

第1章 序論

第1節 はじめに

この調査報告書は、1997年度早稲田大学第一文学部社会学専修の3年次生20名が浦野正樹教授のもとに集い、研究を行った成果である。

今年度の浦野ゼミは先輩方の研究の成果を踏まえつつ、転換期の地域社会と生活の変容を追うというこれまでの一貫した基本テーマに対して、新しい切り口で検証していこうと試みながら調査を進めてきた。具体的には、地域社会の構造変化は土地利用の移り変わりという形で見えてくるに違いないと考え、これに地域に生きる人々の意識の変化を織り交ぜながら地域や人の息遣いをリアルに描き出すことを目標として、日々調査の現場に赴いては取材に奔走したというわけである。

広い日本の中でも、特定の地域や一握りの人々の生活に触れ、調査してきたプロセスでいったいどれだけのことが導き出せただろうと考える。こうした問いに対しても、我々の調査が戦後を中心とした地域や時代の真実を、一片でも切りとり得たものとしてここに結実したことを自負したい。わずか20数年の物差しを越えた歴史の潮流を読み解こうという学生たちの試みが、この報告書において最大限の成功をおさめていることを願うばかりである。

第2節 東京都区部の現状、特徴

我々浦野ゼミでは過去2年間にわたって東京都内の住商工混在地域の調査を進めてきた。そのことを踏まえた上で、現在の東京の中心地（東京都区部）の特徴、現状を考察していきたい。

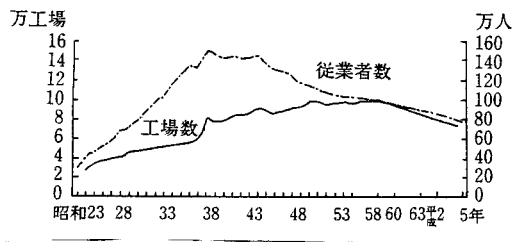
第1項 地域に根づく工業

① 特色

輸送技術の発達により、モノの生産が都市中心部で行われる必要がなくなって久しい。人件費や生産コストなど、なにかと金のかかる都内より、コスト安な地方や海外に生産ラインを移転する企業は増加し続けている。従業者数、工場数は共に減少を続け（図表1-2

－１）、東京都における工業の地位低下は著しい。そういった中での東京の工業の特色は何であろうか。 東京都区部の工業構成上の最大の特徴は「出版、印刷」部門が全体の３分の１以上と、他のどの都市にも見られない突出した割合を占めている、ということである。こういった特色はいうまでもなく都心を中心とする情報関連産業の集積を象徴するものである。

図表１－２－１ 東京都工場数及び従業者数の推移



「東京の工業」平成５年度版より

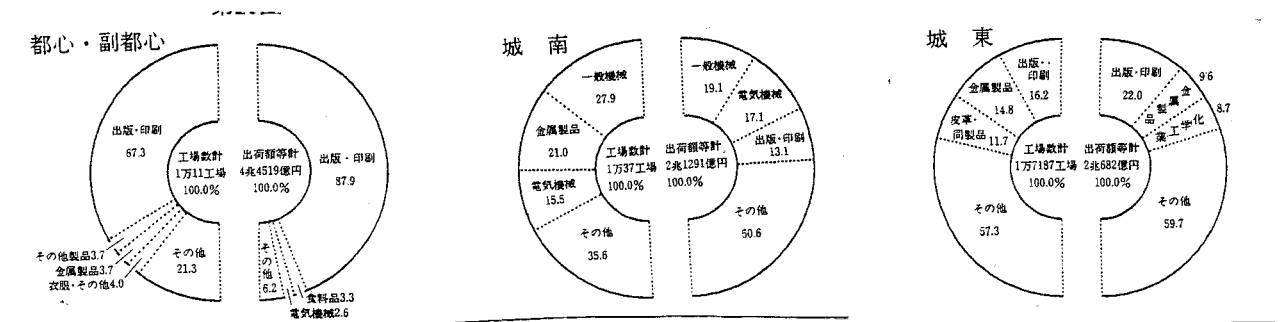
② 都区部の工業構造 (図表１－２－２)

