

ミツケル誕生

過去・現在・ミライ

第1章 研究の背景・目的

はじめに
本研究は、見附駅周辺整備事業における見附駅駐輪場交流拠点「MITSUKERU（ミツケル）」の変遷を誕生前（過去）および現在という時間軸で観察、また現在の利用状況を物理的（利用箇所分布など）に観察することで、MITSUKERU のミライを考察するものである。

研究背景
見附市では見附駅周辺整備事業として、2018 年から市民の声を集める「**見附駅周辺つかう会議**」において、社会実験が行われてきた。**MITSUKERU** はその結果を元に 2023 年 5 月 29 日から運営されている駅周辺活性化のための交流施設である。

研究目的
自らが見附市民でもない、運営に大きく関わることもない、訪問者と関係も持たない、第三者の目線で定期的に MITSUKERU に訪れ現地の状況を観察する。利用箇所分布図を NPO 法人 do みつけに提供し今後の運営に役立てていただけることが最終目的である。

第2章 サードプレイスの理論と実践

サードプレイスとは 1890 年台にオルデンバーグの著書『The Great Good Place』で提唱された概念である。ファーストプレイスはその人が自宅で生活を営む場所、セカンドプレイスは職場、コミュニティの基盤としておそらくその人が最も長く時間を過ごす場所、サードプレイスはより創造的な交流が生まれる場所である。また、サードプレイスは、ストレスや孤独や疎外感に効く「庶民の治療薬」とも考えられている。

サードプレイスの特徴	伝統的サードプレイス	演出された商業的サードプレイス	バーチャルサードプレイス	テーマ型サードプレイス
中立の領域	強い	強い	強い	強い
人を平等にする	強い	強い	強い	強い
会話が主な活動	強い	弱い	強い	強い
利用しやすさと便宜	強い	中程度	強い	強い
常連	強い	弱い	中程度	中程度
目立たない存在	強い	弱い	中程度	中程度
遊び心がある	強い	強い	強い	強い
もう一つの我が家	強い	強い	強い	強い
場所（ローカル）性	強い	中程度	弱い	中程度
空間（コスモポリタン）性	中程度	強い	強い	強い
常設性	強い	強い	中程度	中程度
事業性	中程度	強い	中程度	中程度
固有の特徴	場所性が強い結束型	個人の憩い、癒し 社会関係資本弱い 事業性強い	アクセス容易 階層、上下関係 ない 場所性弱い 橋渡し型	空間性が強い 橋渡し型

現在はオルデンバーグのサードプレイス概念が発表されてから 30 年以上経ち、サードプレイスの概念も拡張されてきている。

・**伝統的サードプレイス**
オルデンバーグのサードプレイス概念の 8 つの特徴を満たし、常設性が前提で場所性が強い。小規模な自営業が多く、事業性は弱い。

・**演出された商業的サードプレイス**
8 つの特徴のうち「社会関係資本」と「場所性」に当てはまりにくい。

・**バーチャルサードプレイス**
・**テーマ型サードプレイス**
8 つの特徴は大抵当てはまるものの、場所性よりも空間性が強く、社会関係資本としては橋渡し型に該当する。そのため「目立たない存在」「常連」という特徴はやや弱くなる。また、常設性、事業性は対象ごとの差が大きいと考えられており、確立されているとは限らない。

第3章 ミツケル誕生 前夜

新潟県見附市は、新潟県の中央に位置している総人口 38,096 人（2024 年 12 月 1 日現在）の地方都市である。見附市は、誰もが暮らし満足ナンバー 1 を目指しまちづくりを進めている。

