

# 森林地域と都市市街地の繋がり再生 —「ちず☆ちづタ市」の試み—

研究員 早尻 正宏

## 1. はじめに

「ちず☆ちづタ市」は2009年10月31日、鳥取市中心部の智頭街道商店街において開催された「軽トラ市」である。周知の通り、軽トラックの荷台に商品を陳列し、販売する「軽トラ市」は農山村地域活性化の手段として全国に広がっている。「ちず☆ちづタ市」はこうした先行事例に学びながら、新たに「地域間交流」という視点を取り入れて、財団法人とっとり地域連携・総合研究センター（以下、TORC）の社会実験として実施した。

筆者はこれまで、地域同士が「地域間交流」をスムーズに進め、サステイナブルな関係を構築していくための前提条件として、無理なく双方が結び付くような「物語」が必要であ

ると考えてきた。そうした「物語」の一つとして、地域固有の「歴史」が挙げられよう。今回の社会実験に智頭街道商店街と智頭町に参加してもらったのは、「歴史」に基づく「地域間交流」による地域発展の方向性を探っていきたいという問題意識からであった。

具体的には両者は次のような「歴史」を共有している。現在の智頭街道商店街の周辺を起点とする智頭往来は、鳥取から智頭を経て山陽道へ抜ける参勤交代の道として重要な役割を果たした街道であり、智頭宿はその智頭街道と備前往来の交差点として、また参勤交代の宿泊地として栄えた。このように両者は「歴史」という「物語」を共有しているのである。



図1 開催告知パンフレット

以下、社会実験の実施経過と結果について報告していきたい。

## 2. 実施経過

調査研究・地域支援活動の軸足を智頭町に置く筆者は、2009年8月22～23日に智頭町で開催された「第1回『鳥取力』創造フォーラム」(「鳥取力」創造フォーラムin智頭実行委員会主催、実行委員会のメンバーとしてTORCも名を連ねた)で智頭町が秋に軽トラ市の開催を予定しているという情報を得た。しばらくして、智頭街道商店街をフィールドに地域支援に取り組んでいる同僚から、智頭街道商店街振興組合が「軽トラ市」の開催を希望しているという情報を得た。

そこで筆者らが智頭町と智頭街道商店街の意向を確認して、9月15日、智頭町にTORCの社会実験として「軽トラ市」の開催を提案した。9月17日、智頭街道商店街振興組合の理事会に筆者らが参加し、社会実験「軽トラ市」の企画案を提示し、商店街側から開催の了承を得た。9月29日、智頭町役場で町とTORCが協議し、その結果を踏まえて、10月2日、TORCにおいて智頭町、智頭街道商店街振興組合、TORCの3者が顔を合わせ、「軽トラ市」の会場予定地を視察した。その後、智頭街道商店街振興組合が会場の確保や看板・のぼりの調達、智頭町が出店者の募集、TORCがパンフレットの作成および全体の調整を行った。10月28日、智頭町で出店者説明会が開催され、智頭街道商店街振興組合の担当者(副理事)とTORCが参加した。なお、この説明会において、軽トラックの会場内の配置を抽選で決定した。

パンフレットはA4サイズ、両面カラー印刷で19,500枚作成した(図1)。鳥取市内では14,600枚を日本海新聞の折込みチラシとして会場周辺の5小学校区(遷喬、順風、久松、

明德、日新)に、智頭町では3,000部を新聞折込みチラシとして配布した。

以上のような経過をたどり、10月31日(土)14時、鳥取商工会議所駐車場(10台)と山陰合同銀行鳥取西支店(4台)の2カ所を舞台に「ちず☆ちづ夕市」が開催された。終了時刻は17時30分である。会場を2カ所としたことで、両会場の中間点にある五臓圓ビルの来館者数の増加が期待されたが、この点については後述する。

ここで、「ちず☆ちづ夕市」の名称について説明しておきたい。「ちず」は智頭街道商店街でも使用されている一般的な読み方であり、「ちづ」は智頭町がこだわりをもって、公式に使用している読み方である。今回は両者の読み方を組み合わせて「ちず☆ちづ」とした。また、早朝ではなく「夕市」としたのは、智頭街道商店街が保存・活用に力を入れている五臓圓ビルの一般公開にあわせたためである。

以下、出店者と来場者に対してアンケート調査を実施したので、その結果をみていく。

## 3. 結果

### 3.1 出店者調査

「ちず☆ちづ夕市」は12出店者、14台の軽トラックや軽バン、軽自動車という体制で開

表1 出店者の特徴

出店形態	個人：4人
	団体：4団体
	企業：4事業体
参加人数	平均：2.9人
	分布：1～8人
性別	男性：19人
	女性：16人
年齢	平均：53.4歳
	分布：22～78歳
台数	平均：1.4台
	分布：1～3台