都区部の工業の地域構成には一定の特徴が見られる。集積エリアとしては

- A、出版、印刷等情報関連産業の集中する都心部
- B、高度な技術水準を持つ機械金属工業が集中する城南地域
- C、衣服、日用品系の工場が多数存在する城東地域

といったように大別できる。このなかでも最も問題が多いのは伝統的な工業集積に立脚しながら、工業衰退という現状に適応しようとしている城南、城東地域であろう。これらの地域の工業は長年にわたって形成され、維持されてきたものだが、いずれも地方や第３次産業への人材流出、後継者問題、住工混在など多くの問題を抱えている。

図表１－２－２ 地域別工場数及び製造品出荷額等の産業別構成比



「東京の工業」平成５年度版より

③ 活性化への努力と課題

上記のような問題に対しては、東京都や区から様々な活性化へ向けての努力が払われている。例えば東京都は「既成工業集積地域の活力向上」を地域別政策の第一の柱として推し進めている。【注1】具体的には、城東地域については従来の伝統工芸品産業の集積と、新しく育ちつつあるファッション産業を結びつけて生活文化創出型の産業ゾーンとして再生されることが計画されている。また城南地域では工業異業種交流を区が推進したり、臨海部の開発に伴いこの地域の国際性も一層高まるとみられていることから、世界に対してそのプロトタイプ創出機能を発揮するような新しい住工共存の産業集積地づくりをめざす、としている。しかし、そういった施策が地域の隅々まで浸透しているか、といえは疑問で活気のある地域とない地域の格差が大きくなりだしている、といった問題が噴出しつつある、という点が課題といえよう。

第2項 地域社会における商店の現状

零細小売業を中心として集積してきた近隣型商店街はその地域の住民が商売相手の大半を占めている。そういった商店街は地域社会固有の特色を形成する上でも大きな役割を担っている。ここではそういった小売業、商店街の構造、特徴について触れてゆきたい。

戦後の「何でも売れる」時代から小売業を営む人は増え続け、その数が減少に転じたのは1970年代後半のことであった。小さな商店を構え、家族や近所の住民を相手に商売を営む、というのがそういった小売業者の特徴だったが、そのシステムの維持が困難になっているのではないか。その要因を挙げてみる。

① 大型スーパー、コンビニエンスストアの進出(図表1-2-3)

零細小売業は専門店的な色合いが強い。それと比べると、大規模な宣伝や多様な商品を売り物にする大型スーパーやコンビニエンスストアは1店だけで買い物をすべて終わらせるので、消費者側からすれば非常に便利である。また売れない商品はすぐに他のものと換えてしまうなどの柔軟性も集客力の要因となっている。

② 地域社会の住民の変容

マンションやアパートの増加とともに、住民間の交流が減少している。というのは現在の社会問題のひとつでもある。住民の定着率の減少は固定客を顧客の大半にしている商店に大きな影響を与えた。

また、住民の嗜好の変化も要因に挙げられる。米食中心であった日本人の食生活が、特に

若者を中心としてファーストフードなどの軽食中心に変化したことで、地域に対するニーズも変化してきた。

③ 後継者不足

昭和20年代から40年代にかけて開業した店舗の多くは世代交代の時期を迎えている。しかし、若い世代のサラリーマン志向や少子化などから、後継者難に陥ってる商店は少なくない。1代限りで閉めてしまう商店は商店街の歯抜け、ひいては活力低下を招くので、克服すべき問題となっている。

現状が上記のような流れの中にあるため、商店、商店街にとって状況を打破するのは簡単なことではないことは容易に想像できる。しかし、地域に集まった商店にあって大型チェーン店にないもの、それは長年に渡って培われたチームワークであり、地域住民の好みにあった企画力である。そういったものを象徴する「商店街の体力アップ」がこれから必要になってくるであろう。

第3項 地域の活性化

バブル経済の破綻以来、平成不況と呼ばれる状況が続いている。その「不況」という名のトンネルを抜けるため、政府レベルから民間レベルまでの様々な努力が今まで行われているが、華々しい成功はいまだ修められてはいない、というのが現状であろう。

そういった状況の中で、東京都区部での産業の特徴、現状は前述の通りなのであるが、地域に噴出している様々な問題を克服するためには「活力」が必要になってくるはずである。ここで言う活力とは「地域を活性化させようという動き」のことを意味する。東京という大都市は多くの「小さな地域」から成り立っている。その地域の中でどれだけ活性化への努力をすることができるかどうかで、その地域の行く末がきまってくるのではないかな。

