

# 心理学から見たコミュニティづくり (コミュニティの心理学的評価尺度を作る意義と試み)

岩橋 俊哉 (大東文化大学 法学部)

## Psychological approach to planning better community.

Toshiya IWAHASHI

### 要 旨

キーワード：まちづくり、地域コミュニティ、心理尺度、ユートピア

### 要 約

理想社会を想像し記述する作業は、かつて沖野（1948）が述べたように、より良いコミュニティを作っていくための目標を設定するという意味で意義あるものである。ここではそれが「地域」コミュニティであることが重要な点である。SNS や趣味仲間の集まりのような仮想コミュニティは均質な人が集まる仮想のコミュニティであり、現実には、雑多な人が同じ空間で集うコミュニティが人の中心となるコミュニティであることによる。一部ではなく全人的な交流が重要である。それでは、良い地域コミュニティとは、どういうコミュニティなのか、そこには複数の理想形がある。例えば、活気がある方が良い人もいれば、落ち着いた所が好きな人もいる。他人との距離感の違いも様々であろう（イケダ、2016）。

ここでは、上のことを踏まえて、コミュニティの指標の作成の意義を検討する。評価尺度、満足度尺度、活性化尺度などが考えられるが、重要なことは、ひとつの尺度に収束させずに複数の尺度を考えることである。

### 序 ユートピアとまち (= コミュニティ) づくり

トマス・モアの作った造語であるユートピア（トマス・モア 1516）は架空の理想郷であり、モアはその書の中に彼自身が理想と考える社会の仕組みや人々の日常生活を具体的に記述している。その他にもエデンの園、楽園、天国、桃源郷など様々な呼び名で語られている理想郷があるが、その社会については抽象的な記述も多い（例、沖野 1948）。小説仕立ての作品ではウィリアム・モリスのユートピアだより（1890）やヒルトンの「失われた地平線」（1933）などもよく知られているが、その当時の社会を風刺する意図もあつたりしている。そして実際のところ、その国を現実に作ることはほぼ不可能である。しかし、理想を求める活動はかつて沖野（1948）が述べたように人々に希

望を与えるという意味で意義あるものである。

ところで、ユートピアは、例えばモアが示したような「ユートピア島」であったり、ヒルトンの小説「失われた地平線」の「シャングリラ」のように雪山に囲まれた閉鎖的な場所として表現されていることが多いように思われる。モリスの描いた未来の英国もまた島であった。周囲と隔絶されており、一種独立した場所であることがユートピアの条件としては重要なかもしれない。日本でユートピアを目指して作られたもののひとつとして、「新しき村」がある(前田 2017)。そのうちのひとつ宮崎にある村は地形的に隔絶された地区にある。もう一つ、埼玉にある村は地形的には隔絶されてはいないとはいえ、周辺が田んぼで囲まれており、雰囲気としては周りの住宅地とは隔絶された印象を与えている。

米国には、Whitopia と呼ばれるユートピアと言ってもいいような地区が数カ所存在している(Rich Benjamin 2009) ということである。これらの地区では比較的裕福な社会階級の白人が集まってコミュニティを作っている。その生活を垣間見たというレポートによると、その社会はユートピアとっていいものであるが、極度な排他主義ではないとはいえ閉鎖的な印象を与えるものであったという。ただ、閉鎖的ではなくとも、現状の社会体制の仕組みと共存する方法による現実的なアプローチもあることをマイク・ヴァイキング(2017) や Dan Buettner(2017) は示している。

地域コミュニティづくりは、人口が集中している都市でも、過疎化傾向にある地方の村落のような所でも、あらゆるところでできるものであるのだが、日本では、都市部への人口集中や日本全体の人口減少などの要因により、地方の人口減少と衰退が著しいことが社会問題となっており、この衰退を食い止めることが、国全体としての喫緊の課題となっている。この対策として国も地方の振興をはかる「地方創生」政策を策定している。このようなことを踏まえて、ここでも地方の市や町を主な検討対象にしたいと考えている。

まちづくりという言い方が、一般的にはよく用いられる(例、株式会社オオバ技術本部 2015 など)が、町は行政区分としても用いられる用語であり、多義的で曖昧な用語であるので、心理学の立場から、ここではコミュニティという用語を用いるのが、より適切であろうと考えている(植村ら 2017)。

これに呼応しているだけではないだろうが、様々な地方振興策や実際の活動が色々な分野から行われている(影山裕樹 2018、木下 斉 2016、飯田 泰之ら 2016 大泉 2018、山納 2018)。

