

論 説

愛媛大学生の街中サードプレイスに関する実態調査

片岡由香 (環境デザイン学科)
尾形愛実 (大学院理工学研究科 生産環境工学専攻)
羽鳥剛史 (環境デザイン学科)

A Survey on the Third Place of Ehime University Students at Downtown Area

Yuka KATAOKA (Environmental Design)
Megumi OGATA (Graduate School of Science and Engineering, Ehime University)
Tsuyoshi HATORI (Environmental Design)

キーワード：サードプレイス、地域愛着、街中
Keywords：third place, place attachment, downtown area

【原稿受付：2017年6月29日 受理・採録決定：2017年7月14日】

要旨

近年、街中の公共空間などにおいて、人々の居場所づくりに関する取組みが各地で取り込まれ、街の賑わい創出において期待されている。このような取組み以外にも、人々の憩いの場となっている居場所は街に存在し、その街の質を支える重要なファクターとなっているはずである。本研究では、この居場所を「サードプレイス」と呼び、愛媛県松山市の街中をフィールドとし、このエリアにおける愛媛大学生の「サードプレイス」について実態調査を実施し、時系列的な変化、地域愛着への影響、近年急速に普及しているSNS利用がもたらすサードプレイスへの影響について分析を行った。

1. はじめに

近年、街路や公園、広場などの公共空間に対して、住民や来街者、就業者等のために居心地の良い空間デザインが施される事例が多く見られるようになった。また、アメリカのプレイスメイキング¹⁾という考え方によって既存の空間をより良質なものにしようとする取組みなど、人々の居場所づくりが、街の賑わい創出において期待されている。しかし、このような街においての人々の居場所は、新しく計画・設計されたものでなくても、既存の空間に多く存在し、その街の質を支えるファクターとなっているはずである。そのような居場所について、Ray Oldenburg (1989) は、著書『サードプレイス』において、家庭や職場でもない第3の拠点として、「広く社会的なコミュニケーションの基盤を提供し、そのコミュニティを謳歌する場」を「サードプレイス」と定義している²⁾。サードプレイスの特徴として、「会話が主な活動方法である」、「時間と場所において訪れるのが容易である」、「あって当たり前のものであっていて、大半は目立たない」、「個性は常連客によって決まり、遊び心に満ちた雰囲気である」、「精神的な心地よさと支えを与える」ことを挙げている。その場所では、知り合いはもちろん、店員や客などその場所でしか会わない人

とも「交流」が行われる。カフェや居酒屋などの飲食店も例外ではない。「サードプレイス」となるような空間には自然と人が集まり、賑わいが生まれる。

地方都市の松山市も例外ではなく、特に街中には多くの店や施設などの人々の交流を生む空間が存在している。特に、松山市は「学生の街」と呼ばれるほど大学が中心市街地に隣接し、街中に学生が溢れており、学生らによる「サードプレイス」の利用は松山市の賑わいにつながると考えられる。

しかし、近年の経済成長に伴い、大学周辺や隣接する中心市街地では、コンビニエンスストアやファーストフード店、大型チェーン店が並び、学生を取り囲む環境はより便利なものへと変化した。林田他 (2003)³⁾は、周辺環境が整っていると街中にサードプレイスは形成されにくいことを指摘した。実際、遠藤他 (2014)⁴⁾の研究によれば、大学周辺に比べ商業施設周辺の「サードプレイス」を訪れる頻度は少ないことが指摘されている。またSNSの普及に伴い、特に若者は外出することなく人との「交流」が可能となった。そのため、「サードプレイス」の利用の減少が懸念される。

そこで本研究は、松山市の愛媛大学の在学生および卒業生を対象に、「サードプレイス」について実

態調査を実施し、サードプレイスの時間的な変化、サードプレイスがもたらす街への影響の可能性（地域愛着）、近年急速に普及しているSNS利用がもたらすサードプレイスへの影響について 明らかにすることを目的とする。

2. 本稿における調査内容

2-1 調査対象

本調査では、愛媛大学工学部環境建設工学科の在學生と卒業生を対象にアンケート調査を実施した。卒業生に対する調査方法としては、愛媛大学土木海洋会会員より、1481名を無作為抽出し、以下で説明する卒業生対象の調査票（以下、「調査票1」）を郵送、または同様の内容のwebアンケートを添付したメールを送信し、回答を依頼した。調査票1の回収方法について、webアンケートに関しては回答時に自動集計を行い、郵送に関しては後日調査票を返信してもらう形式を用いた。調査の配布・回収期間は2016年12月6日から12月26日までである。その結果、330名の有効回答を回収できた。

