

同志社大学

2011年度 卒業論文

論題：ソーシャルネットワークからみたまちづくり  
——北野商店街を事例として——

社会学部社会学科

学籍番号：19081066

氏名：石田 真由

指導教員：立木 茂雄

(本文の総字数：22,198字)

ID:19081066

石田 真由 ソーシャルネットワークからみたまちづくり——北野商店街を事例として

[キーワード] まちづくり ソーシャルネットワーク 北野商店街

これまで商店街活性化やまちづくりといったテーマにおいては建築や都市計画の分野、あるいは商学や経済学の分野から論じているものが多く、それらに比べると社会学的視点から論じているものは少ないのが現状である。そこで本論文の目的は、社会学的視点から社会的ネットワークなどの枠組みを用いて、商店街活性化やまちづくりといった分野において分析を行うことである。

本論文では、京都市上京区西部に位置する北野商店街を研究対象として、参与観察やインタビュー調査で得られたデータをもとに、地域内の社会的ネットワークの構造を描き出した。その結果、まちづくりの初期の段階ではキーパーソンを中心に〈橋渡し型〉のつながりによって外部との触れ合う機会を作り、その後、その外部のメンバーと親交を深めて行動を共にすることで、次第に〈結束型〉のつながりへと変化していくという、社会的ネットワークの構造の変化が起きているということが明らかになった。

## 目次

はじめに.....	1
1 まちづくり.....	1
1.1 まちづくりの定義.....	1
1.2 まちづくりにおける商店街の役割.....	2
2 ソーシャルネットワーク.....	3
2.1 社会的ネットワーク.....	3
2.2 社会的ネットワークからみたまちづくり.....	4
2.3 ソーシャル・キャピタル.....	4
2.4 ソーシャル・キャピタルにおける先行研究.....	5
3 都市発達理論.....	6
3.1 ジェーン・ジェイコブスの都市発達理論.....	6
3.2 都市発達理論における先行研究.....	8
4 北野商店街について.....	9
4.1 地域の概要.....	9
4.2 研究方法.....	13
5 結果と考察.....	14
5.1 北野商店街のこれまでの経緯.....	14
5.2 北野商店街内の社会的ネットワーク.....	17
5.3 考察.....	22
6 結論.....	24
おわりに.....	24

参考文献

## はじめに

地域の顔でありコミュニティでもある商店街は近年、非常に厳しい現実には立ち向かっている。1980年代後半から現在にかけて、郊外型の大型店舗やモータリゼーションの影響によって、地域密着型の商店街の衰退は著しく、シャッター通りとなってしまう商店街が多い。地方都市だけでなく都心であっても、中心市街地の活性化は地域課題となっている。筆者の住む地域においても、都市にあたる地域ではあるが商店街を歩いていて活気を感じることが少なく、また通行人も高齢者の割合が高いように感じる。筆者自身も日常の買い物は近隣のスーパーを訪れ、洋服などの特別な物は新しい若者向けのショッピングビルなどに出向いて購入することがほとんどで、地元の昔からある商店街を利用することはあまりない。しかしそんな中、どうにかして古く歴史のある商店街を守り、活路を見出そうと行動している地域があることも決して忘れてはならない。活動が成功しメディアなどに取り上げられて注目されるケースもしばしば存在し、それらのケースについての研究も行われてきた。

本論文の目的は、商店街を含む地域の活性化を目指して活動している地域において、どのような変化が起こっているのかを分析することである。京都市上京区西部に位置する北野商店街を事例として取り上げて考察を行う。本論文がテーマとしている商店街活性化やまちづくりといった分野においては、これまで建築や都市計画の分野、あるいは商学や経済学の分野から論じているものが多く、それらに比べると社会学的視点から論じているものは少ないのが現状である。そこで本論文では、社会学的視点から中心市街地活性化やまちづくりについて考察している先行研究を踏まえて、社会的ネットワークなどの社会学的枠組みにおいて分析を試みる。

まず始めに、第1章でまちづくりの定義やまちづくりにおける商店街の役割について明らかにする。第2章では社会的ネットワークについて、第3章では都市発達理論について、それぞれ先行研究を用いながら、まちづくりの事例を分析する際にどのような枠組みとして扱うかについて述べる。その後の後半部分では、本論文でまちづくりを行なっている商店街の事例として取り上げる北野商店街についての概要を述べたあと、社会的ネットワークや都市発達理論を用いて考察を行う。

## 1 まちづくり

### 1.1 まちづくりの定義

3、40年ほど前の高度経済成長期には、住みよい地域づくりではなく経済発展優先の都市開発が行われ、その結果として公害の問題がおこったり乱開発が行われたりしてきた。田村明（1999）によれば、それまでは行政権力が都市や町を計画し作っていて、住民はそこで暮らすというだけだったが、住民らが立ち上がってこれらの問題へ対抗するところから〈まちづくり〉は始まった。まちづくりは地域の価値を見つけ、正しく評価するところから始まり、またそれができるのは、地域への愛着や誇りを持っている人々だけなのである。つまり自分たちがより住みよい地域を、自分たちの手で作り上げていこうとする活動こそが〈まちづくり〉であり、ハードとソフトと両方の面からのアプローチが必要なものであるという。

この平仮名の〈まちづくり〉には10の意味がある、と田村(1999)は述べている。まず1) まちづくりという市民的な用語は、「都市計画」などの官僚的な政治用語とは異なり、まちを作るということを市民も自分たち自身の問題として考えさせる用語である。官主導から市民主導へ変わっていった、という意味が含まれている。「まち」という言葉には2) ハードだけでなくソフトも含めた総合的な意味を持たせている。また3) 中央集権の画一的であった都市や地域を、個性的で主体性のある「まち」や、4) これまでのように経済発展優先の都市開発ではなく、すべての人が安心して生活できる人間尊重の「住むに値する」まちを作っていこう、という意味がある。5) 異質なものが互いに個性や自由を尊重できる、新しいマチ社会とその仕組みづくりもまちづくりの重要な目的である。まちづくりには必ずキーパーソンが必要となるために、6) 「まちづくり」を担いキーパーソンとなり得るヒトを発見し育てていくことも「まちづくり」である。公害を生み出すような使い捨ての開発ではなく、7) 環境的に良質な蓄積を積み上げてゆけるシステムに変えること、という意味も含まれている。「まち」は小さくみれば身近な小単位であるので、8) 小さな身近な次元の「まち」にいつも目を向けて、「まち」をより良いものにしていく努力が「まちづくり」の基礎となる。一方で、9) 広域的に共通の地球環境を考え、互いに協力しあう開かれた関係を作ることでもある。「まちづくり」という言葉は、10) 理念や建前だけでなく市民の実践的な行動を呼びさまそうとする言葉でもある。つまり、まちづくりとは、その地域への愛着や思いを持った市民が中心になって行われる住みよい地域づくりであり、またそのまちを運営していくヒトづくりでもある。

また田村(1999)によると、まちは時代と共に変化し続けるものであるために、たとえ価値のあるものでも、必ずそれを維持する努力が必要である。価値の発見から維持、復元という保全の方向に向かう場合であっても、活用・修復・加工を含めて創造の面も加わるのである。しかしゼロからの創造ではなく、あくまで地域という土台があった上に新しいものを加えていくという形になる。

## 1.2 まちづくりにおける商店街の役割

長く歴史のある商店街は、その商店街が立地する地域にとって欠かせないものである。地域住民の生活の場であり、コミュニティの生まれる場所でもある。しかし1980年代以降の商店街の衰退は明らかであり、商店街が地域にとって負担となる場合も存在する。小川雅人・毒島龍一・福田敦(2004)によると、商店街とは狭義では地理的条件の共通性がある商店の集まりであり、広義では地理的条件だけに拘泥しない、意欲ある経営者の集まりであると定義する。また商店街の立地する地域社会で存在意義を回復・確立するために、1) 地域の生活基盤となりうるか、あるいは2) 地域の〈顔〉(個性)、さらには3) 地域文化の伝承・想像の場、4) 街並み・ハードの魅力の決定要因、5) 地域の休息・憩いの場もしくは6) 人や物資の集積・交流と情報発信の場として定着しうるかという6つのポイントを提示している。これら6つのポイントは、かつて商店街が地域社会の一員として担ってきた役割でもある。

つまり商店街が活性化することで、その商店街を含む地域全体の活性化につながっていくのである。商店街を単に商業集積地であると考えのではなく、重要な地域のコミュニティであることとらえることで社会学的考察が可能になる。本論文では、商店街を中心とした地域を社会的ネットワークという社会学における概念に基づいて、分析を行うこととする。

## 2 ソーシャルネットワーク

### 2.1 社会的ネットワーク

平松闊・鶴飼孝造・宮垣元・星敦士（2010）によると、社会のなかでの様々な〈つながり〉、関係の全般を「社会（的）ネットワーク」（Social Network）という。人を表す点を「ノード」（node）と呼び、その人と人をつなぐ線を「紐帯」（tie）と呼んでいる。ネットワークの調査では、こうした本来は目に見えないはずの「ノード」や「紐帯」を可視化することが重要である。

