北海道の屋台村に関する研究

室蘭工業大学建設システム工学科
教授　大坂谷　吉行

Ⅰ．研究の背景と目的

１．研究の背景

2001 年 7 月 29 日に帯広市の有志がまちの活性化を図ろうと開設した『北の屋台』が成功を納め、「屋台村」がまちづくり又は中心市街地活性化の有効な手段として全国的に注目を集めている。

帯広市の「北の屋台」の成功を契機として、北海道を中心にして「屋台村ブーム」が起こり、北海道には１２市町で１３の屋台村ができた。即ち、開業年月日の順番で示すと、「むろらん屋台村」（室蘭市）、「北の屋台」（帯広市）、「まんだら横丁」（旭川市）、「港の屋台」（釧路市）、「屋台通り錦町横丁」（苫小牧市）、「おたるれんが横丁」（小樽市）、「小樽出抜小路」（小樽市）、「やくも屋台村」（八雲町）、「ひかりの屋台大門横丁」（函館市）、「美唄屋台村とんでん横丁」（美唄市）、「北見じまん村」（北見市）、「ほろべつ屋台村」（登別市）、「稚内副港波止場横丁」（稚内市）の１３の屋台村ができた。ただし、「まんだら横丁」（旭川市）は 2006 年 10 月末で営業を終えた。また、青森県には「八戸屋台村みろく横丁」（八戸市）、「青森屋台村さんふり横丁」（青森市）、「津軽弘前屋台村かだれ横丁」（弘前市）がある。さらには「ふくしま

表１　北海道と青森県の屋台村の運営主体と開業年月日

所在市町村	屋台村名称	運営主体	開業年月日
室蘭市	むろらん屋台村	(株)室蘭開発	1998／ 6／ 7
帯広市	いきぬき通り 北の屋台	北の起業広場協同組合	2001／ 7／29
旭川市	まんだら横丁	旭川銀座商店街振興組合	2002／ 6／11
釧路市	港の屋台	(株)釧路河畔開発公社	2004／ 6／18
苫小牧市	屋台通り 錦町横丁	(株)東和商事	2004／ 7／ 1
小樽市	おたる れんが横丁	(有)おたる屋台	2004／ 7／14
小樽市	小樽出抜小路	(株)うだつ商事	2005／ 4／26
八雲町	やくも屋台村	(株)平田建設	2005／ 6／15
函館市	ひかりの屋台 大門横丁	(株)函館ティエムオー	2005／10／23
美唄市	美唄屋台村 とんでん横丁	(株)北美」	2006／ 7／ 7
北見市	北見じまん村	(株)北見じまん村	2006／ 7／10
登別市	ほろべつ屋台村	(有)みとや	2006／10／16
稚内市	稚内副港 波止場横丁	(株)副港開発	2007／ 4／28
八戸市	八戸屋台村 みろく横丁	(有) 北のグルメ都市	2002／11／19
青森市	青森屋台村 さんふり横丁	(有)木村住建工業	2005／ 5／ 1
弘前市	弘前津軽屋台村 かだれ横丁	(株)弘前商事	2008／ 9／13

屋台村こらんしょ横丁」（福島市）、「宇都宮屋台横丁」（宇都宮市）、「あわら湯けむり横丁」（福井県 あわら市）が営業しており、2009 年６月に「ほっとなる横丁」（山形市）が開業する予定である。（表１を参照）

北海道で 最も早く開業した「むろらん屋台村」（1998 年 6 月 28 日開業）は、既に 10 年以上が経過している。しかし、「むろらん屋台村」は、直前に開通した白鳥大橋による来客者の増加を見込んで開業したものであり、中心市街地から離れた場所にあり、最近のブームとなっている「屋台村」とは、性格が異なっている。

最近の屋台村ブームの先駆けとなり、成功例と高く評価されている屋台村が、2001 年 7 月 29 日に開業した「北の屋台」である。「北の屋台」は、開業から７年以上が経過して、現在、第３期の営業となっている。「北の屋台」は成功例とされているが、他都市の屋台村の中には、必ずしも成功しているとは言えない例も見られる。また、まちづくりや中心市街地活性化の手段として、屋台村に過度な期待を寄せることには、懐疑的にならざるを得ない面も見られる。したがって、屋台村を客観的に評価すべき時期を迎えていると言えよう。

２．研究の目的と方法

（１）研究の目的

本研究の第一の目的は、北海道と青森県の計 16 箇所の屋台村を比較し、各屋台村の特徴や問題点を明らかにすることである。

第二の目的は、各屋台村の中心市街地活性化や地域貢献等との関連を明らかにすることである。

第三の目的は、屋台村自体及び市街地活性化等との関連について共通点を見つけることである。

第四の目的は、屋台村の評価方法を検討することである。

第五の目的は、他都市において新たに屋台村を開設する場合に留意すべき事項を提示することである。

（２）研究の方法

現地調査に行く前にインターネットを利用して、各屋台村のホームページ等から最新の基礎データを収集した。また、各屋台村に関する関連記事や投稿意見を収集した。これらから、現況と問題点を事前に整理して、現地へ行き、屋台村の運営主体に対するヒアリング調査を行った。一部の屋台の店主や客に対してインタビューを行った。また、屋台村のパンフレット類や当該都市で販売または無料配布されているミニコミ誌等（屋台村に関する記事が掲載されているものに限る）を収集した。現況調査は、主に物理的な状況を把握するとともに写真を撮影した。

Ⅱ．屋台と屋台村

１．屋台とは

「大辞林（第二版）」によると、屋台の定義は、次のようになっている。

やたい[1]【屋台／屋体】

(1)「やたいみせ（屋台店）」に同じ。
(2)小さな家の形をした台で、中に御神体をまつり、移動できるようにしたもの。祭礼の曳き物としても用いる。
(3)舞台装置の一種。建物に見せるもので、その上で人が立居できるようにしてあるものをいう。
(4)家。特に、小さくて粗末な家。「―共に馬足にかけ、微塵にするが浄瑠璃・狩」
(5)祭礼の時に、踊りなどをする台。踊り屋台。

(1)の「やたいみせ【屋台店】」を見ると、以下のようになっている。

やたいみせ[2]【屋台店】

(1)路傍や空き地などに屋根のある台を設け、やきとり・おでんなど、簡単な飲食物を供する大衆的な店。屋台。
(2)屋根つきの車で、移動しながら簡単な飲食物を商う店。屋台。

本研究で扱う「屋台」とは「やたいみせ」の定義の(1)である「路傍や空き地などに屋根のある台を設け、簡単な飲食物を供する大衆的な店」である。屋台は商売の原点であり、世界中に存在している。

「屋台村」の定義は、『大辞林』（第二版）には出ていない。

本研究では、道路上や公園内ではなく、ある運営主体が所有又は借地している私有地に建設し、所有かつ管理している屋台形式の建物の集合体である飲食施設及び附属施設を「屋台村」と定義する。附属施設は、トイレ、広場、通路（ロードヒーティング）、案内板、照明などである。また、本研究では、ある運営主体が所有又は借用している既存建築物の一部に建設し、所有かつ管理している屋台形式の建物の集合体である飲食施設及び附属施設も「屋台村」に含めることにする。したがって、「屋台村」には、屋外型と屋内型がある。表１に示した屋台村の中で、「港の屋台」（釧路市）、「ほろべつ屋台村」（登別市）及び「かだれ横丁」（弘前市）は、屋内型の屋台村である。これら三つを除く屋台村は屋外型の屋台村である。

２．屋台の歴史

屋台村ブームを巻き起こした帯広市の「北の屋台」開業の中心メンバーの一人、坂本和昭著「北の屋台読本」から、日本における屋台の歴史を以下に引用する。

日本の初期の商いの仕方を大きく分けると、「振り売り」と「立ち売り」の２種類に分けることができる。「振り売り」（棒手振）とは売る品物を手や肩にかけて場所を移動しながら商うもので、直接手に持って売るものや、天秤棒で担ぐものから、屋根を付けた荷台を担いで売るものまで、使う道具の形によってさらに種類に分かれる。「立ち売り」

とは、道路脇や神社仏閣の境内などに見世を出し、移動せずに商うもので、屋台見世と乾見世（ほしみせ）とがある。屋台見世は一般に小さな家の形をした屋根付きの台に商品を並べて売り、乾見世は路上にムシロや台付きの戸板などを広げ、その上に商品を並べて売る売り方である。

定義上、屋台とは物を売る台に屋根を付けたもので、組立や収納が容易であり、移動が可能な店のつくりのことを言い、お祭りなどのイベント時に仮設店舗や露店として営業する商形態である。したがって屋台にも振り売り系統の移動しながら商うものと、立ち売り系統の移動しないで商う２種類の屋台が存在する（同書 16 頁）。

日本における屋台の起源は江戸時代の天ぷら、すし、そばなどの屋台である。江戸時代の屋台は、屋台とはいっても現在のように車輪が付いていない「据え置き型」で、参勤交代の大名行列が通る時などに、必要に応じてたたんで移動する形式だった。屋台に車輪を付けて簡単に移動することができるようになったのは明治になってからのことである。

屋台が江戸の街に登場するのは、享保（1716～1736 年）になってからで、八代将軍吉宗が享保の改革で引き締め政策を行い、その時、初めて屋台は新しい商法として生まれた。政治的に安定した江戸中期は、経済が発展した時代であり、商業が繁栄し、花見や芝居見物などの娯楽機会も増えた。それに従って人々は外食に馴染み始めた。盛んになるのは天明（1781～1789 年）以後で、戦のない太平の世は、位は高いがお金に困っている武士よりも、もっとも位の低かった商人にお金という実質的な力をもたせることになり、自由な気風が拡がったことで庶民の間に様々なジャンルの町人文化が発達し、外食文化も栄えた（同書 17 頁）。

江戸時代の外食は屋台店が大部分を占めていたが、なかでもすしの屋台の数は蕎麦や天ぷらの屋台をはるかに凌駕していた（同書 21 頁）。

現在の屋台の直接の起源は、第二次世界大戦後の闇市にある。戦争引揚者や戦争未亡人または戦災で店舗を失った人たちが生活の為にはじめたものが、現在まで残っていると言える（同書 27 頁）。

その後、屋台は「絶滅状態」と言える程に減少していった。屋台が減少した理由は、食品衛生法（昭和 23 年 1 月施行）、消防法（昭和 23 年 8 月施行）、道路法（昭和 27 年 12 月施行）、道路交通法（昭和 35 年 12 月施行）などの法律によって規制されたためである。さらに、昭和 39 年（1964 年）に開催された戦後初の国際的行事である東京オリンピックを契機に、戦後色を残したものや非衛生的なものを一掃しようとする流れの中で、屋台は全国一斉に排除された。

３．既存の屋台の長所と短所

（１）既存の屋台の長所

坂本和昭著「北の屋台読本」は、既存の屋台の長所として、①開業資金の安さ、②家賃の安さ、③店の特色が出しやすい、④手頃な大きさ、⑤人件費の安さの五つをあげている。

屋台の開業資金は一般の開店費用の半分程度か、それ以下で済む。家賃は、道路使用料や保管場所としての駐車場代で済む。店の主人の個性がそのまま反映されるので、店の特色も出しやすい。屋台の広さは２～３坪程度で世界共通の大きさである。店主１人か夫婦営業が基本であり、人件費がかからない（同書 50 頁）。

（２）既存の屋台の短所

坂本和昭著「北の屋台読本」は、既存の屋台の短所として、①一代限り、②非衛生的、③メニューに制限、④移動の辛さ、⑤組立と収納の手間、⑥営業時間のしんどさ、⑦体力的しんどさ、⑧天候に左右される、⑨設備の不備をあげている。

屋台の営業には多くの規制が絡んでいる。具体的には、食品衛生法、消防法、道路法、道路交通法、都市公園法などであり、さらに自治体の条例もある。このため、何らかの形で違法行為をしている屋台も多い。

既存の屋台は、現営業者一代限りの既得権しか 認められておらず、新規参入は不可能であり、「絶滅種の商売」となっている。上下水道を完備していないので、上水は近所からポリタンクにもらう「ため水」だし、下水は雨水溝に直接捨てるので特に夏場は臭いがひどいし、とても不衛生だ。トイレを完備していないから、公園の公衆便所や近所のトイレを借りなければならないし、マナーの悪い客の中には立ち小便で済ませてしまう人も出てくる。「屋台」の法律上の扱いは「露店」なので、メニューも、客に出す直前で熱処理（焼く、煮る、炒める）した温かいものしか提供できず、極めて幅が狭い。公道上での営業なので、営業時間帯に制約がある。非営業時は通行の邪魔になるし、たたんだ屋台は見栄えが悪く汚いから、その場に置いておくことができないので、毎日、営業場所と保管場所との間を移動しなくてはならない。移動するためには組立と収納をしなければならず、この手間が大変で、体力的にもかなりきつい仕事だ。屋外での営業なので、天候に大きく左右され、台風や大雨、真夏の高温多湿の日なども休む。ジメジメした梅雨時期も大敵だ。福岡の屋台では 平均営業日数は年間 240 日程度しかない（50 頁～52 頁）。

既存の屋台を営業することは、このように困難が多いことや営業者の高齢化によって、屋台の数は、年々、減少している。

４．「北の屋台」の登場

帯広市の「北の屋台」は、前述した既存の屋台の長所を活かし､短所を改善したものである。具体的には、既存の屋台のように道路や公園で営業するのではなく、民有地に屋台形式の建物の集合体として開業したものが、「北の屋台」である。

既存の屋台の最も大きな問題点は、毎日、屋台を移動、組立、収納 しなければならないことであった。「北の屋台」では、私有地の駐車場を借りることで解決している。私有地なので営業時間などの規制がなく、毎日、移動、組立、収納する必要もなくなった。移動の必要がなくなると、厨房部分を固定できるので、保健所から一般の食堂などと同じ営業許可が下り、季節の旬を感じ、食べ物の旬を味わえるような豊富なメニューが可能となった。既存の屋台では、提供できなかった加熱処理をしない生の料理（刺身など）も「北の屋台」は提供できる。「北の屋台」は私有地における営業なので、道路法と道路交通法による規制から解放されるだけでなく、上下水道、水洗トイレ、グリストラップ（排水を浄化する装置）などを完備して、衛生的な営業を行うことができる。

屋台の大きさはコミュニケーションを豊かにするだけでなく、１人か２人で商売ができるので人件費も抑えられる。屋台の適度な広さは厨房の調理熱を客席側に循環させることができるので、省エネかつ経済的である。また、ロードヒーティングやトイレの凍結防止など、積雪寒冷地対策を講じることによって、冬の営業にも支障がない。

Ⅲ　北海道と青森県の屋台村の現況と問題点

１．帯広市「北の屋台」

（１）名　称：帯広市「いきぬき通り・北の屋台」

（２）所在地：帯広市西１条南１０丁目７番地

（３）開業年月日：２００１年 ７月２９日

（４）背　　景：

住宅地の郊外化による人口の空洞化、それに伴う大型商業施設の郊外立地などによって、帯広市の中心市街地の活力が低下していった。中心市街地に活力と賑わいを取り戻すためには、何をすればよいか、まちの活性化を目ざす有志が勉強会を積み重ねた。そうした過程で、「屋台」をキーワードにして、まちの活性化を図る案が浮上した。しかし、既存の屋台では、法的に多くの制約を受けるとともに、毎日の移動、組立、収納に手間がかかることや衛生上の問題があることが分かった。既存の屋台の長所を生かし、短所を解消する方法が検討され、民有地に固定式厨房を設けた「北の屋台」が誕生した。

