

〒中さんとゆるい仲間たち

田中 晶子（代表）・高村 和美・山本 章之・徳永 英知・田代 一光

読書という行為そのものは一人で行うものだが、本を媒介として、従来の図書館(library)よりもその場所に集まる人、生活(life)に注目し、人と人の新しい関係性の構築を助ける場を提案する。

テニスのラリー(rally)が続くように人と人がつながり、集まり(rally)、化学反応が起こるような仕組みを提供することで、コミュニティの新しいかたちを創造するとともに、将来にわたってまちの活力を維持できるものとする。

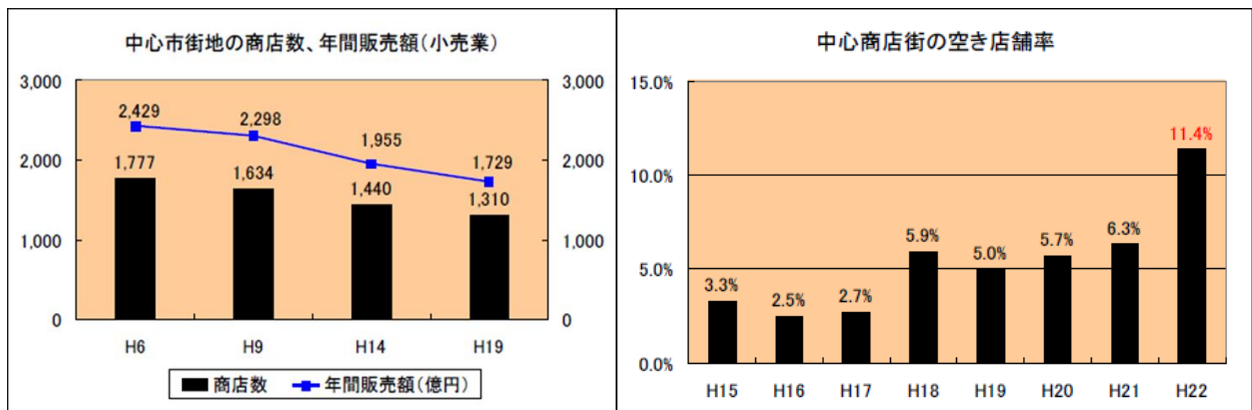
## 1 問題・課題とその背景

### (1) 中心市街地の活力の低下

「くまもとの顔」である熊本市の中心市街地(※)は、車社会の進展等を背景とした市街地の郊外への拡大や、大型商業施設等の集客施設の郊外化に伴い、商店数・年間販売額が減少するとともに、空き店舗率が大幅に増加してきている。また、熊本市が市民に対して行ったアンケート調査によれば、中心市街地ににぎわいがあると感じる市民の割合は、全体の40%余りにとどまっていることがわかる。中心市街地の活力の低下は全国的な問題となっているが、熊本市においても例外ではない。

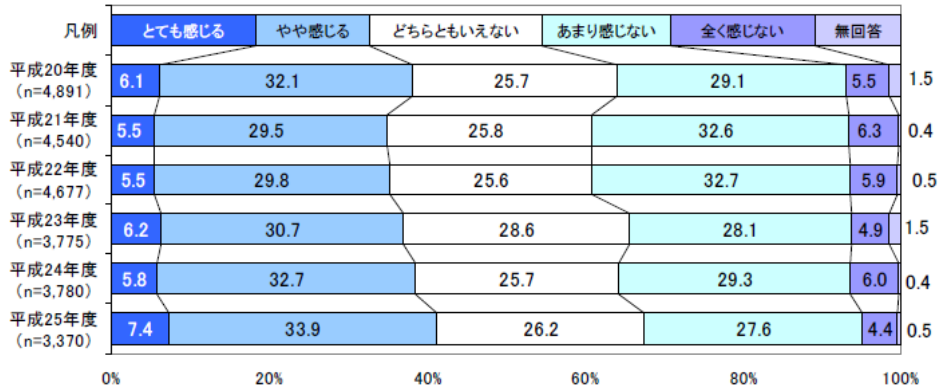
※ 「通町筋・桜町周辺地区」、「熊本駅周辺地区」、「新町・古町地区」及び「熊本城地区」をいう(熊本市「2期熊本市中心市街地活性化基本計画(熊本地区)」より)。