## コミュニティの定義と諸側面

地域コミュニティとは、「地域住民が生活している場所、すなわち消費、生産、労働、教育、衛生・医療、遊び、スポーツ、芸能、祭りに関わり合いながら、住民相互の交流が行われている地域社会、あるいはそのような住民の集団を指す。」Wikipedia では、ほぼ以上のように定義されている。

ところで、地域コミュニティの諸側面は以下のように分類することができる。地域コミュニティそのものは、心理学、社会学の研究対象である(植村他編 2017)。

- ・観光地であるか否か：その地では観光が主要な産業なのか、商業地区なのか、工業地区なのか、ニュータウンのような居住が中心の町なのか、これによってアプローチに大きな違いが出てくる。特に観光地はその特徴が際立っているように思う。学問分野では観光学（菊池編 2018, 大泉 2018）や経済学がそれに関連していると考えられる。
  - ・気候と風土：これには地理、地学等の分野が大きく関連している（菊池編 2018）が、日本国内に限ったとしても、温暖な気候なのか、冷涼な気候なのか、冬に雪が多く積もるところなのか、雨量が多いのか少ないのか、など様々な違いによって暮らし方がかなり変わってくる。そのような気候の違いによって県民性と言われるような住民の行動様式の違いがもたらされるように思う。
  - ・景観（風景や景色）：地理学の領域である（菊池、2018）が、人工物である建築物に関しては建築学のなかでも都市計画のような領域である。美術やデザインの領域でもある（井庭ら 2013）。街並みの保存や都市景観保存などは重要な要因であろう。
  - ・歴史・文化・芸術：芸術学などの複合的な領域である。特に京都に代表される古都は、歴史の重みを作る町であり、古くからの祭や他の行事もコミュニティの維持にとって重要な要素である。歴史や文化は歴史学、民俗学などの領域として、町づくりに間接的に貢献しているといえる。
  - ・治安、防災：これは建築学（特に都市計画など）や行政学、防災学、犯罪学が専門領域であろう。
  - ・快適さ：客観的には測定し難いものであるが、主観的な尺度の作成と評価は心理学の領域である。
- 暮らしす上での、様々な取り決め：行政学のような分野がその役割を担っている。

以上のことからわかるように、地域コミュニティにはさまざまな側面があり、色々な分野から総合的に捉える必要がある。たとえば、町の美観に関しては建築学の視点が必要であるが、改築などのため、住民の合意を取り付けるには心理学や社会学に関連した合意形成についての知見が重要になってくるなど。

## よりより良いコミュニティ作りへのアプローチと複数の理想形

心理学的に定義するならば、より居心地良く暮らしやすいことがコミュニティづくりの目的であろう。ただし、「居心地良く暮らしやすい」の内容はその人の属性によって様々である。若い人は刺激を求めがちだろうし、高齢者は、刺激のあまり多くない環境を求めるかもしれない。

### ふたつのアプローチ

#### 1. 理念ありきのトップダウン型

極端な例を挙げるなら、ユートピア国を作ることである（例、沖野 1948）。社会主義国、共産主義国などの建国の目的はそうだったであろう。地域や地区といったレベルであれば、日本には「新

しき村」活動(前田速夫 2017)、北海道にはキリスト教や仏教などの宗教団体が開拓地で村を作った歴史もある(例、赤心社、北光社など)

ニュータウン開発(例として、「多摩ニュータウン」、「港北ニュータウン」、「千葉ニュータウン」、「幕張ベイタウン」、「ユーカリが丘」、「常総ニュータウン」、「竜ヶ崎ニュータウン」、「千里ニュータウン」、「泉北ニュータウン」、「高蔵寺ニュータウン」、「桃花台ニュータウン」など)もトップダウン型のコミュニティ作りの例であろう。

また、タワーマンションとも呼ばれる超高層の大規模マンションも都市部に多く建てられている。(例として、2010年以降でも、御影タワーレジデンス(2010年、総戸数502戸)、勝どきビュータワー(2010年、総戸数712)、アウルタワー(2011年、総戸数608戸)、プラウドタワー東雲キャナルコート(2012年、総戸数600戸)、シティタワー神戸三宮(2013年、総戸数640戸)、グランフロント大阪オーナーズタワー(2013年、総戸数525戸)、シティタワー武蔵小杉(2015年、総戸数800戸)、富久クロスコンフォートタワー(2015年、総戸数1231戸)、Brillia Tower 池袋(2015年、総戸数432戸)、大阪ひびきの街 ザ・サンクタスタワー(2015年、総戸数874戸)、キャピタル・ゲートプレイス ザ・タワー(2015年、総戸数702戸)、DEUX TOURS CANAL&SPA(2015年、総戸数West棟East棟それぞれ1450戸)、シティタワー広島(2016年、総戸数514戸)、KACHIDOKI THE TOWER(2016年、総戸数1420戸)、パークシティ武蔵小杉 ザ ガーデン タワーズイースト(2017年、総戸数592戸)、ザ・パークハウス中之島タワー(2017年、総戸数894戸)、ザ・パークハウス西新宿タワー60(2017年、総戸数954戸)などがある(Wikipediaなどによる)。

