

データでみる



人口減少・高齢化とまちづくりへの多様

な要望から、軽トラックを店舗にみた

てた「軽トラ市」が全国に広がりつつある。

今回から数回にわたって、「軽トラ市」の実態

をデータに基づいて紹介しながら、可動的な商

店街やまちづくりの可能性を考えていきたい。

はじめに

図1をご覧になって頂きたい。愛知県新城市（人口5万人）の中心商店街であるが、上が日常でありシャッター街と言ってよいだろう。下は「軽トラ市」開催時であり、通りに人があふれている。これが一時の現象ではなく、10年間100回以上続いている。

初めてこの光景を見たときは、かなりの衝撃を受けた。自動車が「まち」になろうとしているという実感である。地域計画を長く専門にしてきたが、都市にとって車はコントロールできない対立的要素という感情を持ち続けてきた。1960年代に建築評論家の川添登氏が「移動空間論（1968年鹿島出版会）」を表して都市側から車への親和性を示していたことを記憶しているが、その後、車の増大は商



図1 新城市の中心商店街

業の郊外化など、都市の蓄積と融和できないものであったように思う。

しかし、CASE、MaaSの時代、車は小型化し相互に繋がっていく。その将来像は「まち」になることではないだろうか。一方、地方の市町村は人口縮減で、都市の機能が維持できなくなっている。特に商業機能がそうだろう。そこに現れたのが、「軽トラ市」である。車が「まち」になる。可動都市の先駆

軽トラ市 (その1)

愛知大学 三遠南信地域連携研究センター長
地域政策学部教授

戸田敏行



図2 軽トラ市 in 東京モーターショー 2019

けではないかと、筆者には思えた。些か、大仰な出だしになったが、「軽トラ市」は全国に広がり、全国の「軽トラ市」が集まる「全国軽トラ市」も2014年から毎年開催されている。そして、2019年11月には東京モーターショーでも「軽トラ市」が開催された(図2)。これらについては、本誌に小林英世氏が寄稿されてきたところである。軽自動車業界を代表する鈴木修スズキ会長、伊奈功一ダイハツ

アドバイザーが重要な役割を果たされていることも、社会に対して強いメッセージ性を持っている。

しかし「軽トラ市」はあまり研究の対象となっておらず、定量的に分析した報告がほとんどなされていない。幸い、ここ数年、全国の軽トラ市運営団体へのアンケート調査や、本学の地元である愛知県新城市、静岡県磐田市、掛川市の各軽トラ市を調査する機会を得たので、軽自動車をご専門とする皆様と「軽トラ市」の調査データを共有させていただき、ご意見を頂ければと思う。

今回は、全国的にみた「軽トラ市」の概要について触れ、次回以降、個別「軽トラ市」の出店する車(以下、出店車)、車体の利用方法、来街者の特性、「軽トラ市」の効果と将来展開を考えてみたい。

1. 軽トラ市の広がり

1-1 軽トラ市とはなにか

「軽トラ市」が公称となるのは、2005年である。岩手県雫石町でスタートした、「元祖しずくいし軽トラ市」であり、「雫石よしやれ通り商店街」のにぎわい創出を目的にしている。その際に「元祖軽トラ市」の名称が、商標登録されている。それは、特定企業によ

る「軽トラ市」名称の独占を避けるためであったということであり、当初から全国化される視点を持ってはじめられたと言える。

さて、「軽トラ市」の基本条件は、文字通りに、①軽トラックを主とする軽自動車を店舗と見立てていること、②定期的に開催される定期市であることの2点である。2つの条件についても様々なバリエーションがあるが、現在、全国で100を超えており、地方創生の重要な手法と言えらる。

