

平成27年度 地域づくり海外調査研究事業調査報告書
フランスのマルシェから市（いち）のある暮らしを考える

調査地：フランスパリ市・アントニー市

調査日：平成27年6月27日から7月5日

平成28年3月

一般財団法人 地域活性化センター

総務企画部 クリエイティブ事業室

前神 有里

目 次

<u>1. はじめに</u>	P. 1
<u>2. フランスのマルシェ（市）にて</u>	P. 1
(1) アントニーの朝市	P. 1
(2) アリーグル市場	P. 5
<u>3. マルシェ考察</u>	P. 7
<u>4. 双海の軽トラ市の可能性</u>	P. 8
<u>5. まとめ</u>	P. 9
<u>6. おわりに</u>	P. 10

1. はじめに

地域の食には、長い歴史の中の知恵や文化が引き継がれ、今も昔も食のあるところには人が集まり、食には人や地域を元気にする力がある。

近年、店舗がなくなった地域で軽トラ市やマルシェを開催し、地域のにぎわいづくりをしながら暮らしを支える取組が盛んである。道の駅や産直市で売られている地域色のある弁当・惣菜は人気の品で、地域産品販売や地域の食を提供するレストランが賑わいをみせている。ネットスーパーや買い物代行業などもあるが、人と人の交流という品物調達以外の楽しみがあるのが市（いち）の魅力だ。これらの取組を長く続けるためには、飽きさせない魅力あるしかけが必要である。

フランスでは、どの町にも日常的にマルシェが立ち、生鮮食料品や加工品を求める人で賑わっている。昔ながらの定食屋が減り、シアトル系コーヒーショップやファストフードの店が流行っているにもかかわらず、マルシェの数は増えており朝市だけでなく午後市も立つようになっている。マルシェは、地域の食材と人をつなぎ、地元の人々の胃袋を支えるだけでなく、遠くへ買い物に行けない高齢者の生活を支え、地域外から人を呼ぶ観光資源にもなっている歴史のあるフランスのマルシェから、人を引き付ける魅せ方や視覚に訴えるディスプレイや素材の説明の仕方、そこで繰り広げられるコミュニケーション、会話の楽しみ方などを体験したいと思い一路パリへ飛び立った。

2. フランスのマルシェ（市）にて

1) アントニーの朝市



アントニーは、パリ南部にある人口 6,200 人ほどの郊外の町である。パリ市内と郊外を結ぶ R E R という急行地下鉄で、パリ北駅から 20 分程で行くことができる。ここには大きな朝市があり、近くに住む人だけでなく近郊の町からわざわざやって来る人、ツアーで訪れる観光客までいて大変にぎわっている。駅からの道沿いには魅力的な店が立ち並んでいるが、目指すのはその先にある屋内型の大型マル

シェだ。日・火・木曜日の週 3 日、朝 8 時半から 12 時半までの 4 時間開いている市である。火曜日なのにけっこうなにぎわいで、着いただけでわくわくするような活気があった。

2000 年頃からパリ市内の朝市の数は増えはじめ、新装・改装も進み、このアントニーのマルシェもテント張りから巨大な木造屋根付きの屋内型に建て替えられたそうである。

旬の生鮮食料品を中心に店が立ち並ぶ屋内に入ると、その色彩や独特のディスプレイに目を奪われる。袋詰めやパック詰めではなく、魚はリアルなオブジェのように並べられ、肉は塊でダイナミックに置かれているうえに、日本ではあまりなじみのないウサギがその

ままの姿でおおらかに並んでいるのも衝撃的である。野菜もうず高く豊富に積み上げられ、色のコントラストがはっきりしていてとにかく美しい。見ていて楽しくなる食材たちだ。



