

モビリティ時代に人はなぜ場所に集まるのか

—コミュニティカフェの「場所の意味づけ」を手掛かりに—

田所 承己

【要旨】

本稿の目的は、モビリティ（移動性）が高まっている現代において人びとがパブリックな場所に集まるのはなぜか、その手掛かりを得ることにある。そのために、人びとが特定の場所に集まるとき、その場所をどのように意味づけているのか探索することを課題とする。具体的にはコミュニティカフェ利用者の「場所の意味づけ」行為を計量的に検討した。データは、質問紙調査法を通じて、横浜市のコミュニティカフェの利用者 273 人から得た。

分析の結果、以下の諸点が析出された。第1に、コミュニティカフェの意味づけ行為から「協働的コワーキングスペース」「開放的コミュニティ」「別世界との接触空間」「サードプレイス」「パブリックスペース」の5つの因子が析出された。第2に、空間的移動性に有意に規定されていたのは「別世界との接触空間」という意味づけであった。これらの結果より、移動性が高まる時代においてパブリックな場所に集まるのは、外部世界への“足掛かり”を得ようとする「境界空間」的行為であることが推察された。

キーワード：集まり パブリック・プレイス 移動

1. はじめに

1.1. 問題の所在

近年、シェアハウスやコワーキングスペース、コミュニティカフェ、ショッ

ピングモールなど、従来の意味での都市空間とは異なるパブリックな場所や施設に多様な人びとが「集まる」現象が見られるようになっている。本研究が課題とするのは、こうした現象がどのような背景で生じているのか手掛かりを得るべく、このような場所が利用者にとってどのような意味をもっているのか明らかにすることである。

社会学において「人びとが集まる」という事象を中心的な素材としてきたのは「盛り場研究」である。その代表的な研究である吉見俊哉の『都市のドラマトゥルギー』では、盛り場を特定の機能に還元するのではなく、「ある盛り場がそこに集った人びとによってどのように生きられ、そこでどんな社会関係が結ばれ、いかにしてその盛り場固有の集会的な気分が醸成されていったのか」という点が主題とされる（吉見 1987：24）。この視点は、G・ルフェーブル以来の「民衆の集会的心性の形成」という契機を重視する前産業社会期の都市騒擾研究の視点を引き継ぐものである。

もともと、石川栄耀や奥井復太郎、磯村英一のような従来の盛り場研究においては、商業施設や娯楽施設などの「施設」的な側面から盛り場を捉える視点が強かった。すなわち、盛り場が、商業的売買や娯楽行動といった分かりやすい「機能」の次元に還元される傾向が多かれ少なかれあったといえる。吉見の研究は、こうした機能還元主義的な捉え方の限界を、施設という「容器」からその中身である「出来事」のほうに焦点を移すことで乗り越えようとしたのである。

本研究は、こうした吉見の視点を引き受けながらも、「集会的な気分の醸成」といった社会史的都市研究の関心とは異なるアプローチを取る。ここでは、集まる人びとによる「場所の意味づけ」という側面に着目して事象を捉え返したい。以下では、この点に関して説明を加えておこう。

ある空間や施設を特定の機能に対応させて捉えることの限界は、建築学の一部では近年さまざまに指摘されつつある。たとえば、「商店」のような特定の場に対して「ものを買う」という特定の目的や意図だけが結びついているわけではない。「世間話をする」とか「相談をする」などのさまざまな相互作用が起きうる。建築学者の橘弘志は、「人は明確な意図を前提に行動する」

とみる「意図支配モデル」に対して、「人は明確な意図なしに行動を前提として柔軟に環境と関わっていく」とみる「行動先行モデル」を提起している(橋・高橋 1997: 95)。

また建築学者の鈴木毅も同様の視点から、「住環境を構成するものを機能毎に明確に分割し、それに対応する施設を適切に配分することで生活ができあがるという、還元主義的な近代の都市計画論」を批判する(鈴木 2001: 56)。たとえば銭湯は「入浴」という単純な機能で括られが、同じ「入浴」という機能でも、個人によって入浴という場がもつ意味合いはさまざまである。また「劇場は遊ぶ所」「スポーツ施設は学ぶ所」というように、施設と機能の固定的な関係が自明視されるが、実際にはもう少し柔軟に利用されている。

鈴木は、こうした機能還元主義的なアプローチを乗り越えるために、「施設－機能」ではなく「場所－意味づけ」のアプローチを提起する。つまり、「日々の都市生活の中で、人々がどのような場所をどのような意味の場所として使いこなしているか」に注目する(鈴木 2001: 57)。こうした場所に内在する行為者自身の「意味づけ」に照準を合わせることで、十把一絡げの「機能」という括りからはこぼれ落ちてしまう人びとの実践を捉えることができるのではないかと期待されるのである。

このような「場所の意味づけ」というアプローチをとるのは、単に機能還元主義を乗り越えるためではない。盛り場研究が対象とした「都市の盛り場」とは異なり、近年の「集まり」現象は、そもそも「なぜ集まるのか」が自明ではないことが関連している。

