

空き家・空き店舗を利用したコミュニティカフェ事業  
その意義と成功要件

早稲田大学文化構想学部4年  
1 T 1 1 0 9 9 8 - 1  
福原真梨子

## 目次

### 序章

- 1 研究における問題意識 p.4
- 2 研究の目的 p.5
- 3 調査手法 p.5

### 第1章 都市部における地域コミュニティ希薄化

- 1 地域コミュニティ希薄化の現状と原因 p.6
- 2 地域コミュニティ希薄化の問題点 p.8
- 3 コミュニティカフェという手法 p.9

### 第2章 空き家、空き店舗の現状、政策

- 1 空き家の現状と有効活用性 p.14
- 2 空き店舗の現状と有効活用 p.19
- 3 横浜市を取り上げる背景 p.22

### 第3章 横浜市戸塚区「ふらっとステーションドリーム」

- 1 横浜市戸塚区および深谷町、ドリームハイツの概要 p.25
- 2 事業概要 p.26
- 3 カフェ立地 p.28
- 4 利用者層と広報活動 p.28
- 5 活動の広がり p.29

### 第4章 横浜市港南区「港南台タウンカフェ」

- 1 横浜市港南区および港南台の概要 p.30
- 2 事業概要 p.32
- 3 カフェ立地 p.34
- 4 利用者層と広報活動 p.36
- 5 活動の広がり p.37

### 第5章 空き家・空き店舗を用いたコミュニティカフェへの提言

- 1 ふらっとステーションドリームと港南台タウンカフェの共通項 p.38
- 2 ふらっとステーションドリームと港南台タウンカフェの違い p.38
- 3 空き家・空き店舗を活用したコミュニティカフェ事業の意義と成功要件 p.39
- 4 まとめ p.42

終章

-1 謝辞

p.46

-2 参考文献

p.46

## 序章

### 序章-1 研究における問題意識

都市部において地域コミュニティが希薄であることが叫ばれている。その原因は都市開発に求めることができる。商業空間の拡大により、地域住民間の交流の場は圧迫されている。同時に高層マンションの建設など住空間の大幅なキャパシティ増大は、永住の予定がなくかつ顔の見えない新しい住民の流入を招いている。

こうした問題への取り組みとして挙げられるのは、「コミュニティガーデン」である。

コミュニティガーデンとは、「地域住民が主体となって、地域のために場所の選定から造成、維持管理までのすべて過程を自主的な活動によって支えている『緑の空間』やその活動そのものをさす概念」である（E I C ネットHPより）。コミュニティガーデンがいかに社会に貢献しうるかを、越川は以下のように述べる。まず、コミュニティガーデンは緑地環境づくりのプロセスに重きを置かれ、かつ完成後も住民たちがその維持に関わるため、地域環境保全につながる。さらに人と自然のコミュニケーション、自然を介した多様な人々の交流の場を提供する。社会参加の場となることに加え、完成したガーデンは地域資産となるため、地域活性化が期待できる。また、ガーデン内で防災情報システムや自然エネルギー技術が駆使されたり菜園花壇や貯水給水地が設置されたりすることもあり、ガーデンが災害や犯罪からの避難所として役立つ可能性もある。（越川,2002, pp.62-63）

しかし、このような植物を育てられる土地の確保が難しい地域もあるだろう。さらに、こうした活動内容では参加層が限定的になることも懸念される。日本において開催されたコミュニティガーデン的取り組みとして、越川は参加層がそれぞれ異なる3つのイベントを紹介している。第一に挙げられている1995年に横浜公園で行われた「チューリップの球根植え活動」では、参加市民の大部分が高齢者であったという。次に紹介されている横浜市山の手地区で1998年開催された「洋館庭園でのガーデニング」では、近隣住民の参加状況は芳しくはなかったが、洋館やガーデニングのもつお洒落さからか20代中心の若い女性の参加の割合が大きかった。最後に触れられている横浜市西区の保育園が開催した市民農園「金沢八景シーサイドファーム」での芋掘りは、園児と幼稚園年長組、小学校低学年の子供たちとその保護者、園の職員らが参加した（越川, 2006, pp.82-85）。越川はこの参加状況から、「幅広い層の市民参加（住民参加）による緑化活動に広がる要素が十分すぎるほどある」（越川,2006,pp.85;）との評価をしているが、ここに除外された層が存在することは無視できない。それは子どものいない男性層である。えてして植物の世話への関心が強いのは女性や高齢者、子どもなどである。また収穫などを一部の課程を除けば、水やりなど日常的に行われる作業は一日のうち早い時間に行われることが多い。こうした時間帯の限定も、男女問わず日中働いている人や学生にとっては厳しい参加条件となりハードルを高めてしまうだろう。

コミュニティガーデンは魅力的な市民参加の手立てであり優れたコミュニティ強化の

側面があるが、その手法をそのまま日本の都市部に取り入れるのは困難な場合がある。

では、コミュニティガーデンに見られるような地域住民の誰でも参加できる交流の場を都市部で再現するにはどうすべきか。ここで私は空き家・空き店舗の活用を提案したい。空き家・空き店舗もまたコミュニティの希薄化と同様に、都市開発の結果の産物であるといえる。本論文では隣り合って存在するそれら二つの問題を結びつけた取組みとして横浜市での事例を取り上げ、そこにコミュニティガーデンのようなコミュニティ強化の役割が見られるか、さらに幅広い住民層からのアクセシビリティが確保されているかを検証し、空き家・空き店舗を活用した取組みのもつ地域コミュニティへの可能性を探っていききたい。

## 序章-2 研究の目的

本研究では、以下の2点を目的としたい。

- (1) 空き家・空き店舗をコミュニティ事業に利用することの意義を明らかにする
- (2) 空き家・空き店舗を利用したコミュニティ事業の成功要件を明らかにする

## 序章-3 調査方法

まず、全国および都市部でのコミュニティの現状と空き家・空き店舗の状況は、文献、資料から情報を得る。今回取り上げた横浜市に関しては、用途地域等の行政の資料も活用していく。

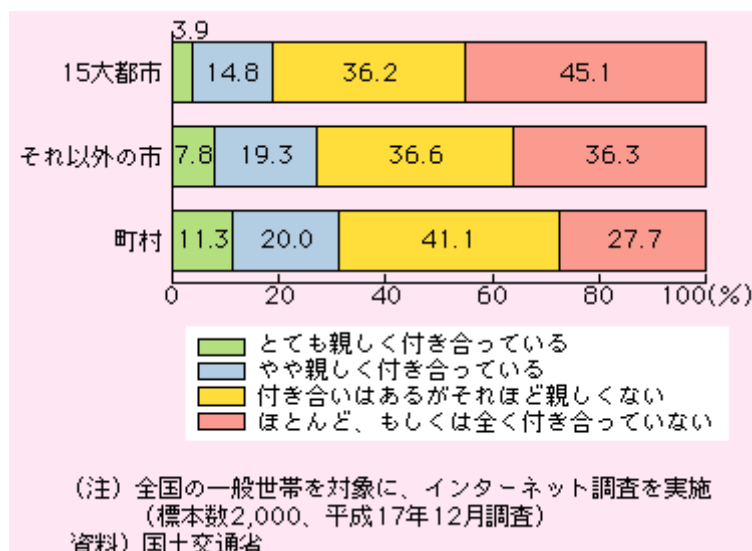
また、コミュニティ事業の事例として取り上げた2つのコミュニティカフェについては、カフェ運営団体へのヒアリングを行っていく。

## 第1章 都市部におけるコミュニティの現状、政策

### 第1章-1 コミュニティ希薄化の現状と原因

以下のグラフは、国土交通省が「地域の人々との付き合い」についてインターネット調査を行った結果を示したものである。

(図 1-1)

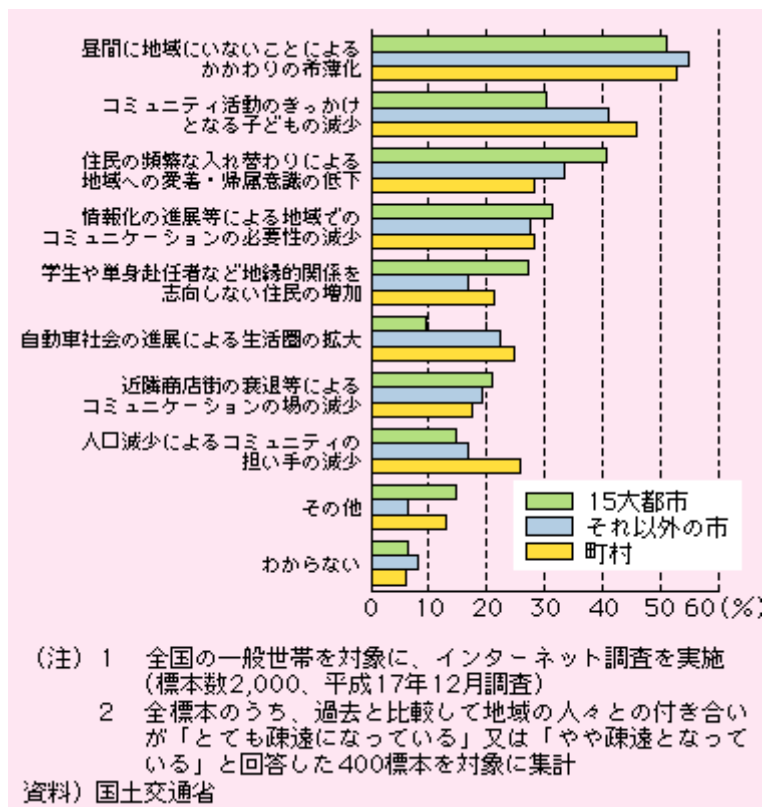


(国土交通省「都市部、地域部における地域コミュニティの衰退」)

このデータからは、都市部に住む住人ほど同じ地域に住む人々との付き合いが乏しいこと、つまり都市部ほど地域コミュニティが希薄であることが見て取れる。

次のグラフは、同調査にて「地域の人々との付き合いが疎遠な理由」を問うたものである。

(図 1-2)

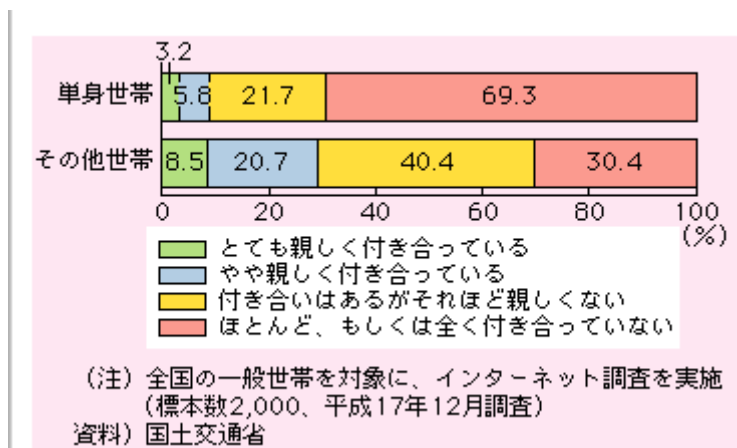


(国土交通省 「都市部、地域部における地域コミュニティの衰退」)

都市部に特徴的なコミュニティ希薄化の原因は、「住民の頻繁な入れ替わりによる地域への愛着・帰属意識の低下」「学生や単身赴任者など地縁的関係を志向しない住民の増加」である。通勤通学のための仮の住まいであるならば、住んでいる期間も短く地域コミュニティの力を借りる場面も少なければ「ふるさと」のような思い入れも感じにくいため、この2項目は関連性が認められる。しかし、このふたつの要因は一項目としてまとめられていない、かつ前者のほうの回答者が多いというところから鑑みると、学生や単身赴任者といった一時的な住民が入れ替わり立ち替わり地域に出入りすることは、その地域に腰を据えて住んでいる住民の地域への思い入れにも負の影響を及ぼすと考えられる。

そうした学生や単身赴任者を含めた、「単身世帯における地域の人々との付き合い」について同調査では以下のように示されている。

(図 1-3)



(国土交通省 「都市部、地域部における地域コミュニティの衰退」)

単身世帯は特に地域コミュニティとの関わりが薄いと言える。地域への愛着や帰属意識も薄く、地縁的関係を求めないという精神性が地域での人付き合いにも立ち現われている。

また、都市・地方に関わらずコミュニティが希薄化しているのは、現代社会のシステムにも要因があると袴田は指摘する。かつて子育てや看病、介護は地域共同体で互いに支え合うシステムだったが、いまやそれらは専門家の役割になったために、地域共同体は現代人にとって煩わしいもの、近隣住人との付き合いは他人からの干渉となってしまったという(袴田,2014,pp.330-331)。コミュニティ希薄化の原因は、福祉システムの変化だけに留まらない。金子は都市近郊の農漁村をその例に挙げている。高度経済成長以前は、港や川端、日用品を購入する雑貨屋や駄菓子屋、そして裸の付き合いの機会が設けられる公共浴場がその村の交歓の場、情報交換がなされる場所であった。しかし現代では公共浴場はなくなり、雑貨屋および駄菓子屋はスーパーにとって替わられた。また、ごみ処理や水利用といったインフラが行政の管轄になったため、村の住民共同で何かを行うという契機が奪われた(金子,2014, pp.7-8)。

まとめると、都市では「地域コミュニティから距離を置いている人々の増加」と「地域コミュニティを必要としないような生活制度の確立」により地域コミュニティが希薄になっていると言える。

## 第1章-2 地域コミュニティ希薄化の問題点

そもそも地域コミュニティ希薄化による問題点とは何なのか。

それは大きく言えば、地域コミュニティがもたらす助け合いの仕組みが十分に機能しなくなることである。山崎は、「本源的に地域は、人々がそこに集まって住み、集団の力で暮らしの中に生起する共通の問題や個人の個別問題の解決に取り組み、生活条件を整備していく場所」だとしている(山崎,2010,pp.3)。そして地域が取り組んできた共通の



