

各地で広がる市活動の運営形態と今後の展開に向けた課題  
半島担い手強化プログラム「手と口の距離を近づけるまちづくりマーケットを  
開こう」の調査結果をふまえて

佐藤 亮子

SATO Ryoko

(愛媛大学地域創成研究センター・法文学部)

## 第1章 序論

### 第1節 調査の背景

本稿は主に、国土交通省半島振興室が実施する平成25年度半島担い手強化プログラム<sup>1</sup>に採択された事業「手と口の距離を近づける、まちづくりマーケットを開こう！」(実施団体:まちづくりマーケットプロジェクト、代表:畦地和也)<sup>2</sup>による調査にもとづくものである。

この事業が申請・採択された背景には、近年各地で、農産物を中心に手づくりの品々を持ち寄って販売する定期的な市(マーケット、マルシェ)<sup>3</sup>が増えていることがある。公式な調査データは今のところ見当たらないが、愛媛県においても筆者が知る範囲だけでも十指に余る市が即座に思い浮かぶし、香川県には20カ所以上あるといった話も聞く。街路市<sup>4</sup>の伝統が今も残る高知は市活動が活発で、高知市では毎日のように市が立つ。本事業の実施主体である「まちづくりマーケットプロ

ジェクト」も高知県幡多半島の一角に位置する高知県黒潮町で「海辺の日曜日」というマーケットを開催している。「『海辺の日曜日』を継続するなかで、このようなマーケットを自分たちも開きたいという相談をたびたび受けるようになった」といい、「情報や経験の共有の機会、場の必要性を感じている」(事業申請書より)ことを申請の理由にあげている。

そこで、実際にマーケットを運営しているひとびとの経験や情報を共有し、これからマーケットを開設したいと考えている人だけでなく、すでに運営を行っている関係者の課題解決にも役立つために、①各地のマーケット運営団体へのヒアリング、②関係者を交えて講演会・ワークショップを実施することとした。筆者はまちづくりマーケットプロジェクトのアドバイザーを務めている関係から、本事業にも企画段階から調査、講演、ワークショップと、全行程に協力させていただいた。

### 第2節 調査の概要

調査は大きく2段階に分かれている。

#### ① マーケット運営者へのヒアリング

四国4県からそれぞれ1事例を選び、設置の経緯や運営の実態について聞き取り調査を行った。選択した4マーケットと調査日は以下の通りである。

#### ・とくしまマルシェ(徳島県徳島市)

2013年10月28日に、徳島経済研究所専務理事の田村耕一氏、株式会社サーブ代表取締役の金森直人氏にヒアリングした

<sup>1</sup> 国土交通省半島振興室が実施する「平成25年度半等地域活性化の多様な担い手形成促進調査業務」の一環として実施されたもので、「地域の課題解決に向けて半島地域内外の人材・団体等が協力・協働する実践活動を支援し、これによって半島地域における協力関係を強化し、地域力を高めることを目的とする」もの。プログラムの主たる担い手は地域団体や住民とし、半島地域内外で活動する人材・団体の参加協力を得ることが要件(国土交通省ホームページより)

<sup>2</sup> 2009年11月から毎月第2日曜日に黒潮町で「海辺の日曜日」を開催する任意団体。当初はNPO法人西部NPO支援ネットワークが主催していたが、2010年11月より主催を本団体に変更した。なお、「まちづくりマーケット」は筆者による造語である(『地域再生学』p.186)

<sup>3</sup> 以下、便宜的に本稿では“マーケット”と記述する

<sup>4</sup> 日本には17世紀初頭から公道上で開催される市が存在した

- ・高知オーガニックマーケット（高知県高知市）  
2013年11月17日に、副代表世話人の生野宜宏氏、事務局の山田千夏氏、西田良浩氏にヒアリングした
- ・きまぐれ市（愛媛県松山市）  
2013年12月21日にE-spaceの松井てるみ代表にヒアリングした
- ・さぬきマルシェ in サンポート（香川県高松市）  
2013年12月22日に、香川県政策部産品振興課の大川俊彦氏、NPO法人アーキペラゴの三井文博代表理事・北川拓未氏・丸山大稀氏にヒアリングした

## ② 関係者を交えてのワークショップ

ヒアリングした4マーケットおよび海辺の日曜市スタッフに加え、愛媛・高知県内でマーケットを開いている人、他の半島エリア<sup>5</sup>でマーケットやコミュニティビジネスを行っているメンバー40名で2014年1月13日にワークショップを行った。またワークショップ前に海外のマーケット事情に関する講演が、ワークショップ後にはコミュニティビジネスの視点から講評も加えられた。