2019年の軽トラ市 in 東京モーターショーには、本学も出店した。大学であるから、商品を売るのではなく、「軽トラ市」の調査結果をパネルとパンフレットにして報告することにした。来場者に学生たちが説明するのであるが、最も多い質問が、「なぜ軽トラなの？」ということである。この質問に対する回答は2点が一般化している。第1は、軽トラックの形状である。詳細にみると、軽自動車の大きさと景観の2点がある。大きさでは、軽トラ市を開催する場所の広さとの関係であり、特に道路の場合、緊急車両が通れる道路幅を確保せねばならず、日本の幅の狭い道では軽自動車の大きさが最適である。また、販売する際に荷台の高さが良いなどの販売に適合した形状でもある。次に景観面では、道路に連続して並んだ場合、同じサイズの連なりが一定の町並みの様に見える。また、反対側の町並みが見通せることも重要な指摘である。第2は、軽トラックの親近性である。これは普及性と価格面がある。普及性であるが、雪石での「軽トラ市」開始に際しても、この点が挙げられている。現在、軽トラを含む軽貨物車の保有台数は、約850万台

(2019年12月)であり、特に地方の市町村では、どの家にもあるということであり、活用しやすい。特に、農業での利用があり、農産品の直販と結びつきやすい。次に価格については、新たに軽トラ市に参入しようとする際に、車体自体の安さが魅力である。

これら2つの条件から分かることは、日本のまち、特に地方に適合した大きさと親近性を持っているということである。だから、「軽トラ市」なのである。

1-2 軽トラ市の全国展開

①軽トラ市の全国分布状況

次に、現時点での「軽トラ市」の全国分布状況を見てみよう。調査は2015年、2018年、2019年の3回に亘って行った軽トラ市運営団体アンケート調査である。まず、対象とする「軽トラ市」の把握である。軽トラ市運営団体の全国組織は「全国軽トラ市でまちづくり団体連絡協議会」であり、略称を「軽団連」という。絶妙な略称である。この事務局がインターネット検索結果から作成した、「軽トラ市」を実施している団体リストに、本学のヒアリング調査結果を加えたものであり、全数で164団体が確認された。このうち活動を停止していると考えられるものが59団体（文書・電話での停止連絡36団体、未回答のうちHPによって1年以内の継続が確認できない23団体）であり、これを除く105団体が、2019年9月時点における「軽トラ市」の最小団体数と考えることが出来る。以下のアンケート結果は2019年9月に実施した調査で、92団体から回収（実施団体回収率88%）した結果によっている。

「軽トラ市」実施105団体の分布を図3に示

してみる。一見して全国に広がっていることが分かる。地方別では、北海道・東北地方16団体、関東・甲信越地方27団体、東海・北陸地方25団体、近畿地方8団体、中国・四国地方11団体、九州・沖縄地方18団体である。人口100万人当たりでみると、北海道・東北地方1.11団体、関東・甲信越地方0.53団体、東海・北陸地方1.66団体、近畿地方0.39団体、中国・四国地方0.97団体、九州・沖縄地方1.25団体であり、大都市圏である首都圏・近畿圏に少なく、地方部に多い傾向にある。因みに、「軽トラ市」発祥の地である岩手県雫石町の「元祖しずくいし軽トラ市」、愛知県新城市の「のんほいルロット軽トラ市」、宮崎県川南町の「『定期朝市』トロントロン軽

トラ市」を日本三大軽トラ市と称するが、日本列島の北、中央、南に位置している。人口当たりでみた団体数もその近辺が高い。多くの「軽トラ市」が、三大軽トラ市からノウハウ移転しているのであるが、それは別項で述べたい。

また、開催市町村を人口規模別にみると、1万人未満が11.2%、1万人から3万人未満が22.4%、3万人から5万人が19.4%と確かに小規模な市町村が半数である。一方、30万人を超える市も5.1%存在しており、都市規模としても広がりを持っている。この様に、どこでも実施可能性があると言える。

②軽トラ市の来街者数と開催回数

「軽トラ市」の来街者数と開催回数の特徴



図3 軽トラ市の全国分布

をみてみたい（図4）。まず、来街者数であるが、1回の全国平均は約1900名である。三大軽トラ市の平均来街者数をみると、雫石町が4000人、新城市が2500人、川南町が1万人となっている。最も多い来街者は静岡県浜松市の「軽トラはままつ出世市」で、2万5000人となっている。逆に少ない「軽トラ市」では数十人のものもあり、出店台数も数台のものもある。