（５）立地条件：飲み屋街にあり、近くにはビジネスホテルが数軒ある。

（６）敷　　地：以前は青空駐車場であった土地で、敷地面積は 536.28 ㎡
商業地域かつ防火地域

（７）建　　物：厨房は固定、客席部分は折り畳み（移動）可能で、二つをドッキングさせた屋台を考案した。

（８）店舗構成：現在１９店舗（２０店舗のうち、１店が２店舗分を使用）
初期経費３００万円（屋台２００万円＋保証金１００万円）

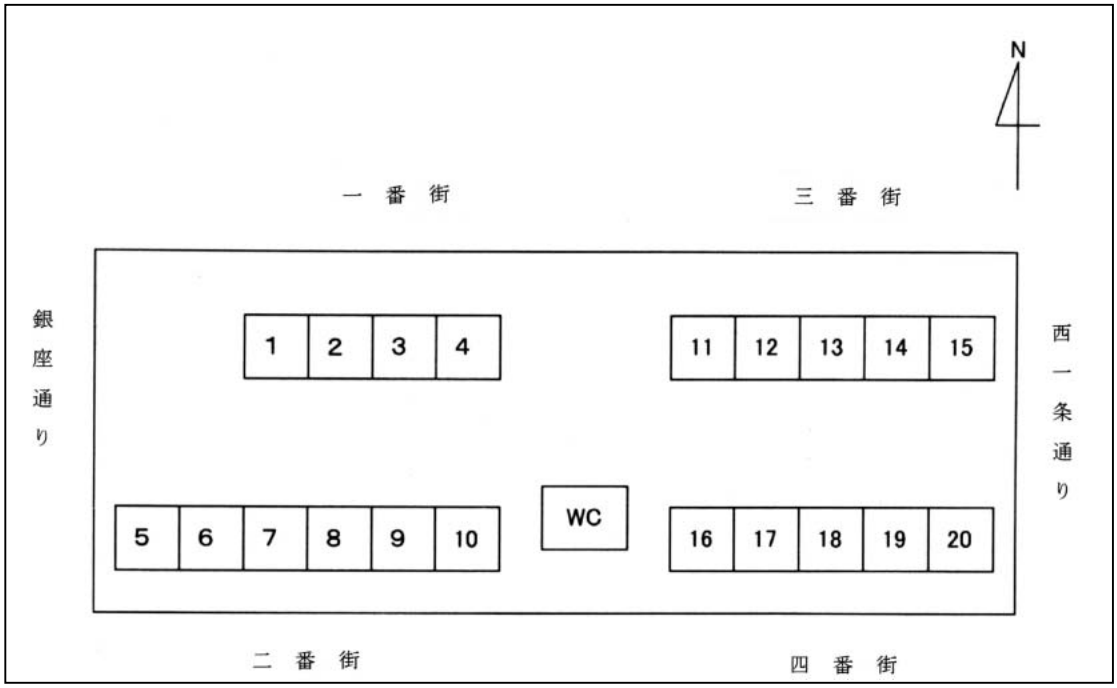


図１　帯広市「北の屋台」見取図

毎月の経費は、家賃８万円、共益費２万円、広告費２万円である。
現在は第３期の営業中で、店舗の入れ替えや場所の移動があった。

表２　帯広市「北の屋台」の店舗　　＊は居酒屋

		第　１　期	第　２　期	第　３　期
		2001-0729～2004-0630	2004-0712～2007-1104	2007-1119～現在
一番街	１	喜太郎 ＊	なが尾{和食}	北のまる源{揚げ物}
	２	農屋（みのりや）＊	農屋（みのりや）＊	えん{十勝料理}
	３	同　上	同　上	同　上
	４	徒然*	やっさん{串焼}	農屋（みのりや）＊
二番街	５	炙りやえん*	ましっそよ{韓国料理}	福里{そば･うどん}
	６	Sennari {パスタ}	Sennari {パスタ}	サムの店{山海料理}
	７	連 ＊	プチ・プレジュール{ワイン}	オブリガーダ{ブラジル}
	８	茶々 ＊	ホッとかめちゃん{串揚げ}	ましっそよ{韓国料理}
	９	こころ ＊	福里{そば･うどん}	飲茶のパオズ{飲茶}
	１０	御多幸{家庭料理}	御多幸{家庭料理}	創家{海旬遊飲}
三番街	１１	順香{中華}	順香{中華}	御多幸{家庭料理}
	１２	古事記{Bar}	オブリガーダ{ブラジル}	プチ・プレジュール{ワイン}
	１３	いきぬき屋{和食}	こころ ＊	綾乃{やまべ料理}
	１４	らくれっと{ワイン}	えん{十勝料理}	こころ ＊
	１５	同　上	同　上	ホッとかめちゃん{串揚げ}
四番街	１６	平成軒{ラーメン}	粋{ぎょうざ}	楽屋{ラーメン}
	１７	粋{ぎょうざ}	北のまる源{揚げ物}	ひでちゃん{おばんざい}
	１８	楽屋{ラーメン}	ひでちゃん{おばんざい}	へんてこりん{鉄板焼}
	１９	kg dogs café{Bar}	Anna Anna {欧風屋台}	やっさん{串焼}
	２０	豚八{豚丼}	楽屋{ラーメン}	うさぎのしっぽ{地鶏}



写真１　北の屋台（帯広）昼



写真２　北の屋台（帯広）夜

（９）宣伝方法：直接的にはホームページやパンフレットを作成して宣伝。
全国的に有名になったので、新聞、各種雑誌、テレビ、ラジオで紹介された。

(10) 客数客層

年間の来客者数は、年によって変動があるが、概ね 16 万人前後で、帯広市人口の 95%に相当している。屋台村全体で来客者数は平均 14,000 人／月　売上は 26,000,000 円／月　客単価 1,857 円／人である。

客層は、夏場（７月～９月）が「地元：観光＝４：６」で、その他の時期（10 月～６月）は逆に「地元：観光＝６：４」で違いが見られる。

(11) 屋台村の事業主体：北の起業広場協同組合

(12) 屋台経営者：事業主体が説明会を開催して屋台経営者を公募し、選定した。

(13) 市役所、商工会議所との関係

帯広市の中心市街地活性化計画と関連があること及び商工会議所が提案を了承したので、2000 年度に市が 300 万円、商工会議所が 150 万円の補助金を支出、2001 年度に市が 1,425 万円､商工会議所が 150 万円の補助金を支出した。

(14) 中心市街地活性化への貢献

月極駐車場と比べて 70 倍以上の経済効果。全国からの視察者によって周辺のホテルや飲み屋街にプラス効果をもたらした。また、屋台村を卒業し、近くで独立開業した店が４軒あり、空き店舗対策に貢献した。

(15) 今後の課題

客の平均滞留時間が２時間と長い割には客単価が 1,857 円弱と低い。「屋台は安いので行く」という客ばかりでは『屋台文化』や『横丁文化』が根付かない。自分や一緒に行った仲間が楽しんだら、その楽しみを次の客に譲るという『ゆずりあいの精神』を育み、『屋台文化』を根付かせていくことが、「北の屋台」の長期的な存続につながる。

(16) 特記事項：北海道をはじめとする屋台村ブームを引き起こした。

２．釧路市「港の屋台」

（１）名　　称：港の屋台

（２）所 在 地：釧路市錦町２－４

（３）開業年月日：２００４年６月１８日

（４）背　　景：

旧釧路川の河畔にある建物「フィッシャーマンズ・ワーフ・ムー」は、テナントの撤退が相次ぎ、累積赤字が拡大し、経営難に陥った。債務の大半を整理するとともに「ムー」の建物は釧路市の所有になった。３階から５階は市の部局や関連団体が入居している。２階は「港の屋台」やその他の飲食店が入居している。１階は物販店である。「港の屋台」は建前として「釧路の食文化」や「地産地消」を掲げているが、実質的には屋台村ブームに乗った空きスペース解消の手段と言える。

（５）立地条件：「ムー」から都市間バスが発着し、待合室がある。近くにビジネスホテルが数軒ある。北大通りを挟んで飲み屋街（末広町）がある。

（６）敷　　地：「フィッシャーマンズ・ワーフ・ムー」の敷地

（７）建　　物：「フィッシャーマンズ・ワーフ・ムー」２階

床面積は不明であるが、屋台の規模と数から 290 ㎡と推定。
トイレは見取図の屋台村の西口を出るとある。

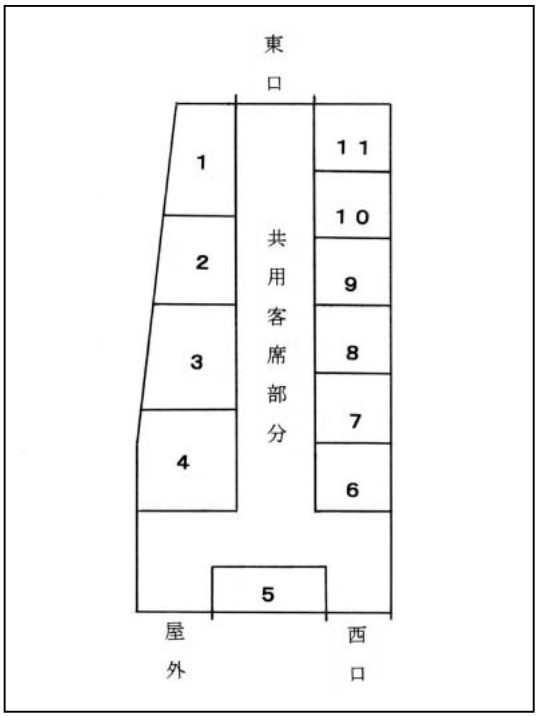


図２　「港の屋台」見取図

（８）店舗構成：家賃 52,500 円／月　店舗は 10 席が基本
１１店舗分のスペースがあり、営業中８店舗と空き店舗３店舗
①おふくろの味「江戸っ子」
②空き店舗（募集中）←居酒屋「名人」
③食事処「藤」
④新くしろラーメン「万発舌」
⑤空き店舗（募集中）←「彩（いろどり）」
⑥居酒屋「喜楽久」
⑦串揚げ「荒刺」
⑧炉ばた「志づ川」
⑨全国の地酒と炭火焼鳥「肴倉（さくら）」
⑩空き店舗（募集中）←大衆食堂「松風」
⑪焼鳥「鳥政」
※　○数字は見取図（図２）の番号に対応している。

（９）宣伝方法：「ムー」のパンフレットの中で屋台村も紹介されている。

（10）客数客層：屋台村全体で来客者は平均４千人／月、売上は平均 500 万円／月
年間の来客者は約５万人、売上は６千万円、客単価は 1,200 円台
客層は「地元：観光：ビジネス＝２：１：１」の割合

（11）屋台村の事業主体：釧路河畔開発公社

(12) 屋台経営者

屋台経営者は釧路市広報やホームページでも行ったが、そうした媒体を見ずに出店希望者が直接電話してくるケースが多かった。経営コンサルタントの紹介で出店した事業者はすぐに撤退した。

(13) 市役所、商工会議所との関係：

「ムー」は釧路市が所有している。商工会議所との関係はない。

(14) 中心市街地活性化への貢献

「港の屋台」が空きスペース解消の手段として開設された経緯から、「ムー」の事業主体、即ち、釧路河畔開発公社の経営を何とか軌道に乗せることが精一杯という状況である。北大通り（釧路駅～幣舞橋）の商店街に空き店舗が目立ち、中心市街地の活性化に何らかの貢献をするまでに至っていない。

(15) 今後の課題

地元客（釧路市民、ベッドタウンである釧路町民）にもっとアピールして（宣伝活動を行って）、地元客を増やしていくことが必要と思われる。周辺のホテルや飲み屋街（末広町）との連携を図っていくことも必要である。屋内型の屋台村なので、冬のイベント開催を地元客の集客につなげていきたい。

(16) 特記事項

釧路市の飲み屋街（末広町）の一角に「赤ちょうちん横丁」がある。これは昔、道路上で商売していた屋台を民有地に集団移転したものである。「赤ちょうちん横丁」と「港の屋台」の連携も考えられる。



写真３　港の屋台（釧路）



写真４　港の屋台その２

３．北見市「北見じまん村」

（１）名　　称：北見じまん村

（２）所 在 地：北見市北５条西２丁目

（３）開業年月日：２００６年７月１０日

（４）背　　景

北見商工会議所青年部が北見を元気にするアイデアを募集したところ３２案が出てきた。これらを検討した結果、屋台村が残った。帯広の「北の屋台」などを視察した後、最終決定した。屋台村の敷地は、以前、駐車場であった。その土地所

有者（エイトビルのオーナーの清水氏）も「のれん横丁」のようなものをやりたいと考えていた。そこで、(株)北見じまん村を設立し、その土地を借地することにした。

北見市には素晴らしい風土があり、素晴らしい人たちが住んでいる。美味しい食材があり、おいしくお酒が飲め、何より空気がうまい。この素晴らしい地域をもっともっと自慢して、元気の出る街にしよう！そんな想いを形にしたのが、この「北見じまん村」と言える。

（５）立地条件：北見市の飲食店街の入口に位置する。
近くにビジネスホテルや飲食店街がある。

（６）敷　　地：敷地面積 278.3 ㎡（奥行 25.454m×間口 10.934mの長方形）
借地　　商業地域　　防火地域
山下ロータリーに通り抜けできる。

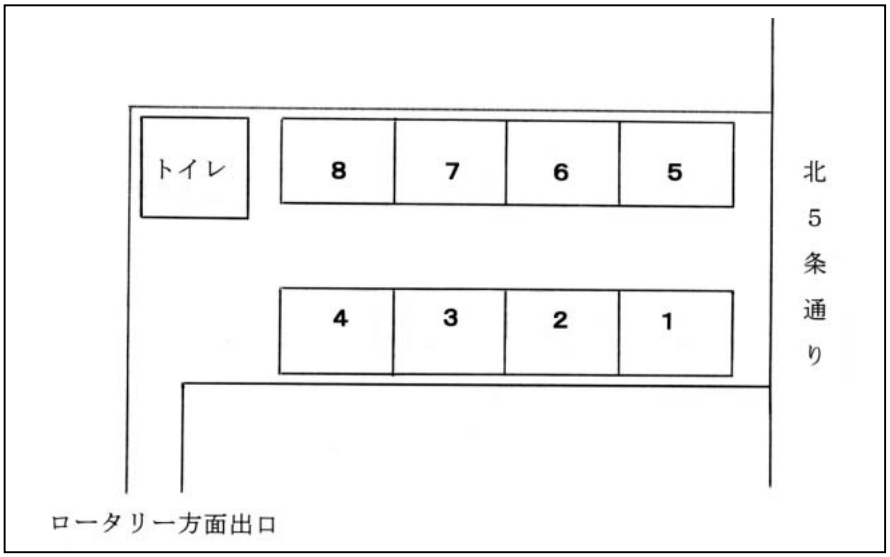


図３　「北見じまん村」見取図

（７）建　　物：店舗数８軒（１軒は 4.5m×3.4m＝15.3 ㎡）１軒は 10 席
家賃（７万円）＋共益費（１万円）　その他に保証金１００万円

（８）店舗構成：①北の味　南の焼酎「サムライ」・・・不定休
②海鮮「海の家（うみのいえ）」・・・日曜休み
③喰う呑み屋「鉄椀」・・・日曜休み
当初はバー「かんづばー」（缶詰や酒を自由に選ぶ都度会計）
④焼鳥「輝（アキラ）」・・・日曜休み
⑤らーめん「じゃんじゃん」・・・日曜休み
当初はらーめん「きたみ」
⑥炭焼厨房「櫻（SAKURA）」・・・月曜休み
⑦鉄板専科「きたらぁ」・・・日曜休み
⑧焼肉居酒屋「ブータン」・・・月曜休み

※　○数字は見取図（図３）の番号に対応している。

（９）宣伝方法：http://www.jimanmura.jp/
グラコム別冊「北見遊飲食観光マップ」pp.32～33　VOL.7　2008 年２月１日発行（毎年２月に発行）

(10) 客数客層：９割が地元客で、１割が泊まりのビジネス客。
年間来客者数は約４万人
平均売上は 70 万円／月・店である。
全体で年間約７千万円になるので客単価は 1,700 円程度。
人気店「サムライ」の売上は 200 万円／月・店を超えている。

(11) 屋台村の運営主体：(株)北見じまん村
北見市北４条東４丁目３番地　伊東ビル３Ｆ

(12) 各屋台の経営者（店主）
不動産業と印刷屋を営む(株)伝書ばとが毎日、発行している「伝書ばと」で店主を募集した。

(13) 市役所、商工会議所との関係
北見商工会議所青年部有志が会社を設立して開業したが、市役所や商工会議所からの補助金などは無い。

(14) 中心市街地活性化への貢献
「北見じまん村」は、駅前地区商店街と飲み屋街の境目に位置している。しかし、中心市街地の活性化の貢献していると言えるまでに達していないのが現状。

(15) 今後の課題
リピーターの確保。飽きのこないメニューやオリジナル料理の創作。屋台村が将来にわたって存続するための条件の整理。料理の味や店主の接客の向上。

(16) 特記事項
(株)北見じまん村は、１株５万円で応援者＝株主を集めて設立した。120 人余りから 1,200 万円が集まった。集まった 1,200 万円と二つの金融機関から１,000 万円ずつの借入金で、計 3,200 万円になった。3,000 万円で２棟の長屋とトイレを建設した。応援者の中に建築設計事務所経営者がいたので、その人に設計を任せた。(株)北見じまん村の代表者は税務署職員から独立し、税理士として会計事務所を営んでいる伊東隆志氏である。



写真５　北見じまん村（とおり）



写真６　北見じまん村（入口付近）

４．登別市「ほろべつ屋台村」

（１）名　　称：ほろべつ屋台村

（２）所 在 地：登別市中央町２－６－２

（３）開業年月日：２００６年１０月１６日

（４）背　　景：幌別駅前で 旅館や賃貸ビルを経営する大木戸松男氏が、幌別地区を活気づけたいと考え、旅館であった空き店舗を利用して「屋台村」をつくることにした。

（５）立地条件：幌別駅に近く（駅から徒歩４～５分）、飲み屋街に近接している。近くにビジネスホテル、飲食店（飲み屋を除く）、飲み屋がある。

（６）敷　　地：敷地は角地であり、建物が敷地いっぱいに建っていることから、敷地面積は 200～210 ㎡程度と推定される。

（７）建　　物：元旅館「みとや」の建物の１階部分 185 ㎡を利用している。１店舗は約 15 ㎡で、中央部に約 65 ㎡の屋台広場がある。トイレ有り。権利金や敷金はなし。毎月の家賃４万３千円と共益費のみで、３年契約。

