

研究ノート

新型コロナウイルス感染症と地域コミュニティ

—京都市出町榊形商店街における語りの分析から—

有馬 恵子*

1 はじめに

1.1 本研究の目的と射程

2020年初頭から猛威をふるう新型コロナウイルス感染症は、全世界に並ならぬ影響をもたらし続けている。「三密状態を避ける」「ソーシャルディスタンスをとる」といった生活様式が、感染症予防策として求められるようになった。本稿は、店が集合し多様な人が行き交う「三密状態」の場所、商店街を研究対象とする。具体的には、新型コロナウイルス感染症による外出自粛下における京都市出町榊形商店街に着目し、1) 商店街内の自粛したイベントと自粛されなかったイベント、2) 商店街内の複合文化施設「出町座」の活動、とくにカフェの営業とクラウドファンディングの実践を、当事者の語りより分析することで、災害時の商店街で現れた地域コミュニティとネットワークの状況を論じる。

近年頻発する災害に対して、地域における商店街のようなコミュニティは、自治的な役割や機能が問われてきた (cf. 新 2012; 小林・山本・原田 2015; 陳・永田 2019)。たとえば新雅史は、東日本大震災後に石巻市の商店街を訪れて、大勢のボランティアによって短期間のうちに道路のがれきなどが片付けられ、復旧していく様子を目の当たりにして、「商店街はたんなる商業集積地区ではなく、津波の後も商店街に住みつづける人たちがいて、家が流されてもそこに戻ろうとする人たちがいて、人びとの生活への意志があふれて」いたことを報告した (新 2012: 9)。さらに、商店街には外部の人を引き寄せる「余地」があり、「障がいに苦しんだり、災害を被ったりしたときに、やはり頼りになるのは地域社会における消費空間である」ことに言及している (新 2012: 43)。新の報告によると、東日本大震災後の石巻市の商店街は、ボランティアの協力により急速に復旧した。それに対して、石巻市に近接する市のロードサイドにある大型ショッピングモール周辺が復旧するスピードは遅かったという。商店街の復興のスピードがまわりに比べて早かった理由は、災害時の商店街に、ボランティアや住民が集まる場が生成されたためであると推察される。商店街は、地域コミュニティに組み込まれているのと同時に、地域外の人びととの結節点である。非常時に店が機能しない状況下でも、人が集う場となることで、相互扶助的な活動が行われるのである。

このような災害時に立ちあられる相互扶助的な状況は、レベッカ・ソルニットにより「災害ユートピア」として言及されてきた (Solnit 2009=2010)。ソルニットは、地震、台風、戦争、天然痘やペストなどの感染症、テロなどの非常時に、社会的な分断が一時的に縮まり、利他主義、相互扶助的な行動が現れるとして、そのような災害時のコミュニティやネットワークを「災害ユートピア」とであると論じている。さらにソルニットは、新型コロナウイルス感染症のパンデミックに際して、「この危機を乗り越える方法は私たちが一体になること」 (Solnit 2020) であると論じた。たしかに「一体になる」という精神的・物理的な一体感はコミュニティに必要であるように思われる。だが、商店街には店主や客の他にもさまざまな人びとが入り出す。そのような場で「一体になる」というのはどのようなことなのだろうか。あるいは本当に「一体になる」ことにより、危機を乗り越えることはできるのだろうか。

キーワード：新型コロナウイルス感染症、災害ユートピア、レジリエンス、クラウドファンディング、共有地

* 立命館大学大学院先端総合学術研究科 2019年度入学 共生領域

このような問いを前提として本稿は、コロナの災禍の商店街におけるコミュニティの動態を考察する。

1.2 対象地の概要と研究方法



図1 商店街のアーケード(2020年5月18日筆者撮影)



図2 アーケード内七夕の笹飾り(2020年6月26日筆者撮影)

京都市出町榊形商店街は、河原町通りと寺町通りを東西に貫く幅5メートル、長さ164メートルの通りである。商店街は、1972年(昭和47年)に「榊形会」を結成し、アーケード準備委員会が設立されたことから始まる。アーケード事業を機に、それまで交流のなかった商店どうしが、中間集団としての「榊形商店街」を結成することになり、「商店街」としての現在の姿が現れた。1977年には榊形事業協同組合を設立し、同年8月にアーケード工事が着工、12月に落成した。このアーケードは、通りを「商店街」として一体化することとなる。49店の組合員はアーケードの管理や福利厚生事業、共同広告事業、リクレーションなどを通して、活動を共有するようになる。組合は現在、年に一度の年次総会、月に一度の定例会のほか、新年会、七夕、売り出しなどをおこなっている。そのほかにも、話し合いにより組合員の提案によるフェスティバルもおこなわれる。さらに、1994年に通りを石畳に改修した後から、東・中・西の3つのエリアごとに月に一度、通りの商店主らが参加して、清掃活動がおこなわれる。月に一度顔を突き合わせてやる作業は、隣近所の情報交換や会話の場ともなっている。近年、商店街にミニシアターやカフェなどがオープンしたことにより、近隣の買い物客のほかにも、京阪神や関西圏外の客が増えている。さらに出町商店街は、京都アニメーション作のアニメ『たまこまーけっと』の舞台であり、2013年の公開以来、国内外から多くのアニメファンが訪れる「聖地」ともなっている。さらに、2019年の京都アニメーション放火事件以降は、追悼のために訪れるファンが多く見られる。

1.3 研究方法と構成

本研究は出町榊形商店街を対象として、新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言が発出される前の2020年1月から調査をおこなった。主な調査方法は参与観察と聞き取りである。後述するように筆者は、参与していた京都国際写真祭《kyotographie》の準備期間と重なっていたため、商店街の成員として地域のイベントや理事会、清掃活動などに参加した。

