

「軽トラ市」の実態分析と将来展開に関する考察

戸田敏行・小川勇樹・小澤高義

1. はじめに

1.1 研究の背景と目的

定期市の新たな形態として、軽トラックによる市「軽トラ市」が全国100箇所以上で開催されており、衰退する商店街等の活性化策として定着しつつある。2015年11月には「全国軽トラ市でまちづくり団体連絡協議会」が発足しており、「全国軽トラ市・地域創生」宣言を決議し、軽トラ市相互の連携にも新たな発展をみせている。2005年に第1号とされる岩手県雫石町でのスタートから10年余を経て軽トラ市は全国的な活動を継続しており、まちづくり機能としての軽トラ市を評価するとともに、高齢社会に対応する移動販売等の観点を加えた将来展開を考える必要がある。

こうした背景から本稿は、①全国軽トラ市の概要を把握し、②三大軽トラ市の1つとされる愛知県新城市で開催される「のんほいロット」(2009年開始で月1回開催、2017年時点で出店約70台、来街者約2千人)を事例として、実施体制、出店者、来街者、商店街影響、広域的な軽トラ市連携の実態分析を行い、軽トラ市の将来的展開について考察することを目的とする。

1.2 研究方法

軽トラ市運営団体への全国アンケート調査(2015年)、新城軽トラ市に関するアンケート調査およびインタビュー調査(2016年)を実施した。調査概要は以下の通りである。

- ①全国軽トラ市運営団体アンケート調査:第1回目(7月)は133団体配布、56団体回収。第2回目(9~10月)は59団体配布、40団体回収。
- ②新城軽トラ市運営者インタビュー調査(2~11月)
- ③新城軽トラ市出店者アンケート調査(11月):近3年間で新城軽トラ市に出店実績のある出店者204名に配布、107名回収。
- ④新城軽トラ市来街者調査(7~9月):年代・同伴者構成別カウント調査、聞き取りアンケート調査(回収164名)。

- ⑤新城商店街アンケート調査（10～11月）：商店、しもた屋、住宅の計59軒配布，39軒回収。
- ⑥近隣軽トラ市連携意向アンケート調査（11月）：愛知県東三河地域，静岡県遠州地域，長野県南信州地域で開催される軽トラ市運営団体16団体配布，16団体回収。



図1 軽トラ市全国分布

2. 軽トラ市の全国的傾向

2.1 開催概要

全国平均では，年間7.8回開催，来街者2100人である。開催は月1回型が最も多く，季節型など定期市の傾向を持っている。来街者は100人以下から1万人を超えるものまでである。出店台数は1回30台程度が最も多いが，最大170台まで多様である。