### 第3節 研究の目的

本稿の目的は、「これからマーケットを開設したいと考えている人だけでなく、すでに運営を行っている関係者の課題解決にも役立つ」ために行った調査およびワークショップをもとに、

- ・ 市設置の経緯および目的と運営スタイルの違いによるパターン化
- ・ パターン別または共通する運営上の課題について考察することである。

## 第2章 4事例における運営の構造

マーケットの分類の仕方はさまざまある。たとえば今回の事業で国土交通省に提出された実績報

<sup>5</sup> 半島振興法第2条第1項に基づき指定された半島振興対策実施地域。幡多地域のほか、北海道から九州まで、合わせて23地域（22県）が指定されている

告書では、ヒアリング対象とした4つのマーケットを、

「地産地消・外商型」（とくしまマルシェ）

「行政課題解決型」（さぬきマルシェ）

「まちのにぎわい創出型」（きまぐれ市）

「ロハス提案型」（高知オーガニックマーケット）

とした。この分類は、各マーケットがもつ機能の特徴に着目して呼び名を授けている。ほかにも、販売する商品による分類や、そのマーケットが何を狙っているのか、すなわちミッション（目的・使命）による分類もあるだろう。また、「都市型」「田舎型」「中心市街地型」「郊外型」「ニュータウン型」などマーケットが開催される場所（地理的・社会的）によっても特徴づけることができるかもしれない。

そうしたなかで本稿は4つの事例をもとに、どこがどのような体制で運営しているのか、すなわちマーケットを運営する際の構造・スタイルによる分類を試みる。

### 第1節 設置の経緯と主催・運営者

まず、各マーケットがどのようにして始まったのか、また主催者と実際の運営者は誰かを見てみる。

#### 生産者主導～高知オーガニックマーケット

「池公園の土曜日・高知オーガニックマーケット」（以下、便宜的に高知OMとする）は、高知市内で農業を営む弘瀬純子氏が中心となって2008年に立ち上げた土曜日である。弘瀬氏は高知市で300年以上続く「土佐の街路市」（日曜日）<sup>6</sup>の出店者であり、同市での販売を通して、有機食品や自然農法に関心のある顧客が一定数いることを実感していた。その一方で弘瀬氏は、若者たちの有機農業サークル「うしまめ協同組合」の相談役も

<sup>6</sup> 土佐の街路市（日曜日）の運営概要については「さまざまな『市』運営の仕組み比較～アメリカ・フランス・日本の事例より」（佐藤亮子、地域創成研究年報第8号、2013年）を参照

務めており、共同で有機（オーガニック）に特化したマーケットを立ち上げることにし、構想を練った。

2007年秋から説明会を重ね、参加者を募り、翌3月に高知県の港湾用地内でオープン、2009年10月に現在の会場である池公園に移転する。当初はNPO法人高知有機農業研究会の一部門という位置づけであったが、会場移転に先立つ2009年5月30日に出店者組合を設立し、同法人より独立。以後は出店者組合（正会員＝出店者と、賛助会員＝応援団からなる）を主催者とし、事務局（会計や会場設営など）、世話人会（出店者の代表。代表世話人・弘瀬純子氏、副代表世話人・生野宜宏氏）によって運営されている。

高知OMは、当初はNPO法人とも協働関係があったが、基本的には生産者（農業者）が街路市

の経験をもとに立ち上げ、自らが主体となって運営するマーケットである。

### 民間事業者主導～とくしまマルシェ

「とくしまマルシェ」は、公益財団法人徳島経済研究所<sup>7</sup>（代表理事・古川武弘）の「農業ビジネス活性化研究会」が1年間の議論を経て2発表した「徳島県の農業ビジネス活性化構想」のひとつとして2010年にスタート。毎月最終日曜日に開催されている。主催は「とくしまマルシェ事務局」で、株式会社サーブ<sup>8</sup>（代表取締役・金森直人）が運営を担っている。

このマルシェの特長のひとつに、川沿いに並ぶ白いパラソルという印象的な風景がある。マルシェ会場になっている「しんまちボードウォーク」は、1996年、隣接する商店街の徳島東船場商店街

