

地域戦略研究所紀要

第7号

全国の屋台村の運営状況からみた北九州市での展開可能性

内田 晃 …… 35

北九州市立大学
地域戦略研究所
2022.3

全国の屋台村の運営状況からみた北九州市での展開可能性

内田 晃

- I 調査の背景と目的
- II 全国における屋台村の展開状況
- III 運営事業者へのヒアリングから見えてくる課題
- IV 北九州市における屋台村の可能性と展望
- V まとめ

<要旨>

本研究では全国で展開されている屋台村を取り上げて現状の整理を行うとともに、運営事業者へのヒアリング調査を通じて、運営の実態や店舗形態のあり方、中心市街地との関係などについて知見を得た。その上で、北九州市において屋台村を展開するための立地条件、店舗構成、運営組織体制などについて提案を行った。地方都市においては屋台村が中心市街地活性化に寄与するツールとして有効であることが既に多く立証されている。北九州市が持つ地域資源や強みを活かし、北九州市独自のコンセプトによる屋台村のビジネスモデルを検討していくことが求められる。

<キーワード>

屋台村 (Yatai Village)、中心市街地 (Downtown area)、活性化 (Revitalization)、運営事業者 (Organizer)

I 調査の背景と目的

モータリゼーションの進展に伴う、大型商業施設やロードサイド店舗の郊外進出がこの20年以上で急速に進展したことで、中心市街地における歩行者交通量の激減、小規模店舗の閉店が加速化し、その疲弊が著しい。政府もいわゆる「まちづくり三法」の改正により、郊外への大型集客施設の立地に制限をかけたたり、中心市街地への定住促進や空き店舗活用への税制優遇などを実施したりするなど、様々な施策を展開してきたが、その抜本的な改善には程遠い状況である。特に地方都市の中心市街地においては、加率的に進む人口減少や少子高齢化の影響を受け、小売業のみならず飲食業においても大きな打撃を受けているのが実情である。特に2020年以降に発生した新型コロナウイルス（以下：コロナと表記する）の感染拡大は中心市街地や飲み屋街に更なる不況をもたらしている。各商店街は、ポストコロナを見据えた新しい時代の活性化策を模索することが、当面与えられている喫緊の課題であると言える。

このような中、屋台の集合体による「屋台村」が地域活性化の一つのツールとして注目されている。火付け役となったのは 2001 年 7 月に開業した北海道帯広市の屋台村「北の屋台」である。同屋台村は中心市街地の一区画が火災で焼失したことを契機として作られたもので、地元の十勝地方で生産される野菜や畜産物を活用した飲食店が軒を並べている。折からのスローフードブームや地方創生の波に乗り、多くの観光客が来店する観光資源としても大成功を収めた。その後、同様の施設が北海道内（小樽市：2004 年、苫小牧市：2004 年、函館市：2005 年）や東日本（八戸市：2002 年、宇都宮市：2004 年）で開設され、全国に広がっていった。開業から 20 年近く経過したこれらの屋台村は、観光客だけでなく多くの市民に支えられているからこそ継続しているのであり、中心市街地の活性化に一定の寄与をする重要なコンテンツであると言える。

そこで本研究では、まず各地で展開されている屋台村の特徴を捉え、現状の整理を行う。さらに屋台村で成功を収めている全国の主要事業者に対するヒアリングや現地での調査を踏まえて、持続的な経営に繋がる要因を分析する。その上で、北九州市において屋台村を展開する上での可能性や課題を検証することを目的とする。

II 全国における屋台村の展開状況

1. 屋台村の定義と特徴

「屋台」とは明鏡国語辞典¹⁾によると「台を設けた屋根付きの小さな店。路上・広場などで簡単な商いをするのに用いる。車をつけるなどして、移動させるものが多い。」と説明されている。一般的にはお正月やお祭りの際に寺社内等に設置される、いわゆる「的屋」が飲食や玩具などの商売を行うものや、リアカーを改造した移動式の組み立て店舗を歩道上や公園内に設置して食事や酒類を提供するものが知られている。後者は福岡市の中心市街地で営業しているものが代表的な事例である。屋台村は福岡市で見られる移動式の屋台がいくつか集合して常設化されたもので、各店舗の設えはカウンター数席に厨房が備わったもので、まさに移動式の屋台と同様の形式である。2001 年 7 月に開業した北海道帯広市の「北の屋台」が火付け役となり、各地に同様の屋台村が作られた。

全国の屋台村が加盟している全国屋台村協議会¹⁾では、地域づくりの施設として今後の中心市街地活性化のために貢献することを趣旨として以下のコンセプトを掲げている。

表 1 屋台村のコンセプト

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 中心市街地の活性化 2. スローフード時代への幕開けの象徴として地産・地消のもと地場に根ざした伝統料理・郷土料理を一堂に集め紹介する（誰もが安心して食べられるオーガニック商品の販売と食材の提供） 3. 環境に配慮した屋台村である 4. 情報発信基地として（観光地、イベント、飲食店等の紹介） 5. 若手企業家の育成 |
|--|

出典：八戸屋台村みろく横丁ホームページ²⁾

また、屋台村について『屋台村の最大の特徴は敷地が公共空間上ではなく、私有地である点、また可動・仮設ではなく固定・常設である点など、既存の「屋台」とは大きく異なるものであり、衰退する中心市街地を舞台にその賑わいの創出を目的に掲げ、また起業家育成の機能・システムを組込む等、積極的にまちづくりへと結びつける創意的な取組みを目指している。』と定義している。まさに、単なる飲食店の集合体ではなく、中心市街地に楔を打ち、中心市街地活性化のためのインキュベーション的な施設であると理解できる。

