

繁華街の機能・空間集積と地域コミュニティの相補関係と

まちの持続性 その5

日大生産工（院）○馬場 祐希

日大生産工（院）小出 千容

日大生産工 北野 幸樹

1. はじめに

本稿は、前稿(その4)に引き続く一連の研究である。前稿では、地域居住者の新宿ゴールデン街の利用実態と期待、まちづくりに対する活動について整理した。

本稿では、新宿ゴールデン街の店舗運営者の意向や活動について整理し、店舗運営者と地域居住者の双方を照らし合わせ、新宿ゴールデン街が持続する手法に関する基礎的知見を得ることを目的としている。

2. 調査概要

新宿ゴールデン街で店舗を運営している店舗運営者にヒアリング調査を実施した。店舗運営者の概要を表1に示す。ヒアリング内容は、「回答者属性」「新宿ゴールデン街の現在と過去に違いについて」「景観・環境の変化について」「店舗運営について」「まちづくり活動について」「魅力について」である。地域居住者を対象にアンケート調査を実施した。（調査概要は前稿その4の通り）分析方法は、ヒアリング調査による回答を、テキストマイニングツールである「KH Coder」により計量テキスト分析を行う。ヒアリング内容を形態素分析し、最小単位の言葉に分割し、各言葉の種類や頻度を分析する。抽出した言葉と言葉の関連性を把握

表1 新宿ゴールデン街店舗運営者の概要

対象者	A店主	B店主	C店主	D店主	E店主
性別	女性	女性	男性	女性	男性
年齢	80代	50代	70代	50代	20代
経営年数	50年	50年	50年	20年	5年
居住者	-	○	-	-	-
ヒアリング実施日	2022年7月25日	2022年8月7日	2023年7月14日	2024年8月1日	2024年8月7日

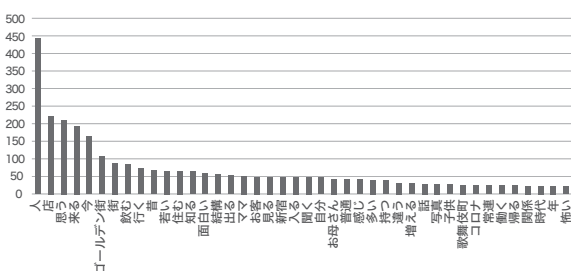


図1 店舗運営者5名の頻出語一覧

するために、共起ネットワークによる可視化を行う。出現率の比較や対応分析による共通性と運営者ごとの特徴の関連性を調べる。運営者の意識の共通性と特徴を捉え、新宿ゴールデン街の存在意義や持続性について考察する。

3. 店舗運営者5名の計量テキスト分析

共起ネットワークで用いる言葉の頻度について視認性の観点から上位60の言葉を用いた。また、ヒアリング内容の前処理は、KH Coder内にある茶筌による複合語を抽出し、語の取捨選択を行う。

分析の結果、95の語が抽出され、2~16の抽出語による11グループの共起ネットワークが示された。店舗運営者5名の共起ネットワーク図を図2に示す。最も多く得られた語は「人」であり、他に多く得られた語としては、「店」「思う」「来る」「今」等で200語前後であった。頻出語一覧を図1に示す。特に「人」は「店」「来る」「今」「思う」「ゴールデン街」との繋がりを示しており、これらは、新宿ゴールデン街が「人」が中心的な役割を果たしていることを強調しており、そこに「来る」「人」と「人」のつながりによって構成されていることを表現しているといえる。

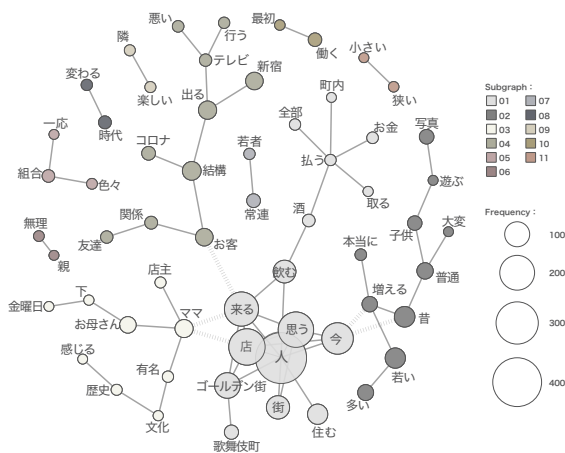


図2 店舗運営者5名の共起ネットワーク図

Study on Relationship between Functional and Spatial Concentration
of Downtown and Complementarity of Local Community and Sustainable of Town
Part5

