として，運営側も無理することなく楽しんで運営していくことが，社内外共に人が集まる魅力的な場づくりに繋がると考えている(A)．また，SNAP でのルールの見直し，施設の使い方や見せ方の再検討を行い，改めて運営の土台作りを行いたいとしている(E)．

３．出展者アンケート

(1) 出展者アンケートの実施

SNAP における出展の経緯や成果を把握するため，出展者・イベント主催者に対するアンケート調査を行った．質問項目は，性別，年齢，職業，居住地域，SNAP を知ったきっかけ，SNAP の来訪頻度，SNAP でのイベント開催・出展/出店に至った経緯，SNAP でのイベント開催・出展/出店にあたり工夫した点，告知方法，イベント会場として SNAP の良かった点・改善点等を設定した．

(2) 出展者アンケートの結果

SNAP を知ったきっかけについて，回答者全員が「スタッフが知人」と回答した．イベント開催に至った経緯について，回答者全員がスタッフからの声かけを頂いたためであった．SNAP の来訪頻度について，回答者全員がイベント開催時以外に利用したことはなかった．しかし，住んでいる場所が SNAP から離れている方でも，運営スタッフの声かけにより，奥浅草で来場者とのつながりを持つことが可能である．

イベント開催にあたり工夫したことについて，事前準備やイベント当日に話す内容，来場者とのコミュニケーションを意識していることがわかった．また，それらを意識することで，実際に来場者から反応やお声がけを頂き，自分と類似する活動をしている方とつながることができたという回答を得られた．

イベント会場として SNAP の良かった点について，落ち着ける空間や雰囲気があり，いるだけで楽しかったという回答が得られた．一方で，来場者が長時間立った状態だったため，辛そうだったという回答が得られた．居心地の良さや施設のデザイン・雰囲気に関して好評であったが，イベントによってはイスの設置など来場者への配慮が必要だと考える．

４．利用者アンケート

(1) 利用者アンケートの実施

SNAP の利用実態や利用者間の交流関係を把握するため，SNAP を利用したことがある方（過去に SNAP で開催されたイベントに参加したことがある方，クオーターバックの社員を含む）に対するアンケート調査を行った．質問項目は，性別，年齢，職業，居住形態，居住地域，SNAP の利用目的，誰と利用・来訪したことがあるか，SNAP を知ったきっかけ，SNAP を利用する理由，来訪頻度，イベント参加の有無，イベントの企画・運営に携わったことがあるか等を設定した．

(2) 利用者アンケート調査結果

利用者の年齢に関しては，半数以上が 40 代であることがわかった(図-1)．

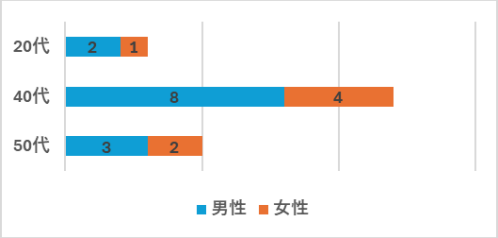

図-1 年代別の性別及び人数

居住地域に関しては，約 8 割の方が，都内に住んでおり，社員を除く 7 名の方が，SNAP と同じエリアである「台東区」に住んでいるという結果となった．利用目的に関しては，クオーターバックの社員全員が「仕事(リモートワーク)」という結果に対し，社員ではない利用者は，約 7 割が「スタッフに会いに」と回答した(図-2)．また，SNAP を知ったきっかけに関して，利用目的と同様，社員を除く利用者の約 7 割が「スタッフが知人」と回答した(図-3)．

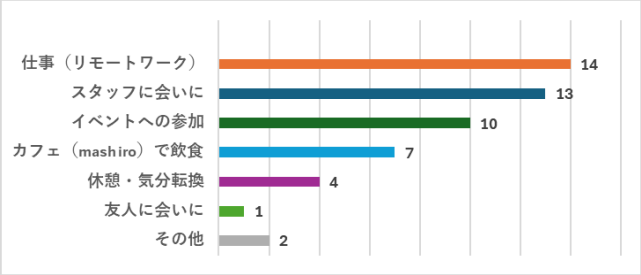

図-2 SNAP の利用目的(複数回答)

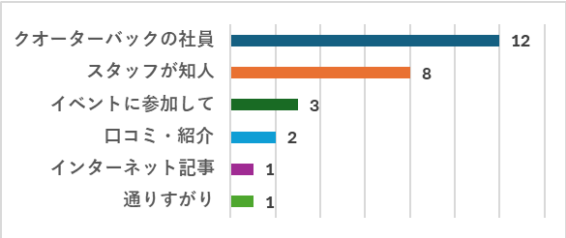

図-3 SNAP を知ったきっかけ(複数回答)

SNAP を利用する理由に関しては，多くの利用者が「居心地の良さ」「施設のデザイン・雰囲気」と複数回答された(図-4)．また，社員でない利用者に関しては，約半数が「スタッフの人柄」と回答した．居心地の良さや SNAP の雰囲気だけでなく，スタッフの人柄の良さによって利用する方が多い傾向にあった．

