

しんしろ軽トラ市「のんほいロット」

一 地域商店街の再生への取り組み

愛知県新城市

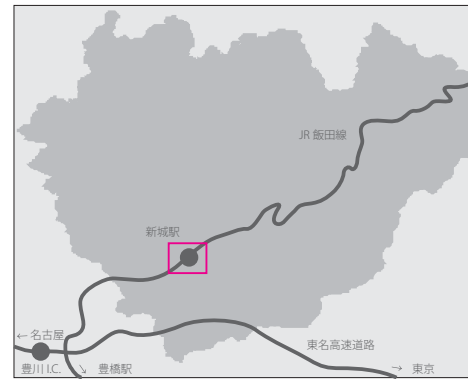


商店街に軽トラが並び、多くの来場者で賑わう



地元の新鮮な野菜は大人気

新城市、新城市商工会によって毎月第4日曜日に開催される軽トラックによる市場。衰退した商店街に人を呼び込み、復活への気運を高めるための、「メディア」としての軽トラ市が開かれている。新城市周辺から約60台の軽トラが集まり、普段静かな商店街に、賑やかな市場が現れる。



愛知県新城市

愛知県新城市は愛知県の東の端に位置する。499 km²の面積を有する新城市は、県内2番目の広さを持つ市である。その大部分は森林で構成されており、市の中央を流れる豊川と合わせて、豊かな自然の広がる地域である。2005年に新城市、鳳来町、作手村の新設合併により誕生した。

面積・人口

面積：499.00 km²

人口：50,746人、世帯数16,643（2010年10月現在）

人口密度：101.7人/km²

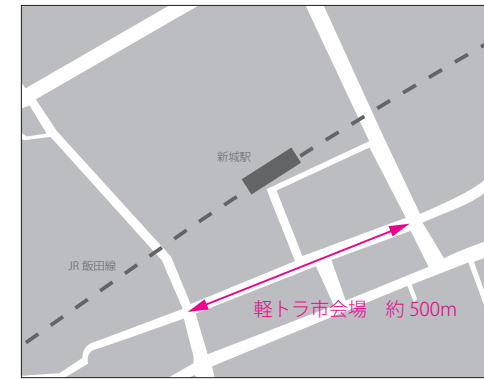
年齢3区分別人口：0-14歳6,268人（12.4%）
15-64歳30,386人（59.9%）
65歳以上14,092人（27.8%）

歴史

江戸時代、新城は伊那街道の主要な町で、馬の背の陸運と豊川を活かした川船の舟運の結節点として栄えた。当時の新城の様子は、往来する馬を浪にたとえ、その馬の浪が入ったり出たりする山の湊であると表現した、「山湊馬浪」という言葉で表される。また物資を運んで豊川を上下する川舟の様子からも、山の湊という表現は、まさにその通りであった。交通の結節点であり、物資が集散する新城の商いは、大変賑やかなものであった。

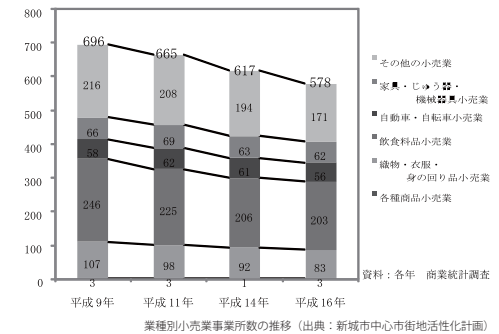


JR 新城駅



産業

豊川沿いに田畑が広がっており、鶏肉や野菜が多く生産されている。米や果物なども比較的生産額が高い。戦後、工業団地が多数造成され、農業中心の産業構造からの転換が行われた。合併前から、旧新城市部では新城駅周辺、旧鳳来町部では三河大野駅周辺の商店街が地域を支えていたが、近年は国道沿いのロードサイドショップに客を奪われ、駅前商店街は衰退の道をたどっている。



交通

豊橋駅から新城駅まで JR 飯田線で30分、東名高速道路の豊川インターチェンジから中心市街地まで車で20分と、名古屋はもちろん、東京からのアクセスも比較的良好。

地域内交通

・路線バス（豊鉄バス）
・市町村営バス・コミュニティバス（新城市Sバス・市営バス）
これらのバスはほとんどがJRの駅に接続されており、本数も1日3本以上は運行されている。このことに加え、JR 飯田線が市中心を貫いており、公共交通が充実していないわけではない。