「盛り場」の登場は、基本的に近代社会における「都市化」を背景とする。たとえば、先述した吉見の研究では、1970年代に若者が渋谷や新宿に集まった背景として、高度経済成長期の郊外居住地域の爆発的拡大を指摘するにとどまっている(吉見 1987: 304-306)。盛り場研究は「都市化」という不可避的な近代の大きな流れを背景に据えているがゆえに、集まりそのものの自明性を問い返す必要はなかったのである。別言すれば、集まりの「機能」が自明であったがゆえに、「機能」では掬いきれない側面に注目する学問的意義

もあったと言えよう。

しかし、日常的な空間的移動性が高まり、メディア・コミュニケーションも発達した現代社会において、あえて「場所」に集まることの意義とは何なのだろうか。物理的に近接した形で直接・間接のインタラクションを求めるのはなぜなのだろうか。こうした疑問は、少なくとも従来の「盛り場」のように「都市化」という前提をおいて解き明かすことはできない。もちろん、分かりやすい「機能」をそこに抽出する解釈法も不可能ではない。たとえば、シェアハウスやコミュニティカフェは往々にして「相互扶助」や「共有」などのコミュニティ機能という観点から解釈される。もちろん、そういう側面もあるだろう。

だが、グローバル化やモビリティ化が加速するなかで人びとの流動性が高まり、社会関係は劇的に変容しつつある。こうした状況下において生まれている「集まり」現象を、たとえば「コミュニティ再生」といった近代社会的なフレームワークのなかに押し込めて“事足れり”とするのはやはり学問的な怠惰とは言えないだろうか。少なくとも、「都市化」という自明性を前提にできない以上、まずは行為者自身がそこにどのような意味づけをおこなっているのか、そこを丹念に見ていくことで、「集まり」現象の一端が見えてくるのではないだろうか。

このような関心から、本研究は「人びとが集まる」現象を、行為者自身による「場所の意味づけ」というアプローチから解釈することを課題とする。素材とするのは、「コミュニティカフェ」である。近年の「集まり」現象は、シェアハウス、コワーキングスペース、広場などのパブリックスペース、ショッピングモールなどさまざまな場所に見出すことが可能である。これらの場や施設は、「住む」「買う」「働く」などの特定の「機能」をもともと付託されているために、それ以外の側面を抽出するにはある程度の研究上の困難さを伴う。その点、コミュニティカフェは特定の機能を求められるケースもありながら、他の事例ほど機能的性格が自明ではないがゆえに、近年の「集まり」現象の示差的ポイントを析出するにはより適合的な対象ではないかと考えられる。それゆえ、本研究では「コミュニティカフェ」を研究対象

とすることにする。

1.2. 先行研究の検討

コミュニティカフェにおいて利用者がどのような場所の意味づけを行っているのか、この点を明らかにするためには利用者調査が必要となる。しかしながら、コミュニティカフェ研究において利用者の実証的調査研究はまだ少ない。

倉持（2014）は、4ヶ所のコミュニティカフェの利用者に対してアンケート調査（ケース数＝計112件）と参与観察を実施している。この調査では、当該コミュニティカフェが利用者自身にとってどのような居場所か、地域にどのような居場所があったらよいかを、16項目の質問によって尋ねている。具体的には「誰もが利用することができる場所」、「スタッフやその場にいる人と話ができる場所」、「新しい知り合いができる場所」などである。ただし分析は単純集計の提示にとどまっているため、利用者がコミュニティカフェをどのような場所として位置づけているのか、集約的な掘り下げ作業は行われてはいない。この研究では、コミュニティカフェを「福祉コミュニティ形成」の拠点として位置づけ、その観点からアンケート調査を実施している。そのため、先の利用者の回答分析も「探索的分析」というより「確認的分析」の性格が強くなっているため、「意味づけ」に対する探索的な掘り下げが行われない結果になっていると推測される。

余・松本・上野（2012）は、高齢者支援を主目的とするコミュニティカフェ「福祉亭」を対象に、利用者に対するヒアリング調査（ケース数＝48件）と参与観察を実施している。この調査では、「利用者にとっての福祉亭の意義」を尋ねている。その回答で最も多いのが、「憩いの場」「交流の場」（各8名）であり、以下「生きがい」「地域デビューの場」（各2名）と続く。参与観察の結果もあわせて、この研究では福祉亭の意義を「交流」「見守り」「生活支援」「自己実現・相互扶助」という4点にまとめている。

飯田・初見（2008）は、9ヶ所のコミュニティカフェ利用者188名に対するアンケート調査とヒアリング調査を実施している。それに基づき、利用者

がコミュニティカフェを生活上どのように位置づけているのか、4つに分類している。それは、①個人・行動的な場（読書・勉強の場／食事の場）、②個人・感情的な場（自己認識の場／精神安定の場）、③集団・行動的な場（交流の場／情報交換の場）、④集団・感情的な場（楽しい場所／家・リビング）、とまとめられている。