トップダウン型を別な面から見ると、まず観光が上げられるよう。観光産業の振興は経済水準からみた暮らしやすさの向上と考えると、コミュニティの目的としてはわかりやすい(観光情報学会編 2015)。観光振興の優位な点は、その地域を(経済的に)豊かにするという目的により、住民の合意が得られやすいのではないかと考えられる。

### 例1. 過去遺産利用型観光地

古い寺社などの歴史的な遺産(例として、京都や奈良の仏閣など)、自然が作り出した景観(例えば、天の橋立、東尋坊など)など観光資源がもともとある場合がほとんどであるが、不完全にしか残っていない街並みを修復して観光の目玉にする事例もある。例として、長野県馬籠宿と妻籠宿、岡山県倉敷市、埼玉県川越市の商店街などが挙げられるだろう。これらの地域が他の地域に比べて有利な点は、歴史や地域の制約から、他では真似しにくい独自性を打ち出しやすいことである。

### 例2. 観光資源開発型観光地

これに対して、特別な資産がない地域では、資産を新たに作り出して行かなくてはならない。例として、上に述べたような歴史的には田園調布の開発から始まるニュータウンや、種々の団地の開発からタワーマンションに至る流れなど数多くの事例がある。

その他にも、その地域で目玉となるような施設を新たに作る方法がある。最近では、東京スカイツリーが代表的な事例であろう。ここまで大規模ではなくとも、ショッピングモールなど新たな商業施設を作ることは全国で行われている一般的な方法である。

この方法は、投下できる資本があればどこでも作れるが、大型ショッピングモールともなると多額の投資が必要なことも多いので、大資本の参入があるかないかに左右されることになる。それに加えて、人が集まることがそのままコミュニティの形成につながるのかということについては難しいところがある。さらに採算が合わなければ、施設の撤退がありえることも考慮する必要がある。

その他として、アートを利用して町おこしを行なう方法がある。例、越後妻有大地の芸術祭（北川フラム他監修 2018、<http://www.echigo-tsumari.jp/>）。瀬戸内国際芸術祭（<https://setouchi-artfest.jp/>）、奈良・町家の芸術祭はならあと（<https://hanarart.jp/2018/>）、あいちトリエンナーレ（<https://aichitriennale.jp/>）、新潟水と土の芸術祭（<http://2018.mizu-tsuchi.jp/>）、山形 みちのおくの芸術祭 山形ビエンナーレ（<https://biennale.tuad.ac.jp/>）などが代表的なものとして挙げられる。他から人を集め、地域住民と交流を図り、地域を活性化させ人口を増やそうとする試みである。独自性を打ち出しやすいが、協力者の人脈、そして入念な準備が必要であり、容易な方法とはいえない。また、街並みを修復（修景と呼ぶ）しながら作り上げた例として、長野県小布施町の町づくり（川向正人、2010）が挙げられる。

## 2. ボトムアップ改善型

快適な暮らし方や幸福感を高める考え方や価値観を探る（マイク・ヴァイキング 2017、Dan Buettner 2017）アプローチである。その国の制度からある程度の制約を受けることを前提としながら、暮らしていく上での個人の考え方や態度について再考することを提案している。マイク・ヴァイキングは HYGGE という言葉（デンマーク語で、「心地よさ」等を表すことば）で 10 のルール（1 雰囲気（部屋の明るさなど）、2 「今」「ここ」（のことに集中）、3 お楽しみ「お茶、お菓子」、4 公平・平等、5 感謝、6 調和、7 気楽さ、8 平和、9 一体感、10 安らぎ）を提示し「キャンドルをともして、あたたかい部屋でコーヒーを飲む」というようなお金をかけないささやかな楽しみを積み重ねていくことで日常生活に心地よさをもたらす方法を提案している。一方、Dan Buettner は世界中を巡って調査し、幸福な国にある 3 つの P を提示している。それは、Pleasure= 楽しみ、Purpose= 目的意識、Pride= プライドである。本論では、これらも参考にしながら、実現可能な、より良いコミュニティを作る方法について論ずることにする。ほとんどの町では、徐々に改良して行くアプローチの方が重要であろう。

