# 市民空間の共同創造
# 東京祖師谷　ウルトラ街づくりプロジェクト

森　由里香

ハワイ大学マノア校

都市地域計画学部

2006 年3月

## はじめに

欧米経済へ追いつこうという世の中の強い流れのもと、日本における 1950 年代、60 年代の都市計画は、他のアジアの地域にも見られるように、経済的な効率に注力することで産業用地の利用を最優先させ、住みやすさや環境を危険に晒してきた。トップダウンな計画の結果生じた様々な社会の負の側面に対応するため、1960 年代や 70 年代にはそれらに対する批判の声を挙げる市民運動が見られるようになってきた。その運動はその後、都市計画政策や建築基準の見直しへとつながり、新しい地域計画政策が制定されるようになり、これは生活環境の質に敏感に対応できる地方分権型の計画へ移行する兆候であった。(参考文献：Gifu, 1999: 1)　しかし、同じ頃普及してきた企業経済が、社会関係の商業化あるいはグローバルなフランチャイズが急速に都市へと浸透するという形で市民社会に大きく影響を与えるようになってきた。 (参考文献：Douglass, 2007: 3)　市民社会の出現とグローバルな企業資本主義との間のこのような矛盾は、それぞれの社会に、その歴史や文化あるいは統治のされ方によって違った形で影響を与えている。(参考文献：Douglass, 2007: 1)

この論文の目的は、東京の祖師谷という市民社会または地域が、どのようにグローバル化の影響に対応し、近所の商店街に市民空間を共創したかを調査することである。この論文では、私は祖師谷大蔵商店街のまちづくりプロジェクトを一つの事例研究として調べ、このプロジェクトへ影響を与えた外的および内的要因を分析する。日本では、一般道沿いに地元の小さな店が立ち並んでいる近所の商店街というのは活気のある社会生活を提供する場であり、市民空間の一つと認識されてきた。(参考文献：Douglass, Ho, and Ooi, 2002: 4)　そこには、市民空間は、市民が多様化した、快適な環境を持続させることのできる生活をおくるための交流、相互理解、つながりをもつ機会を創るのに不可欠であるということが前提にある。この論文の最初の章では、日本での市民空間について語るのに不可欠な、まちづくりの概念について議論する。第２章では、祖師谷の歴史や人口について述べ、あわせて地域住民が直面する問題点などについても述べる。第 3 章では、地域参加型の市民空間計画として、ウルトラまちづくりプロジェクトについて調査し、第 4 章ではこのプロジェクトで行われたプロセスについて、地域住民が市民空間を共創する手助けとな

る方策とも関連させながら述べる。最後に、地元行政と協力しながら生活空間を共創していくという過程を通して市民社会に認知されるようになる、市民空間の有用性について議論する。

## 第一章：市民空間を共創する方法としての街づくり

市民空間は「出身や生い立ちの異なる人々が行政や産業、その他の私的興味によるコントロールや、一つのグループによる他のグループの事実上の支配なく、交流できる空間」と定義される。(参考文献：Douglass, Ho, and Ooi, 2002: 2)　したがって、市民空間の特徴は以下のように説明される：「共有するつながりの感覚；快適な物理的、社会的、文化的環境；議論や対話を引きつける社会的ネットワーク；そしてより大きな公共のネットワークやビジョンを形作る可能性」　同様に、パットナム(2003)は市民空間を、「社会的協力、問題解決、社会資本形成の実行を産出、再生するための空間」として定義している。(参考文献：Douglass, 2007: 3 に引用)　これらの定義は、日本における市民空間についての議論を導いていく良い枠組みを与える。ここで、市民空間は人間の暮らしが生活の文化的、経済的、政治的側面にとってよい社会的関係を持続する上で不可欠な要素であることに言及することは重要である。

前章で述べたように、市民空間共創の原動力は、地元文化、歴史、統治などから影響される。日本の場合、文字通り「タウンメイキング」を意味するまちづくりという言葉は、それまでのトップダウンな都市計画のパラダイムに対して、生活の居心地や質を求めていく過程の中で、1980 年代頃作られた。(参考文献：Gifu, 1999: 1; Evans, 2002: 444)　まちづくりという言葉は、欧米で使われるコミュニティプランニングと同意であり、また生活環境のソフト、ハードの両側面を増進する包括的な計画をも意味する。(参考文献：Sato, 1999: 13)　この言葉は、最近になって行政機関、市民団体、企業によって広く使われるようになってきており、地方分権の一形態、あるいは地域を語る上で最も重要なキーワードとして見なされている。(参考文献：Evans, 2002: 444)　都市計画用語辞典には、この言葉は以下のように定義されている：