以上の先行研究のうち、倉持（2014）と余・松本・上野（2012）は、コミュニティカフェに対する利用者の意味づけを、コミュニティ機能に限定して捉える研究上の視点を最初からとっている。また、利用者の意味づけを分類している余・松本・上野（2012）と飯田・初見（2008）は、基本的に生活上の「機能」という観点から捉えている。余・松本・上野（2012）の場合は福祉サポートという観点からみる「機能」が問題となっているのが自明であるし、また飯田・初見（2008）の場合、逆にどのような観点からみる「機能」なのか不鮮明となっている。いずれにしても、利用者による意味づけ作業を「機能」という観点から捉えてしまうために、「意味づけ」を引き起こしている背景に社会変動を探索的に透視していくような理論的視点を有しているわけではない。つまり、利用者による「意味づけ」行為の中身の検討を通して、コミュニティカフェの増加を促す社会的背景要因を探るような視点はいずれの先行研究においても弱いと言えよう。

2. 方法

2.1. 調査手続き

本研究においては目標母集団の一部に限定して調査母集団を設定する手法を採用する（田所 2016a）。田所（2015）の実施した質問紙調査によると、コミュニティカフェは、子育て支援／高齢者の交流・高齢者福祉／コミュニティスペース／まちづくり／ギャラリーカフェ／若者・子供の居場所／障がい者福祉／スローカフェなどの諸機能を有する。このうち、高齢者福祉や子育て支援、若者・子供の居場所、障がい者福祉などの機能を主要な活動分野としているカフェは、機能や利用目的を明確に定めている。そのため、本研究が

目的とする「モビリティ時代に集まること」の意味を析出するには、やや適合性を欠くと判断した。そこで、カフェとしての機能が幅広く、多様な人を誘引する傾向にある「コミュニティスペース」および「まちづくり」を主要な活動分野とするコミュニティカフェを調査対象として選定することとする。

調査対象箇所を、関東圏においてコミュニティカフェ活動が盛んで、「まちづくり／コミュニティスペース」系の箇所が多い横浜市のコミュニティカフェのなかから複数選定した。その際、類型性とそのバランスの観点を複合することによって、調査母集団が目標母集団の典型的な性格を表現する方法をとった。類型性の基準としては、次の2点を設定した。①主要な利用者年齢層の多様性（30代～60代）、②飲食機能とイベント機能の組み合わせの多様性。その結果、50代以上の利用者が多く、飲食機能が充実しているカフェA、40代の利用者が多く、飲食機能とイベント機能がともに充実しているカフェB、30代の利用者が多く、イベント機能が充実しているカフェCの3箇所が質問紙調査の実施箇所として選定された¹。

質問紙調査は2015年4月から7月にかけて実施した。標本の選定にあたっては、属性が偏らないように、さらに特定の利用パターンを示す利用客に偏らないように、各コミュニティカフェの特徴に応じて、調査票を配布する曜日、時間帯、イベント等を操作的に選択する手順をとった。以上の手順により、最終的に286票（回収率67.0%）のデータが集まった。そのうち有効回答数は273票であった。

2.2. 調査内容

2.2.1. コミュニティカフェ利用に関する基礎的項目

コミュニティカフェの利用立場については、飲食利用者、スペース利用者（会合・サークル等）、イベント参加者、イベント講師、イベント主催者、スタッフという区分を設け、複数選択とした。

地域内部の移動性を計測する代理指標として、地域活動への参加度を計測

1 調査手続きの詳細に関しては、田所（2016a）を参照のこと。

した。具体的な地域イベントを 10 程度挙げ、その参加経験の有無を尋ねた。さらに地域でのサークル活動、団体活動への参加状況を、地縁団体、趣味やスポーツのサークル、ボランティア団体・NPO の 3 種類別にそれぞれ順序尺度で尋ねた。

また、同じく地域内部の移動性の代理指標として、地域のパーソナル・ネットワークのサイズを尋ねた。測定方法はリソース・ジェネレータ方式を採用した。具体的には、自分の住む地域の知り合い（道具的關係＝「地域の情報や人脈について役立つ助言を与えてくれる人」）の人数を尋ねた。

最後に、物理的な移動性の高さを近似的に計測するために、当該コミュニティカフェを基点とする住所を尋ねた。具体的には、カフェに徒歩でアクセス可能な地域、およびカフェ所在区内、カフェ所在区外、という 3 区分を設けた。

2.2.2. コミュニティカフェの意味づけに関する項目

コミュニティカフェが利用者にとってどのような意味をもつ場所として認識されているのか、あるいはどのようなイメージの場所として位置づけられているのか明らかにするために、先行研究を参考にカフェの「場所の意味づけ」に関する尺度を作成した。