注)「台数」には運搬車両を含む。

表2 出店者の販売品目一覧

所属	販売品目
個人A	ネギ、チンゲン菜、水菜、カライトウガラシ
個人B	シロネギ、ジャガイモ、大根、カブ、サトイモ、チンゲン菜、ブロッコリー
個人C	キャベツ、ハウレン草、白菜、餅
個人D	ハウレン草、水菜、チンゲン菜、柿、ユリ根、ムカゴ
団体A	米、ユズ
団体B	キャベツ、大根、米
団体C	ハクサイ、キャベツ、ジャガイモ、タマネギ、チンゲン菜、サトイモ、ネギ、サツマイモ、小豆、黒豆、大豆、もち米、ヤーコン、ムカゴ、トウガラシ
団体D	ヤムノイモ、水菜、ハウレン草、インゲン豆、マツタケ
企業A	米、野菜全般、ズイキイモの茎
企業B	パン
企業C	米（コシヒカリ、ハクトモチ）
企業D	シイタケ、枝豆、トウガラシ

催された（表1）。その内訳は、個人が4出店者で4台、集落組織など各種団体が4出店者で6台、企業が4出店者で4台だった。1出店者あたりの参加人数は1～8人に分布しており、平均は約2.9人だった。性別をみると男性が19人、女性が16人、平均年齢は約53.4歳で22～78歳まで幅広い年齢層が参加していた。当日会場入りした自動車は運搬車を含めると1出店者当たり約1.4台だった。当日の販売品目では、野菜が数量、種類とも圧倒的に多かったが、米、マツタケ、食料加工品、焼きいもなど多種多様な商品が揃えられた（表2）。変わったものでは、しいたけのホダ木が販売されていた。いずれの品目も自家（自社）生産品だった。

出店の動機として最も多く挙げられたのが「企画に共感したから」（43.8%）（小数第2位を四捨五入、百分率の表示に当たっては以下同様に処理した）、次に多かったのが「少しでも売りたいから」（31.3%）であり、生産物の販売先の確保が主要な動機だった（図2）。

当日の来店客数はのべ570人、総売上高は34,0570円であり、客単価は約597.5円だった（図3）。売上高は14,250～54,820円に分布し

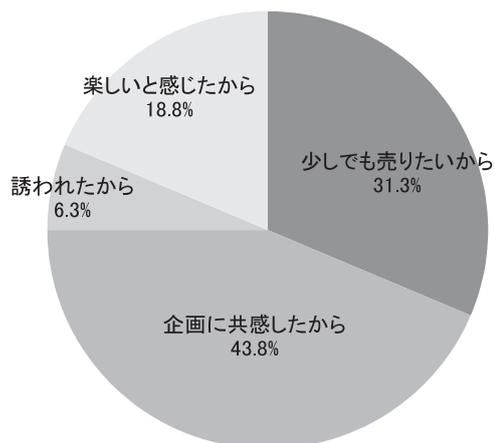


図2 出店の理由（複数回答）

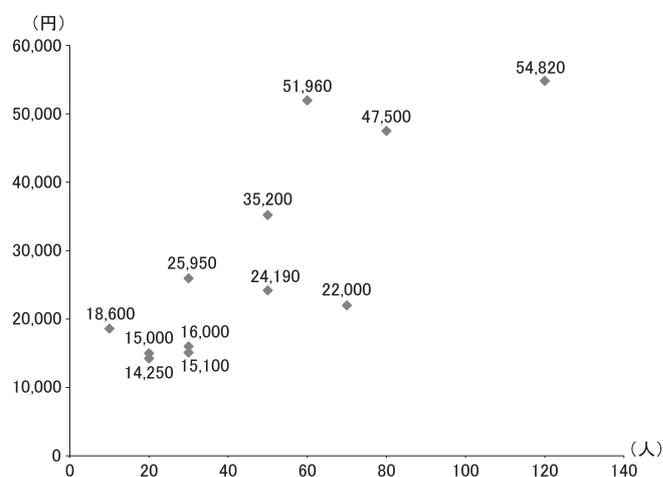


図3 来店客数と売上高の分布

ており、1出店者当たりの売上高は約28,380.8円だった。

次に、「軽トラ市」の継続開催をめぐる出店者の意向をみていこう。第1に、今回は出店料の徴収は行われなかったが、次回以降、出店料の納付が求められた場合、引き続き参加の意思があるかどうかを尋ねたところ、「有料でも参加したい」（45.5%）と「無料なら参加したい」（同）に大きく分かれた（図4）。「有料でも参加したい」と回答した出店者に具体的な金額を聞いたところ、「1,000円未満」が1出店者、「1,000円」が3出店者、「2,000円」が1出店者だった。