平松ら（2010）は、社会学におけるネットワーク論について以下のように述べている。

社会ネットワーク論では、“つながり”を取り結ぶ行為主体と行為者間を結ぶ紐帯を「ネットワーク」という形で表現する。そして、その「ネットワーク」のなかにあつて初めて現れてくる特性、すなわち、権力関係や地位・役割の分化といったつながりの「構造」に関わる現象、あるいは協力や裏切り、好き嫌い、出会いと別れといったつながりに埋め込まれた人々の「意識・行動」に関わる現象を解き明かすことを主たる関心としてきた。（平松ほか 2010:3-4）

社会的ネットワークの中で、ある社会的な領域内でのすべての個人間の関係からなる社会的ネットワークを、特にホールネットワークという。そしてホールネットワークを表すことで、その集団内での全体構造や個人の集団内での位置づけを考察することができる。ホールネットワーク分析の対象は、個人、（公的・私的な）集団、複雑な組織、階級や階層、コミュニティなどがあり、その集団内での各個人のメンバーが点として表される。そのため平松ら（2010）によると、ホールネットワークの分析にはそのネットワークの境界を設定することが必要となる。

また平松ら（2010）は「ネットワーキング」についても述べている。

自分の立場を超え、あるいは自分の組織を超えて、積極的に他者につながっていき、そうした中で問題解決を図ったり、状況を変えたり、あるいは新しいモノやサービスを生み出していくことが求められている。このことを、ネットワークを作る作業、すなわち「ネットワーキング」と呼ぶことにしよう。（平松ほか 2010:119）

つまり平松ら（2010）によると、社会的ネットワークははじめから存在するのではなく、生み出されるものであり、常に変わっていくものである。そのプロセスのひとつがこのネットワーキングである。またネットワーキングが注目され始めたのは、1980年代ごろからであると述べていて、1980年代に「近代社会が個々の組織や国を超えて多種多様な要素が複雑に絡み合う巨大な社会システムと化してきた」ことを理由の1つとしている。21世紀に入ると、このネットワーキングということ自体が特殊ではなくなり、ネットワーキングという言葉や議論が正面から扱われることは少なくなった。つまりネットワーキングが市民レベルにまで浸透し、NPOや地域での福祉、まちづくりのボランティア活動などにおいて、ネットワーキングを行なって多様な問題解決に取り組む市民の実践事例がある、と平松ら（2010）は述べている。

## 2.2 社会的ネットワークからみたまちづくり

牛場智（2006a）は、大阪・中津商店街でのまちづくりの事例を取り上げ、既存の商店街が新しい街として活性化することは可能であり、その際必要となるのは外部のネットワークとの交流であると述べている。歴史をもつ既存の商店街が衰退しているのに対して、近年若者に支持されて新しく勃興しつつある新商業集積が注目されてきている。石原武政（2005）によると、多くの旧来の商店街は「所縁形組織」といわれ、結束力はある程度強いが固定した店舗経営者の集合であるために、外部に解放されておらず抜本的な改革が困難である。そのために、かつて形成された顧客関係以上のものを生み出すことができない状態である。これに対して新しい街は、鶴坂貴恵（2003）によると、仲間型ともいえるべき開放性に富んだネットワークが形成されているために新しい顧客関係が築きやすい。そのため、既存の商店街がすぐに新しい街になって活性化することは少ないと思われてきた。

しかし牛場（2006a）によると、中津商店街の事例では、旧来型の活性化策に限界を感じていた中津商店街のリーダーが、商店街を構成してきた中津商栄会と新しくできた若者向けの商栄会未加盟の店舗との連携をはかった。そこから中津まつりを開催したり、ミニ FM 局を開設したりして、中津を若者向けのアートなまちとして新しい魅力を生み出していったのであった。牛場（2006a）は、特徴ある商店街が個性的なまちづくりにつながり、衰退する商店街には、個性を全面に出した新しい魅力が必要だ、と述べている。中津商店街は、中津商店街のリーダーによるネットワークキングによって、若者向けの商栄会未加盟の店舗との新たなつながりを生み出したというまちづくりの事例である。

## 2.3 ソーシャル・キャピタル

社会的ネットワークにはこれまでに様々な研究に用いられてきたが、平松ら（2010）によると、近年「ソーシャル・キャピタル」（社会関係資本）という概念と結びつくことによって、非常に高い関心を集めるようになった。〈つながり〉を資本としてとらえ、社会関係の中の見えない資本の有無が、社会状況の良し悪しを左右すると考えられている。まちづくりを考察する上で重要な概念となる「ネットワークキングは、社会関係を構築していくプロセスであるから、その促進は結果としてソーシャル・キャピタルを醸成することにつながる」（平松ほか 2010:126）のである。

ソーシャル・キャピタルとは、アメリカの政治学者ロバート・D・パットナムの研究によって着目された概念である。2000 年に出版された『孤独なボウリング—米国コミュニティの崩壊と再生—』のなかで、当時起こっている問題としてパットナムが初めに挙げているのが 20 世紀最後の数十年間の中に「コミュニティグループや、何万もの似た組織が、アメリカ中で衰え始めた」（Putnam 2000=2006:10）ことである。その原因としてはベビーブーマーの世代がコミュニティに加入する世代になっても加入せず、組織が新しいメンバーの流入によって再活性化されなくなったところにある。しかし 20 世紀末まで、全米のコミュニティ活動が成長を続けたり、市民の政治への関心が高まったり、市民的活力が活発化していた。また〈隣人に対する信頼の上昇〉というものも明らかになっている。加えて人種や性別、社会階級、性的志向によって行なわれていた分離に対しても意識的に見直しが進み始めていた。この頃、大学進学の時期であったベビーブーマー世代は多くの刺激を受け、世間の日常の議論では参加民主主義や全ての力を人々にといった声が高まっていたのだった。では「米国コミュニティにおける市民・社会生活に、続いて一体何が起こった

のか」(Putnam 2000=2006:14)、ということが本書のテーマである。

この近年の米国社会の特性の変化を考察するのに使われ始めたのが、〈社会関係資本〉という概念である。社会関係資本とは「個人間のつながり、すなわち社会的ネットワーク、およびそこから生じる互酬性と信頼性の規範」(Putnam 2000=2006:14)である。職探しにおいてのコネ、友人関係の広がり、近所の付き合いを通しての犯罪発生抑制などは、社会関係資本に左右されるものである。また社会関係資本の〈一般的互酬性〉は、社会生活の潤滑油となり、効率化することができる。そしてもう一つの特徴は、社会関係資本は「ネットワークの内部にいる人々にとっては一般に有益であるが、社会関係資本の外部効果は常にプラスというわけでは全くない」(Putnam 2000=2006:18)ことである。一人では成し遂げられなかった爆破テロを可能にする、といったような反社会的目的のために社会関係資本が利用されることもある。社会関係資本は個人的側面と集合的側面、私的な顔と公的な顔など形式は様々であるが、筆者が最も重要としているのは〈橋渡し型〉(bridging)と〈結束型〉(bonding)の区別である。橋渡し型は「外部資源との連繋や、情報伝播において優れて」(Putnam 2000=2006:20)いて、結束型は「特定の互酬性を安定させ、連帯を動かしていくのに都合がよい」(Putnam 2000=2006:19)ものとされている。

パットナムは、ソーシャル・キャピタルの概念を使ってアメリカのコミュニティの衰えは一貫して低下し続けているものではない、と主張している。米国史を検討すれば、それは市民参加が上昇下降、つまり崩壊と再生を繰り返して、むしろ次第に強まってきていた。よって現在の若い世代は、上の世代に比べてコミュニティへの参加が減っているのではなく、むしろ新しい方法で参加するようになったのではないかと考えたのだ。

## 2.4 ソーシャル・キャピタルにおける先行研究

小長谷一之・北田暁美・牛場智(2006)は、このパットナムの〈社会ネットワーク〉、〈互酬性〉、〈信頼性〉という3つの次元からまちづくりをとらえた。小長谷らは、ソーシャル・キャピタルのミクロ理論の必要性を論じた上で、3次元でソーシャル・キャピタルを定式化した。

[まちづくりにおける成功要因]

≡ [ソーシャル・キャピタル]

= [ネットワーク (第1次元) +  $\alpha$  +  $\beta$ ]

$\alpha$  = 第2次元、信頼 (ネットワークの質・強度)

$\beta$  = 第3次元、広い意味でのまちづくりの互酬性を作り出す社会経済的システムの仕掛け

まず第一次元はネットワーク自体の存在とし、第二次元はそのネットワークの強さを表す信頼関係、第三次元は地域に革新を生み出すことのできる社会経済的システムの仕掛けだとしている。この第三次元には事例によって様々なものが当てはまり、専門的知識と専門的ネットワークや、経営技術、アートの要素などが挙げられている。

小長谷ら(2006)は、この定式に当てはめて「空堀商店街の町家再生プロジェクト」、「京都三条あかりプロジェクト」、「泉北アートプロジェクト」などを考察し、まちづくりの対象街区の人とキーパーソンからなる「まちづくり組織」のネットワークが、信頼を

