

来場者と出店者にとっての青空市の意義 ～しずくいし軽トラック市を事例として～  
Significance of Open air market for Visitors and Sellers

下黒沢朝光\*， 広田純一\*\*

SHIMOKUROSAWA Tomomitsu, HIROTA Junichi

### 1. はじめに

現在、商店街に賑わいをもたらし、地元農産物を手軽に購入できる場として青空市が人気である。しかし、買物だけを考えた場合は、品揃えが豊富で価格も安く、毎日営業しているスーパーマーケットや大型量販店で十分であり、安くて新鮮な野菜は農産物直売所(産直)で容易に手に入る。また、出店側にしても、たまにしか行われぬ青空市に出荷するより毎日営業している産直に出荷する方が売上を期待できるはずである。それにも関わらず、青空市に多くの来場者と出店者が集まるのはなぜだろうか。本研究では、青空市に集まる来場者と出店者の事情を、聞き取り調査，アンケート調査，参与観察調査によって明らかにし、両者にとっての青空市の意義を考察する。

なおここで扱う青空市とは、野外で野菜や加工食品、日用品等を出店者が持ち寄り売買する市の一形態で、専用の売り場を持たず、予め決められた日のみに開催し、会計は出店者ごとに個別に行われるものを言う。

### 2. しずくいし軽トラック市の概要

岩手県雫石町の中心商店街で毎月1回開催されている青空市で、出店者が軽トラックの荷台で商品を販売する形態に注目が集まり、「軽トラ市」として親しまれている。<sup>1)</sup>2005年に始まり、2008年には年間の出店者延べ480団体、来場者2万人を数えるまでになった。運営主体はTMO雫石商工会、5月から11月までの第1日曜日に(9月のみ第3日曜にも)開催され、午前9時から午後1時までの営業である。

### 3. 来場者の動向

来場者の来場目的等を明らかにするために2009年9月6日・20日、10月4日、11月1日の計4回、現地で面接方式のアンケート調査を行った。調査員は延べ33人、回収数833、うち有効回答数811(91.6%)であった。

(1) 回答者の属性(表1参照)

(2) 年代別の来場目的(図1) 「珍しいもの探し」、「安く買物」、「賑わう雰囲気」がどの年代でも多い(12~18%)。また、「出店者と話す」、「知り合いと会う」、「賑わう雰囲気」、「イベント参加」といった出会いやコミュニケーションに関する目的を合計するとどの年代でも25~40%を占め、軽トラ市が単なる買物の場ではないことが伺われる。年代別では、30代以上は「珍しいもの探し」から「地元の商品」までの買物に関する回答が多いのに対し、20代以下では「賑わう雰囲気

表1 来場者の属性  
Attribution of respondents

属性	項目	回答数	割合
性別	男	286	36
	女	514	64
	小計	800	100
住所	町内	456	57
	県中央	220	27
	その他県内	52	6
	県外	45	6
	未回答	33	4
	小計	806	100
交通手段	徒歩・自転車	274	34
	車・バス等	532	66
	小計	806	100

\*岩手大学院農学研究科 Graduate school of Agriculture, Iwate University

\*\*岩手大学農学 Faculty of Agriculture, Iwate University

キーワード：青空市，朝市，農産物直売

気」と「イベント参加」の回答が多い。  
 (3) 年代別の購入品目(図2) 40~60代では「野菜」から「山菜」までの食料の購入が多く、60~70%を占める。他方、20代以下では「軽食・菓子」が圧倒的に多く、際立った特徴を見せている。また、70代以上は「花」、「生活雑貨」、「衣料品」など食料以外の購入が多い。30代はその中間である。

(4) 購入品目別の来場目的 「安く買物」、「新鮮な商品」という目的と「野菜」の購入、および「賑わう雰囲気」、「イベント参加」という目的と「軽食・菓子」の購入に有意差が認められた。

(5) 小活 来場者は単なる買い物のためだけに軽トラ市を訪れているのではなく、新しい商品や人との出会い、あるいは雰囲気を楽しんでいる実態が明らかになった。

#### 4. 出店者側の事情

2009年の全出店者90団体のうち、購入品目で多く回答されている「野菜」、「加工食品」、「軽食」、「海産物」を販売する出店者9団体に対して聞き取り調査を行った。(1)売上に占める軽トラ市での販売額は5~16%の割合であり、必ずしも多くはない。(2)しかし、市場価格は変動するのに対して、軽トラ市では付け値で販売できるメリットがある。また、1回の売上が大きく、毎月決まった収入を見込める点もメリットである。(3)値引きをしない代わりに、おまけや商品の知識など買い手の為になる会話で購入してもらおう。(4)客とのやり取りを通じて、新たな注文を獲得したり、同業者から新たな出店先の情報や評判を得られる。(5)来場者からの評価が自信につながり、活動継続の原動力になることや、消費者のニーズをつかまえる機会になっている。

#### 5. まとめ

来場者と出店者にとっての青空市の意義は、青空市が来場者同志、出店者同志、そして両者の出会いとコミュニケーションの場となっていることがうかがわれる。青空市での対面式の売買は、来場者にとっては、通常の買い物のほかに、「珍しいもの探し」であったり、出店者からの「おまけ」や豊富な商品知識に基づく会話を楽しむ場でもある。他方、出店者にとっては、安定的な収入の場であるとともに、消費者のニーズを掴む場であり、同業者や来場者からの情報収集や顔つなぎの場でもある。そして両者が入り交じる市<sup>いち</sup>の場自体が賑わい創造の源泉であり、これが両者、とりわけ来場者のもう一つの魅力ともなっている。こうした青空市の意義をより効果的に発現させるには、出会いとコミュニケーションのいっそうの充実が必要であり、その具体的な方法については引き続き検討を進めていく予定である。

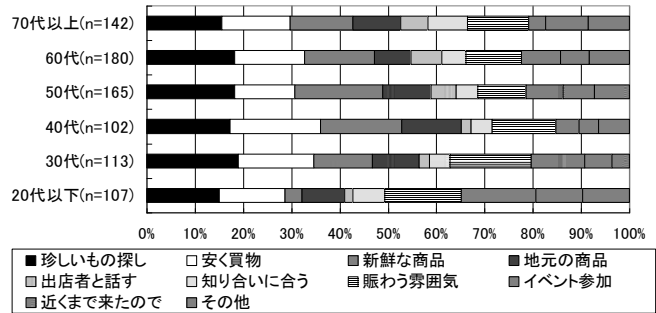


図-1 年代別の来場目的  
Purpose of visit for generation

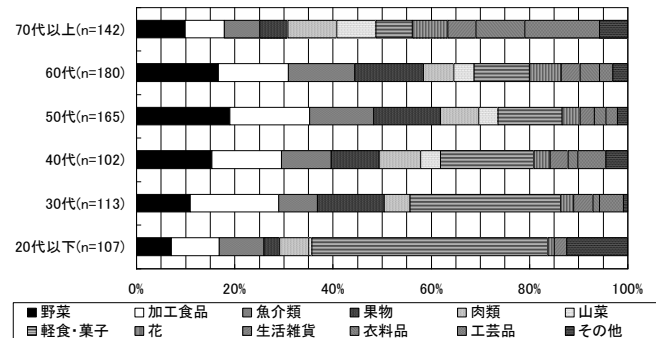


図-2 年代別の購入品目  
Goods of purchase for generation