

まちづくりの主体が持つクリエイティブ・コンフィデンスの形成プロセス ヨコハマ市民まち普請事業を対象としたインタビュー調査と M-GTA を用いた発話分析を通して

Formation Process of Creative Confidence of Community Development Actors

Through Interview Surveys of Yokohama Shimin Machi-bushin Project and Speech Analysis Using M-GTA

○小村遥香（関東学院大学 大学院）*1 酒谷粹将（関東学院大学 建築・環境学部 准教授・博士（工学））*2

*1 OMURA, Haruka, Kanto Gakuin University,

1-50-1, Mitsuura Higashi, Kanazawa-ku, Yokohama, Kanagawa, 236-8501, m23j3005@kanto-gakuin.ac.jp

*2 SAKATANI, Suisho, Associate Professor, Kanto Gakuin University, Dr.Eng

1-50-1, Mitsuura Higashi, Kanazawa-ku, Yokohama, Kanagawa, 236-8501, sakatani@kanto-gakuin.ac.jp

キーワード: まちづくり, マインドセット, クリエイティブ・コンフィデンス, M-GTA, 発話分析

1. はじめに

1.1. 研究の背景と目的

近年、多くの地域では人口流失や高齢化、施設の老朽化などによって、地域の魅力や価値の低下が問題視されている。都市が健全な発展を続けていくためには、住民がそこを拠点に生活し、根付き、自然と世代更新が行われるような、いわば住み続けたいと感じるまちづくりが必要とされる。まちづくりと都市計画は扱っている対象が居住環境の保全や改善であることから同一視されやすい¹⁾。従来の都市計画は、行政や開発業者によって規定やルールに基づき合意形成においても公平さが求められ、恣意的な計画にならないようされてきた。しかし、地域によって気候や地形、歴史はもちろん、解決すべき地域課題も違うなかで、地域に合わせたまちづくりと合意形成のためには、住民自らの手によるまちづくりが必要不可欠である。一方で、まちづくりや建築に関する専門的な知識の少ない住民が主体となってまちづくり活動を行うには、大きな問題や課題が伴うことが予想される。そのような困難な状況でも前向きに活動を展開するには、まちづくりを進める主体の強靱なマインドセットが必要となるだろう。

そこで、本研究ではクリエイティブ・コンフィデンスの概念を軸に主体が持つマインドセットの形成プロセスを明らかにすることを目的とする。

1.2. 研究の方法

本研究では、住民主体のまちづくりとして一定の評価を受け、現在も活動を継続している「ヨコハマ市民まち普請事業²⁾（以下まち普請）」を調査対象とする。2015年度から2019年度にまち普請に応募し2020年度までに整備を完成させた15の整備団体を対象とする。インタビュー項目はマインドセットに深く関わりがあるクリエイティブ・コンフィデンスや自己効力感の要素をもとに作成した³⁾。得られた発話データは質的研究方法の中でも実践的理論の構築が目的とされているM-GTAを用いて分析する。

1.3. 既往研究と本研究の意義

本研究のようにまちづくりに対する住民心理やマインドセットを研究対象とした既往研究には、既成市街地のまちづくりにおいて住民参加ワークショップの果たす役割に関する考察⁴⁾やまちの魅力とまちづくり活動への熱意との関連についての分析⁵⁾がある。一方で、地域組織やリーダーの発達要因に関する既往研究にはまちづくりリーダーの発達影響要因とその構造に関する研究⁶⁾や建築士の関わるまちづくり活動組織の発達要因⁷⁾、まちづくり活動に取り組む地域住民の特性についての研究⁸⁾がある。

以上の通り住民の意識調査に関する研究やまちづくりリーダーの心理的形成に関する研究はあるものの地域やまちづくりに対する意識や意欲の質的变化を分析した研究は少ない。そこで、継続的に活動している事例を複数、調査対象とし比較分析して行うことでまちづくり主体者の意識変化や活動組織の発達要因について分析できると考えられる。

また、本研究はインタビューデータを質的研究方法に基づいて分析していく。質的研究方法を用いたまちづくり分野の研究には、農村地域の活性化にむけた初動期における個人とコミュニティの成長プロセス⁹⁾がある。この研究ではコミュニティ活性化の初動期において既往研究で示されているような、循環型のコミュニティとしての成長プロセスが存在することが確認された。つまり、定量的分析だけではなくGTAを用いた質的分析手法による理論化が既往研究を裏付ける要素として有用であることが示されている。

本研究はマインドセットの中でも特にクリエイティブ・コンフィデンスの概念に着目しさらにM-GTAを用いて分析することで、まちづくりのより実践的な知見が得られることに意義があると考えられる。

2. まちづくりを推し進めるマインドセット

2.1. クリエイティブ・コンフィデンス

本研究で扱うクリエイティブ・コンフィデンスとは創造力に対する自信のことで、デザインコンサルティング会社

IDEO のデイヴィッド・ケリーとトム・ケリーの共著『クリエイティブ・マインドセット¹⁰⁾』の中で議論されている。著書の中で創造性とは新しいアイデア、解決策、アプローチを生み出す時に発揮できる能力であり、その能力は誰もが持っている潜在的もので、努力や経験次第で鍛えることができることとされている。そのため、地域の課題を解決し、地域の魅力を高めることが目的のまち普請事業において、成功した事例の主体者たちはその能力がうまく発揮できたと考えられる。また、整備までの道のりで待ち構える二度のコンテストは住民にとっての困難となり、コンテスト通過は成功体験の積み重ねとも言えるのではないだろうか。以上の点から、まち普請事業の主体者とクリエイティブ・コンフィデンスには関わりがあると考えられる。

2.2. 自己効力感

デイヴィットらはクリエイティブ・コンフィデンスの概念に関連深いものとして社会心理学者アルバート・バンデューラ (Albert Bandura) の社会的学習理論における「自己効力感 (self-efficacy)¹¹⁾」をあげている。自己効力感とは「自分になら成し遂げられる」、「自分には状況を変えられる能力がある」といった信念のことである。また、自己効力感 は自然発生的に生じるのではなく、「遂行行動の達成」「代理的経験」「言語的説得」「情動的喚起」を通じて自ら作り出していくものとされている。

本研究では、A. バンデューラが提唱した自己効力感を発生させる 4 つの要素に関連する既往研究や心理学分野の理論をもとに作成したものを使用する (表 1)。また、まちづくりを始めるきっかけやまち普請に応募するまでの過程を把握するための基本的な質問も行うこととする。