調査対象者330名の個人属性として、「性別」、「年齢」、「卒業年」の内訳を以下に示す。まず、調査対象者の「性別」については、男性318名（96.4%）、女性12名（3.6%）であった。調査対象者

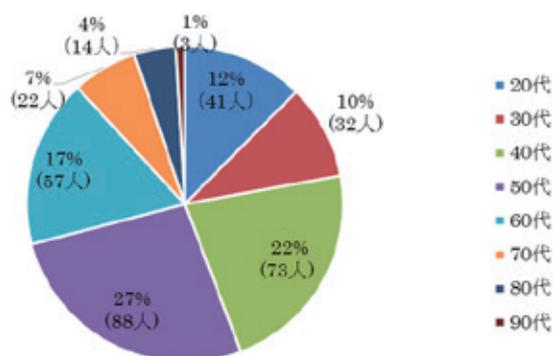


図-1 調査対象者の年齢（卒業生）

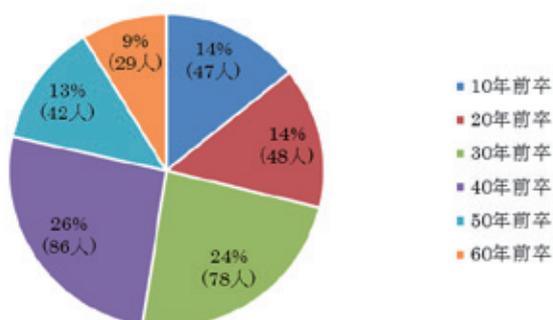


図-2 調査対象者の卒業年度（卒業生）

の「年齢」については、22歳から91歳までの幅広い年齢であり、その平均年齢は51.2歳、標準偏差は15.4歳であった（図-1）。「卒業年度」については、昭和22年卒業から平成28年卒業までと幅が広く、その内訳は図-2の通りである。

また、在學生に対する調査方法としては、講義の時間を利用して、環境建設工学科の授業受講者251名に以下で説明する在學生対象の調査票（以下、「調査票2」）の回答を依頼した。調査票2の回収方法については、調査依頼時にその場で回答してもらい、辞去する際にその場で回収する形式を用いた。調査の配布・回収期間は2016年12月7日から12月9日までである。

調査対象者251名の個人属性として、まず、調査対象者の「性別」については、男性213名（84.7%）、女性38名（15.3%）であった。年齢は18歳から24歳までであり、平均年齢19.8歳、標準偏差は1.2歳であった。「学年」については、学部1回生から学部3回生までであり、学部1回生が115名（45.8%）、学部2回生が4名（29.5%）、学部3回生が61名（24.3%）であった。

2-2 調査項目と結果

本調査での調査項目は大別して「大学時代の『居場所』の有無とその内容」、「大学時代のSNSの利用」、「大学時代の松山に対する地域愛着」、「個人属性」の4項目であり、それらから構成した調査票1、調査票2を配布した。

なお、調査票1と調査票2では時制が異なっており、調査票1では過去形、調査票2では現在形で質問を設定している。以下では、調査票1の時制（過去形）で質問項目を記載する。

また、本調査では回答者の「サードプレイス」の実態より詳しく調査するために、「サードプレイス」を「居場所」と置き換え、調査を行った。また、今回の調査で指定した「松山市の街中」は、愛媛県松山市の中心市街地区域内とした。

(1) 「大学時代の街中の『居場所』の有無」に関する項目

まず、『居場所』の有無について把握するために、“あなたは、学生時代（調査票2では「学生生活の中で」）、松山市の街中に「自分（たち）の居場所」となるような場所（各設問で「店舗」、「娯楽施設」、「公共施設」、「その他の場所」と変更）がありましたか？”という質問項目を設け、「はい」、「いいえ」の2件法で回答を要請し、「はい」と回答した設問のみ『居場所』の内容に関して回答を要請した。