経済産業省「平成19年商業統計」・熊本市「平成23年度空き店舗調査」に基づくデータ



(熊本市「2期熊本市中心市街地活性化基本計画(熊本地区)【概要版】」より)

中心市街地ににぎわいがあると感じる市民の割合

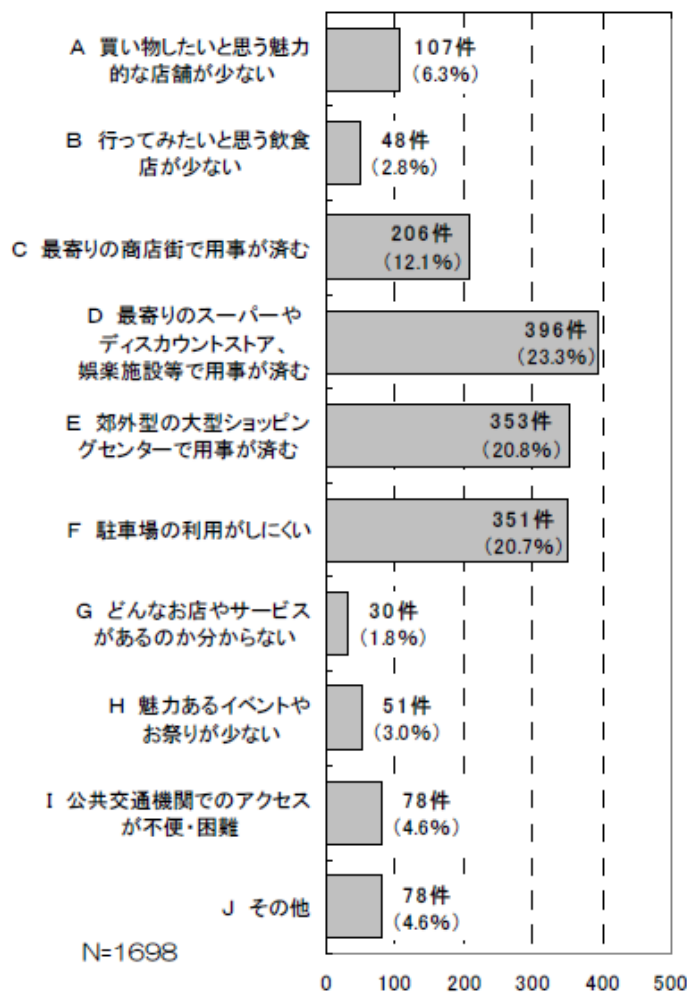


(熊本市「平成25年度「熊本市第6次総合計画」市民アンケート調査報告書」より)

## (2) 中心市街地の活性化の必要性

中心市街地の活力の低下は、活気やにぎわいといった都市自体の魅力への影響もさることながら、間接的な影響として、相対的に進展する市街地や集客施設の郊外化により、食料の生産基盤である農地の減少、生活様式のマイカーへの偏重による移動コストの増加や環境負荷の増大を招くことにもなる（熊本市「第2次熊本市都市マスタープラン」）。そのため、熊本市では、「挑戦元年アクションプラン（行程表）」（※）中の「中心市街地の再デザイン」において掲げられているように、中心市街地の活力を高めるための早急な対策が求められている。

※ 市長公約 130 項目に対して、今後取り組む事業内容やスケジュールの協議・検討を行った上で平成 23 年 2 月に策定し、毎年度改訂している行程表。



## (3) 中心市街地の活力低下の要因

左のグラフは、中心市街地に行く頻度が「月 2～3 回」、「月 1 回以下」である市民について、中心市街地をあまり利用しない理由を調査したものである。この調査の回答では、「最寄りのスーパーやディスカウントストア、娯楽施設等で用事が済む」が 23.3%で最も多く、以下「郊外型の大型ショッピングセンターで用事が済む」（20.8%）、「駐車場の利用がしにくい」（20.7%）と続く。

ここで、わたしたちが着目したのは、左のグラフのうち、最も割合の高かった D を含め、「中心市街地にしかない魅力」があれば、中心市街地をあまり利用しない市民の足が向くのではないかという点である。回答の多くが、わざわざ中心市街地にまで出向いて行くような魅力がないということに集約でき、A、B、C、D、E、H がそれに当たり、合計で 68.3%を占める。