2. 全国の屋台村の概況

(1) 屋台村を対象とした調査

全国屋台村協議会の前事務局を担当していた「八戸屋台村みろく横丁」の運営事業者である(有)北のグルメ都市を通じて、加盟屋台村への調査を2019年12月に実施した。実施主体は北九州商工会議所商業部会で、結果分析を筆者が行った。また、2019年末時点での各屋台村のホームページ等を参考に、各屋台村の現況を整理した(表2参照)。なお鹿児島市の「かごつま屋台村」は周辺の市街地再開発事業のために2020年12月に閉鎖された。

表2 全国屋台村協議会に加盟する屋台村の概要

番号	都道府県	市町村	人口(H27)	屋台村名称	運営事業者	開業年月	店舗数	席数	店舗面積(坪/店)	年間売上高(千円)	年間利用者(人)	ランチ営業	入替制
1	北海道	函館市	265,979	函館ひかりの屋台大門横丁	株式会社ティーエムオー	2005年10月	26	268	3.2~7.6	374,200	205,000	○(2店)	
2	北海道	小樽市	121,924	おたる屋台村レンガ横丁	西條保全(株)	2004年7月	13	90	3.0	-	-	×	
3	北海道	帯広市	169,327	北の屋台	北の起業広場協同組合	2001年7月	20	160	3.0	330,000	120,000	×	○(第6期)
4	北海道	苫小牧市	172,737	屋台通り錦町横丁	(有)東和商事	2004年7月	12	96	4.0	76,000	32,000	×	
5	青森県	弘前市	177,411	津軽弘前屋台かたれ横丁	津軽弘前屋台村(株)	2008年10月	10	80	3.3			×	
6	青森県	八戸市	231,257	八戸みろく横丁	(有)北のグルメ都市	2002年11月	26	208	3.3	481,000	217,000	○(3店)	○(第6期)
7	岩手県	矢巾町	27,678	矢巾屋台村さんなり横丁yahabar	ヤハバックス(株)	2015年3月	6	-	-	-	-	○(2店)	
8	岩手県	大槌町	11,759	三陸屋台村おおつち○○横丁	榎甘輝舎	2019年12月	8	-	-	-	-	○(4店)	
9	秋田県	秋田市	315,814	たばこ座横丁	秋田屋台村協議会	2009年10月	10	91	-	-	-	×	
10	山形県	山形市	253,832	山形屋台村ほつとなる横丁	榎リノベーション山形	2009年6月	15	120	3.3	-	70,000	○(2店)	
11	山形県	酒田市	106,244	酒田柳小路屋台村「北前横丁」	酒田まちづくり開発(株)	2015年10月	10	80	3.8	130,000	70,000	×	
12	福島県	福島市	294,247	こらんしょ横丁	ふくしま屋台村(株)	2006年7月	9	-	-	-	-	×	
13	栃木県	宇都宮市	518,594	宇都宮屋台横丁	榎村上	2004年4月	23	-	-	455,400	190,000	○(1店)	
14	埼玉県	春日部市	232,709	春日部満天横丁	榎ムラタハウジング	2012年10月	10	-	-	-	-	○(2店)	
15	埼玉県	深谷市	143,811	深谷宿屋台村ふっかちゃん横丁	深谷商工会議所	2013年4月	9	-	-	-	-	○(2店)	
16	福井県	あわら市	28,729	あわら温泉屋台村湯けむり横丁	あわら湯けむり創生塾	2007年12月	10	90	3.3	114,800	62,300	○(1店)	
17	鹿児島県	鹿児島市	599,814	かごつま屋台村	NPO法人鹿児島グルメ都市企画	2012年4月	26	208	3.5	760,000	520,000	○(全店舗)	
18	沖縄県	那覇市	319,435	国際通り屋台村	榎コクバ合人社ファシリティーズ	2015年6月	20	-	-	-	-	○(全店舗)	

出典：各屋台村のホームページ及び事業者に対する調査を基に筆者作成

(2)屋台村の特徴

1)規模

最も規模が大きいのはいずれも店舗数が26ある函館市の「函館ひかりの屋台大門横丁」、八戸市の「八戸屋台村みろく横丁」、鹿児島市の「かごつま屋台村」である。次いで宇都宮市の「宇都宮屋台横丁」が23店舗、帯広市の「北の屋台」と那覇市の「国際通り屋台村」が共に20店舗であり、これらの5か所が20店舗以上を備えた大規模屋台村である。逆に店舗数が少ない小規模屋台村は、岩手県矢巾町の「矢巾屋台村さんなり横丁 yahabar」が6店舗、岩手県大槌町の「三陸屋台村おおつち〇〇横丁」が8店舗、福島市の「こらんしょ横丁」と埼玉県深谷市の「深谷宿屋台村ふっかちゃん横丁」が共に9店舗と、大規模屋台村と比較しても3分の1程度の規模である。一店舗当たりの席数を見ると、データのある11屋台村のうち7屋台村が8席であり、概ね8~9席が主流である。規模の最も大きい「函館ひかりの屋台大門横丁」のみ10席を超えている。

2)売上高

年間売上高のデータがある8屋台村を見ると、最も多いのは「かごつま屋台村」の約7億6千万円で、次いで「八戸屋台村みろく横丁」の約4億8千万円である。店舗数当たりの売上高が最も高いのも「かごつま屋台村」で約2,920万円となっており、次いで「宇都宮屋台横丁」の約1,980万円であった。平均すると約1,780万円であった。

3)利用者数

年間利用者数のデータがある9屋台村を見ると、最も多いのは「かごつま屋台村」の約52万人である。鹿児島市は観光客数も多く、また屋台村が新幹線の終着駅である鹿児島中央駅に近接していることから、利用者数が多いものと推測される。次いで「八戸屋台村みろく横丁」の約21万7千人、「函館ひかりの屋台大門横丁」の約20万5千人であった。

