

地域の主体とは誰なのか

——変わりゆく沖縄県那覇市栄町市場の事例から——

有馬 恵子*

1 序論

沖縄では、戦後に整備された「マチグワー」とよばれる中心市街地の市場が再整備の時期を迎えており、次々に閉鎖されている¹。モノレール「安里駅」のプラットフォームから眼下を眺めると那覇で最も古い市場のひとつ「栄町市場」があるが、「ゴツゴツとしたコンクリートや鉄のかたまりが地表に突き刺さる」（石川 2018）地景がひろがるばかりで、市場の気配を確認することはできない。地上に出ると駅前の居酒屋やスナックが立ち並ぶ一角に「栄町市場入り口」の門があり、中に入るとすれ違うのがやっとの細い路地に、間口が1メートルにも満たない店舗がひしめき合う。栄町市場は近年「通路にはみ出すかたちで営業する飲み屋が増えて、細い路地が入り組む迷宮のような市場はすっかり夜の街になった」（加藤 2013）とされる。本稿は、市場誕生から70年を経た現在、昼間を中心としてきた市場が夜の飲み屋へと移り変わりつつあるなかで、市場の範囲と成員はどのように変化したのかを明らかにすることで、「地域の主体とは誰なのか」という地域研究の伝統的な問いにアプローチする²。以下ではまず、地域における社会集団を、生態学的プロセスによって理解しようとする都市社会学研究と、「地元／よそ者」の図式で捉える環境社会学の先行研究を再検討する。

都市社会学研究³において、「地域」という言葉は、空間的な範囲を示すのに加えて、その範囲におけるコミュニティを含意していた。すなわち、「地域＝地域コミュニティ」を論じるということは、「地域」という器の中の社会統合・組織化という実践的問題を議論することを意味してきた（町村 2000: 176）。とくに、近年の市場／商店街／繁華街を対象とする地域研究では、地域活性化の主体として、コミュニティ形成機能を創出する場として商店街機能を捉えている。たとえば新雅史は、「商店街」という理念は、近代化の過程で形成された人工物であることを指摘した上で、近代家族が衰退するなかで崩壊する過程を整理し、地域の生活を支える新しい「商店街」の理念を探った（新 2012: 26-30）。また八木寛之は、大阪新世界の商店街におけるコミュニティ形成について、従来の組織を中心とした「構造的関係」だけではなく、店主の「個人的関係」に踏み込んで、活性化に与える影響を分析した（八木 2012）。これらの研究では地域の当事者／主体は、「組合」あるいは「店主」であるという枠組みが設定されており、「地域の主体とは誰なのか」という問いは、後景化している。

これに対して武岡暢は、「移動する人びとを含めた各主体のネットワーク、職業への入職、離職、さらには空間の供給、管理」といった論点から、歌舞伎町の「住民」に限らない出入りする人も視野に入れた「地域社会」としての歌舞伎町を検討した（武岡 2017）。その上で、「住民」を主体としない「地域社会」を捉えるには、第1に地域を「場」として捉え直すこと、第2に定住を含めた多様な主体として出入りする人びとを主体とすること、第3に「場」に出入りする人」と「そこにおける活動」を同時に視野に入れる分析方法を示し、歌舞伎町では、商業活動に関わる人びとにより構成された中間集団により活動が再生産されていることを導出した。

次に、環境社会学の先行研究を検討すると、地域の主体である住民と、それ以外の〈よそ者〉との二項対立関係

キーワード：都市社会学、サブカルチャーセオリー、よそ者、ねじれ、沖縄

*立命館大学大学院先端総合学術研究科 2019年度入学 公共領域

を軸とする〈地元／よそ者〉論が、少子高齢化や人口の流出にともなう地域の経済的機能の衰退を背景とした、〈文化・芸術〉を軸とした地域活性化の文脈で蓄積されている。たとえば宮本結佳は、香川県直島町のアートプロジェクトを事例として、「代替不可能な特定の個人」としての住民が主体的に来訪者とかかわることで、地域表象の創出という新たな資源の生成を実践していることを指摘する（宮本 2012）。また足立重和は、岐阜県郡上市八幡町の「郡上おどり」に着目して、観光化された伝統文化は、観光客の期待に応えた文化形態であると指摘し、地域の豊かさという視点から、伝統文化は「地域住民本位の」楽しみにもとづいて活性化すべきであると述べている（足立 2004）。

「地域の主体とは誰なのか」という問題に向き合うために、1) 武岡が導出した場の再生産メカニズムの生態的プロセスを解明する方法と、2) 環境社会学の〈地元／よそ者〉論を検討すると、まず1) の武岡の理論では、場に入りする人びとが、地域に組み込まれるという、歌舞伎町が生き延びるための活動の再生産を解明している。しかし実際には、流入者との相互行為で新たに生み出される動態、あるいは秩序からの逸脱など、必ずしも地域社会に準拠しない状況が生じるように思われるが、その存在は問われておらず、再生産以外の動態メカニズムは示されていない。次に、2) の〈地元／よそ者〉論は、地元とよそ者の二項対立を前提としており、それらの間の相互作用を看過している。たしかに、どのようにして地域資源を活用し、住民を主体として、地域の独自性を再生産していくかという問いは重要である。だが、そのような視座に立つと、1) 文化の担い手たる〈地元住民〉と、観光客、来訪者などの〈よそ者〉の線引きを自明視し、その機能と役割を固定化すること。2) 「地域表象」や「地域の豊かさ」といった「地域」を当事者とするまなごしは、本来祭りや文化・芸術によって期間限定でひらかれるはずの地域の成員を固定化するという問題が生じるように思われる。宮本の議論は、「文化 GDP」⁴のような、文化資源を経済的機能としてかすめとる議論とも親和的である。また、足立の議論に代表されるように、祭りを媒介に地元民と来訪者が交差することによって、融通無碍に伸縮する場の有機性を看過し、結果として場の力を弱め、地域を衰退させる可能性にも結びついている。