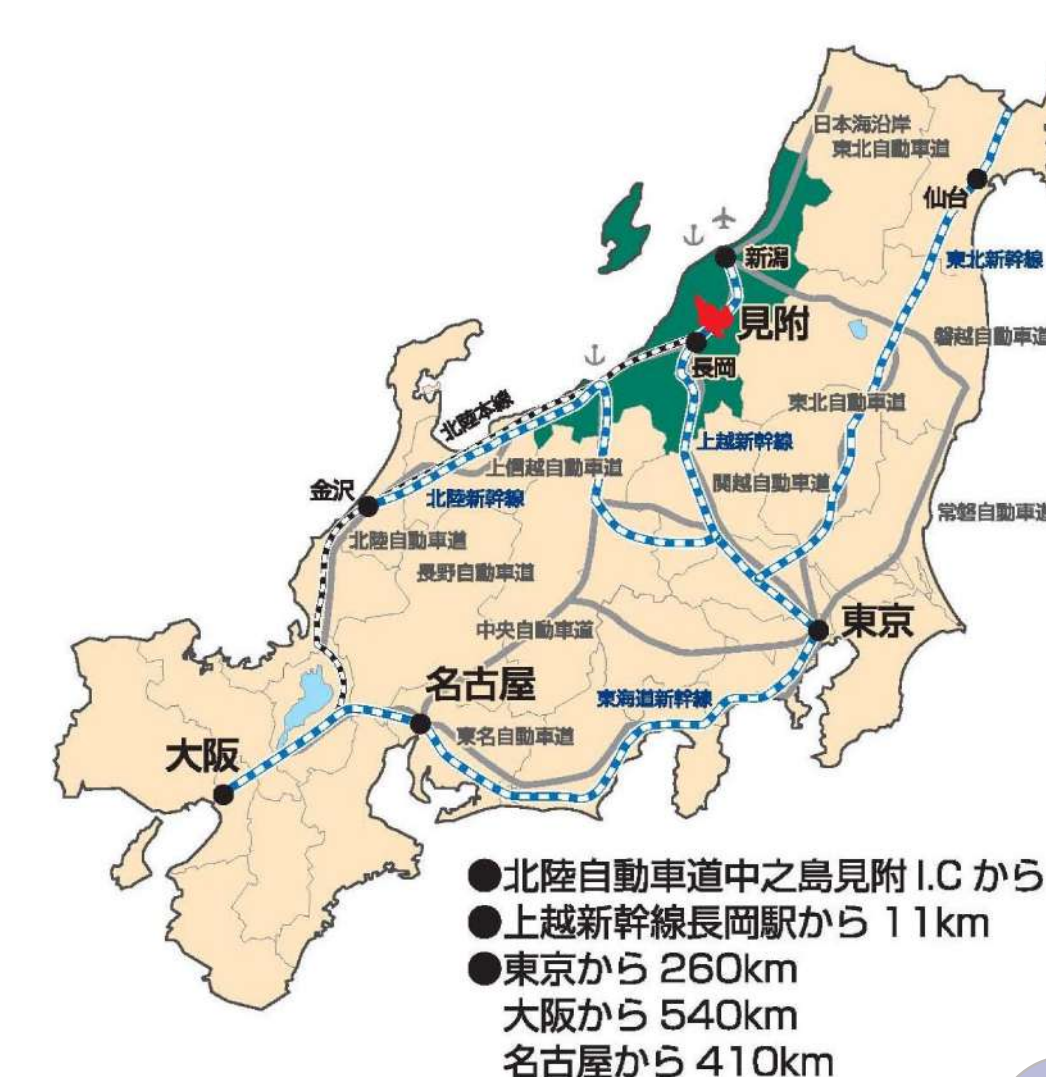