地元客に混ざりながら、もの珍しそうに見ながら歩いていると、どんどん声をかけられた。ちょうど牛の頭を解体しようとしていた肉屋の店主が、「日本人?」「フランス語と英語、どっちがいい?」と私たちにフランス語で話しかけてきた。通訳もなしに自力でやってきた私たちは、すかさず「日本人です。英語をお願いします。」と英語で返すと、そこからさっと英語に切り替えてくれてさらに話しかけてきた。フランス人が英語を話してくれないというのは、もう古いようだ。マルシェに来る外国人観光客も増えているので、積極的に英語で話しかけてくる。しゃべっている間に牛の頭は余すところなく切り分けられていき、見事に脳味噌が取り出された。「日本人はここ食べないよね。フランス人と中国人は大好きだから、よく中国人も買いに来るよ。丁寧に下処理して、レモン汁や香味野菜を入れて1日煮込んでから調理するといいよ。」と、店主は牛刀を動かしながら、部位ごとにどうやって食べるとおいしいかを私たちに説明してくれ、鼻を切り落としながら「ここ、おいしいよ。」と言って、鼻肉のマリネを試食させてくれた。初めて口にしたが、コリッとした食感で予想外のおいしさだった。これも、一晩かけて丁寧に下処理して調理するらしい。



このあとも、店主は舌や頬を切り出しながら部位ごとに調理法を説明してくれた。精肉で売れるものは売り、残ったものは調理して惣菜にして売っているところは日本と同じかもしれないが、どの部位もおいしく食べられるということを、ここまで楽しそうに情熱的に話してくれる肉屋さんに会ったのは初めてである。

店主の食への関心は肉だけにとどまらず、私たちにどんなものを食べるのかとか、自分が食べたことのある日本食について話しはじめ、話が魚の調理法になると、そばで切り盛りしていた妻も加わり、日本旅行をしたときに食べた寿司のことや料理人の魚さばきの見事さに感動したこと、フランスの日本食事情など日仏食談議が繰り広げられた。

肉屋を後にして、マルシェを巡っていると、甘くいい匂いがしてきた。クレープ屋さんだ。マダムたちが店の人たちと楽しそうに会話しながら、注文の品が焼けるのを待っている。持ち帰ることもできるが、ほとんどの人はその場で焼きたてを頬張っている。2人の若いお兄さんが働いていて、私たちにもフランス語なまりの英語で話しかけてきた。3人でた



った1枚のクレープを注文しても、嫌な顔一つせずニコニコとどのようにして食べるか細かく注文をきいて焼いてくれる。少しすると、1人は隣の乾物屋さんであることが分かった。乾物屋さんは主にオリーブ製品を扱っていて、ほかにも塩や様々な調味料が置いてあった。注文の品が順番に焼きあがるまで、乾物屋のお兄さんが、種類ごとに商品の説明や食べ方を説明してくれ、食材についていろいろ話しながら待つ時間は楽しくてあっという間だった。

他にも、チーズ、キノコ、チョコレートなどの専門店や伝統菓子屋、惣菜屋、衣料品、キッチン用品、布地、装飾品など様々なものが売られていて、売る方も買う方もよくしゃべるし、どちらも真剣だ。特に食料品のお店はにぎやかである。



駅から屋内型マルシェにたどり着く途中の店舗で、あまりにおいしそうなお菓子の吸い寄せられ中に入ると、ガラスケースの中には何種類もの色とりどりのきれいなお菓子が並んでいた。エクレアを1本買い、店の外に出て3人で分け合って食べていると、年配のマダムが話しかけてきた。「まあ！3人で1本食べてるの！せっかくなんだから、1本ずつお食べなさいよ。本当にこのエクレアとってもおいしいでしょう。」というようなことをきくと話していたのだと思う。フランス語だったので、単語しか聞き取れなかったので・・・。

マダムは、私たちが食べている間ずっとしゃべり続け、食べ終わると「オルボワール」とニコニコ手を振って歩いて行った。



2) アリーグル市場

パリ12区アリーグル広場にあるアリーグル市場は、比較的大きな市場でパリの庶民の台所である。この辺りは、古くから栄えてきた地域で、船や列車で食物やワインが輸送されていたことから、フランス革命前からあったという歴史ある市場だ。地下鉄ルドリュ・ロラン駅から徒歩すぐの場所で交通の便も良かったため観光客も行きやすく、パリの日常体験スポットとしても人気があり、私たち以外にも日本人観光客の母娘が散策していた。