振興

表1 四国の4マーケット運営比較（その1）

作成・佐藤亮子

	初回開催日	会場	出店数	土台となった活動・事業	運営体制
高知オーガニックマーケット (毎週土曜)	2008年3月22日	高知県立池公園	40～50店 (登録85店)	街路市(日曜日)	世話人会(5人) 事務局(5人) 出店者組合 応援団
とくしまマルシェ (毎月最終日曜)	2010年12月26日	徳島市しんまちボードウォーク (東船場商店街が高度化資金事業で整備建設したが、維持管理が続けられず市に譲渡。パラソルショップはしんまちボードウォークパラソルショップ事務局が商店街から委託を受けて管理しており、株式会社サーブの金森社長は同事務局の事務局長ととくしまマルシェ事務局長を兼ねる)	80店	「農業ビジネス活性化研究会」の議論を経て、2010年の農業ビジネス活性化シンポジウムで発表された「徳島県の農業ビジネス活性化構想」の一部	主催:とくしまマルシェ事務局 運営:株式会社サーブ * 今後、出店者の代表者組合も作りたいと考えている
きまぐれ市 (毎月第3土曜)	2005年5月21日	松山市総合コミュニティセンター (2006年5月より)	80店 (登録200店)	軒先でのハンドメイドマーケット	E-space(任意団体) 代表:松井てるみ
さぬきマルシェ (毎週日曜)	2011年7月から実証実験 2012年4月より定期開催	高松サンポートシンボルタワー1階	10～20店	香川県が取り組む「さぬきうまいもんプロジェクト」の一部。 正式スタート前に1年間、実証実験的に開催	主催:香川県、さぬきうまいもんプロジェクト実行委員会、さぬきマルシェinサンポート運営委員会(高松市、銀行、大学、公益団体、民間団体)  実働部隊:さぬきマルシェinサンポート実行委員会(事務局は県)  運営:NPO法人アーキベラゴ(事業委託)

<sup>7</sup> 1985年設立の阿波銀行系列のシンクタンク

<sup>8</sup> 2003年創業、2012年法人化。イベント企画・運営、舞台設営、ブライダル、商業店舗プランニング等を行なう

組合が高度化資金の補助を受け新町川沿いに建設したものであり、その2年後に商店街活性化を目指すボードウォークパラソルショップ事業が、近隣の10振興組合が立ち上げた「しんまち街づくりユニオン」によって発足した。パラソルショップの事務局はその後、東新町に所在する株式会社サーブに運営委託された。また、阿波銀行本店も新町川沿い(西船場)にあり、徳島経済研究所は同銀行が全額出資するシンクタンクである。

すなわちとくしまマルシェは、構想、マルシェの舞台であるボードウォーク、舞台を演出するパラソル、そして舞台監督ともいえる運営者—換言すれば徳島経済界の主軸銀行とそのシンクタンク、近隣商店街、民間企業—が、新町川をはさんで結集し、協働し、農業ビジネスを盛り上げようという取り組みであると言えるであろう。

#### 市民発案・設置～きまぐれ市

「きまぐれ市」は、任意団体E-space(代表・松井てるみ)が運営する毎月おおよそ第3土曜日開催のマーケットである。月1回の開催ながら、2013年8月に通算開催100回を迎えた。

代表の松井氏は以前、松山市の中心市街地(二番町)で花店を営んでいた。花店の顧客を含め周囲にさまざまな手工芸品を作る人が多かったことから、花店の軒先に作品を並べ、2005年からハンドメイドマーケットを開くようになった。1年が経過し、店先のスペースでは手狭になってきた頃、松山市総合コミュニティセンターから、1階のアトリウム(コミュニティプラザ)を使わないかと声がかかり、2006年5月で開催することになった。この移転に伴い、ハンドメイドの工芸品に加え、生鮮農産物や加工食品、飲食店の出店を増やした。

マーケットのスタッフは、事務局1名(松井氏)とアルバイト5名である。企画や方針、スタッフの手配、出店者の管理、レイアウトやルールなど運営に関することは基本的にすべて松井氏が担っている。松山市のコミュニティセンターが会場を提供しているが有料(正規料金)であり、その他

の助成金や行政支援も受けていない。

#### 公設民営～さぬきマルシェ

一方、「こんまい・まちの休日 さぬきマルシェ in サンポート」(以下、さぬきマルシェ)は、香川県が進める「さぬきうまいもんプロジェクト<sup>9)</sup>」の中核をなす事業で、毎週日曜日に開かれている。県では「瀬戸内の温暖で安定した気候のもと、多くの優れた山の幸、海の幸に恵まれています、このような特産物の地元での認知度はまだまだ低いのが現状」であることを鑑み、さぬきうまいもんプロジェクトに「官民一体となって取り組むことで県産品の振興を図り、『元気の出る香川づくり』を進める」としている。同プロジェクトの事務局は香川県庁政策部産品振興課にあり、さぬきマルシェの主催は香川県、さぬきうまいもんプロジェクト実行委員会、さぬきマルシェ in サンポート運営委員会となっている。しかし実際の運営は、NPO法人アーキペラゴ<sup>10)</sup>(代表理事・三井文博)に事業委託している公設民営的なマーケットである。運営の内容や方向性についてはさぬきマルシェ in サンポート運営委員会(高松市、銀行、大学、公益団体、民間企業から構成)にて議論し、実行部隊としてさぬきマルシェ in サンポート実行委員会がある。運営を請け負うアーキペラゴはこれらの組織と協働している。