得ることによって新しいソーシャル・キャピタルを作成して成功し、地域のソーシャル・キャピタルも高まっていく、ということを明らかにしている。ネットワークの範囲として、「狭義の地元」である対象街区の住民だけに限るのではなく、「革新」をもたらすキーパーソンを含めたネットワークを考え、街区の人間とそれを応援する外の人間の両者をいっしょにしてネットワークを考える必要がある。キーパーソンは外部の人間であることも多いことから、「まちづくり街区のソーシャル・キャピタル」と「まちづくり組織のソーシャル・キャピタル」の両方を合わせて考察しなければならない。

また、まちづくりの成功を説明するには、まちづくり組織のソーシャル・キャピタルが重要であり、「ネットワーク形成」→「信頼構築」→「第3次元の展開」という要素を経て成長するものとしてとらえる動的な視点が必要だと小長谷ら（2006）は述べている。

牛場（2006b）は、大阪・福島聖天通商店街での事例についてソーシャル・キャピタルの概念を用いて考察した。福島聖天通商店街は伝統的商店街であったため、地縁型組織の特徴である結束型のソーシャル・キャピタルは存在したが、そのままではまちづくりにおいてはうまく機能することができなかった。しかし、商店街の「知的リーダー」を中心にプロジェクトを推進することで、元からあるソーシャル・キャピタルが有効に機能するようになり、まちづくりが成功したのである。そのプロセスは、まず商店街の店主たちの二世を中心にした親睦団体「青年クラブ」が、商店街組合の規制を受けず自由な活動を行いはじめた。それまでは変化を好まない理事たちの力が大きかった商店街組織であったが、次第に青年クラブ出身者が徐々に主導権を取り始めたことで、組合組織の内面が、外部とのつながりも生まれやすい開放的な組織へと変化したのである。そうして、福島聖天通商店街では、商店街内の空き店舗に占い師をよんで「占い施設」として活用する「占いプロジェクト」が運営された。

牛場（2006b）は、福島聖天通商店街の事例において「知的リーダー」の存在がまちづくりの大きな推進力となっていると考察する。「知的リーダー」とは家業が安定し、その地域全体の立場が考えられる人々である。「青年クラブ」出身者である若い「知的リーダー」が商店街組織の中心人物となることで、外部との交流が生まれた。また元から存在したソーシャル・キャピタルの強い信頼を上手く活用することができたことも、まちづくりが成功した要因である。この商店街をひっぱり「知的リーダー」の推進力、進取性、ネットワークの運営力がソーシャル・キャピタルの貧富を決し、また彼らの地域に対する愛着がまちづくりの大きな推進力になるのである。

### 3 都市発達理論

#### 3.1 ジェーン・ジェイコブスの都市発達理論

##### (1) 都市の発展のメカニズム

ジェーン・ジェイコブス（1969=2011）によれば、成長する都市とは創造都市であり、新しい仕事が古い仕事にさかんに追加され、分業をふやしてゆくところである。経済は新しい種類の仕事を追加することによって拡大し、新しい仕事が様々な分業の発生という乗数効果を地域経済にあたえ、都市は成長する。この過程があるからこそ、都市は複雑で多様なものになるのである。

ジェイコブスはこの過程を以下のように定式化した。

古い仕事に新しい分業が追加される場合  $D+A \rightarrow nD$

実際には多くの試行錯誤が隠れている  $D+nTE+A \rightarrow nD$

D:division (部門、区分)    A:activity (活動)    TE:trial and error (試行錯誤)

新しい仕事は偶然発生するのではなく、あるものから派生して生まれる。新しい仕事の発生過程は、論理的に十分説明できる。新しい仕事生まれるにはアイデアが必要であり、そのアイデアは2つに分かれる。すでに使われている物資または技能から示唆されるアイデアと、仕事を進めていくうちに出てきた特定の問題から生まれたアイデアの2つである。彼女は、大切なことは、新しい仕事を追加する人が上記のこの過程の論理を準備することだ、と述べている。

そしてある仕事から別の仕事生まれる例として、ブラジャーの製造の例を挙げている。あつらえ仕事をする女裁縫師だった女性は、自分が作った服を客に試着させる時、その着付けに満足していなかった。服が体に合うように下着の改良を試み、そこからこの女性は自分の創った服にはカスタムオーダーメイドのブラジャーを添えるようになった。そこから洋服の仕立てよりもブラジャー作りに興味を持った彼女は、そこからブラジャーの製造、卸し、配給に専念するようになった。つまり古い仕事の一部分に付随する仕事が独自の経済活動になり、多くの分業が増えるということである。

またジェイコブス (1969=2011) は、新しいものを生み出して世に送り出すには多くの困難が待ち受けているため、地元にあるものを上手く活用することで、少しでもその負担を減らすことができるとして、地元産業の重要性についても述べている。外部から新たなものを取り入れて、元からあるものに上手く付け加えることで、その地域の産業に広がりを持たせていくことこそが、ジェイコブスによる都市発達の過程である。

そのためには、新しい分業が創造されるための〈余裕〉がなければならない、ともジェイコブス (1969=2011) は述べている。新しい仕事が古い仕事に追加される時は、おのずから余計な仕事が必要になるためである。

## (2) 都市の衰退のメカニズム

ジェイコブス (1969=2011) によれば、都市の衰退の原因は昔からの産業の衰退ではなく、新しい産業の欠如がもたらしたものである。資本の投資は既存のものに対してだけではなく、新しい産業に対しても積極的に行われることが必要なのである。新しい仕事は、仕事の分類を大胆に破って追加されるため、経済を沈滞させないためには決められた部類の枠内におさまってはいけな。よって一旦大きく発展したように見えたとしても、その後新しいものを取り入れようとしなかったり、強いものが権力を維持し続けたりするような状態では、いずれ経済は停滞する。

沈滞といえば保守的であることと同じであるように考えがちであるが、古い財貨やサービスを新しい用途に使う、捨てないで他の製品と新しく組み合わせて取り入れることは、経済の「保存」傾向であり、古い財貨やサービスを保存する傾向は沈滞する経済ではみられないのが特徴だ、とジェイコブス (1969=2011) は述べている。「古い技能や古い製品を保存しようとする社会の能力は、それらを、新しい財貨やサービスあるいは新しい用途と併用するところからくる」(Jacobs 1969=2011:81) のである。

ジェイコブス (1969) によれば、新しい仕事の根源は、創造的で発展を続ける都市の地

元経済の内部にあり、都市の発展や衰退のメカニズムは、都市の経済がどんなに古くなり巨大になり複雑になっても持続するのである。

### 3.2 都市発達理論における先行研究

このジェイコブスの都市発達理論を用いて、都市衰退・再生のメカニズムを分析したのが矢部拓也(2010)である。これまでは中心市街地の再生の問題に対して、商学・経済学・建築学・都市計画など他分野からのアプローチが大半であったと指摘する矢部は、長浜市における中心市街地活性化の問題に対して、都市社会学という視点からアプローチしている。矢部(2010)によると、それまで都市社会学としては、コミュニティ論の立場から分析枠組みとして「居住者のコミュニティ」の視点以外は困難であった。さらに都市の衰退、発展の動的なメカニズムに関する理論も未発達で、一般にはバージェスを初めとする生態学的な議論があるが、これではそもそも都市が成長していくメカニズムについての議論はあまりなされていない。都市計画、建築や商学の領域では実践的な面が大きいため、まちづくり会社や協議会など実務に焦点をあてていて、実際の中心市街地の衰退・再生の動的なメカニズムに焦点をあてた研究は少ないのである。よって矢部は、中心市街地衰退再生が地域社会に与える影響を議論するために、都市の発展に関する議論の蓄積のある都市経済学のジェイコブスの都市発達理論を元に、成功事例である滋賀県長浜市を対象として、都市衰退、再生のメカニズムの考察を行った。

矢部(2010)は、ジェイコブスの都市発達理論について以下のように述べている。

都市成長する都市の源泉を「新しい仕事が古い仕事に追加される」という分業としてとらえ、地元の地域経済をもとにある種のイノベーションを生み出せる都市を「創造都市」と呼ぶ視点は、内発的発展論とも同じ視点であり、現在の中心市街地の問題、特に地方都市を考える上で有効な武器になる(矢部 2010:155)

矢部は、第三セクター「黒壁」はジェイコブスの都市発達理論における「多数の仕事(分業)の発生」という最後の局面を生み出したプレイヤーではないのか、という仮説をたてて長浜市の事例を分析した。

長浜市内の中心市街地は1980年代末以降、周辺の郊外型店舗の影響によりシャッター通りと化していたが、第三セクター「黒壁」の事業展開をきっかけとして持続的な発展を進行させている(矢部 2000)。

しかし都市発展のメカニズムを考えるには、黒壁のみに注目するのではなく、それ以前の「多くの試行錯誤」を含めた議論が必要だと述べている。黒壁以前の長浜市全体のまちづくりの動きを明らかにし、その上で黒壁を中心としたまちづくりの成立により、長浜のまちづくりがそれまでと質的にどのように変化したのか、つまり、ジェイコブスのいう「創造都市」という新たな局面にいかにして移行したのかを明らかにしている。そのためにまず、中心市街地での「黒壁」を中心とするまちづくりに結実する、新しい仕事を生むための「様々な試行錯誤」に注目し、これまでの経緯を記述することによって他の多くの地方都市と異なる点を挙げている。