第2に、出店可能な年間回数については、「年2回」（50.0%）が最も多く、「年6回」（33.3%）、

「年3回」(8.3%)、「年10回」(同)と続いた(図5)。

第3に、出店に適した季節を尋ねたところ、「11月」(9出店者)が最も多く、「10月」(6出店者)、「5月」(5出店者)、「4月」(4出店者)、「3月」(3出店者)と続いた(図6)。

第4に、今後も引き続き「軽トラ市」を開催する場合、誰が運営の主体となるべきかを尋ねた(図7)。最も多かったのが「商店街など受入側主体」(50.0%)、次いで「役場主体」(33.3%)、「出店者主体」(8.3%)だった。

### 3.2 来場者調査

今回の社会実験では智頭町の協力を得て、町職員とTORC研究員の2人で、来場者に面接式のアンケート調査を実施した。回答者数は29人だった。以下、その結果をみていく。

来場者の居住地は「鳥取市中心部」(75.9%)が4分の3を占めた(図8)。「鳥取市周辺部」(13.8%)や隣接町村の「智頭町」(3.4%)、「岩美町」(3.4%)からの来場者は少なかった。

来場者の交通手段をみると、「徒歩」(37.9%)が最も多く、「自家用車」(31.0%)、「自転車」(27.6%)が続いた(図9)。「徒歩」と「自転

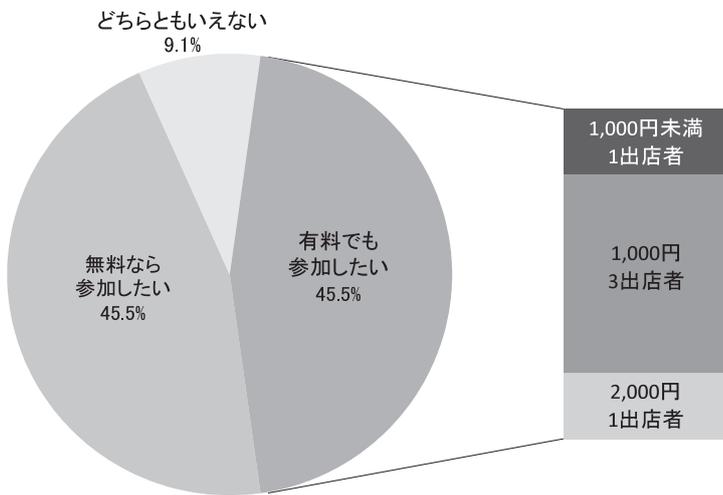


図4 今後の意向①  
—出店料の徴収と出店意志の関係 (N=12)—

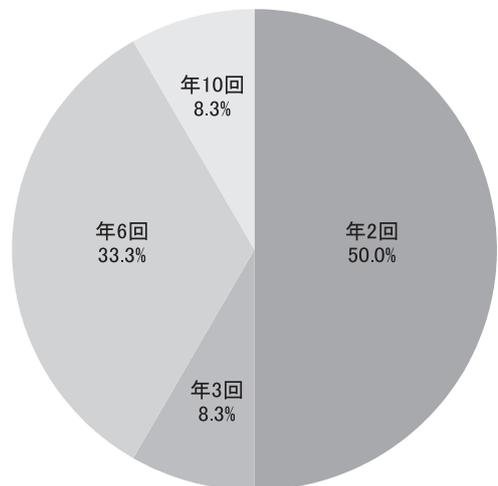


図5 今後の意向②  
—出店可能な年間回数 (N=12)—

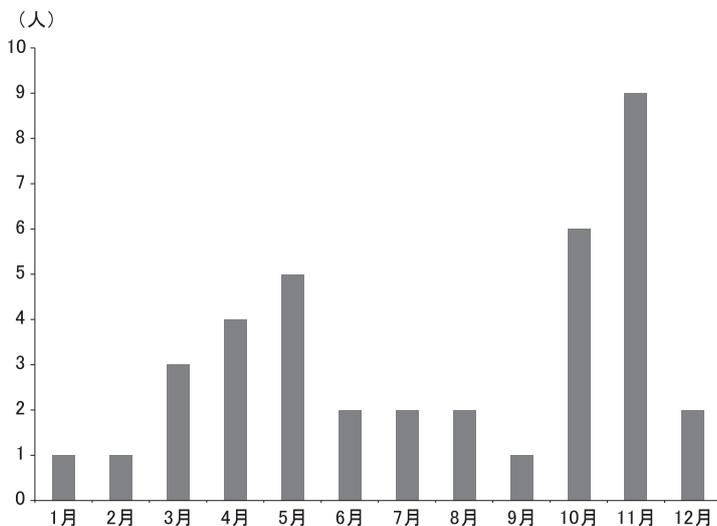


図6 今後の意向③  
—出店に適した季節 (複数回答)—

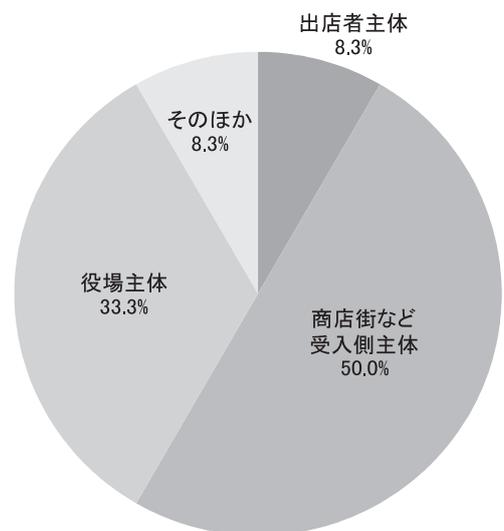


図7 今後の意向④  