会場の高松シンボルタワーは、高松港再開発事業の一環で2004年に完成した複合商業施設である<sup>11)</sup>。マルシェはオフィスが入ったタワー棟と商業施設を含むホール棟とを結ぶ半オープンスペースで開かれている。2011年7月から実証実験的に開催を始め、2012年4月から正式に毎週日曜の定

<sup>9)</sup> 香川の「食」を県内外の多くの人に味わい、楽しんでもらうことを目的に2011年から始まった事業。マルシェのほか、さぬきうまいもん祭り、さぬきうまいもん広め隊、さぬきダイニングなどを展開している

<sup>10)</sup> 自律する個性と協働のあり方を追求するため、2009年に設立。瀬戸内ツーリズムの企画・販促、四国の資源活用事業の支援、瀬戸内情報発信サイトの運営、芸術士派遣等の事業を行なう。前身はNPO法人INSかがわ

<sup>11)</sup> 香川県・高松市・民間企業が分担して所有・管理している

表2 四国の4マーケット運営比較(その2)

作成・佐藤亮子

	立ち上げ資金	出店者からの収入	人件費	その他の開催経費	目的・目標
高知オーガニックマーケット(毎週土曜日)	持ち寄り(弘瀬さん、高知有機農業研究会)	登録料 3000円 年会費 2000円 出店料 6000円/月 または 2500円/回	警備員(シルバー人材センター) 出店者以外の事務局(1名) イベント謝金(出店者の場合は無償)	公園占有料	・高知県の有機農業者が、新鮮で安全な食材を求める消費者に、直接農産物を販売する場  ・作った人と買う人がこの場で「売りつつ学び、買いつつ学ぶ」ことによって、有機の視点から自分の生活や社会を考えていく、いわば有機の文化を醸し出して行く場  ・シンプルで健康的な生活を心がける若い世代のための「新しい土曜日」  ・新鮮な有機農産物と安全な加工食品の市が立つ「高知」という町の魅力を高め、就農を促進し、地域を活性化する
とくしまマルシェ(毎月最終日曜日)	緊急雇用対策補助金(農工商連携ブランドカ工場事業) 企業(阿波銀行)協賛金	出店料 3000円 商品展示用木箱 10000円	株式会社サーブの雇用(社員3名+アルバイト8名) イベント謝金	パラソル代	徳島が食の宝庫であることを県民に再認識してもらうとともに、全国・世界にも発信することで新たな食のビジネスを展開し、地域や観光の振興につなげる  活動方針 ①徳島農業の新しい価値を創出する ②地域振興・活性化につながる事業を行なう ③環境に配慮し、「安心」「安全」な環境をつくり、おいしい商品づくりに積極的に取り組む ④お客様から「知り」、生産者から「学び」、「考え」、感動を共感できる事業を行なう ⑤お客様の笑顔のために働く
きまぐれ市(おおよそ毎月第3土曜日)	私費(松井さん)	登録料 3000円 出店料 3000円	事務局1名 アルバイト5名 イベント謝金	施設使用料 駐車場代補助(21台目から500円/台)	楽しい雑貨やオシャレな衣類、おいしい食べものなど、手づくり品(仕入れ・委託販売は禁止)の販売・購入を通し、のんびりとした癒される時間、遊びの時間をもってもらう
さぬきマルシェ(毎週日曜日)	県の事業費	パラソル・ワゴン代 2000円 テント代 3000円	事業委託(専任職員1名+アルバイト4~5名) イベント謝金		①香川の食の認知度向上 ②香川の食空間の創出 ③香川の食や地域のブラッシュアップ(付加価値化)

期開催となった。

## 第2節 ミッション(目的)と財政

### 有機のまちめざし出店者が経営~高知OM

高知OMでは、「ミッション」という書き方はしていないが、マーケットの趣旨を設立趣意のなかで述べていることをまとめると以下の3点になる。

- ① 有機農業者が新鮮で安全な食材を求める消費者に直接農産物を販売する場
- ② 売り買いのやり取りを通して、有機の視点から自分の生活や社会を考える(有機の文化を醸し出して行く)場
- ③ 有機農産物の市が立つ「高知」という町の魅力を高める