4)営業形態

屋台村はアルコールを提供する飲食店が多いため、夕方からの営業が主体の業態ではあるが、実際は18の屋台村のうち11の屋台村でランチ営業をしており、特に「かごつま屋台村」と「国際通り屋台村」では全店舗でランチ営業を行っている。いずれも中心市街地に立地しており、近隣の従業者や観光客の昼食需要を支えていると言える。

(3)屋台村の事例紹介

1)北の屋台

北海道帯広市にある「北の屋台」はJR帯広駅から約300m北に立地する屋台村で、北の起業広場協同組合が運営事業者となって2001年7月に開業した。全国屋台村協議会に加盟する19事業者の中でも最も歴史が古く、同屋台村の成功が全国の屋台村ブームに火を付けたと言っても過言ではない。元々、帯広の街には多くの「連続市場」が存在しており、路地に露店を並べたマーケットは帯広独自の商業形態であった。その一つであった一条市場が1998年に火災で焼失し、その跡地は19台の月極駐車場として利用されていた。この

敷地を活用して開設されたのが北の屋台である³⁾。店舗数 20 は比較的大規模の屋台村として位置づけられ、中央通路の両側に店舗が配置されている。焼き鳥、串焼き、居酒屋、フレンチ、中華料理、韓国料理など様々な屋台が農業王国・十勝ならではの食材を利用したさまざまなメニューを提供している⁴⁾。年間売上高は約 3 億 3 千万円、年間利用者は約 12 万人あり、観光客のみならず多くの市民が利用する施設となっている。



写真 1 北の屋台の内部通路



写真 2 北の屋台のゲートと案内板

2) 八戸屋台村みろく横丁

青森県八戸市にある「八戸屋台村みろく横丁」は JR 八戸駅から約 5km 東の中心市街地内に立地する屋台村で、(有)北のグルメ都市が運営事業者となって東北新幹線八戸延伸開業の年である 2002 年 11 月に開業した。帯広市の北の屋台の成功をヒントに、同社の元社長である中居雅博氏のリーダーシップ⁵⁾の下に開設された。年間売上高は約 4 億 8 千万円、年間利用者は約 21 万 7 千人あり、いずれも帯広市の規模を凌ぎ、全国でも代表的な屋台村として位置づけられる。表 3 は同屋台村のコンセプトであるが、5 番目にある「若手起業家を育てる」に関しては、店舗を三年周期で入れ替える手法を取っており、これが中心市街地への新たな店舗開店につながっているという意味で大きな特徴でもある。

表 3 八戸屋台村みろく横丁のコンセプト

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 新幹線八戸駅開業における、お客様へのおもてなしとしての目玉として。 2. 中心商店街の活性化として。 3. 日本初の環境対応型屋台村として。エコステーションの設置。(全ての施設がエコロジー施設、バリアフリー型の設置、ゼロエミッションのモデルケース) 4. 八戸の情報発信基地として。屋台村役場の設置。(観光地、イベント、飲食店等の紹介、視察のおもてなし) 5. 若手起業家を育てる。(屋台村から卒業生を送り出す) 6. 全国に誇る八戸のオーガニック食材の提供と、八戸の新名物料理・郷土料理を一堂に集め紹介をする。(八戸市にとって必要な屋台の構築) 7. スローフード時代への幕開けの象徴として。(地産地消の徹底化。コミュニケーションの原点である 3. 3 坪、1 対 8 の法則導入。通りへのこだわり 2. 4 m) |
|---|

出典：八戸屋台村みろく横丁ホームページ²⁾



写真3 八戸屋台村みろく横丁の通路



写真4 八戸屋台村みろく横丁のゲート

3)かごつま屋台村

鹿児島市にある「かごつま屋台村」は JR 鹿児島中央駅からわずか約 200m 北東の駅前に立地する屋台村で NPO 法人鹿児島グルメ都市企画が運営事業者となって 2012 年 4 月に開業した。店舗数 26、年間売上高約 7 億 6 千万円、年間利用者約 52 万人と全国でも最大規模の屋台村である。鹿児島市は観光客、ビジネス客いづれも多く、また焼酎大国である鹿児島県民の成人酒類販売（消費）数量⁶⁾は全国平均と比較しても高いことから、多くの来街者や市民に支持されていたと推測される。ところが、同屋台村の立地していた敷地が周辺の市街地再開発事業で活用されることに伴い、2020 年 12 月末をもって閉鎖された。このように屋台村は常設の施設ではあるが、建設コストも低く、数年で建設コストを回収した後に撤退するケースもあり得るといえる点で、非常に柔軟性の高い施設であるとも言える。



写真5 かごつま屋台村の内部通路



写真6 かごつま屋台村の案内板

4)国際通り屋台村

沖縄県那覇市にある「国際通り屋台村」は沖縄県庁の約 1km 北東に立地する屋台村で株式会社コクバ合人社ファシリティーズが運営事業者となって 2015 年 6 月に開業した店舗数 20 を有する比較的新しい施設である。那覇市の目抜き通りである国際通りから路地を少し入っ

た場所に立地している。国際通りは牧志公設市場やお土産店などが軒を並べており、来沖する観光客のほとんどが訪れる通りである。年間売上高と年間利用者のデータはないが、多くの来街者が訪れる国際通りという立地ポテンシャルから考えると多くの観光客の利用があると推測される。また鹿児島県同様、酒類を多く消費する文化がある県民性を考えると、住民の利用が多いことも容易に想像できる。年中温暖な気候であることから屋台村内部も開放的な雰囲気である。



