

No	提 案 名	提案団体名	
		代表者氏名	所 属
	朝市による宇都宮のにぎわい創出	作新学院大学 那須野ゼミ3年生	
		金澤 祐太郎	作新学院大学 経営学部
		指導教員 氏 名	那須野 公人

## 1 提案の要旨と目標

かつて宇都宮の顔であったオリオン通りは衰退し、シャッター通り化しつつある。新幹線開通によって、新たな顔となったJR宇都宮駅周辺も、中心街の分散化（オリオン通り、駅前、ベルモール、インターパーク等）によって、県庁所在地としてはさみしい状況にある。そこで、次のようなことを考えてみた。たとえば、田川沿いで土・日に朝市を開くことによって、駅前とオリオン通りをつなぐ、新たなにぎわいを創り出せないだろうか。あるいは、土・日に、オリオン通りで朝市を開くことによって、シャッター通りににぎわいを取り戻せないだろうか。

土・日には、餃子屋さんに来街者が列をなしているが、朝市の開催によって、これらの人々に餃子以外の楽しみを提供できないだろうか。さらに、朝市の開催によって、地域の農業や商工業の活性化も図れないだろうか。

栃木県は「農業王国」であり、いちごや梨等果物の産地でもある。これらの農産物に加え、宇都宮焼きそば、レモン牛乳のソフトクリーム等、名物屋台を朝市に出すことも、新たなにぎわいを創出する一つの方法かもしれない。

そこで、地元の農業や商工業との連携も含め、朝市による宇都宮の再活性化について検討してみたい。

## 2 現状の分析と課題

### (1) 宇都宮の活性化に関する学生アンケートの結果

宇都宮の現状と問題点を把握するため、本学経営学部の学生を対象に、宇都宮の活性化に関する学生アンケートを実施した（回答者数 118 名）。その結果を図 1 に示すことにした。

まず、問 1 で「宇都宮の中心は」と聞いたところ、第 1 位は「JR 宇都宮駅周辺」の 74%、第 2 位は「オリオン通り周辺」の 21% という結果となった。圧倒的に多くの人々が「宇都宮の中心は」を「JR 宇都宮駅周辺」と認識していた。

問 2 では「宇都宮のにぎわいの中心は」と聞いたところ、第 1 位は「JR 宇都宮駅周辺」の 37%、第 2 位は「オリオン通り周辺」の 35%、第 3 位は「インターパーク」の 19%、という結果となった。「JR 宇都宮駅周辺」と「オリオン通り周辺」の 2 つの場所がにぎわいの中心として認識されていることがわかった。