その結果、大学時代に『居場所』として利用した場

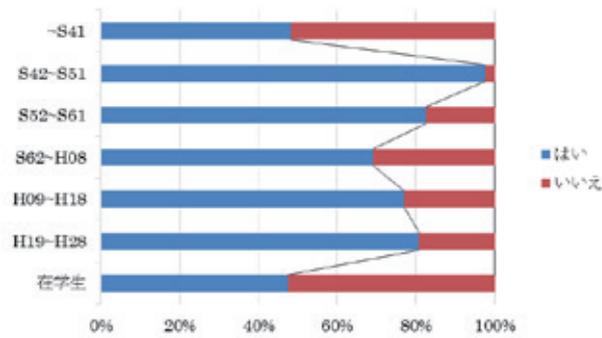


図3 『居場所』の有無の変遷

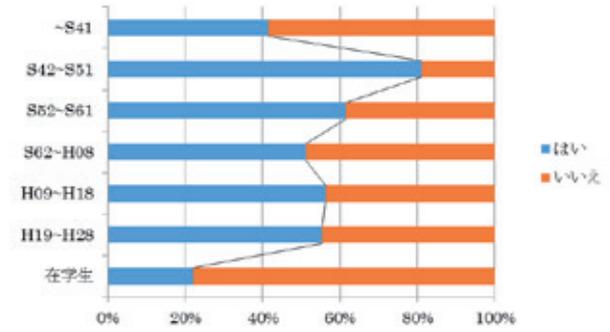


図5 娯楽施設の『居場所』の有無の変遷

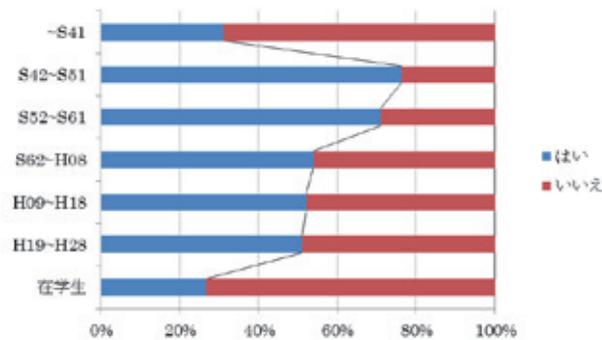


図4 店舗の『居場所』の有無の変遷

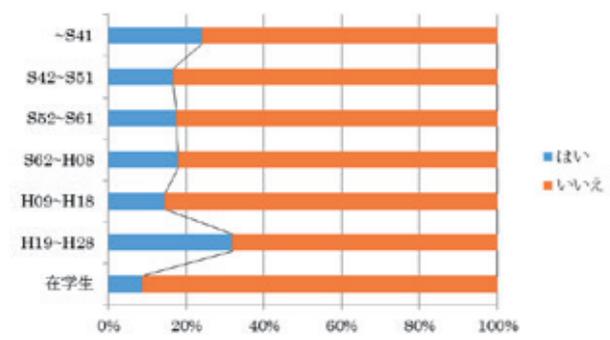


図6 公共施設の『居場所』の有無の変遷

所の有無として、「店舗」、「娯楽施設」、「公共施設」の中で少なくとも1項目以上「はい」と回答した人の割合を示した。なお、本分析では年代を10年ごとに区切り、「昭和41年以前卒業」、「昭和42年から昭和51年卒業」、「昭和52年から昭和61年卒業」、「昭和62年から平成8年卒業」、「平成9年から平成18年卒業」、「平成19年から平成28年卒業」、「在學生」の7グループに分類した。7グループの χ^2 分析を行ったところ、有意差 ($p=0.000$) が見られ、時間を追うごとに『居場所』として利用する場所を持つ人の割合が減少していた。図-3に示す通り、昭和42年から昭和61年の間の卒業生において、居場所を有する学生が最も多い結果となった。

次に、「店舗」、「娯楽施設」、「公共施設」に分類してそれぞれ時系列的な分析を行った。その結果を図-4から図-6に示す。7グループの χ^2 分析を行ったところ、それぞれに有意差（「店舗」 $p=0.000$ 、「娯楽施設」 $p=0.000$ 、「公共施設」 $p=0.001$ ）が見られ、「店舗」、「娯楽施設」、「公共施設」を『居場所』として利用している人の割合が減少していた。

