

屋台村の空間と取り組みの効果に関する考察

—中心市街地活性化の手法としての視点から—

A Study on Effects of Spaces and Activities of Yataimura (Stall Village) —Through the View as a Method for Downtown Revitalization—

66187 Pornsan Vichienpradit

Yataimura, showed first as Kitanoyatai in Obihiro in 2001, has attracted many attentions nation wide, so many of them have been built recently. This study doesn't focus on a specific Yataimura, but brings several examples together in order to seek the best way to enhance the value of effects to the cities and surrounding areas.

Points of analyses of this study are their spaces and activities running along. Through 6 study sites, preconditions to promote Yataimura as an urban facility are found, and problems are also listed up by questionnaire to management authorities of each site. At last, this study also points possibilities of Yataimura for the future.

1. 序論

1. 研究の背景

アジアで見られる屋台は地域、気候、文化、風習、法律等によって形態が多種多様であるが、屋台が集積する場所に人が集まり、都市的な賑わいを作っていることは否定できない。しかし、日本では福岡市や呉市のように屋台政策を施行している特定の都市でしか一般に屋台の集積を目にすることができないのが現状である。

一方、2001年に北海道帯広市で、地元有志グループのまちを元気にしたい思いによる屋台村第一号「北の屋台」が誕生した。北の屋台のような屋台村は、従来の屋台とは少し違うが、屋台の形態、スケール感の良さを大事にした考え方を尊重して、実現不可能と言われた寒い北海道でも屋台による賑わいが作れることを実証した。これがモデルとなって、後に全国的に広がり、地域や都市の再生・活性化を目的に建設された屋台村は多数見られた。

2. 研究の目的

このように屋台村は一つの「中心市街地活性化の手法」として捉えることができるが、実際の効果はどのような程度なのか、また残された課題はいかなるものなのかを明らかにする必要がある。2008年春現在、北の屋台が誕生してから6年以上も経ち、かつ多数の事例が出てきているために、普遍的な評価ができる時期になったのではないと思われる。

それを受け、考察によって抽出された課題等を、これから建設されていく屋台村や類似した都市の中の商業空間に活かすこと及び別の形の賑わいづくりに役立つことを期待する。

3. 研究の視点

本研究は副題で明記しているように「中心市街地活性化の手法」としての視点から屋台村を考察する。

「中心市街地活性化」とは一般に、「都市機能の増進」と「経済活力の向上」の2点を指しているが、あまりに抽象的なので、本研究では、「人通りの誘発」、「商業人材育成」及び「中心部の消費の促進」の3点に解釈して、屋台村の空間及び取り組みをこれらの実現する手法として捉え、絞って考察することにする。

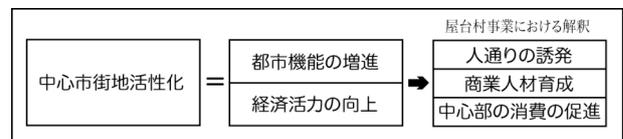


図1 中心市街地活性化の解釈

4. 研究の方法

本研究は主に2000年以後に登場した屋台村を扱うので、それ以前の従来の屋台に関しては、関係資料を集め、文献調査を行う。足りない部分はヒアリング調査で補完する。

焦点を当てている屋台村に関して、調査対象を絞った後に、現地訪問をして、まち歩きによる空間調査を行ううえで、各屋台村の管理・運営者にヒアリング調査を行って、経緯や基礎情報をおさえる。また、地図で得る空間のあり方や変遷等を通し、様々な空間分析を行う。ヒアリング調査で得た内容も同様に比較分析して、考察する。

最後には、各屋台村の管理・運営者に対して、これまでの実績に関する自己評価アンケートを実施し、同基準から中心市街地活性化への効果の認識度を探る。それから、課題を抽出し一通り整理したうえで、今後の可能性や応用を考える。

5. 用語の定義

一般に「屋台」と呼ばれるものの定義の幅は広く、研究上定義を明確にする必要がある。

<広義の屋台>

「路上的な場所において本格的な屋根を持たない構造形式で営業する店舗をその基本的な存在形式として捉え、その類似的な施設を含めて屋台と称し、特に飲食関係の店舗に限定することにする。」とされている。