著者のフィールドへの関わりは、研究以前に2019年春に京都国際写真祭のプロジェクト・マネージャーとして、出町榊形商店街の担当となったことに遡る。そのため商店街の人びとは、著者を調査者以前に展覧会の関係者として認識していた。したがって調査に際しては、目的を明らかにした上で、研究論文のための調査であることを文書と口頭で説明し、許可を得た上でおこなった。インタビュー対象者は、1) 商店街組合理事長Aさん(70代男性、時計店店主)、2) 京極神輿会のBさん(70代男性、写真店店主)、3) シアター内のカフェ店長Cさん(30代女性)、4) 商店街内でミニシアターを営むEさん(40代男性)である。対象者の選定は、調査以前から商店街内の役割や立場を認識していたため、著者の調査の目的に合致すると思われる4名を選び、それぞれ1時間から2時間の半構

造化インタビューをおこなった。

本稿は3節で構成される。続く2節ではコロナ禍の商店街を分析する。1項では、コロナ禍において自粛した行事を分析する。2項では、コロナ禍で自粛されなかった行事を分析する。1項と2項で商店街内のイベントと祭りに着目することに対して、3項と4項では、商店街内の文化複合施設「出町座」の活動に着目する。具体的に3項では、コロナ禍では出町座のカフェに着目する。4項では、出町座がおこなったクラウドファンディングを分析する。3節では本稿の結論を述べる。

2 コロナ禍の商店街

2.1 「食べる」行為がもたらすネットワーク——「大根焚き」とコロナ禍での自粛

本項は、新型コロナウイルス感染症の災禍におけるイベントの自粛状況を記述する。商店街のイベントとは、春と秋の大売り出しのほか、5月の御霊神社の神輿巡行、7月の七夕の屋台祭り、1月の大根焚きである。その他にも「榊形ワンダーストリート」のような単発のイベントが、年間を通しておこなわれる。以下は、冬の季節行事である大根焚きに着目し、商店街理事長Aさん（時計店店主）の語りから、「食べる」行為を通じたネットワークを分析する。大根焚きは、大鍋で大根と揚げを炊き上げたシンプルな料理で、外でアツアツを食べるとというのが、寒い京都の冬の風物詩となっている。商店街ではどのような経緯で行われるようになったのだろうか。

冬のイベントしたいな言うことで。ここは弁天さんが、出町妙音弁財天ってあるのでね。弁天さんを絡めてなんかやりたいなあちゅうのが昔からあったんやけども。一番いいのはやっぱり、冬の、どこもやることやしね。商店街的には一番やりやすいというか、八百屋もあるし。割と簡単にできるやろ。そんなんで、始めてもう何年になるかな……。あんまり覚えてへんけども、20年ぐらいになると思うわ。（中略）弁天さんのご利益ですよってことで、弁天さんの御札を受けてきてね。で、榊形（商店街）でそれをアーケードの柱にちゃんと飾る。その前で販売すんのやけど。

（Aさん、70代男性、2020年6月20日）

出町妙音弁財天（以下弁財天）は商店街に近接する寺で、商店街の守護神的存在とされている。1980年代、弁財天前の通称「出町広場」では「出町ふれあい広場」²という祭りが行われていた。祭りは、弁財天の門前祭りとして位置付けられ、1990年代に「出町広場」が整備され、地下駐車場になるまで続けられていた。「弁財天の祭り」という神聖性は、出町ふれあい広場、そして大根焚きにおいても見られる。大根は前日に弁財天に持参され、「相国寺のナンバー2」により祈祷される。出町の大根はただの大根ではなく、弁財天のご利益つき、というわけだ。大根焚きは、弁財天のご利益に加えて、食材の調達や調理など、商店街ならではの地域資源を生かして「割と簡単にできる」とされる。それでも実際の仕込みにはそれなりの手間がかかる。

調理はね、天狗さん（商店街内の総業店）の工場で作るわけね。前の晩に理事が行って、弁天さんから持ってきた大根7、8本、1箱4本かな。28本を皮剥いて。みんなピーラー持参で行くわけ。それを輪切りにして、ほんで、大きなこんな鍋に入れるとこまで手伝うんです。で、火つけて、ぐったらぐったら煮る。煮るとこまでお手伝いさせてもろうて。次の日に、天狗さんがもう味付けしといてくれはる。お揚げは、いずもやさん（商店街内の豆腐店）で。

（Aさん、70代男性、2020年6月20日）

大根焚きは、弁財天と商店街内の店舗という地域の文化資源、そして商店街内の組合員の人的ネットワークにより実施が可能となる。それでも、実際に実施するための人員を確保するのは苦勞が付きやすいようだ。仕込みは店舗の営業終了後の夜間に総出で行われる。仕込みはともかく当日の販売は、店舗の通常営業時間におこなわれるわけで、運営人員の確保は困難である。それでも商店街内外のついで応援を頼むなどして、毎年実施されてきた（注：筆者

も大根焚きの仕込み・販売を手伝う予定にしていた)。大根焚きは例年1杯100円で販売される。さらにくじ引きをつけて、3回に1回は200円の商品券が当たるといふ。通常、寺社での大根焚きは一杯1000円から1500円ほどで販売される。商店街は破格で販売しているのである。

(大根焚きは)持ち出しや。決まっとる。そやけど、事業費というのがちゃんと年間に予定してるからな、ちまちました儲けは出さんでええねん。組合は金使うたらええねん。みんなのために客寄せて金使うて。それで、みんなまたそのままそれだけで帰れへんやん。だから普段買い物にけえへん人でも、そういうときにはみんな来はるよな。要するに、それはただ大根焚きを売ってるといふことにしか見えへんけどな、実際はそやなしに、その情景そのものが人にインパクトを与えるねん。ほのぼのとしたな、みんなが協力してやったはるあつかい雰囲気醸し出すねん。こういうとこええなあ、というな。人に落ち着きを与えるといふか。楽しいもんやなあ。みんなでこうやって食べるのって、こんな楽しいもんやと。一人寂しく孤食をせざるをえん人が今多いがな。そんな人ばかりや。単身赴任にしても、学生さんにしても。寒いときでな、湯気が出るさかい。お持ち帰りできますと。近所の人ば鍋持ってきてもらう。おいしいからね、食べていく人はみんな喜んではる。

