

2014年度巡検報告書 東京下町の地域調査

はじめに

お茶の水女子大学文教育学部地理学コースでは、フィールドワークの方法を学ぶために、毎夏の4泊5日を全国各地の特定地域で巡検（地域調査）を行ってきた。しかし今年度は、東京下町地区をフィールドとして、8月8日～11日に調査を行った。東京での調査は本コースでも初めてであり、その趣旨をやや長くなるが説明しておきたい。

地理学の野外調査は、一般に、自分の居住地域とは別の地域で行われることが多い。それは、未知の地域を見たいということもあるが、調査者と対象地域間に認識上の距離がある程度なければ、観察という行為が成り立たないからでもある。地元とは何かという問題は、重要な問題でありながら、調査する方法は実際には、とても難しいと言わなくてはならない。観察者にとっての「当たり前の世界」が、新鮮に見えなければ、その調査は自己満足や独り言になって、調査とは言えなくなるであろう。

今回の調査の対象地域とした東京下町地区は、参加学生13名の多くにとっては、テレビやインターネットを通じて何となく知っていたり、実際に何度か行ったことがあったとしても、自らの居住地域ではなかった。また日々通学しているお茶の水女子大学のキャンパスは、山の手の豊島台地の上にある。こうして、観察者と対象地域間のこの距離感は、知っているようで知らなかった東京を発見する手がかりとなった。しかし、そもそも大都市圏は、その内部が多様な社会空間からなるため、たとえば北米の都市社会地理学では、詳細な野外調査が行われる格好のフィールドであったことを、思い起こしておきたい（W. プングのデトロイト「探検」、D. レイのフィラデルフィア「グラフィティ」など）。

2011年3月11日の東日本大震災は、東京大都市圏に居住する者にとって、自らが居住するこの場所がどのような場所であるのかという問いを、あらためて考えるきっかけとなった。第一に、東日本大震災による液状化現象

の被害の実態を知り、近い将来に発生が予想されている首都直下地震に対していかに備えるかという問題がある。第二に、福島第一原子力発電所事故による3月14～15日、21～22日の放射能雲の到来によって、首都圏東部にも放射線管理区域に相当する地域が出現しただけでなく、ごみ焼却場や河口部での放射性物質の濃縮などの問題が、東京下町地区で起こっている。第三に、2020年に開催が決まった東京オリンピックの主要会場が、下町地区に集中しており、今後のインフラ整備、マンション再開発など、急激な地域変化が予想される。現在の景観からは必ずしも自明ではない、かつての東京下町、ありうる東京下町を想像すると、たとえこの土地を見慣れた者であっても、新鮮な目で調査できるはずであると考えた。ちょうど、東日本大震災の後で、それまで無意識のまま過ごしてきた、日常の中の自然、家族、暮らしについて、あらためて考えるようになった人々が多く現れたように。

このような方法論によって、大きな地域変化が起こる前に、現状の東京下町地区を、できるだけ多様で日常的なテーマで書き留めておくことを、本地域調査の課題とした。学生個人がそれぞれ先行研究を読んでテーマを設定し、関連する統計資料・地図を調べ、毎週の演習で報告、議論し、それに基づいて予備調査を行い、自ら調査依頼を各事業所、施設、個人に送り、現地調査を行った。その結果が、本報告書の内容である。調査期間中、多方面の方々からの調査の協力を得た。この場を借りて、関係の皆様にお礼申し上げる。なお、博士後期課程の及川裕子さんには、東京下町を対象にした修士論文での経験を踏まえて、学生へのアドバイス、調査同行でTAの業務を担当してもらった。

2014年度「地理学フィールドワークA」

実施・報告書編集担当
教授 水野 勲

目次

東京都隅田川地域における河川利用についての考察－水上バスと屋形船の事業所聞き取り・利用者アンケートから－ (江田 みさと)

墨田区における路地環境と植物の配置状況 (齋藤 千晶)
月島地区におけるあふれ出しに対する路地住民の意識－地区計画に対する意識調査－ (石原 弘美)

月島もんじゃストリートの現在とその展望 (八田 実紅)
日暮里駄菓子問屋街の形成と展開 (多田 佳乃子)

地下鉄開通と新駅設置により麻布十番商店街にどのような変化が起こったのか (篠村 佳奈)

墨田区における銭湯の社会的役割 (関澤 花英)

江東区の災害協力隊について (高波 恵子)

人口急増地区における学童保育の在り方と児童の生活空間 (平野 悠)

東京湾北部におけるノリ市場の変容 (佐藤 弘実)

御徒町宝飾問屋街の変化とインド人社会 (高畑 友香)

職人からクリエイターへの変容－浅草の皮革産業からの一考察－ (城 詩音里)

台東区靴産地におけるアルティベリー事業の廃止と、地域ブランド創出の今後について (小森 梨恵)

東京都隅田川地域における河川利用についての考察 ー水上バスと屋形船の事業所聞き取り・利用者アンケートからー

江田 みさと

I はじめに

東京スカイツリーの開業をきっかけに、隅田川周辺の観光に関する関心は近年高まりをみせている。また2020年の東京オリンピックの開催も決定し、東京のウォーターフロントエリアは今後さらに注目され、さまざまな観光産業の開発が行われることが予想される。今まさに「旬」であるとも言えるこれらの地域において、特徴的な観光産業の一つに水運を利用した水上観光がある。

水上観光に用いられる船は大きく分けて「屋形船」と「水上バス」の二種類ある。隅田川では古くから屋形船による遊び・観光が親しまれてきた。これらは時代とともに徐々に姿を消し、それに代わって近代的な水上バスが台頭してきた（太田 2014）。いまなお屋形船での観光産業は隅田川に根付いており、一定のニーズがあると思われる（佐々木 2000）。そこで本調査では、利用者がそれぞれの船に何を求めているのか、さらに船舶会社は二種類の船それぞれにどのような意味付け・戦略を与えているのかということを明らかにすることを目的とする。

II 調査地域・方法

本調査では、隅田川地域を中心に船の航行を行っている水上バス・屋形船の事業所のうち、それぞれ一つずつにインタビュー調査を実施した。また、両者の利用者のニーズや特徴にどのような違いが見られるのかを比較考察するために、利用者対象のアンケートをそれぞれの事業所を通して実施した。

III 調査内容

1. 水上バス事業所に対するインタビュー

1) 事業所のあらまし

1991年より2隻体制で運行開始した。1993年に新たに一隻が就航。民間企業ではなく建設局河川部の管理下にある事業所のため、営利目的で観光船を開発するというよりは、一般の人々に河川に親しんでもらい、行政とお客様の橋渡しをすることをベースにして営業してきた。また1995年の阪神淡路大震災で船による物資輸送が活躍したことから、1996年より防災事業を開始。災害の際に

利用できる防災船着場を整備してきた。有事の際には防災船として水上バスを航行し、帰宅困難者や救援物資の輸送を行う協定を東京都と結んでいる。国や東京都、各区、警察署、消防署と合同訓練も年10回以上行っており、その際は無料で船を貸し出し、利用してもらっている。通常観光ルートとして運行している水上バスも、観光メインではなく、災害時の訓練として定時に運行しているものにお客様を乗せている、という位置づけである。

2) 利用者について

平日はシニア層、土日祝はファミリー層がメインである。若者層の開拓が将来的な課題である。若者層が獲得できない理由として考えているのは、①ネット予約システムを導入していないため（実際にお客から要望として挙がっているが、導入費用がネック）、②広報戦略が効果的にできていないため（公益財団のため、予算の関係で大々的に広報することが難しい）、だと考えている。若者層が少ないのは今だけの話ではなく、設立当初からである。浜離宮や浅草は外国人の利用が多い。

3) コースについて

両国からお台場を結ぶ便や、レインボーブリッジを周遊する便が人気である。以前は神田川から御茶ノ水方面に向かい、日本橋川へ出て一周する周遊コースも人気が満席になるほど好評だったが、ここ1年ほどは橋の工事のために通り抜けができず、御茶ノ水より先に航行できずにいる。他社が所有するような小型船ならもっと楽に航行できるものの所有していない。繁忙期は花見シーズン、ゴールデンウィーク、夏休み（特に土日やお盆）。冬はかなり減る。2012年はスカイツリー効果で、初めて利用者が年間20万人を突破（23万人程度）。スカイツリーの展望台になかなか登れない代わりに、水上から眺めようという客が多かった。今は爆発的ブームは落ち着いてきており、平準化しつつある。

4) 交通の足としての役割

両国ー浅草方面間など、比較的割安に運賃が設定されている区間（片道310円）は、足として使う利用者もいる。



写真1 隅田川に停泊する屋形船とスカイツリー

(2014年8月7日, 水上バス船内より筆者撮影)

しかしお台場などは、そこに行くこと自体が観光としての意味合いが大きく、また料金も高額になる(片道1,130円)こともあり、純粋に足として使う場合は少ないだろう。

5) 屋形船との違い

クルーズの楽しみ方の種類が異なっている。また、宴会を前提にやっているかどうかは、大きな違いである。水上バスはアルコールの持ち込みは自由だが、宴会ができたり料理が出たりということはない。昔は宴会便というものが就航していたが、屋形船にあるような料理のノウハウがないなど困難が多く、今はやめてしまった。また、屋形船は忘年会など冬にも冬の楽しみ方があるので客足はそこまで落ちないが、水上バスはなかなか客を見込めない点も違いである。とはいえ、水上バスが日中運行しているのに対し屋形船はほぼ夜に運行するため、時間という観点から見れば競合している意識はあまりない。

2. 屋形船組合に対するインタビュー

1) 組合のあらまし

35の事業所から成る。東京湾地域にはほかに二つ組合が存在するが、国交省から認可を受けているのはこの組合のみである。多くの客は個々の事業所に直接予約の電話をするが、空きがなかった場合、組合を通して別事業

所を紹介する。組合を組織する理由は、①安全確保のため(上の者から若い組合員へ言葉遣いやルールを浸透させる)、②食材などの共有(場合による。別々の事業所で同じ食材を使う際には組合として安く購入)、③交渉する際有利だから。組合間での競争はあまりなく、むしろ協力関係を築いている。ほぼすべての事業所がいずれかの組合に属するが、組合に入らない上に正式な申請をしていない悪質なモグリ業者も存在する。ホームページを見ても素人目には区別がつかないためトラブルも多く、そういったクレームが誤ってこの組合に寄せられることもある。

2) 利用者について

特にどの年代が多いということはない。成人式の二次会や結婚式の披露宴、法事、歌や踊りなどの趣味の会等、利用目的も多岐にわたる。マスコミにより船=夏のイメージが定着しているため、納涼船や浴衣を着ての乗船などは人気がある。しかし、実際はエアコン完備のため、季節を問わず快適に楽しめる。

3) コースについて

航路は見所を中心に決める。一番古くからある事業所は、隅田公園の花見とお台場、この二つを大きな見所としてコースを設定していた。お台場はやはり人気の見所である。以前からあった事業所が東京スカイツリーの開業に合わせて大きく航路を変更したということはなく、元々コースに入っていた。変化が見られたとすれば、新たに開設した事業所がスカイツリーを見所に盛り込んだ航路で営業を申請した程度である。

4) 屋形船の強み

①江戸から続く歴史と文化、②貸し切りであることによる個室性、プライベート的性格、③橋の下など、普段見られない水面からの景色等が挙げられる。利用者の7~8割が貸し切り利用であり、また船内にはカラオケを完備している。加えて、料理の本格さも強みの一つである。屋形船で出される料理は元々柳橋の料亭から発展したものであるため、今でもケータリング等の料理でなく、料理人が作った料理を船内で提供している。

3. 水上バス利用者に対するアンケート調査

客足が伸びるお盆のうち二日間、事業所の協力のもとで、船内に回収箱を設置し、調査を行った。回収枚数は46であった(表1)。利用者の8割弱が家族で利用という結果になった。30代未満の若者の利用は、8%と全体の

表1 水上バス利用者に対するアンケート調査結果

Q1. 性別		Q5. 今回水上バスを知った経緯	
男	48	東京水辺ラインHP	33
女	52	知人の紹介	11
Q2. 年代		インターネット上の観光情報サイト	
10代	4	旅行ガイドブック	6
20代	4	テレビ	2
30代	24	たまたま立ち寄った	17
40代	26	その他	25
50代	15	Q6. 今回水上バスを利用した理由	
60代	20	観光のため	48
70代	7	移動手段として	27
Q3. 同伴者		コースに魅力を感じて	
友人	9	その他	5
家族	77	Q7. なぜ屋形船ではなく水上バスを利用したか	
親戚	6	利用料金を考慮して	22
恋人	4	便数が多いから	5
一人	2	気軽に乗れるから	53
その他	2	交通手段として利用しやすいから	10
Q4. 何回目の利用か		その他	
初めて	48	無回答	2
2回目	20		
3回目	17		
4回目	2		
5回目	2		
それ以上	11		

(%)

1割に満たなかった。半数近くが初めての利用であり、利用回数が増えるごとに割合が減少するが、6回以上と回答した割合は11%となった。これらの層は半数以上が10回以上の利用と回答しており、日常的に交通手段として利用する、あるいは河川に対して愛着を持つコアなリピーターが一定数存在することが推測された。利用のきっかけはメディアによるものが47%と半数近くを占めた一方で、たまたま立ち寄ったと回答した割合が17%にのぼり、気軽に利用が可能であるという水上バスの特徴が浮き彫りとなった。

利用理由に関しても、半数近くが観光と回答したのに次いで、移動手段と回答した割合が27%となったほか、屋形船でなく水上バスを利用した理由として、気軽さを挙げた割合が半分以上を占めた。利用者の多くが比較的身近な存在として水上バスを認識しており、またその点に魅力を感じていることがわかった。

4. 屋形船利用者に対するアンケート調査

組合を通して紹介していただいた事業所のうちのひとつで、8月中の利用者に対し調査を行った。回収枚数は49であった(表2)。

最も多かった同伴者は水上バス同様、家族であったが、その割合は29%と水上バスの2分の1未満であり、大きな違いが見られた。これに対し、会社関係の同伴者と答えた割合は家族とほぼ同じ27%にのぼった。一方、一人で参加したという回答は見られず、やはり水上バスと比べ気軽さが少ないことがうかがえた。利用者の半数は初

表2 屋形船利用者に対するアンケート調査結果

Q1. 性別		Q5. 今回の屋形船を知った経緯	
男	45	東京都屋形船協同組合HP	18
女	55	個別の事業所のHP	34
Q2. 年代		知人の紹介	
10代	4	インターネット上の観光情報サイト	2
20代	14	雑誌	4
30代	39	その他	10
40代	17	無回答	4
50代	12	Q6. 申し込み方法	
60代	10	組合へ電話	10
70代	2	事業所へ直接電話	34
80代	2	組合にメール	2
Q3. 同伴者		事業所に直接メール	
会社関係	27	その他	10
友人	24	無回答	2
サークル	2	Q7. 今回利用した理由	
家族	29	観光のため	12
親戚	2	おいしい食事を食べたくて	22
恋人	16	風情を楽しみたくて	47
Q4. 何回目の利用か		知人に誘われて	
初めて	53	コースに魅力を感じて	7
2回目	27	その他	2
3回目	14	Q8. なぜ水上バスではなく屋形船を利用したか	
4回目	4	水上バスにはない風情を楽しみたかったから	59
5回目	2	事業所や船の選択肢が豊富だったから	6
		くつろげるから	8
		料理がおいしいから	17
		その他	8
		無回答	2

(%)

めての利用であり、利用回数が増えるごとに割合が減少している。6回以上利用と回答した人はいなかった。利用のきっかけはメディアによるものが58%と6割近くを占めるが、メディアに次いで知人の紹介が28%と多い。複数人の団体での利用が多いことが推測される。また屋形船は完全予約制であり、たまたま立ち寄ったという可能性はほぼないため、設問から省略した。申し込みは個別の事業所を通して行う場合が76%であった。

利用理由については、観光目的と答えた割合が12%と、水上バスの4分の1にとどまった。またコースに対する魅力と答えた割合も7%と、水上バスの半分以下となっており、船上から見える景色に対する期待度はそれほど高くないといってよいだろう。その一方で、屋形船の風情や料理と答えた割合が順に47%、22%と非常に大きく、屋形船の利用者は船そのものの持つ雰囲気や船内サービスに対する期待度を高く持っているといえる。水上バスでなく屋形船を選んだ理由も、屋形船の風情を挙げた割合が59%、次いで料理を挙げた割合が17%となり、利用者の多くが屋形船独自のサービスに魅力を感じていることがわかった。

IV 考察

1. インタビュー調査の結果から

航路については、水上バスと屋形船の間で大きな違いは見られなかった。スカイツリーの開業についても、効果は一時的なものと考えており、また元々あった航路上に開業したこともあって、航路の決定に大きな影響を与えたということはなかった。

また、水上バス・屋形船ともに、普段見ることができない水上からの景色を楽しんでもらうという、船舶として両者に共通した目的がベースにあるが、水上バスは河川への親しみやすさ、屋形船はその歴史・文化やプライベート性をそれぞれの特色として認識しており、それぞれの長所を活かした船の航行をめざしていた。同じ船でありながらも、二者間で異なる性格の楽しみを感じられることが明らかとなった。

加えて、どちらの事業所も防災船としての側面を意識した活動を行っているということが明らかとなり、本来の目的である観光用としてのみにとどまらず、交通手段として船が持つ可能性を十分に活かそうという方針で活動をしていることがわかった。

2. アンケート調査の結果から

大きな差が認められたのは、①同伴者、②利用回数、③利用のきっかけ、④利用理由であった。以下、それぞれについて考察する。

同伴者については、水上バス利用者の8割弱が家族との利用だったのに対し、屋形船利用者では3割弱にとどまり、ほぼ同数で会社関係、次いで友人と続いた。水上バスがファミリーで気軽に利用しやすいのに対し、屋形船はそのプライベート的性格から、懇親会や接待などにも用いることができる正式な場として認識されていることが推測される。

利用回数については、水上バスは10回以上利用経験があるリピーターが一定数存在するが、屋形船ではそういった利用者層は認められない。利用料金や予約の有無も理由の一つだと推測されるが、水上バスの「バス」という移動手段的な性格や、純粋に河川の様子を楽しむことができる点などに惹かれて日常的に利用する層が存在す

るということが考えられる。

利用のきっかけについては、水上バスはたまたま立ち寄った割合が2割弱となり、その身近さが全面に出た結果となったが、屋形船は知人からの紹介が3割弱と水上バスのその3倍近くとなり、団体利用が多いという性格が浮き彫りになった。

利用理由については、水上バス利用者の約半数が観光目的であったのに対し、屋形船利用者で観光目的と答えた割合は1割程度と水上バスの4分の1にとどまっている。その一方で屋形船利用者の約半数が風情を楽しみたい、2割がおいしい食事を食べたいと回答しており、船の持つ雰囲気そのものや船内サービスに対する期待度の高さがうかがえた。

V まとめ

本調査を通して、隅田川地域における水上バスと屋形船それぞれの特色を明らかにすることができた。水上バスはその身近さ・河川への親しみやすさを活かした船舶を航行している一方で、屋形船はその歴史・文化や個室性を活かした船舶を航行している。また利用者もそれぞれの長所に魅力を感じる傾向が見られ、運行主体と利用者双方の方針とニーズが一致する結果となった。今後はそれぞれの長所をより強化していく方向をとることで、それぞれの船に異なる楽しみ方を求める利用者のニーズを、より満足させることができると考えられる。

謝辞 本調査の実施にあたり、インタビューやアンケート調査をはじめとして、隅田川流域で航行する屋形船組合の皆様、水上バス事業所の皆様にご協力いただきました。末筆ながら、この場を借りて厚く御礼申し上げます。

文献

- 太田 慧 2014. 東京ウォーターフロントにおける水上バス航路の変遷と運行船舶の多様化. 観光科学研究 7: 37-44.
- 佐々木隆三 2000. 江戸～東京を対象とした屋形船の史的考察. 日本建築学会学術講演梗概集: 373-374.

墨田区における路地環境と植物の配置状況

齋藤 千晶

I はじめに

密集住宅地において家の周りに植木鉢などの植物が配置されるという現象は、密集住宅地における緑化や住民同士のコミュニケーションにおいて役立つ、東京下町地域の特徴的かつ重要な文化の一つとして捉えられ、それら植物の配置パターンや住民意識などについて幾つかの研究が行われてきた。中央区については、小谷ほか（1997）が佃地域の路地の緑の実態と住民意識について明らかにしており、また高橋ほか（2005）は月島地域の路地の緑の配置パターンについて記述している。墨田区については、篠塚ほか（2003）が東向島一丁目において路地ごとに鉢植えの緑の配置や形態を明らかにした。

しかし、これまでの研究では、一地域の路地の形態ごとの植物の配置状況の比較はあっても、街路パターンの異なる複数の地域における植物の配置状況について比較したものはなかった。そこで、本稿では東京都墨田区における2地点の植物の配置状況を比較し、その2地域の違いや共通点について考察する。

II 調査地域と調査方法

調査地域は東京都墨田区東向島一丁目全域（東武線曳舟駅北西）と、押上三丁目の28～62番地（同駅南東）の2地域である（図1）。

この2地域の重要な違いとして、戦災により焼失した地域か否かが挙げられる。東向島一丁目のほとんどは戦災による焼失を免れたが、押上三丁目は戦災による焼失を経験した地域である。そのため、東向島一丁目の方が古い路地や町並みを残した地域であることが考えられる。そういった歴史からか、この2地域は道路環境が異なっており、東向島一丁目は密集した住宅地の中に、狭い入り組んだ道や行止った道など閉鎖的な道が多いが（図2）、押上三丁目は広くまっすぐな、街区を突き抜ける開放的な道が多く、建物の密集の度合いが比較的小さい（図3）。

調査は、この2地域における各建造物の周りの植物の配置状況を住宅地図¹⁾に書き込むという方法をとった。植物の配置状況として記録した項目は以下の3点である。

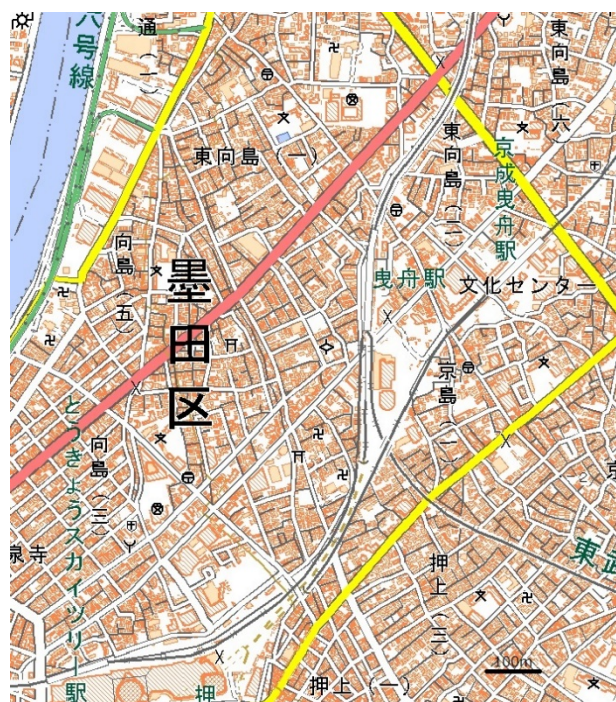


図1 調査対象地域（墨田区）

（地理院地図より）

- ①植物の配置形態（植木鉢・花壇・植木）
- ②植木鉢のおおまかな個数（1～5, 6～10, 11～15, 16～20, 21～の五区分）
- ③植木のおおまかな本数（1～5, 6～10の二区分）

建造物の側面を一つの単位とみなし、観察しうる建造物の側面一つ一つにこれらの情報を記録した。さらに、1984年の住宅地図を参照し、1984年時点で住んでいた世帯と同じ、あるいは血縁関係のある世帯が住んでいると考えられる建物を、観察を記録した地図上で印を付けていき、植物の配置状況と地域への定着性との関連を考察する。