熊本市「熊本市 2000 人市民委員会第 5 回アンケート結果（平成 25 年 7 月）」より

## 2 問題・課題に対するアプローチ

### (1) 個性のあるまちづくり

今年 9 月に内閣に設置された「まち・ひと・しごと創生本部」の基本理念として「各地域がそれぞれの特徴を活かした自律的で持続的な社会を創生する」と掲げられているように、わが国では、従来陥りがちであった横並び的なまちづくりではなく、個性のあるまちづくりへの志向が強まっている。熊本市においても、個性のあるまちづくりによって都市の魅力が向上し、市民の熊本市に対する誇りや愛着心を醸成するような政策が求められている。

## (2) 求められる政策

わたしたちが考えなければならない政策は、商店数・年間販売額の減少や、空き店舗率の増加に対して直接的に働きかけるような即物的なものだけではない。

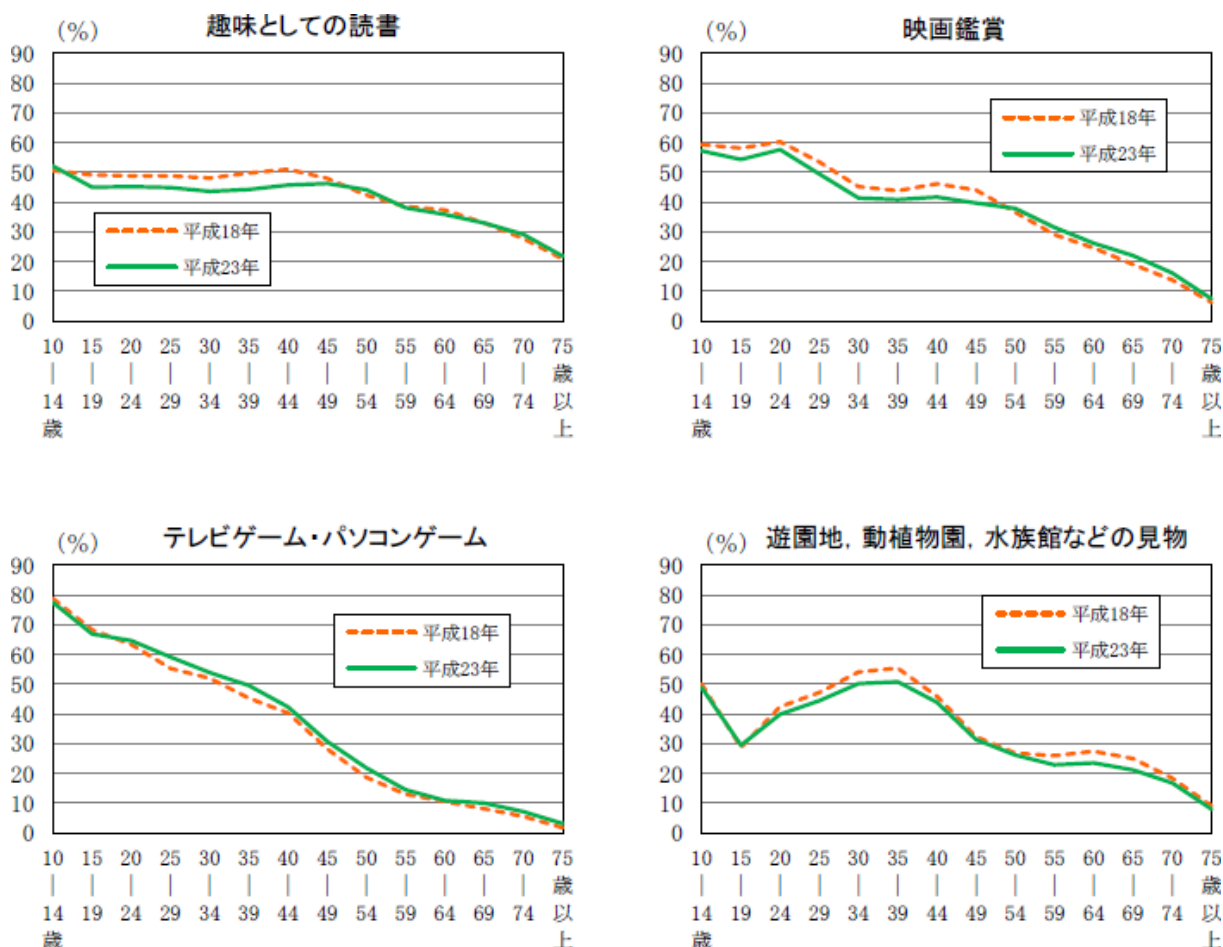
例えば、空き店舗の活用や商店街の諸費用に対して助成を行う方法は、熊本市をはじめ多くの自治体ですでに取組みがなされている。のみならず、そのバックグラウンドにある「活気」に働きかけるような政策を併せて考えていくことで、事業効果が市民の手により持続していくような仕組みを構築すべきである。では、どのような政策が有効であろうか。