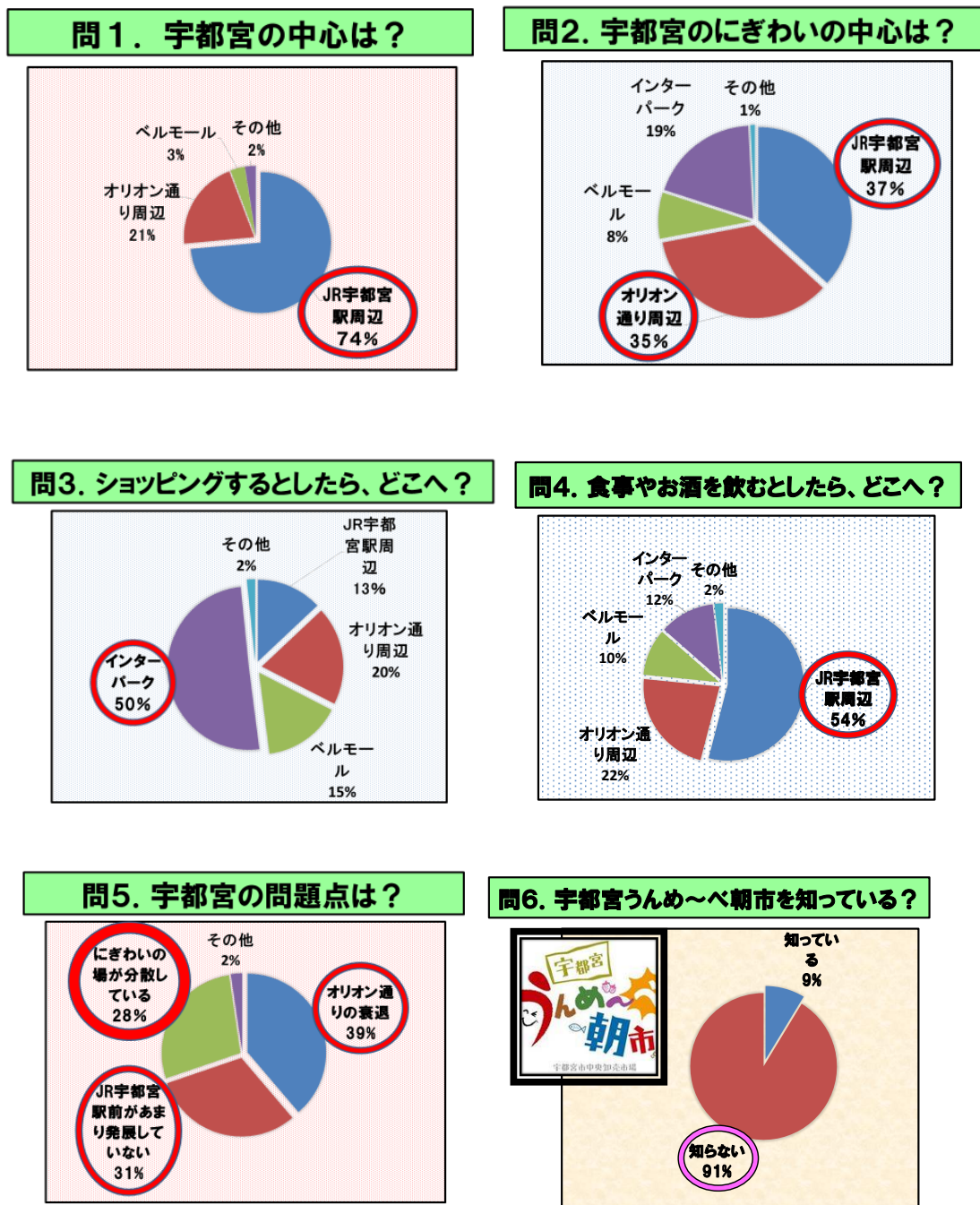
問 3 では「ショッピングをするとしたら、どこへ」と聞いたところ、第 1 位は「インターパーク」の 50%、第 2 位は「オリオン通り周辺」の 20%、第 3 位は「ベルモール」の 15% という結果となった。5 割の人が「インターパーク」と答えていることが特徴的であった。

問 4 では「食事やお酒を飲むとしたら、どこへ」と聞いたところ、第 1 位は「JR 宇都宮駅周辺」の 54%、第 2 位は「オリオン通り周辺」の 22% で、過半数の人が「JR 宇都宮駅周辺」と答えていた。

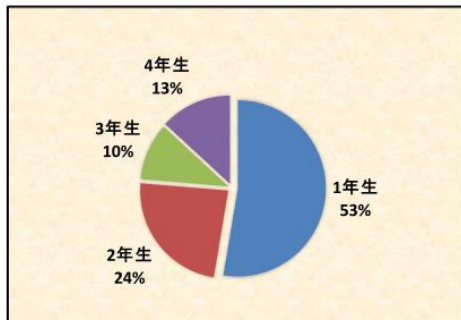
問5で「宇都宮の問題点は」と聞いたところ、第1位は「オリオン通りの衰退」の39%、第2位は「JR 宇都宮駅前があまり発展していない」の31%、第3位は「にぎわいの場が分散している」の28%であった。オリオン通り周辺が衰退する一方、JR 宇都宮駅周辺がこれに代わるまでには発展しておらず、「宇都宮の問題点」は、一言でいうと「にぎわいの場の分散」といってよいように思われる。