III 調査結果と考察

1. 植物の配置形態

調査結果を表1に示した。

2013年時点の住宅地図と現地調査によると、現在、東向島一丁目の建物は約990件で、押上三丁目の建物は640件であった。

しかし、表1によると、植木鉢のある建物は東向島一

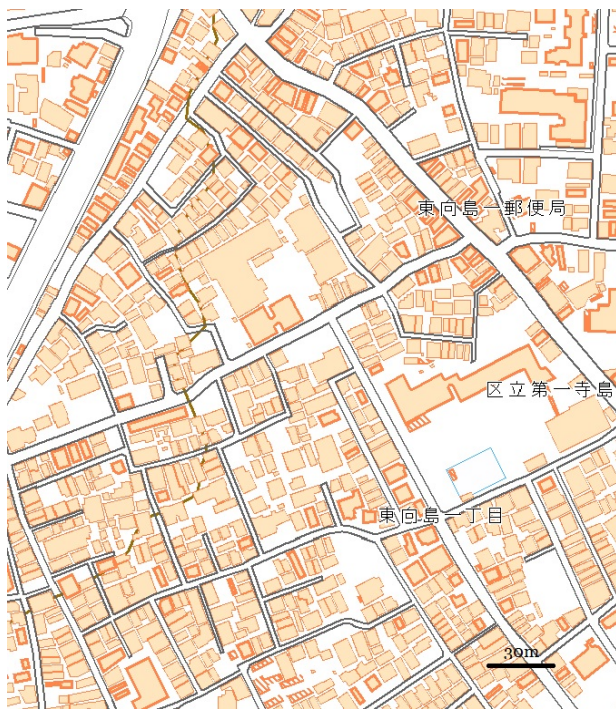


図2 東向島1丁目周辺の街路網

(地理院地図より)

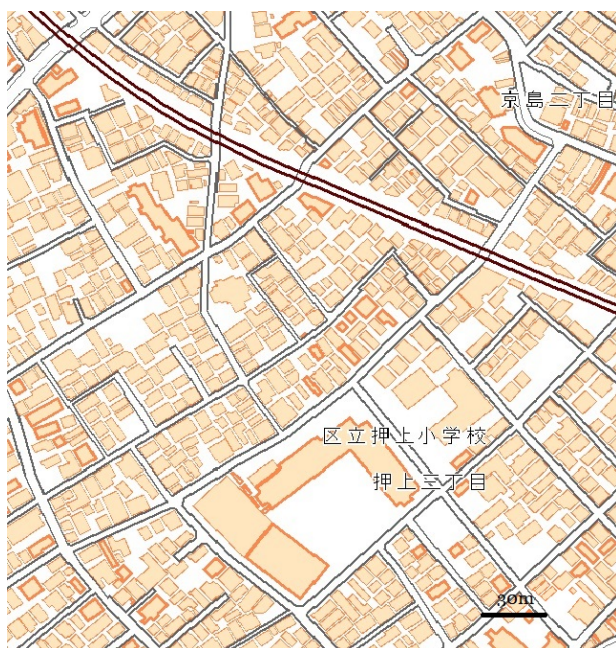


図3 押上3丁目周辺の街路網

(地理院地図より)

丁目の方が多いが、押上三丁目の方が建物の数が少ないにもかかわらず、花壇のある建物と植木のある建物が押上三丁目の方が多ことが分かる。しかし植木鉢のある建物の割合は2地域に大きな違いはないので、押上三丁目の方が植木鉢と花壇・植木を併用して設置している建物が多いということになる。

この2地域の違いの原因は、東向島一丁目と押上三丁目の建造物の密集の度合いが異なるためである。押上三

表1 2地域の植物の配置形態

	花壇	植木鉢	植木	なし
東向島一丁目	109 11.0%	526 53.0%	52 5.3%	354 35.8%
押上三丁目	170 26.6%	336 52.5%	67 10.5%	223 34.8%

(現地調査から作成)

表2 2地域の植物の本数

	1-5	6-10	11-15	16-20	20-
東向島一丁目	192 36.5%	132 25.1%	69 13.1%	74 14.1%	59 11.2%
押上三丁目	109 32.4%	97 28.9%	58 17.3%	47 14.0%	25 7.4%

(現地調査から作成)

表3 1984年以前から居住していた世帯の植物配置

	花壇	植木鉢	植木	なし
東向島一丁目	68 12.1%	323 57.4%	33 5.9%	187 33.2%
押上三丁目	106 28.6%	195 52.1%	63 16.8%	106 28.3%

(現地調査から作成)

表4 1984年以後から居住する世帯の植物配置

	花壇	植木鉢	植木	なし
東向島一丁目	30 13.1%	84 36.7%	8 3.5%	121 52.8%
押上三丁目	49 24.7%	82 41.4%	4 2.0%	94 47.5%

(現地調査から作成)

丁目は住居等の建物の密集度合いが小さく、庭や花壇といった空間を取れるため、建物数のより少ない押上三丁目の花壇・植木のある建物の数が東向島一丁目のそれを上回ったと考えられる。

2. 植木鉢の個数

調査結果を表2に示した。

この結果から2地域を比較すると、どちらも植木鉢が増えるにつれ建物の件数が減っていくことは同様である。

2地域で異なる傾向としては、東向島一丁目では、植木鉢が1～5個と20個以上の建物が押上三丁目より多くの割合を占め、逆に押上三丁目では、6～10個、11～15個、16～20個の建物が東向島一丁目より多く割合を占めることが分かった。

東向島一丁目1～5個の割合が多いのは、先に述べたように住宅がより密集しているため土地が狭いという理由からだと推測される。にもかかわらず、東向島一丁目20個以上の割合が多いのは、東向島一丁目の方が

入り組んでいて行止っている狭い道が多く、自動車の行き来が少ないため、20個以上もの植木鉢を置ける道路環境であるからと思われる。

3. 植物の配置状況と地域への定着性との関連

2014年現在の2地域の全ての建物を、1984年以前からこの2地域に住み続けている世帯が居住もしくは管理している建物と、1984年より後からこの地域に住んでいる世帯が居住もしくは管理している建物に分類し、それぞれの分類の建物における植物の配置状況を比較する。なお、住宅地図の精度により分類が不可能な建物もあるため、2地域の全ての建物を分析することはできなかった。

まず1984年以前からこの2地域に住み続けている世帯が居住もしくは管理している建物の植物の配置形態については、表3に示した。次に1984年より後からこの地域に住んでいる世帯が居住もしくは管理している建物の植物配置形態は表4に示した。

この結果から、まず押上三丁目の方が東向島一丁目よりも、花壇の占める割合が多い。しかしそれを除くと、両地域とも大方似通った傾向を示している。そこで、1984年時点からこの2地域に住み続けている世帯が居住もしくは管理している建物と、1984年より後からこの地域に住んでいる世帯が居住もしくは管理している建物という新旧の視点から数値を比較してみると、後者が前者の、植物がない建物の割合を遥かに上回っており、前者では約3割であったが、後者では約5割に増えている。その一方、植木鉢のある家の割合では、前者が後者を1～2割上回っている。これは2地域両方で見られる傾向である。

つまり、1984年以前からこの2地域に住み続けている世帯が居住もしくは管理している建物より、1984年より後からこの地域に住んでいる世帯が居住もしくは管理している建物の方が、植木鉢を有する建物の割合が小さく、植物の無い建物の割合が大きいという傾向がある。

この結果から、ある地域に30年程定着すると、植物、特に植木鉢などの植物を家の周りに配置するようにな

る、逆に言うと、その地域に住んでまだ年月が浅いと植物を置きにくいという傾向が推測される。

また、新しく建てられた住宅は今までの土地を細分化したのも多いため、土地がより狭くなり植物を置きにくいという理由もあり得る。

IV まとめ

今回の調査で東向島一丁目と押上三丁目の2地域の植物配置状況を比較し、両地域の相違点と共通点が幾つか明らかになった。

まず植物の配置形態は、建物の密集度の低い押上三丁目の方が花壇・植木を有する建物が多い。

植木鉢の個数については、個数が多い建物ほど減っていく傾向は共通だが、密集度が高くまた道が入り組んでいる東向島一丁目では1～5個の建物と20個以上の建物の割合が比較的大きい。

植物の配置状況と土地の定着性については、定着性が強い建物の方が植物を配置するという傾向が両地域に共通していた。

謝辞 東向島一丁目中町会の皆様、東向一南町会の皆様、押上文花町会の皆様、調査にご協力頂きありがとうございました。深くお礼申し上げます。

注

1) 東京都墨田区のゼンリン住宅地図のうち1984年版と2013年版を使用した。

文献

- 小谷幸司・柳井重人・島田正文・勝野武彦・丸田頼一 1997. 東京都中央区における路地の緑の実態と住民意識に関する研究. 第11回環境情報科学論文集11: 261-266.
- 篠塚香里・横張 真・栗田英治・渡辺貴史 2003. 密集市街地における鉢植えの緑の配置と形態. ランドスケープ研究 66(5): 825-828.
- 高橋 俊・伊藤 弘・下村彰男 2005. 中央区月島を事例とした密集市街地における植物の配置パターンと空間特性. ランドスケープ研究 68(5): 879-882.

月島地区におけるあふれ出しに対する路地住民の意識 —地区計画に対する意識調査—

石原 弘美

I はじめに

路地と言われる狭い道路に面して居住する人々は、植木鉢を並べたり、縁台を設置したりと生活の場を自らの手で作り出してきた。植木鉢などのように、各住居の敷地内に置くべきものが敷地外に出ているものを「あふれ出し」というが、あふれ出しが路地の味わいを出し、近隣住民との交流を深める要素となっているという研究もある(湯浅・大沸 1988)。一方で、路地は木造家屋が密集していることから災害に弱く、高層マンション建設をともなう再開発が進み、あふれ出しは少なくなり、路地の味わいは消えつつある(岡本 2006)。また、残存している路地周辺に住む人達も移り変わっていることも、地域コミュニティの希薄化に拍車をかけているともいえるだろう。

今回は、あふれ出しに対して、路地に面して居住する人々がどのような意識を持ち、地区計画に対してどのような立場を示しているのかを調べたい。

II 調査地域・方法

1. 調査地域概要

調査地域には東京都中央区月島地区を選んだ。一つ目の理由に、1887年に埋め立てが始まって以来、戦火を免れ、また関東大震災でも大きな被害を受けなかったことから、街割りに変化が起きていないことが挙げられる。そのことから、路地が多く残っているのが月島地区の特徴だからである(図1)。

また、月島地区は近代以降の埋め立て地であるが、街割りは江戸の方式に基づいている。道路の幅は、段階的になっており、月島地区の中央の清澄通りは幅36mで、最も幅の広い道路となっている。そして、10.8mの六間道路が基盤目状に走り、「一町街区」を形成している。一町街区は道路を除くと109m四方となっており、正方形の一町街区を二つに割る「背割り道路」として、5.4mの三間道路が清澄通りに平行して走っている。それでも、宅地用地としては一街区が大きかったため、土地の細分化を図り、一街区に5～6本通されたのが路地なのである。路地の幅員は1.8～2.7mとなっており、自動車は通行出

来ず、狭小住宅である長屋がひしめきあって建設された(図2)。路地に面する長屋などの住宅には庭がなく、地面もアスファルト舗装されていない。路地は私道であり、主に路地住民しか通らないことも後押しして、住民は植木鉢を外に並べ、自分たちの領域を表そうとしているのである。このような「あふれ出し」は、墨田区などでも見られるが、月島ほどまとまって確認出来る場所は稀である(志村 2013)というのが、月島を調査地域に選んだ理由の二つ目である。

2. 調査方法

ゼンリン発行の住宅地図を参考にしつつ、重点的に調査する路地を一本選定する。その路地を観察し、路地に面して居住する人々にインタビューした。また、地区計画については、中央区都市整備部へのインタビューを行った。その他に、月島連合町会長へ、あふれ出しに対する町会の対応や地区計画にどのような対応しているのかをインタビューした。

III あふれ出しに対する調査

1. 対象路地の住民の方へのインタビュー

1) Aさん

35年前、現在の月島地区の住宅へ勝どき地区から転居してきた。当初は、借家だったが、27～28年前にやや大きな地震があり、当時の2階部分が損傷してしまったため、建て替えを決めた。その際、東京都が土地を売り出していたこともあり、土地ごと購入した。当時、3階建ての家が認められ始めた頃だったので、屋根の傾斜を緩くすることで3階部分に一部屋作れるとの大工さんからの提案を取り入れ、木造3階建ての家を建設した。それから、今日まで建て替え等は行っていないと言う。

まず、対象路地の他の住民の方々との関係について伺った。地下鉄開通以前は外部の人間が路地に入ってくることも滅多になく、銀座に行くぐらいであれば自宅に鍵をかけることもなかったそうだ。しかし、地下鉄が開通してから外部の人間が増加し、空き巣が多発したため、警察から施錠するようにとの指導があり、それぞれの家が在宅時でも鍵をかけるようになった。開通以前は、玄

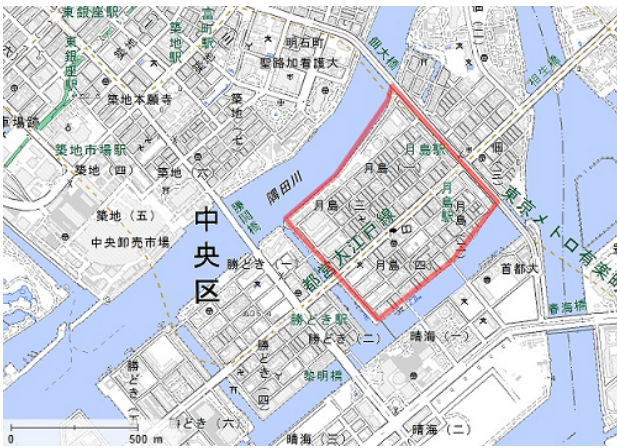


図1 月島地区

(国土地理院HPより)

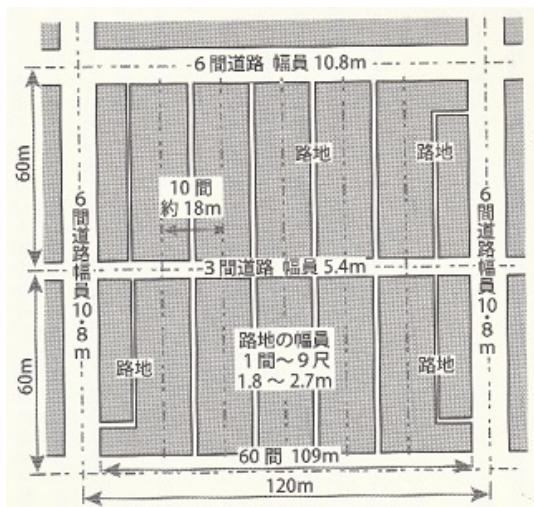


図2 月島地区の街割り

(志村 (2013: 137) に掲載の図を転載)

関のドアが開いていることもあり、他の家にお邪魔しやすかったが、今はわざわざインターホンを押さなければいけないので、気軽にお邪魔するのは気がひけ、お互いの家を訪ねるということは減ったと言う。また、対象路地には借家が2世帯あり、1世帯は男性の一人暮らしで、もう1世帯は娘と父で住んでいるらしいとおっしゃっていた。この2世帯以外の路地住民の方々とは昔からの付き合いで、会えば挨拶や立ち話をするそうだが、借家の2世帯はすれ違っても挨拶をしないことの方が多いという。また、挨拶をしたとしても、立ち話をするのではない。

次に、路地へのあふれ出しに対して全体的な意見を伺った。路地の半分ずつをそこに面している住民同士で分け合い、一人一人が通り抜け出来るスペースは少なくとも確保するという暗黙の了解があるそう。しかし、それらは住民同士が自然と気を遣うもので、過剰なあふれ出しをしている住民に対して、住民から注意することはない。



写真1 対象とした路地

(写真上部の緑がAさん、Bさんがおっしゃっていたフウセンカズラ)

いという。近年さまざまな事件もあり、「何かあったら怖い」とおっしゃっており、上述したように近所付き合いも少しずつ変化しているそう。20年前(1世代上)は、おばあちゃんの世代の人があふれ出しやゴミ出しについて厳しく注意していたが、それもなくなったという。それにともない、あふれ出しの量や幅が20年前より若干が増え、広がっているように感じるそう。その世代は夏の夕暮れになると、路地に椅子を出して夕涼みをしている光景が見られたが、それも今はなくなったという。

調査対象路地には、あふれ出しとして緑(植木鉢やプランター)や自転車を確認出来たことから、この二つに焦点を絞ってインタビューを行った。緑は引っ越してきた時から「そういうもの」という認識だそう。青木・湯浅(1993)、青木ほか(1994)には、住民は緑に外部の人間の目が家の中に向かないようにという意図を持っていると記述してあるが、そのような意図はないとのことだった。元々、緑を育てることが好きな人が多く、趣味の側面が強いのではないかとおっしゃっていた。Aさん自身も緑があった方が楽しいから植えており、あふれ出しという認識があり、消防や町会から指摘があれば、いつでも植木鉢を捨てる用意があるという。去年は自宅の壁に沿って3階までゴーヤを育てていたが、今年は「めんどくさい」ことから育てなかったが、代わりに路地を挟んで向かい合って居住しているBさんと協力して、二つの家の間にフウセンカズラを育てていた(写真1)。ゴーヤを育てていた時には、出来たゴーヤを近所の人におすそ分けすることもあり、緑の世話をしに外へ出てきた



写真2 あふれ出しの様子

(自転車や植木鉢が置かれている)

時に路地住民の人々と立ち話をすることも多々あり、緑が話のきっかけになることも多いそうだ。自転車に関しては、話のきっかけとなることはないそうだが、緑同様「そういうもの」という認識を持っていた。

2) Bさん

50年以上月島に住んでいる方である。Aさんとフセンカズラを栽培している。緑は涼しい気持ちになり、「綺麗ね」「涼しい気分になるわね」などと会話のきっかけになることが多いそうだ。Bさんの娘が家に帰ってくると、「ほら、路地を感じてきなさい」と言い、誇らしい気持ちになるとおっしゃっていた。

路地住民の人々に町会費や祭りへの寄付代を払ってもらう必要があるが、最近の人と昔からの人では感覚の違いがあると感じているそうだ。また、Bさんは上記した借家に住む人にも挨拶は欠かさないという。

2. 中央区役所と月島連合会長へのインタビュー

中央区役所としては、路地が私道であることから、建築物でない置き看板や植木鉢などに規制をかけられないので、住民の合意の下であふれ出しは行うという程度にとどまっている。区としては、緊急時におけるスムーズな避難などの面からあふれ出しは避けて欲しいが、緑に関しては緑化の面から植木鉢は許容の範囲だとしている

そうだ。

月島連合町会としても、あふれ出しについて話し合いの場が持たれたことはある。対応は区とほぼ同じである。公道(三間道路や六間道路)へのあふれ出しは禁止だが、路地は住民同士の了解があれば大丈夫とのことだが、乳母車が通れないなどの苦情が町会に届くこともあり、そのような時は過剰なあふれ出しを行っている住民のもとまで注意をしにいくとおっしゃっていた。

IV 地区計画に対する調査

1. 中央区役所へのインタビュー

中央区は高齢化が進み、1995年には夜間人口が7万人にまで減少し、結果常住人口の増加を図る必要性が生じ、1997年に全国で初めて地区計画を作成した。中央区は日本橋や銀座などオフィス街や商業地域が広がる中で、月島地区は住宅が多い地域であることから、住宅の個別建て替えや一街区をまとめて高層マンションを建設するといった再開発を行い、夜間人口を増やす努力がなされた。結果として、現在では夜間人口は13万人となり、同時に昼間人口は24万人にまで増加した。

月島地区では、住宅地を全面積の一定以上にすることで、容積率や道路斜線などの規制を緩和している。また、月島は中央区の中でも高齢化が特に進んでいる地域であり、空き家が増え、老朽化した木造家屋が密集していることから建て替えを進めていきたいとのことだった。個別建て替えをするには資金面から難しいケースが多く、そのような場合にはある程度の住宅が集まって一団地として再開発を区が進めるという。しかし、住居は個人の資産であることから、区から地区計画を推すことはなく、建て替えや再開発の要望を住民が区役所に持ってきた時に地区計画の存在を知ることがほとんどなのではないかとおっしゃっていた。

2. 月島連合町会長へのインタビュー

区が主導する再開発については住民の資金面での負担が軽減されることから住民は肯定的だというのが、実際に再開発まで意思合意を図ることは困難だという。町会として個別建て替えや再開発を推すことは出来ないというのは区と同じ立場であった。区では、地区計画について住民のほとんどは認識していないのではないかとのことだったが、建て替えをした家の周辺の人々に地区計画が話題に上るなど意外と認知度は高いのではないかとおっしゃっていた。

町会長ご自身は、現在住居としている家のほかに、近くに長男に貸している家など持っているが、いずれも関

東大震災の後に建てられたもので今日まで一回も建て替えをしたことはなく、資金面から建て替えの予定はないという。

3. 路地住民へのインタビュー

Aさん、Bさんともに地区計画の詳細（家を30cm後退させると斜線制限が緩和されるなど）までは知らなかったが、そのような都市計画があるという認識はあった。二人とも資金面や将来を考えても建て替えの予定はないとのことだった。

V おわりに

実際に月島地区にある路地を一つ一つ歩いて感じたことは、予想以上に人通りが少ないということである。調査期間が真夏の日中だったこともあるが、緑の世話のために外に出てきて、近隣の人々と立ち話をするといった光景はあまり確認出来なかった。また、個別建て替えや再開発によって建設された高層マンションでは、ほとんどあふれ出しが確認することは出来ず、昔ながらの長屋と新しく建てられた家が混在している様子は非常に興味深かった。

あふれ出しはコミュニティに少なからず良い影響をもたらしているだろうが、密集した木造家屋は災害に弱いことなどから改善しなければいけないのも事実である。

下町情緒の味わいと密集木造家屋の解消の両立の道を模索することは、今後日本が直面する超高齢化社会での新たな街づくりでの重要な研究となるのではないだろうか。

謝辞 本調査を進めるにあたり、聞き取り調査に快く引き受けて下さった中央区都市整備部の皆様、月島連合町会長、対象路地住民の皆様、誠にありがとうございました。

文献

青木義次・湯浅義晴 1993. 開放的路地空間での領域化としてのあふれ出し—路地空間へのあふれ出し調査からみた計画概念の仮設と検証—その1. 日本建築学会計画系論文報告集 449: 47-55.

青木義次・湯浅義晴・大沸俊泰 1994. あふれ出しの社会心理学的効果—路地空間へのあふれ出し調査からみた計画概念の仮設と検証—その2. 日本建築学会計画系論文集 457: 125-132.

岡本哲志 2006. 『江戸東京の路地—身体感覚で探る場の魅力』学芸出版社.

志村秀明 2013. 『月島再発見学—まちづくり視点で楽しむ歴史と未来』株式会社アニカ.

湯浅義晴・大沸俊泰 1988. 路地空間におけるあふれ出しがコミュニティ形成に与える影響. 日本建築学会 学術講演梗概集. E, 建築計画, 農村計画: 113-114.

