

民俗学におけるサードプレイス論の可能性

The Potential of Third Place Theory in Folklore

真保 元

キーワード：サードプレイス，居場所，生きられる空間，トポフィリア，場所

目次

はじめに

I サードプレイスの定義

II 日本におけるサードプレイス論の研究の現状

III 日本におけるサードプレイス論の問題点

IV 民俗学におけるサードプレイス論の可能性

おわりに

注

参考文献

はじめに

現代社会において、個人主義や孤立化、おひとりさまなどと「孤」を意識した言説が発せられることがある。民俗学においても同様であり、例えば倉石忠彦は、「個人の孤立化は知識の伝達と情報の交換の機会も失っていった」[倉石 2020: 606] として、都市化の結果、社会的立場の違いを解消する役割を果たす場が喪失したことを指摘している。前代の生活と対比する時、確か

に、現代は個人主義、孤立化の時代といえるのであろう。しかしながら、倉石は「新しい都市化社会において人びとの交流し合う機能を果たすものはどのようなものか」[倉石 2020: 606] と問いかけてもいる。筆者もまた、自身の銭湯での調査において、見知らぬ人同士が談笑し、交流をもつさまを確認したことから、現代社会の暮らしはただ孤独なだけではないと考えている。これを明らかにするためには、個人主義化した社会の中で、人々がどのように人とのつながりやふれあい、ふれあいの場を求めているかが明らかにされねばならないだろう。本稿ではそのような課題に向けて、サードプレイスという概念と民俗学の接点を探ることにより、今後の居場所研究の可能性を検討することとする。

また、日本のサードプレイス研究全体における課題として、サードプレイスの研究史については、ほとんど振り返られてこなかったことがいえる¹⁾。そのため、本稿ではオルデンバーグの提唱するサードプレイス論についてまとめ、日本におけるサードプレイス研究の動向を俯瞰し、その問題点を述べる。そのうえで、民俗学におけるサードプレイス研究の可能性について述べることにしたい。

I サードプレイスの定義

本章ではまず、サードプレイスという概念の基本的性格についておさえるため、その提唱者であるオルデンバーグの議論を検討する。サードプレイスという概念は、アメリカの社会学者レイ・オルデンバーグが『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」』[2013]²⁾において示したものであり、家庭（第一の場）や職場（第二の場）ではない、第三の場と定義されている。同書が出版された背景としてオルデンバーグは、次のように述べている。

しばらく前から、アメリカにおける都市の成長と開発の路線は、インフォーマルな公共生活に背を向けてきた。インフォーマルな公共生活に必

要な集いの場を、わたしたちは適切に、あるいは十分に提供できていない。それとともに、わたしたちの民主主義の草の根は昔より弱くなり、わたしたちの個人生活は昔ほど豊かではなくなった。だからわたしは、この問題を書いたり話したりするときはつねに切迫感をもっている。[オルデンバーグ 2013：6]

つまり、急激な都市開発に伴うインフォーマルな公共の場の喪失に危機感を抱いたことから議論を始めている。

オルデンバーグはサードプレイスの八つの要件を表1のように提示したが、オルデンバーグの重視するものを整理するならば、サードプレイスはa. 開放的でフラットなコミュニケーションの場であり、b. 利用者が意味付けを行うことによって生成される場であり、c. 居心地のよい場として想定されているといえる。開放性についてオルデンバーグはサードプレイスは中立的な領域に存在していると述べ[オルデンバーグ 2013：97]、そのような開放性から生まれる会話は「サードプレイスの持続的な活動の土台を作る」[オルデンバーグ 2013：74]としている。bの場所の意味付けについては、オルデンバーグは「サードプレイスの個性は、とりわけ常連客によって決まる」とし

表1 オルデンバーグの想定するサードプレイスの要件

① 各々が自由に入出りでき、誰も接待役を引き受けずに済み、居心地がよい中立的な場所である。
② 人を平等にする力「レヴェリング」が働いている。
③ サードプレイス内では会話が主だった内容で、音楽や電子機器の類は場を破壊する。
④ 長時間開いていて、一日のどんな時間にも利用でき、自宅の近場にあり、気軽に行ける立地といった利便性のよい場所である。
⑤ 座席の数や出される飲み物の種類の多さ駐車場の有無といった特徴にあまり左右されず、常連客の存在が魅力的な場所である。
⑥ 基本的に目立たない存在であり、フランチャイズ店のような派手で明るい外観ではないので、一見客の度重なる侵入を防ぐ。店内では視覚に訴えるものが前面に出ることはなく、その店が「いま流行り」ではないことも重要であり、決して商業主義と迎合しない。
⑦ 喜びや受容が不安を制し、遊び心に満ちている。
⑧ 生活の中心になる、「俺たちのたまり場」といったように、所有意識があること、ぬくもりや気力を取り戻せる場所といった条件により、もう一つの「家」であるかのように認識される。