<狭義の屋台>

「露店」と区別をつけるために狭義的に、「路上的な場所で営業する仮設的な簡易店舗とその類似したもの。特にほとんどは飲食販売し、簡易なカウンター席を有するもの。」と定義する。

<従来の屋台>

「屋台村」が誕生するまでのそれまでの屋台のことを便宜的に呼ぶとする。例としては、ラーメン屋台や福岡市の屋台がある。

<屋台村>

屋台村については、本研究で初めて定義し、「上記でいう屋台（狭義）のような店舗が、季節を跨がる長期的な営業を目的として、一定の数以上集る空間。（一般的にその空間の通路部分は一般市民に開放しており、出入り自由にしている）」とする。

II. 本論

1. 屋台の分類

広義の屋台には様々なものが含まれている。まず、客席の有無で本研究における狭義の屋台と露店に分かれる。それから、常設であるか仮設であるかで分けることができる。また、従来のものと新規のものにも分かれる。

分類した結果は図2の通りである。

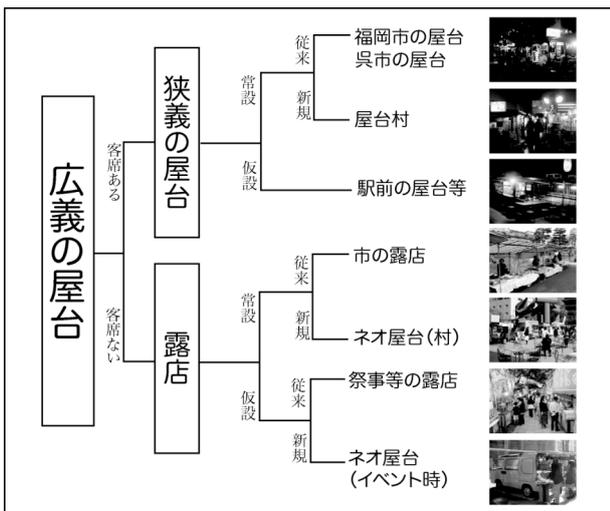


図2 屋台の分類

2. 日本の屋台の系譜

<起源>

日本における屋台のルーツは江戸からだと言われている。しかし、その形態は現在のものとはかなり

違って、車輪等を持っていない「据え置き型」であった。屋台が初めて出没したのは元禄のバブルが崩壊した後、享保（1716～1736）年間だという。新しい商法として確立し、盛んになったのは天明（1781～1789）以後なのである。

参勤交代や出稼ぎの労働者の多い江戸では、外食産業が必要なために、屋台が定着したとされている。<最盛期>

屋台は商売の中でも資金がそれほど要らず、特にハードルは低く、誰にでも始めやすい特性がある。第二次世界大戦直後には、戦争引揚者、未亡人、戦争で店や家を失った人々の多くが生活のために始めることが多い。その結果、日本中どこの都市でも屋台を目にすることができた。

物品不足状態が続いていた戦後、あちらこちらに闇市ができ、屋台はそれに合わせたように出没した。混乱の時代が終わっても、市民の間に屋台の存在はすっかり根付いていたという。

<衰退期>

終戦から20年近くの間で、全国的に屋台は姿を消していった。これは次々と施行される屋台営業を規制する法律・条例や、国及び自治体の政策による結果だった。決定的になったのは1964年の東京オリンピック開催の際、日本の復興を世界にアピールする思想の中で、「みずばらしい屋台を外国人に見せたくない。」と、政府から強制的に辞めさせるような動きもあったと伝えられる。

表1 屋台の規制に関する法律と各地における取締

時期	法律の施行	地方自治体の取締
1947年		飲食営業緊急措置令（東京都）
1948年	食品衛生法	
1949年		常設露店市場の整理の開始（東京都） GHQの指令による厚生省と各県の取締が開始(各地)
1950年		都・警視庁・消防庁の三者による東京都臨時露店対策部の発足（東京都）
1952年	道路法	縁日露店はその都度出店許可書を取得する場合だけ認め、常設露店の再開は認められなくなった。（東京都）
1956年		営業許可に関する県条例（福岡県）
1960年	道路交通法	
1962年		道路使用許可の取扱い要綱（福岡市）

