

データでみる軽トラ市 (その10)

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

軽トラ市のもたらす感動

2021年に入ってもコロナ禍は収まらず、様々な行動が制限されている。こうした中であって、特に飲食業などは打撃を受けており、全国の軽トラ市もまた開催が困難な状況にある。売り上げが無い、買うことができないという商業上の問題も大きいのであるが、軽トラ市が持っている来街者、出店者、運営者への精神的な効果が失われているように感じられてならない。

そこで、今回は精神面を取り上げて、出店者にとって軽トラ市がどのように精神面に影響を持ってきたかを紹介してみたい。精神面といっても漠然としており、「感動をもたらししているのか」という点に焦点をおいてみる。唐突な書き出しに感じられるかもしれないが、筆者は地域づくりの場に感動がどう生まれているのかという点に興味を感じており、心理学の専門家などと行政職員の感動、まちづくり活動者の感動、地域スーパー店員の感動などを調査してきた。以下は、同様の調査手法を新城軽トラ市出店者に応用したアンケート結果である。調査時期は、2020年10月、配布数は375、回収は129（回収率34.4%）であった。

○軽トラ市に感動はあるのか

「〇〇に感動はありますか」と聞かれると、はたと考えるのではないだろうか。余程の喜怒哀楽を感じた時はその記憶を持つが、例えば「仕事に感動があるか」ということは、聞かれて初めて記憶をたどることではないだろうか。こうしたことから、感動を問いかけること自体に意味があると考えている。そして次に「では感動の定義は何かということになるだろう。この調査では、「実際の体験によって心に深く残ったこと」と大きくとらえて、「人からの感謝、人との繋がり、目標の達成、予測を超えた出来事、喜びや悲しみなど」と例示している。

アンケート結果はどうであろうか。「よくある」が15%、「ときどきある」が36%であり、約半数が軽トラ市に感動を持ってきたことになる（図1）。蛇足であるが、行政職員の調査では、アンケート結果を被験者に返して、結果のどの点があなたの感動認識に変化を与えたのかを聞いている。つまり、調査による介入の影響度である。その中で最大のものが、感動している人の比率であった。個人的であればあるほどに、感動体験というものは口に出しにくいものである。こうした調査結果によって、その場に感動を持っている仲間がいるということを認識するのである。

○感動の内容は

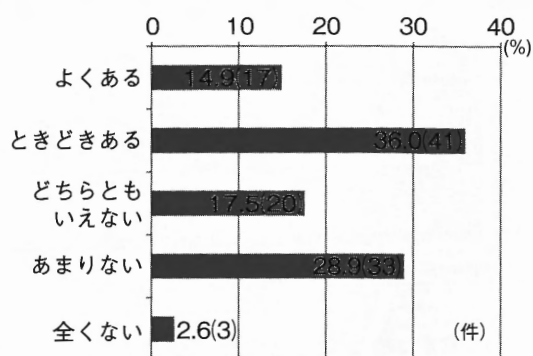


図1 軽トラ市での感動の有無

まずは、感動の種類を、「成果」、「これまでにない経験」、「考え方や価値観」、「思いやり・愛情」、「懸命さ・成長」、「一体感・繋がり」、「自己の肯定」に分けて、自己の体験に近いものを複数選択している。その結果が、図2である。「思いやり・愛情」、「一体感・繋がり」がいずれも4割程度と高いことがみとれる。軽トラ市が、出店者にとって人との繋がりやその温かみを深く感じる場となっていると言ってよいだろう。

アンケート調査では、この感動体験を具体的に記述してもらっている。出店準備、出店中、出店後に分けて、幾つかを紹介してみたい。出店準備段階では、「商店街の人が気さくに声をかけてくれ、電源やトイレの提供などに協力的にしてもらった。」と商店街や運営者との間での体験があげられる。特に、出店の初期では軽トラ市に慣れておらず、心に残る出来事であったことだろう。次に、出店中では、客である来街者との関係が多くあらわれる。「『買うためにあなたを探してきたのよ』『美味しいからまた来たよ』という言葉が嬉しい。暑い日はお茶や自家製梅ジュースの差し入れ。寒いと自分のカイロをくれて頑張れと言ってくれる。」とある。回答者は通