[オルデンバーグ 2013：67-96]

て [オルデンバーグ 2013 : 97]、他の用途で作られた場所が常連客によって意味付けられ、サードプレイスが生成されていることを強調している。cの居心地のよさについては、オルデンバーグは「サードプレイスは精神的な心地よさと支えを与える」と述べ [オルデンバーグ 2013 : 97]、居心地のよさについては、ユーモアやぬくもりがあり、気力をとりもどすことができることから家との類似点が認められるとしている [オルデンバーグ 2013 : 90-91, 95-96]。

さて、ここまでオルデンバーグの提唱するサードプレイスについて述べてきたが、オルデンバーグの重視するものを可視的にするため、同様に家でも職場でもない空間に注目する議論と対比してみたい。この種の議論は日本の社会学においても行われている。例えば、磯村英一は都市を、住居を中心にした家族（第一空間または生活空間）、仕事を中心にした職場（第二空間または生産空間）、第三の空間（盛り場的空間）などに分けている [磯村 1968 : 54-56]。ここでいう第三の空間とは、住居と職場以外の道路・交通機関・広場・公共施設などを含めた空間であり、都市の人間は住居から職場に流動する場合に、ほとんどこの第三の空間に置かれる。この第三の空間では、身分や役割といったものから解放されるため、都市の人間はこのような空間に魅力を覚えるという [磯村 1968 : 18]。オルデンバーグは「場所」に、磯村は「空間」に着目している点に特に注意したい。磯村は家でも職場でもない領域を典型的に捉え、オルデンバーグはそこでのコミュニケーションやそこに集う人にとっての「居心地のよさ」を中心に捉えたといえる。すなわち、空間が体験され、意味付けられることで、「場」に編成されるあり方を重視している。日本ではこのような「第三空間」概念の提唱が早くに行われてきたが、近年になってサードプレイスという概念が盛んに用いられているという状況も注意を要しよう。次章ではそのような日本におけるサードプレイス研究を概観してみたい。

Ⅱ 日本におけるサードプレイス論の研究の現状

本章では日本におけるサードプレイス論の受容の様態について述べる。結論を先取りしていえば、日本においてはオルデンバーグの提唱する枠組みを日本の飲食文化と照らし合わせて批判し、サードプレイスの概念を拡張した研究が多数見受けられる。例えば、オルデンバーグはチェーン営業のファストフード店はサードプレイスに含まれないとしているが〔オルデンバーグ 2013: 89〕、本柳亨はサードプレイスはファストフード店と対立する概念ではなく、サードプレイスとファストフード店の共存は可能であるとしている。本柳は、サードプレイスを、第1に「馴染みの深い他者」との「おしゃべり」を中心とした、私的空間の延長上にある「居心地のよい」空間であり、第2に、一人静かに時間を過ごすような「憩い」に特化した「居心地のよい」空間であるとした。そして、ファストフード店は、オルデンバーグや磯村が考察した「社会的な公共空間」とは異なる、新しいタイプのサードプレイスとして利用されているという〔本柳 2015: 174〕。前川啓治がファストフード店などはその国の中で独自の利用形態を生み出すこともある〔前川 2009: 60〕と述べているように、オルデンバーグの指摘をただちに受け入れることはできない。

中嶋葉子もまた、本柳の議論を発展させつつ、若年労働者にとってのサードプレイスへの関心のもと、ファストフード店の研究を行い、その結果として以下のように述べている。

日本におけるファストフード店が、ファストフード店とは対立的に捉えられてきたサードプレイスとして機能するという非合理的な要素が明らかになり、(中略) ストレスや働き方が問題となっている若年労働者にとっては、一日の中で手軽にリラックスできる時間をもつために有効な第3の場所として、ファストフード店が選択肢の一つに成り得る。〔中嶋 2020: 18〕

一方、居酒屋や喫茶店をサードプレイスとして論じるマイク・モラスキーは、日本社会での第三の場を考える際には、オルデンバーグが依拠しているヨーロッパ社会や「古きよき時代」のアメリカ社会だけを事例にしては、理論として限界があるとみている [モラスキー 2014 : 29]。例えばモラスキーは、オルデンバーグは車社会を前提に議論しており、また、サードプレイスは自宅の徒歩圏内に立地すると位置付けているが、東京では多くの勤め人はマイカーではなく電車で通っており、仮に特定の居酒屋を第三の場として利用していても、職場の周辺にある店を選ぶ、または職場からも家庭からも離れた、別の居場所を確保したい勤め人も少なくない。後者は、仕事帰りに一人で途中下車し、職場の同僚にも遭遇せず、自宅の近所の人にも出会わないで済む、まさに第三の居場所である。そういう場所だからこそ、職場からも家庭からも解放された時間を満喫できるわけだが、残念ながらそれらはオルデンバーグの視野の外にあると批判している [モラスキー 2014 : 29-30]。

