

知の創出を生み出す仕組みとしての「場」の デザインのあり方に関する研究 ーキュレーターの存在に着目して

田中 晃代¹

¹正会員 近畿大学准教授 総合社会学科 (〒577-8502 大阪府東大阪市小若江 3-4-1)
E-mail:t-akiyo@socio.kindai.ac.jp

本研究では、大阪府内の地域交流の「場」を事例に、知の創出を生み出す仕組みについて、観察参与調査や質問紙調査をもとに分析・考察をするものである。地域交流の「場」は、「シャベリバ」や「ラウンドテーブル」「まちカフェ」などその名称もさまざまであるが、大きくは2つのタイプに分類される。1つは、対話を中心にした「場」、もう1つは、まちづくりの実践を目的にした「場」である。いずれも、人と人のコミュニケーションをベースにしたものであるが、目標とする到達点が異なっている。こうした違いにさらに地域特性を踏まえ、「場」のデザインのあり方を追求する。なかでも、知の創出を生み出すためのキュレーターの存在が鍵となる。このキュレーターに着目して、どのような志向を持っていて、どのような価値を生み出しているのかを明らかにする。

Key Words: *The design of opportunity, creation of knowledge, dialogue, the practice of community planning*

1. はじめに

本研究では、大阪府内の地域交流の「場」を事例に、知の創出を生み出す仕組みについて、観察参与調査や質問紙調査をもとに分析・考察をするものである。近年、増加している地域交流の「場」は、「シャベリバ」や「地域交流会」「ラウンドテーブル」「まちカフェ」「井戸端会議」などその名称も多様であるが、大きくは2つのタイプに分類されるのではないかと考える。

1つは、対話を中心にした「場」のデザイン、もう1つは、まちづくりの実践を目的にした「場」のデザインである。いずれも、参加者同士のコミュニケーションをベースにしたものであるが、目標とするイメージが異なっている。こうした異なりにさらに地域特性を勘案することで「場」の持つ機能を地域のまちづくりに活かすことができるのではないかと考える。なかでも、「場」で繰り広げられるコミュニケーションを観察すると、知の創出を生み出すためのキュレーターの存在が鍵となるのではないかと推察される。このキュレーター(人)に着目して、どのような志向を持っていて、どのような価値

を生み出しているのかを明らかにする。交流の場については、吉村や上村の論文があるが、「場」の参加者の志向に関して分析考察したものはまだない^{1) 2)}。

調査手法は、筆者が地域交流の「場」に継続して参与観察をしたうえで、参加者の意向を知るために質問紙調査をおこなった。質問紙調査配布期間は、2016年9月から2017年3月の約半年間をかけた質問紙119を回収した。具体的には表-1に示す箇所で調査票を配布回収した。

設置された年度を見ると、長く続いているもので15年であるが、ここ5年以内に設置されたものが半数を超えている。開催頻度は月1回程度で、開催日は平日の夜19:00以降が多い。

表-1 調査対象の一覧

地域交流会の名称	開始年度	継続年	場所	頻度	曜日	時間帯 (2時間程度)
① 粉浜シャベリバ	2014	2年	喫茶店	月1回	平日	19:00から
② 北千里地域交流会	2003	15年	商店街会議室	月1回	平日・休日	19:00から
③ じよいなすななっぴー	2012	5年	喫茶店	月1回	平日	18:00から
④ つながりカフェ	2006	11年	市民活動センター	月1回	平日	18:30から
⑤ 東成井戸端会議	2008	9年	東成区役所ロビー	月1回	休日	10:00から
⑥ 此花ブランドラウンドテーブル	2013	5年	区民ホール	月1回	平日	19:00から
⑦ 京橋しゃべり場	2015	2年	企業内	月1回	平日	19:30から
⑧ 猪名川町松尾台井戸端会議	2017	3回限定	地域集会所	月1回	平日	19:00から
⑨ いくのまちカフェ	2016	1年	移動	月1回	休日	10:00から
⑩ 南港シャベリバ	2014	3年	団地集会所	月1回	平日	19:00から