Table.1 Question items

I. 整備やまちづくりに関する基本的な質問 Basic questions about maintenance and community development	
1.	整備をしようと思った理由はなにか What made you want to look up maintenance?
2.	まち普請に応募しようと思った理由はなにか What made you decide to apply for Machibusin?
3.	いつ頃から地域やまちづくりに関心をもったのか When did you become interested in community and community development?
4.	まち普請に参加する前から、学校や職場、家庭など何かをより良くする方法を提案することが得意だったか Were you good at suggesting ways to improve things such as schools, workplaces, and homes before you participated in Machibusin?
5.	活動を始めた時のご自身の理想の地域の人の関わり方はあるか Do you have a relationship with people in your ideal area when you start your activities?
II. 遂行行動の達成 Mastery Experiences	
1.	やりたい事が決まった時、何から始めたか What did you start with when you decided what you wanted to do?
2.	やりたい事を知ってもらうためにした事はあるか Is there anything you did to let people know what you want to do?
3.	整備の計画がなかなか進まなかった時期をどのように乗り換えたのか How did you manage to survive when the maintenance plan was not progressing well?
4.	整備がどんどん進むようになったのはいつ頃か When did the maintenance start to progress rapidly?
5.	一次コンテストの時に力を入れたことはなにか What did you focus on during the first contest?
6.	二次コンテストの時に力を入れたことはなにか What did you focus on during the second contest?
7.	コンテストに通過したことで、活動にどのような変化があったか How did your activities change because of passing the contest?
8.	まち普請の前に、地域のイベントなどまちづくりに関わった経験はあるか Do you have any experience involved in community development, such as local events, prior to Machibusin?
9.	通過しなかった団体との違いはどういった点だと思うか What do you think is the difference from the groups that did not pass?

III. 代理的経験 Social Modeling	
1.	自分たちの整備の手本や参考になった事例はあったか Were there any examples of your own maintenance or examples that served as a reference?
2.	自分もまち普請に参加してみようと思うきっかけになった事例はあったか Were there any examples that inspired you to participate in Machibusin?
3.	同じ年度のコンテストに参加した他の団体との関わりはあったか Were there any relationships with other organizations that participated in the contest in the same year?
IV. 言語的説得 Social Persuasion	
1.	自分たちの活動を応援したりやる気ができるような言葉を掛けたり メッセージをくれる人はいたか Were there any people who supported your activities or gave you motivational words or messages?
2.	横浜市の職員の方やまち普請の担当者とはどのような話をしたか What kind of talks did you have with the staff of Yokohama City and the person in charge of town construction?
3.	デザイナー、建築士、まちづくりコーディネーターなどと話したり相談したりしたか Have you talked or consulted with designers, architects, community development coordinators, etc.?
4.	地域の方からどのような言葉をももらったか What kind of words did you receive from the local people?

3. ヨコハマ市民まち普請事業

住民主体のまちづくりには、地域の委員会によるものやまちの建築家を巻き込んだ形など様々な形態がある中で、神奈川県横浜市のまち普請事業は一定の評価を受け、全国でも模範例として取り上げられている。まち普請は 2005 年から始まった横浜市独自の制度でその内容は防犯、防災、多世代交流、環境安全など分野を問わずに応募ができる。応募団体は 2 回のコンテストを経て、最大 500 万円の整備費が助成され、整備完了後は 5 年間の運用と維持が求められる。アイデア出しから整備完了まで、共感者を集めることやコンテスト通過のための議論など、様々な困難が予想されるがそのような状況に直面しても市民が主体となることで、地域での活動の輪がひろがるのが期待される。

本研究では、表 2 に示した 15 団体を対象とし団体メンバーの中でも特に積極的に整備に関わり、横浜市都市整備局地域まちづくり課が発行する整備事例集の中でも取材を受けた整備主体者を対象に半構造化インタビューを行う。また、整備対象事例について本論文内では以下に示した通称で呼ぶこととする。

Table.2 Research group

年度 year	No. 通称 Common name (所在地 Location) 提案名 Proposal name
2015	A. 湧水を守る会 Wakimizuomamorukai (泉区 Izumi-ku) 湧水を住民のいこいの場に！子どもたちに自然体験を！ Let children experience nature with spring water as a place to relax
	B. つづきっず Tsuzukizzu (都筑区 Tsuzuki-ku) 東山田工業団地に案内板、掲示板、会社マークを設置 Installation of information boards, bulletin boards, and company logos in the Higashiyama Industrial Park
	C. もりのお茶の間 Morinochanoma (金沢区 Kanazawa-ku) 住民同士の輝き「人材マップ」を中心にした拠点づくり Creation of a base centered on a "human resources map" that shines among residents
2015	D. もろおかスタイル Morokasutairu (港北区 Kohoku-ku) 太陽とコミュニティで耕すもろおかエコステーション Moroka Eco Station cultivated with the sun and community
	E. そらとやねの広場 Soratoyanohiroba (戸塚区 Totuka-ku) 上星川の「ひと」「まち」「こと」のふれあい広場 Kamihoshikawa's "People", "City" and "Things" Fureai Hiroba
	F. ぶらっと谷矢部 Purattoyatoyabe (保土ヶ谷区 Hodogaya-ku) 地域のインテリジェンス「ぶらっと谷矢部」づくり Creation of regional intelligence "Platto Yatoyabe"
2017	G. 太陽公園ローズハウス Taiyokoenzohausu (青葉区 Aoba-ku) 太陽公園ローズサロン Taiyo Park Rose Salon
	H. 宮ノ前テラス Miyanomaterasu (泉区 Izumi-ku)

	中田のえんがわ「宮ノ前テラス」多世代交流スペース Nakata's Engawa "Miyanomae Terrace" multi-generational exchange space
	I. 100 段階 100dankaidan (青葉区 Aoba-ku) 「百段階」を中心とした美しが丘地区遊歩道の整備 Development of the Utsukushigaoka District Promenade Centered on the Hyakudan Steps
2018	J. ふなだまり Funadamari(金沢区 Kanazawa-ku) 歴史と環境をテーマに安心して楽しめる里海公園づくり Creating Satoumi parks that can be enjoyed with peace of mind under the themes of history and the environment
	K. おもいやりハウス Omoiyarihausu(南区 Minami-ku) 世代を超えた集いの場にするための拠点づくり Creating a base for gathering across generations
	L. 230cafe 230cafe(鶴見区 Tsurumi-ku) 鶴見の多文化・多世代の共創拠点づくり Creation of Tsurumi's multicultural and multigenerational co-creation base
2019	M. きくみなさんの広場 Kikuminnanohiroba(港南区 Konan-ku) カベを取り払ってみんなが自由になる「ひろば」づくり Creating a "Hiroba" where everyone can be free by removing walls
	N. みんなの絵本のお家 Minnanehonouchi(泉区 Izumi-ku) みんなの絵本のお家 Everyone's Picture Book House
	O. icocca icocca(港南区 Konan-ku) コミュニティカフェの新設 Establishment of a new community cafe