また、モラスキーは、オルデンバーグが依拠したパリのカフェでは、客同士で会話が活発に交わされるかもしれないが、東京の多くの喫茶店では他の客と歓談するために来店する人は少数派であり、誰にも邪魔されずに一人で行いたい、あるいは友だちと二人で行って静かに話したい場合が多いのではないかとしている。そのため、日本でも喫茶店が第三の場になりうるし、街角の喫茶店では店主や他の客と会話を楽しむ光景がよく見られるとしたうえで、欧米の事例を基準にして考えると、日本の飲食店文化特有の深層に肉薄できないため、第三の場という概念を調整したい [モラスキー 2014 : 30] とし、そのうえで「自宅ではないが自宅のように気楽な場所」としてサードプレイスを位置付けなおしている [モラスキー 2014 : 32]。

なお、飲食店や交通機関の観点から都市における居場所を捉える他の研究としては、サードプレイスという言葉を使っているが南後由和のひとり空間の議論がある [南後 2018]。「ひとり空間」は南後によれば、個室であるか否かにかかわらず、何らかの仕切りによって、ひとりである状態が確保された空間である [南後 2018 : 30]。南後は「ひとり空間」の事例としてひとりカラオケやカプセルホテル、牛丼屋を提示したうえで、日本の都市部は、

鉄道会社によって駅のみならず、沿線の住宅地や商業施設の開発がなされてきた歴史をもち、人々の駅に対する帰属意識が強い。そのため、日本の都市部では、自宅と学校・職場の結節点である駅周辺に、消費生活の圏域が広がっており、様々な飲食店が集積することになると指摘した〔南後 2018：164〕³⁾。

さて、オルデンバーグへの批判は、それが日本の事情に適合しないというものであった。南後の議論もまた、語らいではなく、ひとりであることに居心地のよさを見出す現代日本の世相を捉えようとするものであった。一方、そのような「ひとり空間」的なものを、オルデンバーグの議論を発展させることで位置付けようとする研究も行われている。小林重人、山田広明は石川県能美市におけるひよっこリカフェという非常設型カフェの分析を行い、サードプレイスを、交流を主な目的とする交流型と、人を気にせず個人的に一人で来ることもあり、居心地よく過ごせるマイプレイス型に区分した〔小林・山田 2014〕。加えて、小林・山田らは、上記の非常設型のカフェにおいて、意図的にマイプレイス型と交流型を併存させ、マイプレイス型で来場者の数を増やし、次の段階で交流型に移行したり、来場者の運営サイドへの転向などによりさらなる交流を行うことができる可能性を定量的分析で指摘している〔小林・山田 2014；2015〕。

また、片岡亜紀子、石山恒貴は、先述の交流型とマイプレイス型の枠組みを引き継ぎ、交流型を社交的な交流を目的とするもの（社交交流型）および社交以外の何らかの明確な目的があるもの（目的交流型）に区分している〔片岡・石山 2017〕。目的交流型においては、その目的により異質で多様な人々がサードプレイスに集まることが意図されているため、異質で多様な人々の交流を深めるための対話手法が駆使されている。ちなみに、オルデンバーグの示すサードプレイスの特徴はこれらの分類に当てはめると社交交流型に最も合致していると考えられる〔片岡・石山 2017：75〕。以上の類型を筆者が整理したものが図1である。また、石山は海外の研究と日本の研究を整理したうえで、社交交流型サードプレイスを「伝統的サードプレイス」とし、拡張されたサードプレイス概念としてマイプレイス型を「演出された商業的

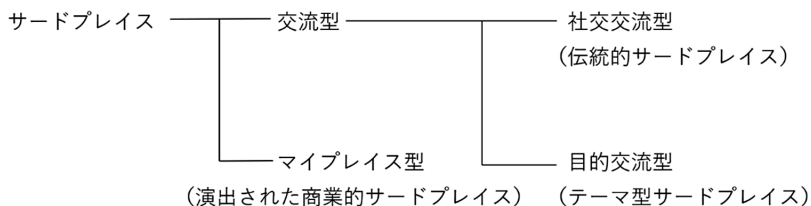


図1 サードプレイスの分類〔小林・山田 2014；片岡・石山 2017；石山 2021〕を基に筆者が作成)