第一は、典型的な公共事業、大資本誘致による経済振興策に対する地元企業の対応の違いである。地元企業が単に誘致した大企業の下請けになるのではなく、自らの企業のチャ

ンスとして生かし、そしてその企業がその後のまちづくりの担い手へと発展した。新しい事業を生み出すべく、1999年に新世紀創造推進協議会を発足、立命館大学とも共同研究を行う工業関係の企業も多い。第二は、これらの新しい展開が長浜青年会議所を元とする様々なネットワークをもつ黒壁や、それとは異なったネットワークを持つ「まちづくり役場」を通じてつながり、中心市街地のまちづくり事業へと展開したところである。これがジェイコブスの創造的な仕事を生み出すメカニズムとして機能している、と矢部は分析する。

都市計画、建築や商学の領域の研究者たちは、まちづくり会社の組織運営ばかりに注目し、都市発展の初期段階である試行錯誤状態のものに注目しない傾向がある。しかし、長浜型の中心市街地再生の根本には、これまでの都市開発のうねりの中、変化に柔軟に対応し新たな仕事やイベントを生み出してきた企業・人の力があり、そして従来の既存の商業主のための中心市街地とは異なった、多様な人々に関わる新たな中心市街地という場を作りだしたのである。

矢部は都市再生のメカニズムについて、こう述べている。

彼らの活躍する場は地元であっても、その背後にある考え方や知識のバックボーン、人的つながりは地元地域を越えている。地域社会において、積極的な活動をしている企業・人が何らかの形で関わる場としての中心市街地を再構築することが、都市再生の基本にあると考えられる。（矢部 2010:167）

また小長谷ら（2006）も、ネットワークの生と死についてなぜ多くのネットワークは老朽化、老齢化していくのか、という疑問について考察している。ネットワークの成り立ちについて、まず1) 新しいネットワークの誕生、そして2) 時間の経過につれ、信頼が増すことをネットワークの成長ととらえて、次に3) ネットワーク自身の量も増すことで成熟化したネットワークとなり、4) 極大になったあと老朽化・老齢化すると述べている。そして老朽化・老齢化したネットワークをそのままにしておくと、時間とともに変化する外部環境に対応していくことができず、互酬性が低下するために、そのネットワークは時代遅れとなり、信頼性も低下すると考えられる。しかし、このときに新しいアイデアを持ったキーパーソンが新たなまちづくり組織を形成することで、ネットワークは再生することもできる、と小長谷ら（2006）は述べている。

## 4 北野商店街について

### 4.1 地域の概要

北野商店街は、京都府南部に位置する京都市、また京都市の中心部である上京区の西部に位置していて、中立売通沿いで千本通から下ノ森通まで続く商店街である。上京区は、京都府庁などの役所があり行政の中心地であり、京都御所や北野天満宮も存在する。北野天満宮は菅原道真を祀っている神社で、親しみを込めて「北野の天神さま」と呼ばれている。現在、菅原道真を祀っている神社が全国各地に約12,000社あるとも言われているが、その多くはこの北野天満宮から御霊分けをした神社である。菅原道真は学問の神様としての信仰されているため、学業成就や武芸上達の祈願のために訪れる人が多い。また、毎月25日に縁日が行われていたり、梅苑や紅葉苑もあるため、観光客も多数訪れる神社である。



図 1 近畿地方における京都府の位置

ESRI Japan (2008) をもとに作成



図 2 京都府における京都市の位置

ESRI Japan (2008) をもとに作成

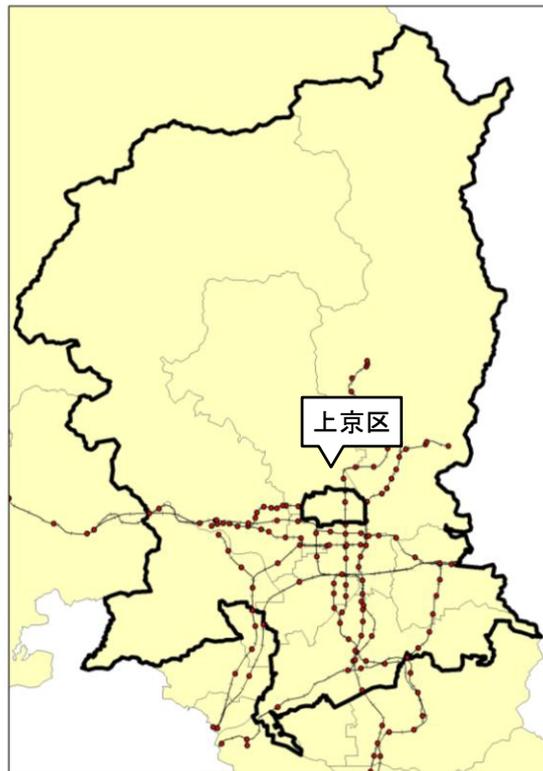


図 3 京都市における上京区の位置

ESRI Japan (2008) をもとに作成

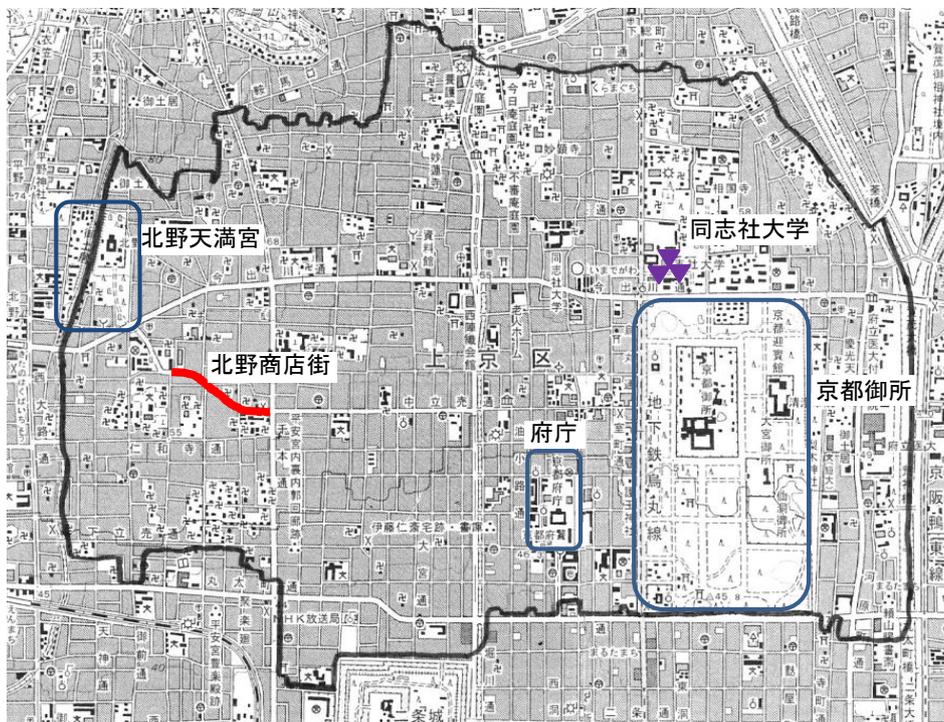


図 4 上京区における北野商店街の位置

国土地理院 (2004) をもとに作成

人口は、1960年には148,427人であったが2010年は83,264人まで年々減少している。京都市自体の人口は増加しているにもかかわらず、50年間で4割以上も減少している。高齢化も進んでいて65歳以上の割合は、1960年の6.3%から2010年は25.2%まで上昇している。

表 1 上京区の人口

	1960	1970	1980	1990	2000	2010
0～14歳 男	17,281	11,128	8,206	5,125	4,070	3,917
0～14歳 女	16,398	10,794	8,081	5,013	3,990	3,798
15～64歳 男	49,859	42,707	32,220	29,744	27,215	25,062
15～64歳 女	55,421	47,822	35,715	31,653	29,637	27,552
65歳以上 男	3,918	5,245	6,353	6,113	7,428	8,070
65歳以上 女	5,550	6,760	8,687	10,035	11,285	12,260
総数	148,427	124,456	99,262	87,683	83,625	80,659