2. 地域交流の「場」のデザインとその特徴

(1) 「場」のデザイン

質問紙調査を実施した地域交流会の「場」についてその環境づくりや特徴を表-2 および表-3 に示した。その多くが、話し合いに必要とされるホワイトボードや案内のためのウェルカムボードが設置されていない。特にホワイトボードの設置については、地域交流会では、議論やアイデアが見える化して、参加者と共有するということが重点がおかれるよりかは、参加者同士が対話をしながら、お互いの考えや発想を確認するということが重点がおかれているからだと考える。

表-3 の「場」の「実効性」のあるなしと「テーマ性」のあるなしの特徴から、表-4 に地域交流の「場」を分類した。Ⅰ型：対話型、Ⅱ型：企画提案型、Ⅲ型：企画実現型である。Ⅰ型は実効性やテーマ性は求められないが、Ⅱ型Ⅲ型は、企画を提案する、企画を実現するということが目標とされている。

こうした類型を分類したが、いずれの型も共通しているのは、企画を実現する場合は、実行委員会など「場」とは別の組織をつくって、実現化をはかるものとされている。

表-2 地域交流の「場」の環境づくり

	開始年度	継続年	場所	ホワイトボード	ウェルカムボード	飲食	懇親会
①粉浜シャベリバ	2014	2年	喫茶店	×	×	○	○
②北千里地域交流会	2003	15年	商店街会議室	×	○	○	×
③じよいなす☆なっぴー	2012	5年	喫茶店	×	×	○	○
④つながりカフェ	2006	11年	市民活動センター	○	○	○	×
⑤東成井戸端会議	2008	9年	東成区役所ロビー	×	×	○	×
⑥此花ブランドラウンドテーブル	2012	5年	区民ホール	×	×	×	×
⑦京橋しゃべり場	2015	2年	企業内	×	×	×	○
⑧猪名川町松尾台井戸端会議	2017	3回限定	地域集会所	×	×	○	×
⑨いくのまちカフェ	2016	1年	移動	○	○	○	×
⑩南港シャベリバ	2014	3年	団地集会所	×	×	○	○

表-3 地域交流の「場」の特徴

	「場」の特徴				事業のきっかけ
	司会者	準備会	実効性	テーマ	
①粉浜シャベリバ	○	×	×	×	区役所事業
②北千里地域交流会	○	×	○	×	商店街自主事業
③じよいなす☆なっぴー	○	○	○	○	区役所事業
④つながりカフェ	○	×	×	×	NPO自主事業
⑤東成井戸端会議	○	×	×	×	区役所事業
⑥此花ブランドラウンドテーブル	○	×	○	○	区役所事業
⑦京橋しゃべり場	○	×	○	○	財団法人京橋地域活性化機構
⑧猪名川町松尾台井戸端会議	○	×	×	×	区役所事業
⑨いくのまちカフェ	○	×	○	×	まちづくりセンター
⑩南港シャベリバ	○	×	×	×	区役所事業

表-4 地域交流の「場」の類型

「場」の類型		
Ⅰ型:実効性・テーマ性なし (対話型)	粉浜シャベリバ、つながりカフェ、東成井戸端会議、松尾台井戸端会議、南港シャベリバ	45
Ⅱ型:実効性・テーマ性あり (企画提案型)	じよいなす☆なっぴー、此花ブランドラウンドテーブル、京橋しゃべり場	51
Ⅲ型:実効性はあるがテーマ性なし (企画実現型)	北千里地域交流会、いくのまちカフェ	23

(2) 参加者の活動状況および意向

質問紙調査のなかで、表-5 の意向や活動について参加者に「はい」か「いいえ」で問うたところ、図-1 のような単純集計結果となった。(9)のお住まいの地域に愛着を持っているかどうかを問うたところ、総数 119 人のう

ちじつに 114 人 (96%) が「はい」と答えている。次に(5)のまちの景観や土地利用に関心を持っている人が 104 人 (87%)，次いで、(1)の活動や人材をつなげる活動をしていると答えた人が、100 人 (84%) となっている。

以上のことから、地域交流の「場」では、地域愛がベースになって景観まちづくり活動や活動や人材を繋げる活動をしていることがわかった。

表-5 参加者の活動状況および意向

- (1)活動や人材をつなげる活動をしていますか
- (2)コミュニティ・ビジネスなど起業に関する活動支援をしていますか
- (3)地域の将来ビジョンを考える活動をしていますか
- (4)SNS や動画を利用して効果的な情報発信をしていますか
- (5)まちの景観や土地利用に関心をお持ちですか
- (6)活動資金確保の活動をしていますか
- (7)事業企画を考えたり、実施したりする活動をしていますか
- (8)地域ニーズを掘り起こす活動をしていますか
- (9)お住まいの地域に愛着をお持ちですか