4. M-GTA を用いた分析手順

本研究では、インタビューデータを質的研究方法に基づいて分析していく。質的研究方法とは数字で表すことができない社会的、文化的事象を明らかにするために確立されたもので、その種類には、KJ法、SCAT、GTA、M-GTAなど、様々な手法がある。

4.1. M-GTA の本研究への適応

西村は著書『まちづくり学¹⁾』の中で“まちづくりは定義することよりも実践することが重要なのである”と述べている。そこで、質的研究の中でも特に実践的理論の構築が目的とされている M-GTA (Modified-Grounded Theory Approach)¹²⁾が最適であると判断し活用に至った。

4.2. 分析手順

- (1) [分析テーマと分析焦点者の設定] 分析目的と方法、両者のバランスを最適に保ちながら分析を進めるため、分析テーマと分析焦点者を設定する。
- (2) [概念の生成] 設定した視点に関連するデータ箇所を1つの具体例とする。他にも類似の具体例出てきそうなものを始めに設定することで概念生成をはかる。
- (3) [分析ワークシートへの記入] 概念を生成する際に用いるものであり、概念名、定義、具体例等を記入する。
- (4) [概念生成の継続] 分析を進める中で新たな概念が生成された場合、新たな分析ワークシートに記入する。新たな概念を生成する際、既に生成された概念と類似性と対極性を軸に考えると効果的である。
- (5) [他の具体例の収集] 定義に当てはまる他の具体例がないか、データから探しワークシートの具体例欄に記入していく。いくつか具体例が出てきた定義はそれらを要約する名前を概念として記入する。
- (6) [個々の概念間の関係図の作成] 概念同士はそれらを集約するような名前をサブカテゴリーとしてつける。分析結果を構成する最小単位が概念であり、その上位概念をサブカテゴリー、さらにその上位概念にカテゴリーが存在する。
- (7) [結果図の作成] 結果図とは分析によって明らかになった理論構成の全体を示したもので、カテゴリー間の関連性を視覚的に表したものである。
- (8) [分析結果の文章化] 分結果図を文章化したものをスト

ーリーラインという。文章化の際には、生成されたカテゴリー、サブカテゴリー、概念を用いて簡潔に表す。

4.3. 概念生成手順とその結果

全15団体のインタビュー時間は、平均78分(最短42分～最長103分)であった。各団体の文字起こしデータを M-GTA を用いて分析し、概念の生成を行った。

本研究における分析焦点者を「自分の住んでいる地域に対して何かしらの想いを抱いている人」、分析テーマを「想いの実現に向けたクリエイティブ・コンフィデンス形成に基づく行動プロセス」と設定する。内容が豊富に語れそうな100段階とおもいやりハウスの2件から分析を始めた結果、5つの概念が生成された。他の具体例の収集と並行して、概念間の関係性を検討し、それらを集約するカテゴリー、コアカテゴリーの生成を行った。概念の収束化をはかる際には似ている概念関係を〈類似〉、対になる関係を〈対極〉に加え、類似する概念がもとでさらに内容が広がった〈展開〉、2つ以上の概念を伏せて持つ関係を〈重複〉という4つの作用で検討を行った。分析プロセスの例として表3に分析ワークシートの一部を示す。

Table.3 analysis worksheet

概念名 Concept Name
ふるさとへの想い Thoughts on my hometown
定義 Definition 生まれ育った地域への愛着心や自分が体験した地域の良さを将来にも残しておきたいという想いがきっかけで実践される活動のこと An activity that is carried out based on a feeling of attachment to the area in which one was born and raised, and a desire to preserve the goodness of the area one has experienced for future generations.
具体例 Variation ・1km, 2km違うと駅で必要とされているものと住宅街で必要とされているものが違うかもしれない。やっぱりその土着的にその地域に対する愛情でなんかやるっていうのが一番良いことなんで。(I ₁ 氏) If there is a difference of 1km or 2km, what is needed at the station may be different from what is needed in the residential area. After all, the best thing is to do something with that indigenous affection for the area. ・自分たちの子どもが住むまちだから、自分たちが子どもの頃楽しかった思い出を分けてあげたいとか、自分たちが味わった事のない楽しい経験をさせてあげたいって思ってたので、それは、お年寄りもそうだしみんなに見守ってもらえれば環境はどんどん良くなっていくはずなので…(K ₂ 氏) Since this is the town where our children live, we want to share the fun memories we had when we were children, and we want to give them fun experiences that they have never experienced before. The same goes for the elderly, and if everyone watches over us, the environment will get better and better.
理論的メモ Theoretical Memo ・この概念で抱かれる想いとは自身の経験からくるポジティブな想い The thoughts embraced by this concept are positive thoughts that come from one's own experiences. ・具体的な行動というよりもその前段階で抱くマインドに関する概念 Concepts related to the mind held in the previous stage rather than specific actions ・想いの実現に向けた行動は自身と地域との今までの関係性や既に存在する地域活動によってさまざまだと考えられる Actions taken to realize one's desires are considered to differ depending on the relationship between oneself and the community and existing community activities.