ここには、屋内型店舗と屋外のテント型店舗があり、ブロカントという蚤の市も併設されているのが特徴である。生鮮食料品の店がほとんどで、中でも八百屋が多いのが特徴で、Bio 専門の店もある。Bio の店は人気があり、目印はフランス政府が認定する 有機農産物認定「AB」ラベル。ほとんどのマルシェは週2～3日午前中のみ営業が多いが、ここは月曜を除く毎日営業していて、昼の休憩を挟んで夕方まで開いている（日曜日は14時までの通し営業）。



屋内型店舗マルシェ・ボーヴォー(Marché Beauvau)は、18 世紀に建てられパリで最も古い屋内市場と言われている。野菜、肉、魚、チーズなどの定番商品だけでなく、フランス国内の各地方や外国の食材を扱っている店が多いのが特徴だ。



商品の魅せ方はやはり美しく楽しい。店の人は積極的に声かけてきて、フランス語しか話さない店主が、私が日本人であるとわかると「アリガトー」「フクシマ」「トーキョー」と知っている限りの日本語で話しかけてきた。サービス精神旺盛で、みんな熱心に試食を勧めてくる。野菜や果物が8割を占め、どの店にも同じような季節の青果が並んでいるので、店によって値段もまちまち、呼び込みも一生懸命で、品物を見比べ値段交渉しながら歩くのも楽しい。このとき、フランスは連日 38 度超という何十年ぶりかの熱波襲来で、とにかく暑くのが渴くので、小さめのスイカを買い、お店の人に頼んで切ってもらいその場でかぶりついて熱中症対策の水分補給をした。



アリーグル市場は、広場の半分は屋外マルシェ、残り半分は蚤の市なので、食料品のほか日用品から衣料品、靴屋までごちゃまぜに色んな店が立っていて、蚤の市のエリアのほとんどの面積を占めているのは、古道具市、古本市のテントである。所狭しと並べられた商品は、半分ガラクタ市のようにでもあるが、骨董市や日用品・衣類・職員などの並ぶ京都の東寺の弘法市にも似た雰囲気だ。

パリ市内を歩くと、いたるところにマルシェがあり、人々の生活を支えている。身近にマルシェがあることと、1個から買うことができ量り売りもしているので、大型スーパーのように大量に買い込むのではなく、必要なものを必要なだけ購入する人が多い。また、交通の便のいい駅の近くや集合住宅の裏手の路地にあるので、高齢者の買い物にも便利だ。



3. マルシェ（市）考察

便利なスーパーマーケットもあるのに、マルシェ（市）という文化があるのは、市（いち）には人が集まり、モノを買う以外に人と人とのコミュニケーションがあり、その「場」を求めて集まって来るということが大きいのではないだろうか。生活必需品だけ並べて売るだけではなく、蚤の市のような一見ガラクタのようなものがあるのも、その「場」をつくり出す大きな要素である。

アリーグル市場は、フランス革命前から国境を超えて人と物が集まる場所で、そこでは人種を超えて助け合い、刺激しあい、楽しみを分かち合うというフランス流の生活があると言われている。様々なルーツの移民たちや、そして数多くのアーティストも、ここに集まり、交流し、また世界へと旅立つ。ルーツを超えて、助け合い暮らしを共にし、人生を楽しむ。そういったストーリーがあるからこそ、いまでも人々の生活になくてはならない場所なのかもしれない。人の集まるところには会話やコミュニケーションがあり、滞在時間が長くなると店ができ娯楽が生まれ、また人が集まってくるという循環がまさにマーケット（マルシェ・市）である。フランスでマルシェが見直されているのは、家に居ながら世界中のものが手に入るようになった今の時代にも、人は暮らしの中に便利さだけではなく人と人との直接感じることをできるかかわりやふれ合いを求め、そのつながりの中から活気が生まれ地域が元気になっていることの表れではないだろうか。

日本でも、観光客と地元の人がふれ合える市（いち）は各地にある。京都の錦市場をはじめ高知の日曜市や輪島の朝市、勝浦の朝市などが各地にあり、観光客や地域外の人に対する魅力発信として見直されてきている。