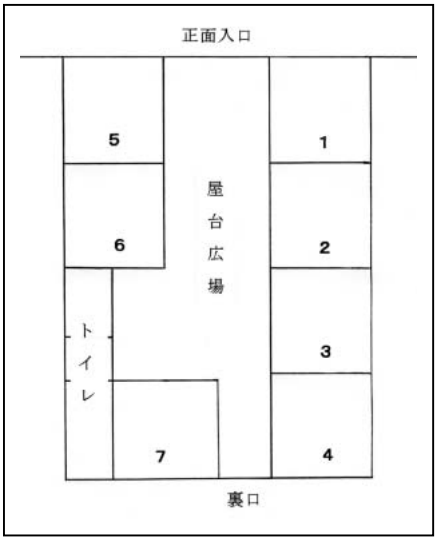


図４　「ほろべつ屋台村」見取図

（８）店舗構成：７店舗分のスペースがある。現在、４店舗が営業中である。営業は 18 時からで、営業中の店舗と空き店舗は、以下のとおりである。

①はしあそび「佳乃」
②空き店舗
③海鮮炭火焼「ぽんた」
④おばんざい「絣（かすり）」
⑤空き店舗
⑥空き店舗（以前はえぞ鹿肉料理「HUNTER’S CABIN」）
⑦炭火焼肉「赤ひげ幌別店」

※　○数字は見取図（図４）の番号に対応している。

（９）宣伝方法：開業当初は地元マスコミに取り上げられたが、その後は報道されていない。最低限、屋台村のホームページを開設すべきである。
（10）客　　層：客の大部分は地元客である。
（11）屋台村の事業主体：有限会社「みとや」（大木戸松男社長）
大木戸氏は、ひいらぎ旅館や大木戸ビルも経営している。
（12）屋台経営者：オープン前の新聞報道、口コミ、大木戸氏の人脈で募集。
（13）市役所、商工会議所との関係：市役所や商工会議所との連携がない。
（14）中心市街地活性化への貢献
貢献しているとは言える状況ではない。幌別地区の飲み屋街と近いので、飲食店組合との連携が動き出している。
（15）今後の課題
７店舗分のスペースがあるが、全部埋まったことが一度もない。ホームページが無いので、知名度が低く、それが集客にも影響し、空き店舗が埋まらない。
（16）特記事項
全国的に有名な登別温泉の最寄駅は登別駅であり、屋台村がある幌別駅とは離れている。



写真７　ほろべつ屋台村（外観）



写真８　ほろべつ屋台村（内部）

５．美唄市「美唄屋台村とんでん横丁」

（１）名　　称：美唄屋台村とんでん横丁
（２）所 在 地：美唄市西１条南３丁目 1273 番 46
（３）開業年月日：２００６年７月７日
（４）背　　景：渡邉健次郎氏の父親（建設会社経営）が、「美唄の活性化のために何か、やれないか」と考え、屋台村となる土地を購入した。父親が急死したので、健次郎氏がその遺志を引き継いで屋台村を開設した。
（５）立地条件：美唄市の飲み屋街「銀座街」にある。
（６）敷　　地：敷地面積は約 830 ㎡
（７）建　　物：店舗は１４ユニットあるが、複数ユニットを使用している店もある。
（８）店　　舗：営業中の店舗の数は１０軒である。
家賃は 20 千円／月、共益費は 18 千円、入居保証金 60 千円

①たい焼・ソフトクリーム「MYU」　←当初は「羅串輝」
②Dining Bar「鵠（いすか）」　←当初は「美屋」
③ホルモン「北海屋」（当初から）
④ラーメン「大豊」　←当初はラーメン「麺恋」
⑤焼鳥「かつ」　←当初から
⑥　同　上　←当初から
⑦居酒屋「銀座」　←当初から
⑧そば・うどん・おでん「和子」　←当初は「ぎょうざ亭」（卒業生）
⑨鉄板焼「とんでん」　←当初は「洋食屋さん」
⑩　同　上　←当初は「MYU」
⑪釜飯「銀飯」　←当初はお食事処「司」
⑫居酒屋「醍醐」の厨房　←当初はキッチン「筍」
⑬居酒屋「醍醐」（当初から）
⑭　同　上　←当初は鉄板焼「とんでん」

※　○数字は見取図（図５）の番号に対応している。

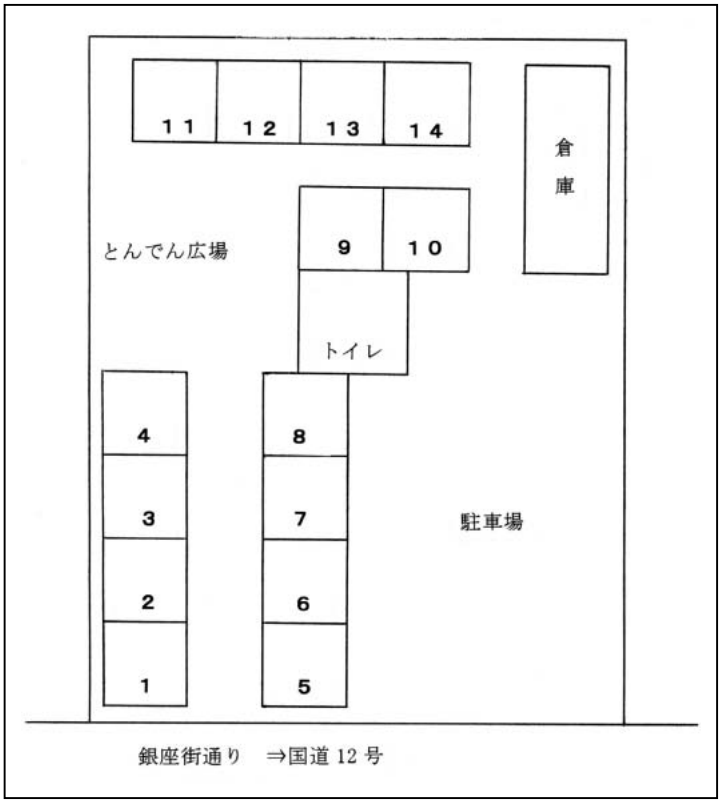


図５　「美唄屋台村」見取図

（９）宣伝方法：当初は新聞報道されたが、その後は報道されていない。イベント開催時にチラシを作成している。

(10) 客数客層：
暖かい時期（５月後半から９月前半）は、地元客：その他＝４：６

暖かくない時期（上記以外の時期）は、地元客：その他＝８：２
※その他は、美唄市以外からの客で、近隣の岩見沢市や砂川市などが多い。
運営会社が年間来客者数と年間売上のデータを把握していないので、ヒアリングで得た情報から推計すると、年間来客者数が 35 千人程度、年間売上が７千万円程度と見られる。

(11) 屋台村の事業主体：株式会社「北美（ほくび）」（渡邊健次郎代表取締役）

(12) 屋台経営者：口コミ、チラシ、個人的な人脈で募集

(13) 市役所、商工会議所との関係：特になし

(14) 中心市街地活性化への貢献：その段階に至っていない。

(15) 今後の課題

現在、１４ユニットの内、屋台村の運営会社「北美」直営の「醍醐」が３ユニット、「とんでん」が２ユニット、「鵤（いすか」が１ユニット、「MYU」が１ユニットで、計７ユニットが直営である。当初の店舗配置を見ると、直営は「醍醐」、「とんでん」、「MYU」が各１ユニットで、直営は計３ユニットである。
年間来客者数が３万５千人と、美唄市の平成 21 年３月末の人口２万７千人を上回っているが、屋台村の規模（ユニット数）が過大という印象を受けた。
ヒアリングで「札幌からのグループも立ち寄る」と聞いた。ＪＲ特急で 35 分、車で１時間弱と札幌に近いので、ホームページを作成して宣伝すれば、ふらっと立ち寄る客の増加を見込めるように思われる。また、ＪＲ函館本線や国道 12 号線沿線の近隣の岩見沢市、奈井江町、砂川市、滝川市などからのさらなる集客の方法についても検討してほしい。

(16) 特記事項

屋台村に隣接して渡邊氏の所有するビルがあり、カラオケ店を開店した。そのカラオケ店に屋台村から出前することができる。

(17) 美唄屋台村とんでん横丁独立塾

屋台村開設の理念の一つが、起業のサポートである。屋台村で商売を始めて、経験を積み、固定客を掴んだ後、近くで独立開業することが、飲み屋街「銀座街」や美唄市の活性化につながると考えられた。これまでに２軒（ぎょうざ店、室蘭焼鳥店）が屋台村を卒業して、独立開業を実現している。



写真９　美唄屋台村とんでん横丁



写真１０　美唄屋台村

６．稚内市「副港市場屋台村波止場横丁」

（１）名　　称：稚内副港市場屋台村「波止場横丁」

（２）所 在 地：稚内市港１丁目６－２８

（３）開業年月日：２００７年４月２８日

（４）背　　景：

稚内副港市場のある土地には スケトウダラの水揚げで栄えた場所で卸売市場があった。老朽化した卸売市場が対岸の岸壁（埠頭）に移転・新築した。 そこで旧卸売市場跡地を再開発することになった。稚内副港市場は主に夏に地元住民と観光客の交流（コミュニケーション）の場として建設された。しかし、周辺住民は減少している。

（５）立地条件

稚内副港市場は、稚内駅から徒歩１０分、南稚内駅から徒歩１５分にある。稚内副港市場の敷地内に「波止場横丁」と稚内副港市場の建物がある。副港市場の建物内に「副港市場」、「港ギャラリー」、稚内天然温泉「港のゆ(湯)」がある。隣接して松坂大輔スタジアム（記念館）がある。繁華街（南稚内の飲み屋街）からは、離れている

（６）敷　　地：株式会社稚内副港開発が土地と建物を所有

株式会社稚内副港サービスが運営・維持管理を受託している

稚内副港市場の企画・設計：まち製作室（札幌市）

（７）建　　物：・屋台の家賃（40,000 円／月）、共益費（10,000 円／月）

・営業保証金（固定家賃の６ケ月分）

・トイレ（男女別）は稚内副港市場の建物内を利用

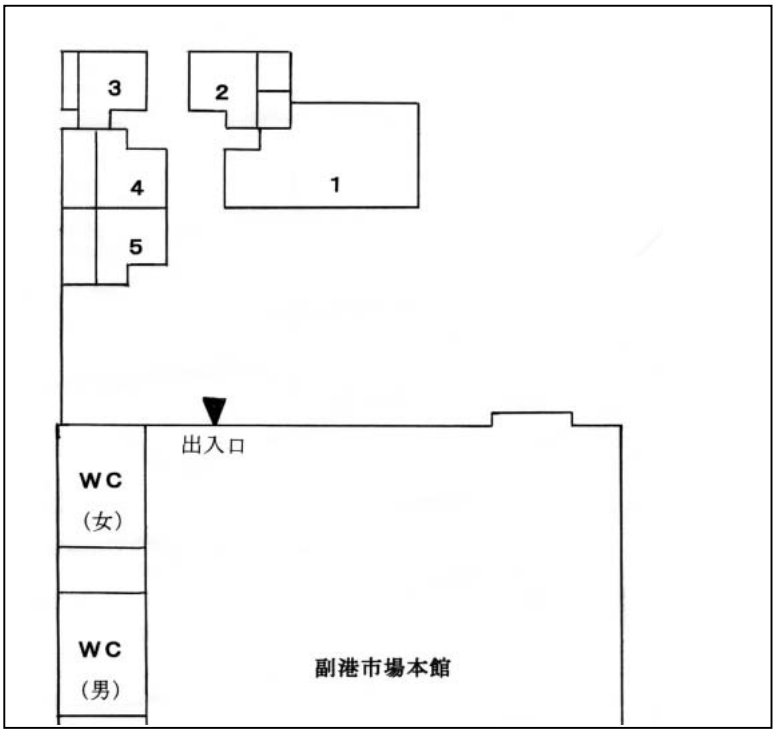


図６　波止場横丁の見取図

（８）店舗構成：５店が営業中

①ロシア料理「ペチカ」　夕方（18:00）から営業

②学生達の店「海のカレー屋さん」　昼（11:00～14:30）のみ営業

③晩酌屋「北浜鮮ぱく」　夕方（18:00）から営業

④ラーメン「北の香り」　昼（11:00～14:30）のみ営業

⑤もつ料理「もつのだるま」　夕方（18:00）から営業

※　○数字は見取図（図６）の番号に対応している。

（９）宣伝方法：http://www.wakkanai-fukukou.com/

ホームページ、パンフレットともに波止場横丁を含む副港市場全体を宣伝している。波止場横丁だけの宣伝はしていない。

（10）客数客層：副港市場全体の来客者数は年間 30 万人であるが、屋台村５店の来客者数は 1,800 人／月（年間約 22,000 人）で売上は 250 万円／月（年間 3,000 万円）である。客単価は 約 1,400 円になるが、夕方から営業の店は高く、昼のみの営業の店（ラーメン店とカレー店）は 1,000 円未満なので、平均はあまり意味がない

（11）屋台村の運営主体：稚内副港サービス

（12）各屋台経営者：基本的に公募

（13）市役所、商工会議所との関係

稚内副港の再開発事業は、稚内市のプロジェクトである。商工会議所との関係は特になし

（14）中心市街地活性化への貢献:中心市街地に立地していないので関係なし

（15）今後の課題：副港市場全体の集客力アップが波止場横丁の集客になる。

（16）特記事項：ロシア料理の「ペチカ」は屋台というよりレストランであるが、稚内市の地域特性を反映した店で個人的に高く評価できる。



写真１１　稚内副港波止場横丁（昼）



写真１２　稚内副港波止場横丁（夜）

７．苫小牧市「屋台通り錦町横丁」

（１）名　　称：屋台通り錦町横丁

（２）所 在 地：苫小牧市錦町２丁目３－２

（３）開業年月日：2004 年 7 月 1 日

（4）背　　景

苫小牧の飲食店街が落ち込んでいる。錦町で飲食店ビルを賃貸経営しており、活気を取り戻す方策を模索していた。昔、「人情屋台」と称した店が 10 店くらいあったが、あちこちに散らばっていた。

室蘭に行った時、輪西の寂れ方を見て、何とかしなければと思った。帯広の屋台村を見に行って、客同士で話ができるのは、『コ』の字型の屋台と確信した。普通の店はテーブルが違えば関係なく、知らない客同士が話すことはない。帯広の屋台村を見て、屋台の雰囲気を大事にしたいと思った。若い人が飲まなくなったと言われているが、年齢の違う人たちと話して飲む機会が大事だと思うが、そうした場所がない。『コ』の字型の屋台は、そうした場所を提供できる。また、地元の人と地元以外の人が触れ合う機会を与えることにもなる。普段、味わえない雰囲気を出し、店と客のギャップを埋めることが成功につながる。

（5）立地条件

苫小牧市の飲み屋街のほぼ中央に位置し、立地条件に恵まれている。午後６時開店なので、客同士や客と飲み屋の女の子がスナックやバーの開店（午後８時）前に夕食を兼ねて来る。その後も遅い夕食やはしごをする途中で小腹が減ったなどの理由で来客がある。また、スナック等が閉店（午前１時）になった後も、客同士、客と女の子、従業員同士が来るので、朝６時頃まで営業する日もある。（特に金曜日、土曜日）

（6）敷　　地：商業地域　防火地域　敷地面積（180 ㎡程度と推定）

（7）建　　物：家賃 56,000 円／月　　２軒使用は 98,000 円／月　　１年契約

冷蔵庫は備え付け。防火地域にあるので、建築基準法の制約があり、厨房部分を固定式した準耐火構造、客席部分を折り畳み可能な構造にした。水回りは帯広の屋台村を参考にした。結露対策は八戸の屋台村を参考にした。