それでも駅前の商店街の衰退が見られるのは、車社会によるロードサイドショップへの集客に対して、商店街が魅力を打ち出せず、対抗する力を失ってしまったからである。地方都市の中心市街地衰退の典型的な例である。



陶器や観葉植物を売るお店

メディアとしての軽トラ市

軽トラの荷台をお店にして、多種多様なものを運んできたまま対面販売するという、軽トラックによる市場、軽トラ市。生産者と消費者のお互いの顔が見え、会話を楽しみながら買い物が楽しめる。この安心感こそ最大の魅力である。市の人口5万人に対して、軽トラ市の来場者数は9:00~12:30の開催時間内で3000人。天気は左右されるものの、人を集めている。

「のんほいルロット」の目的は駅前商店街の復活の可能性を広げることである。数年前からシャッターが増え始めた商店街をどうにか立て直そうと、地元の商工会が立ち上がり軽トラ市は始まった。彼らがこのイベントを通じて期待していることは、お買い物にきた来場者に軽トラの両脇に並ぶ既存の商店街も見ってもらうこと、そして軽トラ市に触発されて、周辺の店が軒先に商品を並べたり、合わせてセールを行ったりすることである。活気のある商売がいかにも生活に楽しみをもたらすか、ということ商店街の方々に現実の出来事として伝える効果を狙っているのである。

新城のまちを元気にする即効性のあるイベントとしてだけでなく、人・モノ・情報を集め、商店街の潜在能力を引き出すきっかけを提供するメディアとしての役割が、軽トラ市には課せられている。



軒先にテントを出していた商店街の呉服店

ビジネスチャンスがあるまちへ

軽トラ市はまちおこしの1つのカタチとして始まった。10年前、商工会のメンバーを中心に、衰退しつつある中心市街地を元気にしようと、まちづくり会社が設立された。市が50%、市民が50%(1人当たり10万円)を出資し、さらに800万円の補助金を得て、活動はスタートした。まちづくりコンサルタントによるレクチャーを開くなど、精力的に活動は展開された。

そんな中、手軽に商店を出現させることができるという点、空き店舗は住空間として使われており、再び商いの空間として活用しにくい点、この2点から軽トラ市を新城でも開いてはどうか、という考えに至った。商都新城の歴史を表した「山湊馬浪」という言葉も、うまくその思いに重なった。往事の活気を取り戻すため、浪のごとく街中に溢れた馬を現代の荷車“軽トラック”に置き換え、地域資源を売る市場とすることで、新たな新城ブランドを作り上げようとしたのである。すでに軽トラ市が行われていた宮崎県川南町、岩手県雫石町を視察したり、社会実験をしたりして、準備を進めていった。準備開始から1年経った2010年3月、第1回「のんほいルロット」が開催されるに至った。

「のんほい」とはこの地方の方言で、「やあ」「おい」「ねえ」など呼びかける時に使う言葉である。一方、「ルロット」とはタヒチ名物の屋台レストラン広場のことである。タヒチでは、若い料理人は修行のため、軽自動車を使って屋台を開くという。この親しみやすい響きによって、新城というブランドを全国に発信していくという強い意志が感じられる。「ルロット」という言葉が全国に知れ渡り、全国各地で軽トラによるルロットが開かれるようになって欲しい。」と実行委員会の方は語っている。また、「のんほいルロット」には「のんすけ」という可愛いキャラクターもあり、メディアとしての軽トラ市の確立を目指している。

「若者が起業するような土壌を作りたい。ビジネスチャンスがあるまちにしたい。」という商工会の方の話にあるように、「のんほいルロット」は、新城の将来を見据えて進められているのである。