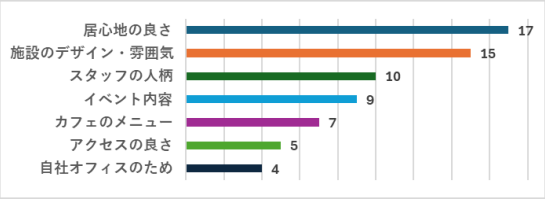

図-4 SNAP を利用する理由(複数回答)

回答者全員が，SNAP で開催されたイベントに参加したことがあると回答した．また，参加したことがあるイベントに関しては，数日間にかけて開催されたイベント(エーラウンド，産業フェア)に参加している方が多いという結果になった(図-5)．さらに，SNAP で開催されたイベントの企画・運営に携わったことがあると約 8 割の方が回答した．企画・運営に携わったことがあるイベントに関しては，参加したことがあるイベント同様に，数日間にかけて開催されたイベントに携わったことがある方が多いという結果になった(図-6)．参加人数に制限がなく，数日間にかけて開催されたイベントに多くの方が参加し，運営に携わっている傾向にあると考えられる．

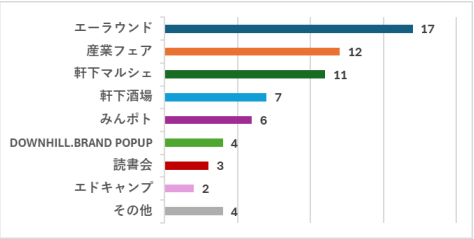

図-5 参加したことがあるイベント

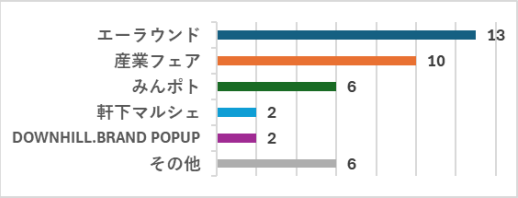

図-6 企画・運営に携わったことがあるイベント

5．人間関係の分析

(1) 分析の方法

SNAP の利用者及び出展者について，SNAP を取り巻く交流関係を把握するため，3 章及び 4 章でのアンケート調査と併せて，「通常営業時に知り合った人」「元々の知り合い」「イベント・WS 参加時に知り合った人」の人数に関して，つながり方別に回答してもらった．

つながり方別の分類

A：SNAP 以外でも遊びに行く，プライベートな付き合いがある等

B：日常会話（世間話や雑談）に加えてプライベートな事柄を話し，よく長話をする等

C：日常会話を話す，イベント等で顔を合わせよく会話する等

D：会ったら挨拶をかわす等

表-2 SNAPを通して知り合った方の平均人数

	回答者数	平均人数			
		A	B	C	D
○通常営業時にお店で知り合った人	21	0.5	1.8	4.4	10.1
○元々の知り合い	21	2.7	3.0	6.5	7.8
○イベント・WS 参加時に知り合った人	25	0.1	0.5	1.8	2.4
・軒下酒場	9	0.2	1.1	2.2	2.0
・みんポト	3	0	1.0	1.7	3.7
・読書会	1	0	0	7.0	0
・おくあさヨガ	3	0	0	1.0	0
・フラワーワークショップ	2	0	0	1.0	0
・エーラウンド	3	0	0	2.3	5.0
・産業フェア	2	0	0	0	5.0
・エドキャンプ	1	0	0	0	3.0
・台東区100人	1	0	0	0	2.0

(緑：定期開催イベント，青：数日間かけて開催のイベント)

(2) 分析の結果

通常営業時や「軒下酒場」で知り合った人は，日常会話だけでなくプライベートな付き合いのある方がいることが分かった（表-2）．「軒下酒場」は地域企業の方や，地域の方が定期的に参加していることで，他のイベントとは異なった結果になったと考えられる．SNAP という場所を通して，多くの方が運営スタッフ含む社員の方や参加者同士で日常会話を楽しんでいる事が分かった．

6．まとめ・考察

運営について，SNAP のコンセプトに沿って企画できるよう運営スタッフ間で相談し，役割分担をしていた．また，イベントを開催してくれた人には柱をペインティングしてもらったり，看板を描いてもらったりすることで，SNAP との関わりシロを大きくしてもらう等，SNAP 特有の運営上の工夫が見られた．一方で，SNAP の運営と通常の業務のバランス調整が難しいという課題もみられた．

利用者について，利用目的は，居心地の良さや施設のデザイン・雰囲気等だけでなく，スタッフの人柄の良さや，スタッフに会いに SNAP を利用している方が多いことが分かった．また SNAP という場所を通して，通常営業時だけでなく，イベント開催時においても，プライベートな付き合いのある人がいることが分かった．

このことから，運営スタッフの人柄や運営上の工夫によって，地域の繋がりが生まれていると考察する．

参考文献

1) 熊澤 貴之，高田 大稀：まちなかの居心地のよい施設利用が地域生活行動に与える影響―冬季・平日の利用者を対象として―，デザイン学研究，65 巻 1 号，pp. 27-34，2018.

2) 和田 夏子，今井 ことみ：高齢者の多い郊外住宅地を支えるコミュニティスペース，都市住宅学，2015 巻，90 号，pp. 34-39，2015.

3) 上岡 沙弥香，西村 亮彦：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，景観・デザイン

4) 研究講演集，No. 18，pp. 390-397，2022.