国勢調査（1960-2010）をもとに作成

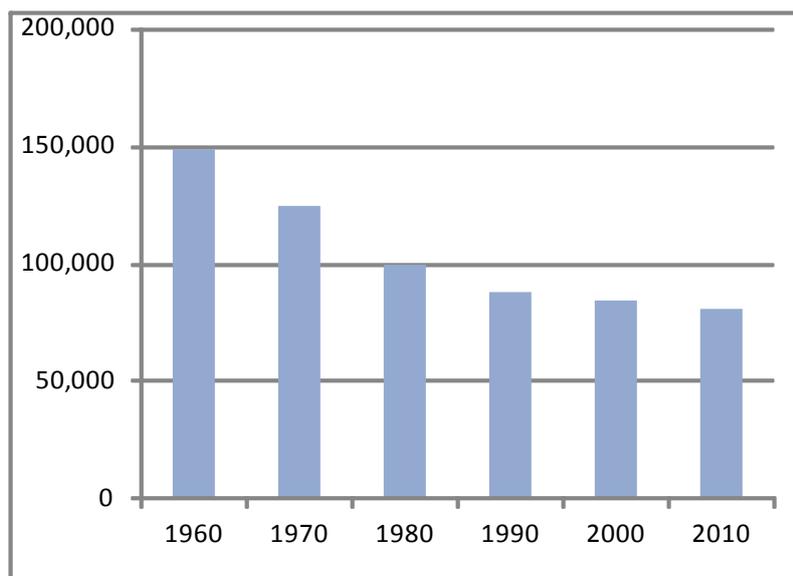


図 5 上京区の総人口の推移

国勢調査（1960-2010）をもとに作成

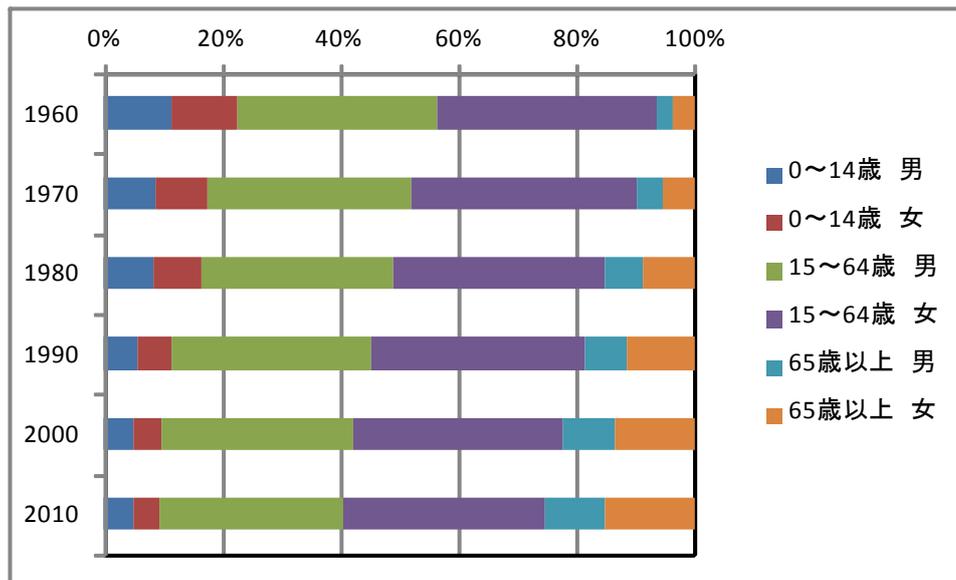


図 6 上京区における性別・年齢層別の人口割合の推移

国勢調査（1960-2010）をもとに作成

また、特に西部は「西陣」と呼ばれており、西陣織を中心とした伝統的な工業が多く行われてきた地域でもある。西陣織の生産量・生産額のピークは1970年代初頭であるが、西陣の産業の「職住一体」となった生活スタイルは現在も受け継がれており、地域内では今も残る町家に織物問屋や紋屋の看板が数多く見受けられる。しかし、このような伝統的産業は、人口減少や高齢化といった実際のデータにも表れている通り衰退の一途をたどっており、活気が失われつつあるという現状である。

この西陣地区の商業について、遠州敦子（2007）は、他地区から多くの消費者を呼び込む消費吸引力の高い小売店舗が少なく、それは職住一体であり家内事業ほどの零細な規模での産業が行われてきたことが反映されている、と考察する。重要な生産労働力であった女性から地区内で日常消費財の確保を強く求められた結果、数多くの商店街が地域内に多数見られ、働きやすく暮らしやすい地区が形成されてきたとしている。

#### 4.2 研究方法

本稿で提示するデータは、「京都北野西陣まちづくり塾」という北野界わいに貢献することを目的とするまちづくり塾に参加しながら行った、まちづくり関係者への聞き取りを中心としている。2011年2月から12月まで約1ヶ月に1回の定例会議のほか、イベントの手伝いなどを行いながら調査を行なっている。

また、まちづくり塾の発起人であり、北野商店街振興組合の理事、北野界わい創生会のメンバーであるTさんに対して数回のインタビューを行い、これまでの歴史的な北野地域の動きについて詳しく話を伺った。

## 5 結果と考察

### 5.1 北野商店街のこれまでの経緯

北野商店街の歴史を遡れば、江戸時代に北野天満宮の門前としてこの地域にまちが栄え始める。明治時代になると北野電気鉄道（チンチン電車）が開通し、1918年（大正7）に北野公設市場（現メッサ北野）が開設する。太平洋戦争の敗戦後は市内有数の物資集積地として賑わい、1948年に任意団体化したのち1951年に現在の振興組合の母体となる北野繁栄会が発足する。そして、1968年に北野商店街振興組合が法人化と共に設立、当時の組合員数は140名であった。

この商店街の特徴は、店舗の構成と独自の販売システムである。食品関係の店舗やその他、薬局など日常的に日々利用するようなお店が少なく、その代わりに、洋服やふとんなどの贅沢品を扱うが比較的多いという特徴がある。また、ウエル北野と名付けられたクレジット型販売システムで売上を伸ばしてきた。1977年に全長828.8mのアーケードの設置、1983年には京都市内の商店街で初めて夏まつりを開催するなど、積極的に様々な取り組みを行ってきた。

しかし1980年代になって、この地区へ大型店舗が進出してきたことによって商店街は大きな転換期を迎えることになる。1975年にイズミヤの進出の話が持ち上がると商店街では大規模な反対運動が行われたが、ついに1988年に商店街近隣にイズミヤが進出、1996年には安売り型スーパーとしてメッサ北野が商店街内にオープンする。特にメッサ北野ができてからは、各店舗の売上が半分から三分の一に落ち込み、店舗の減少へと繋がっていった。振興組合発足時には140店舗あったお店が、2003年を境に100店舗を切った。商店街内の売上構成も大きく変化し、これまで各店舗へ訪れていた買い物客も、安売りスーパーであるメッサ北野に流れてしまっている。現在では、ウエル北野の“ポイント3倍”などの売り出しをしてもこれまで程の反応がない、とウエル協同組合の理事長は語る。

外的環境が大きく変化しているにもかかわらず、多くの店主が繁盛していた頃の残像を引きずって、商店街自体の変化がないところに現在の大きな問題がある。多くの店主が不動産賃料や年金受給で生活できているために、積極的に商売で稼いで生計を立てるといった人が少ないのである。現状を保ち安定させたいと考え、“今まで通りで十分”とと思っているために商店街の盛り上げ手がいなかった。店主たちが若く、繁盛していた頃のように、お店の前で声をかけてお客さんを取りこもうという働きかけも少ないのである。また自分の代でお店をたたもうとしている人も多い。これまでに変化をもたらそうとした人もいたが、変化を好まない商店街内で力のあるメンバーとの温度差により上手くいかなかったという経緯もある。

2001年からは近隣の佛教大学との交流事業も始まり、2003年に商店街と佛教大学間で相互連携協定を締結している。2004年に大学のコミュニティスペース「ゆいまーる」を開設、それ以後は学生の活動や講義の一環としても利用されている。



図 7 北野商店街の入り口付近



図 8 北野商店街のアーケード



図 9 2011 年北野商店街の夏祭りの様子



図 10 2011 年北野商店街の夏祭り会場

## 5.2 北野商店街内の社会的ネットワーク

次に、まちづくりに関わった人々について、相互的な関係性に着目し、社会的ネットワークという視角から考察する。ソーシャルネットワークについて、時系列によって4つに区切り、各時期の人々の関係性を記述する。

加えて、同時に以下のネットワーク図において、パットナムがソーシャル・キャピタルを考える上で最も重要だと述べているネットワークの2類型、〈橋渡し型〉(bridging)と〈結束型〉(bonding)の区別についても分析を行うこととする。

### (1) 北野界わい創生会設立以前

この頃の商店街は、1980年代後半に郊外型の大型店舗が近隣にできたり、商店街の中に安売りスーパーができたことにより、従来の商店街としての勢いが失われつつあった頃である。「京都北野西陣まちづくり塾」の発起人であり、塾長、北野商店街振興組合の理事Tさんは現在30代の男性であり、商店街組織の中では最も若いメンバーの一人である。Tさんは、大学卒業後に一般企業に就職したが2年後に退職し、実家である北野商店街の洋服店で自営業を行うようになった。実家に戻ったと同時に、商店街振興組合の理事にも就任している。そして理事に就任して6年目になるとき、Tさんは事業部長にも重ねて就任する。事業部長とは、商店街の夏祭りやその他のイベントを任される立場である。イベントを実際に担当してみて、自分の経験や場数の不足を実感することになった、とTさんは話す。商店街主催の夏祭りが現在も維持されているという事自体が珍しいことではあるが、イベントを通してなかなか思ったような業績を残すことができなかった。

2005年、赤字続きであった夏祭りを何とか盛り上げようと、商店街外部の人にブースを出店してもらおう計画が持ち上がる。そこでTさんが農業を営むMさんを訪れたのだが、元々TさんとMさんには面識はなく、Tさんが飛び込みで夏祭りでのブース出店を依頼した。これをきっかけに、北野商店街のTさんと農家のMさんの付き合いが始まった。