高知OMはこうした場を実現するため厳格な基準を設け、民間企業や行政から独立した運営を行っている。そしてその費用は、基本的に出店者が支払う登録料、年会費、出店料、イベント協賛金で賄っている。ここから会場費、人件費、イベント等の謝金、チラシや会報、サイン等の印刷物、備品等を支払う。会計と会場全体の設営は事務局がするが、出店に必要なテントや販売台、看板等は基本的に出店者が用意し、各自で設置し、マーケット終了後は各自で片付ける。立ち上げ時にかかった費用も、代表世話人である弘瀬氏および当時事務局を引き受けていたNPO法人高知有機農業研究会の出資であった。

なお、事務局スタッフは有償であるが、出店者

が事務局を兼ねている場合は、手当は出ない。またイベントやワークショップ等で出店者が講師になる場合も無償である。出店者は経営者であるという位置づけが現れているところであろう。

### 補助金も活用し民間の機動力で食ビジネスを活性化～とくしまマルシェ

とくしまマルシェの出店者は、登録料や年会費は不要で、出店料のみ支払えばよい(新規出店の際は商品展示用の木箱を購入する)。テントがわりとなるパラソルはすべて事務局で設置そして撤去するので、出店者がテントを購入する必要もないし、パラソルの設置や片付けを手伝うこともない。

同マルシェの目的は、「徳島が食の宝庫であることを県民に再認識してもらおうとともに、全国・世界にも発信することで新たな食のビジネスを展開し、地域や観光の振興につなげる」<sup>12</sup>こととしている。ヒアリングによると、「マルシェは設ける場所ではなく人(出店者)を売る、伝える場所であるので、出店者にはお客さんへの対応に専念できるような環境づくり」をしているということである。

1店舗3000円×80店で1回当り出店料で24万円の収入があるが、その3分の2はパラソル代として支払われるので、実際は8万円ほどであり、開催経費として使われる。とくしまマルシェではこのほか、月1回のマルシェの際に旬の野菜・果物を直送するサービスや詰め合わせセット販売、ネットマルシェ、ゆめタウン<sup>13</sup>徳島店への出店、東京出張マルシェ<sup>14</sup>、OEM商品の開発なども行い、これらを総合して事業をまわしている。金森氏によると、株式会社サーブ(代表取締役含め社員3名)の仕事のうち約8割がマルシェ関係との

ことである。

なお、行政からの補助として立ち上げ時に、徳島県から緊急雇用対策補助金(2010年11月～2012年3月)と、民間企業(阿波銀行)からの協賛金を得た。今後も「方向性をゆがめない限りにおいて補助金を活用していく」方針という。

### 多角的な経営でまちを賑わす～きまぐれ市

きまぐれ市では、明確なミッションやルールは決めていないが、ヒアリング時に松井氏は、「楽しい雑貨やオシャレな衣類、おいしい食べものなど、癒しのサービスなどの販売・購入を通し、できるだけたくさん遊びの時間をもってもらいたいと思っている」と語った。

きまぐれ市は登録料と出店料を出店者から徴収し、そこから会場料、出店者への駐車場代補助、人件費、謝礼、印刷・広告・ホームページなどの広報費を捻出している。80店舗という規模ゆえに成り立つと考えられるが、そのほかにもE-spaceは、湯築市(松山市道後温泉公園)、かざはや踏んだら走る市(松山市北条地区)、カフェマッチ(松山市大街道ほか)、出張きまぐれ市など、愛媛県内で15カ所ほどのマーケットの運営に関わっており、ノウハウと人材を多角的に活かして経営している。

### 県が運営費を手当てさぬきの食の認知度向上めざす～さぬきマルシェ

前述のようにさぬきマルシェは、香川県が取り組む「さぬきうまいもんプロジェクト」の一事業であり、香川の食の認知度向上、食空間の創出、食や地域のブラッシュアップを目指している。基本的な運営費は県の予算で、会場も公共施設のためかかっていない。

開催で使用するパラソルやワゴン、テント等の備品は実証実験開催時に県が準備した。正式開催となって以降は、出店者は出店料がわりにそれらの使用料を支払っている。だが、当日の各店舗の用品は運営受託しているNPOやアルバイトのスタッフが準備し設置するため、出店者は自分の商

<sup>12</sup> とくしまマルシェ事務局発行「とくしまマルシェQ&A」より

<sup>13</sup> 広島市に本社をもつスーパーマーケットチェーンであるイズミが運営する大型ショッピングセンター(イズミのホームページより)

