

本稿は、マルシェが地域住民の“サードプレイス”として機能し、地域の若者も含めた地域コミュニティを創生することに役立っていく可能性を持つことを明らかにした。

“サードプレイス”とは、日常生活を営む中で、義務感を感じていたり、退屈さや閉塞感、孤独感を抱えていたりする人々にとって居心地が良いと思えるような、“家庭(第一の居場所)”や“職場・学校(第二の居場所)”とは異なる、第三の居場所として Oldenburg(1989=2013)が提唱した空間である。

本研究では、Oldenburg(1989=2013)が提唱した“サードプレイス”の特徴と、先行研究や埼玉県北本市の「**&green market**」を対象としたヒアリングから読み取ったマルシェという空間の特徴の共通点を探り、マルシェが“サードプレイス”として機能する可能性を検討した。その結果、(1)年代や職業、居住地を問わず、誰でも気軽に利用できるような開かれた場所であること、(2)ほとんどが定期的で開催されており、休日や平日の夜といった地域住民が利用しやすい時間帯を考慮した開催がなされていること、(3)市役所の広場やまちの大通り沿いといった住民にとってアクセスのしやすい場所で開催されていること、(4)地域住民の交流の場となっていること、(5)地域の食や文化、人との新たな出会いや、他の参加者との交流からポジティブな感情を得られ、楽しさやくつろぎを感じられること、(6)地域での役割が付与されることで、自らが地域に役立っていることを実感できる点や、友情や支援といった気遣いの気持ちからなる交流によってぬくもりが感じられる点から、利用者にとっての「家らしさ」を感じられる場として機能していること、といったこれらの特徴が“サードプレイス”という場の特徴と共通していることがわかり、マルシェが地域の“サードプレイス”として機能する可能性が十分に見受けられた。

マルシェは、地域の若者が自らの暮らしてきたまちに興味を持つ入口になり、地域への参加の一步を踏み出す場となっている。地域の子どもや若者が、マルシェという場への参加を通して、自身の暮らすまちに貢献しているという実感を得られることで、地域に居場所を見出すことにもつながる。また、マルシェは高齢者の「楽しみ」を生み出す福祉の場としての側面も持っている。このように、マルシェには、子どもや若者から高齢者までの、幅広い世代を含んだコミュニティを地域に形成するといった機能も備わっているといえる。

本研究を通して示したマルシェが地域に与える影響を整理すると、マルシェは社会関係資本(ソーシャル・キャピタル)の1つであるともいえる。社会関係資本の重要な要素は、ネットワーク・社会的信頼・互酬性の規範の3つだとされている。マルシェが地域の“サードプレイス”として機能し、気遣いの気持ちや信頼から成り立つ地域コミュニティを形成する機能を持つという点で、この3つの要素をマルシェの空間は実現していた。社会関係資本としてマルシェの場が地域にあることは、「地域住民同士のコミュニティ」という資本を生み、より豊かな地域を作っていくきっかけにもなり得る。