

(Ⅳ－35) 地域活性化対策としての「定期市」の活用可能性

長岡工業高専 学員 鈴木俊弘
長岡工業高専 正員 湯沢 昭

1. はじめに

現在の地方部における中小都市では、郊外型の大規模ショッピングセンターでの買い物が主流となっており、駅前などに古くからある商店街は、衰退の傾向にあるのが現状である。このような現状を打破するために、長岡市は地下駐車場の整備や駅前の再開発を行っている。しかし、このような整備では十分とは言えず、今後を背負う若い世代がもっと楽しめるような街づくりが必要であると考えられる。

本研究では、日本各地で古来より開催されてきた「定期市」を地域活性化対策一つの核として、その可能性について検討を行うものである。なお、研究対象は新潟県長岡市の「五・十日市」を取り上げ調査を進めた。調査項目は、以下の通りである。

- ①「定期市」の現状把握
- ②「市」出店者を対象としたヒアリング調査
- ③「市」利用者へのアンケート調査
- ④若者に対する「定期市」意識調査
- ⑤フリーマーケット出店者に対するアンケート調査

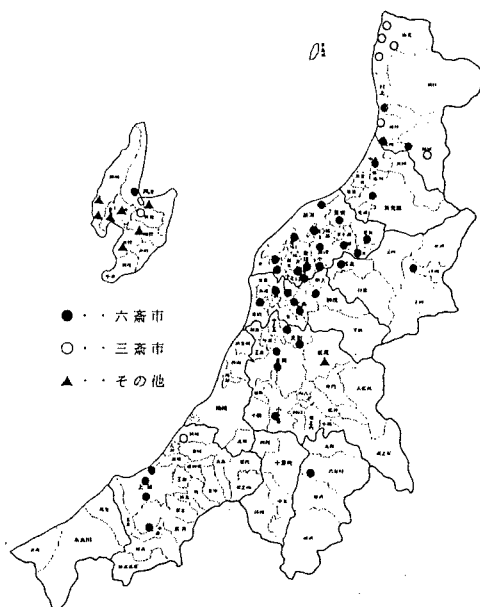
2. 新潟県の「定期市」の現状

新潟県の「定期市」は、北は山北町から南は新井市まで計58カ所現存する(図－1)。「定期市」は大きく分類すると、月に3回開催される「3斎市」と6回開催される「6斎市」に分けられる。新潟県では「6斎市」が41カ所と全体の70%を占め、次いで「3斎市」の8カ所となっている。また、「定期市」の分布を見ると、中越、下越地区に集中している。これは「市」の出店者は、一つの「市」で開催しているのではなく、幾つかの「市」を巡回しているためだと考えられる。

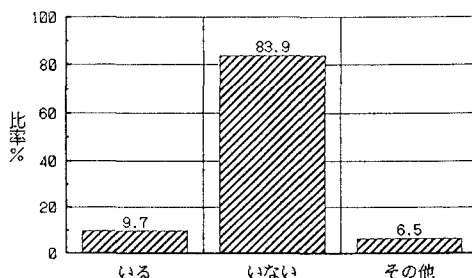
3. 「五・十日市」の現状

(1) 出店者の現状

「五・十日市」に出店している人を対象として「市」の現状把握のためにヒアリング調査を行った(平成7年



図－1 新潟県の「定期市」の分布



図－2 出店者の後継者の有無

5月に実施、計32件の回答)。図－2は、出店者の後継者の有無を表したものである。後継者がいないと答えた人が80%を越えており、後継者不足が深刻な問題となっている。出店者は今後も出店を続けていく意志はあるものの、自分たちの年齢も高く、後継者もいないので、もう何年も出店できないだろうと考えている。これから先のことを考えると、「定期市」の開催自体が困難になってくるということは容易に想像できる。