<適正化の時代>

1990年代後半から、一部の自治体では屋台に対する政策の見直しがなされた。それまでに、警察から「道路使用許可」が出されても、道路管理者の市としては道路法に基づく「道路占用許可」を認めていなかったのである。このような状況の中、営業者の高齢化等で廃業していく屋台も多く、数が激減していた一方、観光的な価値が再発見され始めたために、今後は営業を認める代わりに、管理・指導等を徹底的に行う方針を打ち出したのである。

屋台が圧倒的に集中している福岡市では、屋台営業による交通問題や衛生・環境問題等が顕在化した

ため、1996年に官民合同による「屋台問題研究会」が発足し、市民の意識調査を行った。結果としては、屋台には魅力が十分ある反面、問題がいくつか残っているということがわかった。市はこの研究の結果を受けて、2000年に「福岡市屋台指導要綱」を施行し、屋台の再配置等を行っている。

呉市では、1980年代の道路整備の際に屋台専用の空間を公園の敷地に設けたが、新規参入を認めなかったため、高齢化等で屋台の数は減っていった。(20軒→8軒)このため、2002年には「呉市蔵本通りの屋台に関する要綱」及び「蔵本通りの屋台選定委員会設置要綱」を制定し、新規営業者を公募した。このように観光の目玉としての価値が見いだされ、政策のあり方が変わったのである。

しかし、福岡市・呉市いずれの場合の政策も、随時の新規参入を認めている訳ではなく、現状維持を継続するだけであって、長期的な問題の解決にはなっていないと言える。

<新しい展開>

屋台の系譜の中で従来の屋台から発展した新しい展開を2つ取り上げる。

①屋台村は説明したように、2001年に誕生した「北の屋台」が最初の事例で、屋台のような小規模店舗を同一の敷地に集積させ、一般市民でも通れるような通路を通し、賑わいづくりを目的とした施設である。従来の屋台(群)と違う点は民有地に建っていることである。道路や公園のような公共空間で営業していないために、取締の対象とならない。よって、空間の整備は仮設的ではなくても済み、営業者にかかる片付けの負担も減らされる。また、厨房部分の固定により、上下水道、電気、ガス等を完備することが可能となり、保健所から正式に飲食店として認めることができ、これまで従来の屋台で扱えなかった料理(寿司、刺身のような生もの等)を販売することが可能になった。屋台村には様々な効果が期待、注目されて、次々と色々な都市で作られていったのである。

②ネオ屋台(村)は、イベント会場等での飲食サービスを企てる会社が、都市の遊休スペース(民有地)を活用していく試みで始めた動きであった。ネオ屋台と呼ばれる軽自動車を改造した店舗を、オフィス街等で平日のランチの時間にのみ集結させ、食事を販売している。その場所がネオ屋台村と呼ばれ、オフィスワーカーの間では定着している。現在事業展開が著しくなり、ネオ屋台が見られるのはオフィス街だけではなく、デパートの前、商店街でも出没している。

このように、屋台の新しい展開は従来のものと違う路線を歩んでいるが、屋台のスケール等を大事にしながら、考え方を変えたのが特徴なのである。



図3 屋台村(北の屋台)



図4 ネオ屋台

3. 屋台村

屋台村の先駆者「北の屋台」を企画したのは、帯広青年会議所のメンバーで結成された「十勝環境ラボラトリー(TKL)」であった。彼らはまちを元気にしたいという考えの中で、「屋台」というキーワードが浮上り、調査研究を繰り返した後、道路で実現不可能ということがわかった。それでも諦めることなく、知恵を絞り、先項で述べたような屋台村のモデルを確立して、2001年7月に北の屋台を開業させたのである。

一方、八戸市では2002年12月の新幹線駅開業に合わせて、「みろく横丁」がオープンした。みろく横丁は北の屋台のモデルを見習ってできた施設だが、地元の民間会社の企画・運営による事業で、有志グループ企画・協同組合によって運営される北の屋台とは少し性質が異なっている。しかし、目指している目標はどちらも同じく、中心市街地活性化に関連することである。

このようにして、屋台村の考え方が広まり、各地に建設されていったのである。できた後発の屋台村は必ず北の屋台またはみろく横丁の例を参考にしていることが、ヒアリング調査でわかった。