また、地域の生産者農家が集まり自分たちのつくった農産物を持ち寄り直接販売する市場であるファーマーズマーケットや、普段は店舗のない場所に様々な商品を載せた軽トラ

ックが集まりにわか商店街のように販売する「軽トラ市」などが、各地でにぎわいを見せ始め、生産者と消費者をつなぐだけでなく、地域を元氣する取組として注目されている。近くに買い物できる商店が無くなり困っている人への対策として、移動販売やインターネット販売などもあるが、自分で目の前の商品を選び店の人と会話しながら買うことができ、イベント的な要素もあるのでワクワク感もあるところが地域の人の心をつかんでいる。

中心市街地や過疎・高齢化の進む地域では、食料品・日用品を扱う商店の閉店により、高齢者を中心に車を運転できない人は普段の買い物をするのにたちまち困るようになり、子どもたちもお小遣いを持って子どもたちだけで買い物をする機会がないため、支払いやお釣りを通して学ぶ金銭感覚に不安を持つ親もいる。このような課題の解決と、地域を活性化させる可能性が、市（いち）にはあると改めて思った。

4. 双海の軽トラ市の可能性

市（いち）というと、新鮮さや安さを求めて人が集まってくるイメージがあるが、私の地元愛媛県では、まちのにぎわいづくりと地域の困りごとに解決につながった軽トラ市がある。その軽トラ市は、2013年1月20日に伊予市双海町下灘地域で始まった。下灘地域でも、商店街のお店がたたまれていき、買い物に困るだけでなく、日常的に住民が集まり顔を合わす場がなくなってしまっていたところに、「軽トラ市」という移動商店街のような取組で盛り上がっている宮崎県川南町の「トロントロン軽トラ市」という日本一の軽トラ市があるということを、住民による勉強会で学んだ。軽トラ市は、店舗がなくても軽トラックに売り手が商品を載せてやってきて、普段何もないところに店ができ、時間が来ると軽トラ



ックが帰っていき、そこいつもどおり何もない場所になるという仕組みだ。

「うちの地域でもやりたい！でも、いつ、どこで、誰がやる？」というところに、私がや

りましょうと一人の地域おこし協力隊が手をあげ、その2か月後には「しずむ夕日が立ちどまる町のしもなだ軽トラ市」が立ち上がった。

毎月1回、最終土曜日に、同じ場所で同じ時間に開催されることで、開催日を覚えやすくしていること、地域で長く続けられるように補助金等使わず、出店料以外はゼロ予算で運営しているのが特徴だ。市は、敷地の使用許可を出すことで支援している。出店料も半額は、ここだけで使える地域通貨「軽トラ通貨」で出展者へ返され、互いの店で買い物をし合い、自然と互いに知り合う仕組みになっている。

開店前から地元のおばあさんたちが集まりにぎわっているのは、市内中心部の商店街から来ている履物屋さんだ。履物だけは、誰かに買ってきてもらうのではなく自分の足を入れてあれこれ試したいもの。なにより、待っている間のおしゃべりが楽しみなのである。これまでは、近くの商店へ行けば誰かと会って話すこともあったが、店が無くなってからは地域の人が集まり交流する場もなくなっていた。この軽トラ市で、近くに住んでいるものの顔を合わせて話すのは何年振りかという人たちもいる。子どもたちも、友達同士でお小遣いを握って楽しそうに買い物するだけでなく、いつかみんなでディズニーランドへ行きたいと出店するツワモノまでいる。最初の頃は、地域外からの出店が多かったが、3年を経過した今では、地元の人が出店が増えている。そして、この軽トラ市の噂を聞いて近隣市町だけでなく県内外各地からいろんな人がやってくるようになり、ここに来れば誰かに会える楽しみがある場になっているだけでなく、月に1度のチャレンジショップ的な場にもなっている。

月に1度だけでも人が集う場は、確実にまちににぎわいをつくり、人に新たな行動意欲をもたらし、地域を活性化している。最初は、地域の困りごと解決やにぎわいづくりに仕掛けたことでも、人が集まり、会話が生まれ、かかわりやつながりができることで、次なるステージへ行ける気がしている。これからも、出店者も地域の中の人も外の人も飽きさせない工夫をしながら続けていけるよう参画し、新しいことへのチャレンジを応援する仕組みや、楽しく感じさせる魅せ方を持ち帰って、一緒に研究していこうと思う。