地元行政と共に働き協力する地元住民が、自分が暮らし、日々の生活を行う場所を、魅力的で、楽しく、地域に適したものにする様々な活動をさす。(参考文献：都市計画用語研究会 1998、Evans, 2002: 410 に中で引用)

この定義は、市民社会が、自分たちのための快適で適切な市民空間を創るため、地元行政と共に働き、平等に力をもつ計画参加者であることを示唆する。私は、まちづくりという概念と市民空間の創造は密接に関連しあうアイディアでありプロセスと考える。というのは、どちらの概念も行政と住民に関係して存在する市民社会による発案あるいは考えだからである。それでは、祖師谷という都会都市の市民空間を共創するためにまちづくりがどのように行われるかについてみて見よう。

## 第二章：祖師谷からの証言

*地域*

東京の郊外に位置する祖師谷は、人口 45,000、面積 58 $km^2$ の住宅都市で世田谷区の 27 地域の一つである。つながりの浅い、深いはそれぞれだが、それぞれの地域には、いくつもの自治会、町内会と呼ばれる自発的な近所集団がある。祖師谷では、近所集団への平均的な参加率は 60 パーセントであり、会費は月 200 円から 300 円である。

図 1：祖師谷の位置

1950 年代の急速な経済成長と都市化によって、この町は主に田んぼや畑をもつ農家から住宅や大企業の社宅、それに伴う学校や娯楽施設へと変った。元々の住民の目から見ると、祖師谷は人口が増え、地域の交流する場所が減り、活力が失われてきた。地域での交流や団結の必要性を感じ取り、1997 年から地元自治会が、住民、商店、企業、地元行政の協力のもと、祖師谷ふるさと祭りの組織を開始した。

祖師谷の人口は、全国の傾向と同様、高齢化が進み、約 20%の住民が 65 歳以上である。この地区は、急速な住居増加により道路が狭く、交通利便性の悪い地区に挙げられて

いる。主な移動手段は徒歩か自転車であるため、高齢者にとっては買い物に行ったり、友人に会うために町へ出ることがさらに難しい。町へのアクセスのしやすさは、彼らの社会生活にとって重要である。2005 年 12 月 19 日、6,000 人の地元住民の強い要望と請願の結果、祖師谷大蔵駅や商店街を通り、町を循環するミニバスが地域に登場した。毎日、6,000 人以上がバスを利用し、その半分以上が 65 歳以上の高齢者である。

図 2：コミュニティミニバス

*商店街*

祖師谷の商店街は小田急線とその祖師谷大蔵駅が 1920 年代に創設されて以来発展した。1950 年代には祖師谷団地（駅の北 1.5 キロメートル）と大蔵団地（駅の南約 2.0 キロメートル）が建設され、近隣の商店街は長くなった。現在は、駅の周辺には 3 つの商店街があり、それぞれ商店街振興組合が設立され、総延長 5 キロメートルの東京の中でも著名な商店街の一つである。

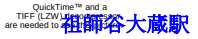


図３：祖師ケ谷大蔵駅周辺商店街地図

住民の高齢化は地元商店での消費にも影響し、近隣商店の売上は減 少している。加えて、店主の高齢化は後継者の不足によって、多くの商店が活力を失い、チェーン店に置き換わっている。さらに、スーパーマーケットやフランチャイズ・ストアの進出によって、小さな生鮮食料品店は商売の継続が困難になっている。祖師谷大蔵駅の改築によって、駅の近くに 10 階建てのビルが再開発され、古くからの地元商店は主に若者をターゲットとする大手のチェーン店に置き換わっている。企業経済は、伝統的な近所の生鮮食料品店に置き換わり、日常の社会交流や地域での出会いを置き換えている。(参考文献：Douglass, Ho, and Ooi, 2002)