写真 7 開放的な国際通り屋台村の内部通路



写真 8 国際通り屋台村の案内板

5) 深谷宿屋台村ふっかちゃん横丁

埼玉県深谷市にある「深谷宿屋台村ふっかちゃん横丁」は JR 深谷駅の約 250m 北に立地する屋台村で 2013 年 4 月に開業した店舗数 9 の比較的小規模の屋台村である。運営事業者は深谷商工会議所で、全国屋台村協議会に加盟している 19 団体の中で唯一民間企業や NPO 法人ではない公的セクターによる運営を行っているケースである。深谷市は入込観光客も少なく、東京からも日帰り圏内にあるということで、市外在住者よりも市民の利用者が多い傾向にある。



写真 9 ふっかちゃん横丁の内部通路



写真 10 ふっかちゃん横丁のゲート

Ⅲ 運営事業者へのヒアリングから見えてくる課題

1. 調査の対象

北九州市での展開可能性を探るために、屋台村の運営が円滑に行われている事例として「宇都宮屋台横丁」を選定した。同屋台村を運営しているのは(株)村上で、前任の(有)北のグルメ都市から引き継ぎ、全国屋台村協議会の事務局を担当している。

栃木県宇都宮市にある「宇都宮屋台横丁」は JR 宇都宮駅から約 700m 西の中心市街地内に立地する屋台村で、(有)村上が運営事業者となって 2004 年 4 月に開業した。店舗数は 23、年間売上高は約 4 億 5 千万円、年間利用者は約 19 万人であり、いずれも先行していた八戸市の「八戸屋台村みろく横丁」の規模に迫るものである。

ヒアリング調査は 2021 年 11 月 2 日(火)に北九州商工会議所観光・サービス部会の活動の一環として行った。表 4 にその概要を示す。

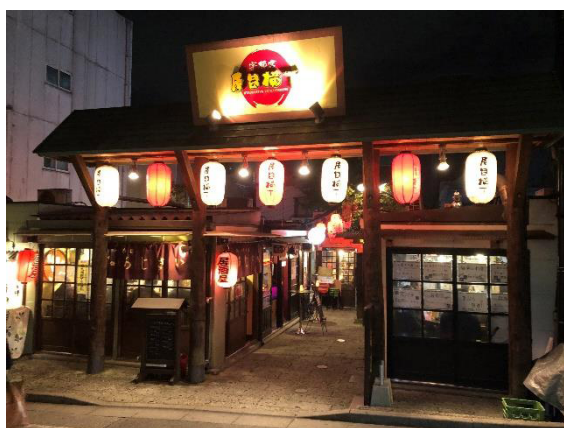


写真 11 宇都宮屋台横丁のゲート



写真 12 宇都宮屋台横丁の内部通路

表 4 宇都宮屋台横丁へのヒアリング概要

◆日時	2021年11月2日(火) 17:00~18:30
◆会場	宇都宮市まちづくり交流センター(栃木県宇都宮市江野町 10-3)
◆参加者	村上龍也氏(株式会社村上代表取締役) 田辺義博氏(特定非営利活動法人宇都宮まちづくり推進機構) 岡本堅吾(北九州商工会議所観光サービス部会・部会長) 脇野佑一(株式会社ワキノアートファクトリー・代表取締役会長) 小松良明(小倉中央商業連合会・理事長) 内田 晃(北九州市立大学地域戦略研究所・教授)

2. ヒアリング調査から見えてくる運営面での課題

(1) 運営会社のマネジメント

1) テナント確保

テナント経営者を集める方法として、広告宣伝等を行っていることはなく、意識しているのは申込者の待機テナントをどれくらい持てるかということであった。宇都宮屋台横丁は全部で 23 軒あるが、空きが出たことはなく、常に 5~6 名の入居希望者がいる。待機者

がいなくなれば、問題のある店主に強く言えないが、常に待機者がいることによって問題のある店は退店してもらおうことができるという点が強みと言える。「この屋台グループに入りたい」というニーズを作っておくのがこの事業のポイントであると指摘されていた。

2) 採算を取るためのノウハウ

従前はコインパーキングで、会社が保有していた約 150 坪の土地であった。運営会社である(株)村上がイニシャルで投資したのは給排水設備と建物の枠組みのみで 4000 万円以内で収まった。扉やカウンターなどの内装は各個店が出した。賃料は坪当たり月 4 万円で、各個店の広さが 4 坪弱なので約 16 万円となり、店舗数の 23 を掛けると月合計 350 万円の収入がある。つまりイニシャルの投資コストを約 1 年で回収し終えたことになる。土地さえあれば 1 年で回収できるという非常に低コストなシステムであると言える。

3) テナントへの対応

出店者は個人経営者が半分以上を占めており、企業系は半分以下である。個人は店主が直接お店に立つので動きはいいが、トラブルが起こった時に企業系は代替者を立てることができる点で強みがある。店主とはできるだけコミュニケーションを取るよう意識しているが、出店者は基本的には個人プレイヤーなので管理しすぎるのも問題という認識であった。役員会は村長 1 名、助役 2 名、その他 4 名の合計 7 名で組織しており、月 1 回開催している。全店主が参加するテナント会議も月 1 回開催し、常に状況を把握している。

(2) 各店舗のマネジメント

1) 収益

2020 年度以降はコロナの影響で数字が下がっているが、コロナ前は 1 店舗平均月 150 万円くらいの売り上げがあり、多いところは 300 万円以上の店舗も数店あった。最低でも 70 万円くらいで、それでも運営できているので、自ら閉店するお店はない。運営会社は集客活動には一切関与しておらず、お客様を集めるのは店の仕事であり、店舗の内装等をきれいにするのもお店の仕事で、一切制限はしていない。