(Aさん、70代男性、2020年6月20日)

アーケード内には、皆で食べるための大根焚きの場所が即時的に生みだされる。商店街アーケードの空間内での大根焚きは、場を構成する集団(商店街の店主ら)により仕組まれ、客らが訪れることにより完成している。商店街のアーケード内で、大根焚きのような行事を毎年繰り返すことにより、商店街の道は単なる「通り」以上の、いわば広場のような「共有地」として認識される²。客は近隣住民に限らない。共有地を維持するために欠かせない客・ファンの呼び込みは、店主だけでなく商店街につながりのある若者らにより担われている。

「出町応援団」っておるねん。若手でな。そんな人たちが頼みもせんのに来てくれてね、すぐその情景をライブでSNSで発信してくれるから結構来てくれはるねん。おもしろいのは、九州から来たとかそんな人もいはったし、同志社の学生がここで食べて、あんなうまいもんなかったって家でしゃべったもんやから、親が2人な、大阪から次の年来はった。

(Aさん、70代男性、2020年6月20日)

商店街は2000年代より、商店街に近接する大学のゼミやサークルと商店街が共同した取り組みが、活発におこなわれてきた。「出町応援団」のような地域の「ファンクラブ」は、2000年初頭からのまちづくり活動の延長上にある。商店街は店舗の減少や高齢化により、大根焚き、あるいは御霊神社の例大祭である「御霊祭」の神輿巡行、商店街で最も大きな祭りである七夕屋台祭りなどのイベントは、地域の会員のみでは運営が難しくなっていた。そのような状況を背景として、商店街と大学がつながることにより、地域と教育の両輪で商店街のイベントは維持されている。

ところで、筆者が参加した「榊形商店街食べ歩きツアー」での聞き取り(2020年10月18日)によると、「出町応援団」は住民組織でも、ゼミやサークル単位でもなく、緩やかなファンのつながりで構成されていた。「食べ歩きツアー」は、「出町応援団」や、商店街になじみのある住民らが手伝うことにより実施されている。「出町応援団」は、お月見などの不定期イベント(飲み会)を鴨川河川敷でおこなうなどの活動のほか、町歩き、七夕、大根焚きなどの行事を補助する役割を担っている。聞き取りによると、誰がメンバーであるのかは、誰も把握していないとのことであった。事前準備や仕込みが必要なイベントは、確実に人員が確保できる「組織動員」が効果を発揮する。一方で、イベントのSNSでの発信や、「町歩きツアー」のような準備のいらぬちょっとしたイベントは、空いている時間に手伝うという気軽に参加が可能な「出町応援団」のような活動が重宝される。できるときにやる「ついで」の活動は、大学などのシリアスなまちづくり活動とは異なる、現代的なまちづくりのありかたなのかもしれない。

このように商店街は、通り過ぎるだけの道ではなく、見知らぬ者どうしが交差し、ネットワークが重なり合う結節点としての場でもある。ネットワークは通常時はイベントや祭りで力を発揮するが、「災害とかあったときにね、商店街はすぐやっぱり炊き出しができるでしょう。避難所に行かんでもね。みんな協力して。だから普段買い物に

けえへん人でも、そういうときにはみんな来はるよね」と、商店街理事長夫人が語るように、非常時にも力を発揮することが期待される。普段から、大根焚きや町歩きツアーなど多様な人びとが集まる場としておくことは、地域の自治に欠かせないのである。

2月8日に予定していた大根焚き、3月8日に予定していた柵形ワンダーストリート、7月に予定していた七夕夜店は、自主的な判断により中止された。その後4月10日に京都市の緊急事態宣言により、不要不急の外出自粛が要請された。商店街のほとんどの店舗は、エッセンシャル・ワークとして通常通りの営業が求められた。次項では、外出の自粛が求められるなかで中止されなかった祭りやイベントの状況を分析する。

2.2 自粛されえぬもの

本項では、商店街の北に位置する御霊神社の祭事「御霊祭」と、七夕屋台まつりの実施状況を分析する。

御霊祭は京都で最古とされる祭りで、5月1日の神幸祭と18日の還幸祭で構成される。とくに還幸祭は、「北御座（今出川口）」「中御座（末廣）」「南御座（小山郷）」の三基の神輿が、剣鉾や太鼓、牛車などを伴って街中を練り歩く。毎年商店街でもアーケードすれすれを神輿が通り過ぎ、大勢の見物人で賑わう。

御霊祭は4月末に中止が決定された。だが5月1日の神幸祭当日、午前中の神事が終わった後、昼食時に午後からお札を持ってお祓いをして歩くことが決まった。即興的にお祓いをいくつかの場所で行ったところ、地域住民の反応が良く、18日は町内を練り歩きお祓いをするのが決定された（図3）。お祓いの実施は事前に商店街に伝えられ、急きょお祭りの提灯があげられることになり、商店街は祭りの雰囲気がにわかになら高まった。今出川通りにある写真店の3代目店主で、京極学区の氏子総代のBさん（70代男性）はコロナの災禍での祭りを終えて、「神輿の巡行とは違いかたちで気持ちの整理ができた」とふりかえった（2020年7月2日）。

御霊祭に並ぶ商店街の最大のイベントは7月の七夕屋台祭りである（図2）。例年は七夕の笹飾りがアーケード内に10以上設置され、祭り当日は多くの屋台が立ち並び大勢の人が詰めかける。2020年の屋台祭りは中止されたが、笹飾りのみ例年通りおこなわれた（図4）。笹飾りは、商店街周辺の11の小学校、幼稚園に笹を持って車で出向き、後日願ひ事を書いた笹が持ち込まれる。飾り付けは6月24日の夜、商店街の店舗の営業が終わった後に、商店主総出でおこなった。その作業は夜10時ごろまでかかる大掛かりなものであり、労力や手間のかかるものである。なぜ飾り付けを例年通りおこなったのかを商店街理事長のAさんにたずねると、以下の返答があった。