問6では「宇都宮うんめ〜べ朝市を知っている」と聞いたところ、「知らない」が91%で、「知っている」と答えた人はわずか9%だけであった。このように、宇都宮うんめ〜べ朝市を知らない人が9割を占めていた。もしかしたら、学生はあまり興味がないとも言えるのかもしれない。

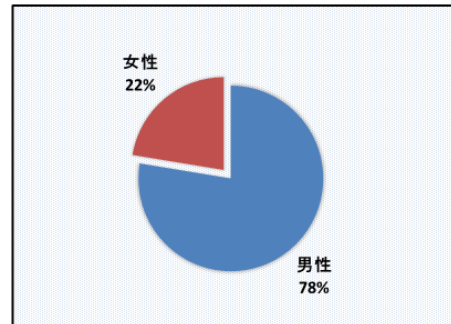
図1 宇都宮の活性化に関する学生アンケートの結果



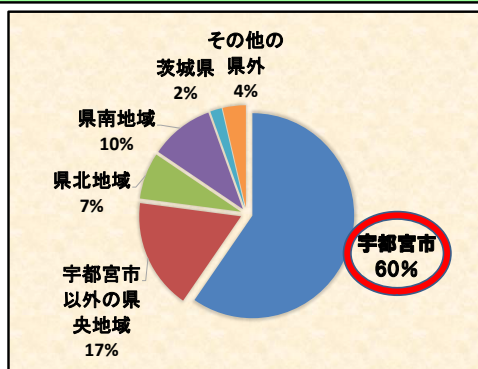
### 問7. 回答者の学年



### 問8. 回答者の性別



### 問9. 回答者の現住所



問7～9はアンケート回答者の基本情報である。学年、性別、現住所（市内在住か市外か県外か）を聞いている。結果は、図1のグラフのとおりであった。なお、現住所が宇都宮という回答者が60%を占めることから、このアンケートの信頼性は比較的高いとみることができるのではないだろうか。

## (2)朝市の定義・種類と朝市による地域活性化成功事例

### 1) 朝市の定義・種類とその効果

『大辞林(第三版)』によると、朝市とは「朝開く、野菜魚介類などの市」とされている。また、『日本大百科全書(ニッポニカ)』では、市とは生産者と消費者が一定の場所に集まって交換取引をするもので、その内朝のうちだけ開かれる市が朝市であるとされ、生産者自らが購買力のある近くの町場に生産物を持ち込むところに特色がある、ともされている。

つまり朝市とは、朝（午前中に）開かれる市であり、その対象は主に野菜・魚介類等の生鮮食品であって、生産者と消費者が直接取引を行うところに特徴があるといえることができる。

梅村(2007)は、朝市の調査から、朝市の空間的特徴として次の4点を指摘している。すなわち、①屋外であること、②店舗の隔たりにないこと、③店舗が複数集合し、同じ品目を販売している店舗があること、④販売者と生産者が空間を共有していること、である。そしてここから、朝市には次のような空間的な効果が生まれることになるという。まず①の屋外であることによって、消費者は「異空間」の雰囲気を楽しめ、生産者は場

所代が安く済むため、その分販売価格を安くできる。次に、②の店舗間に隔たりがないことから、消費者は迫力ある朝市を楽しむことができ、生産者間では同士の交流が生まれる。さらに、③同じ販売品目の店舗があることから、消費者は選択肢が増えて満足感が高まり、生産者は仲間と協力しつつ切磋琢磨して販売ができる。そして、④の販売者と生産者の空間の共有によって、消費者には安心感が得られるとともに、生産者との交渉を楽しむことができ、生産者は消費者に対して直接説明する機会が生まれる。

市は、歴史的には最も古い流通形態であるが、卸売商が生まれ、常設の小売店舗が整備されるにつれ、次第に減少していった。しかし近年、食の安全や環境問題が重視されて「地産地消」が叫ばれるなかで、朝市に新たな注目が集まっている。また、地域経済が衰退するなかで、朝市は地域活性化の手段としても注目されている。