【注1】 「東京都産業振興政策懇談会提言 東京の産業振興政策－21世紀の活力ある産業社会を目指して」1986年、東京都 より

第3節 本調査の目的および調査対象地区の選定理由

第1項 本調査の目的

浦野ゼミでは1995年から「転換期における地域社会と生活の変容」と題して、東京のインナーシティを対象に社会調査を進めてきた。1995年度は墨田区石原地区・港区麻布十番地区・台東区谷中地区、1996年度には墨田区石原亀沢地区・荒川区町屋地区・足立区関原地区を調査した。

調査を開始するにあたり、我々は過去二年間の調査を振り返るという作業をした。過去2年間の調査は、その地区の「まちづくり」を商業・工業という観点から見ていた。そのことをふまえた上で、我々は住民という視点の重要性を認識するに至った。

今年度浦野ゼミでは、第二次世界大戦以降の地域社会と生活の変容を、その土地に生活する住民の視点から明らかにすることを目的とした。そして、「土地利用の移り変わりと地域に生活する人々の意識の変遷から見た地域構造の変化」を調査のテーマにすえた。地域構造の変化とは住商工の相互間系とその変遷を意味する。

上記のテーマから、調査の中心となる具体的な4つのポイントを決めた。

- (1) 「まちづくり」の時間的変化
- (2) 一定の広がりを持つ空間を単位に見た住民の転入と流出
- (3) 地域の主要な産業（特に工業）の特質の違いによる影響

これらのポイントを中心として、地域社会を構成する構造の変化を追うことにする。日本の社会経済的な潮流に沿った地域把握や、地区ごとの諸問題に関する検証を通して、各調査対象地区がどのような転換点を経て現在に至るのか。この事に焦点を当てた本調査の最終的な目的は、その地に生活してきた住民が直面した究極の選択の背景には一体何があったのか、そしてその選択の積み重ねがどのように現在に結びついているのかを知ることである。この事を念頭に置き調査を始めることとする。

第2項 調査対象地区の選定理由

次に1997年度の調査対象地区が鐘ヶ淵周辺地区（墨田区）・大森西地区（大田区）・地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）の3地区に決定した経緯に触れておく。

調査対象地区選定にあたり、我々は都内5地区を調査対象地区候補として予備調査を行った。そしてその結果をふまえた上での3地区決定に先立ち、対象地区選定のための条件を3つ加えた。これは調査対象地区となる3地域の基礎の部分と同じにするためであった。

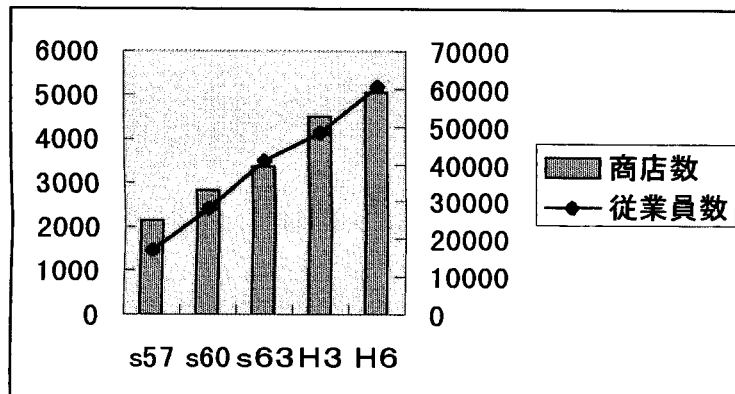
- (1) 住商工が混在している地区であること。
- (2) 密集地区であること。

(3) 対象地区に生活する人々が何らかの特徴的な活動をしている地区であること。

この事を念頭に置いた上で、我々は今年度の調査対象地区として鐘ヶ淵周辺地区（墨田区）・大森西地区（大田区）・地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）の3地区を選択するに至った。これら3地区は3つの前提条件に当てはまる地区である。ただしここで(3)について説明を加える必要があるであろう。鐘ヶ淵周辺地区に関しては、行政主体の再開発事業が持ちあがっている地区であること。大森西地区に関しては、行政の工業に対する支援策が進んでいる地区であること。地蔵通り周辺地区に関しては、地蔵通り商店街がモデル事業商店街として活動している地区であること。このように3地区のいずれもが、何らかの特徴的な活動をしている地区なのである。