2.2 来街者・出店者の地理的範囲

市外からの来街者が2割を超え，出店者は3割を超えるなど自治体を越えた広がりを持つ。開催場所は道路が半数を超え，道路使用許可などの課題を有している。

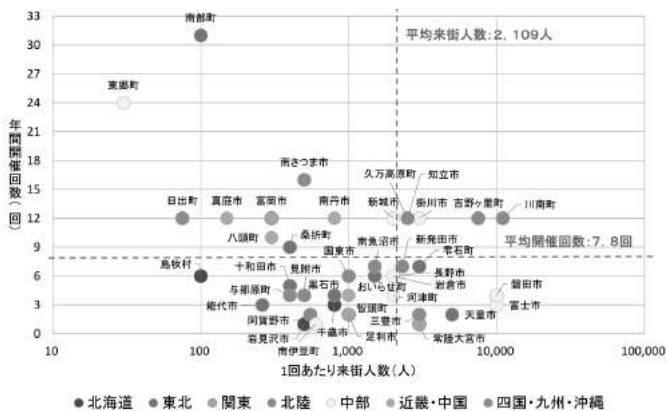


図2 年間開催回数と来街人数

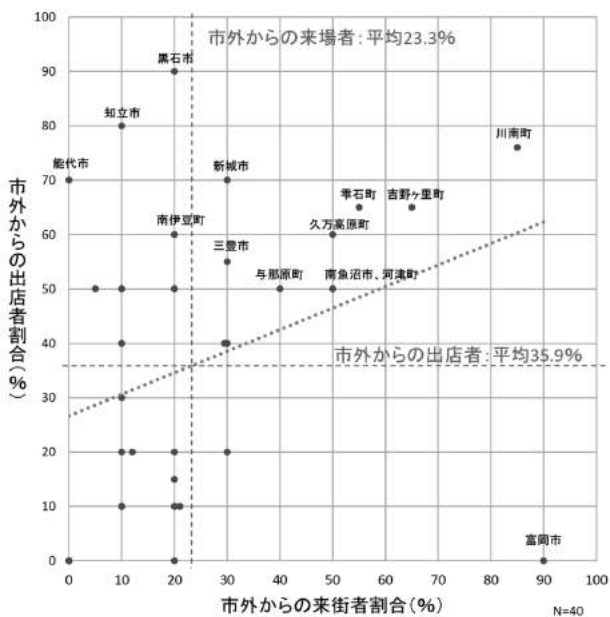


図3 市外出店者・来街者の割合

2.3 継続意識

軽トラ市の恒常化を目指す団体が6割弱に達し、一過性イベントからまちづくり機能に移行しつつある。

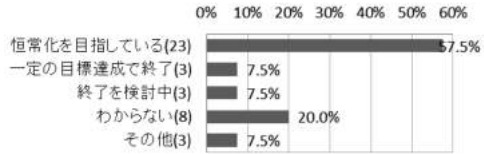


図4 継続意識

2.4 販売品目, 連携相手

販売品目では生鮮食品を扱う軽トラ市が9割を超え, 加工食品, 調理品が続く。また, 連携したい相手は農協が4割と最も多く, 生鮮食品の生産者との連携を強めたいという意向が示されている。

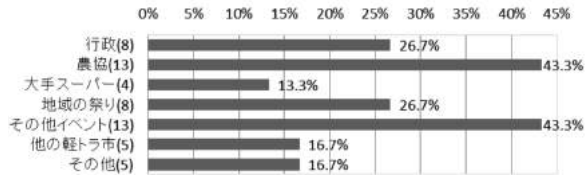


図5 連携したい相手

2.5 全国組織への求め

軽トラ市全国組織への求めとして, 運営ノウハウなどの情報ネットワークが7割を超える。各団体が独自に軽トラ市を開始・運営する中, 蓄積されたノウハウを共有することが求められている。



図6 全国組織への求め

3. 新城軽トラ市の実態分析

3.1 設立経緯と実施体制

新城軽トラ市の運営は, 実行委員会の下に設置されているワーキンググループ(以下WG)によってなされている。WGのメンバーは商店主や商工会, 行政関係者, ボランティアなどから構成される。毎月1回ワーキングが開催され, 前回軽トラ市の反省や対応, 次回軽トラ市の出店者配置やイベント企画などを決定している。WGメンバーに商店主や行政関係者が参画し

ていることから、商店街店舗との調整や行政との調整をスムーズに行うことが可能となっている。また、WGのリーダーやサブリーダー、各部会の部長など中核を担うメンバーは、過去の商店街振興事業で組織された「まちづくり協議会」や「株山湊」から参加しているメンバーであり、商店街振興事業が集大成された事業形態と考えられる。

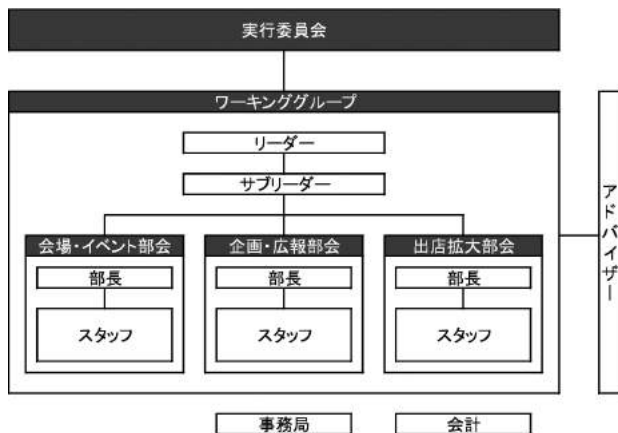


図7 運営体制

表1 商店街振興組織の変遷

年	組織	構成員数	他組織からの参加(移行)の内訳		
1996年 ～2006年	まちづくり協議会	20名			
1997年 ～2013年	株山湊	30名	まち協から参加 7名	山湊から参加 23名	
2009年～	のんほいルロット 実行委員会	44名	まち協から参加 3名	山湊から参加 7名	ルロットから参加 34名