2) 店舗のレイアウト

面積 150 坪の土地に 23 店舗をバランスよく配置しているが、もう少し余白の場所が欲しいとのことであった。バックヤード的な使い方ができるスペースがあれば、例えばごみを置く場所、従業員用、ストックスペースとして使える。店舗は正方形と長方形の 2 パターンあり、正方形は「コの字」、長方形は「L 字型」のカウンターが配置されている。基本的には路地型だが、帯広市の「北の屋台」のような通路が 1 本の屋台村と比較して、宇都宮のような路地が曲がっている方が変化があって空間的には面白いと感じた。

3) イベント

オープン当初からイベントは継続しているが、特別こだわって決めているものはない。店主たちからはイベントは収益にならないという不満も言われており、本音は話題づくりのためにやっているというのが実情とのことであった。代表的なイベントは 2008 年から

13回開催してきた「チャリティ鍋」で、売り上げは宇都宮市に寄付している。ただこの企画のみの売り上げだけだと寄付額が少ないので、イベント前1か月はチャリティ募金を各店舗でやっている。また、店主発案企画としてオープン当初は大人数での海苔巻きやロールケーキづくりをやっていたが、最近は多少疲れてきた面もあり、実施していない。

(3) 屋台村の立地条件

屋台村を繫栄させるための立地条件を伺ったところ、立地に関してはあまり意識しておらず、市の中心部にあり、街の活性化のためにやるのであればどこでもいいという意見であった。屋台横丁自体が目的地になっていることから、大通りに面しているかどうかも関係ない。宇都宮は代行運転の文化があり、地元の人は車で来ているが、周辺の民間駐車場を利用しているので駐車場の有無は問題ない。

(4) 行政等との連携

屋台村を発案する際に「NPO法人宇都宮まちづくり推進機構」が支援してきた。その後も行政が直接というわけではなく、間に入った同機構がお手伝いをしてきた。つまり行政主導ではなく民間の力で動いてきたプロジェクトである。ただ、直接的ではないが、宇都宮市と宇都宮商工会議所が後方支援してくれているので、安心感が全然違うということであった。具体的に何かをしてくれているわけではないが、何かあった時にいつでも相談できるというのは心強いのではないかと。市内には他にも同様の屋台村ができたが、宇都宮屋台横丁は街の活性化に資するためにやっており、先行したブランドとしての自負もある。商店街の端に宇都宮屋台横丁ができたことで、その結果周辺に飲食店が多くできたのも成果と言える。また自己資金が足りない店舗は商工会議所の創業支援や政策金融公庫の支援も受けながら事業を行っている。民間企業によるビジネスではあるが、公的な支援を受けることによって若い起業家も参入することができている。

3. 屋台村成功の鍵

ヒアリングを通じて感じたことは、単独で収益を上げるのが目的ではなく、周辺の飲食店の活性化へとつながる誘発効果をもたらす起爆剤になるべく立ち上げられたものであり、常に中心市街地活性化を意識した一貫した取り組みを行っているということである。各店舗が商売を頑張り、商売以外の事は運営会社がサポートしていくというお互いの信頼関係に基づいた役割分担がしっかりとできているのも成功の鍵であると言える。実際に、まちなかには飲食店が増え、オープンカフェを展開するお店も増え、若者の通行量も増えるなど、地域の活性化に寄与している。地元で喜んでもらえる屋台村であったからこそ、信頼関係が構築され、地域での評判も良いものになっている。もちろん運営会社である(株)村上代表取締役社長である村上龍也氏のリーダーシップがあったからこそ、今日の成功に繋がっているのは紛れもない事実であろう。

IV 北九州市における屋台村の可能性と展望

1. 全国の屋台村のデータから見る適正規模と売上推計

(1) 店舗数

ここでは北九州市で展開する上での店舗数の適正な規模を探る。まず都市規模（2015年国勢調査人口）との関係を見ていく。図1は都市人口と屋台村の店舗数の関係をプロットしたものである。一部、八戸や函館など人口規模と比較して店舗数が多い都市もあるが概ね正の相関が見て取れる。北九州市の人口は約96万人であるため、この相関で当てはめると40～50店舗の規模となる。一方で夜の飲食店街の商圈としては概ね北九州市東部（門司区、小倉北区、小倉南区）と捉えることができる。このエリアの人口が約49万4千人であることを勘案すると、適正な規模は店舗数がおおよそ20～25店舗ということになり、先進的な事例である八戸や宇都宮と同規模のものが想定される。