月島もんじゃストリートの現在とその展望

八田 実紅

I はじめに

この地域調査を行うにあたって、「中央区月島におけるもんじゃ屋集積プロセス」(松島 2000)を読み、月島ともんじゃ焼きに興味を持った。この論文によると、もともともんじゃ焼きは駄菓子屋の店先で子どものおやつとして安価で売られていたもので、月島が完成するよりも前に存在していたという。ゆえに月島はもんじゃ発祥の地ではない。もんじゃ焼きに子どもの頃から慣れ親しんだ人が食事としてのもんじゃ焼きを売り出し、下町ブームとともに月島に店舗が増えていったと論文で述べられている。現在、勝どきや晴海、月島は開発により、高層マンションが建設され、下町の景観は失われつつある。そのような状況で、月島もんじゃ屋の観光事情はどのようなものなのか、そして今後どのように変化していくのかを調査、考察していく。

II 調査地域および方法

1. 調査地域

中央区沿岸部に位置する月島は1892年に「東京湾滞浚計画」に基づき、月島1号地として完成した。完成当初は鉄工所などの工場や、商店が多く、東京下町の町並みが残っていた。現在は都心への直通電車が開通されているため、開発も盛んである。

もんじゃ屋が集積しているのは西仲通り商店街とその周辺である。西仲通り商店街は半数以上がもんじゃ屋であり、通称月島もんじゃストリートとも呼ばれている。図1に、月島もんじゃ振興会協同組合¹⁾の加盟店の分布を、西仲通りを中心にして示した。

2. 調査方法

月島もんじゃ振興会協同組合への聞き取り調査を行い、参与観察(実際にもんじゃ屋に入り、客として参与し、観察する。月島もんじゃストリートを歩き、通行人の動向を観察する)を行った。

III 調査結果

1. 月島もんじゃ振興会協同組合への聞き取り調査

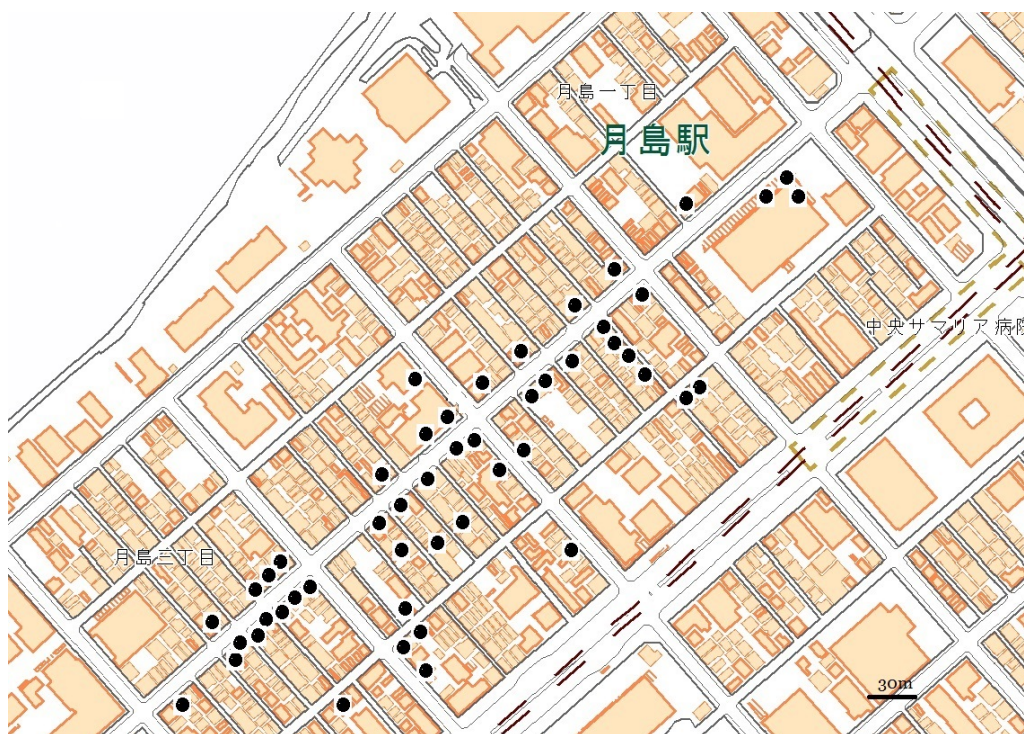


図1 対象地域

(地理院地図に月島もんじゃ振興会共同組合の加盟店を追加)

月島もんじゃ振興会の概要を述べる。2014年9月現在、約60店舗が加盟している。西仲通り商店街の入り口付近に位置し、店舗の案内やお土産もんじゃセットやTシャツ、キーホルダーなどの販売も行っている。

月島もんじゃ振興協同組合が発足したのは1997年で、当初は28店舗が加盟していた。もんじゃ振興会は地域の活性化と発展をめざし、もんじゃ屋の店主が集まって発足された。最初の具体的な目的としては生ゴミ処理問題を解決することであった。もう一つの目的はもんじゃ焼きを全国に広めることで、ブルドックソースとお土産もんじゃ焼きを共同開発し、振興会発足と同年の8月に発売した。今では空港や高速道路のサービスエリアに置いてもらい、ロングセラーになっている。今日新たに行っている事としては、中央区条例で呼び込みはしてはいけないことになっているため、町の雰囲気を守るために振興会でも呼び込みをしないように努めている。

もんじゃ屋の最近の客層としては土曜日・日曜日はファミリー層が多く、平日はサラリーマンやOLが多い。外国人観光客は25カ国程度の人が訪れる。外国人は日本人と一緒に訪れることが多い。修学旅行の学生は近年変化してきている。昔は旅行会社のエージェントを通して団体で来ていたが、今では学生の希望で自由行動の日に訪れる事が多くなってきている。

西仲通り商店街の外観は2年前にリフォームした。最初、のれんの色は赤を予定していたが、予算の都合上青になった。テーマは江戸時代下町の参道で、観音様の参道をイメージしている。

「月島ブランド」は、もんじゃ振興会の会員と非会員を区別するために2013年12月に発表された。「月島ブランド」を名乗っていいのはもんじゃ振興会に所属している店舗だけである。「月島もんじゃ」と言えば会員と非会員の区別はないが、「月島ブランド」と言えば区別ができる。振興会で発売しているお食事券も会員の店舗でしか使えない。お食事券を買うお客さんは観光客が多く、常連はあまり買わない。

今後の一番の課題となるのは、6年後の東京オリンピックであるという。前述のとおり、今は25カ国程度の外国人がもんじゃストリートに来るが、東京オリンピックのときにはオリンピック出場国の180カ国の人々が訪れることになる。また、日本人と一緒に来ることも少なくなる。つまり、日本語が話せない人だけでもんじゃストリートを訪れることが多くなることが予想される。その際の大きな問題としてはイスラムのハラール(食のタブー)がある。ハラールにも程度があるのでどこに基準を合わせるかなどの対応が課題となってくる。外国向けの観光に



写真1 加盟店の一つ

(店舗の前に月島ブランドであるという表示がある)

関しては、今後の行政の方向性を見極めながら対応していかなければいけない。具体的には、外国語表記や外国人向けの観光ガイドも検討していかなければいけないという。

2. 参与観察

店舗の参与観察では、メニューと客層の観察を行った。

1軒目は新鮮な魚介類が入っている海鮮もんじゃ焼きを売りにしているもんじゃ振興会会員の店だった。西仲通り商店街から一つ道がはずれたところに位置している。店の外観は静かな感じであり、客引きはいなかった。土曜日・日曜日の昼時であったので、混む事を予想していたが、雨が降っており、花火大会も中止になっていたのであまり混んでいなかった。メニューとしては、海鮮もんじゃ焼きを中心としており、ほかにも定番のもんじゃ焼きもメニューの中にはあった。また、もんじゃ焼き以外にもお好み焼きや焼きそば、鉄板焼きやデザートもあり、もんじゃ専門店というわけではなさそうだった。ドリンクメニューにはお酒も含まれていた。グランドメニューの一部は写真つきだったが、英語表記は見当たらなかった。客層は3～4人の大人が多く、家族連れは見当たらなかった。

2軒目は西仲通り商店街の中に何店舗か展開しているもんじゃ振興会会員の店で、西仲通り商店街の比較的駅に近いところに位置している。外から店舗の中が見える構造になっており、混み具合がわかりやすくなっていた。また、その1店舗が満席だったとしても、支店に案内してもらえるようであった。この調査も土曜日・日曜日の昼に行った。天候は良かったので比較的混んでいたように思われた。メニューの内容は、1軒目と同じく、食事のメニューにはお好み焼きや焼きそば、鉄板焼き、飲み物のメニューにはアルコールも含まれていた。もんじゃ

焼きの種類は多く、お得なセットメニューもあり、もんじゃ焼き初心者には比較的選びやすいのではないかと考えられた。こちらの店も英語表記はなかった。客層としては大人が多く、家族連れもいたが少数だった。

次に西仲通り商店街を歩いて店舗の外観や歩いている人を観察調査した。平日の夕方、土曜日・日曜日の昼に観察を行った。平日と土曜日・日曜日の違いとしては、土曜日・日曜日の昼の方が人通りは多く、キャリーケースを持っている観光客と思われる人が多くいた。そのような人は、ガイドブックを持っている人と、持っていない人に分かれており、どちらの人も月島もんじゃ振興会を訪れていた。月島もんじゃ振興会では特定の店舗を勧めることはなく、わかりやすい地図を配っているだけであつた。もんじゃ焼きが目的と思われる人は、店が始めから決まっていらない限りは、商店街の奥まで行き、一度折り返して店に入ることが多いように思われた。

最後に、地下鉄有楽町線月島駅構内について述べる。構内の通路には、月島もんじゃ振興会協同組合の広告がある。月島もんじゃストリートの全体と店の名前がわかりやすく示されている地図である（同じような地図がもんじゃ振興会の前で配布されている）。お土産もんじゃセットもこの広告で宣伝されている。駅の広告ではほかにもんじゃ屋がそれぞれ個々に出しているものも見受けられた。

IV 考察

今回は、月島におけるもんじゃ屋の観光事情について調査を行った。月島もんじゃ振興会協同組合の目的は発足当初と変わらず、地域活性化ともんじゃ焼きの販促活動であるようであつた。発足当初から販売しているお土産もんじゃセットも販売範囲が広がっていることから、もんじゃ焼きを全国、あるいは世界に広めることで月島のさらなる発展を目指していることがわかった。また、もんじゃ屋それぞれメニューを他店と変えたり、こだわりの食材を使ったりすることで、店の独自性を高める工夫を行っている。

しかし一方で、月島のもんじゃ焼きが世界に浸透する事によって、増加すると考えられる外国人観光客への対応はどうだろうか。今回調査した2店舗では外国語表記のメニューはグランドメニューの方では見られなかった。また、イスラム教等の食のタブーに関する表記（特定の食材が入っているかどうか）も見られなかった。このことから、現在はそこまで外国人観光客を意識していないことが考えられた。これからは日本人の客ばかりではなく、世界の観光客を相手にするため、行政と連携した対応が必要となってくるのではないだろうか。駅構内の案内のように、外国語表記を商店街内に増やすことなども検討しなくてはいけないだろう。しかし、商店街の下町らしさを失わずに外国の要素を取り入れていくことは難しいことである。ゆえに、6年後の東京オリンピックを一つの指針として、いまから伝統との折り合いを考えることが必要になってくるだろう。

V おわりに

今回の調査ではもんじゃストリートの観光に関することを調べたため、開発との関連は調査出来ていないが、商店街のビル化といった話を調査中に耳にした。商店街のビル化は土地の有効利用ができ、地域活性化にもつながるが、いま商店街にある独特の雰囲気は失われる可能性が高い。そういった開発と伝統の兼ね合いも外国人観光客の対応とともにこれから問題となっていくだろう。今後の月島から目が離せない。

注

- 1) 月島もんじゃ振興会共同組合ホームページ。http://www.monja.gr.jp（最終閲覧日2014年12月1日）

文献

- 松島誓子 2000. 中央区月島におけるもんじゃ屋集積プロセス。
お茶の水女子大学地理学コース卒業論文。

日暮里駄菓子問屋街の形成と展開

多田 佳乃子

I はじめに

日暮里東口駅前には駄菓子問屋街が形成されていたが、2008年日暮里・舎人ライナー開通にともなう駅前再開発事業により日暮里駄菓子問屋街は取り壊され、現在その地には高層ビルが建てられている。多くの駄菓子問屋は駅前再開発事業を機に廃業し、現在日暮里に残っているのは、高層ビルに店舗を構え営業を続けている2店舗のみだ。しかし、かつてこの日暮里駄菓子問屋街は下町日暮里にとってシンボリックな存在であり、多くの人々が集う場所であったと日暮里出身の筆者の父は話す。筆者も幼い頃、日暮里出身である父に連れられ駄菓子問屋街に訪れた記憶がある。

本稿では、日暮里駄菓子問屋街はなぜ日暮里に誕生し、どのようにごく近年まで生き残ったのか明らかにする。

II 調査方法

本調査では日暮里駄菓子問屋街の成立過程を、報告書や地域雑誌（阿部 2001, 2003, 2004; 小島 1980）、荒川区史等の文献（荒川区教育委員会荒川ふるさと文化館 2009; 荒川区民俗調査団 1997; 東京都荒川区 1951, 1989; 東京都墨田区 1959）で調査し、立地の変化などについては住宅地図や火災保険特殊地図を用いて検討した。また8月7日に、現在も日暮里で営業を続ける駄菓子問屋2軒に聞き取り調査を行い、営業の方法や客層の変化を調査した。そして同じく駄菓子問屋街が形成されていた錦糸町付近と比較し検討するために、8月10日に錦糸町で駄菓子問屋を営むE氏に簡単な聞き取り調査をすることで、日暮里駄菓子問屋街の特徴を明らかにした。

III 調査結果

1. 駄菓子問屋群生の背景とその変遷

日暮里駄菓子問屋街が誕生したのは戦後すぐのことである。第二次世界大戦敗戦直後、日暮里東口前には甘いものを扱う露店が立ち並んだ。敗戦による食糧難と、菓子統制が原因となり、人々は甘いものに飢えていた。菓子統制は戦前から続いていたものだったが、戦後も統制菓子の配給業務を握っていたのは配給組合であったため、ほとんどの業者は菓子統制の法網を潜り抜け、闇取

引を行った。そのような背景の下、日暮里は都内の三大闇市の一つと称され、上野のアメ横、錦糸町と共に駄菓子露天街として栄えた。ではなぜ日暮里駅前に闇市が形成されたのか。日暮里駅は1905（明治38）年に高崎線の一駅として開設されたが、常磐線、山手線、京成線が通ったことから乗換駅として重要性を持つようになり、これにともない関東近郊農村から菓子の原料となる芋などが日暮里で入手できるようになった。そのため日暮里には菓子屋が集まり、闇市として大いに賑わったのである。闇市としての賑わいが続いたのは1946（昭和21）年ごろから1951（昭和26）年ごろの期間であり、その間に日暮里菓子玩具問屋組合が創設される。日暮里駅前方面火災保険特殊地図（戦後分）を見ると日暮里駅を出てすぐの広場に多くの菓子問屋が密集していることがわかる。当時の建物はバラック小屋であったが、戦後3、4年で約120軒が集まっていたとされる。日暮里駄菓子問屋街誕生期において駄菓子問屋は、商品製造と販売を一体化させて行っていた。出来上がった商品で小売店相手に商売をするという構図が出来上がっていたのだ。

1952（昭和27）年、日暮里駅前の露天商は区画整理により駅の北東部の1区画に移転することとなり、木造長屋風の間屋街が整備される。これにより露天商の多くは日暮里を去り、問屋は70軒ほどに減少した。甘いものを求めて日暮里に直接来ていた消費者も、これを機に地元の駄菓子屋へ分散していったが、賑わいは衰えず問屋としての商売はうまくいっていた。関東各地の駄菓子屋が買い付けに来るため、各問屋が朝4時には店を開け、最盛期には2時間で40万から50万円の売り上げがあったという。また小売業者だけではなく、平日には主婦が訪れ、休日になると夫婦連れで買いにくる人々もいたという。

しかしこの後、バブル期に再び開発の波が問屋街に押し寄せた。バブル期以前と以後の日暮里駅前の住宅地図を見比べると問屋街が大きく縮小されたことがわかる。問屋街は四つの路地から一つの路地へと減少した。少子化や子どもの嗜好の変化、コンビニエンスストアの出現等により駄菓子の小売店が続々と閉店したため、これを機に土地を手放す問屋が増えたのである。しかし一つの路地が残ったため、長屋づくりの間屋が軒を連ねる日暮里駄菓子問屋街としての存在は消滅せず、問屋街の跡地

に作られたマンションに出店する問屋も見られた。その後は、木造長屋の建築スタイルからノスタルジックな場所として雑誌やテレビに取り上げられ、問屋街としての機能は衰退しつつ、小売店化、観光化が進んだ。日暮里と同様に駄菓子問屋機能を持っていた錦糸町は、いくつかの店舗は残っていたものの、日暮里のように横丁としては存在しておらず、問屋街としての機能と賑わいを維持していたのは日暮里のみであった。

日暮里駄菓子問屋街は昭和30年代の下町の姿を残す場所として区外からの人が集まる場所であったが、駅前再開発事業により2004（平成16）年には営業していた7軒が入る最後の路地が閉鎖され、その地には高層ビルが建てられた。駄菓子問屋として現在まで営業を続けているのは2軒のみになってしまったが、駄菓子問屋街の灯を絶やさぬように、という思いのもとビルに入り変わらず店を営んでいる。

2. 日暮里駄菓子問屋街の特徴

日暮里駄菓子問屋街は、露店街の時代には日暮里駅東口を出てすぐ目の前の駅前広場に形成されていた。現在はバスのロータリーとして使われている広場である。そして1回目の区画整理後も、駅を出て徒歩1分ほどの駅北東部の一角に問屋街を構えていたため、客を呼び込むための立地条件はかなり良かったといえる。しかし駄菓子問屋業は、小売価格の20%が利益となりそこに人件費や設備費が含まれる非常に薄利なものである。当然、地代などが高い土地では営業が成り立たない。しかし駄菓子問屋街が形成された日暮里駅前には、日暮里の交通の便の良さ、そして駅前徒歩1分という条件を考えると破格的な地代、賃料の安さであった。

また日暮里は江戸時代から農村としての機能を有した地域であり、それは明治時代初期まで続いた。しかし日暮里駅開業を契機に、農業中心から工業の町へと移り変わり、安価な土地を求めて都市部から移住する人々や、地方からの工場労働者で人口が増加し、市街地化も進んだ。大規模工場の移転は無かったが、中小工場は絶え間なく日暮里に進出し、1930（昭和5）年には労働者の移入先として日暮里の人口はピークを迎えた。また終戦後に日暮里に移ってくる業者も見られた。日暮里は中小規模、特に小規模工場が集まった地域であったのだ。また現在、日暮里駅西口すぐの西日暮里三丁目には多くの寺や神社、墓地が集まっているのも日暮里の特徴である。江戸時代から寺社とその庭園がその大部分を占めており、時代を経て住宅地が混在するようになり、日暮里駅の建設とともに寺社の敷地が減少するということがあった

が、現在に至るまで日暮里駅の西口付近は寺社や墓地が大部分を占めている。

一方、日暮里と同様に戦後駄菓子問屋街として発達した錦糸町は、1937（昭和12）年に江東橋四丁目に劇場や温泉からなる江東楽天地が創立されるなど、商業地化が進んでいた。『墨田区史』（東京都墨田区 1959）によると、1965（昭和31）年度の映画館入場員はおよそ380万人、温泉会館が15万人であり、それにともない映画館の観客や、工場通勤者を対象とした飲食サービスが発達した。現在錦糸町は大型ショッピングモールの建設により、錦糸町駅を中心に歓楽街、商業地として栄えている。これらの背景を考えると錦糸町は駄菓子問屋のような薄利な営業が続けられる地域ではなかったと考えられる。それに比べて日暮里は、小規模の工場が集う地域であり駅の反対側には寺社、霊園が多くを占めていたことから、駅周辺に大規模な商業施設は建ちにくく、交通の便が良いにもかかわらず錦糸町のように歓楽街や商業地として栄えることはなかった。

3. 駄菓子問屋への聞き取り調査

現在、再開発によって建てられた駅前の高層ビルで営業を続けるM商店とO商店に、創業のきっかけや客層の変化、どのような営業を行ってきたのか聞き取り調査をした。

M商店は現在高層ビルの1階で営業を続けている。M商店は、現社長の親と兄が1949（昭和24）年に創業した。創業当時の露天商のころから駄菓子を扱って商売をしてきたという。従業員は家族のみならず、お手伝いさんやパートの方もいた。M商店は昔からバラ売りを行ってきたという。昔は客の9割以上が駄菓子屋であったが、現在、駄菓子屋は3割程度にまで減少し、一般客の方が多くを占めているという。駄菓子を大人買いできるからといって駄菓子問屋を訪れる人や、お子様ランチのおまけのために買いに来る人、塾や病院の小児科で子どもにあげるために買いに来る人がいるそうである。7、8月になると夏祭りのために町会が駄菓子、玩具を買いに来ることもある。現在まで続けられたのはこのようなお客様やお客様がいてくれるからだと話していた。調査をしていると絶え間なく客が入ってきたが、祭りで使う菓子を買いに来ている人や、通りすがりに店を見ていく人、子連れの親子など、やはり一般客が目立ったが、そのような客も温かく迎え入れていた。店内は問屋らしく商品が積み重ねられ、一般の客向けの商品の並べ方ではないが、段ボールごと売られている商品と共にバラ売の商品もあった。しかし駄菓子を扱う商売は薄利なため、高額

な家賃を払っては続けていける商売ではないとのことである。現在ビルの中に入り営業を続けるM商店とO商店は地権者であり、再開発によって営業をやめてしまった駄菓子問屋は借地権者、または借家人であったという。今回の再開発により、ビルの中で営業するために、地権者以外は高額な家賃を支払わなければならなくなり、これを機に閉店した店が多かったという。

O商店は現在、高層ビルの2階で営業を続けている。1947（昭和22）年に現社長の兄が創業したのが始まりである。学校を卒業した後、日暮里のせんべい屋に就職し独立したのがきっかけであるという。闇市の時代はせんべいを扱っていたが、次第に駄菓子が増え、現在のような駄菓子屋になったのだという。創業当時の従業員数は4人であったが、現在は子ども夫婦と共に店を切り盛りしている。昔は客のほとんどが小売店であったが、徐々に一般客の利用が増え、小売店の割合が減ってきているという。駄菓子屋の減少は経営を悪化させたが、後継者がいたこと、そして年齢的にも続けられたため今日まで駄菓子問屋を続けてこられた、ということである。しかし駄菓子は10円単位で売れ行きが大きく左右されるもので、消費税の値上がりによって今後さらに影響があるだろうとのことであった。M商店と同様に、客の出入りは絶え間なく、お祭りで使う玩具や駄菓子などを購入したり、通りかかった人達が駄菓子を気軽に購入していく姿も見られた。

これらの聞き取り調査から、日暮里駄菓子問屋は小売りも同時に行っていたため、駄菓子問屋の客層の変化にも対応できたと考えられる。そもそも日暮里駄菓子問屋街は、錦糸町の駄菓子問屋街とは異なる性質であった。錦糸町の菓子関係の店は、旧神田東竜閑町、大和町付近一帯にあった製菓関係者が関東大震災後、区画整理による移転に際し集団換地を希望し、錦糸町と浅草竜泉寺に分かれて移転したものであり、江戸時代からの菓子玩具問屋の流れを持つ問屋街であった。錦糸町の駄菓子問屋は徒弟制度による独立、分店が主であり、閉鎖的な組織であった。それに比べ日暮里駄菓子問屋街は江戸時代からの流れは汲んでおらず、戦後闇市からできた問屋街であったのは前述の通りである。そのため問屋とは言っても、錦糸町の問屋とは異なり二次、三次問屋的な存在であったと錦糸町の駄菓子問屋のE氏は言う。錦糸町は一次問屋であり、小売りは行っていなかったが、日暮里は一般客も相手に商売をしており、小単位で商品を販売する小売業を兼ねた問屋であった。駄菓子問屋街の最盛期は、そのほとんどの売り上げを駄菓子屋が占めていたが、駄菓子屋が減少し、一般客が多くの割合を占めるように

なってきた。しかし日暮里駄菓子問屋街はこれまで一般客も相手に商売をしてきたため、その変化に対応できた。そして次第に日暮里駄菓子問屋街は下町の情緒を残す場所として観光地化され、荒川区のシンボリックな存在になり、人々で賑わった。

日暮里駄菓子問屋街が下町の情緒を残していると人々に感じさせた要因としては、木造長屋の横丁の体を成していたことも挙げられる。錦糸町の駄菓子問屋のE氏によると、錦糸町は最盛期、駄菓子問屋の街として賑わったが、繁華街の広まりと共に問屋街はなくなり、問屋は散在して残った。一方日暮里は区画整理により路地は減少したものの、駅前再開発事業により問屋街が失われるまでは、一つの路地にいくつかの問屋が集まり営業を続けていた。さらに、2階建ての木造長屋の店で営業を行っていたことから、昭和の下町の雰囲気を残した名所として人々の人気を博したのである。

IV おわりに

今回、調査の一環として現在も営業を行う駄菓子問屋2軒に聞き取り調査を行った。駅前再開発により問屋街が消滅し多くの駄菓子問屋が廃業したが、なお営業を続けるこの2店舗からは、日暮里駄菓子問屋街の灯りを消してはならないという、地域と商売に対する気概を感じた。調査中、大人が懐かしいお菓子を求めて来店したり、子どもが来た時には店員がおまけの商品をつけたりという光景が見られ、コンビニやスーパーでは味わうことのできない、下町日暮里の情緒がこの駄菓子問屋には残っていると感じた。

今後さらに開発が進むと考えられるが、今回明らかにになった日暮里の地域の特性を活かした開発が進められることを願ってやまない。つまり下町駄菓子問屋街に代表されるノスタルジーを残しつつ、快適で魅力のある新しい下町を創造することが必要と思われる。

謝辞 今回の調査において、お忙しい中貴重なお時間を割き聞き取り調査に応じていただいたO商店様、M商店様、また突然のインタビューにもかかわらず応じてくださった錦糸町駄菓子問屋、菓子製造業の方々には、厚く御礼申し上げます。祭りでお忙しい時期にもかかわらずさまざまなお話をお聞かせ下さり、下町の人情というものを肌で感じました。ありがとうございました。

文献

阿部清司 2001. 日暮里駄菓子問屋街の消える日. 地域雑誌 谷中根津千駄木 67: 39-42.