持続可能なコミュニティの構築や地域発展に関して用いられる概念として「ソーシャル・キャピタル」がある。アメリカの政治学者、ロバート・パットナムによれば、「人々の協調行動を活発にすることによって、社会の効率性を高めることのできる、「信頼」「規範」「ネットワーク」といった社会組織の特徴」と定義づけられているが、これを有効に活用することができないだろうかとわたしたちは考えた。物質的に欠乏していた戦後の復興期から、高度経済成長やバブルを経て、物質的に一定の充足がなされるようになった現在において、まちの活力として重要なファクターとなってくるのは、人と人のつながりという、意外に原始的でシンプルなものではないだろうか。

多くの自治体がそうであるように、熊本市においても厳しい財政状況を強いられている。わたしたちは、行政が大規模な支出をするのではなく、ソーシャル・キャピタルとしての人と人との自発的なつながりを促進して、課題解決に向けた効果を発揮することができるような政策を考えてみたい。

## (3) 本を媒介としたコミュニケーション

「趣味・娯楽」の主な種類、年齢階級別行動者率（平成18年、23年）（抄）



（総務省統計局「平成23年社会生活基本調査」より）

わたしたちは、本に着目した。本は、空腹を満たすものでもなければ、寒さをしのぐものでもない。しかし、子どもから高齢者まで、幅広く楽しむことのできるものであり（前ページのグラフを参照）、人と人がコミュニケーションをとる上でのツールとしての可能性を有している。

なお、前ページのグラフの「趣味としての読書」行動者率は、都道府県別では、全国平均が 39.5% であるのに対し、熊本県は 31.3% であり、47 都道府県中 41 位と非常に低い。熊本県民（10 歳以上）の約 3 人に 1 人は趣味として読書をしているということが出来るが、他の都道府県と比較すれば、読書活動の普及の余地は大いにあるということが出来る。

### 3 提言の目的等

#### (1) 将来の目標像

本提言の先にある目標像は、中心市街地をモデルとして図書文化を定着させるとともに、人と人がつながることで、市民によるクリエイティブなまちづくりを推進し、個性的で市民が誇れるまちを創り出すことである。