次に開催頻度をみてみよう。年間平均は約8回である。最も多いパターンは、年間12回、つまり月1回で21%である。一方、年1回16%、2回13%と、年間1、2度のイベントとする事例もある。逆に、年間30回程度と多い開催数のものもあり、最大は78回であった。これらは来街者数が小規模であり、日々

の買い物に対応する形態をとっている。

開催頻度と来街者数を重ね合わせると、多頻度小規模、多頻度大規模、少頻度大規模、少頻度小規模、中頻度中規模と5つ程度の類型が出来る。都市全体の活性化を牽引しようとするものから日常の買い物を対象とするものまで、多様な狙いが見えてくる。軽トラ市は1つの形態ではなく、多様な選択肢があることを理解することが、多くの地域への導入促進の契機となるだろう。

もう1つ興味深い点を見ておきたい。それは、市町村外からの来街者と出店車である（図5）。来街者が市町村外から来ることは、観光となっていることを意味する。しかしそれ以上に興味深いのが、市町村外からの出店車が多いということである。数字で示すと、

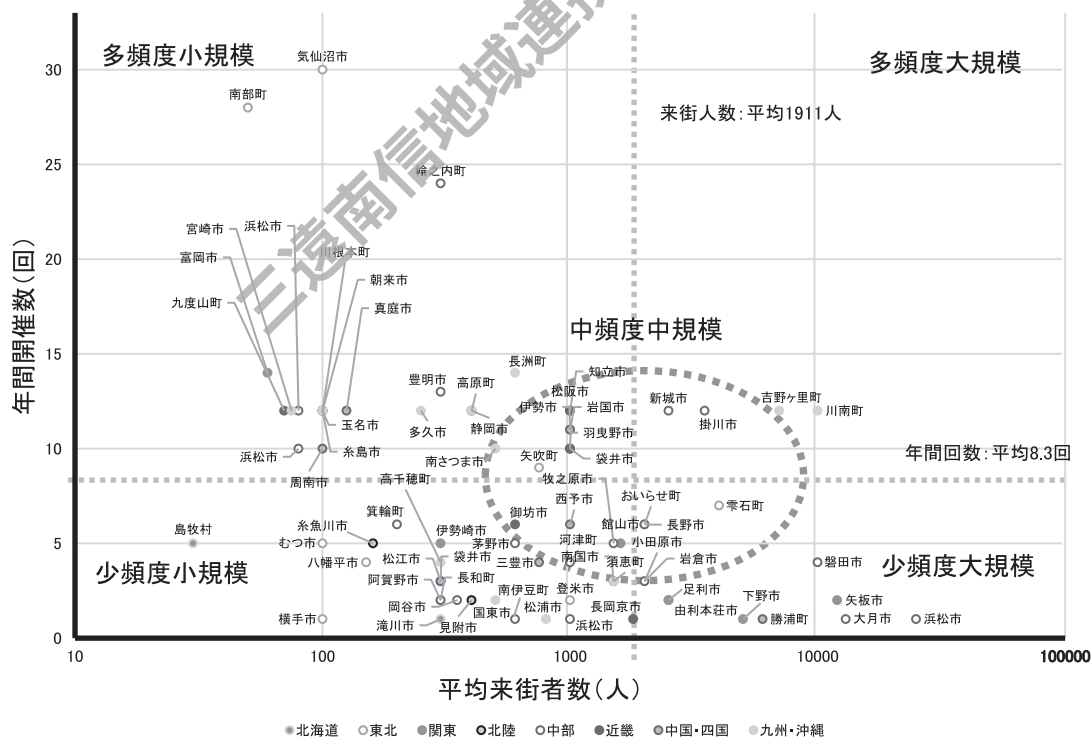


図4 軽トラ市の来街者数と開催頻度

市町村外からの来街者は平均29%であり、大まかに言って3割が観光である。一方、出店車は33%であり、3割が広域の出店である。先にあげた川南町は、町外来街者84%で、これを支える出店車は町外が83%である。人口1.5万人の町が1万人の来街者を毎月集めるには、出店車という資源を広域に求め、その資源が来街者を広く集めているわけである。この資源を広域的に使いこなす知恵こそ、軽トラ市成功の鍵である。