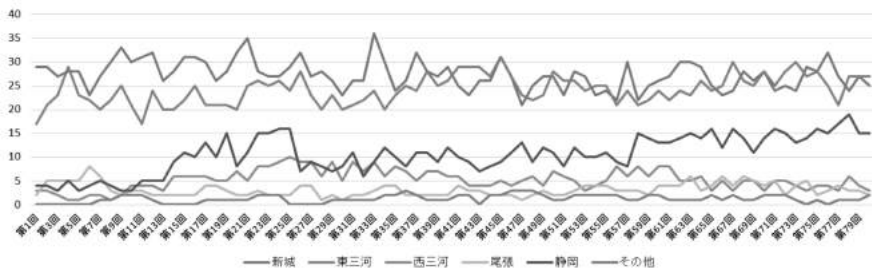


図8 地域別出店台数

3.2 出店者の特性

調査時点で80回開催しており、全登録は394台である。食品関係が多いが、近年はエステなど対人サービスも加わっている。地域的には市外が7割である。隣接する静岡県からの出店が増加しており、広域化の傾向を示している。

近3年の出店者を対象としたアンケートでは、軽トラ市1回あたりの平均売上は30,760円、平均買い物客数は53.2人である。また、営業形態をみると、店舗を有した出張販売者が半数、農林業直販者2割、軽トラ専業者1割、その他副業や実験的販売者など多様性を有している。

出店者は、新城軽トラ市以外にも他の軽トラ市(35台)やイベント(63台)、個別の移動販売(20台)を行っており、軽トラ市は移動店舗が集結する一形態と考えられる。

また、出店限界時間は60分程度が多く、広域的な出店者募集や軽トラ市相互の連携可能性がある。

出店動機は商品宣伝、固定客づくり、売上増大が4割程度と多い。また、出店成果は「様々な人々と交流」6割と「商品PR」5割が「収益」4割を上回っている。出店動機と比較すると交流や商品PRの成果がより高く現れている。

出店者の情報入手手段として最も多いのは出店者間の口コミである。また、出店者同士の情報交換相手は同業種3割よりも異業種6割が多く、隣り合う店が頻繁に変わる軽トラ市の特性を反映していると考えられる。



図9 営業形態

表2 年間出店回数

出店対象			台数	年間平均出店回数		
軽トラ市	イベント	個別販売		軽トラ市	イベント	個別販売
○	○	○	18	11.9	27.6	80.4
○	○	×	49	12.3	17.9	
○	×	○	3	10.3		85.0
○	×	×	25	11.1		
×	○	×	4		6.2	

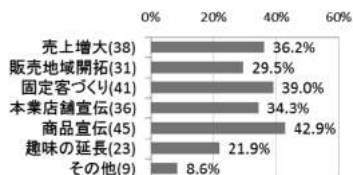


図 10 出店動機

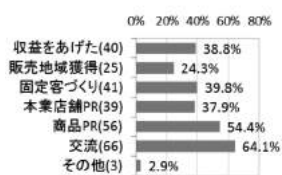


図 11 出店成果

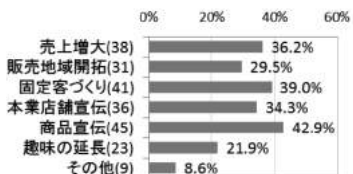


図 12 情報入手手段

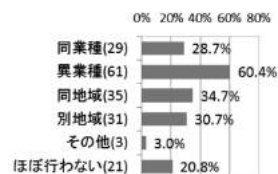


図 13 出店者相互の情報交換

3.3 来街者の特性

来街者カウントでは高齢者を主とする1人での来街が4割、グループ来街が6割である。交通手段では近隣からの徒歩が2割であり、車利用が7割と多い。来街頻度をみると、定期利用が4割強、不定期3割、初来街2割とバランスの良い構成と思える。定期利用者は、市内居住者(6割)、高齢者(6割)が多く、初来街は若者(3割)、壮年(3割)が高く、居住地は市外(県内の4割、県外の5割)である。アンケート総数からみると、定期的に来街する市内の高齢者が来街者の15%となっている。