(2) 「大学時代のSNSの利用」に関する項目

大学時代のSNSの利用の有無について把握するために、「あなたは、学生時代（調査票2では「在學生

活の中で）」、SNSやオンラインゲーム等、インターネットを介して他者とコミュニケーションをとっていましたか？」という質問項目を設け、「はい」、「いいえ」の2件法で回答を得た。また、その媒体は、「おおよそどの程度の頻度で利用していましたか？」（「毎日」、「週に2～3回」、「週に1回程度」、「月に2～3回」、「月に1回程度」、「2～3ヶ月に1回程度」、「半年に1回程度」、「年に1回程度」から一つ選択）という質問項目を設け、回答を要請した。

その結果、SNSの利用頻度については、図-7の通りとなり、在學生が最も高く、卒業生は、若い世代ほど利用頻度が高いことが分かる。

(3) 「大学時代のSNSの質」に関する項目

大学時代に利用していたSNSの質を把握するために、「インターネットを介して他者とコミュニケーションをとっているとき、心地よいと思いませんか？」（心地よさ）、「インターネットを介して他者とコミュニケーションをとっているとき、リラックスできましたか？」（リラックス度合い）、「インターネットを介して他者とコミュニケーションをとっているとき、そこに自分の居場所があると思いませんか？」（居場所度合い）という質問項目を設け、「と

でも思う」から「全く思わない」の5件法で回答を要請した。3項目の加算平均から「SNSの質」尺度を構成した。信頼性分析の結果、 $\alpha = .887$ となり、高い信頼性が認められた。この項目についての調査の結果、SNS利用を心地よいとするのは、若い世代になるほど高い傾向にあるが、在学生よりも卒業生の若い世代の方がやや高い結果となった(図-8)。

また、図-9の通り、若い世代ほどSNSが居場所となっている傾向にあることも明らかとなった。

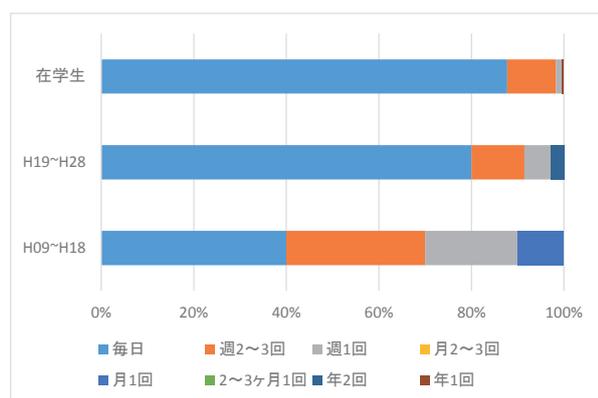


図-7 各年代のSNS利用頻度

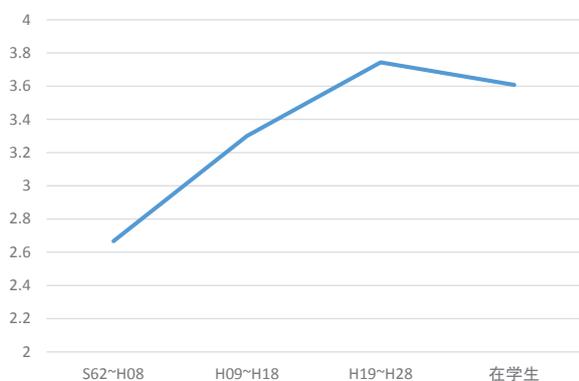


図-8 SNS利用の質(心地よさについて)

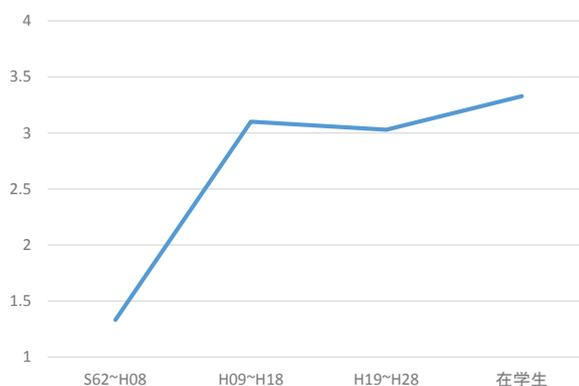


図-9 SNS利用の質(居場所と感ずるか)

