

## 水辺空間におけるマルシェの実態と空間利用の特徴

### The Reality of Marches in Waterfront Spaces and Characteristics of Space Utilization

○矢木結<sup>1</sup>, 鈴木陸<sup>2</sup>, 菅原遼<sup>3</sup>  
\*Yui Yagi<sup>1</sup>, Riku Suzuki<sup>2</sup>, Ryo Sugahara<sup>3</sup>

Abstract: This paper examined usage patterns and spatial utilization through markets held in waterfront spaces. The results showed that markets were primarily held near rivers and ports. Focusing on spatial utilization, over half of the markets were held adjacent to the water's edge, with many cases occurring within approximately 20 meters of the water's edge. Based on these findings, it is necessary to investigate the ripple effects generated by these markets.

#### 1. はじめに

近年、都市の水辺空間では、河川での「河川空間のオープン化(国土交通省)」や港湾での「運河ルネサンス事業(東京都)」等、日常的な水辺空間利用を促進させる各種施策が展開され始めており、地域の魅力創出や地域住民・市民の交流の場としての役割を担い始めている。その取り組みの一つとして、水辺空間を活用したマルシェ(以下、水辺のマルシェ)が挙げられ、多様な主体が関わることで水辺空間の日常利用を継続していくための有効な手段とされている<sup>[1]</sup>。こうした水辺のマルシェは、一過性の水辺の賑わい創出にとどまらず、新たな水辺空間利用やそれらの仕組みづくりに寄与することが考えられる。そのため、水辺空間の日常的な利用・管理に対して、継続的に実施されている水辺のマルシェが如何なる効果を与えているのかを明らかにすることが重要となる。

そこで本稿では、全国の水辺のマルシェの開催状況を整理した上で、水辺のマルシェによる水辺空間の空間利用の特徴を捉えることを目的とする。

#### 2. 調査概要

調査概要を Table.1 に示す。本稿では、46 道府県の県庁所在地及び東京都 23 区における継続的な水辺のマルシェを抽出するために、調査 1 では、Google 検索を用いて「都市名」「マルシェ」「マーケット」「市」の and 検索を行った。抽出した水辺のマルシェは、HP や SNS 等の情報に基づき、開催場所、開催頻度、主催者等を整理した。次いで、調査 2 では、水域と陸域、公有地と民有地の関係から空間構成の分類・整理を行った。

尚、本稿における「水辺のマルシェ」の定義としては、既往の報告<sup>[2]</sup>を参照し、①仮設的であること、②屋外及び半屋外空間で売買が行われていること、③複数の店舗が連なっていること、④水際線から 2 区画以内の場所で開催されていること、⑤伝統的な祭り及び

Table.1 Survey Summary

項目	概要
調査1	調査方法 文献(Web)調査
	調査対象 46道府県の県庁所在地と東京都23区の水辺のマルシェ
	調査項目 開催有無、開催場所、開催期間、開催頻度、運営団体
	調査期間 2025年8月
調査2	調査方法 文献(Web)調査
	調査対象 調査1で抽出した水辺のマルシェ
	調査項目 空間構成
	調査期間 2025年9月

Table.2 Features and Host of the Riverside Marches

都市名	事例数	水域					運営団体			
		海	港湾	河川	湖沼	池	自治体	観光協会	民間企業	NPO 地域組織
青森市	1	1							1	1
盛岡市	1					1			1	
山形市	1			1			1	1		1
水戸市	1				1					1
千葉市	2		1	1			1		1	1
東京都	12		2	9		1	1	2	2	9
横浜市	4		3	1					2	2
新潟市	3	1	1		1		1		2	
金沢市	2		2						1	2
岐阜市	1			1						1
静岡市	1	1								1
名古屋	1			1						1
大津市	1				1		1			
大阪市	3		1	2					1	2
神戸市	1		1							1
和歌山市	1			1						1
松江市	2				2				1	2
岡山市	1	1							1	
広島市	2			2						2
徳島市	3		1	2						3
松山市	1	1								1
佐賀市	2			2						2
長崎市	3		3						3	
大分市	2	1		1						2
熊本県	1			1						1
宮崎市	1			1						1
鹿児島市	1			1			1			1
合計	55	6	15	27	5	2	6	3	16	39

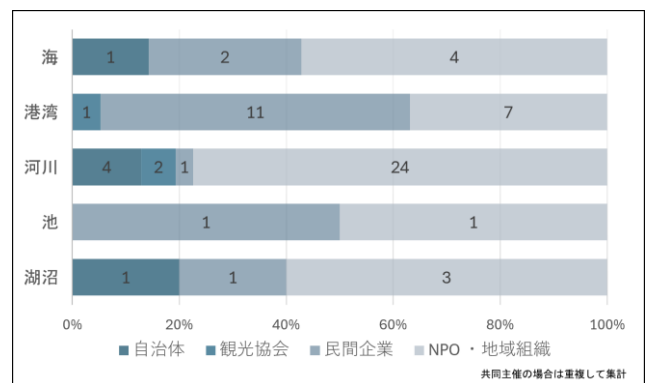


Figure.1 Organization of marches by water type

1: 日大理工・学部・海建 2: 日大理工・院(前)・海建 3: 日大理工・教員・海建

フリーマーケットは除いたもの、の5つの条件を満たすものとした。「継続的」の定義としては、①年1回以上の開催、②年間の開催回数は3回以上、③2年以上の開催、④2024年度時点での開催実績がある、の4つの条件を満たすものとした。