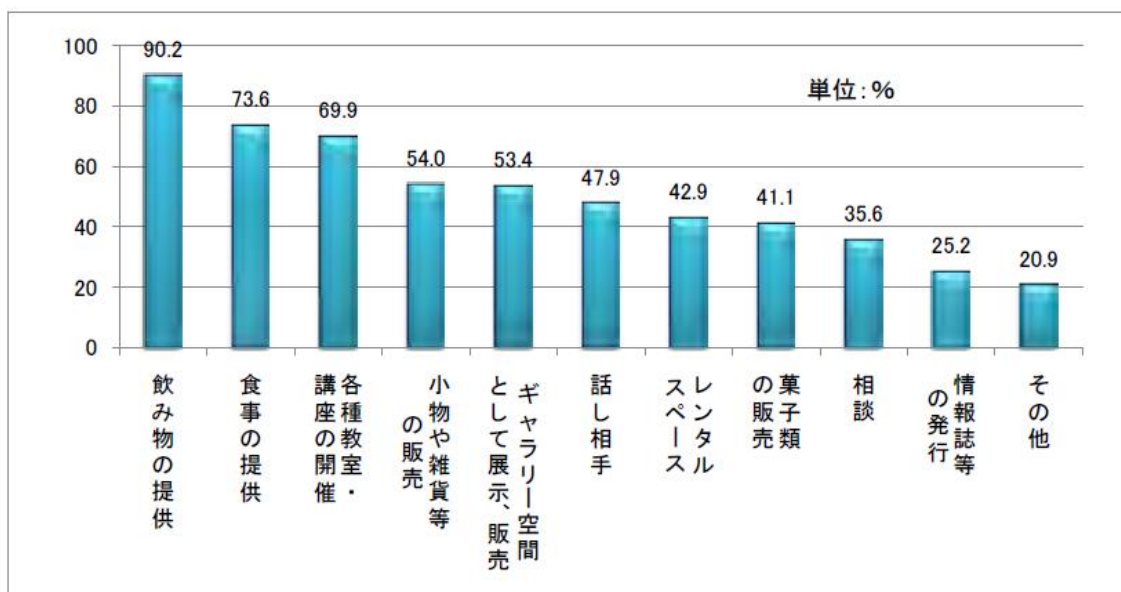
問題として「ごみ対策」「高齢者の生活条件の向上」「防犯・防災対策」を、個別の問題としては「児童虐待問題」、「介護者の孤立」、「子育ての不安」を挙げている（山崎,2010,pp.22-26）。そうした日常においてだけでなく、災害という非日常においても地域コミュニティの助け合いのシステムが重要になってくる。鍵屋は阪神淡路大震災のときの要救助者3.5万人のうち2.7万人が近隣住民によって助け出された例を示している。さらに、北淡町では住民同士互いにその家の高齢者がどこで寝ているかを知っていたので、地元消防団が高齢者を効率的に救出し、行方不明者ゼロという結果に達したという（鍵屋,2003,pp.--）。以上の事から見ると、地域コミュニティは地域全体の問題から家庭内部の問題にまでどんどん関与していける性質がある。

地域コミュニティが失われる、或いは弱体化するということは、それまで地域コミュニティが果たしてきた以上のような役割が手薄になるということである。例えば、防犯に関しては、既に地域住民によるパトロール隊などが生まれ、活動が行われている地域がある、しかし、そうした活動に参加するメンバーが少数で固定的になってしまうと、個々人の負担が大きくなったり活動がマンネリ化し、取り組みが一時的なものに終わってしまうことがある（安心・安全まちづくり検討委員会『安心して暮らせるまちにするために～地域防犯活動から始めるまちづくり～』）。また、それぞれの家庭に関与していける問題解決の担い手がなくなるため、各家庭の自己責任といった風潮が強まるだろう。地域コミュニティの希薄化は、そのまちの風紀の問題に留まらない。住民の財産や生命、生活の質に関与する問題である。

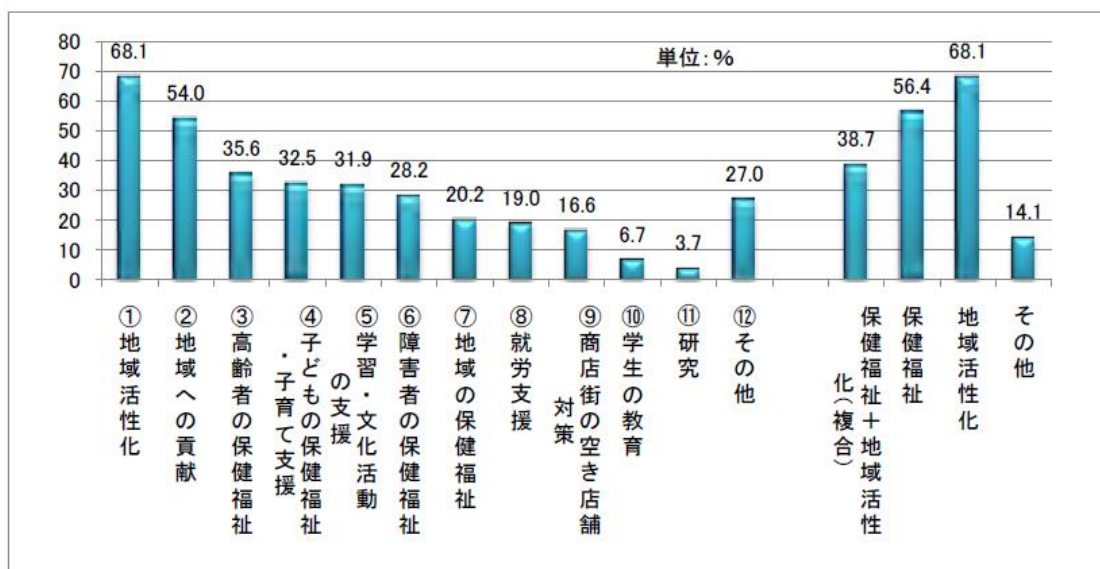
### 第1章-3 コミュニティカフェという手法

このコミュニティの希薄化という問題に対して、コミュニティカフェという対応策が各地でなされている。コミュニティカフェとは、人と人との交流が行われる居場所づくりを目的としたカフェであり、そのサービスの対象は、高齢者や子供を連れた親、趣味を同じくする人々やエコロジーやスローライフに関心のある層など多岐にわたる（WAC, 2010,pp.3）。以下は、コミュニティカフェでなされているサービスの種類を集計したものである。

(図 1-4)



(大分大学福祉科学研究センター「コミュニティカフェの実態に関する調査」より)  
一般的なカフェとしてのサービスである飲食物の提供の他に、「話し相手」や「相談」など、1対1で利用者に向き合ったコミュニケーションや「教室・講座の開催」「情報誌の発行」といった利用者への情報発信がコミュニティカフェならではのサービスとして特徴的である。



(注)「保健福祉」は③④⑥⑦のうち1以上を目的とするもの、「保健福祉+地域活性化(複合)」は③④⑥⑦のうち1以上と①を目的とするもの、「その他」は①③④⑥⑦のいずれも目的としていないもの

(大分大学福祉科学研究センター「コミュニティカフェの実態に関する調査」より)

それぞれのコミュニティカフェが掲げる事業目的は以上のようになる。その主なターゲットは地域住民であり、特に高齢者や親子、障害のある人々をメインターゲットとするところも見られる。長寿社会文化協会によると、高齢者をターゲットとしたコミュニティカフェは多数であり、なかには年齢制限をしたり会員制をとったりするコミュニティカフェもある。一方で、高齢者でない地域住民も利用可能なコミュニティカフェも存在する（WAC,2010,pp.172-173）。

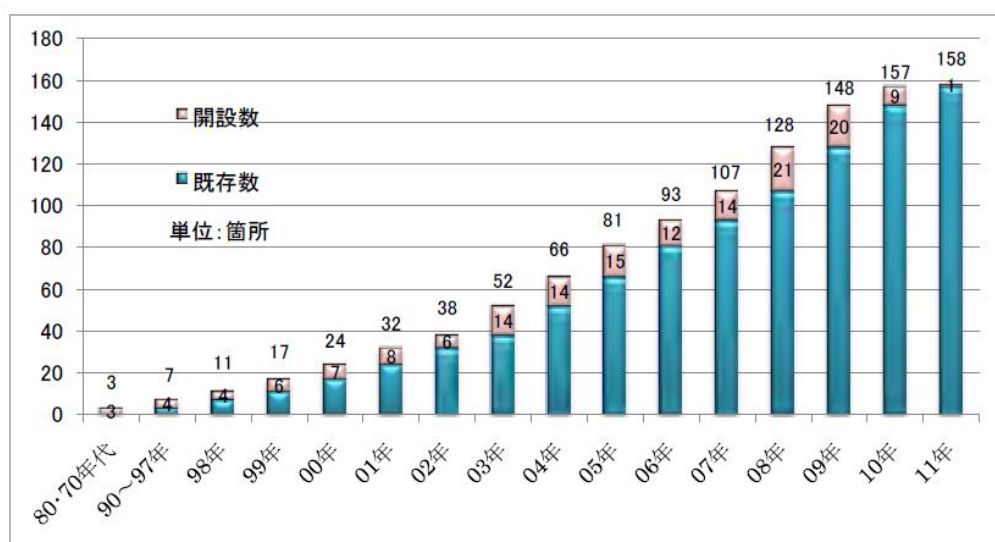
では逆に、コミュニティカフェの利用者の目的は何なのだろうか。これは札幌市の調査であるが、コミュニティカフェ利用者にその日カフェに来た理由を尋ねたところ、「食事のため」が65%、「友人との歓談のため」が40%、「休憩のため」が17%であり、「イベント参加や情報収集のため」は14%、「お店の人との会話のため」は11%、「お客さん同士で交流するため」は8%という回答結果であった（「まちづくりとコミュニティ・カフェに関するアンケート調査結果」札幌市市民まちづくり局市民自治推進室市民活動協働推進担当課）。利用者は、コミュニティカフェを一般的なカフェのような目的で利用していることが多いとわかる。

しかしさらなる調査によると、来店回数によってコミュニティカフェに来た理由の傾向は変わってくるのだと言う。来店1回目の利用者よりも、複数回来店したことのある利用者のほうが「休憩のため」「お店の人との会話のため」「お客さん同士で交流するため」を理由とする回答が多かったと言う。また、利用者のうち若い年代は「食事のため」や「友人との歓談のため」来店する割合が高い一方で、年齢層が高くなるにつれて「お店の人との会話のため」「お客さん同士で交流するため」来店する傾向が強くなるという（「まちづくりとコミュニティ・カフェに関するアンケート調査結果」札幌市市民まちづくり局市民自治推進室市民活動協働推進担当課）このアンケート結果から見ると、コミュニティカフェを設置および運営する側の目指すところの「地域活性化」と、利用者の実情、特に若い年齢層の利用者が訪れる理由との間には一見ずれが生じているように思える。このことは、コミュニティ希薄化の一因として挙げられた、学生や単身赴任者が地縁的関係を志向しないことと関わりがあると考えられる。将来は他の地域に住む可能性がある若い人々は、今一時的に住んでいる地域のつながりを欲さない。そのため、コミュニティカフェにもそういったつながりは特に求めずに訪れていると言える。しかし、来店を重ねるごとに徐々にカフェその場に居合わせた人々とのコミュニケーションを求めるようになる傾向から、コミュニティカフェは長期的な目線で見れば目的達成への道筋は構築できている。加えて、地域のつながりに無関心な若い層にも、つながりへの需要を呼び起こすことができていると言える。

ここでコミュニティカフェの具体的な事例をいくつか見ていきたい。多摩ニュータウンでは、「福祉亭」にて乳幼児から高齢者までの世代間交流が実現されている。ここはランチと飲み物を提供する食堂としての役割と、子育て支援グループが集まったりときに客がスタッフを手伝ったりする居場所としての役割を担っている（WAC,2010,

pp.173-174)。宮崎市では、NPO法人ドロップインセンターによって「こどもらんど」という子育て支援事業がなされている。こちらのスペースは、親子連れは無料で利用できる、読み聞かせや0歳から小学3年生までの一時預かりなどが行われている。他にも、子育てについての電話相談や研修も実施されている。また、セルフサービスで有料のコーヒーなども楽しむことができる（WAC,2012,pp.178-179）。次に挙げたいのは、なかなか珍しい趣旨のコミュニティカフェ「カフェ・ド・リバネス」だ。若い理系研究者たちによるベンチャー企業「株式会社リバネス」により運営されており、平日昼は日替わりランチ、夜にはバーとしてお酒が楽しめる。そして最大の特徴が、土日に行われる科学実験イベント「親子 de 実験！サイエンスカフェ」「大人のサイエンスカフェ」である。それぞれの対象である親子や大人たちが実験をしたり科学について研究者たちと語ったりすることができる、研究者によるコミュニティカフェならではのイベントだ（WAC,2010,pp.189-190）。

(図 1-5)



(注) 調査時点が2011年1～2月なので、2011年は新規開設数が少ない。

(大分大学福祉科学研究センター「コミュニティカフェの実態に関する調査」より)  
 コミュニティカフェは、90年代からその数を着々と増やしていることがわかる。大分大学福祉科学研究センターでは、この調査から「2000年以降に開設された施設が9割」としている(大分大学福祉科学研究センター「コミュニティカフェの実態に関する調査」)。この背景には、90年代における少子高齢化や中心市街地の空洞化の顕在化や不登校・ひきこもりといった社会問題や、特定非営利法人促進法などにより市民活動が活発化したことがあると考えられる。

最後に、コミュニティカフェのもたらす効果について、「まちなかカフェ」を例として見ていきたい。「まちなかカフェ」は大分大学福祉科学研究センターが2009年12月

から2010年3月まで設置した、地域活性化と福祉の向上を目的とした事業である。カフェでは、飲み物の提供と、障害者施設で作られたクッキーやマグカップ等の販売が行われた。他には、高齢者を対象とした健康相談や、地域住民のボランティアによる手芸や楽器教室なども開催された。コミュニティカフェには、大分県の複数の市町村からの来客があり、観光客やカフェスタッフの友人も訪れた。そうした利用者たちにアンケートを行ったところ、まちなかカフェで初対面の人と話す経験に楽しさや嬉しさを感じた人が多く見られた。また、まちなかカフェがもたらした地域や自分自身の変化についてのインタビューでは、カフェの中で知り合った人とカフェの外でも言葉を交わすようになったと利用者や運営の一端を担う商店街関係者は語っている。住んでいる地域や所属している商店街が違うために話す機会もなかった人々の接点になっているとのことであった。或いは、既に知り合いではあったがより交流する頻度が高まったり、商店街の店主たちの間ではまちづくりのために何かできないかと考えるようになったりしたという。(まちなかカフェ報告書 大分大学福祉科学研究センター)

このようにコミュニティカフェは、人と人との交流を深め拡大する拠点である。それがカフェという形を呈しているからこそ、地域に関心のない人々でも気軽に利用でき、来店をきっかけに地域のつながりの中に組み込まれていく。そうした点でコミュニティカフェは、都市部のコミュニティ希薄化へアプローチするのに効果的な手法であると考えられる。

## 第2章 空き家、空き店舗の現状、政策

本章では、空き家・空き店舗の現状に注目し、そこからコミュニティカフェ事業への利用可能性を探っていきたい。しかしその前に、本論文で取り上げる「空き家」「空き店舗」の定義を今ここで確認しておきたい。本論文では都市部におけるコミュニティ事業をテーマとするため、「空き家」、「空き店舗」はともに都市部に存在し、周囲に住宅や商業施設が存在しているもののみを取り上げる。

総務省統計局による空き家の定義は以下のとおりである。

空き家(別荘などの二次的住宅、賃貸又は売却用の住宅など)

- ・ 二次的住宅  
別荘…週末や休暇時に避暑・避寒・保養などの目的で使用される住宅で、普段は人が住んでいない住宅。  
その他…ふだん住んでいる住宅とは別に、残業で遅くなったときに寝泊りするなど、たまに寝泊りする人がいる住宅。
- ・ 賃貸又は売却用の住宅  
新築・中古を問わず、賃貸又は売却のために空家になっている住宅。
- ・ その他の住宅  
上記以外の、人が住んでいない住宅で、例えば、転勤・入院などのため居住世帯が長期にわたって不在や、建て替えなどのために取り壊すことになっている住宅など

(出典 総務省統計局 第21章住宅 解説)

今回の調査対象となるのは「賃貸又は売却用の住宅」「その他の住宅」である。

次に、空き店舗の定義を明確にしておく。

中小企業庁は空き店舗の定義を、「元の店舗が閉鎖あるいは既存のテナントが退店して、その後入居営業するテナントが決まっていない状態の店舗」「また、所有者が営業を続けるつもりがなく閉鎖したままの店舗」(出典 中小企業庁 実践行動マニュアル)としている。本論文では空き店舗の定義をこれに倣うとする。