<sup>14</sup> 月1回第3土曜・日曜に六本木アークヒルズ、代官山朝市、代々木ビレッジ、座・高円寺、小金井手のひらストアなどで販売

品を持ち込んで並べるだけでよい。なお、パソナル代等はさぬきマルシェ in サンポート実行委員会に入り、マルシェ運営の費用に充てられる。だが、それらの収入は件数が少ないため限られた額であり、開催経費のすべてをカバーできていないことは想像に難くない。基本的に会場・施設代、人件費含め行政が財源を手当する、現在のところはあくまで、行政のマーケットという位置づけである。

### 第3節 4事例から見る運営パターン

ここまでの整理をもとに4つの事例の特徴を表現してみる。

**高知OM：生産者主導で立ち上げ、有機のまちめざし出店者が経営するマーケット**

**とくしまマルシェ：民間事業者主導で立ち上げ、補助金も活用し民間の機動力で農業ビジネスを活性化するマーケット**

**きまぐれ市：市民が発案・設置、多角的な経営でまちににぎわいを起こすマーケット**

**さぬきマルシェ：公設民営、県が運営費を手当てしさぬきの食の認知度向上めざすマーケット**

立ち上げの経緯や主催者と運営方法は当然のことながら連動している。運営にあたっての課題は、共通する点もちろんあろうが、誰がどのような思いで立ち上げたのか、どんな運営の仕方をしているのかによる違いもあるのではないかと。

## 第3章 ワークショップ「まちづくりマーケットを開こう！」より

1月13日に実施した関係者を交えてのワークショップおよびヒアリングをもとに、本章では、マーケットをとりまく人々とその立場、運営の課題について考察する<sup>15</sup>。

## 第1節 ワークショップの実際

ワークショップは、畠中智子氏（株式会社わらびの代表取締役）を総合ファシリテーターとして行われた。参加者は胸に、県別に青、赤、黄、緑と色分けしたネームタグを付け、その色ができるだけ重ならないように5つのテーブル（1テーブル8名程度）に分かれて着席した<sup>16</sup>。なお、ワークショップの流れは図1のようであった。

## 第2節 マーケットをとりまく人々

前章では、マーケットの「主催者」と「運営者」に注目して4事例を分析した。しかしワークショップでは、マーケットの立ち上げ・運営には、それ以外の多くの人に関わって成り立っていることが明らかになった。おおまかに、運営（発起人、事務局）、つくり手（出店者）、ファン（客）、行政、アドバイザーの5者に分類し、関係を示したのが図2である。

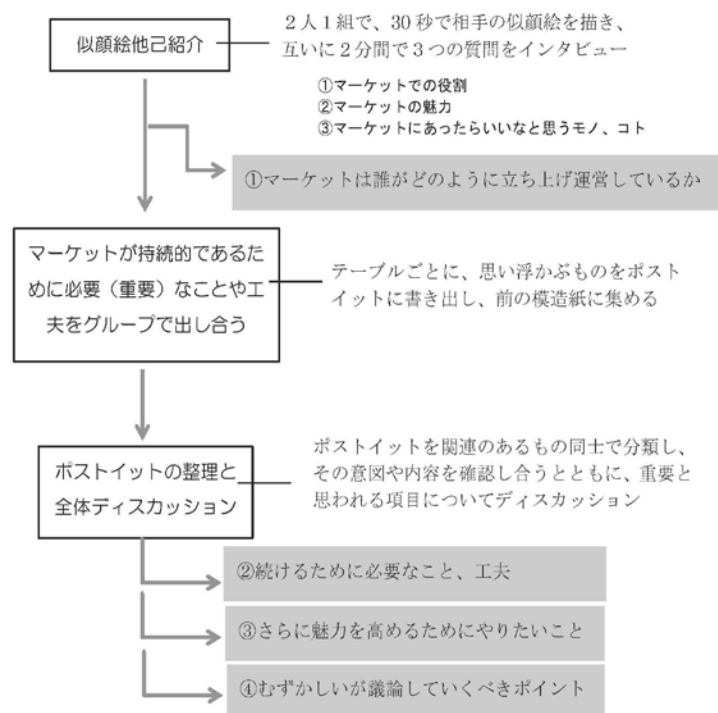


図1 ワークショップの流れ（作成・佐藤亮子）

<sup>15</sup> ワークショップでは「続けるための工夫」「さらに魅力を高めるためにやりたいこと」も議論したが本稿では省略する

<sup>16</sup> ワークショップには愛媛大学の学生も参加し、各テーブルで記録をサポートした

ヒアリングした4事例もそうであったように、発起人(発案者)は生産者、市民(消費者)、行政、民間事業者など多様である。発起人がそのまま主催する場合もあるが、組合や委員会のような組織をつくって主催者とする場合も多い。