地方の町のイメージアップ戦略では、多くは住みやすさを売りにしている。都会から地方への移住のノウハウをテーマにした書籍は数多さく出版されている（例、清泉 2018）。

### 良い地域コミュニティを作ること、その指標について

良いコミュニティを作っていくためには、コミュニティの良さの程度を示す何らかの尺度があると便利である。この尺度があることにより、時間による変化などについて量的な評価が可能になり、他のコミュニティと比較することも可能になる。



従来の主要な指標の大きなものを整理してみる。

建築学の分野ではクリストファー・アレグザンダーの提唱したバタン・ランゲージが指針としてよく利用されている(例として、葉上2016、川越市の商店街)が、これは質的な指標であり(例、「座れる階段」、「街路を見下ろすバルコニー」など)、量的な指標と組み合わせることで、他との比較がやりやすい指標ができるかもしれない。

総務省統計局の指標とその変遷をまちの指標として考える。

・社会指標(1974-84年)

非貨幣的指標が中心で、価値規範指標が含まれていた。そして指標は全国レベルのみである。国全体の変化を測ることがその目的である。

・国民生活指標(1986-1990年)

この時代から、個人の効用により焦点を当たってきた。主観的指標とともに国際比較可能な指標を追加した。採用した指標の総数は減らされている。

・新国民生活指標(豊かさ指標)1992-1999年

個人の視点から分野を設定。構造は活動とその成果から組み立てられた。この年から地域の指標が導入されて、地域間比較が可能になった。

・暮らしの改革指標(LRI)2002-2005 尺度を提供し、市町村などで得点比較が可能になった。目標は国民の視点から設定された。

## RESAS について

RESASは、主として経済指標のデータを公開し、それにグラフ機能を機能を付加して、これらのデータを誰でも簡単に利用できるようにしたサイトである(日経ビッグデータ編2016)。RESAS(=Regional Economy Society Analyzing System)は、地域経済分析システムの名称である。以下はその由来である。「経済産業省と中小企業庁が開発していたものを2015年にかけて内閣官房の「まち・ひと・しごと創生本部」に移管し同年4月に正式にサービスがスタートしたもの。オープンデータの流れののって、様々な指標が公開されているが、データだけあっても、分析ツールがなければ、その利用は難しい。そこで、データを視覚化するツールを提供することで、データの分析を容易にするのがその目的である。そのツールは、メニューで選択することができ、操作が容易な点が画期的である。サイトで提供されているので誰でも使う事ができる。」(日経ビッグデータ編2016)このツールは、データと表現方法が一体化したサイトである。メニューで対象となる地域や特定の指標を選択しグラフ作成が簡単にできるが、その出力を加工して利用するのはやや難しい。データの加工、グラフの加工をしたい場合には柔軟性を欠くところもあり、未完成な部分もある。ただし改良は続けられているので、将来的には使いやすいものになることが期待できる。

また、民間が提供している指標では住みよさランキング(東洋経済新報社2007年から)などが代表的な公表データである。

## 従来のランキングの課題

従来のランキングでは町や市をひとつの尺度に並べて比較しがちであるが、このことには無理があるのではないと思われる。なぜなら、先に述べたように、暮らしやすさは人によって異なる上に、それぞれの町には地理的、歴史的背景の違いによる独自の特徴があるからである。すみ良さランキングでは特定の世代の特定の属性を持つ人の住みやすさを前提としているように思われるが、実際には、年代によるライフステージ（独身、子育て世代、年金世代等々）や、家族構成（独身、子供がいる家族、子供のいない家族等々）などの違いによって求める住み良さは変わってくる。住みやすさは全ての人にとって同じものではない。例えば、若者は活気を求めるが、老人は静けさやゆったりしたことを好むかもしれない。子育て世代の関心事は、保育園や学校のこと、子育てのことであり、独身者の関心事は、自身の健康や老後のことかもしれない。かつては、どの町も同じように進歩して同じレベルの町になることが暗黙の前提であった。その結果なのか、特に地方では、どの町にいても、特に主要な道路沿いには、ほとんど同じ光景が見られるようになって個性が失われてしまった。そのことについて、否定的な意見が広まって見直しが始まり、その町はそれぞれ土地の個性を出すべきである認識が変わってきている。このような視点で見ると、良いコミュニティの形は一つではない。このことから、複数の評価基準を備えた尺度を作成することが必要と考えられる。