このようなプロセスを経て、最終的に、17概念が生成された。続いて概念間の相互関係を捉えた結果、上位概念である15サブカテゴリーに収束され、さらに3カテゴリーに収束された。概念間の関係を表した概念モデル、いわゆる結果図を図1に示す。

はじめに、ストーリーラインとして得られた行動プロセスの全体像を明らかにする。その後、各カテゴリーと概念に着目し、その解釈とインタビューデータの抜粋を記述する。ストーリーラインとは、分析テーマに対するカテゴリー間の関係を表す文章のことで、図1で示した概念モデル図の中の主要なカテゴリーや重要な概念を用いて表現する。以

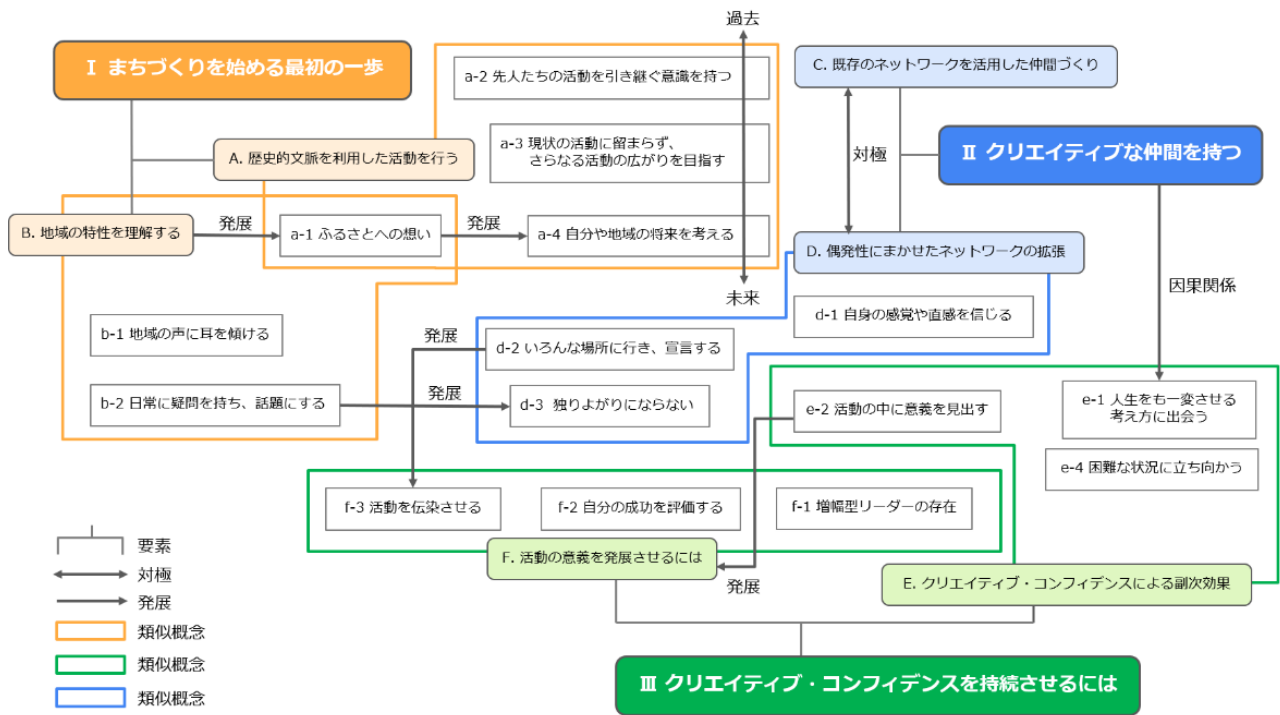


Fig1 Behavioral process based on creative confidence building by community development actors.

下では、生成されたカテゴリーを【**】**、サブカテゴリーを〔**】**、概念を〈**】**、質問内容を太字の斜体、対象者の発言を斜体で表すこととする。インタビューデータの引用箇所が長くなりすぎる場合は重要な部分を絞って抜粋し《中略》を用いて表記する。インタビューデータの引用箇所は、研究倫理を配慮して匿名表記とする。整備に関わった人物が複数人の場合、登場順に番号で区別することとする。例えば、A 団体の整備にかかわった人物が 2 人であった場合、登場順に 1 人目を A₁ 氏、2 人目を A₂ 氏のように表記する。

4.4. ストーリーライン -主体者のクリエイティブ・コンフィデンス形成にもとづく行動プロセス-

まちづくりや建築に対して非専門家である住民が主体となってクリエイティブなことを始める場合、【まちづくり活動の最初の一步】は高いハードルを感じるものがない、簡単な活動であることがほとんどであった。それらを活発に広げていくためには地域住民からの理解や共感が必要であるため、【クリエイティブな仲間を持つ】ための行動に展開していく。仲間づくりには〔既存のネットワークを活用〕したものとその対極である〔偶発性に任せネットワークの拡張〕方法がある。仲間づくりによってクリエイティブ・コンフィデンスが個人からチームのものへと展開されると、形成されたクリエイティブ・コンフィデンスを強くし、持続させるための行動が現れる【クリエイティブ・コンフィデンスを持続させるには】。また、形成されたクリエイティブ・コンフィデンスはまちづくり活動にとどまることなく、多方面に副次的効果として主体者のマインドに変化が現れる〔クリエイティブ・コンフィデンスによる副次的効果〕。

5. まちづくりを始める最初の一步

これまで建築や地域活動と無縁だった人にとって、まちづくりとは創造性が備わった専門家にしかできないものであり、自ら挑戦することに戸惑う人は多いだろう。自分が

クリエイティブとは程遠い人間だと思っていたとしても第一歩を十分に小さくすれば、少しずつではあるが、クリエイティブ・コンフィデンスは生成されると考えられる。本章では、まちづくり活動における一歩目について主体者のマインド変化に着目しながら行動プロセスを見ていく。

5.1. 歴史的文脈を利用した活動

自分で踏み出す一歩は、誰もやっていない新たな行動である必要はない。昔から続く地域の社会貢献活動や伝統文化など、いわゆる〔歴史的文脈を利用した活動から始める〕ほうが簡単で踏み出しやすい一歩であるだろう。

5.1.1. ふるさとへの想いの現れ 生まれ育った地域への愛着心や自分が体験した地域の良さを将来にも残しておきたいという想いがきっかけで実践される活動のことである。O₃ 氏と I₁ 氏はまちで何かをはじめるにあたって土地への愛着が大切であると述べている。

icocca をやろうと思ったから愛着が湧いたのか分からないけど、日野南のことが好きだったから多分やろうと思った。(O₃ 氏)

1キロ2キロ違うと駅で必要とされてるものと住宅街で必要とされてるものが違うかもしれない。やっぱりその土着的にそこの地域に対する愛情でなんかやるっていうのが1番良いことなんで。(I₁ 氏)

上記のように地域に対して愛着を抱くとその魅力の理解者や共感者がほしいというようなマインドが現れることは自然なことである。I₂ 氏や K₂ 氏など多くの主体者は地域の魅力を子どもたちに理解してほしいと願っていた。

維持してきているきれいな街並みで重々育ってきたから、このまちがやっぱり好きだし《中略》特別だなあっていう思いがあったので、自分の子どもたちにも、まちの良いところをちゃんと分かってほしい。住んでる子たちがちゃんとそれを実感して欲しいって思った。(I₂ 氏)