田中（2008）では、コミュニティカフェのフィールドワーク調査に基づいて、カフェという「場所」が地域の人々にとってもつ意味を、①思い思いに居られる場所、②自分なりに関わることのできる場所、③気軽に活動を始めたり参加したりできる場所、④地域の人々と顔見知りになれる場所、⑤様々な助けを求めることができる場所、⑥地域の情報が集まる場所、と分類している。①と②は、おもに場所の「開放性」、つまりパブリックスペースのように誰もが自由なスタンスで利用することができる側面に焦点をあてている。また③と④は、場所の「関与性」、つまり場所の活動や他の利用者との関わりの生じやすさにポイントを置いた意味づけとなっている。最後の⑤と⑥は、地域コミュニティの相互扶助性や地域情報へのアクセスなど、「地域への関わり」に照準を定めた意味づけ項目となっている。この田中（2008）

表1 コミュニティカフェ利用者の属性と利用立場

		n	%			n	%
性別	男性	42	15.4	職業	専業主婦	106	39.1
	女性	230	84.6		無職	20	7.4
	合計	272	100		パート・アルバイト	54	19.9
	無回答	1			派遣・契約社員	5	1.8
年齢	10代	2	0.7		常時雇用の会社員	33	12.2
	20代	13	4.8		経営者・役員	9	3.3
	30代	53	19.5		自営業・自由業	37	13.7
	40代	90	33.1		その他	7	2.6
	50代	58	21.3		合計	271	100
	60代	34	12.5		無回答	2	
	70代以上	22	8.1	居住地	カフェ周辺	100	36.9
	合計	272	100		区内	69	25.5
既婚・未婚	無回答	1			区外	102	37.6
	既婚(有配偶)	223	82.3		合計	271	100
	既婚(離別・死別)	15	5.5		無回答	2	
	未婚	33	12.2	居住年数	5年以下	65	24.7
	合計	271	100		6・10年	52	19.8
世帯人数	無回答	2			11・20年	91	34.6
	1人	23	8.6		21年以上	55	20.9
	2人	66	24.6		合計	263	100
	3人	75	28.0		無回答	10	
	4人	78	29.1	利用立場	飲食利用者	148	54.2
	5人以上	26	9.7		スペース利用者	56	20.5
学歴	合計	268	100		イベント参加者	115	42.1
	無回答	5			イベント講師	17	6.2
	高等学校	31	11.6		イベント主催者	22	8.1
	専修学校・各種学校	32	12.0		スタッフ	38	13.9
	高専・短期大学	62	23.2		その他	10	3.7
	大学	131	49.1		合計	273	
	大学院	8	3.0		無回答	0	
	高校生	3	1.1				
	合計	267	100				
	無回答	6					

の分類に基づきながら、筆者がおこなった利用者に対する個別面接調査²の結果を利用するかたちで、それぞれの側面につき7～9項目から構成される24項目からなる尺度を作成した。質問文「あなたにとってここはどのような場ですか」に対して、それぞれの項目ごとに「あてはまらない (1)」から「あてはまる (5)」までの5点尺度で評定が求められた。

なお、表1は、本研究における回答者の属性と当該コミュニティカフェを

2 2015年3月に質問紙調査実施箇所の利用者10名を対象に実施。面接時間はそれぞれ1時間～2時間程度。

利用する際の立場に関する基礎データである³。

3. 分析

3.1. カフェの「場所の意味づけ」項目の因子分析

カフェの「場所の意味づけ」に関して、24の質問項目を用いて因子分析を行った。因子の抽出には重み付けのない最小二乗法を用いた。そこで得られた11.552、1.435、1.196、1.020・・・という固有値の減衰状況からは、1因子構造であることが予測されたが、因子の解釈の可能性を考慮して5因子を抽出することとした。プロマックス回転を行った結果の因子パターンを表2に示した。

第1因子は「他者との接触によってアイデアが生まれた」、「協働やコラボレーションが生まれた」、「自己実現に向けた刺激を受けた」など、多様な他者から仕事上の刺激を受けるコワーキングスペースのような性格を示している。他方で、「人に必要とされている」や「メンバーの一人である」という実感も強いことから、協働的な紐帯も強い。そこで「協働的コワーキングスペース」因子と名付けた。

第2因子は、「信頼感ができている」、「安心感がある」、「一時的ではないつながり」など、コミュニティ的な生活が強い。だが、「初めてでも気軽におしゃべりできる」、「対等に振る舞える」といった開放的な性格も強い。そこで「開放的コミュニティ」因子と名付けた。

第3因子は「ふだん会えないような多様な人びと」あるいは「多様な考え方や価値観に出会える場である」という項目を含む。また「自己実現に必要な情報や人脈、スキルを得る」、あるいは「アイデア、機会、人脈をシェアできる」という項目も含む。これより、今の自分にはまだない能力や情報、あるいはそうしたものをもたしらしてくれる多様性を含む別世界へとつないでくれる空間を示していることから、「別世界との接触空間」因子と名付けた。