出店台数は数台から135台と幅が広く、平均台数は27台である。1台当たりの来街者数の平均は50人である。各「軽トラ市」の出店台数と来街者の関係をグラフにすると、台数が増えれば来街者は直線的に増える関係にある。ただし、台数が増えれば来街者が飛躍的

に伸びるという傾向は見られない。

③出店車の車種と開催場所

軽トラ市の出店車種と開催場所をみてみよう。アンケート回収された92団体は、何らかの表現で「軽トラ市」の名称を活動名に入れている。しかし、出店可能車種の規定で、軽トラに限っているのは10%であり、軽自動車全般が41%である。「軽トラ市」とは銘打っているものの、軽トラ以外の軽自動車も対象となっている。また、普通自動車も含むものが13%、特に制限はないものが33%ある（図6）。これらから車種の実態以上に、「軽トラ」という言葉の持つイメージが、広く受け入れられていることが分かる。

次に、開催場所であるが、道路が43%、広場が32%、駐車場が46%となっている（図7）。

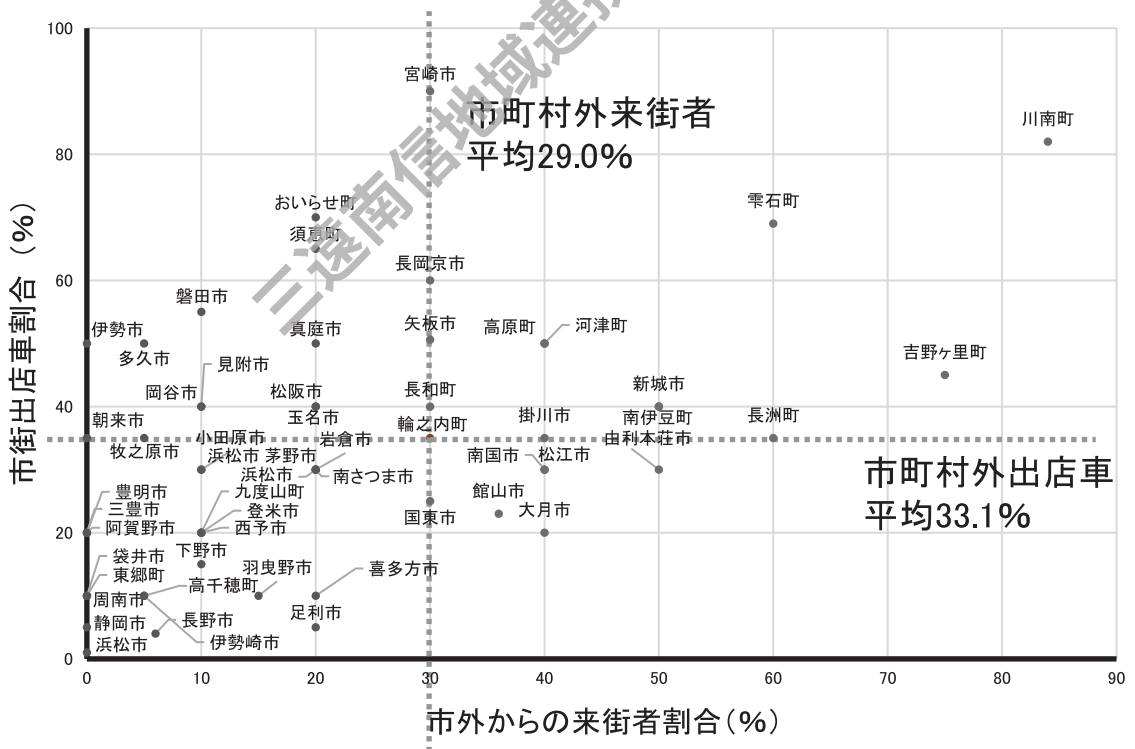


図5 軽トラ市の来街者と出店車の市町村外割合

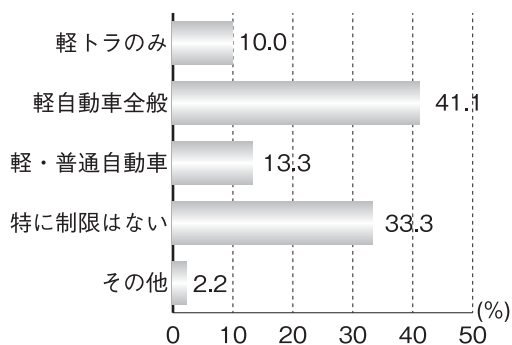


図6 軽トラ市の車種規定

来街者数との関係でみると、来街者1000名を超えるような、比較的規模が大きな「軽トラ市」は、ほぼ道路での開催となっている。逆に、小規模になると駐車場や広場で開催する傾向にある。一部には、道路と広場などの併用パターンもみられるが、そう多くない。

道路とは、商店街の中の道路を意味するのであるが、ほとんどが市町村道や県道という公道である。こうした道路を利用するためには、警察署長の「道路使用許可」と、道路管理者（市町村道であれば、市町村）の「道路占用許可」が必要となる。「軽トラ市」は、地域振興が目的となるので、市町村や県による「道路占用許可」は比較的得やすい。一方、「道路使用許可」の取得が困難である。交通の安全性を確保することは道路の必要条件であるが、特に「軽トラ市」スタート初期はこの許可取得が困難であった。