梅村によると、朝市の種類には、伝統的かつ出店数が100店以上の大規模で、観光化も進んでいる「伝統拡大型」、伝統があるが出店数が100店以下で、地元の利用者が多く地域密着的な「伝統維持型」、直売方式に注目が集まるなか、まちづくりの手段として比較的最近始まった「まちおこし型」、農産物の販路確保を第一に、JAが比較的最近始めた「JA型」があるとされる。

我々がこのなかで注目するのは、「まちおこし型」である。とはいえ、この型の朝市で成功しているものは、海産物を売りにした沿岸部の朝市が多く、宇都宮の地域活性化の参考となるものは少なかった。そのなかで、宇都宮の参考になる事例として我々が注目したのが、岡山県倉敷市の「三斎市」であった。

市の分類に戻ると、市をその開催頻度や周期性によって分類した場合、毎日開かれる「毎日市」、5～10日程度の比較的短い周期で開かれる「定期市」、数ヵ月や年1回といった長い周期で開かれる「大市」に分けられる。「三斎市」は、例えば「毎月4のつく日」に開催するといったように、10日おきに月3回行われる市のことであり、倉敷の「三斎市」も定期市の一環であるということができる。

倉敷では、江戸時代非常ににぎわっていたという「三斎市」を復活させることによって、衰退する倉敷駅前商店街を活性化させようということで朝市が企画され、大成功を収めている。

谷口他(2007)の調査によると、「三斎市」の来訪者の志向は、大きく2つに分類できる。一つは「品物が新鮮だ」「顔の見える商品購入ができる」といった「商品の魅力(ショッピング性)」を志向した来訪者と、「お祭り気分が味わえる」「朝市が好き」「身近なレジャー感覚で来れる」といった「朝市の雰囲気(観光・レジャー性)」を志向した来訪者である。前者は支出金額が多くなる傾向にあり、後者は滞在時間が長くなる傾向にあるという。

なお、「三斎市」の開催は、現在では月に3回ではなく、月に1度第3日曜日の開催となっており、言葉の本来の意味からは離れてしまっている。しかし、消費者の都合を優先した土曜日、あるいは日曜日の開催は、最近の地域活性化を目的とした朝市の特徴となっているようである。

## 2) 地域活性化の成功事例としての倉敷市「三斎市」

すでに述べたように、朝市の成功事例の多くは、海辺の町の朝市であり、海産物を目玉とするものであって、あまり宇都宮の参考にはならなかった。そのような中で、中心市街地が衰退する中、その再活性化を目指して開催され、大成功を収めている朝市を発見した。それが、岡山県倉敷駅前のアーケード街で毎月第3日曜日に開催されている「三斎市」である(図2、3参照)。この朝市には、最近午前8時から11時までのわずか3時間の間に、2万5千人～3万人が押し寄せているという。動物園の成功事例として有名な旭山動物園でさえ、1日の入場者数は6千人程度、また宇都宮中央卸売市場で開催さ

れている「うんめーべ市」でも5千人程度ということであるから、この朝市の成功のほどがうかがえる。

図2 三斎市のポスター



図3 三斎市の様子



(出所) 倉敷商工会議所青年部ウェブページ。  
<http://www.kurashiki-yeg.jp/k-asaichi/asaichi/>  
(2016年11月17日)。

(出所) くらしき地域資源ミュージアム ウェブページ。  
<http://www.kurashiki-shigen.com/web/index.cgi?c=sightseeing-2&pk=7>(2016年11月17日)。

### ①「三斎市」への取り組み

倉敷は、江戸時代には「三斎市」等の定期市が開かれ、「にぎわう街」として知られていた。中心街が衰退するなかで、当時の賑わいを取り戻そうと、倉敷商工会議所青年部が中心となって、2004年7月朝市の実現を目指す取り組みが開始された。