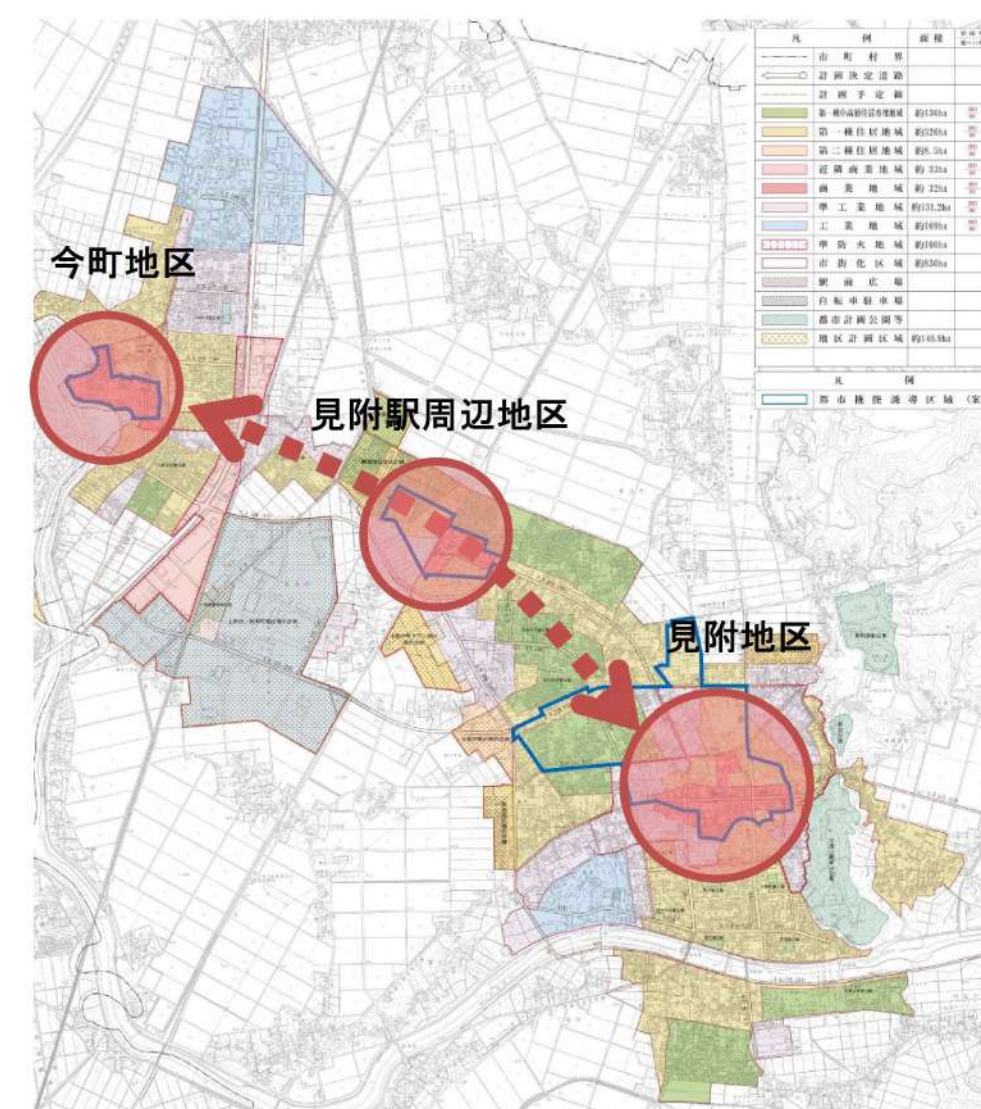
また、見附市の特徴として以下の項目が言える