サードプレイス」、目的交流型サードプレイスを「テーマ型サードプレイス」、オンラインへの拡張を含んだサードプレイスを「バーチャルサードプレイス」と位置付けている〔石山 2021〕。以上の議論を筆者が図にまとめたものが図1となる。

石山のいうバーチャルサードプレイスについては、高田佳輔がコミュニティカフェのような交流を前提とした空間ではなく、あくまでも交流が従目的だった空間がサードプレイス化していく過程を、オンラインMMORPGを事例に分析している。高田は各成員（プレイヤー）に集団への帰属意識の向上を促すゲームコンテンツや、その帰属意識を互いに承認しあう機会を提供する世間話的な交流活動が存在し、それらが循環することや、ゲーム内社会組織における関係規範が交流を活発化させることにより、ゲームを楽しむ場から交流を楽しむ場へと徐々に主目的が移行することを指摘し、これらのものが、オンラインゲームに「創発的サードプレイス」としての機能を獲得させているとしている〔高田 2019〕。また、高谷邦彦はSNSであるTwitterを対象としてサードプレイス論を展開し〔高谷 2019〕、2020年から猛威を振るうコロナ禍の情勢を踏まえた研究として、相良友哉がオンラインと現実の交差する場として配信スタジオをサードプレイスとして位置付けている〔相良 2020〕。

以上、近年の日本におけるサードプレイス論のいくつかを紹介した。日本においてはオルデンバーグの枠組みを批判し、拡張・発展させた形で研究が行われている。しかし、拡張・発展していく中でいくつかの問題点が顕在化したといえるだろう。次章では、日本におけるサードプレイス論を具体的に

述べつつ、これらの問題点を検討することとする。

Ⅲ 日本におけるサードプレイス論の問題点

本章では既存のサードプレイス論の問題点を検討する。

モラスキーの指摘するように、オルデンバーグのサードプレイス論はアメリカのマイカー社会を前提としており、飲食文化も欧米基準であり、日本の交通事情や企業文化といったものが前提になく、そのまま日本に当てはめることはできないといえる。一方、日本におけるサードプレイス論は、定義付けが行われないうちに、あるいは各々に自由に定義付けられながら展開されているため、各研究者のサードプレイス像が異なるものになっている。例えば、木村由梨は初午太鼓の保存会をサードプレイスと捉えて研究を行っている〔木村 2020〕が、民俗芸能の保存会は居場所どころであれ、果たして開かれた場所であるのかは検討の余地があるといえる。また、松宮朝は愛知県長久手市の喫茶店を対象とした研究を行っており、喫茶店が地域の人々の結節点になるとしているが、常連中心の同質性の高いつながりにより、「「サードプレイス」概念で位置付けられるようなオープンな公共空間と見ることは無理があると言える」としている〔松宮 2015：86〕。オルデンバーグが常連の存在と開放性を同時に要件として重視していたのとは対照的であろう。このような議論における齟齬が生じたのは、ひとえに研究者が抱くサードプレイス像に乖離が生じているためである。

また、石山が述べるようなサードプレイスの類型論〔石山 2021〕は、スターバックスであれば商業的サードプレイス、コミュニティカフェのような何らかのテーマに取り組むことを中核に据えた場所であればテーマ型サードプレイスであるとして、サードプレイスを場所ごとの類型として捉えている⁴⁾。しかしながら、空間や場所が経験する主体によって意味付けが異なるように、サードプレイスは利用者自身の認識によってマイプレイス型や社交交流型になっていく可能性がある。そのため、サードプレイスの類型化だけでは場所を静態的に捉えてしまう可能性があり、利用者それぞれが抱く「生

きられる空間としてのサードプレイス」に接近できなくなる恐れがある⁵⁾。その点でサードプレイスを捉える視点の転回が必要になっていくだろう。人が生きていく中で特定の場所をサードプレイスに変えていくことは、場所のヴァナキュラーな利用法であり、ある場所がサードプレイスであるか否かは、利用者への注目なくして判断することはできないだろう。この点についてはIV章にて詳述することとしたい。

さらに、サードプレイスを静態的ではなく動態的に、つまり、生きられる空間として捉えるうえでは、現状、質的調査を行った研究が少ないことを問題点として挙げることができる⁶⁾。先行研究ではアンケートを用いた定量調査が多かった⁷⁾。アンケート調査では、数量的に傾向を推し量ることは可能であっても、利用者それぞれの感じるサードプレイスの雰囲気や、そこがサードプレイスとして認識されるまでに至る経緯などを把握することは困難である。この点に関する民俗学の可能性についてもIV章で詳述することにする。