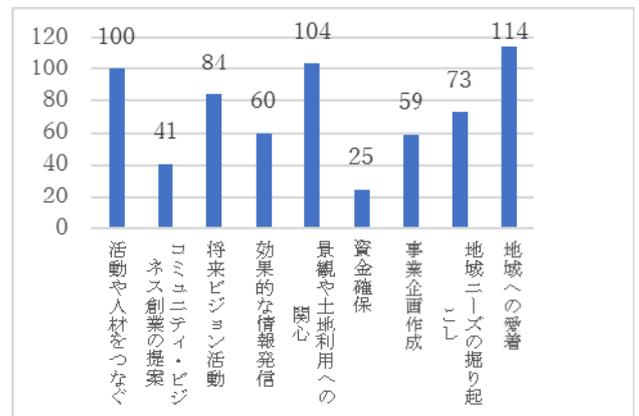


図-1 参加者の活動状況や意向 (複数回答あり)

3. 参加者の志向性

この章では、因子分析を用いて、総合的に集計をおこなった。共通の初期値は SMC，因子の推定方法は最尤法，因子の回転はバリマックス回転である。回転後の固有値は 2.5，累積寄与率は 27.8%である。因子の数は、2 因子となった。図-2 と図-3 から因子の解釈をおこなった。

表-6 と表-7 は、それぞれの因子の解釈を示したものである。0.4 以上の因子負荷量について網掛けをしている。因子 1 は、エリアマネジメント志向因子が抽出された。エリアマネジメントをする志向とされる志向が因子の解釈のベースとされる。一方で、因子 2 は、景観まちづくり志向因子が抽出された。景観や土地利用に関する関心が強い志向と関心がない志向が因子の解釈のベースである。さらに、個別の参加者の因子得点から、因子 1 か因子 2 かをそれぞれの個別サンプルに割り当てたところ、表-8 に示す志向結果が導かれた。各参加者の志向性は、「エリアマネジメント志向かつ景観まちづくり志向」

「エリアマネジメント能動志向」「エリアマネジメント受動志向」「景観まちづくり志向」「どちらの志向でもない」の5つのタイプの志向性が確認できた。

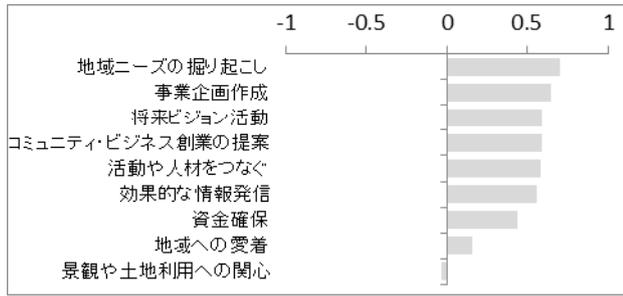


図-2 回転後の因子負荷量 (因子 1)

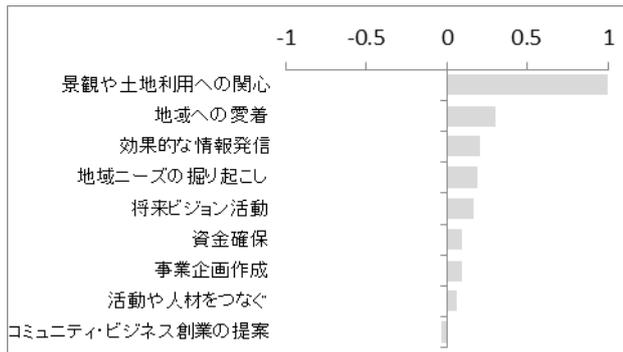


図-3 回転後の因子負荷量 (因子 2)

表-6 エリアマネジメント志向因子

変数	因子1
地域ニーズの掘り起こし	0.7068
事業企画作成	0.6487
将来ビジョン活動	0.5908
コミュニティ・ビジネス創業の提案	0.5898
活動や人材をつなぐ	0.5857
効果的な情報発信	0.5614
資金確保	0.4456
地域への愛着	0.1559
景観や土地利用への関心	-0.0321