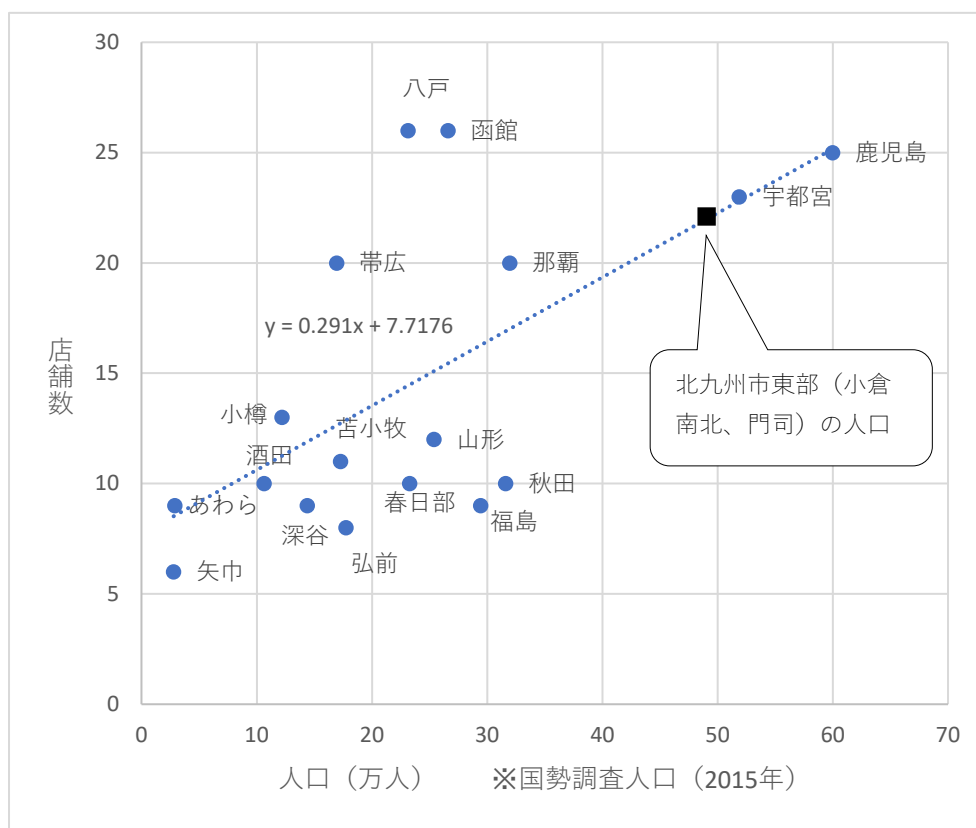


図1 人口と店舗数の関係

次に宿泊業及び飲食サービス業の売上高との関係を見ていく。図2は宿泊業及び飲食サービス業の売上高と屋台村の店舗数の関係をプロットしたものである。こちらも八戸や函館など売上高と比較して店舗数が多い都市もあるが概ね正の相関が見て取れる。北九州市東部の売上高は年間約810億円であるため、この相関で当てはめると前述の人口比と同様に適正な規模は店舗数がおおよそ20～25店舗ということになる。

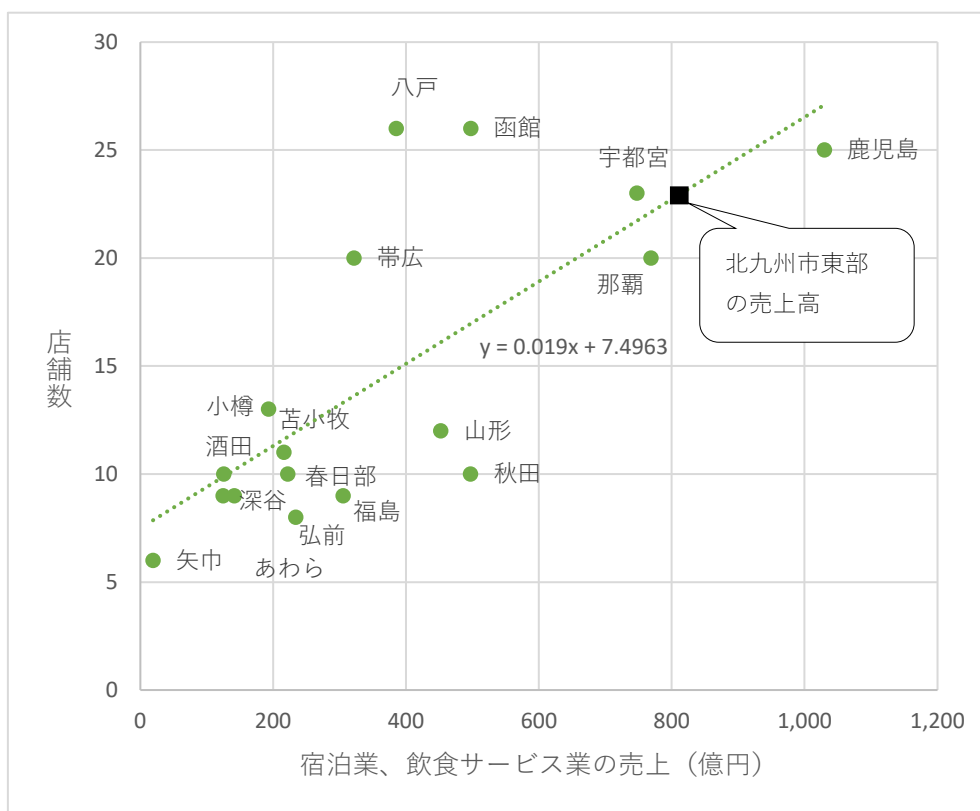


図2 宿泊業、飲食サービス業の売上高と店舗数の関係

(2) 売上高

ここでは北九州市で展開した場合の売上高を推計してみる。まず都市規模（2015年国勢調査人口）との関係を見ていく。図3は都市人口と屋台村の売上高の関係をプロットしたものである。この関係については強い相関が見て取れる。前述した北九州市東部地区（門司区、小倉北区、小倉南区）を商圈と捉えると、推計される売上高は約6億円規模となり、先進的な事例である八戸や宇都宮よりも上回ることが予測される。

さらに宿泊業及び飲食サービス業の売上高との関係を見ていく。図4は宿泊業及び飲食サービス業の売上高と屋台村の売上高の関係をプロットしたものである。こちらも人口規模と同様に高い相関が見て取れる。北九州市東部の宿泊業及び飲食サービス業の売上高は年間約810億円であるため、この相関で当てはめると前述の人口比と同様に推計される売上高は約6億円規模となる。