…自分たちの子どもが住むまちだから、自分たちが子どもの頃楽しかった思い出を分けてあげたいとか、自分たちが味わった事のない楽しい経験をさせてあげたいって思っているので…(K₂氏)

このように、生まれ育ったまちに愛着があると子供たちにも同じような経験、またはそれ以上の経験をさせてあげたいという想いが芽生え、理想の地域の在り方を認識するきっかけとなる。一方で、自分の生まれ育った町ではない地域でまちづくりを行っている人もいる。例えば、E₁氏の場合、会社の移転をきっかけに上星川に住むこととなった。

…将来、おそらく子どもはできるだろう。そしたら、この商店街にお世話になるだろうと、じゃあ先に出来ることないかなと思ったんですね。(E₁氏)

O₃氏も引っ越しがきっかけで現在の土地に根を下ろすこととなったが、そこでの活動の始まりは理想の暮らしを考えたことによるという。

…ここに永住しようって決めた時に、じゃあここが私たちのふるさとなるわけじゃない？子どもたちにとっても通りますぐりのまちじゃなくて、ここがふるさとなるのだとしたら、このまちでこれから育てていくここに根っこをおろすと決めたら、豊かで住みよい楽しいまちのほうがいいじゃない。(O₃氏)

〈ふるさとへの想い〉は生まれ育った町に対して抱くことが多いが、引っ越しや会社の移転や設立を機に、将来、自分や子供のふるさとになり得ることを認識した時にも醸成される。

このように、主体者が抱く地域をよりよくしたいという想いや、子供たちにもまちの魅力を理解してほしいという想いは、理想の地域像を描ききっかけとなり、〈ふるさとへの想いの現れ〉としてまちづくり活動に繋がる。愛着が要因となって始めるまちづくりには、その想いが希薄化しない限り、クリエイティブな力を伸ばし続けることができるのではないだろうか。

5.1.2. 先人たちの活動を引き継ぐ意識を持つ まちづくりを始める簡単な方法の1つとして、〈先人たちの活動を引き継ぐ意識を持つ〉ことが挙げられる。

(きくみなんのひろば)の場合、立ち上げメンバーには既に他の地域で拠点づくりを行った後にNPO法人のメンバーとして活動している人や、錦が丘地区の買い物難民を支援するためにコミュニティバスの運営を行っている人など、すでに地域活動の経験がある人が多くいた。まち普請応募に対して躊躇いはあったかという質問に対してM₁氏は以下のように述べている。

先輩の活動団体の方もいるから、私たちはそういうものだからくっついていて、私は事務局でもすればいいんだろうなという事で手を挙げました。(M₁氏)

一方で、I₁氏は先輩活動者のまちづくりの様子を見て、自然と自分がそれを引き継ぎ将来に繋げていかなければならないと感じたという。

先輩方のプライドっていうか、まちづくりのスピリットっていうのをつなぐことが、多分私の仕事だろうって思ったわけです。《中略》私はその先輩方が頑張ってくれたのずっと見ているから、別にやれって言われたんじゃないんだけど伝えなきゃっていう気持ちがあった。(I₁氏)

このように、先人たちの活動に導かれることで、高いハードルを感じることなく、自然とまちづくり活動を始めることができる。しかし、先輩活動者の中には、新参者が入ってくることに嫌悪感を抱く人もいるが、活動に興味を持ってくれること自体に嫌な感情を抱いているわけではないだろう。新参者によって伝統や歴史が軽視され、自分たちの今までの活動が継承されないのではないかと恐れている。先人たちからの理解を得るためには、これまでの活動の軌跡を辿り、先人たちの苦勞を理解することから始めるとよいだろう。I₁氏は年配活動者と若い活動者の取り合いについて、以下のように述べている。

私たちが最初にはじめてときの自治会っていうのは高齢者しかいなかった。若い人が手を挙げてなんか言ったら、お前は今までのこと知らないくせに偉そうなことをって絶対言いたいわけよ。で、そこをおばちゃんがまあまあって言えば、一応合間が取り持てるっていうのがあって。で、若い人が素直にすごいですねって言うと、嬉しそうで。今度はじゃあ、これは彼ら(若い人)にやらせませうって言ってデザインが出てきました、アイデアが出てきましたって、若い人がやってくれたと言うと、若い奴もなかなかやるじゃないかってなってくるわけ。その関係ができたのが良かったんじゃないかな。(I₁氏)

このように、既存のまちづくり活動の担い手が、その地域に昔から馴染みのある高齢者主導であることは珍しくない。そのような地域の場合、まちづくりに限らず新しいことを始める際には、地域の自治会や町内会からの理解が必須である。〈先人たちの活動を引き継ぐ意識をもつ〉ことは、まちづくりに対するマインドをプラスに変化させるだけでなく、これまでまちづくりを担ってきた先輩活動者からの理解や共感を得るきっかけ作りにもなるため、自身のクリエイティブ・コンフィデンスの増幅にも繋がるだろう。

5.1.3. 現状の活動に留まらず、さらなる活動の広がりを目指す 一般的にまちづくりと聞くと多世代交流の場の設立や、空き家や古民家等の地域資源の活用などを思い浮かべる人が多いだろう。しかし、まちづくりに直接関わる活動でなくても、町内会や自治会、PTAなどの地域コミュニティに参加することはもちろん、“活動”とまでは呼べないような、ご近所付き合いのためにやっていたことでも、共感者が増えればまちづくりに繋がる場合がある。

K₁氏の活動の始まりは、近所に住むお年寄りの買い物の手伝いという簡単なものであった。中村区周辺は坂道が多く買い物に行きづらいお年寄りが多くいたため、そのような活動を始めたという。K₁氏は日頃の活動をまちづくりに発展させた経緯について以下のように述べている。

…実際自分の家の側の方には声かけてお買い物してあげたりしたんですけど、もっと(坂の)上が上がっていくおばあちゃんもいて、そういう人たちに私が急に話しかけても何？ってなっちゃうし、そのサークルでおばあちゃん達と関わったっていうのがあって、自分が家のそばでやっていた事を、広げていけたらいいのになって、なんてぼんやりと私の中では思っていた。(K₁氏)

このようにすでに地域組織に入り活動をしている人は〈現状の活動範囲に留まらず、さらなる活動の広がりを目指す〉ことで、新たな活動を展開しようとしなくても、住民が求めるまちづくりにつながる一歩が見えてくるだろう。このことから過去の行動や活動の積み重ね、いわゆる“遂

