

まちづくりに効果的な朝市の考察 ～山梨県内の朝市における出店者調査に基づいて～

山梨大学工学部土木環境工学科 学生会員 ○山上 泰史
山梨大学大学院医学工学総合研究部 正会員 大山 勲

1 はじめに

1-1 背景

朝市では、生産者と購入者が直接触れ合え、その土地独自の商品が売られている。また、単に出店者の収入増だけでなく、その土地独自の商品開発、起業、市民協働まちづくりへの契機となることが期待される。

1-2 目的

本研究は、朝市が出店者に対し、どのような効果をもたらし、出店者がそのように朝市を利用しようとしているのかを把握することで、まちづくりに効果的な朝市を考察することを目的とする。

1-3 方法

活動の実態把握を行うために、山梨県内の朝市の朝市主催者と、各朝市で毎回出店している店の中で、地元特産物を取り扱っている店、手作りの商品を取り扱っている店の計 8 名にヒアリング調査を行なう。

1-4 対象とした朝市

山梨県内の朝市の中で、観光客が多い「かつぬま朝市」、「やまなし朝の市」を対象とする。

「やまなし朝の市」においては、「やまなし朝の市の会」が運営する常設店「ひとやすみ」に置かれている商品も対象とする。以下にも示すが、この店の商品には朝市出店者が出品しているものも揃えられているため、「ひとやすみ」もやまなし朝の市に関係すると考えたからである。

2 朝市について

2-1 かつぬま朝市

歴史

かつぬま朝市は、新興住宅地の中でのテント 1 つの店から始まり、今年で 6 年目になる。

桃や葡萄農家が多いこの土地は、夏は農繁期に当たするため、客も出店者も集まらなかった。そのため、主催者は途中で何度もやめようと思った。また、「朝市＝野菜」という考えで始めたものの、半分近くが売れ残り、近所に配って終わっていた。

そこで、夏に多く訪れる観光客をターゲットにも入れ、『朝早くから野菜を売る』という朝市への固定概念に囚われずに『月に 1 回、楽しいことができれば』という気持ちで 3 年前の第 20 回朝市を機に、場所を変えてスタートした。

表 1: かつぬま朝市の概要

朝市名	かつぬま朝市
主催者	勝沼朝市会
開催頻度	毎月第一日曜 (1月は休み、11月は文化の日開催)
開催時間	午前9時～正午
開催場所	シャトレーゼ勝沼ワイナリー駐車場
駐車場	約250台
出店数	35～50店
ターゲット	観光客、地元住民
入り込み数	不明(季節による変動が大きい)
準備	前日18～20時、当日の4時～
店舗レイアウト	円形
開催告知	HP、チラシ(甲州市近郊手配り800枚)、看板など
主な商品	野菜、果物、加工食品、クラフト品、木工品、ワインセミナー、絵画、オーガニック、観光案内、花、パフォーマンス、フリーペーパーなど
出店方法	主催者に連絡、もしくは当日参加のプチ出店
出店者の特徴	趣味の人、農家、業者、子供、観光客

2-2 山梨市朝の市

歴史

山梨市朝の市は今年で 2 年目になる。山梨市朝の市の会がかつぬま朝市で出店後、山梨市で朝市を開催した。開催日がかつぬま朝市と重ならないため、かつぬま朝市に出店しているお店が多く見られる。

また、山梨市朝の市の会から、“朝市だけでは物足

りない”、“せっかく、駅前が整備されたのにこのままでは寂しい”という意見が出たのと、朝市の活動が評価されて、県からの補助金を得ることができたので、「山梨市朝の市の会」が「ひとやすみ」という常設店を山梨市駅前に2007年10月開業。朝市に関わる女性たちが駅前を活性化しようと立ち上げた「コミュニティービジネス」のまちづくり活動。個性豊かな商品が並び、「朝市」の出店者からは新鮮な野菜が届き、また桃やぶどうの菓子や加工食品もある。駅前の貴重な喫茶コーナーとしても利用されている。今後の地域の盛り上がりへの寄与が期待される店である。

表2: 山梨市朝の市の概要

朝市名	山梨市朝の市
主催者	山梨市朝の市の会
開催頻度	毎月第二日曜(1月は休み)
開催時間	午前8時～正午
開催場所	JR山梨市駅前広場
駐車場	約20台
出店数	10～15店
ターゲット	地元住民、観光客
入り込み数	不明(季節による変動が大きい)
店舗レイアウト	コの字形
主な商品	野菜、果物、加工品、花、クラフト品、木工品、干物、観光案内、包丁研ぎ、陶器など

3 ヒアリング事例

以下の表の6店にヒアリング調査を行なった。この6店は、朝市主催者から紹介された店や、すでに朝市を契機として起業した店、これから起業しようとしている店を対象とした。