3 同じ質問紙調査データを用いるため、この基礎データは田所（2016a；2016b）の表を再掲している。

表2 コミュニティカフェ「場所の意味づけ」項目の因子分析結果

項目	I	II	III	IV	V	共通性
第Ⅰ因子 協働的コワーキングスペース						
19 この場では人に必要とされているという実感を得ることができる	0.84	0.03	-0.12	0.10	0.05	0.73
17 この場での人や情報との接触によって新しいアイデアが生まれたことがある	0.82	-0.04	0.10	-0.10	0.09	0.71
20 この場での活動や出会いによって自分の新しい面を発見することができた	0.72	-0.03	0.17	0.04	-0.02	0.71
6 この場での出会いによって新しい協働やコラボレーションが生まれたことがある	0.67	-0.01	0.14	-0.08	0.03	0.53
13 ここで自己実現に向けての刺激を受けることができた	0.49	-0.18	0.47	0.14	-0.01	0.66
15 自分はこの場でできた「つながり」のメンバーの一人だと感じる	0.40	0.23	0.15	0.23	-0.09	0.71
第Ⅱ因子 開放的コミュニティ						
4 ここは普段の肩書きとは関係なく誰もが対等に振る舞える場である	-0.27	0.84	-0.03	0.12	0.04	0.52
2 この場で出会った人との間に信頼感ができていると感じる	0.39	0.68	-0.17	-0.15	-0.01	0.64
5 この場で出来たつながりは一時的なものではないと思う	0.22	0.66	-0.11	0.00	0.06	0.61
21 ここは初めて会う人同士でも気軽におしゃべりできる場所である	0.08	0.65	0.06	0.08	-0.05	0.63
3 ここは他では見つからないような地域内外の多様な情報が得られる場である	0.08	0.64	0.18	-0.19	0.06	0.62
22 この場でできたつながりに、他ではなかなか得られない安心感がかんじられる	0.34	0.54	0.02	0.10	-0.13	0.74
第Ⅲ因子 別世界との接触空間						
11 ここはふだん出会えないような多様な人びとに出会える場である	-0.13	0.28	0.63	0.18	-0.03	0.73
9 ここは、アイデア、機会、人脈をシェア（共有）することができる場である	0.13	0.09	0.59	-0.22	0.28	0.66
10 この場での私のつながりはFacebookによっても支えられている	0.19	-0.13	0.56	-0.01	-0.19	0.33
23 ここで自己実現のために必要な情報や人脈、スキルを得ることができた	0.39	0.08	0.46	0.11	-0.13	0.77
24 ここは多様な考え方や価値観に出会うことができる場である	0.20	0.31	0.41	0.06	-0.12	0.69
第Ⅳ因子 サードプレイス						
14 ここは普段の役割や肩書きから解放された自分になれる場である	-0.01	0.00	0.06	0.65	0.14	0.49
12 この場は自分の「居場所」のように感じられる	0.31	0.04	-0.15	0.48	0.28	0.55
第Ⅴ因子 パブリックスペース						
1 ここはとくに目的がなくとも気軽に訪れることができる場所である	0.17	-0.01	-0.25	0.13	0.58	0.35
7 ここはどんな人でも受け入れてくれる場である	-0.23	0.16	0.18	0.21	0.42	0.35
削除項目						
8 この場ではさまざまな日常的な助けを求めることができる	0.09	0.24	0.17	0.09	0.27	0.44
16 私には「自分はメンバーである」と思える大切な場が2つ以上ある	0.30	-0.12	0.02	0.14	0.21	0.17
18 ここは飲食やイベントの場というより、人とコミュニケーションする場である	0.33	0.25	0.25	-0.11	0.12	0.55
因子寄与	9.45	9.47	8.28	4.71	2.40	

第4因子は、「普段の役割や肩書きから解放される」あるいは「自分の居場所のように感じられる」という項目を含むことから、「サードプレイス」因子と名付けた。また第5因子は、「目的がなくても気軽に訪れることができる」あるいは「どんな人でも受け入れてくれる」という項目を含むので、誰にでも開かれている場所という意味で「パブリックスペース」因子と名付けた。

24項目のうち、残りの3項目は因子負荷が十分でないことから削除された。第1因子の構成項目には第3因子の負荷が0.40以上の項目が1項目見出されたが、ここでは内容妥当性を優先した結果、当該項目は採用された。

3.2. カフェの「場所の意味づけ」の規定要因—重回帰分析による検討

前項で析出された因子がどのような要因によって規定されているのか検討するために、ケースごとの各因子の因子得点を割り出した上で、それらを従属変数とする重回帰分析を行った。なお、ここでは5つの「場所の意味づけ」因子のすべてに対してではなく、因子寄与の高かった「協働的コワーキングスペース」因子、「開放的コミュニティ」因子、「別世界との接触空間」因子の3因子に対する規定要因を検討することとする。

ここでは、利用者の移動性の高さがカフェの「場所の意味づけ」因子に対してどのような影響を与えているのか見るために、自宅からカフェまでの空間的な距離を近似的に表現する「住所」を独立変数として投入した。また、地域における日常的な移動性の高さを表現する代理指標として地域活動の活発さを示す各指標（地域イベント参加経験度／趣味・スポーツ活動の参加度／ボランティア・NPO活動の参加度／地縁団体の参加度）を独立変数として投入した。さらに、同じく地域における日常的な移動性を示す代理指標として、地域のパーソナル・ネットワーク（規模）も投入した。なお、パーソナル・ネットワークには、情緒的ネットワークと道具的ネットワークがあるが、ここでは実際の地域活動の活発さにより関連していると考えられる道具的ネットワークを採用した。また統制変数として、カフェの利用期間と利用頻度に関する変数を投入した。以上をモデル1とする。