（8）店舗構成：①焼鳥「寄鳥味鳥」

②空き店舗（当初は①が両方を使用していた）

③イタリア「とまとのほっぺ」

④鮨処「松坂」

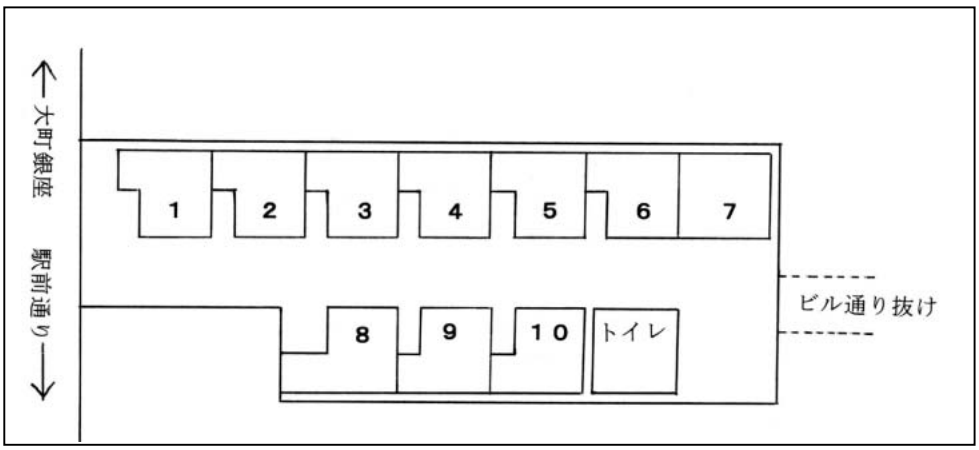


図７　　苫小牧「錦町横丁」見取図

⑤レンタル屋台（チャレンジショップ）⇒現在、空き
⑥&⑦ジンギスカン「らむらむ」
⑧ホルモン焼「鍋むつ」
⑨創作串揚屋「串喜」
⑩炙り焼鳥とおでん「いっしょや」
※　○数字は配置図の番号に対応している。

（９）宣伝方法：ホームページ（http://tomakomai-yatai.com/）、パンフレット、スタンプラリーの実施

（10）客数客層：地元客が９割。年間来客者数は約４万人。
年間売上は約９千万円、客単価は 2,250 円／人

（11）屋台村の事業主体：東和商事（大澤 司 取締役社長：飲食店ビル経営者）

（12）屋台経営者：いろいろなルートで募集

（13）市役所、商工会議所との関係
市役所や商工会議所との関係は特にない。2004 年夏の甲子園で駒沢大学苫小牧高校が全国制覇したので、連日、にぎわった。2005 年、2006 年と『駒苫』様々であった。北海道は夏が短いだけに外で飲みたいという気持も強いと思う。

（14）中心市街地活性化への貢献
中心市街地への貢献は不明であるが、飲み屋街に無かったものを生み出した。

（15）今後の課題
接客の仕方（店主の人柄を含む）、値段との兼ね合いでおいしいと評価される料理を出すことが重要である。屋台村は起業の場と考えるので、独立開業を促したいが、不況の影響で店主が決断できない。５年を区切りにリニューアルしたい。

（16）特記事項（リピーターの確保）
もの珍しさだけでは、商売は長続きしない。ある程度の常連客を確保しないと経営は安定しない。そこで、客と楽しめるイベント（桜開花予想、初雪日予想、ゴルフ大会、ボウリング大会、パークゴルフ大会）を行っている。



写真１３　屋台通り錦町横丁（苫小牧）


写真１４　屋台通り錦町横丁（その２）

８．小樽市「レンガ横丁」

（１）名　　称：おたる屋台村レンガ横丁

（２）所 在 地：小樽市稲穂１丁目４－１５

（３）開業年月日：２００４年７月１４日

（４）背　　景：「中心商店街の活性化」と「地産地消」を目的として、屋台村を開設した。

（５）立地条件：ＪＲ小樽駅から徒歩８分
近くにホテル、アーケードのある商店街
小樽運河と花園町（飲み屋街）の中間に位置する

（６）敷　　地：空き地（面積：495 ㎡）を 10 年契約で借地→地代は　万円／月
その空き地は商店街の雪捨場として使われていた。
屋外の共用スペースがある。
（夏はテーブルや長イスを並べる、冬は堆雪場）

（７）建　　物：家賃（８万円／月）、共益費２万円／月、２年契約
１軒当り 10 人収容可、ただし、見取図で８の「たこ八」は座席なし
企画：アトリエブンク
実施設計・建設は運営会社の出資者７人の１人が建設業者で担当

（８）店舗構成：営業中は１３店
①ラーメン・ホルモン「十徳」　←酒房そば・うどん「一徳」
←Otaru Mama’s Kichen（当初）
②呑み処「てまり」　←CRAZY SPICE（当初）
③焼鳥「いたさん」当初から
④酒房「きまま」　←前の店名は不明
⑤ジンギスカン「じん平」　←焼肉「店名不明」
⑥おたる陶板焼「秋ない春夏冬」　←おたる寿し（当初）

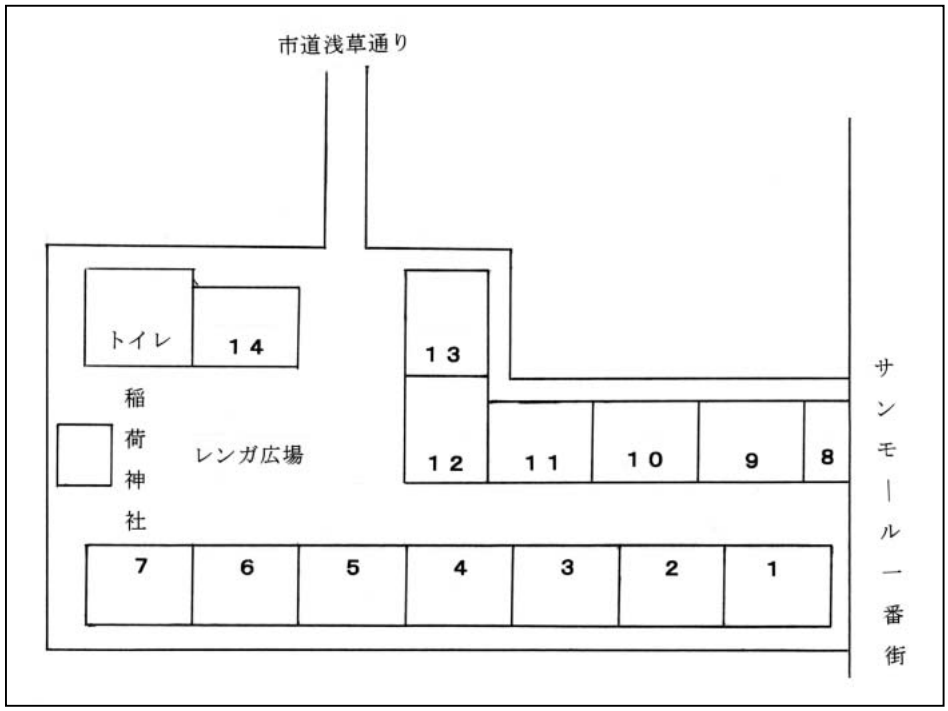


図８　「おたるレンガ横丁」見取図

⑦居酒屋「多居夢」　←居酒屋「サライ」（当初）
⑧たい焼・たこ焼「たこ八」　←樽商パーラーRYOKURYO（当初）
⑨船見坂「ひろ田」　←北の大地の恵み「カウベル」（当初）
⑩焼物の店「こころ」　←地酒店？「COOK MOD’S」（当初）
⑪イタリア料理「パスタ」　←浜料理「焼尻」（当初）
⑫家庭料理「ひととき」当初から
⑬空き店舗（募集中）　←串揚げ「串よし」
⑭八角料理「おたる八角屋」当初から

※　○数字は配置図の番号に対応している。

（９）宣伝方法：・パンフレットは作っていない。→余計な金をかけない。
・www.otaru-yataimura.jp

（10）客数客層：当初は観光客も多かったが、その後、観光客は減って、現在は地元客が大半（地元客が８割、観光客２割）　また、常連客が多い。
客数は１２店で平均3,600人／月（１店当り300人／月）
客単価は2,000円／人
売上は約720万円／月（１店当り60万円／月）→年間９千万円弱

（11）屋台村の運営主体：有限会社おたる屋台（斎田義孝代表取締役）出資者７人

（12）屋台経営者
新聞、チラシ、市の広報、その他で公募して、選んだ。店主は素人（未経験者）が意外と多い。

（13）市役所、商工会議所等との関係
後志支庁小樽商工労働事務所から助成金を得た。小樽市は広報誌に屋台経営者の公募を掲載して協力した。

（14）中心市街地活性化への貢献
デパート「丸井今井小樽店」の撤退で人通りが減り、寂しくなった「サンモール一番街」に夕方以降、気軽に立ち寄ることができる「憩いの場」を提供できたと思う。

（15）今後の課題
小樽は「隠れ家的雰囲気が好きな人」が多く、飲み屋街（花園町）からレンガ横丁に来ない。



写真１５　小樽レンガ横丁（昼）


写真１６　小樽レンガ横丁（夜）

(16) 特記事項

開業１周年を目前に控えた 2005 年 6 月 27 日午前４時 25 分頃に出火し、８店が全焼し、２店が半焼した。その後、「第 39 回 おたる潮まつり」（７月 29 日～31 日の金土日）を目標に復旧工事を進め、７月 27 日にリニューアルオープンした。この火災の復旧工事の際に６店が入れ替わった。また、敷地の一角（奥）に火災予防と商売繁盛を祈願して「稲荷神社」を建立した。

３年間、小樽商業高校が「ソフトクリーム」の店を出していたが、校長の交代で終了した。

９．小樽市「小樽出抜小路」

（１）名　　称：小樽出抜小路

（２）所 在 地：小樽市色内１丁目１番地

（３）開業年月日：２００５年４月２６日

（４）背　　景：

石屋製菓の当時の社長・石水勲氏の「観光客と地元客の融合を図る」ことを目的として、石屋製菓が土地を取得し、建物を建設した。運営管理は、子会社「うだつ商事」が担当している。

（５）立地条件：ＪＲ小樽駅から徒歩１５分

近くに小樽運河、ホテル、オルゴール堂、北一ガラスなどの観光地

（６）敷　　地：石屋製菓が所有　　敷地面積 660 ㎡

（７）建　　物：石屋製菓が建設・所有

家賃（１２万円／軒）　夏家賃と冬家賃

トイレ（男女別）有り。

設計：まち製作室（札幌市）

建設：小樽の建設業者

（８）店舗構成：１階に２１店舗、２階部分に３店舗が用意されている。

現在は１３の店が１４店舗分を使用して営業中である。

２階部分は宴会スペースで１階にある店から料理や飲物を運ぶ。

1 てんぷら「石水」
2 「ばくだん焼本舗」　←釜めし処「深川屋米蔵」
3 鳥料理「ニューなると」
4　同　上
5 屋台料理「屋台家ななし」
6 札幌麦酒「麦羊亭」
7 空き店舗　←イタリアン「モッツァレラ」←ラーメン「小樽ひぐま」
8 空き店舗　←「豪雪うどん」（撤退）
9 物販「北のＴシャツ屋さん」　←立ち食い寿司「握なか一」
10 コロッケ「羊天」
11 空き店舗　←串揚げ「いっちゃん」←かき専門店「おいーっす　開」
12 空き店舗　←おばん菜「晴々食堂」（撤退）

13 空き店舗　←お好み焼・たこ焼「秀ちゃん」（撤退）
14 すし「若狭」（同じ名前で店主が交代）
15 空き店舗　←炭火焼肉「大仁門」（撤退）
16 ニッカバー「リタ」
17 「プラファーム」（フトクリーム）←甘味どころ「阿吽」（撤退）
18 海鮮食堂「澤崎水産」
19 焼鳥「谷やん」
20 空き店舗　←らーめん「うぽぽ」　←ラーメン「あっぱれ亭」
21 ジンギスカン「北とうがらし」
22 宴会スペース（２階）←マッサージ「肩もみ屋・足もみ屋」
23 宴会スペース（２階）←スープカレー「天竺」
24 宴会スペース（２階）

※番号は配置図の番号に対応する。
番号のすぐ右が現在の店舗状況（営業中の店舗名または空き店舗）を示す。
←の右は以前の店舗名である。

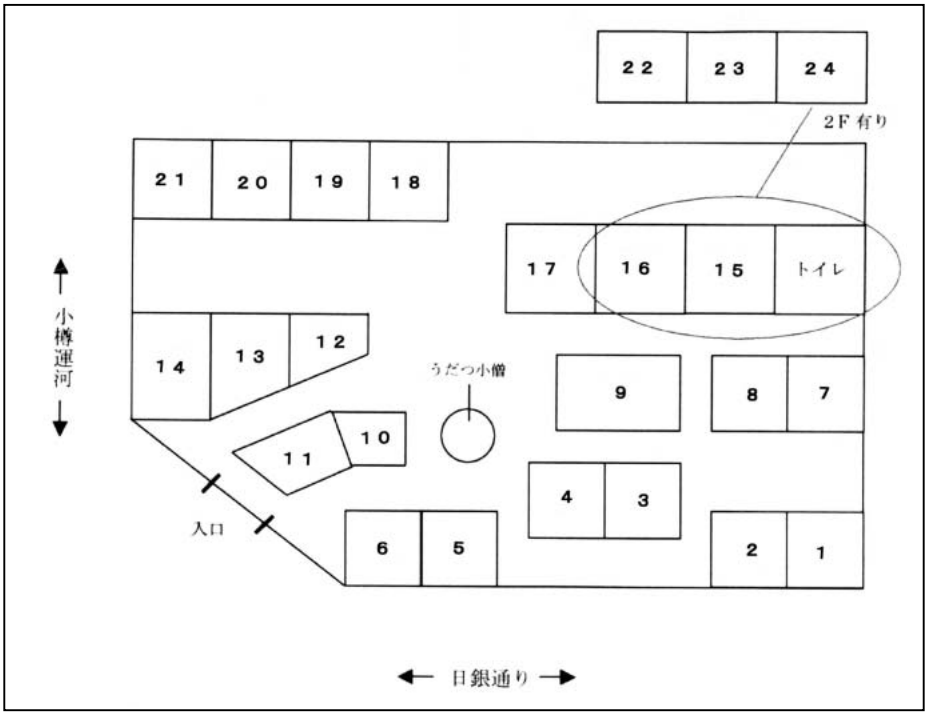


図９　「小樽出抜小路」見取図

（９）宣伝方法：ホームページ　http://www.otaru-denuki.jp
　　パンフレット（小樽市内のホテルにパンフレットが置いてある）
（10）客数客層：年間来客者数は約３万人。年間売上は約５千万円程度か？
　　観光客が７割、地元客が３割。
　　観光客は、日帰り客が多い。（２～３時間の滞在）
（11）屋台村の運営主体：うだつ商事（石水勲社長）　石屋製菓の子会社

(12) 屋台経営者：一般公募
(13) 市役所や商工会議所との関係：特になし
(14) 中心市街地活性化への貢献
おいしい料理の提供、施設（小樽出抜小路）ができたことによる札幌からの来客者の増加、建設工事を地元業者へ発注で貢献できた。
(15) 今後の課題
① 小樽の観光客は昼間の短時間滞在客が多く、昼食では客単価が低い。
② 札幌に泊まる客が多いことは、夜に客が少ないことになる。
③ ①、②を考えると、当初のコンセプト「観光客と地元客の融和」を見直すことが必要である。
④ 地元客の場合、小樽の飲み屋街「花園町」から離れている。
⑤ １階の２１店舗分のスペースのうち、７店舗分が空いている。
(16) 特記事項
６カ月のテスト期間後に本契約をするか、否かを判断してもらう。テスト期間は通常の半分程度の家賃としている。



写真１７　小樽出抜小路（外観）



写真１８　小樽出抜小路（内部）

１０．八雲町「やくも屋台村」

（１）名　　称：やくも屋台村
（２）所 在 地：北海道二海郡八雲町富士見町２０－１
（３）開業年月日：２００５年６月１５日午後５時
（４）背　　景：
駅前通りで喫茶店＆ジャズバー『嵯峨』を経営するＮ夫妻が企画し、事業化した。
八雲町に屋台村を開設した理由は、以下のとおりである。
①夏場、気軽に外で楽しめるスペースがあればいい。→ビアガーデン気分
②駅前地区で商売をしている人たちに刺激を与えたい。→マンネリ打破
③行政や商工会に対する不満を述べる人は多いが、実際に自分からアクションを起こそうとする人がいない。→不満を言っているだけでは何も変わらない。
（５）立地条件：八雲駅前通り（駅から徒歩４～５分）
近くに飲み屋街、ビジネスホテルがある。

（６）敷　　地：１５０坪を借地→地代は６万円／月

土地所有者は「さくら組」店主の親である。敷地は 2005 年３月末までホテル・アルカディアの駐車場として使われていた。３月末にホテルとの借地契約が切れたので、その土地を借地して屋台村を開設した。イベント広場がある。（夏はテーブルや長イスを並べる、冬は堆雪場）