Yuki BABA, Chihiro KOIDE and Koki KITANO

4-4. D店主の計量テキスト分析（図6）

D店主のヒアリング内容について、40種類の語が抽出され、8群の共起ネットワークが示された。特に多い語は、「人」「店」等である。共起01と共起02について「人」と「店ー今ー昔ー増えるー外国人」の繋がりあり、「今」の新宿ゴールデン街は新たな「店舗」や「外国人」観光客が「増え」ており、観光地化していることがわかる。外国人観光客が増加する一方で、常連さんとの交流の減少など、観光地化により本来の魅力や独自の文化が薄れることに懸念を抱えていると感じる。観光客との関係を考え、街の文化や価値観を尊重する取り組みが求められると考える。

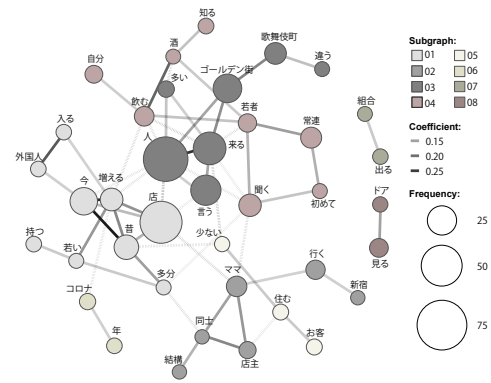


図6 共起ネットワーク図「D店主」

4-5. E店主の計量テキスト分析（図7）

E店主のヒアリング内容について、42種類の語が抽出され、6群の共起ネットワークが示された。特に多い語は、「人」「思う」である。共起01と共起03について「人」と「面白いー嫌ー魅力ー飲み屋」「海外ー多い」の繋がりがあり、個性的な「飲み屋」が集まる場所であり、そこで出会う様々な「人」や、「面白い」出来事に「魅力」を感じている。加えて、本来だと「嫌」なものや人を排除しないことが必要であり、新宿ゴールデン街の「面白さ」「魅力」と捉えていることがわかる。また、「海外」の「人」が「多い」ことがわかる。観光地としての新しい価値を付加すると同時に、新宿ゴールデン街の面白さや魅力を残していくことが重要であると考えられる。

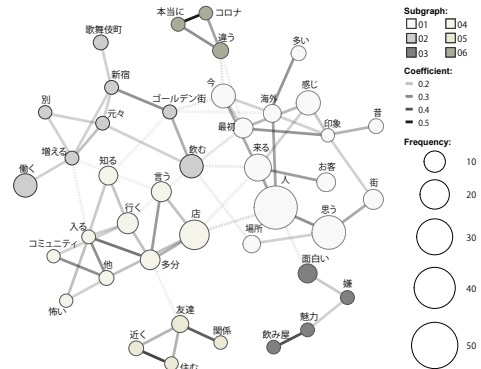


図7 共起ネットワーク図「E店主」

5. 店舗運営者の共通性と特徴語

5-1. 店舗運営者5名の共通性（図8）

出現語の関連性を共起ネットワークから5名の運営者の共通の語を分析する。5名の共通している語で特に多い語は「人」である。次に「店」「来る」などが見られた。これは、新宿ゴールデン街に来る人にとって、店がただのビジネスの場を超えて、人々が集まり交流する特別な空間であることがわかる。

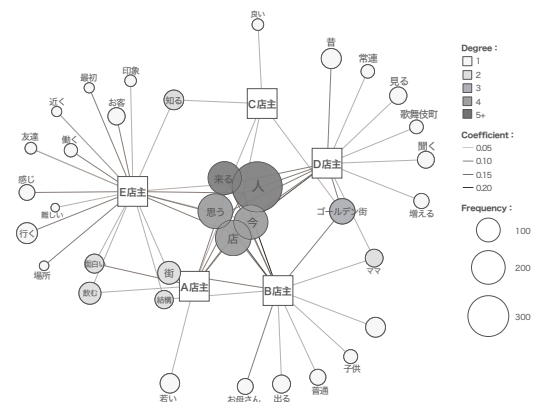


図8 共起ネットワークでみる共通性

5-2. 店舗運営者5名に特徴語（図9）

対応分析では、語の共通性が高いほど、中心(0, 0)にプロットされ、特徴的な語はカテゴリーのある方向にプロットされる。

A店主は「金」「生きる」など生活していくための表現が特徴的であり、B店主は「生活」「娘」「親」など生活の一部で日常的な表現が特徴的だとわかる。C店主は中心の位置にいることから、4名との共通性が高いことがわかる。