### 3. 継続的な水辺のマルシェの特徴

#### 3-1. 全国の水辺のマルシェの特徴と運営団体

Table.2 に全国46道府県の県庁所在地及び東京都23区における水辺のマルシェの特徴と運営団体を示す。

まず、全国46道府県の県庁所在地及び東京都23区におけるマルシェの開催数に着目すると、計55件確認できた。そのうち東京都23区が12件と最も多く、次いで横浜市が4件、新潟市、大阪市、徳島市、長崎市が3件と続いた。次いで、水域種別に着目すると、河川が27件と最も多く、次いで港湾が16件、海が6件、湖が4件、池が2件と続いた。運営団体に着目すると、自治体、観光協会、民間団体、NPO・地域組織に大別でき、NPO・地域組織が39団体と最も多く、民間企業が16団体、自治体が6団体、観光協会が3団体と続いた。

#### 3-2. 水域種別ごとの運営団体の特徴

Figure.1 に水域種別ごとのマルシェの運営団体を示す。河川に着目すると、約7割のマルシェをNPO・地域組織が運営していた。一方で、港湾においては、民間企業が運営するマルシェが多く、横浜市、長崎市など港湾の活用が活発な地域が散見された。

### 4. 水辺のマルシェの空間構成

#### 4-1. マルシェの空間構成の特徴

Figure.2 に水辺のマルシェの空間構成を示す。水辺のマルシェの空間構成としては、マルシェの開催場所(陸域)と水域が隣接した「水域隣接型(35件)」、マルシェの開催場所と水域の間に公有地(河川敷等)が含まれる「公有地間接型(17件)」、水域の両岸でマルシェが開催される「水域内包型(3件)」に分類でき、「水域隣接型」が6割程度を占めていた。河川におけるマルシェの約7割が水域隣接型であるのは、河川沿いの遊歩道や公園等においてマルシェが多く開催されていることが要因として考えられる。また、港湾においても、運河沿いの緑地や船舶ターミナル等の港湾施設を活用した開催が確認できた。

#### 4-2. 水域種別ごとの水域と実施場所関係

Figure.3 に水域種別ごとの水域とマルシェの開催場所の関係を示す。水域と隣接した「水域隣接型」を除いた水辺のマルシェ22件について、空間構成別の水域マルシェの開催場所の距離を整理した結果、最長距離は河川が128mと最も長く、海が88m、港湾が77mと

分類	水域隣接型	公有地間接型	水域内包型
概念図			
事例	海: 3件 港湾: 12件 河川: 18件 湖沼: 1件 池: 1件	3件 4件 8件 2件	1件 2件

Figure.2 Spatial Composition of the Waterfront

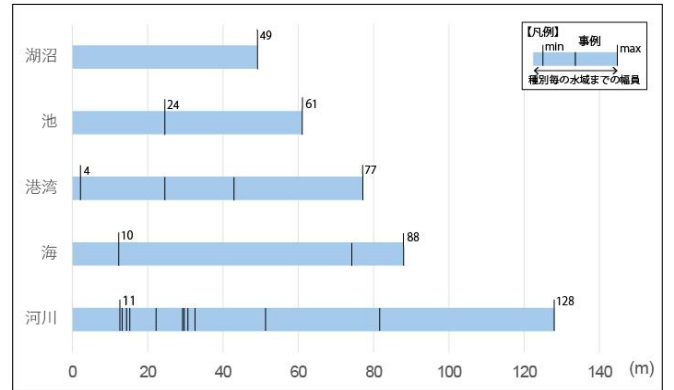


Figure.3 Relationship between Water type and Width

続いた。次いで、最短距離は港湾が4mと最も短く、海が10m、河川が11mと続いた。特に河川では水域から10~30m付近でマルシェを開催している事例が多く確認でき、河川においては「水域隣接型」に近似した空間構成のマルシェが行われていることが推察できる。

### 5. おわりに

本稿では、都市の水辺空間で開催されるマルシェの実態と空間利用の特徴を捉えた。その結果、都市の水辺空間のマルシェは55件確認でき、河川や港湾で多く開催されていた。運営団体に着目すると、NPO・地域組織が最も多く、民間企業が続いた。空間構成に着目すると、水域隣接型が約6割を占め、公有地間接型、水域内包型においても多数の事例で水域から20m前後でマルシェが行われていた。今後は、アンケート調査やヒアリング調査を通して、水辺のマルシェの展開による公共空間への効果を整理していく。

### 6. 参考文献

- [1] 村上翔一ら:場の提供型マルシェによる地域創生の副次的効果に関する研究-滋賀県大津市と草津市での会場形態が違う4つのマルシェを対象とした意識調査-都市計画論文集, Vol159, No.3, 2024
- [2] 鈴木美央:行政施策としての屋外仮設マーケットに関する研究, 日本建築技術報告書第30巻, 第75号, 2024