これらの先行研究を踏まえて本稿では、那覇市の中心市街地に位置する栄町市場を対象として、場が成立する 70 年間のプロセスと、変わりゆく市場の成員、つまり場の空間軸と時間軸を整理することで、地域の〈主体〉の動態——ダイナミズム——を明らかにすることを目的とする。具体的には、1) 地域の当事者を住民（商店主）とし、それ以外の〈よそ者〉とを区別する二分法を前提とせず、地域の主体にかんする通り一遍のカテゴリー化を回避して対象に接近する。さらに、2) 地域内の活動の再生産メカニズムを解明することにとどまらず、場に流入する者がもたらした、価値の食い違いが、ぎゃくに場を発展させるメカニズムにも注目する。

すなわち「地域の主体とは誰なのか」という問いを再考すると、「地域内での活動の再生産」とは、あくまでも場の機能の再生産であり、市場機能の拡張、成員の拡大の動態が見えなくなる。また、〈よそ者〉と地元民を区別する「二分法」は、〈よそ者〉は場に準拠するか、取り込まれるという規範に則したものである。それに対して本稿では、〈よそ者〉を組み込んで成り立つ「活動の再生産」、あるいは、〈よそ者〉と地元民を別にする「二分法」の両方が取りこぼす側面を、栄町市場の事例から明示し、市場機能の拡大にともなう価値観の異質性を一致させることなく、独自の文化が強化されるメカニズムを明らかにすることで、地域社会の成員の〈ねじれ〉を活力源とするパラダイムに迫る⁵。

なお、本稿で示されるデータは、2019年2月、6月、7月、8月合計4回の栄町市場でのフィールド調査と文献調査の情報に基づいている。次節では、戦後から2000年前後までの市場の内部と周辺部、外部環境の変化に着目し、市場の変遷史を整理する。第3節では、市場の文化的機能を拡張することで生み出された市場の構造的な特徴、特に市場内の昼と夜⁵の成員やその来歴を分析する。第4節では飲み屋の参入にともない、成員が変化し、市場の範囲が増大する現象に着目し、第5節の結論へと導く。

2 栄町市場の成り立ち

那覇における市場の〈由来〉と〈はじまり〉⁶を辿ると、東恩納寛は那覇の市場について「全県下の中央市場であって、普通には『那覇の町』と呼ばれる。現在では市役所前にその面影を留めてゐるが、古へはその範囲規模共に更に広く、今の山形屋百貨店東角から郵便局付近まで、大道を挟んで、露天商人が居流れてゐた」（東恩納 1950: 194）と、

市場が都市機能の中心にあった戦前の様子を述べている。しかし第二次世界大戦で「那覇の町」は壊滅し、闇市や都市計画により、新たな市場として形成されてゆく。市場は戦前に〈由来〉を持ちつつも、戦後を〈はじまり〉として形成されていったのである。

本節では、栄町市場がどのように形成され発展してきたのかを概観する。戦後の栄町市場の再形成と発展は、以下の4つの時期に区分できる。第1期は戦後から真和志が那覇市と合併するまでの市場の誕生期(1945年～1957年)、第2期は沖縄の本土復帰を挟んでバブル経済崩壊までの市場の形成期(1957年～1990年前後)であり、この時期は栄町の外側に「牧港住宅地区」が存在していた時期と重なる。第3期は牧港住宅地区が返還されて新都心「おもろまち」が誕生する時期であり、市場の活性化が求められていた転換期(1990年前後～2010年前後)である。第4期は、2010年前後から現在までである。

2.1 市場の〈はじまり〉：1945年～1957年

1945年、アメリカ軍により統治されていた旧那覇市内の壺屋に先発隊、牧志に建設隊が派遣され、那覇市への入市が始まる。翌年には、摩文仁村から豊見城村と移動していた真和志村民の村内への移動が開始され、翌年には全面的に村内への移動が許可された。そのなかで、早くも1949年には、県立第一高等女学校、沖縄師範学校女子部跡地の計画が始まる。1949年5月15日の沖縄タイムスには「都市化する“真和志村”商店街、劇場等計画」の見出しで、真和志村の都市計画を紹介し、市場の概要が明らかにされている。また、9月13日のうるま新報では「伸びゆく商都の建設／真和志が実行に着手」として、計画の全貌が紹介されている。当時の村長翁長助静は「栄町変遷記(15)」(1982年7月22日から12月30日にかけて『沖縄タイムス』に掲載された全23回の連載コラム)で以下のように市場の誕生を回想している。

「『栄町』と栄えにぎわうことを念じて町名が決まり(中略)昭和30年2月12日の『栄町誕生記念式典』の日を迎える事となった。(中略)一つの村内行政区画にすぎない町の誕生にしては、実に『仰々しさも極まれり』といったものであった。しかし、私の脳裏の中には『栄町』の繁栄だけでなく、ここを基点としての新生真和志発展の企画と祈念がこめられていた次第である。(中略)まっしぐらに復興建設一念に狂奔していた戦後沖縄の、ある側面の象徴ではなかったかと追想したりしている(後略)」(『沖縄タイムス』1982年11月4日朝刊)。また商店主の募集については「市場はなるべく村民のうちから、商才があり、活動的で意欲旺盛と認められるものを優先するが、他市町村出身者をも歓迎すること」つまり「人が集まること、換言すれば『賑やかな街にする』に尽きる」と提案している(『栄町変遷記(13)』『沖縄タイムス』年10月21日朝刊)。

このように、栄町市場を含む地域一帯は、戦後人口が爆発的に増加するなかで、真和志村の復興、再生事業として計画された。市場は設立当初から「なるべく村民」を優先するとしながらも「他市町村出身者」つまり〈よそ者〉を歓迎することを明言し、戦後膨張する街の中心商業地域として「賑やかな街」にすることを最上の目的として開発、計画された。そして栄町市場は、敷地661坪、従業員117人、食料品、雑貨、農水産物、衣服を扱う公設市場として1950年2月12日に誕生した(『真和志市史』1956:311)。