阿部清司 2003. 続・日暮里駄菓子問屋街の消える日. 地域雑誌
谷中根津千駄木 74: 20-21.

阿部清司 2004. 日暮里から駄菓子問屋街が消えた日. 地域雑誌
谷中根津千駄木 78: 21-23.

荒川区教育委員会荒川ふるさと文化館 2009. 『日暮里舎人ライ
ナー開通1周年記念 日暮里 SAIKO (最高・再考)』荒川区
教育委員会荒川ふるさと文化館.

荒川区民俗調査団 1997. 『日暮里の民俗』東京都荒川区教育委
員会.

小島惟多孝 1980. 『墨田の町々』墨田区区長室.

東京都荒川区 1951. 『26年 区勢調査』東京都荒川区.

東京都荒川区 1989. 『荒川区史 下巻』東京都荒川区.

東京都墨田区 1959. 『墨田区史』墨田区役所.

地下鉄開通と新駅設置により麻布十番商店街に どのような変化が起こったのか

篠村 佳奈

I はじめに

地上駅に比べ地下鉄の駅が駅周辺にもたらす影響は、それほど大きくないと考えられている。そのため、地下鉄の駅設置による周辺への影響に関する研究はきわめて少ない（木下ほか 1998）。しかし、地下鉄開通と新駅設置により地域の環境変化が起こることは必至であると筆者は考える。本調査では、新駅設置により地元商店街がどのような影響を受けたのかを明らかにすることを目的としている。この際に、大学移転による地域変容に関する先行研究も参考にした（大森・松田 2000a, b）。

ここでは、新駅設置に地元商店街が予想した影響と実際に与えられた影響との差異を視野に入れて、地域の変化を明らかにしようとする。

II 調査方法および調査地域について

1. 調査方法

- ・麻布十番観察
- ・先行研究のフィールドである王子神谷観察
- ・住宅地図を地下鉄開通直後、その開通前および最新版と揃え、それら地図上で各敷地・建物の変化を丹念に調べ、さらに現地調査で確認して変化を地図化
- ・商店街および地下鉄開通に密接な関わりのある人物である麻布十番商店街振興組合理事長 S 氏に半構造化インタビュー
- ・駅職員に聞き取り（乗降客数及び客層）

2. 調査地域

調査地に選定したのは麻布十番商店街である。調査対象範囲は麻布十番一丁目の雑式通りより東の地区、および麻布十番二丁目の雑式通りより東、かつパティオ通りより北の地区に設定した。これらの地区は、地下鉄南北線麻布十番駅 4 番出口に最も近く新駅設置の影響を色濃く受けていると考えられるからである。

3. 麻布十番商店街の歴史

麻布十番商店街の歴史は、白田ほか（2012: 716）によれば、以下のとおりである。

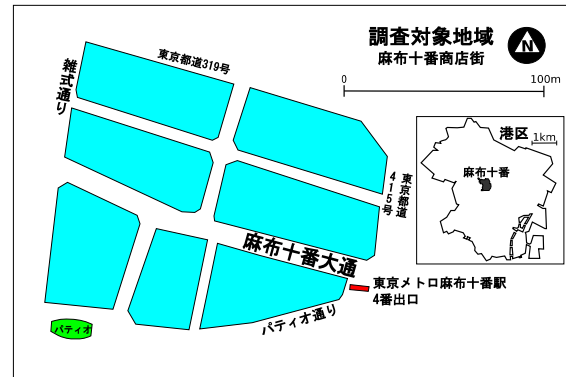


図 1 調査地域

（2014年のゼンリン住宅地図より作成）



写真 1 東京メトロ麻布十番駅 4 番出口

（著者撮影）

商店街は氷川神社と永福寺を中心に門前町として発達し、江戸時代から明治、大正、昭和初期にかけて徐々に発達を遂げた。特に1923（大正12）年の関東大震災以降、映画館・百貨店・銀行等の進出によって、その発展は目覚ましく、終戦まで浅草・神楽坂と並び称される商店街としての地位を築きあげた。戦災に遭い商店街は壊滅的な状況に陥ったが、その後復興により戦前を凌ぐ商店街が再建された。しかし、1967（昭和42）年都電の廃止とともに大量輸送機関に見放され、商店街としての地盤沈下の時代が続いた。都電廃止から17年後には、商店街組合は近代化事業を推進し、地下鉄の誘致に注力してきた。

4. 麻布十番駅の歴史

表 1 麻布十番駅2013年度 1 日平均乗降人員

路線	1 日平均乗降人員 (人)
南北線	44,831
大江戸線	35,291

(東京メトロ公式ウェブサイト・東京都交通局公式ウェブサイトより作成)¹⁾



写真2 若者向けのおしゃれなスイーツショップ
(著者撮影)



写真3 商店街を訪れる外国人
(著者撮影)

2000 (平成12) 年 9 月 26 日帝都高速度交通営団 (営団地下鉄) 南北線の目黒一溜池山王間開業により麻布十番駅が開業した。

同12月12日には都営地下鉄大江戸線の国立競技場一大門一都庁前間開業により麻布十番駅が開業した。

2004 (平成16) 年 4 月 1 日には帝都高速度交通営団が民営化され、東京地下鉄株式会社 (東京メトロ) が誕生した。南北線は東京地下鉄株式会社に引き継がれる。

Ⅲ 調査結果

1. 麻布十番商店街振興組合理事長 S 氏への聞き取り

S 氏のお宅は代々麻布十番 (130 年前から) に呉服店を構えている。S 氏は普段から麻布十番駅を大江戸線、南北線ともによく使うということだ。

商店街として一番大切にしたいのは、近隣のお客様である。この中には法事などで年に 2, 3 回程度定期的に

訪れる人々も含まれているとのことだ。

S 氏の 2 世代前は、日比谷線が麻布十番を通る計画に反対した。地下鉄の開通にともない人や資本が中心部の地域に流れてしまうストロー現象により、商店街の顧客が銀座に流れることを心配したからだ。その結果、麻布十番は「陸の孤島」と呼ばれるほど交通の便の悪い地域となってしまった。

1980 年代に地下鉄が通る話が出た時、S 氏は非常に嬉しかったそうだ。本人いわく、「待ちに待った」という感じであったそうだ。日比谷線の時とは違い、沿線の地域とは客層が違うのでストロー現象は心配しなかったという。

はじめ都営大江戸線の駅名は「麻布十番」、南北線の駅名は「麻布」となる予定だったが、帝都高速度交通営団に陳情して、どちらも「麻布十番」にした。はじめは駅の両端にのみ出口を作る計画だったが、請願し商店街で半分費用を負担して商店街の前に出口を作った。これが現在の 4 番出口である。

地下鉄開通の話が来たら、6 ~ 7 年かけて街の基盤整備工事を行った。具体的にはアーケード撤去や、歩道拡張などである。

六本木の再開発でできた六本木ヒルズとはコミュニケーションをとらなければと思ったそうである。現在、デジタルの六本木ヒルズ、アナログの麻布十番ということで見分けけている。

地下鉄開通後の変化として、顧客の増加と飲食店、コンビニの増加は確かに感じるそうだ。

2. 地下鉄南北線麻布十番駅駅員さんへの聞き取り

乗降客数が多い時間帯は、通勤の時間帯の 7:30 ~ 9:00 ということだ。一週間で乗降客数が多いのは平日であり、土日はまばららしい。

駅周辺に企業や学校があるため、客層は老若男女幅広く、商店街があるので観光客も多いそうだ。

3. 麻布十番商店街観察から分かったこと

商店街の店舗には、成城石井、タリーズコーヒー、コンビニなどチェーン店も多い。おしゃれなケーキ店、ジェラート屋さんなど若者向けのおしゃれな飲食店、スイーツショップもよく見られる。全体的に飲食店や観光客向けの店が多いと感じられた。

商店街は、平日休日問わず人通りが多い。客層は老若男女、さまざまな人がいるといった感じである。また、付近に大使館があるからか外国人が多い。

4. 地図による比較

S氏のお話の中の地下鉄開通後飲食店が増加したという点に注目し、1985年と2001年、2014年の3時点における麻布十番の飲食店の増減を地図上に比較する。

図2はゼンリンの住宅地図をもとに、店名から飲食店であることが明白な店舗を地図上にプロットして筆者が作ったものである。

地下鉄開通前と比較して、確かに飲食店の店舗数は増加していることが見て取れる。このことは地下鉄開通直後に最も顕著である。飲食店増加の要因としては観光客の増加のほかに、六本木地域と繋がったことにより、六本木地域で勤務している人々が昼食をとり訪れるようになったことが挙げられる。

IV 考察

新駅設置による麻布十番商店街の変化は、大きく二つに分けることができる。一つ目は新駅設置そのものの影響によってもたらされた変化である。これには、商店街を訪れる人々の人数、客層の変化や商店街の店舗の変化が挙げられる。二つ目は新駅設置に合わせた麻布十番商店街の能動的な変化である。地上駅設置の際は周辺地域の開発があわせて行われるのに対して、地下鉄新駅の設置の場合は周辺地域への開発まで行われることは少ない。しかし麻布十番商店街の場合、新駅設置にあわせて地域が主体となって基盤工事を行い街に変化を起こしている。このように、地下鉄新駅設置は地域に変化を促す、いわば起爆剤になりえるといえるだろう。

後者の変化が商店街の自主的なものであるためにその影響を予想しやすいのに対し、前者である新駅設置そのものの影響による変化は、予想し難い。新駅設置によって周辺地域の交通の利便性ははるかに向上し、また麻布十番商店街を訪れる顧客数は目に見えて増加した。しかし、今回作成した地図を見比べてみると地下鉄新駅設置後、増えた店舗は観光客向けの飲食店や土産物屋である。「近隣のお客様」を一番大切にしたいという麻布十番商店街の方針との間に矛盾がもたらされたことも事実である。

謝辞 今回の調査において多くの方々に大変お世話になりました。特に、麻布十番商店街振興組合理事長S様には貴重なお時間を割いて調査にご協力いただきました。深く感謝申し上げます。

注

1) 東京メトロ公式ウェブサイト <http://www.tokyometro.jp/index.html> (最終閲覧日2014年11月26日) と東京都交通局公式ウェブサイト <http://www.kotsu.metro.tokyo.jp/> (最終

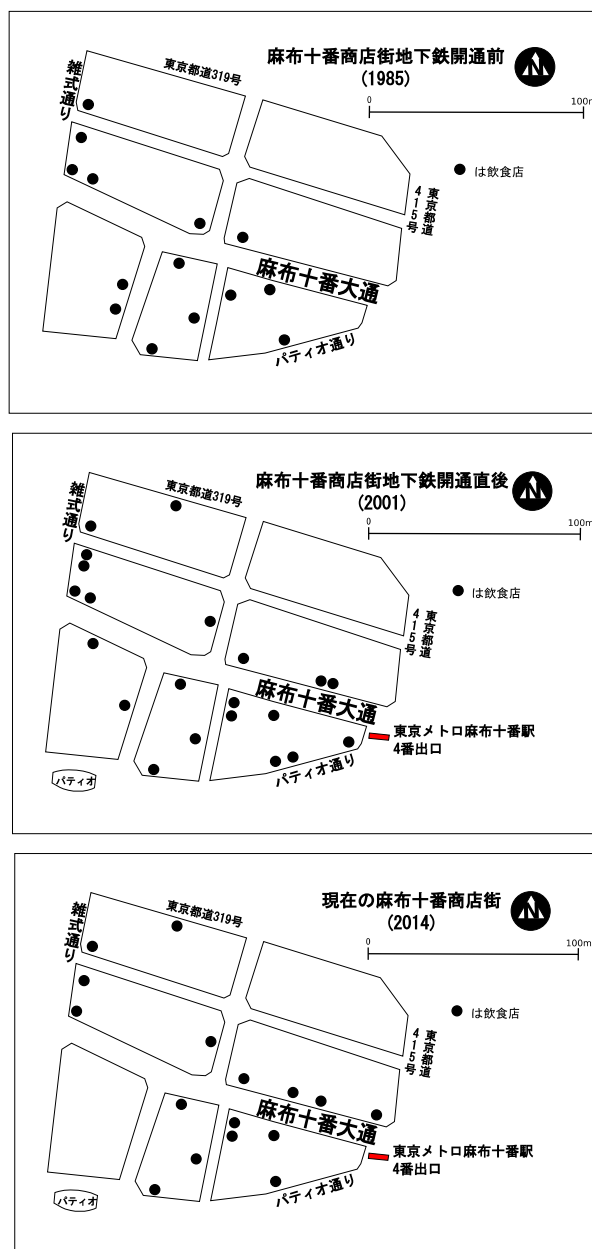


図2 飲食店の変遷

(1985年、2001年、2014年のゼンリン住宅地図より作成)

閲覧日2014年11月26日) による。

文献

- 大森豊裕・松田博幸 2000a. 大学移転に伴う都市変容に関する研究Ⅰ－学生関係施設の立地と変化. 日本建築学会中国支部研究報告集 23: 657-660.
- 大森豊裕・松田博幸 2000b. 大学移転に伴う都市変容に関する研究Ⅱ－居住環境の変化に対する居住者意識. 日本建築学会中国支部研究報告集 23: 661-664.
- 木下 勇・中村 攻・阿久津信芳・長谷川廉 1998. 地下鉄開通に伴う駅周辺の地域構造の変化に関する研究－南北線王子神谷駅におけるケーススタディ. 千葉大学園芸学部学術報告 52: 115-121.

- 白田順士・大村謙二郎・藤井さやか 2012. 東京都心商店街における家族経営型店舗の都市環境変化への対応に関する研究－麻布十番商店街を事例として．都市計画論文集47(3): 715-720.

墨田区における銭湯の社会的役割

関澤 花英

I はじめに

自家風呂の増加によって銭湯の数は減少傾向にある。また、多様な形態の入浴施設が登場し、利用者の分散化が進んでいる。一方で、下町では銭湯の利用が盛んで、廃業した銭湯もあるがいまだに営業している銭湯も多い（平田 2007）。また、現代の銭湯はコミュニティとしての機能や、身体的な機能低下があるものにとっての入浴場所の確保など、さまざまな機能が期待されている（西 2014）。今回の調査では、銭湯利用者の大半を占める高齢者に対して行っている墨田区のサービスや、銭湯の取組みを調査することで、サービスの内容とそれを通してどのようにコミュニティが形成されているのかを考察する。

II 調査地域・方法

1. 調査地概要

墨田区は、東京都の東部に位置し、隅田川と荒川に挟まれている。面積は13.75km²で23区中17番目の広さである。南北に長く、旧利根川水系と荒川水系の河口デルタ地帯に発達したために、土地の起伏がほとんどなく、南西部から北東部にかけてゆるやかに傾斜し、一般に平坦な低地である。北部は下町風情が残っているが、南部は区画整理が行われた（図1）。

住民基本台帳に基づく2014年7月1日現在の人口は256,847人で、0～14歳の幼年人口が10.5%、15～64歳の生産年齢人口が66.9%、65歳以上の高齢者人口が22.5%となっている。

高齢者福祉については、2012年3月に「墨田区高齢者福祉総合計画・第5期介護保険事業計画」を策定し、今後3年間墨田区が取り組む高齢者福祉施策や介護保険事業の方向性を定め、高齢者一人ひとりが尊厳を持ち、住み慣れた地域で安心して生活できるしくみづくりを目指している。

2. 調査方法

岡ほか（2000）を参考に、2014年8月8日～11日の間に、各訪問先を訪れ、サービスや取組みに関する資料をいただいたり、お話をうかがうなどして調査した。また、図書館での文献調査を実施した。訪問先はA湯、Y



図1 墨田区の銭湯分布

（地理院地図に「墨田区の銭湯マップ」を重ねた。URL <http://iiofuro.com/1307/>）

湯、墨田区立図書館、墨田区役所高齢者福祉課である。

III 調査の内容

1. 墨田区の銭湯

墨田区には、銭湯、スーパー銭湯、温泉などの公衆浴場が多く存在するが、近年の公衆浴場の軒数を統計データから調べると、図2のようになる。2002年度には55軒あり、墨田区内のほぼどこに居住していても近隣に公衆浴場があったといえる。しかし、その後はずっと公衆浴場は減り続け、2013年度には30軒と半減している。図1からもわかるように、銭湯の減少は墨田区内で不均一に起こっている。これは、銭湯までのアクセスが、地区によってかなり異なることを意味している。

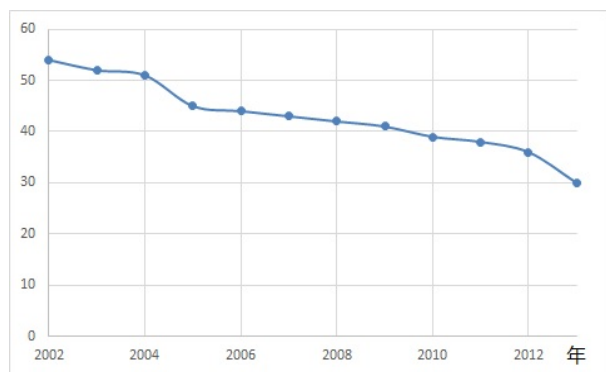


図2 墨田区の浴場軒数の推移

(墨田区ウェブサイト統計データより)

表1 墨田区高齢者にこここ入浴デー事業経緯

1975年10月	敬老入浴事業開始。区内2ヶ所(本所, 向島組合から各1軒)が持ちまわりで営業時間前の午後2時から午後4時の間にお年寄りを入浴させる。入浴券交付・所得制限なし。
1976年4月	入浴証方式採用。毎週金曜日実施。
1977年	区内4ヶ所に増える。
1978年5月	区内全浴場で実施。
1979年4月	毎週金曜日, 入浴証方式で区内全浴場で開店から午後9時までとする。所得制限設定。
1984年4月	毎週金曜日の入浴時間帯を開店から閉店までにする。入浴証交付を浴場組合に委託。
1987年	菖蒲湯, ゆず湯実施。金曜日に加え, 区立小中学校の夏休み期間中の火曜日の午後4時から午後11時にも実施。
1994年4月	菖蒲湯, ゆず湯, 敬老の日をふれあい入浴日とする。
2002年8月	年間を通しての事業とするため, 夏期の火曜日を偶数月26日(ふろの日)へ変更。
2006年7月	偶数月26日をすみだ家庭の日(毎月25日)に変更し, すみだ家庭の日(毎月25日), こどもの日(5月5日), 老人の日(9月15日), 冬至の日(12月22日ごろ)を半額自己負担とする。同居の子, 孫と同時入場なら半額。高齢者安心カード機能付与。
2008年7月	所得制限を撤廃。対象を65歳以上の区民とする。半額自己負担の日は, 対象者の同居条件を廃止し, 入浴証受給者と同時入場の家族も半額で入浴できる。

(聞き取り調査による)

表2 こここ入浴デー事業実績

年度	実施回数/回	延利用者数/人
2002年度	3,414	414,169
2003年度	3,279	419,784
2004年度	3,177	420,552
2005年度	2,960	409,308
2006年度	2,808	395,193
2007年度	2,770	381,358
2008年度	2,727	390,081
2009年度	2,692	388,690
2010年度	2,549	375,484
2011年度	2,407	357,137
2012年度	2,206	352,498
2013年度	2,009	332,866

(聞き取り調査による)



写真1 左から入浴証引換券, 入浴証, こここ入浴デーカレンダー

(著者撮影)

2. 墨田区高齢者にこここ入浴デー事業

事業の対象者は, 65歳以上の区民の方(特別養護老人ホーム入所者は除く)である。事業の目的は, 区内公衆浴場を高齢者に無料開放し, 高齢者の健康増進と世代間のふれあいと交流を図ることにより, 高齢者福祉の増進に努めることである。区内公衆浴場を毎週金曜日は無料, また, 毎月25日のすみだ家庭の日, 5月5日の子どもの日, 9月15日の敬老の日, 冬至の日は, 半額で入浴できる入浴証を発行し, 利用する。半額の日は, 入浴証記名者が家族と一緒に入場するときは, その方々も半額で利用できる(写真1)。

表1は, 事業開始からこれまでの経緯である。また, 事業実績は表2の通りである。金曜日はA湯では平均250人, Y湯では平均230人が訪れる。無料というのは影響が大きく, 金曜日は客が多くなる。

問題点としては, 公衆浴場の経営者の高齢化や燃料費高騰による廃業や休業が増えていること, 公衆浴場が近くにない地域もあり, 地域に偏りがあることがあげられる。実施方法については今後のニーズに合わせて検討していく必要があるが, 今後も事業は継続する。

利用者からは, 毎週金曜日を楽しみにしている, 近くに浴場がなくて, なかなか遠くまで行けない等の意見が寄せられている。毎週金曜日を楽しみにしている人も多く, 高齢者の健康増進に役立つだけでなく, 同じ曜日にみんなで集まることで顔見知りが増え, 地域でのふれあい, 高齢者相互や地域ぐるみの見守りの役割を担っている。

3. 「湯処・語らい亭」事業

事業の対象者は特に定められてはいないが, 参加者は

表 3 湯処・語らい亭事業経緯

2002年 6 月	事業開始。毎月第 1 また第 3 金曜日の営業時間前の午後2時から3時に実施。
2006年 4 月	柔軟性をもたせるために実施日を各浴場で決定。

(聞き取り調査による)

表 4 湯処・語らい亭事業実績

年度	実施回数／回	延利用者数／人
2002年度	226	2,570
2003年度	215	2,484
2004年度	153	1,541
2005年度	144	1,510
2006年度	139	1,444
2007年度	152	1,382
2008年度	135	1,194
2009年度	150	1,272
2010年度	151	1,292
2011年度	148	1,331
2012年度	139	1,049
2013年度	130	1,129

(聞き取り調査による)

高齢者が多い。高齢者が催し物に参加することで閉じこもり防止や地域との交流促進を目的に、公衆浴場の開店前の脱衣所等を利用して実施している。介護予防にもつながり、地域で元気に生き生きと暮らすことを目標としている。高齢者がお茶を飲みながら楽しめる催しを中心に、趣味の披露、演芸、健康体操などの催し物を開催し、参加してもらう。具体的には輪投げ、スカットボール、カラオケ、ストレッチ体操などである。参加費はお茶代として100円である（写真2）。

表3が事業開始からこれまでの経緯である。

問題点として実施浴場の減少や経営者の高齢化による実績の減少傾向、実施浴場が10浴場前後であり固定化してきていること、催し物がマンネリ化してきていることがあげられる。しかし、お風呂に入らずに、湯処・語らい亭だけ参加の人もいて、今後も事業は継続していく。実績を増やすために、魅力ある催し物の企画やPR方法の改善、検討が必要である。また、催し物をしてくれる講師についてボランティアの一覧表を各公衆浴場に配布している。今後も実施浴場の減少や経営者の高齢化による減少が続くと思われるが、地域の交流の場となっている。

事業実績は表4の通りである。

湯処・語らい亭を行っているA湯（写真3）では、今までに140回以上行っており、基本金曜日に開催されている。今までの内容は、吹き矢、輪投げ、根付け、折り紙、ゲーム大会、盆踊り、マジック、民謡、江戸楽座、カレンダー作り、ダーツや、保健センターが行う骨密度の計



写真2 左がスタンプラリー、右がお散歩マップ、すみだ浴場組合のキーホルダー

(著者撮影)



写真3 上下ともにA湯の浴場

(著者撮影)

測、おいしく食べる方法などさまざまなことが行われている。第148回はカラオケ大会が行われたそう。また近年内容がマンネリ化しており、老人会からの提案もある。参加者からは、「家でぼーっとしてるより出てきて楽しい」という声があげられている。地域との関わりをもっていないとやりにくく、人との関係が重要である。

Y湯では年間3, 4回不定期で開催されている。内容は、昔は個人で決めていたが、現在は保健所が出しているリストから選んで行っている。参加者は多くて5~10名でほぼ同じ顔ぶれである。宣伝はお風呂場とロビーで行う程度であり、人が集まらないという問題があるが、今後も続けていくようだ。その理由は、来る人は毎回楽しみに来てくれるからである。

4. コミュニティの形成

内風呂を持っている家がほとんどである状況において銭湯に来る理由はなんなのだろうか。その点についてA湯, Y湯で聞いてみた。一人での入浴が怖い、家では足が伸ばせない、疲れがとれる、小さなご褒美などという答えがあった。また、銭湯はコミュニケーションの場であり、裸の付き合いができる場がないといけない。昔は銭湯でしつけが始まっていたそう。常連さん同士も仲良しで、初めは知らない人同士でも、顔を合わせるうちにあいさつし始めるなど交流が広がっていく。

IV おわりに

入浴証や湯処・語らい亭の取組みを通して、銭湯での交流が行われていることがわかった。それはお風呂に入らずに湯処・語らい亭だけに参加する人がいるということからも明らかなように、銭湯に地域との交流を求めている人がいる。しかし、限られた常連さんばかりでは新しいお客さんが入りづらいという面もある。そこで新しいお客さんを呼ぶために、墨田区の銭湯ではスタンプラリーを行ったり、イベントを行ったりしている。墨田区は葛飾北斎縁の地ということもあり、今後富嶽三十六景をテーマとしたスタンプラリーも計画中とのことだった。

A湯では銭湯の中の背景画にもこだわったり、浴室にスカイツリーの写真を貼ったりなど工夫がみられた。また聞き取り調査をして感じたのは、銭湯の居心地の良さとお話して下さった方のいきいきとした感じであった。A湯では脱衣所, Y湯ではロビーでお話をうかがったが、リラックスしてお話を聞くことができ、貴重なお話をたくさんしていただいた。また、取り組みについて聞くとたくさんの資料を見せてくださり情熱を持ってらっしゃると感じた。銭湯がいきいきしているから、その銭湯に来るお客さんもコミュニティの形成がしやすいのではないかと思った。

謝辞 最後に、協力して下さった墨田区役所高齢者福祉課, A湯, Y湯の皆様に深く感謝の意を申し上げます。漠然とした質問を投げかけるなど答えにくい質問もあったと思いますが、快くお答えしていただき皆様のご協力により本文を書き上げることができました。ありがとうございました。

文献

- 岡 淳一・若色峰郎・渡辺富雄 2000. 銭湯の新しい動向―墨田区での経営者アンケート調査から 公衆浴場(銭湯)の実態調査研究. 日本建築学会 学術講演梗概集. E-1, 建築計画I, 各種建物・地域施設, 設計方法, 構法計画, 人間工学, 計画基礎 561-562.
- 墨田区 2013.『墨田区勢概要』墨田区企画経営室広報広聴担当.
- 西 律子 2014. 高齢者の都心居住と地域福祉―入浴施設活用を通じた高齢化対応. 地理 59(4): 32-39.
- 平田頌子 2007. 東京都江戸川区, 大田区, 中野区の実態調査からみる現代都市社会における銭湯の社会的役割. お茶の水女子大学地理学コース卒業論文.