### 第2章-1 空き家の現状

まず、空き家が発生している背景を見ていきたい。

住居が空き家になってしまう原因を北村は以下の5つに分類している。

- ・ 認識的理由  
当該住宅のある町に所有者は住んでいないため、空き家が劣化してコミュニティから非難のまなざしがあっても気にならない。
- ・ 経済的理由  
住むつもりがないため、維持や管理に投資する動機がない。
- ・ 税制的理由

住宅用地特例により、家屋が建っていることで土地にかかる固定資産税が6分の1になる。

・ 法律的理由

価値が認められない不動産は相続関係の押し付け合いになる。

(北村, 2012, pp.8-9)

以上のことから分かるように、空き家は存在する地域および所有者に負担を強いる性質がある。特に「税制的理由」を「土地に立っている箱ものをなくしてしまうと、税金の負担が大きくなってしまうため、撤去できない」というふうに解釈すると、空き家が空き家たる5つの理由はいずれも消極的なものとみることができる。撤去できないが、手入れをするのにコストも手間もかかる空き家は放置され、その空き家が位置する地域のコミュニティとしては迷惑なものになる、という流れがここからうかがえる。

次に、空き家がいかに地域にありふれた存在となっているかを表す調査結果を見ていきたい。

国土交通省が東京都、大阪府、茨城県38市町・千葉県29市町・埼玉県35市町・神奈川県24市町（これらを「東京40km以遠」とする）をそれぞれ342の区域に分け、所有者へのアンケート調査および調査員を派遣した外観調査を行ったところ、以下のような結果が得られたという。まず、全体の空き家保有率である。

(図 2-1)

	調査区数				回収数	
	抽出調査区数	調査対象	空家(有)	空家(無)	外観調査	空家実態調査
東京都	342	313	200	113	298	180
大阪府	342	278	174	104	229	120
東京40km以遠	342	296	188	108	353	210
合計	1,026	887	562	325	880	510

(出典 国土交通省 空家実態調査報告書 平成22年)

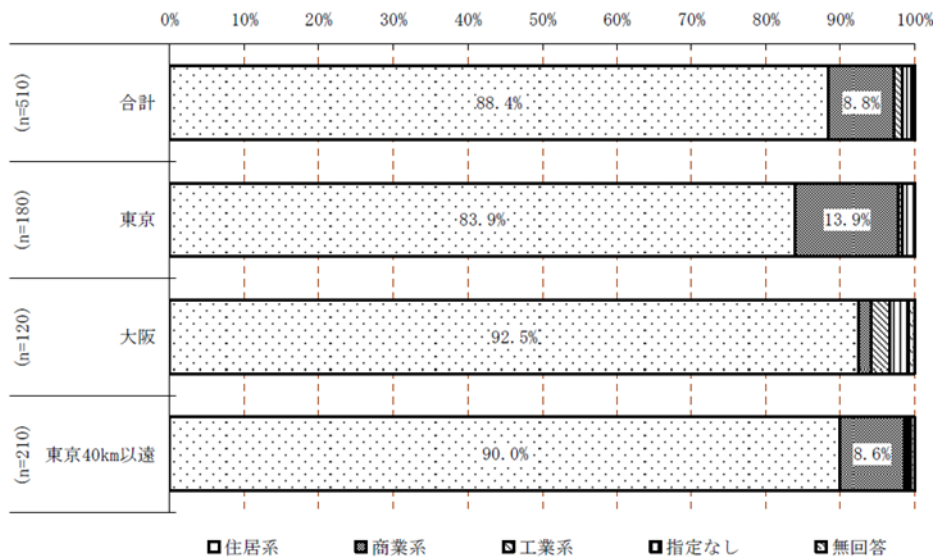
この調査が示していることを端的に言ってしまえば、「空き家が存在しない地域のほうが少ない」ということだ。

では、地域のどこに空き家はあるのかを同調査から見てみよう。

(図 2-2)

### 地域別用途地域（単数回答）





(出典 国土交通省 空き家実態調査報告書 平成22年)

当然というべきか、空き家の大多数は住宅の絶対数が多い「住居系」用途地域に存在している。

では、空き家が存在することのデメリットとは何なのだろうか。まず、空き家には安全面の問題がある。前章で述べたように、空き家に投資する利点は乏しいとされることがゆえに、管理や使用のために人が出入りすることが少なくなる。或いは誰も目を向けることがなくなる。そういった物件は不良グループのたまり場となったり浮浪者が居ついたり、また遊び半分の子どもや若者が侵入したりすることで事故や事件を起こしうる可能性がある。下記に東京消防庁による「建築用途ごとの放火火災発生割合」の調査を掲載したが、それによると空き家で発生する火災のうち、半数以上は放火によるものである。神社・寺院や駐車場・車庫および停車場も放火の割合が高いところから見ると、人目のなくなる場所や時間帯があるために、空き家やそうした場所が放火の被害に遭いやすいようだ。空き家がまちにもたらす死角は、地域の安全を脅かしかねない。加えて、管理の手が入らない物件は災害や風化による倒壊などのリスクがより高くなるだろう。家が潰れるまでいかないにしても、台風で屋根瓦やガラス窓が破損する危険が想定される。雪国の冬には、雪下ろしをする管理者がいないことで数トンもの雪が積もり、空き家が潰れるというニュースも珍しくない。他にも樹木が伸びて隣家の敷地へ侵入してきたり害獣および害虫が発生したりといった「外部不経済」を稲葉は指摘している。そうした「外部不経済」の発生を受けて、ここ数年「空き家等適正管理条例」を制定する自治体が増えてきた。その内容は解体・撤去の実施やその支援などである。これまで自治体では、空き家は個人の財産であり管理は所有者の責任であるという認識がなされてきたが、積極的に空き家に対応していく姿勢に変わ



ってきたと言う（稲葉,2013,pp.87-88）。このように空き家をもたらす危険性は近年注目を受けている。

(図 2-3)

建物用途ごとの放火火災発生割合

主な建物用途	総火災件数	放火件数	発生割合
共同住宅	1,386	324	23.4%
住宅	885	100	11.3%
物品販売店舗等	102	25	24.5%
学校	51	17	33.3%
停車場	29	16	55.2%
空き家	29	16	55.2%
遊技場	28	12	42.9%
倉庫	28	10	35.7%
病院・診療所	23	9	39.1%
車庫・駐車場	21	12	57.1%
神社・寺院	4	2	50.0%

(東京消防庁 放火火災の実態 p.38)

また、空き家は景観を壊す側面もある。整備された町並みをアピールポイントにするような観光地は当然のことながら、一般的な住宅街でも空き家は負の影響を与える。ひび割れたガラス窓、錆びたトタン屋根、荒れ放題な庭の伸び放題の雑草はマイナスイメージをもたらす。夜には不気味でさえある。

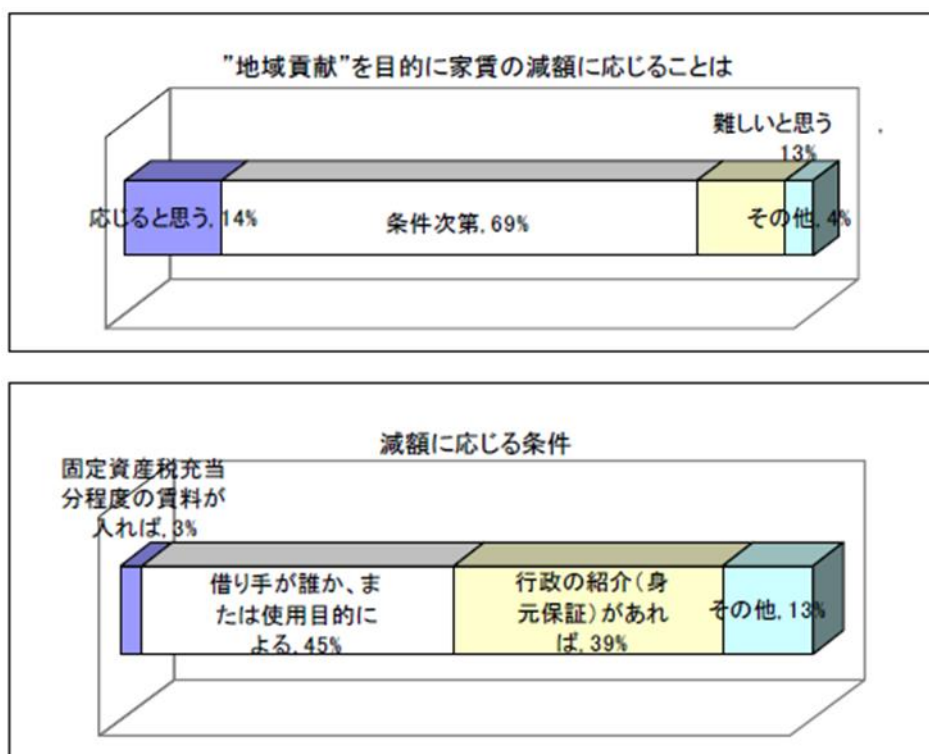
これらの負の効果は周辺住民や通りすがりの人間だけに及ぶものではない。吉田は、「ところどころ、空き家が連担しているように見える箇所」の存在を指摘し、その背景には『空き家の続くところよりは、隣に人の住んでいるところに住みたい』という心理のメカニズムがあるのではないかと考察している（吉田,2010,pp.69）。つまり潜在的な新住民を空き家は遠ざけているのだ。確かに空き家は本項冒頭に挙げた治安も含む安全面のリスクを内包するため、空き家のある地域に住むことを避ける判断はもつともだ。それに加え、「こんなに空き家があるということは人が住むのを断念させる何かがあるのか」というような漠然とした不安もかきたてることも考えられる。さながら、入ったことのない飲食店を覗いてお昼時なのに先客がひとりもないのを目撃したとき、「ああ、この店はまずいに違いない」と予想するように人足は遠のく。新しい住民が入らないことは、特に少子高齢化の進む地域においては将来の衰退を意味する。

このように空き家は住民の生活と地域の将来性、双方にリスクをもたらさうる。空き家のリスクは明白だが、空き家の所有者も空き家を持て余し、問題の解決は困難に

なっているようだ。

しかし、まちにとって身近で大きな問題である空き家ではあるが、ありふれた存在であるからこそ、コミュニティ活性化の舞台として利用しやすいのではないかと私は考える。まず、地域別の空家保有率の調査から「半数以上の地域が空き家を抱えている」ということに注目してみよう。これはつまり、空き家を利用した事業を行う場合、多くの地域がその場所の用立てに困らないといえる。冒頭で述べたようにコミュニティガーデンを実施するには植物を育てられる開けた土地が必要であるが、そのような土地の確保が都市部では難しいこともおおいに考えられる。空き家を利用する事業のほうが、都市部においては着手しやすいのではないだろうか。また、空き家はほとんどが住宅地系用途地域にあることから、地域住民がアクセスしやすい場所であるともいえる。つまり、空き家をコミュニティガーデンのような地域住民の憩いの場に変えた場合、誰もが立ち寄りやすく居場所にしやすいのが空き家である。

(図 2-4)



- 調査対象: 横浜市民間住宅あんしん入居事業協力店(約400)
- 調査期間: 平成17年10月17日～11月7日
- 調査方法: 調査票をファクス送付・返信
- 有効回答数: 156(回収率39%)

(横浜市 「空き家活用による地域の活動拠点づくり」 より)

また、上記のグラフは、空き家所有者に対して行われた意向の調査である。これを見ると、空き家の所有者は、空き家の社会貢献的な利用に肯定的であることがわかる。空き家の地域コミュニティ活性化事業への利用は実現度が高いものといえよう。

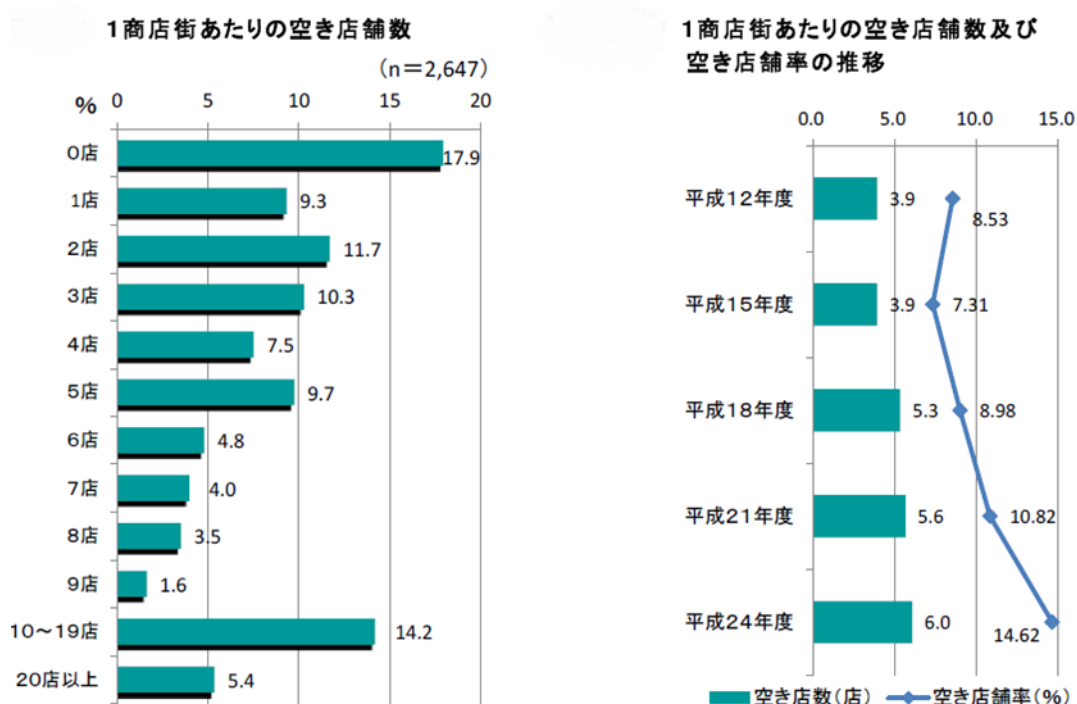
実際に空き家を事業として利用した場合、人の手が入り活気をもたらされるため、空き家もたらす所有者への負担や地域への損害が防止あるいは解消されることも予測できる。

よって空き家でコミュニティ事業することは、コミュニティ希薄化に対しても、空き家の問題に対してもよい効果をもたらすといえよう。

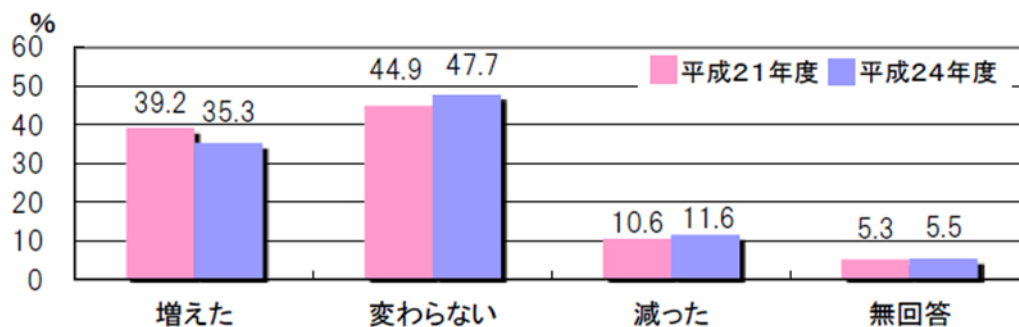
## 第2章-2 空き店舗の現状と有効活用性

中小企業庁が平成24年度に全国の商店街を対象として行った調査では、商店街が抱える空き店舗の状況が以下のように報告されている。

(図 2-5)