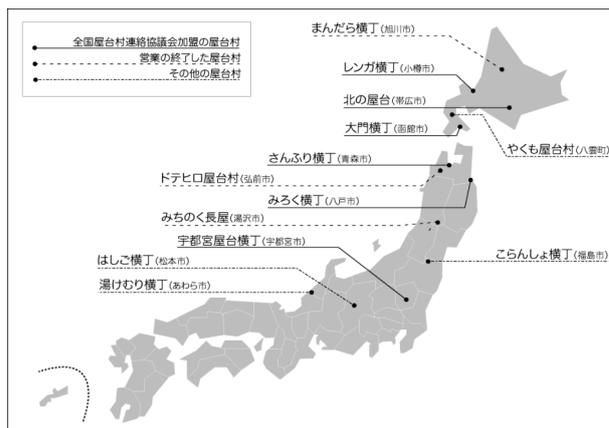


図5 屋台村の分布

屋台村の間で交流も見られる。「全国屋台村連絡協議会」という団体は、営利目的だけではなくまちづくり・地域づくりを目指す屋台村の集まりとなっている。現在は6つの屋台村(表2参照)から構成され、屋台の店主の間の交流の他に、管理・運営者が集り、課題の共有等も行っている。本研はこの6つの屋台村を考察の対象にしている。

表2 対象の屋台村の基礎情報

屋台村	いきぬぎ通り 北の屋台	八戸屋台村 みらく横丁	宇都宮屋台横丁	おたる屋台村 レンガ横丁	青森屋台村 さんふり横丁	函館ひかりの屋台 大門横丁
様子						
所在地	帯広市西1条南10丁目	八戸市三日町25/六日町10	宇都宮市二荒町1-6	小樽市福徳1-4-15	青森市本町3-8-3	函館市松風町7-5
開業	2001.7.29	2002.11.19/2003.1.28	2004.4.28/2004.10.23	2004.7.14	2005.5.1	2005.10.23
現在	3期目	2期目	2期目(契約更新)	1期目(一部入れ替わり)	1期目(一部入れ替わり)	1期目(一部入れ替わり)
規模(面積)	536.28平米(160坪)	759平米(230坪)	550平米(167坪)	約400平米	約500平米	809平米(244.7坪)
店舗数	19(当初20)	25	23	13	15	26
かつての用途	市場 → 駐車場	木造建築(ラーメン屋/飲食店)	会社所有地/民家	家賃屋 → モデルルームスペース	料亭 → 更地	タクシー会社の駐車場
事業費	初期費用(土地+工事) 約6000万円	建築費用2300万円(土地別) その他2700万円	土地代 約5000万円 工事費 約4000万円	初期費用 約4~5000万円	土地代 約6000万円 その他 約4000万円	約9000万円(工事費+借地保証金)
準備期間	2年半	1年	1年半	半年	2年	2年
企画主体	十勝環境ラボラトリー(TKL)(後に、北の屋台ネット委員会に)	(有)北のグルメ都市	宇都宮まちづくり推進機構、(株)村上	(有)おたる屋台	(有)オフィスアップズ	(株)はこだてティーエムオー
管理・運営主体	北の起業広場協同組合	(有)北のグルメ都市	(株)村上	(有)おたる屋台	(有)オフィスアップズ → (有)木村住建工業	(株)はこだてティーエムオー
管理・運営主体の形態	協同組合	民間会社	民間会社	民間会社	民間会社	第三セクター会社
年間来客数	15.3万人(1年目) 15.3万人(2年目) 16.0万人(3年目) 18.1万人(4年目) 17.4万人(5年目) 15.9万人(6年目)	32.0万人(1年目) 34.0万人(2年目) 34.5万人(3年目) 34.8万人(4年目)	18.8万人(H16年度) 18.0万人(H17年度)	統計データなし	統計データなし	24.0万人(1年目) 15.9万人(2年目)
年間売上額	2.11億円(1年目) 2.31億円(2年目) 2.59億円(3年目) 3.35億円(4年目) 3.40億円(5年目) 3.07億円(6年目)	4.4億円(1年目) 4.7億円(2年目) 4.8億円(3年目) 5.4億円(4年目)	3.60億円(H16年度) 3.78億円(H17年度)	統計データなし	統計データなし	3.42億円(1年目) 2.55億円(2年目)
客単価	1392円(1年目) 1521円(2年目) 1631円(3年目) 1859円(4年目) 1959円(5年目) 1931円(6年目)	1375円(1年目) 1382円(2年目) 1391円(3年目) 1552円(4年目)	1900円(H16年度) 2100円(H17年度)	統計データなし	統計データなし	1429円(1年目) 1602円(2年目)
テナント料金	家賃 10万円 共益費 2万円 販売促進費 2万円	家賃 10万円 共益費 4万円 +税	家賃 12万円 共益費 3万円	家賃 8万円	共益費込み家賃 9万円	家賃 A:6万円 B:8万円 共益費 2万円 テナント会費 2000円
店主負担平均初期費用	約150万円	200~300万円	不明	100~200万円	約300万円	不明
その他の特徴	屋台村の第一号	環境対応型屋台	なし	なし	なし	TMO事業の一つ

