

## 都市における屋台の持続的な運営環境の整備と発展的な活用に関する研究

八尋, 和郎

<https://doi.org/10.15017/1398371>

---

出版情報：九州大学, 2013, 博士（工学）, 課程博士  
バージョン：  
権利関係：全文ファイル公表済

都市における屋台の持続的な運営環境の整備と  
発展的な活用に関する研究

2013年7月

八尋 和郎



# 目 次

第1章 序 論.....	1
1.1 はじめに.....	3
1.2 先行研究.....	4
1.3 研究の目的.....	5
1.4 論文の構成.....	6
第2章 公共空間の商業的な利用に関する制度と運用実態.....	9
2.1 はじめに.....	11
2.2 公共空間の商業的利用.....	13
2.3 福岡市屋台指導要綱の特徴.....	19
2.4 屋台営業の実態とルールへの遵守状況.....	22
2.5 指導要綱に対する屋台の認識.....	30
2.6 本章のまとめ.....	32
第3章 福岡市屋台の歴史の変遷と特徴.....	35
3.1 はじめに.....	37
3.2 屋台の歴史の変遷.....	37
3.3 屋台の数と分布.....	43
3.4 本章のまとめ.....	45
第4章 福岡市屋台の利用実態.....	49
4.1 はじめに.....	51
4.2 市民の利用実態.....	51
4.3 屋台利用者の実態.....	60
4.4 福岡市内ホテル宿泊者への屋台意識調査.....	66
4.5 コンベンション参加者の動向.....	72
4.6 本章のまとめ.....	74
第5章 屋台営業の都市経済に与える影響.....	77
5.1 はじめに.....	79
5.2 屋台の産業規模.....	79
5.3 経済効果の計算.....	79
5.4 経済効果の検討と福岡市の事業.....	85
5.5 本章のまとめ.....	87
第6章 屋台営業における社会的費用の発生と負担.....	89
6.1 はじめに.....	91
6.2 土地の利用費用.....	91
6.3 市場価格でみた場合の賃料の検討.....	93
6.4 衛生面での整備.....	97
6.5 トイレの設置の検討.....	100

6.6	屋台の賃貸負担能力.....	105
6.7	本章のまとめ.....	109
第7章	結論.....	111
7.1	研究成果の要約.....	113
7.2	今後の課題と展望.....	117
参考資料	①筆者の屋台研究の福岡市政策への影響.....	119
	②全国の屋台.....	120
	③生産波及効果の推定方法.....	122
謝 辞	.....	125



# 第 1 章 序 論





## 1.1 はじめに

公共空間を利用した商業活動を行う動きが全国的に注目されている。国土交通省道路局は平成 13 年度から公募による道路の社会実験を始めた。平成 21 年度までにオープンカフェやイベントの実施等、道路空間を利用した都市の賑わいづくりに関する社会実験は 51 件が実施されている。こうした全国での取り組みは、公共空間を商業的に利用することに対するニーズの強さを示している。

一方で、公共空間での商業活動は、交通混雑、公衆衛生への悪影響、管理責任等の問題を引き起こし、地域住民、市有地での商業事業者との軋轢を生んできた。公共空間を商業利用する場合にどのような管理・運営方法を取るべきか、答えがでていないためである。

福岡市は、道路や公園などの公共空間に 150 軒以上の屋台が軒を連ねる、全国一の屋台のまちとして、戦後直後から市民に長年親しまれている。近年では、観光客の利用も増加傾向にあり、地域の活性化に貢献する公共空間活用の事例といえる。しかし、その反面、行政と屋台、市民の間には、やはり合意点が見いだせないまま、放置され、屋台問題は解決されないまま続いている。2000 年 7 月に「福岡市屋台指導要綱」<sup>1)</sup> (以下、指導要綱) が施行され、その中で細かなルールも決められたが、それでも、そのルールは守られず、問題は今に続いている。

また、「屋台に営業者の占有許可に係る権利義務は、承継できないものとする」と屋台の権利譲渡を禁止している反面、屋台の新規参入に関する記述は一切ないことから、現行制度のままでは、福岡市の屋台が近い将来、衰退することが予想されている。

一方で、従来の屋台の雰囲気は残しながらも、民有地での屋台が復活する例もみられるようになった。2001 年には帯広で「北の屋台」が登場以降、東北を中心に屋台村が続々と誕生し、活況を呈するようになった。このように民有地での屋台の復活がみられたのに対し、福岡(博多)では毎年減少が続いており、最盛期に 400 軒を超えた屋台が、半分以下の 150 軒まで減少している。筆者は博多の屋台の減少を「博多の屋台の灯」<sup>2)</sup> と題してレポートを発表し、屋台問題の解決の重要性を福岡市並びに全国に発信してきた。

2010 年 11 月に高島市長が誕生し、2011 年 6 月には市議会で屋台問題について再検討することを明言した。9 月には鳥越俊太郎氏を委員長に「屋台との共生のあり方研究会」が設置され、9 月 16 日から 2012 年 4 月 3 日まで 7 回にわたって研究会が開催され、提言が取りまとめられた。筆者は専門的な立場から、市民アンケートの作成や屋台事業者へのアンケートの作成過程でのアドバイスを行い、2011 年 12 月 22 日の第 4 回の研究会では「屋台の経済効果について」<sup>2)</sup> と題して、研究会のメンバーに対し報告を行った。その結果、都市における屋台の経済的な効用が認められ、屋台存続の理由の 1 つとなった。研究会の結果、まとめられた提言では、屋台の営業許可について「原則一代限り」としている現行規制を見直し、公募による新規参入制度の構築や、営業ルールなどを明確にするため「屋台条例」の制定などを市に求めることが柱となっており、ここにきて屋台問題の解決に向けて、大きく動き出した。

そもそも屋台問題の解決は、公共空間を商業空間として適正に利用するための多くの示唆を与えている。屋台を公共空間で運用するためには、どのようなルールのもとで営業を行うことが必要であるのか、または、市民の理解をどのように得るべきなのか。行政はどのような管理をするべきなのか。公共空間を商業的に利用するための解決策を探る上で、屋台問題の解決は切り離すことはできないと考える。

本研究では、都市における屋台の歴史や近年の動きを概括し、都市における屋台の位置づけの変化とその背景、さらに、屋台の都市経済への効果をみることで、今後の屋台の持続可能性を担保するための条件について考察する。この研究が福岡市の屋台問題の解決だけでなく、公共空間の商業的な利用の促進につながることを切望してやまない。

## 1.2 先行研究

屋台研究は、これまで地域の「屋台政策」「屋台のある景観」「屋台の利用」といった視点で分析され、それぞれについてその特性が明らかにされてきた。

福岡市の屋台政策に関する研究として、渡辺ら<sup>3)</sup>は、福岡市と呉市の「屋台政策」について取り上げ、公共性空間利用の可能性を探る視点から、屋台政策の背景および方針、施策内容について比較・分析を行っている。これにより、公共空間利用を図る上で、1) ルールと利用許可をセットで制度を整備することの有効性、2) 特例化するのではなく、利用機会が公平に用意される制度の必要性、3) 「組合」のような受け皿的機能・組織の必要性といった3つの要点を抽出している。さらに、呉市の屋台政策の先進性に着目したのは、石丸<sup>4)</sup>であった。石丸は屋台が各都市において、曖昧な存在の仕方をして、各都市における屋台政策は、相互に参考になることを指摘した。また呉市の屋台政策の事例から、歩道を道路法、道路交通法の規制から免れることによって、屋台の存続を容易にする先進的な取組みをとして一定の評価を行っている。

高木、出口<sup>5)</sup>らは、福岡市における屋台の立地特性や景観評価を行っており、「法的条件」のもとで「営利的要因」が働いていることや、屋台を設置する場合の「地域条件」が存在することを指摘した。また被験テストによって、屋台の心理的効果・影響について調査し、都市デザインにおいて街路に雰囲気を与え、それが人を引き寄せる力となり、賑わいが生まれることを指摘している。

渡辺、関<sup>6)</sup>らは、公共空間にとどまらず、民有地での屋台をテーマとした中心市街地の取組みに関する研究を行った。これによれば具体的には、帯広市の北の屋台や、八戸市のみろく横丁が全国的に注目されるに至り、その要因の分析であった。民有地での屋台の成功事例は、公有地での屋台営業の雰囲気を生かしながら、公有地では提供できない刺身などの生モノを取り扱うことできる利点があった。また、民有地屋台は、公有地での解決が難しい、トイレや上下水道などの衛生面での解決がはかられており、公有地での屋台問題を解決した上で、さらに発展させることで人気を出していた。

利用者の視点からは、松田<sup>7)</sup>が呉市の屋台利用者の特性をアンケートによって明らかにし、呉市に昼と夜の観光客の流れをつくるために、屋の観光資源を成立させなければならないことを指摘している。

山崎<sup>8)</sup>は東京都心における屋台の研究などを行い、東京都心部に分布・出展する屋台空間の特色について観察調査をもとにその実態を報告しており、92年段階で、浅草、銀座、新橋、新宿、上野、渋谷の計で47軒の屋台数を確認している。その後、2005年に木村ら<sup>9)</sup>が東京都心の屋台群を分析する上で、日本各地の伝統的な屋台との比較を行っている。ここでの東京都心の屋台群というのは、民有地で営業するネオ屋台である。結論としては、民有地であれ、公有地であれ、公共空間でのソフト面（実施時間・期間、運営管理団体、法規制緩和等）・ハード面（実施可能範囲、賑わい空間の連続性、景観形成等）での連携の必要性を指摘している。

近年、屋台研究は日本を離れ、アジアでの動向を研究することにいたっている。出口ら<sup>10)</sup>は、ソウルの屋台政策の研究を、中村<sup>11)</sup>らは東南アジア4都市の屋台研究を通して、各国の屋台政策や公共空間の分析を行っている。

以上のように、これまでの屋台研究は、都市計画学や行政学といった分野で主として行われ、屋台の歴史や景観、利用実態、行政の対応といった面からその特徴が明らかにされてきた。さらに近年の屋台研究は、公共空間の屋台から、民有地で営業される屋台の運用の仕方をみるようになり、研究する地域も、日本からアジアへと広がった。屋台の定義も公共空間の屋台だけでなく、民有地の屋台村やネオ屋台などが加えられ、屋台分析の対象の幅が広がった。

しかし一方で、公共空間で屋台が存続するための条件や地域への経済的な効果や効用についての調査研究は行われてこなかった。また、屋台の問題の根本にある屋台側が本来負担すべき社会的な負担の問題についても、十分な検討がされてこなかった。それはこれまでの屋台研究が屋台を経済や経営の視点のみでみてこなかったことで、社会的な効用や負担を金額的に明らかにすることに注力してこなかったためであるといえる。

そのため川副、八尋（筆者）は、福岡の屋台の特徴を明らかにした上で、土地の使用料や占用料に関する検討を行った。これは、屋台がそもそも負担すべき土地利用料が本来、いくらになるかをみることにあった。また、

川副ら<sup>12)</sup>は、道路占用料制度に関する資料として、国土交通省道路局の「道路占用料制度に関する調査検討会報告書」<sup>13)</sup>(以下、報告書)を検討した。この報告書は2006年11月から2007年3月の間に行われた道路占用料制度に関する調査検討会の報告書であり、2008年4月の道路法施行令の改定の骨格となった資料である。報告書には、道路占用料の基本的な考え方に対する記述があるほか、引き続き検討すべき項目として、売上収入額を勘案した道路占用料について取り上げられている。しかし、ここで取り上げられている売上収入額を勘案する道路占用料とは、道路法施行令第7条第9号及び第10号に掲げる施設(サービスエリア等)に係る占用料であり、サービスエリアは、「道路の閉鎖性により通行者の選択性もなく、かつ高い収益を上げていても新規参入がないことから独占的な利益を得ることができるなどの特殊な占有」であることから、参考にはなるが、そのまま歩道上で営業する福岡市の屋台に掛かる道路占用料の算出方法とすることは出来ない。さらに川副<sup>12)</sup>は屋台運用にあたっての負担費用を計算したが、屋台が社会的に負担すべき全体像の一部の検討にとどまった。また、屋台の経済的な効果についての研究は、川副が推計しているが、屋台内での売上だけをもとに推計しており、本来の来訪者の宿泊の効果や移動にかかわる消費額は含まれなかった。そのため、屋台が福岡市経済にとって重要であるかどうかは、曖昧なままであった。

2011年から始まった「屋台との共生のあり方研究会」には、福岡市が15年前と同様のアンケートを始め、会に参加した福岡市内3つの屋台組合から精度の高いデータや資料が提出された。そのため屋台の利用状況や問題を分析するにあたり、地域的な分析や時系列の比較なども可能となり、調査研究にも役立つものと考えられる。

### 1.3 研究の目的

本研究の目的は、福岡市の屋台営業に掛かる持続可能な屋台の営業環境とその条件を求めることであり、そのことを通して公共空間の商業的な利用に関する示唆を得ることである。戦後の屋台の歴史は、存続か、廃止かの歴史であり、市民、行政、屋台事業者などがそれぞれの立場で屋台の可否を主張し、問題を先送りしてきた。福岡市での屋台問題は公共空間での問題が凝縮された形で残っており、この解決策や教訓は全国の公共空間の商業的な利用における条件と対策として利用することができる。そのため本論文では、市民、行政、営業者のそれぞれの立場から屋台の問題点や効用と同時にその対策を検討している。そのことによって、公共空間の中で屋台を持続的に営業するための条件を明らかにする。

さらに、屋台問題は本来通常の飲食店が負担している費用を、負担していないところから生じている。負担していないものとしては、屋台営業にかかわる①地代、②トイレ、③上下水道などの整備費や運用費である。また、地代は道路占用料という形で負担されているものの、それが適正であるのかが不明のままである。本研究では屋台の賃料を対価説に基づき、屋台が占有する空間を利用することの対価として事業者が支払うべき賃料について追求していく。

さらに、本研究では、土地利用料や市民が望む衛生面での改善のために必要なトイレや下水道の問題について検討し、最後に屋台の売上、類似の飲食業の経営状態等から福岡市の屋台が支払い可能な金額についてみていく。同時に屋台の社会的な負担が増えることによる地域経済への影響を考察することで、都市が屋台を保持することの重要性を検証するものである。

屋台の効用や効果を再度、検証し、屋台が社会的にも重要であることを明らかにした上で、屋台が負担すべき費用などをみることで、公共空間において商業的な利用に関して、種々の新たな知見を得ることを目的とする。

#### 1.4 論文の構成

序論では、本研究の背景、先行研究、目的について述べる。公共空間の商業的利用をする場合に、利用するためのルールの必要性と同時に、屋台が公共空間の商業的な利用を考える上で重要な示唆を与えることを述べた。また、これまでの屋台研究の到達点を明らかにし、これまでの研究が、現状の把握と景観、制度の分析が主であり、屋台を産業としてみることに公共空間の商業的な営業における必要な負担についての議論がされていないことを指摘した。

第2章では、公共空間の商業的な利用についてその制度と利用状況を概括した。全国の公共空間の商業的な利用がどのような状況があるのかをみると同時に、屋台営業の制度について整理した。商業的な利用については、社会実験の段階にあり、常設の施設が運営できるルールの確立ができていない実態と屋台営業のための福岡市の条例や指導要綱の特徴を整理した。同時に屋台営業者が決められたルールを守らないまたは守れない実態を明らかにし、その原因を屋台事業者へのアンケートや屋台組合長へのヒアリング結果をもとに述べている。

第3章では、福岡市の屋台の歴史的な変遷と屋台の現状についてみた。福岡における屋台の歴史は存続か廃止かに揺れた歴史であり、公共空間での商業的な利用のルールが確立していないことが問題を長期化、複雑化させていることを明らかにした。さらに歴史的な変遷の結果として福岡市の屋台の現状を全国と比較した上で量としては圧倒していることを示すが、毎年減少しており、このままでは屋台の集積が消失することを示した。

第4章では、福岡市民と屋台利用者が考える屋台営業を存続させるための条件について述べた。屋台営業が持続可能な条件としては、まずは福岡市民と利用者の支持が必要である。どのような意向を得ているのかを明らかにするとともに、市民の支持を得るための条件について述べた。福岡市が96年に実施した「福岡市民を対象としたアンケート調査」「訪問客へのアンケート調査」の2つのアンケートと比較するために2008年に著者らがアンケート調査を実施し、市民と利用者の意向の変化をみて、存続の条件について述べた。

第5章では、福岡市における屋台の経済的な効果について述べた。屋台運営の経済的な効果をみることで、屋台が運営することによる都市経済への影響をみた。屋台が都市において存続の意味があるかどうかを検証するために、福岡市が力を入れているクルーズ船の誘致と福岡ドームの経済効果について比較検討し、存在に値することを明らかにした。また、屋台の税収の効果や市の屋台に対する事業費についても述べた。

第6章では、屋台の負担すべき社会的費用について述べた。屋台営業の問題点の多くは、通常の店舗と比較した場合、必要な費用負担を行わないことから生じていると考え、本来、負担すべき費用の算出を行った。特に市民が最も問題と考えている衛生問題は、トイレの問題、上下水道の問題であり、屋台が整備費用や運用費用をほとんど負担しないことから生じている。屋台側にこの費用の負担を求めるかどうかは別にしてもどの程度の負担が本来、必要なのかを試算し、5章の経済効果とも合わせて検討することで、屋台が負担できる額、市が負担すべき額を検討した。

第7章では、本研究を総括しての結論を導き出し、屋台存続のための課題と展望について、利用者、市民、事業者が納得できる環境整備や負担について述べた。

【参考文献】

- 1) 福岡市 (2000 年)「福岡市屋台指導要綱」
- 2) 八尋和郎 (2008 年)「博多の屋台の灯」三菱総合研究所 「自治体チャンネル」,pp 14
- 3) 渡辺直 (2005 年)「公共空間の屋台政策に関する研究 ー福岡市と呉市を事例にー」日本都市計画学会 都市計画論文集 No40-3,pp 391-396
- 4) 石丸紀興 (1996 年)「7355 都市における屋台の分布と屋台政策に関する研究ーその 2 呉市と福岡市での政策比較」学術講演梗概集 ,pp 709-710、社団法人日本建築学会
- 5) 高木研作、出口敦 (2004 年)「福岡市における屋台の評価とその空間的特性に関する研究」日本建築学会九州支部研究報告第 43 号
- 6) 渡辺直 (2003 年)「屋台をテーマとした中心市街地の取組みに関する研究 ー帯広市「北の屋台」と八戸市「みろく横丁」を事例にー」日本建築学会 2003 年度日本建築学会関東支部研究報告集
- 7) 松田博幸 (2005 年)「呉市赤ちょうちん通りの屋台客の飲食行動」近畿大学工学部研究報告
- 8) 山寄雅子「東京都心部における屋台空間の実態調査 屋台が介在する都市の限界性に関する調査研究」(1995 年)日本建築学会大会学術講演梗概集
- 9) 木村陽一、北原理雄 (2005 年)「東京都心における屋台群の運営・管理に関する研究ー地方都市における伝統的屋台群との比較よりー」日本建築学会大会学術講演梗概集 (近畿)
- 10) 出口敦、守山健史 (2007 年)「ソウルの賑わうメインストリート鐘路と屋台・露天に関する研究」(2007 年)日本建築学会大会学術講演梗概集 (九州) ,pp 395-398
- 11) 中村航、古谷誠章 (2011 年)「東南アジア 4 都市の屋台街における屋台の様態と自生する秩序の関係」日本建築学会計画系論文集 第 76 巻 第 661 号,pp583-591
- 12) 川副文彦 (2011 年)「福岡市の屋台の存続可能な運用のための土地利用料設定に関する研究」九州大学修士論文
- 13) 国土交通省「道路占用料制度に関する調査検討会報告書」平成 19 年 3 月



## 第2章 公共空間の商業的な利用に関する制度と 運用実態





## 2.1 はじめに

日本における公共空間の商業的な利用の歴史は古く、「日本書紀」<sup>(1)</sup>にも表れており、伝統的に通り上で行商や街路市等の商業活動が行われてきた。しかし、戦後の道路行政は、「先進諸外国に比して低水準な我が国の道路ストックを早期に整備して国際競争力の基盤となる効率的な交通体系を構築することを主眼」とし<sup>(2)</sup>、商業活動の場としての活用はかなり限定的になった。その傾向に変化が見られるようになったのは、1990年代になってからである。1998年に広島市で「平和通りオープンカフェテラス」が社会実験として行われたのを皮切りに、全国各地でオープンカフェの社会実験が行われるようになった。2001年度からは、公募による道路の社会実験を開始し、2009年度までにオープンカフェやイベント等、公共空間を利用したまちの賑わいづくりを目的とした社会実験は51件が行われている(表2-1)。2005年3月には、社会実験等の結果を踏まえ、国土交通省道路局より「道を活用した地域活動の円滑化のためのガイドライン」が策定された。

道路だけでなく、河川での利用もみられはじめた。2004年3月の国土交通省河川局の「都市及び地域の再生等のために利用する施設に係る河川敷地占用許可準則の特例措置について」等の通達により、都市再生プロジェクト、地域再生計画等に係る地区内において、一定の要件に該当するものについて、民間によるオープンカフェの営業活動等の社会実験が実施されている。2005年10月に開業した広島市・京橋川オープンカフェ(独立店舗型)は、河川空間で民間事業者による常設店舗を設置した全国初の取組として注目されている。この広島のオープンカフェは、特例措置を実施する区域として京橋川右岸及び旧太田川(本川)・元安川地区が指定されたことを受け、両地区内の河岸緑地において、社会実験として実施されている。河川空間の新しい利活用モデルとして、注目されている。その他、行政・民間事業者が「屋台村」の開設を検討する際、公共空間にある屋台または公共空間の制度が研究されている。屋台村として先進的な取り組みをしてきた帯広市の「北の屋台」は北の起業広場協同組合が、北九州市の北九州屋台街小倉十三区は、いずれも福岡市や呉市の公共空間にある屋台について調査・検討している。これらの例は、いずれも公共空間において飲食店・商業活動をするためのニーズがあることを示している。公共空間をめぐる動きが広まっている背景について、「公共空間の活用と賑わいまちづくり」では、大きく4つの理由があるとする<sup>(3)</sup>。第1の理由は、人々の生活に対するゆとりの増加による、公共空間で豊かな時間を過ごすことに対するニーズの増加である。生活に関わる利便性や機能性が充足し、遊びやゆとり、楽しみに対するニーズが増大するなかで、市民のまちなかの公共空間において豊かな時間を過ごすという楽しみに対する意識が高まっている。第2の理由は、人口減少時代・地球環境問題を背景とした中心市街地再生の必要性である。人口減少や地球環境問題等を背景に、多くの都市で、「コンパクトなまちづくり」がテーマになっており、集約拠点として都心・中心市街地を商業空間・生活空間として再生することが重要課題となっている。第3の理由は、都市間競争の激化のなかでまちの顔や個性の重要性が叫ばれていることである。海外も含め都市間時代を迎え、都市としての競争力向上に向けた取り組みが進められているが、そのためには、規模の拡大だけでなく、まちの個性を活かした魅力を高め、交流人口の拡大を図ることが非常に大切である。第4の理由は、まちづくり活動の活発化の中で、地域による公共空間の管理・運営の展開が広がっていることである。中心市街地の活性化や景観の保全・向上等、様々な分野での市民まちづくり活動が活発化し、地域自らが地域全体の運営を行うエリアマネジメントの取り組みが徐々に広がりつつある。そのなかで公共空間の管理・活用は重要な要素となっている。

この章では、公有地における商業的活動のための法律的な条件と現在運営している屋台の関連する法令を整理し、福岡市の公有地で屋台を営業するためのルールの特徴をみると同時に、屋台営業者は、そのルールのもとでどのような営業実態にあるのかをみた。

表 2-1 全国の社会実験の動向

年度	実施地域	社会実験の内容
2001	石川県寺井町(現能美市)	賑わいのある道路空間を創出するため、旧国道において「脱着式縁石」を設置
2002	大阪府大阪市	御堂筋を全面通行止めにし、オープンテラスの設置等を行う
2003	岩手県東和町	幅員が狭く歩道のない中心商店街通りにおいて、歩行者天国化等の道路の利活用に関する実験を実施
	福島県福島市	地下駐車場などを一定時間無料化・割引する等、市街地の活性化を目指す取り組みを継続的に行う仕組みを実施
	大阪府大阪市	御堂筋を全面通行止めにし、オープンテラスの設置等を行う
	福岡県福岡市	まちの魅力向上のための賑わいづくりやオープンカフェ等を実施
	北海道札幌市	オープンカフェ等の道路空間活用の検証、荷捌き等の停車スペースや自転車走行レーン等を設置する道路空間の再配分実験を実施
	岩手県盛岡市	バス・トランジットモール化とオープンカフェを実施。また、パークアンドサイクルライドを促進する実験を実施
	岩手県東和町	幅員が狭く歩道のない中心商店街通りにおいて、歩行者天国化、オープンカフェ等の道路の利活用に関する実験を実施
	福島県郡山市	まちの魅力を高めるため、オープンカフェ等を実施
	東京都渋谷区	車両速度の抑制を図るため、路面のカラーリングに取り組みとともに、地域の活性化を図るため、オープンカフェ等を実施
	東京都豊島区	広幅員の歩道上でオープンカフェ等を実施
	神奈川県藤沢市	ベデストリアンデッキ上において、オープンカフェを設置し、あわせて、観光・生活関連のインフォメーションセンターを設置
	新潟県新潟市	中心市街地の賑わいを創出するため、オープンカフェ等を実施
	富山県富山市	中心市街地において、賑わいの創出を図るため、オープンカフェ等を実施
	岐阜県岐阜市	魅力的な歩行者空間の創出による市街地の再生を図るため、オープンカフェ等を実施
	岐阜県岐阜市	鶯飼屋地区において、道路を歩行者天国として活用し、オープンカフェなどを設置し、休憩スペースや憩いの場とした
	大阪府岸和田市	まちの活性化を図るため、レンタサイクルの導入、歩行者専用道路におけるオープンカフェを実施
	大阪府大阪市	御堂筋を全面通行止めにし、オープンテラスの設置を行う
	大阪府寝屋川市	駅前の公共空間において、オープンカフェを実施しました。また、レンタサイクル等を実施
	兵庫県神戸市	賑わいの創出や地域活性化を図るため、広幅員の歩道上でオープンカフェを実施
	島根県津和野町	歩行者や自転車利用者の安全性・快適性の向上、賑わいの創出を図るため、トランジットモール、オープンカフェ、パークアンドライド等を実施
福岡県福岡市	天神地区において、歩行者天国やオープンカフェ等を実施	
鹿児島県鹿児島市	オープンカフェ、NPOによる道路清掃/パトロールや地域住民による花いっぱい活動を実施	
2004	北海道旭川市	旭川駅前の平和通において、歩行者空間などを活用して飲食物を提供する休憩所を設置
	北海道釧路市	阿寒湖温泉街において、商店街の歩道と既存駐車場を活用してオープンカフェを行うほか、町内の各駐車場と商店街などを周回する循環バスを運行
	青森県八戸市	中心市街地のメインストリートにおいて、トランジットモール及び歩行者天国の実験を行うとともに、オープンカフェなどを行う
	岩手県水沢市(現奥州市)	中心市街地に位置する大町通りの歩道上においてオープンカフェを行うとともに、継続的な地域活動に向けて関係者との合意形成を図る
	福島県郡山市	まちの魅力を高め、賑わいを創出するため、オープンカフェ等を実施
	福島県会津若松市	アーケードのある商店街・神明通りにおいて、歩行空間を活用したオープンカフェ等を行う
	福島県桑折町	旧奥州・羽州街道沿いの中心商店街の活性化のため、道路空間を活用した街道茶屋を設ける
	東京都渋谷区	車両速度の抑制を図るため、路面のカラーリングに取り組みとともに、地域の活性化を図るため、オープンカフェ等を実施
	神奈川県藤沢市	ベデストリアンデッキ上において、オープンカフェを設置し、あわせて、観光・生活関連のインフォメーションセンターを設置
	神奈川県横浜市	市の中心地区に位置する日本大通りにおいて、歩道を活用した常設的なオープンカフェなどを行いました。
	新潟県新潟市	一番堀通り及び古町通りにおいてオープンカフェ等を実施
	新潟県糸魚川市	駅前通り、本町通り等において、イメージ歩道や自転車走行レーンなど歩行者自転車空間を設置するとともに、市やオープンカフェなどを行う
	富山県黒部市	市内の都市計画道路の「祝祭空間」において、オープンカフェ等を開催し、地域住民が主体となる道路空間活用ルールの仕組みづくりを行う
	石川県金沢市	市内のシンボルロード(広坂通り)において、オープンカフェや自転車利用促進活動を行う
	静岡県静岡市	静岡駅北口周辺において、歩道を活用したオープンカフェを行うとともに、中心市街地の情報を提供するサテライトポストを設置し、街の魅力UPや回遊性の向上を図る
	愛知県一宮市	銀座通りの歩道上と本町通りアーケード街においてオープンカフェなどを行う
	愛知県豊田市	豊田市駅前の歩行者専用道路において、公共交通情報や商店情報などの周辺地域情報をリアルタイムに提供するオープンカフェを行う
	大阪府岸和田市	岸和田駅前の歩行者専用道路において、オープンカフェを継続的にを行い、その収益をイルミネーション等のまちづくり活動資金に充当する収益還元システムの構築を図る
	兵庫県神戸市	賑わいの創出や地域活性化を図るため、広幅員の歩道上でオープンカフェを実施
	兵庫県姫路市	姫路駅前の大手前通りおよびアーケード商店街において、広幅員歩道を活用したオープンカフェを行うとともに、公共空間を活用する際の維持管理の仕組みを確立
和歌山県和歌山市	市内の京橋プロムナードにおいて、飲食物を提供するオープンカフェなどを行い、快適な滞留空間の創出の可能性や人の流れの誘導効果を検証	
福岡県福岡市	市内の美野島通りなどにおいて、一方通行や歩行者天国とともに道端カフェなどを開催し、その有効性等を検証	
佐賀県佐賀市	中心市街地近郊等において、歩行者天国とオープンカフェを行うとともに、仮設駐輪場の設置など自転車利用促進実験を行う	
鹿児島県鹿児島市	オープンカフェや、NPOによる道路清掃/パトロールや地域住民による花いっぱい活動を実施	
沖縄県平良市(現宮古島市)	市内の中心商店街の活性化のため、歩道や駐車場などを活用して、オープンカフェ等を行う	
2006	福島県郡山市	郡山駅前通りにおいて、広幅員歩道を賑わい空間として活用。また、自転車利用の整序化に向け、無料駐輪場、自転車通行帯を設置
2008	島根県出雲市	郊外大型店やバイパス整備等によって活力が低下した中心市街地の活性化のため、商店街を一方通行とし、道路空間を駐車および物販スペースとして活用

## 2.2 公共空間の商業的利用

### 2.2.1 公共空間での商業利用の分類

公共空間の商業的な利用は、「常設」または「臨時」といった占有の期間、または管理者の許認可の有無によってもいくつかのパターンに分類できる。

福岡市の道路や公園などの公有地に立地する古くからある歴史的屋台は、公有地の決められた場所で、決められた時間に開業する常設の屋台であり、道路または公園の管理者（国または市）が占有を許可しているものである。屋台営業者は、道路占有許可に加え、保険所からの食品衛生法上の営業許可や警察からの道路使用許可を得ている。管理者（行政）が存在を認め、運用のルールを定めている場合は、図 2-1 の①に分類できる。また、近年、社会実験などの特別な許可を与えて営業している例は②に分類した。公共の場所で営業しているにもかかわらず、管理者が占有許可を与えていないケースがある。このように管理者の「許可なし」の場合には、③に分類した。管理者（行政）からみると、これは、いわゆる「不法占拠」の状態にあるといえ、管理者（行政）が、この不法占拠の状態をそのまま容認し続けると、それは「黙認」状態にあるといえる。福岡市の場合も 2000 年に「福岡市屋台指導要綱」（以下、指導要綱）が施行されるまでは、長い間、市は関与せず、いわゆる「不法占拠」「黙認」の状態にあった<sup>(4)</sup>。お祭りやイベントなどの特別な時だけに営業する屋台や露店は「臨時」であり、管理者から許認可を受けているものは④に分類できる。近年、若者を中心に営業が増えているネオ屋台<sup>(5)</sup>も公有地で営業する場合には、ここに分類できる。ネオ屋台は車を使った移動販売である。ネオ屋台は、駐車場などの民有地で営業する場合も多く、その場合は、民有地の所有者の同意と食品衛生法上の営業許可を得ている。臨時的であることから、あまり大きな問題は発生しない。公共空間の商業利用の中で、問題が発生するのは常設の①、③の歴史的な屋台である。付近住民、飲食業者と多様な問題をめぐって長い間、齟齬が生じ、解決ができていない。②に関しては、近年始まったばかりであり、ある意味、試行錯誤中といえる状況にある。ちなみに、近年、北海道や東北で増え、鹿児島に立地した屋台（村）<sup>(6)</sup>は、民有地に設置されている。民有地での屋台営業は、食品衛生法による保健所からの許可のみであり、「屋台」の今までの公共空間での屋台営業の雰囲気を残しつつも、許認可の面からみると、一般の飲食店と同じ扱いである。

屋台と銘打っても公共空間での営業か、または、民有地での営業かによって、常設か、臨時かによって、または公共空間の管理者が認めているか、認めていないかによっても大きな違いがある。最も問題になる屋台の形態は、公共空間における屋台営業で、常設的に営業している屋台である。この問題の解決は、歴史的であるがゆえに最も難しく、そのためこの解決策の提示は公共空間の商業的な利用における示唆を得ることができると考える。

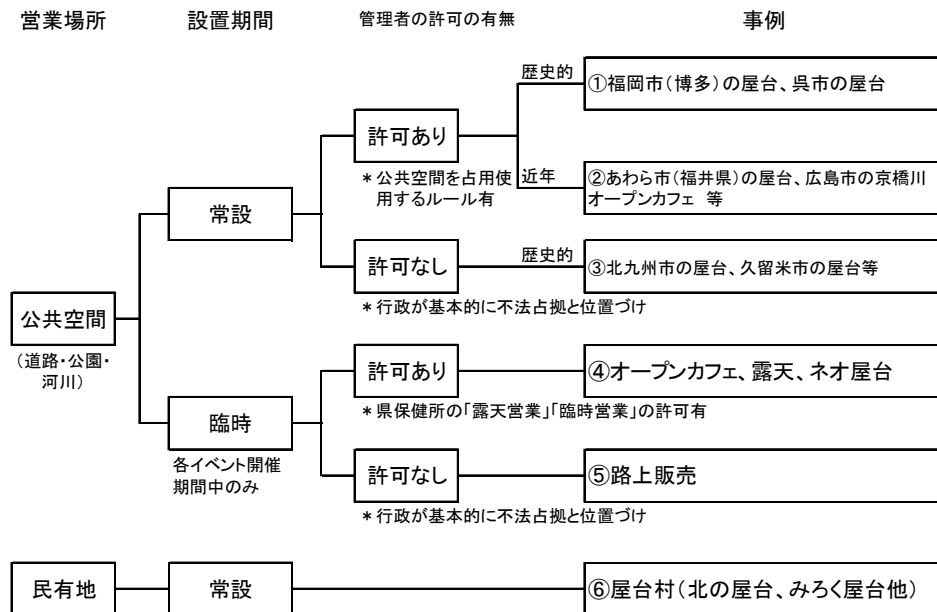


図 2-1 公共空間での商業利用の分類

### 2.2.2 公有地での商業的な利用の許認可

公共空間での商業的な営業活動をするためには、道路であれ、公園であれ通常の飲食店と同様に食品衛生法上に基づく営業許可が必要である。さらに公有地を占有するためには道路であれば、道路交通法に基づく警察署からの道路使用許可と同時に、道路法に基づく道路管理者（市道であれば市、国道であれば国）からの道路占有許可が必要である（表 2-2）。

道路法は、道路の整備や保全など、道路そのものの構造や機能を保証することが目的であり、道路の占有許可を定めている。道路の占有は、「道路の敷地外に余地がないためにやむを得ない」場合を除いて、道路以外の目的での使用は本来認められていない<sup>(7)</sup>。そういう意味では、屋台が「やむを得ない」ものであるかどうかの判断が必要である。福岡市はこの法の趣旨から考えると屋台を「やむを得ない」と判断し、屋台にこの占有許可を出していることになる。

道路交通法は、法律の目的として「道路における危険を防止し、その他交通の安全と円滑を図り、及び道路の交通に起因する障害の防止に資すること・・・略・・・」と定めており、一般的な通行以外の使用に対しては、所轄警察署長の許可が必要としている。屋台は、一般的な通行以外の使用にあたり、「場所を移動しないで、道路に露店、屋台店その他これらに類する店を出そうとする者」と明記されている。道路上の屋台が「略・・・公益上又は社会の慣習上やむを得ないものであると認められるとき」は、所轄警察署長は、許可をしなければならないことになっている<sup>(8)</sup>。ここでも屋台が公益上又は社会の慣習上「やむを得ないもの」であるかどうか、許可判断の基準になっている。全国にわたり現存する歴史的な屋台にかんしては、「公益上又は社会の慣習上」ということで許可が出されている。

また、道路法と道路交通法の所管の違いと考え方の違いによって、道路交通法上の許可はとれても、道路法上の許可がおりない状況が起り、これが屋台の存在をさらに曖昧なものにしている。福岡県内の例では、北九州市、久留米市の屋台がこの道路法上は認められても、道路法上認められない状況にあたる。

公園であれば、都市公園法に基づく公園内行為許可が必要である。都市公園法では占有に関して「公園管理者は、略・・・都市公園の占有が公衆のその利用に著しい支障を及ぼさず、かつ、必要やむを得ないと認められるもの略・・・」<sup>(9)</sup>に対して許可を与えることができるとしている。

道路や公園での公共空間での屋台営業の許可は、道路法、道路交通法、都市公園法のいずれの法令上も「やむを得ない」もの、すなわち「望ましくはないがしかたがない。他にどうすることもできない」<sup>(10)</sup>かの判断によっており、公共空間での持続的な屋台営業を保障する法令は今のところ存在しないが実情である。

あわら市（福井県）では、2007年12月にえちぜん鉄道「あわら湯のまち駅」のロータリーの前に、屋台村が開設された。土地はあわら市の土地で、「行政財産の目的外使用」という形で、任意団体の「あわら市湯けむり創生塾」に、公共の場所を貸し、「あわら市湯けむり創生塾」が屋台営業者に貸し出すという形をとっている。これは、屋台が集合した屋台村であり、一カ所に集中させ、トイレの問題や上下水道の問題も一挙に解決した。しかし、この行政財産の目的外使用についても、「行政財産は・略・その用途又は目的を妨げない限度において、貸し付け、又は私権を設定することができる。・・・略」（地方自治法第二百三十八条の四）としており、「屋台」が本来の目的を妨げないものかどうか、その妥当性があるかどうかについては疑問も残る。同市に住む女性が市を相手取り、「公共上の財産である土地で飲み屋を営業させるのは違法」として許可処分の取り消しを求める住民訴訟が起こった。市は「屋台村は温泉街の活性化が目的であり、適法と考える。略・・・」としている<sup>(11)</sup>。以上のように市の活性化を理由にして、「行政財産の目的外使用」が屋台に適用できるかどうかは解釈によっては難しい側面もあると考える。実際に、これ以後も全国で屋台村の設置は進んだが、公共空間での「行政財産の目的外使用」での営業はこれ以降1つもなかった。

このように、これらの法令では、常時、公共空間で商業的な営業することを想定しておらず、「やむを得ない」場合のみ営業を許可してきたことになる。屋台は法律的に例外的な扱いになっており、細かな点に関しては特別な条例が必要であった。福岡市では、根拠法令に基づく条例と指導要綱を制定し、屋台営業を管理することとなった。

表2-2 公共空間を占有するために必要な許可と根拠法令

営業場所	必要な許可	許認可権限者	根拠法令	備考
①道路	道路占用許可	道路管理者	道路法	第三十二条 六で「露店、商品置場その他これらに類する施設」は認可が必要としている。
	道路使用許可	所轄警察署	道路交通法	第七十七条 三で「場所を移動しないで、道路に露店、屋台店その他これらに類する店を出そうとする者」は認可が必要としている。
②公園	公園内行為許可	公園管理者	都市公園法	第六条 一で「都市公園に公園施設以外の工作物その他の物件又は施設を設けて都市公園を占有しようとするときは、公園管理者の許可を受けなければならない。」としている。
③河川（河川敷）	河川占用許可	河川管理者	河川法	第二十四条で「河川区域内の土地（河川管理者以外の者がその権原に基づき管理する土地を除く。以下次条において同じ。）を占有しようとする者は、国土交通省令で定めるところにより、河川管理者の許可を受けなければならない。」としている。

### 2.2.3 道路使用許可

福岡県では、道路交通法第112条1項に基づいて、「福岡県警察関係手数料条例」<sup>(12)</sup>の第13条に道路使用許可等に関する手数料について明記されている。福岡市の屋台営業者はこの条例に基づき、道路使用料として月額1,200円（申請は2カ月毎）を福岡県警察に納めている。