この目標像の達成に向け、提言の目的を以下のとおり設定する。

#### (2) 提言の目的

- ① 中心市街地を、「図書文化」が身近に感じられる、特色を持ったまちにする。
- ② 読書という個々の「趣味」を、人と人をつなげる新たなツールへ発展させる。

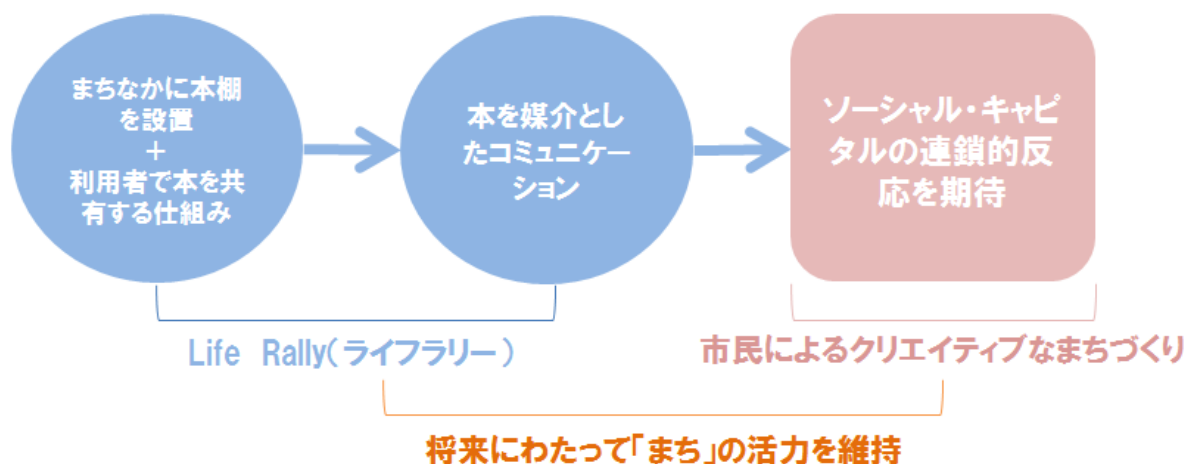
### 4 具体的提言内容

#### (1) LifeRally（ライフラリー）

わたしたちは、本を使ってコミュニケーションを数珠つなぎにしていくことで、ソーシャル・キャピタルの連鎖的な反応が起こり、まちの活性化につながっていくのではないかと考える。

まちなかに本棚を設置し、本を共有することで、人と人がつながる仕組みを LifeRally（ライフラリー）として提案する。

そして、個人から発した想いが、都市の中で埋没することなく、弾かれたビリヤードの球のように次々に伝播していく——いわゆる SNS（ソーシャルネットワークサービス）の世界で日常的に行われていることを、LifeRally（ライフラリー）の取り組みによって、現実世界の「まち」に引きずり下ろすのである。



### (1) 本棚（SBS）を設置する

中心市街地の飲食店や小売店等の店舗に、それぞれテーマ（所蔵図書のジャンル 例）「人生」、「恋」、「コワイ」、「学ぶ」、「たのしい」など5種類程度）を設定した本棚（ソーシャルブックシェルフ：SBS）（30冊収納）を20箇所程度設置する。SBSに並べる本については、事業開始前に広報もかねて市民に向けて本の提供を広く呼びかける。

SBSを目的とした客を店に呼び込むとともに、何気なく本に接する機会を増やすことで、本に対する興味を引き出すことができる。



ソーシャルブックシェルフ（SBS）イメージ図

### (2) 本をシェアする

SBSにある本は、利用者全員でシェア（共有）していることを基本的な考えとし、以下のルールを設定する。

- ① SBSの本は、その場で読むだけでなく、自由に持って帰ることができる。
- ② 読み終わった本は、SBSに返却することを基本とするが、気に入った場合は返さなくてもよい。
- ③ 本は、「専用ブックカバー」で包む。

### (3) 人と人をつなげる仕組み

読書後の本の感想を利用者間でつないでいくことを目的に、以下のルールを設定する。

- ① 本を提供する際は、所定の「推薦カード」（表面：推薦文記入欄、裏面：5人分の感想文記入欄）に推薦内容、感想を記入する。
- ② 本を借りる利用者は、推薦カードの裏面に感想文を追加して、返却する。
- ③ 推薦カードは、専用ブックカバーに挟む。