最近3年間の空き店舗数の変化(前回調査との比較)

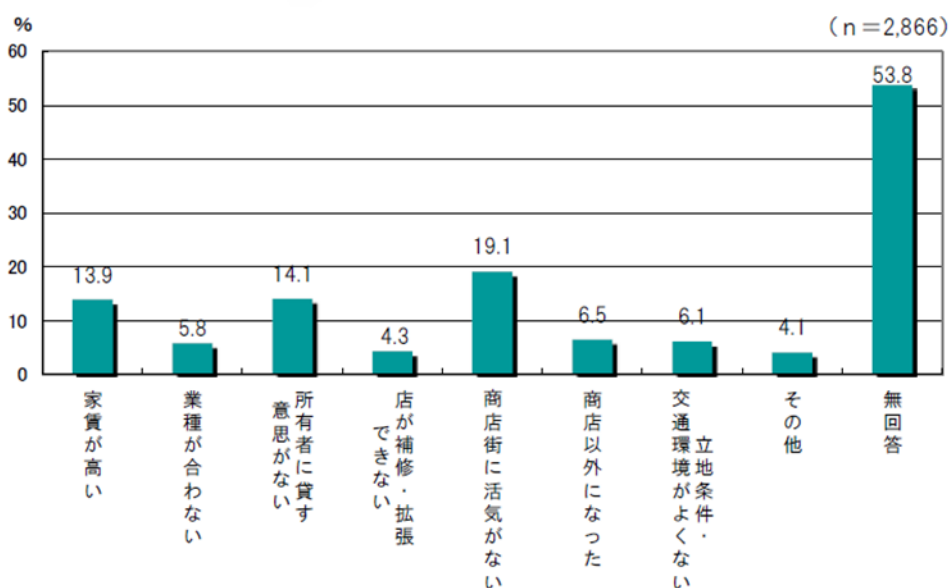


(以上3点の出典 平成24年度商店街実態調査報告書 概要版)

商店街によっては空き店舗がそれほど問題になっていない、つまり空き店舗が存在しなかったり増加がみられなかったりするところもあるが、その一方で深刻な状況を呈している商店街のあり、両極端な状況が窺える。しかし一度問題が生じてしまうと解決が困難なため、全国的にも空き店舗問題に改善の傾向は見えないのだろう。

(図 2-6)

空き店舗が減らない理由

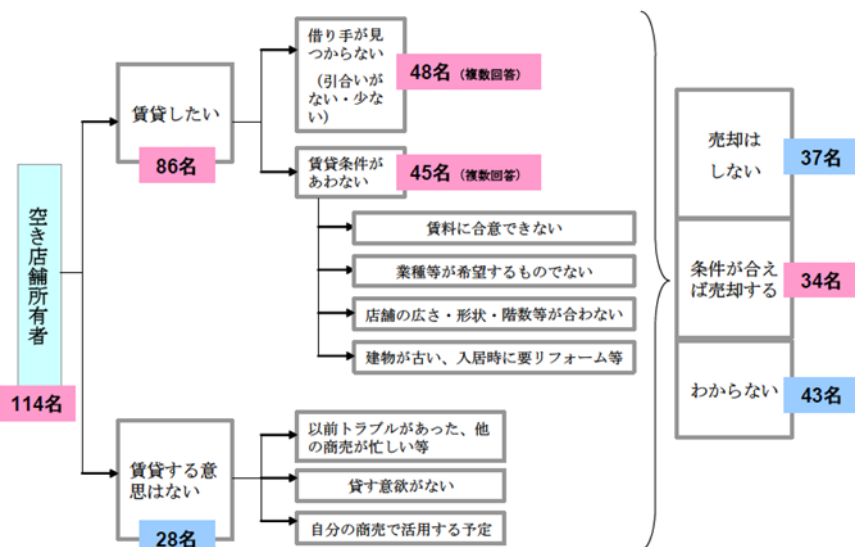


(出典 平成24年度商店街実態調査報告書 概要版)

同調査で行われた「空き店舗が減らない理由」のアンケートの結果は上記のとおりであるが、無回答が多かったところを見ると、商店街側としては空き店舗問題が解消されない理由が把握できていないことが考えられる。次いで多い「商店街に活気がない」という回答も漠然としたものであり、そういった原因を断定するのが困難かつ抽象的な不安要素が空き店舗の問題には潜んでいるようだ。また、中小企業庁の行った

全国の商店街の中の空き店舗所有者を対象としたヒアリング結果は以下のとおりであるが、「賃貸したくてもできない」空き店舗所有者が多数いることがわかる。

(図 2-7)

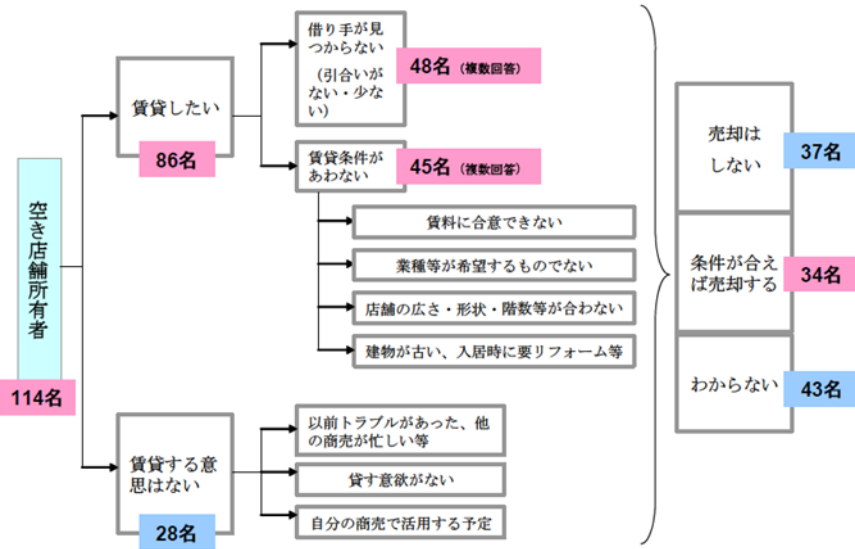


(出典中小企業庁商業課 空き店舗所有者の意識等に関する調査・研究報告書 (概要版))

空き店舗も空き家同様に、負のイメージを視覚的に植えつける。中小企業庁も、「商店街に空き店舗が目立つようになってくると、商店街全体の魅力を大きく損ない、商店街自体の集客力の低下、引いては中心市街地の衰退にもつながる」とし、「空き店舗を放置することは、当該店舗の有効活用が図られないことによる損失だけではなく、街全体の活力を損なうことにより、地域経済により大きな損失を与えることになりかねない」としている (中小企業庁商業課 空き店舗所有者の意識等に関する調査・研究報告書 (概要版) p.2 より)。空き家の場合と違い空き店舗は人目につく場所にあるケースが多いため、その場所のイメージダウンの被害は大きいことが予想される。また、経済的な損失をもたらす点も空き店舗に特徴的だと言える。

しかし、商店街には大抵の場合自治会が存在し、それらが空き店舗問題に対しても組織的な課題解決力を発揮しそうなものである。その存在がありながら解決の目途がたたないのは、空き店舗問題に対して商店街自治会は手を下しかねるところもあるのかもしれない。やはり店舗は店主個人の財産であるため、自治会がその処置について強制することはできない。そうした点では空き家の問題と同じように、空き物件に対し最大の権限をもつ所有者個人の意識が問題解消の困難さに関係してくるものだと思われる。空き店舗所有者の意識は次の調査結果に表れている。以下は先ほどの中小企業庁の商店街空き店舗所有者へのヒアリングの続きで、空き店舗を賃貸に出そうと思わないと回答した所有者にその理由と問うたものである。

(図 2-8)



(出典中小企業庁商業課 空き店舗所有者の意識等に関する調査・研究報告書(概要版))

これによると、空き店舗所有者は、半数以上が空き店舗を貸したいという希望があることがわかる。しかし、借り手や賃貸の条件が合わず、空き店舗のままになっているという状況にあるようだ。それは裏を返せば、借り手が見つかり、空き店舗所有者と借り手とが納得のいく条件のもとでマッチングできれば、空き店舗は活用の実現性があり、同時に空き店舗の問題も解決しうるということだ。

### 第2章-3 横浜市を取り上げる背景

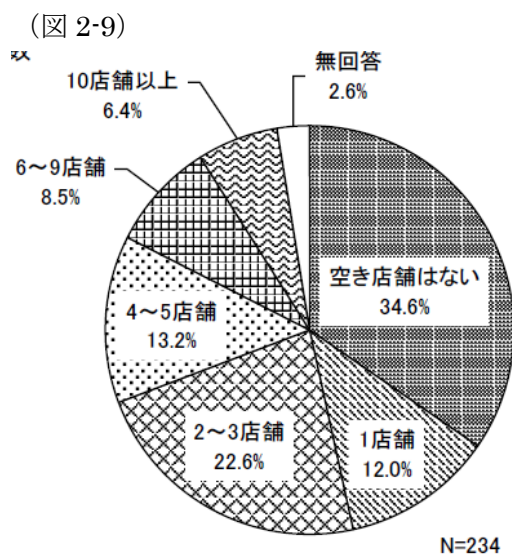
本論文では、空き店舗を活用したコミュニティ活性化事業として、横浜市のふたつのコミュニティカフェを取り上げることとする。横浜市は政令指定都市の中でも最大の人口を持つとともに、日本3大都市に数えられる。かつ、東京都や横浜市内への通勤通学のために単身で住んでいる人も多く、「第1章-1 コミュニティ希薄化の現状と原因」に挙げたような地域コミュニティから疎外される層も多いと予想できる。加えていまだ住宅地の開発が進んでおり、新しくその地域に流れ込んできた人、つまり地域コミュニティにこれから加わるか加わらないかという状態にある人も多く、横浜市は地域コミュニティの希薄化する都市として取り上げるに値するはずだ。その一方で、市民らによる地域コミュニティ事業の動きには目を見張るものがあり、都市化という面でも、それを受けての地域コミュニティ希薄化対策という面でも時代の先端にあると言っていい。そうした理由から横浜市に注目することとする。それに先立って、横浜市に限定した空き家、空き店舗、それらをめぐる政策について追っていきたい。

まず、横浜市における空き家の状況についてであるが、横浜市建築局のデータを見ると、過去40年間の空き家件数は右肩上がり、総住宅数中の空き家の割合は若干の上下はあるものの、上昇傾向にある。抜粋すると、昭和43年には空き家は22160件で空き家率



は4.0%、昭和74400件で6.8%、平成20年には160380件で9.7%である（横浜市建築局 統計資料データより）。さらに、神奈川新聞によると、横浜市の空き家に関する相談は9月時点で26件に上り、本年度は例年（ここ3年は12～30件）を大幅に上回るとの見通しが立てられているとの事だ。相談の内容は、空き家の老朽化や不審者および放火への懸念などだ（カナロコ 2014.9.30 記事）。全国的な空き家増加傾向に横浜市もその例に漏れず、かつそれに付随した実際的な問題が顕在化してきているのが現状だ。

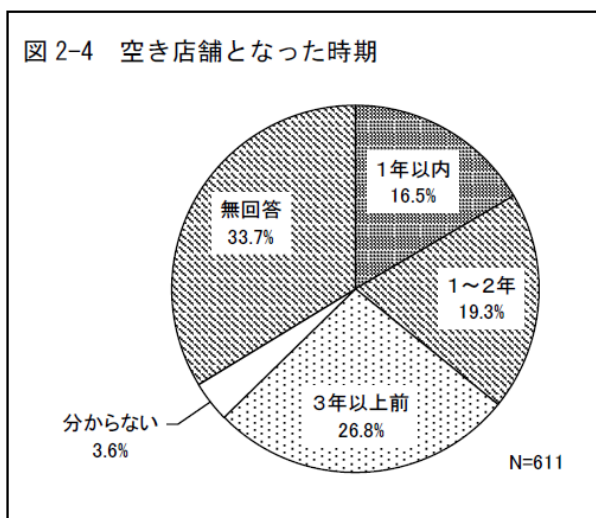
次に、空き店舗について見ていこう。以下は、横浜市内のそれぞれの商店街において空き店舗が何件あるか市が調査した結果である。



(横浜市経済局 平成24年度商店街実態調査 p.20)

全国を対象に調査された「1商店街当たりの空き店舗の数」に比べると、横浜市は「空き店舗のない商店街」が多い。それでも、半数以上の商店街には空き店舗が見られる。

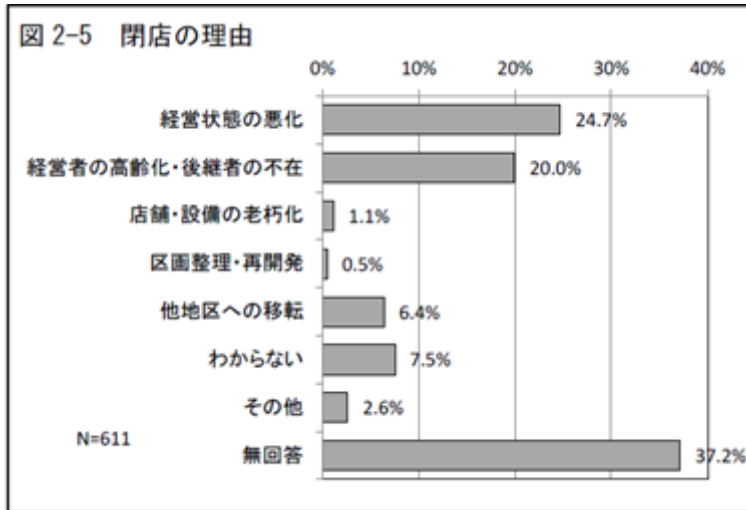
(図 2-10)



(横浜市経済局 平成24年度商店街実態調査 p.21)

上のグラフは、同調査より商店街の空き店舗が、空き店舗となってから何年経つかという内容のものである。これを見ると、ひとたび空き店舗となると長期間その状態が続いてしまうケースが少なくない、といえる。そして下のグラフが、空き店舗にもともとあった商店が閉店してしまった理由を示したグラフである。

(図 2-11)



(横浜市経済局 平成24年度商店街実態調査 p.22)

閉店の理由は様々だが、「店舗・施設の老朽化」が約1割しか占めていない所を見ると、その空き店舗を事業に利用できる可能性が指摘できる。修理や改装が少なく済むのであれば、コミュニティ事業の拠点としての利用にもハードルが低い。

さて、多くの商店街に存在し、かつ根深い問題を抱えながらも利用可能性のある空き店舗ではあるが、それらに対し、横浜市は「商店街空き店舗活用事業」として以下2通りのアプローチをしている。ひとつは「商店街空き店舗活用チャレンジショップ事業」であり、希望者が一定期間、空き店舗に出店しノウハウや経験を積むことができる事業である。もうひとつは、商店街団体や空き店舗所有者、あるいは仲介者が一定条件を満たした空き店舗の情報を登録することができる制度である（横浜市経済局 商店街空き店舗活用事業）。