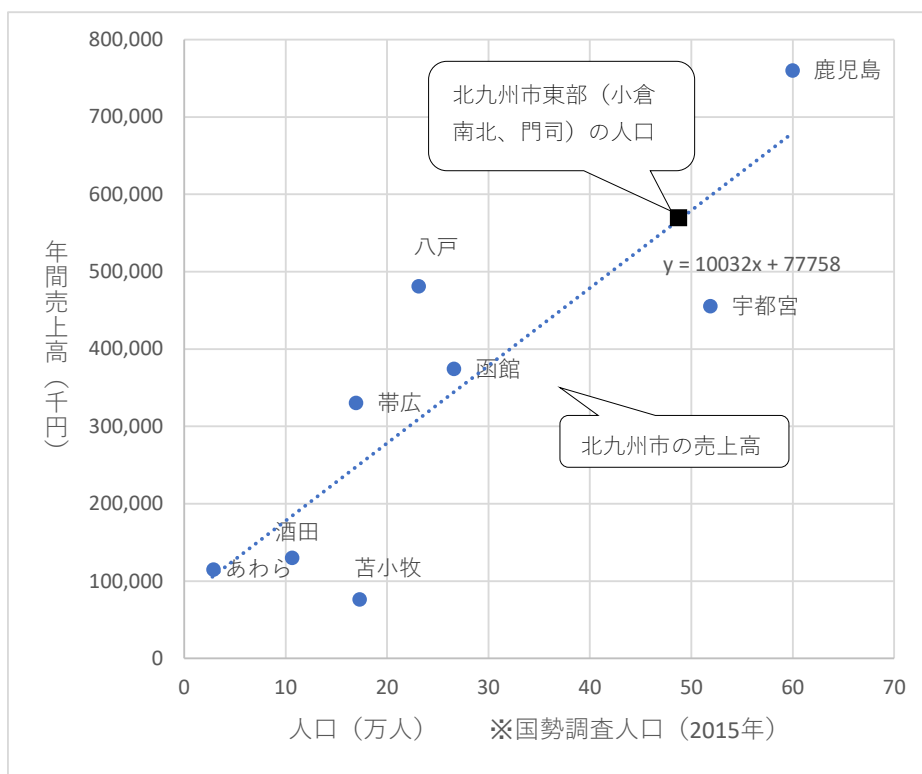


図3 人口と屋台村売上高の関係

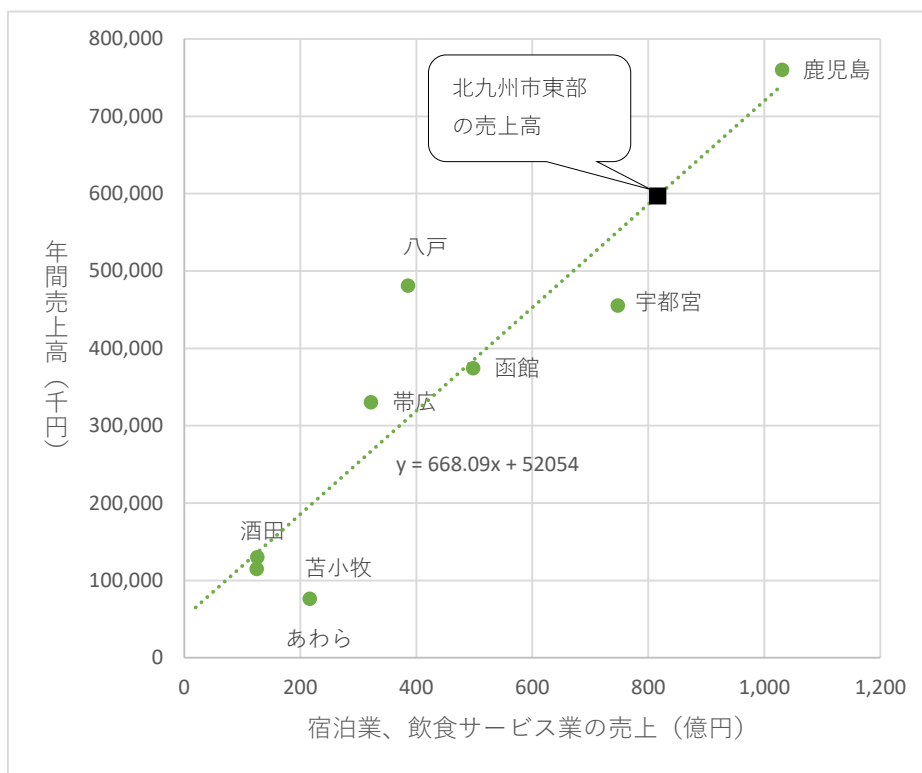


図4 宿泊業、飲食サービスの売上高と屋台村売上高の関係

2. 北九州市での展開に向けた提案

(1) 立地場所

屋台村は飲食店舗の集合体であるため、立地場所は自ずと集客力のあるエリアに絞られる。八戸、帯広、八戸、宇都宮など、成功事例はいずれも中心市街地内で、かつ夜の飲食店が集積するいわゆる繁華街に立地、もしくは隣接しているというのが共通項であった。ランチ営業を行うためには周辺にオフィスビルや公共交通拠点が立地しているかどうか、というのも鍵になる。

北九州市で屋台村を展開していくためには、商業・業務施設が集積し、公共交通拠点である小倉駅周辺の都心地区が候補となる。市民だけでなく観光客の来訪を促すためにも、出張者が多く宿泊しているシティホテルやビジネスホテルが多い小倉駅周辺地区が強みであるのは間違いない。宇都宮でのヒアリングからも分かったように運営事業者がマネジメントするのに適しているのは20～25店舗であり、北九州市でもこの規模が適正であると指摘した。よって宇都宮と同規模の150坪（約500㎡）程度のコンパクトな敷地が求められる。この程度の敷地であれば、現在駐車場として利用されている土地や遊休地など、小倉都心地区内にもいくつか候補となる土地はあるだろう。さらに少し広いが旧小倉ホテルの跡地に整備された「船場広場」は約800㎡あり、イベント等で活用できる空間を作る余裕もできる。屋台村に求められるのは単なる飲食機能ではない。中心市街地活性化の大きな起爆剤となる施設である。そういう視点で立地場所を検討する必要があるだろう。