表3 意味づけ「協働的コワーキングスペース」を従属変数とする重回帰分析

	モデル1		モデル2	
	B	β	B	β
(定数)	-1.197		-0.804	
住所	0.164	0.147 *	0.096	0.086
地域イベント参加経験度	1.090	0.317 ***	0.765	0.222 **
趣味・スポーツ活動の参加度	0.076	0.086	0.040	0.045
ボランティア・NPO活動の参加度	0.280	0.325 ***	0.217	0.253 **
地縁団体活動の参加度	-0.089	-0.091	-0.036	-0.037
地域ネットワーク	0.021	0.022	0.015	0.016
カフェ利用期間	-0.164	-0.287 ***	-0.142	-0.247 **
カフェ利用頻度	0.144	0.280 ***	0.088	0.172 *
利用立場				
飲食利用者			-0.355	-0.184 **
スペース利用者			0.126	0.053
イベント参加者			0.267	0.137 *
イベント講師			0.512	0.129 *
イベント主催者			0.447	0.127 *
スタッフ			0.355	0.128
F値	11.610 ***		10.669 ***	
調整済みR ²	0.304		0.411	
n	193		193	

***: $p < 0.001$, **: $p < 0.01$, *: $p < 0.05$

また、モデル2では、モデル1の独立変数群に付加して、利用立場による影響を検討した。飲食利用者、イベント参加者、イベント講師、スタッフなど利用立場によって、カフェに対する「場所の意味づけ」が異なる可能性があるかもしれない。こうした利用立場が各因子にどのような影響を与えているのか検証を行った。

表3は、カフェの意味づけに関する「協働的コワーキングスペース」因子を従属変数とする重回帰分析の結果である。モデル1では、地域イベント参加経験度とボランティア・NPO活動の参加度という地域活動の活発さを示す変数が、大きな影響力を示した。ともに0.1%水準の有意性を示した。つまり、地域イベントに参加した経験が多いほど、またボランティア・NPOの活動に参加する傾向が高いほど、コミュニティカフェを「協働的コワーキ

表 4 意味づけ「開放的コミュニティ」を従属変数とする重回帰分析

	モデル1		モデル2	
	B	β	B	β
(定数)	-0.991		-0.629	
住所	0.133	0.120	0.074	0.067
地域イベント参加経験度	0.856	0.250 **	0.364	0.107
趣味・スポーツ活動の参加度	0.091	0.104	0.045	0.051
ボランティア・NPO活動の参加度	0.216	0.253 **	0.148	0.174 *
地縁団体活動の参加度	-0.082	-0.084	-0.016	-0.016
地域ネットワーク	0.022	0.023	-0.001	-0.001
カフェ利用期間	-0.164	-0.289 ***	-0.143	-0.252 **
カフェ利用頻度	0.140	0.275 ***	0.084	0.165 *
利用立場				
飲食利用者			-0.307	-0.160 *
スペース利用者			0.010	0.004
イベント参加者			0.412	0.213 **
イベント講師			0.352	0.089
イベント主催者			0.352	0.100
スタッフ			0.728	0.264 **
F値		7.296 ***		8.458 ***
調整済みR ²		0.206		0.350
n		193		193

***: $p < 0.001$, **: $p < 0.01$, *: $p < 0.05$

ングスペース」として意味づける傾向が高まるということである。

利用立場に関する変数を投入したモデル2でも、地域イベント参加経験度とボランティア・NPO活動の参加度は1%水準の正の効果を示した。利用立場では、飲食利用者が1%水準の負の効果を示し、イベント参加者、イベント講師、イベント主催者が5%水準の正の効果を示した。飲食利用者は通常のカフェや喫茶店を利用するように、カフェという場所にそれほど深い関わりをもつわけではない。それゆえに、カフェに対するいずれの意味付けも強くもたない傾向にあると解釈される。他方で、スタッフを除いて、何らかのかたちでイベントに関わる利用者が一定程度「協働的コワーキングスペース」の意味付けをカフェに対して行っていることが分かる。

つぎに、「開放的コミュニティ」因子を従属変数とする重回帰分析の結果

表 5 意味づけ「別世界との接触空間」を従属変数とする重回帰分析

	モデル1		モデル2	
	B	β	B	β
(定数)	-1		-0.561	
住所	0.225	0.208 **	0.150	0.138 *
地域イベント参加経験度	0.750	0.224 *	0.318	0.095
趣味・スポーツ活動の参加度	0.043	0.050	-0.014	-0.016
ボランティア・NPO活動の参加度	0.206	0.247 **	0.131	0.157 *
地縁団体活動の参加度	-0.055	-0.058	0.022	0.023
地域ネットワーク	0.07	0.074	0.059	0.062
カフェ利用期間	-0.185	-0.331 ***	-0.150	-0.270 ***
カフェ利用頻度	0.104	0.208 **	0.047	0.094
利用立場				
飲食利用者			-0.511	-0.272 ***
スペース利用者			0.034	0.014
イベント参加者			0.437	0.231 ***
イベント講師			0.429	0.111
イベント主催者			0.560	0.163 *
スタッフ			0.481	0.178 *
F値		6.091 ***		9.871 ***
調整済みR ²		0.174		0.390
n		193		193