5. まとめ

フランスでも、人々の暮らしの変化から、便利なスーパーマーケットやファストフード店などが広がりを見せ、マルシェも縮小されていた時期があったが、再びマルシェの価値が見直され、アントニーのような郊外の町でも全天候型の屋内マルシェがつくられているように、少し煩わしくても人と人との関わりから生まれる生活の豊かさが見直されている。これも、成熟社会の中の田園回帰や地方回帰の流れの一つと言えるだろう。

人口が減少し、社会や家庭のサイズが小さくなっている日本でも、大型店にはない地域の商店の役割が見直されている。と同時に、若い世代のライフスタイルの変化として、生

活の営みが感じられる風景の中の暮らしや、自然や人との関わりを求めて自己実現のために地方への移住が増えている。早稲田大学の宮口侗迪先生の言葉をお借りすると、地域づくりとは「時代にふさわしい新しい価値を地域から内発的に作り出し、地域に上乗せしていく作業」であり、「地域に上乗せしていく」のはモノやコトではなく「人」である。月に一度でも、地域の人たちが出会い楽しむ場である軽トラ市は、地域から内発的に作り出していく「人」が出会う場であると言える。実際に、伊予市双海町には移住者がじわじわと増えており、地域の人と化学変化を起こしながら内発的な新しい価値をつくり始めている。

6. おわりに

様々な異文化が共存する国際都市パリは、重厚な歴史を重んじる姿勢と、進歩的な考え方がエレガントに調和している。文化的流行の発信源でもあり、芸術、建築、ファッション、食、音楽などを、さらに進化させる新たなスタンダードが絶えず生まれる場所。最先端の食文化や、マルシェ（市場）、アンティークショップのほか、パリには、モダンと歴史が見事に融合した公園がたくさんあった。そこで、人々は語らったり、本を読んだり、昼寝をしたり、運動したり、演奏したり、絵をかいたり、演じていたり、食事をしたりと思い思いに過ごしていた。まさに、のんびりとくつろぎながら五感のすべてを楽しむことができる街だと思った。たとえ忙しくても、そのような時間を大切にしていることが、クリエイティブな発信につながっているのかもしれない。

この地域づくり海外調査のお話をいただいたとき、興味のあることや調べてみたいことがいっぱいありなかなか絞り切れないので、海外経験豊富な傍士常務（当時）に相談してみたところ、「短い期間でできることは限られている。海外赴任時代にたくさんの視察のアテンドをしたが、スケジュールをびっしり詰め込んでくるので、せっかく現地で会わせたい人や見せたいところがあっても案内できなかった。日本で調べられることはたくさんあるので、せっかく行くのならありのままに感じてくることと、そこから何を考えるかが大事。通訳なんてなくてもいいから、自力で行ってきてごらん。」というアドバイスをいただき、私たち 3 人は行き先とテーマを決め、航空券と宿の手配だけしたら、あとは本当に通訳もなしで飛び立ちました。

何十年ぶりかに熱波が到来したフランスは、連日の 38 度超えで、夜も気温が下がらないのでまさに茹るような毎日だった。3 人が順番に暑さにやられ、軽い熱中症になりながら休み休みの移動だったので、スケジュールを詰め込んでいたとしたら、きっと異国の地で寝込んでいたと思う。一見親子のような 3 人がで行動していると、つたない英語で話しかけたほとんどの人が丁寧に対応してくれ、一人旅や年配のご夫婦で旅行している日本人に声をかけられた。交換し合った情報も役立った。

他の班に比べゆるい海外調査ではあったが、頼る人もおらず、すべて 3 人で考えて行動したので、電車を乗り間違えたり乗り越したりもしたが、いい経験になり達成感があった。そして、同行した若い 2 人にとって、大きな自信になっただろう。がんばってエスコートしてくれた神坂くん、長門くん、ありがとう。

今回、このような機会を与えてくださった地域活性化センターと、私たちの背中を押してくださった傍士常務に心から感謝を申し上げ、報告書の結びといたしたい。