**LIFERALLY**

本のタイトル \_\_\_\_\_

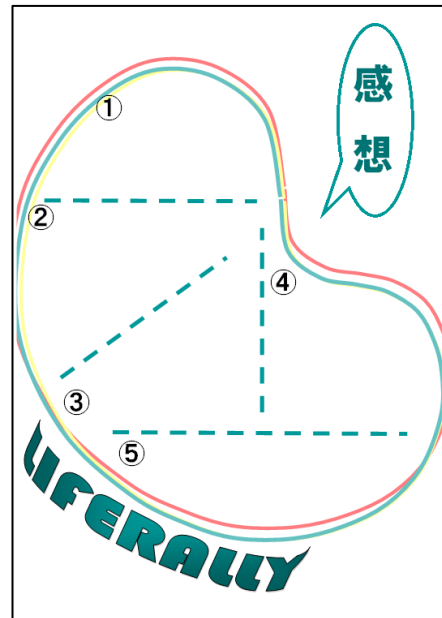
著者名 \_\_\_\_\_

オススメ度 ☆☆☆☆☆

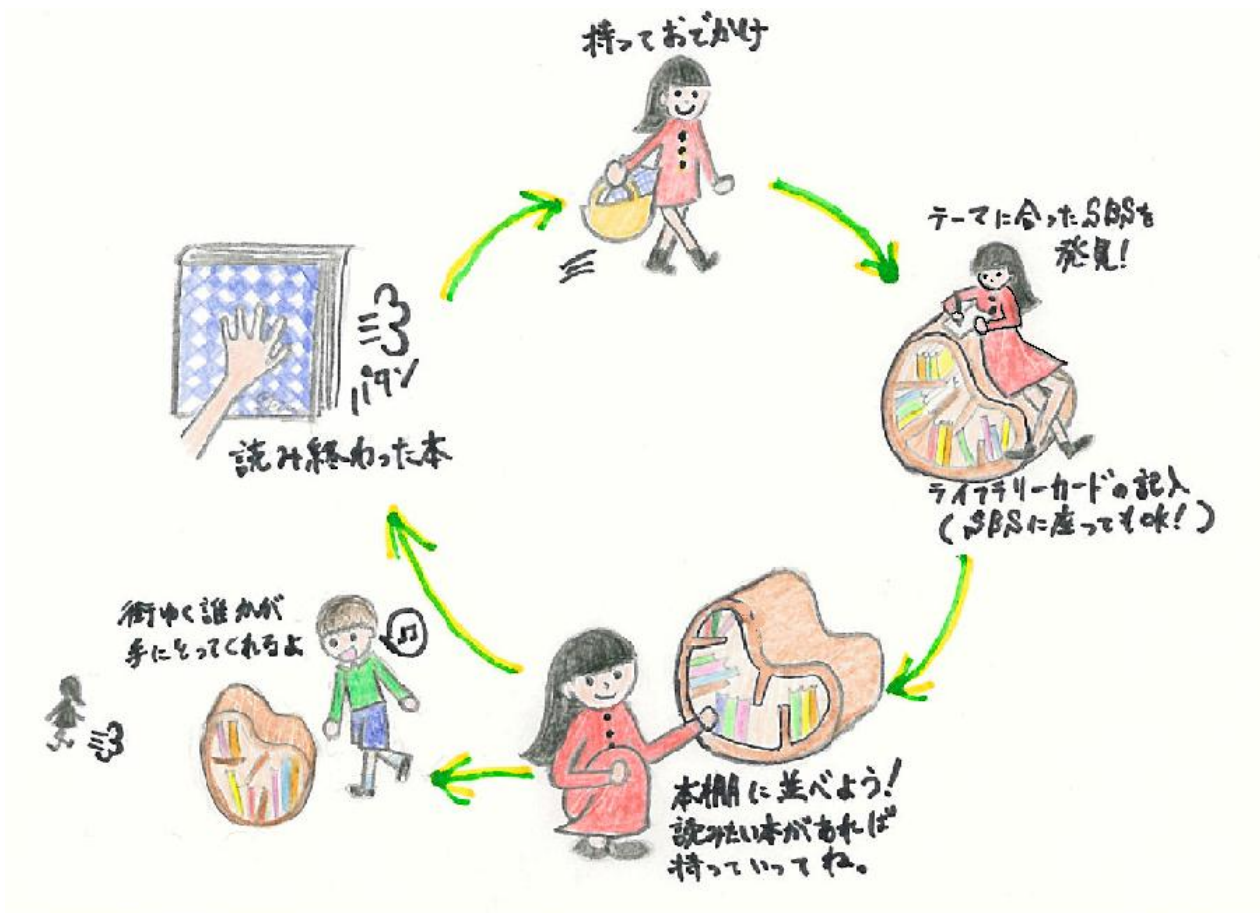
この本は、 \_\_\_\_\_ なあなた  
に読んでほしい本です。

\_\_\_\_\_ より

推薦カード（表）



推薦カード（裏）



人と人をつなげる仕組み

(4) 質を保つ仕組み

SBSに置く本は、利用者から「シェアしてもよい」と提供を受けた図書とする。

また、運用を進める中で、「利用者が気に入って返却されない本」の分だけ徐々に蔵書数が減ることになるため、定期的に図書を補充し、質を保つ仕組みを組み込む。

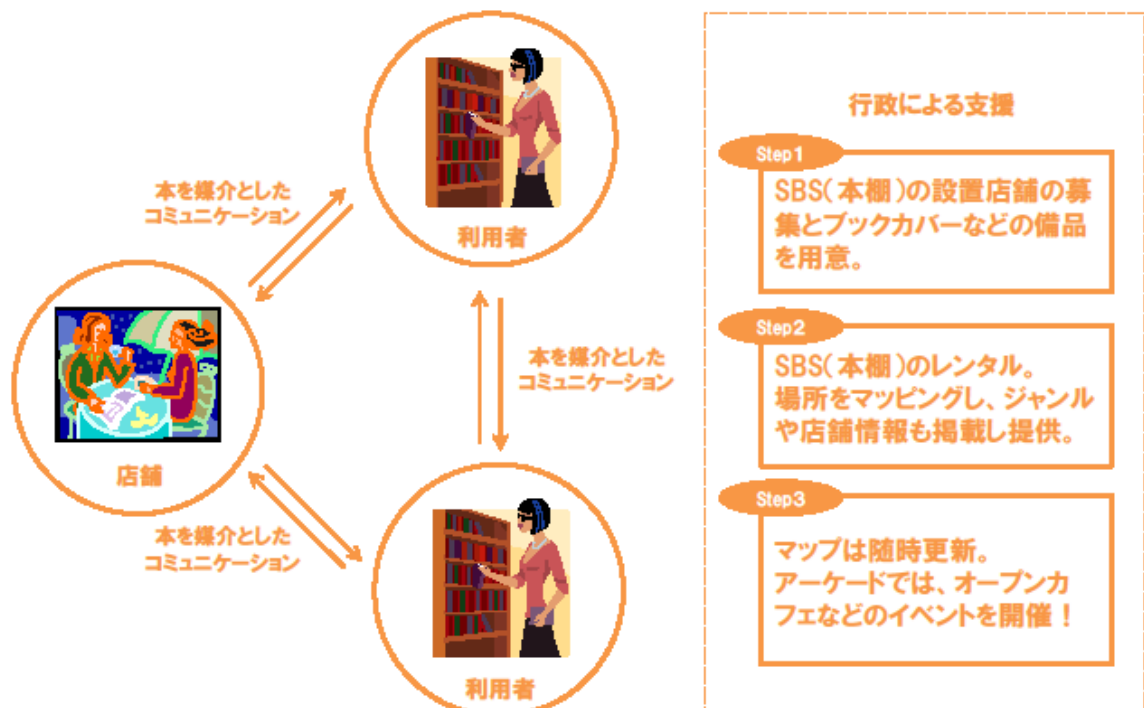
- ① 人通りが多く交通の要所である通町筋や交通センター、各区役所等で図書の回収を行う。
- ② 提供を受けた図書は、月に1度、設置店舗の集まりの中で、希望する店舗に分配する。

(5) 役割分担

店舗、利用者、行政の役割分担は、下表の通りとする。

役 割	
店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SBSを店先（店内でも可）に設置し、開店時・閉店時の出し入れを行う。</li> <li>• SBSごとに設定されたテーマ（所蔵図書のジャンル）を保つため、定期的に市からの提供を受け、本の補充を行う。</li> <li>• 補充する際、本を専用ブックカバーで包む。</li> </ul>