(趣旨)	
<p>第一条 この条例は、別に規定するもののほか、地方自治法(昭和二十二年法律第六十七号)第二百二十八条第一項、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律(昭和二十三年法律第二百二十二号。以下「風営適正化法」という。)第二十条第八項及び第四十三条、道路交通法(昭和三十一年法律第五号)第一百二十二条第一項並びに警備業法(昭和四十七年法律第十七号)第五十二条の規定に基づき、福岡県公安委員会又は警察署長が行う許可等に係る手数料(以下「手数料」という。)の徴収について必要な事項を定めるものとする。</p>	
(中略)	
(道路使用許可等に関する手数料)	
<p>第十三条 次の各号に掲げる者は、それぞれ当該各号に定める種別の手数料を申請のときに納付しなければならない。</p>	
<p>一 道路交通法第七十七条第一項の規定による許可を受けようとする者 道路使用許可申請手数料</p>	
<p>二 道路交通法第七十八条第五項の規定による許可証の再交付を受けようとする者 道路使用許可証再交付申請手数料</p>	
<p>2 前項の手数料の額は、次の表の上欄に掲げる手数料の種別ごとにそれぞれ同表の下欄に定める額とする。</p>	
手数料の種別	手数料の額
一 道路使用許可申請手数料	2,400円
二 道路使用許可証再交付申請手数料	600円

### 2.2.4 道路占用許可

福岡市では、道路法第39条第2項及び第73条第2項の規定に基づき、「福岡市道路占用料徴収条例」<sup>(13)</sup>が定められている。屋台営業者は、この条例に基づき福岡市の屋台1軒あたりの占用面積は最大7.5㎡(2.5m×3m)を四捨五入した8㎡に対して、1㎡あたり700円を乗じた5,600円を道路管理者(福岡市)に道路占用料として毎月納めている。

道路占用料制度に関する資料として、国土交通省道路局の「道路占用料制度に関する調査検討会報告書」(以下、報告書)<sup>5)</sup>がある。これは、2006年11月から2007年3月の間に行われた道路占用料制度に関する調査検討会の報告書であり、2008年4月の道路法施行令の改定の骨格となった資料である。報告書には、道路占用料の基本的な考え方に対する記述があるほか、引き続き検討すべき項目として、売上収入額を勘案した道路占用料について取り上げられている。しかし、ここで取り上げられている売上収入額を勘案する道路占用料とは、道路法施行令第7条第9号及び第10号に掲げる施設(サービスエリア等)に係る占用料であり、サービスエリアは、「道路の閉鎖性により通行者の選択性もなく、かつ高い収益を上げていても新規参入がないことから独占的な利益を得ることができるなどの特殊な占用」であることから、参考にはなるが、そのまま歩道上で営業する福岡市の屋台に掛かる道路占用料の算出方法とすることに疑問が残る。

福岡市道路占用料徴収条例			
(趣旨)			
<p>第1条 この条例は、道路法(昭和27年法律第180号。以下「法」という。)第39条第2項(法第91条第2項において準用する場合を含む。)及び第73条第2項の規定に基づき、本市が徴収する道路の占用料の額及び徴収方法並びに延滞金の徴収について必要な事項を定めるものとする。</p>			
(占用料の額)			
<p>第2条 占用料の額は、別表のとおりとし、次の各号により算定する。</p>			
別表			
占用物件		占用料	
		単位	金額
道路法第32条第1項第6号に掲げる施設	祭礼、縁日等の際し、一時的に設けるもの	占用面積1平方メートルにつき1日	70円
	その他のもの	占用面積1平方メートルにつき1月	700円

## 2.2.5 公園内行為許可関連

福岡市では、都市公園法に基づき、「福岡市公園条例」<sup>(14)</sup>が定められている。福岡市公園条例は、都市公園法及び法に基く命令に定めるもののほか、福岡市が設置する公園の設置及び管理について必要な事項を定めることを目的としている。公園において屋台営業を行う屋台営業者は、「福岡市公園条例の規定に従い行為許可を受けなければならない」とし、行為許可の期間は3ヶ月以内とし、更新することとしている。また、行為許可を受けた屋台営業者は、福岡市公園条例第6条の2の規定に従い公園使用料を納入しなければならない。福岡市の屋台は公園使用料として日額600円に、想定される営業日数20日間を乗じた月額12,000円(600円×20日)を公園管理者である福岡市に納めている。20日間は想定した営業日数である。

福岡市公園条例			
(目的)			
第1条 この条例は、都市公園法(昭和31年法律第79号。以下「法」という。)及び法に基く命令に定めるもののほか、福岡市が設置する公園の設置及び管理について必要な事項を定めることを目的とする。			
(行為の制限)			
第4条 公園において、次の各号に掲げる行為をしようとする者は、市長の許可を受けなければならない。			
(1) 行商、募金その他これらに類する行為をすること。			
(公園使用料)			
第6条の2 第4条第1項又は第6項の許可を受けた者は、別表第1に定める額の使用料を納付しなければならない。			
別表第1 公園使用料			
種目	単位	期間	使用料
行商、募金これらに類するもの	1件	1日	600円

## 2.2.6 食品衛生関連

食品衛生法は、日本において飲食によって生ずる危害の発生を防止するための法律で、厚生労働省の所管の法律である。食品と添加物と器具容器の規格・表示・検査などの原則を定めている。飲食業営業に関しては、都道府県知事の許可が必要であることが記されている。

福岡市では、食品衛生法第50条2項に基づいて「福岡市食品衛生条例」<sup>(15)</sup>が定められ、一般の飲食店が遵守すべき基準の他、屋台営業者には特別に「別表2 特定の営業者に関する事項」の中で、①生ものの提供の禁止、②加熱調理の徹底、③施設外での調理行為の禁止、④食肉、魚介類の屋台内でのさばき行為の禁止を公衆衛生上講ずべき措置の基準として、遵守を義務付けている。

福岡市食品衛生条例

(趣旨)

第1条 この条例は、食品衛生法(昭和22年法律第233号。以下「法」という。)第50条第2項の規定に基づく公衆衛生上講ずべき措置の基準(以下「措置の基準」という。)その他食品衛生に関し必要な事項を定めるものとする。

(平成16条例40・一部改正)

(中略)

別表

(平成17条例82・全改)

2 特定の営業者に関する事項

営業者の区分	公衆衛生上講ずべき措置
3 屋台営業者	(1) 市長が指定した種類の食品以外のものは提供しないこと。 (2) (1)の食品のうち市長が認める食品以外のものは、提供する直前に十分加熱すること。 (3) 下処理、調理、盛り付け、食器洗浄等の作業は、屋台内で行うこと。 (4) 食肉類及び魚介類をさばくときには、これらを衛生的に処理することのできる施設で行うのとし、屋台では行わないこと。



## 2.3 福岡市屋台指導要綱<sup>(16)</sup>の特徴

### 2.3.1 屋台営業ルールの集大成

福岡市では、2.1 または 2.2 で述べた条例以外に 2000 年に指導要綱を策定・施行している。この指導要綱は、公共空間上の屋台営業に対して、安全で快適な歩行者空間、良好な公衆衛生の確保、ならびに市民生活との調和を目的に策定されたルールである。指導要綱は、第 1 条～第 41 条および別表第 1～第 3 から構成されており、第 2 章と第 4 章第 1 節第 1 款が道路の占用に関する条項であり、第 3 章と第 4 章第 1 節第 2 款が公園の専用に関する条項となっている。ここでは、道路や公園の占用に関する条項やその他特徴的な条項について述べる。これらは、先にみた法令や条例によるルールと、要綱が制定される前までに暗黙のうちに実施されてきたルールをまとめたものである。

屋台営業全般に関して、行政が屋台のためにルールとして一つにまとめたものは、全国初であり、公共空間の利用を考える上でも大きな意義を持っている。呉市は、2002 年に福岡市の指導要綱を参考にして「蔵本通りの屋台に関する要綱」を制定した。また、北九州市が屋台の復活を検討する際にも、この指導要綱に関して調査し、福岡市の関係部局にヒアリングを実施している<sup>(17)</sup>。

以下、福岡市の屋台営業に関するルールの集大成である指導要綱について、その特徴的な点について述べる。

#### ○福岡市屋台指導要綱（平成 12 年 5 月 18 日 告示第 119 号）

##### 目次

- 第 1 章 総則（第 1 条～第 4 条）
- 第 2 章 道路における屋台営業
  - 第 1 節 占用許可（第 5 条～第 13 条）
  - 第 2 節 屋台の再配置（第 14 条～第 17 条）
  - 第 3 節 道路に関する工事等による屋台の移転等（第 18 条～第 20 条）
- 第 3 章 公園における屋台営業
  - 第 1 節 行為許可（第 21 条～第 25 条）
  - 第 2 節 公園に関する工事等による屋台営業の中止等（第 26 条）
- 第 4 章 是正措置
  - 第 1 節 指導及び処分等
    - 第 1 款 道路における屋台営業に対する措置（第 27 条～第 32 条）
    - 第 2 款 公園における屋台営業に対する措置（第 33 条）
  - 第 2 節 弁明の機会の付与等（第 34 条）
- 第 5 章 雑則（第 35 条～第 41 条）

##### 附則

- 第 1 章 総則
  - 別表第 1 屋台営業者に遵守を求める事項
  - 別表第 2 占用許可の基準
  - 別表第 3 行為許可の基準

### 2.3.2 権利義務の継承

指導要綱では、道路占用許可においても、道路交通法上の使用許可と同様に原則一代限りの方針を明記している。第 11 条において、「屋台営業者の占用許可に係る権利義務は、承継できないものとする」としているが、「ただし、占用許可を受けた屋台営業者が死亡し、又は長期療養その他やむを得ない事由により屋台営業を継続することが困難である場合において、屋台営業による収入により主たる生計を立てている者（原則として当該屋台営業者の配偶者又は直系血族の子である相続人に限る。）が自ら屋台営業を行うときは、この限りでない。」と、一定条件での権利の継承は例外的に認めている。いわゆる「一代限り」と言われる原則である。また、第 12 条において、屋台の占用許可に係る権利の他人への譲渡、転嫁、又は担保に入れることを禁止している。これによって、基本的には、継承する「配偶者又は直系血族の子である相続人」がいない場合には、屋台を閉めることになる。今の制度では、新規参入を認めておらず、屋台は減る一方で、増えることはないルールになっている。

2012 年 4 月に「屋台との共生のあり方研究会」（鳥越俊太郎会長）は、「原則一代限り」としている現行の規

制を見直し、公募による新規参入を認めることを提言しており、市はこの提言の具体化を進める方針である。

### 2.3.3 屋台の再配置

指導要綱では、要綱の別表において、屋台の規格や占用許可の基準を提示しており、その基準に基づき現行の営業場所が基準に適合しない屋台を再配置することとしている。屋台設置後の有効幅員 2m 以上・視覚障害者用ブロックから 0.6m 以上確保することが必要としており、それ以外を再配置の対象としている。第 14 条において、市（市長）が再配置対象屋台の区分を明確にすることとしている。また、第 15 条では再配置対象屋台について、屋台の移転、道路の部分改修等の措置を講じることにより、屋台の再配置を行うこととしている。

### 2.3.4 指導及び処分等

屋台営業者への指導と処分に関しては、指導要綱の第 4 章の中で取り扱われている。第 27 条で違反行為に対する指導、第 28 条で占用許可の効力の停止、さらに厳しい措置として、第 30 条において、屋台営業者に対する占用許可の取り消し、第 32 条において、屋台の除却といった措置を明記している。また、屋台営業者への指導として、第 35 条において、占用許可を受ける屋台営業者に対し、1 年に 1 回の講習会の受講を義務付けている。指導要綱は、適用されたかどうかは別にして、非常に厳しいルールを含んでいる。

### 2.3.5 屋台組合

指導要綱には、屋台組合についても述べられている。現在、福岡市内には天神を中心にした福岡市地区、博多地区、長浜地区の 3 つの地区別の移動飲食業組合が存在しており、指導要綱第 36 条では、屋台営業者は、いずれかの移動飲食業組合に加入することになっている。屋台組合は、1950 年に設立され、現在、福岡で営業する屋台のほとんどが加盟している<sup>(18)</sup>。組合は、申請を共同で行うことや、組合でのルールの確認や適正な営業をチェックするパトロールなどを実施している。

### 2.3.6 屋台モニター制度

指導要綱では、第 38 条において、「市長は、市民参加による屋台営業の適正化を推進するため、屋台モニター事業を実施するものとする」とし、屋台営業の適正化を市民参加で行う制度として、市民の屋台モニター制度を導入した。屋台モニターは、平成 13 年度・14 年度に実施されたが、それ以降、行われていない。

### 2.3.7 屋台営業者に遵守を求める事項

指導要綱では、屋台営業者に遵守を求めている事項について非常にきめ細かく設定している（表 2-3）。それは、内容的に大きく 3 つに分けられる。1 つ目は歩道を占有することから交通に関する事項についてである。2 つ目は衛生についての事項である。3 つ目は、その他の営業時間や営業料金についての営業の基本ルールについてである。

1 や 2 の交通や食品衛生に関わる事項の 1 部は、福岡市条例の中でも明記された部分であり、要綱として繰り返すことで、屋台側に注意を喚起する役割と同時に努力義務を明記している。ただしこの努力義務をどの程度、遵守すべきなのかが不明瞭で、拘束力に乏しかったことも事実である。

表2-3 屋台営業者に遵守を求める事項

遵守する事項		交通面	衛生面	営業・その他
<b>第1 屋台の規格等</b>				
1 屋台の規格	縦(歩道にあつては縦断方向)3.0メートル以内, 横(歩道にあつては横断方向)2.5メートル以内	●		
2 屋台の構造等	屋台の構造は容易に移動することができるものとする	●		
3 屋台の設備	(1)上下水道の設備の整備に努めること。		●	
	(2)電気及び上下水道の設備を適正に維持管理し, その使用に当たっては, 歩行者等の安全な通行を妨げないこと。	●		
	(3)屋台の利用者等が利用するトイレの確保に自ら努めるとともに, 屋台周辺における公衆トイレの整備に協力すること。		●	
4 屋台の外観	屋台の外観は, 清潔に保つこと。		●	
<b>第2 屋台営業時</b>				
1 屋台営業	(1)屋台営業は, 屋台営業者が自ら行うこと。			●
	(2)屋台営業に当たっては, 安全な歩行者空間の確保及び適正な公園利用に配慮すること。	●		
2 屋台の営業時間	(1)屋台営業の時間は, 原則として, 屋台の設置及び撤去の時間を含めて, 午後6時から翌日の午前4時までとすること			●
3 料金の明示	飲食料金を利用者の見やすい場所に明示すること。			●
	当日の原材料の価格によって料金を変更する品目については当日の料金を, 複数の料金体系がある品目についてはそれぞれの料金を明示すること。			●
4 食品の取り扱い	(1)市長が指定した種類の食品以外のものは提供しないこと。		●	
	(2)(1)の食品のうち市長が認めるもの以外は, 提供する直前に十分に加熱して提供すること。		●	
5 調理作業等	(1)下処理, 調理, 盛り付け, 食器洗浄等の作業は, 屋台内で行うこと。		●	
	(2)食肉類及び魚介類をさばくときは, これらを衛生的に処理することができる施設で行うものとし, 屋台では行わないこと。		●	
6 食品衛生上の遵守事項	食品衛生に関し市長が別に定める事項を遵守すること。		●	
7 営業時の禁止行為	(1)屋台及び器材等により歩行者等の通行や視覚障害者用ブロックの使用を妨げないこと。	●		
	(2)公共の場所に食材, 器材, 車両等を放置しないこと。	●		
<b>第3 屋台営業の終了後</b>				
1 屋台営業の終了後の措置等、	(1)屋台の設置場所及びその周辺は清掃を行い, 公共の場所及び背後地を汚損しないこと。		●	
	(2)屋台及び器材等を公共の場所に放置しないこと。	●		
2 廃棄物等の処理、	(1)ごみ, 廃油等を公共の場所に廃棄しないこと。		●	
	(2)ごみ, 廃油等は事業系ごみとして自らの責任で適正に処理し, 家庭系ごみとして処理しないこと。		●	
	(3)汚水は油脂分を除却したうえで処理し, 除却した油脂分及び天ぶら等の廃油は, 専門業者に引取りを依頼する等により適正に処理すること。		●	
3 屋台の保管	屋台は, 公共の場所に放置することなく, 適正な場所で保管すること。	●		

## 2.4 屋台営業の実態とルールの遵守状況

前節まででみたとおり、福岡市においてつくられた条例や指導要綱などの屋台ルールは、公共空間の商業的な利用をすすめる上で重要な参考となることは間違いない。しかし、そのルールが目的通りに本当に機能しているかをみるのが重要であり、機能していないとすれば、ルールをさらに改変する必要があり、適用を厳密化させる必要も出てこよう。ここでは屋台営業者の営業実態と屋台のルールに対する意見を検討した。

### 2.4.1 屋台営業者の実像

2000年に指導要綱が施行されるまでは、原則一代限りのルールはあっても、非公式に屋台の売買も横行し、一定の若返りも進んでいた。しかし、その後、指導要綱がつくれ、申請者自身が営業する必要が強まり、高齢化が進むと継続が難しくなっている。原則一代限りとは、屋台営業を継続することが困難である場合において、屋台営業者の配偶者又は直系血族の子である相続人に限り、認めるという意味で使われている。

屋台営業者向けアンケート<sup>(19)</sup>では、屋台営業者の年齢は、60歳以上で47.3%、50歳以上でも75.1%であった。70歳以上も20.4%であった(図2-2)。半数近くを60歳以上が占めるなど高齢化が進んでいることを示している。跡取りがいるという事業者も半数にとどまっている(図2-3)。屋台事業は深夜に及ぶことや、準備、片付け、外での作業と通常の飲食店に比べても重労働であり、高齢化とともに継続が困難となる屋台が増えることが考えられる。このまま時間が経過すると、屋台は一挙に減少し、福岡における屋台ブランドが失われる可能性もある。

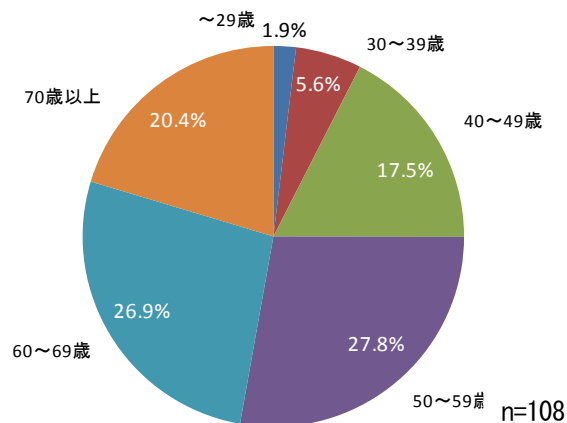


図2-2 屋台営業者の年齢

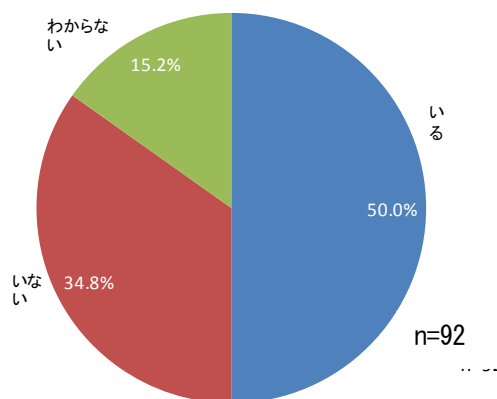


図2-3 屋台の跡取り

## 2.4.2 食品衛生関係の遵守状況

法律や条例または要綱で決められているルールの中で、食品衛生に関する遵守状況をみた（表2-4）。比較的に守られているものの、項目9の設置に費用を要する「消毒薬を備えた流水式手洗器」「クーラーボックス・ネタケースの温度計」等の施設基準については、遵守率は72.6%にとどまっている。

調理方法の生モノを出さないことについては比較的、徹底されており、「食肉類及び魚介類のさばきを屋台内で行っていないか」については、遵守率は100%となっている。しかし、屋台の占用面積に関わる「下処理、調理、盛り付け、食器洗浄等を屋台外で行っていないか」は、84.7%である。

項目4の「食品衛生責任者の氏名を屋台の見やすい場所に掲示しているか」や5の「営業許可事項（シール）を屋台の見やすい場所に掲示しているか」（写真2-1）は、すぐに遵守できるものであり、屋台側のミスともいえるが、遵守率は86.3%、83.9%である。遵守する意識の低い屋台が存在することを示している。

表2-4 食品衛生関係の遵守状況調査結果<sup>(20)</sup>

番号	項目	対象数	適正	不適正	遵守率 (%)
1	取扱食品及び取扱条件以外の食品を提供していないか（メニューに 掲示していないか）	124	115	9	92.7
2	下処理、調理、盛り付け、食器洗浄等を屋台外で行っていないか	124	105	19	84.7
3	食肉類及び魚介類のさばきを屋台内で行っていないか	124	124	0	100.0
4	営業許可事項（シール）を屋台の見やすい場所に掲示しているか	124	107	17	86.3
5	食品衛生責任者の氏名を屋台の見やすい場所に掲示しているか	124	104	20	83.9
6	食器及び調理器具の洗浄、管理は適切か	124	124	0	100.0
7	食品の取扱（保管等）は適切か	124	122	2	98.4
8	上記以外の管理運営基準に違反していないか	124	120	4	96.8
9	施設基準に違反していないか（消毒薬を備えた流水式手洗器、クーラーボックス・ネタケースの温度計、洗浄用容器2個以上等）	124	90	34	72.6
10	「生食提供禁止」ステッカーを屋台の見やすい場所に掲示しているか	124	119	5	96.0



写真2-1 屋台に掲示が義務づけられている「屋台許可事項」

### 2.4.3 水の確保

指導要綱では「水の確保」「汚水の処理方法」「トイレ」について述べている。しかし、「水の確保」としては、上下水道の設備について整備に「努めること」としており、いわゆる努力目標で、明確に義務となっていない。水の確保の方法については、大きくは直接水道から引く方法と、タンクで屋台に持ち込む方法がある。「道路ないの水道管（配水管）より直接」「近隣施設より水道で引く」といった水道管から直接水を確保できれば、衛生面の問題も少ない。道路からであろうと、近隣施設からであろうと、食材、皿・コップを洗浄する時にも「流水」を確保できるからである。

一方、不衛生とみられるのが「近隣施設の水道から汲む（タンクなど）」「タンクなどで持参する」である。屋台事業者向けアンケートによると、「近隣施設の水道から汲む（タンクなど）」「タンクなどで持参する」は合わせて49.0%となった（図2-4）。半数近くの屋台が「水の確保」に問題があるといえる。

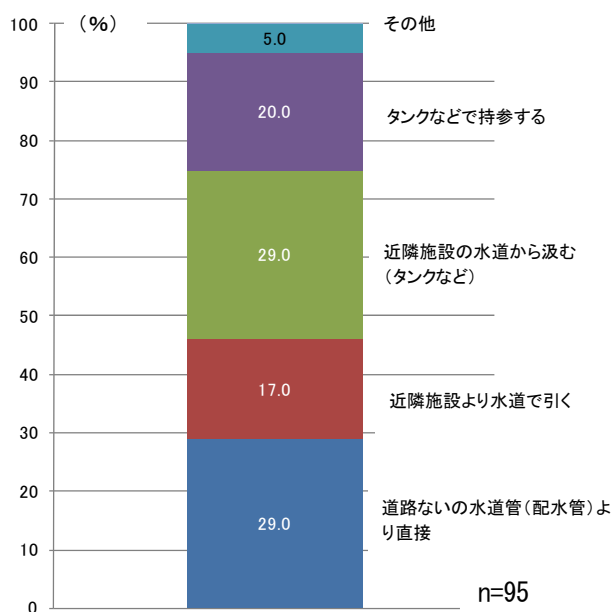


図2-4 水の確保方法

### 2.4.4 汚水の処理方法

指導要綱では「廃油等」「汚水」の処理方法についても強制力がなく、指導要綱通りに適正に処理されていないのが現状である。指導要綱で求めている「廃油等」「汚水」の最適な処理方法は、「汚水は油脂分を除却したうえで処理し、除却した油脂分及び天ぷら等の廃油は、専門業者に引取りを依頼する等により適正に処理すること。」である。屋台事業者向けのアンケートによると、「下水管とつなぎ、廃棄物を濾過し、油脂分を分離して、下水に流す」のは28.2%であった。また、「業者に引き取ってもらう」は11.8%、「全て持ち帰る」は5.9%であった（図2-5）。これらは適正な処理が行われているといえる。一方で「廃棄物をろ過し、下水に流す」（11.8%）、「道路上のマス等に廃棄物をろ過して直接流す」（27.1%）、「道路上のマス等に直接流す」（11.8%）はいずれも指導要綱からみると適正な処理とはいえず、合計で50.7%であった。すなわち半数の屋台は適正な処理を行っていないことになる。最も悪質な「道路上のマス等に直接流す」も11.8%あり、臭いや汚れの流出を考えると屋台側での下水の適正処理に対する対応と行政の対策が必要であろう。

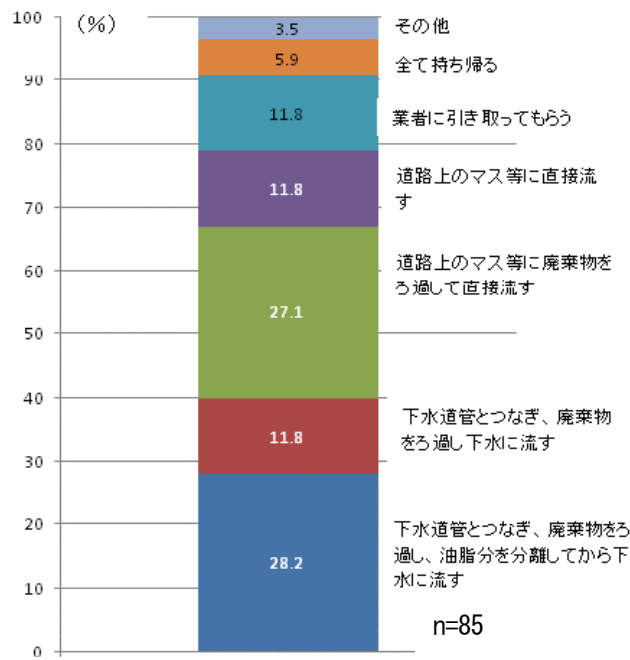


図 2-5 下水処理の方法

福岡市屋台指導要綱(抜粋)

別表第 1

(略)

第 3 屋台営業の終了後

(略)

- (1) ごみ、廃油等を公共の場所に廃棄しないこと。
- (2) ごみ、廃油等は事業系ごみとして自らの責任で適正に処理し、家庭系ごみとして処理しないこと。
- (3) 汚水は油脂分を除却したうえで処理し、除却した油脂分及び天ぶら等の廃油は、専門業者に引取りを依頼する等により適正に処理すること。

### 2.4.5 トイレについて

指導要綱では、トイレについては「確保に自ら努める」こととしている。すなわち、屋台側の自己責任であることと、同時に、ここでも努力目標になっている。

屋台事業者へのアンケートでは、トイレについて「近隣の公衆トイレを案内する」が 73.9%と 7 割を超えていた。「近隣の営業店舗等（コンビニ・ホテル等）の許可を得て案内」が 18.2%、「近隣の営業店舗等（コンビニ・ホテル等）の許可は得てないが案内」が 2.3%、「その他」が 5.7%であった。「許可は得てないが案内している」

(2.3%) は負担を適正にしていないという点では問題があるといえる。また、「近隣の公衆トイレを案内する」は 73.9%あるが、本当に酔った客が近隣の公衆トイレを利用するかどうかは不明である。屋台利用者の「放尿」を問題とする意見も多く<sup>(21)</sup>、屋台側が案内するほどには利用者は公衆トイレを利用していない可能性もある。

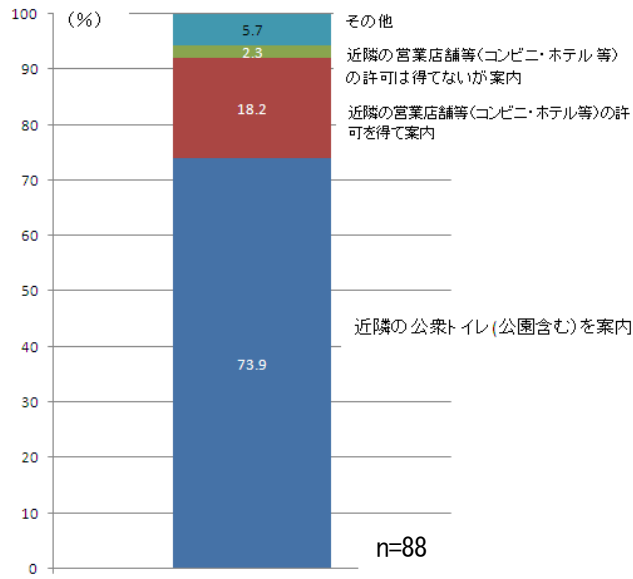


図 2-6 トイレについて

福岡市屋台指導要綱

(略)

別表第1

屋台営業者に遵守を求める事項

(略)

- (3) 屋台の利用者等が利用するトイレの確保に自ら努めるとともに、屋台周辺における公衆トイレの整備に協力すること。

(略)

### 2.4.6 屋台規格について

指導要綱では、屋台の規格は横 3.0m、縦 2.5m の 7.5 m<sup>2</sup>と決められている。しかし福岡市が行った調査<sup>(22)</sup>では、福岡市全体の平均で屋台営業面積は 16.7 m<sup>2</sup>であった。面積でいうと、倍以上、外にはみ出していることになる(図 2-7)。「第 2 回の屋台のあり方研究会資料」によると、屋台の規格を守っているのは、わずか 2.9%に過ぎなかった。ほとんどの屋台が守っていないことになる。

屋台組合長らとの対談では、指導要綱で決められた規格を守ることは難しいとしている。その理由は、昔の屋台とは、提供する料理の種類が増えていることに起因しているとした。客からの要望もあって、提供する料理の種類が増えて、それに合わせて材料が増え、ネタケースだけでは対応できず、保冷庫を設置する屋台が多いとしている(写真 2-2)。結局、保冷庫を持ってくると、決められた面積をオーバーすることになる。これについては、認めてほしいとの要望が強い。しかし一方で、テーブルを屋台の外に出している屋台に関しては、屋台組合長としても強制的な排除があってもいいとしていた。



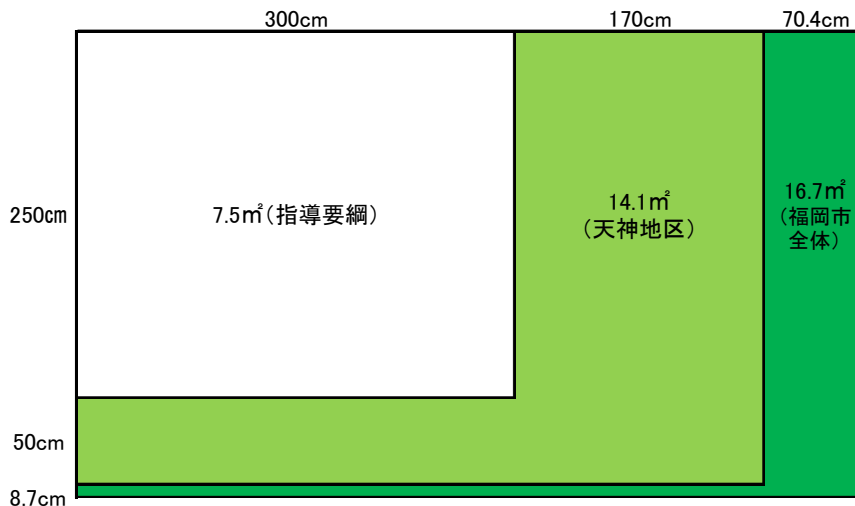


図 2-7 屋台の規格

福岡市屋台指導要綱

(略)

別表第1

屋台営業者に遵守を求める事項

第1 屋台の規格等

1 屋台の規格

屋台の規格は、客席、調理場及び器材置場並びに囲いを含めて、縦(歩道にあっては縦断方向)3.0メートル以内、横(歩道にあっては横断方向)2.5メートル以内とすること。

(略)

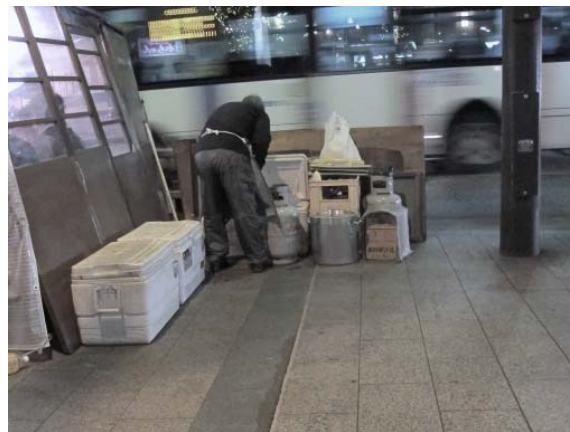


写真 2-2 クーラーやプロパンガスが屋台の外にある(天神)

#### 2.4.7 屋台営業時間<sup>(23)</sup>

屋台の指導要綱では、設営開始時間は公園が16時から、道路が18時からとなっている。しかし、開業30分前の調査では28.1%しか遵守していないことがわかった。すなわち7割以上の屋台が営業時間(開始)を守っていなかった。屋台組合長らによると、18時から準備を始めると、実際の開業は19時以降となる。そうすると通勤帰りの人通りが多い時間帯の顧客を失うことから、時間は守れないと答えている。屋台の経営をする上では、設営開始時間が18時では遅すぎるとしている。行政は、交通量を妨げないように人通りが少ない時間からの設

営を求めたのに対して、屋台側の認識は「日没から夜明けまで」との認識であり、そもそも指導要綱の策定時の段階から齟齬があったことになる。

#### 2.4.8 再配置問題

福岡市では指導要綱を作成した際に、車椅子がすれ違えることができるために、屋台を設置した残りの歩道部分が2メートル以上であることなどが条件とされている。2000年当時、福岡市内には190軒の屋台があったが、そのうち66軒は条件を満たしておらず、そのため再配置の計画になっていた。しかし、現在でも30軒は場所が決まらず、移転できていない(表2-5)。移転させるにも、移転先での合意形成が難しいことが要因となっている。

再配置対象屋台は、出店後の歩道の有効幅員の確保や屋台と点字ブロックとの距離の確保等に適合しないものが多くを占めている(写真2-3、写真2-4)。再配置といえども移転先用地が確保されているわけではないため、営業場所周辺の歩道上スペースに余裕があり、軽微な移動によって対応できたものや、個別に点在している屋台を除けば、そのほとんどが自力で解決の困難な状況にある。再配置対象の屋台においては、移転が検討されたが、それぞれの地区においても周辺住民の反対があり、出来なかった(表2-6)。

表2-5 再配置対象屋台の状況<sup>(24)</sup>

	軒数
再配置対象屋台	66
再配置完了屋台	23
廃業した屋台	13
再配置未完了屋台	30
長浜地区	15
冷泉地区	7
須崎地区	7
中洲地区	1

表2-6 地区別再配置できなかった理由<sup>(25)</sup>

長浜地区	今後広幅員となる歩道への再配置に向けた取組みを検討中
冷泉地区	公園を改修して歩道幅員を確保する方法を検討したが、周辺住民や周辺の業者の反対が強く、対応には至らなかった。
須崎地区	河川緑地帯を利用した歩道拡幅の方法を検討したが、周辺住民の反対が強く、対応には至らなかった。



写真 2-3 歩道を占拠する屋台（長浜地区）



写真 2-4 バンを止めて屋台の開店の準備（天神）、歩行者のスペースが確保できていない

## 2.5 指導要綱に対する屋台の認識

### 2.5.1 屋台営業者の認識 厳しいが6割

指導要綱は、屋台独自のルールとして初めて施行されたものであり、それまでの行政（国、市）、警察、保健所のルールをわかりやすく、はっきりさせた点、営業時間や規格に対して遵守を求める事項を明確にした点、モニター制度などのルールを守らせるための仕組みを作った点において評価できる。しかし、屋台側が納得できないルールや制度が含まれたことも事実である。現在の屋台営業の実態については、後の章でみるが、ここでは屋台側が指導要綱をどのようにとらえているかをみる。市が実施した屋台事業者向けアンケート<sup>(26)</sup>において、指導要綱については、「やや厳しい」が44%、「かなり厳しい」が19%であった。「やや厳しい」と「かなり厳しい」を合わせると、6割以上が指導要綱を厳しいと捉えている。

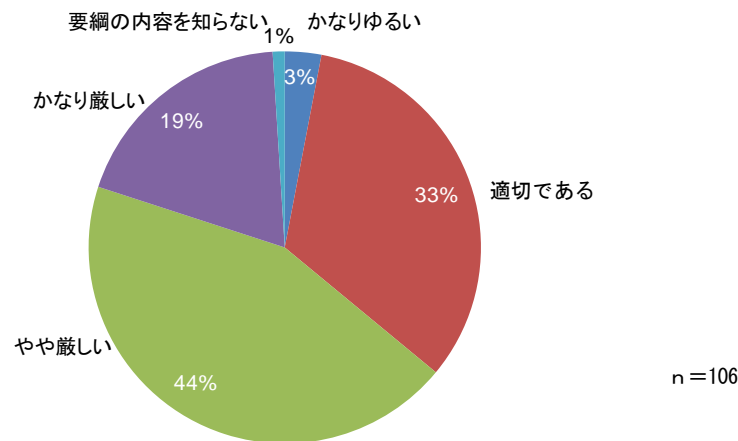
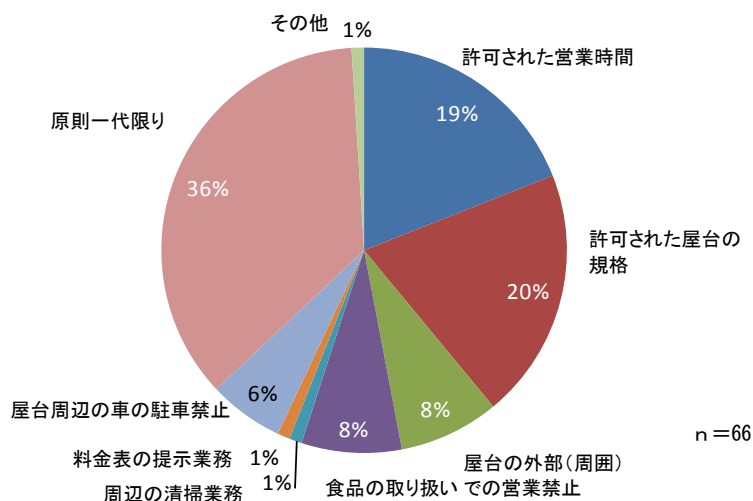


図2-8 指導要綱の規定について

### 2.4.2 「原則一代限り」「屋台の規格」「営業時間」

福岡市の屋が営業するうえで、どういったルールを厳しいのかをみると、「原則一代限り」が36%、「屋台の規格」が20%、「営業時間」が19%であった（図2-9）。「原則一代限り」については、将来のいずれかの段階で終息させたい行政と、持続的な営業をしたい屋台側との意見の相違点であり、「屋台の規格」については、歩道の空間を保ちたい行政と、規模を拡大し、メニューを増やしたい屋台側との意見の相違点になっている。また、「営業時間」についても、歩行者の迷惑にならない時間帯での営業を求める行政と、利用者を逃したくない、増やしたい屋台側との意見の相違点といえる。



(「要綱がやや厳しい」「かなり厳しい」と回答した屋台：複数回答)  
 図2-9 指導要綱の規定について

### 2.4.3 ルールを守らない(守れない)理由

これまでにみてきたように屋台のルールへの遵守率は低く、ルールが適正に機能しているとは言いがたいことがわかった。特に営業時間や規格に対しては、ほとんど守られていないのが実情である。

では、なぜルールが守られてこなかったのか。屋台事業者向けアンケートでは、その実態に対して「事業者や従業員がルールを守ろうという意識が低い」といった理由が、半分を占めた(図2-10)。屋台組合長に確認したところ、実際に申請する人と許可を受ける人が同じで、事業者も一致するという前提が崩れており、そのためルールを知らない事業者も多いとのことであった。指導要綱にある1年に1度の講習会の出席は義務であるが、申請者が出席し、事業者が出席しないこともあるとのことであった。

指導要綱では、市長は、違反の屋台に対して口頭、注意書又は警告書だけでなく、占用許可の取り消しもできることになっている。しかし、指導要綱の施行以来、一度も適用されなかったことで、指導要綱が軽くみられたことがあろう。また、組合長らは指導要綱がつくられる過程で、屋台側の意向が十分反映されなかったことから実情にあっていないものになったとも指摘をしている<sup>(27)</sup>。