「京都北野西陣まちづくり塾」を率いている、もう一人の商店街振興組合の理事のメンバーがFさんである。Fさんは元々は地元の人ではなく、自営業を行う場所として北野商店街を選んで不動産業を営んでいる。また2006年から北野商店街振興組合の理事を務めているOさんも商店街内で重要な人物の1人である。本来ならば2年で理事長は交代して順番で受け持つはずであるが、振興組合内に他に適任者がおらず、3期連続で現在まで理事長を務めている。これらの理事Tさん、理事のFさん、理事長Oさんは、同じく振興組合の理事を務めていることで、互いに商店街の運営において協力関係にある。

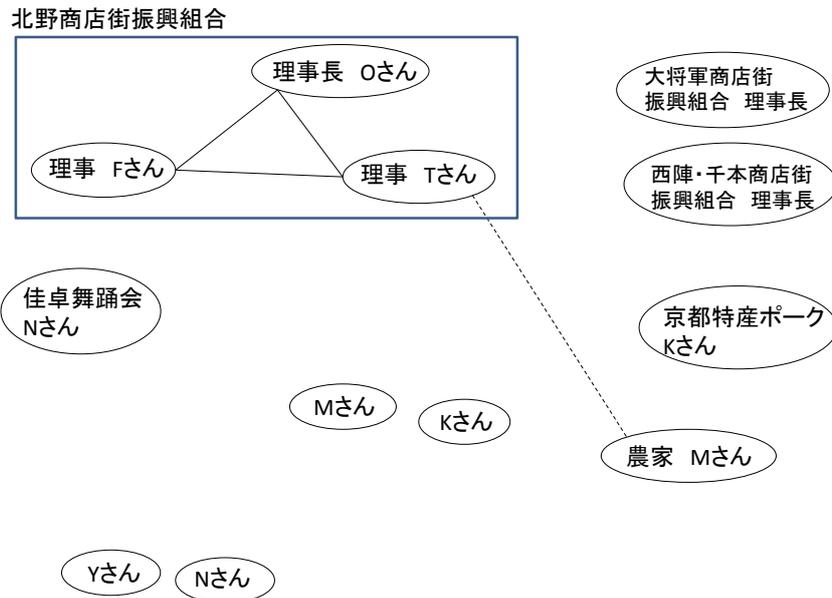


図 11 北野界わい創生会創立以前のネットワーク図

## (2) 北野界わい創生会設立時

商店街・北野地域に大きな影響を与えたのが「まちづくり共生会」という市民活動団体である。2001年に発足し、2004年からは「ネットワーク観光商店街」プロジェクトを実施していた。この「ネットワーク観光商店街」プロジェクトとは、西陣・北野界わいの商店街と京都市が協働して、京都に訪れる観光客を集客できないかということから、地域のマップ作りやまち歩きツアーを実施するなどしていた。このとき北野商店街も、地域の商店街としてこのプロジェクトに参加していたのである。

そして、当時の北野商店街理事長の引きあわせにより Tさんと共生会が会うことになる。地域の活性化に積極的な若者として Tさんが紹介されたのである。また共生会の代表から周辺3つの商店街（北野商店街、大将軍商店街、西陣・千本商店街）の連携を提案され、ついに2007年に「北野界わい創生会」が発足する。その頃 Tさん自身も1つの商店街単独での活性化に限界を感じていたために、共生会代表からの指導を受けながら、まちづくりに関わる活動をする事となった。しかし積極的に引っ張っていた共生会の代表が病気で倒れられ、2007年度からはマップ作りや落語会、物産展などを北野界わい創生会が引き継いだために、北野界わい創生会が中心的に事業を行う事になった。

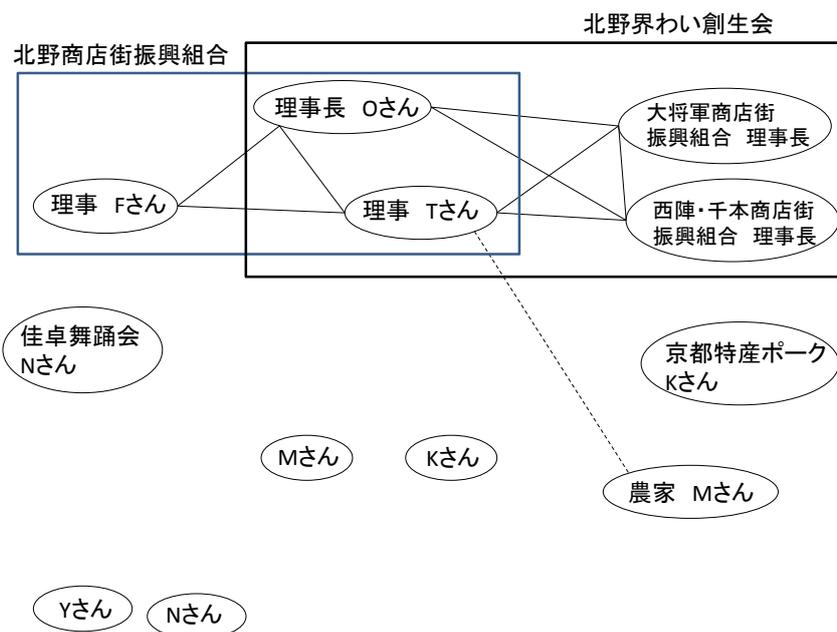


図 12 北野界わい創生会設立時のネットワーク図

### (3) 北野界わい創生会活動期

北野商店街は、2001 年から佛教大学と交流し始め 2004 年に大学のコミュニティスペース「ゆいまーる」を開設して以降、佛教大学の公共政策学部の学生と強い関わりを持っている。

K さんも佛教大学の卒業生で、学生時代には「ゆいまーる」でコミュニティカフェを開いて地域の人々に集まってもらう環境作りを試みるなど、地域の活性化について学んでいた。そして大学卒業後の 2007 年、8 月お盆の時期に北野天満宮の広場で盆踊りのイベントを行う NPO 法人「よう北野まつり」の実行委員として再び地域に関わることとなる。「よう北野まつり」は第 1 回目である 2007 年以降毎年続いていて、2011 年には第 4 回を開催した。

K さんは、北野商店街に「よう北野まつり」の支援を依頼したことがきっかけで、北野商店街振興組合理事の T さんと出会う。T さんが商店街で夏祭りなどイベントを行ってきた経験を指導する一方で、今度は K さんが商店街の夏祭りの手伝いをするといった相互の関係になっていった。

また T さんが農家 M さんを紹介し、「よう北野まつり」に農家 M さんが露店を出店することで、農家 M さんと K さんも関わりを持つようになる。農家 M さんと K さんは、それ以降 K さんが M さんの農園を訪ねるなど個人的な繋がりをもつようになった。

2010 年 5 月には、地域活性支援グループ「じもってい」が、有志の地域の住民たちによって誕生する。この団体はその地域内での出来事を地域住民に知ってもらい、より地域内の交流を盛んにすることを目的としていた。フリーペーパーを作成したり、地域住民による特技のお披露目をするようなイベントを開催したりしていた。この団体に対しても商店街振興組合理事の T さんが関わり支援することで、「じもってい」のメンバー M さんと出

会い、新たな関係が生まれている。また M さんはイラストレーターとしての一面も持っているために、理事 T さんの行うイベントのポスター制作にも携わるようになった。

佳卓舞踊会の N さんと北野地域との関わりは、2009 年に舞台公演のパフレットなどに載せる広告掲載の依頼が、振興組合理事の F さんのもとへ来たことがきっかけである。F さんは不動産業とは別に「京都みらい 21」という NPO 法人の代表も務めていて、その NPO の活動の 1 つとして、これ以降も佳卓舞踊会という新日本舞踊の佳卓流の支援を行なうことになった。佳卓舞踊会の N さんはマネージャーであり、佳卓流の着付けを担当している 20 代女性である。

2010 年 10 月に北野界わい創生会が主催した「第 2 回北野界わい風流（ふり）踊りフェスティバル&北野にぎわいふれあい物産市」では、振興組合理事 F さんの紹介により、佳卓流の舞踊ショーも行われた。そこから佳卓舞踊会 N さんと T さんの交流が始まる。これ以降、北野界わい創生会で行っている「北野寄席」とよばれる落語会においても、これまで 3 回に佳卓舞踊会のメンバーが舞踊ショーで出演している。

また 2010 年 10 月の同イベントには、「京都特産ポーク」という企業もイベントを後援し、ブースを出店している。京都特産ポークの K さんとは、2009 年の京都で行われたある地域活性化プロジェクトに振興組合理事の T さんが参加したことからの関係が始まった。このプロジェクトには農家 M さんも参加していて、この時熱心に活動している T さんを見て、T さんと M さんの関係は更に密接になったという。