利用者	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SBSから本を持ち出し、返却する際は、推薦カードに本の評価とコメントを記入し、専用ブックカバーに挟む。</li> <li>• 本を提供する際は、推薦カードを記入した上で、本に挟む。</li> </ul>
行政	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SBSを店舗に貸し出す。</li> <li>• 提供を受けた本の保管を行う。</li> <li>• 提供を受けた本と専用ブックカバーを店舗に提供する。</li> <li>• SBSの位置、テーマが判るマップを作成し、情報発信を行う。</li> <li>• SBS、専用ブックカバー、推薦カード等の購入費及び宣伝費用（初期投資計300万円程度、年間50万円程度）を負担する。</li> </ul>

## LifeRally(ライフラリー)の仕組み



## (6) 図書館との棲み分け

本提言は、下表のように図書館と役割分担を図っている。

	役割分担
図書館	1) 本に興味を持つ人が、何か面白い本がないか探しに来る場所 2) 特定の本を借りに来る場所 → 図書館は、個人で読書を楽しむための場所
LifeRally (ライフラリー)	1) 本に自然に触れる機会・場所を提供する場所 2) SBS には各々テーマが設定されているため、 ・ 同じテーマに興味を持つ人が集う場所 ・ 同じ興味を持つ人に向けて、自分の感想を発信するとともに、他の利用者の感想を読むことが出来る場所 ・ 何か面白い本がないか、同じ興味を持つ人の意見を参考に探しに来る場所 → SBS は、読書をきっかけに、人と人が交流する場所