先に解放された壺屋周辺が「ヤミ市」として発展したこととは対照的に、栄町市場は、真和志村の復興事業の中心的役割を担い、公により計画された市場である。とはいえ「ひとたび目を道路に向けた時、まさに冷や汗三寸といったところ。二本の幹線道路と料亭通りにはわかづくりのイシゲ敷き⁷にしてあるが、他の道路は泥道」(『沖縄タイムス』1982年11月4日朝刊)であり、「屋根がなく、雨が降ったらみんな避難」(Kさん70代男性、那覇市出身)するような状況であった。Hさん(70代女性、那覇市出身)は当時を振り返り、「たらいに千切りと昆布だけを置いて東にしてね。たくさんの方がいましたよ。(2メートルほどで)10人か12人ぐらいいました。ほとんど女性です。私は真嘉比(注：徒歩で15分ほど)から妹たちのお乳の時は連れてきていたんですよ」と回想する。このように栄町市場は、多様な人びとが寄り集まって、活動的な日常空間として形成された。

2.2 市場の境界と周辺：1957年～1990年前後

戦後の復興事業として誕生した栄町市場は、その後に様々な変容を遂げていく。栄町市場に隣接する真和志村安謝・銘苅・天久地域は、1953年に強制立ち退きが決行された。接収された土地は「牧港住宅地区」(マチナト・ハウジン

グエリア)と呼ばれる金網フェンスで囲まれた地域に変貌していった。米軍住宅地区は、芝生が敷きつめられ、戸建てのコンクリート住宅が並んでいく(天久誌 2010: 175)。こうした状況は、那覇市の全体的な計画の障害となり地区の住民生活を圧迫していった(秋元 1995: 174)。だが牧港住宅地区は、市場周辺の地景の一部であり、米軍住宅地の地景を見渡せる高台は、ちょっとした観光地になった(海野 2012: 89)。

200ヘクタールもの土地に広がる米軍牧港住宅地区は、1974年に返還合意され、1987年に全面返還されることになる。そして、1990年代以降、市場は大きな転換に直面していく。この時期のマクロな変化は、1) 牧港住宅地区の返還にともなう「おもろまち」の開設、2) 安里駅の開業と栄町地区の再開発計画の2点である。牧港住宅地は、新都心「おもろまち」に生まれ変わり、大型店や施設が開業することになった。客が奪われる危機感から、栄町市場を含む那覇市の商店街と行政は連携して対策を講じ、そのなかで、1998年に「まちづくり3法⁸」が施行された。那覇市の中心市街地は、住宅街にまたがっていた328.7haの区域が167.4haに縮小され、活性化のための整備計画が進められた。さらに2009年には当時の翁長雄志市長により「那覇市頑張るマチグワー等支援基金条例」が制定された。この基金を活用して、中心商店街で活性化の事業が開始した。

さまざまな政策がこうじられていたものの、この時期市場は衰退していく。栄町市場は1996年以降2014年まで来街者は平日で52%の減少、休日では81.5%の減少となっており、那覇市の中心商店街の平均値31.8%減、34.5%減と比較しても栄町市場の来街者の減少幅は突出して大きい(那覇市中心商店街通行料調査2018)。また栄町地区安里駅前の再開発計画として、那覇市都市計画部が中心となり、1985年に「コミュニティマート整備構想」という取り組みが開始された。1998年には那覇市により那覇市中心市街地活性化基本計画が策定された。計画は安里駅前の「栄町市場街区」と「りうぼう街区」の2街区として、それぞれの街区単位で整備を行い、街区及びモノレール安里駅との結びつきを強化するなど、安里駅前という立地条件を栄町地区の再生・活性化に活かすためのまちづくりの提案であった(栄町地区安里駅前市街地再開発2003)。1990年代の終わりから2000年代にかけて、新都心「おもろまち」の誕生や、再開発計画の勃発など、栄町市場を取り巻く環境は変化した。

2.3 祭りと音楽：1999年前後～2010年前後

栄町市場が人びとの寄り合う場所として、地域住民の情報交換の場、娯楽の場としての文化的機能を強化していったのは、こうした環境の変化に直面した時期からである。その理由は1点目に、再開発計画の外的要因が契機となって「何かやらんといかん」という機運が高まったことである。2点目は、商店街活性化の制度が整えられ、栄町市場商店街振興組合を設立し、外部資金の受け皿になり事業を行うことができるようになったことである。3点目は市場の「ファン」や〈よそ者〉の存在感が増してゆき、祭りや音楽などの文化的活動を後押ししたことが挙げられる。以下では、1) 90年代後半から開始した市場内の祭りと音楽活動に着目し、どのように祭りや音楽が形成され、外から来た人がかかわりあったのか、2) その結果、従来市場の主体とは昼間の店主であるのに対して、その自明性が曖昧になり、外から来る人が市場に対して意識的に主体的な役割担うことになるメカニズムに注目する。

栄町市場の「祭り」は、現在、栄町市場で働く人びとが中心となり、6月から11月までの月末の土曜日の夕方から開催されている。祭りの日の夕方から市場内は通常の数倍の人であふれかえり、路地はまっすぐ前に進めないほどである。市場内の路地では、普段は昼にしか営業しない八百屋が、急ごしらえの屋台となり、飲み物や軽食を売りさばく。客は段ボールやビール瓶の箱を即席のテーブルや椅子としてこしらえて、路上に座りこんでくつろいでいる。祭りのステージでもステージ外でも、思い思いに路上を楽しんでいる。一番の人気は仮設でアーケード内につくられたステージでのパフォーマンスである。夜9時に近くなると「おばあラッパーズ⁹」が登場し、市場の熱気は最高潮になる。こうした祭りがどのように始まったのかについて、市場で商店を構えるKさんは次のように語る。

「『何かおもしろいことをやろう』ということで、那覇市から商店街の活性化のための予算を取って『どんどん祭り』をやりました。その前は市場内の祭りは何もやっていなかった。最後にやったのは、10周年の祭りでした。半世紀以上前ですね。運営と事務局をやっていたのは、不動産屋の方でした。内地出身なんですけど、コンサルタント、アドバイザーとして。市場の再開発とか再生とかきっかけで、活性化事業をやろうということで。その活性化の一環としてやりました」(総菜屋店主Kさん、70代男性)。「『どんどん祭り』のあと『笑うマチグワー』という本をつくった。これは『どんどん祭り』の方とは別の、『栄町ファンクラブ』をやっていた方が、国交相から予算をとっ