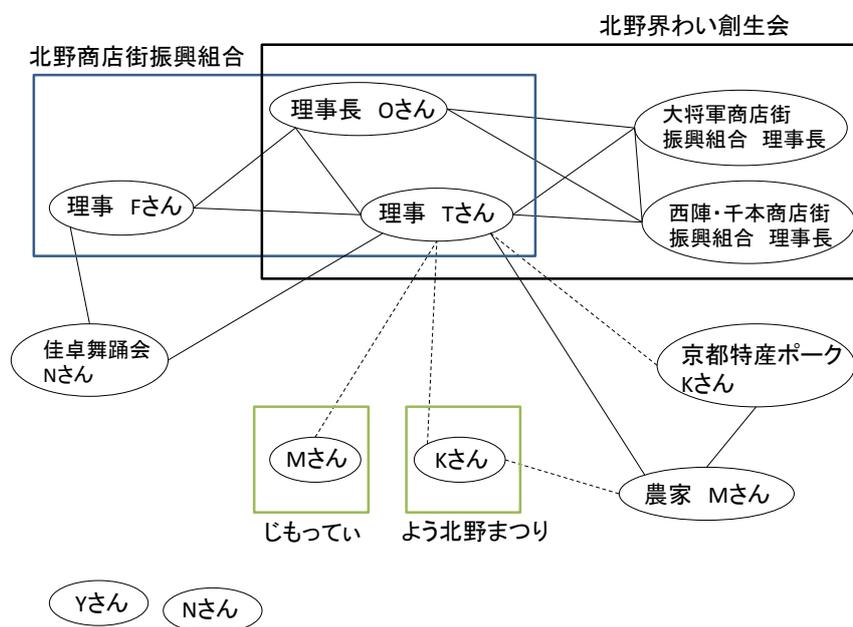


図 13 北野界わい創生会活動期のネットワーク図

#### (4) 京都北野西陣まちづくり塾の設立

理事 T さんは就任以降、様々な活動を行なっていくなかで、30 代である自分が 50 代や 60 代の人々が中心の北野界わい創生会の中で商店街を引っ張っていく立場はしんどいと

思うようになり、もっと若い世代の人たちとまちづくりを行なっていきたいと考えるようになった。しかし商店街には年配の店主たちがほとんどで、商店街内に若い世代は存在しなかった。そこでTさんは地元紙である京都新聞に紙面を載せ、「京都北野西陣まちづくり塾」のメンバーを募集したのである。応募者の条件などもなく、市民参加を募った。こうして2011年2月12日に「京都北野西陣まちづくり塾」がスタートした。

商店街内からは、理事Fさんも理事Tさんをサポートする立場としてまちづくり塾に参加している。まちづくり塾の塾長が理事Tさん、理事長が理事Fさんという体制になっている。メンバーは新聞記事を見て問い合わせた人だけでなく、理事Tさんや理事Fさんの知り合いで声をかけられて集まった人たちとに分けられる。新聞記事をみて参加した人は、北野地域外に住んでいる人が多く集まった。まちづくり塾参加者のYさんは京都府外の出身者で、北野の地域で学んだまちづくりの方法を地元を持ち帰って、地元でまちづくりができないかと考えて参加を決めた。また、まちづくり塾参加者Nさんは京都市内の他地域でまちづくりを行なっていて、募集に対して興味を持ち参加したメンバーである。

「京都北野西陣まちづくり塾」は、設立当初から月に1回の定例会議を続けている。その中でこれまでに北野商店街理事長Oさんを招いてお話を伺ったり、商店街の夏祭りでブースを設けて出店したり、北野界わい創生会の物産展を手伝うなどの活動を行なっている。



図 14 2011年夏祭りにおける「京都北野西陣まちづくり塾」によるブースの様子

2011年7月24日に商店街の夏祭りに参加したことがきっかけで、ブースを出店していた京都特産ポークのKさんと塾メンバーも知り合いになった。そしてKさんからの呼びかけで、8月6日と7日に開催された鴨川納涼祭にMさんと佳卓舞踊会のNさんが参加した。鴨川納涼祭では、京都特産ポークのKさんや農家のMさんなど京都の生産者が集まり、

特産品をPRしていくために2011年に誕生した、京都味職倶楽部による露店が出店していた。まちづくり塾のMさんとKさんは露店の売り子として、そのイベントの手伝いをを行った。

以下の図には現在における西陣北野まちづくり塾において積極的に活動に参加している主要なメンバーを書き表している。

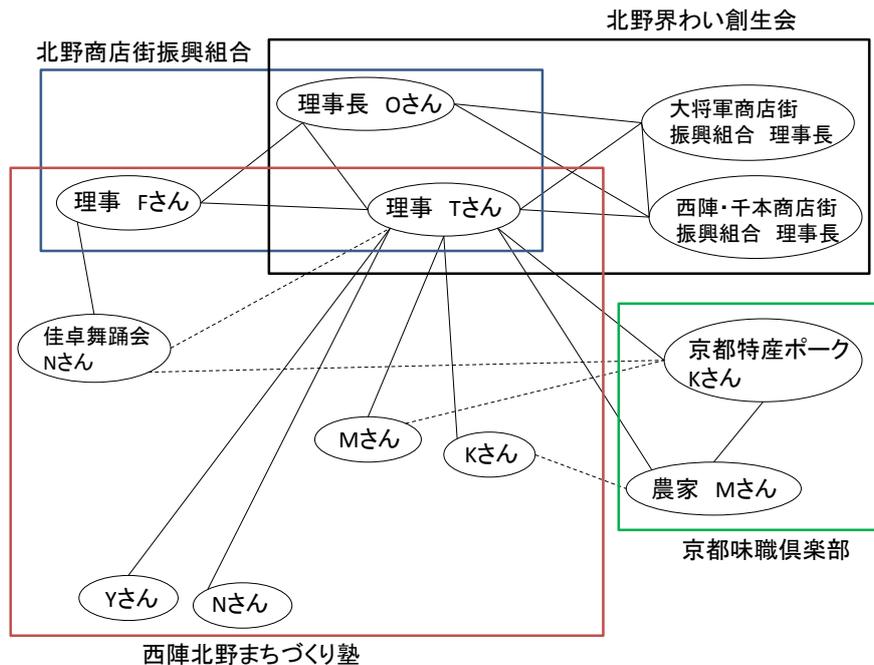


図 15 京都北野西陣まちづくり塾の設立時におけるネットワーク図

### 5.3 考察

このように社会的ネットワークの構造を図に表すことで、北野界わい創生会の設立前、設立後、活動期、京都北野西陣まちづくり塾の設立と時間が経過するごとに、ネットワークがどんどん拡大しながらまちづくりが進展していることが認められる。また、その各ネットワークの中心は北野商店街振興組合理事のTさんであり、Tさんがキーパーソンとなり、ネットワーキングを図ってきたことが分かった。

そして、始めは橋渡し型のネットワークであった2者間の繋がりも、時間の経過と共に活動を行うことによって次第に結束型のネットワークへ移行していく、という構造も表されている。パットナム(2000=2006)によると、橋渡し型は「外部資源との連繋や、情報伝播において優れて」(Putnam 2000=2006:20)いて、結束型は「特定の互酬性を安定させ、連帯を動かしていくのに都合がよい」(Putnam 2000=2006:19)のものである。ソーシャル・キャピタルの形成においては、まず橋渡し型のネットワークにより外部資源を取り入れ、それを次第に内部に取り込みながら、次第に結束型のネットワークに変化することで安定的で持続可能な関係となってくる。これに当てはまるのが、北野商店街振興組合理事Tさんと農家Mさんの関係や、理事TさんとKさんの関係、理事TさんとMさんの関係である。理事Tさんと農家Mさんは、始めは理事TさんにとってMさんは商店街の夏

祭りを盛り上げてもらう出店者、農家 M さんにとって T さんは自分で作った野菜を売り出す機会の提供者という関係であったが、今では様々なイベントでアイデアを提案しあいながら一緒に取り組むなど、より強い関係となっている。出会った当初は、お互いの立場は近くはなかったが、同じプロジェクトと一緒に取り組んだり、同じ目的に向かって行動を共にしたりすることで、関係は近くなりコミュニケーションも深まっていったのである。

以前の北野商店街は、これまで通りで十分だとして変化を望まない従来の伝統的商店街の特徴である、閉鎖的な「所縁形組織」であった。しかし T さんを中心に積極的にネットワーキングを行い、外部との交流を行なっていることで、新しい街と呼ばれる地域のような開放性に富んだネットワークを持つ地域へと移行している。

振興組合理事の T さんはこの地域のキーパーソンであり、牛場 (2006) が述べる「知的リーダー」に当てはまる。T さんは商店街内の商店の跡継ぎであり、経済的に安定していて、生まれてからずっと地域に住み続けているために地域への愛着も大きい人である。この T さんの行動力や地域への思いが、周囲の人々とネットワーキングによって地域と関わりを持つようになった人々と T さんをより強く結びつけている。小長谷ら (2006) のソーシャル・キャピタルの 3 次元論の第 2 次元にあたる「信頼」の要素も存在した。農家 M さんも T さんに頼まれると断れない、手伝ってしまう、と話していた。T さんのようなキーパーソンの存在が、まちづくりの大きな推進力になるということが明らかになった。