表-7 景観まちづくり志向因子

変数	因子2
景観や土地利用への関心	0.9995
地域への愛着	0.3019
効果的な情報発信	0.2066
地域ニーズの掘り起こし	0.1862
将来ビジョン活動	0.1623
資金確保	0.0952
事業企画作成	0.0919
活動や人材をつなぐ	0.0638
コミュニティ・ビジネス創業の提案	-0.0362

4. 「場」の種類別に見たキュレーターの存在

この章では、表-5の活動状況や意向の質問項目にすべて「はい」にチェックが入っており、そのうえ、NPS指標が高い参加者（推奨者や中立者）をキュレーターとして

表-8 参加者の志向性

参加者の志向性	個数
景観まちづくり志向	11
エリアマネジメント能動志向	3
エリアマネジメント受動志向	19
どちらの志向でもない	52
エリアマネジメント能動志向かつ景観まちづくり志向	29
不明	5
計	119

位置づけ、志向性なども考慮しながら、キュレーターの存在を多様な面から分析していく。

キュレーターについては、一般的に博物館や図書館の学芸員を示すことが多いが、近年、SNS等の普及により、ネット上の情報を収集整理し、他のユーザーと共有する行為者を示す言葉とされている。本研究では、後者の使われ方を参考にしながらも、まちづくり関連の情報の収集と整理に特化をしてキュレーターの存在に着目する。

また、NPSとは、顧客ロイヤルティ指標であり、経営学で活用されている指標であるが³⁾、今回、そうした指標を参考にしながら、商品でなくまちのファンという視点で、「あなたの住む地域を友人や知人に薦める可能性はどれくらいあるか」を問うた。回答者には、0から10までの11段階の尺度を示し、該当する尺度にチェックをしてもらった。NPSでは、9点や10点をつけた人は推奨者（プロモーター）、7点か8点をつけた人は中立者（パッシブ）、6点以下をつけた人は批判者（ゲトラクター）と分類している。本研究においてもこれらを参照して、同じく3つに分類している。3つのセグメントのうち、推奨者が多ければ多いほど、まちのブランディングはうまくいっているもの考えられる。119の総数のうち63についてNPS分析をおこなっている。その結果、地域交流の「場」の全体では、自分の住むまちを推奨する人は15/63(24%)、中立者は18/63(29%)、批判者は25/63(40%)となった。推奨者（プロモーター）と中立者（パッシブ）を合わせると、53%過半数となり、これらの参加者の活動がブランディングの潮流になると推察する。表-5の質問項目にすべて「はい」が選択され、さらに推奨者か中立者の存在を各「場」の類型ごとに確認をしたところ、表-9のような結果となった。

表-9をみるとキュレーターの候補の中心は、20歳代から40歳代までの働き盛りの若い世代の参加者である。また、どの候補も、すべてエリアマネジメント志向ではなく、景観まちづくりを志向しているのが特徴的である。質問紙の回収119のうち90%前後の人が「地域への愛着」や「景観や土地利用への関心」であったことから、この2つの志向がキュレーターの活動の基盤であると考えられる。

(1) 「対話型の場」におけるキュレーターの存在

表9 「場」の類型別に見たキュレーターの候補

「場」の類型	人数	候補の特徴
I：対話型 景観まちづくり 志向	2人	・60歳代女性，区内在住。パート ナーと暮らしている。自治会や医 療福祉活動，生涯学習活動や NPO 活動に従事。（不明）
		・20歳代男性，区内在住。一人暮 らし。自治会活動をしている。 （不明）
II：企画提案型 景観まちづくり 志向	6人	・30歳代男性，区外在住。子ども と暮らしている。自治会や医療福 祉活動，NPO 活動をしている。 （不明）
		・30歳代男性，子どもと暮らして いる。自治会や防災活動，生涯学 習活動，NPO 活動に従事。（不明）
		・30歳代男性，区内在住。親と暮 らしている。教育活動をしている。 サッカースクールに所属。（推奨 者）★
		・20歳代男性，子どもと暮らして いる。防災活動や地域活性化活動 に従事。（推奨者）★
		・40歳代男性，区内在住。親と暮 らしている。自治会や医療福祉活 動，教育活動，商店街活性化活 動，地域活性化活動に従事。（推奨 者）★
		・30歳代男性，区外在住。パート ナーと暮らしている。自治会活 動，防災・防犯活動，美化活動， NPO 活動，商店街活性化や地域活 性化活動に従事。（中立者）★
III：企画実現型 景観まちづくり 志向	3人	・20歳代男性，区外在住。親と同 居。医療福祉活動や防災活動， NPO 活動支援，商店街活性化や地 域活性化活動に従事。（批判者）
		・40歳代男性，区内在住。パート ナーと暮らしている。自治会活動 や防犯活動，青少年指導に従事。 （推奨者）★
		・30歳代男性，区内在住。親と同 居している。教育活動と地域活 性化活動に従事。まちづくりセンタ ーの職員。（中立者）★