なんで七夕の飾り付けしたのかてな、やっただけで雰囲気変わるやろ。なんで値打ちがええか言うたら、あれ買ってきたってなんの値打ちもないねん。これひとつずつみんなが手掛けて作っとんのやから、人のエネルギーがあんねやな。ああやって、親を2人連れてきよるわけや。短冊を、私のあれやとかな、うちの子は何書いとんのやろうと、おじいちゃんおばあちゃんまで写真撮りに来はんねん。そういうことが可能な場というのがな、商店街はものすごく向いてるわけやね。それはやっぱり長年の積み重ねなんやね。商店街のイベントというのはそういうところに立脚してるのであって、金儲けのためにやってるとちゃうねん。それで儲けなあかんていうことでやってるとちごうて、もうちょっと普段から儲けさせてくださいということは隠してあるんやけどな(笑)。しかし、そういう心意気の人たちがやってるということはええことやろ。理事が集まってそうやって相談すんねやけども、いざ作業は、全員出動でやるわけや。出て来おへんやつもおるけどな、それはあとで後悔しよんねん。(中略) この七夕の笹飾り、今度はなんにもお礼なしやねん。いつもやったらみんなにちゃんと金魚券やとか風船釣り券を人数分あげんのやけどな、何にもなしやろ。飾ってあるだけやけど、忙しいけどすぐやってくれるわけや、1日。それはみんな楽しいから。楽しいからやってくれはんねや。

(Aさん、70代男性、2020年6月20日)

心意気をみせること、雰囲気をつくること。笹飾りのようなイベントも大根焚きと同様に、短期的な金儲けには役立つものではない。だが「普段から儲ける」という隠された意味においては、たしかに合理的に機能している。それは商店街の隠された戦術であると同時に、定期的に商店主が「楽しさ」を共有し、普段は個別に行われる活動を「商店街」として時折ひとまとめにするためのしくみでもある。そのような意味において、商店街の掃除、大

根焚き、七夕などの日常的な文化芸術活動は、商店街の有機的な連携を形成するための装置であり、コロナ禍でも自粛されえないものであった。

コロナになっても生活が変わってへんから、自営業は。会社勤めの人とか学校とかみんな休みになって、行くことできへん。自営業は店開けてるから。収入はなくても店開けるから、やっぱり誰か会うしね。そやからコロナでもな、そんなに深刻には感じないねん、怖いとかは。みんな自粛してるやろ、普通の家はみんなね。僕らはそんな自粛も、そんなことやってたらおまんまの食い上げや。人多かったんや。さっき言うてへんけども、えらい多いやん言うてたんやで。下が休んどるから（注：下とは下京。四条あたりの繁華街のこと）。百貨店が閉まってるやろ。そやからこっち来はる。（中略）僕は良かったと思ってんねん。たくさんの学びを残したなあと思ってね。要するに、大きなとこだけではあかんのやいうことがいろんな部分でわかったやろうと思うねんな。自営業は小さいけどなかなか潰れへんねん。給料なしでもな、食わなんだからええのやから。（中略）やっぱり、これからは小売業も大きいところだけではあかんちゅうことがわかってきてるしね。

（Aさん、70代男性、2020年6月20日）

御霊祭、そして商店街の七夕や掃除などはコロナ禍で自粛されなかった。商店街では、日々の労働や掃除や七夕などの活動が不要不急かどうかは、政府の判断や要請を参考にしながら、自分たちの経験や判断でその都度選択されてきた。大規模店舗が閉鎖されるのに対し、商店街の店舗は、営業自粛が要請された3店を除いて営業していた。「小さいけれど潰れない」あるいはコロナ禍でも部分的に祭りを実施できたのは、一律に規則で限定するのではない、商店街という集合体の自治の元にあるからだといえよう。公的な文化施設は4月10日以降全てロックアウトされ、5月20日まで続いた（京都市）。コロナ禍の商店街で見られたような無定形で柔軟な実践の方法は、フォーマル化制度とは別の方法、地域のレジリエンスとして評価すべきことではないだろうか。

以上のように本項はコロナの災禍のなかでの商店街の活動を分析した。次項では個別の店舗での活動、具体的には商店街内の私設の文化複合施設「出町座」の活動に注目する。商店街中央部に位置するミニシアター「出町座」は、映画館、前述のカフェ、書店の3店舗が入居する私設の文化複合施設である。コロナ禍で出町座内のミニシアターとカフェは「不要不急」とであるとされた。だが、「出町座」はカフェを部分的に営業することと、クラウドファンディングを実施することにより、完全に休業することを避けていた。次項ではカフェの営みに着目することで、コロナ禍の居場所に注目する。