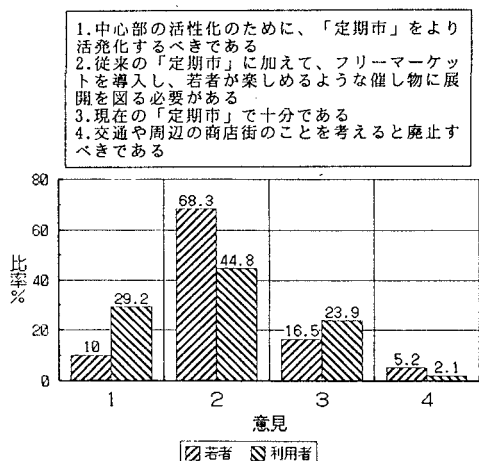


図-3 利用者、若者の「市」に対する今後の意見

(2)利用者の現状

「市」利用者はどのような人であるのかを知るためにアンケート調査を実施した。調査方法は、「市」開催日に現地で直接配布し、後日郵送方式を採用した(平成7年8月に実施、360枚配布、回収数103枚)。利用者の年代は、40～60代といった中高年齢層が全体の80%を占めている。また、自宅からの距離を見てみると1キロ未満が36%となっており、3キロ未満までを含めると全体の55%にもなる。この結果より、定期市の利用者は中高年齢層が多く、若い世代は活用していない。そして、影響範囲は定期市の周辺であり、地域と密着した関係であるということが言える。

4. 若者の評価

若い世代が「定期市」というものに対してどのような認識を持っているのかを調査した。調査対象者は、長岡高専土木工学科の学生と市内の専門学校生である(平成7年9月に調査実施、回収数238)。43%の人が「定期市」の開催自体を「知らない」と回答しており、「利用したことがある」と答えた人は、18%にしか過ぎなかった。また、利用したことがあると答えた人でも、利用回数が「5回未満」と回答した人が67%にもなり、利用した人でもたまたま利用したのが3分の2であるという結果となった。

次に、利用者と若者に今後の「市」がどのような姿になるのが望ましいかを4つの整備意見より選んでもらったものが図-3である。これを見てみると利用者、

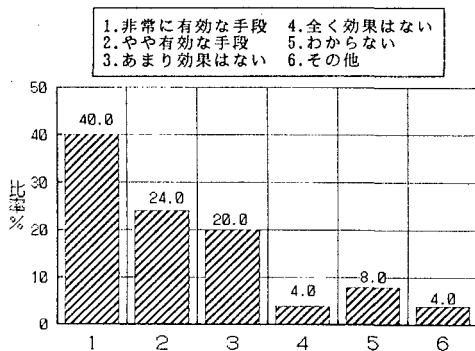


図-4 フリーマーケットの地域活性化への影響

若者ともに「2.従来のフリーマーケット等を導入し、若者が楽しめるような催し物に展開を図る必要がある」という意見が最も支持された。特に若者はこの意見に対して約70%の支持があり、今後「定期市」を若者も参加できるように改善を望んでいると考えられる。

5. フリーマーケットの現状

「定期市」とは別に開催されたフリーマーケットの出店者に対してアンケート調査を行った。調査方法は、直接配布60枚、後日郵送方式(平成7年10月に実施、回収数25枚) 調査内容は、利用した客層などである。図-4は、フリーマーケットが地域活性化につながるかどうかを答えてもらったものである。「1.非常に有効」「2.やや有効」と答えたのがあわせて65%となった。また、フリーマーケットを利用した人の客層を見ると、「定期市」を利用した年代よりも若くなっている。

6. まとめ

以上より得られた結論は以下の通りである。

- ①「定期市」の出店者は後継者不足が深刻な問題となっており、今後のことを考えると開催自体が危うくなっている。
 - ②「定期市」利用者は中高年齢層が多く、周辺住民である。
 - ③若者は「定期市」の存在を知らない人も少なくなく、余り利用をしていない。
 - ④利用者、若者ともに「定期市」を利用した地域活性化には「フリーマーケットの導入」等の対策が必要と考えている。
 - ⑤フリーマーケットは、若い世代もたくさん参加しているので、地域活性の重要なキーワードとなる。
- その他の詳細については、講演時に報告する。