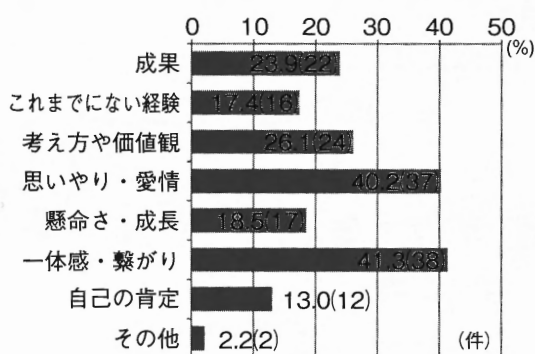


図2 感動の種類（複数回答）

算出店112回で、軽トラ市開始から10年間、ほぼ毎回1時間近い距離を移動して出店している。また、10年間という時間は、長期の固定客を生み出しており、「最初に買いに来たのは小中学生だったが、すっかり大きく成長して大人になっても買いに来てくれる。お客様の成長の1ページの助けになっていると実感するときがある。」との体験があるという。この回答も通算出店110回の出店者である。現時点で、軽トラ市は一時的なイベントとして扱われているが、固定店舗に劣らぬ顧客関係を持っていると感じさせられる。さて、出店後もこうした体験は続いており、「現在人手不足により出店できずにいるが、お客様がお店を訪ねに来て『元気だった?』『心配してたよ』と声をかけてくれる。(病気などで出店できていないのかと心配してくれていた。)」という体験もみることができる。

○感動は変化をもたらすか

さて、こうした感動体験は、出店者に何らかの変化をもたらすのであろうか。変化を「考え方」、「行動」、「他者との関係」に分けて、その変化を聞いている。図3をご覧ください。変化がなかったのは30%であり、7割の出店者には何らかの変化をもたらせた

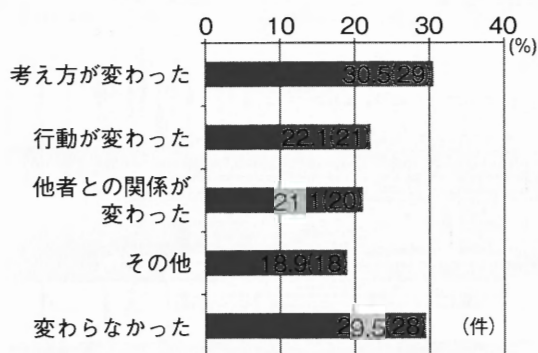


図3 感動体験による変化(複数回答)

ことになる。回答の多い順に並べると、「考え方が変わった」31%、「行動が変わった」22%、「他者との関係が変わった」21%である。こうした変化が継続や定着したものかを聞いた図4では、「大変継続・定着した」が5割近くとなっており、一時的な変化にとどまらないことが推測される。

感動内容と同様に具体例をあげておきたい。まずは「他者との関係」の変化である。軽トラ市に関連しては、「人の情を感じることが出来、お客様やスタッフ、出店者との交流が楽しく思えるようになった。」、軽トラ市以外では「在籍している組織や地域のためにより一層協力しなければならないと感じた。」との思いがあらわれている。次に「行動の変化」である。軽トラ市に関連するものとして、「新商品の開発やレシピの改良などに取り組んだ。」、「作る気持ちの入れ方や手に取ってくれる方への想いも入れ込むようになりました。」などがある。より日常的变化としては「人に感謝することが増えた。」などがあげられている。最後に、「考え方の変化」である。出店している仕事に関する考え方の変化が回答に多くあった。「今は副業だけでなく本業にしたいと思う。」、「50年納豆を作

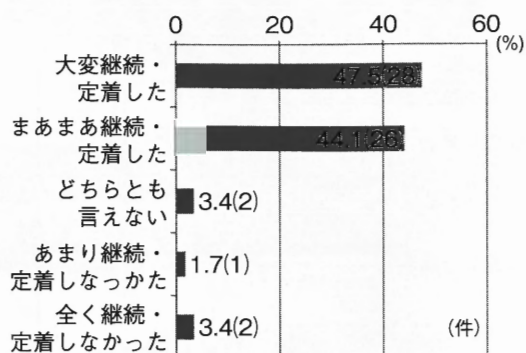


図4 感動体験による変化の継続・定着

り、お客様に喜んでいただける顔を思い浮かべながら一筋に作り続けてきたことが間違いなかった。」、「今購入してくれる子供が大きくなっても変わらずおいしいと言ってくれる商品を作り続けようというモチベーションが上がる。自分は九州地方出身なのですが、この地域で生きていこうと決意が固まった。」、「新城の方々の思いやりに感動し、『あの人々のイメージ=新城』として記憶。」と、仕事への確信や地域への愛着に変化が起こったと言えるだろう。

コロナは厳しい状況をもたらし、感染症対策と経済の両立は極めて重要なことである。ここで言う経済とは、お金の動きにとどまらず人と人が作る社会全体の仕組みを言うように思う。軽トラ市はそのような社会システムであり、感動を生む場でもある。軽トラ市の中にある感動が少しでも伝われば幸いである。

なお、今回の調査はゼミ生の卒業論文と併せて行ったものである。担当した学生は軽トラ市研究を通して興味を持った軽自動車メーカーに就職する。これも軽トラ市の感動がなせる変化ではあるまいか。