来街目的は買い物が7割で多く、他は少ない。また、前後の立ち寄りも

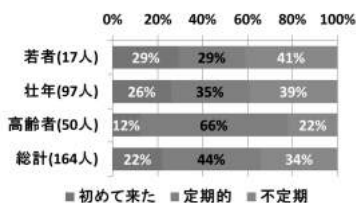


図 14 年代別来街頻度



図 15 居住地別来街頻度

	市内				市外で県内				県外				総数													
	人	割合	若者	壮年	高齢	人	割合	若者	壮年	高齢	人	割合		若者	壮年	高齢										
初めて来た	5	3.0%	0	0.0%	4	2.4%	1	0.6%	24	14.6%	4	2.4%	15	9.1%	5	3.0%	7	4.3%	1	0.6%	6	3.7%	0	0.0%	36	22.0%
	割合	3.0%	0.0%	2.4%	0.6%	14.6%	2.4%	9.1%	3.0%	4.3%	0.6%	3.7%	0.0%	3.7%	0.0%	43.9%	0.6%	0.6%	0.6%	1.2%	0.0%	0.6%	0.6%	1.1%	7.2%	4.4%
定期的	53	32.3%	4	2.4%	25	15.2%	24	14.6%	17	10.4%	1	0.6%	8	4.9%	8	4.9%	2	1.2%	0	0.0%	1	0.6%	1	0.6%	72	43.9%
	割合	16.5%	3.0%	10.4%	3.0%	14.6%	1.2%	10.4%	3.0%	3.0%	0.0%	2.4%	0.6%	2.4%	0.6%	34.1%	0.6%	0.6%	0.6%	1.2%	0.0%	0.6%	0.6%	1.1%	44.4%	27.4%
不定期	27	16.5%	5	3.0%	17	10.4%	5	3.0%	24	14.6%	2	1.2%	17	10.4%	5	3.0%	5	3.0%	0	0.0%	4	2.4%	1	0.6%	56	34.1%
	割合	16.5%	3.0%	10.4%	3.0%	14.6%	1.2%	10.4%	3.0%	3.0%	0.0%	2.4%	0.6%	2.4%	0.6%	34.1%	0.6%	0.6%	0.6%	1.2%	0.0%	0.6%	0.6%	1.1%	44.4%	27.4%
総数	85	52.0%	9	5.5%	46	28.2%	30	18.4%	65	39.8%	7	4.3%	40	24.5%	18	11.0%	14	8.6%	1	0.6%	11	6.7%	2	1.2%	164	100%
	割合	52.0%	5.5%	28.2%	18.4%	39.8%	4.3%	24.5%	11.0%	8.6%	0.6%	6.7%	1.2%	100%												

表 3 居住地別・年代別の来街頻度

少数に留まり、観光的な結びつきは不十分である。軽トラ市の一人当たり平均予算額は1,675円であり、年代別で見ると高齢者が2,162円と高い。構成別で見ると一人（2,293円）、家族連れ（子供なし）（2,287円）が高い。

軽トラ市の情報入手手段は、口コミが4割と最も多い。市内からの来街者は防災無線が3割を超え、市外（県内）はテレビが2割であり、居住地により入手手段が異なる。

表4 来街目的

目的	年代		若者		壮年		高齢者		全体	
	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合
観光	3	18%	11	11%	4	8%	18	11%		
買い物	10	59%	60	62%	45	90%	115	70%		
軽トラ市内の催し	0	0%	11	11%	4	8%	15	9%		
友人・知人に会う	3	18%	2	2%	3	6%	8	5%		
出店者と会う	0	0%	8	8%	1	2%	9	5%		
偶然立ち寄り	2	12%	9	9%	0	0%	11	7%		
子供のダンス	0	0%	4	4%	0	0%	4	2%		
散歩	0	0%	2	2%	2	4%	4	2%		
その他	2	12%	9	9%	2	4%	13	8%		
回答者計	17	—	97	—	50	—	164	—		

表5 立ち寄り行動

	市内	市外で 県内	県外	全体
行きのみ	12	9	1	22
帰りのみ	23	0	0	23
行き帰り	6	6	1	13
計	41	15	2	58

表6 居住地別来街頻度

年代	分類	平均予算(円)
	若者	若者
壮年		1506
高齢者		2162
居住地	市内	1822
	市外で県内	1506
	県外	1556
構成	一人	2293
	夫婦・ペア	1588
	友人・知人	1943
	家族連れ(子供あり)	1248
	家族連れ(子供なし)	2287
	一人当たり平均	1675