4. 屋台村の空間の考察

<都市レベル>

屋台村の都市の中の位置・中心市街地との関係を考察するために、各都市の商店街・飲屋街・観光地エリア等を調べた。6つの事例を検証した結果、現状として青森市のさんふり横丁以外、商店街と飲屋街のフリンジ部分または簡単に両方にアクセスできるような場所に位置することが多い。各の事業敷地選定のプロセスは違えども、卒業屋台の受け皿としての商店街、そして夜間の賑わいの相乗効果の期待できる飲屋街を意識して、人通りを狙う立地になっていることが推測できる。

また、観光地が市街地の中にある場合には、観光動線の上もしくは近くに存在する。屋台村は性質上初めての客でも入りやすくなっているため、観光客を相手することも考えられる。

利用の安さを考えれば、近くにホテル等の宿泊施設が集積することや、公共交通との結節点が近くにあることも条件となってくる。しかし、都市の規模や商圈が異なるので、一概には言えない。

<周辺レベル>

屋台村の通路は一般市街地の道路・通路より細いことに特徴がある。6つの事例を検証することで、広場等の特別な場所を除けば、通路幅員は1.60m~2.80mに分布していることがわかった。これは

一般にいう路地空間の値と同じである。

屋台村の敷地は細長い長方形になっていることが多い。通路もそれに沿って配置させられ、両側に店舗(屋台)が並べられる。通路の形は敷地の条件によって単純に一字になっていない場合も多い。対象にしていない屋台村は行き止まりの通路を持つことがあるが、対象事例の全ては必ず通り抜けられるように配置されている。小樽市のレンガ横丁以外の屋台村では、通路として常時自由に通れる。

屋台村の通路が繋いでいる場所は事例間の違いが見られる。メイン動線と平行するよりも、メイン動線を繋ぐ横丁のような配置の方が通路として役割を果たしているように考えられる。

<施設レベル>

対象事例には必ずトイレと広場がついている。トイレはどの事例も屋台村の真ん中に配置されるが、広場は中型と外型に分かれる。またトイレと広場の関係を見れば、隣接型と隔離型に分類することができる。屋台村の通路は誰でも自由に通れる性質により、トイレや広場も半公共的な空間であることがわかる。そうすると、奥にあるトイレや広場は認識されにくく、使いたい人にはわからないので、わかりやすい場所に設置するか、案内をより工夫する必要があるように思われる。そうすることによって、屋台村の空間は小公園的な機能を都市に提供できる。

門構えも空間の利用を左右する要素の一つである。しっかりした門構えは内部空間を統一テーマで整備しやすくしているが、屋台村を領域のある一つの敷地に見せてしまうため、人通りを誘導する通路としての価値を下げる。しかし、看板や標識の設置によって、改善・補完することができる。

他にはモニュメントの設置やレトロ感・地元色を使った雰囲気づくりが効果的だと思われ、工夫によっては評価できる。

<空間の変化>

屋台村は夏場になると店舗の建具が取っ払われて、客席と通路が一体化する。場合によっては通路部分にもベンチやテーブルを置き、野外でも飲食可能となる。都市の中でこのように空間の変化に富む場所はなかなかない。

それに、北の屋台やみろく横丁では大規模リニューアルが定期的に行われる。それによって、店の配置が総入れ替え、空間は一新する。このように屋台村の空間は仮設的であるのため、マンネリ化対策として容易に変更できる。