また、LifeRally (ライフラリー) が、読書のきっかけになり、特定の作者の本が借りなくなった場合は、図書館へ借りに行くこととなり、より一層図書への興味を引き出すこととなり、大きな相乗効果が有るものとする。

## (7) タイムスケジュール

### ① 開始 1 年前

- ・ SBS、ブックシェアボックス、ブックカバー、推薦カードを発注
- ・ SBS の設置店舗を募集  
(商店街振興組合を通じるほか、市政だより、ホームページ等も活用)

### ② 開始 6 か月前

- ・ SBS、ブックシェアボックス、ブックカバー、推薦カードが順次完成
- ・ SBS の設置店舗の募集終了→マップの作成開始

### ③ 開始 3 か月前

- ・ マップが完成
- ・ SBS、ブックシェアボックスの設置を順次開始
- ・ 事業の開始について、市政だより、ホームページ等で広報

### ④ 開始

### ⑤ 開始 6 か月後

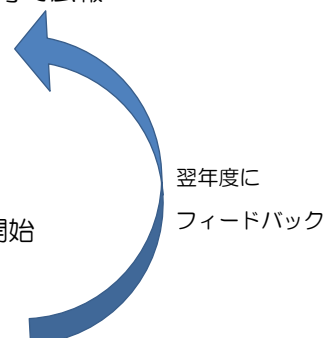
- ・ SBS の新規設置店舗を募集

### ⑥ 開始 9 か月後

- ・ SBS の新規設置店舗の募集終了→マップの更新開始

### ⑦ 開始 1 年後

- ・ アンケート調査等により効果測定



## 5 考察

本提言の政策を運用することにより期待できる効果と今後の課題について考察する。

### (1) 直接的効果

- ① 読書を媒介として、市民の情報発信の場を設けることで、市民がまちに愛着を持つ。
- ② 個性的なまちづくりに貢献する。



- ③ 自然に本に接する場所・機会を多く設けることで、市民の本への興味を引き出す。
- ④ 店舗への集客効果が見込める。

## (2) 波及効果

- ① 市民のまちづくりへの参加意欲を高め、クリエイティブなまちの創出へつながる。
- ② 将来にわたってまちの活力を維持し、中心市街地の活性化に貢献する。

## (3) 課題

LifeRally(ライフラリー)が市民の生活の一部として認識され、定着するかどうかは課題と考える。そのためにも、長期的視野に立ち、かつ、市民に「自分たちのまちは自分たちでつくる」という意識を持ってもらうための取組みが必要であると考えます。

## 6 おわりに

熊本市は、「第2次熊本市都市マスタープラン」において、中心市街地の活力の低下を都市政策における懸念の1つとした上で、その基本的視点として「拡散型都市構造から中心市街地や地域拠点を中心とした多核連携型の都市づくり」を掲げている。

今回は、中心市街地の活性化を魅力ある都市づくりにおける課題とし、その解決のための政策を提言したが、多核連携型の都市づくりを目指すに当たっては、中心市街地以外の核となるエリアについても視野に入れなければならない。今回の政策の実行に当たっては、熊本市で最も通行量が多いという利点のある中心市街地をモデルとし、市民への一定の定着がなされた後に、中心市街地以外の核となるエリアへとつなげていくことが理想である。

10月27日から11月9日までは、読書週間である。普段はあまり本を読まない人も、たまにはスマートフォンの電源を切り、久しぶりに本棚に手を伸ばしてみたいだろうか。

### <参考文献>

- ・熊本市「熊本シティブランド戦略プラン」
- ・熊本市「平成25年度「熊本市第6次総合計画」市民アンケート調査報告書」
- ・熊本市「熊本市総合計画」
- ・熊本市「第2次熊本市都市マスタープラン」
- ・熊本市「2期熊本市中心市街地活性化基本計画（熊本地区）」
- ・熊本市「挑戦元年アクションプラン（行程表）」
- ・内閣府経済社会総合研究所「コミュニティ機能再生とソーシャル・キャピタルに関する研究調査報告書」
- ・総務省統計局「平成23年社会生活基本調査」