まず実施場所について、市民アンケートを行い、美観地区、元町通り、商店街等の中から最終的に選択したのが、商店街であった。各商店の承諾、警察、消防、保健所の許可等、具体的な問題を一つ一つ片付けて、2005年1月には作業進行表ができあがった。しかし、同年2月の初回出店申し込みに手を挙げたのは、わずか4店だけであった。だが、その後の努力によって、3月には出店申し込み件数は78店にまで増えた。そして、「日本一の朝市」を合言葉に、2005年3月20日オープニングセレモニーが開かれ、朝市がスタートした。その結果、初回の来場者数は、実に4万5,000人という記録的な人手となった。

### ②「三斎市」の効果・成果

2005年5月には、三越倉敷店の撤退が決定する等、「三斎市」は中心市街地の地盤沈下が際立っていた時期のスタートであったが、毎月第3日曜日に開催され、当初午前8時～11時までのわずか3時間で、1万人近い人々を集めた。

そして2005年には、岡山県から、「夢づくり推進賞」を、また2007年には「夢づくり大賞」を受賞した。当初の来場者は、ほとんどが地元住民であったが、最近では観光客も増え、来場者数は2万5,000～3万人にまで増加している。

三斎市をきっかけに、既存の店舗や近隣スーパーが、市の開催時間に合わせて開店時間を早めたり、三斎市限定商品を販売する等、相乗効果も現れてきた。

また、県内外からの視察も増え、鳥取の「いなばのお袋市」、倉敷の「三白市」開催の参考ともなっている。

### ③「三斎市」の内容と特徴

「三斎市」は、毎月第3日曜日の午前8時～11時まで、倉敷駅前商店街アーケード内の約300メートルの区間で、約90店が出店し、「地産地消費」の趣旨のもと倉敷市近郊の及び高梁川流域の鮮魚・農産物、工芸品等を販売している朝市である。

三斎市の会場は、商店街のアーケード内となっていることから、天候に左右されにくく、また商店街の既存店舗と共存共栄する朝市となっている。商店街のアーケード内で開催される朝市は、全国的にもめずらしいという。

また三斎市は、イベント性の高い楽しい朝市であるというところに一つの特徴がある。イベントを企画しているのは、三斎市を下支えしている倉敷商工会議所青年部のメンバーである。定番の人気イベントには、「ワンコイン・グルメ」や「ワンコイン・バーゲン」等がある。「ワンコイン・グルメ」は、毎月地元の有名ホテルや老舗旅館のシェフ・板前等が、プライドをかけて赤字覚悟で自慢料理をワンコイン（500）円で提供するもので、毎回開催時間前から行列ができるという。一方「ワンコイン・バーゲン」は、1回100円のくじによって様々な商品が当たるイベントであり、500円以上の商品や場合によっては数千円の商品も当たることから、これも人気のイベントとなっている。その他にも、これまで数多くのイベントが企画・実行されてきたが、特に「ワンコイン・グルメ」は、県内各地でワンコイン・ランチ「ワンコイン弁当」「ワンコイン入場券」等の「ワンコイン・ブーム」を生み出した。

その他、三斎市は名物・銘菓の開発・実験販売の場ともなっており、地元のレンコンを使った和菓子「はすね」は、2008年に全国菓子大博覧会で金賞を受賞している。商品開発という点では、三斎市は学生の実習の場としても活用されており、そこから学生と農家・企業とのコラボ商品も誕生している。

このように、三斎市は単に多くの来場者を集めているだけではなく、既存商店や近隣スーパー、農家・企業、学生などに刺激を与え、地域の活性化に大きな役割を果たしている。

なお、三斎市は近隣7市3町が推進している「連携中枢都市構想」に呼応する形で、2016年4月から「高梁川流域『倉敷三斎市』」と改称され、毎月各町や市にスポットを当てて、「地域デー」を開催し、備中各地の産物や出し物に力を入れていくことになった。

## 4 施策事業の提案

宇都宮中央卸売市場の「うんめーべ市」が、5,000人もの客を集めていることから、宇都宮でも「朝市」に一定の集客効果があることは推定できる。もちろん、宇都宮中央卸売市場では、海なし県の住民にとって魅力的な海産物を揃えており、「マグロの解体ショー」のような魅力的な出し物があることも大きく影響しているものと思われる。