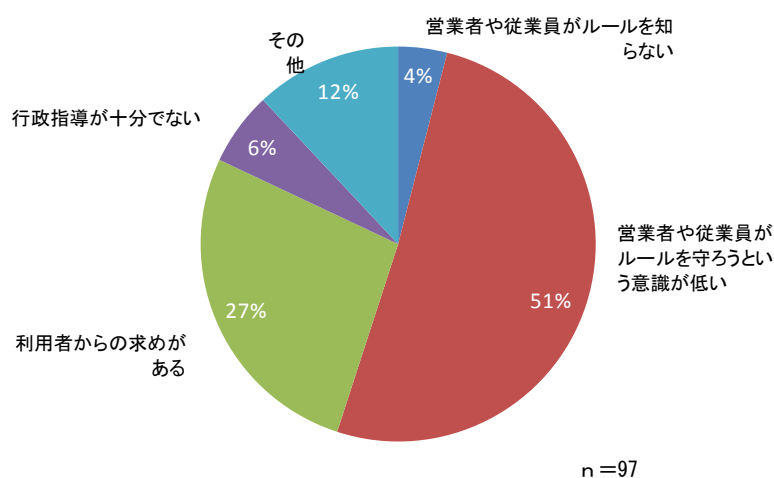


図2-10 ルールを守らない(守れない)理由

## 2.6 本章のまとめ

本章では、公共空間の商業的な利用についてその制度と利用状況を概括した。全国の公共空間の商業的な利用がどのような状況があるのかをみると同時に、屋台営業の制度について整理した。商業的な利用については、社会実験の段階にあり、常設の施設が運営できるルールの確立ができていない実態と屋台営業のための福岡市の条例や指導要綱の特徴を整理した。同時に屋台営業者が決められたルールを守らないまたは守れない実態を明らかにし、その原因を屋台事業者へのアンケートや屋台組合長へのヒアリング結果をもとに述べている。

(1) 公有地における商業的な利用は、全国で社会実験が行われており、社会的なニーズは高まっている。また、全国各地において屋台村が民有地においてオープンしており、その時には事前に公有地で営業する福岡市や呉市などの歴史的な屋台に関する問題や制度の研究も行われている。いずれも公有地での営業については、断念しているものの、そのことは公有地における営業についてのニーズが高いことを示している。

(2) 公有地を商業空間として占有するための法的な制度は、道路法や道路交通法、都市公園法であるが、屋台が営業するためには公共の土地を占有するための「やむをえない」理由が必要である。屋台事業者が、公有地で持続的に営業するための法的な根拠はなく、そもそも「やむをえない」といえるものであるかどうかの疑問も残る。公共空間を商業的に利用させるための法的な根拠が必要である。

(3) 福岡市は、基本的な法律に基づいた条例や指導要綱を施行するなど、公共空間での利用に関してのルールづくりに注力してきた。2000年に施行された指導要綱は、屋台の営業に関して守るべき独自のルールとなっている。そういう意味では、全国における公有地の商業的な利用に関する画期的なルールであった。しかし、実際にはルールはあっても、そのルールが守られていないという実態がある。水の問題では、上下水道や汚水の処理において、適正な処理がされていなかった。また、屋台の営業時間や占有面積などは、ほとんどが守られていなかった。

(4) 守られない状況において、屋台事業者は、指導要綱をどのように受け止めたのかを聞くと、6割以上の屋台が厳しいと答えている。実際に、守ろうという意識も低いことが問題である。特に守られない事項は、「原則一代限り」「屋台の規格」「屋台の営業時間」においてであり、屋台側は、それが実情にあっていないことを問題としている。守られない理由は、「営業者や従業員がルールを守ろうとする意識が低い」とする意見が多かった。屋台組合長に確認したところ、実際に申請する人と許可を受ける人が同じで、営業者も一致するという前提が崩れており、そのためルールを知らない営業者も多いとのことであった。

(5) 指導要綱は、全国に先駆けてつくられた画期的なルールではあった。しかし、屋台側が納得したものではなかった。行政、屋台事業者と市民・利用者が納得できるルールづくりが必要であり、実情にあったルールにしていく必要がある。

## 【脚注】

- (1)参考文献1) ,pp35 より引用。
- (2)参考文献2) ,pp3 より引用。
- (3)参考文献3) ,pp4 より一部引用。
- (4)福岡市は、2000年に「福岡市屋台指導要綱」が施行されるまで道路占用許可を出していなかった。屋台については、全く管理していなかった。
- (5)ネオ屋台は移動販売車を使ったビジネスで食品販売をする場合には、保健所の移動販売車（食品販売）としての営業許可が必要である。ネオ屋台の車は「食品営業自動車」（車で移動して、食品を調理加工、販売する）としての設備があるかなどを審査され、構造変更検査に合格した車だけが8ナンバーを取得することができる。調理加工しない場合は、「食品移動自動車」と呼ぶ。
- (6)屋台の雰囲気を残しながらも、民有地で営業する屋台（村）は、2001年の北の屋台（帯広市）の成功で、全国に広がった。2012年4月には鹿児島市内で、「かごつまふるさと屋台村」がオープンした。
- (7)道路法では「第三章道路の管理 第三節 道路の占用（道路の占用の許可基準）第三十三条」に屋台に関わる事項がある。
- (8)道路交通法では、「第五章 道路の使用等 第一節 道路における禁止行為等（道路の使用の許可）第七十七条」に屋台に関わる事項がある。
- (9)都市公園法では「第二章 都市公園の設置及び管理（都市公園の占用の許可）第六条」に屋台に関わる事項がある。
- (10) 小学館提供の『デジタル大辞泉』によると、「止(や)むを得ない」は「そうするよりほかに方法がない。しかたがない」と説明。
- (11)あわら市の屋台については、参考文献4) より一部引用している。
- (12)福岡県「福岡県警察関係手数料条例」より一部引用している。
- (13)福岡市「福岡市道路占用料徴収条例」より一部引用している。
- (14)福岡市「公園条例」より一部引用している。
- (15)福岡市「食品衛生条例」より一部引用している。
- (16)要綱とは、『広辞苑』（岩波書店）によると「地方公共団体が行政指導の際の準則として定める内部的規範。住民に対しては法的拘束力を持たない。開発規制に関するものが多い。」
- (17)北九州市では、平成18年11月に官民が協働して「賑わいづくり懇話会」（座長利島康司（株）安川電機 取締役会長）を発足させた。平成19年7月には「にぎわいづくりプラン」が作成され、その中で「市の食材を気軽に楽しめる小倉都心部における屋台村の設置検討」を掲げた。北九州市が中心になって、各地の屋台の動向、福岡市では、屋台、指導要綱等についてのヒアリングを行い、小倉屋台村の実現に向けてのプロジェクトメンバーが各地の屋台を調査したが、結果的には公共空間での屋台営業が難しいことから、断念し、民有地での屋台営業に変わった。
- (18)筆者は2012年8月3日に、嶋田暁文（九州大学大学院法学研究院・准教授）、澤野繁春（長浜移動飲食業組合・組合長）、安野照秀（博多移動飲食業組合・組合長）、米倉浩三（福岡市移動飲食業組合・組合長）、臼井智彦（福岡市総務企画局企画調整部・企画調整課長）との座談会に出席し、ヒアリングを実施した。現在の屋台組合への加入状況を確認したところ、福岡市内で5軒程度が未加入、または脱退したとのことであった。
- (19)屋台事業者向けアンケートは、調査期間が2011年10月12日（水）～10月20日（木）、調査対象者が道路・公園、食品等の許可を得ている屋台、調査方法が3地区の屋台組合長が配布・収集した。対象総数：155軒、有効回収数軒107軒であった。このアンケートについては、市が実施したものであるが、項目の作成にあたって筆者が一部アドバイスをしている。
- (20)食品衛生関係の遵守状況調査結果は、「屋台との共生のあり方研究会（第2回）」11月4日において公表された。調査は、7月21日、29日、8月29日、30日、10月11日、13日に実施された。参考文献7) pp3より引用。
- (21)市民アンケートによると、屋台利用者の「放尿」を問題とする意見は32.8%であった。参考文献7) pp7より引用
- (22) 参考文献6) ,pp30より筆者作成
- (23) 参考文献6) ,pp29より引用
- (24) 参考文献7) , pp 14-15より筆者作成

(25)参考文献8) ,pp 7, pp 10, pp 12 より一部引用

(26) 屋台事業者向けアンケートは平成 23 年 10 月 12 日 (水) ~10 月 20 日 (木) で福岡市が実施した。対象 155 軒、有効回収数 107 軒であった。3つの屋台組合長が配布し、回収している。

(27)(18)のヒアリングにおいて、屋台組合の方から発言があった。

#### 【参考文献】

- 1) 高尚嘉昭(1974年)「行商の研究(1)―行商の歴史と行商人の源流―」鹿児島県立短期大学商経学会 商経論叢 pp33-50
- 2) 国土交通省道路局 (2009年)「人間重視の道路創造研究会報告書～「人間重視の道路創造」に向けて～」
- 3) 篠原修・北原理雄・加藤源 他 (2007年)「公共空間の活用と賑わいまちづくり オープンカフェ／朝市／屋台／イベント (財)都市づくりパブリックデザインセンター
- 4) 「湯けむり横丁訴訟 市側が却下求める 地裁で第1回弁論 (2011年)」中日新聞朝刊 地方版 (福井版) 2011年10月20日,pp20
- 5) 国土交通省「道路占用料制度に関する調査検討会報告書」(委員長 山内弘隆一橋大学大学院商学研究科長・商学部長)
- 6) 福岡市「屋台との共生のありかた研究会資料 (第2回)」
- 7) 福岡市「屋台との共生のありかた研究会資料 (第3回)」
- 8) 福岡市「屋台との共生のありかた研究会資料 (第4回)」



### 第3章 福岡市屋台の歴史的変遷と特徴



### 3.1 はじめに

全国の都市では、戦後直後には多くの露天や屋台が存在した<sup>(1)</sup>が、1980年代には、ほとんどの屋台が消滅した。しかし、福岡市だけは戦後直後から存続か、廃止かの議論を繰り返しながらも、なんとか150軒ほどの屋台を保持している。福岡市だけが残った理由については、いくつかの複合的な要因が考えられる。戦後直後に屋台組合が結成され、廃止に反対してきたことや、福岡市が支店経済都市<sup>(2)</sup>であることから、多くの出張者や単身赴任などが屋台を利用したことも考えられる。さらに、福岡ドームやキャナルシティなどが誕生し、集客都市としての側面が強まり、屋台が観光客に利用されるようになったことも要因としてある。

本章では、福岡市の屋台の歴史的な変遷を屋台事業者側の対応と行政の対応としてみることで、公有地での商業的な利用を持続的にするための今後の課題と教訓を導き出すことにある。

### 3.2 屋台の歴史的変遷

#### 3.2.1 戦後復興期の屋台

福岡市の屋台の歴史的な変遷をみると<sup>(3)</sup>(表3-1)、現在の屋台のルーツは戦後直後に、引き揚げ者や戦災者などが露天を営み、そこから出発したとされとされており、終戦直後には全国各都市で露天や屋台が乱立していた。そうした状況の中で、1948年にGHQが衛生面を理由に廃止を求めたこともあり、各都市では屋台側と行政が「存続か」「廃止か」を巡って攻防を繰り返している。

福岡市では、そうした状況の中で、1950年に屋台側が福岡市移動飲食業組合を設立し、存続を訴えた。1952年には屋台と福岡県の間で訴訟も行われ、その結果屋台側が敗訴した。さらに1955年に福岡県は屋台の全面廃止の方針を打ち出している。この時が屋台存続の「第1回目の危機」といえる。こうした屋台存続の危機に対し、当時の屋台組合の会長(当時福岡県議の河田琢郎氏<sup>(4)</sup>)が厚生省に直談判し、厚生省は許可基準を示した上で、認めることになった。これが現在でも適用されている生モノ禁止、加熱処理した食品に限るなどの許可基準のもとになっている。こうした経緯をたどって、戦後直後の屋台消滅の危機は回避されることになった。

#### 3.2.2 都市化の中で

1960~70年代に入ると、全国の各都市では、警察や行政による取り締まりが強化され、屋台が次々に姿を消していくことになった。東京オリンピックが開催され、全国で開発が進み都市の近代化が進展する中で、屋台は衛生面や交通の妨げとなる戦後の負の遺産として受け取られていた。これらの要因により1970年代には名古屋市や仙台市、広島市、静岡市の各都市では屋台が急速に姿を消していった。

1970(昭和45)年には、福岡県警が道路使用許可の名義変更を認めない方針を示した。この時がいわゆる「第2回目の危機」といえる。県警の出したこの方針の背景には都心の交通事情の悪化がある。警察が路上に放置されている屋台を問題視し、道路の使用許可を出しているのは、従前からの事情に鑑みた例外的措置なのであって、新たな参入者に対して許可を認めるものではないとして、「名義変更は認めない」方針を打ち出した。名義変更ができなければ、屋台は自然消滅ということになってしまう。そこで再び河田会長を先頭にして県警との交渉が粘り強く行われた。そして最終的には、1973(昭和48)年4月に、条件付きながら県警が名義変更を認めたということで、2度目の危機が去った。しかし、このころになると全国の各都市で屋台は姿を消していき<sup>(5)</sup>、福岡の屋台が徐々に珍重されるようになっていく。

#### 3.2.3 動き出した行政

1994(平成6)年10月に県警が「道路の使用許可につき現経営者一代に限る」「例外として生活を維持しているような配偶者とか子どもの場合に限って認める」という「原則一代限り」の方針を組合側に通告した。これが「第3回目の危機」といえる。発端は、警察が道路にはみ出した自動販売機について行政指導を行った際に、自動販売機メーカーの設置業者から「なぜ屋台だけが優遇されるのか」といった意見が出されたことであった<sup>(6)</sup>。また、屋台の営業権が高額取引されていたことも問題となった。こうしたことから、警察も屋台の取り締まりを

強化する流れになったと考えられる。この第3回目の危機によって、それまで「黙認」の姿勢を見せていた福岡市が「屋台問題研究会」を設置し、解決に向けて動き出した。

福岡市都心の天神地下街や地下鉄等の都市開発が進む中であって、屋台の移転やそれに伴う生活保障の問題も起こった。屋台組合が福岡市や事業者と交渉し、一時的に公園に移転するなどの措置がとられた。1988年には覚書を締結した上で、中洲の清流公園に屋台を集約している。この種の都市開発による移転や保障の問題はその後も続いており、2000年にも新天神地下街の建設に伴う工事の時に22店の屋台が公園に仮移転している<sup>(7)</sup>。

### 3.2.4 福岡市指導要綱の策定

福岡市において、屋台問題の転換点の一つになったのは、1996年に屋台問題を客観的に判断するために学識者、地域住民、道路管理者を中心につくられた「屋台問題研究会」であった。同研究会は、96年8月～98年1月までに7回の研究会を開催し、アンケートやヒアリングなどを実施した上で、条件付きで存続の方向を示した。福岡市はこれを受け2000年に「福岡市屋台指導要綱」（以下、指導要綱）を制定・施行し、行政が屋台に占用許可を出すことによって、これまでの黙認状態から適正に指導していこうとする方向に転換を図ったことになる。この指導要綱は、屋台対策の検討や屋台（村）の復活を考える際の参考にされるなど、全国的にも大きな影響を与えた。

現在、福岡市の屋台にとって課題の1つは「許可に係わる権利義務は、配偶者または直系の家族以外、継承できない」という、すなわち原則一代限りの原則が残っている点である。これは、それまでの警察の方針が、指導要綱にも盛り込まれたためである。さらに指導要綱には、歴史的な経緯をふまえ、屋台の構造や営業時間にも触れられている。屋台が交通の妨げにならないように、屋台設置後の有効幅員が2メートル以上確保されることなども盛り込まれ、条件に合わない場合の再配置について述べている。その他、権利譲渡の禁止や講習会の開催、立入調査など、きめ細かな規則が設けられた。

### 3.2.5 「屋台との共生のあり方研究会」が提言

2000年に指導要綱が出たあとは、その要綱を守ろうとすることでの認識は強まった。行政としては、屋台営業者向けの講習会を年1回開催し、各担当部局が衛生面をはじめ指導してきた。しかし、指導要綱の中でも特徴的であった「屋台モニター制度」は2001年度、2002年度に実施されたが、継続的には実施されなかった。また、「優良屋台指定事業」は、屋台組合や外郭団体など行政以外の主体が運営を行うために調整されたが、結果的に調整がつかなかった<sup>(7)</sup>。

屋台側も独自にパトロールを実施<sup>12)</sup>し、屋台組合の集まりでもルールの確認などを行ってきた。このように、指導要綱施行の直後は、行政側、屋台側もルールを守るべきであるという認識が強まったものの、実際には再配置が進まないことや、営業開始時間、屋台規格など指導要綱の中に守れない事項が多くあったこともあって、根本的な問題の解決には至らなかった。指導要綱の策定後は、屋台をめぐる大きな動きはなく、問題をかかえたまま時間が過ぎた。

2008年に筆者は、こうした屋台の現状をみると同時に、屋台が減少していることを指摘し、営業者の高齢化も進んでいることから、このままでは屋台の灯が消える可能性を指摘した<sup>13)</sup>。さらに、2010年3月に「地域産業の新たな展開-九州・山口からの挑戦-」<sup>15)</sup>の中で屋台の経済面について検討し、福岡市の中での重要な産業ととらえられることの重要性を指摘した。

そうした中で、2010年11月に高島市長が誕生し、市長は2011年6月には市議会で屋台問題について再検討することを明言した。9月には鳥越俊太郎氏を委員長に「屋台との共生のあり方研究会」が設置され、2011年9月16日から2012年4月3日まで7回にわたって、研究会が開催された。

この「屋台との共生のあり方研究会」は、「屋台問題研究会」と比較していくつかの特徴があった。それは、メンバー構成にも表れていた。96年に設置された「屋台問題研究会」では委員14名のうち屋台事業者はゼロであり、1人も入っていなかった。一方で、福岡国道工事事務局長、福岡市保健福祉局医監、福岡市経済振興局長、福岡市土木局長、都市整備局長など行政から5名が入っており、行政主導での解決策の提言となっていた。一方で、2011年に設置された「屋台との共生のあり方研究会」では、ジャーナリストの鳥越俊太郎氏を委員長に総勢

23名のうち屋台事業者が3つの組合から組合長3名が入っている(表3-2)。前回の研究会では、指導要綱という形でまとめられたものの、屋台事業者がルールを守れない、守らない現状があり、2011年の「屋台との共生のあり方研究会」では屋台事業者の意見を取り入れるだけでなく、住民と行政、屋台事業者の3者による検討の場となり、以前の研究会よりも率直な意見が出され、現実的な議論がなされた。

筆者は、この研究会において各種アンケートの質問項目の作成、結果、または報告においてアドバイスし、第4回(2011年12月22日)の研究会において「屋台の経済効果について」と題して報告を行っている。

第7回(2012年4月3日)まで行われた研究会の結果は、提言「福岡のまちと共生する屋台へ」<sup>16)</sup>として取りまとめられ、屋台の経済的な効果についても認めた上で存続の方針が明確化された。提言では、屋台の営業許可について「原則一代限り」としている現行規制を見直し、公募による新規参入制度の構築や、守ることが可能な営業ルールなどを明確にするための「屋台条例」の制定などを市に求めることが柱となった。条例の制定となると、これまでの努力義務といった条項も見直され、明確化されることになる。2013年に屋台基本条例が市議会で可決、成立し、9月1日から施行される。

福岡市の屋台は、2000年の指導要綱の施行によって、それまでの黙認の状態から適正に指導していこうとする方向転じ、今後はさらに、屋台事業者、住民、行政の連携による適正な管理する時代に入ったといえる。

表3-1 全国、福岡市の屋台の歴史

年	全国	福岡市
1945～49年	<ul style="list-style-type: none"> <li>・敗戦とともに、移動飲食店(屋台)が出現</li> <li>・連合国軍総司令部(GHQ)の「交通の妨害となり、衛生の面でも問題がある」との意を受けた政府は飲食店緊急措置令を出し、屋台の全面廃止を目指す。(1948年)</li> <li>・常設露天市場の整理が始まる。(1949年秋)</li> </ul>	
1950～59年	<ul style="list-style-type: none"> <li>・常設露天の歴史に幕(1952年12月)</li> <li>・厚生省、取り締まり措置の延期を各県に通知(1955年6月)</li> <li>・生次官通達で屋台許可の方針を明示(1955年8月)</li> <li>・厚生省より、許可基準の具体的事項について明示し、協議(1955年9月)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡市移動飲食業組合設立、行政処分は無効確認の訴訟(1950年7月)</li> <li>・岡市内の約100店舗の営業を禁止する行政処分に対する無効確認を福岡地裁に訴えるなど裁判闘争 → 屋台側が敗訴</li> <li>・福岡県が屋台の全廃を決定(1955年3月)</li> <li>・河田会長が厚生省と直接交渉(1955年5月)</li> <li>・営業者が一斉に許可申請の手続き(1955年12月)</li> <li>・博多移動飲食業組合を設立(1956年4月)</li> <li>・営業許可に関する県条例が施行(1956年6月)</li> </ul>
1960～69年	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宮城県 同県警が「屋台営業は一代限り」の規制を実施。仙台市屋台の取締強化(1965年)</li> <li>・広島市 1965年に公園整備時に、屋台の立ち退き。→ 14店がお好み村を構成(プレハブへ)(1967年)</li> <li>・名古屋市は67年に車道の拡幅工事に伴い撤廃論争。組合と市は5年後に撤去するという事で合意。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・道路使用許可手数料が決定(1960年12月)</li> <li>・道路使用許可の取り扱い要綱が決定→営業中の大きさは「間口3m、奥行き2.5m」、営業しない時の大きさは「間口2m、奥行き1m」(1962年2月)</li> </ul>
1970～1999年	<ul style="list-style-type: none"> <li>・名古屋市 路上での屋台が撤去(1973年)</li> <li>・呉市、屋台存続の方針を決定。(1984年)</li> <li>・呉市で1987年の通りの整備にあわせて、「こもれび広場」の一角所に集約(1987年)</li> <li>・久留米市 久留米飲食五業共栄組合と久留米市とで「屋台排水 覚書・協定・確約」が締結された(1987年)</li> <li>・仙台市で「仙台屋台の会」が発足(1990年)</li> <li>・「仙台屋台の会」が規制緩和、新規出店を認めるよう求めた提言(1991年)</li> <li>・広島市 新「お好み村」が7階建てビルでオープン</li> <li>・仙台市 JR仙台駅前の「青葉通り」のけやき並木に6軒の屋台が並ぶ(1997年6月)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・営業者交代による名義変更禁止に抗議、陳情が頻発(1971年2月)</li> <li>・名義変更問題が解決(条件付ながら名義変更を認める)(1973年)</li> <li>・天神地下街工事に伴う補償交渉が完了(1976年)</li> <li>・覚書を締結した上で、清流公園に屋台を集約化(1988年)</li> <li>・屋台組合が「屋台110番」を設置。(1993年)</li> <li>・県警は、現在、屋台を営んでいる店主以外には原則として道路使用許可を出さない方針を打ち出す(1994年7月)</li> <li>・河田会長死去(1994年8月)</li> <li>・原則新規参入は認めないとの県警本部長答弁(県議会)(1995年)</li> <li>・NTT天神ビル(同市中央区天神二丁目)建設工事に伴い屋台四軒に県警が移転を要請(1996年7月)</li> <li>・福岡市都市計画課が屋台についての初の実態調査を実施(1996年11月)</li> <li>・福岡市で「屋台問題研究会」(委員長阿部真也)が発足(1996年8月)</li> <li>・屋台問題研究会が「条件付きで存続」の方針(1998年10月)</li> </ul>
2000年～	<ul style="list-style-type: none"> <li>・呉市「蔵本通りの屋台に関する要綱」を策定(2002年6月)</li> <li>・呉市で2002年6月に新規屋台の募集(2002年6月)</li> <li>・仙台市で自動車屋台の社会実験(2006年)</li> <li>・北九州市で屋台(村)の設置について検討(2007年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡市「福岡市屋台指導要綱」を策定(2000年5月)</li> <li>・地下鉄七隈線工事などに伴い、仮移転していた屋台が復帰営業(2005年)</li> <li>・福岡市飲食業組合 屋台ののれんを広告媒体にするキャンペーン(2006年12月) → 屋台の広告が「許可条件に反する」として広告を撤去するように通告</li> <li>・吉田市長に屋台一代限り撤廃要望(2007年)</li> <li>・福岡市3組合 パトロール隊結成</li> </ul>
2010年～		<ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡市「屋台との共生のあり方研究会」(委員長鳥越俊太郎)設置(2011年9月)</li> <li>・「屋台との共生のあり方研究会」が「福岡のまちと共生する屋台へ」を市長に提言(2012年4月)</li> <li>・福岡市屋台基本条例が市議会可決(2013年7月)</li> </ul>

表3-2 「屋台問題研究会」と「屋台との共生のあり方研究会」のメンバー<sup>(8)</sup>

職種・団体	屋台問題研究会 (96年8月)		屋台との共生のあり方研究会 (2011年9月)	
	人数	メンバー	人数	メンバー
大学人	3	①阿部真也(福岡大学商学部教授)、②川上宏二郎(西南大学法学部教授)、③中村善一(九州産業大学教授)	3	①石森久広(西南学院大学法科大学院教授)、②佐藤優(九州大学大学院芸術工学研究院教授)、③宮本敬久(九州大学大学院農学研究院教授)
公務員	5	①佐竹芳郎(福岡国道工事事務所所長)、②西岡和男(福岡市保健福祉局医監)、③木山光蔵(福岡市経済振興局長)、④石井聖治(福岡市土木局長)、⑤萩尾隆吉(福岡都市整備局長)	-	-
弁護士	1	①山本智子	1	①世良洋子(野中・西村法律事務所 弁護士)
自治会・公民館	2	①佐田昭雄(名地区世話人連絡協議会会長)、②吉田昭彦奈良屋公民館館長	4	①福山誠福岡市自治協議会等7区会長(博多区自治協議会長連絡協議会会長)、②内林潤一(大名校区自治協議会会長)、③進藤二郎(舞鶴校区自治協議会会長)、④松汐浩(奈良屋自治協議会副会長)
経済団体・関連団体	1	松山政司(福岡市青年会議所直前理事長)	4	①池内比呂子((株)テクノコーポレーション代表取締役社長(社団法人 福岡中小企業経営者協会副会長))、②早川鴻之輔(社団法人福岡市食品衛生協会副会長)、③大崎信昭(福岡地方料飲組合連合会副会長)、④園田照彦(福岡地方料飲組合連合会会計)
地域女性団体	1	①中村由紀子(博多ごりょうさん女性の会代表)	2	①西川ともゑ(博多ごりょうさん女性の会会長)、②田中朋見(女性交流会「pure woman」メンバー)
ジャーナリスト・雑誌編集	1	①谷本幸(コピーライター)	3	①鳥越俊太郎(ジャーナリスト)、②秋吉健太((株)角川マガジズエリア情報事業部第二編集部)、③ニック・サーズ((有)フクオカ・ナウ代表取締役)
まちづくり組織・団体	-	-	2	①井上信昭(NPO法人タウン・コンパス理事長)、②吉田まりえ(九州の暮らし創造研究所代表)
福祉団体	-	-	1	①中原義隆(社会福祉法人 福岡市身体障害者福祉協会会長)
屋台営業者	-	-	3	①澤野繁春(長浜移動飲食業組合組合長)、②安野照秀(博多移動飲食業組合組合長)、③米倉浩三(福岡市移動飲食業組合組合長)
計	14		23	

### 3.2.6 減少する博多の屋台

福岡市の屋台は、戦後から始まり、その後、数度の危機を乗り越えて、存続してきた。しかし、福岡市の屋台は1960年後半から減少傾向が続いており、その傾向に歯止めがかかっていない。「許可に係わる権利義務は、配偶者または直系の家族以外、継承できない」という一代限りという条件は、事業継承の大きな制約となっている。1960年代の最盛期には400軒以上あった博多の屋台は、2007年に166軒、2011年には155軒にまで、半分以上に減っている(図3-1)。

近年では、博多区での減少が大きくなっているのが、特徴である。一方で、中央区の減り方は緩やかである。中央区は、西日本最大の商業集積地・天神地区を抱える一等地<sup>(9)</sup>にあり、人通りも多い。そうした意味では、屋台事業者も手放しにくく、減り方も緩やかであると考えられる。

屋台営業者の高齢化が進む中で、他人への譲渡ができないことは、廃業せざるを得ない屋台が増えることを意味している。現在の屋台営業者の平均年齢<sup>(10)</sup>は、50歳以上が75.1%、60歳以上が40.3%を占めており、このまま高齢化が進行していくと、一挙に、廃業が相次ぐ可能性がある。

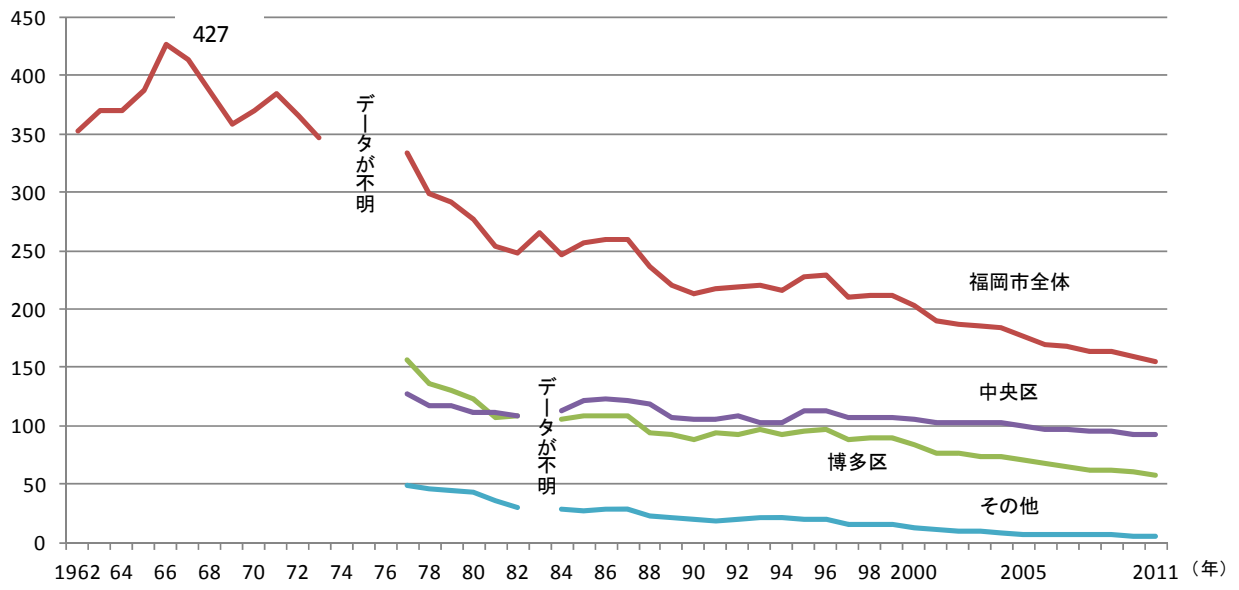


図3-1 福岡市における屋台数の変化<sup>(11)</sup>



### 3.3 屋台の数と分布

#### 3.3.1 圧倒的に多い屋台

全国には戦後直後から多くの屋台が存在していたが、都市化の中で衰退し、1980年代にはほとんどの屋台が消滅していた。現在、福岡市以外で屋台が残る都市は、あわら市、呉市、北九州市、久留米市、高知市、佐世保市、周南市である。

福岡市は、他都市と比較した場合、その数において他都市を圧倒している。他都市における屋台の数は、福井県あわら市8軒、広島県呉市13軒、北九州市10軒、久留米市14軒にとどまるのに対し、福岡市は150軒である(表3-3)。そのため年間の市への収入をみても圧倒的に多く、市の中での存在感も大きい。全国の屋台が残る都市の中で、道路管理者や公園管理者である行政が認めているのは、福岡市以外では、あわら市と呉市のみである。北九州市も、久留米市も市は屋台に関して黙認の状況にある。その他、高知市や佐世保市、周南市にも存在するが、いずれも10軒以下であり、不法占拠として扱われているため、行政も実態を十分に把握していない<sup>(12)</sup>。仮に高知、佐世保、周南にある屋台を足し合わせて20軒としても、全国に存在する屋台は、約215軒となる。福岡市が150軒とするなら約7割が福岡に集中していることになる。福岡市の屋台が、全国の中でも数的にも圧倒的に多いことがわかった。

表3-3 福岡市屋台の他都市屋台との比較<sup>(13)</sup>

場所		区分	屋台数	公共空間の利用に対する負担		市への収入 (カッコ内は県または 国への収入)	屋台の規模	その他
県	市	場所	軒数	負担名目	負担額(月 額)/軒	年間	区画	
福井県	あわら市	行政財産の目的外使用 (湯けむり創生 塾運営)	8軒	家賃+共益費 (湯けむり創生塾)	50,000円 *湯けむり 創生塾に 支払われ る	60万円 (あわら市)	厨房 3.6×2.4m 客席2×2.7 m	*2007年12月にオープ ン *保証金30万円(退店 時に返却)
広島県	呉市	公園	13軒	公園使用料	12,630円	約197万円	3×4m	*屋台指導要綱
高知県	高知市	公園						
山口県	周南市	道路(市道)	7軒					
福岡県	北九州市	道路(市道)	10軒	道路使用料のみ	1,200円	(約14万円)	-	*お酒は出さない
	久留米市	道路(市道)	14軒	道路使用料のみ	1,200円	(約20万円)	-	*近年激減
	福岡市	道路(市道・国 道、公園)	150軒	市道・道路占用料	5,600円	約759万円	2.5×3m (指導要綱)	屋台指導要綱
				市道・道路使用料	1,200円	(約162万円)		
				国道・道路占用料	12,320円	(約177万円)		
国道・道路使用料	1,200円	(約17万円)						
公園使用料	1,200円	約245万円						
長崎県	佐世保市	道路	1軒					

### 3.3.2 福岡市における屋台の分布

福岡市には150軒の屋台が立地し、都心の中でもいくつかの地区に分散し、そこに集中的に立地しているのが特徴である。大きくは、長浜地区、博多地区、天神地区に分かれている。長浜地区に14軒、天神等地區に72軒、博多地区に54軒が立地している。いわゆる天神地区の昭和通り沿い、渡辺通りに沿って最も分布しており、都心の中でも地価の高い一等地とその周辺部に、最も多くの屋台が分布しているのが特徴である（図3-2）。

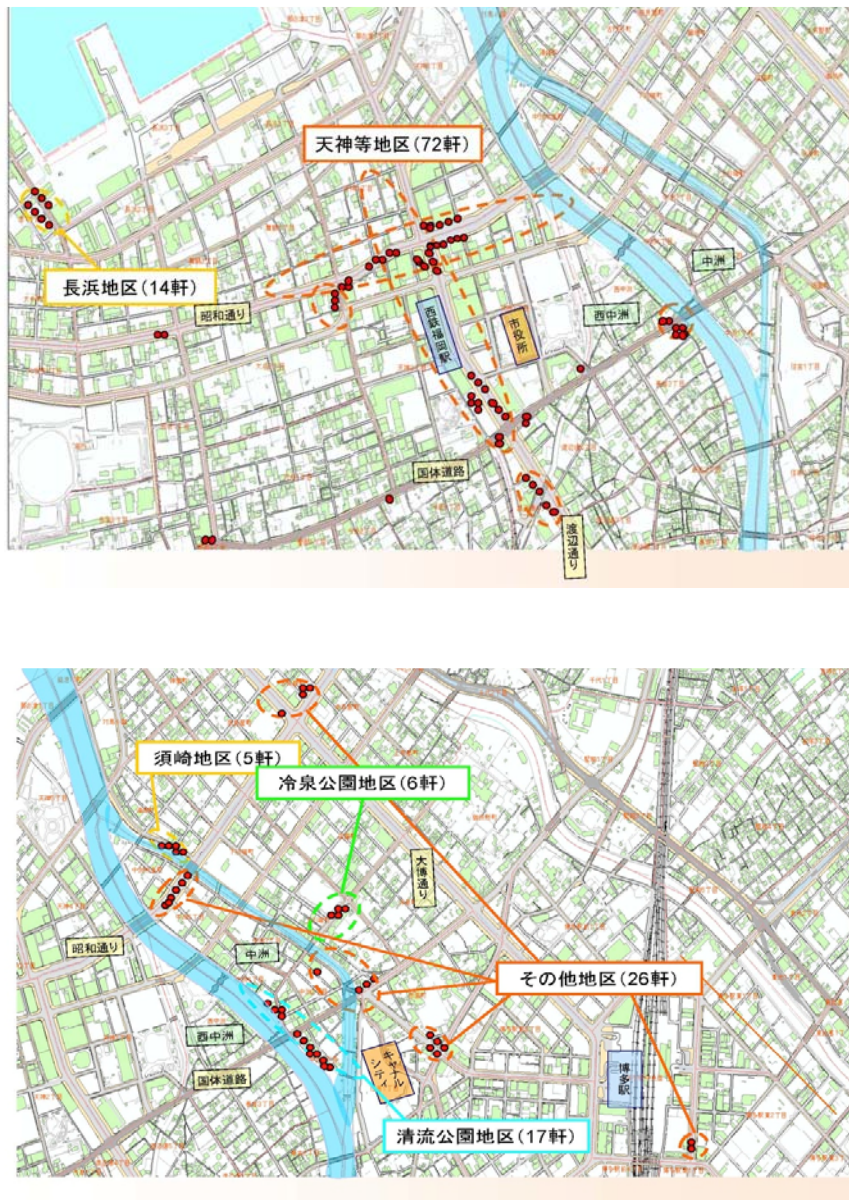


図3-2 屋台の分布状況<sup>17)</sup>

### 3.4 本章のまとめ

本章では、福岡市の屋台の歴史的な変遷と屋台の現状についてみた。福岡における屋台の歴史は存続か廃止かに揺れた歴史であり、公共空間での商業的な利用のルールが確立していないことが問題を長期化、複雑化させていることを述べた。さらに歴史的な変遷の結果として福岡市の屋台の現状を全国と比較した上で量としては圧倒していることを示すが、毎年減少しており、このままでは屋台の集積が消失することを示した。

(1) 戦後、始まった屋台と行政の対決も数度におよび、何度かの廃止の危機があった。他の都市では、ほとんどの屋台が姿を消す中で、福岡市の屋台は全国において圧倒的な地位を占めるに至り、全国的には福岡市の屋台のイメージは形成されている。福岡市の屋台数は、1960年代に400軒を超えていたが、それ以降、減少傾向にあり、現在150軒になった。特に、博多区の減少が続いている。現在、福岡の屋台は、原則一代限りの政策から増えることはなく、減る一方であることや屋台事業者の年齢も高く、このままでは近い将来、屋台集積が失われる可能性が高いことがわかった。

(2) 福岡市の屋台は減少しながらも、全国の7割ほどが残っている。その理由については、屋台組合の存在があり、初期の段階では河田啄郎氏を中心に粘り強く、交渉したことがあった。福岡市の都市再開発が進む中でも、屋台組合が行政と交渉してきたことが大きかった。しかし、一方で屋台問題が解決できずに長引いた理由は、市が長年、屋台を黙認し、解決のための方策を提案しきれなかったことが大きかった。

(3) 2000年に施行された指導要綱は、公有地における商業的な利用についての画期的なルールであり、さらに、屋台が福岡市においてはじめて黙認状態から脱した意義は大きかった。しかし、実際に決められたルールも守られないことが多く、現在に至っている。2011年に始まる「屋台との共生のあり方検討会」の提言においては、指導要綱を条例にすることを求めており、公有地を利用するためのルールが明確化される。全国各地に屋台村がつかれるなど、屋台や屋台的な雰囲気に対するニーズは強まっており、公共空間での商業的な利用に関する明確なルールづくりと、屋台事業者、市民、行政との合意形成が必要となる。

## 【脚注】

- (1) 各都市の屋台の歴史については、地元紙の中でみることができる。仙台については、参考文献1)の中で述べられ、付録として最盛期の屋台地図をみることができる。
- (2) 支店経済とは、福岡市に九州全体を管轄する多くの支社や支店が集中していることを指す。参考文献2)、参考文献3)に詳しい。
- (3) 屋台の歴史については、参考文献4)、参考文献5)をもとに筆者作成。
- (4) 河田琢郎氏については、参考文献6)にある。1962年当時 戸畑市出身、福岡県議会議員警察常任委員、文教常任委員を歴任している。
- (5) 広島市は屋台が乱立する様子を1963年の映画「嵐を呼ぶ十八人」(松竹株式会社・制作配給、監督：吉田喜重)にみることができる。広島では戦後まもなく中央通りに屋台群が発生した。1957年に西新天地広場(現在のアリスガーデン)と、東新天地広場(現在の新天地公園)に移り、50軒近くの屋台が営業していた。1965年に公園として整備された時に、屋台は立ち退きとなり、一部は民有地の店舗に移転し、また一部はお好み村を構成した。
- (6) 参考文献7)に詳しい。
- (7) 参考文献8)に詳しい。
- (8) 参考文献9) 参考文献10)をもとに、筆者作成。
- (9) 平成24年の福岡市地価公示価格において、商業地を高価格順にみると、①天神1-11-11 5,780,000円/m<sup>2</sup> ②天神2-7-6 3,680,000円/m<sup>2</sup> ③博多駅前3-2-1 2,320,000円/m<sup>2</sup> ④博多駅1-12-6 1,820,000円/m<sup>2</sup> ⑤大名2-6-36 1,570,000円/m<sup>2</sup>であった。天神地区の地価は、博多駅地区と比べても相当高く、一等地としての地位を保持している。
- (10) 屋台事業者の年齢は、参考文献11)5ページから引用。屋台事業者向けアンケートの結果である。
- (11) 福岡市道路管理課よりデータを提供いただいた。
- (12) 筆者が各市役所においてヒアリングしたところ、佐世保市に1軒(2011年)、周南市に7軒(2008年)あるとのことであった。高知市においては廿代町を中心に、有名な屋台が存在する。市としての回答は得られず、5軒までは確認している。
- (13) 筆者が福岡市の依頼を受けて報告した時(2011年12月)に作成。参考文献14)に詳しい。