質問項目は、

- 1) 朝市が契機になったと考えられること
- 2) 朝市での意識の変化
- 3) 現在の状況について、把握できる範囲でヒアリングを行なった。

表3: 出店者の概要

事例	商品	出店朝市	出店者	常設店	初出店	地場商品
① パンテール	天然酵母パン	かつぬま	1～2人	あり	3年前	
② 日々	シフォンケーキ	かつぬま、山梨	2人(夫婦)	検討中	おとし12月	
③ ふうちゃん	林檎、林檎ジュース	かつぬま、山梨	2人(夫婦)	なし	1年前	
④ あいあいクラブ	手作り蒟蒻	かつぬま	主婦6人	なし		こんにゃく芋からの手作り
⑤ 河村さん	陶器	山梨	制作者本人	あり		葡萄の枝から作った作品
⑥ 味噌工房	手作り味噌	かつぬま、玉穂	1人	あり	1年前	甲州みそ

1) : 朝市への出店がパン屋開業へのきっかけ。

3-1 事例①パンテール

最初はパン屋を始めることに反対していた身の回りの人たちに、朝市での一生懸命な姿が伝わり、納得してもらえた。そして、パン屋開業という夢を叶えることができた。

1) : 漠然とした夢が朝市で具現化。

7～8年、パンに関して働いていて、パンは作れる、というのがあり、いつかは生まれ育った勝沼でやりたいなという思いが漠然とあった。観光地である勝沼に出す店で楽しませることが私にもできればという思いと朝市がちょうどつながり、前へ進めてくれた。

2) : 朝市はいい経験、いい練習になった。

「まだお店を出せないなら、朝市で試して今後のきっかけに使ってほしい」と言われたので、気軽に出店できた。現在はそのような人が増えたように感じる。

3) : 年齢層の違う人と交流できる。

人と人とのつながりが最近薄くなってきていると感じるが、朝市は、会話から入り段々と付き合いが深くなれるコミュニティの場になっている。

3) : 県内の人に向けての広告になっている。

「この前朝市で食べた」、「朝市の帰りにお店に来てみた」という客が多く、店と朝市の相乗効果を感じる。

3-2 事例②日々

1) : 朝市から委託販売へつながった。

朝市がきっかけで、委託販売や、商品を置かせてくれるところが増えた。朝市以外にも売れるチャンネルが増えたことは大きいと感じる。

1) : 朝市での売り上げに手応え。作業場を構えた。

「素人が家で趣味として作っている」というスタイルだが、実は様々なところに卸している。そし

3) : 客からの声が直接聞ける。

て、ちゃんと稼げるようになってきている。
→ちゃんとした「商売」という形にしようと思う。
2008年には店を出したい。朝市以外には客の声が聞ける窓口はない。苦情もあるが、原動力となる嬉しい言葉が多く聞ける。

3) : 接客・商品のテストになる。宣伝にも使える。

いきなり店を構えて宣伝するより、自分で商売したいと思う人にはいい機会。特に初めての人にはいい場になっている。

3) : 材料などに無理にこだわるより「安くて、誰でも食べられ、広くいきわたる」がコンセプト。

朝市だからこそ安く売りたい。国産の小麦粉などを使って作るよりも、みんなが喜ぶお菓子を作り、間接的ではあるものの、まちに貢献したいと思う。

3-3 事例③ふうちゃん1) : 出店することが夫婦間の契機だった

勤めがあるご主人と農家の奥さんが休みがあったときに「何かしたい」と思い始めたのが朝市への出店だった。

2) : 客からの声は実家のりんご作りの励みになる

弟が継いだ実家のりんご農家に客から届いた声を伝えると、とても励みになっているようだ。

3) : 出店するのが楽しみ。まちに貢献したいと思うようにもなれた。

出店することで、自分自身はもちろん、まわりも楽しい、おいしいと思ってもらいたいし、商品を通じて故郷長野県のPRにもなれば嬉しい。

3-4 事例④あいあいクラブ1) : 朝市のための準備時間が楽しい。

手作りの品を数名で売っているの、前日からのメンバーで行なう仕込みの時間を楽しみにしている人もいる。そこから人の輪がひろがる。

3-5 事例⑤河村さん3) : 地元色の濃い、2つとない商品を。

葡萄畑の枝を剪定して灰にしたものから焼き上げている。地元勝沼らしい作品であり、再利用することで、エコ活動にもなっているのではないかと。また、消毒の具合によって焼き上がりの色が違うため、2つとして同じものがない。