(4) 「大学時代の松山に対する地域愛着」に関する項目

「愛着」とは、一般に「慣れ親しんでいる人や物に心引かれ、離れがたく感ずること」(大辞林第二版、1995)と定義されている。鈴木他(2008)⁵⁾において、地域への関わりやその記憶の強さが地域愛着の醸成に影響することが指摘されている。本研究では、鈴木他(2008)で用いられた質問項目を基に、“あなたは、「松山のまち」を歩くのは気持ちいいと思いますか?”、“あなたは、「松山のまち」ではリラックスできますか?”、“あなたは、「松山のまち」の雰囲気や土地柄が気に入っていますか?”、“あなたは、「松山のまち」が好きですか?”、“あなたにとって「松山のまち」は大切だと思いますか?”、“あなたは、「松山のまち」に自分の居場所があると感じますか?”、“あなたは、「松山のまち」に愛着を感じていますか?”、“あなたは「松山のまち」にいつまでも変わって欲しくないものがありますか?”、“あなたは、「松山のまち」になくなってしまうと悲しいものがありますか?”という質問項目を設定し、1つ目の項目から6つ目の項目までは、「とても思う」から「全く思わない」、7つ目の項目については「とても感じている」から「全く感じていない」、8つ目と9つ目の項目については「非常にある」から「全くない」の5件法で回答を要請した。9項目の加算平均から「松山市への地域愛着」尺度を構成した。信頼性分析の結果、 $\alpha = .918$ となり、高い信頼性が認められた。

(5) 個人属性に関する項目

個人属性として、氏名、性別、年齢、学部卒業後の進路(「愛媛大学院進学」、「他大学院進学」、「就職」から一つ選択)【調査票1(卒業生対象)のみ】、学生時代の住まい(「松山市」、「松山市外」を一つ選択した内容を記述)【調査票1(卒業生対象)のみ】、住まいの形態、現在の住まい(「愛媛県内」、「愛媛県外」から一つ選択した内容を記述)【調査票1のみ】、学生時代に所属していたサークルまたは部活動、学生時代に行っていたアルバイト、学生時代に参加していた地域活動について質問項目を設けた。

3. 大学生の居場所と地域愛着・SNSの関係

3-1 「大学時代の『居場所』」と「地域愛着」の関係

「在学生」を対象に、学生生活の中で『居場所』として利用している場所の有無として、「店舗」、「娯楽施設」、「公共施設」の中で少なくとも1項目以上

愛媛大学生の街中サードプレイスに関する実態調査

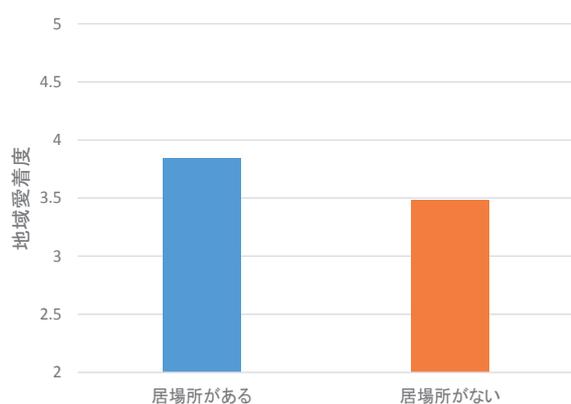


図-10 居場所の有無と地域愛着の関係（在学生） [有意差: $t=3.787$ ($p=.000$)]

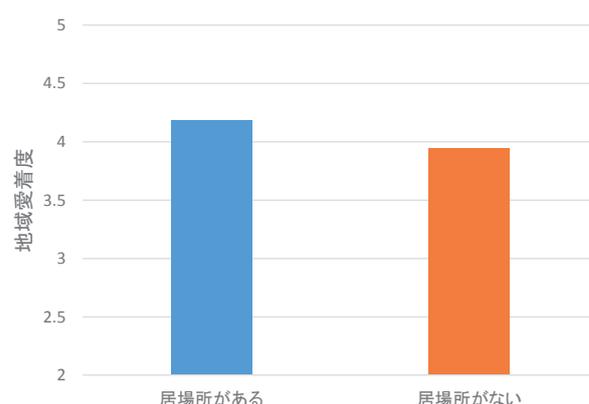


図-12 居場所の有無と地域愛着の関係（卒業生） [有意差: $t=2.891$ ($p=.004$)]