雫石町の場合は、地域再生特区の認定を受けて推進条件を整え、「道路使用許可」取得に当たったという。また警察が県単位になるために、A県は比較的得やすいがB県は困難と、県によって差があったようである。「道路使用許可」を得るためには、「軽トラ市」実施者のみならず、市町村、商工会などの一体化が必要であり、「取得の障害を乗り越えたところは軽トラ市が継続する」という話も聞いた。最近では、許可取得が弾力化されており、「軽トラ市」実施可能性も高まっている。ところで「道路使用許可」を具体的に得るには、開催時に申請手数料が必要である。この支払形式も開催毎とする場合、年1回の場合など、まちまちである。また料金も、車1台ごとに手数料を支払っている場合と、使用区域一括で割安な手数料となっている場合がある。これも県での差が表れている。こうした費用が出店料に反映されるわけである。「軽トラ市」を地方創生の施策と考えるならば、少なくとも使用料について、低い事例に合せていくことが必要と言えらる。

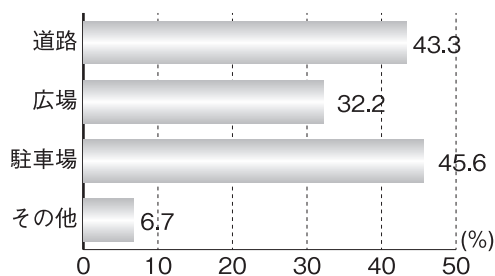


図7 軽トラ市の開催場所

2. 軽トラ市の運営状況

2-1 軽トラ市の運営主体と経費

①軽トラ市の運営主体

「軽トラ市」を実施する団体は、事務局と実行委員会を設けている例が大半である。運営を支える事務局が継続の重要なポイントである。その種類をみると、商工会などの経済団体が40%と断然多いが、団体によっては、行政が事務局を担う例もあり、18%となっ

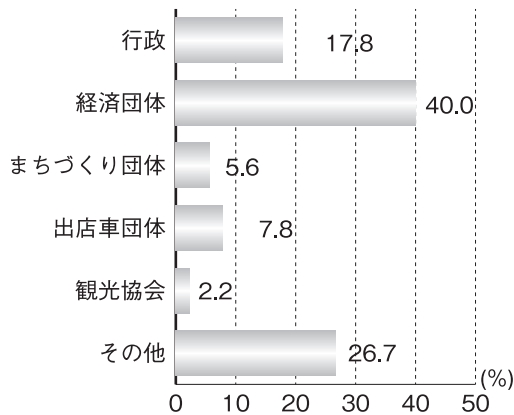


図8 軽トラ市の事務局主体

いる(図8)。一方、出店車団体、まちづくり団体等が事務局となる例は少ない。

次に、実行委員会のメンバーであるが、事業者が65%と最も多く、行政職員、商工会など経済団体が各々40%程度である。その他に、農業・漁業関係者が29%であり、一般市民のボランティアも29%ある(図9)。この様に、地域の各主体が一体となった運営形態であることが、「軽トラ市」を地域に根付いたものとしている。