江東区の災害協力隊について

高波 恵子

I はじめに

東京都東部、隅田川と荒川に挟まれた「水彩都市」といえば江東区である。今回、この江東区では自主防災組織の活動が比較的活発であるとの情報を得た。そこで、先行研究を参考にしながら（三牧 2011）、区の災害対策の一端を担う自主防災組織「災害協力隊」に焦点をあて、まずはなぜその活動が活発になったかについて調査した。加えて災害協力隊の活動の現況、課題についても調査することで、その地域的動向を探ってみた。

II 調査地域・方法

調査は江東区内での聞き取りと資料収集を中心に、7月の中旬から下旬にかけてのほぼ4日間の間に行った。聞き取り調査対象先は、江東区総務部危機管理室防災課に加えて、災害協力隊を有する以下の五つの町会である。

大島東町会、亀戸九丁目町会、新六ノ橋町会、東陽一丁目町会、南砂中央町会（調査順）

また下の地図上の☆印はそれぞれ北から亀戸九丁目町会、新六ノ橋町会、大島東町会、南砂中央町会、東陽一丁目町会の位置を表している。

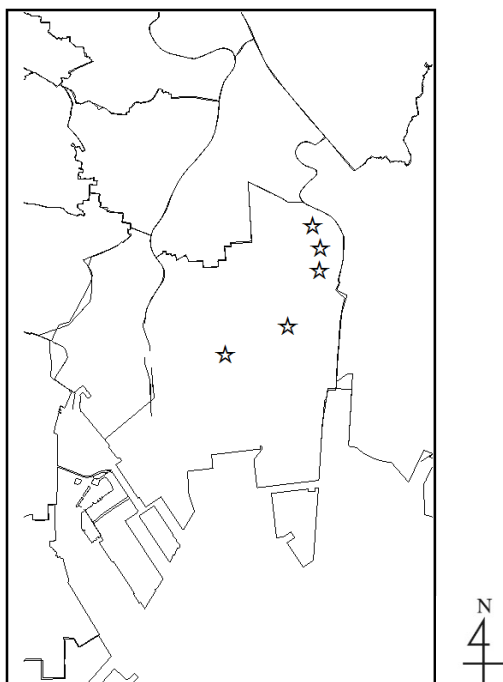


図1 江東区における調査対象の町会

III 調査の内容

1. 災害協力隊とは何か

江東区における災害協力隊、すなわち自主防災組織とは、災害対策基本法第5条において規定される、地域住民による任意の防災組織のことであり、これは防災・減災対策の基本「自助」「共助」「公助」のうちの「共助」の精神に則ったものでもある。特に大規模な災害発生時は公的機関が十分に機能できる状態にない可能性もあり、そうした場合には住民同士の協力が被害縮小の鍵を握ると考えられている。なお江東区の災害協力隊は現在全部で309隊あるが、それらの母体は主に町会、自治会、管理組合などからなる。結成には区の防災課から説明を受けた上で、いくつかの要件を満たし、防災計画・防災カルテその他諸々の書類を作成、提出する必要がある。

2. 江東区で自主防災組織の活動が比較的活発な要因

区への聞き取り調査によると、江東区で組織の活動が比較的活発な要因の一つは、区がその結成と活動を支援していることだという。災害協力隊は消防団、水防団といった組織とは立場が異なり、あくまで任意の組織なので結成を強制することはできないが、結成した組織に対しては講習会を行ったり、制服（5人分、新隊には15人分）、工具、起震車、消火器、防災DVDの貸し出しを行ったりするなどさまざまな方法で積極的にバックアップを行っている。さらに区では「災害協力隊活動マニュアル」を発行している。これには、基本的な組織体制、平常時・発災時の活動内容についての説明があり、災害協力隊の防災計画作成の指針となっている（江東区 1997, 2014）。

また二つ目の要因は、昔から非常に災害に見舞われやすい土地柄だったということだ。これは聞き取り調査に応じてくださった方々が口をそろえておっしゃっていた。やはり少しでも被害を減らすためには人々が協力せざるをえなかったようだ。

江東区（1957, 1987, 1991）によると、江東区は江戸時代に遡れば、安政江戸下町大地震をはじめとした37件の地震に遭っており、たびたび大火の激しい西北風にさらされていたようである。さらに水害である。平均して4年に1度は水害を経験していた江戸だが、「享保撰要類

集」「町年寄手控」によれば江東地域はその中でも特に被害が多い場所として認識されていたらしい。だが幕府はこうした水害に対して決定的な河川改修の打開策を打ち出せず、大水が起こると毎度費用を拠出し庶民の救済活動を行うことで急場を凌いでいた。また幕府はこの救済活動の際、縦割り方式を取り払い、町奉行や船手組が協力する総がかり的活動を目指す方針をとっていたとあるが、ここからも既に助け合いの精神が見て取れる。

明治期には大きな地震が3度あり、洪水も毎年のように江東地域を襲い、浸水・倒壊があいついだ。東京府は堤防修築、護岸工事に乗り出すもやはりいずれもその場しのぎの修築にとどまる。一方で東京日日新聞社による義捐金の呼びかけなど民間による活動が開始されたのもこの時期だ。

関東大震災では深川区の焼失家屋約49000戸、亀戸町400戸、大島町1400戸、砂町1300戸に及んだので、この機に区画整理が行われ橋や集合住宅、工業地帯が生まれた。

さらに戦後すぐにはキャスリーン台風、キティ台風、台風11号、狩野川台風などが上陸した。特にキティ台風の通過中、隅田川、中川、江戸川の増水と東京湾の満潮時が合致し異常高潮となったため堤防が各所で決壊、40,349世帯が被災する甚大な被害を受けた。よって江東三角地帯における外郭堤防や水門の整備など本格的な水害対策がここから始動する。

なお『江東区史』(江東区 1957)によると、このキティ台風の前年に都が東京都災害救助江東区支援隊を組織し、同時に災害協力隊の編成を各町に呼びかけたことあり、災害協力隊はすでに災害対策に貢献していたらしいが、聞き取り調査対象先の方々の中には、その頃にはまだそういった組織はなかったと思う、とおっしゃる方もいた。おそらくまだこの時点では「災害協力隊」という名が広く人々の間に浸透しているわけではなかったのではないかと想像できる。ただし聞き取りによると、災害協力隊が編成される以前から町会の役員がボートに乗って救助活動を援助するというようなことは頻繁にあったようだ。

3. 災害協力隊の現況

調査で訪ねた町会はいずれも世帯数1000~2500という比較的大きな町会である。また今回は各町会の災害協力隊長(通常、町会長が兼ねる)、加えて新六ノ橋町会では消火隊長(防災部長)、東陽一丁目町会では町会長の奥様に直接お話を伺った。区の昨年のデータによれば、年齢の確認できる192隊の災害協力隊長の平均年齢は68.7歳、副隊長は66.7歳だが、今回お会いした隊長にも80歳以上の方が3人いらっしゃった。隊長の中には、10

代の頃地方から移り住まれてきてバスの運転手として働かれていた方や、江東区で生まれ育ち地元の工務店や地元の会社(水門やダムを造る)に勤めていた方などがいらしたが、どの方も継続して30年、40年と町会の役員をやられていた。隊の人数は大島東町会約200名、亀戸九丁目町会約100名、東陽一丁目町会約40名、南砂町会約50名である。なお新六ノ橋町会聞きそびれてしまい不明である。組織体制としては、マニュアル上では隊長の下に本部員、情報班、救出救護班、防火班、避難誘導班、物資班がいるかたちになっているが、これはあくまで一例のようだ。たとえば大島東町会、亀戸九丁目町会、東陽一丁目町会、南砂中央町会には広報部、亀戸九丁目町会には消火隊、新六ノ橋町会には男性消火隊、女性消火隊といった組織が存在している。この女性消火隊は新六ノ橋町会が区で初めて編成したものだそうだ。

マニュアルによると隊の平常時の活動には「防災訓練の実施」「防災知識の普及・啓発」「防災資機材などの整備」「現状の把握と防災計画の作成」「避難行動要支援者対策」「避難所運営体制の確立」がある。

まず防災訓練だが、主に9、10月に行われる。しかし区に一つしかない起震車の利用を待つ場合は11月にずれこむ場合もある。なお現在、防災訓練は近隣の町会、自治会とともに合同防災訓練というかたちで実施するところも多い。たとえば大島東町会では町会を中心に五つの自治会と共に合同防災訓練(年に1回)を実施しているため参加者数は550~700名ほどになる。訓練内容もそれぞれの隊によって異なるが、先の大島東町会においては参加者を6グループに分け、各々15~20分掛けて順繰りに六つの訓練をしてもらったかたちとなっている。昨年の六つの訓練は、①119番への通報、②消火器による初期消火、③AEDの使用、④布担架・棒担架による救出、⑤消防団による放水訓練とスタンドパイプの取り扱い、⑥仮説トイレの組み立てであった。起震車は毎年出していたので前回は出さなかったそうだ。場所は第5大島小学校、城東消防署、大島消防第四分団の指導で行われる。また参加者には参加賞として記念品が配られる。記念品は主に区から支給される非常食(区の倉庫に備蓄されている非常食の中で期限が切れそうなもの)などだ。写真1はその非常食の一部である。

一方、新六ノ橋町会では年1回の合同訓練のほか、消火隊が2ヶ月に一度ポンプで消火訓練をするという。隊によっては車椅子駆動訓練、避難所への移動訓練、泊り込み訓練、隊員のための放水訓練などを行うところもある。また、こうした災害協力隊主体の訓練のほか、江東区主催の「総合防災訓練」もある。この訓練は夏の午前中、

木場公園で3時間ほど行われ、参加団体としては江東区防災協力連合会はもちろん、警察署、消防署、陸上自衛隊、水道局、医師会、東京電力、東京ガス、佐川急便、NTTドコモ、公園協会、聴覚障害者富士協議会、東京都公園協会、レインボータウンFM放送その他諸々が挙げられる。

「実践的・効果的な訓練による『災害対応力』の向上」をテーマとし水道施設復旧訓練、電気応急送電訓練のような大掛かりな訓練を15ほどの団体の団員が行う。ここでは災害協力隊も初期消火・救出救護訓練を披露する。またその訓練を行っている周りには各団体の啓発コーナーが設置され、パネル展示や簡易TVカメラ展示の見学、AEDや炊き出しなどの体験訓練もできる仕組みになっている。また各防災機関が持つブースではスタンプラリーが行われており、スタンプを集めると小型ライトやミニクーラー、防寒シートといった防災グッズがもらえるため子ども連れの参加者が多い。写真2は大掛かりな訓練の様子と各防災機関の持つブースの一部を映したものだ。災害協力隊の役割の一つである「防災知識の普及・啓発」は、区の方々が大変重要だと指摘していた。なぜなら発災時の自助、共助、公助の割合は7対2対1といわれるからだ。最低3日、ベストとして1週間分の食料くらいは個人で用意しておかなければならないが、そういったことを区民に知らせてほしいという。区の倉庫に備蓄されている非常食で全区民の食料を賄うことはできない。

また「防災資機材の整備」としては災害協力隊ははしごやリヤカーなどを持っており、不足しているものがないか常にチェックしている。大島東町会では現在、区からの助成金を積み立てて新しい担架を購入する計画を立てているらしい。

「防災計画」もそれぞれの町会が用意して会員に配布する。今回、東陽一丁目町会2012年版防災計画を頂いたが、組織体制や活動計画、防災に関する情報が簡潔に記されていた。これには防災マップも載っていて、避難所と街頭消火器の位置が確認できる。また防災マップといえば亀戸九丁目では60×80cmほどのカラー地図を頂いた。これは亀戸町会連合会で作成したもので亀戸地区全体の地図上に防災倉庫、AED、消防団本部といった31個の防災関連施設・器具のマークがポイントしてある。

「避難行動要支援者対策」には今、区全体で力を入れている。南砂中央町会では要支援者に援助担当者をつけるため回覧板を回して会員にアンケートを行ったそうだ。

加えて「避難所運営体制の確立」としては、南砂中央町会では避難所となる学校の校長を中心に近隣の災害協力隊が集結して会議を行うそうだ。会議では発災時の役



写真1 備蓄されている非常食

(著者撮影)



写真2 体験訓練の様子

(著者撮影)

割分担、避難所での被災者の位置取り、緊急連絡先の確認などを行う。

さらに43万人中28万人がマンション住まいの江東区では、複数の災害協力隊がマンションの理事会、管理組合と協定を結んでいるため、津波や高潮が押し寄せた際には地域住民は高層マンションに逃げ込むことができる。加えて近隣の幼稚園とも協定を結び、緊急時の園児の誘導を災害協力隊が援助することになっているところもある。こういった取り組みを率先して始めたのが亀戸九丁目町会である。民間同士で防災協定を結ぶというのが大

変珍しいケースだったために朝日新聞、読売新聞、モーニングバード、クローズアップ現代など各種メディアで紹介されている。

4. 災害協力隊の課題

災害協力隊の課題として第一に挙げられるのはやはり高齢化だ。災害協力隊が高齢化する理由として、若者は勤めているため参加する余裕がない、そもそも防災に関心が薄いということがある。若者のライフスタイルに合わせた活動の仕方を提供し入るきっかけをつくる必要がある。きっかけ作りという意味では、町会新聞、「ことこみゅネット」(江東区が市民活動の支援のために作ったインターネットサイト) などにおける災害協力隊の活動に関する記事も意義がある。また新六ノ橋町会では、餅つき大会で若者に直接声をかける、祭に子どもを無料でもてなすことで町会に良い印象を持ってもらおうとするといった工夫をしている。しかし近隣住民との交流を拒む人も多く難しい面もあるという。さらに防災に関心が薄いのは若者に限ったことではない。一昔前は水害がたびたび江東区を襲ったが、現在はスーパー堤防、開門、下水道の整備により水に浸ることもほとんどなくなり、全体的に人々の関心が薄れてきているようだ。東日本大震災のような巨大地震が起こると人々の関心が再び集まり、隊の数が10隊ほど増えたりもするが一時的な場合が多い。

二つ目の課題としては、いざ災害が起きたときに本当に紙面に書いてあるように行動できるのか、ということだ。時間帯によってはどれだけ人が集まれるかも分からない。無線で平日の昼間に急に人を集める、道路上でスタンドパイプを使うなど災害が本当に起きたと想定したリアルな訓練をしていきたいが、まだ体制が十分に整っていない。

IV 考察

調査をして、江東区において災害協力隊が比較的活発な要因が分かったが、これはほぼ事前に想定していた通りだった。しかし、災害協力隊の活動の傾向については、予想と違っていた。調査前は町会内のイベントが盛んな町会は防災活動も盛んであり、町会のイベントに積極的に参加する人は防災活動にも積極的に参加する傾向が強いとふんでいたが実際はもっと複雑で、地区によってまちまちだった。たとえば東陽一丁目では防災活動でまとま

るというよりもむしろ深川八幡祭りで一致団結するそうだ。防災訓練の参加者は高齢者が多いが祭りには老若男女が参加し大変な盛り上がりを見せるという。同じ区内で同じマニュアルに沿っていても、高齢化率や外国人人口率、持ち家率、空き家率など置かれた状況が異なり、災害協力隊の活動内容、成熟度は一律ではないことが分かった。災害協力隊を結成してはいるものの高齢者のみで運営しており、防災訓練を行うこともままならないといったところもあるようで、結成率が高いからその地域の防災力が高いとすぐにいえるというわけではなさそうだ。結成率とその実態とのギャップを埋めていき本当に災害に強い街づくりをしていくということは課題の一つなのではないだろうか。

V まとめ

今回の調査では自主防災の基本は人だということを強く感じた。組織を動かしていくにはまず人材の確保が不可欠のようだ。

また、冒頭で江東区の災害協力隊は比較的活発であると述べたものの今回の調査では何処の地域と比べてどれほど活発なのか具体的に突き詰めたわけではない。加えて今回、人口増加の著しい豊洲地域(2020年には人口20万人に倍増すると予想されている)の町会には聞き取りを行えていない。いつかこれらについても調査してみたい。

謝辞 報告書を書くにあたり、江東区役所総務部危機管理室防災課災害対策係の方々、各町会の方々には大変お世話になりました。貴重なお話を聞かせていただいた上、さまざまな資料を提供して頂きましたこと感謝しております。ありがとうございました。

文献

- 江東区 1957.『江東区史』江東区役所。
- 江東区 1987.『古老が語る江東区の災害』江東区役所。
- 江東区 1991.『江東の昭和史』江東区役所。
- 江東区 1997.『災害協力隊活動マニュアル』江東区役所。
- 江東区 2014.『災害協力隊活動マニュアル』江東区役所。
- 三牧純子 2011. 自主防災活動の促進要因についての一考察 高知県土佐清水市中浜地区の事例から。四万十流域圏学会誌 10(2): 17-20.

人口急増地区における学童保育の在り方と児童の生活空間

平野 悠

I はじめに

近年とりわけ都市部において、核家族化の進行、地域のつながりの希薄化、住民の過剰な制限による子どもたちの遊び場不足など子どもを取り巻く環境が大きく変化している（寺本 1996）。特にこれらはさまざまなバックグラウンドを持つ人々が移住してくる人口急増地区で顕著にみられ、誘拐・犯罪・虐待などの問題にも絡み得るものである（ヴァレンティン 2009；久木元 2008）。江東区湾岸部では、倉庫や造船所の跡地にマンション建設が進み、大規模な再開発とアフォーダブルな住宅の分譲、交通網の整備による利便性の向上等を背景にファミリー世帯の流入が増加した（加世田ほか 2004）。これにともない、江東区では2011年4月現在の待機児童数が273人と都内市区町村で8番目に多くなっている（久木元・小泉 2013）。このような状況において子どもたちが安心して過ごせる、そして大人たちが安心して子どもに与えられる空間は、どのように生み出され維持されているのだろうか。

この調査は、子ども期の中でも急激に行動範囲や経験が広がる就学後の子どもたちに焦点を当て、人口急増地区における児童の生活空間を探ることを目的とする。ここでは、放課後の適切な保護に欠ける子どもたちが過ごす居場所である学童保育事業の取組みを紹介する。同時にこの地域で生活する子どもたちはどのような行動範囲・空間移動によって生活しているのかを明らかにする。そして子どもたちにとっての学童保育という存在の位置づけを考えていく。

II 江東区における放課後支援の実態

上述の通り江東区内では人口が増加しており、とりわけ年少人口（児童人口）の増加が顕著である（江東区 2008）。図1は2000年から2009年の児童人口の変化を表したものである。江東区における学童保育事業は「学童クラブ」という名称のもと、平日の放課後から17時まで、土日祝日・年始年末をのぞく学校休業日8時30分から17時までの枠組みで運営されている。また就労要件によっては18時までの延長保育や土曜開室クラブも利用できる。その他の概要は表1のとおりである。

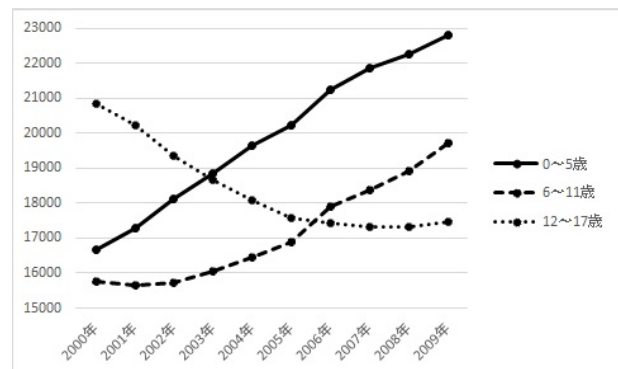


図1 江東区の児童人口の変化

（江東区次世代育成支援計画担当課発行の「江東子ども未来プラン（平成22年度～平成26年度）」より作成）

こうした制度のもと、区内学童保育事業における待機児童数は2003年度から0を継続している。

また学童クラブのほかにも、保護者の就労制限や定員、学年などの定めがない「放課後子ども教室」という事業が行われており、子どもたちの居場所づくりがされている。しかし区内全域で実施されているというわけではなく、今後の拡充が望まれている。「江東きッズクラブ」は放課後子ども教室と学童クラブの機能が連携・一体化した事業となっている（江東区教育委員会 2009）。

表2は江東区における放課後支援事業の実績である。年々その実施力所と利用人数は増加しておりニーズに応えた規模の拡大が行われている。

III 調査内容および方法

1. 調査対象地の概要

本調査では、江東区内でも特に人口増加率の著しい地区の一つである江東区A地区を調査対象地として設定した。この地は大正時代に隅田川の改修で出た浚渫土によって埋め立てられてできた土地であり、1980年代までは主に工業地として肉体労働者が多く住む街であった。その後、バブル崩壊がきっかけとなり再開発や区画整備とともにマンション建設ラッシュが到来し、商業地・住宅地へと変化した。1990年代後半以降に江東区で建設された民間分譲マンションの戸数は、東京都区部の中で最も多くなっている。地価が下落したことによって比較的若い世帯にも手の届きやすい価格のマンションが多数建設

表 1 江東区学童保育事業の概要

入会対象児童	保護者の就労条件	学童穂域経費
<ul style="list-style-type: none"> ・江東区に住所を有する児童 ・小学校に通学している3年生以下の児童 ・保護者の就労または疾病等により、放課後家庭において適切な保護を受けられない児童 	<ul style="list-style-type: none"> ・週に3日以上、午前8時から午後1時までを除く時間帯で就労していること 	<ul style="list-style-type: none"> ・育成料：月額4000円 ・おやつ代：月額1500円 ・保険料：年額500円

(江東区ホームページより。なお、経費に関しては、同一世帯で複数名の児童が在籍する場合は割引したり、生活保護世帯には育成料免除や経費削減を行ったりする制度も存在する)¹⁾