次に、この北野商店街で起こったネットワークの拡大の様子を都市発達理論という視角からも考察を行う。まず、具体的な活性化策が取られる以前について考えてみる。北野商店街では、1968 年に北野商店街振興組合が法人化と共に設立して以降、クレジット型販売システムなどで売上を伸ばしてきた。1977 年にアーケードの設置、1983 年に京都市内の商店街で初めての夏まつり開催など、積極的に様々な取り組みを行ってきたが、1980 年代後半からは商店街自体に大きな変化がもたらされなかった。ジェイコブス (1969) によれば、これが都市の衰退の原因のひとつである。新しい仕事もたらされないということは、古い仕事は風化し衰退してしまう。しかし、北野商店街では赤字でも夏祭りを継続して行ったり、ウエル北野のポイントアップセールを行ったり、何とかして商店街を衰退させないようにしようとする「保存」傾向が見られた。これが北野商店街が単に沈滞する経済状況にならなかった理由である。昔から地域にある古いものを、何とか活用しようと試みるのが「保存」であり、そのためには新しい使い方をしたり、新しいものと組み合わせたりしなければならない。夏祭りを活性化させるために、農家 M さんに依頼しブースを出店してもらったり、近隣に 3 つの商店街があることを上手く活用して、3 商店街を連携させて北野界わい創生会を設立したり、北野商店街には様々な「保存」のための活動がみられた。

また、地域内の社会的ネットワークの拡大こそがジェイコブスのいう都市の発展であり、新しい仕事の追加であると考えることができる。D+nTE+A→nD という定式の通り、従来通りの商店街での活性化策 (D) に多くの試行錯誤 (nTE) を踏まえてネットワーキング (A) を行うことにより、商店街を含む地域全体での新たな取り組み (nD) が生まれている。矢部 (2010) が「黒壁」を最終局面でのプレーヤーに過ぎないと捉えて考察したように、「北野界わい創生会」や「京都北野西陣まちづくり塾」はそれ以前の試行錯誤の結果であり、一種の成果物であると考えることができる。理事 T さんのネットワーキングや、K さん・M さんの地域活性化のための活動がその地域内での試行錯誤となり、新たな活動が生まれるきっかけとなっているのである。

## 6 結論

北野商店街の事例においては、外的環境の変化によって地域が衰退することを防ぐために、社会的ネットワークの拡大によってまちづくりを進めている。そのとき、その社会的ネットワークの構造に着目すると、初期の段階ではキーパーソンを中心に〈橋渡し型〉のつながりによって外部との触れ合う機会を作り、その後、その外部のメンバーと親交を深めて行動を共にすることで、次第に〈結束型〉のつながりへと変化していくという、社会的ネットワークの構造の変化が起きているということが明らかになった。

また、このように外部と〈結束型〉でつながっているということは、〈橋渡し型〉のつながりであったときよりも安定した関係であるということが出来る。つまり、そうすることで地域として出来ることの幅が次第に広くなり、バリエーションが増えていく。これが都市発達理論の新しい仕事の追加にあたると考えられ、地域としての発展であると捉えることができる。地元の住民やその人同士の元々の繋がりなど、地元にある資源をうまく活用して、それに新しい資源を組み合わせることで新たな仕事、分業が生まれるのである。

歴史のある伝統的商店街であっても、外部環境の変化に負けずに、その商店街あるいは地域をどうにか守ろう、維持しようとするためには、これまでの既成概念にとらわれずに、積極的にネットワークを広げて新たなものを取り入れようとするところこそが、非常に重要なのである。

## おわりに

北野商店街では、これまでの活動の成果もあり、2011年3月～5月末には5店舗が新たに増加している。しかしこういった新しい動きにも不安はある、と北野商店街振興組合理事長Oさんは語っていた。というのも、実際には新しい店舗が参入してきたとしても、新店舗から商店街会費がなかなか集められないのだ。なぜならば、新規参入者のなかには組合に参加することに魅力を感じられず、会費に対する商店街からの見返りを見込むことができないと考えている店主たちがおり、そういった人々は会費を払わないからである。最近の若者は協力体制ではなく、全てのことを損得勘定で考えているからだ、と振興組合は考えている。また新規店舗がオープンしても、1年間ほどで閉店してしまったことがこれまでに複数回あり、安易に出店されることにも戸惑いがあるようだ。これまでに、1000万円もの費用をかけて店内を改装しオープンしても1年間で閉店してしまったおかず屋や、一時期には流行っていたが結局短期で閉店してしまったワッフル屋が過去に存在している。

現在の北野商店街の人通りは決して少ない訳ではない。近隣のイズミヤや商店街内の安売り型スーパーであるメッサ北野には連日多くの買い物客が訪れているし、商店街から徒歩5分の北野天満宮は観光シーズンには大変混雑している。そういった人通りを上手く商店街へと引き込めていないことが問題である、と振興組合理事長は考えている。まだまだ北野という地域の魅力があるはずであり、今後ますますの活性化に向けてこの地域での活動は続いていくのである。

商店街の店舗にはスーパーにはない温かみがある。店主とお客さんが1対1で向きあうことができることで、そこには会話が生まれる。筆者も今回の調査を行うまで商店街をあまり利用していなかったが、本論文を作成するにあたり商店街をより近い存在に感じる

ことができた。まちづくりはヒトづくりと呼ばれているように、商店街には一人ひとりの人間がいて、そこには感情があるのだ。やはり、まちづくりを行なっていく上で地域の人にとっての原動力はその地域への愛着や誇りである。そして地域外の人にとっての原動力となっているのは、その地域の人々との人間関係や信頼であった。地域のためにと行動を起こす人と、この人とだからやってやろうという人とが上手く噛み合っこそ、まちづくりは成功するのである。

しかし様々な活動を続けているものの、依然新しい動きに対する閉塞感がぬぐえない、と北野商店街振興組合理事長のOさんは話す。こういったまちづくりは急に成果が表れるのは難しく、長期に渡っての活動が必要なのである。これから先、現在はまだ〈橋渡し型〉の関係であるネットワークもいずれは〈結束型〉の関係に変化していくことで、北野商店街を含む北野地域はまた新たな発展を遂げていくであろうと期待も込めながら、今後のこの地域の動きについて着目していきたい。

[参考文献]

- 鯨坂学・小松英雄編, 2008, 『京都の「まち」の社会学』世界思想社.
- 遠州敦子, 2007, 「商店街の地区としての問題点と展望」『佛教大学総合研究所紀要別冊 京都市における中心市街地の再生——中心市街地と商業組織の果たす機能と役割の社会的分析』75-99.
- ESRI Japan, 2008, 「全国基盤地図」『ArcGIS データコレクション』, ESRI ジャパン株式会社.
- 平松闊・鶴飼孝造・宮垣元・星敦士, 2010, 『社会ネットワークの研究・メソッド——「つながり」を調査する』ミネルヴァ書房.
- 石原武政編, 2005, 『商業・まちづくりネットワーク』ミネルヴァ書房.
- Jane Jacobs, 1969, *The Economy of Cities*. (=2011, 中江利忠・加賀谷洋一訳『SD 選書 257 都市の原理』鹿島出版会.
- 小田切康彦, 2008, 「観光は商店街を救うのか?——京都西陣・北野界わいの取り組みから」『同志社政策科学研究』10(2):215-217  
(<http://doors.doshisha.ac.jp/webopac/bdyview.do?bodyid=BD00013098&elmid=Body&lname=019010020017.pdf&loginflg=on>, 2011年11月8日取得).
- 小長谷一之・北田暁美・牛場智, 2006, 「まちづくりとソーシャル・キャピタル」『創造都市研究』1(1):59-75.
- 国土地理院, 2004, 『2万5千分の1集成図 京都』.
- Putnam, Robert D, 2000, *Bowling alone : the collapse and revival of American community* (=2006, 柴内康文訳『孤独なボウリング——米国コミュニティの崩壊と再生』柏書房.
- 牛場智, 2006a, 「都心型商店街の新しいモデルへの変化とまちづくり——大阪・中津商店街の事例から」『創造都市研究』2(1): 27-48.
- , 2006b, 「都心型商店街のまちづくりにおける体験型商業モデルとソーシャル・キャピタル——大阪・福島聖天通商店街を事例に」『都市研究』5・6: 77-99.
- 小川雅人・毒島龍一・福田敦, 2004, 『現代の商店街活性化戦略』創風社.
- 総務省統計局, 各年, 『国勢調査』
- 田村明, 1999, 『まちづくりの実践』, 岩波書店.
- 鶴坂貴恵, 2003, 「商業集積地活性化の意義」『商業集積の活力についての調査報告書』大阪府立産業開発研究所, 80:3-29.
- 矢部拓也, 2000, 「地方小都市再生の前提条件——滋賀県長浜市第三セクター『黒壁』の登場と地域社会の変容」『日本都市社会学会年報』(18):51-66.
- , 2010, 「中心市街地の衰退と再生のメカニズム——ジェーン・ジェイコブズの都市理論による滋賀県長浜市の中心市街地再生の事例分析」『徳島大学社会科学研究所』(23):151-167.

[参考 URL]

- 北野天満宮, 2011, 北野天満宮【公式サイト】,  
(<http://kitanotenmangu.or.jp/goyuisho/>, 2011年12月20日取得).
- まちづくり共生会, 2011, 共生 Blog,  
(<http://kyouseikai.kyotolog.net/>, 2011年11月8日取得).