図3 御霊祭の行列巡行に代わり、宮司と神職2名がお祓いをしながら商店街を歩いた。（2020年5月18日筆者撮影）

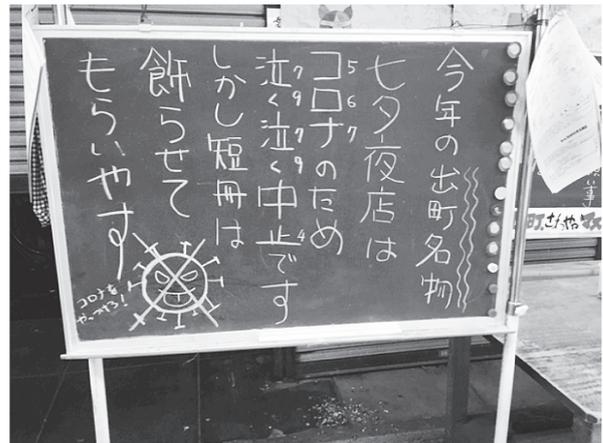


図4 例年開催される七夕夜店は中止に。飾り付けのみ行われた。（2020年6月26日筆者撮影）

2.3 コロナ禍の居場所

本項では、出町座のカフェ店長Cさん（30代女性）の語りからコロナ禍の居場所について分析する。Cさんは、

劇団の制作の仕事をしなが、カフェの店長として雇用されている。また「榊形ワンダーストリート」を企画するなど、商店街内のイベントの立役者でもある。コロナ禍では、不要不急の仕事やイベントの自粛が求められた。飲食店には営業時間の短縮が要請されたため、カフェの客数は激減し、3月の売り上げは激減していた。営業を自粛し、たとえ休業補償があったとしても、給付されるのは数ヶ月後であり、固定費の支払いや従業員の雇用が危機に陥る。4月10日には京都に緊急事態宣言が出されて、カフェや映画館は休業要請の対象となった。だがカフェのオーナーは営業時間を短縮しつつ店を「開け続ける」ことを選択する。当時の状況を尋ねるとCさんは以下のように語った。

店はめっちゃ暇でした。緊急事態みたいなのがあることで、やばい、何かしなくちゃ、策を考えろみたいなあったと思うんですけど、けど根本的に全部つまんないっす。(中略) やらなきゃいけないことやるのって楽しくないじゃないですか。細かな小さな楽しさはもちろんあるんですよ。でも通底しているものが、危機感じゃないですか。危機感とか、恐れとか、恐怖とか、それはつまらん。楽しくない。責任感でやってた部分も大きかった。

(Cさん、30代女性、2020年6月20日)

Cさんはシェアハウスに居住し、カフェの仕事や演劇、イベントの活動など精力的におこなっており、家に居続けるという生活形態を想定していない。カフェが継続されることで、Cさんは平常時のライフスタイルを継続していた。その時期、筆者は週に2、3回店を訪れた。そこで必ず会うのは、Dさん(30代男性)である。Dさんは言語障害と身体障害がある。普段からよく店に顔を出す常連で、自粛期間中も毎日訪れていた。その時期にどのような人が店を訪れたのかについてCさんは以下のように語る。

4月に休業要請で(近所の)O中華料理店が閉まってから、そこのおっちゃん(Hさん)が毎日来始めたんや。毎朝「暇や」って言いながら。その人は趣味パチンコやから、パチンコも行かれへんし、店も閉まって、自分の仕事もないし、テレビつけたらコロナって言ってるしで、つまらんって言って、うちに毎日10時ぐらいに来て、12時ぐらいまでいろいろしゃべって、今から家帰って寝るか、パチンコもやってないしな、どうすればいいんだみたいななってたから、お酒を飲みに行くのもやめときって言って。67歳が暇にかまけて、酒ばっか飲んでたら自粛明けの頃には、立派なアル中になるよって。(中略) Dちゃんは、普通に來てる、友達やから。お買い物はせんよ。毎日来ますよ。Dちゃん毎日必ず夕方来て。(勤務している福祉)作業所も閉まってたから、自粛中とにかく暇やったみたいで。

(Cさん、30代女性、2020年6月20日)

出町座は4月16日からの自粛要請期間中、映画館を休業し、カフェと書店を開けたことで、施設そのものの閉鎖を避けていた。「不要不急」は健康を守る一方で、生活習慣病の健康リスクは上がる。とくにHさんやDさんが普段行く場所は休業要請で閉められていた。出町座は、不要不急の外出の自粛期間に限定的ではあるが、開けていたために、居場所が失われた人びとの居場所となっていた。「居場所」は通常時のカフェや映画館にとっての従属的な機能である。だが非常時には本来の映画館の役割と「ついで」の機能との境目は曖昧なものになる。コロナ禍で、仕事を自粛する高齢男性や、障害のある人が過ごす場所を用意するには時間も費用もかかるだろう。出町座は感染予防を徹底し開け続けることで、緊急事態に応じて即座に場所を提供していた。出町座が閉まると居場所をなくするのは、普段行く場所は休業要請で閉められていたHさんやDさんはもちろんのこと、Cさんにとっても同様である。出町座はCさんにとっての仕事場であり、生活の場、居場所でもある。

コロナ禍という危機的状況で、カフェや映画館は休業要請の対象となった。どのように生き延び得るための戦略を立てたのだろうか。次項ではコロナ禍で出町座が実施したクラウドファンディングを考察する。



図5 6 「櫛形ワンダーストリート」の飾り付け。商店街の行事の準備は店主総出で行う。(2020年2月22日筆者撮影)

2.4 コロナ禍のクラウドファンディング

本項では出町座の支配人のEさん(40代男性)の語りから、コロナ禍で実施されたクラウドファンディングを分析する。出町座は、下京区の木屋町にある元立誠小学校で営業していた「立誠シネマ」の校舎が、不動産ディベロッパーにより開発されることによる閉鎖にともない、2017年12月に商店街に移転し再スタートした。出町座には、映画館、カフェ、書店が協同し、2020年4月3日「出町座未来券」というクラウドファンディング³を立ち上げた。クラウドファンディングの立ち上げについてEさんは以下のように語った。

クラウドファンディングは早かった。3日ぐらいで立ち上げできてるんで、普通だったらあり得ない速さですよ。ただ、それだけやってたわけじゃなくて、そのときに何をすべきなのかっていうのは、全部一応自分の中では考えて、全体的に何かをしないと、多分、本当にみんなつぶれてしまうので、それをどうすべきなのかっていうこと、各種連絡、たくさんしました。(中略)とりあえず、行政とか国っていうのは当面、頼りにならないっていうのは分かったので、どうするかっていう話ですよ。何とかこの状況を塗り替えるような動きをするっていうことは、同時にやりました。