表 2 江東区放課後支援事業の実績

		2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
学童クラブ	施設数(カ所)	40	40	41	44	44	45	-
	登録者数(人)	2,339	2,517	2,632	2,782	2,811	2,791	-
放課後こども教室	実施校数(カ所)	0	1	1	5	8	10	-
	実施者数(人)	0	110	137	600	1,249	1,690	-
江東きっずクラブ	実施校数(カ所)	0	0	0	0	0	0	4
	登録者数(人)	0	0	0	0	0	0	2,864

(各年度3月31日現在の値である。ただし2010年度のみ4月1日現在の値である。江東区次世代育成支援計画担当課発行「江東こども未来プラン(平成22年度～平成26年度)」より作成)

され子育て世帯の流入につながっている(江東区政策経営部企画課 2010)。また銀座や丸の内にも近く臨海部ということで、都心の近くにありながら開放感にあふれている点も人気につながっているという²⁾。今後東京オリンピックを見据えてさらに変化が見込まれる地域であることから、この地の現在の状況を記録するとともに住民の特性や生活を理解することは有意義であるといえる。

2. 調査内容

本調査では、A地区にあるB学童クラブでの参与観察、職員・保護者・利用児童に対する聞き取り、周辺での街頭インタビューを行った。

1) A地区内のB学童クラブにおける参与観察

B学童クラブにおける参与観察を通して、子どもたちの学童クラブにおける活動は大きく二つに分類できることが観察できた。それは、①自由遊び、おやつ、勉強といった日常活動、②工作やクッキングなどの体験、地域の保育園や学生との交流、父兄も参加するお泊まり会といった特別活動、である。

①の自由遊びでは室内にある多数のおもちゃで遊んだり、本や漫画を読んだり、近隣の公園でドッジボールをしたりとのびのび遊ぶ様子が見受けられた。おやつは育成料と別に徴収したおやつ代で提供されており、子どもたちの楽しみの一つとなっている(表1)。また宿題や勉強をする時間も設けられており、指導員は集中力が切れた子どもに励ましの声をかける。こうした日常活動は

家庭内のごく自然な風景であり、学童クラブが家庭的な居場所としての役割を果たしているといえる。

②はイベントとしての意味合いが強いといえる。お泊まり会では指導員や父兄が引率し地域の銭湯へ行くなど、現代の子どもたちがなかなか得られない機会を用意する場を作っている。こうした活動は子どもたちにとって学童クラブに通っているからこそできる有意義な経験であり、地域の交流を生み出す場にもなっている。子どもたちは学童クラブで過ごす時間の中で時に友達と喧嘩したり指導員に叱られたりしながら生活リズムや集団生活のルールを身につけているようだ。

2) B学童クラブの指導員の話

この地域の急激な人口増加にともないB学童クラブの利用児童数も急増している。一時期は定員をオーバーしていたこともあったが、現在は近隣の区立C小学校に放課後支援事業が開設されたこともあり、定員内に収まっている。しかし今でも少しずつ登録児童は増えており、職員の人数も限られているので子どもたちへの対応が大変なときもある。利用している児童はC小学校も含めて10校に在籍しているため、学校以外の友人関係ができた、学年にとらわれない交友関係を持てたりすることがこの学童クラブのいいところだといえる。

B学童クラブでは近隣の保育園と交流を行っており、その保育園を利用していた保護者はB学童クラブの職員をよく知っている安心感から、C小学校以外に通っていてもこの学童クラブを選ぶというケースが多いという。

3) B学童クラブを利用している保護者の話

B学童クラブを利用している児童の保護者のうち、2006年～2009年までにA地区に転入してきた4世帯の保護者にインタビューを行った。括弧内は子どもの学年・年齢を表している。

世帯①（小学校1年生，年少）

「現在週に4日17時まで利用している。残りの1日は習い事に行かせている。3年生までは今の様な感じで学童を利用して、4年生以上はその分塾に行かせようかと思っている。この学童には満足していて、子どもたちに縦のつながりができるのがいいところだと思う。強いて要望を言うなら4年生以降も見てほしい。この街は土地やマンションの値段もまあまあ良くて、治安もいいし道路も広く整備されていて安心できる。アクセスもよく、新しい街なので住民の家族構成も似ていて子育てもしやすい。」

世帯②（小学校3年生）

「週に5日18時まで利用している。4年生以降学童を利用できなくなると、放課後母親が会社から帰るまでの2～3時間を家で一人過ごさせることになるが、あまり不安はない。マンションのセキュリティもしっかりしているので、子どもには『何かあったらコンシェルジュの女性に相談するように』と言ってある。この学童には満足していて、子ども同士のふれあい・友人関係を持てるのが嬉しい。この街は必要なものがすべて近くにあるのが便利。道が広いのも安心だし、子育て世帯が多くて恵まれていると感じる。」

世帯③（小学校5年生，小学校2年生，3歳）

「週に4日18時まで利用している。できればもっと遅い時間まで利用できると嬉しい。4年生以降学童を利用できなくなるのは心配。学童クラブ以外の放課後支援事業には顔なじみでない子もいるので、少し行きにくさもあるようだ。この学童は指導員が身近に感じられて安心できる。連絡も密だし個人面談などで日頃の過ごし方を細かく教えてもらえるのが嬉しい。この街は駅の近くにお店がなんでもあり便利。子育てしやすいと感じる。ただ、受験するのが当たり前というような雰囲気競争が激しいように感じるところは少し不安。」

世帯④（小学校1年生）

「週に5日17時まで利用している。学童を利用していることによって学年や学校を問わず友人関係が広がり、街を歩いていて会うと声をかけてくれたりするの嬉しい。4年生以降も利用できるとありがたい。」

4) B学童クラブに通っている子どもたちの話

B学童クラブに通っている子どもたちに学童クラブについてどう思っているか、また普段こういったところで遊んでいるかを聞いた。学童クラブについては全員が「楽しい」と回答した。自由に遊べるところやおもちゃがたくさんあるところ、友人がたくさんできる場所がいいという声が多く聞かれた。普段遊びに行く場所については、近隣の区立公園や児童館、ショッピングモールなどがあげられたが、保護者の同伴を必要とする場合が多いようであった。「子どもたちだけで遊びに行っている範囲は家から見えるところだけ」という声も聞かれた。また学童以外ではあまり外に遊びに行かず習い事で時間を過ごしているというケースもあった。

5) 街頭インタビューでの地域の人の話

A地区内の現地調査を通じて、公園やマンション下のテラスで子どもを遊ばせていた保護者たち—そのすべてが母親であった—に話を聞くことができた。彼女たちは、子どもだけで外で遊ばせるのはどうしても不安だという。低学年までは学童に預け、高学年では習い事や塾に通うことで常に大人の目が届くようにしたいという声が複数聞かれた。どうしても都合の悪い時はママ友同士で順番に子どもを預かることもあるという。

地域の公園で遊んでいた小学校5年生の男児二人によれば、遊び場として「自由に」遊べることを重視するようだ。放課後は毎日塾や習い事があるため、夏休みの日中や土日に広い公園でボールを使って存分に遊びたいそうだ。彼らがよく遊ぶその公園には時計が設置してあり、習い事などの関係で時間をいつも気にしている彼らにとってはありがたいそうだ。おもちゃや遊べるスペースが限られていると「つまらない」という。

IV 考察

A地区には学区外の小学校に通う子どもが相対的に多いことがうかがえる。B学童クラブでの調査により、鉄道を利用して遠方の小学校に通っている児童が複数いることがわかった。通学範囲は大きな広がりを持っているが、その一方で保護者から遊べる場所を指定・制限されているケースが多く、学童保育以外の遊び空間は狭いことがうかがえる。この遊び空間には公園や児童館などの公共的なスペースが多く含まれているが、習い事やショッピングモールなどで時間を過ごす子どもも多く、こうしたnon-publicな空間へアクセスできるかどうかは家庭によって差があると考えられる。また、大人に介入されず子どもたちだけで自由に遊べる空間に限っていえばより狭く小さくなっているといえる。

B学童クラブでの聞き取り調査において、保護者から「子育てしやすく、安心できる住みやすい街だ」という声が聞かれたが、一方で子どもたちだけで外で遊ばせることに不安を感じる保護者も少なくないのはなぜだろうか。もちろん事件や事故はいつどこで起きるかわからないものであり楽観視はできないが、大人たちの街に対する好評価が子どもたちの生活の様子にそのまま反映されているとはいえない。この背景・要因が明らかになることで、子どもたちにとってより理想的な空間を創出できるのではないかと考えた。

これに際して予想できるのは、この地域の外で起こる事件—特に子どもにまつわるもの—のニュースがA地区の保護者の不安をかきたてるというものだ。教育への関心が高く子どもに関する情報に敏感な彼／彼女らは、安全への意識も高くこうした状況に繋がっていると推測できる。

V まとめ

A地区の保護者たちはA地区を「子育てしやすく安心できるいい街」だと好評価する一方で、子どもたちだけで外で遊ばせることに不安を覚えており、その結果子どもの遊べる範囲を指定・制限している。これはA地区の外で起こる事件のニュースなどが保護者の不安をかきたてるからだと予想できる。これを踏まえると学童クラブは大人によって守られた安全な空間であり、かつ可能な限り子どもたちが自由に遊ぶことのできる場所であるといえる。同時に地域とのつながりが薄れている現代の都市部の子どもたちにとって貴重な体験活動や交流の場となる機会も提供している。また子どもたちが朝家を出てから帰宅するまでの移動における中間地点にもなっており、安全を把握する上でも重要な役割を担っている。

近年の学童クラブの課題は、人口増加および共働き世帯の増加に対応できるハード・ソフト両面からの支援(設備や部屋の拡充, 指導員・職員の拡充)である。江東区のように児童人口が急増している自治体では待機児童解消のためにさまざまな工夫を凝らしているが、その分学童クラブ以外の事業が次々とスタートし放課後支援事業は複雑さを増しているという現実も否めない。また公立校の学校選択制や小学校受験の導入・増加により子どもたちの通学範囲は広がっており、学童クラブ側の受け入れ体制と安全管理への対応も複雑化している。

都市部へ向かうほど空間は厳重に管理され、今や子どもたちの居場所を確保するのにも代金を支払わなければならない。こうした状況に対して学童保育事業は自治体が用意する公共的な空間として公正に開かれるべきである。また人口増加によってアクセスできない子どもが出ないよう適正に整備されることが望まれる。学童保育は共働き家庭の子どもたちを預かるための単なる物理的なスペースというだけではなくっており、子どもたちの成長と地域の結びつきに大きな役割を果たすものだといえる。

謝辞 B学童クラブの指導員の方々, 利用している保護者および児童の皆さん, A地区での街頭インタビューに答えてくださった方々に感謝いたします。

注

- 1) 江東区ホームページ. <https://www.city.koto.lg.jp/kusei/tokei/> (最終閲覧日2014年9月22日)
- 2) 2014年6月9日付け日本経済新聞の記事より。

文献

- ヴァレンティン, G. 著, 久保健太訳, 汐見稔幸監修 2009. 『子どもの遊び・自立と公共空間』明石書店.
- 遠藤 毅 2004. 東京都臨海域における埋立地造成の歴史. 地学雑誌 113: 785-801.
- 加世田尚子・坪本裕之・若林芳樹 2004. 東京都江東区におけるバブル期以降のマンション急増の背景とその影響. 総合都市研究 84: 25-42.
- 久木元美琴 2008. 高度経済成長期意向の川崎市における学童保育供給体制の変容. 人文地理 60: 341-358.
- 久木元美琴・小泉 諒 2013. 東京都心湾岸再開発地域におけるホワイトカラー共働き世帯の保育サービス選択—江東区豊洲地区を事例として. 経済地理学年報 59: 328-343.
- 江東区 2008. 『江東区の将来人口の推計について』江東区.
- 江東区教育委員会 2009. 『江東区版・放課後子どもプラン』江東区教育委員会.
- 江東区政策経営部企画課 2010. 『江東区データ集—2010』江東区外部評価委員会.
- 寺本 潔 1996. 『子どもの知覚環境—遊び・地図・原風景をめぐる研究』地人書房.

東京湾北部におけるノリ市場の変容

佐藤 弘実

I はじめに

日本人とノリとの付き合いは古く、平安時代まで遡る。701年の大宝律令には地方産物の「調」の一つとして挙げられており、平城京遺跡からは隠岐から送られた「紫菜（むらさきのり）」と書かれた木簡が出土している。ノリにも多種あるが、本研究では江戸時代に日本初のノリ養殖・製造が行われたアサクサノリ（浦安市郷土博物館2002）についての調査を行った。

アサクサノリの名が最初に文献に登場するのは俳諧集「毛吹草」（1645）で、わずか七種しか載せてない江戸の特産品の一つに数え上げられている。浅草という地名がつくことからして、江戸時代から1962（昭和37）年まで300年以上続いた東京のノリ生産と下町の商人や漁師との関係は相当に深いものと推測できる。今回の巡検では東京のノリ生産の由来と流通に関する調査を行った。

調査方法として、宮下（1970）が著した『海苔の歴史』のアサクサノリ由来諸説とそれに関する論文をいくつか読み（大西ほか 2013；菊池・二羽 2006；宮下 2003）、Ⅱでは資料に基づくアサクサノリの歴史を概説する。また、Ⅲでは聞き取り調査を依頼した大森海苔のふるさと館、大田区郷土博物館、山本海苔店の話のほか、江戸時代の交通経路、文化を調べた江戸東京博物館の閲覧資料、アサクサノリに由来する店を探すために浅草寺前の仲見世通り現地観察の結果を示す。

Ⅱ アサクサノリにおける浅草と大森の関係

東京は1962（昭和37）年に羽田空港埋め立てをする際、漁業権を放棄するまでノリ生産が続いた。『東京都内漁業興亡史』（東京都内湾漁業興亡史編集委員会編 1971）には1928（昭和3）年まで全国生産量1位と記されており、その後九州に押されながらも1937（昭和12）年まで販売収益全国1位であった。中でも江戸時代中期以降のノリ生産における大森の果たした役割は大きい。養殖生産量を九州に抜かれた後も、技術者を東京に派遣しその製法を学ばせている。宮下（1970）によれば、アサクサノリの市場であった浅草と品川・大森等の生産地との関係は以下の通りである。

①天文初年までは浅草の周辺の海でノリが採れる状態



図1 現地観察で訪れた浅草寺仲見世通り

（ゼンリン住宅地図2014年7月より作成）

にあった。しかし、売っていたと断定はできない。家康江戸入り以前の天正年間（1580年前後）には浅草は隅田川よりかなり上流になるが、浅草に近い本所、両国辺りでノリが採れた可能性がある。

②江戸時代初期から元禄末（1703年）にかけて浅草周辺の町づくりが進み、浅草辺りではノリが採れなくなった。また、「毛吹草」（1645）には「葛西苔 是ヲ浅草苔トモ云」とあるから、「浅草海苔」の名が世に知られたこの時期には主に葛西浦で採れ浅草で売られていたことを示す。

③享保前後（1716～1735年）になると品川・大森の海で養殖が始まり、一方、浅草でノリ抄きが始まった。葛西浦は集落が少なく人手不足のためノリ輸送が止んだ。

④延享（1744年）から大森村は品川浦をはるかに凌ぐノリの生産場になり、天明末（1788年）になると浅草は海苔抄きを品川・大森に交代して販売のみとなった。文政末（1829年）からは浅草ノリ商が衰退し、大森産ノリは日本橋方面に輸送され始める。

Ⅲ 調査結果と考察

1. 店舗の創業年代から見るノリ市場の移設

今回浅草での現地調査を行った結果、仲見世通りの中央辺りに「いせ勘」という海苔問屋を見つけることができた（図1）。また、大海屋という昆布海藻を扱った商店

でもいせ勘のノリが売られており、店主の話からこの辺では数少ないノリ問屋の一つであることがわかった。いせ勘のホームページを確認したところ、1717年創業になっており、ちょうど浅草ノリ商人が全盛期であった頃に当たる。ホームページに書かれた年代通りの創業だとすれば、いせ勘の創設者は時期を読んで浅草に店を開いたと推測ができ、現代に至るまで店舗が残っているのは驚くべきことである。また、宮下（2003）によれば、この時期は生ノリ、あるいは乾ノリの状態で陸路を使って浅草まで運んでほしい。江戸東京博物館へ赴いて江戸中期以降の交通経路を展示資料で確認したところ、品川辺からは東海道が北へ通り、日本橋を経由して日光奥州街道で浅草まで抜けていることが判明し、推測の域であるが、品川のノリ商人の移動にはこの経路が使用されていた可能性がある。さらに、文政末（1829年）以降は浅草ノリ商人が衰退し、大森で生産・製造されたノリは日本橋方面に輸送されたとあるが、日本橋室町一丁目に1849年創業時から店を構える「山本海苔店」の初代店主はこの期をよんで創業したことになり、これはノリ市場移設の事実をより裏付けるものである。

私が次に興味を抱いたのは大森村でノリ養殖が始まった時代であるが、大田区郷土博物館の職員にお伺いしたところ、『大田区史』（大田区史編さん委員会 1992）に載っている「藻草船役船」を見せて頂いた。当時、磯付百姓であった大森村は干潟の海藻を採取して畑の肥やしにしていた。「藻草船役船」は北大森村の肥料用海草採取船への税の記録であるが、それによれば享保3（1718）年の180文から翌年には1貫140文と急激に増額している。この増税は急激なノリ生産量の増大を示すものであり、30年後の延享3（1746）年には「海苔運上」というノリ専用の課税が新設されていることから、1718年前後に大森地域におけるノリ養殖生産量が安定して増えたとわかる。これは当時としては日本初のノリ養殖の体系が大森で完成したことを示唆する貴重な資料である。また、大森でノリ抄きが始まったはっきりした年代は定かではないが、1840年に将軍へ御膳ノリを献上する以前に浅草商人によって大森ノリ場が上質であると認められたことはノリ抄き開始に大きな影響を与えたと考えられる。このことは『海苔の歴史』（宮下 1970）にも記載があり、同博物館で購入することができる。

2. 絶滅危惧種としてのアサクサノリ

1906（明治39）年から幾度かにわたって行われた隅田川改良工事の結果、隅田川が浚渫されたことで大型船舶の運航は可能になったが、元来干潟であった東京の遠浅

海岸は大きく後退した。また、1910（明治43）年から市内の河川改修工事も行われ、それによって得た浚渫土によって埋め立て工事が始まったため、東京のノリ養殖場は沖合に出ざるを得なくなった。戦後の人口流入に際して、家庭污水の増加や工場排水の流入によりノリの癌腫病が広がっていくとともに、東京湾北部はノリ生産に不向きとなっていた。1961（昭和36）年、東京湾改定港湾計画が決定されると港湾海域とノリ養殖場が重なり、運輸省航空局は漁業補償を実施している。ノリ生産者たちもこれ以上東京湾北部で生産を継続できる見通しが無いとしてこれを受け入れ、1962（昭和37）年に東京都は漁業権を放棄し、江戸時代から続くノリ養殖に終止符を打った（小沢 1971）。

昭和20年代以降アサクサノリが減少するにともなって、早期に種がつく東北地方沿岸から北海道有珠湾などの北方の漁場からスサビノリの移植が行われた。1954（昭和29）～1957（昭和32）年度にかけて、全国海苔漁業協同組合連合会と財団法人海苔増殖振興会によりノリの種類について全国的な調査が行われた。これによって銚子以北を自然分布とするスサビノリが、東京湾・浜名湖・三河湾・伊勢湾まで広がっていることが分かった。現在、全国ほとんどのノリ市場で扱っているノリは、1964（昭和39）年に千葉県奈良輪地区で見つかったナラワスサビノリを品種改良したものである。

2000年、アサクサノリは水産庁から絶滅危惧種として認定されているが、2005年に菊池則雄が調査した結果、多摩川河口に百数体の個体群を確認している。また、菊池（2011）による最新の研究では、東北から西日本にかけて各地の干潟に自然生息するアサクサノリの遺伝子構造を解析し、西日本伝来のアサクサノリが北方から急速に繁殖域を拡大したスサビノリと愛知付近の海で交配し、遺伝子情報が混ざり合っていることを述べている。このように現在も自生スサビノリとの共存を図っているアサクサノリであるが、山本海苔店によれば千葉では復活のプロジェクトが近年進行しているそうだ。これはノリの胞子が貝殻などに付着して成長した糸状態（1949年英国藻学者ドリュウ博士の発見）の冷凍保存技術が向上したためである。さらに、昭和20年代後半からアサクサノリが東京湾だけでなく全国的に減少した理由について伺うと、スサビノリの繁殖力が強いことを原因に挙げている。アサクサノリよりも伸びるのが速く、体長がアサクサノリの2倍はあるため、繁殖域が重なると日光を遮断する事例があるという。また、大森海苔のふるさと館によると九州地方は潮の干満の差が平均6mと大きく水の流れが速いため、アサクサノリの生息には元来向いてい

ないようである。繁殖可能域の減少に加えササビノリの移植という人的要因も関わっていることが聞き取り調査によって判明した。

3. 東京におけるノリの流通

現在、全国で食べられるノリのほとんどが品種改良されたナラワササビノリであることはわかった。では東京の海苔問屋で扱われているノリの生産地はどこなのかという問題で、山本海苔店に聞き取り調査を依頼した。海苔増殖振興会ホームページを閲覧すると、2009年度、2010年度の全国のノリ養殖生産量が都道府県ランキングで確認することができ、中でも東京湾の千葉ノリ（袖ヶ浦産等）は依然としてトップ10位に入っている。これについてお話を伺うと、問屋によって扱う海苔は異なるが、山本海苔店では味や口溶けの柔らかさを重視している。また、大森所在の「海苔の松尾」という問屋でも千葉ノリは石蓴混じりのものだけが転倒に並んでいた。よって山本海苔店では9割以上のノリを有明海で採れるものから仕入れてきて、味・色つや・固さ（口溶け）によって細かく用途を分けて販売している。たとえば、進物品には柔らかく甘いものを、蕎麦や寿司用には湿り気であればさらに分解されないように硬めのノリを用意するのである。これは山本海苔店の2代目が始めたといわれており、等級ではなく用途分けをしてノリを販売することは現在でも行われている。老舗のノリ問屋から現在のノリ流通の諸事情を聞くことができたことの意味は大きい。同じ品種でも各産地によって風味、固さなど製品に違いが生じることを確認することができた。

IV おわりに

今回の巡検では『海苔の歴史』（宮下 1970）といくつかの論文を参考に、江戸・東京の下町地域で行われたノリ養殖の経緯と現在の流通ルートについて聞き取り調査、

現地観察を行った。結果として、江戸時代以降の販売・商人町としての浅草と、生産者としての下町（葛西・品川・大森）の関係構造が明らかになった。また、日本のノリ養殖を語る上で欠かせない東京湾のアサクサノリは、数を減らしながらも多摩川河口域で自然生息し、千葉や伊勢湾では復活の取組みがあることも教えて頂いた。流通に関しては、各地で採れるノリに特徴があり、問屋ごとにそれぞれ合った風味・質のノリを仕入れていることを知ることができた。アサクサノリの復活にはいまだに課題が多いようだが、古今のノリ生産市場の状況を知ることで、少しでも今後のノリ養殖産業を発展させるためのヒントになればいいと思っている。

文献

- 浦安市郷土博物館 2002.『企画展展示資料 ノリー東京湾のノリ』浦安市郷土博物館。
- 大田区史編さん委員会編 1992.『大田区史 中巻』東京都大田区。
- 大西 舞・菊池則雄・岩崎貴也・瀧田 智 2013. 絶滅危惧Ⅰ類に指定されている紅藻アサクサノリの集団遺伝構造. 日本藻類学会 61: 87-96.
- 小沢利雄 1971. 東京湾沿岸のノリ養殖と土地造成について—東京品川湾の場合. 地域研究 14: 6-16.
- 菊池則雄 2011. 千葉県勝浦市沿岸の海産植物相. 千葉県立中央博物館自然誌研究報告特別号 9: 11-23.
- 菊池則雄・二羽恭介 2006. 東京湾多摩川河口干潟における絶滅危惧種アサクサノリ（紅藻）の生育状況とその形態. 日本藻類学会 54: 149-156.
- 東京都内湾漁業興亡史編集委員会編 1971.『東京都内湾漁業興亡史』東京都内湾漁業興亡史刊行会。
- 宮下 章 1970.『海苔の歴史』全国海苔問屋協同組合連合会。
- 宮下 章 2003.『ものと人間の文化史111 海苔』法政大学出版局。