事例として、新城市「軽トラ市」の実行委員会メンバー44名のまちづくりの経験を調査してみた。この「軽トラ市」は、新城市の中心商店街で開催されているのであるが、過去に様々なまちづくりが実施されている。そして、実行委員会の主要メンバーが、10年以上前からの、まちづくり協議会構成員(20人)、まちづくり会社構成員(30名)と重複していた。逆から見れば、長くこれまでのまちづくりを先導しながら達成できなかったとも言える。ところが、そこで得た経験と、再挑戦への一歩が、「軽トラ市」に結びついたのである。地方のまちづくりの多くは、実を

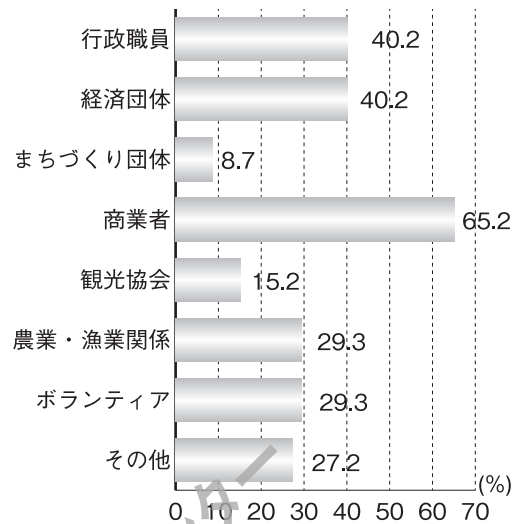


図9 軽トラ市の実行委員会構成者

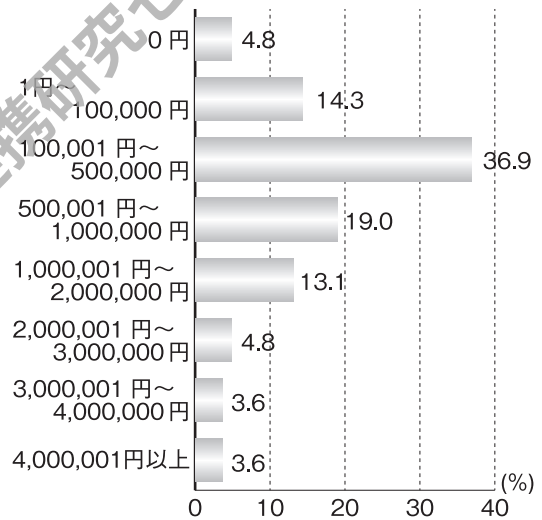


図10 軽トラ市の運営費

結びにくい。多くの「軽トラ市」出発時の話を伺うと、これまでの失敗と、もう一度という思いが結びついているように思う。だからこそ、いずれの「軽トラ市」も運営細部にまちづくりのノウハウが光っている。

②軽トラ市の運営費

次に年間運営費である。図10をみて頂くと、年間50万円以下が56%である。平均を取

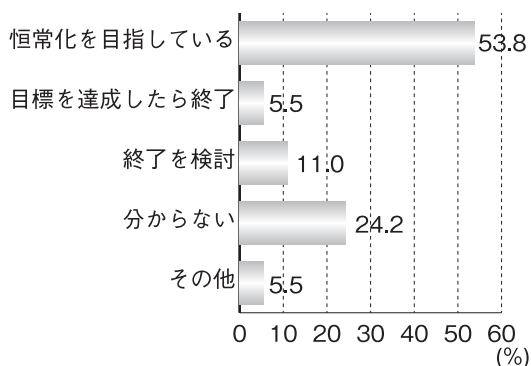


図 11 軽トラ市の継続性

ると、年間運営費は86万円、1回開催あたりでは10万円程度となる（全軽トラ市運営費／全軽トラ市開催回数）。

これだけでは判断し難いため、運営費を自己収入（出店料と広告費等）と補助金（行政、商工会等）に分けてみる。自己収入は1回あたりでは約4万円、運営費に占める割合は4割程度である。補助に目を移すと、行政補助を受けているのが全体の約4割、商工会等の補助を受ける団体が約3割である。ここからみえることは、1回あたり6万円程度の収入増をつくれれば、自己採算で運営可能ということである。勿論、人件費の多くがボランティアであるが、個別「軽トラ市」のデータをみると、運営費の大きい「軽トラ市」は、比較的自立型が多い。