てきて、写真集をつくりました。そして若いのが目覚めてきて、『何かやらんといかん』ということで、最初は小さく畳一畳くらいのところで、祭りをやりました。人がたくさん来て、理事長が中心になってやっていたものだから、こっちでやろうということで2006年から栄町市場屋台祭りが始まりました」(同上)。

この語りから、活性化のための事業として、外の人が入りあらたな文化活動が生まれたことが分かる。市場の変化は、商店主のみで起きていたわけではない。「おばあラッパーズ」のKさん(うるま市勝連生まれ。那覇市育ち、60代女性)は、市場に隣接する診療所で働いており、休みの日に市場内のあちこちで歌ったり踊ったりする独自の活動を展開していた。

「その頃は、おばあラッパーズはなかったけど、そのうちに居酒屋SのMと出会って。その頃に再開発の話が出てきたわけさね。私はあんまり興味がなくて。簡単にできると思ってないわけ。これだけやってきたし、いろいろ残ってるし。残らしてあたりまえかなあっていうか。そういう人が集まってきたわけさ。それで栄町ファンクラブっていうのができて。市場を盛り上げるために、CDつくろうっていうことになっておばあラッパーズができたさ」。

このKさんのような「再開発はできるわけがない」という思いを抱く人は、音楽や祭りといった文化的活動を積極的に支えた。Kさんや同時期に市場に流入した居酒屋のMさん(音楽家)、栄町市場の「ファン」は、市場の文化的機能の担い手となる。

再開発に抗し、昼の市場を盛り上げようと始まった祭りや音楽などの文化的活動は、あらたな文化と人を市場の外から呼び込むことになった。これは前項で明らかにした那覇のマクロな状況と連動しているのだが、栄町市場以外の市場や商店街では同様の活動は起きていない。理由としてはたとえば同じ那覇市中心市街地に立地する牧志公設市場と比較すると、1999年時点では既に地元の人よりも観光客が多く、ローカルな場所としての個性を失いつつあった(小松 2007)。一方で栄町市場は衰退していたものの、「マチグワー」としての特色と機能は色濃く残されていた。市場がステージになる。おばあがラッパーになる。そのダイナミズムは、市場内外の人びとを惹きつけた。

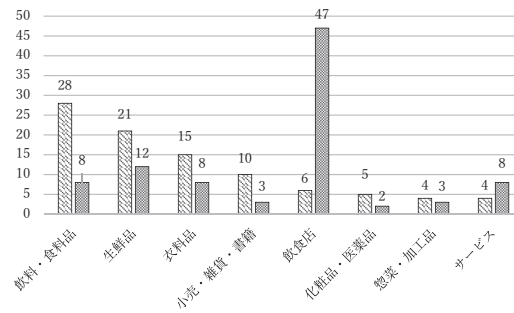
3 市場のプロファイル

前節では、栄町市場の〈はじまり〉から転換期にいたる状況を整理し、市場の主体となる商店主に加えて、2000年代に市場のファンや祭りや音楽に参加する来街者と居酒屋などの夜の店舗が流入してきた経緯を整理した。本節では、2019年現在の栄町市場内のマイクロ・ソーシャルな世界がどのように構成されているのか、2019年7月、8月時点の「店舗」と「商店主」のプロファイルを設定した上で分析を行う。

栄町市場は、ほぼ正方形の空間に、幅1メートルにも満たないスージグワー(路地)が複数入り組んでおり、125軒¹⁰のマチヤグワー(小規模店舗)が密集している。市場の中心には、県立第一高等女学校、沖縄師範学校女子部(通称「ひめゆり」)が所有する「ひめゆり同窓会館」がある。市場の貌は朝から深夜にかけて移りかわる。朝から夕方にかけて営業するのは、肉、魚、乾物、衣類などの日用品を扱う小規模店舗である。それらの店舗は、売り手と買い手が話し合いで取引する「相対売り」も見られる。これは売り手にも買い手にも技術が必要で、一見客にとっては買いづらさがあることは否めない。だが、一度なじみになると商店主は客の好みを把握してアドバイスをしたり、おまけ(シーブン)をつけてくれるようになり、関係年数が上がるごとに信頼度や売り買いの技術が増す。一方で市場はカジュアルな飲み屋街として、地元や観光客によく知られている。以下では、1) 店舗の数の増減と昼と夜の構成、2) 出身地の構成と特徴、3) 店舗の規模を比較・分析する。

1999年の店舗数と、2019年の店舗数を比較すると、1999年は昼に92店舗、夜は4店舗、合計96店舗が営業していた¹¹のに対して、2019年は昼53店舗、夜は39店舗、合計92店舗が営業している。全店舗総数はほぼ一致しており、増減はない。データからは市場内に「空き店舗」は存在していないことになり、実際に募集中の「空き店舗」はない。だが、店舗の中には1つの店舗を分割した間口1間ほどの極小空間、同じ店舗にふたりの店主が同居する例もある。また、店主が高齢化し店が開けられなくなったが、隣の店が鍵を預かり常連の客だけに店を開けるといふ例もある。

表1 1999年と2019年の店舗数の比較（1999年はストライプ、2019年はドットで表記）
2019年7月、8月のフィールド調査をもとに著者作成¹²



第1に店舗数を分析すると、1999年から2019年まで継続して営業している店は34軒で、2019年比で全体の38%である。そのうち50年以上続いている、2代目、3代目の店は3割ほどある。1999年から2019年にかけて廃業した昼の店舗のうちの何軒かは、子どもに引き継ぐ際に、昼の店ではなく夜の店に商売替えをして継続している。昼の店舗は18%、夜の店舗は94%が2000年代以降に参入しており、全体として51%が2000年代以降に参入している。また夜の39店舗うち21店舗は2010年代以降に出店している。これは夜の店舗の55%で半数を超えており、近年急激に夜の店が増えていることを示している。表1は、1999年と2019年で店舗の種類を飲料・食料品店、生鮮品、惣菜・加工品、衣料品、化粧品・医薬品、飲食店、サービス業に分類し、増減を比較したものである。1999年に市場の主要な店舗だった飲料・食料品店は大幅に減少し、2019年までに市場の主要な店舗の構成が変化していることが確認できる。