表7 軽トラ市情報の入手手段

手段	居住地		市内		市外(県内)		県外		全体	
	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合
口コミ	27	32%	30	46%	7	50%	64	39%		
チラシ	11	13%	5	8%	2	14%	18	11%		
HP	1	1%	11	17%	1	7%	13	8%		
SNS	1	1%	2	3%	1	7%	4	2%		
防災無線	30	35%	0	0%	0	0%	30	18%		
テレビ	1	1%	13	20%	0	0%	14	9%		
広報	4	5%	0	0%	1	7%	5	3%		
その他	15	18%	9	14%	2	14%	26	16%		
回答者計	85	—	65	—	14	—	164	—		

3.4 商店街への影響

会場となる商店街の軽トラ市への賛同は8割以上と高い。商店、しもた屋、住宅に分類すると、軽トラ市の今後の継続意向は商店の6割に対して、しもた屋・住宅は9割と高い。通常は閉店日であるが、軽トラ市に合わせて特別に開店する店舗が3割あり、売り方としては店外への商品陳列が6割と多い。また、売り上げ増大、取扱商品を増加した店舗が2割ある。



図 16 軽トラ市当日の商店街店舗の開店状況

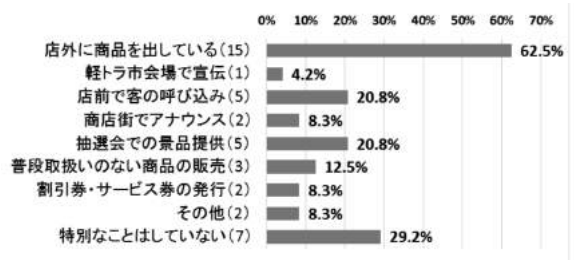


図 17 軽トラ市当日の商店街店舗の取り組み

3.5 広域的連携

近隣市町村での軽トラ市運営団体へのアンケートでは、静岡県磐田市や掛川市で開催される比較的出店規模や来街者規模の大きな軽トラ市で広域連携の意向を有している。

表 8 近隣軽トラ市の状況と連携意向

軽トラ市	軽トラ市1回あたりの		連携の意向
	来街者数	出店台数	
静岡県浜松市①	20,000	60	どちらともいえない
静岡県磐田市	10,000	106	連携すべき
静岡県掛川市	3,000	36	連携すべき
静岡県袋井市①	3,000	30	どちらともいえない
愛知県新城市	2,000	80	連携すべき
静岡県浜松市②	2,000	22	どちらかといえば連携すべき
静岡県牧之原市	2,000	30	どちらかといえば連携すべきでない
静岡県湖西市	1,000	20	どちらともいえない
静岡県浜松市③	300	25	どちらともいえない
静岡県袋井市②	300	15	どちらともいえない
愛知県田原市	300	20	どちらともいえない
長野県富田村	250	5	どちらかといえば連携すべき
静岡県浜松市④	200	10	どちらともいえない
静岡県浜松市⑤	150	15	どちらともいえない
静岡県森町	80	12	どちらともいえない
静岡県掛川市	50	10	どちらともいえない

考察

スタートから10年を経た軽トラ市は、全国に多様な形態で発展しており、全国組織の強化が重要である。拠点的な軽トラ市である新城市の実態分析から、軽トラ市と個別移動販売の連動、軽トラ市相互の広域連携、軽トラ市と周辺観光の連携が必要と言えよう。軽トラ市は、店舗自体が移動・集合出来る特性を有しており、人口減少下での地域資源有効利用や大規模災害に対応する可動的なまちづくりの先駆けであり、地方創生の有効な手法と考えられる。

参考文献

- [1] 関満博（2015）『中山間地域の「買い物弱者」を支える』、評論社
- [2] 石原潤（1987）『定期市の研究』、名古屋大学出版会
- 戸田敏行・小川勇樹・小澤高義：「軽トラ市」の実態分析と将来展開に関する考察，地域活性学会大会第9回研究大会（島根県立大学），2017年

本稿は、『地域活性学会第9回研究大会要旨集』2017年，地域活性学会を再掲載しています。掲載論文の著作権に関しては出典元に帰属します。