（７）建　　物

当初、常設屋台が８軒でレンタルが１軒であったが、現在は常設屋台が９軒になり、レンタル屋台は廃止した。建設費は 2,500 万円

家賃５万円／月、３年契約なので３年毎に敷金５万円と権利金５万円が必要。

屋台は１軒当り５坪（16 ㎡）で 10 人収容可能。トイレ（男女別）有り。

（８）店舗構成

①呑み処「ひまわり」←フリーマーケットスペース（当初）

②呑み処「とんぼ」←呑み処「藍」（当初）

③食事処「さくら組」（焼肉、ぎょーざ）水休→存続

④ラーメン「のぶちゃん」（さくら組から独立）←串揚げ「アジア」（当初）

⑤おでん「すみれ」水休→存続

⑥「カムイ」←おふくろの味「わが家」（当初）

⑦空き店舗（募集中）←ラーメン「孔雀」←喰い処「ひろし」（当初）

⑧焼鳥「あきら」（出戻り）←居酒屋「アカツキ」←「あきら」（当初）

⑨癒しの空間「Bar Leaf」（カクテルバー）月休→存続

※　○数字は見取図の番号に対応している。

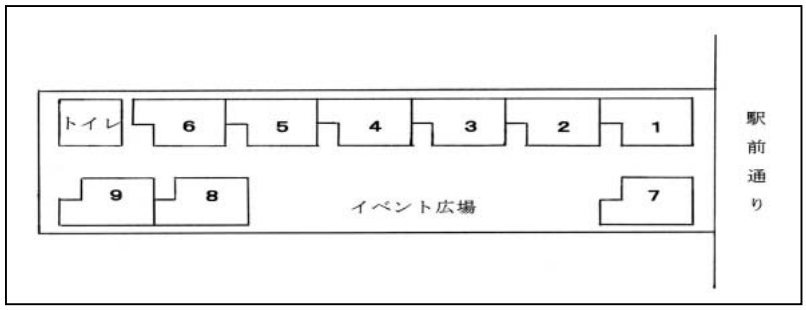


図１０　「やくも屋台村」見取図

（９）宣伝方法

口コミが最も有効である。開業当時は、北海道新聞と毎日新聞で報道された。

宣伝に金をかけない方針から「やくも屋台村」のパンフレットは無いが、イベント開催時にチラシを作成、配布している。当初はホームページが無かったが、現在は平田建設のホームページからアクセスできる。

(10) 客数客層：地元客８割、ビジネス客が２割。観光客はごく少数。

転勤族や出張者は他都市の屋台村を知っており、屋台村は高くないので、初めての町でも安心感がある。平田氏の話（平均売上 40 万円／店）から屋台村全体の年間売上を推計すると、3,840 万円になる。客単価を２千円とすれば、年間来客

者数は 19,200 人となる。客単価がもう少し低ければ、２万人余。

(11) 屋台村の事業主体

当初の経営者は、N夫妻であり、敷地の借地契約も借入金（建物の建設費）もN夫妻名義であった。その後、夫が大病を患ったことから、同屋台村の設計・施工を担当した平田建設（平田大三氏）に肩代わりした。

(12) 屋台経営者：当初はN夫妻の人脈から募集した。

(13) 町役場、商工会との関係

個人的事業なので、町役場や商工会のホームページなどに紹介や掲載は不可。

(14) 中心市街地活性化への貢献

夏場は人出もあり、駅前地区に新たな刺激を与えることができた。

(15) 今後の課題

冬場の集客が最大の課題である。店主にチャレンジ精神やアイデアを出し合っていこうという雰囲気がない。八雲町には「遊び心のある人」がいない。

(16) 特記事項：特になし



写真１９　やくも屋台村



写真２０　むろらん屋台村

１１．室蘭市「むろらん屋台村」

（１）名　　称：むろらん屋台村

（２）所 在 地：室蘭市絵鞆町４丁目２－１７

（３）開業年月日：1998 年 6 月 7 日

（４）背　　景

白鳥大橋（1998 年 6 月 13 日開通）による来客者の増加を見込んで開業した。

（５）立地条件

近くに「白鳥大橋記念館」（道の駅「みたら」）、むろらん温泉「ゆらら」、室蘭市立水族館、エンルムマリーナ、親水公園、パークゴルフ場がある。しかし、中央町の飲み屋街から離れている。

（６）敷　　地：敷地面積 760 ㎡　　室蘭開発の所有地

（７）建　　物：図１１に示すように４ユニットの建物が３棟ある。１年契約

１ユニット（19.44 ㎡）の家賃は 24,600 円

２ユニット使う場合の家賃は、40,200 円

（８）店舗構成

開業当初は 11 店あったが、現在は６店舗が営業している。

①&②たい焼き「亀や」　その前はソフトクリーム「ジェラート・クラブ」

③&④ラーメン「えぞ一番」

⑤&⑥焼鳥「鳥安」

⑦&⑧ラーメン「長作」　→2009 年４月に店主交代予定

⑨空き店舗　その前は焼鳥「蘭たろう」（体をこわして廃業）

⑩くじらん焼・帆立の玉焼「恵友（えとも）」

⑪&⑫お食事の店　焼鳥丼「大黒島」

※　○数字は配置図の番号に対応している。

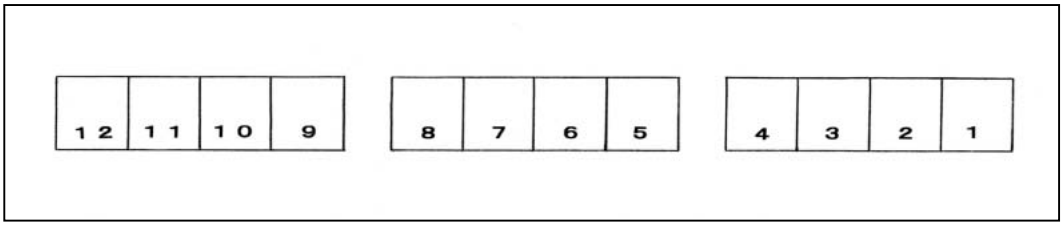


図１１　「むろらん屋台村」見取図

（９）宣伝方法

室蘭観光協会が作成した「遊びのエリア白鳥大橋ゆうゆう海道ガイドマップ」（パンフレット）で紹介されている。パンフレットでは室蘭市に来ないと入手できない。稚内副港市場のホームページでは屋台村を含む副港市場全体が紹介されており、そこから温泉施設や屋台村にアクセスできる。室蘭観光協会も「白鳥大橋ゆうゆう海道」全体のホームページを作成し、そこから屋台村、温泉施設、白鳥大橋記念館などにアクセスできるようにすることが望まれる。

（10）客数客層

正確でないが、地元客：地元以外の客＝７：３

屋台村全体の年間来客者数や年間売上のデータは得られなかった。

（11）屋台村の事業主体

室蘭市の第３セクターで、室蘭港の港湾用地や倉庫を管理する「室蘭開発」

（12）屋台経営者：１年毎の契約であり、原則として公募

（13）市役所、商工会議所との関係

屋台村は室蘭市港湾部の土地を使用し、第三セクターが運営管理している。また、室蘭観光協会は市役所や商工会議所と密接な関係を有する。

（14）中心市街地活性化への貢献：中心市街地に立地していない。

（15）今後の課題

「白鳥大橋ゆうゆう海道」全体（祝津絵鞆地域）をアピールし、新規に立地した温泉施設やリニューアルした水族館への来客を屋台村に取り込む。

（16）特記事項

あまり儲かっているようには見えなかったが、10 年以上続いたことは驚異。

１２．函館市「大門横丁」

（１）名　　称：函館ひかりの屋台「大門横丁」
（２）所 在 地：函館市松風町７番５号
（３）開業年月日：２００５年１０月２３日
（４）背　　景：函館駅前・大門地区を活性化することを目的としている。
（５）立地条件：ＪＲ函館駅から徒歩５分
　　近くにビジネスホテル、函館駅、デパート等がある。
（６）敷　　地：駐車場として使用されていた土地を 10 年間賃借
　　敷地面積 808.52 ㎡
（７）建　　物：建築面積 434.28 ㎡　　延床面積 433.28 ㎡
　　建物建設費 91,522 千円（借地保証金 5,000 千円を含む）
　　３年契約　合計２６店
　　Ａタイプ（８席）１８店舗　面積：約 11 ㎡　家賃：63,000 円／月
　　Ｂタイプ（１４席）８店舗　面積：約 26 ㎡　家賃：84,000 円／月
　　共益費はＡタイプ、Ｂタイプともに 20,000 円／月
　　その他に宣伝広報費を徴収
　　案内所内に製氷機を備えて、各屋台が氷の保管に場所をとらなくて済むようにした。（ただし、氷代を徴収）
（８）店舗構成：00 大門横丁案内所
　　01 カクテル Bar「かなざわ」
　　02 「ことぶ喜亭」
　　03 ホルモン「ホルモン屋」

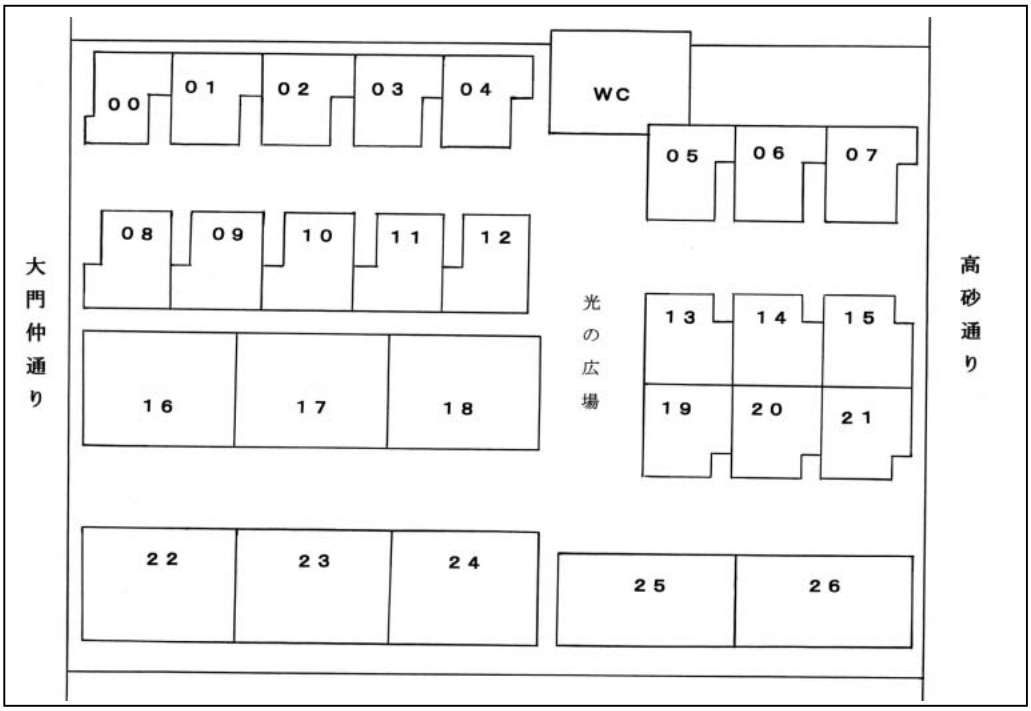


図１２　「大門横丁」見取図

04 「けいちゃん」
05 おでん「かねなか」
06 アジア料理「アジアンキッチン チェーズ」
07 おにぎり・お茶漬け・お惣菜「飯場 なかのさわ」
08 立飲み「焼きとん&ちょいのみ箱館バル」
09 手づくり料理「あっそ家」
10 家庭料理「てらや」
11 焼鳥とか焼酎の Bar「わびさび」
12 炉ばた「大謀」
13 焼鳥・焼鳥弁当「光味亭」
14 韓国料理店「金家」
15 新函館らーめん「龍鳳」
16 カニ料理「クラブハウス」
17 寿司「掴み寿司 海楽」
18 中華風居酒屋「函館姑娘（クーニャン）」
19 ジンギスカン「モンゴリアンバーベーキュー ラムジン」
20 海鮮料理「お食事処 蟹家大門横丁店」
21 ラーメン「ラーメン たつみ」
22 CAFÉ&DINING「DINING 浪漫亭」
23 デリカレストラン「LA BUVETTE（ラ・ブヴェット）」
24 ひとくち天ぷら「柏や」
25 居酒屋「飲み食い処 桜」
26 居酒屋「北の台所（ヤマタイチ）」
※ 上記の数字は見取図の番号に対応している。

卒業店舗　01）鮨「百円鮨 みず木」 02）居酒屋「呑み食い処 創そう」

（９）宣伝方法

ホームページ、パンフレット、イベント開催時のチラシその他で積極的に宣伝している。開業時には新聞、情報誌、テレビ、ラジオなどで紹介された。

(10) 客数客層：通年　地元客：観光客＝７：３



写真２１　大門横丁（函館）



写真２２　大門横丁（その２）

夏場　地元客：観光客＝４：６
冬場　地元客：観光客＝８：２
年間来客者数 166 千人（H18 年度と H19 年度の平均）
年間売上 264 百万円（H18 年度と H19 年度の平均）

(11) 屋台村の事業主体：株式会社 はこだてティエムオー（以下、ＨＴＭＯと略す）

(12) 屋台経営者：公募

(13) 市役所、商工会議所との関係

中心市街地活性化計画に盛り込まれた事業の一つが「大門横丁」である。ＨＴＭＯは大門横丁以外の事業も担当し、市役所と商工会議所から職員が１名ずつ派遣されている。大門横丁の本体建設工事費（事業費の 82.6%）は、国、北海道、函館市が補助している。その他の工事と借地保証金はＨＴＭＯの単独負担であるが、事業費 91,522 千円のうち、補助金が 47,619 千円と 52%を占めている。

(14) 中心市街地活性化への貢献

函館駅前・大門地区の人出を増やした。「大門横丁」の近くに居酒屋３軒、Bar ２軒、蕎麦屋１軒が新規開店した。また、居酒屋１軒と珈琲店１軒がリニューアルオープンした。また、「大門横丁」を卒業して、居酒屋１軒と寿司屋１軒が独立開業した。活性化に一定の役割を果たした。

(15) 今後の課題

第一に固定客、リピーターを増やして、屋台村の経営をより安定したものにすることである。客単価が約 1,600 円と低いので 魅力ある料理や差別化された飲物の提供も必要になる。第二に屋台村の経営を確固たるものにした後、まちづくりに広げていく。そのためには、店舗、施設、環境、イベント、人間、組織など、多面的に他との連携を深めていくことが必要である。

(16) 特記事項

2009 年 7 月 24 日～25 日に『屋台サミット』を開催する。「全国屋台村連絡協議会」に加盟している他の屋台村からも出店する。

１３．旭川市「まんだら横丁」

（１）名　　称：楽市銀座「まんだら横丁」

（２）所 在 地：旭川市４条１４丁目右

（３）開業年月日：2002 年（平成 14 年）4 月 26 日

（４）背　　景

「まんだら横丁」は、旭川市銀座商店街振興組合が実施した事業であり、旭川市銀座商店街の活性化だけでなく、同商店街のある大成地区のより一層の繁栄を図ることを目的としていた。多種多様な商店が軒を連ねる商店街の一角に新たな横丁ができることによって、商店街のお客様をはじめとする市民の皆様に、新しい「憩いの場」を提供することを目標としていた。

（５）立地条件

「まんだら横丁」の敷地は、旭川市銀座商店街の仲見世通り（歩行者専用道路で弁天神社の参道）に面している。商店街の入口と言うべき場所である。

（６）敷　　地：敷地面積 370 ㎡（37m×10m）
　　商業地域、準防火地域、駐車場整備地区
　　借地の地代年間 60 万円（ほぼ固定資産税分に相当）

（７）建　　物

ほぼ敷地いっぱいのウッドデッキの上に１０棟ある。店舗は９軒で、残る１棟は管理棟（社務所）である。建物（設備を含む）の建設費は 1,500 万円。

各店舗は、屋内 2.25 坪（2.7m×2.7m）と軒先３坪（屋外客席）から成る。

１年目から３年目の店舗数は９軒であったが、４年目から中央に共用スペースを大きく確保して、店舗数は６軒とした。帯広市の「北の屋台」を参考にした。

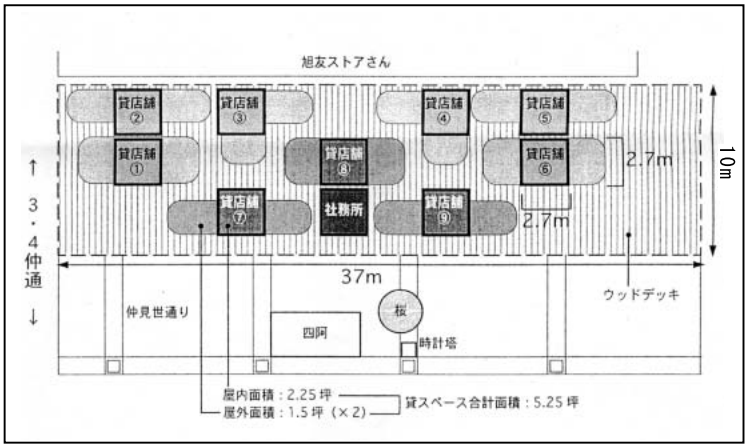


図１３　「まんだら横丁」見取図

（８）店舗構成

１年目から３年目の家賃は（４条１４丁目に因んで） 41,400 円／月とした。

また、初期出店協力金は（七福神に因んで） 72,900 円とした。

４年目からは、金融機関からの借入金の返済が終わったので、家賃を月額２万円にした。

（９）宣伝方法

オープン時は新聞などのマスコミで報道された。イベント開催時はチラシを作成し、配布した。

(10) 客数客層

来客者数や売上は資料がなく、不明である。大半は地元客である。

(11) 屋台村の事業主体：旭川銀座商店街振興組合まんだら横丁運営委員会
　　→敷地の借地契約も建設費の借入金も旭川銀座商店街振興組合

(12) 屋台の経営者

原則は公募。１年契約であるが、２年目以降は営業継続を希望する入居者を優先し、空いた分だけ、新規入居者を募集した。

(13) 市役所、商工会議所との関係

屋台村事業については、関係ない。

(14) 中心市街地活性化への貢献

旭川市の中心市街地は、平和通り買物公園のある旭川駅前商店街と飲み屋街（三六街）であり、旭川銀座商店街は２番目の商店街である。「まんだら横丁」は中心市街地の活性化には結びつかなかったと思われるが、旭川銀座商店街の「にぎわいづくり」と「話題づくり」という当初の役割は充分に果たした。

