

藤村麻衣子「コミュニティーカフェ『ソノツギ』から見る コミュニティービジネスによるまちづくり」

1. はじめに

近年、コミュニティービジネス¹が盛んになってきている。

コミュニティービジネスとは、コミュニティーが抱える問題を地域住民が主体となりビジネスの手法を用いて解決する取り組みをいう。

その背景には国や地方自治体が財政赤字を抱え、自治体だけでは地域の問題に十分な対応ができなくなっていることがあげられる。また、少子高齢化が進むことで事態はより一層深刻化している。そこで地域住民自らが立ち上がって「地域の問題は地域の住民で」と解決に取り組む動きが出てきた。その中で、ボランティアとは違うビジネスと言う手段を使うことの意義は、活動に責任と持続性を持たせるためである。また、その地域に新たな雇用を生み出すなどのメリットもあげられる。

私自身もコミュニティーカフェ「ソノツギ」という活動でコミュニティービジネスに取り組んでいる。市民の活動によるまちづくりについて自らの活動を踏まえつつ考察していきたい。

尚、ここで述べる「まち」とは、市町村ではなく自治会レベルの徒歩圏の小さなコミュニティーを指す。

2. コミュニティーカフェ「ソノツギ」

宇都宮大学峰キャンパスから西方向に5分ほど歩いたところにコミュニティーカフェ「ソノツギ」はある。場所は大学周辺という好条件ではあるが、周囲には営業している店と、シャッターの閉まった店とが混在している。それは、駐車スペースの問題である。車社会が発達し郊外型デパートが主要になっているため、交通量の多い国道123号線沿いでありながら駐車スペースのない宇都宮大学周辺の個人経営の店は苦戦を強いられているのである。「ソノツギ」のスペースも元は別の飲食店が入っていて、その後は使われていなかった店改装して活用している。

このカフェはNPO法人宇都宮まちづくり市民工房が管理しており、複数の市民グループが曜日変わりで出店している。原型はとちぎ市民まちづくり研究所が取り組んでいたコミュニティービジネス支援プロジェクト「ソノヨコ」であったが、2009年4月「ソノツギ」への移転とともに組織解体され、現在の形態となった。2010年4月には店舗を改装しリニューアルオープンしている。ソノヨコ時代には日本都市計画家協会の「2006年度ま

¹ 関東経済産業局

http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/community/index_about.html(最終閲覧 10.6.20)

ちづくり奨励賞」、栃木県コミュニティー協会の『2007年度あしたのまち・くらしづくり活動賞：優秀賞』を受賞した²。

コンセプトは「地域の縁側づくり」と「LOHAS - Lifestyles Of Health And Sustainability (健康で持続可能なライフスタイル)」である。以前日本の住まいに普通にあった地域住民が互いに支えあう仕組みを作り、環境と健康に配慮した持続可能なライフスタイルの提案と実践を行っている³。

現在7つの団体が所属し、全ての曜日に来店者がいる。それぞれ曜日によって営業時間は異なるが、ほぼ毎日営業している。毎月1回来店者が集まり、ミーティングが行われている。そこは営業状況の報告や、互いの活動について情報共有の場となっている。また、2010年4月に行われた改装事業は、「ソノツギ」に来店している学生発案で、来店者が協力し自らの手で行った。

3. 利用者の声から見るコミュニティーカフェ「ソノツギ」

私自身、「ソノツギ」で土曜日に Fair Trade Café VIMALA⁴というカフェを「ソノツギ」で来店している。ここではフェアトレードという公正な取引をされた商品や、無農薬・無添加の食材にこだわったメニューの提供している。‘VIMALA’とは学生 NGO 団体 ResourceNetwork が支援しているインドの職業訓練学校の名前である。インドカレーやチャイを提供しつつコーヒー、紅茶、チョコレートなど身近な食材の裏側に隠された真実を見つめ、食事をすることで出来る国際協力を実行することを目的とし、活動している。

その Fair Trade Café VIMALA への来店者男女各1名と、他の曜日に来店している主婦1名へのインタビュー調査を実施し、その結果を以下にまとめる。

ほぼ毎回の来店時に訪れる男性客は、いつも仕事柄若い人とかかわる機会がないため、ソノツギで来店する大学生との会話が毎週の楽しみで、今の大学生の考えを聞くことで刺激を得られるためよく利用していると語っていた。手頃な値段で、ボリュームのある食事がとれることも魅力の一つであるという。