現在、大規模なアパートや住宅開発プロジェクトが地域に集まり、バブル経済崩壊後の地価の下落とともに、より多くの農地が宅地へと転換されている。多くの人がアパートやマンションへ移り、住民の団結は弱くなっている。商店街では、古くからの住人と新

しい住人のための商店の区別が明らかになってきており、店主らの意思統一は、商店街協会内での従来の方法ではもはや得ることができなくなっている。(参考文献：Ultra, 2005)

*商店街協会が直面する懸念*

急速な都市化の結果、地元の人たちから見ても、多くの意見の相違や問題が明らかになっている。以下の記述は、地域の提案と地域住民のインタビューからの引用である。問題はハードとソフトの問題に分類される。

ハードウェアの問題

図 4：大通りの交通混雑

交通混雑：商店街には 6 メートル幅の道路一本しかない。歩行者や自転車、自動車が常時行き交う休日や夕方の交通は、慢性的な問題である。加えて、商品の陳列や道路標識、自転車駐輪場がないことが、交通渋滞に拍車を掛けている。

自転車の違法駐輪：駅には自転車の駐輪場が一ヶ所しかなく、道路には多くの違法駐輪がある。

新しい管理技術の欠如：新しい技術を使った商売方法が成長しているが、小さな商店の能力ではインフラが不足している。また、昔ながらの向かい合ったスタイルは、若い客が増加するのにともなって、例えば内装や展示、メニューなどを改善するといったような変革が求められている。

犯罪防止、災害管理：住地域内では、住居侵入や泥棒の発生率が増加している。また、関東地区での大地震の可能性を考えると、地域レベルで災害管理を強化しなければならない。

ソフトウェアの問題

地元外の店舗の進出：前章でも述べたように、地域ではスーパーマーケットやフランチャイズ・ストアが小さい商店に取って代わっている。

店主の高齢化と後継者不足：多くの商店が店を閉じ、店主が夢や意欲を持ち続けるための精神的なサポートが減り、彼らが心を共有できる友人やパートナーが減っている。
地域と店のつながりの欠如：最近の店主や新しい住民は別の地域で育ち、別の学校へ通ったため、地元地域内のつながりは弱くなっている。しかしながら、最近の商店街の状況は、地元地域メンバーとの結束がなければ解決できない。
商店街のリーダーシップの欠如：商店街にはリーダーになれる素質をもつメンバーはいるが、彼らが実際に活躍する機会がない。

## 第三章：ウルトラまちづくりプロジェクト

40 年以上の間、商店街組合のメンバーは、ウルトラマンの生みの親で、この地域に暮らし、以前のメインオフィスをもつ円谷英次氏と友人だった。（ウルトラマンは 40 年以上前から、子供だけでなく大人をも魅了する、夢と希望をもった日本の国民的ヒーローキャラクターである。）

QuickTime™ and a
TIFF (LZW) decompressor
are needed to see this picture.

図 5：ウルトラマン

たまに、その製作会社が、祖師谷ふるさと祭りや商店会のイベントでのウルトラマン握手会などといった地域活動で協力してきた。他方、近所のネットワークを強化するアイディアが災害管理の点から現れた。ウルトラマンのキャラクターを、コミュニケーションを活気付けるための地域の共通項として用いるというアイディアが、商店街の宣伝も兼ね検討された。このアイディアの実現は、地元店主や住民の熱心な希望であった。最終的に、ウルトラマンに協力を依頼するというアイディアは、2004 年に地元行政の広報担当者によって行動へ移された。地元行政と商店街組合はウルトラマンを、地域を再び活性化するためのキャラクターとして使うための交渉をし、製作会社は地域の利益のために使われる限りにおいては、キャラクターを無償で提供することに合意した。

図 6：ウルトラマン握手会

行政レベルでは、東京都は地域生活の繁栄には、近隣の商店街の協力を要することを認め、2004 年から地域参加型商店街モデルプロジェクトを開始した。このプロジェクトでは、選ばれた商店街組合が経済的、技術的支援を受け、地域住民、大学、企業、NPO と協力して、地域の環境的、社会的必要性のために商店街を再活性させる。（参考文献：Tokyo, 2005） 祖師谷大蔵駅周辺の 3 つの商店街組合が共同でこのプロジェクトに応募した。彼らは、2005 年のモデル商店街に選ばれ、地元行政は初年度の商店街プロジェクトのビジネス経費の 5 分の 4 を支援した。