市場、市民の場、市民の庭

8:30から商店街の交通規制が始まり、続々と出店者が軽トラで会場にやってくる。慌ただしい準備を終え9:00から「のんほいルロット」はスタートする。出店料は1台につき2000円。初めて参加する場合は3000円である。これだけ払えば出店者は半日その場所で約3000人を相手に商売できるのである。その手軽さもあって、第8回「のんほいルロット」では62台が出店した。道路の関係上、これ以上の台数は厳しいようである。野菜や魚といった地域の特産物を中心に、中には端切れの布や木材、金魚すくいクラフト作品まで、様々なものが販売されている。普段から商売をやっている店舗が、遠征して軽トラ市で販売している場合が多いが、その一方で趣味で育てた野菜や、自ら作った作品を売っている人もいる。出店者の背景は様々であり、モノを売ることだけが目的に

ならず、買い手も売り手も楽しめる空間がそこにはあった。「市場」とは「市庭」とも表せる。モノの取引を行うだけでなく、そこは市民の庭であり、人々が集まり、楽しむことができる空間なのである。軽トラ市に出店すること、買い物に出かけること、双方の行為が生むコミュニケーションがそこにはあり、それがまちを元気にしていく可能性を「のんほいルロット」は見せてくれた。

商店街を見せる

商店街を見てもらうことが一番の目的であるため、「のんほいルロット」に出店する軽トラは、道路の片側車線に一列に並ぶ。もう片方の車線は歩行者専用路となり、歩行者が商店街の既存の商店を見やすく、そして入りやすくするためにである。1回ごとに軽トラが停まる車線を変えることで、道路の両側の商店が公平に来場者と接することができる仕組みになっている。「のんほいルロット」をメディアと捉え、商店街の復活を目指す、商工会の信念が伺える。



片側1車線に並ぶ軽トラと歩行者路



出店店舗と配置を示した看板



キャラクターの「のんすけ」とロゴ
出典：のんほいルロット web site

課題と展望

商店街の再生を目指して始まったこの軽トラ市。たとえ月に1回でも販売チャンスが獲得できることは重要なことだが、まだこの軽トラ市の効果は数字には表れていない。また、商工会への加入率は62%と依然として少ないままである。商工会が出店者への新規加入を促している状況である。

このような課題はあるものの、軽トラ市に関しては市からの資金援助がない中、まちづくりセミナーの参加者のボランティアなどをうまく活かしながら継続しており、持続性のあるイベントになりつつある。準備段階では大きな壁となっていた道路使用の問題も、市や県とうまく調整を計りながら進めている。

現在は来場者の8割が地元住民であり、まだ新城ブランドの確立には時間がかかりそうだが、新しくできるIC.を利用し、地元のを広く全国に展開していく計画をしている。自らのまちの資源や歴史を見つめ直し、住民の力でまちの再生を試みている「のんほいルロット」の取り組みは、軽トラ市に関係なく、どこのまちにも参考になるものである。

一考察一

魅力ある空間を見せる

新城の取り組みで注目すべきは、イベントを単なる賑やかな場で終わらせるのではなく、それが周囲に与える影響・刺激をきちんと見据えている点である。賑わいのある楽しい商店街を、一時的でもいいので作り、そして見せることに意味がある。人は魅力ある空間を頭で理解すると同時に、体で感じている。その感覚が活動への原動力となることは多い。あんな空間をまた作りたい、もっと身近に作りたい、という思いはまちを動かす力になり得るのである。

商店街の役割

商店街は店舗が集積し、住民が生活に必要なものを買っていく場である。しかしそれだけでなく、商店街は駅から家の帰り道に通る場所であり、家から学校への通学路でもあった。単に買い物をするだけでなく、様々な人が通り過ぎ、時間を過ごし、会話をしていく、人と人が出会う場所であった。買い物という行為を軸にしながらも、人々が語り、休み、憩う、そういう都市空間であった。その商店街を日本全国の都市が失いつつあることは、都市の生活者にとって大きな損失である。都市での移動が困難になり、買い物も十分にできない高齢者に限らず、これから社会でのコミュニケーションを学んでいく子ども達や、会社から疲れて帰ってきたサラリーマンにとってさえも、損失と言える。

商店街を再生すること、新たな商店街のカタチを築いていくこと、これが今求められていることである。

データ参照、図引用

新城市 <http://www.city.shinshiro.aichi.jp/>

のんほいルロットーしんしろ軽トラ市ー

http://www.shinshiro.or.jp/nonhoi_rulottes/index.html