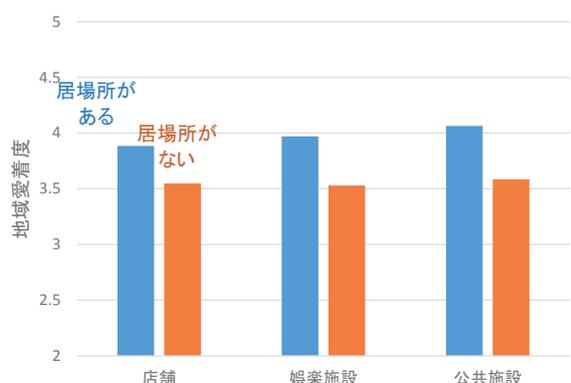


図-11 居場所の種類と地域愛着の関係（在学生） [有意差: 店舗 $t=3.054$ ($p=.003$), 娯楽施設 $t=3.843$ ($p=.000$), 公共施設 $t=2.918$ ($p=.004$)]

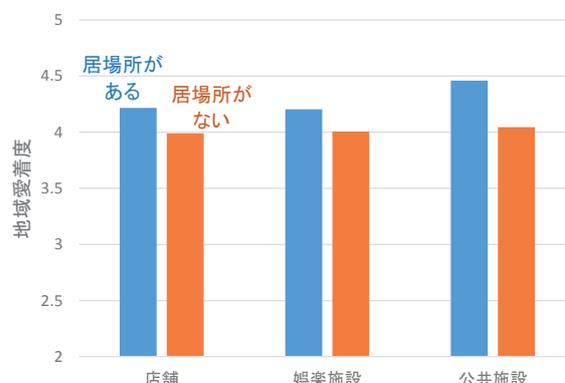


図-13 居場所の有無と地域愛着の関係（卒業生） [有意差: 店舗 $t=3.256$ ($p=.001$), 娯楽施設 $t=2.808$ ($p=.005$), 公共施設 $t=4.883$ ($p=.000$)]

「はい」と回答した人と全て「いいえ」と答えた人の現在の「地域愛着」尺度の平均値についてt検定を行った。その結果、有意差が見られ、『居場所』をもつ人は「地域愛着」が高い傾向にある（図-10）。

また、「店舗」、「娯楽施設」、「公共施設」についても同様にt検定を行った。その結果、全ての項目で有意差が見られ、「店舗」、「娯楽施設」、「公共施設」に『居場所』をもつ人は、いずれも「地域愛着」が高い傾向にある（図-11）。

次に、「卒業生」を対象に、大学時代に『居場所』として利用した場所の有無として、「店舗」、「娯楽施設」、「公共施設」の中で少なくとも1項目以上「はい」と回答した人と全て「いいえ」と答えた人の現在の「地域愛着」尺度の平均値についてt検定を行った。その結果、有意差が見られ、『居場所』をもっていた人は現在の「地域愛着」が高い傾向にある（図-12）。また、「店舗」、「娯楽施設」、「公共施設」についても同様にt検定を行った。その結果、全ての項目で有意差が見られ、「店舗」、「娯楽施設」、「公

共施設」のいずれかに『居場所』をもっていた人は、現在の「地域愛着」が高い傾向にある（図-13）。

3-2 「大学時代の『居場所』」と「大学時代のSNSの利用」の関係

「店舗」、「娯楽施設」、「公共施設」ごとの「SNSを利用している人」と「SNSを利用していない人」の「『居場所』として利用する場所の有無」について χ^2 分析を行った。その結果、「店舗」、「娯楽施設」に有意差（「店舗」 $p=.000$ 、「娯楽施設」 $p=.000$ ）が見られ、SNSを利用することで「店舗」、「娯楽施設」を『居場所』として利用する人は減少する（図-14、15、16）。

また、「SNSを利用する頻度」と「『居場所』として利用する場所の有無」についてt検定を行った。その結果、「店舗」、「娯楽施設」に有意差が見られ、SNSを利用する頻度の高い人ほど「店舗」、「娯楽施設」を『居場所』として利用しない傾向にあることが明らかと成った。