## 【参考文献】

- 1) 村上善男(1980年)「仙台屋台誌」駒込書房
- 2) 八尋和郎(2010)「第7章九州産業を担う企業の実力」九州産業読本改訂版 ,pp288
- 3) 財団法人九州経済調査協会「21世紀の九州・山口経済社会事典」,pp238
- 4) 福岡市屋台組合「60年史」
- 5) 屋台との共生のあり方研究会(2011)「屋台との共生のあり方研究会資料(第1回)」
- 6) 福岡市紳士録(1962年)
- 7) 再開発に「博多屋台」存亡のとき／九州・山口1996/08/11 西日本新聞朝刊 , pp 27
- 8) 天神地下街完成 仮移転終わるが…「屋台復帰困る」福岡市に陳情、町内会、1200人分署名提出へ 屋台側困惑「市と約束したのに」2005/02/09 西日本新聞朝刊 30ページ
- 9) 屋台問題研究会(1998)「屋台問題研究会報告」研究会名簿
- 10) 屋台との共生のあり方研究会(2011)「屋台との共生のあり方研究会委員名簿(第1回)」
- 11) 屋台との共生のあり方研究会(2011)「屋台との共生のあり方研究会資料(第3回)」
- 12) 福岡市の屋台3組合 自主パトロール開始 営業マナー抜き打ち点検／ふくおか都市圏2007/09/13 西日本新聞朝刊 ,pp18ページ
- 13) 八尋和郎(2008年)「博多の屋台の灯」三菱総合研究所 「自治体チャンネル」, pp14
- 14) 八尋和郎『屋台との共生のあり方研究会(2011)「屋台との共生のあり方研究会資料(第4回)」』
- 15) 八尋和郎(2010年)「第5章 観光との融合により成長する地域産業 第1節 屋台」 地域産業の新たな展開-九州・

山口からの挑戦 ,pp136-147

16) 屋台との共生のあり方研究会 (2012) 「屋台との共生のあり方研究会提言書 福岡のまちと共生する屋台へ」

17) 屋台との共生のあり方研究会 (2011) 「屋台との共生のあり方研究会資料 (第3回)」,pp13-14



## 第4章 福岡市屋台の利用実態





#### 4.1 はじめに

福岡市において屋台が歴史的に存続してきたという事実はあるものの、今後も存続しうる保証はどこにもない。屋台が都市の中で存続するために最も重要なことは、市民や利用者の支持や賛同を得ることである。また、屋台に反対する市民があるとするなら、その反対とする理由が本当に解決しえないものなのかどうかを判断する必要がある。そのためには、市民や利用者の利用実態や今後の意向、屋台営業が抱える課題を抽出し、解決可能であるなら、そのための道筋をつけることである。

第4章では1つ目が、市民アンケート、利用者のアンケートを通して市民の意向と利用者の利用実態を明らかにし、市民の考える問題点を整理する。2つが利用者の視点からみた場合に、どのような利用がされているのか、または屋台に何を求めて利用しているかを明らかにする。

ここでは、市民の意向や利用実態を通して、市民、利用者からみた場合の屋台の持続的な営業の条件を抽出することにあり。

#### 4.2 市民の利用実態

##### 4.2.1 市民アンケートの実施要項

福岡市民は屋台に対してどのような意向を持っているのだろうか。市民に屋台について尋ねたものとしては1996年に屋台問題研究会が行った「屋台に対する市民意識調査」<sup>1)</sup>がある。もう1つは2008年に川副ら<sup>2)</sup>がこの96年当時の利用状況と比較するために、96年と同様の質問項目を含めた調査項目を作成し、市民の意向を探った。表4-1に1996年と2008年の調査方法の違いについてまとめた。2008年調査では住民基本台帳からの無作為抽出が難しかったために、福岡市内の小学校校区に分けて、人口比に応じた枚数をポスティングによって配分した。総数で9,989部を配布し、2,601部を回収した。

表4-1 屋台に対する市民意識調査

	屋台に対する市民意識調査(1996年)	屋台に関する市民意識調査(2008年)
実施主体	福岡市	九州大学工学部建設都市工学コース
調査期間	1996年11月12日～11月30日	2008年12月8日～12月31日
調査対象	福岡市在住の20歳以上の男女	福岡市内在住の20歳以上の男女
抽出方法	住民基本台帳から無作為抽出	国勢調査人口をもとに、小学校単位で配布枚数を決め、ポスティング
配布方法	郵送	
回収方法	郵送	郵送
配布枚数	2,000部	9,989部
回収数	993部	2,601部 (有効回答数1,671部)

##### 4.2.2 市民の利用頻度

屋台が市民の中にどの程度、浸透しているかを調べるために、屋台経験の有無と屋台利用の頻度を尋ねた。

屋台に行った経験の有無を聞いたところ「屋台に行ったことがある」と答えた人の割合は、2008年が81.9%、96年が80.8%と、ほぼ80%で変わらなかった(図4-1)。これは、検定の結果1996年と2008年の結果( $\chi^2$ 検定:P=0.339)の間に有意差は見られず、屋台経験者の割合は96年と2008年でほとんど変わっていなかった。

しかし、屋台に行ったことのある人のうち屋台に行く頻度は、「平均月4回以上」が1.9%から0.5%へ、「平均月1回以上」が4.6%から2.2%へ低下するなど、いわゆるヘビーユーザーの割合がそれぞれ低下している（図4-2）。また、「年に数回程度行く」も96年41.4%から08年28.8%に大幅に低下した。

検定の結果1996年と2008年の結果で有意差が見られ（ $\chi^2$ 検定： $P=3.19 \times 10^{-13}$ ）、調整残差値の値からみて全ての項目において変化が起こっていることが確認された（表4-2）。

福岡市民の屋台利用頻度が低下していることがわかった。この10年間で屋台の数も50軒ほど減少しており、屋台に行く機会が減少していることも要因としてあろう。

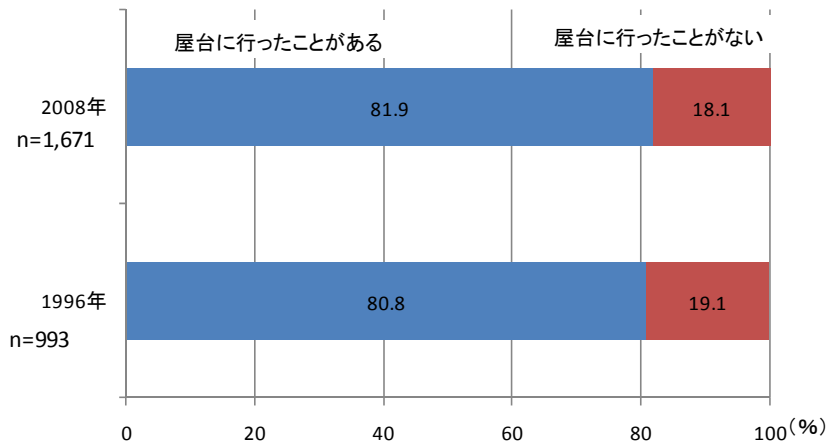


図4-1 屋台経験の有無

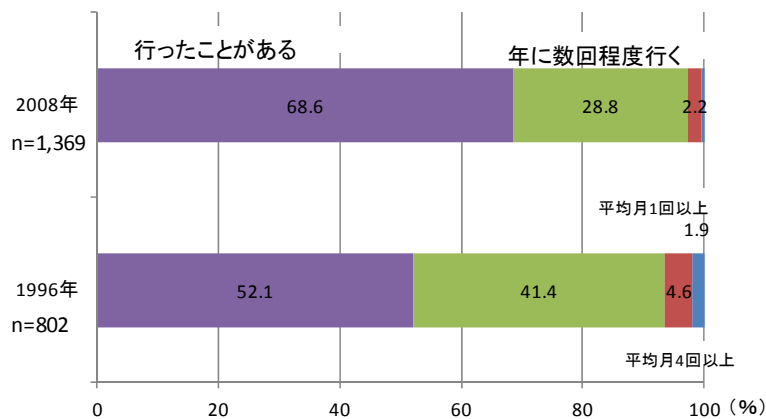


図4-2 屋台の利用頻度

表4-2 屋台に行く頻度の有無（ $\chi^2$ 検定）

調整残差	1996年	2008年	検定
行ったことがある	-7.44	7.44	※※
年に数回程度行く	5.87	-5.87	※※
平均月1回以上行く	3.15	-3.15	※※
平均月4回以上行く	2.82	-2.82	※※

※※ 1%有意、※ 5%有意

#### 4.2.3 市民の屋台問題の認識

市民は屋台営業の問題点をどの程度理解しているのだろうか。「問題点はあると思うか」を尋ねたところ、「あると思う」と答えた割合は74.9%から59.7%に低下した（図4-3）。一方で「ないと思う」は16.2%から29.1%

に増加している。検定の結果 1996 年と 2008 年の結果で有意差が見られ ( $\chi^2$  検定:  $P=4.83 \times 10^{-15}$ )、調整残差値の値からは「問題点はあると思う」、「問題点はないと思う」の項目において変化が起こっていると確認できる (表 4-3)。半数以上の人には依然として解決すべき課題も多いと考えられるが、屋台の問題点を指摘する人の割合は低下していることが分かる。屋台問題は解決に向かっていくように見えるが、実際には屋台の数が減って、屋台の問題に遭遇する市民の数が減っていることが影響していると考えられる。96 年当時 210 軒の屋台が存在しており、「問題はあると思う」74.9%を 210 で割ると、1 軒あたり 0.36 ポイントと考えられる。2008 年の屋台数は 163 軒であり、これで計算すると 0.37 ポイントとなる (表 4-4)。

全体としては、屋台が減ったことで問題が解決しているように見えるが、1 軒あたりが抱える屋台の問題の大きさは、変わらないといえる。

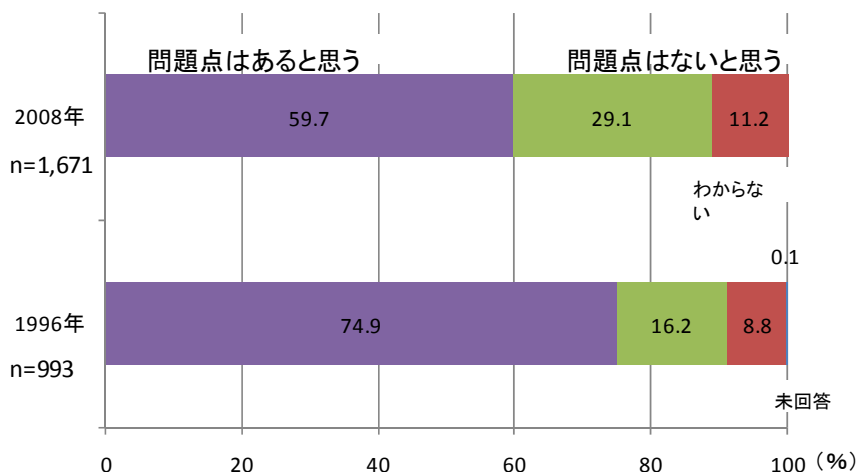


図 4-3 屋台の問題点の有無の認識

表 4-3 屋台に、問題点はあると思うかの有無 ( $\chi^2$  検定)

調整残差	1996年	2008年	検定
問題点はあると思う	7.97	-7.97	※※
問題点はないと思う	-7.49	7.49	※※
わからない	-2.00	2.00	※
未回答	1.30	-1.30	

※※ 1%有意、※ 5%有意

表 4-4 屋台 1 軒あたりの「問題はある」

	問題はある①	屋台数②	①/②
1996年	74.9%	210	0.36 ポイント
2008年	59.7%	163	0.37 ポイント

#### 4.2.4 問題は「衛生面」

「市民が特に問題に思うこと」を尋ねたところ (図 4-4)、「衛生面」、「トイレなく放尿」、「悪臭・道路汚い」がベスト 3 であった。これは、いずれも衛生面での整備が遅れていることを反映していると考えられる。「衛生面」、「トイレなく放尿」、「悪臭・道路汚い」は、96 年と比較するとそれぞれ 19.7%減、9.2%減、21.2%減といずれも低下したが、減り方は屋台の減少率 (22.3%減) よりも少なく、残っている屋台の抱える問題は解決されていないことになる。

しかし「歩行者など通行を阻害」(96 年 24.3%、2008 年 14.4%)、「料金が不明瞭なこと」(96 年 15.5%、2008

年 8.9%)、「営業モラルが低いこと」(96年 15.3%、2008年 7.0%)等の項目は「問題点である」と回答した人の割合が96年に比べて、それぞれ40.7%減、42.6%減、54.2%減と、屋台の減少率(22.3%減)以上に大幅に減っている。

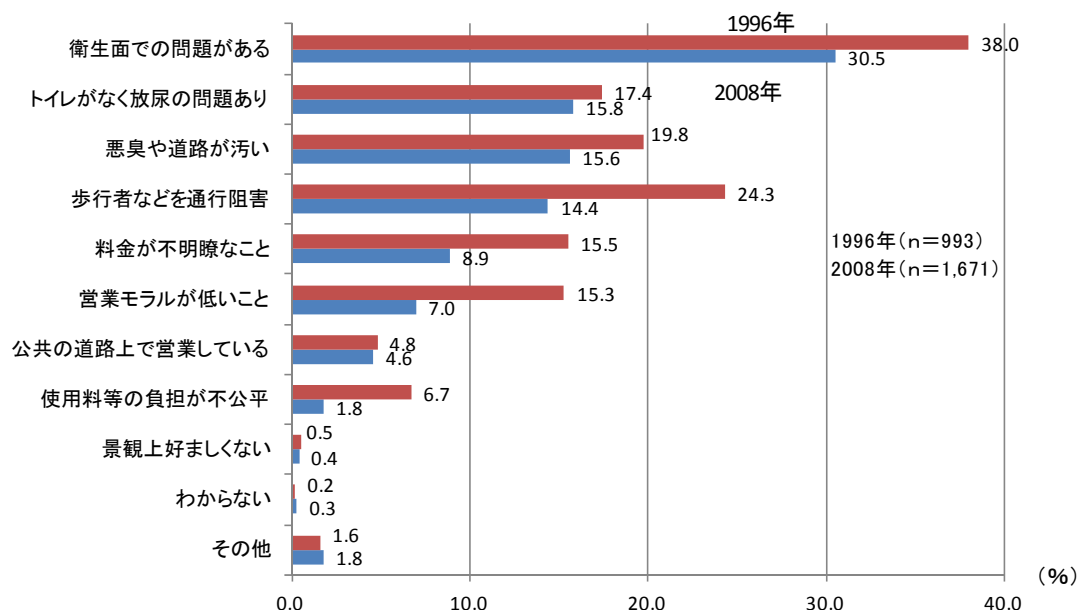


図4-4 市民の考える屋台の問題点

#### 4.2.5 市民が考える屋台の存在意義

屋台に問題があるとの指摘が多いことは間違いないが、一方で、市民は屋台の存在意義を認めていないのかという決してそうではない。福岡市の屋台に「良い面はあると思う」と答えた人の割合は、1996年 79.8%、2008年 85.5%で 5.7ポイント増加している(図4-5)。一方、「良い面はないと思う」と答えた人の割合は、1996年 9.7%、2008年 7.1%と 2.8%減少している。また、検定の結果1996年と2008年の結果で有意差が見られ( $\chi^2$ 検定:  $P=8.87 \times 10^{-5}$ )、調整残差の値から全ての項目で変化が起こっていると確認できる。「良い面はあると思う」と回答した人の割合は増加していることが分かる(表4-5)。

屋台の良い面の内容について、調査結果では「福岡(博多)らしさがある」が 60.3%、「観光面で貢献している」が 35.1%、「庶民的で気軽に利用できる」が 19.6%という順になっている。その中でも、「福岡(博多)らしさがある」は1996年 47.5%が、2008年 60.3%に増加した。また、「観光面で貢献している」は1996年 24.8%が2008年 35.1%となった。市民も屋台が、福岡市の特徴であり、観光としての役割を強めていることを認識している。一方で「庶民的で気軽に利用できる」は1998年 28.1%が、2008年 19.6%に低下し、「夜遅くまで営業し便利」も1998年 14.0%が2008年 5.7%に低下している(図4-6)。市民利用の減少は指摘した通りであるが、市民にとっては、利用の減少にもみられるように、気軽に行く場所との認識は減っている。市民にとって、屋台は市民のための屋台から観光客のための屋台へと認識が変わっていることがわかる。そういう意味で「良い面」はあるということになる。

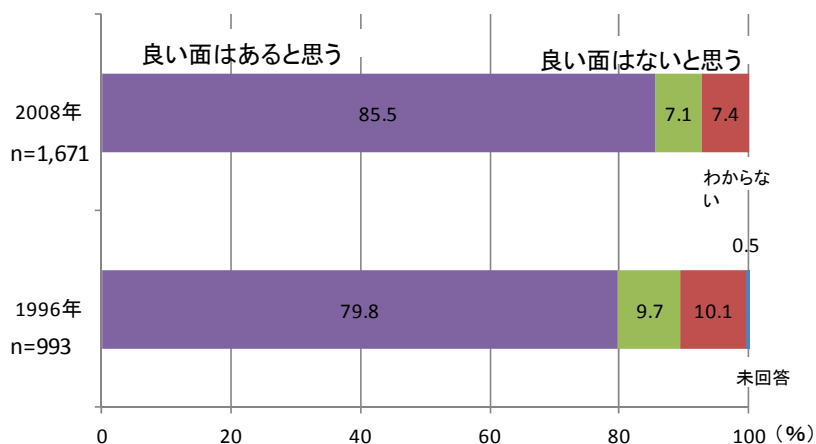


図4-5 屋台について良い面はあるか

表4-5 良い面はあると思うか (χ<sup>2</sup>検定)

調整残差	1996年	2008年	検定
良い面ははあと思う	-3.86	3.86	※※
良い面はないと思う	2.33	-2.33	※
わからない	2.44	-2.44	※
未回答	2.90	-2.90	※※

※※ 1%有意、※ 5%有意

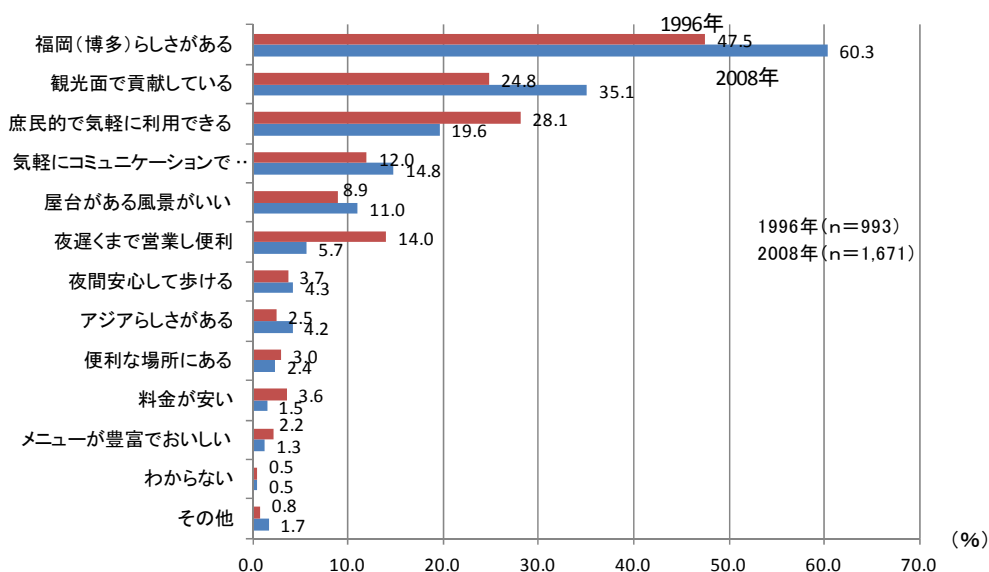


図4-6 屋台の良い面

#### 4.2.6 屋台の存続に対する市民の意向

屋台について「良い面はあると思う」が増えたことと同時に、屋台の存続について「あったほうがいい」と答えた人の割合は、1996年71.3%、2008年76.3%と5.0ポイント増加している。その一方、「ないほうがいい」と答えた人の割合は、1996年11.8%、2008年10.4%と1.4ポイント減少している。また、「わからない」と答えた人の割合も1996年16.3%、2008年13.3%と3.0ポイント減少している(図4-7)。検定を行った結果、1996年と2008年の結果で有意差が見られ(χ<sup>2</sup>検定:P=6.56×10<sup>-4</sup>)、調整残差の値から「あったほうがいい」「わか

らない」の項目で変化が起こっていることが確認できる（表4-6）。これにより、屋台は「あったほうがいい」と感じる人の割合は増加していることが分かる。

2008年の屋台の存続について「あったほうがいい」と回答した人を対象に、望ましい屋台の営業場所について質問した。その結果、「歩道上が望ましい」が44.2%、「公園上が望ましい」が16.2%と合計60.4%の人が公共空間での屋台営業を望んでいることが分かった。また、「民有地が望ましい」と回答した人は22.4%であった（図4-8）。「あったほうがいい」と考える市民の6割以上が、公共空間での営業を望んでいる。

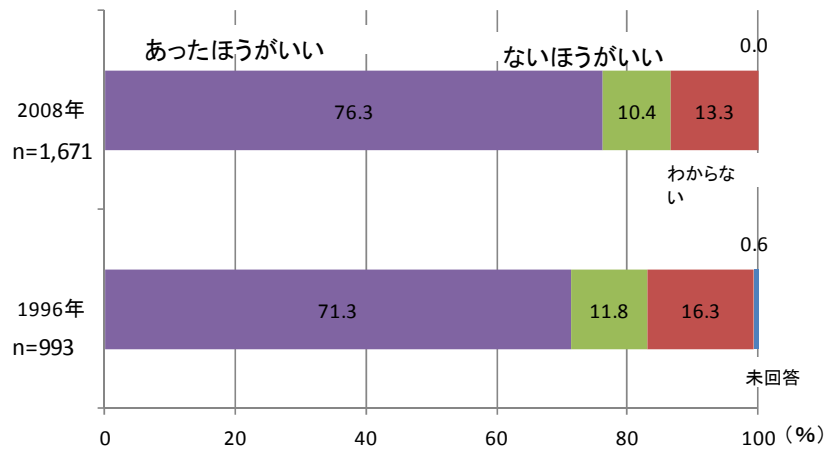


図4-7 屋台はあったほうがいいか

表4-6 あったほうがいい ( $\chi^2$ 検定)

調整残差	1996年	2008年	検定
あったほうがいい	-2.86	2.86	※※
ないほうがいい	1.15	-1.15	
わからない	2.11	-2.11	※※
未回答	3.18	-3.18	※※

※※ 1%有意、※ 5%有意

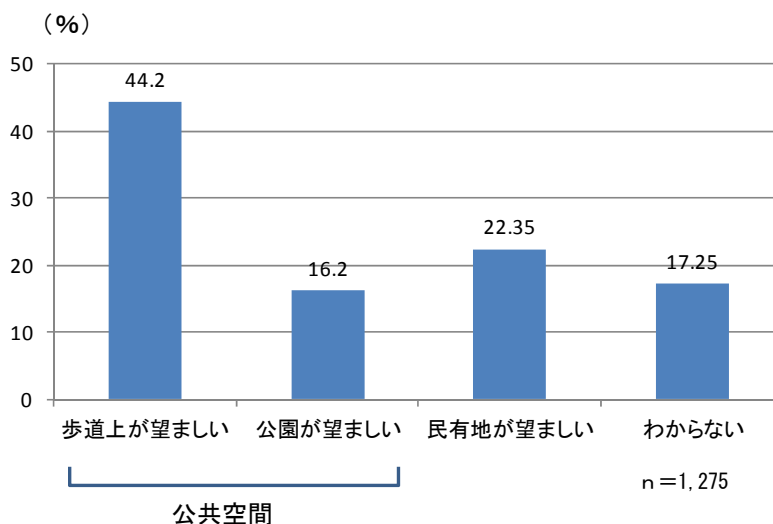


図4-8 屋台の望ましい場所

#### 4.2.7 市民が考える屋台存続の条件

屋台については「あったほうがいい」とする意見が多いものの、どのような形での存続を望んでいるのか。市民が考える屋台存続のための条件を聞いたところ、「現状のまま」が10.7%あるものの、「上下水道、トイレの拡充を行う」が43.5%と、最も多かった(図4-9)。市民は、衛生面について問題があるとする意見が最も多いことから、屋台存続のために上下水道、トイレの施設面での充実を求める人が多い。次に「ルールを厳格化する」が21.6%であった。

屋台存続のためには、衛生面を問題としており、インフラを含めた環境の改善とルールを厳格化することが不可欠であることを示している。

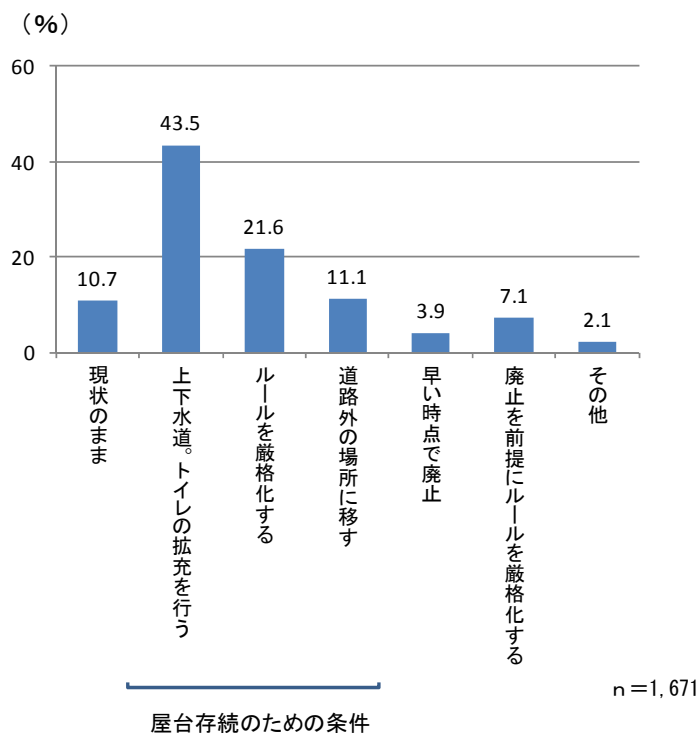


図4-9 屋台存続のための条件

#### 4.2.8 屋台の良い面

屋台は「あった方がいい」と考える人と「ない方がいい」と考える人は、どのような理由でそう考えるのかをみた。

「あった方がいい」と考える人は、97.2%が「良い面はある」と考えている。その良い面としては、「福岡(博多)らしさがある」が71.0%と最も多く、「福岡(博多)らしさがある」は、地域固有のアイデンティティであり、「あった方がいい」と考える人は、地域の顔の1つとして残すべきということであろう。次に「観光面で貢献している」(39.8%)であった。3番目に「庶民的で気軽に利用できる」(21.8%)、4番目に「気軽にコミュニケーションができる」(17.3%)であった(表4-7)。

「ない方がいい」と考える人は、「良い面はない」と感じている人が61.3%を占めている。一方で、「ない方がいい」と考える人も29.5%が「良い面はある」と答えている。そのいい面のトップとしては、「福岡(博多)らしさがある」であった。

「わからない」と回答した人も「良い面はある」とする意見が6割を占める。やはり「福岡(博多)らしさがある」「観光面で貢献している」とする意見が多かった。

表 4-7 屋台存続のための条件

		あったほうがいい		ないほうがいい		わからない		計	
		回答数	回答率(%)	回答数	回答率(%)	回答数	回答率(%)	回答数	回答率(%)
良い面	福岡(博多)らしさがある	905	71.0	20	11.6	83	37.2	1,008	60.3
	庶民的で気軽に利用できる	278	21.8	13	7.5	36	16.1	327	19.6
	アジアらしさがある	58	4.5	8	4.6	4	1.8	70	4.2
	メニューが豊富でおいしい	21	1.6	0	0.0	1	0.4	22	1.3
	夜遅くまで営業し便利	84	6.6	6	3.5	6	2.7	96	5.7
	便利な場所にある	34	2.7	1	0.6	5	2.2	40	2.4
	観光面で貢献している	507	39.8	17	9.8	63	28.3	587	35.1
	料金が安い	22	1.7	0	0.0	3	1.3	25	1.5
	夜間安心して歩ける	64	5.0	3	1.7	5	2.2	72	4.3
	屋台がある景観が美しい	170	13.3	3	1.7	11	4.9	184	11.0
	気軽にコミュニケーションできる	220	17.3	6	3.5	21	9.4	247	14.8
	わからない	0	0.0	3	1.7	5	2.2	8	0.5
	その他	24	1.9	1	0.6	3	1.3	28	1.7
	未回答	2	0.2	0	0.0	0	0.0	2	0.1
良い面はある		1,239	97.2	51	29.5	139	62.3	1,429	85.5
良い面はない		5	0.4	106	61.3	8	3.6	119	7.1
わからない		31	2.4	16	9.2	76	34.1	123	7.4
計(回答者数)		1275	100	173	100	223	100	1671	100

#### 4.2.9 屋台は「ないほうがいい」と考える人のその理由

先にみたように、市民が考える、最も解決すべき問題は、衛生面である。悪臭や道路が汚い、トイレがないといった問題である。しかし、屋台の永続的な営業を考えたときには、「ないほうがいい」と考える人のその理由を検討し、納得を求めることが重要であろう。

「あるほうがいい」と、「ないほうがいい」と、それぞれが考える問題点をクロス集計した。屋台は「ないほうがいい」と考える人は、「衛生面での問題点がある」が全体の52.6%と最も多く、「あったほうがいい」と考える人でも「衛生面での問題点がある」が30.1%あった(表4-8)。衛生面での解決なしに、理解は得られないことを表している。特に「ないほうがいい」と考える人は、その傾向が強い。

次に、「ないほうがいい」と考える人がそう考える理由は、「歩行者など通行を阻害」(36.4%)、「公共の道路上で営業している」(26.0%)であった。「悪臭や道路が汚い」(21.4%)、「営業モラルが低いこと」(20.2%)も、比率として高い。

「ないほうがいい」と考える人は、「公共の道路上で営業している」という点を特に問題にしているのが特徴である。「あるほうがいい」と考える人が、「公共の道路上で営業している」が問題とするのは、2.0%であるのに対して、「ないほうがいい」は26.0%であった。さらに、「歩行者など通行を阻害」も「ないほうがいい」と考える人の割合が36.4%と「あったほうがいい」と考える人の14.3%を大幅に上回っている。

公共空間での営業そのものに問題があるとする人も全体で5.1%おり、特に「ないほうがいい」と考える人に多いことになっている。



表 4-8 屋台存続のための条件

		あったほうがいい		ないほうがいい		わからない		計	
		回答数	回答率(%)	回答数	回答率(%)	回答数	回答率(%)	回答数	回答率(%)
問題点	歩行者など通行を阻害	182	14.3	63	36.4	26	11.7	271	16.2
	衛生面での問題がある	384	30.1	91	52.6	100	44.8	575	34.4
	悪臭や道路が汚い	215	16.9	37	21.4	42	18.8	294	17.6
	料金が不明瞭なこと	139	10.9	8	4.6	20	9.0	167	10.0
	トイレがなく放尿の問題あり	239	18.7	27	15.6	32	14.3	298	17.8
	公共の道路上で営業している	25	2.0	45	26.0	16	7.2	86	5.1
	使用料等の負担が不公平	24	1.9	9	5.2	1	0.4	34	2.0
	景観上好ましくない	0	0.0	5	2.9	3	1.3	8	0.5
	営業モラルが低いこと	82	6.4	35	20.2	15	6.7	132	7.9
	わからない	4	0.3	0	0.0	1	0.4	5	0.3
	その他	11	0.9	4	2.3	1	0.4	16	1.0
問題点はある		701	55.0	163	94.2	134	60.1	998	59.7
問題点はない		457	35.8	7	4.0	22	9.9	486	29.1
わからない		117	9.2	3	1.7	67	30.0	187	11.2
計(回答者数)		1275	100	173	100	223	100	1671	100

#### 4.3 屋台利用者の実態

##### 4.3.1 屋台利用者アンケート調査

市民の意向については、これまで何度か調査されてきたが、屋台の利用者の属性や意向については調査されたことはなかった。そこで福岡市の屋台について、屋台利用者が 1) 屋台利用者の属性や特徴、2) 屋台の魅力と感じていること、3) 望ましい屋台の営業場所などについてアンケート調査を行った。調査対象者は屋台の利用者とし、調査地区は図4-10のとおり、福岡市の天神地区・長浜地区・冷泉地区で営業中の屋台とした。営業中の屋台営業者に調査票の葉書を利用者に配付するように依頼し、利用者に葉書を投函してもらう方法で収集した。

調査項目を表4-9に示す。本調査は、2011年12月6日～2012年1月12日でアンケートの配布を営業中の屋台に依頼して行い、2011年12月7日～2012年1月31日で回収を行った。配布枚数は、天神地区808枚、長浜地区176枚、冷泉地区347枚の合計1331枚で、回収数は258枚（回収率19.4%）であった。

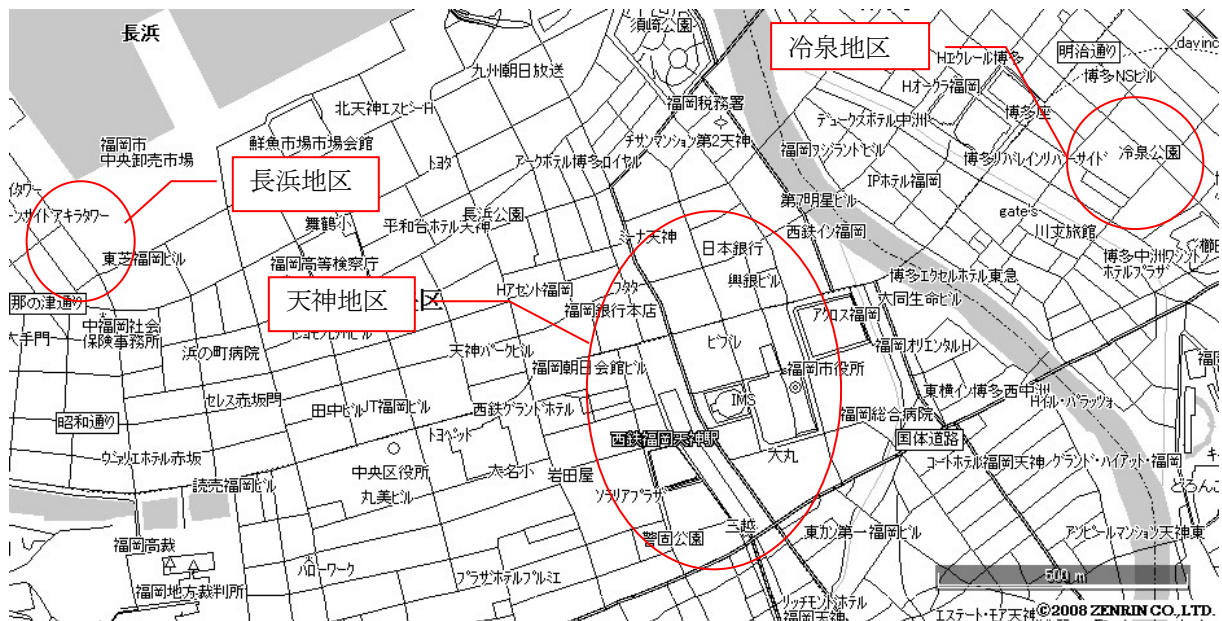


図4-10 屋台利用者アンケートの配布場所

表4-9 屋台利用者アンケートの質問項目

対象者	屋台の利用者		
調査主体	九州大学		
期間	2011年12月6日～2012年1月12日		
調査場所	天神・長浜・冷泉公園の営業中の屋台		
配布枚数	1331部	回収数	258部
調査項目	1. 来店人数とその関係 2. 福岡市の訪問目的 3. 屋台に行くまでの回遊行動 4. 屋台を選んだ情報源 5. 屋台と居酒屋の利用頻度と支払額 6. 屋台の魅力 7. 衛生設備に対する支払意志額 8. 望ましい屋台の営業場所		

#### 4.3.2 屋台の集客圏域

屋台の利用者に対するアンケートの結果、利用者の居住地は福岡市内が 56.0%と最も多かったが、福岡市外が 44.0%を占めている(図 4-11)。福岡県外も、23.1%を占めた。福岡県外では関東地方が 10.2%、関西地方が 4.6%、東北地方が 1.7%、中国地方が 1.3%であった。集客圏域は福岡市内だけでなく、全国に広がっていることがわかる(表 4-10)。一方、海外の利用者はほとんどなかった。これはアンケート票が日本語であったことが大きい。調査した 2011 年 12 月～12 年 1 月は、11 年 3 月の東日本大震災、及び、福島原子力発電所事故、円高傾向の持続により、入国外国人が減ったことが影響していたこともあろう<sup>(1)</sup>。

表 4-10 アンケート回答者の集客圏域

来訪地域	回答者数	回答率(%)
宮城県	1	0.4
山形県	3	1.3
埼玉県	2	0.9
千葉県	3	1.3
東京都	12	5.3
神奈川県	6	2.7
静岡県	3	1.3
愛知県	1	0.4
京都府	1	0.4
大阪府	5	2.2
兵庫県	5	2.2
島根県	1	0.4
山口県	2	0.9
福岡県	173	76.9
福岡市	126	56.0
佐賀県	2	0.9
長崎県	1	0.4
大分県	3	1.3
オーストラリア	1	0.4
計	225	100

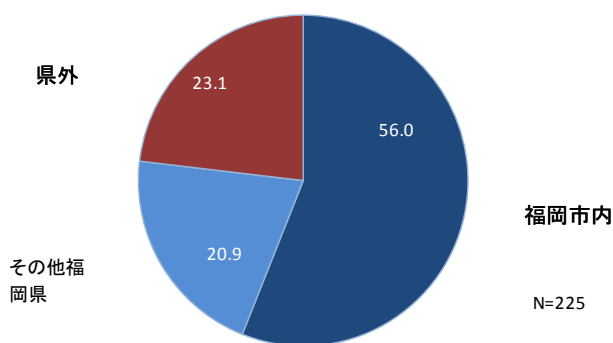


図 4-11 アンケート回答者の集客圏域

#### 4.3.3 男女別の利用状況

屋台利用者の男女比は、男性が 63.7%、女性が 36.3%であった(図 4-12)。屋台といえば、男性のイメージが強いが、女性の数も多いことがわかる。あとでみるコンベンション参加者にも実施されたアンケートにおいても女性の利用が 42.9%を占めており、それらの結果を考えると女性客は 3～4 割程度を占めると考えられる。福岡市において、夜の遊び場としては、カラオケや居酒屋、スナック等々あるが、福岡ならではのものは少ない。屋台は女性が気軽に足を運ぶことができる場として利用されている。

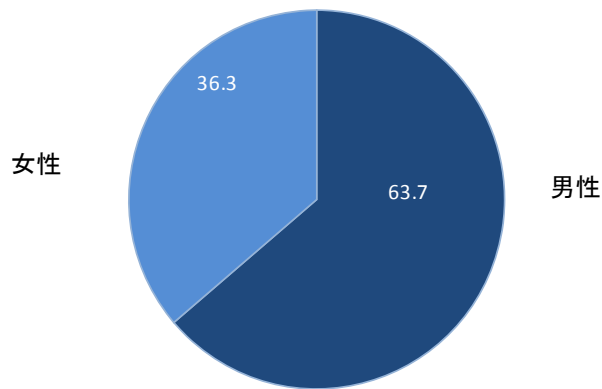


図4-12 アンケート回答者の性別<sup>(2)</sup>

#### 4.3.4 屋台利用者数の年齢

年代別では、20歳代が22.7%、30歳代が31.9%、40歳代が29.6%、50歳代が10.2%、60歳代以上が5.6%という結果で、30歳代と40歳代をあわせると6割を超える(図4-13)。次いで20歳代が多かった。屋台は「おじさん」世代のものというイメージがあるが、実際には比較的若い世代にも支えられていることがわかった。

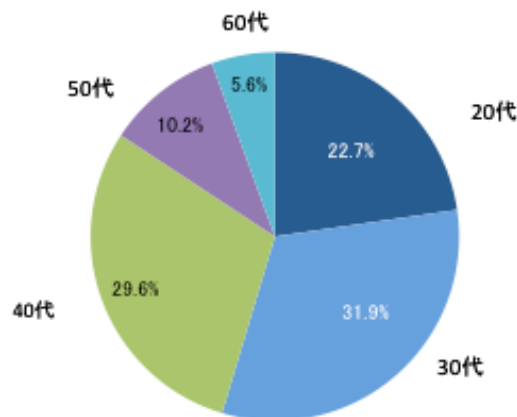


図4-13 利用者の年齢<sup>(3)</sup>

#### 4.3.5 屋台への来店人数

屋台に来たときの人数の割合は図4-14のようになった。屋台へ2人で来たという回答した人が最も多く37.7%で、3人で来たという回答した人が18.6%で次に多かった。また、1人で来たという回答した人も少なくとも16.2%であった。平均人数は3.0人となった(図4-14)。

どういった関係の人と来たのかを尋ねたところ、友人という回答した人が最も多く、また、会社の上司・部下・同僚といった会社の関係の集まりで屋台を利用している人が多かった。屋台は、1~3人の数人で飲む場合に最も利用されていると考えられる。

