



コロナ禍での地域の“もがき” —四ッ角マーケットから—

本研究所研究員 藤本 延啓
(環境社会学)

四ッ角マーケットと私

熊本市東区の尾ノ上に位置する鳥井原（とりいばる）公園で、2ヶ月に1回開催される「四ッ角マーケット」というマルシェがある。私がPORCO PANという小さなパン屋さんをめあてに、この四ッ角マーケットを初めて訪れたのは2011年だった。

翌2012年、私のゼミ生のひとりが「マルシェの研究をしたい」と言い始めた。それで、なじみのあった四ッ角マーケットの実行委員に「学生を実行委員会の会議に参加させてもらえますか？」と声をかけたところ、「どうぞ先生も一緒に」ということになったのが2012年の秋頃である。

つまり私は、11年前から四ッ角マーケットに通うようになり、10年前から実行委員のひとりとなったわけだが、さらに9年前からは（「こたつとみかん」というワークショップブースとして）出店もするようになったので、これまで「来場者」「運営者」「出店者」の3つの立場で四ッ角マーケットに参加してきた、ということになる。

「地域」「交流」「手づくり」

「マルシェ」と呼ばれるイベントは日本中に数多く、それぞれに個性的であるが、その中で四ッ角マーケットの特徴を述べるなら、熊本日日新聞の記事（2013年2月17日）でも「住民“手づくり”地域交流の場」と表現されていたように、「地域」「交流」「手づくり」といったあたりがキーワードになるだろう。

会場となっている鳥井原公園は、住宅街の中のこぢんまりとした街区公園である。全体に芝生が張られ、ブランコ・すべり台・砂場といった遊具にトイレやベンチなどを備えた、いわばありふれた街中の公園であるが、それゆえに、来場者は近所に散歩に行くような気軽な気持ちで四ッ角マーケットへ足を向ける。出店者とのおしゃべりも含めてショッピングを楽しみ、芝生に敷物でも広げて、ステージの生演奏に耳を傾けたり、買い求めた料理やドリンクを味わったりしながらのんびり過ごすのが、四ッ角マーケットのスタイルである。

「手づくり」が意味するところは、おおざっぱに言えば2つある。ひとつは「手づくりのもの」であり、もうひとつは「手づくりの運営」である。まず、四ッ角マーケットの出店者は、有機栽培の農家であったり、手仕事の小物作家であったり、こだわりのパン屋さんであったりする。つまりは「手づくりのもの」が楽しめるマルシェなのだ。また、運営を担う実行委員会は、主に地域住民や地域企業（地元の設計事務所、福祉施設）の職員で構成されている。委員それぞれに地域に根付いた思いを持ち、それぞれのアイデアや経験をつきあわせながら、「手づくり」で運営を進めている。

そもそも、四ッ角マーケットが開かれるようになったきっかけは、「鳥井原公園のとなりにある設計事務所の2階のカフェで、なんとなくそこに集まるようになった地元の人たちの茶飲み話から」とのことであり、これも「地域」「交流」「手づくり」を感じさせるエピソードであろう。

「四ッ角のおもい」から

四ッ角マーケットには、その運営コンセプトを記した「四ッ角のおもい—こちいい 豊かなつながりとまちづくり—」という

テキストがある。そこには次のような一節がある。

私たちは、四ッ角マーケットを通して、人と人のつながりを大切に、地域のまちづくりをみなさまと一緒に進めていきたいと思っています。物売りが目的ではありません。

「マルシェで“物売りが目的ではない”とは、なんと尊いお話であることよ」と、これを初めて目にしたときは皮肉を言いたい気持ちになったものだが、四ッ角マーケットとのかわりを深めていくうち、そう吐き捨てるのは早計であったことに気づかされた。例えば、「物売りが目的ではない」をことさら空論として受け止めそうな立場の) 出店者たちと話をしていると、「四ッ角は出会いが多くて楽しい」「この場で儲けるつもりでは出店していない」というような言葉を耳にすることがある。なぜ四ッ角マーケットに出店するのか、それは、四ッ角マーケットを介した「人と人のつながり」が、シンプルに出店者個人に精神的な楽しみを与えることに加えて、商品の固定購入者・リピーターを獲得できる機会であったり、時には他の出店者からコラボレーションを持ちかけられたり、別の出店先を紹介してもらえたりする機会になり得るからだ。つまりは、精神面のみならず実利面でも、「人と人のつながり」が好循環を生んでいるのであり、まさに「物売りは(その場での)目的ではない」のだった。

コロナ禍に対する“もがき”

先の「四ッ角のおもい」において、

参加者も、主催者もみんなが四ッ角マーケットの一部で、空間づくりを楽しみながら、ここから広がる人のつながりの場をつくっていこう。

とも述べられているように、四ッ角マーケットは、「つながり」を重視する「運営者」「出店者」「来場者」の3つの主体が関わり合いながら、主体内・主体間のコミュニケーションを生み出す結節点として、尾ノ上地域に存在している。四ッ角マーケットを介してネットワークが広がり、強くなり、また信頼が深まっていく。言い換えれば、四ッ角マーケットは地域が主導して社会関係資本を醸成する装置であるのだ。

コロナ禍は四ッ角マーケットにも大きな影響を及ぼした。2020年4月以降、2ヶ月に1回の開催機会のうち8割を中止とした。開催にこぎつけた回も、出店をごく少数に限定したり、部分的にオンライン化したりなど、実行委員の間で議論を繰り返し、出店者や地元自治会とも相談を重ねながら、手探りの運営を続けている。

パットナムによれば、社会関係資本は「市民が集合的課題を解決することを容易にする」という。四ッ角マーケットが「地域が主導して社会関係資本を醸成する装置」であるならば、四ッ角マーケットにかかわる人びとが悩みながら繰り返す継続への模索は、コロナ禍においても(集合的課題解決につながる)地域主体的な営みを手放すまいとする“もがき”であるとも解釈できる。コロナ禍による様々な社会的課題、殊にコミュニケーション機会の減少が大きな問題をもたらす懸念があることを鑑みれば、四ッ角マーケットにかかわる人びとが(「コロナだから」と思考停止に陥るのではなく、また全体主義にも囚われず)あくまで「つながり」を求めて“もがく”姿には、生活者としての私たちがコロナ禍に相對していく1つのあり方が示されているように思う。