ここまで、日本におけるサードプレイス論の問題点について述べてきた。サードプレイスの定義が曖昧なまま研究が行われていたためサードプレイス像が拡散してしまった点、場所を典型的に捉えているためサードプレイスが静態的な場所になってしまう可能性がある点を指摘した。

以上のうち、サードプレイス像が拡散している状況をふまえて、本稿における定義を明確にしておく必要があるだろう。本稿では、先行研究におけるサードプレイス像をある程度包括し、なおかつオルデンバーグの想定したサードプレイス像（表1参照）を意識し、以下のように定義を試みておきたい。すなわち、サードプレイスは①当人にとって気楽に、ある程度自由に立ち寄れるオープンな場であり、②会話をしようと思えば行うことができ、黙って過ごそうと思えば過ごせる、思い思いの過ごし方が許容される場であり、③その空間内において、少なくとも店の外における肩書のようなものが無くなる（あるいは薄れる）、④気楽に過ごせる場である、という性質を備えたものとして定義付けたい。これらの定義付けはオルデンバーグのいうサードプレイスの居心地のよさという要件を継承しつつも、アメリカと日本の公共空間の利用法の違いを念頭に置き、会話の場であるという要件を除外したもので

ある。

さて、本章で確認した諸点に起因して既往の研究は活き活きとした人の「生」や生活上の悩みを、場所との関係で明らかにし得ているとは必ずしもいえない。文化の動態的把握を重視し、人の暮らし方とコミュニティの関係を注視してきた民俗学にとっては、こうした動向は多分に問題のあるものと感じる。その一方で、民俗学の立場からサードプレイスを論じることは、以上の問題点を解決できる可能性をもっていると筆者は考える。次章では民俗学におけるサードプレイス論の可能性について述べることにしたい。

IV 民俗学におけるサードプレイス論の可能性

前章では日本におけるサードプレイスの問題点について述べた。本章では民俗学におけるサードプレイス論の可能性について述べたい。民俗学でも、これまで、複雑な都市空間の編成に関して議論を試みてきた。例えば、倉石は都市生活者の「空間の認識類型」として、居住地のある居住地空間、職場のある職域空間、消費と遊行の場である盛り場空間、学校や図書館、美術館などの文化施設がある文化空間、此岸と彼岸が接する場としての病院や寺院などの境界空間、これら各空間を結ぶ交通機関である移動空間に分類した〔倉石 1997〕。また、喫茶店におけるモーニングや〔島村 2003〕、コンビニエンスストア〔高岡他 1997〕など都市において個人が空間に対して行う意味付けを研究してきた。空間の属性ではなく、その生活における位置付けを問題にしてきたといえよう。一方で、都市空間における緩やかなつながりをもった公共空間の分析を行う研究は、後述のように島村恭則の研究や山泰幸がある〔島村 2003；山 2021〕。ここにおいて、サードプレイスという概念は、個人化する社会の中で、それでもなお人と人とが緩やかなつながりを形成しようとする公共空間の分析に際し、有効な指標になると考える。

それにもかかわらず、現状、緩やかなつながりをもった公共空間の分析を行う研究は蓄積があまり進んでおらず、民俗学の立場からサードプレイスという概念を使用した例も見られない。及川祥平は「地域の結節点となりうる

ような自由で開放的な居場所について考えるうえでは」、オルデンバーグのサードプレイスが手がかりの一つになると述べているが〔及川 2021：132〕、具体的な調査研究を行った民俗学の成果は存在しない。

また、民俗学がサードプレイスを研究していくことにより、従来のサードプレイス研究において蓄積が十分ではなかった質的研究を深めることができる。その際に地理学のトポフィリア概念を導入することによって、利用者の実態の分析の精緻化を行っていくことができるだろう。本章では以上の点を検討していきたい。

さて、民俗学の領域において、サードプレイス研究と親和性の高い成果としては、島村の研究が挙げられる。島村はモーニング喫茶の場所性について、ユルゲン・ハーバーマスの公共圏および斎藤純一の提唱する「オルタナティブな公共圏」にならい、「もう一つの公共圏」〔島村 2003：345〕、「ヴァナキュラーな公共圏」〔島村 2020：163〕を提唱している。島村によれば、「モーニングの時間と空間は、他者と他者とが場を共有しながら、そこで様々な言葉を交わす公共圏である。ただし、そこで語られるのは、決して論理的に整理された明晰な言葉ではない。むしろ、そうした論理的な言葉で形成される市民的公共圏からは排除される言説あるいは人々が交流する場としてこの場はある」としている〔島村 2003：346〕。