### 第3章 横浜市戸塚区「ふらっとステーションドリーム」

#### 第3章-1 戸塚区および深谷町、ドリームハイツの概要

以下、戸塚区の総面積、人口、世帯数である。

総面積 35.70km<sup>2</sup>

人口 273,962人

世帯 111,573人 (平成26年1月1日現在)

(横浜市統計ポータルサイトより)

すなわち、18の行政区を合わせた横浜市全体の面積の8.2%、人口の7.3%を占める。人口の詳細は次のとおりである。

(図 3-1)

昼夜間人口及び比率(平成22年)

項目	単位	総計
A 夜間人口 (常住人口)	人	274,324
B 流入人口	計	56,002
	就業者	48,517
	通学者	7,485
C 流出人口	計	91,696
	就業者	79,080
	通学者	12,616
D 流入超過人口 (D=Bの計-Cの計)	人	-35,694
E 昼間人口 (E=A+D)	人	238,630
F 昼夜間人口比率 (F=E/A×100)		87.0

出典 横浜市統計ポータルサイト

戸塚区は夜間人口と昼間人口にさほど差がないことが特徴として見られる。

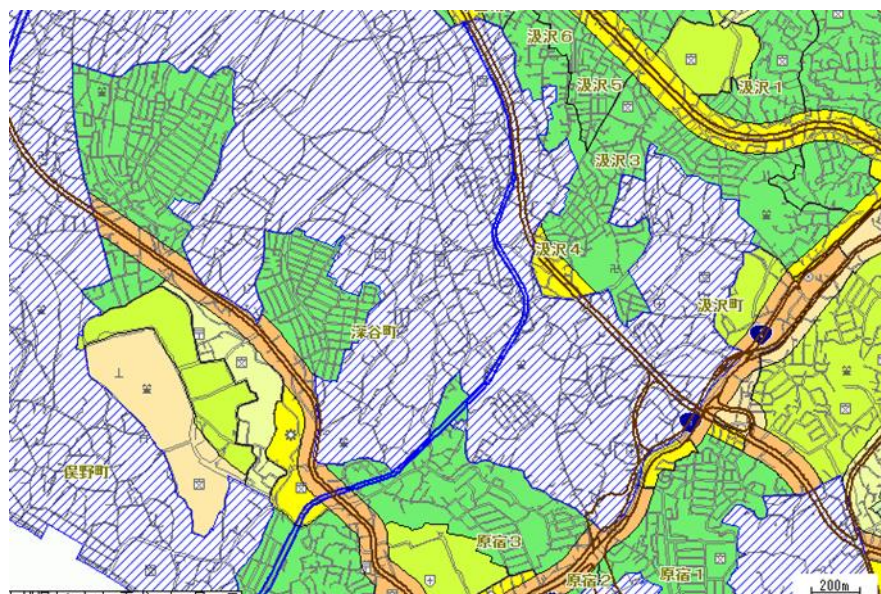
戸塚区には明治学院大学や横浜薬科大学、横浜市立大学のキャンパスがあり、他にも医療・看護および福祉関係の専門学校が複数ある。また、日立ソフトウェアエンジニアリングの事業所もあり、これらへの通勤・通学者の多さが流入超過人口のマイナスに歯止めをかけているがゆえに、昼間人口が多いことが考えられる。

また、以下は戸塚区の用途地域を示したものである。

今回は後述する調査予定地であるドリームハイツの位置する、戸塚区深谷町周辺のもを掲載する。

これを見ると、該当地域はほぼ市街地・住宅街であるといえる。

(図 3-2)



(出典 横浜市 行政地図情報提供システム)

#### 用途地域等 凡例

	第1種低層住居専用地域
	第2種低層住居専用地域
	第1種中高層住居専用地域
	第2種中高層住居専用地域
	第1種住居地域
	第2種住居地域
	準住居地域
	近隣商業地域
	商業地域(第7種高度地区)
	商業地域(第6種高度地区)
	商業地域(最低限1種高度地区)
	商業地域(最低限2種高度地区)
	準工業地域(第5種高度地区)
	工業地域(第5種高度地区)
	工業専用地域
	最低限3種高度地区
	市街化調整区域
	都市計画道路
	都市計画河川
	準工業地域(第7種高度地区)
	工業地域(第7種高度地区)

(出典 横浜市 行政地図情報提供システム)

### 第3章-2 事業概要

「ふらっとステーション・ドリーム」は、かつて薬局であった店舗を改装して活動スペースとされているカフェであり、その運営NPOの名でもある（徳村、大江、

2008,pp.156)。まず、「ふらっとステーション・ドリーム」自体について説明する前に、ドリームハイツについて言及しておきたい。大規模高層団地群であるドリームハイツは1972年の入居開始に伴い、沢山の若年層が流入するも、周辺に公共施設は乏しかった。そこで、当初は主として子育てや保育を中心とした住民主体の福祉が展開されるようになった。1985年にはそうした活動団体をネットワークとしてつなぐ「地域のつどい」が設立された。90年代になると今度は少子高齢化がハイツ内でも問題となり、高齢者の健康のために重視された食の問題に取り組むべく、「ドリーム地域給食の会」が発足した。続いて、介護や家事のサービスを提供する「ふれあいドリーム」や団地の一室を買い取って高齢者向けのサロンとして活動する「いこいの家 夢みん（むみん）」も設立された（横浜市『協働』から「地域運営」へ』より）。

2005年12月に「ドリーム地域給食の会」、「NPO法人ふれあいドリーム」、「NPO法人 いこいの家 夢みん」ら3団体が横浜市との協働事業として「ふらっとステーション・ドリーム」を設立し、2008年にはNPO法人化されている。NPO法人としては、交流の場としての「サロン」、学びの場としての「カレッジ」、情報収集・発信の場としての「情報相談センター」を三本柱とし、地域づくりの企画・運営及び地域住民の交流に関する事業、情報・相談に関する事業、地域人材発掘・養成に関する事業を展開している。また横浜市および戸塚区の行政の他に、横浜市社会福祉協議会とかながわ県民サポートセンターの支援を受け、「NPO法人市民セクターよこはま」「ドリームハイツ地域運営協議会」「深谷台地域運営協議会」など外部団体との連携も行っている（ふらっとステーション・ドリームホームページより）。以下は「ふらっとステーション・ドリーム」における具体的な活動内容である。

まず、通年行われているのが、サロン事業、マイショップ事業、地域運営支援事業、相談事業である。サロン事業は10時～17時の間営業しており、飲食や雑談を通し、多様な人々の交流を図る。サロンは年間15077人が利用する。マイショップ事業も、同じ時間帯に行われており、地域住民の作品の展示や販売を行う。地域運営支援事業は地域内外活動団体を支援する取組みである。そして相談事業においては、ドリームハイツおよびその近隣の住民を対象とした相談窓口を設置されている。月々で行われている事業には、オカリナや英会話などのカルチャースクールを開催するカレッジ事業および新コミュニティビジネスの一環として、カルチャースクールの設置やホームページの更新を行う情報収集・発信事業がある。前者は月2回、後者はミーティングを月1回行っている。不定期的に行われている事業としては、文化交流事業がある。この事業では、コンサートやライブ等音楽活動や絵画教室、ギャラリーを行う。（ふらっとステーション・ドリーム平成24年度事業報告書より）

### 第3章-3 カフェ立地

(図 3-3)



(yahoo 地図より 戸塚区深谷町 1411 の一部)

上記の地図の1の印の場所にふらっとステーションドリームは位置している。この地は、JR戸塚駅・大船駅からバスで25分、小田急線湘南台駅から同20分、地下鉄立場駅・下飯田駅から同15分と、5つの駅のおおよそ中心に位置しているような場所である（ふらっとステーションホームページ）。ドリームハイツが区役所のある戸塚駅から非常に離れていることから、住民の不便は推し量ることができる。ただ、ドリームハイツの中心部に位置していることから、各棟からふらっとステーションドリームへはアクセスしやすいと言えよう。

建物は、ガラス張りで内外はバリアフリーである（文部科学省「特定非営利活動法人ふらっとステーション・ドリーム」）。ここに、元薬局であった店舗メリットが現れている。それを規定する法律はないようだが、なぜか薬局は大抵ガラス張りである。また、高齢者や移動が困難な人々も移動がしやすいような設計がなされているのが薬局を含む医療機関の特徴である。カフェ内部が外から覗けることで心理的に入りやすく、かつその配慮された建築設計から物理的にも誰でも入店しやすい。薬局としてのそれらの特徴が、カフェとしてもおおいに役立っていると考えられる。

### 第3章-4 利用者層

前述したように、運営するNPO法人ふらっとステーションドリームは、もともと高齢者に対してケアを行うNPOである3団体がドリームハイツ住民の高齢化を受け、結成し

たものである。そのためサービス対象も、ドリームハイツに住む高齢者が中心である。

### 第3章-5 活動の広がり

ふらっとステーションドリームの活動の成果としては、利用者の交友関係の広がりが挙げられる。参加者へのアンケートでは、「友人や知り合いが増えた」と感じたのは88.7%、挨拶するような仲の友人ができたとの回答が86%、立ち話をするような友人が増えたとの回答が80.4%であった（文部科学省「特定非営利活動法人 ふらっとステーション・ドリーム」）。

今後は全国にふらっとステーションドリームのような地域住民憩いの場を創りたいという意思を島津副理事長は示している。既に行政などにより実施されているサロン事業は、月1回や週1回等開催頻度が少なく、高齢者の問題に寄り添うには不十分だとし、毎日顔を合わせることができ、かつ利用者と運営者が対等な関係を実現することが大事だというのが島津副理事長の考えだ。さらに、利用者だけでなく運営にたずさわるボランティアスタッフにとっても活動が楽しいものになるような事業の展開の必要性にも触れている（文部科学省「特定非営利活動法人 ふらっとステーション・ドリーム」）。

また、ふらっとステーションドリーム自体の課題としては、ひとり暮らし或いは夫婦世帯の高齢者の見守りや地域活動を次世代に継承していくこととしている（平成22年度版高齢社会白書 第1章コラム5）。

そうした活動を広めるために、ふらっとステーションドリームは視察・研修・見学の受け入れを積極的に行っている。ひとり500円の費用で一度に25名までを定員としている（ふらっとステーションドリームホームページ）。

## 第4章 横浜市港南区「港南台タウンカフェ」

### 第4章-1 横浜市港南区および港南台の概要

横浜市港南区の大まかな概要は以下のとおりである。

総面積	19.86 km <sup>2</sup>
市街化区域	18.90 km <sup>2</sup>
人口	216,958人
世帯	90,671世帯

(横浜市統計ポータルサイト 港南区)

横浜市の面積の4.5%を占め、横浜市全体の人口のうち、6%弱が港南区に集中している。

(図4-1)

昼夜間人口及び比率(平成22年)

項目	単位	総計
A 夜間人口 (常住人口)	人	221,411
B 流入人口	計	31,013
	就業者	28,037
	通学者	2,976
C 流出人口	計	78,733
	就業者	68,726
	通学者	10,007
D 流入超過人口 (D=Bの計-Cの計)	人	-47,720
E 昼間人口 (E=A+D)	人	173,691
F 昼夜間人口比率 (F=E/A×100)		78.4

(横浜市統計ポータルサイト 港南区)

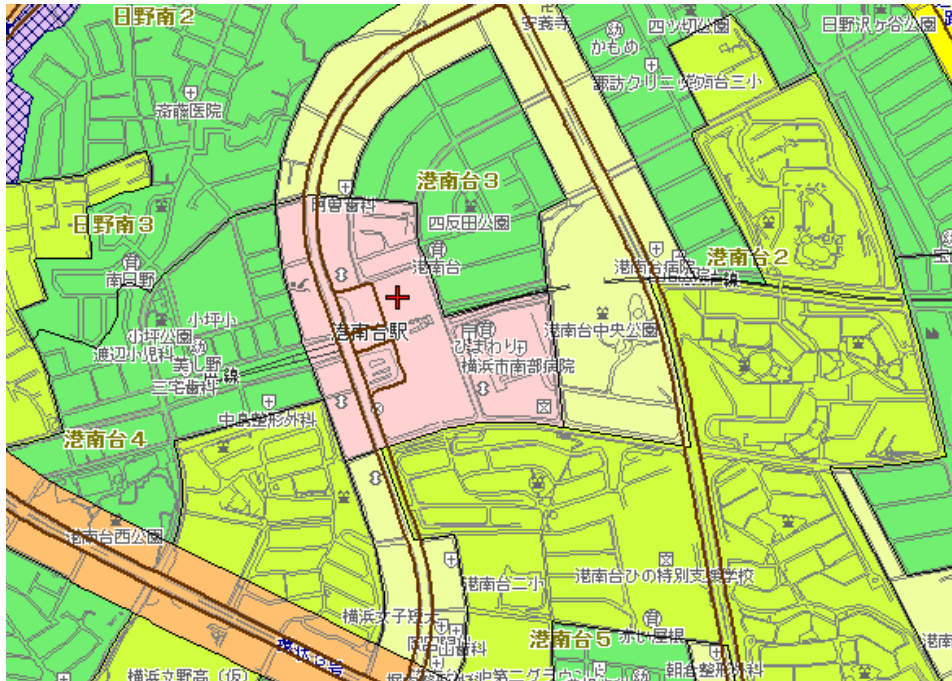
港南区は戸塚区と比較すると、夜間人口と昼間人口の差がやや開いている。

その理由は、大学がないことや商業施設が戸塚区に比べ少ないことであると考えられる。

次に、港南台タウンカフェが位置する港南台4丁目と最寄り駅の港南台駅を中心とした用途地域を見ていきたい。港南台駅周辺は「近隣商業地域」であり、それを取り囲むようにして、住宅系の地域（すなわち第1種低層住居専用地域、第2種低層住居専用地域、第1種中高層住居専用地域、第2種中高層住居専用地域）が広がっている。夜間人口・昼間人口の比率と併せて考えるに、港南台はベッドタウンとしての色が強いことが窺える。

港南台タウンカフェは4丁目の通りに位置しており、用途地域上は第2種中高層住居専用地域寄りの近隣商業地域に該当する。





(横浜市行政地図提供システム)

	第1種低層住居専用地域
	第2種低層住居専用地域
	第1種中高層住居専用地域
	第2種中高層住居専用地域
	第1種住居地域
	第2種住居地域
	準住居地域
	近隣商業地域
	商業地域(第7種高度地区)
	商業地域(第6種高度地区)
	商業地域(最低限1種高度地区)
	商業地域(最低限2種高度地区)
	準工業地域(第5種高度地区)
	工業地域(第5種高度地区)
	工業専用地域
	最低限3種高度地区
	市街化調整区域
	都市計画道路
	都市計画河川
	準工業地域(第7種高度地区)
	工業地域(第7種高度地区)
	用途地域(距離界)
	上段:容積率 中段:用途地域 下段:建ぺい率

(凡例 同上)

## 第4章-2 事業概要

港南台タウンカフェは、横浜港南台商店会、株式会社イータウン、まちづくりフォーラム港南の3者により運営されている（港南台タウンカフェホームページより）。

株式会社イータウンは、web デザインや広報誌等の発行を手掛ける企業である。NPOや商店街の広報をするかたわらで、そうした個のセクターだけでなく、まちについての情報を発信する事業も行っている。港南台タウンカフェの他にも、コミュニティカフェの運営やそのサポート等を通してまちづくりを先導している（株式会社イータウンホームページ）。