一般に、補助金だよりの地方創生事業が多いと言われる中で、「軽トラ市」は自立の可能性と既に自立しているケースが見受けられる事業である。

2-2 軽トラ市の継続意思と連携相手

①軽トラ市の継続意思

冒頭に「軽トラ市」団体は164団体で、そのうち59団体が活動を停止したであろうことを

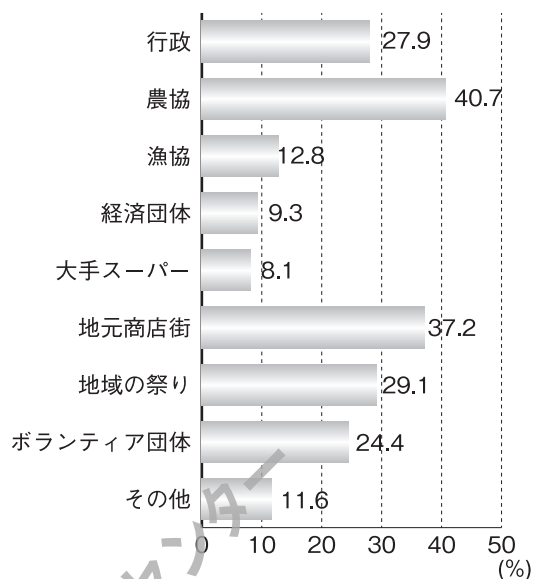


図 12 希望する連携相手

述べた。確かに、36%がやめたということであり、その理由を解明しなければならないと思う。しかし逆にみれば、64%が継続しているわけである。では、現在活動している「軽トラ市」がどの程度、将来への継続意識を持っているのだろうか。

その結果が、図11である。恒常化を目指しているものが54%であった。この結果は、当初、「軽トラ市」は一種のイベントだろうと思っていた考えを変えるものとなった。終了を検討しているものも11%、分からないという率直な回答も24%あるが、過半が恒常化ということである。恒常化であれば、一過性のイベントではなく、まちづくりと考えることが正しい。ここから、種々の発想が生まれる。嘗て、雨を嫌った商店街にはアーケードがかけられた。そのように、「軽トラ市」に適合した、或いは促進する商店街の設計があってもいいことになる。例えば、空き店舗をストック場所にすることや、休憩のための広

場も良いだろう。「軽トラ市」運営者の方々から聞くのは、電気や水道などの設備を備えた道路である。地方創生をめざした「軽トラ市」仕様の道路ということになるだろう。人口減少下の商店街には、「軽トラ市」の様に可動性を引き込むデザインが必要だろう。

②軽トラ市の連携相手

「軽トラ市」は、道路活用の手続きや当日の運営から、出店車の呼びかけや催しまで、多くの協力機関を必要とする。そうした連携したい機関をまとめたものが図12である。

最も多いのが農協の41%であり、地元商店街37%と同程度である。地場農産品は、軽トラ市の大きな魅力であり、これは妥当な比率だろう。地域の祭りの29%は、地域の催しとの一体化である。そして、ボランティア団体

が24%あることは、「軽トラ市」をまちづくりと考える証しとも言えるであろう。

3. 軽トラ市への出店車

最後に、「軽トラ市」の出店車についてみておこう。図13の破線内が食に関するものであり、台数も多い。地場の野菜や魚を売る店舗、その場で調理するもの、かなりファッショナブルな飲食店もある。その他、アクセサリ類も定番的な店舗である。最近では、美容やエステも魅力的である。定番と言えば、郵便局などの公共的なものもある。また、教育の機会として、高校や大学の活動もある。

まさに、多様な機能を持った可動商店街である。今回は、「軽トラ市」出店車の特性について紹介する。



図13 軽トラ市の出店車