魅力的な議論であるが、島村の提唱する「もう一つの公共圏」については以下の点に注意しなければならないだろう。すなわち、公共圏とサードプレイスは確かに喫茶店など同じ場所を対象とすることもあるが、公共圏は会話などが主題として置かれている場であるのに対し、日本におけるサードプレイスは根底にあるものが「居心地のよさ」であり⁸⁾、概念自体の依拠している枠組みや位相が異なるものだといえる。そのため、公共圏足り得る場所が同時にサードプレイスになることもあれば、ならないこともあり、サードプレイス足り得る場所が公共圏になり得ることもあれば、なり得ない場合もあるといえる。したがって、公共圏という枠組みでは捉えきれず、見落とされてきた場所やそこでの個人の過ごし方を、サードプレイスへの注目によって民俗学の立場から分析していくことができるだろう。そして、現代の都市生

活者の居場所は、必ずしも交流や会話を伴うものではないことは南後の議論からも明らかである。

サードプレイスの観点からは、人々が日常の中でそれぞれが居場所をみつけ、それをどのように重視しているかが問われることになる。山は地域デビューのきっかけとしての居場所づくりとして、哲学カフェのようなコミュニティカフェの事例を取り上げており、そのうえで地域デビューの困難さといった現代的問題に民俗学が独自の貢献ができる可能性を指摘している〔山 2021：131〕。山の関心に依拠しつつ、各地に、または各人に存在する居場所のあり方を検討するうえでは、サードプレイスは有効な観点足り得るのではないだろうか。このような論点は、都市における様々な場所をめぐる民俗学の議論を、門田岳久のいう、〈人〉への注目から刷新することも可能となる〔門田 2014〕。例えば、民俗学では銭湯について、同郷者のネットワークに着目した研究〔山口 2012〕や、今では失われたコミュニティの文脈として捉えた研究〔岩本 1983〕が行われてきたが、銭湯通いを日課とする人々にとって、その空間が日々の暮らしの中である種の居場所として果たす意味については、言及できていない。銭湯をサードプレイスとして捉えることによって、様々な年齢層・目的をもった利用者がそこにやすらぎを求めつつ利用し、時として交流が生まれたり、または一人で楽しむ場として享受したりする有り様を考えることができるだろう。利用者の中にサラリーマンがいればサラリーマンの生活リズムの問題としてこれを捉えて行くことが可能であろうし、先述の高齢者のライフコースや居場所研究とも接続できると思われる。筆者の調査においても、銭湯で常連客の間で形成される交流が、暮らしの中の重要な癒しになっているケースを確認している。

総じていえることは、民俗学におけるサードプレイス論は、人々がそれぞれに特定の場に意味付けするあり方を記述するものであらねばならない。その際の理論的前提として、人文地理学者のイーファー・トゥアンのいう「トポフィリア」が参考になるだろう。トポフィリアは、「人々と場所あるいは環境との間の情緒的な結びつき」〔トゥアン 2008：27〕だと定義付けられている。環境との情緒的なつながりは強さも微妙さも表現様式も様々であるとも述べ

ており〔トゥアン 2008：179〕、単純化して述べれば、場所に対して抱く愛着や好感である⁹⁾。トゥアンのいう「場所への情緒的な意味」は、民俗学が従来向けてきた「心意」への関心と響き合うものであり、民俗学のサードプレイス研究においてとりわけ留意すべき方向性である。

オルデンバーグの述べる「俺たちのたまり場」「居心地のよい場所」といった表現はトゥアンのいうトポフィリアの一種であると考えることができる。そのようなトポフィリアのあり方をおさえることによって、サードプレイスの形成過程や時代の変化によって生じる新たなサードプレイスの発見が可能となる。さらに、調査の際に様々な程度や形で出現するサードプレイスの利用法を分析する際にトポフィリアに着目することによって、どのような感情がサードプレイスの体験に伴っているのか、あるいはそのような感情が抱かれるに至った経緯など、サードプレイスへの愛着や帰属意識の動態を把握できる可能性がある¹⁰⁾。

ここまで、民俗学におけるサードプレイス論の可能性を述べてきた。民俗学においてサードプレイスを研究していくことにより、サードプレイス研究全体においては従来のサードプレイス論では捉えきれなかった生きられる空間としてのサードプレイスを捉えることができ、民俗学内においては、これまで蓄積が少なかった緩やかなつながりをもつ公共空間を分析していくことができる点を指摘した。