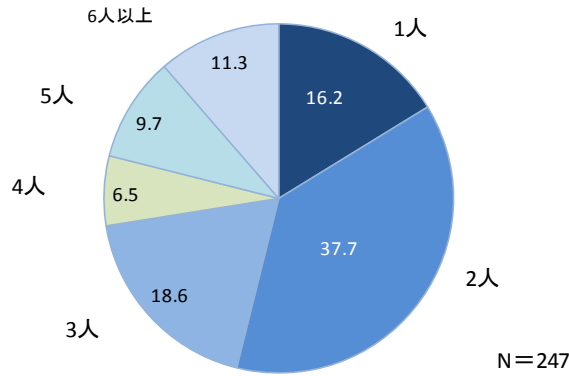


図4-14 屋台利用時の来店人数

#### 4.3.6 利用者の屋台に来る前の行動

屋台を訪れる前に主に立ち寄った場所について質問したところ、仕事帰りで来たという回答をした人が最も多く、また、居酒屋の次に来たという回答した人も少なくなかった（図4-15）。屋台は仕事帰りのサラリーマンや、居酒屋の二次会としても利用されている。また、観光や商業施設に関しては、天神周辺の商業施設等と回答した人が22.2%、キャナルシティを含む博多駅周辺を利用したと回答した人が13.6%、ヤフードーム、福岡タワー等百道周辺と回答した人が8.6%という結果になった。

福岡県内の観光地では太宰府や柳川、県外では佐賀、熊本、長崎などを訪れた後、福岡で屋台を利用していた。屋台利用者は、福岡市内の広範囲にわたって観光行動していることがわかった。

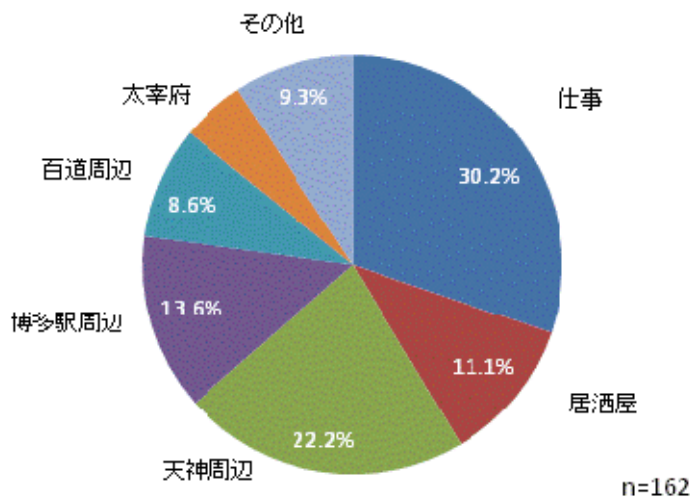


図4-15 屋台に来る前の立ち寄り先

#### 4.3.7 居酒屋と比べた場合の屋台の魅力

多くの人をひきつける屋台の魅力とは、どこにあるのだろうか。アンケートの「居酒屋などと比べて屋台の魅力とは何だと思いますか。」という質問に対して、県内容客と県外客ともに、「知らない者同士が気軽にコミュニケーションできる」であった。特に県外の人の方が「知らない者同士が気軽にコミュニケーションできる」ことを魅力と感じていることが分かった（図4-16）。男女でみた場合には女性にその傾向が強いことがわかる（図4-17）。さらに女性は「庶民的で気軽に利用できる」との回答が男性を上回っている。一方で、「屋外で飲食できる」につ

いては、女性はあまり魅力を感じていない。トイレの問題が、男性以上に深刻であることなどが考えられる。

「知らない者同士が気軽にコミュニケーションできる」「庶民的で気軽に利用できる」は屋台の最大の魅力であり、屋台問題の解決を考えた時に民有地への移転や民有地で屋台営業しても、こうした特徴がいかされる必要がある。

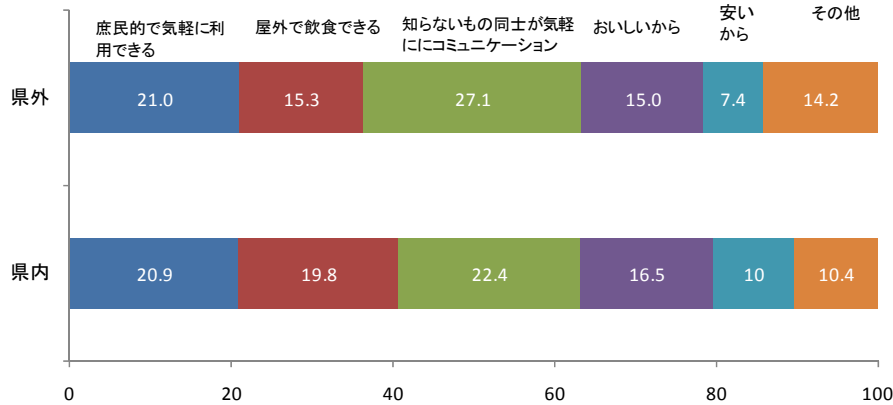


図 4-16 居酒屋と比べた場合の屋台の魅力（県外、県内）<sup>(4)</sup>

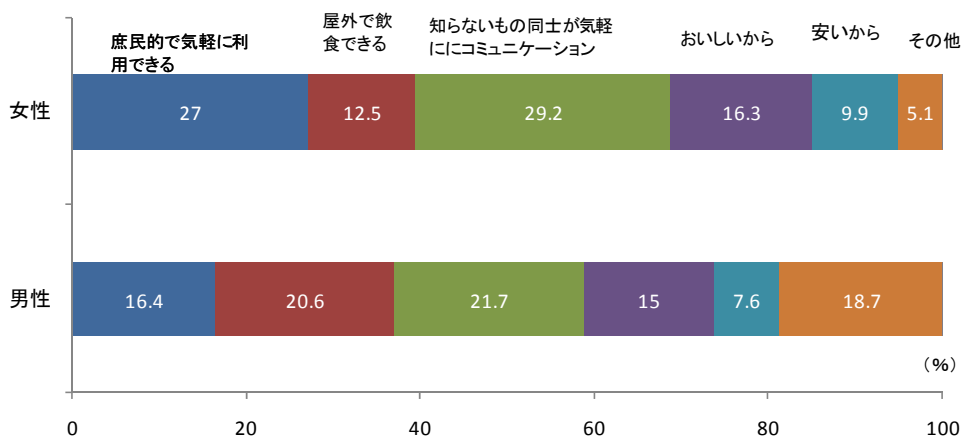


図 4-17 居酒屋と比べた場合の屋台の魅力（女性、男性）<sup>(5)</sup>

#### 4.3.8 衛生設備に対する支払意志額

屋台の問題点は、特に衛生面であると考えられるが、その解決のためには屋台もそれなりの負担をする必要があるわけであるが、それを負担するとなると、料金にも跳ねかえることになると考えられる。

アンケートの「屋台営業者が衛生面の改善のために衛生設備（上下水道・トイレ等）を設置しなければならず、そのために屋台の料金が上がった場合、料金の何%までなら払えますか。」という質問に対しては、「5～10%」と回答した人が 41.7%で最も多かった。また、値上げの幅は、「5%未満」、「5～10%」、「10～15%」といった違いはあるものの、全体の約 7 割が値上がりを許容できるといった意見であった（図 4-18）。一方で「払わない」と回答した人も 6.3%おり、「その他」の中にも、「屋台の料金に反映しないように、市が負担すべき」、「客が負担することではない」、「観光資源の一つとして、何らかの資金補助を公的に行うべき」等の意見があった。この結果より、一概に屋台の利用者が衛生設備の設置による料金の値上がりを許容できるとは言えないが、衛生面の改善は屋台が営業する上で必要な事項であり、衛生設備のための料金の値上がりは充分検討できると考える。

営業者が衛生設備（上下水道・トイレ等）を設置することで、利用者は、ある程度の値上げを容認することがわかったが、屋台事業者にとっては6.3%の客を失うとの反論もあろう。しかし、屋台経営的には、値上げで客を失う可能性もある一方、衛生面を整備したことによって新たな客を獲得する可能性もある。そのため繰り返しになるが、衛生設備のための料金の値上がりは充分検討できると考える。

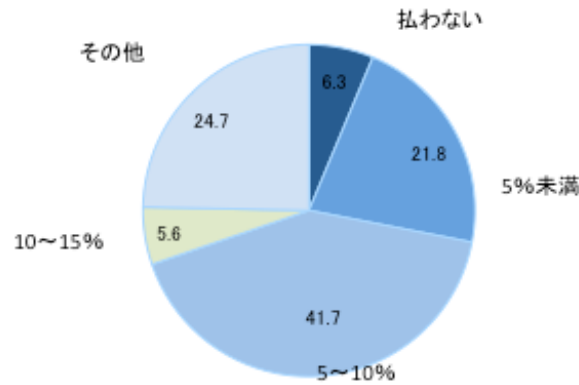


図4-18 衛生設備の整備による値上げの許容範囲<sup>(6)</sup>

#### 4.3.9 屋台の営業場所

屋台問題としては、衛生問題や交通の問題などであるが、利用者が今まで通り来るかどうかは別とするなら、解決策としては営業場所を問題の少ない所に変えることである。屋台の営業場所は道路上、公園内、民有地（屋台村のようにひとまとめにしてある場合）の3つの場合が考えられ、どれが望ましいかを尋ねた。質問に対しては、約75%が道路上、公園内といった公共空間での営業を望んでいることがわかった（図4-19）。民有地での営業は25.4%にとどまった。

県内と県外でクロス集計をすると、県内客では道路上を望む人が80%以上であるのに対し、民有地での営業を望む人は15%ほどに留まった。一方、県外では道路上が48.9%、民有地が45.7%と、道路上を望む人と民有地を望む人がほぼ同じ割合であった。観光客だけであるなら、十分、民有地への移転も考えられるが、地元の屋台利用者は、道路や公園などの公共空間志向が強く、利用者の立場からみても、民有地に移転させることは、できないことになる。

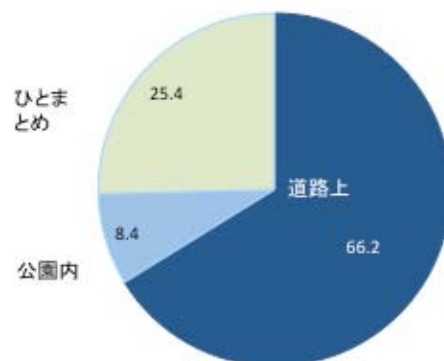


図4-19 屋台の営業場所<sup>(7)</sup>

#### 4.4 福岡市内ホテル宿泊者への屋台意識調査

##### 4.4.1 調査概要

利用者の中でも出張や観光客などの宿泊者に対して、アンケートを実施した。本調査の目的は、福岡市への訪問客が福岡市の屋台に関してどのような印象や利用意向を持っているのかを明確にすることであり、それを通して存続の必要性和存続のための条件を検討する材料の1つとすることである。ここでは1996年に福岡市経済振興局観光コンベンション課(当時)が行った屋台アンケート調査を基に調査項目を作成し、福岡市内6カ所のホテルの協力の下、調査を行った(図4-20)。本調査のやり方は福岡市内6カ所のホテルの宿泊者にアンケートを配布し、アンケートへ記入していただいた。本調査は2010年12月~2011年2月で実施し、127枚を回収した。

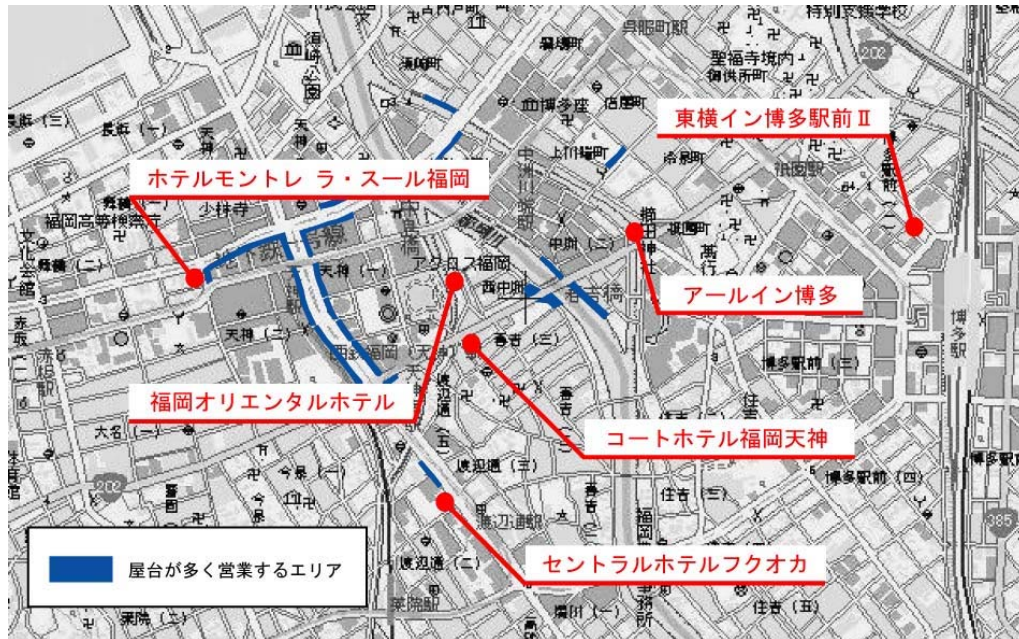


図4-20 アンケート実施ホテル位置

##### 4.4.2 回答者の属性

調査回答者の属性を以下に示す(表4-11)。全回答者の内、男性が74人(58.2%)、女性が52人(40.9%)であった。宿泊者においても比較的、女性の回答が多かった。年代別にみると10歳代が3人(2.4%)、20歳代が18人(14.1%)、30歳代が24人(18.9%)、40歳代が51人(40.2%)、50歳代が24人(40.2%)、60歳代が17人(13.4%)であった。職業別にみると会社員が78人(61.4%)が最も多い。自営業13人(10.2%)、パート・アルバイト8人(6.3%)、主婦(夫)7人(5.5%)と続く。また、回答者の居住者分布を見ると福岡県内13人、福岡県を除く九州・沖縄地方4人、中国地方6人、四国地方2人、近畿地方16人、東海地方4人、北陸地方1人、甲信越地方1人、関東地方34人、東北地方3人、北海道地方1人であった(表4-12)。関東、大阪などの大都市部からの宿泊客が多かった。



表 4-11 回答者の属性（職業・年齢）

(人)

		会社員	自営業	公務員	パート・アルバイト	学生	主婦(夫)	無職	その他	未回答	計
10歳代	男性	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	女性	0	0	1	0	2	0	0	0	0	3
20歳代	男性	4	1	0	0	0	0	0	1	0	6
	女性	4	1	1	1	4	0	0	1	0	12
30歳代	男性	12	2	1	0	0	0	0	0	0	15
	女性	6	1	0	0	0	0	1	1	0	9
40歳代	男性	20	5	2	0	0	0	0	0	0	27
	女性	8	0	0	3	0	2			0	13
		*1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
50歳代	男性	12	0	0	0	0	0	0	1	0	13
	女性	6	1	1	0	0	3	0	0	0	11
60歳代	男性	5	2	0	3	0	0	2	1	0	13
	女性	0	0	0	1	0	2	0	0	1	4
総計	男性	53	10	3	3	0	0	2	3	0	74
	女性	24	3	3	5	6	7	1	2	1	52

\*は性別不明

表 4-12 回答者の属性（福岡市の来訪目的・居住地）

(人、%)

	観光		仕事		観劇		スポーツ観戦		ショッピング		その他		未回答		回答者数	
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
北海道	0	0.0	1	1.7	0	0.0	0	-	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.8
東北	0	0.0	3	5.0	0	0.0	0	-	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	2.4
関東	6	28.6	18	30.0	2	25.0	0	-	0	0.0	7	30.4	1	50.0	34	26.8
甲信越	0	0.0	1	1.7	0	0.0	0	-	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.8
北陸	0	0.0	1	1.7	0	0.0	0	-	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.8
東海	0	0.0	2	3.3	1	12.5	0	-	0	0.0	1	4.3	0	0.0	4	3.1
近畿	5	23.8	10	16.7	1	12.5	0	-	0	0.0	0	0.0	0	0.0	16	12.6
四国	0	0.0	2	3.3	0	0.0	0	-	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	1.6
中国	2	9.5	0	0.0	1	12.5	0	-	0	0.0	3	13.0	0	0.0	6	4.7
九州沖縄	4	19.0	15	25.0	3	37.5	0	-	10	76.9	11	47.8	1	50.0	44	34.6
福岡県内	3	14.3	6	10.0	0	0.0	0	-	3	23.1	1	4.3	0	0.0	13	10.2
海外	0	0.0	1	1.7	0	0.0	0	-	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.8
未回答	1	4.8	0	0.0	0	0.0	0	-	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.8
総計	21	100.0	60	100.0	8	100.0	0	-	13	100.0	23	100.0	2	100.0	127	100.0

#### 4.4.3 高い屋台認知度

ホテル宿泊者に対して「福岡に屋台があることをご存じでしたか」と質問したところ、回答者の91.3%が「知っている」と回答した。回答者の7.1%は「知らない」と回答している(図4-21)。96年に同様の調査<sup>(8)</sup>が行われおり、その時も93.0%が知っていると回答している。屋台の認知度は高く、すでに全国区になっているとみてよい。また、屋台問題についても40.9%が「知っている」と回答しており、良い意味でも、悪い意味でも全国的に注目される存在でもある(図4-22)。

次に「知っている」と回答した人を対象に、どのような媒体で屋台のことを知ったかについて質問したところ、「以前行ったことがある」と回答した人は62.1%と6割を超えた(図4-23)。テレビ、雑誌、新聞などのマスメディアを通して「知った」というのも多い。また旅行案内というのも15.5%あった。旅行業界においても旅行商品の中に屋台チケットを組み込むなど、屋台は観光資源の1つとみなされている。さらに知人・友人を通して知

ったという口コミも 20.7%と 2 割を超えている。屋台経験者が増え、さらにマスコミや口コミで屋台情報が伝わっていることがわかる。

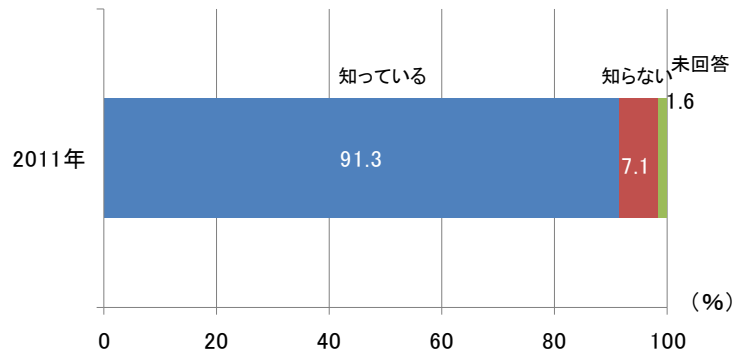


図 4-21 ホテル宿泊者の屋台認知度

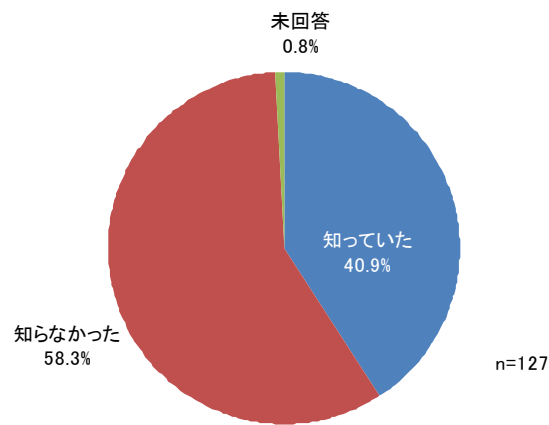


図 4-22 屋台問題の認識

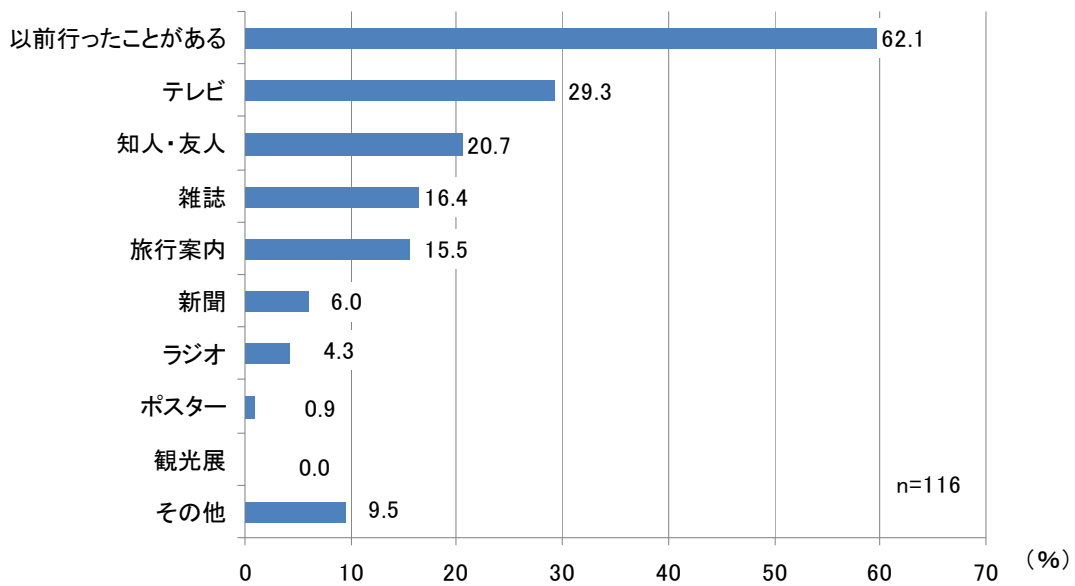


図 4-23 屋台認知の方法 (媒体)

#### 4.4.4 宿泊者の屋台利用

宿泊者に「今回の旅行で、福岡の屋台に行かれましたか」と質問したところ、回答者の13.4% (17人)が「行った」と回答している(図4-24)。コンベンション参加者の屋台の訪問割合の20.4%<sup>(9)</sup>と比較すると、それよりも少ないが、コンベンションがアフターコンベンションとセットになった都市観光の要素も強く、夜の観光を楽しむ参加者も多いことから、この調査結果はある程度妥当なものとする。屋台に行った人に対して行った理由を聞いたところ、「有名だから」が35.3%とトップであった。標本数が少ないので、注意を要するが、来訪者も福岡のブランド、名物と認識している。次に「屋台の雰囲気が好きだから」が29.4%であった。屋台の持つ独特の雰囲気が多くの人をひきつけている(図4-25)。

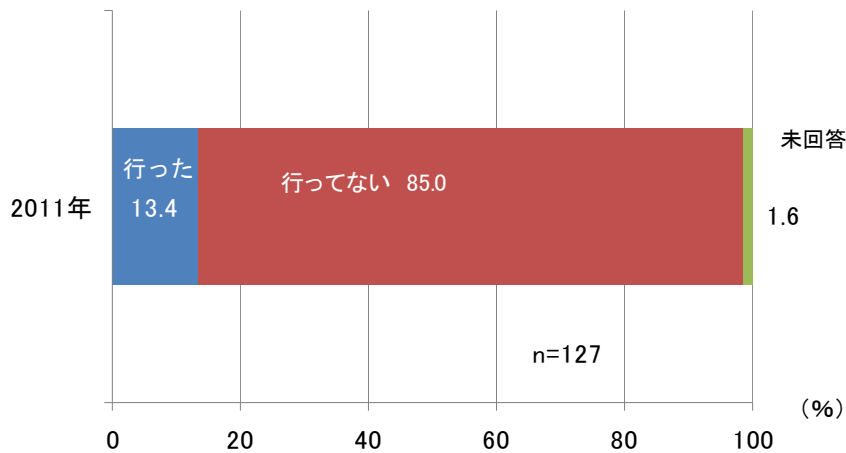


図 4-24 ホテル宿泊者の屋台認知度

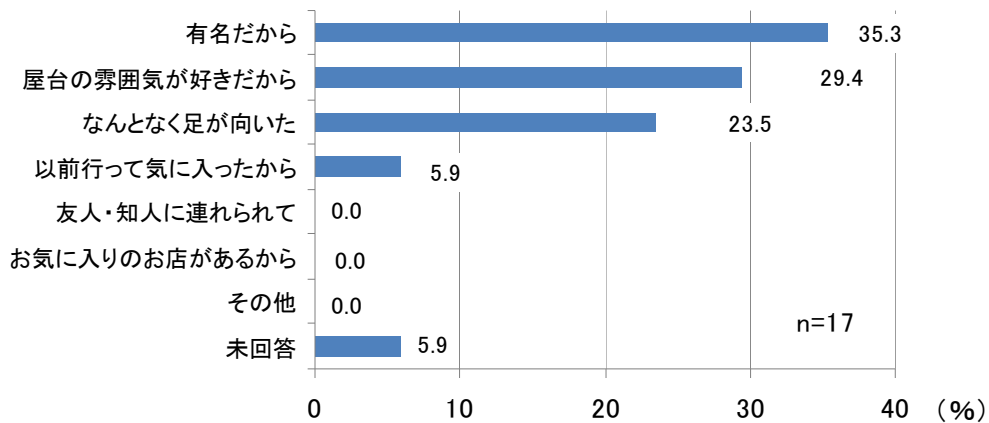


図 4-25 屋台を利用した理由

#### 4.4.5 屋台での使用金額

屋台での使用金額をみると(表4-13)、1,500円~2,000円との回答が一番多かった。この結果から算出すると平均18,25円となった。屋台事業者向けアンケート<sup>(10)</sup>では、屋台利用者は市民、来訪者あわせて、およそ1,500

円と答えており、宿泊者の方が若干、多く注文・支出している可能性もある。

表 4-13 1人あたりの屋台での使用金額

金額	回答数	構成比
500円以内	0	0.0
501～1000円	3	21.4
1001～1500円	3	21.4
1501～2000円	5	35.7
2001～2500円	2	14.3
2501～3000円	1	7.1
3000円以上	2	14.3
	14	100

#### 4.4.6 屋台の印象

屋台に行った人に対し、屋台に行って感じた印象について、①屋台の雰囲気、②屋台の料金、③料理のおいしさ、④店の対応、⑤衛生面についての5項目について、5段階で評価してもらったところ、雰囲気（1:親しみにくい～5:親しみやすい）4.19、料金（1:高かった～5:安かった）3.38、料理（1:おいしくなかった～5:おいしかった）4.13、店の対応（1:悪かった～5:良かった）4.06、衛生面（1:不衛生だった～5:衛生的だった）3.00という結果が得られた。1996年の調査結果と比較しても、雰囲気-0.08、料金+0.06、料理+0.01、店の対応-0.01、衛生面-0.05とほとんど変化がなかった（表4-14）。屋台利用者は屋台の持つ「雰囲気」を最も重要と考えていることがわかる。屋台が移転や、移動をした場合でも現在の雰囲気を保つことができれば、利用者を減らさず、事業者の収入を確保できるものと考えられる。

「屋台は福岡のイメージにあっていると思いますか」と尋ねたところ、91.3%が福岡のイメージにあっていると回答している。屋台が福岡のブランドとして認識されている、その魅力は屋台の持つ独特の雰囲気にあるといってもよい（図4-26）。

表 4-14 屋台の魅力度

	1996年①	2011年②	②-①
雰囲気	4.27	4.19	-0.08
料金	3.32	3.38	0.06
料理	4.12	4.13	0.01
店の対応	4.06	4.05	-0.01
衛生面	3.05	3.00	-0.05

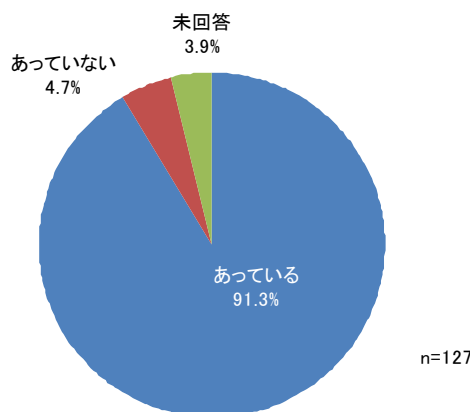


図 4-26 福岡は屋台のイメージにあっているか

#### 4.4.7 宿泊者にとっての屋台問題

「あなたは屋台の存続についてどう思われますか」という質問に対して、81.1%が「残してほしい」と回答している。次に「どちらでもよい」と回答したのは16.5%であった。「なくなってもよい」と回答したのはわずか

2.4%であった（図4-27）。さらに「次回、福岡にお越しの際に、屋台に行きたいですか」との質問では、63.0%が行きたいと回答していた。屋台の認知度の9割や存続意向の8割に比べると低い結果になっているが、屋台に行きたいとする潜在的な需要もあることを示している。

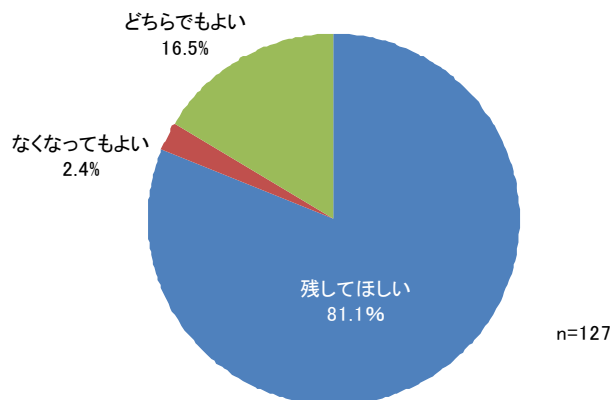


図4-27 屋台の存続の有無

#### 4.4.8 宿泊者が屋台に行かない理由

屋台に行かなかった宿泊者を対象に、なぜ行かなかったかを聞いたところ、「時間がなかった」「屋台以外のお店に行く予定があった」「あまりお酒を飲まない」などの主体的な理由をのぞくと、「衛生面が気になる」「トイレがなさそうだから」「屋台周辺のおいが気になる」といった屋台の立地環境であった（図4-28）。県外の利用者を増やすためには、衛生面、トイレ、上下水道の問題の解決が不可欠である。アンケートの結果、衛生面を整備することで、宿泊客の中で「行かなかった人」の11%の利用客が増えることが考えられる。これだけ増加すると、宿泊客の22.8%が屋台を利用することになる。

##### <計算の過程>

衛生面が整備されれば屋台を訪問する人=127人（宿泊者アンケート回答者）×85%（行かなかった人の割合）  
×11.1%（衛生面が気になる）=12人

衛生面の整備で屋台を訪問する人の割合=（17人（実際の訪問者数）+12人）÷127人（アンケート回答者）×100=22.8%

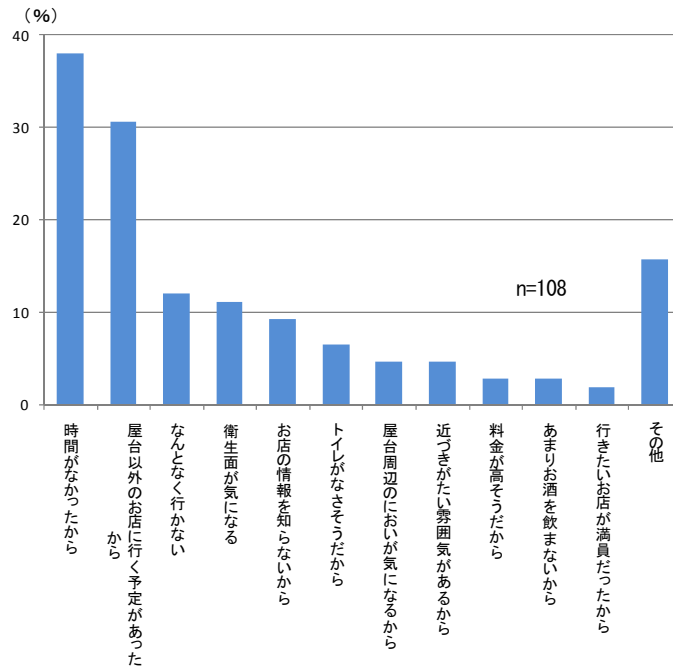


図 4-28 屋台に行かなかった理由

#### 4.5 コンベンション参加者の動向

##### 4.5.1 参加者の訪問場所

福岡市においては、学会や国際会議などのコンベンションの誘致が活発化している。財団法人福岡コンベンションセンターが福岡国際会議場で実施した来場者の3年分のアンケートをもとに、筆者の方で集計しなおし、コンベンション参加者の訪問場所または訪問予定をみた(図4-29)。最も多いのは、「中洲飲食店街」で次に「天神(ショッピング)」が続き、その次に「屋台」「キャナルシティ博多」であった。コンベンション参加者のおよそ2割が「屋台」を訪問したことがわかった。

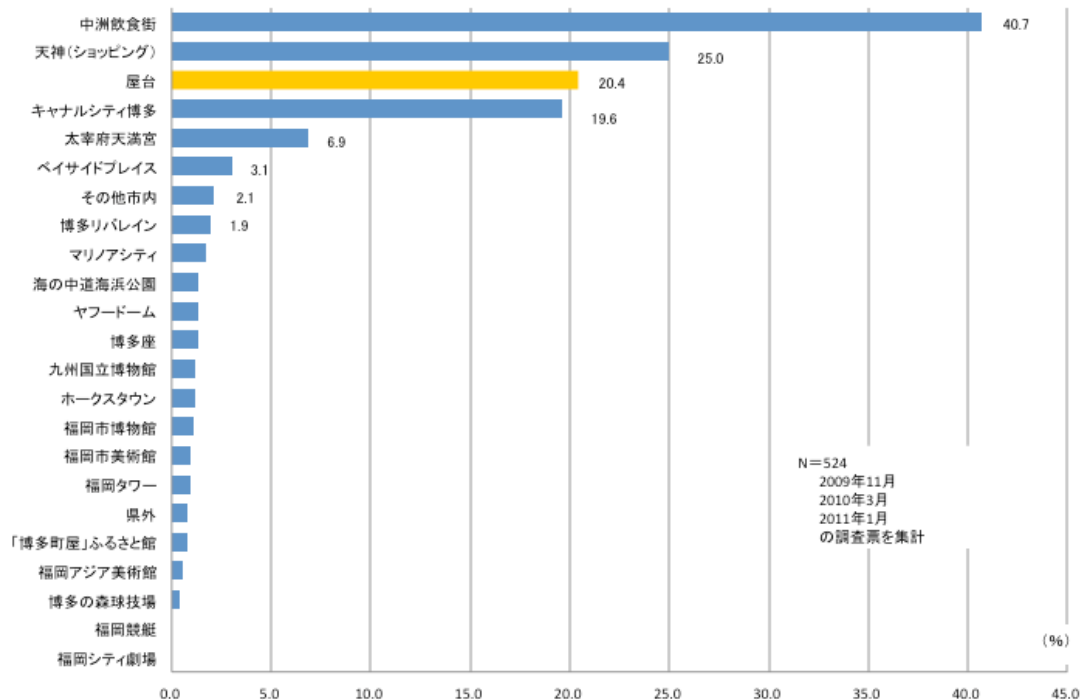


図4-29 コンベンションの参加者の訪問場所・訪問予定

#### 4.5.2 女性の訪問率が高い

コンベンションの参加者の訪問地を性別にみると、男性は「中洲飲食店街」が51.3%と半分以上を占めたのに対して、女性は25.2%にとどまった。

女性は、「天神（ショッピング）」（36.9%）が最も多く、次に「中洲飲食店街」（25.2%）、「屋台」（21.5%）であった（表4-15）。コンベンションに参加した女性は、コンベンションのあとの重要な訪問地として屋台を選択していることがわかる。これは、コンベンション参加者の屋台来訪者107名のうち、女性が46名であり、43.0%を女性が占めることになる。屋台利用者の調査<sup>4)</sup>の女性36.3%に比べると、若干、多い感もあるが、コンベンションのために遠方からきた女性にとって「中洲飲食店街」の利用が男性よりも少ない分、屋台が多い可能性がある。

年代別にみると30代、40代の訪問率がそれぞれ24.2%、24.6%以上と高かった。一方、20代以下、50代以上は、少なかった。中洲飲食店街の訪問も30代、40代が多く、そういう意味では夜を積極的に楽しむ世代が「屋台」を楽しんでいる可能性がある。

表4-15 コンベンション参加者の訪問率（性別、年代別）

(人、%)

	全体	性別		年代別			
		男性	女性	20代以下	30代	40代	50代以上
サンプル数	524	310	214	97	207	138	82
中洲飲食街	40.7	51.3	25.2	29.9	42.5	47.8	36.6
天神(ショッピング)	25.0	16.8	36.9	23.7	28.5	26.1	15.9
屋台	20.4	19.7	21.5	14.4	24.2	24.6	11.0
キャナルシティ博多	19.6	20.3	18.7	22.7	20.3	20.3	13.4
太宰府天満宮	6.9	3.5	11.7	3.1	6.8	9.4	7.3
バイサイドプレイス	3.1	3.6	2.3	5.2	2.4	1.4	4.9

#### 4.6 本章のまとめ

本章では、福岡市民と屋台利用者が考える屋台営業を存続させるための条件について述べた。屋台営業が持続可能な条件としては、まずは福岡市民と利用者の支持が必要である。どのような意向を得ているのかを明らかにするとともに、市民の支持を得るための条件について述べた。福岡市が96年に実施した「福岡市民を対象としたアンケート調査」「訪問客へのアンケート調査」の2つのアンケートと比較するために2008年に著者らがアンケート調査を実施し、市民と利用者の意向の変化をみて、存続の条件について述べた。

(1) 市民は約8割が行ったことがあると回答しており、市民の屋台経験者は多く、屋台に「良い面はあると思う」と答える割合も2008年85.5%あった。屋台に対して「問題点はあると思う」とした市民は、96年の74.9%が2008年には59.7%に減っており、屋台問題は減少しつつあると考えられた。しかし、これは屋台の数が210軒から163軒と2割以上減ったことで問題に遭遇する市民が減っているためであり、実際に1軒あたりが抱える屋台の問題の大きさは、ほとんど変わらないことが明らかになった。

(2) 屋台問題の内容を聞くと、2008年では「衛生面」(38.0%)、「トイレなく放尿」(15.8%)、「悪臭・道路汚い」(15.6%)がベスト3であった。衛生面での整備が遅れていることを反映している。これら3つの問題の割合も減少しているが、屋台の減少率とほぼ同じか、それ以下であり、1軒あたりで問題はほとんど解決されていないことになる。衛生面の次の問題点としては、「歩行者など通行を阻害」(2008年14.4%)、「料金が不明瞭なこと」(2008年8.9%)、「営業モラルが低いこと」(2008年7.0%)等の項目であった。これら3つの項目は96年に比べて4割以上の減になっており、屋台の数の減少率に比べても大幅な減少となった。屋台指導要綱や屋台組合の取り組みが奏功したともいえる。衛生問題の減り方が少ない分、衛生問題の指摘がより目立つことになった。

(3) 屋台利用者のアンケートの結果では、居住地が福岡市内というのは56.0%と最も多かったが、福岡市内以外の福岡県内が20.9%を占め、県外が23.1%を占めるなど、屋台が広域から集客していることがわかった。性別でみると、女性の利用は、36.3%を占めており、女性利用が比較的多いのも特徴である。コンベンションの利用者においても、女性の利用が多く、屋台は男性客が多いといったイメージとも異なっていた。屋台利用者のアンケートの結果では、屋台利用者は、屋台の魅力を「知らない者同士がコミュニケーションできる」という回答が最も多かった。特に県外客が「知らない者同士がコミュニケーションできる」を評価している。一方で、そうした評価される点を民有地でも実現できれば、公有地にこだわる理由はないことを述べた。

(4) 屋台営業の問題点としては、衛生面であるが、衛生設備を整備するために屋台の料金が値上がりすることに対しては、7割程度の人が許容できるという意見であった。一方で経営的には、値上げで客を失う可能性もあるが、衛生面を整備したことによって新たな客を獲得する可能性もある。屋台の営業場所に関しては、約75%の人が道路や公園などの公共空間での営業を望んでいるが、一方で民有地での営業を望んでいる人も約25%おり、民有地での屋台の営業も検討すべき事項であるといえる。

(5) 宿泊者アンケートにおいて、屋台が福岡のイメージにあっているかを聞いたところ、9割がっていると回答した。残してほしいも8割を超えている。屋台はすでに福岡のブランドとなっており、外部からも支持されていることを表している。宿泊者へのアンケートで「屋台に行かなかった理由」としては、5~10%程度が衛生面の不備を挙げており、トイレや上下水道などの衛生面での整備が進めば、さらに屋台利用は増える可能性が高い。



#### 【脚注】

- (1) 九州7県の入国外国人数は、2011年3月に発生した大震災の影響から2010年の1,001千人が2011年には726千人まで減少した。参考文献3)に詳しい。
- (2) このアンケートにおいては屋台の利用頻度が高い人の影響が大きくなるように、屋台の利用頻度で(年間利用回数)で割って補正している。
- (3) このアンケートにおいては屋台の利用頻度が高い人の影響が大きくなるように、屋台の利用頻度で(年間利用回数)で割って補正している。
- (4) このアンケートにおいては屋台の利用頻度が高い人の影響が大きくなるように、屋台の利用頻度で(年間利用回数)で割って補正している。
- (5) このアンケートにおいては屋台の利用頻度が高い人の影響が大きくなるように、屋台の利用頻度で(年間利用回数)で割って補正している。
- (6) このアンケートにおいては屋台の利用頻度が高い人の影響が大きくなるように、屋台の利用頻度で(年間利用回数)で割って補正している。
- (7) このアンケートにおいては屋台の利用頻度が高い人の影響が大きくなるように、屋台の利用頻度で(年間利用回数)で割って補正している。
- (8) 参考文献1)に詳しい。
- (9) 図4-29に示す。
- (10) 屋台事業者向けアンケートは平成23年10月12日(水)～10月20日(木)で福岡市が実施した。対象155軒、有効回収数107軒であった。3つの屋台組合長が配布し、回収している。