(Eさん、40代男性、2020年7月1日)

Eさんは、映画館の存続のためのクラウドファンディングを4月10日の緊急事態宣言(京都市)の前に立ち上げる。さらにコミュニティシネマセンター⁴のIさんに連絡を取り、以下のことを提案した。1)海外の状況のリサーチ。ヨーロッパはすでにコロナの状況が悪化しており、文化、芸術、映画の状況が、どうなっているのかを、すぐリサーチすべきである。2)災害時、有事の状況に関して、国が何をすべきなのかっていうのは、明確にあるはずだが、やる気配が全くないから、それは突き上げなきゃならない。すなわち「国に要望を出す」こと。3)公的支援は絶対に間に合わないので、クラウドファンディングなり、基金を立ち上げて、お金集めするべきである。以上を伝えた。Iさんは、基金は立ち上げられないが、国に対して署名を集めて、要望を出すと応答する。後日政府に対して要望書を提出する「Save the Cinema」へとつながった。さらにその翌日Eさんの元には映画監督のHさんから連絡があった。そこでは業界全体を支える基金の立ち上げが話しあわれた。

映画監督のHさんから連絡があって、こういうことを考えているってことを言ってくれて、それがミニシアター・エイド基金なんですけど、H監督とF監督2人とも、たまたま同じことを考えていた。「ちょうど、僕も同じこと考えていたんです」って言ったんです。二人は監督ではあるんだけど、ちょうどいいんですよ、立場的に。利害関係とかうんぬんじゃなくて、どこに対しても均等というかフラットに対応できる。クラウドファンディングは、できる館とできない館があるんですよ。できない所が半分以上、もしくは7割、8割なんです。だから、『ミニシアター・エイド』みたいなやり方するしかないんです。あるいは逆に言うと、場ってい

うのは基本的にそういうもんなんだから、国が支えなきゃいけないでしょって話なんです。でも、現時点においても、場所に対して助成をするっていうことは、文化庁はやってないですから。公演以外の場に対して、支援するっていうのは一切やっていないので、今回は、その分岐点です。それをやるが必要でしょっていう。(Eさん、40代男性、2020年7月1日)

出町座は、オープン時にもクラウドファンディングを利用しており、事業者と関係があったために、3日間で立ち上げることができたが、これは異例のことである。クラウドファンディングは、リターンの設定や情報発信などのスキルが必要であり、出町座のように、自力でクラウドファンディングを立ち上げられる映画館は多くはない。さらに、映画界全体のクラウドファンディングのプラットフォームを形成するには、利害関係のない第三者的な組織や個人が必要である。ミニシアターは通常時より、大手の配給システムとは異なるしくみを構築し、そのネットワークにより映画を制作・配給・上映している。上映時には、監督や俳優を交えたイベントを開くことも多く、配給会社、制作人と映画館との距離も近い。大手による映画産業が配給・映画館がフランチャイズ化するのに対して、ミニシアターはそれとは異なる、映画のしくみと関係が平常時より築かれてきた。コロナ禍の危機的業況においてはそのネットワークが活かされたといえよう。ミニシアターエイド基金は4月13日という早い時期にクラウドファンドを開始することができた。最終的には118館の劇場が参加し、5月15日まで実施された。3日間で目標金額の1億円を超え、結果的に2万9926人から3億3102万5487円を集めた。国の芸術文化への支援が機能しなかった時期に、個人のマイクロマネーで、文化を支える活動が成功したことは画期的だった。だが、Eさんは状況を冷静に分析する。

『ミニシアター・エイド』に関しては、一過性のものですね。ちょっとタイミングとか何かずれてたら、ここまでになってないと思う。もっと言うと、集まったのって、コレクター3万人で3億3000万なんですよ。これが多いか少ないのかっていうのは、見方によって、全く違ってきます。3億も集まったんだ、すごいね、ありがたいねっていうのも、もちろんあると思うんですけど、逆に言うと3万人なんです。全国の単館系の劇場だったり、ミニシアター集まって、3万人の支援者なんです。それってどうなの。これ多いんですか。僕は、多いとは必ずしも思わないんです。3万人っていうの、支援としてどうなのって話だと思うんですよ。これは、もちろんお金を出してないコレクターではない人たちも、たくさんいますよ。Tシャツは買ったよ、関西だったら、出町座の未来券は買ったよ、とかっていう人もいるから、一概には言えないと思うんですけど。たかだか数万人規模なんです。日本におけるミニシアターの文化っていうことに関心がある、心を寄せている。それって多いんですか、少ないんですかっていう話なんですよ。そこは全く、楽観視してませんよ。

(Eさん、40代男性、2020年7月1日)

たしかに3億円を集めたとしても100館で分配すれば、1館あたり300万円である。それでは数ヶ月分の家賃と光熱費で消えるだろう。クラウドファンディングはあくまで緊急時の応急対策であり、持続的な存続のためには、映画館を文化芸術施設として、長期で支える仕組みの構築が求められる。そもそも私設の映画館は、文部科学省の定める文化施設とは認められていない。映画館のような私設の文化施設が安定的に存続することは、真剣に議論されているとはいえない。事実政府は当初、映画館、クラブ、ライブハウスへの支援については態度を保留していた。

それに対してコロナ禍のミニシアターの活動は素早かった。それはすぐに経営が危うくなるという危機感の現れでもある。クラウドファンディングと並行して、コミュニティシネマセンターが立ち上げた「Save the Cinema」は、5月22日に国に対して「文化芸術復興基金」を建言した。その後文科省の「文化芸術活動の継続支援事業」では、映画館も支援対象とされた。今回のコロナ禍での、Eさんらの動きはこうした支援のあり方にも影響を与えているといえる。だが、現状の補助金・助成金制度は、映画館を私設の公共施設として認識しているのではなく、あくまで緊急的な支援である。とりあえずは乗り切ることができても、今後私設の文化施設が持続的に存続するための仕組みをどのように作るのかは残された課題である。映画館は映画制作者と映画ファンのコミュニティの場所である。一方で、地域における映画館の役割についてEさんは次のように語る。