(15) 今後の課題

当初は 2002 年～2004 年の３年間（４月から 10 月末までの７カ月）の営業の予定であったが、２年間延長され、2006 年 10 月末に５年間の営業を終了した。５年間使用した建物は、耐寒性がないので、冬場、調理場の水道やトイレも使えない。このため、冬季は休業していた。

旭川銀座商店街振興組合「まんだら委員会」では、2007 年以降、耐寒仕様の通年型屋台村に建て替えることが検討されたが、実現に至っていない。

(16) 特記事項

旭川市で耐寒仕様の通年型屋台村を開業するとすれば、客の回遊性を考えれば、最も適地は飲み屋街（三六街）の一角であろう。こうしたことが、旭川銀座商店街に実現していない理由と考えられる。

１４．八戸市「みろく横丁」

（１）名　　称：八戸屋台村みろく横丁

（２）所 在 地：おんで市の１４店の住所は三日町、
やぁんせ市の１１店の住所は六日町になる。
※「おんで」は「おいでやす」の「おいで」の意
※「やぁんせ」は「おいでやす」の「やす」の意

（３）開業年月日：２００２年１１月１９日

（４）背　　景

1997 年 9 月に「八戸エコ・リサイクル協議会」が活動を開始した。その中で出てきた「環境対応型まちづくり構想」と「食文化の環境」が合わさって「環境対応型屋台村構想」が生まれた。2002 年 12 月 1 日に東北新幹線八戸駅が開業し、同駅が終着駅となった。これにより、県外からの来客者の大幅な増加が見込まれた。「環境対応型屋台村構想」と「東北新幹線の八戸延伸」を結び付けて、八戸市の中心市街地を活性化するために「八戸屋台村みろく横丁」が開業した。

（５）立地条件：中心市街地にあり、飲み屋街の中にある。デパートにも近い。

（６）敷　　地：商業地域　防火地域　敷地面積 760 ㎡

（７）建　　物：常設屋台２５店の建設費 2,300 万円（屋台の家賃は月１０万円）
トイレの建設費 500 万円
生ゴミ処理施設の建設費 500 万円（生ゴミは肥料にする）
建設費合計 3,300 万円

（８）店舗構成：コンセプトは懐かしい昭和三十年代風の店づくり
平均売上：１７０万円／月　　３年契約
みろく横丁全体の売上：年間４億４千万円～５億４千万円
２５店（おんで市１４店＋やぁんせ市１１店）

おんで市（三日町側）

1　鉄板オヤジ「なおき」
2　炭火焼「しおさい」
3　家庭料理「わが家」
4　讃岐うどん「常五杯（じょうごはい）」
5　八戸・旬・炉ばた「おはじき」
6　焼鳥・おでん・小料理「鳥将」
7　「さくら子」
8　お台どころ「ねね」
9　琉球屋台「美ら亭（ちゅらてい）」

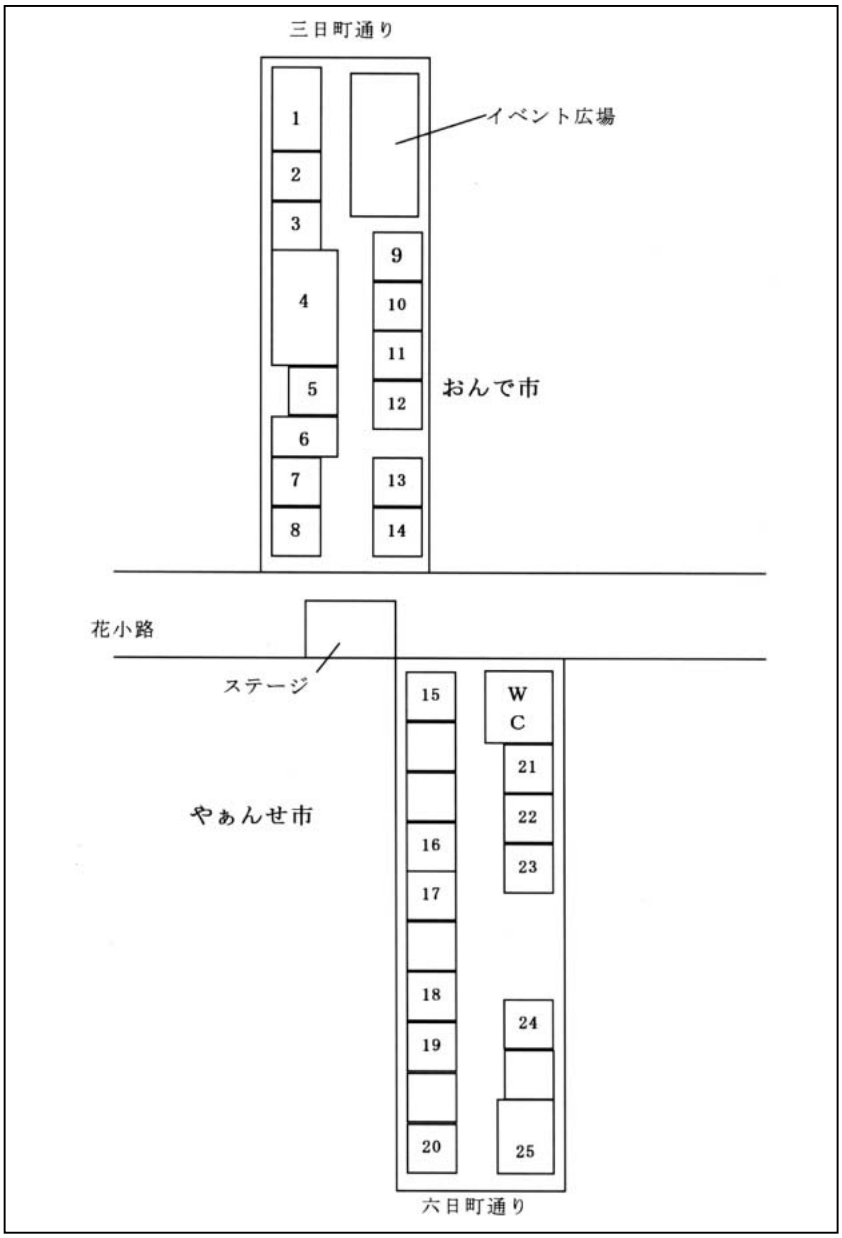


図１４　「みろく横丁」見取図

10　煮込み屋「長兵衛」
11　ホルモンと焼酎「八戸ホる門」
12　海鮮どんぶり「DON」
13　屋台寿司「わさび」
14　焼鳥専門店「兼田」

やぁんせ市（六日町側）

15　BAR「辰巳」
16　炭焼ホルモン「庵（いおり）」
17　炭火焼「八戸太郎」
18　ホルモン焼・もつ鍋「寿庵」
19　鮨処「北浜」
20　焼鳥・串焼「へちま」
21　おでん「マンキ食堂」
22　海の幸「美味（みみ）」
23　一口串揚「串わ」
24　牛レバー・馬スジ「懐かし屋」
25　ラーメン「めん匠」

※　数字は見取図の番号に対応している。

（９）宣伝方法：ホームページ（http://www.36yokocho.com）
パンフレットの作成やイベント開催時のチラシやポスターの作成
新聞、旅行情報誌、タウン誌で紹介されている。また、テレビやラジオでも紹介されている。

(10) 客数客層：年間 32 万人～35 万人

(11) 屋台村の事業主体：有限会社 北のグルメ都市

(12) 各屋台の経営者：基本的に公募

(13) 市役所、商工会議所との関係
屋台村は、行政や地元企業も参加する「八戸エコ・リサイクル協議会」の活動から生まれた事業である。

(14) 中心市街地活性化への貢献
「みろく横丁」は、新しい観光スポットとして、青森県外からの観光客も中心市街地に呼び寄せた。また、中心市街地に来る地元客も増えて、賑わいを取り戻した。2006 年には「みろく横丁」と既存の７つの横丁・小路で、「八戸横丁連合協議会」が設立され、中心市街地全体に広げていく仕組ができた。八戸市の中心市街地と８つの横丁・小路は、青森県で販売のタウン誌『ふいーらあ』2009 年 3 月号に紹介されている（66 頁～73 頁）。

(15) 今後の課題
現在、東北新幹線は八戸駅が終点であり、八戸市は「みちのく観光」で有利なポジションを占めている。しかし、2010 年末には新青森駅が開業して終着駅になる。「みろく横丁」が開業以来の勢いを新青森駅開業後も維持していけるか、否かは今後を占う大きな試金石となる。

(16) 特記事項

八戸市には「みろく横丁」が開業する前から、「花小路」、「ロ一丁れんさ横丁」、「長横町れんさ横丁」、「たぬき小路」、「五番街」、「八戸昭和通り」、「ハーモニカ横丁」があり、『横丁』や『小路』を歩き回って楽しむ食文化あるいは横丁文化が残っていたことが、「みろく横丁」の成功の下地になっていると考えられる。



写真２３　みろく横丁（八戸）



写真２４　みろく横丁（その２）

１５．青森市「さんふり横丁」

（1）名　　称：青森屋台村さんふり横丁

（2）所 在 地：青森市本町３丁目８－３

（3）開業年月日：２００５年5月１日

（4）背　　景：

昭和 30 年代の復興景気に沸いた古き良き時代の雰囲気を再現し、現代の喧騒を忘れられる安らぎのひとときを提供することを意図した。食を通じて、多くの人々に四季が彩る魅力ある青森を広め、それを中心街の活性化に繋げようとした。

（5）立地条件

飲み屋街に近いが、飲み屋街の中とは言えない。「さんふり横丁」と飲み屋街の間に県立郷土資料館があり、連続性に欠ける。飲み屋街の中心にある「ジャスマックスビル」とは 150mくらい離れている。港（陸奥湾）側に道路を隔ててラブホテル「ロンシャン」（モーテル）がある。港側の「さんふり横丁」入口は、「ロンシャン」の入口と向かい合っている。

（6）敷　　地：敷地面積 290 ㎡程度と推定

（7）建　　物：常設屋台１５軒とトイレ棟（１階はトイレで２階は事務所）

（8）店舗構成：賃料 70 千円＋光熱費 15 千円＋塵芥処理費 7 千円＝92 千円／月

冬季は上記にロードヒーティング費 12 千円／月が加算される。

１５店　　２年契約（更新可）

①串焼「楽楽」当初から営業中

②呑み屋「たかしゅう」←焼酎 BAR「九龍」（当初）

③居酒屋「あきら」←夢酒房「みさきや」（当初）

④旬亭「浜まち」当初から営業中
⑤空き店舗←山菜料理「山歩」（当初）
⑥韓国料理「イモネ」（おばさんの家）当初から営業中
⑦酒処「小栗」←「たまたま」（当初）
⑧空き店舗　←「かっちゃん」←なつかし処「ひまわり」（当初）
⑨空き店舗　←ジンギスカン「ZAGaa’s」←らーめん「大地」（当初）
⑩Shot Bar「Bell」←ワンショット「あーと」（当初）
⑪ホルモン「たんぽぽ」←ラム肉「林檎家」（当初）
⑫海鮮炭火焼「やなせ」（当初から営業中）
⑬いのぶた料理「纏（まとい）」←「？」（当初）
⑭馬肉料理「奥津軽」（店主が交代したが、店名は同じ）
⑮居酒屋「春」←鉄板焼「松ぼっくり」←地鶏料理「横丁倶楽部わーく」
←「？」（当初）

※　○数字の番号は、見取図の番号に対応している。

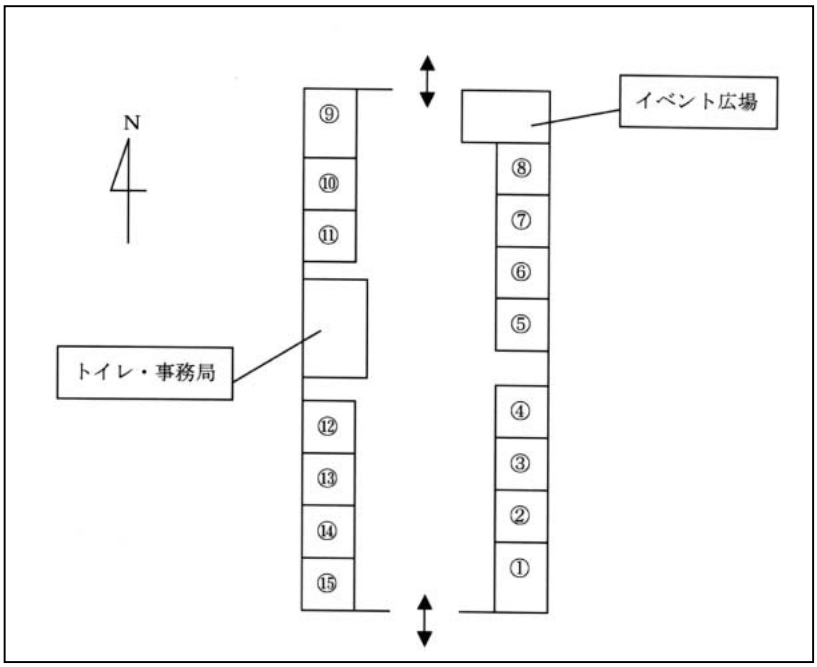


図１５　「さんふり横丁」見取図

（９）宣伝方法：ホームページ　(http://www.aomori-yataimura.com)
パンフレット作成、旅行雑誌「るるぶ」で紹介された。

(10) 客数客層
通常の時期は、地元客：観光客＝９：１
ねぶた祭のある８月は、地元客：観光客＝３：７
年間来客者数や年間売上は公表されていない。１店当り売上 100 万円／月、空き店舗３と仮定して、100 万円×12 カ月×12 店＝14,400 万円の年間売上になる。客単価が２千円とすれば、年間来客者数は 72,000 人になる。

(11) 屋台村の事業主体

当初の運営会社は、(有)オフィスアップズであった。同社は「さんふり横丁」開業時の好調ぶりから、青森市内の別の場所に商業施設を建設したが、結果的に資金難に陥り、2007 年 9 月に(有)木村住建工業に売却し、現在に至っている。

(12) 屋台経営者：公募

(13) 市役所、商工会議所との関係：直接の関係はない。

(14) 中心市街地活性化への貢献

店の入れ替わりが頻繁に繰り返されている割には、独立開業した店が２軒と少ない。屋台村自体の経営の安定が求められる段階であり、市街地の活性化に貢献できる段階に至っていない。

(15) 今後の課題

2010 年 12 月に東北新幹線の新青森駅が開業し、終着駅になる。八戸駅が開業した場合のように大幅に増加すると見込まれる青森県外からの来客者を青森市内の中心市街地へ導くことができるか、さらに言えば、「さんふり横丁」を観光スポットとして、もっとアピールして、来客者の増加に結びつけることができるか、今後の「さんふり横丁」存続を左右する大きな課題である。

(16) 特記事項：

冬のイベントとして、2009 年 2 月 26 日に「津軽三味線のライブ」を開催した。



写真２５　さんふり横丁（青森）



写真２８　さんふり横丁（その２）

１６．弘前市「かだれ横丁」

（１）名　　称：津軽弘前屋台村「かだれ横丁」

（２）所 在 地：弘前市百石町２－１

（３）開業年月日：２００８年９月１３日

（４）背　　景

空洞化で活力が低下している弘前市の中心市街地の活性化する、賑わいを取り戻すこと、食文化の創出などを掲げている。2010 年 12 月の東北新幹線・新青森駅開業を見込んで開業した面も否定できないだろう。