行行動の達成”が要因となって主体者のマインドセットは発展すると考えられる。今回のような地域活動やまちづくりにおいては、失敗や成功といった指標は捉える側の評価基準によって変わってくるため判断が難しい。しかし、少なくとも現在まで活動を続けられているという事実や、地域に共感者がいて受け入れられている事実は、成功体験と捉えることができるだろう。つまり、成功体験を持った主体者は高い自己効力感を持っているため、躊躇うことなくまちづくりへ踏み出すことができるのではないだろうか。

5.1.4. 自分や地域の将来を考える まちづくりを始めることになかなか一歩を踏み出せない人は、地域の将来と自分の将来を重ね合わせることで、まちづくりを自分事にとらえる事ができるだろう。例えば、H₁氏は退職後にコミュニティカフェを知り、現地に行ってみるとお年寄りから子供たちまで地域の人みんなが集まっている姿に魅力を感じ、それをきっかけにまちづくりを始めた。

自分の近くにそういうのがあったら自分が年取ってから行けるような、オシャレな感じ。もっとすごく陰気臭いというか福祉っぽいところは結構いっぱいあるのは知ってたんですけど、もっとオシャレな、ちょっと着替えて行きたい、靴履き替えて、イヤリングして行くようなところがあったら楽しいな、それがうちの近くにあっていいなと思ったのがきっかけで始めました。(H₁氏)

H₁氏のように将来の居場所づくりをきっかけで始めたという例は珍しくなく、コミュニティカフェのボランティアとしてランチタイムに調理を担当しているO₁氏も同様のことを述べていた。O₁氏はボランティアとして活動に参加している理由を以下のように述べていた。

自分がね、年取った時の居場所が欲しいから作るのよ(O₁氏)

このように、まちづくりが自分の将来と深く関係のあるものだと思えると、まちづくりに関わることへの迷いや躊躇いがなくなるのではないだろうか。〈自分の将来を考える〉ことがまちづくりをはじめのきっかけとなった場合、まちづくりに関する学びや努力に対して能動的なマインドで取り組むことができるのではないだろうか。

5.2. 地域の特性を理解する

住民主体のまちづくりの最大の特徴であり魅力は、地域住民からの理解が得られやすく、その地域特有のまちづくりが行えるという点である。地域を生かしたまちづくり活動を行うには自分の住んでいるまちの歴史や風土、住民の住まい方などを理解することが必要である。

5.2.1. 地域の声に耳を傾ける 多くの団体が地域住民の声を聴くためにアンケートを取っていた。整備完了後に実際にサービスを受けたり、利用したりするのは周辺の住民であり、アンケートを通して住民からの意見を聞き、声を活かして今後の活動つなげていくことで、より意義のあるまちづくり活動を行うことができると考えられる。

なにが地域に、子どもを育てるのに必要なかなっていうのがあって、お母さん方に保護者の皆さんにアンケート調査をしたんですね。(C₁氏)

まち普請はどれだけ地域に必要なとされているかも結構大事で、聞かれるので、うちはアンケートを取りました。《中略》で、やっぱり皆さんが同じように、居場所とか私たちがつ

くりたいなって思っているものを欲しているなって事が分かったので、じゃあやっぱり必要だよなって。(K₁氏)

このように地域住民や今後の利用者となる人の想いを汲み取ることは、今後の活動を展開するうえで大きなヒントとなるだろう。一度、自分たちの活動を振り返って、本当に必要とされているものは何か、〈地域の声に耳を傾ける〉ことは極めて重要である。住民の声を活かした意義の高いまちづくりをすることは、住民がまちづくりに対して抱くマインドにも良い影響を与えるのではないだろうか。

5.2.2. 日常に疑問を持ち、話題にする 今ある自分たちの日常に疑問を持ち、話題にすることで、いつもあたりまえに感じていた風景や行動が、隠れた地域課題であったことに気づけるだろう。住民のニーズはどこにでもあり、誰も思っているが口には出さない程度のこと、いわばあたりまえなことが多いだろう。

その地域の課題ってなんかこう、こういうことが問題だよねここが問題だよってすごく普通になんだろう…、一般論としてなんか普通にこう存在してたりしてるしこう語りやすかったり感じで、まあそりゃそうだよねみたいな感じであったりするから。(L₂氏)

普段の生活で感じる不便さや疑問にどれだけ気づき、対処できるかが意味性の高いまちづくりを行うための重要な視点となる。自身が感じた違和感や疑問点を心のうちに閉まっておくのではなく、公の場で話題にすることが次のステップとしてある。公の場といっても町内会議や自治会の集まりなどの場である必要はなく、よくあるママ友同士の立ち話など単純な形態で十分である。

ある時K₂氏と2人で幼稚園の帰りにケアプラザのそばで喋っていたら、そこに遊び場とか子育てサロンがないって相談をうけて。そうか、今までのサークルって何曜日って決まっていた、私たちからしたら幼稚園が午前保育の時だけ集まりたいとか、自分達で作れば融通が利くサークルが作れるなって思って立ち上げて。(K₁氏)

同様に、O₁氏とO₂氏も家が隣同士という間柄から、日ごろから「地域にお年寄りが集まれる場所があったらいいよね」と話題にしていた。

発起人ってのが3人いて、私とIさんと民生委員の会長さんがいて、そのIさんと民生委員の会長さんがお家がたまたま隣どうして、そういう場所があったらいいよなって日ごろの中で話をしていた、そういう場所をつくりたいねってずっと言っていた、私は私ですって思っていた。(O₃氏)

このように、立ち話程度の実現性の少ない場であったとしても、声に出すことで共感の輪は広がっていくのである。地域に関する話題が増えることで、自分では気が付かなかった地域の魅力や、課題が見えてくると考えられる。友人や仲間との話題の1つに“地域”というカテゴリーを入れることは効果的であり、なおかつ高いハードルを感じることなく誰もが取り組める簡単な行動であるだろう。

6. クリエイティブな仲間を持つ

人と人との繋がりや生成や再生が目的とされているまちづくりにおいて、活動の仲間を見つけることは、人の輪を広げていくための基盤となる重要なものである。新たなアイデアや解決策を生み出すため、ひらめきやすい環境にす

ること、いわば仲間を持つこともクリエイティブ・コンフィデンス形成に繋がる1つの重要な要素と考えられる。以下では、主体者がまちづくりを押し進めるために仲間の輪をどのように広げていったのかについて述べていく。