3-6 事例⑥味噌工房1) : 人の輪が広まり、情報交換ができる

直接、注文してくれる客が増え、県外への発送が増えた。出店者同士でも情報交換できるようになり、販売の仕方、商品への思いを勉強している。

2) 他の出店者と商品開発をし、互いの店をPR

自分の店と他の店にある商品を出し合い、一緒に商品開発を行なった。売る時や、材料を説明する時などに、互いの店をPRした。

3) : 原料にこだわり、子供たちのために。

実家で造っていた味噌を子供達に味わせたいと思い、造り始めた。出来上がった味噌を近所に分けたところ、好評で造る量も増え、工場をつくるに至った。手造りにこだわる小さい工場だが、妥協のない「安心で美味しい味噌」を造る事が出来ている。

4 まとめ・考察**4-1 地域やそこに住む人々に向けた店の存在。**

事例②、③、⑥から解るように、出店しようとした時の思いや、根底にある考えは「地域の役に立ちたい」というものであった。

そのような考えから、そこに来る人の笑顔が見たかったり、その土地のものを商品に使用したり、結果的に地域の人々の間で評判になったものなどに分けられる。

4-2 朝市は練習やテストの場

事例①、②から解るように、朝市は販売や接客の練習、商品開発などの場になり得る。月に1回の開催なので、接客が苦手だった人でも、苦痛と感じるより「月に1回なので頑張ろう」という思いで望める。

また、朝市出店者同士で材料を出し合い、商品開発を行なう店も見られる。

4-3 朝市には宣伝効果が期待できる

事例①、②から解るように今から何かを始めようとする人たちにとっては、朝市でスタートを切ることにより、その土地の人々に知ってもらうことにつながる。また、事例⑤、⑥から解るようにお店をもっている人にとっても宣伝効果が得られるし、それを目的とした店もある。

また、事例③のように、自身の店の宣伝効果よ

りも、故郷の名産をPRしている店もある。

4-5 朝市が様々なきっかけを与えている

事例①、②、③、④、⑥から解るように、朝市は出店者への契機作りの場となっている。

それは、起業やコミュニティや委託販売や夫婦間の休日の過ごし方、さらには売り上げ増など多岐に渡っている。

表 4: 朝市をしてみてよかったこと

パンテール	漠然とした夢が朝市で具現化した 年齢層の違う人と交流できた 朝市はいい経験、いい練習になった 朝市への出店がパン屋開業のきっかけ 県内の人に向けての広告になっている
日々	客からの声が直接聞ける 朝市は練習、接客・商品のテストになる 宣伝に使えている 朝市から委託販売へつながった 売れ行きに手ごたえを感じた
ふうちゃん	夫婦間の休日の楽しみ 実家のりんご作りの励みになっている 色々な人との情報交換の場
あいあいクラブ	準備する時間が楽しい
河村さん	商品を知ってもらえる
味噌工房	人の和が広がった 情報交換ができる 出店者同士で商品開発できた リピーターが増えた

5 おわりに

以上の点から、朝市の効果というのは、以下のようによまとめられる。

- (1) 生産者と購入者が直接触れ合え、その土地独自の商品が売られていることについて、事例②、③に見られるように、生産者と購入者が直接顔を合わせることができるのは朝市の強みと言え、出店者側は購入者からの声が生産・出店の励みになっていると言えるが、必ずしもそのことが地場商品につながっているとはいえない。

地場商品は、出店者個人の思いが強いものが出店されていて、事例⑥で見られるように、出店者同士で、商品開発が行なわれる場合もある。

- (2) 出店者の収入増だけでなく、その土地独自の商品開発や、市民協働まちづくり、出店者の起業への契機となることについて、事例⑥で見られるように、商品開発につながっている。また、事例①、②に見られるように、出店者の起業に

は朝市が大きな効果をもたらしていると考えられる。ただし、市民協働まちづくりについては今回の研究においては把握できなかった。

よって、まちづくりに結びつく朝市のあり方の考察としては、

- (1) 宣伝効果が期待でき、出店者が販売や売り上げに手応えを感じるほどの集客・売上げがある朝市。
- (2) オープンなスタイルで誰もが気軽に参加でき、出店者同士がよい関係を保てる、朝市主催者も楽しみながら長く運営できる朝市。

以上のことが考えられる。

出店者が持つまちへの思いを商品や宣伝で反映し、十分な効果が得られるために集客は必要であり、また、出店者が今後起業することでまちづくりに間接的に寄与できるように、契機作りのできる朝市が、よりまちづくりに効果的な朝市といえるからである。

しかし、そういった朝市には、観光客に向けた商品が少なく、観光客側が期待する名産品を並べたような朝市にはなっていない。そこを観光客が「期待を裏切られた」とがっかりするのではなく、「その土地の特色である」と理解し、出店者と交流していくべきなのではないかと考える。

今後の研究では、この他の出店者への調査、朝市利用者の調査をすることにより、さらに朝市の実態が把握できるのではないかと考える。

参考文献

「住民の認識からさぐる 輪島朝市の今後についての一考察」(金沢大学 長友里恵、高橋功太郎)