（５）立地条件：飲み屋街に近いが、飲み屋街の中ではない。

（６）敷　　地：商業地域　防火地域

１階の屋台村に使用部分、使用されていない部分、商業地域の建蔽率の上限を考慮し、敷地面積は 900 ㎡程度と推定

（７）建　　物：「パチンコ２１世紀」が抜けた空きビル（鉄筋コンクリート３階建）の１階部分約 200 坪に屋台村を開設　　天井高は 3.1m

（８）店舗構成：１軒（約 3.3 坪）

家賃８万円（初年度のみ５万円）＋共益費２万円　保証金４８万円

店舗スペースは１２軒分あり、１１店が営業している。

①焼ぶた「佐助」直営店

②和食「ふるさと」

③韓国家庭料理「ソデムン」・・・「花花」の店主の韓国人妻が店主

④香港屋台「花花」

⑤欧風料理「しぇ・もぁ」←その前は、煮干ラーメン店「匠屋」

⑥焼肉「おおしょう」

⑦炭火焼「鳥百（とりもも）」直営店

⑧&⑨インド料理「カンティプール」（２軒分のスペース）

⑩洋食居酒屋「ラ・スタッレ」

⑪焼酎酒家「ＯＺ」←その前は、屋台居酒屋「援」

⑫家庭料理「日向ぼっこ」

⑬事務所　　⑭ＷＣ（男）　　⑮ＷＣ（女）

⑯多目的ホール　⑰ピロティ

※　○数字は見取図の番号と対応している。

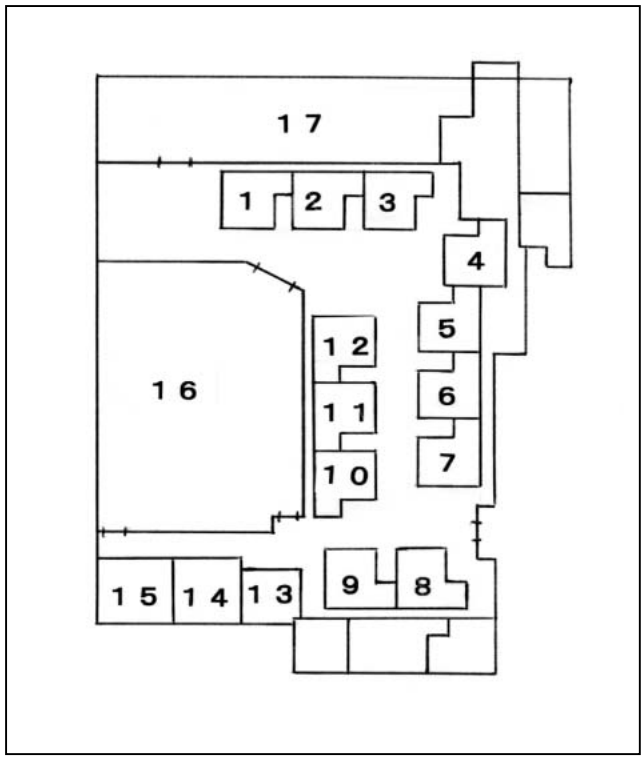


図１６　「かだれ横丁」見取図

（９）宣伝方法：ホームページ（http://www.kadare.info/）
パンフレット
毎月８日は「屋台の日」

（10）客数客層：2008 年 9 月 13 日に開業し、１年を経過していないので、来客者数や売上は不明である。地元客が大半である。

（11）屋台村の事業主体：津軽弘前屋台村株式会社

（12）屋台経営者：原則は公募

（13）市役所、商工会議所との関係

弘前市も「中心市街地活性化計画」を策定しているが、「かだれ横丁」は同計画に位置付けられた事業ではない。

（14）中心市街地活性化への貢献

「かだれ横丁」自体の運営がまだ軌道に乗っていると言えない状況である。したがって、中心市街地の活性化への貢献を云々する段階でない。路線型に広がる飲み屋街の端に位置しているので、回遊性に乏しい。

（15）今後の課題

2008 年 9 月 13 日の開業から半年で、既に２店が入れ替わっている。「かだれ横丁」の立地に問題があり、来客者数が思った程でないといった事情があるのではないか。現地に行った日は、天候がみぞれ混じりで、平日であったが、事実、客はとても少なかった。今のところ、来客者の大半は地元客である。地元で宣伝活動をもっと強化し、地元客を取り込むことが、当面、最も重要なことである。

次に 2010 年 12 月に東北新幹線・新青森駅が開業し、青森県外からの来客者が大幅に増加すると見込まれる。こうした来客者を弘前市に導くことができるか。このことは、「かだれ横丁」に限らず、弘前観光の大きな課題である。

（16）特記事項

「かだれ横丁」の構想の発表後、いろいろな媒体を通じて、テナント（屋台）を募集したが、同じ業種は２店までという条件を満たしながら、全部を埋めることは困難だったのではないか。直営店を１軒出すことは、アンテナショップ的な役割も期待でき、メリットがある。しかし、空き店舗を埋めるために直営店を多く出すことは、問題がある。直営店３店の存在は気がかりである。



写真２７　かだれ横丁（弘前）



写真２８　かだれ横丁（その２）

Ⅳ．屋台村の効果

１．生産効果（特に地産地消）

大半の屋台村が、「地産地消」をコンセプトの一つに掲げている。北海道は、農産物や海産物が豊かであり、屋台村の所在地や周辺地域の旬の食材を調理して提供することは、地域貢献と言える。「北の屋台」（帯広市）には農家直営の屋台もある。食品の産地偽装事件が発生している昨今、生産者の顔が見える食材を使った料理は、来客者に安心感を与えることになる。また、大半の屋台村には、イベントスペースや広場があるので、そこを利用して、新鮮な農産物や海産物の即売の催しを開催することは、屋台村全体の集客や宣伝につながる。北見市が売り出し中の『塩焼そば』は、「北見じまん村」から生まれたものである。『室蘭焼鳥（豚串）』や『カレーラーメン』は、「むろらん屋台村」でも食べることができる。

２．空き店舗対策の効果

多くの屋台村が、コンセプトの一つに「中心市街地の活性化」を掲げている。活性化の手段の一つが、空き地・空き店舗対策である。屋台村が中心市街地にある場合、その所在都市の中心市街地の空き地（低利用地、未利用地及び青空駐車場を含む）や空き店舗（屋内型の屋台村の場合）の少なくとも１箇所の有効利用となっていることは、確かなことである。屋外型の屋台村の場合、青空駐車場として使用されていた土地を借地しているケースが多い。屋内型の屋台村の場合、既存建物の空きスペースの利用（釧路市のフィシャーマンズ・ワーフ Moo 内にある「港の屋台」）、パチンコ店の建物の利用（弘前市の「かだれ横丁」）、既存建物（旅館）の再利用（登別市の「ほろべつ屋台村」）である。

また、屋台村の卒業生が近くの空き地や空き店舗を利用して、商売を始める事例も見られる。しかし、屋台村だけで、空き地や空き店舗を解消することは困難である。

３．集客効果

多くの屋台村が、コンセプトの一つに「中心市街地の活性化」を掲げている。また、にぎわいの創出を揚げている。そのためには、何と言っても、来街者を増やす、即ち、集客力の向上が重要である。中心市街地にある屋台村の中にランチタイムに営業している店が数店あれば、商店街に多少の効果が期待できる。屋台村の店の大半は夕方からの営業なので、むしろ飲み屋街の集客に効果が期待できる。屋台村の集客効果を周辺に広げるためには、昼間から夕方であれば商店街、夕方以降は飲食店街との連携が必要になる。

屋台は８席から１２席の小規模な店であり、知らない客同士でもコミュニケーションが可能となる場所である。客同士あるいは客と屋台店主の会話が弾むことが、「口コミ」でさらなる集客力の向上につながると考えられる。

４．雇用効果

新たな屋台村ができると、店舗数以上の雇用が発生する。しかし、屋台は店主１人か２人（店主＋配偶者またはアルバイト）で営業している。したがって、直接的な雇用効果は

あまり大きくない。むしろ、屋台村は、飲食店を起業したい人の最初のステップとして、機能することの意義が大きいと思われる。

５．経済効果

屋台村が、青空駐車場としての利用に比べて、大きな経済効果を生み出している。帯広市の「北の屋台」の売上は、駐車場収入の 70 倍以上である。屋台村が飲み屋街の中あるいは近くにあれば、屋台で腹ごしらえをして、次は女性がいるスナックやバーに行くというケースもある。逆に飲んで帰宅する前に屋台村で夜食というケースもある。屋台村の客の中には体質的にアルコールがダメという人もいるだろうが、多くはアルコール類を飲むので、タクシーや運転代行の需要が生まれる。「北の屋台」のある帯広市では、全国から視察が絶えないので、近くのビジネスホテル等の宿泊客増加につながっている。屋台村の知名度が高いほど、波及効果は大きくなる。

６．宣伝効果

多くの屋台村がホームページ（ＵＲＬ）を有しているので、能動的な地域情報発信の役割を果たしている。インターネットで目的の屋台村を検索すると、当該屋台村のホームページに加えて、当該屋台村に関する新聞報道や来客者のブログや投稿記事が出ている。小樽のレンガ横丁と出抜小路の取材に行った時期は、旧正月であった。レンガ横丁では香港人のカップル、出抜小路ではシンガポール人（中国系）のカップルと一緒になった。彼らはインターネットで、小樽市の観光情報（屋台村を含む）を入手していた。また、若者を中心に携帯電話の情報提供サービスも利用されている。

屋台村が新聞、ミニコミ誌、旅行雑誌、テレビやラジオで紹介されることにより、受動的な地域情報発信の役割も果たしている。各種媒体による宣伝効果を屋台村だけでなく、観光やビジネスに結びつけていくことが、来客者や交流人口の増加につながる。

７．存在効果

屋台村が中心市街地にない事例は、室蘭市と稚内市のみである。「むろらん屋台村」は白鳥大橋の開通に合わせて開業しており、白鳥大橋、白鳥大橋記念館（道の駅）、室蘭市立水族館に近く、中心市街地から離れている。これは、白鳥大橋開通による来客者の増加を見込んで開業したためであり、概ね午前 11 時から夕方までの営業である。屋台村の存在だけではないが、他の施設の存在と相俟って、温泉施設が新たに立地し、当該地域の魅力度アップや観光スポットとしての集客力の向上に貢献している。

稚内市の「波止場横丁」は、旧卸売市場跡地の再開発事業で建設された「副港市場」（海産物の小売、飲食店、郷土資料館、温泉施設の複合施設）の敷地の一角にあり、稚内駅と南稚内駅のほぼ中間に位置し、中心市街地（繁華街）から離れている。「波止場横丁」は、５店舗あるが、カレー店とラーメン店の２店は昼間のみの営業で、３店舗が夕方からの営業である。ここも屋台村を含む副港エリア全体が、新しい稚内の観光スポットとして、特に夏の観光シーズンには、集客力を発揮している。

中心市街地に立地している屋台村が魅力的であれば、屋台村自体が新たな観光スポットになる。函館市「大門横丁」では、定期観光バスのコースに組み込まれるようになった。

Ⅴ．屋台村に関する課題

１．屋台村の問題点・課題

北海道では、屋台村の開設ブームは一段落している。帯広市の「北の屋台」や函館市の「大門横丁」のように地元客に加えて観光客（出張客を含む）が見込める屋台村では来客数や売上も伸びているが、昨今の不景気と相俟って、屋台村の存続すら、危ぶまれる事例も見られる。存続が危ぶまれる状況は、中心市街地の活性化や地域貢献どころではなく、足元を固めることが急務である。

（１）地元リピーターの確保

①メニューの充実

地元の食材や旬の食材を生かした料理が提供されているが、独自性がほとんど見られない。メニューの充実やオリジナル料理の創作が必要である。

②魅力ある店主

店主と客の距離感が近いと感じる店は、何らかの意味で店主に魅力がある。屋台が成功するために店主の魅力は欠かせない。

（２）地元客からの支持

観光客や出張客が多くても、地元客のような頻度で来ることはない。地元リピーターの確保と重複する面が多いが、地元客が利用しやすい雰囲気や環境を造ることが必要と思われる。地元の人にとって地元の食材や旬の食材というだけでは、容易に入手でき、自宅でも調理できるので、魅力に乏しい。地元の食材を使った外国料理の提供や今まで無かった調理方法で作った料理の提供が必要と思われる。また、小規模な会合に利用してもらうことで、新たな顧客を取り込むことも必要と思われる。

（３）観光客の取り込み

屋台村の客は、地元客を中心に考えるべきであるが、思いがけなく、地元でない人と話が弾むようなことが屋台の魅力である。そのためには、少しでも観光客を増やす努力や情報発信を積極的に行うことが必要である。

（４）空き店舗の解消

空き店舗が歯抜け状態の商店街が魅力に欠けているのと同様に屋台村に空き店舗があちこちにあっては興ざめである。したがって、屋台村の運営会社には、空き店舗を解消する努力が求められる。運営会社の直営店で埋める事例が多く見られるが、安易に直営店で埋めるのではなく、その屋台村に無いような料理（例えば、エスニック料理）の店を連れて来るような努力が必要である。

（５）屋台村全体での取組

屋台は１人か２人で切り盛りしている。事業（運営）主体がリーダーシップを発揮して、屋台村全体で一体的な取り組みをしなければ、「屋台村＝屋台の集合体」という集積のメリットが生かされない。特に外部への情報発信や他の業種（小売店、飲食店、タクシー会社、ホテルなど）との連携は、屋台村全体として、取り組むべきである。他の業種との連携が深まることにより、回遊性が強化される。

（６）店舗の新陳代謝

屋台村運営会社と出店者の契約は更新可能とせず、新陳代謝を促すようにすることが屋台村の質の向上にも繋がり、また、多くの起業家の経験を積ませることで空き店舗対

策にも繋がると考えられる。みろく横丁では、現在屋台村に出店しながらも独立開業している、いわゆる卒業予備軍が 10 名おり、彼らの大半が 1 期目からの継続者であることから、客に飽きられる可能性がある反面、契約期間を５年とすることでより一層の経験や常連客、資金を蓄えることができ、独立開業してもすぐ廃業とはならず、面白いかもしれない。

（７）まちづくり

屋台村事業が成功したからといって、まちづくりが完結するわけではない。帯広市の「北の屋台」のように活性化に有効な手段として評価されても、中心市街地が抱えている問題が全て解消された訳ではない。

（８）屋台文化あるいは横丁文化の形成

帯広市「北の屋台」開設の中心メンバーであった坂本和昭は、『北の屋台繁盛記』の 73～74 頁に次のように書いている。引用すると、「屋台文化とは何でしょうか？　ひと言で表現すると、『ゆずりあい』の精神ではないでしょうか。屋台はたかだか３坪程度の店舗空間しかもちあわせていません。客席は８～10 席程度が限界です。扱う飲食物も安価なものがほとんど。稼ぐにはお客さんの回転率を上げるしかありません。戦後からずっと屋台が栄えてきた九州の福岡（博多）では、お客さんが皆、その屋台事情を知っていて、新しいお客さんが暖簾を開けたら、前からいたお客さんが順に席を立つという暗黙のルールができあがっているそうです。そうやって常連客が屋台を支えてきたのです。福岡の屋台のお客さんの平均滞留時間は 40 分程度であると聞きました（ラーメン専門屋台では 15 分、居酒屋スタイルで 60 分程度）。しかし、北の屋台では平均滞留時間がなんと 120 分（２時間）というデータが出たのです。最初はデータ分析の間違いではないかと思ったのですが、計算してみると、やはりそうなるのです。（中略）営業者の側に立って考えてみると、もう少しお客さんの回転率を上げることが必要だと感じています。この原因を、帯広では昭和 30 年代の後半に屋台が消滅してしまい、屋台文化が醸成される時間がなかったからだろうと解釈することにしました。」

私自身、宿泊したホテルの従業員に教えてもらった「北の屋台」の人気店（Ａ店、Ｂ店）に７時少し前に行きましたが、すでに両方とも満席でした。仕方なく、Ｃ店で１時間ほど、時間をつぶして、８時過ぎにＡ店とＢ店に行きました。しかし、先ほどと同じ客がまだいて入ることはできませんでした。その後、Ｄ店に入り、９時半ころに行っても、８時すぎと同じ状況でした。そこで、もう１軒Ｅ店にはいりましたが、１０時すぎにＥ店を出た時にはもうＡ店やＢ店に行く気はなくなり、近くのビルのスナックに行きました。八戸「みろく横丁」は、私と教え子Ｊ君（青森県八戸総合事務所勤務）と３軒を回りました。Ｊ君のお勧めの店に行くと、満席だったので出ようとしたら、先客に「会計してもらって次の店に行くところなので、少し待って」と呼び止められました。青森県のタウン情報誌『ふぃーらあ』2009 年 3 月号の特集のタイトルは、「城下町八戸の風情を味わう」で、古くは藩政時代から現在まで残っている横丁や小路の飲食店が紹介されていた。現在、「みろく横丁」を含む８つの横丁や小路で「八戸横丁協議会」を立ち上げ、合同のイベントを企画、実施している。八戸市では古くは藩政時代から、そして戦後から現在までも横丁や小路に沿って小規模な飲食店が連なっていて、福岡市（博多）と同様の『ゆずりあいの精神』が、暗黙ルールとして受け継がれているように