#### 【参考文献】

- 1) 屋台問題研究会「屋台問題研究会報告」1998
- 2) 川副文彦(2009年)「都市における屋台の状況と市民意識調査—福岡市を対象として—」九州大学卒業論文
- 3) 財団法人九州経済調査協会「図説九州経済2013」,94pp
- 4) 永島祐樹(2012年)「福岡市の屋台の利用実態と存続の条件に関する研究」九州大学工学部卒業論文



## 第5章 屋台営業の都市経済に与える影響



## 5.1 はじめに

屋台が営業することで、都市の環境や景観に負荷が生じ、それを軽減するためのルールがつけられた。しかし、そのルールが守られないといった問題が生じている。この問題の解決は必要であるが、その一方で、ルールに注目し、福岡市に経済的な効果を及ぼしていることについては言及されず、屋台を失うことは都市の重要な産業を失うという認識もなかった。屋台が及ぼしている都市への経済的な効果について、これまで測定されることはなかったのは、屋台を食文化としてとらえ、産業としてみてこなかったことに起因している。この章では、計量的、経済的な側面から屋台の効果を明らかにすることで、屋台利用者にとっての有用性だけでなく、都市全体にとっての屋台の必要性を検討したい。

## 5.2 屋台の産業規模

福岡市が実施した屋台事業者向けアンケートの結果をもとに産業としての規模をみた。

1日1軒あたりの利用者数30人と利用単価1,500円、年間営業日数257日をもとに計算すると、1軒1カ月の売上高は963,750円となる。これをもとに、全屋台数150軒で計算すると、年間売上高17.3億円、従業者数390人程度の産業規模となる。屋台事業者が答えた単価1,500円や1日利用者数30人が少なく見積もられている可能性もあるが、従業員数からみると、400人規模の企業、いわゆる中堅企業クラスの企業規模とみることができる。また、集客施設とみれば、150軒の屋台が、1日30人の利用者で、257日営業していることから、年間1,156,500人が利用していることになる。福岡ドームのソフトバンクホークスの入場者数がおおよそ200万人<sup>(1)</sup>と考えられることから、その半分の集客力があることになる。屋台を集客装置としてみた場合、それなりの影響力を持っていることがわかった。そのほか他の産業を補完する役割もある。例えば、コンベンション参加者のおよそ2割が「屋台」を訪問したことがわかった。福岡市においては、学会や国際会議などのコンベンションの誘致が活発化しているが、「屋台」も福岡市のコンベンション機能として貢献していると考えられる。

### 〈計算の過程〉

$$\begin{aligned} \text{屋台1軒あたり1日利用者数} &= (26.7 \text{人 (平日利用者数)} \times 5 \text{日} + 40.4 \text{人 (休日利用者数)} \times 2 \text{日}) \div 7 \text{日} \\ &= 30 \text{人} \end{aligned} \quad \text{①}$$

$$\begin{aligned} \text{屋台の利用者数} &= 30 \text{人/日} \cdot \text{軒} \quad (\text{屋台1軒あたり1日利用者数}) \times 257 \text{日 (年間営業日)} \times 150 \text{軒 (営業屋台数)} \\ &= 1,156,500 \text{人} \end{aligned} \quad \text{②}$$

$$\begin{aligned} \text{屋台の売上高 (産業規模推計)} &= 1,156,500 \text{人 (屋台の利用者数)} \times 1,500 \text{円 (平均売上高)} = 17.3 \text{億円} \end{aligned} \quad \text{③}$$

$$\begin{aligned} \text{屋台の従業者数 (推計)} &= 2.6 \text{人 (1軒あたりの従業者数)} \times 150 \text{軒} = 390 \text{人} \end{aligned} \quad \text{④}$$

## 5.3 経済効果の計算

### 5.3.1 経済波及効果フロー

屋台が存在することによる福岡市への経済効果を算出した。算出にあたっては、福岡市が公表している「2005年福岡市産業連関表」<sup>1)</sup>を用いた。屋台営業による需要の増加額を測定し、経済波及効果を算出した。経済波及効果の算出フロー等は以下のとおりである (図5-1)。

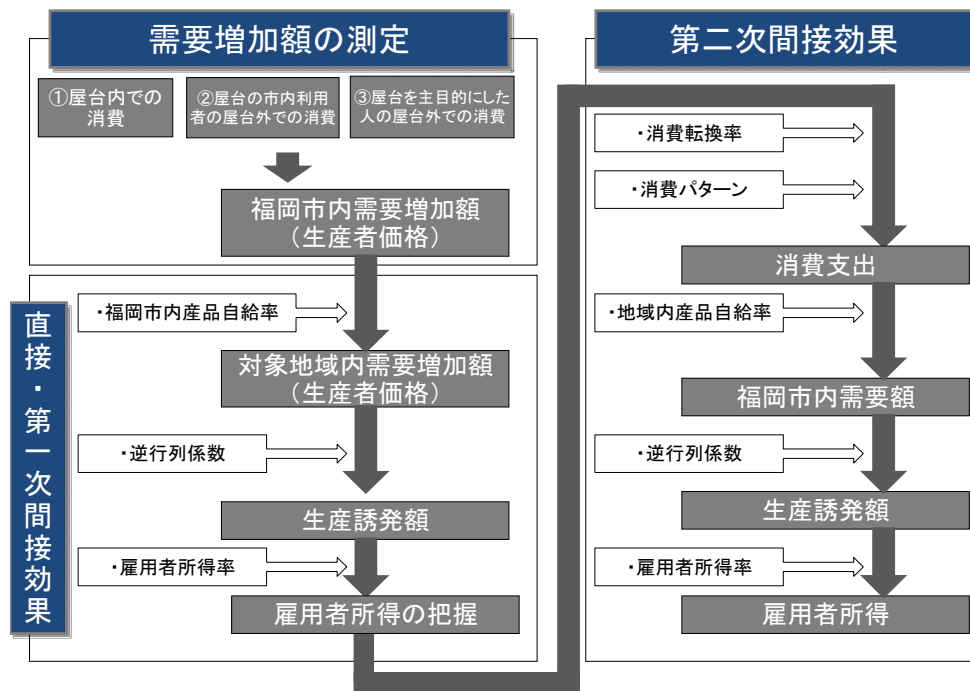


図5-1 経済波及効果の算出フロー

屋台の経済効果を算出するために①屋台内での消費の増加分と、②屋台を主な目的にした来訪者の市内での消費、③市内利用者が屋台に行くために使った交通費、の3つにわけた。

屋台内での消費の増加分は、主目的以外の人や屋台で増やした消費額である。通常の飲食店と比較した場合に、屋台で増やした消費額である。屋台で飲食することによって、食材や電気、ガス等が必要となり、都市経済に波及効果を与えることになる(表5-1)。屋台事業者のアンケートをもとに、利用者1人あたりの支出額と通常の飲食店での消費額の差を増分とし、それに屋台数と営業日数を乗じて需要の増分とした。

2つは、市内利用者の屋台までの交通費である。屋台に行く時に発生するタクシー代、バス代などがこれにあたる。

3つは、市外利用者、ここでは「屋台を主目的に来訪した人」の消費である。屋台がなかったとしたら福岡市内に来なかった人である。宿泊客、日帰り客の比率を2012年の調査<sup>(2)</sup>から推計し、福岡市の観光動態統計調査報告書<sup>2)</sup>をもとに1人あたりの福岡市内での消費額を乗じて総需要額を算出した。屋台があることで発生する以上の3つの需要を加算し、福岡市の産業連関表(IO表)を用いて経済波及効果を算出した。IO表は福岡市の2005年31部門表を用いる。

表 5-1 屋台営業で生じる需用項目

消費者の分類	需要項目
①屋台内での消費の増加分	飲食費
②屋台の市内利用者の屋台外での消費	交通費
③屋台を主目的に来訪した人(市外利用者)の屋台外での消費	宿泊費
(日帰り客、宿泊客)	買い物代
	土産物代
	交通費
	飲食・喫茶費
	その他(入場費等)

### 5.3.2 屋台の主目的率について

屋台を訪問する人は、屋台をメインの目的(主目的)として来る人と、何かの「ついで」に来る人(サブ目的)の2つに分けられると考えられる。ついでにとは、例えば出張や学会、ショッピングなどのメインの目的があって、その「ついで」に来る人のことである。ここでは主目的でくる人の消費を屋台の主目的の効果とした。すなわち、屋台がなければ、福岡に来なかった人の消費であり、屋台がなくなれば消滅する需要である。

ここで屋台を主目的にして来る人(屋台がないとするなら福岡市に来ない人)と、それ以外の屋台利用者をここで分ける。屋台が「ない」と福岡に来なかった人は、アンケートにより屋台に来た人の6%<sup>(3)</sup>と考えられる。実数で主目的の人が69,390人と推計された。また、それ以外の主目的が出張や学会、または観光などで、「ついで」に屋台を利用した人は1,087,110人であった。

### 5.3.3 屋台内での需要増分の計算

福岡市が実施した「屋台事業者向けのアンケート」をもとに、求めた年間1,156,500人の利用者数のうち、主目的の以外の人1,087,110人の飲食での増分を試算した。

屋台内での消費額については、通常の飲食費よりも多い分を需要の増加額とした。屋台事業者向けアンケートでは、1人あたりの平均の売上高単価は1,500円である。ラーメン店での消費がラーメン一杯とビール1本で考えると、およそ1,000円と考え、500円を需要の増加分とし、これに主目的以外の人数を乗じると、5.4億円となった。

#### <計算の過程>

屋台の売上高 = 1,087,110人(主目的以外の屋台利用者数) × 500円(屋台の売上高増分) = 5.4億円

### 5.3.4 屋台を「ついで」に利用する人の交通費

屋台を訪れるために市内交通費を利用することになるが、その額は1人あたり157円であった。これは蟻正が実施したアンケート調査<sup>(4)</sup>において、市内の出発地と目的地の間に屋台に行った人の交通費(市内)と、屋台に寄らなかった人との差をとると、それが157円であったためである。これをもちに、主目的以外の人々の交通費を算出すると1.7億円となった。

#### <計算の過程>

屋台を「ついで」に利用する人の交通費 = 157円 × 1,087,110人 = 170,676,270円 = 1.7億円

### 5.3.5 屋台を主目的にした人の福岡市内での消費額

屋台を利用した来訪者アンケートの調査をもとに<sup>(5)</sup>、日帰り客と宿泊客に分けた。日帰り来訪者は12.5%、宿泊来訪者は87.5%であり、総利用者をそれぞれ8,674人と60,716人に分けた。屋台を主目的に訪れる人の場合、夜も遅くなり、通常宿泊客が多いことが推測される。来訪者の福岡市内での消費額は、「福岡市観光動態調査報告書(平成22年3月)」<sup>2)</sup>の1人あたりの来訪者の消費額によって推計した。域外からの交通費は、出発地と到着地でそれぞれ、支出されたと考え、交通費総額の半分を計上した。これをもとに、試算すると、市外来訪者の支出額は表5-2になる。屋台利用者のうち日帰り客と宿泊客の宿泊費、買い物代、土産物代、交通費、飲食・喫茶費、その他(入場料等)は総額で22.6億円となる。さらに、主目的以外の人の市内交通費と飲食喫茶費をあわせると、7.1億円となる。全体の需要増加額は29.8億円となった。

表5-2 屋台を主目的にした利用者の福岡市内での消費額

①域外からの屋台利用者の消費 (円)

	日帰り客(8,674人)		宿泊客(60,716人)		消費額①
	消費単価	消費額	消費単価	消費額	
宿泊費	0	0	7,090	430,478,213	430,478,213
買い物代	7476	64,844,955	7,029	426,774,521	491,619,476
土産物代	2990	25,934,513	4,434	269,215,853	295,150,365
市内交通費	1177	10,209,004	2,615	158,772,994	168,981,998
飲食・喫茶費	1571	13,626,461	4,186	254,158,223	267,784,684
入場費等	2135	18,518,456	1,536	93,260,160	111,778,616
		交通費 (域外の交通費)	8,185	496,962,506	496,962,506
総計					2,262,755,858

②市内の屋台利用者の消費額 (円)

	市内(1,087,110人)	
	消費単価	消費額②
宿泊費		
買い物代		
土産物代		
市内交通費	157	170,676,270
飲食・喫茶費	500	543,555,000
入場費等		
総計		714,231,270

③全体の消費額 (円)

	消費額(①+②)
宿泊費	430,478,213
買い物代	491,619,476
土産物代	295,150,365
市内交通費	339,658,268
飲食・喫茶費	811,339,684
入場費等	111,778,616
域外交通費	496,962,506
総計	2,976,987,128



### 5.3.6 福岡市産業連関表への格付け

算出した福岡市の総需要の増加分 29.8 億円を平成 17 年（2005 年）の福岡市産業連関表 31 部門に格付けした。買い物代や土産物代は商業に、市内交通費や域外交通費は運輸、宿泊費や飲食・喫茶費、入場料等は対個人サービスに格付けし、経済波及効果を測定した（表 5-3）。

表 5-3 福岡市産業連関表への格付け項目と最終需要額

(円)

	産業部門	消費項目	最終需要額
01	農林水産業		0
02	鉱業		0
03	食料品		0
04	繊維製品		0
05	パルプ・紙・木製品		0
06	化学・石油・石炭製品・非鉄金属		0
07	窯業・土石製品		0
08	金属製品		0
09	一般機械		0
10	電気機械		0
11	情報・通信機器		0
12	電子部品		0
13	輸送機械		0
14	精密機械		0
15	その他の製造工業製品		0
16	建設		0
17	電力・ガス・熱供給		0
18	水道・廃棄物処理		0
19	商業	買い物代、土産物代	786,769,841
20	金融・保険		0
21	不動産		0
22	運輸	市内交通費、域外交通費	836,620,774
23	情報通信		0
24	公務		0
25	教育・研究		0
26	医療・保健・社会保障・介護		0
27	その他の公共サービス		0
28	対事業所サービス		0
29	対個人サービス	宿泊費、飲食・喫茶費、入場料等	1,353,596,513
30	事務用品		0
31	分類不明		0
	合計		2,976,987,128

### 5.3.7 屋台の経済波及効果（推計結果）

屋台の営業による総需要を算出すると、総額で29.8億円となる。この総需要額をもとに、経済効果を算出する。経済波及効果は第1次波及効果として32.6億円、第2次は8.5億円、合わせて41.1億円となった。屋台が営業することで誘発される就業者数は1次と2次をあわせて382人であった（表5-4）。41.1億円のうち、「商業」や「運輸」への影響はそれぞれ、24.5%、22.2%であった（図5-2）。また宿泊業、飲食業などの「対個人サービス業」への波及が全体の23.7%を占めた。

表5-4 経済波及効果結果

(百万円、人)

	生産誘発額	うち粗付加価値誘発額		就業誘発者数	
			うち雇用者所得誘発額		うち雇用誘発者数
第1次波及効果 (直接効果+間接効果)	3,261	1,963	1,049	326	266
第2次波及効果	852	561	231	56	46
合計	4,113	2,525	1,280	382	312

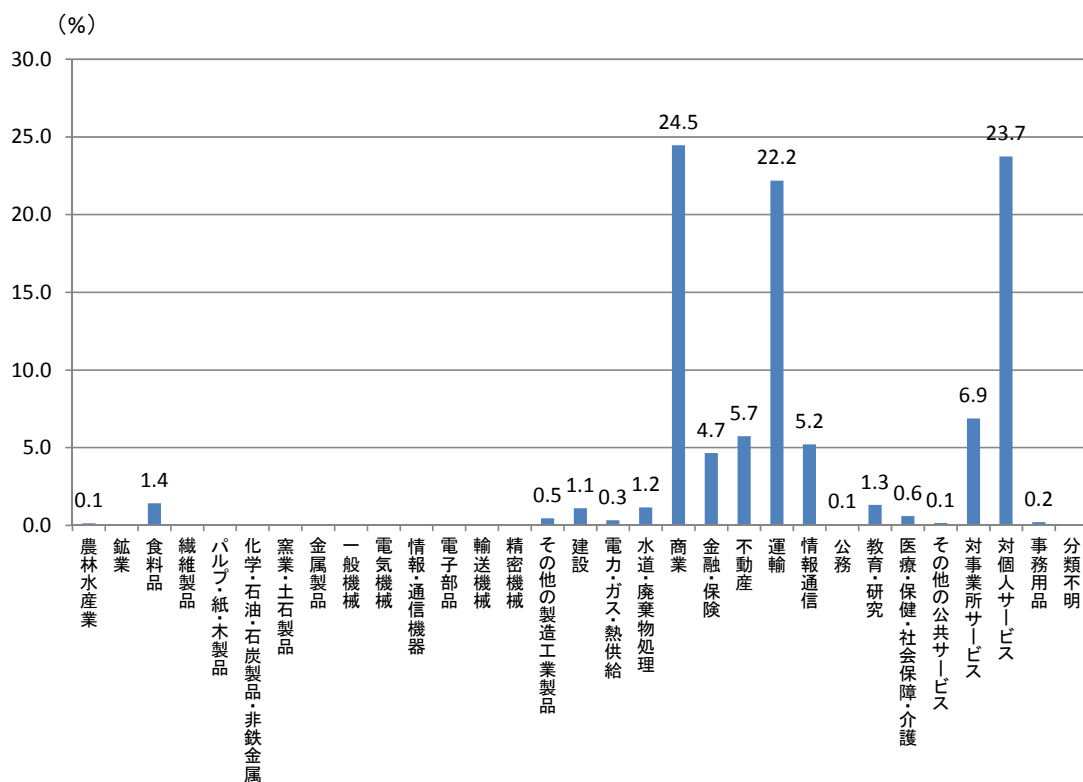


図5-2 経済波及効果の産業への影響

### 5.3.8 市の収入の増加に貢献

道路占用料と公園占用料の市への直接的な収入は1,000万円を超えるが、さらに屋台が営業することで、経済効果が発揮され、それが税収増として見込まれる。ここでは、推計された「雇用者所得誘発額（一次・二次）」と「生産誘発額（一次・二次）」を用いて、それぞれの値に「税収係数」を乗じることで、福岡市への税収効果を推計した。税収効果は、法人市民税が14.6百万円、個人市民税が30.5百万円となり、合計で45.1百万円となった（表5-5）。なお、個人分の税収係数は、個人雇用者報酬に対する市民税徴税額（いずれも平成17年度）の割合で算出した<sup>(6)</sup>。税収係数を雇用所得誘発額に乗じることで、個人分の税収効果を推計している。また、法人分の税収係数は、法人生産額に対する市民税徴税額（いずれも平成17年度）の割合で算出した。税収係数を経済波及効果額に乗じることで、法人分の税収効果を推計している。

すなわち、福岡市への直接的な収入が約1,000万円<sup>(7)</sup>とそれに税収が45.1百万円であり、あわせて55.1百万円の収入をもたらしていることになる。これはあとでみるが、屋台から飲食店並に地代をとるということになると、さらに市への収入増に貢献することになる。

表5-5 税収を増やす効果

(百万円)

	平成17年度徴税額 ①	市内総生産額 ②	税収係数 ①/②	生産誘発額	税収効果
法人市民税	39,800	11,240,510	0.003540765	4,113	14.6
個人市民税	66,300	2,780,338	0.023846022	1,280	30.5
合計					45.1

## 5.4 経済効果の検討と福岡市の事業

### 5.4.1 集客にかかわる他の分析との比較

経済効果額については、41.1億円と試算したが、それが、どの程度の規模であるのかを、福岡市が力を入れている博多港へのクルーズ船の寄港による経済波及効果と、福岡市内最大の集客装置であるプロ野球・ソフトバンクホークスの集客による経済波及効果<sup>(8)</sup>とを比較した（表5-6）。

福岡市は、外航のクルーズ船が66回寄港した場合の経済波及効果を28.9億円と推計している<sup>(9)</sup>。福岡ドームの入場者が福岡市経済に与える影響をみると、福岡市への生産波及効果は、直接需要が約128億円、第1次間接効果が約41億円、第2次間接効果が約32億円で、総合波及効果が約201億円であった。

福岡ソフトバンクホークスの入場者数が4.1.2でみたように、屋台の2倍近くあるだけでなく、ソフトバンクホークスに関連する消費額が大きいことが、経済効果の大きさにつながっている。しかし、クルーズ船寄港の効果に比べると、はるかに大きく、福岡市への影響も小さくない。

表5-6 経済波及効果結果

(百万円)

	屋台の運営による効果	クルーズ船が福岡市内に 66回寄港した場合の効果	ソフトバンクホークス来 場者による効果
第1次波及効果(直接効果 +第1次間接効果)	3,261	2,268	16,934
第2次波及効果	852	622	3,167
合計	4,113	2,890	20,101

#### 5.4.2 福岡市の屋台に対する事業と体制

屋台に関してはクルーズ船を上回る経済効果が見込まれる。一方でクルーズ船に関する福岡市の事業費は最低でも2011年度7,000万円、2012年度に関しても1億円を超える額を予算化している(表5-7)。ここで「最低でも」といったのは、当初予算の中から「クルーズ」というキーワードが出たものを抜粋したのみであり、その他、関連する港湾整備は含まれていないためである。

では、屋台に対しては、どうかということで、平成25年度予算をみた。屋台に関しては事業費<sup>(10)</sup>が全く見込まれていないことがわかった。人員としては、職員14名(うち係長級4名、係員2名、嘱託員8名)が関わっているが、屋台だけの専任ではない。ある程度の経済効果をも込まれ、市への収入もあることから考えると、それなりの整備費を予算化してもよいと考える。

表5-7 クルーズ船に関する福岡市の事業費

2012年度当初予算

事業名	予算額 (千円)	所管	事業内容
外国クルーズ 客船受入事業	33,077	経済観光文化局	外国クルーズ 客船の歓迎演出、観光案内、入国審査手続きの迅速化に向けた対応や多言語カイドの育成
上海事務所連携プロモーション事業	2,010	経済観光文化局	上海事務所を活用した、中国のメディア、クルーズ 船社等とのタイアップによる集客プロモーションの実施
クルーズ 客船誘致事業	26,788	港湾局	クルーズ 客船誘致、客船受入体制の充実(岸壁国際ターミナル、箱崎ふ頭~天神までの連絡バス運行等)
中央ふ頭整備事業	44,000	港湾局	クルーズ 客船の寄港拡大に伴うターミナル機能や物流機能の再編等について検討
計	105,875	—	—

2011年度当初予算

事業名	予算額 (千円)	所管	事業内容
外国クルーズ 客船受入事業	17,334	経済局	外国クルーズ 客船の歓迎演出、観光案内、入国審査手続きの迅速化に向けた対応やアウトハウンド支援等
クルーズ 客船誘致事業	6,521	経済局	クルーズ 船社訪問、受入体制の充実等による寄港誘致活動
大型クルーズ 客船対応の岸壁整備	41,500	港湾局	大型化するクルーズ 客船に対応するため、中央ふ頭-10m岸壁を整備(調査・設計)
クルーズ 客船対応のための交通動線の検討	4,000	港湾局	中央ふ頭におけるクルーズ 客船に対応した円滑な交通動線に関する検討
計	69,355	—	—

## 5.5 本章のまとめ

本章では、福岡市における屋台の経済的な効果について述べた。屋台運営の経済的な効果をみることで、屋台が運営することによる都市経済への影響をみた。屋台が都市において存続の意味があるかどうかを検証するために、福岡市が力を入れているクルーズ船の誘致と福岡ドームの経済効果について比較検討し、存在に値することを明らかにした。また、屋台の税収の効果や市の屋台に対する事業費についても述べた。

(1) 福岡市の全屋台の年間売上高は 17.3 億円、従業者数 390 人程度と推計された。屋台事業者が答えた単価 1,500 円や 1 日利用者数 30 人が少なく見積もられている可能性もあるが、従業員数からみると、400 人規模の企業、いわゆる中堅企業クラスの企業規模とみることができる。屋台の年間の利用者数は、1,156,500 人と推計され、福岡ソフトバンクバークスの入場者数の約半分であり、集客施設として考えた場合には、それなりの大きな存在感がある。

(2) 屋台利用を主目的として来福した市域外居住者の総支出と、市域内居住者の屋台支出のうち通常の外食費用との差額の総額を入力とし、福岡市の産業連関表を用いた分析によって経済波及効果を求めた。屋台の営業による総需要を算出すると、総額で 29.8 億円となる。この総需要額をもとに、経済波及効果を算出すると、第 1 次波及効果、第 2 次波及効果を合わせて 41.1 億円となった。福岡市の重要政策であるクルーズ船招致の経済波及効果の約 29 億円を大きく上回っており、市域における重要な産業の 1 つに位置づける必要性を指摘した。福岡市が屋台を失うと、市経済に大きな損失を生じる可能性があることを示しており、屋台問題を解決し、存続できる条件があるとするなら、その方が経済にプラスの効果を与える。

(3) 経済波及効果は、さらに市の税を増やす効果があり、4,500 万円程度の税収があることもわかった。また、道路占用料、公園使用料という形で 1,000 万円程度の市の収入（除く国、県警）があり、市の収入は、税収増の効果とあわせると約 5,500 万円程度であった。クルーズ船の寄港に対しては福岡市の事業費は 2011 年度 69 百万円、2012 年度 105.9 百万円程度が最低でもあてられており、一方で、屋台に対する事業費は、ゼロであった。長い間、不法占拠と位置づけられていたことを考えると、これまでも、ほとんど事業費はなかったとみてよい。クルーズ船の寄港と比較しても、屋台の経済効果の規模を考えると、市はそれなりの事業費を付けて整備してもよいと考える。

#### 【脚注】

(1) 参考文献6)より。ソフトバンクホークスのホームゲーム観客動員数は2010年2,164,430人、2011年2,293,899人、2012年2,447,501人であった。

(2) 蟻正慎介(参考文献3))が実施したソフトバンクホークスの来場者アンケートの中で、来場者の消費行動を聞いており、その中で「屋台」来場者数と、日帰り客と宿泊客の内訳を聞いている。ソフトバンクホークスの来場者アンケートの中で屋台利用者は47人であり、そのうち屋台を主目的で訪れた人は8人と推計され、そのうち1人だけが日帰りであった。ほとんどが宿泊であった。アンケート票数が少なく、課題はあるが、屋台は夜の営業であり、屋台をメインの目的で来る人のほとんどが宿泊というのは納得できるため、この宿泊7に、日帰り1の割合を採用した。

(3) 参考文献5), pp.4-7より

(4) 参考文献3)と参考文献4)より、屋台を主目的に訪れた人の割合を算出。

(5) 参考文献4)より

(6) 参考文献8)より

(7) 市の占用料収入(月額) = (5,600円\*119軒(市道) + 12,000\*17軒(公園)) \* 12カ月 = (666,400円 + 204,000) \* 12カ月 = 10,444,800円。公共への収入としては他に国道で営業している屋台の占用料収入や県警に支払われる使用料収入などがある。

(8) 参考文献3)より

(9) 参考文献7)より。平成21年は寄港回数24回、平成22年は寄港回数66回(予定)を予定していた。平成22(2010)年には66回の寄港が期待された。実際には63回であった。

(10) 福岡市経済観光文化局観光コンベンション部について事業費に関する質問をし、「屋台に関する事業費用データについて(平成25年5月8日)」回答を得た。事業費と関係する人員についてのデータを収集した。

#### 【参考文献】

1) 福岡市「福岡市産業連関表」平成23年

[www.city.fukuoka.lg.jp/soki/tokeichosa/shisei/toukei/renkanhyo/sangyourenkanhyou.html](http://www.city.fukuoka.lg.jp/soki/tokeichosa/shisei/toukei/renkanhyo/sangyourenkanhyou.html)

2) 福岡市「福岡市観光客動態調査報告書 (平成22年3月)」

3) 蟻正慎介(2010年)「都市産業としてのショービジネス来場者の消費行動とその経済効果に関する研究-福岡ソフトバンクホークスを事例として-」九州大学工学部卒業論文

4) 永島祐樹(2012年)「福岡市の屋台の利用実態と存続の条件に関する研究」九州大学工学部卒業論文

5) 福岡市「屋台との共生のあり方研究会(第3回)」資料

6) パシフィック野球連盟「資料」(2010年度パシフィック・リーグ観客動員数、2011年度パシフィック・リーグ観客動員数、2012年度パシフィック・リーグ観客動員数)

7) 福岡市「外国クルーズ客船寄港による福岡市経済への波及効果等調査報告書(平成22年1月)」

8) 福岡市「平成17年版 福岡市税務統計」

## 第6章 屋台営業における社会的費用の発生と負担





## 6.1 はじめに

福岡市内で屋台が運営することによって、比較的大きな経済的な影響があることがわかった。また、市民も「良い」面があることを認めており、都市の中で残す方向では合意ができるものと考えられる。しかし、屋台を存続させる場合には、衛生問題、規格、ルールのことなど屋台問題の解決が必要なことは間違いない。ここで屋台問題がなぜ発生するのかを考えた時に、通常の飲食店が負担している初期投資、ランニング費用を屋台が負担していないところから生じている。屋台営業によって、どの程度の負担が本来必要であるかを計ることによって、それが問題解決のために必要な社会的な費用であることを明らかにし、屋台が適正な負担をすることによって、公共は屋台環境を整備することが、予算上も可能であることを示す。

## 6.2 土地の利用費用

### 6.2.1 道路占用の考え方

適正な負担ということでは、まずは飲食店の中で最も構成比の高い地代について検討する必要がある。ここでは、道路占用料の考え方について整理する。

道路占有に関する記述は、道路法第32条～第39条にある。道路は人の交通、物資の輸送のための交通施設として重要な役割(道路本来の機能)を担っているが、他方で、電気、通信、ガス、上下水道等の市民生活に欠くことのできない公共施設や地下鉄、モノレール等の公共交通機関、さらに沿道の私的経済活動等に伴って必要となる様々な施設の収容空間としても利用されている。しかし、一般交通の用に供するという道路本来の機能を確保するためには、道路上における物件の無秩序な設置による道路の構造や交通への支障を防止することが必要である。そのため、道路占有許可制度により、道路本来の機能の確保と、それ以外の道路空間の有効活用との利害関係を調整している。

#### ■道路占有制度に大きく関わる条文

##### (1) 私権の制限

道路を構成する敷地、支壁その他の物件については、私権を行使することができない。但し、所有権を移転し、又は抵当権を設定し、若しくは移転することを防げない。(道路法第4条)

##### (2) 道路占有の許可

道路に次の各号のいずれかに掲げる工作物、物件又は施設を設け、継続して道路を使用しようとする場合においては、道路管理者の許可を受けなければならない。(道路法第32条)」

##### ※占有の要件

- 1) 道路に占有しようとする物件が法第32条第1項各号に該当するものであること。
- 2) 道路の占有が道路の敷地外に余地がないためにやむを得ないものであること。
- 3) 道路の占有の期間、場所等について政令で定める基準に適合していること。

### 6.2.2 道路占用料の算定

公共用物の占用料の法的性質については、「対価説」と「報償説」という二つの考え方がある。一般に、国や地方公共団体による使用料・手数料の徴収については、相手方が受けた利益を徴収するという考え方と、給付に要した費用を徴収するという2つの考え方があるが、前者は、公共用物の利用によって占有者が受ける利益を徴収するという考え方であり、後者は、公共用物の管理は、住民一般の負担において行われるものであるのに、占有は、特定人に特別の使用を許し、かつ、公共用物の管理費用を増加させるものであることから費用の一部を徴収して負担の公平を図るという考え方である。

道路管理権は、一般交通のように供するという道路本来の目的を達成するため法律が認めた特殊の機能であり、その実質は、道路の効用の発揮を担保するための公権的側面と、敷地の権原という私権的側面とを有する包括的な機能と考えられる。対価説は、道路の利用形態が一般の土地利用形態と類似していることに着目したもので、

道路管理権の私権的側面に、また、報償説は、公権的側面にそれぞれ親近性をもつものである。

以上のように、対価説と報償説は道路管理権の持つ二つの側面をそれぞれ表現したものであり、いずれか一方が正当というものではないが、具体の占用料の算定に当たっては、土地の使用について現に明確な受益が発生していることに着目し、原則的には対価説によることが妥当と考えられている。したがって、道路占用料は「対価説」に基づき、道路の利用の対価として一般的な土地利用における賃料相当額によるべきことを基本としている。

#### 〈道路占用料の算定式〉

道路占用料＝ 道路価格×占用面積×使用料率（×修正率）

道路占用料算定に必要な使用料率を決定するために、国土交通省道路局で平成 18 年度に使用料率調査が行われている。使用料率調査では、各市町村に調査地点を設定した後、1) 賃料査定方式による調査、2) 利回り査定方式による調査、3) 賃貸事例調査の三つの調査を行い使用料率（時価ベース）を決定し、さらに固定資産税評価額は公示価格の 7 割がベースとされているため、7/10 を掛け、使用料率（固定資産税評価額ベース）に変換している。これらの調査によって算定された使用料率が使われている。

現在、福岡市の屋台に掛かる土地利用料を整理すると以下ようになる（表 6-1）。道路上で営業する屋台は、道路占用料を管理者に、加えて道路使用料を警察に支払っている。市道上で営業する屋台は月額 5,600 円に道路使用料 1,200 円を加えた 6,800 円が支払われている。

また、国道上で営業する屋台は月額 13,520 円を占用料として支払っている。公園上で営業する屋台には公園使用料が徴収され、月額 12,000 円を管理者に支払っている。しかし、道路占用料はあくまでも道路を占有することに対して掛かる金額であり、収益活動を行うことを前提に考えられていないため、この金額を屋台営業にそのまま適用していいのか疑問が残る。また、収益活動を前提に考える場合、屋台立地地点毎に集客力は大きく異なるため、福岡市内に点在する屋台の道路占用料を一律で取り扱うのも疑問である。

表 6-1 現在の屋台の賃料

占用料として現在支払われている額(月額)		
市道	700 円/㎡ × 8 ㎡(占用料)+1200 円(使用料)＝	6,800 円
国道	1,540 円/㎡ × 8 ㎡(占用料) + 1200 円(使用料)＝	13,520 円
公園	公園使用料	12,000 円

#### 6.2.3 実際の土地の占用面積からみた賃料の妥当性の検討

道路の占有として実際に支払われている費用は、道路占用料と道路使用料の合計ということになる。この道路占用料については、市道で 6,800 円、国道では 13,520 円が支払われている。この時の計算の根拠に使われている占有面積は指導要綱で示されている 7.5 ㎡で計算には 8 ㎡が使われている。しかし、実際の占有面積は、福岡市平均 16.7 ㎡であり、これをもとに計算をすると、市道で 12,890 円、国道で 26,918 円となる。これでいくと、屋台側の負担は、今よりも市道で 6,090 円、国道で 13,398 円の負担を増やす必要がある（表 6-2）。

表6-2 面積にあわせた場合の賃料

実情の面積に合わせて算出(月額)②		
市道	$700 \text{ 円/m}^2 \times 16.7 \text{ m}^2 (\text{占用料}) + 1200 \text{ 円} (\text{使用料}) =$	12,890 円
国道	$1,540 \text{ 円/m}^2 \times 16.7 \text{ m}^2 (\text{占用料}) + 1200 \text{ 円} (\text{使用料}) =$	26,918 円

### 6.3 市場価格でみた場合の賃料の検討

#### 6.3.1 天神地区の駐車場料金からみた場合

福岡市中心部の土地利用料の実態を把握するために天神地区の駐車場の料金について調査した(図6-1)。その結果、屋台立地地区近傍の駐車場料金の平均金額は31,165円であった。中心地の駐車場は屋内駐車場が多く、屋内駐車場には構造物の費用も含まれるため厳密に比較することは出来ないが、屋外・平面の駐車場でも20,000円以上の駐車場料金を設定していることから道路占用料の5,600円の金額設定の妥当性は再検討する必要があると考える(表6-3)。ちなみに1台分駐車場の標準面積は $2.5\text{m} \times 5.0\text{m} = 12.5 \text{ m}^2$ であり、これで決められている屋台面積の $8 \text{ m}^2$ として計算すると、19,946円となる。実際の面積 $16.7 \text{ m}^2$ で10時間営業すると17,349円の負担が必要となる。

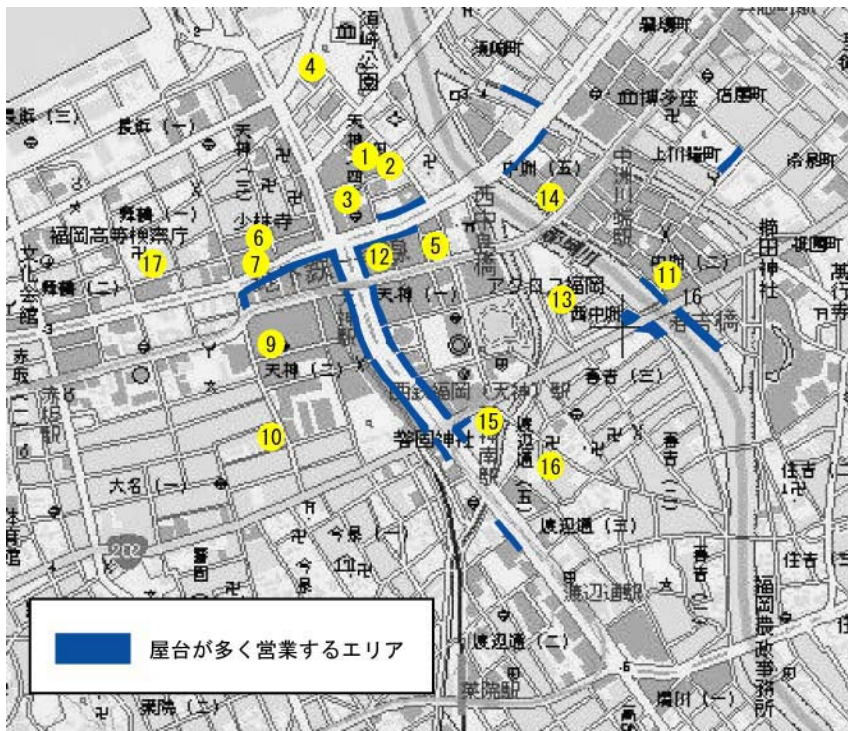


図6-1 駐車場料金の計測地点

表 6-3 福岡市内の駐車場の料金

番号	駐車場料金(月額:円)	所在地	備考
1	37,800	福岡市中央区天神4丁目	屋内・自走式
2	27,300	福岡市中央区天神4丁目	屋内・機械式
3	37,800	福岡市中央区天神4丁目	屋内・自走式
4	21,000	福岡市中央区天神5丁目	屋内・機械式
5	36,750	福岡市中央区天神1丁目	機械式
6	24,150	福岡市中央区天神3丁目	屋内・機械式
7	36,750	福岡市中央区天神3丁目	機械式
8	34,650	福岡市中央区天神2丁目	屋内・機械式
9	36,750	福岡市中央区大名1丁目	自走式
10	36,750	福岡市博多区中洲2丁目	屋内・自走式
11	23,100	福岡市中央区春吉3丁目	屋内・機械式
12	42,000	福岡市中央区天神1丁目	
13	36,750	福岡市中央区西中洲	屋内・自走式
14	25,000	福岡市博多区中洲5丁目	屋内
15	26,250	福岡市中央区渡辺通5丁目	
16	22,000	福岡市中央区渡辺通5丁目	屋外・平面
17	25,000	福岡市中央区舞鶴2丁目	屋外・平面
平均	31,165		

### 6.3.2 オフィスビルの賃料からみた場合

次に、福岡市内のオフィスビルの賃料から、屋台相当分の面積の試算をこころみた。CB Richard Ellis .Inc<sup>1)</sup>によると、福岡市のオフィスビルの平均賃料は8,930円である。これをもとに、屋台面積(指導要綱)8㎡で計算すると21,648円となり、実際の面積16.7㎡で計算すると45,191円となる。営業時間の10時間のみ公共空間を借りていると仮定するならば、18,830円が必要となる(表6-4)。

表 6-4 オフィスビルの賃料

市場価格でみた場合の賃料(月額)	
福岡市のオフィスビルの平均募集賃料・(円/坪)=	8,930 円
占有面積8㎡で24時間利用=	21,648 円
占有面積16.7㎡で24時間利用=	45,191 円
占有面積16.7㎡で10時間(PM6時~AM4時)利用=	18,830 円

※オフィスの平均募集賃料は「MarketView Japan Office 全国空室率・平均募集賃料(旧基準:全物件対象)」© 2011 CB Richard Ellis,Inc を利用

※平成23年7~9月の期間集計、対象地域の原則すべてのオフィスビルを対象、共益費は含まない

### 6.3.3 福岡市内飲食店賃料からの検討

福岡市の飲食店の賃料から屋台相当分の面積の使用料の試算を行った。「テナント福岡」<sup>2)</sup>によると、福岡市中央区で屋台に類似したものとして軽飲食の店舗に利用できる物件の賃料は、平均で15,254円/坪であった。物件の新旧や厨房、衛生設備の状況によっても異なるためバラツキもあるが、表6-5のようになる。決められた屋台占有面積の8㎡で計算すると平均36,914円となり、実際の面積の16.7㎡で計算すると平均77,058円の負担という結果になった。実際に営業は10時間なので、それで計算すると、32,107円となった。

