

■論文題目	サードプレイスの分類と効果に関する研究 —岩手県盛岡市中心市街地エリアを事例として—		
■氏名(学籍番号)	佐藤 キラ(0412022307)		
■指導教員	倉原 宗孝	■所属コース	地域社会・環境コース
■キーワード	サードプレイス	居場所	コミュニティ

1. 研究背景・目的

現代、住民同士のつながりが希薄化していることが問題視されている。つながりの希薄化は、近隣の助け合いの輪から逸脱する恐れがあり、孤独死や生活困窮、虐待の監視の目の損失などと結びつき社会的孤立を招く一因になる。さらに、昨今流行した新型コロナウイルス感染症対策として、対面で交流が規制された。このような人々のつながりの規制や損失は、人間に対する対人関係の変化や心理的な不安を助長したと明らかにしている。一見、地域のつながりの衰退は時代と共に起こる必然的な現象のため仕方ないことであり、問題ではないとも捉えられる。しかし、つながり形成の意義には地域の誇りと愛着の醸成、災害対応力の向上・地域経済の活性化・環境問題への対応・参加者の自己実現・新たな雇用の創出など、幾つもの効果があること示されている。地域や人々へ良い影響を多く含有することから希薄化は防ぐべき問題であるといえる。そのような諸問題に対応し、新たなつながりを作る居場所として「サードプレイス」が注目されている。

2. サードプレイスの定義

サードプレイスの概念を提唱したのはアメリカの社会学者である Ray Oldenburg(1989:レイオルデンバーグ)である。

当時、第二次対戦世界大戦後のアメリカで、孤独や孤立感による幸福感の低下やコミュニティの欠如が問題視されており、公共の場で人が集まり会話が発生することでサードプレイスのもつ孤立感の低減や幸福感の向上が図れる機能の必要性を提示した。代表的なサードプレイスとして、イギリスのパブやドイツのビアガーデン、イタリアのカフェをあげ

サードプレイスの8つの特徴			
中立領域	誰もがその空間へ自由に入出することが出来て、接待役を引き受ける必要がないため、その空間に居る全員がくつろぎ心地よさを感じられる。それにより、豊かで多様な交流が提供されている。	常連	このような空間では、そこにいる常連客により場の雰囲気や形成されることが多い。店主の歓迎と常連客の受容により、新参者はその空間の孔融の世界に誘われる。
平等主義	中立的な空間では、階級や社会的身分は関係なく誰もが等しく受け入れられる。本人の持つ人柄や魅力こそが重視される。出入りするものに世俗の地位を持ち込まないことにより、平等化(レヴェリング)が担保されている。	質素	多くの場合、飾り気のない地味で控え目な空間であるという点で共通している。質素な作りはそこに集う人々の虚構を取り除き、空間の中立性と平等性を担保することを後押しする役割を果たしている。
会話	中立的で平等な空間では、主な活動として、会話を通じたコミュニケーションが展開されている。ただし、一方的に話をすることは許されない。多くの場合、このような人は「ボア(退屈な話により周囲をうんざりさせるもの)」として毛嫌いされる。	遊び心	外の社会から隔離された一時的な空間であり、そこは遊び心に満ちている。だから、帰る頃には、誰もがそのまた訪れたくなる。
利便性	多くの場合、このような空間へ容易にアクセスすることができる。比較的長時間開いていて、足を向けやすい場所に存在しているため、家庭や職場での義務から解放され、気軽に訪れることができる空間である。	心地良さ	家には住み処としての場所、家族により形成される社会単位としての側面の他に、快適な環境という側面もある。公共空間の中にあいながら、気楽に訪れることができ、温もりを感じることで人々が元気を取り戻せる。

【表1】サードプレイスの8つの特徴

ている。オルデンバーグによって定義されたサードプレイスは「第一の場所である家」「第二の場所である職場」以外のどちらでもない場所を指す。また、人と人とのつながりを作る居場所/いかなる人にも開かれた場所、として都市に暮らす人々が心の拠り所として集う場所を「第三の場所」として位置付けている。言い換えると「インフォーマルな公共生活の中核的環境」＝とびきり居心地良い集いの場ともいえる。オルデンバーグの提唱したサードプレイスは8つの特徴を持つとされている。それらを表に示す。