まちづくりフォーラム港南は、港南区周辺で活動する市民団体である。行政や企業、他の市民団体と横断的に連携し、まちづくりの環境を整備する活動を行っている。港南区上大岡でも市民の交流やまちづくりのための拠点を設けた。（まちづくりフォーラム港南ホームページ）。

港南台タウンカフェのできる前、株式会社イータウンとまちづくりフォーラム港南は上大岡で事業を起こすことを計画していた。しかし、財源や事業の拠点などが確保できず、実行には移せないでいた。ちょうどそのとき、株式会社イータウンへ横浜港南台商店会から web 管理の依頼が届いた。それに対し株式会社イータウン齊藤氏が事業の計画を示す形で逆提案を行い、商店会も賛同、事業のためのスペースを見繕ってくれたと言う。この形の違う3者が連携することで、それぞれの強みを生かした事業ができることとなった。まちづくりフォーラム港南とイータウンは、まちづくりについてのノウハウをもっていたこともあり、企画力やフットワークの軽さを事業に活かしている。一方で、商店会は長く港南台地域に根差していたことから地域住民や行政の信頼も厚い。信頼に加えて、横浜市は商店街振興事業にも力を入れていることから、商店会が事業に関わっているおかげで行政からの補助もおりやすい。加えて、商店会メンバーはビジネスとまちづくりを両立できる感覚をもっているために、「社会貢献」と「ビジネス」を2本柱とした事業である港南台タウンカフェのパートナーとして適役だったという。商店会同様にまちづくりを行う市民セクターである町内会や自治会は、無償で住民が活動しているため、まちのための事業で利用者から料金を得て収益を上げることに抵抗を示すことが多いと言う。しかし商店会はメンバー個人が商業を営んでおり、事業で利益を上げることに理解が得られるという。（10/24 ヒアリング）。

港南台タウンカフェの事業においても、行政はあくまで補助する立場に留まっている。市民によるまちづくりにおいて行政の権限が強まると、不満が集まりやすいこと、活動に対し行政から指定されるものが多くなるのが欠点だと齊藤氏は言う。後者の一例として、行政が地域情報誌等を陳列するラックをタウンカフェに置くことを提案したときのことを齊藤氏は言及する。行政によるラックは市役所のものであることが大々的に記され、いかにも事務用品といった冷たいデザインで、港南台タウンカフェの樹のぬくもりがもたらす温かい雰囲気にはとてもそぐわないものであった。そのため港南台タウン



カフェではその設置を断り、木製の棚を設置している。行政からサポートを受ける以上、税金でまかなったものと事業者の資金で用意したものは区別するべきであり、仕方のないことだと斉藤氏は言う。そうしたある種妨げになるような制約の大きい補助は避けながら、事業開始から2年は、空き店舗活用事業をはじめとした横浜市や神奈川県補助を受けていた。3年目以降は、タウンカフェだけにとどまらず港南台地域について発信している情報誌に対し、地域全域への公益性が認められ、行政から補助を受けている。逆に行政への協力として、コミュニティ事業に関するセミナーの開催を行政から受託されることもある(10/24 ヒアリング)。

そうして3者によりスタートした港南台タウンカフェは、小箱ショップ、カフェサロン、港南台の情報発信、イベントの企画・運営の機能を持っている。

小箱ショップは、カフェの2面の壁に設置された棚を区切ってショップスペースとしている。地域住民はそこにテナント料を払って、自身の作品、例えば手作りの雑貨や工芸品を展示する。その作品をカフェに訪れた人が購入することで、小箱ショップは成り立っている。タウンカフェホームページによると、小箱ごとに設定された月額テナント料とその作品が売れたときの販売手数料(利益の20%)などの料金を出店した地域住民は支払うこととなっている(港南台タウンカフェホームページ 出典のご案内)。小箱ショップの出店者募集広告には、「委託販売で出店者に手間がかからないこと」、「駅から2分の好立地、かつタウンカフェに来た幅広い客層の目にふれることができる」、「タウンカフェの提供するお洒落で木のぬくもりある空間で作品を演出できる」という港南台タウンカフェで作品を展示・販売するメリットが紹介されている。イータウンの斉藤氏曰く、この賃料が港南台タウンカフェの最も大きな財源であるという(10/24 ヒアリング)。

サロンではコーヒーや豊富な種類の茶等の飲み物の他、焼き菓子やパンの提供がなされている。このパンは港南台のパン屋から仕入れているものである。また、ミーティング等のための貸しスペースや壁面を利用したギャラリーの提供も行われており(港南台タウンカフェホームページ カフェサロン)、サロン事業での収益が小箱ショップに次ぐ大きさの財源であると言う(10/24 ヒアリング)。

港南台の情報発信としては、横浜・港南台地域情報サイト「e town こうなんだい」と紙媒体の情報誌である『港南台タウンカフェ便り』『港南台地域情報誌 タウンカフェ通信 ふへのん』がある(港南台タウンカフェホームページ)。『ふへのん』に関しては、創刊の経緯を含め、第4章-4 利用者層と広報活動で再び言及する。

次に港南台タウンカフェで企画運営されるイベントを見ていきたい。まず、定期的に行われるイベントには、「港南台テント村」、「もっと×2交流ステーション」「キャンドルナイト in 港南台」がある。

『港南台タウンカフェ通信 港南台まちづくりプロジェクト leaf letter』のスケジュールによると、「港南台テント村」は第2, 4土曜日、「もっと×2交流ステーション」

は第1金曜日にそれぞれ基本的には2か月に1回行われている。「港南台テント村」はフリーマーケットにより地域交流を図るイベントである。ときには「キッズフリマ」として、子どもたちが店主となって出典する回もある。港南台タウンカフェ事業の一環として行われるが、開催される場所は屋外である。「もっと×2交流ステーション」は、通常日の終業時間である午後6時から午後9時半までの時間で行われるサロン事業であり、酒類も提供される。「どなたでも・おひとり様でも」と間口の広い交流を促している。『港南台タウンカフェ通信 港南台まちづくりプロジェクト leaf letter』。

また、夏に年に1回行われる「港南台国際協力まつり」には港南台タウンカフェは共催という立場でイベント運営に携わっている。「港南台国際協力まつり」とは、横浜 NGO 連絡会が主催、港南台周辺の約20の国際協力団体が世界各国の食べ物やパフォーマンス等を披露したりフェアトレード品の販売をしたりするイベントである（港南台国際協力まつりホームページ）。

9月には、「キャンドルナイト in 港南台」が行われる。このイベント当日には、「港南台テント村」と同じ空き地でたくさんの手作りのキャンドルに火を灯し、音楽や飲み物とともに夜を楽しむ。その準備として、住人はキャンドルの材料となる卵の殻や瓶、紙パック等を港南台タウンカフェに持ち寄り、ワークショップでキャンドル等を作成する。不定期的なイベントとしては、「小箱スクエア」が港南台タウンカフェ内で開催される。「小箱スクエア」は小箱ショップの作家による作品の教室や製作実演が行われる（e town こうなんだいホームページ）。参加費は1200～1300円ほどで、多いときには月4回それぞれ別の作家による教室が開かれている（『港南台タウンカフェ通信 港南台まちづくりプロジェクト leaf letter』）。

こうした事業の目的は、イベントやサロンに集まった人々にアプローチし、地域に関わる人を生むためである。斉藤氏曰く、最初から「地域住民で交流しましょう」というふうに触れ込むと、むしろ住民は「気持ち悪い」と拒否感を抱きかねない。港南台タウンカフェで行われる多様な趣味を網羅したイベントは、「交流の言い訳づくり」なのだという。つまり、趣味の活動として惹かれた人が、同じイベントに参加した人を自然に交流することが港南台タウンカフェの狙いである。そうした交流の中から、地域のイベントや市民活動が生まれていく。港南台周辺の住民をイベントやタウンカフェでの事業に巻き込み、そうした人々をさらにまちづくりに関われるようはたらきかけをするという「巻き込み機能」が港南台タウンカフェの役割だそう。港南台タウンカフェはかつてはトップダウンで一部の人物だけのものであったまちづくりに、子どもや主婦などを含む一個人が発言し提案できるかたちを制度化して「本当の公共」を実現する、というのが港南台タウンカフェ事業の大きな目的である。（ヒアリング 10/24）。

#### 第4章-3 カフェ立地

ここからは、港南台タウンカフェの立地およびそのメリット・デメリットを見ていき

たい。以下に掲載した港南台タウンカフェの周辺地図を参照しながら読み進めてほしい。港南台タウンカフェは、JR根岸線港南台駅から歩いて5分とかからない書店「ブックスタミ」（地図左上）の2階部分にある。周囲には商店もあり、人どおりもそれなりに多くアクセスしやすい立地のように思えるが、齊藤氏によるとまちでの位置関係としてはそれほど恵まれていないらしい。というのも、港南台のメインストリートで人が最も多く集まるのは、駅をはさんで反対側（地図の下半分）、高島屋などの商業施設やバス乗り場がある通りなのである。もともとブックスタミのビルは、港南台タウンカフェ発足にあたって商店会副会長が自分のもつビルのテナントを、と提案したものであるという。他にも候補地はあったがここに定まり、他のテナントと同様に賃貸契約を取り交わした。しかしカフェの位置としては港南台駅周辺のメインストリートから外れてしまったが、建物としてのブックスタミのビルは港南台タウンカフェ事業にメリットをもたらしたそうだ。というのも、このビルは書店ブックスタミをはじめ英会話や音楽の教室が入っているため、ビルには出入りする文化や教養に関心がある層が出入りするためである。書店に足を運ぶ人々や教室に通う主婦、子どもの習い事の送り迎えをする人々は、港南台タウンカフェのターゲット層にマッチしたのだ。（10/24 ヒアリング）

（図 4-2）



（yahoo 地図より 横浜市港南区港南台 4 丁目の一部）

#### 第4章-4 利用者層と広報活動

ここでもヒアリングをもとにして、港南台タウンカフェの利用者はどのような人々なのか、その関わり方とそうした人々がどこから集まってくるのかを取り上げていきたい。

港南台タウンカフェに関わる人々は、次の3者に分類できる。

第一の利用者層は、カフェの客としてお茶や茶菓子あるいは小箱ショップの作品を購入したりする人々である。小箱ショップのスペースを借りて自分の作った作品を展示・販売する人々が第2の利用者層で、カフェの運営スタッフが第3の利用者層だ。運営スタッフは有償スタッフとボランティアスタッフがおり、年齢層は10代から70代とかなり広い。

この3種類の利用者がどこから来ているのかというと、まずカフェや小箱ショップの客となる人々は港南台周辺の住人だという。そして小箱ショップに出店している人々はもっと広い範囲から来ており、電車やバスでやってくる人もいる。とは言っても、港南台の「地元」と言っている範囲であり、数十分もかけて来るような距離ではないようだ。そしてこの層の半数は、それぞれの用事により日常的に港南台を訪れる人々だという。運営スタッフはこれらの層の中で最も広い範囲から集まってくる。インターンなどを目的にやってくる大学生などは、特に遠くから足を運んでくる。それこそ電車やバスで時間をかけてくる利用者もいる。(10/24 ヒアリング)

利用者を増やすためのアプローチは、ホームページやSNS、情報誌の発行である。

ホームページは、3層の利用者全体へアプローチするものである。一方で、SNS (twitter、facebook) はカフェでのイベントの予定や開催の記録を発信したものであり、上記の累計で言うところの第1の利用者層、つまり港南台タウンカフェの客やイベント参加者に対して行われていることが見て取れる。

紙媒体での広報は、前述した『港南台タウンカフェ便り』および『港南台地域情報誌 タウンカフェ通信 ふ〜のん』によって行われている。『ふ〜のん』では、港南台タウンカフェのイベントが紹介されているとともに、タウンカフェの紹介、港南台タウンカフェサポーター（応援会員）の募集が掲載されている。また、「港南台地域情報誌」の名を冠するとおり、港南台で活躍する人物や、中学生が取材した港南台の職業人についての記事が載せられている。この中学生による取材は、生徒たちが行きたいところにインタビューに行き記事にする、という企画だという(10/24 ヒアリング)。また、連携している商店会からのメッセージも載せられており、『ふ〜のん』はカフェ利用者に向けられた港南台タウンカフェの広報誌であるだけでなく、まちづくりの手法としての要素が大きい。この情報誌を発行するにあたって、港南台タウンカフェの特徴である幅広い年齢層が平等に発言権をもって決定するという形、斉藤氏の言葉を借りると「本当の公共」が実現されたという。はじめに商店会が作った情報誌に対し、高校生から「つまらない」という不満が寄せられた。それに対して会長が「それならお前たちが作ってみろ」と応じて『ふ〜のん』が生まれた(10/24 ヒアリング)。

ただ、そうしたメディアを見てやってくる利用者は半数で、残りの半数は口コミから情

報を得てやってくるそうだ。斉藤氏曰く、電子媒体や紙媒体の情報を10万人が目にしたとして、実際にタウンカフェに足を運ぶ人は1人しか期待できない。しかし、知人に「一緒に～をやしましょう」「こういう活動があるから～をやってください」と誘われたときには、5人に1人がタウンカフェの活動に参加してくれるという（10/24 ヒアリング）。

#### 第4章-5 活動の効果と広がり

港南台タウンカフェの事業の目的である、市民の連携をとりもつことが達成されたことにより、新しく生まれたイベントや市民活動はいくつもある。例えば、カフェに居合わせた学生と障害者の方が共通の趣味であるプラレールを話題として意気投合し、プラレールを持ち寄って展示するイベントを企画、実行したこともあった。東日本大震災のときには、70代の小箱ショップの作家がお手製のバッグを出品し、「これが売れた利益を被災地に寄付してほしい」と港南台タウンカフェに提案した。それに影響されて、ぜひ自分の作品の売上も、と他の作家たちも自ら寄付に名乗りを挙げ出した。そうして集まった寄付金を株式会社イータウンが被災地に届けたこともあった。また、楽器の演奏が得意なひとりのカフェ利用者が港南台タウンカフェで演奏会を行ったことから始まり、同じビルに入っている音楽教室の講師をはじめとした地域住民の演奏者が集まり、定期的な音楽イベントも開かれるようになった。「キャンドルナイト in 港南台」も、港南台タウンカフェ利用者のアイデアにより始まったイベントである。このように、偶然その場に居合わせた人々による何気ない一言を実現して生まれた活動の数々は、港南台タウンカフェ事業あってこそその賜物である（10/24 ヒアリング）。

## 第5章 空き家・空き店舗を用いたコミュニティカフェへの提言

### 第5章-1 ふらっとステーションドリームと港南台タウンカフェの共通項

両事業ともに、市民から発信された事業である。それぞれの問題意識や目的のもと、市民団体や企業が立ち上がり、それに行政は制度面で力添えする、という立場である。運営者の違いや経緯の違いはあるが、それらについては次項で述べる。

また、空き店舗をスペースとして、飲食と利用者同士の交流が可能なカフェサロンが中心である。さらに、双方ともに利用者の活動の自由度が高いという特徴がある。住民の趣味や関心を反映した個々の活動は多岐にわたり、より多くの人々を惹きつける。また、そうした利用者が思い思いに提案し実行できる活動やカフェで提供される時間や飲食物をめぐって来た利用者が、結果的に住民同士の交流の機会をもったりまちづくりに巻き込まれていたりしている点もふたつの事業の共通点だと言える。まちの人々の需要に応えたり興味関心を惹けるようなコンテンツで地域住民を引き寄せてから、というのが効果的なのは、斉藤氏の言っていたように「最初から『地域交流』や『まちづくり』を大々的に押し出して参加を促すと、拒否されがち」であるためであろう。利用者がわざわざ足を運んだり時間を割こうと考えてくれるように、利用者に即効性のメリット（例えば楽しい趣味の時間やおいしいランチ）を見出させるような取組みが地域住民を惹きつけているのがふたつの事業に共通して言えることだ。