—運営主体について (N=12)—

車」が3分の2を占めていることから、会場周辺からの来客が多かったものと推測された。

来場者は「ちず☆ちづ夕市」の開催をどこで知ったのか、その認知経路について尋ねた(図10)。最も多かった回答は「知人の紹介」(34.5%)で、「新聞折り込み」(27.6%)、「パンフレット」(13.8%)、「通りすがり」(同)と続いた。

### 3.3 市街地活性化について

「ちず☆ちづ夕市」の開催に当たって、都市市街地の賑わいをいかに創出していくかも検証課題の一つだった。今回の社会実験では、智頭街道商店街振興組合が商店街活性化の拠点と位置付けている五臓圓ビルの保存・活用に向けた運動に着目し、上記の課題を検証した。検証の結果、五臓圓ビルには通常の倍の約80人が来館し、1日当たりの寄付金額は過去最高を記録したことが明らかとなった。五臓圓ビルの保存・活用に向けた動きを知らながらもなかなか足を運ぶ機会がなかった人や、当日たまたま保存・活用運動の存在を知った人が多数来館したものと推測された。「ちず☆ちづ夕市」をきっかけに、今後の保存・活用運動に弾みが付くことが期待される。

## 4. 考察と若干の提言

「ちず☆ちづ夕市」をきっかけとして、智頭町と智頭街道商店街という歴史的に結ばれていた地域が再び繋がりを取り戻し、持続可能な関係へと発展していく道筋について考えてみたい。

今回の社会実験の結果を振り返ると、「軽トラ市」というツールを用いた森林地域と都市市街地の交流には大きな意義があったものと考えられる。引き続き同様のイベントに参加したいという出店者の意向も強く、また、今回の来場者がリピーターになる可能性も高

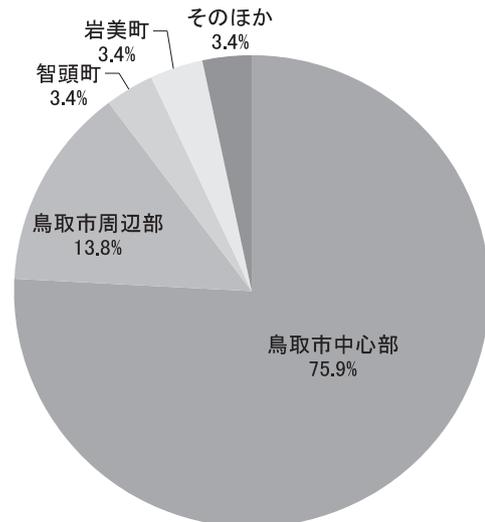


図8 来場者の居住地 (N=29)

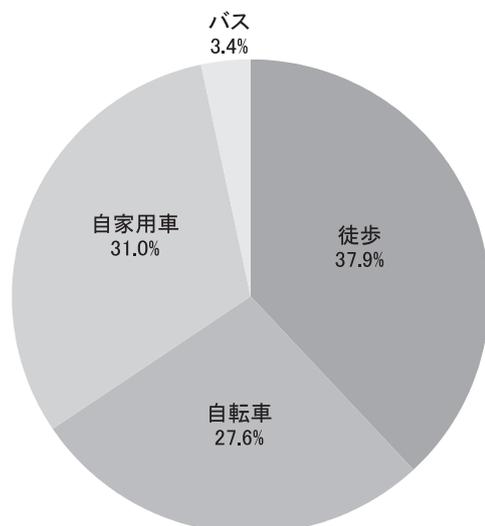


図9 来場者の交通手段 (N=29)