このモデルプロジェクトに認定されるには地元地域の参加が要求されるため、商店街組合は 2005 年 2 月に「ウルトラまちづくりの会」を設立した。このプロジェクトの目的は、地域に暮らす、働く、あるいは訪れる人にとって安全で活気のある、魅力ある地域の実現であり、その地域から誕生した国民的ヒーローのウルトラマンを、地域参加を促すシンボルとした。(参考文献：Ultra, 2005） 商店街組合はその目的を達成するため、地域の多くの人と手を結んだ。会の実行委員長は、商店街の近くに位置する日本大学商学部長である。3 つの商店街組合長、日本大学事務局長、近隣の自治会長、円谷プロダクションの社長が理事会メンバーになった。協会には 43 人のメンバーがおり、うち 17 人は商店街組合から、残りは近隣の自治会（地域行事、災害管理、犯罪防止セミナーを共同で組織）、大学（プロジェクトの行事、地域の市場運営、新しい教育モデルの開発を共同で運営）、公立学校（防犯パトロールのボランティア、地域サービス、職場体験）、地域 NPO（街づくりやウルトラマン行事のノウハウを支援）、そして小田急バス・鉄道会社（清掃や不法駐輪自転車キャンペーンの協力やバス内での宣伝）からである。月に一度、円谷プロダクション、小田急鉄道・バス会社との会合が行われ、またまちづくりノウハウの地域勉強グループも行われる。図 7 にあるように、このプ

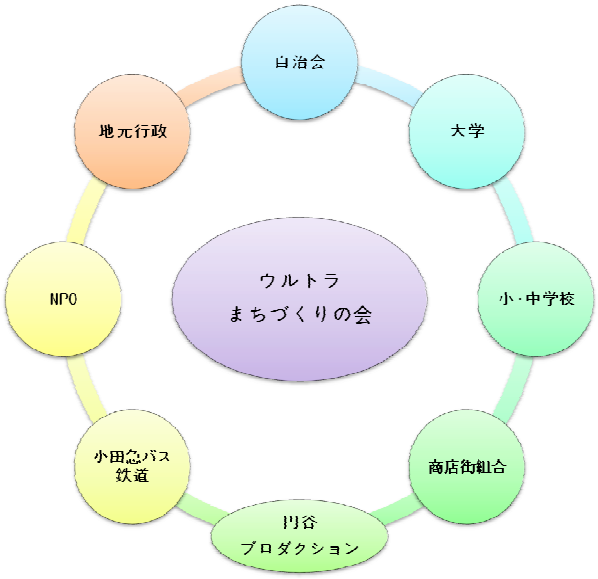


図 7：ウルトラまちづくりの会の協賛者

ロジェクトの主な関係者は、地元行政からの政治的、経済的支援をもとに協力して働く地域の協賛者である。

ウルトラマン商店街は 2005 年 4 月 3 日より公式に発足した。祖師谷大蔵駅周辺の 3 つの商店街は今、ウルトラマンの旗を、団結と「思いやりと正義」というアイデンティティをあらわすシンボルとして、ウルトラマン商店街と呼ばれている。ウルトラマン像は、地元のアイデンティティと理想のシンボルとして駅の正面に立っている。また、行事、パトロール、清掃、交通整理のために、ウルトラマンジャケットが作られた。450 以上の商店が組合に参加し、その数は地域の商店の 90 パーセント以上にあたる。会費は月額 3,500 円で、更なる参加と地域の連帯意識を促進するため、参加する商店にはウルトラマンのシールが付けられる。新規メンバーにとって、ウルトラマンは地域や商店街への容易な入口となる。ウルトラマンの使用はマスメディアで大げさに扱われる傾向にあるが、会は商店街の再活性の基本は地元地域にあると再確認している。(参考文献：Ultra, 2005) 商店街の会合や行事への住民の参加は、プロジェクトの成功を測る上で不可欠である。言い換えると、プロジェクトそのものを実行することは、商店街と住民がそれぞれの視点から地域のために考え、行動する機会である。商店街再活性化のプロセスは人々が互いの視点を理解し、地域が問題解決の方法を模索し、実行することを促す。