また、親子連れで訪れていた利用客は、地産地消や有機野菜は子供へ安心して食べさせられるし、何より、野菜が嫌いな娘が残さずおいしそうに食べてくれたとうれしそうに話してくれた。

そしてソノツギで来店している主婦は、普段は家庭に入っているため人と関わる機会があまりないようだ。しかし、ここで来店することで若い学生から大学教授、また近所の住民まで様々なバックグラウンドを持つ人と出会い、話すことができる。カフェでつながった友人も多いという。世代を超えた友人ができることは、家庭に入っているだけではでき

² 「ソノツギ」ホームページ

<http://www12.plala.or.jp/keith7/sonotugi/sub12.html> (最終閲覧 10.6.20)

³ 陣内雄次・萩野夏子・田村大作

「コミュニティー・カフェと市民育ち—あなたにもできる地域の縁側づくり」萌文社、2007

⁴ Fair Trade Café VIMALA コミュニティー

http://mixi.jp/view_community.pl?id=2142159 (最終閲覧 10.6.20)

なかったであろうし、人と人とのつながっていく過程が見えるため、出店していても楽しいと語っていた。準備や後片付けなど大変な作業も多いが、ここが好きで楽しいから今まで続けてくることができたとも語っていた。

私自身がカフェを出店していて何より楽しいのは利用客との会話である。たわいのない話で盛り上がることも多いが、時には社会問題について討論したり、新たな知識を得られる機会にもなる。また、前述の親子連れの利用客からは、インタビュー後に有機野菜の販売店やカレーのレシピを尋ねられた。そのような相談を受けることも多い。

4. コミュニティーカフェ「ソノツギ」の存在意義

飲食店を運営する以上、料理の質には一定以上のものが求められるが、それ以上に重要なものがあるのだろうと考える。出店者は学生や地域の主婦が中心であり、決してプロの料理人ではない。本当に料理の質だけを求めるのであれば、もっとよい店はたくさんあるだろう。それでも多くの人々が「ソノツギ」に集まるということは、料理だけではない人と人とのつながりや会話に魅力を感じる人が多いからということではないだろうか。

かつては人とのつながりは自然に形成されていた。地域の商店街や個人の店に通い、顔なじみの店員とよりよいものを選び、その活用方法を相談したり、また日常の悩みを打ち明けたり、話し相手や相談相手にもなっていた。しかし、現代社会においては郊外型デパートの進出により、移動の利便性や価格の低さばかりに魅力を感じ、人と人との関わりが希薄になってしまっている。そのため、いざ困ったときに相談できる話し相手が身近にいないという現状に陥っているのではないか。

以上のことから、コミュニティーカフェは地域の縁側の役割を果たしていると言えるであろう。「△曜日のこの時間にそこに行けばあの人がいる」その安心感や、現代社会に不足しているコミュニティーカフェの存在意義なのではないだろうか。

5. 終わりに

カフェという空間に小さなまちが形成され、人と人とのつながる。そこから地域全体へとまちが広がっていく。その地域に住む住民が自らの手で、失いつつある地域コミュニティーを創造する。それがコミュニティーカフェ「ソノツギ」であろう。

カフェの運営とまちづくりという一見結びつかないような2つであるが、今回この論文をまとめることで私の中でひとつにつながった。今の「ソノツギ」では自治体レベルで取り組むような大きな問題を解決することはできないかもしれない。しかし人と人とのつながり、支えあう「場所」がそこにはある。そのつながりが店の中にとどまらず、地域全体に広がっていくことができれば、それはまちの形成の完成形なのではないだろうか。

今回コミュニティーカフェ「ソノツギ」の事例を取り上げたが、全国にはコミュニティービジネスがカフェ事業の他にもたくさんある。どの事業にも共通しているのは、地域の問題を解決するために市民が地域と向き合い、前向きに捕らえ、活動しているということである。そのためにも地域にどのような問題があるのか、きちんと地域を見つめる必要がある。そうすると自治体だけではなく、市民にできることも多くあるということが実感できる。多くの市民が地域と向き合い課題解決に取り組むことができれば、より住みよいま

ちが形成されるだろう。