- ・人口約 3.8 万人、面積約 77 km²の新潟県で最も小さな市である。
- ・服飾業界で有名なニット製品を作っている企業が多い。
- ・鉄道が主要地区に通っていない。
- ・ものづくりに関連に関連する企業が多く存在する。
- ・見附駅周辺の特徴としては以下の項目が言える。
- ・見附高校がある。

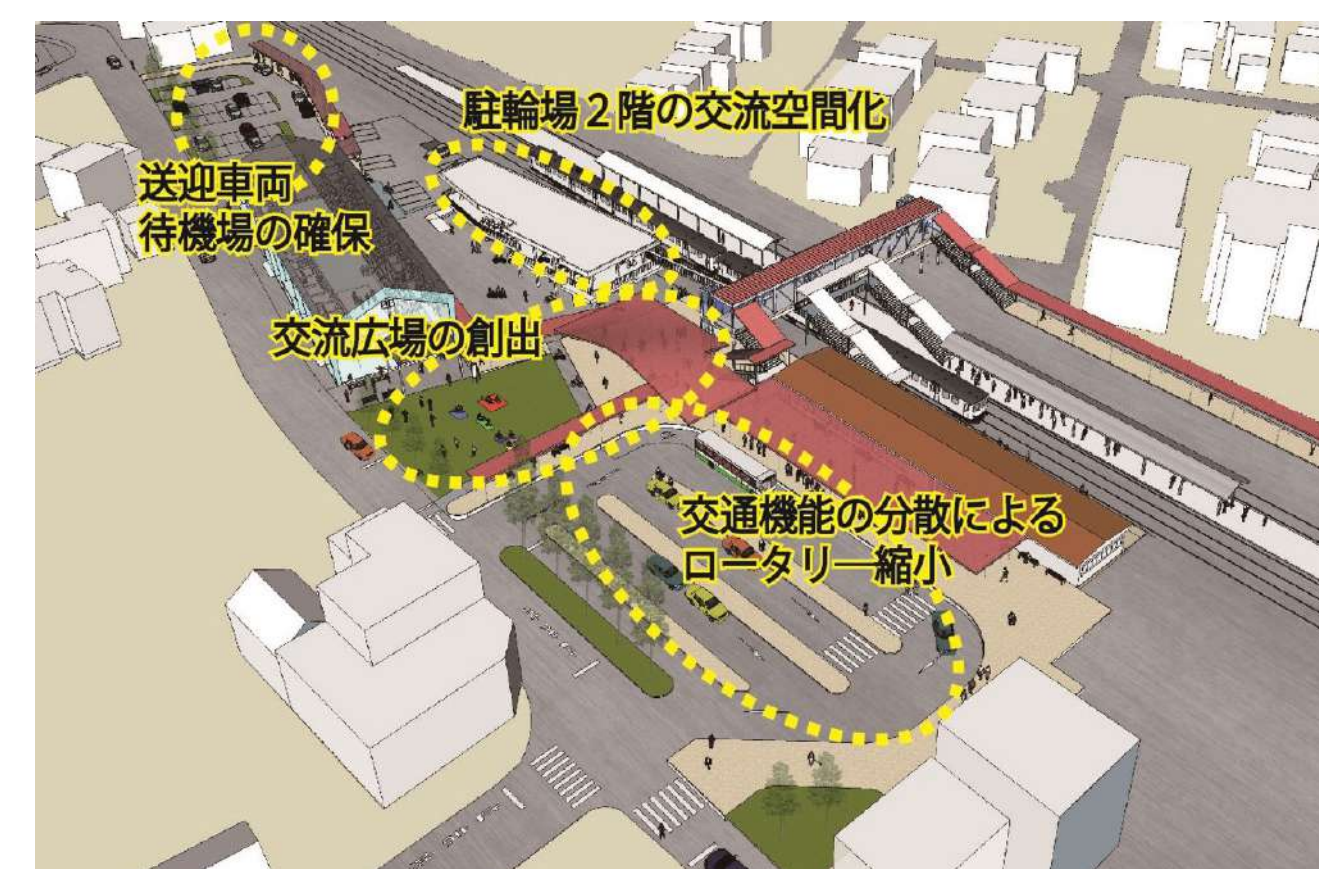
- ・コミュニティバスが走っており、回遊性が高い。
- ・昔から建物や景色の変化がない。
- ・遊び場・溜まり場がない

以上のことから見附市内の回遊性は高いが、**高校生の溜まり場がなく**放課後すぐに長岡へ向かってしまう学生が多くいた。

歴史的に見ると、見附市は二つの町が合併してできた経緯から、「見附地区」と「今町地区」の二つの既成市街地があり、見附駅はちょうどその中間に位置している。駅周辺は旧市街地に比べ都市機能が発達しておらず、商業施設などはほとんどない状態になっている。



「**みつけ駅前カフェ**」「**みつけつかう会議**」
みつけ駅周辺での今後の駅前広場や駐輪場などの再整備を予定から再整備後の駅周辺が多くの市民に使われる、居心地の良い空間とするにはどうしたら良いかを考えるため、まずは見附市民が意見を話し合う会議である。



「**見附駅周辺ミライ実験 みつけるプロジェクト**」
3 ヶ月間の短くも濃密な会議を経て社会実験を実装することとなった。
【成果】
① 駐輪場二階という、隠れたサードプレイスを発見できた
② 「ニット」や「健幸」と連携した情報発信実験ができた
③ 飲食などの集客ポテンシャルが客員できた
④ 社会実験を行う過程で、整備事業への理解が促進された
⑤ 「つかう会議」に参加したい人がどんどん増えている