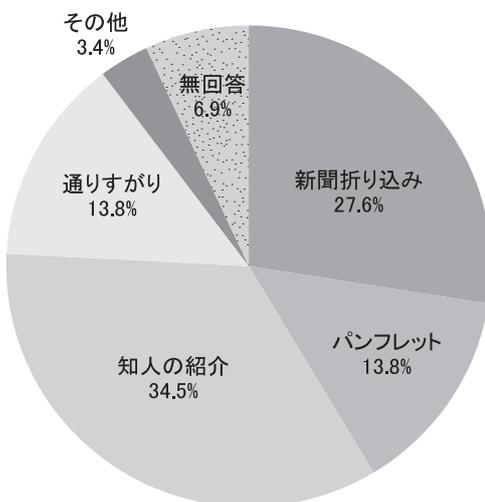


図10 来場者の認知経路 (N=29)

い。さらには、商店街にとっては五臓圓ビルの保存・活用に向けて弾みが付いた。

このような意義をもつ「地域間交流」を今後どのように発展させていくのか。「軽トラ市」の継続的な開催を視野に入れるならば、①経費負担、②出店者調整、③受入調整——の3点を誰が担うのかということが重要な論点となる。

まず、「①経費負担」について考えてみよう。今回のように、会場使用料を無料とし、会場スタッフをボランティアとした場合、「軽トラ市」の開催経費イコール広告宣伝費となる。また、集客に当たって最も重要なのが、来場者調査でも上位となった新聞折り込みである。以下、デザインを自前で行うと仮定して、試算してみよう。

印刷料金は、A4サイズで片面、白黒印刷の場合1枚当たり3円であり、今回と同じく15,000部を刷ると47,250円となる。新聞折り込み料金は、今回と同じように、日本海新聞を通じて会場周辺の5小学校区に14,600部を配布すると、1枚当たり2.5円、計36,500円となる。印刷料金と新聞折り込み料金を合計すると83,750円であり、出店台数を20台とした場合、出店者1台当たりの負担は約4,518円となる。ただし、新聞折り込みではなく、行政関係の広報紙へ掲載したり、町内会を通じて配布するなどの対応をとった場合、出店者1台当たりの負担は約2,362円に下げられる。さらに負担を下げるとすれば、たとえば、他のイベントと共催して印刷経費を分担するなどの対応が考えられよう。

「②出店者調整」は、出店者の募集、車両の配置など「軽トラ市」の開催に当たって最も重要な業務である。今回は智頭町が担ったが、継続的な開催を志向するのであれば、行政に頼らない運営形態が必要となろう。こうした組織の検討が智頭町でも始まっている

が、たとえば、「智頭町軽トラ市協議会」（仮称）といった出店者主体の運営組織を設けることが考えられる。事務局機能は、当初は役場が担うとしても、最終的には出店者が担うべきだろう。その担い手としては個人や各種団体ではなく、販売に熱心で年間を通じて活動できる企業が望ましいものと考えられる。また、「智頭町軽トラ市協議会」は会費を徴収し、広告宣伝費など運営経費を確保する必要があるが、その会費は出店回数に制限を設けない年単位、あるいは出店ごとに徴収するパターンなどが考えられよう。

「③受入調整」では出店場所や会場スタッフの確保が主な作業となる。基本的には受け入れ側、今回の例で言えば、智頭街道商店街振興組合がその担い手となる。しかし、出店者側が主催となる場合は当然出店者が中心となって対応せざるを得ないだろう。会場スタッフについてはボランティアの確保が重要になるものと考えられる。

以上、継続的に開催していくうえでの課題をみてきたが、最後に「再びつながる街道」シリーズとして、若桜街道、鹿野街道においても関係自治体や地区の関係者による「軽トラ市」の開催を提案したい。歴史的に結ばれた森林地域（農村地域）と都市市街地がサステイナブルな関係を構築するうえで、「軽トラ市」は有効なツールであると考えられる。

#### 〈謝辞〉

「ちず☆ちづ夕市」の開催に当たり、智頭街道商店街振興組合、智頭町企画課・建設農林課には多大なるご協力をいただいた。鳥取市市街地活性化協議会事務局には会場整備で大変お世話になった。鳥取商工会議所、山陰合同銀行には会場を快く提供していただいた。記してお礼を申し上げたい。