表 6-5 福岡市内飲食店の賃料

建物名	住所	面積 (㎡)	賃料 (円)	屋台面積換算	実情 16.7㎡
パークビュー大濠	中央区荒戸3-1-3	41.4	157,500	30,435	63,533
ベイヒルコート	中央区西中州3-19	21.66	126,000	46,537	97,147
ベイヒルコート	中央区西中州3-20	30.15	231,000	61,294	127,950
ベイヒルコート	中央区西中州3-21	31.24	231,000	59,155	123,486
ベイヒルコート	中央区西中州3-22	18.91	105,000	44,421	92,729
ベイヒルコート	中央区西中州3-23	16.24	94,500	46,552	97,177
ベイヒルコート	中央区西中州3-24	17.69	115,500	52,233	109,036
ベイヒルコート	中央区西中州3-25	16.24	115,500	56,897	118,772
ベイヒルコート	中央区西中州3-26	18.94	126,000	53,221	111,098
天神五丁目店舗(居抜)	中央区天神5-8-26	108.85	399,000	29,325	61,215
ヴィンテージ大濠	中央区鳥飼1-2-33	46.45	161,700	27,849	58,135
アスコットテラス	中央区西中州3-26	79.14	301,644	30,492	63,652
アスコットテラス	中央区西中州3-27	104.5	365,095	27,950	58,345
アスコットテラス	中央区西中州3-28	111.6	389,928	27,952	58,349
アスコットテラス	中央区西中州3-29	112.69	393,739	27,952	58,350
フロンティア大名	中央区大名1-9-5	74.84	265,282	28,357	59,196
福岡アーバンタワー	中央区今泉1-10-15	77.9	222,600	22,860	47,720
シスタス薬院	中央区平尾1-13-8	75.75	288,540	30,473	63,612
アイディール大名	中央区大名1-2-28	14	84,000	48,000	100,200
Aqualia警固	中央区警固2-13-17	94.02	304,500	25,909	54,086
Aqualia警固	中央区警固2-13-18	148.52	472,500	25,451	53,129
Aqualia警固	中央区警固2-13-19	89.56	257,250	22,979	47,969
港ビル	中央区長浜2-5	40.66	166,530	32,765	68,398
赤坂野田ビル	中央区赤坂1-6-22	104.71	367,500	28,078	58,612
西中州Aビル	中央区西中州1-6	23.26	89,250	30,696	64,079
西中州Aビル	中央区西中州1-7	16.32	89,250	43,750	91,328
西中州Aビル	中央区西中州1-8	17.19	89,250	41,536	86,706
正木ビル	中央区港1-2-4	37.35	142,254	30,469	63,605
平均(円)				36,914	77,058
10時間(円)				15,381	32,107

### 6.3.4 妥当な賃料としての道路占用料の考察

以上みてきた賃料としての結果をもとに、まとめると表 6-6 になる。道路占用料の式から実際の占用した面積 16.7 ㎡で、10 時間をもとに計算する。道路占用料の計算式からみても、倍近くの負担が求められる。また、飲食店賃料が、駐車場やオフィス賃料よりも高額なのは、設備が含まれるからである。市道での営業であるなら、現在の 2.5 倍～4.7 倍の支払が必要となる。特に設備を誰が整備するかで、考え方がことなる。仮に、市がトイレや上水道を整備し、屋台に使わせるとするなら、32,000 円程度の負担が求められると考える。

本来、屋台は業種的にも飲食店であり、トイレなどの設備も含めたと考えるなら、飲食店賃料を採用すべきと考えられ、その場合、屋台にとっては 4.7 倍の負担増となる。

表 6-6 屋台の賃料検討 (まとめ)

(円)

		8 ㎡	16.7 ㎡	8 ㎡(10 時間)	16.7 ㎡(10 時間)
現在の賃料	市道	-	-	6800	12,890
	国道	-	-	13,520	26,918
	公園	-	-	12,000	25,050
駐車場賃料		19,946	41,636	8,311	17,349
オフィス賃料		21,648	45,191	9,020	18,829
飲食店賃料		36,914	77,058	15,381	32,107

### 6.3.5 屋台の負担増による市の収入増加額

屋台 1 軒あたりの負担額(市、国への収入)を市道、国道、公園のそれぞれの現在の額から飲食店賃料並の 32,000

円にした場合には、占用による公共の直接収入は、年間 56.4 百万円となる（表 6-7）。現在が 13.9 百万円なので、公共への収入は現在よりも 42.5 百万円増えることになる。特に 8 割を占めている市道で営業している屋台が現在、低額の負担しかしておらず、その分の増加額が大きい。県警の収入となる使用料の 1,200 円は変わらないとした場合、市の収入は 50.5 百万円であった。市の税収は 45.1 百万円と見積もられ(表 5-5)、合わせる 95.6 百万円となる。

#### 〈計算の過程〉

市の収入 = ((32,000 円 - 1,200 円) × 119 カ所 × 12 カ月) + (32,000 円 × 17 カ所 × 12 カ月) = 50,510,400 円

表 6-7 屋台の負担に対する市の収入の増加額

(円)

	屋台軒数	現 状			屋台負担額を増額した場合			増加額 ②-①
		屋台負担額 (1カ月・1軒)	公共の収入(1 カ月)	公共の収入 (年間)①	屋台負担額 (1カ月・1軒)	公共の収 入(1カ月)	公共の収入 (年間)②	
市道	119	6,800	809,200	9,710,400	32,000	3,808,000	45,696,000	35,985,600
国道	11	13,520	148,720	1,784,640	32,000	352,000	4,224,000	2,439,360
公園	17	12,000	204,000	2,448,000	32,000	544,000	6,528,000	4,080,000
民有地	3	—	—	—	—	—	—	—
計	150		1,161,920	13,943,040		4,704,000	56,448,000	42,504,960

#### 6.3.6 屋台の負担増によって、公共の事業を生産波及効果

公共の収入は増加するが、一方で、この年間 42.5 百万円が屋台の売上高から減少した場合には、屋台事業者の収入が減少することとなる。それによって屋台事業者または従事する人の収入が減少し、それに伴って消費が減少し、都市経済にマイナスの影響を及ぼすことが考えられる。しかし、一方で、公共に支払われた額が、屋台のための事業として増加するとするならば、経済にはプラスとなる。ここでは、屋台の負担額の増加分を屋台のための公共事業に使ったとした場合の都市経済への影響をみた。ここでは屋台の負担すべてが公共事業に使われるというのは考えにくいので、仮に年間 42.5 百万円の半分がインフラの整備として公共事業に使われたとする。その場合の経済効果は表 6-8 になる。全体の生産誘発額は 41.0 億円、就業者数は 380 人であった。表 5-4 でみたように、現在の生産波及効果は 41.1 億円、就業者数 382 人と推計しており、仮に負担を増やし、その負担の半分を事業費に回しても、都市経済にはほとんど影響がないことがわかった。しかし、屋台が賃料 32,000 円、現在の 4.7 倍の負担増に耐えうるかという問題が残るので、それに関しては、6. 6 で検討している。

表 6-8 屋台営業による経済波及効果（賃料の増分の半分が公共の事業に使われたとする）

(百万円、人)

	生産誘発額	うち粗付加価値誘発額		就業誘発者数	
			うち雇 用者 所得 誘発 額		うち雇 用 誘発 者 数
第1次波及効果 (直接効果+間接効果)	3,251	1,956	1,047	324	264
第2次波及効果	851	561	230	56	46
合計	4,102	2,516	1,278	380	310

## 6.4 衛生面での整備

### 6.4.1 インフラ整備の考え方と公共の役割

市民や利用者が屋台の存続に納得するためには、衛生面での問題の解決が必要である。衛生面での問題の解決のためには、インフラの整備であり、そのインフラの整備のための原資としては、税金と賃料で賄う。屋台事業者の負担を増やすことで、屋台に関連するインフラを整備するという考え方である。

衛生面でのインフラと必要な設備は、屋台外の上水道、下水道、トイレ、屋台内のシンク、グリストラップなどである。公共空間の管理者（市、国）と屋台事業者の関係を、通常の飲食店（借主）と不動産業者（貸主）の関係と同様に考えるとすれば、屋台外の初期投資に関する整備は、不動産業者（貸主）があたり、屋台内部の設備は、屋台事業者が行い、運用費用（ランニング費用）に関しては通常の飲食店と同様に、屋台事業者が負担する（表6-9）。

表6-9 衛生面でのインフラと設備の費用分担

	初期費用	運用費用
上水道	公共の負担で 整備	屋台事業者 の負担で整備
下水道		
トイレ		
シンク		
グリストラップ		

### 6.4.2 上下水道費用の初期投資

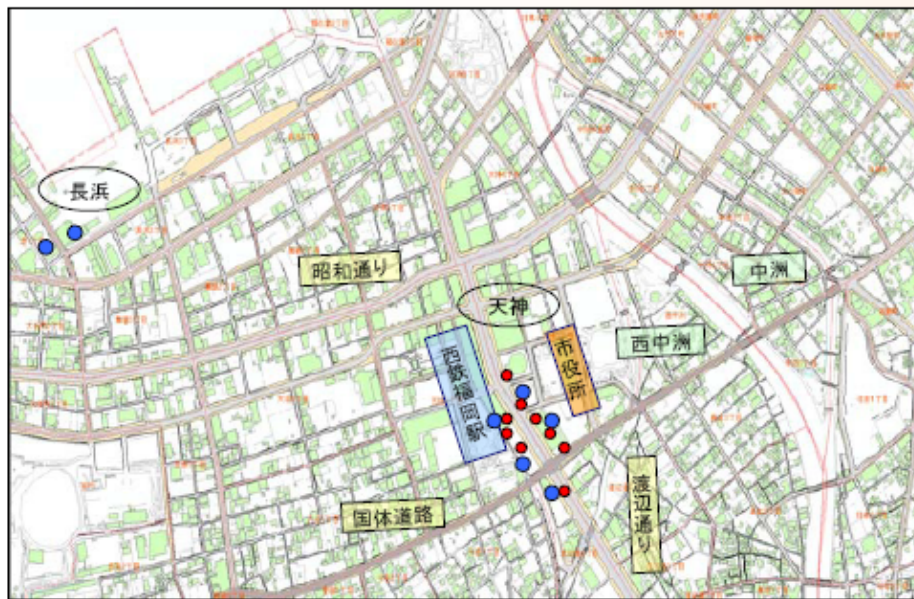
初期費用に関しては、下水道公設柵設置にかかる費用は、下水道本管の深さ、道路の交通量、距離などによって異なる。また、給水の場合、一定金額の負担金（市町村、メーター口径により異なる）と、給水管敷設費が必要になる。

屋台まで上下水道を敷設する場合には、数軒で共有することも可能であり、費用の算定は難しいが、ヒアリングでは上下水道をあわせて最低でも1件50万円と答えており<sup>(1)</sup>、3軒に1件の割合で上下水道が整備されたとするなら、最低で2500万円が必要となる。道路を横断して下水道敷設を工事すれば、2~3倍の費用を要することになるので、実際にはさらに多くの初期費用が必要ということになる。

現在、上下水道を自主的に敷設している屋台もあり、それに関しては順次、公共が買い上げるなどの措置を講じ、一旦、公共のものとした上で、再度、有料で利用させることも検討に値する。

事業者のアンケートの中で、上水道は3割の整備状況<sup>(2)</sup>であったので、150軒のうち45軒が上水道を利用していることになる。また、上水道の整備は市内で15件であるので、3軒の屋台に上水道1件が引かれていることになる。残り105軒なので、35件の上水道の整備が必要ということになる（図6-2）。

下水道管につないでいる屋台は4割<sup>(3)</sup>、60軒ほどとなっている。下水道の整備は10件なので、屋台6軒で下水道1件を利用している。仮にこれも6軒に1件とするなら、残り90軒、すなわち15件の下水道の整備が必要である。



●上水道の整備状況（15件）、●下水道の整備状況（10件）

\*いずれも複数屋台で利用している。

図6-2 上下水道の整備状況<sup>6)</sup>



### 6.4.3 屋台内の設置（グリーストラップの費用）

公共が下水道を整備し、そのあと下水道につながるためには、シンクとグリーストラップが必要である。福岡市では、下水道条例施行規則（第3条2）において、「2 事業場等が排除する汚水が、土砂、油脂類、毛髪その他水に溶けない物質を含むものであるときは、汚水の流出箇所に、これらの物質が公共下水道に流入することを阻止し、当該物質を汚水から分離し、及び当該物質を収集するために有効な装置を設けなければならない。」としており、料理店など油脂類を排出する事業場には、油脂類を汚水から分離し収集するためのグリス阻集器（グリーストラップ）を設置し、適切な維持管理を求めている。屋台事業者アンケートによると、「下水管とつなぎ、廃棄物を濾過し、油脂分を分離して、下水に流す」のは28.2%であった。

材質や容量によっても値段は異なるが、前澤化成工業株式会社<sup>(4)</sup>の床置型タイプで、機種選定表からおおよその値段を算出した。ラーメン店で利用人数が28人までなら容量15L、57人までなら容量30Lとなる。おおよそ30Lであれば、対応できると考えられる。15Lの製品はないので、20Lでみると75,000円、30Lであれば78,000円程度が必要ということになる（表6-10）。これは衛生面の初期投資として、屋台側が負担すると考える。

シンクについては、2層式で安ければ2~3万円であり、あわせると約10万円程度の負担が必要である。メインテナンスは必要であるが、これらの投資は、最初だけであり、それほど問題にはならないと考える。

表6-10 グリーストラップ（本体）の価格

型式	実容量（L）	口径（mm）	価格（円）	材質
G T-20 F	20	50	75,000	F R P
G T-30 F	30	50	78,000	F R P

### 6.4.5 上下水道の設備のランニング費用

上下水道の使用料を計算するためには、屋台の水の使用量を試算する必要がある。1日の屋台の水の使用量については、空気調和・衛生工学会の建物種類別の水使用実績を飲食店の営業面積から導いた205 L/m<sup>2</sup>・日を使った<sup>(5)</sup>。これをもとに使用水量を試算した。屋台の実際の屋台面積(16.7 m<sup>2</sup>)から試算すると、それぞれ3,423.5L/日であり、3.4235 m<sup>3</sup>/日であった。屋台2カ月間の使用水量は144.6 m<sup>3</sup>であることが推計される。この使用水量をもとに、上水道の使用料金を福岡市の水道料金の算定式をもとに試算すると、1カ月で21,053円であった。上水道の口径によっても、費用は異なるが、ここでは最も小さな径で計算した。下水道料金も同様に福岡市の算定式をもとに計算すると、1カ月では16,180円であった。

水道料金、下水道料金ともに少なく見積もった場合には、上下水道費をあわせて毎月37,000円程度の負担が必要である（表6-11）。

表6-11 水道料金・上水道の使用料金

水使用量（m <sup>3</sup> ）	上水道使用料（円）	基本料金（円）	水道料金算出方法（1戸2カ月）の式
144.6	21,053	1,700 (メーター口径13mm)	家事以外の用：[基本料金+(使用水量-60m <sup>3</sup> )×335円+10,060円]×1.05
<b>下水道料金</b>			
水使用量（m <sup>3</sup> ）	下水道使用料（円）	基本料金（円）	下水道使用料(1戸2カ月)の式
144.6	16,180	1,520	101~200 m <sup>3</sup> ：[基本料金+(汚水排出量-100立方メートル)×278円+16,900円]×1.05

## 6.5 トイレの設置の検討

### 6.5.1 トイレの利用者数

1日の平均客数、平日 26.7人、休日 40.4人（営業者へのアンケートより）を使って、トイレの利用者数を算出する。屋台利用者の男女の割合は、男性6割女性4割（利用者へのアンケートより）である。そのため平日の平均の屋台利用者数は、男性が16人、女性11人となる。休日平均の利用者数は40人なので、男性24人、女性16人の利用となる。

HASS（空気調和衛生設備工学会）によるトイレの平均使用間隔は男性が190分、女性が240分である。（表6-12）

表6-12 トイレの使用間隔

	男性	女性
平均使用間隔	190分	240分

屋台利用者の滞在時間は、外食全般に関する実態調査<sup>(6)</sup>によると居酒屋・ラーメン店の平均滞在時間が約70分（男性70分、女性71分）である。これに従って屋台利用者も平均70分間滞在すると考え、その70分の間に、男性は0.37（70分÷190分）回、女性は0.29（70分÷240分）回、トイレに行くと考え。これに平日休日別、男女別にトイレの利用者数を推計すると、平日は屋台1軒あたり男性5.93人、女性は3.10人であった。休日は男性8.97人、女性4.69人であった。営業屋台数をかけると、平日は、男性626.0人、女性327.1人、休日は男性947.3人、女性495.0人がトイレを利用することがわかった。

つまり福岡市は男女計で平日が953.1人、休日が1,442.2人のトイレ利用者数に対応することが求められるわけである（表6-13）。

表6-13 トイレの使用間隔

	1日1軒あたりの平均利用者数		トイレの利用回数		トイレの利用者数(1日1軒)		トイレの利用者数(1日、150軒 * 257日 / 365日)		屋台利用者数のうちトイレの利用者数(人)
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男女計
平日	16.02	10.68	0.37	0.29	5.93	3.10	626.0	327.1	953.1
休日	24.2	16.2			8.97	4.69	947.3	495.0	1442.2

### 6.5.2 トイレの配置状況

トイレの配置状況を見ると市内に7カ所設置されている(図6-3)。これで足りうるのかという問題と同時に、酔った客が横断歩道を渡って、移動するかという問題がある。距離にも関係するものと考えられる。許容できる待ち時間はおよそ3~4分であり、信号での待ち時間を考えると、遠くに行くことは難しいと考えられる。なによりも酔ったまま道路を横断することは危険が伴う。そこで、道路は横断しないことを前提にトイレの数を地図上で試算した。天神地区に16カ所、博多地区に8カ所が必要である。合わせると24カ所が必要ということになる(図6-4、図6-5)。

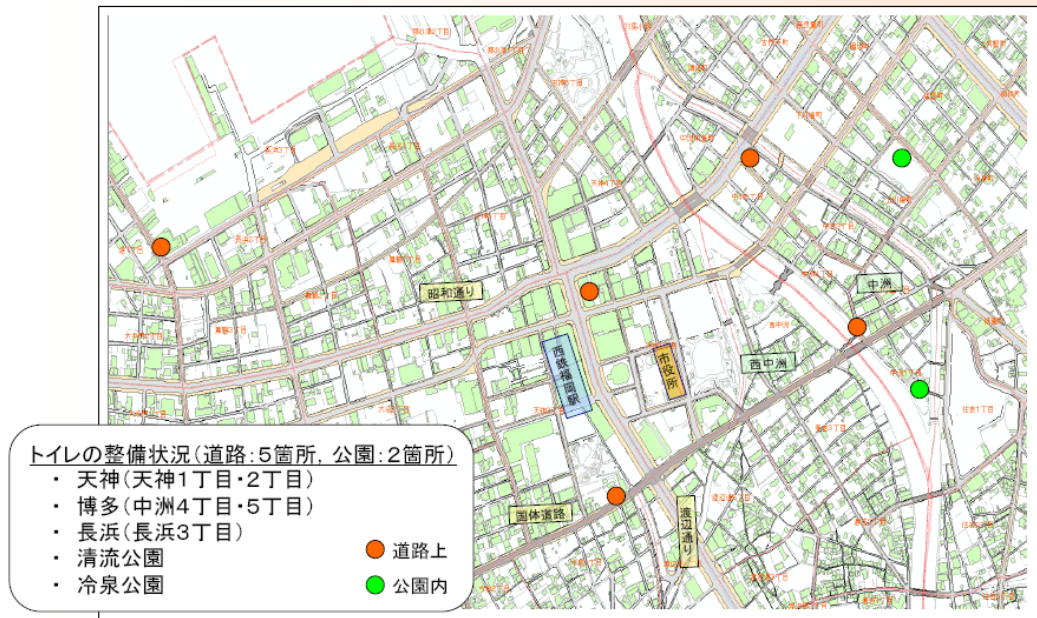
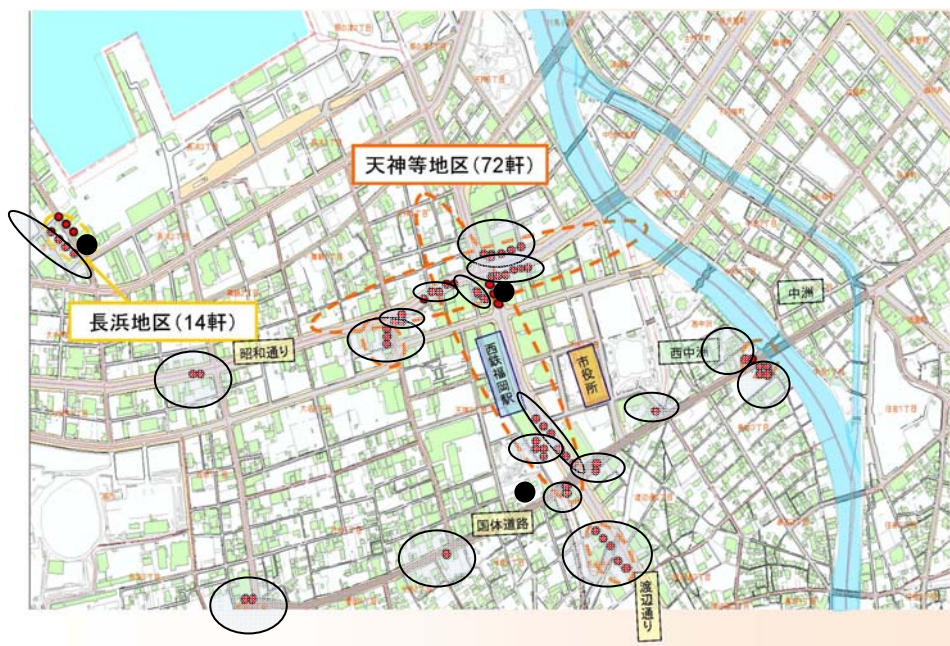


図6-3 トイレの配置状況<sup>7)</sup>



●黒はトイレの位置、○はトイレの必要な屋台

図6-4 トイレの配置状況と屋台の配置（天神、長浜地区）<sup>8)</sup>

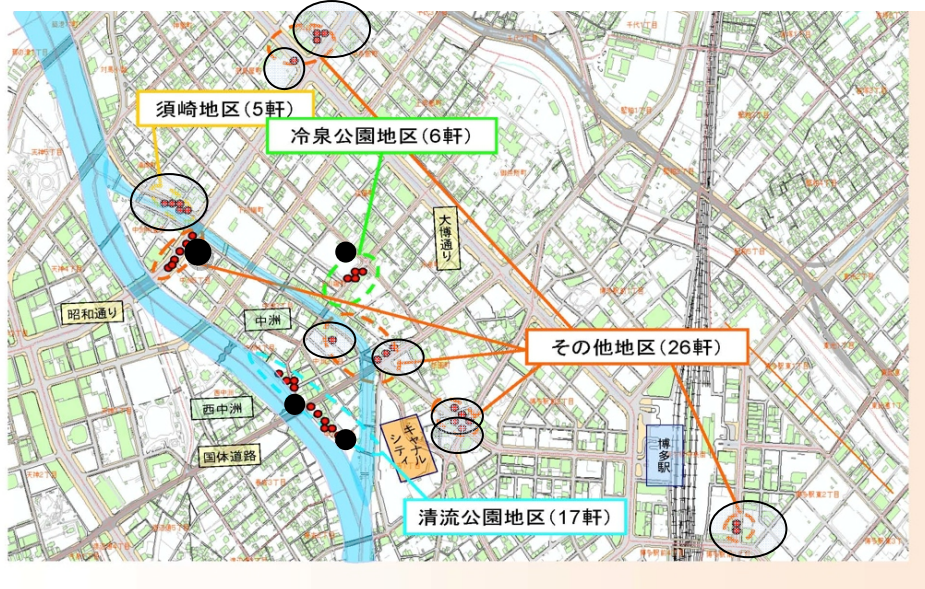


図6-5 トイレの配置状況と屋台の配置（博多地区）<sup>9)</sup>

### 6.5.3 労働安全衛生法からみたトイレの個数

ここではいくつかの考え方でトイレの必要個数について検討する。最も簡単な方法としては、従業員数その店の利用人数に比例して多くなるとの前提で考え、現在の一般的な店舗の従業員数から屋台に必要なトイレ数を導き出した。

屋台の平均従業員数は2.6人（福岡市の屋台営業者向けアンケートより<sup>(7)</sup>）であった。総務省統計局「経済センサス基礎調査」によると一般的な「酒屋・ビアホール」の平均の従業員数は5.1人である。従業員数に応じて客数が決まるとするならば、屋台の利用者数は一般的な酒屋の利用者数の約2分の1と考える。一般的な飲食店の各店舗に最低1個は洋式トイレがあるとすれば、屋台1軒につきトイレは0.5個、屋台2軒で1個の洋式トイレが必要である。

### 6.5.4 待ち行列モデルによって算出した必要なトイレの数

屋台に必要なトイレの数を待ち行列モデルによって算出する。ここでは、屋台がいくつかあるところにトイレを一つ設置すると仮定して、ケンドールの記号により M/M/1(N)型のモデルを用いて計算する。M/M/1(N)型は、無限母集団からの客のポアソン到着、指数サービス、単一窓口、一列直列の待ち、先着順サービスの待ち行列問題である<sup>10)</sup>。到着率を $\nu$ 、サービス率を $\mu$ とし、システム内に $n$ 人の客がいる確率 $p_n$ は次式で与えられる。

$$p_n = \rho^n \frac{1 - \rho}{1 - \rho^{N+1}}$$

（ここで、 $\rho = \nu / \mu < 1$ 、 $N$ ：システムが満杯になる人数）

屋台に必要なトイレを算出するに当たり、システムが満杯で到着客が立ち去る確率（呼損率） $PL=pN$  をできる限り小さくし、周囲で放尿する人がいなくなるようにトイレの数を決定する。用いたデータは表 1 の通りである。滞在時間は外食全般に関する実態調査<sup>11)</sup>より求めた。平均使用間隔は HASS（空気調和・衛生設備工学会）の資料<sup>12)</sup>より抜粋した。ピーク時間来客数は福岡市が屋台事業者を対象として行ったアンケート調査から推計した。使用時間は高速道路のサービスエリアのトイレで行われた実態調査<sup>13)</sup>から用いた。また、システムが満杯になる人数  $N$  と、許容待ち時間後の行動について考える。

表 6-14 計算に用いたデータ

	男	女
滞在時間 (min)	70	71
平均使用間隔 (min/回)	190	240
屋台滞在中にトイレに行く回数	0.368421	0.295833
ピーク時来客数 (2h)	16.6	
分当たり来客数	0.13833333	
一軒・分当たりトイレに行く回数	0.050965	0.040924
使用時間 T (大小区別なし) (sec)	65.7	74.1
使用時間 (min)	1.095	1.235
サービス率 $\mu=1/T$	0.913242	0.809717

表 6-15 はアンケート調査<sup>14)</sup>による各場所における許容トイレ待ち時間である。駅や街路・公園の欄を見ると、許容できる待ち時間はおよそ 3~4 分であるため、 $N=3$  とする。

表 6-15 各場所における許容トイレ待ち時間

待ち時間	許容申告値(大)		許容申告値(小)	
	男性	女性	男性	女性
職場	145	170	172	189
デパート	178	232	181	270
劇場	233	264	218	316
SA/PA	256	281	236	330
駅	203	218	187	245
街路・公園	189	184	193	222

さらに、表 6-16 は許容待ち時間後の行動である。アンケート調査より、およそ半数の人は許容できる時間を超えても我慢して待つと回答しているため、呼損率に  $1/2$  をかけた確率を採用する。

表 6-16 許容待ち時間後の行動

場所	我慢して待つ	出直す	他の場所を探す	回答者数
男性 駅	53.5	4.5	42.0	531
男性 街路・公園	45.0	5.2	49.8	516
女性 駅	54.1	7.1	38.9	283
女性 街路・公園	29.5	6.5	64.0	275

これをもとに呼損率を計算した結果が表 6-17、表 6-18 である。トイレに並ばず立ち去る人の確率を 1%にまで抑えると仮定すると、男女ともに屋台 6 軒に対して 1 組のトイレを設置しなければならない。福岡市内全体で、理論的には 25 カ所必要ということになる。現在、福岡市内全体で 7 カ所が整備されているので、残り 18 カ所を整備する必要がある。

6.4.2 において地図をみて求めた整備の残り 24 カ所は、ここで求めた 18 カ所よりも多いが、地図でみた場合

には、1つでも屋台が区画にあれば、トイレを設けることにしたためであろう。屋台が分散的にあれば、その分トイレ、上下水道などの整備件数は増えることを示している。

表6-17 計算結果（男性）

男性					
屋台数m	トイレ待ち人数N	$\nu$	$\rho$	呼損率 $P_L$	$\times 1/2$
2	3	0.101929825	0.111613	0.001235423	0.000617712
3		0.152894737	0.16742	0.003910096	0.001955048
4		0.203859649	0.223226	0.008661845	0.004330922
5		0.254824561	0.279033	0.015758773	0.007879387
6		0.305789474	0.334839	0.025288918	0.012644459
7		0.356754386	0.390646	0.037192337	0.018596168
8		0.407719298	0.446453	0.0512964	0.0256482
9		0.458684211	0.502259	0.067350814	0.033675407
10		0.509649123	0.558066	0.085059502	0.042529751
11		0.560614035	0.613872	0.104107453	0.052053726
12		0.611578947	0.669679	0.12418167	0.062090835
13		0.66254386	0.725486	0.144986214	0.072493107
14		0.713508772	0.781292	0.16625194	0.08312597
15		0.764473684	0.837099	0.187741829	0.093870915

表6-18 計算結果（女性）

女性					
屋台数m	トイレ待ち人数N	$\nu$	$\rho$	呼損率 $P_L$	$\times 1/2$
2	3	0.081847222	0.101081	0.000928493	0.000464246
3		0.122770833	0.151622	0.002958731	0.001479365
4		0.163694444	0.202163	0.006603027	0.003301514
5		0.204618056	0.252703	0.012108782	0.006054391
6		0.245541667	0.303244	0.019594999	0.0097975
7		0.286465278	0.353785	0.02907044	0.01453522
8		0.327388889	0.404325	0.040454463	0.020227232
9		0.3683125	0.454866	0.053598779	0.02679939
10		0.409236111	0.505407	0.068308443	0.034154221
11		0.450159722	0.555947	0.084360782	0.042180391
12		0.491083333	0.606488	0.101521408	0.050760704
13		0.532006944	0.657029	0.119556952	0.059778476
14		0.572930556	0.707569	0.138244503	0.069122251
15		0.613854167	0.75811	0.157378067	0.078689034

### 6.5.5 実際の対応

6.4.2において地図をみて求めた整備の残り24カ所は、ここで求めた18カ所よりも多いが、地図でみた場合には、1つでも屋台が区画にあれば、トイレを設けることにしたためであろう。屋台が分散的にあれば、その分トイレ、上下水道などの整備件数は増えることになり、整備費用、管理費用も増えることが考えられる。

実際に屋台は、トイレの問題に、どのような対応をしているかという点、事業者へのアンケートでは2割ほどは屋台でホテルやコンビニを紹介することで対応している<sup>(8)</sup>。屋台の「かじしか」<sup>(9)</sup>では、近隣のホテルのトイレを紹介しているが、ホテル側も無償でトイレを利用させている。ホテルは宿泊者が増えればいいし、コンビニは購入行動につながればよいわけで、そういう意味では、不足するトイレをホテルやコンビニで、カバーすることもできる。しかし、ホテルやコンビニを利用する場合のトイレの使用料は、本来、屋台側が支払うべきものとして、いくらかの料金徴収があってもよいと考える。あくまでも市は土地やトイレを含めた貸主であり、市が徴収し、ホテルやコンビニに一定の料金を支払うことを考えるべきであろう。

## 6.6 屋台の賃貸負担能力

### 6.6.1 屋台の売上高から試算

屋台の賃料を飲食店並で考えると平均金額は 32,000 円となり、道路占用の料金設定をこの程度で行う必要があると考える。では、屋台事業者は道路占用の対価としていくら程度負担出来るのだろうか。市が実施した屋台事業者向けのアンケート結果や民有地で営業する屋台村の収支から福岡市の屋台の賃料負担能力について考察した。屋台事業者向けのアンケート結果では、屋台 1 軒あたりの売上高は、月額 963,750 円となる。「中小企業実態基本調査に基づく経営・原価指標」<sup>15)</sup> をもとに、標準的な売上高に対して、どの程度の土地・建物などの不動産の賃貸料として、使っているかをみると、一般飲食店は売上高の 6.6%、遊興飲食店は 7.1%であった<sup>(10)</sup>。これをもとに屋台の売上高から地代・賃料を試算すると、一般飲食店でおおよそ 63,750 円、遊興飲食店で 68,826 円程度の負担が可能ということになる(表 6-19)。一般飲食店は、食事中心で、遊興飲食店はお酒中心となるが、屋台はどちらの性格も有しており、どちらも屋台の賃料を検討する上での参考となる。占用時間 10 時間で計算すると一般飲食店で 26.5 千円、遊興飲食店で 28.6 千円となり、賃料 32 千円の負担は難しいことになる。しかし、屋台事業者向けアンケートでの平均売上高 1,500 円や、1 日平均の利用者数 30 人は過小に申告された可能性もあり、次に従業者数をもとに試算した。

#### <計算の過程>

屋台の月間売上高 = 30 人/日・軒 (屋台 1 軒あたり 1 日利用者数) × 1,500 円 (平均売上高) × 257 日  
(年間営業日) / 12 カ月 = 963,750 円

表 6-19 標準的な一般飲食店、遊興飲食店からみた屋台の費用構成（売上高から推計）

	一般飲食店① (千円)		遊興飲食店② (千円)		屋台の費用構成の推計(千円)	
		構成比(%)		構成比(%)	①をもとに推計	②をもとに推計
売上高	85,218	100	73,444	100	963.8	963.8
営業費用	84,662	99.3	73,226	99.7	957.5	960.9
売上原価	32,942	38.7	24,747	33.7	372.5	324.7
商品仕入価格	23,673	27.8	19,657	26.8	267.7	257.9
材料費	5,780	6.8	3,946	5.4	65.4	51.8
労務費	1,688	2.0	416	0.6	19.1	5.5
外注費	412	0.5	18	0.0	4.7	0.2
減価償却費	312	0.4	114	0.2	3.5	1.5
その他の売上原価	1,076	1.3	596	0.8	12.2	7.8
販売費及び一般管理費	51,719	60.7	48,518	66.1	584.9	636.7
人件費	26,783	31.4	25,361	34.5	302.9	332.8
地代家賃	5,637	6.6	5,245	7.1	63.8	68.8
水道光熱費	3,647	4.3	3,120	4.2	41.2	40.9
運賃荷造費	197	0.2	38	0.1	2.2	0.5
販売手数料	406	0.5	420	0.6	4.6	5.5
広告宣伝費	891	1.0	809	1.1	10.1	10.6
交際費	329	0.4	497	0.7	3.7	6.5
減価償却費	2,283	2.7	2,307	3.1	25.8	30.3
従業員教育費	39	0.0	47	0.1	0.4	0.6
租税公課	1,064	1.2	1,023	1.4	12.0	13.4
その他の経費	10,444	12.3	9,652	13.1	118.1	126.7
営業外損益	277	0.3	367	0.5	3.1	4.8
営業外収益	1,335	1.6	1,362	1.9	15.1	17.9
営業外費用	1,058	1.2	995	1.4	12.0	13.1
支払利息・割引率	789	0.9	827	1.1	8.9	10.9
その他の費用	269	0.3	169	0.2	3.0	2.2

### 6.6.2 従業者数からの試算

そこで、もう1つは、標準的な一般飲食店と遊興飲食店の売上高と従業員数をもとに、屋台の従業者数（2.6人）から屋台の費用構成を推計した。それによると、標準的な一般飲食店なみとすると、地代家賃は76.5千円、遊興飲食店で87.4千円であった（表6-20）。10時間で計算すると、一般飲食店は31.9千円、遊興飲食店は36.4千円となる。屋台の売上高の精緻な把握が必要であるが、おおよそ賃料32千円の負担能力はあると考えてよい。場所によって、当然、賃料は変動するものであり、この平均の賃料をもとに場所による差を付けることも考えられる。

#### <計算の過程>

一般飲食店をもとにした屋台の月間賃料 = 76.5千円 ÷ 10時間 / 24時間 = 31.9千円

遊興飲食店をもとにした屋台の月間賃料 = 87.4千円 ÷ 10時間 / 24時間 = 36.4千円



表 6-20 標準的な一般飲食店、遊興飲食店からみた屋台の費用構成（従業員数から推計）

	一般飲食店(千円)			遊興飲食店(千円)		
	年間	従業員1人あたり・月間	屋台	年間	従業員1人あたり・月間	屋台
従業員人	16.2	—	2.6	13.2	—	2.6
売上高	85,218	438.4	1156.8	73,444	463.7	1223.5
営業費用	84,662	435.5	1149.2	73,226	462.3	1219.9
売上原価	32,942	169.5	447.2	24,747	156.2	412.3
商品仕入価格	23,673	121.8	321.3	19,657	124.1	327.5
材料費	5,780	29.7	78.5	3,946	24.9	65.7
労務費	1,688	8.7	22.9	416	2.6	6.9
外注費	412	2.1	5.6	18	0.1	0.3
減価償却費	312	1.6	4.2	114	0.7	1.9
その他の売上原価	1,076	5.5	14.6	596	3.8	9.9
販売費及び一般管理費	51,719	266.0	702.1	48,518	306.3	808.3
人件費	26,783	137.8	363.6	25,361	160.1	422.5
地代家賃	5,637	29.0	76.5	5,245	33.1	87.4
水道光熱費	3,647	18.8	49.5	3,120	19.7	52.0
運賃荷造費	197	1.0	2.7	38	0.2	0.6
販売手数料	406	2.1	5.5	420	2.7	7.0
広告宣伝費	891	4.6	12.1	809	5.1	13.5
交際費	329	1.7	4.5	497	3.1	8.3
減価償却費	2,283	11.7	31.0	2,307	14.6	38.4
従業員教育費	39	0.2	0.5	47	0.3	0.8
租税公課	1,064	5.5	14.4	1,023	6.5	17.0
その他の経費	10,444	53.7	141.8	9,652	60.9	160.8
営業外損益	277	1.4	3.8	367	2.3	6.1
営業外収益	1,335	6.9	18.1	1,362	8.6	22.7
営業外費用	1,058	5.4	14.4	995	6.3	16.6
支払利息・割引率	789	4.1	10.7	827	5.2	13.8
その他の費用	269	1.4	3.7	169	1.1	2.8

### 6.6.3 屋台村の賃料

屋台の賃料として 32,000 円を支払い可能かどうかということであるが、参考として民間が実施している代表的な屋台村の家賃をみた。帯広市の北の屋台は、全国各地の屋台村ブームの火付け役であり、ここから営業ノウハウが拡大していった。鹿児島市の「かごつまふるさと屋台村」は、昨年オープンした屋台村である。これらを見る限り、家賃は 10 万円が相場となっている（表 6-21）。共益費は公衆トイレ、共用部分の維持管理・清掃、ごみ処理等を共同で実施するための費用で、20,000 円～40,000 円である。全国の屋台村の賃料から考えても、現在の屋台の負担は、あまりにも少なすぎる。福岡の屋台は 10 時間のみの利用であると考えれば、屋台村 10 万円の賃料は 41,700 円となる。屋台の 32,000 円の負担を考えることは、決して無理な額ではないことを表している。また、屋台村の方が高額となっているが、設備等も新しく、その差が 1 万円近い差になって表れていると考えられる。

表6-21 代表的な屋台村の賃料

場 所	名 称	開始年月	家賃 (円)	共益費 (円)	屋台数 (軒)
北海道帯広市	北の屋台	2001年7月	100,000	20,000	19
青森県八戸市	みろく横丁	2002年11月	100,000 (除く税)	40,000 (除く税)	25
鹿児島市	かごつまふるさと屋台村	2012年4月	100,000	30,000	26



写真) 屋間は駐車場を借りている

## 6.7 本章のまとめ

本章では、屋台の負担すべき社会的費用について述べた。屋台営業の問題点の多くは、通常の店舗と比較した場合、必要な費用負担を行わないことから生じていると考え、本来、負担すべき費用の算出を行った。特に市民が最も問題と考えている衛生問題は、トイレの問題、上下水道の問題であり、屋台が整備費用や運用費用をほとんど負担しないことから生じている。屋台側にこの費用の負担を求めるかどうかは別にしてもどの程度の負担が本来、必要なのかを試算し、第5章の経済効果とも合わせて検討することで、屋台が負担できる額、公共の役割を検討した。

(1) 現在、道路上で営業する屋台は、道路占用料を管理者に、加えて道路使用料を警察に支払っている。市道上で営業する屋台は月額 5,600 円に道路使用料 1,200 円を加えた 6,800 円が支払われている。国道上で営業する屋台は月額 13,520 円を国と警察に支払っている。公園上で営業する屋台には公園使用料が徴収され、月額 12,000 円が管理者に支払っている。屋台は圧倒的には、道路で営業されており、この道路占用料はあくまでも道路を占有することに対して掛かる金額である。この道路占用料は収益活動を行うことを前提に考えられていないため、この金額を屋台営業にそのまま適用していいのか疑問が残る。