3. 研究目的

本研究では最終的に①至る所に散らばるサードプレイスの整理を行い、新たな居場所に現代人がどのような価値を見いだしているか再発見すること。②なぜサードプレイスは人々の幸福感やつながりの創出に効果があるのか明らかにすること。以上2点を目的として掲げ、地域コミュニティ形成の一助となる資料になることを目指す。

4. 調査概要

調査(1)文献によるサードプレイスの収集と分類

オルデンバーグが一連の研究で当初提唱したサードプレイスは、あくまで地域密着の小規模な自営業が中心であった。その後の環境変化に伴い、サードプレイスの概念を拡張して適用する研究の蓄積が進んでいる。これまでの研究論文の中で「サードプレイス」をキーワードに一致した論文数は「査読あり」に絞った条件下で156件であった。その中でもオルデンバーグの概念に含むと判断できた20件を調査対象論文に選定し、対象者へ居心地の良い具体的な場所を調査しているものを抽出、集計、場所を整理した。その結果、実家・親戚宅が16.23%カフェが14.82%体育関連施設が12.87%と概ね当初提唱されたものが大半を占めたが、現代特有だと思われる形態としてインターネット上や、ネットカフェなど直接の人々と交流を持たない新たな形態も心の拠り所として見られた。

調査（2）観察調査

調査1で集計したサードプレイスの中から多く利用されていると判明したカフェ、オルデンバーグが代表的なものとして掲げた居酒屋の観察調査を行った。対象地域は盛岡市大通商店街で、性別・年齢・人数・利用形態等を記載する調査紙を作成し観察を行った。結果として、カフェは最も個人での利用が多く、「個人作業型」（畠山（2017））の形態が見て取れ、客同士の交流を行うものは確認できなかったが、客と店員間での交流は確認できた。また利用形態はパソコンでの作業が最も多かった。居酒屋では複数人での来客が多く、違う卓同士の交流も数回確認できた。個人での利用ほど店員との交流が確認でき「憩い・交流型」（畠山（2017））の形態が観察できた。

調査（3）ヒアリング

調査②を踏まえ会話を中心とした交流が認められた施設をヒアリングを対象とした。盛岡市中心市街地エリアに立地するカフェ1店舗、居酒屋2店舗の計3店舗を対象としそこに通う常連客2名そこで働く従業員1名の計5人にヒアリングを行った。結果として、常連としてその居場所に通う理由に顔見知りの店員をあげる者もいれば、安さや、作業がはかどる場所であるからと述べる者もいた。一方、従業員の認識には地域住民に居心地の良い店として存在してほしいという思いを持つ店舗が多いことが分かった。

5. 考察・今後の展望

サードプレイスとして存在する居場所は時代の環境変化とともに拡張しつつあることがわかった。一連の調査から、現代人は人々との新鮮で新規的な交流を求めるよりも顔見知りといわれる空間が心のよりどころとして存在していると考察できた。また、オフィスや自習室のような側面が現代では強い特徴として表れていることがわかり、求められていることが予想できた。サードプレイスは新たな居場所として有用性があり、地域住民の居心地や地域愛着・都市づくりに役立てることができうる。サードプレイスは「他社との会話の場所」であったが、「コミュニティ再形成の理想像として」短絡的にとらえるのは安易であり、今後、現在のサードプレイスがより良く、交流を深める場所としてもものとして存在するために、施設を取り巻く周辺環境及び、個人一人一人の行動パターンの解明やその居場所を作る店員側の意識が重要であると考えられた。

参考文献・URL

- (1) 畠山雄豪・丹羽由佳里・佐野友紀（2017）座席選択傾向に基づく点愛行為と空間要素の関連性 - 行動観察調査からみたカフェのサードプレイス利用分析 - その2 - - : 日本建築学会径計画論文集, 第82巻, No. 731, p41-p48
- (2) レイ・オルデンバーグ (Ray Oldenburg) (2013), サードプレイス～コミュニティの核になる『とびきり居心地よい場所』～、株式会社みすず書房、480