### 第5章-2 ふらっとステーションドリームと港南台タウンカフェの違い

2つの事業の違いはいくつか挙げられるが、それらは相互に関連し合ったものと言える。まず、カフェのある場所の違いがある。ふらっとステーションドリームは、戸塚区の行政的、および商業的な中心地から離れた高層住宅群にある。対して、港南台タウンカフェは港南区で上大岡駅に次いで主要な駅である港南台駅からほど近く、位置する通りには商業施設が並んでいる。徒歩圏外からのアクセスは、港南台タウンカフェのほうが大きいと言える。しかし、アクセスがこのふたつのコミュニティカフェの優劣を決めるものではない。もとよりこのふたつのコミュニティカフェはサービスのターゲットの設定が異なっているからである。ふらっとステーションドリームは、ドリームハイツの住人、特に高齢の住人に対するサービスとしての色が強い。一方で、港南台タウンカフェは、港南台地域の住人が中心でありながらも、地域の外から公共交通機関を利用してやってくる人も事業に巻き込んでいる。そのため、港南台タウンカフェにはアクセスの良さが重要になってくるため、前述した立地が選ばれたのだろう。そしてこのターゲット設定の違いは、それぞれの事業の目的の違いによる。ふらっとステーションドリームは、ドリームハイツの少子高齢化を受け、食や健康、住民同士の交流といった側面から高齢者の抱える問題を解決しようと事業が始められた。そのため、ターゲットは高齢者にある程度搾られていると言っている。港南台タウンカフェは、そうした地域の具体的な問題発生を受けてというよりは、地域住民の参加を高めたまちづくりの実現が目的である。第4章で前述したように、

当初は上大岡で行われようとしていた事業である。そのため港南台で特定の問題を解決しようとした事業ではなく、コミュニティカフェを開くにあたって都合がよかった港南台が選定されたという経緯であった。誰もが参加できるまちづくりを実践するための事業であるため、港南台住民に限定せず、またそのまちづくりを広めるために港南台地域外部の参加者も積極的に受け入れられ、ノウハウの共有も盛んに行われている。

また、運営する団体に関して言えば、ふらっとステーションドリームはドリームハイツ内というきわめて限定された地域のNGOによるものであり、港南台タウンカフェは港南区のNGOおよび株式会社と港南台地域の商店会による連携事業である。運営団体の活動範囲の広さの違いの他に、市民団体単体か他セクターと連携するかという違いがある。ふらっとステーションドリームは、ドリームハイツ住民によるNPOが再結成した事業であるため、地域に根差した視点や外部者には容易に得られない信頼性は生得的にもっていた。港南台タウンカフェ事業においては、港南区の活動団体と言えど、港南台地区とは特別にコネクションがあったわけではなかったが、商店会と連携することでそうした性質を獲得したと言える。ただ、最初から持っていたか後から獲得したかという違いはあっても、事業のノウハウと地域との密着性が合わさっていることは両事業において同じと言える。

### 第5章-3 空き家・空き店舗を活用したコミュニティカフェ事業の意義と成功要件

本論文では、事例としては空き家を活用した事業は取り上げられなかったが、実際に他自治体で行われている空き家を活用したコミュニティカフェ事業に、「くるみの家」がある。「くるみの家」は、武蔵野市が地域のための施設運営を行うNPO等を支援するテンミリオンハウス事業のひとつであり、空き家を利用し、子どもから高齢者までのケアを行っている（テンミリオンハウスくるみの家ホームページより）。さらにふらっとステーションドリームのように住宅系の地域でも事業が行われているという事実から、空き家でも空き店舗と同様に事業は可能だと考えられる。その際には、その周辺地域に事業のターゲットとなりうる住民が住んでいることは確認しておくべきである。

さて、ここからはふらっとステーションドリームと港南台タウンカフェの共通項と違いを踏まえたうえで、空き家・空き店舗を活用して事業を行う意義と成功条件を提起していきたい。

まず、その意義についてであるが、第2章で述べたような空き家および空き店舗がもたらす問題の解決につながることである。人の手が入らないためにまちの安全や活気を損なっていた空き家や空き店舗でコミュニティカフェが実施されることで、管理されるようになり運営スタッフや利用者が足を運ぶようになる。そうすることで、今度は逆にまちに活気をもたらす施設と生まれ変わることができる。そして第2に、屋内での活動であるがゆえの活動の自由性である。冒頭で述べた「コミュニティガーデン」では、屋外の活動という点で、コミュニティカフェ事業より空間的には自由なはずではあるが、活動は植物の栽培や収穫等に限定された。コミュニティカフェ事業は、むしろ屋内で行われるからこそ、

幅広い活動が可能になるのではないか。その理由として次の2点が挙げられる。まず第1に、日差しや天候、寒暖に左右されない、かつ座って飲食もできるという点だ。こうした快適な空間は、利用者が長居することを可能にする。その空間に長くいればいるほど、顔なじみもできれば、話に花も咲く。地域住民間の交流が質も量も向上されるうえに、話が発展して活動へのアイデアも出し合うことができるようになる。第2に、ものを展示したり保管したりしておく場所がもてるため、ふらっとステーションドリームで言う「マイショップ事業」、港南台タウンカフェで言う「小箱ショップ」のような活動が継続的に可能になる。快適に長居ができることで利用者たちが量的にも質的にもより良いコミュニケーションが可能になること、ものを保管できるスペースを設けることで利用者のものづくりの趣味活動の可能性が広がりそれが事業の収入にもなることが、空き家・空き店舗を利用して行うコミュニティ事業の意義である。

次にそうした事業を実施するうえでの成功要件について述べたい。まず重要なのは事業の目的とカフェの立地やアクセスをうまくマッチングさせることである。どの範囲の地域住民をターゲットとするかによって、どこにコミュニティカフェを設置すれば効果的かは異なってくる。事業の目的がごく限られた範囲の地域住民の交流なのであれば、利用者はカフェへ徒歩のみで来訪することが想定されるため、公共交通機関への配慮は少なく済む。そのため、駅やバス停から離れた空き家でも事業の舞台にはなりうる。しかし、区などといったもっと広い範囲の住民を招きたいとき、或いはイベント等の中で地域住民に限定せずに人を集めたいときには、交通機関の関係を鑑みてアクセスのしやすい場所にカフェを設置しなければならない。そうすると、駅から近い商店街の空き店舗などが適当になる。

次に、事業を運営するノウハウと地域との密着性の両立が必要だと言える。カフェ経営やソーシャルビジネスの知識がないと、コミュニティカフェ事業は破綻するだろう。しかしどんなに経営センスがあっても、それだけでは“コミュニティ”カフェにはなりえない。ただのカフェではなく地域住民のためのコミュニティカフェたりうるには、その地域に寄り添った存在にならなくてはならない。その地域の課題を知り、なおかつ地域の信頼を得ることで効果的な事業が可能になる。この両立を実現するには、各セクター間の連携やノウハウの共有が重要である。

そして大事なのが、人を惹きつけるコンテンツの存在である。おそらく、地域交流やまちづくりへの参加を大々的にし出すと住民に拒否されることになる原因は、コミュニティ希薄化の要因の一つとして挙げられた地縁的関係をもととしない住民の増加が関係しているのだろう。実際、若い世代はコミュニティカフェを利用しても、その動機は一般的なカフェとしての役割を期待して、ということが多いことは第1章・3 でふれた。若い層でなくとも、人に会うのが億劫になってしまった高齢者や、転居してきたばかりで地域住民との間に壁を感じている人など、年齢に関係なく地域住民との交流に消極的な人もいるだろう。そういった人々にもコミュニティカフェに足を運んでもらうには、地域住民との交流

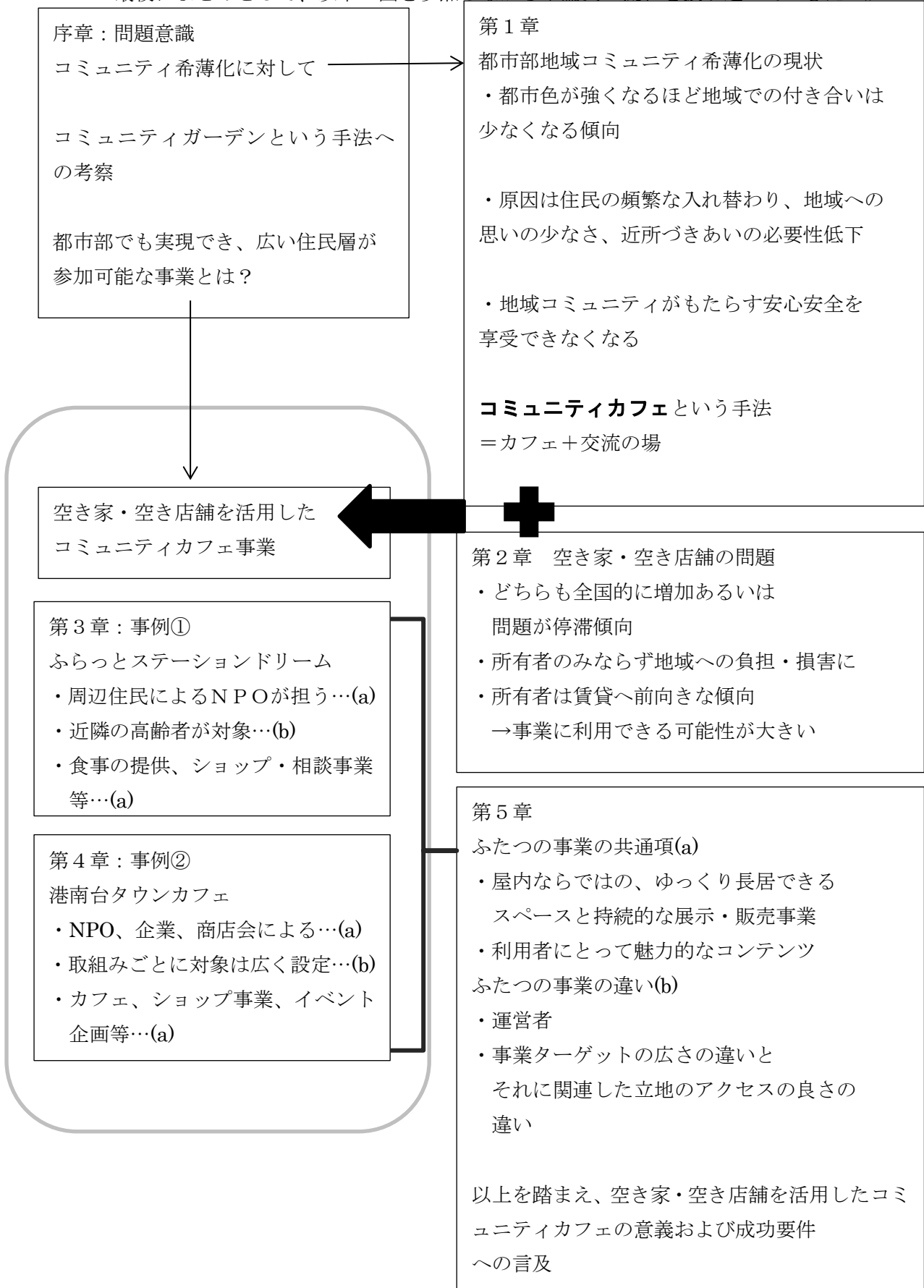


やまちづくりへの参加以外のメリットを感じてもらう必要がある。そのために、おいしい食事や飲み物の提供、くつろげる空間、楽しい催し物を提供するコンテンツが求められる。そうした魅力的なコンテンツを堪能しに来て、いつの間にか利用者同士、或いはカフェ運営者と交流がなされている形が作れば、世代を超えて、地域コミュニティに関心がありなような人々をも広く事業に参加してもらえる。

以上のことを実現し、多くの人がアクセスしやすく地域に寄り添ったコミュニティカフェを設置することで、空き家・空き店舗を活用したコミュニティカフェをより効果的なものにしていくべきである。

## 第5章-4 まとめ

最後にまとめとして、以下の図を参照しながら本論文の流れを振り返っていきいたい。



まず、本論文執筆にあたっての問題意識に立ち返ると、都市部における地域コミュニティの希薄化に対してどのような対策を起こすべきか、という意識が根本にあった。コミュニティ希薄化に対し既に実施されている取組みとして、「コミュニティガーデン」が挙げられるが、このアメリカ発の取組みでは日本のコミュニティ問題に対処しきれない側面もある。日本で行われているコミュニティガーデン様の取組みでは参加者の年齢層および立場が限定されるうえに、「ガーデン」を設けられるのが困難な地域もある。そこで、それらの難点を解消するために空き家・空き店舗を活用したコミュニティカフェ事業を提案した。

第1章では、コミュニティカフェ事業について言及する前に、問題意識にある都市部のコミュニティの希薄化について確認した。都市化が進行した地域ほど、地域での人付き合いが少なく、その原因は住民が頻繁に入れ替わることや、地域への愛着や帰属意識が希薄な住民が増えたことであった。また、かつては生活の上で地域住民同士が協力したり情報交換を行ったり場面が多かったが、行政や商業サービスの管轄が拡大したことによりそうした場が失われたことも背景にはあった。こうして地域コミュニティが弱体化すると、地域コミュニティの担う地域住民の安心安全を守る機能もはたらかなくなるという問題点がある。こうした問題に対して行われる事業として、第1章の最後ではコミュニティカフェに言及した。コミュニティカフェとは、飲食サービスやくつろぐ空間を提供するという一般的なカフェとしての機能に併せて、人と人との交流や地域活性化などを目的とした取組みを行う事業である。ここ十数年で全国に増えてきた事業であり、生まれた地域住民のつながりもこの事業の結果の産物として報告されている。

第2章では、空き家・空き店舗の問題およびそれらの事業への利用可能性を挙げている。空き家も空き店舗も、所有者や地域に負担になりがちではあるが、解消がなかなか進んでいない問題である。しかし、その一方で空き家所有者は社会貢献のために物件を賃貸することに前向きな意思を示しており、空き店舗所有者も店舗を貸したいと考えるのが多数派である。また、空き家・空き店舗をコミュニティカフェとすることで人の管理や賑わいがもたらされ、空き家・空き店舗の問題も解消される。加えて、第2章の最後では本論文で取り上げる横浜市の空き家・空き店舗の現状についても確認されている。空き家・空き店舗は全国同様横浜市でも問題視されており、行政も対策を行っている。

そうしたコミュニティ希薄化という問題と空家・空き店舗の問題を並べたうえで、本論文のメインテーマである空き家・空き店舗を活用したコミュニティカフェ事業の事例として第3章では戸塚区のふらっとステーションドリームを、第4章では港南区の港南台タウンカフェを取り上げた。ふらっとステーションドリームは、高層住宅群ドリームハイツで活動する福祉団体が立ち上げた事業であり、ハイツに住む高齢者を主な対象とし、カフェ事業や地域生活についての相談窓口、住民の作品の展示販売を