また参加者のなかには、出店者(生産者)やマーケットのファンになった買物客(消費者)がいつしか運営に関わるようになった人も数名あった。また、お客として通ううちに自ら作ることや売ることに興味がわき出店者になるなど、かかわり方が移行するケースも少なからず存在するようである。

マーケティングやコミュニティビジネスの専門家や大学等の研究者に加え、商店街もアドバイザーとしてあがった。マーケットを開設する際、特に市街地に開設する場合には、既存の商店街や商業施設との関係が問題になる。商売をしている店先でマーケットを開かれては営業妨害になると、開催そのものを受け入れてもらえないという話をよく耳にする。だが、近隣商店街をアドバイザーとして味方につけることで、互いのメリットを引き出し、共存共栄を創発するような関係になれるのではないかと。

行政については、立ち上げ時に補助を得るのは有効であるが、運営そのものに介入させないよう、一定の距離を置くべきであるという意見が強かった。

### 第3節 運営上の課題

商店街との関係に加え、行政との距離のとり方もまた、マーケット運営の共通課題であろう。

事例のなかで「とくしまマルシェ」は、民間の運営だが行政の補助金も導入していた。代表の金森氏の「方向性をゆがめない限りにおいて補助金を活用していく」という言葉が示すように、独立

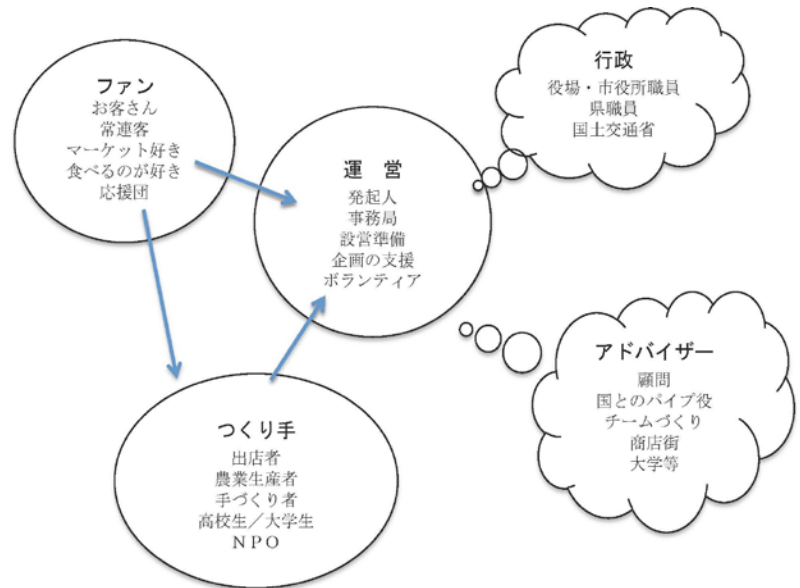


図2 マーケットをとりまく人々 (作成・佐藤亮子)

したマーケットとして意思決定していくには、補助金の種類(選び方)や利用の仕方を慎重に検討する必要がある。

ワークショップではまた、次のような意見も出た。

「マーケットはまちのにぎわいづくりに駆り出されやすい。それも、地域の活性化に貢献するということでは意味がある。しかし、その一方でマーケットは、コミュニティビジネスを育てる場でもあり、出店者の収益を伸ばすことも重要である。どちらもコミュニティに貢献することではあり、事務局としてどの立ち位置で運営するか悩むところである」

行政が主催する「さぬきマルシェ」は、出店数が10~20と小規模ながら、駅前のにぎわい創出に貢献している。だが、「店と客の距離がまだある」ことを、運営を担うNPOの担当者は問題のひとつとしてあげた。

このマーケットの出店構成を見ると、店舗を持ったプロが多いのが特徴的だ。マーケットは人寄せ効果があり、たしかに店舗を持つ事業者にとってもPRの場として有効である。しかし実際には出店数は伸び悩んでおり、新規開拓の必要性を感



じているという。特に制限しているわけではないが、他のマーケットに多いクラフト系や「お母さんの味」的な店がさぬきマルシェではあまり見られない。「香川(さぬき) 製品の広報」という行政が掲げるミッションの実現と、店舗の多様性をどう両立させていくか、運営者としては悩ましいところであろう。

もうひとつは、「2つの経営」をどう自律させるかという問題だ。2つとは、出店者の経営とマーケット事務局としての経営である。

ヒアリングした4事例とも、「マーケットは儲ける場ではないと出店者には言っている」「儲け優先の店は続かない(出て来なくなる)」と語っていた。たしかに出店者(生産者)と客(消費者)あるいは出店者どうし・客どうしのコミュニケーションや交流があることはマーケットの大きな魅力であり価値である。しかし、趣味の延長で行なうものは別として、生業として生産活動をしている農業者や事業者にとっては、収益があがることも参加し続けるための重要なファクターである。