(2) 道路占用料の式から実際の占有している面積と時間、16.7 m<sup>2</sup>で、10 時間をもとに計算する。道路占用料の計算式からみても、倍近くの負担が求められる。また、飲食店賃料が、駐車場やオフィス賃料よりも高額なのは、設備が含まれるからである。市道での営業であるなら、現在の 2.5 倍～4.7 倍の支払が必要となる。特に設備を誰が整備するかで、考え方がことなる。仮に、市がトイレや上水道を整備し、屋台に貸すとすれば、32,107 円程度の負担が求められる。本来、屋台は業種的にも飲食店であり、トイレなどの設備も含めたと考えるなら、飲食店賃料を採用すべきと考えられ、その場合、屋台にとっては月額 32,000 円、現在の 4.7 倍の負担増となる。全国の民間の屋台村では 10 万円程度であり、10 時間だけの利用として見た場合、41,700 円となる。月額 32,000 円は、それよりも安く、適当であると考えられる。

(3) 屋台 1 軒あたりの負担額（市、国への収入）を市道、国道、公園のそれぞれの現在の額から飲食店賃料並の 32,000 円にした場合には、公共の収入は、年間 56.4 百万円となる。税収の効果と合わせると 1 億円を超える収入を公共にもたらすことになる。現在の屋台の占有料の負担額は 13.9 百万円なので、現在よりも 42.5 百万円増える。市の収入は増加するが、一方で、この年間 42.5 百万円が屋台の売上高から減少した場合には、屋台事業者の収入が減少することとなり、それによって屋台事業者または従事する人の収入が減少し、消費が減少し、都市経済にマイナスの影響を及ぼすことが考えられる。しかし、一方で、公共に支払われた額が、公共事業として増加するとすれば、経済波及効果としてはほとんど影響がないことがわかった。

(4) 市民や利用者が屋台の存続に納得するためには、衛生面での問題の解決が必要である。衛生面での問題の解決のためには、上下水道、トイレ等のインフラの整備であり、そのインフラの整備のための原資としては、税収と賃料で賄うという考え方が必要である。先にみた 32,000 円を屋台が負担するならば、通常の飲食店と同様に、屋台外の上下水道、トイレは行政が整備すべきであろう。

(5) 初期投資としては、上下水道で少なく見積もって 2500 万円程度が必要である。これは市の収入の増加分で補うという考え方ができる。また、屋台側はシンクやグリストラップを準備する必要がある。少なく見積もると合わせて 10 万円程度である。初期投資は基本的には一度きりであり、あとは維持管理費が必要となる。衛生面のランニング費用としては、上下水道の使用分が増加することになる。

(6) 屋台側の負担が増えることは間違いないが、衛生面での問題をクリアすれば、市民、利用者の理解を得る

ことができ、持続的な運営が可能である。一方で、屋台側の支払い能力の問題もあるが、衛生面の問題を解決することで、利用者の増加が期待できる。

#### 【脚注】

- (1) 上下水道関連の工事事業者にヒアリング。最も簡単な場合での概算であり、上下水道管までの場所が遠い場合には数倍になる可能性もある。
- (2) 図2-4より。
- (3) 図2-5より。
- (4) 日本阻集器工業会の認定を受けた阻集器を販売している企業数社の中から、平均的なモノを選び、例示的に前澤化成工業の製品のものを選んだ。参考文献3)に詳しい。
- (5) 参考文献4)をもとに、使用水量を試算した。
- (6) ビストロメイトリサーチ第1回。参考文献5)に詳しい。
- (7) 屋台事業者向けアンケートは、調査期間が2011年10月12日(水)～10月20日(木)、調査対象者が道路・公園、食品等の許可を得ている屋台、調査方法が3地区の屋台組合長が配布・収集した。
- (8) 図2-6より。
- (9) 福岡県福岡市博多区須崎町にある屋台。
- (10) 日本標準産業分類の事業区分では、一般飲食店 は、食堂、レストラン、そば・うどん店、すし店、喫茶店等となっている。遊興飲食店とは、料亭 パー、キャバレー、ナイトクラブ、酒場、ビヤホール 等である。すなわち食事中心か、お酒中心かによって分かれる。

#### 【参考文献】

- 1) 「MarketView Japan Office 全国空室率・平均募集賃料(旧基準:全物件対象)」©2011 CB Richard Ellis, Inc
- 2) <http://www.tenantfukuoka.com/>
- 3) [http://www.maezawa-k.co.jp/n\\_cont\\_kaisyagaiyou/gaiyouenkaku.html](http://www.maezawa-k.co.jp/n_cont_kaisyagaiyou/gaiyouenkaku.html)
- 4) 「空気調和・衛生工学便覧(第13版)4給排水衛生設備設計編 p107」空気調和・衛生工学会
- 5) <http://www.bistromate.com/asp-bm/research/>
- 6) 福岡市「屋台との共生のありかた研究会資料(第3回)」,pp21
- 7) 福岡市「屋台との共生のありかた研究会資料(第3回)」,pp22
- 8) 福岡市「屋台との共生のありかた研究会資料(第3回)」,pp14
- 9) 福岡市「屋台との共生のありかた研究会資料(第3回)」,pp15
- 10) 樗木武、田村洋一、清田勝、外井哲志、川野雅也、吉武哲信(1991年)「演習 土木計画数学」森北出版 pp89-90
- 11) 飲食業・飲食店向けASP・クラウドサービス「ビストロメイト」—ビストロメイトリサーチ—(第1回、第2回)  
(<http://www.bistromate.com/asp-bm/research/>)
- 12) 高知県土木部建築課 HP 「衛生器具の個数の決め方」  
(<http://www.pref.kochi.lg.jp/~kenchiku/kenchiku/makkoto/D-lmakk.html>)
- 13) 佐藤忠義、佐藤香代子、越正毅(2003年)「高速道路サービスエリアのトイレの適正規模に関する研究」高速道路調査会 高速道路と自動車 VOL.46 No.8 pp26-32
- 14) 越川康夫、飯尾昭彦、村上三郎、市川憲良、坂上恭助(1997年)「成人を対象としたトイレ行動とその意識に関する分析」空気調和・衛生工学会 空気調和・衛生工学会論文集 No.65 pp41-52
- 15) 同友館「中小企業実態基本調査に基づく経営・原価指標(平成21年発行(平成19年度決算))

## 第 7 章 結論



## 7.1 研究成果の要約

本研究は、市民、行政、営業者のそれぞれの立場から屋台の経済的な効用や問題点を分析することを通して、公共空間の中で屋台を持続的に営業するための条件を明らかにしたものであり、以下の背景を踏まえて研究を進めた。

わが国においても、近年、公共空間の商業的な利用に関するニーズは高まっており、全国各地でオープンカフェの社会実験が行われるようになった。2001年度からは、公共空間を利用したまちの賑わいづくりを目的とした多数の社会実験が公募され、それらの実施結果を踏まえて、2005年3月には「道を活用した地域活動の円滑化のためのガイドライン」が策定されている。

福岡市は、道路や公園などの公共空間に150軒以上の屋台が連なる、全国一の屋台のまちとして、終戦直後から市民に長年親しまれてきている。近年では観光客の利用も増え、他都市も注目する地域の活性化のための公共空間活用の好事例となっている。しかし、行政と屋台、市民との間には、いまだに衛生面や営業時間、屋台規格などの面で合意点が見い出せていない。また、屋台は地代として道路占用料を負担しているものの、その適正水準には明確な根拠はない。一方、屋台の継承を「一代限り」と決めたルールのもとで屋台は年々減少しており、このままでは福岡市における屋台の集積が失われる可能性もでてきている。こうした屋台問題の根本的な解決策を求めて、現在、市民、行政、営業者のそれぞれの立場から改めて屋台の評価が行われ、今後の屋台のあるべき姿について検討が加えられているところである。屋台については、これまで、その歴史や景観、行政の対応を中心に研究が行われ、近年は、民有地の屋台村による地域活性化策の研究やアジアでの屋台の特徴に関する研究も行なわれるようになったが、屋台の地域経済における位置づけや屋台を経営主体としてみる視点の欠如のため、公共空間において屋台が健全にかつ持続的に運営されるための条件、屋台側が本来負担すべき社会的費用に関する十分な検討は行われていないのが実情である。

本研究での成果は、各章末に述べた通りであるが、全体として主要な内容を要約すれば、以下の通りである。

第2章では、公共空間の商業的な利用についてその制度と利用状況を概括した。全国の公共空間の商業的な利用がどのような状況があるのかをみると同時に、屋台営業の制度について整理した。商業的な利用については、社会実験の段階にあり、常設の施設が運営できるルールの確立ができていない実態と屋台営業のための福岡市の条例や指導要綱の特徴を整理した。同時に屋台事業者が決められたルールを守らないまたは守れない実態を明らかにし、その原因を屋台事業者へのアンケートや屋台組合長へのヒアリング結果をもとに述べている。

(1) 公有地における商業的な利用は、全国で社会実験が行われており、社会的なニーズは高まっている。また、全国各地において屋台村が民有地においてオープンしており、その時には事前に公有地で営業する福岡市や呉市などの歴史的な屋台に関する問題や制度の研究も行われている。いずれも公有地での営業については、断念しているものの、そのことは公有地における営業についてのニーズが高いことを示している。

(2) 公有地を商業空間として占有するための法的な制度は、道路法や道路交通法、都市公園法であるが、屋台が営業するためには公共の土地を占有するための「やむをえない」理由が必要である。屋台事業者が、公有地で持続的に営業するための法的な根拠はなく、そもそも「やむをえない」といえるものであるかどうかの疑問も残る。公共空間を商業的に利用させるための法的な根拠が必要である。

(3) 福岡市は、基本的な法律に基づいた条例や指導要綱を施行するなど、公共空間での利用に関してのルールづくりに注力してきた。2000年に施行された指導要綱は、屋台の営業に関して守るべき独自のルールとなっている。そういう意味では、全国における公有地の商業的な利用に関する画期的なルールであった。しかし、実際にはルールはあっても、そのルールが守られていないという実態がある。水の問題では、上下水道や汚水の処理において、適正な処理がされていなかった。また、屋台の営業時間や占有面積などは、ほとんどが守られていなかった。

(4) 守られない状況において、屋台事業者は、指導要綱をどのように受け止めたのかを聞くと、6割以上の屋台が厳しいと答えている。実際に、守ろうという意識も低いことが問題である。特に守られない事項は、「原則一

代限り」「屋台の規格」「屋台の営業時間」においてであり、屋台側は、それが実情にあっていないことを問題としている。守られない理由は、「営業者や従業員がルールを守ろうとする意識が低い」とする意見が多かった。屋台組合長に確認したところ、実際に申請する人と許可を受ける人が同じで、営業者も一致するというこの前提が崩れており、そのためルールを知らない営業者も多いとのことであった。

(5) 指導要綱は、全国に先駆けてつくられた画期的なルールではあった。しかし、屋台側が納得したものではなかった。行政、屋台事業者と市民・利用者が納得できるルールづくりが必要であり、実情にあったルールにしていく必要がある。

第3章では、福岡市の屋台の歴史的な変遷と屋台の現状についてみた。福岡における屋台の歴史は存続か廃止かに揺れた歴史であり、公共空間での商業的な利用のルールが確立していないことが問題を長期化、複雑化させていることを述べた。さらに歴史的な変遷の結果として福岡市の屋台の現状を全国と比較した上で量としては圧倒していることを示すが、毎年減少しており、このままでは屋台の集積が消失することを示した。

(1) 戦後、始まった屋台と行政の対決も数度におよび、何度かの廃止の危機があった。他の都市では、ほとんどの屋台が姿を消す中で、福岡市の屋台は全国において圧倒的な地位を占めるに至り、全国的には福岡市の屋台のイメージは形成されている。福岡市の屋台数は、1960年代に400軒を超えていたが、それ以降、減少傾向にあり、現在150軒になった。特に、博多区の減少が続いている。現在、福岡の屋台は、原則一代限りの政策から増えることはなく、減る一方であることや屋台事業者の年齢も高く、このままでは近い将来、屋台集積が失われる可能性が高いことがわかった。

(2) 福岡市の屋台は減少しながらも、全国の7割ほどが残っている。その理由については、屋台組合の存在があり、初期の段階では河田啄郎氏を中心に粘り強く、交渉したことがあった。福岡市の都市再開発が進む中でも、屋台組合が行政と交渉してきたことが大きかった。しかし、一方で屋台問題が解決できずに長引いた理由は、市が長年、屋台を黙認し、解決のための方策を提案しきれなかったことが大きかった。

(3) 2000年に施行された指導要綱は、公有地における商業的な利用についての画期的なルールであり、さらに、屋台が福岡市においてはじめて黙認状態から脱した意義は大きかった。しかし、実際に決められたルールも守られないことが多く、現在に至っている。2011年に始まる「屋台との共生のあり方検討会」の提言においては、指導要綱を条例にすることを求めており、公有地を利用するためのルールが明確化される。全国各地に屋台村がつかれるなど、屋台や屋台的な雰囲気に対するニーズは強まっており、公共空間での商業的な利用に関する明確なルールづくりと、屋台事業者、市民、行政との合意形成が必要となる。

第4章では、福岡市民と屋台利用者が考える屋台営業を存続させるための条件について述べた。屋台営業が持続可能な条件としては、まずは福岡市民と利用者の支持が必要である。どのような意向を得ているのかを明らかにするとともに、市民の支持を得るための条件について述べた。福岡市が96年に実施した「福岡市民を対象としたアンケート調査」「訪問客へのアンケート調査」の2つのアンケートと比較するために2008年に著者らがアンケート調査を実施し、市民と利用者の意向の変化をみて、存続の条件について述べた。

(1) 市民は約8割が行ったことがあると回答しており、市民の屋台経験者は多く、屋台に「良い面はあると思う」と答える割合も2008年85.5%あった。屋台に対して「問題点はあると思う」とした市民は、96年の74.9%が2008年には59.7%に減っており、屋台問題は減少しつつあると考えられた。しかし、これは屋台の数が210軒から163軒と2割以上減ったことで問題に遭遇する市民が減っているためであり、実際に1軒あたりが抱える屋台の問題の大きさは、ほとんど変わらないことが明らかになった。

(2) 屋台問題の内容を市民に聞くと、2008年では「衛生面」(38.0%)、「トイレなく放尿」(15.8%)、「悪臭・道路汚い」(15.6%)がベスト3であった。衛生面での整備が遅れていることを反映している。これら3つの問題の割合も減少しているが、屋台の減少率とほぼ同じか、それ以下であり、1軒あたりで問題はほとんど解決されていないことになる。衛生面の次の問題点としては、「歩行者など通行を阻害」(2008年14.4%)、「料金が不明瞭なこと」(2008年8.9%)、「営業モラルが低いこと」(2008年7.0%)等の項目であった。これら3つの項目は



96年に比べて4割以上の減になっており、屋台の数の減少率に比べても大幅な減少となった。屋台指導要綱や屋台組合の取り組みが奏功したともいえる。衛生問題の減り方が少ない分、衛生問題の指摘がより目立つことになった。

(3) 屋台利用者のアンケートの結果では、居住地が福岡市内というのは56.0%と最も多かったが、福岡市内以外の福岡県内が20.9%を占め、県外が23.1%を占めるなど、屋台が広域から集客していることがわかった。性別でみると、女性の利用は、36.3%を占めており、女性利用が比較的多いのも特徴である。コンベンションの利用者においても、女性の利用が多く、屋台は男性客が多いといったイメージとも異なっていた。屋台利用者のアンケートの結果では、屋台利用者は、屋台の魅力を「知らない者同士がコミュニケーションできる」という回答が最も多かった。特に県外客が「知らない者同士がコミュニケーションできる」を評価している。一方で、そうした評価される点を民有地でも実現できれば、公有地にこだわる理由はないことを述べた。

(4) 屋台営業の問題点としては、衛生面であるが、衛生設備を整備するために屋台の料金が値上がりすることに対しては、7割程度の人が許容できるという意見であった。一方で経営的には、値上げで客を失う可能性もあるが、衛生面を整備したことによって新たな客を獲得する可能性もある。屋台の営業場所に関しては、約75%の人が道路や公園などの公共空間での営業を望んでいるが、一方で民有地での営業を望んでいる人も約25%おり、民有地での屋台の営業も検討すべき事項であるといえる。

(5) 宿泊者アンケートにおいて、屋台が福岡のイメージにあっているかを聞いたところ、9割があっていると回答した。残してほしいも8割を超えている。屋台はすでに福岡のブランドとなっており、外部からも支持されていることを表している。宿泊者へのアンケートで「屋台に行かなかった理由」としては、5～10%程度が衛生面の不備を挙げており、トイレや上下水道などの衛生面での整備が進めば、さらに屋台利用は増える可能性が高い。

第5章では、福岡市における屋台の経済的な効果について述べた。屋台運営の経済的な効果をみることで、屋台が運営することによる都市経済への影響をみた。屋台が都市において存続の意味があるかどうかを検証するために、福岡市が力を入れているクルーズ船の誘致と福岡ドームの経済効果について比較検討し、存在に値することを明らかにした。また、屋台の税収の効果や市の屋台に対する事業費についても述べた。

(1) 福岡市の全屋台の年間売上高は17.3億円、従業者数390人程度と推計された。屋台事業者が答えた単価1,500円や1日利用者数30人が少なく見積もられている可能性もあるが、従業員数からみると、400人規模の企業、いわゆる中堅企業クラスの企業規模とみることができる。屋台の年間の利用者数は、1,156,500人と推計され、福岡ソフトバンクパークスの入場者数の約半分であり、集客施設として考えた場合には、それなりの大きな存在感がある。

(2) 屋台利用を主目的として来福した市域外居住者の総支出と、市域内居住者の屋台支出のうち通常の外食費用との差額の総額を入力とし、福岡市の産業連関表を用いた分析によって経済波及効果を求めた。屋台の営業による総需要を算出すると、総額で29.8億円となる。この総需要額をもとに、経済波及効果を算出すると、第1次波及効果、第2次波及効果を合わせて41.1億円となった。福岡市の重要政策であるクルーズ船招致の経済波及効果の約29億円を大きく上回っており、市域における重要な産業の1つに位置づける必要性を指摘した。福岡市が屋台を失うと、市経済に大きな損失を生じる可能性があることを示しており、屋台問題を解決し、存続できる条件があるとするなら、その方が経済にプラスの効果を与える。

(3) 経済波及効果は、さらに市の税を増やす効果があり、4,500万円程度の税収があることもわかった。また、道路占用料、公園占用料という形で1,000万円程度の市の収入があり、市の収入は、税収増の効果とあわせると約5,500万円程度の収入増になることがわかった。クルーズ船の寄港に対しては福岡市の事業費は2011年度69百万円、2012年度で105.9百万円程度が最低でもあてられており、一方で、屋台に対する事業費は、ゼロであった。長い間、不法占拠と位置づけられていたことを考えると、これまでも、ほとんど事業費はなかったとみてよい。クルーズ船の寄港と比較しても、屋台の経済効果の規模を考えると、市はそれなりの事業費を付けて整備してもよいことを述べた。

第6章では、屋台の負担すべき社会的費用について述べた。屋台営業の問題点の多くは、通常の店舗と比較した場合、必要な費用負担を行わないことから生じていると考え、本来、負担すべき費用の算出を行った。特に市民が最も問題と考えている衛生問題は、トイレの問題、上下水道の問題であり、屋台が整備費用や運用費用をほとんど負担しないことから生じている。屋台側にこの費用の負担を求めるかどうかは別にしてもどの程度の負担が本来、必要なのかを試算し、5章の経済効果とも合わせて検討することで、屋台が負担できる額、公共の役割を検討した。

(1) 現在、道路上で営業する屋台は、道路占用料を管理者に、加えて道路使用料を警察に支払っている。市道上で営業する屋台は月額5,600円に道路使用料1,200円を加えた6,800円が支払われている。国道上で営業する屋台は月額13,520円を国と警察に支払っている。公園上で営業する屋台には公園使用料が徴収され、月額12,000円が管理者に支払っている。屋台は圧倒的には、道路で営業されており、この道路占用料はあくまでも道路を占有することに対して掛かる金額である。この道路占用料は収益活動を行うことを前提に考えられていないため、この金額を屋台営業にそのまま適用していいのか疑問が残る。

(2) 道路占用料の式から実際の占有している面積と時間、16.7㎡で、10時間をもとに計算する。道路占用料の計算式からみても、倍近くの負担が求められる。また、飲食店賃料が、駐車場やオフィス賃料よりも高額なのは、設備が含まれるからである。市道での営業であるなら、現在の2.5倍～4.7倍の支払が必要となる。特に設備を誰が整備するかで、考え方がことなる。仮に、市がトイレや上水道を整備し、屋台に貸すとするなら、32,107円程度の負担が求められる。本来、屋台は業種的にも飲食店であり、トイレなどの設備も含めたと考えるなら、飲食店賃料を採用すべきと考えられ、その場合、屋台にとっては月額32,000円、現在の4.7倍の負担増となる。全国の民間の屋台村では10万円程度であり、10時間だけの利用として見た場合、41,700円となる。月額32,000円は、それよりも安く、適当であると考えられる。

(3) 屋台1軒あたりの負担額(市、国への収入)を市道、国道、公園のそれぞれの現在の額から飲食店賃料並の32,000円にした場合には、公共の収入は、年間56.4百万円となる。税収の効果と合わせると1億円を超える収入を公共にもたらすことになる。公共の収入は増加するが、一方で、この年間42.5百万円が屋台の売上高から減少した場合には、屋台事業者の収入が減少することとなり、それによって屋台事業者または従事する人の収入が減少し、消費が減少し、都市経済にマイナスの影響を及ぼすことが考えられる。しかし、一方で、公共に支払われた額が、公共事業として増加するとするなら、経済波及効果としてはほとんど影響がないことがわかった。

(4) 市民や利用者が屋台の存続に納得するためには、衛生面での問題の解決が必要である。衛生面での問題の解決のためには、上下水道、トイレ等のインフラの整備であり、そのインフラの整備のための原資としては、税収と賃料で賄うという考え方が必要である。先にみた32,000円を屋台が負担するなら、通常の飲食店と同様に、屋台外の上下水道、トイレは行政が整備すべきであろう。

(5) 初期投資としては、上下水道で少なく見積もって2500万円程度が必要である。これは市の収入の増加分で補うという考え方ができる。また、屋台側はシンクやグリストラップを準備する必要がある。少なく見積もると合わせて10万円程度である。初期投資は基本的には一度きりであり、あとは維持管理費が必要となる。衛生面のランニング費用としては、上下水道の使用分が増加することになる。

(6) 屋台側の負担が増えることは間違いないが、衛生面での問題をクリアすれば、市民、利用者の理解を得ることができ、永続的な運営が可能である。一方で、屋台側の支払い能力の問題もあるが、衛生面での問題を解決することで、利用者の増加が期待できる。

## 7.2 今後の課題と展望

以上、本研究で得られた成果の要約であるが、ここでは残された問題や今後の課題について述べる。屋台が継続的に営業しようとするれば、屋台側の負担を増やすことで、衛生面の整備を進めることが必要と考えた。これによって衛生面の課題が解決され、市民、利用者にとっても運営の理解を得ることができる。一方、行政は収入の増加と引き換えにその分の事業費を増やすことで、屋台の存続する環境を整備する必要がある。しかし屋台の負担については、実際には人通りのよい立地に恵まれた屋台とそうでない屋台とでは、負担力に差が生じていることが考えられ、一律でない負担のやり方などを研究・検討する必要がある。これは公共空間の商業的な利用に対する利用料金徴収に対する考え方を深化させることにつながる事が考えられる。公共空間での収益力にもとづく、負担のあり方を研究する必要がある。

屋台営業の魅力は、民有地では実現できないとする意見が多かった。特に福岡ではかつて、屋台村が登場したがいずれも成功しなかったことが背景にあると思われる。そのため、屋台事業者の中にも民有地での営業に拒否反応を示している。もちろん利用者の中にも路上でないと雰囲気が出ないという意見は多い。しかし、実際になぜ民有地では、できないのかについては、十分に検討できなかった。これを明らかにすることで、民有地に屋台を移動させる可能性を明らかにすることができるだけでなく、公共空間にしかできない商業利用の方法やルールづくりのための示唆を得られると考えられる。

福岡の屋台については、2013年9月にも条例が制定され、ルールも厳しく、屋台の負担も増える方向にある。今後は積極的な、屋台の活用策についても検討されてよい。福岡（博多）の屋台については、存続か廃止かの議論の歴史が今も跡を引き、行政も、市民も積極的に活用するという方向には立っていない。都公共空間を民間のオープンカフェやイベントなどに開放する動きも強まっており、屋台を集客装置の一つとして積極的に位置づけていく時期にきているともいえる。福岡で開催される学会や国際会議などの参加者の多くが屋台に行きたいとしており、誘致の魅力の一つである。アジアからの観光客も増えていることから、屋台ツアーや屋台のワールドカップなど地域が一体となった屋台の活用策も検討し、魅力ある地域の創出につなげる必要がある。こうした屋台の積極的な活用が実現できるのは、屋台の適正な負担とルールの遵守があつてのことである。



## 参考資料 ①筆者の屋台研究の福岡市政策への影響

筆者の研究の経緯を下に掲載する。高島市長が誕生し、屋台問題が再燃する前から学会論文やレポートを執筆してきた。

	八尋・発表雑誌・研究会報告		福岡市の屋台をめぐる動き	
2008年	1月	三菱総合研究所広報部・自治体チャンネル+「博多の屋台の灯」		
	6月	九州経済調査月報(2009-7-756)「都市における屋台の機能とその変化」		
	10月	NCBリサーチ&コンサルティング・飛翔「都市における屋台の機能とその変化」		
	10月	日本都市学会 第55回大会「都市における屋台の機能と その変化」を報告		
2009年	5月	日本都市学会年報(VOL42)「都市における集客装置としての屋台の可能性」		
	7月	九州経済調査月報(2009-6-741)「福岡市における屋台に関する市民意識の変化」		
2010年	3月	『地域産業の新たな展開—九州・山口からの挑戦』九州経済調査協会編 に「屋台」を寄稿		
			11月	高島市長当選
2011年			6月	市長 市議会一般質問で、屋台の在り方について再検討を始める考えを示した。
			7月	福岡市、元総務省選挙課調査係長に総務企画局企画課長(通称・屋台課長)を任命
			9月	福岡市・第1回屋台との共生のあり方研究会
		福岡市に「屋台事業者へのアンケート」等でアドバイス	11月	福岡市・第2回屋台との共生のあり方研究会
			11月	福岡市・第3回屋台との共生のあり方研究会
	12月	福岡市「第4回屋台との共生のあり方研究会」で八尋報告		
2012年			1月	福岡市・第5回屋台との共生のあり方研究会
	2月	九州経済調査月報・調査マン手帳「屋台の創造的活用論」	2月	福岡市・第6回屋台との共生のあり方研究会
			4月	福岡市・第7回屋台との共生のあり方研究会

## 参考資料 ②全国の屋台

### 15 軒を守る呉市の屋台

呉市では、製造業や商業が疲弊する中、観光に力を入れており、その一環として屋台の数を決めて、その数を維持していこうとしている。全国の都市の中で、公式に新規出店を認めたのは呉市だけである。呉市の屋台は、もともと市中心部の堺川沿いに集中していたが、1965年の道路交通法の改正で車道での営業ができなくなり、翌年には蔵本通りに28店舗を集めて道路占用許可を出している。86年には歩道側に屋台専用の上下水道や電気を市が整備するなど、市は積極的に屋台問題にも関与していく姿勢を示してきた。しかし、高齢化等によって廃業が続き、2002年には営業している屋台は8軒のみになっていた。商工会議所や連合広島呉地域協議会からも屋台の衰退を惜しむ声があがり、呉市は周辺自治会と協議し、15軒の目安を決めた上で、新たに7軒を公募することとなった。2002年の第1回目の公募には、7軒の枠に対し、48軒が応募している。2008年には15軒のうち3軒が廃業したために新たに3軒を公募している。

呉市への観光客は、2005年の大和ミュージアムの開館で急増しているが、観光客は数時間の滞在にとどまるなどの課題があり、夜の屋台に期待が集まっている。

### 形を変えて復活する屋台（村）

公有地での屋台の営業には、道路の占用やトイレの問題などもあり、解決すべき課題も多いことから、最近では民有地で屋台を復活させようとする動きがみられる（表）。民有地であれば、屋台を固定することができ、トイレの設置や上下水道の完備も比較的容易である。また、公有地では、できない生モノの提供や調理場の確保などもできるようになるということで、全国に広がりつつある。

契機になったのは、2001年7月に開業した帯広市の「北の屋台」の成功である。北の屋台は、民有地に20軒の屋台を集めたもので、刺身などの生モノも提供し、ラーメンから珍しいエスニック料理まで様々な屋台を集めている。運営しているのは、「北の起業広場協同組合」で、上下水道や電気、ガス、水洗トイレを完備し、地産地消の推進や起業家の育成にも力を入れている。2005年の来客数は、約18万人に上った。この成功を契機として、北海道や青森では屋台村や屋台横丁が増えている。いずれも民有地での営業で、従来の屋台とは一線を画すが、屋台が持っている狭く、会話しやすい空間の魅力をそこなわないように、配慮されている。福岡（博多）において屋台が減少する中であって、全国では形を変えて再び屋台を復活させようとする動きが強まった。各都市が観光やコンベンションに力を入れ、屋台を「都市の魅力づくり」や「夜の賑わいづくり」の一つと考え始めたからである。

北九州市では、2006年11月に「北九州市にぎわいづくり懇話会」（座長 利島康司）を設立し、2007年7月に北九州市が「にぎわいづくりプラン」を公表した。この「にぎわいづくりプラン」の中には、「本市の食材を気軽に楽しめる小倉都心部における屋台村の設置検討」を掲げている。すでに、市役所内には検討チームがつくられ、屋台（村）の実現に向けて、先進地や課題などを調査、検討している。

民有地に開業した屋台村（2001年～）

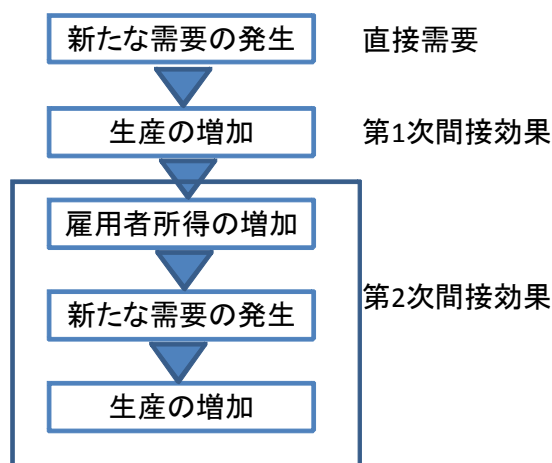
県名	屋台村名称	店舗数 (屋台数)	開始年	場 所	運 営
北海道	むろらん屋台村	8軒	1998年6月	室蘭	室蘭開発
	北の屋台	20軒	2001年7月	帯広市	北の起業広場協同組合
	まんだら横丁	5軒	2002年4月	旭川市	旭川銀座商店街振興組合
	おたる屋台村 レンガ横丁	14軒	2004年7月	小樽市	有限会社おたる屋台村
	苫小牧 屋台通り錦町横丁	9軒	2004年7月	小樽市	㈱東和商事
	小樽出抜(でぬき)小路	22軒	2005年4月	小樽市	株式会社うだつ商事
	ひかりの屋台 大門横丁	26軒	2005年11月	函館市	株式会社ほこだてティーエム
	美唄屋台村 とんでん横丁	10軒	2006年7月	美唄市	株式会社北美
	北見じまん村	8軒	2006年7月	北見市	株式会社北見じまん村
	ほろべつ屋台村	4軒	2006年10月	登別市	㈱みとや
青森県	稚内副港市	5軒	2007年4月	稚内市	㈱稚内副港サービス
	八戸みろく横丁	25軒	2002年12月	八戸市	有限会社北のグルメ都市
	さんふり横丁	15軒	2005年4月	青森市	有限会社 木村住建工業
岩手県	津軽弘前屋台かだれ横丁	8軒	2008年9月	弘前市	津軽弘前屋台村株式会社
岩手県	大船渡屋台村	20軒	2011年11月	大船渡市	大船渡屋台村 有限責任事業
宮城県	復興屋台村 気仙沼横丁	16軒	2011年11月	気仙沼市	株式会社復興屋台村
秋田県	たばこ座横丁	7軒	2009年10月	秋田市	秋田屋台村協議会
山形県	山形屋台村ほっとなる横丁	13軒	2009年6月	山形市	株式会社リノベーション山形
福島県	こらんしょ横丁	9軒	2005年10月	福島市	ふくしま屋台村株式会社
栃木県	宇都宮屋台横丁	23軒	2004年4月	宇都宮市	株式会社村上
鹿児島県	かごつまふるさと屋台村	25軒	2012年4月	鹿児島市	NPO法人鹿児島グルメ都市企画

## 参考資料 ③生産波及効果の推定方法

生産波及効果の推定方法、結果を順に説明していく。

### ①生産波及効果の仕組み

生産波及効果の仕組みを図に示す。域内で消費者が商品を購入するなどして域内に新たな需要が発生すると、その需要を補うために各産業の生産量が増加する。この域内に新たに発生した需要を直接需要という。生産をするためには当然、原材料・中間生産物を他の産業から購入する必要があるため、直接需要があった産業以外にも波及的に生産物が増加する。この派生的に増加した生産量を第1次間接効果という。直接需要と第1次間接効果によって各産業は生産量が増加するが、生産量が増加すると1人当たりの所得の増加や新たな雇用の創出などで各産業の雇用者所得が増加する。雇用者所得が増加すると増加した所得の一部を消費に回し、また各産業の生産量が増加する。この生産の増加量を第2次間接効果という。雇用者所得を通じた生産量の増加は理論的には無限に続くが、通常は第2次間接効果の計算で生産波及効果の計算を終了し、直接需要・第1次間接効果・第2次間接効果の合計を総合波及効果と呼ぶ。



生産波及効果の波及経路

### ②生産波及効果算定の手順

生産波及効果の算定手順を示す。算定の手順を、以下順を追って説明する。

#### 格付け

来場者の消費が産業連関表のどの部門に対応するかを決める。

#### 最終需要額（購入者価格）

格付けをした金額（購入者価格）には、商業マージンや運輸マージンが含まれている。これを除くために、購入者金額にマージン率を乗じて“皮はぎ”を行った。マージン率は産業連関表取引基本表算出表を用いて算出した。

#### 最終需要（生産者価格）

商業と運輸部門には、それぞれ商業マージンと運輸マージンを足したものを最終需要額（生産者価格）とした。商業・運輸以外の部門は、商業・運輸マージン額を除いたものを最終需要額（生産者価格）とした。



## 直接需要

域内で発生した最終需要を賄うため、域内の生産以外に、域外の生産物・サービスを移入することになる。部門別の自給率を部門別の最終需要額に乗じることにより、域内で賄われる需要額、すなわち直接需要を算出する。自給率は、産業連関表の部門別域内需要合計を部門別移輸入額で除することによって算出した。

## 第1次間接効果

部門別の直接需要を産業連関表の逆行列を乗じ、域内に直接需要が投下されることによってどれだけの中間需要が発生したかを算出した。ここで出て来る金額は直接需要を含む金額なので、出てきた金額と直接需要の差を第1次間接効果とした。なお、今回の分析では  $[I - (I - M)A]^{-1}$  型を用いた。

## 産業別雇用所得額

直接需要と第1次間接効果の和の金額だけ、各部門は生産が増加する。すると、生産の増加金額の内の何割かは雇用者の所得額増加にまわる。この所得増加金額を、部門別の生産増加額に部門別雇用者所得率を乗じることによって算出した。部門別雇用者所得率は、産業連関表の部門別の総生産額を部門別の雇用者所得で除して算出した。

## 域内増加所得額

産業別雇用者所得を合計して算出した。

## 域内増加消費額

域内増加所得額の内どれだけが所得に振り向けられるかを、域内増加所得額に消費性向を乗じることによって算出した。

## 産業別増加消費金額

域内増加消費額が部門別にどのように振り分けられるかを、域内増加消費額に民間消費支出構成比を乗じることによって算出した。部門別民間消費支出構成比は、民間消費支出合計金額を部門別民間消費支出額で除することによって算出した。

## 産業別域内増加消費金額

直接需要を求めた時と同様に、産業別域内増加消費金額の内どれだけが域内で賄われたかを算出した。

## 第2次間接効果

産業別域内増加消費金額によって、どれだけ中間需要が発生したかを、第1次間接効果を求めた時と同様に算出した。

## ③ 粗付加価値誘発額・雇用者所得誘発額・就業者誘発数の算出方法

生産波及効果による影響として、粗付加価値額の増加・雇用者所得誘発・就業者誘発などがある。まず、製品の価格の構成について説明をし、それぞれの算定方法を述べる。

## 製品の価格の構成

製品の価は中間投入、間接税、資本減耗引当、営業余剰、雇用者所得から構成され、そのうち雇用者所得・営業余剰・資本減耗引当・間接税を粗付加価値額という。中間投入とは、生産物を作るために、購入した原材料等を加工したり、消費したり、サービスの提供にかかった費用のことを指す。また、資本減耗引当とは減価償却費

のことを、営業余剰とは企業の営業利潤・支払利子のことである。粗付加価値額は生産活動によって新たに生み出された価値のことを指す。

#### **粗付加価値誘発額**

産業連関表の部門別粗付加価値額の合計を部門別総生産額で除し、製品額に対する粗付加価率を算出した。それを各部門の生産誘発額に乘じることによって、粗付加価値誘発額を算出した。

#### **雇用者所得誘発額**

産業連関表の部門別雇用者所得を部門別の総生産額で除し、部門別の生産額に対する雇用者所得の割合を算出した。この値を、各部門の生産誘発額に乘じることによって、部門別の雇用者所得誘発額を算出した。

#### **就業者誘発額**

100万円分の生産をするのに必要な就業者数のことを、就業者係数という。生産誘発額に就業者係数を乘じることによって、就業者誘発数を算出した。

## 謝 辞

屋台研究は、天神の街を歩いていた時に、屋台の数の減少を実感し、調べ始めたところから始まり、ピーク時に400軒を超えた屋台が半分以下に減少し、このままでは消滅する可能性を指摘した。2008年当時の問題意識のレベルは、その減少と原因と思われることについて、簡単なエッセーを書くにとどまり、研究のレベルには達していなかった。そのころ外井哲志准教授から九州大学工学研究院の社会人後期博士課程への進学を勧めていただくと同時に、屋台研究を快諾いただき、この研究に着手することができた。

その後、福岡市は2012年に屋台問題の解決のために「屋台との共生のありかた研究会」（座長 鳥越俊太郎氏）を立ち上げ、解決に向けて動き出すなど、屋台問題も新しい局面へと入り、研究も新たな段階へと入っていった。当時、福岡市の企画調整部企画課長・臼井智彦氏（通称屋台課長）をはじめ多くの方々に、多様な示唆に富む助言やデータをいただいた。さらに福岡市からは、「屋台との共生のありかた研究会」（第4回）において発表・発言の場を与えていただき、その後の研究の励みとなった。

研究の過程で、福岡市内にある3つの屋台組合の組合長（澤野繁春 長浜移動飲食業組合組合長、安野照秀 博多移動飲食業組合組合長、米倉浩三 福岡市移動飲食業組合組合長）をはじめ屋台関係者には営業の実態を率直にお聞かせいただき、屋台問題の根深さと、解決の難しさを教えていただいた。

さらに、この研究は九州大学大学院工学府都市環境システム工学専攻の学生、大学院生にも助言、協力いただいた。川副文彦は屋台利用者とホテル宿泊者へのアンケートさらに歴史、経済効果の実施・分析を行った。また蟻正慎介は福岡ドームの経済効果の測定をすると同時に、福岡市の来訪者の周遊行動を調査する中で、屋台への立ち寄り先の動向を分析した。この結果、屋台の経済効果や他の集客施設との比較が可能となった。永島祐樹は屋台利用者に対するアンケートの実施と分析と同時に、資料の収集においてこの研究を支えた。それまで屋台利用者の属性は明らかになってこなかったために、屋台存続を考える上での貴重な資料となった。

外井哲志准教授においては、特に分析の視点をはじめ、示唆に富んだ多様なアイデアをいただき、博士論文としての理論的な支柱の形成と論文のレベルアップのために多大なアドバイスをいただいた。

さらに、この研究の過程で一時期、仕事との両立が難しく、時間を費やせないなど、一時中断を余儀なくされ、困難も生じたが、それを乗り越えさせてくれた同僚、友人、家族の励ましがあつたこともここに記しておく。

ここに研究を支えていただいた多くの方に深く感謝する次第である。

屋台研究は、この博士論文において、一区切りをつけるが、屋台問題は解決したわけではなく、現在進行形である。今後、この研究を基礎に新たな研究がされ、公共空間の商業的な利用に対する条件に関する研究が進むことを期待したい。

また、屋台問題を始めとした都市問題解決のために、一科学者としてさらに関わっていくことで、この研究を支えていただいた皆様の恩に報いていきたいと考えている。

2013年7月  
八尋和郎