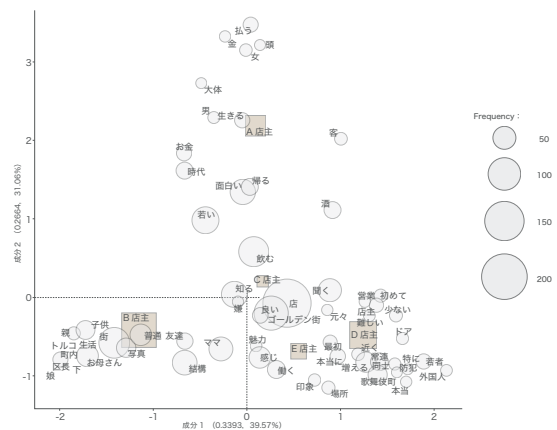


図9 対応分析でみる特徴語

D店主は、「若者」「外国人」など多様化している客層についての表現が特徴的であり、E店主は「場所」「魅力」など新宿ゴールデン街という場所の魅力についての表現が特徴的であることがわかる。また、D店主とE店主は近い位置にありため語が似通っていることがわかる。

新宿ゴールデン街は「人」を中心に構成され、新しい訪問者を引きつけ、様々な人が滞在、生活していることで、偶発的な出会いや交流が行われることによって、そのまちの利用する人々や街全体に愛着を持つことができるのではないかと考える。

6. 運営者と地域居住者の共通性 (図10)

出現語の関連性を共起ネットワークから「運営者」と「地域居住者」の共通の語を分析する。

「運営者」と「地域居住者」のタグから結ばれている共通の語として、「人」「今」「昔」について過去と現在の比較が伺える。「昔」に比べ「今」は、新しい「人」が「増える」といった変化は、新宿ゴールデン街が観光地化し、多様な人々が訪れるようになったことがわかる。これにより、独自の魅力や文化が変化している懸念や外国人など新しい来街者を受け入れていくことが必要であると考えられる。

また、「人」という共起語は、新宿ゴールデン街における交流の重要性を示している。新宿ゴールデン街が単なる物理的な空間ではなく、訪れる「人」と「運営者」、そして「常連客」や「観光客」の相互作用によって成り立っている。この「人」とのつながりが、新宿ゴールデン街の魅力や面白さを支えており、今後もそのコミュニティ性が新宿ゴールデン街の持続性に繋がると考える。

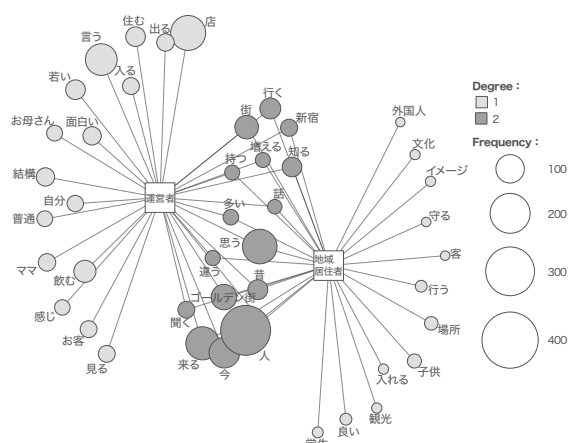


図 10 店舗運営者と地域居住者の共通性

7. まとめ

本研究で得られた新宿ゴールデン街の価値と持続的なまちづくりについて得られた基礎的知見を以下にまとめる。

1) 店舗運営者の意識の側面

運営者5名の意識について、A店主は「人」「今」が中心にあり、「人」と「店ー面白いー来る」の共起は来街者にとって面白さを提供する場として認識している。B店主は「人」が中心にあり、「人ー街ー店ー住む」の共起は商業的な場所だけでなく、生活の一部として捉えている。C店主は「ゴールデン街」と「人」が中心にあり、「ミイラー行く」の共起は訪れた人が深く入り込み、抜け出せない魅力を感じている。D店主は「人」「店」が中心にあり、「今ー増えるー外国人」の共起について観光客とのバランスを考慮し、独自の文化を守ることが必要だと考えている。E店主は「人」「思う」が中心にあり、特に「面白いー嫌ー魅力ー飲み屋」の共起について「嫌」なものの排除しない寛容さが、面白さや魅力の一部であると考えている。

2) 店舗運営者の共通性と特徴語

共通性について、「人」「店」がみられ、訪れる人々にとって交流を生む場所であり、人の繋がりを重要視している。特徴語について、A店主は生活に直結する表現が特徴的で、B店主は家族や日常に関連する語が特徴的である。C店主は中心の位置にいるため他の運営者と共通性が高い。D店主は多様化する客層に焦点を当て、E店主は場そのものの魅力に注目し、観光地としての側面を意識していることが伺える。人との繋がりの価値や、多様な訪問者がどのように街の魅力を支えるかを理解することが今後のまちづくりに重要である。

3) 店舗運営者と地域居住者の関係の側面

「人」という語は、運営者と地域居住者の両者にとって重要な役割を果たしており、新宿ゴールデン街がただの物理的な空間ではなく、訪れる「人々」との相互作用によって成り立つ場所であることがわかる。街の個性を守りつつ、観光客を含む新しい訪問者との共存を図ることが重要であると考えられる。

参考文献

前稿（その4）と同様。