***: $p < 0.001$, **: $p < 0.01$, *: $p < 0.05$

が表4である。モデル1をみると、ここでも地域イベント参加経験度とボランティア・NPO活動の参加度という地域活動の活発さを示す変数が、1%水準の正の効果を示した。しかし、利用立場に関する変数を投入したモデル2では、地域イベント参加経験度の効果が消え、ボランティア・NPO活動の参加度活動の参加度も5%水準の効果になった。飲食利用者が負の効果(5%水準)を示しているほかは、イベント参加者とスタッフが1%水準の正の効果を示した。

最後に、「別世界との接触空間」因子を従属変数とする重回帰分析の結果(表5)を見てみよう。ここでも地域イベント参加経験度(5%水準)とボランティア・NPO活動の参加度(1%水準)という地域活動の活発さを示す変数が、正の有意な効果を示した。だが注目されるのは、カフェ所在地からの空間的

距離を示す「住所」変数が1%水準の正の効果を示したことである。つまり、カフェから地理的に遠距離に住んでいる利用者ほど、カフェを「別世界との接触空間」として意味づける傾向が高まるということである。モデル2においても「住所」変数は有意な効果を示している。他方で、利用立場では飲食利用者が負の効果（0.1%水準）、イベント主催者とスタッフが正の効果（5%水準）を示した。さらに、イベント参加者が0.1%水準の強い正の効果を示した。

4. 結果のまとめと考察

以上の分析の結果をまとめておこう。

まず、コミュニティカフェは利用者によって、さまざまな意味づけがなされていることが分かった。それは、「協働的コワーキングスペース」「開放的コミュニティ」「別世界との接触空間」「サードプレイス」「パブリックスペース」の5つにまとめることができた。

従来の研究においては、コミュニティカフェは「コミュニティ機能」という観点から解釈される傾向が強かった。それは、おもに家族、職場、地域などで相対的に相互扶助関係が希薄化していることを埋め合わせる方法として、コミュニティカフェのような地域の交流拠点が注目される趨勢を反映していると見られる（石田 2011）。また、誰に対しても開放されているという意味での「パブリックスペース」的な意味合い、あるいは職場や家庭とは異なる“居場所”的な意味での「サードプレイス」的な意味合いが指摘されることも少なくない。

しかし、「協働的コワーキングスペース」という意味づけが利用者によってなされているという指摘は先行研究ではあまり見られなかった。また、「別世界との接触空間」という意味づけに関しては、先行研究でもこれまでほとんど報告されてこなかった。そこで以下では、「開放的コミュニティ」を含めて、これらの3つの意味づけについて考察を加えたい。

「開放的コミュニティ」という意味づけは、信頼感、安心感、情報交換など、

地域における継続的で比較的親密な関係を示唆している。とくに、コミュニティカフェのスタッフや一部のイベント参加者にその傾向が強く見られた。このことより、カフェを中心としたネットワーク形成の充実している人に多く見られる意味づけであることが推察される。その意味では、メディア等で喧伝されることの多い「コミュニティカフェを拠点としたコミュニティ再生」というステレオタイプなモデルに最も近い「場所の意味づけ」であり「場所イメージ」であると捉えることができよう。

次に「協働的コワーキングスペース」という意味づけであるが、これはカフェの利用立場による影響はそれほど強いものではない。むしろ「地域イベントの参加経験度」や「ボランティア・NPO 活動の参加度」が大きく影響している。したがって、カフェの活動そのものというより、地域内での活動が活発な人ほど、カフェを「コワーキングスペース」的な意味合いで捉える傾向が強いことがわかる。

近年、とりわけ都市の「まちづくり」系のコミュニティカフェに見られる傾向であるが、専業主婦を対象とした趣味起業やビジネス関係の講座・イベントが開催されるケースが増加している。また、コミュニティカフェが、コミュニティ・ビジネスや地域の NPO 活動に関心がある人びとの交流拠点や情報交換拠点になるケースも少なくない。そうした傾向を背景として、近年、都市部のコミュニティカフェでは、多様な関心や趣味をもつ人びと、さまざまな職業の人びとが出会ってビジネスや地域活動の刺激を与え合うという、コワーキングスペース的な意味合いを一部帯びているところが生まれているのだと推察される。

最後に、「別世界との接触空間」という意味づけに関しては、(先述したように) 先行研究でもこれまでほとんど報告されてこなかった。どのような人がこういう意味づけを行っているのかというと、おもにイベント参加者である。さらに重要なことは、カフェから遠方に住んでいる人ほどその傾向が高まる。つまり、遠方から長時間移動して来客するイベント参加者に、こうした意味づけを行う傾向がある。逆に、飲食利用者には、他の意味づけ以上に、こうした「別世界との接触空間」という意味づけはしないという強い傾向が