御徒町宝飾問屋街の変化とインド人社会

高畑 友香

I はじめに

JR御徒町駅周辺は、宝飾問屋街として有名で、多くの宝飾品店が集積してきた。しかしながら、1990年代前半のバブル崩壊にともない、御徒町からは多くの店が撤退した。その代わりに空きテナントに出店したのが、主にインド人をはじめとする外国人事業主が経営する宝飾品店であった¹⁾。

本稿では、在日インド人商人が御徒町を居住地として選択した要因は何か、在日インド人商人の活動・存在によって御徒町の景観および文化への影響はあったかを調査することによって、インド人商人、御徒町という土地が双方に与えた影響について考察する。

II 調査地域

「御徒町」という地名は、江戸時代に城門の番をして

いた下級武士である「御徒衆」の組屋敷が多くあったことに由来する。現在、御徒町という名前は行政地名にはなく、JR・東京メトロの駅名、公園や学校の名前に残っている。旧御徒町は、一説では現在の台東区台東三丁目・四丁目、東上野一丁目であるといわれているが、江戸時代のこの地域の面積の8割は寺社や武家地は公式な町名はつけられなかったため、明確な範囲は不明である。

現在の宝飾問屋街としての御徒町の範囲は、2002年に出版された『宝飾業界地図 御徒町版』(柏書房松原株式会社 2002)によれば、上野三丁目・五丁目、東上野一丁目・二丁目、台東三丁目・四丁目が含まれている。本稿ではその中でも特に宝飾品店が密集している、JR御徒町駅前の上野三丁目・五丁目、東上野一丁目を調査対象地とした(図1)。

この土地に宝飾問屋が集積し始めたルーツもやはり江戸までさかのぼり、さまざまな要因が重層性を持ちなが



図1 対象地域

(Mapion地図©ZENRINより。JR御徒町駅東側のストリート名に、ルビーやサファイヤが読み取れる)

ら、自然発生的にできた。中でも戦後のヤミ市から始まった「アメヤ横町」の存在は、御徒町宝飾店街の形成に大きな影響を与えた。

Ⅲ 調査方法

本稿では、調査目的を達成するために以下のアプローチをとる。まず、文献・現地での観察調査・統計から、調査地域の特色・歴史を把握する（酒井 1988；班目 1989）。次に、対象地域で宝飾品店を経営する経営者からの聞き取り調査を行い、御徒町の変化、御徒町に店を構えることになった経緯を調査する。最後に、調査結果と西葛西、神戸といったこれまで調査されてきたインド人の集住地と比較し、御徒町のインド人社会の特色について考察する。

Ⅳ 調査の内容

1. 御徒町の変化

地価が高い御徒町では、不景気になると店舗を構えることは難しくなる。そのため、最近10年ほどは御徒町から出ていく日本人が多かった。日本人は出て行ってしまった後なので、今更御徒町を出ていく人は少なく、入れ替わりは少ない。それに比べると、ニューカマーの外国人経営者は、採算が合わなければ撤退し、反対に入ってくる人も多いので、入れ替わりがある。

外国人経営者の店舗か日本人経営者の店舗かは、外観から判別はできない。売っている物の特徴として、天然石のネックレスを売る店舗は、外国人経営の店が多いなどの特徴があるそうだ。

町を歩くと、インド人をはじめとして外国人をよく見かける。また、多くの店舗に、日本語・中国語・英語で書かれた貼り紙が貼られている（写真1）。中国語が書かれているのは、最近2、3年の中国人客の増加によるものと考えられる。全体としての顧客は減少傾向で、要因としては①不景気の影響、②新しい買い物形態の登場が挙げられる。②について具体的に述べる。20、30年前であれば、地方から必要な宝石を仕入れに来る人々で街が活気づいており、「御徒町」に店を構えることが重要な意義をもった。しかし、現在はネットを通じて、御徒町に直接来ることなく購入が可能になったため、その意義が薄れてきている。

2. インド人経営者にとっての御徒町

御徒町が宝石の町であることは、業界内では日本人のみならず外国人にとっても有名な話で、宝石の商売をするならたとえ地価が高くても、御徒町が一番いいと考え



写真1 中国人顧客向けの貼り紙
(2014年8月8日著者撮影)

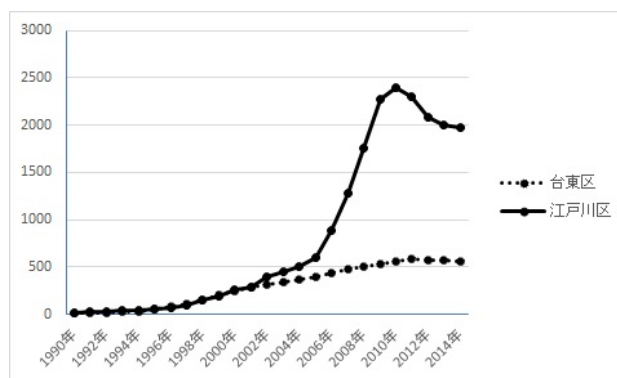


図2 在留インド人人口の推移

(東京都外国人登録国籍別人員票より作成)

たそうだ。また、世界中に店を持つ小売店・卸店の支店は東京では必ず御徒町にあることも、御徒町に店を構える理由となった。近くに同業者が多いと、顧客にとって便利だと考えたそうだ。

御徒町で働くインド人は約150人である。その中の多くは御徒町から浅草など近辺に住み、通勤している。2004年に初めて江東区にできたインド人学校も、御徒町に住むインド人の家族の通学に便利だ。

主に江戸川区西葛西に多く住む、IT関連の仕事で来日したインド人の滞在が2～3年間なのに対し、宝石関連の仕事に就くインド人は滞在が10年以上、長い人だと20年以上と、長期滞在者が多いことが特徴である。

台東区のインド人人口は、1990年代前半ごろから徐々に増え始め、1990年を基準とすると、2000年には9.95倍、2010年には26.6倍と著しい伸びを示している（図2）。町丁目別のインド人人口の推移のデータを得ることはできなかったため、宝飾業界関連のインド人の増加によるものかはさだかではない。しかしながら、2014年現在の御徒町で働くインド人人口約150人は、約4分の1にあたる

人数であるため、影響は大きいものと考えられる。

3. ジャイナ教と宝石業

インド人が宝石関連の仕事に多くついていることは、ジャイナ教との関係が深い。ジャイナ教の教えには、「不殺生」があるため、漁業・畜産業・農業など第一次産業に従事できない。そのため、ジャイナ教徒の多くは、古くから宝飾業や、貿易業に従事してきたという（飯田 2008）。

御徒町にはジャイナ教の寺院があり、ジャイナ教徒やヒンズー教徒が朝の出勤前、お祈りのために訪れる。このジャイナ教寺院に訪れる人のうち、80～90%がジャイナ教徒の宝石商が占める。このジャイナ教寺院は、初めは「日本に住んでいるインド人の子どもたちに、自分たちの文化や宗教を伝える」ことを目的に建てられたものだが、「いくら儲けることができても、朝のお祈りができないのでは、日本に来ることができない」と考えていたインド人が来日するきっかけにもなった。ジャイナ教の組合もあり、その組合によってお祭りなども開かれ、ジャイナ教寺院は、ジャイナ教徒にとって重要なコミュニティの中心となっている。

2011年に発生した東日本大震災の際、西葛西に住むIT関連業に従事するインド人の中には、本国に帰る人も多くいたそうだが、御徒町のインド人はあまり減らなかった。一つの要因として、同じ宗教の者どうしが近くに住んでいるので、何かあった時に助け合えるという安心感があったようだ。こういった点で、御徒町に住むインド人の結びつきは、ビジネス上よりも宗教上の方が強いといえる。

4. 日本人とインド人の関係

インド人・日本人関係なく、同業種の仕事であるので、ビジネス上の付き合いは当たり前になっている。一方で、飲食の問題で付き合い方が難しいという考えもある。ジャイナ教の教義では、完全な菜食主義であるため、出汁、ゼラチン、味の素などを食べない。また、お酒も飲まない。一般的な日本のレストランでは何が入っているかわからないため、安心できないのである。

安心でおいしい料理が食べたいという思いから、完全菜食料理レストランを作ったインド人の方は、最高級・新鮮なスパイスをアジアで最大のスパイス店から輸入し、タバコ・酒・味の素・ゼラチンも一切使用しない。また、ケチャップなどを使い、日本人の口に合わせるということも絶対しないというこだわりを持っているため、御徒町で働く多くのインド人から支持されている。インタビ

ューに立ち会っていたインド人客は、毎日この菜食料理店で昼食を食べるそうだ。「家族と離れた異国の地で暮らしていても、ここにいたらさみしくない」と話していた。

客層としては日本人よりインド人が多いが、「こだわりを持ったまま料理を作り、それをお客さんが食べたら、インド料理の良さを紹介できる」と考えている。実際に訪れていた日本人客も、「おいしい」と話していた。日本人との食事会も、以前は日本のレストランで行っていたが、自分でレストランを開いてからは、そこで食事会をするようにしているようだ。

V 考察

「御徒町」という場所の特性について、20～30年前であれば、地方から直接買い付けに来る人にとって、御徒町に宝石問屋が集まっていることが利便性として大きな意味を持っていた。店を出す経営者にとっても、買い付けにくる人々の活気が御徒町に店を構える上で大きな意味を持っていたと考えられる。しかし、現在はネットで買い付けができるようになってきているため、場所はある意味どこでもよくなってしまっている。そのため、地価の高い御徒町に店を構える必要性がだんだん薄れていき、御徒町から離れていく経営者が増えて行ったのである。

インド人にとってもこのことは同様である。しかし、インド人の経営者は、今もなお増え続けている。この理由として、御徒町は宝石の町であることのほかに、ジャイナ教の寺院があること、同じ宗教の人が近くに住んでいて困った時に助け合えるという要因が大きい。

インド本国ならびに日本における古くからの集住地である神戸では、ナショナルリティよりも、宗教・カースト・母語がアイデンティティの基盤となっている一方、東京では、宗教・母語・ナショナルリティが重層的にアイデンティティを形成している（澤・南塾 2009）。

御徒町のインド人の場合は、職業選択、居住地選択、食事などが宗教と密接に関わっているため、主なアイデンティティの形成基盤が宗教となっていると考えられる。また、御徒町に住むインド人の特徴として、長期滞在者が多いことが挙げられる。長期滞在者の宗教施設を建てる、レストランを経営するといった活動によって、御徒町はインド人にとってビジネスにおける利便性以上のアイデンティティの拠り所としての必然性を持つようになり、さらにインド人の集住が強まったものと考えられる。

最後に、チャイナタウンやコリアンタウンのように、インド人街にもなんらかの外観的特色があるのではないかと仮説を立てていたが、ほとんどその特徴は見受けられなかった。この要因として、神戸や西葛西に比べると、

御徒町のインド人コミュニティは規模が小さいため、外観的特色が表れやすい、同胞を主な顧客とするスーパー、雑貨店、レストランなどの施設はまだ少ないことが挙げられる。

注

- 1) ジュエリータウンおかちまち. <http://www.jewelrytownokachimachi.com/> (最終閲覧日2014年8月8日)

文献

飯田辰彦 2008. 郵便番号を旅する 110-0005 東京都台東区上野

宝石のまち 御徒町は今. ナショナルジオグラフィック 14(3): 138-144.

柏書店松原株式会社 2002.『宝飾業界地図帳 御徒町版』柏書店 松原.

酒井不二雄 1988.『東京路上細見③ 上野・御徒町・谷中・入谷・根岸』平凡社.

澤 宗則・南埜 猛 2009. グローバルシティ・東京におけるインド人集住地の形成－東京都江戸川区西葛西を事例に. 国立民族学博物館調査報告 83: 41-58.

斑目文雄 1989.『江戸・東京 街の履歴書② 浅草・上野・谷中あたり』原書房.

職人からクリエイターへの変容 ー浅草の皮革産業からの一考察ー

城 詩音里

I はじめに

昔ながらの職人と、クリエイター。両者はものづくりを支えるという共通点を持ちながら、その生活スタイルやものづくりへの眼差しには、時代の変化に 대응するように変容が生じている(稲川・山本 2011)。本調査は、稲川 實氏と山本芳美氏が全国の靴づくりの歴史と現状を調べ描いた著書『靴づくりの文化史ー日本の靴と職人』を軸に、皮革産業が盛んだという浅草地域内で職人にどのような変化が生まれているのかを、ライフストーリーインタビューによって明らかにする(図1)。

なお、当初は革靴産業のみを取り扱うつもりであったが、調査協力者が見つからなかったため、革靴を中心と

した皮革製品全体に関わる方々も対象とした。

II 調査方法

7月中に一度浅草探索の予備調査を行った後、8月の本調査では文献・資料収集、聞き取り、ライフストーリーインタビューを組み合わせで行った。

山本氏の先行研究に倣い、個別の事例から今昔比較するためにライフストーリーインタビューを行った。台東区後援インキュベーション施設「浅草ものづくり工房」で働くクリエイターKさんと、職人のもとで奉公経験のある、皮革産業資料館関係者のMさんにご協力いただいた。

また、個別の事例を裏付ける背景を知るため、文献・

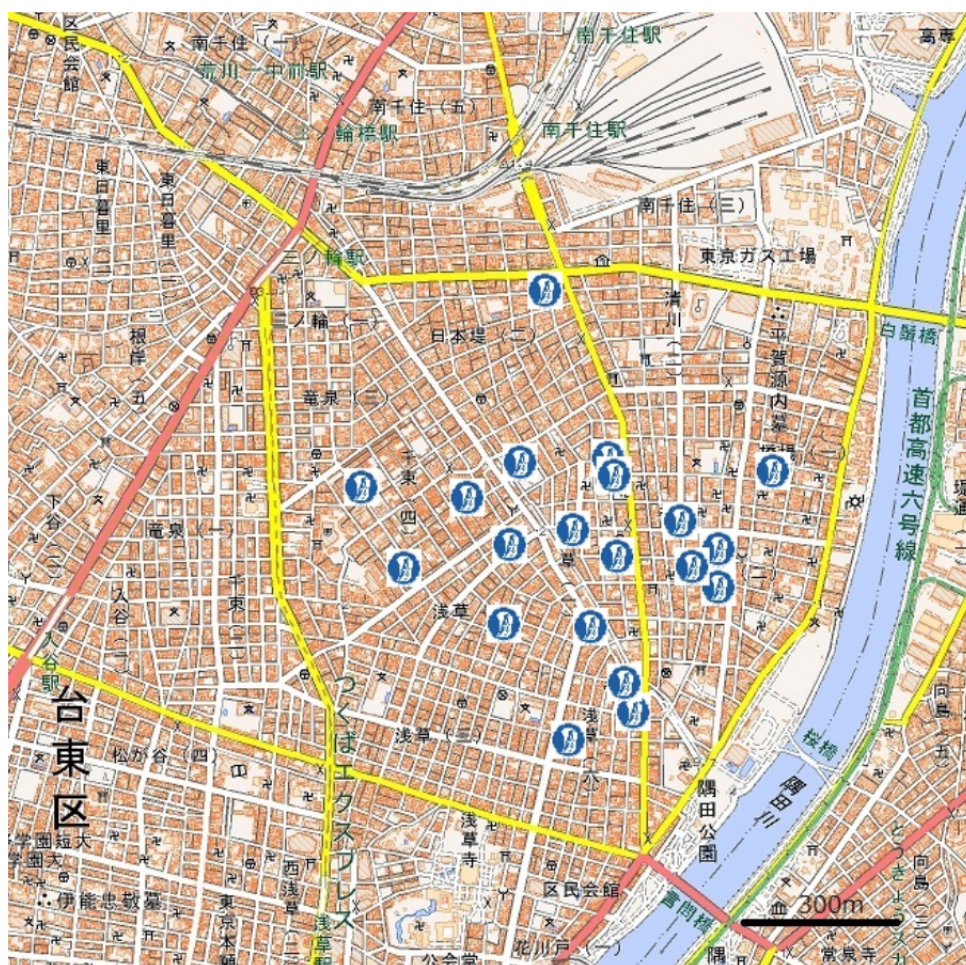


図1 調査対象地域

(地理院地図に製靴事業所の分布を追加)

資料収集を行い¹⁾、台東区区役所にて産業の概況・取り組み・浅草ものづくり工房²⁾について、区政の視点からお話いただいた。

Ⅲ 調査結果

1. 浅草における皮革（製靴）産業の興隆と現在

『靴づくりの文化史－日本の靴と職人』（稲川・山本 2011）と台東区区役所でのインタビューを参考に、浅草における皮革産業の歴史の全体図を掴みたい。本書によると、そもそも日本における皮革産業は、明治時代、文明開化による西洋文化の流入から始まった。当初革靴など皮革製品は高価であり、一般庶民にはなじまなかったが、軍隊での利用が主となった。終戦を迎えるまでは、皮革製品は軍需が中心となっている。製靴業を一番初めに興したのは起業家・西村勝三であり、1872（明治3）年に製靴工場をつくり、外国人指導者を招聘して日本の製靴業の発展に貢献した。

その中でも浅草は、皮革産業の盛んな地域となった。それには西村勝三と同時期の、弾左衛門（弾直樹）の活躍がある。弾家は鎌倉時代から続く名家で、時の権力者たちから皮革取り締まりの特権をもとと与えられていた。浅草にその活動拠点を構え、関東では一部を除いて弾左衛門に革なめしの技術と革が集約されていた。第13代目の弾左衛門（改名後の弾直樹）は、大きく三つの役割を果たしている。①人材の育成、②靴に向く新しい革の開発、③西洋式の製靴技術の導入である。製靴事業自体は失敗に終わったが、その功績は、浅草をはじめとした地で、連綿と受け継がれたことだった。

戦後は産業スタイル・ライフスタイルの近代化により、製靴業界は民需で好景気を迎える。しかし、高度経済成長の影響で量産化が主流になっていったため、製靴職人たちは商売を転換していき、機械靴の台頭により、靴は「履き捨て」されるような時代となった。大量生産に適したセメント製法の確立や、輸入靴の圧迫がさらに追い打ちをかけ、製靴業界は低迷し続け、もはや差別化のできる靴でないと業績を伸ばすことが難しくなってしまったのである。加えて、職人の高齢化が進行し、後継者不足も深刻な問題となっている。

台東区区役所での聞き取りによれば、台東区ではそうした実態を踏まえて、インキュベーション施設をいくつか開設しているという。そのうちの一つである、2009年から台東区立産業研修センターに併設されている「浅草ものづくり工房」では、台東区を代表する地場産業（靴、鞆、バッグ、ベルト、帽子、アクセサリ、ジュエリー）の中でも、靴や鞆など、「皮革」を扱う若手の職人・クリ



写真1 Kさんがデザインした革

（右側がデザイン図版、左側はそれを施した革）

エーターをメインに募集している。センターの事業概要によれば、基本的な機能として「（1）皮革をはじめとする地場産業界のものづくり分野で操業を目指し、自立しようという職人・クリエイター（個人や創業間もない法人）等をハード・ソフトの両面から支援する（2）地場産業の企業にとって商品開発等を行う上で有効な機能を提供する（3）地場産業をはじめ、周辺地域との交流を図る」旨が記載されている。浅草ものづくり工房は廉価な利用料金で9室、専用道具や設備を整え、原則3年以内で駆け出しの職人・クリエイターの入居を許可している。施設にはインキュベーションマネージャーが常駐し、ものづくりだけではなく経営やマーケティング、営業、地場産業とのネットワークづくりなどの支援も行っている。また、周辺地域との交流のために、一般への施設開放、展示会などのイベントにも参加している。入居者は施設卒業後、原則として台東区内で開業することが求められている。

2. Kさんのライフストーリーインタビュークリエイターのあり方

Kさんは、若手クリエイターとして浅草ものづくり工房に入居し、鞆や革小物を主に制作している30代の女性である。別のクリエイターとタッグを組み、製作所を設立。主にかばん作りや革小物を制作・販売している（オリジナルだけでなく下請けも担っている）。Kさんの要望でインキュベーションマネージャーのAさんも交えてお話をうかがった。

Kさんはもともと美術工芸系の高校に進学しており、当初は油絵が得意だったという。しかし手に職をつけようとしたとき、洋裁、スタイリング、靴、鞆へと、自身の興味に移っていき、それぞれの分野の勉強を重ねてい

った。施設入居前はアパレル系の靴メーカーに、デザインの仕事で6年間勤務していた。しかし大量生産型の販売形態は回転が速く、納得がいくまでデザインを煮詰められないのが悩みだったという。Kさんは「会社の社長の言う（納得がいかないかたちになっても）『しょうがない』って言葉が嫌いだったんです」と語る。やがてKさんは本革の良さに気付き、自分の納得のいくかたちまでデザインし、それだけではなく自分の手で制作したいと思い始めた。関心は靴から鞆・小物などへと移り、鞆づくりを一通り学んだ後に工房へ入居したという。

入居当初はポップでかわいらしいデザインのものを制作していたが、最近では日本古来の和柄を現代風にアレンジしたものを革に施し、存在感のある独自の路線を歩み始めている（写真1）。

客の目を引くように意識してデザインしていた入居当初よりも、和テイストを軸にした今の方が自分にしっくりきているという。「お客さんがリピーターになって、コレクションしたくなるようなものづくりをしたい。リピーターになってくれることが、買ってよかったという、自分に対しての答えになる」とKさんは熱を込める。施設のインキュベーションマネージャーAさんは、彼女の豊富な経験と美的感覚を高く評価しながら、「昔の職人が食べるためにしてきたことを、今の若い人は自己実現のためにしている」と分析した。

3. Mさんのライフストーリーインタビュー職人のあり方

台東区にある皮革産業資料館の関係者Mさんにもお話をうかがった。Mさんは、戦時中陸軍の秘密研究の仕事をしたのち、終戦直後に親戚の紹介で靴づくりの仕事を始めている。実際には1年ほど奉公しただけで「本物の職人ではない」と述べたが、後々婦人製靴造会社を設立したり、靴産業史の研究などを行ったりして業界を熟知しており、昔から現在までの幅のあるお話をお聞きすることができた。

Mさんの経験した職場はいわゆる「徒弟制度」だ。奉公は職人の身の回りの雑用や掃除などから始まる。「(靴用の) ミシンを繰り返し掃除していると、自然と構造を覚えていて、ミシンを触らせてもらえるころにはミシンの使い方が自然と分かっている」と、技術は「教えてもらおう」のではなく「盗む」文化であったことを示すエピソードを示してくれた。職人の使う道具は自身によく馴染むように改造されており下手に触らせてもらえるものではなかったが、このように改造できる職人こそ腕前がよかったという。親戚の縁ということもあり、より厳しく

接せられたが、ものをつくる喜びを日々感じていた。皮革製品の中でも、靴づくりが最も難しい工程を踏むという。

「昔の職人さんは、いわゆる、『社会人』といった常識を兼ね備えた存在ではなく、仕事はできるけど常識はあとから覚えるような、そこが今のクリエイターとは違う。クリエイターは最初から常識のある社会人。」とMさんは語る。職人はいいものだけをつくっていればそれでいい、という風潮があり、現在のように働き手としての常識や、マーケティング能力を問われることはなかった。

一方で「食べるために下請け仕事をする」という「生活責任」の感覚は旧来の職人の方がよく磨かれていた。

Mさんによると、ものづくり業者の間で、アーティスト・独立志向が強まる近年、弊害も出ているという。なんでも一人でやってしまうようにするために資金繰りに苦労するのだ。本当はプロの現場・メーカーで数年経験を積んでから独立するのが一番よいのだが、当のメーカーの絶対数が減少傾向にありそれも難しい。

「職人さんは昔のこと聞かれるのが一番困る。自分のように知識人として話をしようとする人だったらいいけど、れっきとした職人さんは話をしながらない。それで若い人とつながりができないし、若い(クリエイターの)人も自分から聞きに行かない」とMさんは神妙に話す。その表情から、業界の持つ課題の深刻さと、それをなんとか解決したいと思うMさんの熱意が窺えた。

IV 考察

1. 「社会人」の潮流

調査を行っているうちに引かなかったのは、Mさんの発した「社会人」という言葉だった。同業者でありながら、クリエイターは常識をもった社会人であり、職人は社会人にも属さない全くの別物であるというニュアンスを感じられた。国語辞典³⁾で調べてみると、「社会人」は①学校や家庭などの保護から自立して、実社会で生活する人、②(スポーツなどで)プロや学生ではなく、企業に籍を置いていること、③社会を構成している一人の人間などを意味する。また経済産業省は「社会人基礎力」という用語を掲げている⁴⁾。これは「前に踏み出す力(アクション)」「考える力(シンキング)」「チームで働く力(チームワーク)」の三つの大きな構成要素で成り立っている。Mさんのいう社会人は辞典の②の意味で想定したような能力であり、それは、下請け仕事を引き受け、自分のこだわりを持ちわが道を進む「職人氣質」の能力とは異質なものである。いうなれば、この能力はインキュベーション施設が促進するような内容に近く、ク