6.1. 既存のネットワークを活用した仲間づくり

活動を理解してもらうための仲間の輪を広げる際、今まで自分が所属してきた地域組織のメンバーを、新たなまちづくり活動の仲間として引き入れた主体者が多く見られた。

町内会長のネットワークのちょっと入らせてもらっています。やっぱり掲示板とか回覧板でやっていただいたりとか、学校にはもれなく配布とかはしているのですが、地道に広がっているなどというのはありますね。(F₁氏)

地域に回覧回して、こういう事業を始めますので参加してくださいっていうのが1番目の方法です。(C₁氏)

連合の町内会の会議というのがあって、それに今こまめに出席させてもらって、こういう状況でこういうことをやらせてもらってますって。(中略)町内会の人間なので、全く見ず知らずって感じではなかったんで、少しずつ味方を増やしていくしかないのかなと。(K₂氏)

地域の自治会・子供会・学校・回覧板など、すでに構築されたネットワークで情報を発信することは、地域住民に活動内容を知ってもらうきっかけとして最も手軽に用いることができる方法の1つである。また、地域のネットワークに入っている人は広いコミュニティや複数のコミュニティに属している場合が多い。

いろんなことを言ってる人がいたかもしれないけど基本的に町内会って言っても会長さんも防災に熱心で協力的であったし、ハンドメイドのものをつくるんだったら大工仕事得意な人とか紹介してくれて、そこはすぐ応援してやろうっていう感じでした。(D₁氏)

これまでの提案を実際に形にしていくにあたり、専門家の知識が必要になるときが必ず来るだろう。そんな時は、地域の人脈のスイートスポットとなっているような人物がいなかを探し、まずはその人を仲間にするすることで、さらなる人脈が広がっていくと考えられる。

6.2. 偶発性にまかせたネットワークの拡張

既存のネットワークを活用した仲間の拡張方法に対して、主体者の中には仲のいい友達や昔から馴染みのある人物と一緒に活動を始めたわけではない人もいた。以下では、偶発性から広がったネットワークの拡張例についてみていく。

6.2.1. 自身の感覚や直感を信じる 主体者のなかには、仲間づくりに関する質問に対して「なんとなく」や「たまたま」といった感覚的な言葉を用いて答えていた。

ここを立ち上げる時の理事は自分の凄く仲が良いママ友達っていうよりは、普段は一緒に遊んだりするわけじゃないけど、こういうことがあった時はこの人だ、みたいな感覚が合う人だったり理解があったりこの人だって任せられるひとが良いなって思っていました。(中略)疎遠だったりずっと連絡取ってなかったんだけど、たまたま再会してここを立ち上げるタイミングでお願いしたりとか。(K₂氏)

D₂氏もそうだけど友達っていうよりなんとなく感覚的に合そうっていうのあるじゃないですか。(D₁氏)

D₁氏が感覚的に合いそうだと思うのと同様に D₂氏も D₁氏に対して以下のような印象を抱いていたという。

…3, 4回しか会ったことないのになんかちょっとこう同じ匂いがするなっていうか大丈夫かなって直感で…。(D₂氏)

このように、今まで出会っていなかった人と仲間になるということは、さらなる人脈を広げるためのいいきっかけになるのではないだろうか。面識のない人や知り合い程度の間柄からコアメンバーとなる人は、自分の思い描いた地域像や整備内容に理解があるからだと考えられる。このような前向きな姿勢を見せてくれる人を仲間にするすることで、集団の効力感が高まるのではないだろうか。

6.2.2. 声を出して発信する 自分の感覚を信じることができるのならそれはすでにクリエイティブ・コンフィデンスが形成されているのではないかと考える人は多いだろう。もっと簡単な偶発的な出会いを求めるのであれば自分のやりたいことを〈声を出して発信する〉ことである。それを聞いた第三者から自分と同じ思いを持つ人や、活動に適した制度の紹介などプラスに働くことが期待される。

1番初めに区役所に相談に行っただけですよ。こういう思いでいる(コミュニティカフェのような自分の居場所をつくりたい)って。(中略)そしたら地域に同じような思いの人で温めているんだけどなかなか実行に移せない人が3人いるのでその人たちとチームを組んで具体的に立ち上げたらいかげんかですかって言っていたら。(H₁氏)

あっちこっちで言っていたんです。(中略)そしたらケアプラザの方で、こういうまち普請ってのがあるんだけど、どう？やってみない？って声かけてもらったの。(O₃氏)

このように、周りの人に話したり、相談したりすることは思いがけない人や制度と出会い、活動を発展させる機会に巡り合いやすくなるのではないだろうか。周りの人に宣言してしまえば自分の意思も固まり、クリエイティブなことに挑戦しようという前向きなマインドになりやすいとも考えられる。デイヴィッド・ケリーらも同様に、著書³⁾の中で「声を出して宣言するだけでも新しい道へと歩みだすのには有効だ」と述べているように、周りの人の協力を得るうえで有効的な方法であると考えられる。

7. クリエイティブ・コンフィデンスを持続させる

以下では、形成されたクリエイティブ・コンフィデンスは持続性があるのか、また、どのようなことを意識すれば持続可能になるのかについて論じていく。

7.1. クリエイティブ・コンフィデンスによる副次的効果

【クリエイティブ・コンフィデンスによる副次的効果】

とは、クリエイティブ・コンフィデンスを形成する過程において、まちづくりや地域活動にとどまらず、その他の行動に与える前向きな効果、影響である。

7.1.1. 人生をも一変させる考え方に出会う 主体者たちは、活動を通してクリエイティブ・コンフィデンスが形成されるだけでなく、今まで気付かなかった本質に気付いたり、行動や心情に変化が現れたり、「人生をも一変させる考え方に出会った」のである。

N₁氏は、以前は大がつくほど料理が嫌いだったが、ランチ営業を始め、メンバーたちが楽しそうに料理をしている

姿や、お客さんがおいしそうに食べてくれる姿を見て、自分もやってみようという気になったという。少しずつではあるが苦手意識が克服され、大嫌いだった料理が今では好きに変わったという。

私のように大嫌いだったお料理が好きになったようにね、それぞれの、その人それぞれなんですけど、なんか変化があるから。ボランティアが楽しいのかなあって思って見てるんですけど…。(N₁氏)

同様に、H₁氏は、自身が若いころは無償ボランティアに対して疑問の感情を抱いていたが、まち普請に応募し整備を進めていく中で考え方が変化し、ボランティア活動に積極的に取り組むようになった。H₁氏はボランティアに対しての考えが一変した理由について以下のように述べている。