見られる。これらのデータから推測するに、目的意識をもって遠方からイベント参加している人ほど、カフェ空間を「別世界との接触空間」として捉える傾向にあると考えられる。

この「別世界との接触空間」因子は、「ここはふだん出会えないような多様な人びとに出会える場である」「ここは多様な考え方や価値観に出会うことができる場である」「ここは、アイディア、機会、人脈をシェア（共有）することができる場である」「ここで自己実現のために必要な情報や人脈、スキルを得ることができた」などの項目から析出された。これらより、現状から別の仕事や経験へ飛躍する際の“ステップ”や“手掛かり”をもたらしてくれる「媒介的な空間」を意味していることが分かる。

鈴木（2001）は、人びとが都市生活のなかでおこなう「場所の意味づけ」として、なじみの場やたまり場などの「自分の世界」と、ディズニーランドなどの非日常世界を示す「別の世界」だけでなく、この両者を媒介する「別の世界との対面」が起こる場所があると指摘している。それは、店や公園、交通機関などの他者の認識が可能な場所や、コンビニや書店など常に新しい情報のブラウズが可能な場所などを意味するという（鈴木 2001：66-60）。

ここで、本稿の冒頭に挙げた「問い」に立ち返ろう。本研究は「移動性が高まっている時代になぜ人はパブリックな場所に集まるのか」を明らかにする手掛かりを得ることが目的であった。空間的な移動性が高まるということは、鈴木の言い方に倣うなら自分のなじみのない「別の世界」が増加していくことを意味する。そのような時代にあえて「集まる」ということは、この別世界との接触をもつことによって、外部世界への足がかりを得る機会をもたらす。言い方を換えると次のようになるだろう。移動性が高まるということは、「自分の世界」の外部のそれぞれの世界と密接な関係を築くのが困難となる事態をもたらす。そのなかで、あえて集まるのは、「情報のブラウズ」の空間的な実践を通して、未経験の世界への“足場”を築く境界空間的行為にほかならないのではないだろうか。

文献

- 飯田詠子・初見学（2008）「都市におけるコミュニティ形成の場に関する研究—コミュニティカフェの運営形態を通して」『日本建築学会大会学術講演梗概集 E-1』2008, 331-332.
- 石田光規（2011）『孤立の社会学—無縁社会の処方箋』勁草書房.
- 余錦芳・松本真澄・上野淳（2012）「多摩ニュータウン高齢者支援スペース・福祉亭利用者の地域生活様態とその地域社会における意義—多摩ニュータウンの高齢者支援スペースと利用者の地域生活様態に関する研究（その2）」『日本建築学会計画系論文集』77(679), 2025-2034.
- 倉持香苗（2014）『コミュニティカフェと地域社会』明石書店.
- 鈴木毅（2001）「都市居住における個人の生活行動空間」『JKK ハウジング大学校講義録Ⅱ』小学館スクウェア, 45-62.
- 橘弘志・高橋鷹志（1997）「地域に展開される高齢者の行動環境に関する研究—大規模団地と既成市街地におけるケーススタディー」『日本建築学会計画系論文集』496, 89-95.
- 田所承己（2014）「コミュニティカフェとモビリティ—地域空間における〈つながり〉の変容」長田攻一・田所承己編『〈つながる／つながらない〉の社会学』弘文堂, 80-106.
- 田所承己（2015）「コミュニティカフェにおけるイベント活動に関する研究—運営に関する質問紙調査の分析を通して」『帝京社会学』28, 103-125.
- 田所承己（2016a）「コミュニティカフェとパーソナル・ネットワーク利用者を対象とする質問紙調査データの分析」『帝京社会学』29, 113-143.
- 田所承己（2016b）「都市空間におけるメディア接触行動—コミュニティカフェにおけるチラシ閲覧行動を手掛かりに」『情報処理センター年報』18, 75-88.
- 田中康裕（2008）「コミュニティ・カフェによる暮らしのケア」高橋鷹志・長澤泰・西村伸也編『環境とデザイン』朝倉書店, 95-121.
- 吉見俊哉（1987）『都市のドラマトゥルギー—東京・盛り場の社会史』弘文堂.

Gatherings in Public Places in the Age of Mobility

TADOKORO Yoshiki

Abstract

The study investigates why people gather in public places in the age of mobility. For the purpose we particularly investigate what meanings people give to the public places. Questionnaire surveys were conducted. The participants were community cafés customers ($n = 273$) in Yokohama City. The results indicate the following. (1) Five factors lead customers' meanings of the community cafés: “co-working place” factor, “open community” factor, “contact space with outside worlds” factor, “third place” factor, and “public space” factor. (2) Spatial mobility has significant effects on “contact space with outside worlds” factor. These results suggest that people gather in public places for the contacts with outside worlds which they seldom meet in everyday lives and that they need the opportunity in the age of mobility.

Keywords: gathering, public place, mobility