## 心理学の手法でコミュニティを測る試み

性格や知能など人に対する評価と同じ手法を用いて、町を評価する手法を検討したい。心理学で性格や知能の尺度を作成する際の手法を用いることができるだろうと考えた。心理学の領域では、たとえば、満足の程度を評価する際に、大変不満を1、不満を2、どちらでもないを3、満足を4、大変満足を5とするなどを何段階かで数値化して、その程度を表現する。性格の場合にも、いくつかの尺度について、数値でその程度を表現することが一般的であるので、その手法を適用することにした。

町の特徴を人の性格とおなじようにとらえる可能性を探りたい。

評価尺度のイメージとしては、町の性格特性（多元的）と考えられる。なおこの中には活力のような指標も含まれるだろう。活気がある、落ち着いた、若々しい、品のある、明るい、暗い、雑然とした等々。また、活気は経済的活力と考えられる。社交的、開放的、閉鎖的は人との交流を踏まえた暮らしやすさであり、活力があるものと考えられる。

統計的手法としては、因子分析の使用を検討したい。コミュニティが何次元に分類できるか抽出し、コミュニティの尺度化を検討する。この手法で町の特徴を抽出し分類する。

町に対する尺度を作成することの可能性については、以下の点が挙げられる。

- ・ 色々な満足度を複数測ることで、コミュニティの特徴を表したり、複数のコミュニティ同士を比較することが可能になる。
- ・ 多面的にコミュニティ満足度をはかることができる。

- ・定期的に満足度をはかることにより、時系列でその変化の様子を知ることができる。
- ・様々な指標から、何が満足度に影響を与えているのかを検討する。分析手法として、重回帰分析などが適用できる。

人とおなじように、他の街との関係によって町の性格が変わる可能性もありえる。例えば、隣の大きな市が発展することでその町はベッドタウンとなり、買い物も医療も隣の市に依存してしまうなど。

町に対する満足度などの尺度では、時間軸の視点も考えられる。人の発達と同様に町にも発展期、成熟期、衰退期があるかもしれない。福岡県大牟田市などが好例かと思われるが、特に人工的に発展させたニュータウンや町がそのような様相を示しているかもしれない。人と異なる点はもう一度発展する可能性がないとは一概には言えないことである。

今後データをとって、それを実証したいと考えている。

## 文 献

- 株式会社オオバ技術本部 2015「まちづくり学への招待」東洋経済新報社観光情報学会編 2015「観光情報学入門」近代科学社
- 日経ビッグデータ編 2016「RESASの教科書」日経BP社
- 川向正人 2010「小布施町の奇跡」新潮新書
- トマス・モア著 1516 平井正穂(翻訳 1957)「ユートピア」岩波文庫
- ウィリアム・モリス著 1890、川端 康雄(著 2013)「ユートピアだより」岩波文庫
- 葉上太郎 2016-連載中「地方は消滅しない」文藝春秋
- 前田速夫 2017『「新しき村」の百年』新潮新書
- 沖野岩三郎 1948「ユートピア物語」一陽社
- 大泉敏郎 2018「私、B級観光プロデューサーです!」ワニ・プラス
- 山納 洋 2018「地域プロデュース、はじめの一步」河出書房新社
- 菊池俊夫 2018「ツーリズムの地理学」二宮書店
- 木下 斉 2016「地方創生大全」東洋経済新報社
- 影山裕樹 2018「あたらしい路上のつくり方」du books
- 飯田 泰之、木下 斉、川崎 一泰 2016「地方再生の失敗学」光文社新書
- 植村勝彦ら(編) 2017「よくわかるコミュニティ心理学[第3版]」ミネルヴァ書房
- ジェームズ・ヒルトン 1933 池央 耿 訳 2011「失われた地平線」河出文庫
- マイク・ヴァイキング他著、アーヴィン 香苗訳 2017『「ヒュッケ 365 日「シンプルな幸せ」のつくり方」三笠書房
- Dan Buettner 2017 “The Blue Zones of Happiness: Lessons From the World's Happiest People”, National Geographic
- 清泉 亮 著 2018「誰も教えてくれない田舎暮らしの教科書」東洋経済新報社
- Rich Benjamin 2009 “Searching for Whitopia: An Improbable Journey to the Heart of White America”, Hachette Books
- 井庭 崇ら著, 2013「パターン・ランゲージ: 創造的な未来をつくるための言語」慶應義塾大学出版会
- イケダハヤト 2016「まだ東京で消費してるの?」幻冬舎新書
- 北川 フラム、大地の芸術祭実行委員会 監修 2018「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ 2018 公式ガイドブック」現代企画室

(2018年9月27日受理)