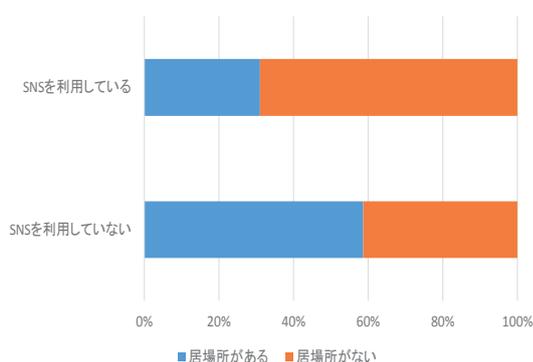
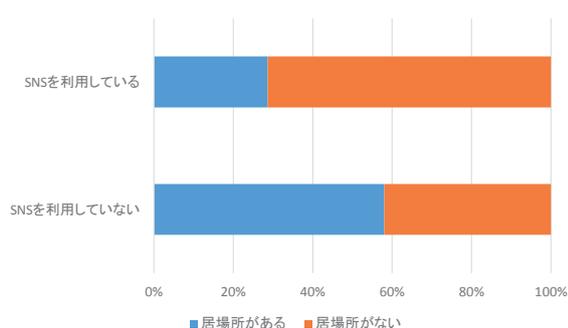
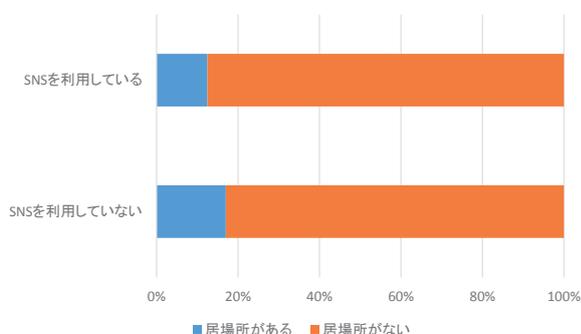
図-14 SNS利用と居場所の有無 (店舗) [有意差: $p=0.000$]図-15 SNS利用と居場所の有無 (娯楽施設) [有意差: $p=0.000$]

図-16 SNS利用と居場所の有無 (公共施設) [有意差: 無]

4. おわりに

本研究では、松山市の街中「サードプレイス」に着目し、愛媛大学生の「サードプレイス」の時系列的な変化、サードプレイスをもたらす地域愛着への影響、近年急速に普及しているSNS利用がもたらすサードプレイスへの影響について調査を行った。

その結果、時間を追うごとに『居場所』として利用する場所を持つ人の割合が減少していた。

また、「サードプレイス」を利用している在大学生と利用していない在大学生の地域愛着の差を分析したところ、利用していない在大学生の方が地域愛着は低くなっ

ていた。同様に、「サードプレイス」を利用していた卒業生と利用していなかった卒業生の現在の地域愛着の差を分析したところ、利用していなかった卒業生の方が現在の地域愛着度は低くなっていた。この結果は、「サードプレイス」として利用している人の減少に伴い、その瞬間の地域愛着や将来の地域愛着が低くなることを示唆している。

また、SNSの利用が多いほど、「サードプレイス」を利用する人が減少していた。この結果から、「サードプレイス」の利用減少の原因の1つとしてSNS普及の影響が示唆された。

謝辞

本研究を遂行するにあたり、多くの愛媛大学在学生・卒業生の皆様に調査にご協力いただきました。ここに感謝の意を表します。

参考文献

- 1) 三友奈々、プレイスメイキングの定義・原則と場の評価項目に関する考察,日本デザイン学会,デザイン学研究,2015.
- 2) Ray Oldenburg: The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community,1989 (忠平美幸 (訳) 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」みすず書房)
- 3) 林田大作,舟橋國男,木多道宏: 職場周囲に構築される「サードプレイス」に関する研究—神田地域・品川地域の比較分析—,都市計画. 別冊, 都市計画論文集,Vol. 38No.3, pp.433-438, 2003.
- 4) 遠藤瞭太,後藤春彦,山村崇: 大学生の学習場所としてのサードプレイスに関する研究,都市計画論文集 Vol.49 No.3, pp.1083-1088, 2014.
- 5) 鈴木春菜,藤井聡: 地域愛着が地域への協力行動に及ぼす影響に関する研究,土木計画学研究・論文集,Vol.25 No.2, pp.357-362,2008.