またマーケット事務局も持続的でなくてはならず、そのためには労働対価やワーク&ライフのバランスがとれていなくてはならない。4事例のうち3つが民間の経営であった。「きまぐれ市」は、松井氏の人脈と経験、スキルによるところが大きい。逆にいうと彼女だから自分の人件費も含めてマーケットで稼いだし、運営し続けることができている。松井氏が動くことができなくなったら、マーケットの継続はむずかしくなるであろう。また、株式会社が運営する「とくしまマルシェ」も、企業の協賛金や補助金も得ながら、ネット販売や宅配、毎月の東京出張と、3名のスタッフはフル稼働・フル回転でかなりハードな労働になっているのではないかと想像される。また、出店者組織が主催する「高知OM」の場合は、出店者が事務局あるいはイベント等の仕事をする際には無報酬(ボランティア)とし、経費削減をはかっている。

付加価値の高い商品やサービスをつくる、ディ

スプレイやアピールの仕方を工夫するなど、出店者が売上げを増やす努力をすることはもちろんであるが、運営側もまた、地域のニーズを組み込んだイベントやキャンペーンの企画とその広報、店舗構成の充実、人材や支援者の開拓など、出店者の売上げアップ、労働の省力化に向けた仕掛けや仕組みづくりが求められる。

## まとめ～マーケットはどこに向かうのか

マーケットの持続的な運営のために必要なことに近年は「社会的役割を果たす」ことが加わっている。社会的といっても、日本全体あるいは世界を指すわけではない。地域の食や資源を活かすマーケットが目をつけるべきは、地域社会においてどのような役割を果たすのかということである。

日本に先んじて1990年代からファーマーズマーケット・ムーブメントが起こったアメリカではいま、マーケットを通して地域の課題を解決する取り組みをしている。低所得者向け栄養プログラム<sup>17</sup>は以前にも増して積極的であるし、地域のクリニックと連携し、医者が処方箋を書くとファーマーズマーケットで野菜がもらえるようにしたり、買物難民問題を解決したり、生ゴミを持ち込むと肥料にしてくれたり、高校生の教育のため農園を開いたり、移動手段のない高齢者のためにマーケットまで車を出すなど、地域の背景・課題によって内容はさまざまである。

こうした活動がなぜ、マーケットの持続性に関係しているのか。ワークショップ後の講評のなかで、NPO法人コミュニティビジネスサポートセンター代表理事の永沢映氏が「ビジネスというのは①事業、②助成金や補助金、③会費、④寄付金、⑤行政からの委託費という、おおよそ5つの収入

<sup>17</sup> 低所得の妊婦や乳幼児、高齢者に政府が食品を購入することのできるクーポンを配布するプログラム。ファーマーズマーケットで生鮮野菜や果物を購入できる栄養プログラムを受け入れるマーケットが増えており、近年は財団等の支援を得て金額を加算するマッチングプログラムが流行している

構造で財源を確保しながらまちづくり活動を行っている」と語ったが、5つのうち①事業をのぞく4つは、「社会的価値の実現」に作用される性質が強い。つまり人に金を出したいと思わせることに通じるのだ。ファーマーズマーケットが急増し、財団の助成金の争奪戦がシビアになっているアメリカに限らず、マーケットが持続的であるためには、社会性を事業性につなげることは有効な方策のひとつであると考えられる。

高知新聞企画出版部『おもしろ生活市場 土佐の日曜日』高知新聞社(1998)

愛媛大学総合政策学科観光まちづくりコース佐藤亮子ゼミ論文

#### 参考文献・資料一覧

国土交通省半島振興室ホームページ

[https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/chisei/kokudoseisaku\\_chisei\\_fr\\_000009.html](https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/chisei/kokudoseisaku_chisei_fr_000009.html) (2014年3月20日)

高知オーガニックマーケット

<http://kochiom.web.fc2.com> (2014年3月20日)

とくしまマルシェ

<http://tokushima-marche.jp/> (2014年3月20日)

さぬきマルシェ in サンポート

<http://www.kensanpin.org/umaimon/marche/> (2014年3月20日)

さぬきうまいもんプロジェクト

<http://www.kensanpin.org/umaimon/> (2014年3月20日)

株式会社イズミ

<http://www.izumi.co.jp/corp/outline/index.html> (2014年3月20日)

まちづくりマーケットプロジェクト「平成25年度 半島担い手強化プログラム実績報告」(2014年3月)

湯浅良雄ほか『地域再生学』晃洋書房(2011)