行うマイショップ事業やカルチャースクールなどを展開している。港南台タウンカフェは港南区で活躍するNPOおよび企業が企画し、港南台商店会がそこに加わる形で始まった事業であり、ふらっとステーションドリーム同様カフェ事業や小箱ショップなど、そして地域住民のアイデアを形にしたイベントや情報誌の発行にも力を入れている。

第5章では、ふらっとステーションドリームと港南台タウンカフェの共通項と違いについて述べ、そこから空き家・空き店舗を活用したコミュニティカフェ事業の意義と成功要件について提言している。まずこのふたつの事業における共通項として、飲食やくつろげるスペースの提供、および地域住民による作品の展示と販売を行う事業を挙げた。これはコミュニティガーデンでは実現できない、屋内だからこそ可能なサービスであり、これにより利用者は長くカフェに滞在することでより深いコミュニケーションが可能になる。そしてこれは空き家・空き店舗を活用したコミュニティカフェの意義にもなってくる。空き家・空き店舗を活用することで、それらが抱える問題を解消するだけでなく、箱物が可能にするサービスにより地域住民間のコミュニケーションを強化することに役に立つ。また、両事業ともに、コミュニティカフェ全般の目的である「利用者同士の交流」以外に、利用者が惹かれるようなコンテンツが用意されている。これにより、集客を挙げ、結果的に交流を求めていなかった人にまでコミュニティの輪が広がる。こうした効果的な集客はコミュニティカフェの成功要件である。次に、ふらっとステーションドリームと港南台タウンカフェとの違いについて見ていった。まずは運営者の立場の違いである。ふらっとステーションドリームは地域で生まれたNPOによる事業で、港南台タウンカフェは港南台地域より広い範囲で活動していたNPOと企業が企画していたところに、地元商店会が加わった形であった。ふらっとステーションドリームが結成当時からもっていた地域とのコネクションや信頼性を、港南台タウンカフェは後から獲得した形である。こうした地域性の獲得のタイミングに差はあれど、カフェのノウハウだけでは事業はうまくいかない、地域に根差した事業展開が必要であることをこの違いは示しており、これはコミュニティカフェの成功要件と言える。そしてもうひとつの、カフェの立地の違いである。一見、ふらっとステーションドリームは交通アクセスに恵まれない立地にあり、港南台タウンカフェは公共交通機関を利用して訪問しやすい立地にあるが、それはこのふたつのコミュニティカフェが設定する事業の目標およびターゲットがそれぞれ異なることと関連している。ふらっとステーションドリームは、ドリームハイツに住む高齢者をメインターゲットとしているため、ハイツ外部よりハイツ各棟からアクセスがしやすいということが重要になってくる。一方で港南台タウンカフェは、カフェや小箱ショップ、イベントといった取組みごとに、利用者が集まってくる範囲が異なる。そのため、港南台周辺住民にも、その外部からやってくる人々にもアクセスしやすいことが鍵になっている。ここからコミュニティカフェ成功要件として見えるのは、コミュニティ

カフェの目的と利用者層の想定が、カフェの立地とうまくかみ合っていないということである。以上に挙げた意義のもと、上記の成功要件をクリアしつつ空き家・空き店舗を活用したコミュニティカフェによりコミュニティ希薄化の問題に取り組んでいくべきであると本論文は締めくくられている。

こうして本論文を概観すると、「空き家」「空き店舗」ならでのコミュニティカフェという要素が不足しておりいささか稚拙な研究ではあるが、今後なされるコミュニティカフェおよび空き家・空き店舗の活用について研究に少しでもひらめきのきっかけとして働けば幸いであると考え筆をおく。

## 終章-1 謝辞

本研究をゼミ論文として形にすることができたのは、浦野先生のご指導およびゼミの3、4年生の皆さんのアドバイスのおかげです。

また、株式会社イータウンの斉藤保様にはお時間をたくさん割いていただき、貴重なお話を聞かせていただきました。また、実際に訪問することは先方様と私の日程調整の関係で叶いませんでしたが、ふらっとステーションドリームの皆様には事例として取り上げさせていただいたことに感謝を申し上げたいと思います。

ご協力くださった皆様へ心からお礼を申し上げたく、謝辞にかえさせていただきます。

## 終章-2 参考文献

E I C ネット 「コミュニティガーデン!？」 2014/1/23 最終閲覧

<http://www.eic.or.jp/library/pickup/pu020829.html>

「e town こうなんだい 小箱ショップ (港南台タウンカフェ)」 2011/11/09 閲覧

<http://www.e-town.ne.jp/kounandai/shop/647/index.html>

yahoo 地図 2014/10/29 閲覧

<http://map.yahoo.co.jp/maps?lat=35.37117952&lon=139.57739528&ac=14111&az=7.4.4&z=16&id=&fa=pa&ei=utf8&p=%E7%A5%9E%E5%A5%88%E5%B7%9D%E7%9C%8C%E6%A8%AA%E6%B5%9C%E5%B8%82%E6%B8%AF%E5%8D%97%E5%8C%BA%E6%B8%AF%E5%8D%97%E5%8F%B04%E4%B8%81%E7%9B%AE4>

yahoo 地図 2014/11/21 閲覧

<http://map.yahoo.co.jp/maps?lat=35.38877430&lon=139.49479658&ac=14110&az=36.1411&z=16&id=&fa=pa&ei=utf8&p=%E7%A5%9E%E5%A5%88%E5%B7%9D%E7%9C%8C%E6%A8%AA%E6%B5%9C%E5%B8%82%E6%88%B8%E5%A1%9A%E5%8C%BA%E6%B7%B1%E8%B0%B7%E7%94%BA1411>

WAC (社団法人長寿社会文化協会) 『コミュニティ・カフェをつくろう!』

学陽書房 2007/12/10

越川秀治 『コミュニティガーデン 市民が進める緑のまちづくり』 学芸出版社  
2002/6/20

大分大学福祉科学研究センター

「コミュニティカフェの実態に関する調査結果[概要版] 2011年7月」

2014/11/29 閲覧

[http://www.hwrc.oita-u.ac.jp/publication/file/Text\\_2011\\_2.pdf#search='%E3%82%B3%E3%83%9F%E3%83%A5%E3%83%8B%E3%83%86%E3%82%A3%E3%82%AB%E3%83%95%E3%82%A7'](http://www.hwrc.oita-u.ac.jp/publication/file/Text_2011_2.pdf#search='%E3%82%B3%E3%83%9F%E3%83%A5%E3%83%8B%E3%83%86%E3%82%A3%E3%82%AB%E3%83%95%E3%82%A7')

大分大学福祉科学研究センター 「まちなかカフェ報告書 2010年3月」

2014/11/30 閲覧

大江守之、駒井正晶、徳村光太他 2008/4/25 慶應義塾大学出版会

『大都市郊外の変容と「協働」—〈弱い専門システム〉の構築に向けて』

[http://www.hwrc.oita-u.ac.jp/publication/file/Text\\_2010\\_2.pdf](http://www.hwrc.oita-u.ac.jp/publication/file/Text_2010_2.pdf)

大橋謙策、袴田俊英他『ケアとコミュニティ 福祉・地域・まちづくり』

ミネルヴァ書房 2014/4/10

鍵屋一『図解よくわかる 自治体の防災・危機管理の仕組み』

学陽書房 2013/9/1

カナロコ「空き家相談件数が大幅増の見込み 横浜市が窓口新設 弁護士連携」

2014/9/30

[http://www.kanaloco.jp/article/78328/cms\\_id/104051](http://www.kanaloco.jp/article/78328/cms_id/104051)

金子勇『「成熟社会」を解説する 都市化・高齢化・少子化』

ミネルヴァ書房 2014/3/20

株式会社イータウン「事業内容」2014/11/05

<http://www.e-etown.com/service/>

北村喜宣監修『空き家等の適正管理条例 老朽危険家屋から住民の安心・安全を守る —喫緊の自治体（行政・議会）政策—』 地域科学研究会 2012/8/21

港南台タウンカフェ「運営体制・協力者」2014/11/05 閲覧

<http://www.town-cafe.jp/kounandai/profile/03.html>

港南台タウンカフェ「カフェサロン」2014/11/06 閲覧

<http://www.town-cafe.jp/kounandai/cafe/index.html>

港南台タウンカフェ「キャンドルナイト in 港南台」2014/11/15 閲覧

<http://www.town-cafe.jp/kounandai/event/candlenight/>

「港南台国際協力まつり」 2014/11/09 閲覧

<http://www.town-cafe.jp/kounandai/event/kokusai/>

港南台タウンカフェ「小箱ショップ 出店のご案内」2014/11/06 閲覧

<http://www.town-cafe.jp/kounandai/minibox/02.html>

港南台タウンカフェ通信 港南台まちづくりプロジェクト leaf letter vol.17-22

国土交通省 2014/01/26 最終閲覧

<http://www.mlit.go.jp/common/000117816.pdf>

国土交通省 都市部、地域部における地域コミュニティの衰退

2014/11/17 閲覧

<http://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/h17/hakusho/h18/html/H1022100.html>

国土交通省 土地・水資源局 都市・地域整備局

「安心して暮らせるまちにするために～地域防犯活動から始めるまちづくり～

平成20年3月 安心・安全まちづくり検討委員会」

[http://tochi.mlit.go.jp/wp-content/uploads/2011/02/anzen\\_sasshi.pdf](http://tochi.mlit.go.jp/wp-content/uploads/2011/02/anzen_sasshi.pdf)

札幌市市民まちづくり局市民自治推進室市民活動協働推進担当課  
「まちづくりとコミュニティ・カフェに関するアンケート調査結果」  
2014/11/30 閲覧

<https://www.city.sapporo.jp/shimin/jichi/gugenka/chiiki-koryu/documents/anke.pdf>

鈴木浩、山口幹幸、稲葉良夫ら『地域再生 人口減少時代のまちづくり』  
日本評論社 2013/8/25

総務省統計局「第21章住宅 解説」 2014/1/23 最終閲覧

<http://www.stat.go.jp/data/chouki/21exp.htm>

中小企業庁「実践行動マニュアル—なぜ人が街から消えていくのか—  
消費者にとって魅力あるまちづくり」 2014/1/23 最終閲覧

[http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/koudou\\_manual/20.html](http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/koudou_manual/20.html)

中小企業庁商業課「空き店舗所有者の意識等に関する調査・研究報告書（概要版）  
中小企業庁商業課 平成20年3月」2014/01/27 最終閲覧

[http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2008/download/080512akitenpo\\_is\\_hiki.pdf#search='%E7%A9%BA%E3%81%8D%E5%BA%97%E8%88%97+%E6%90%8D%E5%A4%B1](http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2008/download/080512akitenpo_is_hiki.pdf#search='%E7%A9%BA%E3%81%8D%E5%BA%97%E8%88%97+%E6%90%8D%E5%A4%B1)

「テンミリオンハウスくるみの家 ホームページ」2014/11/26 閲覧

<http://kuruminoki.donguri.jp/>

東京消防庁「放火火災の実態」 2014/11/25 閲覧

<http://www.tfd.metro.tokyo.jp/hp-seianka/jutakuhoka/1909-3.pdf>

特定非営利法人ふらっとステーション・ドリーム 平成24年度事業報告書  
2014/01/25 最終閲覧

[http://www16.ocn.ne.jp/~furatto/fsd\\_ayumi/houkoku2013.pdf](http://www16.ocn.ne.jp/~furatto/fsd_ayumi/houkoku2013.pdf)

中田実、山崎丈夫『地域コミュニティ最前線』  
自治体研究者、2010/10/30

ふらっとステーションドリーム「アクセスマップ」2014/11/21 閲覧

[http://www16.ocn.ne.jp/~furatto/fsd\\_access/access.html](http://www16.ocn.ne.jp/~furatto/fsd_access/access.html)

「平成24年度中小企業庁委託事業 平成24年度商店街実態調査報告書」  
2014/01/26 最終閲覧

[http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2013/0329Jittai1.pdf#search='%E7%A9%BA%E3%81%8D%E5%BA%97%E8%88%97+%E5%95%8F%E9%A1%8C+%E4%B8%AD%E5%B0%8F%E4%BC%81%E6%A5%AD%E5%BA%81'](http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2013/0329Jittai1.pdf#search='%E7%A9%BA%E3%81%8D%E5%BA%97%E8%88%97+%E5%95%8F%E9%A1%8C+%E4%B8%AD%E5%B0%8F%E4%BC%81%E6%A5%AD%E5%BA%81)

「平成22年度版高齢社会白書 第1章コラム5」 2014/11/24 閲覧

<http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2010/zenbun/html/s1-3-clm5.html>



まちづくりフォーラム港南 2014/11/05 閲覧

<http://www.e-town.ne.jp/machi-forum/>

文部科学省「特定非営利活動法人ふらっとステーションドリーム」

2014/11/21 閲覧

[http://www.mext.go.jp/a\\_menu/ikusei/npo/npo-vol3/1316776.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/ikusei/npo/npo-vol3/1316776.htm)

横浜市「空き家活用による地域の活動拠点づくり」 2014/01/28 最終閲覧

<http://www.city.yokohama.lg.jp/somu/org/jinzai/genba/h17/houkoku/akiya.pdf>

横浜市指定特定非営利法人ふらっとステーション・ドリーム

2014/01/24 最終閲覧

[http://www16.ocn.ne.jp/~furatto/fsd\\_ayumi/ayumi.html](http://www16.ocn.ne.jp/~furatto/fsd_ayumi/ayumi.html)

横浜市「行政地図情報提供システム」 2014/01/25 閲覧

<http://www.city.yokohama.lg.jp/map/map.asp?mpx=139.533121775&mpy=35.401264422&ntp=2&nps=10000>

同上 凡例 2014/01/25 最終閲覧

<http://www.city.yokohama.lg.jp/map/maplegend.asp?lgcd=211&ntp=2>

「横浜市「行政地図提供システム」 2014/11/01 閲覧

<http://www.city.yokohama.lg.jp/map/map.asp?mpx=139%2E533121775&mpy=35%2E401264422&ntp=2&nps=10000&adl=%2C2>

横浜市経済局「商店街空き店舗活用事業」 2014/11/19 閲覧

<http://www.city.yokohama.lg.jp/keizai/shogyo/syouten/akiten.html>

横浜市経済局「平成24年度商店街実態調査 報告書」 2014/11/19 閲覧

<http://www.city.yokohama.lg.jp/keizai/toukei/pdf/24zittaihoukokusyo.pdf>

横浜市建築局「統計資料データ」 2014/11/18 閲覧

<http://www.city.yokohama.lg.jp/kenchiku/housing/seisaku/toukeindex.html>

「横浜市統計ポータルサイト 区別統計ポータルサイト 港南区」

2014/11/01 閲覧

<http://www.city.yokohama.lg.jp/ex/stat/ward/konan.html>

「横浜市統計ポータルサイト 戸塚区」 2014/01/25 閲覧

<http://www.city.yokohama.lg.jp/ex/stat/ward/totsuka.html>

横浜市「特集『協働』から『地域運営』へ

ドリームハイツ～住民主体の地域運営から見えるもの」 2014/01/25 最終閲覧

<http://www.city.yokohama.lg.jp/seisaku/seisaku/chousa/kihou/166/kihou166-040-045.pdf>

吉田友彦『郊外の衰退と再生 シュリンキング・シティを展望する』晃洋書房

2010/12