図 9：ウルトラマンの旗とアーチ

図 10：ウルトラマンの像

図 11：ウルトラマン商店街大通り

商店街の空き商店の対策として、東京都は 1 つの商店のスペースの賃貸料 3 年分の 3 分の 2 を援助している。ウルトラマン商店街では空き商店を 2005 年 10 月から地域マー

トとして利用し、地域に暮らし、働き、訪れる人々が出会う場として使われている。例えば、地域会合、災害管理ワークショップ、税理セミナー、フラワーアレンジメント教室および展示会、英会話教室、PC 教室、ヨガ教室、フリーマーケット、コメディーショー、ワールドカップ観戦などに使われている。現在は、商店街には空き商店はない。

2006 年 11 月 7 日に行われた第二回東京都商店街賞授賞式で、ウルトラマン商店街は「ウルトラまちづくりプロジェクト」に対して、優秀賞を受けとった。この賞では、商店街が市民空間を再活性するために地元地域と密接につながることが賞賛された。2006 年 12 月から 2007 年 2 月まで、日本大学の学生がウルトラまちづくりプロジェクトの評価を行い、その結果は近いうちに発表される。

## 第四章：成功に導くプロセスと人間関係

地元経済の活性は、グローバル化する企業経済の影響に直面している市民空間を維持し促進していく上で重要である。小さな地元商店からなる商店街は単に商店街再生の源であるだけでなく、地元地域を再活性化する源でもある。ウルトラマン商店街のとってきた対策や手段を分析すると、地元行政からの支持がこのプロジェクトの実現にとって不可欠であることがわかる。経済的、技術的支援や表彰は、地元行政が地域プロジェクトの再活性化を支持していくうえで提供できる政策の一例である。社会は、都市化された市民空間を維持し促進するために行政の援助を必要としている。同時に、市民も、地域で起こる様々な問題に対して対応できず、柔軟ではない行政を単に批判しているのではなく、責任感を持たなければならなくなる。市民空間を成功して作り出すのに最も不可欠なのは、地域住民の情熱と強い意志である。地域住民が結束し、地元行政とともに市民空間を共創するという希望を実現することに活力と努力を傾けることが必要である。このような地域住民のやる気と努力がなければ、市民空間は企業資本主義の力によって消滅を続けていくであろう。

この事例の研究から、市民空間を促進するために必要な要素が明らかになる。まず、地域が団結力と問題を解決するための勢いを持つことが必要である。近隣自治会へ参加す

る住民の割合は 60 パーセントであり、これは都市東京では高い方であると考えられる。祖師谷は、地元住民の交流を必要とする祭りを毎年行っている。2005 年の終わりには、ミニバスの提案にも成功し、それを通して地域が活性化し、住環境が改善された。分散する地域の住民には彼らを橋渡しする要素が必要である。この場合、近隣の自治会長が大学や、民間の団体、そして地元行政をつなぐ重要な役割を果たした。地域プロジェクトでは、その持続と繁盛を決定するのは人々の結びつきである。祖師谷では、ウルトラマンの製作者と商店街組合のメンバーが長く続く友好関係をもっている。大学の学生や教員が、毎日駅から商店街を通り、あるいは立ち寄りながら大学まで通っている。近隣の自治会長と大学の商学部長は、以前他のプロジェクトで知り合いになり、そのことがあって、自治会長が学部長をウルトラまちづくりの会の実行委員長に推薦した。

参加した地域メンバーは、すでに地域に存在する個人や組織といった価値を見直し始めた。参加メンバーはギブアンドテイクで互いに知り合い、一緒に働くようになり、より強い関係を築いた。商店街のメンバーだけでなく、このプロジェクトに関係するすべてのメンバーがプロジェクトの成功に責任を持つようになったことで、人々は、自ら学ぶようになった。結果として、若いリーダーシップが育ち、地域の将来に希望を与えた。とりわけ、自分の街を再活性化するという年配者の責任は重要な要素であり、彼らの知恵や経験、ネットワークをこのプロジェクトへもたらした。退職した人々は、社会のお荷物ではなく、彼らの持つ知恵、知識、地域の仕事への技量に対して尊敬されるべきだ、と私は信じている。退職した多くの人々が、社会に恩返しをしたいという思いから、今、ボランティアを行っている。社会の高齢化は日本の未来にとって重荷ではなく、気遣いと尊敬をもって国を成長させる機会である。日本の若い世代の展望は、祖師谷のウルトラマン商店街の再活性化に見られるような、多くの示唆に富んだ成果から広がると私は思う。