第2に店舗の規模を比較する。昼の店舗は83%が、1人ないしは2人で営業している。例外的に3名以上5名未満、5名以上で営業しているのは精肉店である。精肉店は市場の中では店舗数、従業員数ともに比較的大きな業態となっている。また栄町市場の精肉店から暖簾分けして営業している店もあり、ネットワークが構築されている。店舗数も多く、表1で明らかにした生鮮品12店舗のうち精肉店が5店舗、つまり半数を占めている。精肉店の質の良さは那覇でも有名で、遠くから買いに来る人も少なくないようだ。一方で夜の店舗の規模は、1人ないしは2名で営業する店舗は60%と全体の半数を超えているが、3名以上5名未満、5名以上の店も40%あり、7名で営業する店もある。昼と夜の労働人口を単純計算すると、昼は88人、夜は184人、総数は272名ほども働いている。店舗数で比較すると夜は昼の3分の1ほどであるが、労働人口でみると、夜は昼の倍以上もある。

第3に、栄町市場で働く人びとの出身地の特性を昼と夜で比較する。昼の商店主の出身地は、那覇市と答えた割合が半数近くあり、沖縄県北部・中部・南部・離島出身層が目立った差はない。夜を見てみると、2019年8月時点で「海外」「県外」の出身者が全体の35%を占めており、昼の店舗の13%と比べると多い。ただし那覇市と那覇市の通勤・通学圏とされる「南部」の出身者の合計は、昼は59%であるのに対し、夜は51%でそれほど大きな開きは見られない。また夜の店舗で那覇市出身者であると答えた人のうち「栄町市場」あるいは「その周辺（徒歩圏）」であると答えた人は12人中5人で約半数を占めている。昼の店舗では17人中8名と約半数でありほぼ同じである。中部、北部、離島といった沖縄県内の各地から栄町市場へ流入する現象は2019年時点ではほぼ止まっているが、県外あるいは海外から栄町市場に流入する現象は顕著である。さらに、夜の店舗は2000年代以降に流入しており、その商店主は、海外や県外の比重が多いとはいえ、那覇市と那覇市周辺、そして栄町市場近辺を地元とする人びとが夜の市場に流入している状況が浮かび上がる。この結果は堂前亮平が1993年に沖縄市中心商業地区（一番街）を調査した際に、市場で店舗を営んでいる半数が国頭郡本部町（北部）の出身者であり、同郷者で構成されていたのとは対照的である（堂前1999:77-93）。

これらの結果から以下のことが示唆される。第1に、栄町市場が1999年以降衰退しているという現象は認められず、市場は業態や機能を変化させながら、存続している点である。昼の店が減少し、夜の飲食店が増加しているものの、店舗総数は減少しておらず、また1999年時点の96店舗の規模は判明していないが、1、2名の小規模店舗が80%を占めていたと仮定すると、労働人口の総数も1999年と2019年でさほどの開きはない。

第2に、夜の店舗が新規参入者とともに増加したが、それを持って昼の市場が夜の飲み屋街に置き換えられたとも言いがたい。昼の市場の店舗は減少したが、精肉店など専門店化した店もある。夜の店が増えたとはいえ、店舗数で見ると昼の方が依然として多く、昼の市場としての機能が失われたわけでもない。

第3に、市場の店主のうち誰が〈よそ者〉かを区分することが難しい状況となっている。2000年以降に新規参入した者を〈よそ者〉とみなすと、市場の半数を占める。そのうちの多くは夜の店に参入した者であり、県外や外国出身者の割合も昼よりも多い。だが、通勤・通学県内出身者を地元民とみなし、それ以外を〈よそ者〉とみなせば、夜も昼も地元民が半数以上を占めており、「夜＝よそ者、昼＝地元民」という構図では理解できない。さらに、栄町市場はもともと〈よそ者〉とともに誕生し、それらの人びとが市場の構成員としての当事者へと変化しつつ、そのつど新たな〈よそ者〉を受け入れているという歴史に立ち返ると、〈よそ者〉とは誰かを確定することはますます困難になる。栄町市場の構成員の出身地からは、沖縄社会の特色としてあげられる「シマ」と呼ばれる地域共同体としての結束、出身地を共通とする同質性は確認できない。実際に市場内で昼に総菜店を営むKさん（70代男性）は、「創立当時から外の人が入ってきます。よそから入ってきて、街をつくる。だから排除するわけにはいかないんです」と語る。

これらのことから、栄町市場のマイクロ・ソーシャルな世界では、地域の成員のバランスやそれぞれが担う役割・機能こそが重要な論点となりうると考えられる。次節では、2000年以降に夜の飲食店に新規参入した者たちの動態を考察する。

4 市場と飲み屋——成員と範囲の拡大

上述したように、2000年以降の市場の文化的機能の高まりとともに、新規参入する者が増加している。とくに居酒屋を主とする飲み屋の増加は顕著である。本節では飲み屋の増加にともない市場の成員と範囲が拡大するメカニズムを析出する。ここでは飲み屋を2000年代に参入した店、つまり再開発などの波を受けている第一世代と、その流れの後に流入した2010年代以降の店、第二世代とに分類し、経営方針や昼の商店とのかかわり方の違いに着目して分析を行う。

飲み屋のさきがけとなったのは2000年に開店した居酒屋A（店主は名護市出身）である。Aは不定期でライブを行い、著名な音楽家も出入りする、栄町市場といえれば必ず名前が挙げられる店である。そのAに影響を受けて開店したのが居酒屋Sである。音楽家としても活動する店主のMさん（50代男性、那覇市出身）は、2003年に店を開店し、後におぼあラッパーズのCDの作曲を手がけることになる。Sでは月に一度、市場の若手を中心とした模^{もあい}合^あが行われており、祭りの内容などが話し合われている。Mさんは「市場はひとつ屋根の下なんですよ。昔は市場で商売を始めると必ず挨拶に来た。それなのに今は挨拶に来ないし、市場で買い物もしない。内地（県外）から来て儲けるためだけに商売をしている人が多い」と語る。