役に立つとそれが自分の幸せになる。やるだけで終わりじゃなくて、絶対自分に帰ってきてるので、自分もすごい幸せになるので。私は今あそこが自分の居場所になってるので、ボランティアさんもみんな同じなのかなって思ってて…(H₁氏)

このように、感性が違う人と関わりを持つことは自分にとっていい刺激になり、心情や行動に変化が現れるのではないだろうか。

7.2. 活動の意義を発展させるには

活動の中にそれぞれの意義を見出した個人がチームとして1つの目標に向かって活動するとき、どうすれば集団としても持続的なクリエイティビティを育むことができるのか、集団の効力感の高め方について述べていく。

7.2.1. 増幅型リーダーの存在

デイヴィッド・ケリーらは著書³⁾の中で、作家でありエグゼクティブ・アドバイザーでもあるリズ・ワイズマンから聞いた増幅型リーダーという言葉を紹介している。増幅型リーダーとはやりがいのある目標を定め、自分にはできないと思っていたことでも劇的な成果を生み出させるリーダーである。

代表をするっていうことは後に続く人を作るっていうのが大事。自分に特技がなくても自分に何にもないから人に頼るとか人を信頼する力、次の人に引き渡す勇氣が必要。《中略》リーダーは専門的な能力がなくてもいい。振り分けられればいわけですから全部自分でできる必要ないんだから。(G₁氏)

このようにリーダーが仲間の持っているスキルや能力など、チームが持つクリエイティビティを最大限に発揮させる場を整えることで、さらなる創造性やイノベーションを生み出すことができるのである。

7.2.2. 活動を伝染させる

今後も活動をしていく中で、活動の担い手不足という困難に直面する機会もあるだろう。活動の後継者がいないとわかってしまうと、自分たちが今までやってきた活動に意義を見出せなくなり、創造力に対する自信が失われて行ってしまおうと考えられる。【クリエイティブ・コンフィデンスを持続させる】には、活動の担い手を生み、育てる必要がある。主体者の中には、実際の活動を見せ、自分たちのやりたいことを行動で示していくことで、子育て世代や子供たちが活動に興味を持ち、将来の担い手になってくれる例は少なくない。

お花と違ってすごいコミュニケーションとりやすいんですよ。必ず話しかけてくれるから、《中略》外をちょっとお掃除してるだけでも、コミュニケーションは取れますよ。だから広めるのには良いと思いますよ。(M₁氏)

私が草刈りやってたらね来て私もお手伝いしましょうかって来てくれてその場で会員になった。その人が来たわけは近くで家庭菜園やってる女の人でその人が紹介してくれてそれで来たんですよ。でその人も女の人も若い人 30代でやっぱり若い人が若い人を紹介するみたいだね…(A₁氏)

このように、道端や公園などで、花壇の整備やゴミ拾いなど簡単な活動であってもコミュニケーションのツールとしては十分な効果を発揮する。大切なのは、活動の姿を何度も見せ、その光景が当たり前になるように狙って活動することである。将来の担い手不足に悩まされてるときは、活動の大小にかかわらず、活動に取り組む姿を積極的に見せることが重要である。次の世代へと(活動を伝染させる)ことができれば、持続的なクリエイティブ・コンフィデンスへと発展していくのではないだろうか。

8. まとめ

本研究では、M-GTAを用いた質的研究の方法を通して、クリエイティブ・コンフィデンスの概念を軸にまちづくりに関わる人のマインドセット形成の要因を明らかにし、クリエイティブ・コンフィデンスの形成に向けたまちづくり活動において持つべき姿勢や態度を提示した。その結果、まちづくり主体者たちが自身のクリエイティブ・コンフィデンスを形成する要因が大きく3つに分けられることが明らかになった。そしてその3つの要素がまちづくりの進捗状況に影響を受けながら時間軸に沿ってクリエイティブ・コンフィデンスの生成や強さに変化を与えていることを明らかにした。

参考文献

- 1) 西村幸夫, 石塚雅明, 木下勇, 浅海義治, 高見沢実, 藤田忍, 小林郁雄, 岸本幸子: まちづくり学 アイディアから実現までのプロセス, 朝倉書店, 2017
- 2) ヨコハマ市民まち普請事業の紹介・応募方法-私たちのまちを私たちでつくるきつとまちが好きになる-
<https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/machizukuri-kankyo/toshiseibi/suishin/machibushin/machibusin.html>
- 3) 荒川百花: 持続可能なまちづくりの主体者が持つクリエイティブ・コンフィデンスに関する研究-ヨコハマ市民まち普請事業整備事例を対象とした聞き取り調査項目の整理と作成-, 日本建築学会学術講演会梗概集, 2022
- 4) 坂野容子, 饗庭伸, 佐藤滋: 既成市街地のまちづくりにおいて住民参加ワークショップの果たす役割に関する一考察-ワークショップの展開と個人の意識変化を分析する方法論について-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 2000年度
- 5) 森田哲夫, 塚田伸也: まちの魅力とまちづくり活動への熟意との関連についての分析-群馬県のまちうち再生総合支援事業を事例として-, 都市計画学会都市計画論文集, 2008.10
- 6) 井手拓郎, まちづくりリーダーの発達影響要因とその構造に関する分析, 日本建築学会計画系論文集, 2018.11
- 7) 白政宏通, 藤田忍: 建築士の関わるまちづくり活動組織の発達要因, 日本建築学会計画系論文集, 2005.9
- 8) 内田敦子, 金尾朗: まちづくり活動に取り組む住民主体の特性についての研究-新潟県村上市の旧町人町の取り組みについて-, 都市計画学会都市計画論文集, 2018.4
- 9) 福井のり子, 力石真, 藤原章正: 農村地域の活性化に向けた所同期における個人とコミュニティの成長プロセス-グラウンデッド・セオリー・アプローチ (GTA) と複線経路・等至性アプローチ (TEA) による検証-, 都市計画学会都市計画論文集, 2017.10
- 10) トム・ケリー, デヴィッド・ケリー: クリエイティブ・マインドセット, 日経BP, 2014
- 11) 祐宗省三, 原野広太郎, 柏木恵子, 春木豊: 新装版社会的学習理論の新展開, 金子書房, 2019
- 12) 木下康仁: 定本 M-GTA 実践の理論化をめざす質的研究方法論, 医学書院, 2020