とはいえ「うんめーべ市」が行われている宇都宮中央卸売市場は、近隣住民を別にすれば、自家用車がなければ行けない場所にある。そのため、「うんめーべ市」に行った人が、その後宇都宮中心街を訪れる可能性は低いといわざるを得ない。観光客についても、自家用車で来た観光客以外は行きにくいという問題がある。

このように、少なくとも中心街の活性化という観点からは、「うんめーべ市」の効果は必ずしも大きくないといわざるを得ない。

それでは、中心街の活性化という観点からは、宇都宮のどこで朝市を開催したらよいのであろうか。先の学生アンケートによると、宇都宮の場合には「賑わいの場の分散」という問題があった。特に旧来からの中心街であったオリオン通りから、徐々に街の中心が

JR 宇都宮駅前に移りつつあるとはいえ、JR 宇都宮駅前はまだ県庁所在地としては寂しい状況にある。そこで、JR 宇都宮駅とオリオン通りという2つの賑わいの場をつなぐという観点から、田川の川沿いの遊歩道での開催を、ひとつの候補としてあげたい。田川の両岸には、垂れ桜も植えられており、水辺の風景は人々の心を和ませてくれる。川沿いでの朝市は、飛騨高山の朝市という有名な事例もある。この場所は、JR 宇都宮駅からも近く、交通の便もよい。

もうひとつ候補としては、オリオン通りのアーケード街があげられる。アーケード街での開催は、衰退しつつある中心街の活性化という主旨に合っており、倉敷の三斎市で見たように、天候に左右されないという利点がある。

オリオン通りの近くには東武宇都宮駅があるとはいえ、自家用車やバスを使わないと行きにくいという人も多く、交通の利便性で若干劣るところがある。

さらに、だれが主体となって企画・運営するのかという問題もある。候補として考えられるのは、地元の商工業の担い手であり、最も真剣に宇都宮の活性化を考えているであろう、若く活力のある商工会議所青年部である。三斎市の場合にも、商工会議所青年部が開催の中心となっていた。そこに、県、市、農業団体等各種団体、さらには大学生・高校生等のボランティアの力をいかに結集していくかがポイントとなってこよう。

なおこの研究は、当原稿提出後も12月16日（金）の宇都宮市役所での「大学生によるまちづくり提案」発表会まで続く予定であり、最終結論は発表会においてご覧いただきたい。

#### 【主要参考文献】

- ・梅村佳子(2010)「朝市の空間構成と地域における役割に関する研究～青森市の朝市を事例として～」1月27日。  
[https://toshisv.sk.tsukuba.ac.jp/thesis/H21\\_2009/final](https://toshisv.sk.tsukuba.ac.jp/thesis/H21_2009/final)
- ・森本剣太郎、鈴木武(2010)「朝市の現状基礎分析－沿岸域の地域活性化に向けて－」『国総研資料』No.559、1月、国土交通省国土技術政策総合研究所。
- ・谷口守(2011)「地域活性化を再考する」『月刊建設』3月号、全日本建設技術者協会。
- ・「倉敷朝市『三斎市』 YEG 事業ナビ（日本商工会議所青年部）  
<https://edesk.jp/yegdb/ViewBusinessDetail.do?jsessionid=723017B9614F64592905B7BDFB28FDA6?id=582>
- ・「朝市リニューアル『倉敷三斎市』高梁川流域の特産品拡充」山陽新聞 digital  
<http://www.sanyonews.jp/article/331632>
- ・「高梁川流域『倉敷三斎市』－流域の「いいものいっぱい」の定期市－」倉敷地域資源ミュージアム ウェブページ。  
<http://www.kurashiki-shigen.com/web/index.cgi?c=sightseeing-2&pk=7>
- ・「高梁川流域 倉敷三斎市」高梁川流域「倉敷三斎市」公式 H.P.  
<http://sansaiichi.com/>
- ・谷口守、松中亮治、氏原岳人(2007)「地産地消型朝市に着目した来訪者の行動・意識構造に関する実態分析」『地域学研究』Vol.37、No.3、日本地域学会。