居酒屋Bの店主は「おぼあラッパーズ」のDさん（60代女性）である。彼女は、27年前に雑貨店として開店し、2010年に居酒屋を開業した。店は「常連さんたちは年齢層高め。相撲中継テレビで見ながら、わいわい話しており、客はみんな地元の徒歩圏内」という家庭的な雰囲気である。また2006年に開業したバーC（店主は50代男性、那覇市出身）では、昼の市場の模^{もあい}合^あが行われており、精肉店、魚屋、美容院などの店主が参加している。バーCも居酒屋Sも昼、夜どちらの店主からも信頼が厚い。このように昼の市場を活性化させたいと願う夜の店主の中には、昼の店主の「寄り集まる場」としての機能と、人をつなぐ役割を担う店もある。第一世代は存続の危機に立ち向かいながら夜の業態を確立し、市場の衰退を回避した世代であると言える。だが、2010年代以降に流入した「第二世代」は、第一世代とは異質である。

2014年に創業した「第二世代」の居酒屋Dは、ガラス張りのこざっぱりした内装で、メニューは「沖縄らしいもの」は提供しておらず、「医者やパイロットの客も来る」という。店長（20代男性、那覇市出身）によると、市場内の店で仕入れをするなど昼との交流はあるが、夜の店との交流はあまりなく、むしろ市場外の居酒屋と交流することが多いと語った。特に市場に隣接する場所にある居酒屋Xは、夜の栄町市場の先駆けでありブームをつくったと語る。居酒屋XのHさん（40代男性、先島諸島出身）は「栄町活況の仕掛け人」として新聞に一面で特集されるほど近年

注目されている。Hさんは2012年栄町に1店舗目を開き、その後2店舗目を、現在は沖縄県内にも2店舗を構える。「店づくり」は「街づくり」であると言い、栄町を「グルメも惹きつける」街としても押し上げている、と紹介されることもある（『琉球新報』2019年5月29日朝刊）。さらに2019年には市場の外にある何店舗かと連携し、店の中でそれぞれライブをやるという仕掛けで、客は店々をはしごしながら音楽を楽しむイベントを開催した。この居酒屋Xの業態は、栄町市場内の第二世代に影響を与えている。

第一世代があたらしい〈はじまり〉としてつくり上げた夜の市場の飲み屋文化は、第二世代にとっては自明のものとなっている。現在流入してくる第二世代の飲み屋は、「再開発なんてできるわけがない」という思いは共有せず、市場の祭りにも参加していない。第一世代の市場の「ひとつ屋根の下」にいるという感覚は、第二世代には必ずしも引き継がれておらず、それよりも「グルメも惹きつけ」て、客を満足させることを優先する。それらの店舗は、市場の狭小空間の中で、細い路地を介して隣り合っている。結果、栄町市場を共有し「ひとつ屋根の下」にいるはずの成員の当事者性は、夜の市場では不透明なものとなる。さらに、市場の外にも新しい飲み屋が次々に開店している。2000年代以降に獲得した飲み屋としての栄町市場の文化は、第二世代の登場により、市場から市場の外へとプリアウトするのと同時に、市場の外からのあらたな文化も市場へと還流している。

かつてクロード・フィッシャーは、都市において共存する複数のコミュニティのあいだにおける価値の食い違いは、独自のサブカルチャーを強化し、発展させることを論じた（フィッシャー1996、2002）。こうしたことは、第二世代がもたらしめている市場の外からの文化を取り込もうとする動きにおいて、栄町市場でも生じている。すなわち栄町市場は飲み屋の増加により成員と範囲が拡大し、流入者が増えることで再形成され続けている。流入者により市場の独自の文化は強化されていると言い換えることもできる。

5 結論

本稿は、昼間を中心としてきた市場が夜の飲み屋へと変わりゆく動態を明らかにすることで、市場の範囲と成員はどのように変化したのか、すなわち「地域の主体とは誰なのか」という問いを、再検討してきた。

具体的には、栄町市場は以下の3段階のプロセスを経て変化していることが確認された。1) 昼間の市場の成立後、1990年代に米軍住宅地の返還後の跡地にできた「おもしろまち」や、再開発計画にともなって昼の市場が衰退するなかで、市場がステージになり、おばあがラッパーになるというダイナミックな変化を遂げ、祭りやイベントを機軸とした市場の文化的機能が拡大した（第2節）。2) それにともない、祭りに主体的に参加する市場の外の人びとや、夜の飲み屋が流入した。結果、昼間の店舗は減少し続けたが、店舗総数や労働人口を減らすことなく、市場は存続している。別の側面として、飲み屋の増加により、市場内の店舗数や労働人口は減少しておらず、市場そのものが衰退することは避けられているともいえる（第3節）。3) さらに夜の飲み屋の動態に着目し、2000年代以降に夜の居酒屋に参入した第一世代と、2010年代に参入した第二世代を分析すると、第一世代は飲み屋であるのと同時に、「人びとが寄り合う場所、必然的に地域住民の情報交換の場」（堂前1997: 121）であることに寄り添いながら、市場の社会機能を担っていた。それに対して第二世代は、「市場はすっかり夜の街になった」（加藤2013）とされる後に参入しており、従来の市場の社会機能に必ずしも共同的ではなかった（第4節）。

序論で整理した先行研究に立ち返ると、環境社会学は、地域社会を〈地元／よそ者〉の「二分法的構図」で論じてきた。しかし、栄町市場は、戦後に〈よそ者〉が寄り集まって形成されており、さらに2000年代に市場の衰退とともに流入した夜の居酒屋は、昼間の市場を圧迫するのではなく、昼間の市場の機能の衰退を防ぐことに寄与していると考えられる。その意味では、少なくとも飲み屋の第一世代は、「市場」の社会機能を担う「成員」もしくは〈主体〉として捉えられよう。すなわち「二分法的構図」で整理すると、〈よそ者〉は、地域の〈住民〉に準拠すべきであるとする「規範」に即しており、〈住民〉が〈よそ者〉を取り込みつつ再構築されてきた側面を捉えることができない。他方で都市社会学研究では、市場のような商店街は、地元の「組合」あるいは「商店主」が〈主体〉であるという前提のもとで論じられていた。それに対して武岡は、歌舞伎町の動態を分析することで、地元住民ではない〈主体〉により地域の活動が再生産されるメカニズムを明らかにした。しかし、場の規範に準拠しない飲み屋の第二世代の増加により、市場の〈内〉と〈外〉に対流が生じ、「栄町市場」の領域は拡大している。つまり、武岡が析出し