基本的に、町の映画館っていうのは町にあるんです。ミニシアターができる前から、大体どこの町にも映画館はあって、それが町の中にあるから、なんかあったときっていうのは、避難場所にもなるし、待ち合わせ場所にもなるわけですね。分かりやすいから。そういう所なんです。(中略) 町の規模にもよるので、この楕円形ぐらいの規模だったら、うちぐらいの規模になってきます。ここはそもそもすぐそこに下加茂の撮影所があったんですから。僕は何か全く新しいことをやってるなんてことは、全然思っなくて、あるべきことだと思って、やってるんです。そういうのはほっといたら、なくなっていだけなので、なくなっていだけっていうのが、なくなっていくんじゃないかと、残すというか、やり続けるというだけやと、思ってます。

(Eさん、40代男性、2020年7月1日)

映画館は町の中にある。「町」とは、歩いて行けるぐらいの「すぐそこ」の距離にあるということだろう。裏返すと、町に人がいなくなれば映画館はなくなってしまふということだ。事実町の映画館は減少している⁵。そうした中で、出町商店街という町の中には人がいて、映画館がある。そこは自然に待ち合わせ場所になるし、災害時には避難所にもなる。だが町の映画館はコロナ禍であらわになったように、それはほうっておいたらなくなるという危機感と隣り合わせである。また、コロナという危機でなくても、平時でも都市再開発などにより、町の映画館は消滅する。事実、商店街の前に入居していた元立誠小学校は、地域コミュニティと芸術コミュニティの両方が交わる場所として、市民に密着した活動が行われ、親しまれていたのにもかかわらず解体されて、校舎の一部を利用した高級ホテルとなってしまった。Eさんは、映画館が「ないならないでも良い」とされてしまう存在とされることに対して、上映映画の内容や時間を工夫しイベントを打ち、危機に際してはクラウドファンディングで資金を確保し、映画館を存続しようとしている。

以上の語りから明らかにされたように出町座は、映画館、配給会社との横のネットワーク、監督や客らの縦のネットワークの接点となっていた。さらに、クラウドファンディングを実施することにより、従業員の仕事を継続し、店舗を完全に閉鎖することを避けていた。ゴッフマンが述べるように「建物の外側は部分的に別のショーの一部」(Goffman 1959=1974: 136=157)である。映画館の外側は、近隣の商店や接しているアーケード空間を構成する面となる(図7)。すなわち映画館の活動はアーケードを介した共有空間の活動の一部でもある。共有地の形成は、イベントや祭りといった商店街で主催する活動のみでなく、個々の店舗内部の活動とも密接なつながりを有しているのである。



図7 出町座のファサードは上映映画に合わせて装飾が施される。写真は高倉健の特集期間に『幸福の黄色いハンカチ』をイメージしたディスプレイ。(2020年9月3日 筆者撮影)

3 おわりに

これまで述べてきたように本稿は、コロナ禍での不要不急の外出自粛が求められた商店街に注目した。第一に、コロナ禍で自粛されなかった商店街の季節行事「大根焚き」に着目した。第二に、コロナ禍で自粛された御霊祭と七夕に着目した。第三に、コロナ禍の居場所としてのカフェの機能を論じた。第四に、出町座に着目し、国からの休業補償を待たずに、自らでクラウドファンディングを立ち上げた経緯と目的を記述した。

冒頭に立ち戻るとソルニットは、新型コロナウイルス感染症のパンデミックに際して、「この危機を乗り切る方法は私たちが一体になること」(Solnit 2020)であると論じた。たしかに「一体になる」という精神的・物理的な一体感には地域コミュニティに必要である。本稿の分析からも、大根焚きのような季節行事は地域の一体感を高めるのと同時に、非常時の相互扶助につながるということが意識されている。だが同時に商店街は、店主や客ボランティアなどによる「危機を乗り越える」という一体感だけでは成立していないことも確認された。たとえば前述した映画館を支えるクラウドファンディングは、短期的には映画館の運営を支える支援である。同時に出町座への支援は、長期的に地域の映画館を存続させる、すなわち商店街という地域社会を維持するための活動でもある。出町座は、クラウドファンディングを駆使して、コロナ禍の危機を全力で回避し活動を存続させている。さらに「出町応援団」のような気軽に参加できる「ついでの」活動、あるいは出町座のカフェがコロナ禍で居場所を失った人の居場所として機能することなどにより、場所の役割が再生産される状況も確認される。このように本稿の分析からは、かならずしも「一体になる」ことではない方法により、地域コミュニティが支えられている動態が確認された。

以上の分析からは、コロナ禍の活動は通常時の社会関係に基づくのと同時に、非常時にそれぞれのネットワークが作動し、商店街や個別の店舗があらたなコミュニティの結節点となるメカニズムが示唆される。出町榊形商店街という地域社会は、個々の店舗や店主が仕事を続けることに加えて、大根焚きや御霊祭による団結、さらにクラウドファンディングや出町応援団のようなネットワークに支えられることにより、コロナ禍のような非常時においても活動を維持・継続しているのである。コロナ禍の活動は商店街の狭い空間の中で網の目のように重なり合う。すなわち、災害時に自然発生的に「ユートピア」が現れるのではなく、平常時の日常的実践が、非常時にもかたちを変化させることにより継続しているのである。

同時に、コロナ禍で浮き彫りになった懸念からも目をそらすことはできない。商店街理事長と出町座支配人の語りから明らかになったように、商店街は非常時には「避難所」となることが通常時から意識されている。だが、商店街の災害時の機能や役割に対する公的支援はない。さらにコミュニティの継続は、店主らの健康リスクと表裏一体でもある。本稿で明らかにされた経験的事象を、社会課題としてあるいは学術研究対象として発展させることは、今後の課題としたい。