(2) 店舗構成

北九州市近辺は海の幸、山の幸に限らず食材の宝庫である。合馬タケノコ、若松水切りトマト、若松潮風キャベツなどの野菜を始め、関門海峡たこ、豊前一粒カキなどの魚介類に至るまでそのブランド名が知れた逸品があり、四季折々、年中美味しいものを提供できる環境にある。また、小倉焼うどん、門司港焼カレー、戸畑ちゃんぽん、八幡ぎょうぎなど、その名に地域名が付いた名物料理も豊富である。このような多様な食文化を有する都市であることを活かし、博多の屋台にはない、ここでしか味わえない独自の店舗を展開していくことが、集客力の向上につながると言える。JA北九州や地元漁協などの組織、さらには個人農家などと直接連携を組み、北九州市独自の安全で美味しい食材を提供できる体制の構築が求められる。

(3) 運営体制

全国の事例調査や宇都宮でのヒアリング調査からは、運営事業者がいかに軸の通ったコンセプトを持ち続けるか、またその熱い想いを以下に保つかが必要不可欠であることが明らかとなった。運営事業者と行政、商工会議所との横の連携や、個別の店舗との良好な信頼関係を続けていくことも、持続的な運営においては重要である。北九州市で屋台村事業を展開していく上でも、市や商工会議所とのパイプは必要であるし、運営事業者が単なる営利事業としてではなく、中心市街地活性化に寄与する事業であることを位置づけられるかが成功には欠かせない。また、八戸のように店舗を定期的に入れ替え、顧客を屋台村

で獲得した店主が、新たに中心市街地内の空きテナントに入居し、繁華街の来訪者増へと寄与していく、という流れを創出することも、まちづくりにおいては重要な視点であると言える。北九州市でも繁華街の飲食ビルの空きテナントが増加傾向にある。屋台村が新たな飲食業界の起業家を生み出すインキュベーター的な存在になることが期待される。

V まとめ

本研究では全国で展開されている屋台村に注目し、その特徴を捉えて現状の整理を行った。さらに屋台村として成功している宇都宮市の「宇都宮屋台横丁」の運営事業者にはヒアリング調査を行い、運営の実態や店舗形態のあり方、中心市街地との関係などについて知見を得た。その上で、北九州市において屋台村を展開する上での立地条件や店舗構成、運営体制について考察を行い、その方策と課題について明らかにした。

屋台村は特に地方都市において成功を収めており、中心市街地活性化の有効なツールであることが既に多くの事例からも立証されているところである。ただし、これまでの成功事例を参考としてその手法をそのまま適用したとしても、成功に繋がるはずはない。北九州市の地域資源や強みを活かし、北九州市独自の強いコンセプトを掲げ、持続可能な屋台村経営を目指してほしい。環境に配慮した持続可能なまちをめざす「SDGs 未来都市・北九州市」だからこそできる屋台村として、中心市街地活性化に寄与していくことを期待しているし、そのための事業モデルを検討していくことが今後の課題でもある。

〔謝辞〕

本調査を実施するにあたって、(有)北のグルメ都市の中居雅博氏、株式会社村上代表取締役の村上龍也氏、特定非営利活動法人宇都宮まちづくり推進機構の田辺義博氏には貴重なお時間を頂きヒアリングを行うことができた。また、深谷宿屋台村ふっかちゃん横丁の運営事業者である深谷商工会議所の皆様にも現地を視察させて頂いた。また、北九州商工会議所観光サービス部会・部会長の岡本堅吾氏、株式会社ワキノアートファクトリー・代表取締役会長の脇野佑一氏、小倉中央商業連合会・理事長の小松良明氏、北九州商工会議所中小企業部担当部長の馬渡哲也氏には全国の屋台村調査にご同行頂き数々の示唆を頂いた。ここに記して感謝申し上げます。

(本学 地域戦略研究所 教授)

〔注〕

- (1) 全国屋台村協議会とは、各地方都市において地域づくりの屋台村として運営していただけの事業者と共に地域課題解決型の事業（コミュニティビジネス）として連携を図って行く為に設立したもので、屋台村をつくる時に協議会の趣旨に賛同し、各屋台村との交流を図り、地域の活性化に寄与することを目的としている。現在、19の屋台村

(このうち現在は 2 村が閉鎖) が加盟しており、事務局機能は宇都宮屋台村 (運営事業者: (株) 村上) が担っている。

〔参考文献〕

- 1) 「明鏡国語辞典」大修館書店
- 2) 八戸屋台村みろく横丁ウェブサイト (<https://36yokocho.com/office/japan-yatai/>)
- 3) トカチナベウェブサイト (<https://tokachinabe.com/kitanoyatai/>)
- 4) 北の屋台ウェブサイト (<https://kitanoyatai.com/>)
- 5) RAB 企画ウェブサイト (<http://www.rabkikaku.co.jp/seisaku/goodjob/nakai.html>)
- 6) 鹿児島県アルコール健康障害対策推進計画 (2019 年 4 月)
- 7) 平成 26 年経済センサス基礎調査
(<https://www.stat.go.jp/data/e-census/2014/index.html>)

STUDIES
OF
INSTITUTE FOR
REGIONAL STRATEGY
CONTENTS

Present Situation of Food stall village in Japan and Feasibility in Kitakyushu.

Akira UCHIDA …… 35

No. 7
March 2022
INSTITUTE FOR REGIONAL STRATEGY
THE UNIVERSITY OF KITAKYUSHU
KITAKYUSHU CITY, JAPAN