リエイターは「社会人」であるとMさんが表現するのも腑に落ちる。

作り手はいいものをつくっていればそれでいいという時代から、激化する自由競争の中で、「社会人基礎力」というものを身につけなければ生き残っていけない時代になってしまった。徒弟制度は崩れ去り（ものづくり学校ではあえて徒弟制度のスタイルをとっているものもあるとMさんは付け加えていたが）、職人気質な生き方や美学は、もはや歴史文化となりつつあるのだろうか。

2. 消えた男女の垣根

「びっくりするのが、最近は女の方がするのね」とMさんは話す。先述の『靴づくりの文化史－日本の靴と職人』でも、最近では女性が職人のもとへ弟子入りして活躍しており、弟子を取った職人の方が驚いたというエピソードが紹介されている。同書によれば、妻などが職人の補助的な作業を手伝ったりするかたちで女性が働くことはあったが、女性が主な作り手としてものづくりに参加することは近年みられることだという。紹介された女性職人は、力のいる工程も、すべて自分でやってしまうという。

今回インタビューにご協力いただいたKさんも、女性である。浅草ものづくり工房にはほかにも数名、女性のクリエイターが入居している。このように、「ものづくり」の現場において、「主な作り手」として女性が活躍してきている。

訪れた近代的な時代は、前述のように徒弟制度が消え、職人的生き方が隅に追いやられるような悲しい現象にも影響しているが、同時に男女の雇用機会の平等の波ももたらしているというようにも考えられよう。

男女の活躍の垣根がなくなったのもまた、旧来型の職人と現在のクリエイターの違いをよく表している。彼女たちの活躍が今後ものづくり産業にどのように影響していくのかということは、注目すべき変化であろう。

3. かたちの違うアイデンティティ

クリエイターとは「クリエイト（創造）」する存在であり、おそらくそこに自分らしさを「表現する」ことに重きを置いているだろう。その一面は、Kさんが「コレクションしてもらえそうなものづくりをしたい」と表明したことからも窺える。ここではこれを「創造の志向」と名付けたい。

一方で、旧来の職人は、己を「表現する」という意思は希薄である。生活のために仕事をする彼らは、いかに実用的で、売り物になるものづくりができるかが要であ

った。Mさんが、「あなたのつくる靴が一番履きやすい、とお客さんに言ってもらえるのが、一番の喜び」「大量生産が主流になる前は、今ほど豊かなデザイン性が求められたわけではなかった」と述べていたことから裏付けられる。しかしそこに「自分らしさ」がないかと問われれば疑問が湧く。職人たちは、自分の手によく馴染み扱いやすいよう道具をアレンジし、一朝一夕では培うことのできない技術は、けっして簡単には弟子に示さなかった。これは自分らしさをフィジカルに「習得する」ものだったとはいえないだろうか。「創造の志向」に対して「技術の志向」といえよう。

この相違は生活水準の変化がもたらしたものだろうということは、浅草ものづくり工房インキュベーションマネージャーのAさん、そしてMさんが共に指摘している。高レベルに水準が達した現在では、「使いやすくて、安く、きちんとしているのは当たり前。それ以上の付加価値が欲しい」という飽和状態にあり、それに応えようとしたときに、創造性という切り札が選ばれたのかもしれない。しかしながら、自分らしさを「表現する」か「習得する」か、かたちは違えども、周囲とは一線を画す一種のアイデンティティを仕事に求めている姿は、興味深いものがある。

V おわりに

今回の調査では、稲川 實氏と山本芳美氏の共著書を大いに参考にしながら、浅草地域における、皮革産業に関わる旧来型の「職人」と現代型の「クリエイター」の違いを、ライフストーリーインタビューを通して比較考察をした。同書の通りに女性の活躍を実際に確認できたり、また直接インタビューをし、「社会人」という言葉が新しいキーワードとして響いたりしたことは、この調査を自分なりに有意義なものとすることができたという実感へと繋がった。

また、調査協力者のインタビューや参考資料で何度も繰り返される戦後の「近代化」というキーワードは、提示した三つの考察のいずれにも関わっており、テーマを深めていく上でかなり重要な位置を占めていることを体感した。「近代化」という時代の転換点を中心に据えて研究を進めていくことが、今後必要となってくるだろう。

謝辞 今回の調査を進めることができたのは、お忙しい中、浅草ものづくり工房について区政の視点からご説明くださった、台東区区役所の職員の方、およびライフストーリーインタビューに応じてくださったお二方にご協力いただいたおかげです。また、台東区立産業研修センターの職員、浅草ものづくり工房

関係者の方々にも、調査にあたり丁寧なご案内を賜りました。
ご協力くださいました皆様に感謝の気持ちと御礼を申し上げたく、謝辞にかえさせていただきます。

注

- 1) 東都製靴工業協同組合HP「靴の街 浅草」.
[http:// www.tokyo-shoemakers.jp/shoestown/](http://www.tokyo-shoemakers.jp/shoestown/) (最終閲覧日2014年9月29日)

- 2) 浅草ものづくり工房 事業概要による.
- 3) 三省堂の『大辞林 第三版』による.
- 4) 経済産業省HP「社会人基礎力」.
<http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/> (最終閲覧日2014年9月29日)

文献

- 稲川 実・山本芳美 2011.『靴づくりの文化史－日本の靴と職人』現代書館.

台東区靴産地におけるアルティベリー事業の廃止と、 地域ブランド創出の今後について

小森 梨恵

I はじめに

1970年代以降、世界経済はグローバル化を迎え、世界的な商品の比較が可能になった。そして近年では、地域ブランドや地域アイデンティティに基づく地域活性化の動向が注目されている。たとえば、皮革製品を多く取り扱う問屋の集積地である東京都台東区では、1999年より加工技術の向上に基づく高付加価値化を重点に置いた産業支援事業「アルティベリー」事業が、後述する台東ファッションザッカフェアの一環として始まった。山本（2005）によれば、この事業について、靴だけでなく鞆・バッグ・帽子・ベルトといった業種の枠を超えた交流が生まれ、新たな集積のメリットが期待されると指摘している。しかし一方では、参加するメーカーが少数であり、参加する際に企画が負担となりうるといった、いくつかの課題も挙げている。そしてのちの2007年、事業は廃止されることとなった。

そこで本調査においては、アルティベリー事業の概要を踏まえ、事業廃止後の台東区でどのような活動が行われているのかについて明らかにする。そして、地域ブランド創出の今後について台東区、メーカー、卸、小売（百貨店）の意見を示し、多角的な視点による台東区靴産業の今後を検討する。具体的な方法としては、及川（2012）を参考に、インフォーマルでの聞き取り調査を行った。対象者は、事業に関する資料収集および、事業に携わってきた行政（台東区役所）、メーカー（東都製靴工業協同組合）、卸（東京都靴卸協同組合）、店舗の一角に区の皮革製品ブースを定期的に設置している百貨店（松坂屋上野店）、個人ブランドを立ち上げた職人の5人である。また、区内で靴問屋が特に多く集積しているとして知られる（山本2005）台東区橋場（図1）にて現地調査を行った。

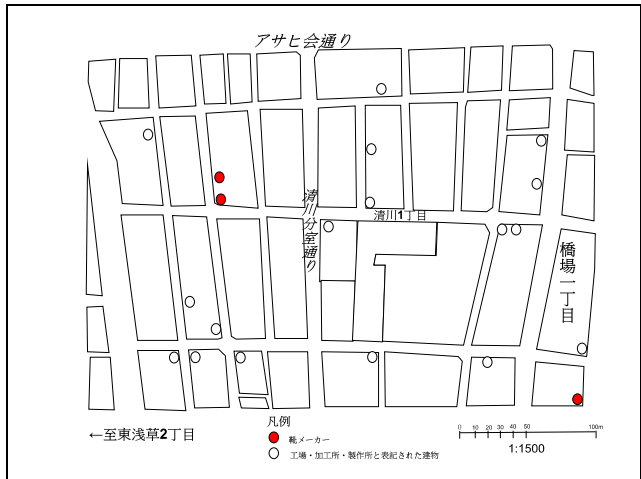
II アルティベリー事業発足の動き

1. アルティベリー事業が靴業界に与えた影響

1) アルティベリー事業の概要

台東区役所産業支援課Aさんの聞き取り調査を参考に、まずはアルティベリー事業のコンセプトや、具体的な事

2006年



2011年

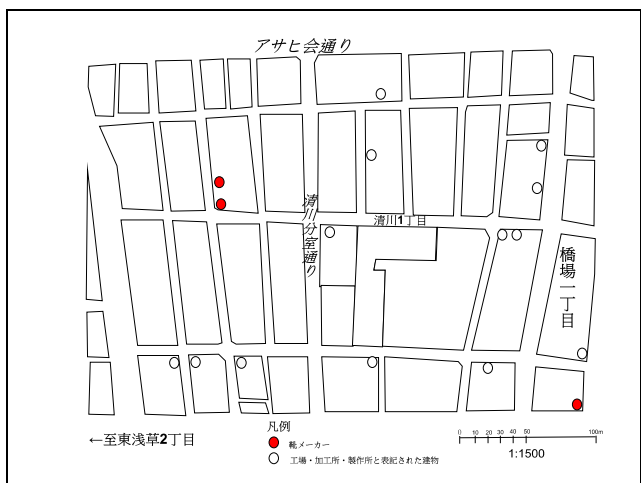


図1 橋場清川エリアにおける靴産業関連施設の分布

（記号○においては、ゼンリン住宅地図をもとに、「工場」「製作所」「加工場」と記された施設をピックアップしている）

業内容について記述する。

1970年代、台東区地場産業のPRと活性化を目的とする「台東ファッションザッカフェア」が、区に主催で発足した。この一環として1999年に始まったのがアルティベリー事業であり、当時掲げていた目標はメーカーによるOEM（Original Equipment Manufacturer：相手先ブランド名製造）からの脱却であった。OEMは長年メーカーの売り上げと密接に関わってきたことから、今後も自社ブランドをつくらずにOEMを続けていきたいというメーカー

側の意見が多く見られた。しかし近年、OEMのみの収益で運営していくことは困難であり、今後はメーカー独自で企画開発を行っていくことが必要となってきた。そこで、高付加価値の構築、商品開発を目指す取組みとして1999年に「アルティベリー」事業を始めることとなった。

具体的な当初の事業内容としては、コンテストでメーカーが出展した作品を台東ファッションザッカフェアの審査委員会によって審査を行い、コンテストで表彰された作品に「アルティベリー」ブランドが与えられるというものである。そしてこの「アルティベリー」ブランドが与えられた作品には、百貨店などの従来にはなかった新しい販路が開かれる。当時は好評で、事業は2000年から本格化していった。ビジネスも視野に入れたこの事業は、後にブランドディレクターが介入するようになり、メーカーは彼らの指示によって製品をつくり、展示会で「アルティベリー」ブランドとして紹介する形態に変化し、さらにはアドバイスチームを編成し、メーカー主体となった製品づくりに関して適宜アドバイスするといった内容が主流となっていった。

2) 事業発足当時の各業界の意見

行政がアルティベリー事業をどのように評価しているのかについては、台東区役所産業支援課Aさんによると次の通りとなっている。事業のメリットは、メーカーにとって、デザイナーとのディレクションにより商品開発の経験値を上げることができ、ブランドをつくる方法を学ぶ良い機会となったことである。また、従来にはなかった鞄・バッグ・帽子・ベルトなど5業種間での新たな交流も生まれた。直接的な成果は出なかったものの、事業後に自社ブランドに取り組むメーカーも現れた。しかしデメリットもいくつか指摘されている。事業形態について疑問を持ち、モチベーションを上げることができないメーカーが存在していたのは事実である。区は作品のデザインから展示会の提供までを支援し、販売に関してはメーカー独自で行ってもらう体制をとっていたが、販売のためには営業を行うという負担がつかまとう。これにより、メーカーによってブランドを持つという意識に温度差が見られ、結果として順調に販売につなげることができなかった。そもそもメーカーがブランドを作る際に負担に感じている「企画」と「販売」を独自で行えるようにするという台東区の取組み自体が、メーカーとしては必要ないという意見もあった。ブランドディレクターが指示することに違和感を覚えるメーカーもあった。実際に展示会にて販路が開かれるまでに至ったとしても、

自社ブランドではなくOEMでの出展であるケースが多かったとのことである。また、「アルティベリー」というネーミングが、消費者にとって「台東区のレザー」を連想させるに至らなかったことも課題である。「アルティベリー＝台東ブランド」という消費者への認知度が低く、「ここに行けば買える」という明確なものがなかった。さらには、アルティベリー事業が靴以外の業種も含めた皮革製品を対象としていながら、一つのコンセプトとして統一感を作ることに無理があったとされている。これらの課題が積み上がり、「地域ブランド」をつくるというコンセプトとして掲げてきた「アルティベリー」が、徐々にファッション性のものへとシフトしていき、結果コンセプトも曖昧になり廃止されてしまった。

以上の行政の評価に関して、メーカー・卸にも共通していることは、事業のメリットとして、今後の「地域ブランド」を育成するための基盤をつくった点では意義があったという意見である。アルティベリー事業がきっかけで、「地場産業としての靴」を再認識し、企画開発に乗り込む企業がメーカー・卸ともに見られるようになった。共通して挙げられたデメリットとしては、異なる産業形態を持つ皮革産業において一つの事業を行う点に困難性があったとの意見がみられた。皮革産業の中でも、商品によって製造から販売までのルートや期間、そして予算が全く異なっているということが、事業のコンセプトを統一させる上での困難性を引き起こす原因となっている。個別の意見として、メーカー側の東都製靴工業協同組合事務局長Bさんの話では、現在では地場産業活性化のために「地域ブランド」をつくっていくことがメジャーとなってきているものの、事業開始当初は「地域ブランド」の概念そのものの認知度が低かったため、事業を始める時期が早かったとの指摘があった。また、卸の意見としては、東京都靴卸協同組合事務局長Cさんによると、靴もファッションの一つであり、流行に敏感であることが重要とされる。公的機関はさまざまな手続きが必要となるため、めまぐるしいサイクルの流行をとらえることができないといった面もあったと挙げていた。職歴50年で現在は引退し、独自ブランドを立ち上げた靴職人Dさんは、アルティベリー事業の具体的な内容については知らなかったが、「台東ファッションザッカフェア」¹⁾が行っている企画については、現役時代に一度職人として参加してほしいと当時勤務していた会社から頼まれたことがあった。しかし、職人の技術を靴づくりについての知識を持っているのかどうか分からない第三者に審査されることに違和感を覚え、辞退したという経験があったとのことである(写真1)。



写真1 靴職人Dさんの独自ブランド

(著者撮影)



写真2 靴問屋集積地として知られる橋場エリア

(著者撮影)

2. 現在における区の動きと地域ブランド創出の今後

1) 事業廃止後における台東区の活動内容

先述の通り、台東区は江戸時代から皮革産業が盛んな長い歴史をもつエリアであるが、近年では工場や加工場といった靴関連施設が減少している（図1、写真2）。アルティベリー事業が廃止してから約7年が経つ現在、台東区の靴産業に関してどのような活動が行われているのか、台東区産業支援課Aさんの話を参考に明らかにする。事業を行ってきた台東区が運営する「台東ファッションフェア」実行委員会は、（1）台東区がファッション雑貨の産地であることを積極的にPRする、（2）自社ブランド育成などを通じ、高付加価値商品の開発に取り組む企業を支援する、の2点を重点方針として事業を展開している（表1）。アルティベリー事業においては「アルティベリー＝地域ブランド」として活動を行ってきたが、現在では自社ブランドの創出を支援することによって高付加価値を生み出す活動へとシフトしているということがわかる。

現在ではたとえばジュエリーブランドとのコラボにおいて、コラボ製品を店舗で販売してもらうというように、従来ものをつくっても販売する「出口」がなかったアルティベリー事業の反省をふまえ、メーカーの意向を配慮した取組みが展開されている。実際に、メーカーの意見

表1 「アルティベリー」事業廃止後の台東区の新たな活動内容

活動名	活動内容
ザッカデザインコンペティション	産地としてのPRと人材の発掘・育成を目的に、専門学校で学生や若手デザイナー等、プロ・アマを問わず、靴やハンドバッグなどファッション雑貨のデザイン画を募集する。毎年3,000点近い応募券数があり、国内でも最大級のファッションコンテストとなっている。大賞受賞作は地元メーカーとのコラボレーションにより製品化。また、銀座松坂屋の協力を得て、銀座松坂賞を設定。銀座松坂賞を受賞した作品は製品化され、銀座松坂屋の店頭で販売される。
合同展示会出展	産地としての魅力のPRと地元メーカーの自社ブランドの販路開拓を支援するため、合同展示会「ルームス」に台東ファッションザッカフェアとして毎シーズン出展。大手百貨店やセレクトショップのバイヤーに商品を提案している。
コラボレーション商品の開発	地元メーカーのブランド育成・商品開発力向上を目指し、併せて新規販路の開拓を支援するために、アクセサリブランドe.m.とのコラボレーション企画を実施。靴・鞆・バッグ・帽子・ベルトの5業種から選抜された企業とe.m.がダブルネームで商品開発を行い、最終的には全国展開されているe.m.の直営店等で販売した。
通販カタログへの掲載	台東区の産地としての魅力とともに、知られざる実力派メーカーの自社ブランド商品をPRし、併せて販売する機会を設けるため、小学館発行の「DIME」「サライ」「BE-PAL」3誌の雑誌付録となる通販カタログ「大人の逸品」への掲載を行った。
百貨店での催事	地元メーカーの自社ブランド支援の一環として、百貨店等での販売催事を企画・運営している。恒例となった銀座松坂屋での催事をはじめ、近年では大丸松坂屋グループの基幹店での全国的な催事へと拡大している。

(聞き取りにより作成)

としては、事業の廃止から、反省点をふまえて最近行われている各社のプライベートブランド開発支援は成功しているとの実感があるという。アルティベリー事業の頃とは異なり今回はやりたい人が手を挙げ、成果を出すこの支援は今後の期待が大きいと好評価であった。

2) 地域ブランド創出の今後に関する各業界の意見

台東区の靴としての地域ブランドを創出していくことについての聞き取り調査では、全体を通して肯定的な意見が得られた。台東区役所産業支援課Aさんによると、現在台東区として地域ブランド創出に関する取組みの方針は依然として固まっていないという。しかし、個人的には最近メディアでも取り上げられるようになった台東

区南部のカチクラバシでの「ものまち」に関連して、北部の皮革産業エリアでも地域ブランドの創出につながれるような支援を行っていきたいと考えているとのことである。これについては、東都製靴工業協同組合事務局長Bさんから、将来「浅草の靴」として売り出している日を願っているといった声が挙がった。

地域ブランド創出に関する今後の台東区の取組みに関しては、卸側として東京都靴卸協同組合事務局長Cさんは、地域活性のために地域ブランドをつくっていく上で、行政は今後助成金や事業に関してより迅速かつ柔軟な対応を取っていくべきであると述べていた。また、地域ブランドの創出、そして将来企業が残っていくためには、企画力こそが重要となっていくとの意見もあった。靴職人Dさんは、台東区の靴産業の今後に危機感を抱いた上で、地域ブランドの創出に対する重要性を実感しているという。

地域密着型をコンセプトに上げた店舗展開を行っている、松坂屋上野店バイヤー担当Eさんからは、消費者の視点に立った意見が挙がった。皮革関連の組合は多く存在するが、それぞれブランドネームをつくっている状況の中、お客さんの立場からしても一体感を持って「浅草の靴」といったようなブランドをつくるのが良いと感じているとのことである。個人的には、メーカーと松坂屋でコラボした別注品をつくっていったなら、メーカーの知名度も上がり、またいくらか値段を安くすることができる利点もあるため効果的だそうだ。

Ⅲ むすび

本調査においてはアルティベリー事業についてそれぞれの業界に聞き取り調査を行った。事業廃止からすでに7年経過していることから、事業そのものに携わった人が現在引退しており、当時の状況を把握している人がほとんどいなかった。よって、当時のアルティベリー事業の内容やその効果については、多方面からの意見を聞くことに困難さを極めた。しかし、事業に直接関わらなくても、「地域ブランド」の育成がメジャーでなかった当時において画期的な事業であったために、事業に対する思いがそれぞれ存在していたことは事実であり、そのような意見を引き出すことができた点において本調査が意義のあるものになったと考えられる。

アルティベリー事業の反省に関しては次のことがいえる。事業のメリットとして、今後の「地域ブランド」を育成するための基盤をつくったことが指摘できる。しかしデメリットとしては、次の4点が挙げられる。第一に、事業の対象が産業形態の異なる靴・鞆・バッグ・帽子・

ベルトといった皮革産業全体を対象としたものであったことである。第二に、参加企業から見て積極的に取り組むことができる事業体制が十分に整えられていなかった。そこには、コンテスト審査員やブランド開発におけるブランドディレクターの起用といった事業内容について、メーカー側のものづくりに対する想いと多少の齟齬が存在していた。第三に、新たな販路において各々で販売を行わなければならない状況に負担を感じる企業が複数存在していた。第四に、「アルティベリー」というブランド名が台東区の「地域ブランド」であるということを当時消費者に伝わりにくかった。

アルティベリー事業の反省点をふまえた現在、台東区ではメーカーの独自ブランドの開拓から、販路提供、他ブランドとのコラボレーション促進等を行政機関である台東区役所が担っている。特にコラボレーションに関しては、以前より製造専門のメーカーが負担に感じてきた「販売力」を行政が肩代わりするという新たな活動形態をとっている。現在の取組みに関し、独自ブランド開発も以前に比べ積極的になるメーカーも増加し、彼ら自身満足している。

今後の地域ブランドの創出についての目処は立っていないものの、それぞれに意欲的な意見を伺うことができた。ただ、流通形態がめまぐるしく変化する今日において、行政側のより柔軟かつ迅速な対応が大切であるという卸売側の意見もあった。まずは、メーカーがOEMからの脱却を目指して独自ブランドを開発していくことが将来の「地域ブランド」創出に向けての鍵となる。その際には、メーカー、卸の企画力が必須となっていくであろう。百貨店側は、今後も区の地場産業である皮革製品の販売を続けていくことが、地場産業に関して自分たちにできることであり大切なことだと話していた。観光業と皮革産業が融合する特殊なエリアとしての付加価値をつけていくことも可能である。最近では区が手掛けるデザイナー育成の専学校「デザイナーズカレッジ」の卒業生が台東区南部エリアである御徒町・蔵前・浅草橋で活躍し、「ものまち」地区としてメディアも取り上げたことで人気を上げている。これに関連して、皮革製品関連企業が多く集積する台東区北エリアでは「浅草の靴」として売り出していくことを将来目指していきたいとの声がメーカー、行政共に共通して挙がっている。

今後、台東区革の靴を地域ブランドとして世界に発信していくためには、「企画力」すなわち「ブランド力」の中にも「消費者の視点」を考慮していくことが必要である。リーズナブルな価格で購入でき、修理で幾度か台東区という場所を訪れながらも一生消費者と寄り添うこと

ができるような革靴製品が「浅草の靴」として発信されれば、消費者にとってより認知度が高く、身近なものとなっていくと考えられる。このような観点からすれば、現在台東区が取り組むブランドや百貨店とのコラボは効果的である。現在観光地として世界に名を誇る台東区北エリアにおいて、「皮革製品のまち」として認識されるように目標を掲げつつある台東区の靴に携わる人々の、今後の戦略に注目していきたい。

謝辞 東都製靴工業協同組合，東京都靴卸協同組合，株式会社大丸松坂屋百貨店 松坂屋上野店，T-Brand靴工房，台東区役所文化産業観光部産業支援課の皆様，貴重なお時間を割いてご協

力いただき，誠にありがとうございました。

注

- 1) 台東ファッションザッカフェアHP. <http://www.taito-zakka-fair.jp/>（最終閲覧日2014年11月29日）

文献

- 及川裕子 2013. 都市空間とアートー下町文化発信プロジェクトを事例に，お茶の水女子大学大学院修士論文。
- 山本俊一郎 2005. 東京都台東区靴産地における高付加価値生産システムの構築．地理学評論 74： 179-201.