思われる。「北の屋台」の人気店のように３度行っても入れないと、その店にはもう行きたいとは思わないようになる。店の立場で考えると、新しい客が来たからといって、先客に代わってほしいとは言えない。しかし、新しい客を確保する機会を逃すことになる。個々の屋台や屋台村が存続していくためには、客が『ゆずりあいの精神』を持つことが必要である。「俺が一番先に来たのだから、いつまでいようと俺の勝手だろう」という客ばかりでは、新たな顧客獲得の妨げになり、屋台や屋台村の存続を危うくする。成功例と評価されている「北の屋台」といえども、『ゆずりあいの精神』を基本とした屋台文化を形成していくことが課題といえる。八戸市「みろく横丁」では、横丁や小路が今でも残っていて、『ゆずりあいの精神』が横丁文化として根付いていることが、八戸市人口の 37%増しの年間来客者数につながっているし、強みであると考えられる。
因みに「北の屋台」の来客者数は帯広市人口を若干下回っている。

２．屋台村の評価方法

（１）評価の考え方

帯広市の「北の屋台」が、「中心市街地の活性化」に有効な手段として全国から注目され、近年の屋台村ブームを巻き起こしたことは先述のとおりであるが、「中心市街地の活性化への貢献」や「屋台村自体の評価」に使える具体的な指標は、「来客数」と「売上」、「空き店舗対策」くらいである。また、「来客数」や「売上」を公表していない屋台村が少なくない。来客数（集客力）や売上は、屋台村を評価する指標となる。屋台村によって、店舗数（屋台数）が４（ほろべつ屋台村）から２６（大門横丁）と、大きな差があることから、店舗（屋台）当りの来客数や売上も考慮する必要がある。また、立地場所の影響が大きいが、客の回転が良いか、否かも、屋台村が成功か、否かを判断する指標となる。屋台村の多く屋台は夕方以降の営業が中心であるが、一部の屋台は昼間だけの営業である。客単価の面では、アルコール類を提供する夕方以降の営業が優位と言えるが、提供する料理によって客単価に違いが生じてくる。客の選択の多様性に着目すると、いろいろな料理を提供する屋台が揃っていることが望ましい。また、空き店舗が埋まらない屋台村に高い評価を与えることは疑問である。屋台村から卒業（独立）して、出店すれば、空き店舗の解消につながっている。屋台村ができた後、周辺に飲食店が新たに立地した事例も見られる。屋台村ができて飲み屋街の来客者数が増加したという話もあった。

（２）評価の試み

まず、年間来客者数が 15 万人を超え、年間売上が２億５千万円を超えている屋台村は八戸市「みろく横丁」、函館市「大門横丁」、帯広市「北の屋台」の３つである。これらは、店舗スペースも「みろく横丁」25、「北の屋台」20、「大門横丁」26 と多い。また、屋台村から独立して空き店舗が生じても、すぐに埋まっている。従って、５段階評価で最上位の５（◎）とする。苫小牧市「錦町横丁」は調査時点で空き店舗が２つあるが、１つはレンタル屋台であり、もう１つは２ユニットつながった店を１ユニットずつに改装した直後であるため、空いていた。「錦町横丁」は飲み屋街の中にあり、客が３回転～４回転していること、営業中の８店で年間売上が約９千万円で、店舗当り年間売上が１千万円以上と、効率的には前述した３つの屋台村に劣らないと考えられるので、５と評価した。

「みろく横丁」ではこれまで 14 軒が卒業し、空き店舗等で独立開業している。「北の屋台」では４軒が卒業し、独立開業している。「大門横丁」を卒業し、独立開業した店は２軒であるが、近くに新規出店が６軒あり、リニューアルした店が２軒あることも評価される。「みろく横丁」と「北の屋台」は、屋台村自体のリニューアルを行った。

次に小樽市「れんが横丁」、北見市「北見じまん村」、青森市「さんふり横丁」は、４（○）と評価した。「れんが横丁」は小樽市の飲み屋街「花園町」と離れていること、年間売上が１億円に届いていない。「北見じまん村」は飲み屋街の入口にあり、立地条件は悪くないが、業種構成にやや難がある。「さんふり横丁」は年間売上１億超と推定されるが、飲み屋街との間に県立郷土資料館があって立地に難があることや空き店舗が３つあること、屋台村の運営会社の交代を考慮して４とした。また、「さんふり横丁」は店の入れ替えが多い割に独立開業した店は２軒である。

次に室蘭市「むろらん屋台村」と稚内市「波止場横丁」は、中心市街地に立地していないが、他の施設との連携で、一定の役割を担っていることから、３（△）と評価した。美唄市「とんでん横丁」は直営店が当初の３ユニットから７ユニットに増えたことが気になるが、人口を上回る年間来客者数と空き店舗をなくす努力を評価して３と評価した。八雲町「やくも屋台村」は、推定年間売上が同規模の屋台村に比べて小さいこと、個々の屋台に魅力がやや乏しいこと、長続きしない店が少なくないことを考慮し、３とした。弘前市「かだれ横丁」は、開業から１年を経過していないが、すでに撤退した店があること、直営店３店あること、飲み屋街の端にあることを考慮して３と評価した。

小樽市「小樽出抜小路」と登別市「ほろべつ屋台村」は、空き店舗の割合が高い（充足率が低い）ので、２（▲）と評価した。旭川市「まんだら横丁」は通年型屋台村への建て

表２　北海道と青森県の屋台村の充足状況と総合評価

所在市町村「屋台村名称」	充足状況	営業店舗	補足説明	評　価
室蘭市「むろらん屋台村」	１１／１２	６店舗	５店舗が２ユニット	△
帯広市「北の屋台」	２０／２０	１９店舗		◎
釧路市「港の屋台」	８／１１	８店舗		△
苫小牧市「錦町横丁」	８／１０	７店舗	レンタルが１ユニット	◎
小樽市「れんが横丁」	１３／１４	１３店舗		○
小樽市「小樽出抜小路」	１４／２１	１３店舗	空きが７ユニット	▲
八雲町「やくも屋台村」	８／９	８店舗		△
美唄市「とんでん横丁」	１４／１４	１０店舗	直営店７ユニット	△
北見市「北見じまん村」	８／８	８店舗		○
登別市「ほろべつ屋台村」	４／７	４店舗	一度も全部が埋まらない	▲
稚内市「波止場横丁」	５／５	５店舗		△
函館市「大門横丁」	２６／２６	２６店舗		◎
旭川市「まんだら横丁」	９／９	９店舗	終了後、未再開	▲
八戸市「みろく横丁」	２５／２５	２５店舗		◎
青森市「さんふり横丁」	１２／１５	１２店舗	空きユニット３	○
弘前市「かだれ横丁」	１２／１２	１１店舗	直営店３ユニット	△

※　充足状況のａ／ｎで、ａは営業中のユニット数、ｎは空きを含む全ユニット数

※　評価は、高い方から順に◎→○→△→▲→×の５段階

替えが検討されたが実現に至っていないので２と評価した。旭川市内で通年型の屋台村を開業するとすれば、旭川銀座商店街の一角ではなく、飲み屋街（三六街）で開業すべきである。それ故に「まんだら横丁」跡地での再開が実現していないと思われる。

本研究で対象とした北海道と青森県の１６箇所の屋台村で、最下位の１（×）に評価されたものは無い。インターネットで、屋台村の失敗例を検索したところ、2005 年 12 月 7 日付け秋田魁新聞の報道記事があった。「家具店だった空き店舗（鉄骨平屋建、床面積：3,300 ㎡）を改装して 2005 年 6 月 25 日に開業した湯沢市『みちのく長屋』（26 店）が資金難に陥り、わずか半年で休止に追い込まれた。」詳細は不明であるが、湯沢市の 2009 年 3 月末の人口は 53,695 人である。2005 年にはもう少し人口が多かったが、人口 10 万人以上の北見市「北見じまん村」の８店や苫小牧市「錦町横丁」の８店に比べて、人口５万人の都市に 26 店の屋台村は過剰投資であったと考えられる。

５段階評価で最下位の１（×）と評価される屋台村があるとすれば、「みちのく長屋」が該当することになる。

３．屋台村開設時に留意すべき事項

（１）立地場所

取材やヒアリングから、屋台村開設に最も重要な要素は、立地場所である。屋台村を新たに開設する場合、当該都市の「飲み屋街」の中の空き地や空きビルが最善の立地場所である。「飲み屋街」の中に立地すれば、回遊性が確保できるので、①スナック等の開店前に夕食の客を見込める（概ね 20 時まで）、②はしごして飲み歩く客の腹ごしらえ（概ね 20 時から 24 時）、③スナック等の閉店後に夜食の客を見込める（概ね０時以後）というように客が３回転する。「飲み屋街」に隣接あるいは近接している空き地や空きビルが次善の立地場所と言える。

また、複数のビジネスホテルが立地している場所は、屋台村の立地場所としても適していると言える。

（２）運営主体

北海道と青森県にある屋台村の運営主体は、株式会社、有限会社、協同組合、個人と多様である。株式会社の内、「飲み屋街」で飲食店ビルを経営する会社が、ノウハウの蓄積もあり、飲食店ビルに入居しているテナントと屋台村の連携の面でも有利である。北見市の「北見じまん村」のように有志が集まって会社を設立し、屋台村を開設する場合は、幅広い出資者（サポーター）を募ることが、リピーター確保の観点からも重要である。

また、１個人の思いつきで始めるよりは、５人から１０人の有志で十分に話し合った後に会社を設立して始める方がベターである。人が余り多すぎてもまとまらないが、ある程度の仲間がいる方が人脈も広く、開業に向けた準備や開業後も何かと有利である。

（３）業種構成

札幌市の「ラーメン横丁」、「新ラーメン横丁」、「ラーメン共和国」、「スープカレー横丁」あるいは旭川市の「ラーメン村」のように同業種の集合体もあるが、屋台村の場合、いろいろな料理の店がバランスよく構成されていることが重要である。そのことが客に選択の多様性をもたらし、屋台村全体の魅力になっている。したがって、屋台村のテナントを募集し、選定する際には、バランスのとれた業種構成にすることが必要である。

大半の屋台村が、同業種は２店舗（例えば、ラーメン店は２店）以内に制限している。

（４）適正な店舗数

屋台村の店舗スペース（ユニット）の数は、函館市「大門横丁」が２６、八戸市「みろく横丁」が２５、帯広市「北の屋台」が２０と多い。相当数の観光客（出張客を含む）が見込める場合を別にすれば、新たに屋台村を開設する場合、８～１０くらいが妥当と思われる。８あれば、テナント決定の際に留意すれば、多様な業種の店で構成することが可能である。飲み屋街の中心など、立地条件が優れた場所に開設する場合には、２～３の積み増しも可能と考えられる。都市規模が小さい場合や立地条件がイマイチの場所で店舗数が多すぎると、常に空き店舗がある状態になりやすい。

（５）屋台村の客

屋台村の客は地元客を中心にして、観光客やビジネス客はプラス・アルファと考えるべきである。

（６）屋台の料理とアルコール

地元の食材を使った料理が基本となるが、家庭ではできない調理法による料理や創作料理も提供する。その店に行かないと飲めない焼酎、日本酒、ワインなども提供する。

（７）屋台の店主

屋台村の屋台数（店舗数）が多くなればなるほど、店舗間の来客数や売上に大きな差が生じている。即ち、「人気のある屋台」と「あまり人気のない屋台」が、現実には存在している。屋台営業は、対面商売と言っても過言ではない。また、屋台の料理は、美味しいに越したことはないが、客も超一流の味を求めて来るわけではない。とすれば、店主のキャラクター（人柄）や接客の仕方が、リピーターの確保に影響し、来客数や売上を大きく左右することになる。夫婦、親子で商売している屋台もあるが、大半は店主１人の屋台である。「男は黙って」タイプや「黙々と調理するだけの職人」タイプは、屋台の店主には向かないと考えられる。調理をしている時は別として、手が空いている時は、客との対話や客の質問に答えることが求められる。北海道と青森県にある屋台村は全て現地に行き、３店舗以上で飲み食いした。店主の接客態度として、「押し付けがましい」や「でしゃばり」は好ましくなく、「客の話をできるだけ聞く」や「聞かれたことには親切に答える」が好ましい。中には落語家のように話が面白い店主もいたが、皆がそのようにできるわけではない。意識的に冗談やギャグを連発する必要はなく、詰まるところは誠実な接客ということに落ち着くと思われる。

前述したように、屋台の料理は、超一流の味を求められてはいないし、客も期待していない。しかし、リピーターが多く、人気のある屋台は、「そこでしか食べられない料理がある」あるいは「そこでしか飲めない焼酎や日本酒がある」という魅力や強みを有している。青森屋台村さんふり横丁の海鮮料理の店主が「うちは屋台にしては（値段が）高い。でも一流料亭に負けないくらい新鮮な魚介類を提供している。料亭と比べると安い。だから固定客がたくさんいる。」と言っていた。「仕入れ値が高いので、価格も高くなるが、それでも料亭よりは安い。」ということであるが、経営者としては立派な考え方である。何らかの特色を持っていることが、リピーター（固定客）を確保することや情報誌の取材対象になってフリーの客を呼び込むことにつながっている。

参考文献・資料

1) 青森市「青森屋台村 さんふり横丁」 http://www.aomori-yataimura.com/
2) 宇都宮市「宇都宮屋台横丁」 http://www.utsunomiya-yataiyokocho.com/
3) 小樽市「小樽出抜小路」 http://www.otaru-denuki.jp
4) 小樽出抜小路ごあんない（パンフレット）
5) 小樽市「おたるれんが横丁」 http://www.otaru-yataimura.jp
6) 帯広市「いきぬき通り 北の屋台」 http://www.kitanoyatai.com
7) (有)オフィスアップズ「さんふり横丁 青森屋台村」（パンフレット）
8) 北の起業広場協同組合 「いきぬき通り 北の屋台」パンフレット
9) 北のグルメ都市 「八戸屋台村 みろく横丁」（パンフレット）
10) 北見市「北見じまん村」 http://www.jimanmura.jp/
11) 釧路河畔開発公社 釧路フィッシャーマンズ・ワーフ MOO パンフレット「楽しい旨い海の街」
12) 釧路市「港の屋台」 http://www.moo946.com
13) (有)グラ・スタイル グラコム別冊「北見遊飲食観光マップ」No.8 pp.46～47
14) ㈱MG（2006 年 3 月 30 日） 『グルメチック屋台～北のフードテーマ・ブック～』
※「北の屋台」（帯広市）、「小樽出抜小路」、「おたるれんが横丁」、「大門横丁」（函館市）、「屋台通り錦町横丁」（苫小牧市）、「まんだら横丁」（旭川市）、「港の屋台」（釧路市）、「むろらん屋台村」、「やくも屋台村」が紹介されている。
15) 坂本和昭（2001 年 7 月 29 日） 『北の屋台読本』 ㈱メタ・ブレーン発売
16) 坂本和昭（2005 年 7 月 29 日） 『北の屋台繁盛記』 ㈱メタ・ブレーン発売
17) 津軽弘前屋台村協議会 「津軽弘前屋台村 かだれ横丁」（パンフレット）
18) 苫小牧市「屋台通り錦町横丁」 http://www.tomakomai-yatai.com/
19) 登別市「ほろべつ屋台村」 http://www.mapion.co.jp
20) 函館市「ひかりの屋台 大門横丁」 http://www.hakodate-tmo.com/
21) 八戸市「八戸屋台村 みろく横丁」 http://www.36yokocho.com/
22) 美唄市「美唄屋台村とんでん横丁」 https://www.pipaoi.jp/usr/yataimura/13/
23) 美唄市「美唄屋台村とんでん横丁」 http://menkoisorachi.info/
24) 弘前市「津軽弘前屋台村 かだれ横丁」 http://www.kadare.info/
25) 福井県あわら市「あわら湯けむり横丁」 http://www.yukemuri.jp/
26) 福島市「ふくしま屋台村 こらんしょ横丁」 http://www.koransyo.com/
27) 室蘭観光協会、白鳥大橋「ゆうゆう海道」連絡協議会 「遊びのエリア 白鳥大橋ゆうゆう海道ガイド」（パンフレット）の中に「むろらん屋台村」の紹介
28) 室蘭市「むろらん屋台村」 http://www.mapple.net/spots/
29) 八雲町「やくも屋台村」 http://yakumoben.web.infoseek.co.jp/hiraken/yataimura3.htm
30) 山形市「ほっとなる横丁」 http://www.hotnaru-yokocho.jp/
31) 稚内市「稚内副港 波止場横丁」 http://www.wakkanai-fukukou.com/