た地域内の「活動の再生産」とは、あくまでも地域、もしくは「場」の「機能」に準拠して〈主体〉を設定しており、流入者によってもたらされるダイナミズムが「場」と「場」の機能を拡張する側面を看過している。すなわち、流入者と商店主がチームを組んで、八百屋や商店の「おばあ」がラッパーになり、市場がステージになるような、〈主体〉の流動性による地域のダイナミズムについて、従来の先行研究では評価されてこなかった。

以上の分析を踏まえて、本稿の問いである「地域の主体とは誰なのか」を再検討すると、「店主／客」、「地元／〈よそ者〉」のように、地域の〈主体〉とそれ以外の〈よそ者〉を分ける「二分法」、あるいは地域内の〈主体〉が「再生産」されるという方法では、地域社会のダイナミズムは把握できないことが明らかにされた。すなわち、地域に流入する〈よそ者〉が〈主体〉になる過程には、時間軸と空間軸における複数の準拠点が存在しており、絶え間なく流動し、対流し続ける循環の中で、誰もが〈主体〉となり得る。その点のどこかの時間軸を切り取って〈主体〉を「二分法的構図」で整理することも、地域内で〈主体〉の活動が「再生産」されているとすることの、そのどちらにも無理がある。地域社会の規範と機能に関する従来の議論から距離を取ると、地域社会の成員の〈ねじれ〉を活力源とする別の視座が示唆される。

地域社会とは、所与のものとして固定化して存在するのではなく、奪われたり、生起したり、失われたりもする流動的かつ構築的なものである。とくに近年、頻発する自然災害、増加する〈文化・芸術〉を軸とした地域活性化の場面で成員の〈ねじれ〉が露わになると同時に、その〈ねじれ〉を活用して地域を再構成する場面も生起している¹⁴。本稿での分析を局所的な特殊事例にとどめずに、理論的枠組みとして発展させることを今後の課題としたい。

[注]

- 1 『沖縄商工名鑑 1958 年版』によると 1958 年当時の市場・マーケットは、那覇市営公設市場（第一牧志公設市場）、真和志栄町市場、嘉手納中央市場、名護中央マーケット、コザ十字路市場、安里市場（真和志村安里二区七班）、コザ中央市場、諸見里中央市場、センター市場がある。現在市場として当時のまま現存するのは、コザ十字路市場と栄町市場（真和志栄町市場）である。
- 2 本稿では市場内の店舗を「昼」と「夜」で区分している。営業時間は昼の店舗の営業時間は 10:00 から 18:00 の時間帯が多く、夜の店舗の開店は早い店は 15:00。閉店は遅い店は 2:00 ごろで、営業時間の中間値は 18:00 から 24:00 である。定休日は、「昼」はほぼ全て日曜日であるのに対して、「夜」は不定休、無休とする店もある。
- 3 都市社会学研究において、近代都市の多様な人びとの動態は、地域集団活動として研究されてきた。大橋薫は、大阪の地域集団の活動実態を調査し、繁華街やスラムは、団地やオフィス街に比べて地域集団活動は活発であること、理由としてそれらの地域は行政に頼らず自力で問題解決する必要があることから、地域集団活動は欠くことができないことを指摘した（大橋 [1959]1976）。磯村英一は、都市生活空間は、異質な個人集団からなる「第三の空間＝なじみの場所」であり、パーソナルな人間関係は存続しており、「居住によって形成される前近代的な〈地元の生活〉」（磯村 [1959]1966: 87）は失われておらず、類似の社会関係は成立しているとした。
- 4 文化庁によると、文化芸術資源を活用した経済活性化（文化 GDP の拡大）とは、「全国に存在する我が国の多様な文化芸術資源を一層活用することにより、GDP600 兆円の達成に貢献する経済波及効果を生み出す」（文化庁 2016）とされる。
- 5 ただし、このような経験的対象は、盛山和夫が指摘するように「立脚点の滞在的不安さ」により「学問の客観性、真理の探求」の理念にどのようにならなっているか、という学問的課題を見失う危険を内包している（盛山 2013）。だが本稿は、「地域社会の成員」という経験的事象を「明らかにする」ことを踏まえた上で、対象とする市場で得られる経験的知見を、局所的な特殊事例としてとどめず、理論的対象として展開する枠組みを企図している。
- 6 〈由来 (origin)〉と〈はじまり (beginnings)〉については、Edward Said による著書 Beginnings (Said [1975] 1985=2015) における区別を引用した。
- 7 さんご礁などを砕いた細かい砂利を敷いた道のこと。
- 8 まちづくり 3 法とは、都市計画法、大店立地法、中心市街地活性化法。大型店と地域商業との調和を法律で対応する。
- 9 「おばあラッパーズ」は、市場近所の病院の看護師として働いていた新城カメ、市場内の八百屋で働く高良多美子、市場内の居酒屋で働く上地美佐子の 3 人。
- 10 栄町市場振興組合による。ただし周辺の銀行や病院なども数に含まれており、実店舗数ではない。
- 11 1999 年の営業店舗と数については、『笑うマチグラー』掲載の資料を参照した。
- 12 2019 年の店舗分類については、戸別訪問して聞き取り調査をおこなった。調査は立命館大学理工学部建築都市デザイン学科宗本研究室に協力いただいた。
- 13 模合は、沖縄地方特有の金銭的相互扶助の習慣。^{たのもしこう} ^{むじんこう} 頼母子講、無尽講などと似て、グループ内で一定金額を出し合い、まとまった金額を

順番に受け取る。

- 14 災害で一時的に地域を離れる場合に、避難者で構成される決して短期的ではない仮設的な場の成員を、地域としてどのように扱うことができるか、といった研究(吉原 2014: 犬塚 2017)や、復興の取り組みとして、与えられた場所ではなく、暮らす人びとが自らつくり上げて、地元住民と出入りする〈よそ者〉との双方が場を共有する事例も報告されている(小松 2018)。