★：キュレーターと考えられる人

地域交流の「場」におけるキュレーターは、20歳代から40歳代までの男性であるが、唯一このI：対話型に限って、60歳代の女性がキュレーターとして存在している。また、2名はともに区内在住である。

(2) 「企画提案型の場」におけるキュレーターの存在

RESEARCH ON THE WAY OF DESIGN OF "OPPORTUNITY" AS A MECHANISM TO CREATE CREATION OF KNOWLEDGE -FOCUSING ON THE EXISTENCE OF CURATOR

Akiyo TANAKA

I studied about the case study of the "place" of local exchange in Osaka prefecture. What is the structure of th to create creation of knowledge? I made it clear. There are various names such as "Shaberiba", "Round Table", "Machi Cafe", etc. for the field exchange. However, it is classified largely into two types. One is a "place" focusing on dialogue and the other is "place" aimed at the practice of community planning. Both are based on communication between people and people. In these "places", the target arrival points are different. Based on these distinctive differences, we will pursue the ideal way of "place" design based on regional characteristics. In particular, the existence of a curator to produce the creation of knowledge becomes important. I focused on this curator.

このII：企画提案型が最もキュレーターの候補が多い。しかも、その多くが推奨者であり、中立者であるということが特徴的であるといえる。

(3) 「企画実現型の場」におけるキュレーターの存在

このIII：企画実現型は、20歳代から40歳代と年齢幅があるのが特徴である。批判者が1名存在するが、区外に居住していることで、居住地の批判者であることが推察される。

また、その場の類型すべてにおいて、キュレーター候補者は、渡邊らがいうエリアマネジメント⁴⁾を志向するのでなく、景観まちづくりを志向しているということが特徴的である。

5. まとめ

以上、知を生み出す仕組みとして地域交流の「場」を取り上げ、その参加者の活動状況や意向について分析考察を進めてきた。「場」には3つの類型があり、その類型毎に参加者の志向性やキュレーターの存在を明らかにした。今回の調査では、地域交流の「場」に参加するキュレーターは、20歳代から40歳代のいわゆる働き盛りの若い世代が中心であることがわかった。キュレーターとして考えられるこうした若い世代は、地域活動にも精通しており、その活動範囲も幅広い。地域交流の「場」では、このキュレーターを中心に情報交流の「場」を展開していくことが鍵となる。

参考文献

- 1) 吉村輝彦：対話と交流の場づくりから始める協働型まちづくりの展開に関する一考察，名古屋市名東区「めいとうまちづくりフォーラム」を事例に，都市計画論文集 Vol. 45.3., pp. 313-318, 2010
- 2) 上村将人ほか：杉並区における地域づくりに関わる地域活動団体の活動場所と交流に関する研究，都市計画論文集 Vol. 51.3., pp. 201-208, 2016
- 3) フレッド・ライクヘルド，ロブ・マーキー：ネット・プロモーター経営（顧客ロイヤリティ指標 NPS）で「利益ある成長」を実現する，pp. プレジデント社，2013.
- 4) 渡邊晃佑，有田智一：住民主体の住環境エリアマネジメントの自立プロセスに関する研究，都市計画論文集 Vol. 51.3., pp. 222-229, 2016

謝辞：北千里地域交流会，つながりカフェ，東成井戸端会議，猪名川町松尾台井戸端会議調査については近畿大学久隆浩教授にご紹介いただいたことに感謝の意を表します。

(2017. 4. 28 受付)