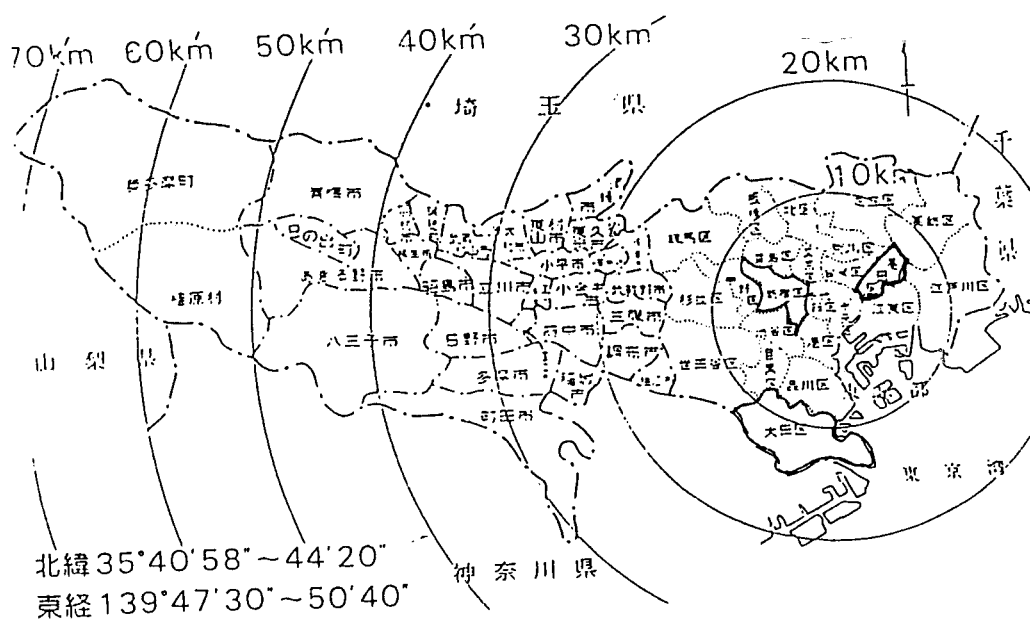
以上のような経緯を経て、今年度の調査対象地区が決定した。

図表1-2-3 東京都のコンビニエンスストアの店舗数、従業員数、売上高



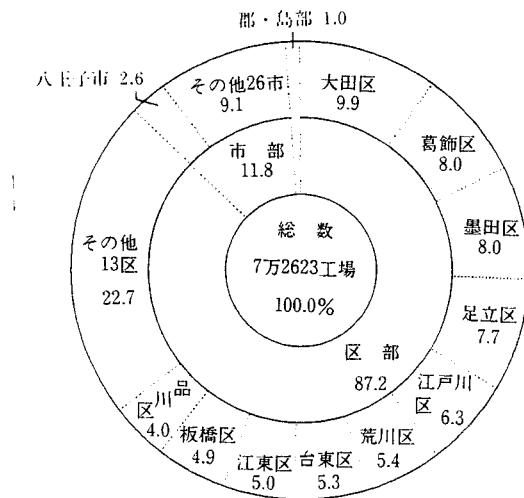
(商業統計調査・通産省より)

図表1-3-1 東京都全図



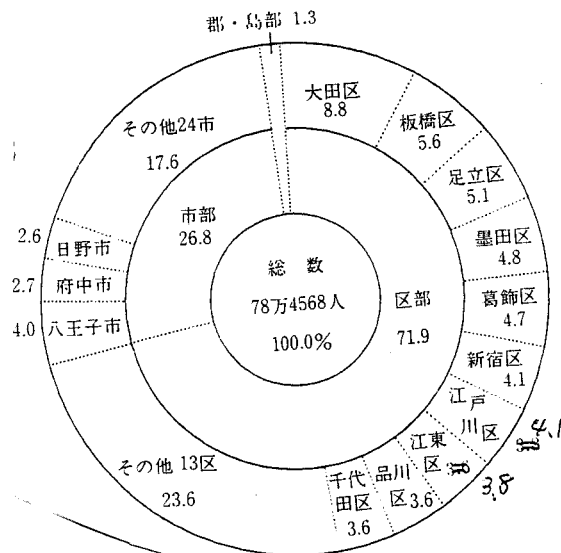
『東京都道路情報地図』

図表 1－3－2 東京都地域別工場数の構成比



「東京の工業」平成5年度版より

図表 1－3－3 東京都地域別従業者数の構成比



「東京の工業」平成5年度版より