おわりに

本稿の議論を整理しておきたい。本稿では日本におけるサードプレイスの研究史を整理したうえで、民俗学におけるサードプレイス研究の可能性を考察した。

従来の日本のサードプレイス研究はオルデンバーグの枠組みを批判する形で継承されてきた。そのためサードプレイスとして捉える場所はインターネット空間やファストフード店など広がりを見せ、サードプレイスの類型としても会話を主目的とするオルデンバーグの枠組みからは外れた、マイブレイス

型などの類型化が行われ、拡張してきたといえる。しかし、場所ごとの類型に留まってしまい、また、調査方法もアンケート調査などを用いた定量的調査が多く見られ、利用者ごとの利用実態からは距離を置いた、静態的なサードプレイス像が生まれてしまったといえる。

本稿ではまた、サードプレイス研究の民俗学における可能性について述べてきた。民俗学におけるサードプレイス研究では、質的調査を用いることにより利用者がサードプレイスに対してどのような意味付けを行ってきたのか、動態的な把握をすることができる。したがって、空間や場所をめぐる民俗学的研究の視座の一つに成り得るし、現代社会における居場所研究の視野を広げることも可能であろう。フィールドデータの報告とあわせて、以上の展望を実質化させていくことを、今後の第一の課題としておきたい。

注

- 1) 2021年には『日本労働研究雑誌』7月号(No.232)において、「ライフキャリアとサードプレイス」と題した特集が組まれるなど、近年日本においてサードプレイス研究自体が盛んになってきていることが考えられる。
- 2) 原題は Oldenburg, R. 1989 *The Great Good Place: Cafe's, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Da Capo Press. である。
- 3) もっとも、モラスキーが職場からも家庭からも離れた場所に注目しているのに対し、南後はあくまでも自宅・学校・職場などの結節点となる場所としての駅に注目しており、両者の居場所の捉え方には視点に相違があるといえる。
- 4) 例えば、石山は「約90%の顧客が、ひとりで黙ってすごす場であるスターバックスは、典型的なマイプレイス型とみなすことができるだろう」[石山 2021: 9] などと、場所に対してサードプレイス類型を当てはめている。
- 5) ここでいう「生きられる空間」について、例えば田中彰吾は概念に関わる問題意識として「個々の主体によって体験されている具体的な空間がある」と述べている [田中 2014: 60]。また、客観的に測量できる数学的空間と対比させて、「空間についても、たんに客観的に測量されるのとは異なる次元がある」[田中 2014: 60] としている。
- 6) 例えば [ホホワイト 2018; 高田 2019; 高谷 2019] などがある。
- 7) 例示をすれば枚挙にいとまがないが、[小林・山田 2014; 本柳 2015; 片岡他 2017; 中嶋 2020] などがある。
- 8) もっとも、オルデンバーグの想定するサードプレイスは会話を重視している。その点では

「もう一つの公共圏」とサードプレイスは同じものに思えるかもしれないが、以下の点で異なるといえるだろう。例えば、公共圏から排除される言説や人々が交流する場として成り立つ場合、他者とある程度の等質性が保たれる場所ではなく、排除された人々や言説同士が存在する場所であるといえる。そのため、例えば社会階層が違う者同士がコミュニケーションを行う場所を分析しきれない可能性がある。本稿で提示するサードプレイスにおいては人を平等にする力が働いているため、社会階層が違う者同士がコミュニケーションを行う空間も分析することができるだろう。

- 9) ただし、トゥアンはトポフィリアを「情緒的なつながりをすべて含むように広く定義できる」[トゥアン 2008 : 179] としており、恐怖などのネガティブな感情についても研究を行っている [トゥアン 1991]。
- 10) また、民俗学におけるサードプレイス研究においては、個人がある空間を居場所に変えていく際の意味付けと、サードプレイスでおりなされる人間関係が、主要な関心となろう。サードプレイスが前提とする人と人との緩やかなつながりは、マーク・グラノヴェッターのいう「弱い紐帯」そのものである [グラノヴェッター 2006]。そのような「弱い紐帯」としての利用者同士のつながり方の分析・考察を行うことを前提とした時、マイプレイス型や社交交流型といったサードプレイスの類型的把握が意味をもつといえる。

参考文献

石山恒貴

2021「サードプレイス概念の拡張の検討ーサービス供給主体としてのサードプレイスの可能性と課題による検討」『日本労働研究雑誌』63（7）：4-17。

磯村英一

1968『人間にとって都市とは何か』日本放送出版協会。

岩本通弥

1983「風呂屋と床屋一失われたコミュニティ空間ー」『歴史公論』9（7）：80-81。

及川祥平

2021「Next Step：超高齢時代のまちづくりー地域コミュニティと場づくりー」『民俗学の思考法ーいま・ここーの日常と文化を捉える』、岩本通弥、門田岳久、及川祥平、田村和彦、川松あかり（編）、pp. 132、慶應義塾大学出版会。