[注]

- 1 第1回「出町ふれあい広場」は、1980年9月12日、13日に、通称「出町広場」(榊形通り河原町以東、出町橋以西、鯖街道葵橋以南)と鴨川河川敷で実施された。1994年、出町広場の駐車場への整備計画にともない第13回で終了した。
- 2 商店街の〈共有地〉とはアーケードである。アーケード内の空間は、七夕や大根焚きをおこなうことで、私有地でも公有地でもない利用秩序の元で管理される。すなわち、地域で利用・管理されている都市内地域共用資源〈ローカル・コモンズ〉(高村 2012: 18-23)であるといえる。管理・運営は、商店街管理組合のルールにより維持されるが、その使用者は、町内会、学区、氏子組織、さらに大学や大学生といった出入りする者、本稿で対象とする映画館のクラウドファンディングのような個別の活動で獲得された／されゆく人を含めた利用者に拡張・拡大される。
- 3 クラウドファンディングとは、群衆(Crowd)と資金調達(Funding)を組み合わせた造語で、インターネットを通して自分の活動や夢を発信することで、想いに共感した人や活動を応援したいと思ってくれる人から資金を募るしくみである(<https://readyfor.jp> 2020年10月1日取得)。
- 4 コミュニティシネマセンターとは、映像作品の多様性の確保と豊かな映画環境を創造することで、芸術文化の振興、および地域社会の発展に寄与することを目的として、2009年4月に設立されたミニシアター業界の中間組織である。
- 5 映画館は、1960年の7,457館をピークに減少し続け、1993年には1,734館となった。30年間で約5,700館、すなわち77%以上の映画

館が閉館している。映画館の数は1993年に底を打った後増加し続け、2000年代に入ると2,000館を超えて、2019年には3,583館にまで持ち直した。ただしそのうちの3,165館はシネマコンプレックスと呼ばれる複合映画館なので、従来型の映画館は2019年時点で418館のみである。現在日本全国の映画館の88%、約9割近くをシネコンが占めている。(一般社団法人日本映画製作者連盟 <http://www.eiren.org/toukei/data.html> 2020年9月20日取得)

[付記]

本調査にご協力いただいた皆さまに心から感謝を申し上げます。なお本稿は京都市文化芸術活動緊急奨励の助成による調査の一部です。

[文献]

新雅史, 2013, 『商店街はなぜ減びるか——社会・政治・経済史から探る再生の道』光文社。

陳俐珊・永田素彦, 2019, 「巨大災害後のコミュニティの内発的な活性化」『集団力学』(36), 60-122.

Goffman, Erving. 1959, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Edingburgh: University of Edingburgh. (石黒毅訳, 1974, 『行為と演技——日常生活における自己呈示』誠信書房.)

小林北斗・山本晴彦・原田陽子, 2015, 「洪水により被災した商店街におけるアンケート調査」『時間学研究』(5), 27-36.

Solnit, Rebecca. 2009, *A Paradise Built in Hell*: Penguin books (= 2010, 高月園子訳, 『災害ユートピア——なぜそのとき特別な共同体が立ち上がるのか』垂紀書房.

———“The Way We Get Through This is Together: The Rise of Mutual Aid under Coronavirus” *The Guardian*: May 14, 2020. (= 2020, 渡辺由佳里訳, 「この危機を乗り越える方法は私たちが一体になること」『文藝』2020秋, 河出書房.)

高村学人, 2012, 『コモンズからの都市再生——地域共同管理と法の新たな役割』ミネルヴァ書房.

Novel Coronavirus (COVID-19) and Local Communities: An Analysis of Narratives of People in the Demachi Masugata Shopping Street in Kyoto City

ARIMA Keiko

Abstract:

Since the early 2020, rampant novel coronavirus (COVID-19) has given severe impacts on activities in local communities throughout the world. This paper examines how a shopping street in town plays an important role in tackling problems related to the COVID-19 pandemic for reuniting a local community.

The examination focuses on Demachi Masugata shopping street persisting more than 60 years in Kyoto, the old capital of Japan. I conducted an observation research of shopkeepers' life in the Demachi street for nine months ranging from January 2020 before the announcement of the state of emergency was announced to the September after it was ended.

I also interviewed people working there including the chairman of the shopping street and the manager of the *Demachiza* movie theater in order to understand how they tried to deal with the difficult time.

The research shows two findings. One is that some seasonal local events including Daikon Festival to serve boiled radish took place even during the pandemic, which effectively supported a unity of their community. The other is a cooperation by outsiders from the community. The crowdfunding project raised by *Demachiza* was achieved by a great number of backers including people who had no direct relationship with the shopping street.

Therefore, the conclusion suggests that a local community of shopping street overcomes a crisis not exclusively by unification of insiders there but by a different way.

Keywords: the novel coronavirus (COVID-19), disaster utopia, resilience, crowd founding, commons

新型コロナウイルス感染症と地域コミュニティ ——京都市出町榊形商店街における語りの分析から——

有馬 恵子

要旨:

2020年初頭から猛威をふるう新型コロナウイルス感染症は、全世界に並ならぬ影響をもたらしている。本稿は、コロナの災禍の商店街におけるコミュニティの動態を考察することを目的として、京都市で60年間続く出町榊形商店街を対象に、緊急事態宣言が発出される前の2020年1月から解除後の9月にかけて参与観察と聞き取り調査を実施した。分析の結果、コロナ禍で自粛したあるいは自粛しなかったイベントにより、地域の一体感が高められていることを確認した。だが同時に、映画館「出町座」が実施したクラウドファンディングの分析からは、必ずしも直接的に地域に関わりのない人びとによる支援が確認された。すなわち本稿の分析からは、商店街という地域社会では、地域に関わりのない人びとによる動態が地域の再生産に関与しており、「一体になること」ではない方法により危機を乗り越えていることが示唆される。