## おわりに：市民空間の有用性

この事例研究から、 街づくりが、 参加型の都市計画として地域住民の市民空間を共創する一つの方法であるということがわかる。増加を続けるグローバル化の力が市民空間

を危機に晒している一方で、祖師谷での地元の努力は、共存のスペースを創り、維持し、また追い求めていることを示している。人々が出会う場所と昔から認識される近隣の商店街は、企業経済によって経営されているショッピングモールやショッピングセンターとは役割が異なっている。地元に根ざした経済は、店主や消費者が近隣に在住し、経済を循環させることで、自給自足を生み出している。さらに、地元の店主は、商店で買い物客と話をし、他の商店や地域との結びつきを作り出す地域の中の市民生活の一員としても参加している。 つまり、商店の店主は大型店のように住民の消費をコントロールしているというよりも、むしろ居住空間を共有することによって、地域の一部となっている。「共有するつながりの感覚；快適な物理的、社会的、文化的環境；議論や対話を引きつける社会的ネットワーク；そしてより大きな公共のネットワークやビジョンを形作る可能性」（参考文献：Douglass, Ho, Ooi, 2002）という、この論文の最初に定義した市民空間の特徴を参照し、それをこれまで述べてきた祖師谷ウルトラマン商店街での成果や過程と比べると、商店街が市民空間であると結論できる。

祖師谷は、経済的な困難から不可能と思われていた夢に到達した。ウルトラまちづくりは、地域メンバー、商店オーナー、地元行政の協力の結果であり、そのどれかひとつの協力が欠けても、このプロジェクトは実現できなかったであろう。私は、地元のプロジェクトは、行政従事者を含め、利益を受ける人がその地域に住み、その結果から直接影響を受けることによって、その深い効果があると信じている。市民空間が有用であるかどうかは、地域の認識にかかっている。明らかなことは、市民空間の共創に、市民社会が関わることが空間を深く認識するには不可欠な過程であるということである。日本の場合、市民社会はますます重要になり、街の住み心地を改善するのに主要な役割を果たしている。祖師谷の事例研究は、市民社会が問題を解決できる能力や、活気あふれる空間を提供する革新的なアイディアをつくりだすことができるという証である。

## 参考文献

Douglass, Mike and Chong Ho, Kong and Ooi, Giok-Ling. (2002). *Civic Spaces, Globalization and Pacific Asia Cities.* International Development and Planning Review. 24:4, 345-361.

Douglass, Mike. (2007). *Civil Society for Itself and in the Public Sphere: Comparative Research on Globalization, Cities and Civic Space in Pacific Asia* Globalization. The City and the Rise of Civil Society: The Social Production of Civic Spaces in Pacific Asia, edited by Douglass, Mike and Chong Ho, Kong and Ooi, Giok-Ling. London: Routledge.

Evans, Neil. (2002). *Machi-zukuri as a New Paradigm in Japanese Urban Planning: reality or myth?* Japan Forum 14 (3): 443-464. Routledge.

Kusakabe, Shinichi. (1999). Machizukuri Mandara (Machizukuri Mandala) Okayama: Daigaku kyoiku

Gifu Economic University Regional Economic Institute. (1999). Machizukuri Shimin Katsudo no Ikusei, Shinnen no Arikata ni Kansuru Chosa kemkyu (Research Report on the Promotion and Ideal of Civic Movment on Machizukuri )

Sato, Shigeru. (1999). Machizukuri on Kagaku (the Science of *Machizukuri).* Tokyo: Kashima

Soshigaya Okura Achami Network. Support Site for Ultra Machi-zukuri Association and Ultra Shopping District. Retrieved on February 20, 2007 from http://homepage2.nifty.com/ACHAMI-NETWORK/index.htm

Tokyo Metropolitan Government. (2005). *Designation of Community-involved Model Shopping District Project.* June 20, 2005 Retrieved on February 20, 2007 from www.metro.tokyo.jp/INET /OSHIRASE/2005/06/20f6k200.htm

Ultra Machi-zukuri Association. (2005). *Ultra Machi-Zukuri Project Proposal to the Community-involved Shopping District Model Project*