オルデンバーグ、レイ

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」』忠平美幸訳、みすず書房。

片岡亜紀子・石山恒貴

2017「地域コミュニティにおけるサードプレイスの役割と効果」『地域イノベーション』9：

73-86。

片岡由香・尾形愛実・羽島剛史

2017「愛媛大学生の街中サードプレイスに関する実態調査」『愛媛大学社会共創学部紀要』1
(2): 9-14。

門田岳久

2014「民俗から人間へ」『〈人〉に向き合う民俗』、門田岳久、室井康成（編）、pp. 8-39、森話社。

木村由梨

2020「地域アイデンティティの再興—川口鋳物、初午太鼓、サードプレイス—」『お茶ノ水地理』
59: 21-30。

倉石忠彦

1997『民俗都市の人びと』吉川弘文館。

2020「地域社会における『オチャ』の機能」『信濃』72(8): 589-607。

グラノヴェッター、マーク

2006「弱い紐帯の強さ」『リーディングス ネットワーク論—家族・コミュニティ・社会関係資本』、野沢慎司（編・監訳）、大岡栄美訳、pp. 123-154、勁草書房。

小林重人・山田広明

2014「マイプレイス志向と交流志向が共存するサードプレイス形成モデルの研究：石川県能美市の非常設型「ひょっこりカフェ」を事例として」『地域活性研究』5: 3-12。

2015「サードプレイスにおける経験がもたらす地域愛着と協力意向の形成」『地域活性研究』6:
1-10。

相良友哉

2020「地域住民の交流拠点としてのコミュニティスタジオに関する報告—「第三の場」としての機能と可能性—」『人間生活文化研究』30: 852-859。

島村恭則

2003「モーニングの都市民俗学」『国立歴史民俗博物館研究報告』103: 325-348。

2020『みんなの民俗学—ヴァナキュラーってなんだ—』平凡社。

高岡弘幸・村上和弘

1997「コンビニの民俗」『現代の世相⑤ 祭りとイベント』、小松和彦（編）、pp. 129-156、小学館。

高田佳輔

2019「大規模多人数同時参加型オンライン ロールプレイングゲームのエスノグラフィ 仮想世界において創発的サードプレイスをいかに生み育てるか」『社会学評論』69(4): 434-452。

高谷邦彦

2019「サード・プレイスとしての Twitter —子育て主婦ユーザの場合—」『名古屋短期大学研究

紀要』57：1-13。

田中彰吾

2014「生きられる空間—空間を考えるための方法論的観点—」『学校空間—もう一つの学校改革をめざして—』、岩間教育科学文化研究所（編）、pp. 59-71、コスモス・ライブラリー。

トゥアン、イーファー

1991『恐怖の博物誌』金利光沢、工作舎。

2008『トポフィア—人間と環境—』小野有五・阿部一訳、筑摩書房。

中嶋葉子

2020「サードプレイスを目的としたファストフード店利用とマニュアル化された接客マナーとの関連 若年労働者を対象にした分析」『成城コミュニケーション学研究』11：1-20。

南後由和

2018『ひとり空間の都市論』筑摩書房。

ホワイ、メリー

2018『コーヒーと日本人の文化誌—世界最高のコーヒーが生まれる場所』有泉美美代訳、創元社。

前川啓治

2009「グローバルとグローカルの二元論を超えて」『グローカル研究の可能性—社会的・文化的な対称性の回復に向けて—』、上杉富之、及川祥平（編）、pp. 50-64、成城大学民俗学研究所グローカル研究センター。

松宮朝

2015「結節点としての喫茶店—愛知県長久手市喫茶店来客者調査から」『愛知県立大学教育福祉学部論集』63：75-88。

本柳亭

2015「ファストフード店の利用者に関する考察—サードプレイスを目的とした利用者の分析を中心に—」『学習院女子大学紀要』17：163-176。

モラスキー、マイク

2014『日本の居酒屋文化 赤提灯の魅力を探る』光文社新書。

山口拓

2012「東京の銭湯と同郷の結びつき—新潟県出身者を事例に—」『民俗学論叢』27：81-93。

山泰幸

2021「超高齢時代のまちづくり—地域コミュニティと場づくり—」『民俗学の思考法—いま・ここ—の日常と文化を捉える』、岩本通弥、門田岳久、及川祥平、田村和彦、川松あかり（編）、pp. 121-132、慶應義塾大学出版会。