[文献]

- 足立重和, 2004, 「ノスタルジーを通じた伝統文化の継承——岐阜県郡上市八幡町の郡上おどりの事例から」『環境社会学研究』10: 42-58.
- 秋元律郎, 1995, 「那覇市の都市形成とその構造」蓮見音彦・山本英治・高橋明善編『沖縄の都市と農村』東京大学出版会, 153-167.
- 天久資産保存会, 2010, 『天久誌』天久資産保存会.
- 新垣清輝, 1956, 『真和志市誌』真和志市.
- 新雅史, 2012, 『商店街はなぜ減びるのか——社会・政治・経済史から探る再生の道』光文社.
- 文化庁, 2016, 「文化芸術資源を活用した経済活性化(文化 GDP の拡大)」文化庁ホームページ, (2019年10月7日取得, http://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/seisaku/14/01/pdf/shiryo2_1.pdf)
- 堂前亮平, 1997, 『沖縄の都市空間』古今書院.
- Fischer, C. S., [1976]1984, *The Urban Experience*, 2nd ed., California: Harcourt Brace & Company. (=1996, 松本康・前田尚子訳, 『都市的体験——都市生活の社会心理学』未来社.)
- , 1982, *To Dwell among Friends*, Chicago: The University of Chicago Press. (=2002, 松本康・前田尚子訳, 『友人のあいだで暮らす』未来社.)
- 東恩納寛博, 1950, 『南島風土記——沖縄・奄美大島地名辞典』沖縄文化協会・沖縄財団.
- 石川竜一, 2014, 『絶景のポリフォニー』赤々舎.
- 磯村英一, [1959]1966, 『都市社会学研究』有斐閣.
- 海野文彦, 2012, 『復帰前によこそ——おきなわ懐かし写真館』ゆうな社.
- 加藤政洋, 2013, 「〈場所の再=想像〉と都市」『リビングシティを構想せよ [商業の場の再編]』京都建築スクール: 114-117.
- 小松かおり, 2007, 『沖縄の市場文化誌——シマチの技法と新商品から見る沖縄の現在』ボーダーインク.
- 小松理虔, 2018, 『新復興論』ゲンロン叢書.
- 町村敬志・西澤晃彦, 2000, 『都市の社会学——社会がかたちをあらわすとき』有斐閣アルマ.
- 盛山和夫, 2013, 『社会学の方法的立場——客観性とはなにか』理想社.
- 宮本結佳, 2012, 「住民の認識転換を通じた地域表象の創出過程——香川県直島におけるアートプロジェクトを事例にして」『社会学評論』63 (3): 391-407.
- 那覇市, 1985, 「那覇新都心地区開発整備構想(概要)」.
- , 2003, 『栄町地区安里駅前市街地再開発』(非売品パンフレット).
- , 2018, 「那覇市中心商店街通行料調査」『那覇市中心市街地の活性化に関する基本計画』.
- 大橋薫, 1956, 「都心歓楽街における人口流動の特質——大阪『ミナミ』盛り場の考察を中心として」『都市問題研究』8 (2): 158-81. (再録: 1976, 『都市病理の社会学』垣内出版株式会社.)
- 沖縄興信所, 1958, 『沖縄商工名鑑 1958年版』沖縄興信所.
- Said Edward W., [1975] 1985, *Beginnings: Intention and Method*, New York: Columbia University Press. (= [1992]2015, 山形和美・小林昌夫訳『始まりの現象——意図と方法』法政大学出版局.)
- 下本地崇, 1999, 『笑うマチグラー——沖縄の市場』三浦クリエイティブ.
- 武岡暢, 2017, 『生き延びる都市——新宿歌舞伎町の社会学』新曜社.
- 八木寛之, 2013, 「大都市中心市街地における商店街活性化をとおしたコミュニティ形成」『日本都市社会学学会年報』2012 (30): 77-92.

Who are the Main Actors of a Local Region? A Case Study of *Sakaemachi* Market in Naha, Okinawa

ARIMA Keiko

Abstract:

The purpose of this study is to reveal how the scope and member of a market has transformed from a daily product market to a night drinking area, focusing on *Sakaemachi* market which has been located in central Naha, Okinawa, for 70 years. Through this case, this study aims to reconsider “Who are the main actors of a local region?” So far, social groups in a local region have been studied: 1) in “dichotomy” between ‘residents’ and ‘strangers’, or 2) in the “reproduction” of activities in the local region as ‘strangers’ have become the residents. Against such previous views, the examination of the history and components of the market finds that the “dichotomy” or “reproduction” views overlook the dynamism of the place. This study concludes and recommends that, by focusing on the mechanism of enhancing the culture of a place in relation with the flow of people into the market, a new viewpoint that the ‘torsion’ between ‘residents’ and ‘strangers’ can raise the potential of the place.

Keywords: urban sociology, local community, subculture, stranger, Okinawa

地域の主体とは誰なのか

——変わりゆく沖縄県那覇市栄町市場の事例から——

有馬 恵子

要旨：

本稿は、那覇市中心市街地で70年間続く栄町市場を対象として、昼間を中心としてきた市場が夜の飲み屋へと変わりゆくなかで、市場の範囲と成員はどのように変化したのかを解明することを目的とする。それを通して「地域の主体とは誰なのか」という問いを再検討する。これまで、地域における社会集団に関しては、「住民／よそ者」の図式で捉える「二分法」と、〈よそ者〉が地域に取り込まれて地域内で活動が「再生産」されるとする研究が蓄積されてきた。しかし、本稿の分析を通して、「二分法的構図」は、〈よそ者〉を取り込みつつ再構築されてきた歴史的な側面を捉えることができず、また「活動の再生産」は、流入者によってもたらされる場のダイナミズムを看過していることが明らかになった。これらを踏まえて本稿では、流入者により独自の文化が強化されるメカニズムに着目し、価値の食い違いによる〈ねじれ〉を、場の活力源とする視座を提示する。