<小規模店舗の集合体>

屋台村内の店舗の規模は特別なタイプを除いて、屋台村間の差はほとんど見られない。広さ3坪程で、客席は8~10席と、一人で切り盛りするのにちょうど良く、従来の屋台と変わらないサイズである。

このような小規模店舗は始めるのにそれほどコストがかからず素人でも挑戦できるが、独立に存在することは難しい。集合することによって、トイレの設置や宣伝等の無駄な経費の削減になるうえに、客にしても多種多様な選択肢が与えられ、選ぶ楽しさや新しい発見が味わえる。

5. 屋台村の取り組みの考察

<取り組みに関わる主体>

6つの対象事例の管理・運営主体の形態とその長所と短所を整理すると表3のようになる。

表3 屋台村の管理・運営形態と長所・短所

管理・運営形態	民間会社	第三セクター会社	協同組合
該当の屋台村	みろく横丁 宇都宮屋台横丁 レンガ横丁 さんふり横丁	大門横丁	北の屋台
長所	業務の処理スピードが速く、面倒な手続き経なくても良い 自由にマネジメントができる	多主体に渡って協力が得られる 公共性が認められやすく助成金等のサポートが受けやすい	公共性等の多方面のサポートの協力受けやすい
短所	個人の事業扱いとして捉えられ、公共的な補助が認められない 営利目的だと誤解されやすい	業務を遂行する際に、面倒な手続きがたまにある	常に機関決定が必要であること

屋台村に関わるのは企画及び管理・運営主体のみではなく、準備段階では一般市民、近隣商店街、自治体や商工会議所を巻き込んだり、営業段階では他業態の企業、教育機関等と連携したりする動きもある。多主体の参加は総合的な中心市街地活性化にとって必要不可欠なことだが、その実態を通して屋台村間の温度差が感じられる。

表4 各取り組みに関する屋台村の管理・運営者の自己評価

自己評価項目	帯広	八戸	宇都宮	小樽	青森	函館
	北の屋台	みろく横丁	宇都宮屋台横丁	レンガ横丁	さんふり横丁	大門横丁
人材育成	40	80	55	70	70	50
空き店舗再生	60	85	60	60	70	60
交流場の提供	80	90	80	80	90	70
地産地消	80	95	60	60	90	70
環境への配慮	50	95	40	80	70	20
平均点	62	89	59	70	78	54

<人材育成に関する取り組み>

屋台村の一つの目標は、素人の商売人が屋台の店舗で実践的にノウハウを学びながら、資金を貯めて、最終的に独立し、自分の店舗を構えることである。この取り組みは中心市街地活性化に直接関係しているにも関わらず、実績を見ると最大値はみろく横丁において独立者数5名に留まっている。表4の自己評価でも、ほとんどの屋台村は5項目の平均より低い点数でアンケートに答えている。従って、人材育成に関する取り組みの効果は低い標準にあることがわかる。

<周辺の空き店舗の再生に関する取り組み>

周辺の空き店舗の再生効果は目に見えて実感しやすい。考え方として、①育成された人材による店舗の再生と、②屋台村の波及効果による店舗の再生に分けられる。

アンケート調査によると、①の再生実績は絶対数は小さいが、独立者数に対する割合はとても大きい。独立した店主は周辺の店舗に入居する傾向があることがわかる。②に関しては具体的な数値で計れないが、管理・運営者の実感としては波及効果によって店舗が周辺に増えたというのを確認できた。

<交流場の提供に関する取り組み>

交流場の提供に関して、自己評価点数は非常に高く、いずれも5項目の平均を超えている。これは、屋台村に交流を促進する普遍的な機能がついていることを意味する。

<地産地消の推進に関する取り組み>

地産地消は屋台村の大事な一つのコンセプトである。各屋台村の自己評価を見るとこの項目については、小樽市のレンガ横丁以外点数が高く、効果がやや高い水準を示している。

推進の仕方は常設的に地元産の食材・酒を使うことから、イベントを起こすことまで様々である。注

目したいのは都市の中でこのように地産地消を全面的にアピールする場所がなかなかなく、屋台村は大きな役割を担っている。

<環境への配慮に関する取り組み>

環境の取り組みは中心市街地活性化に直接関与していないが、イメージアップや持続可能性をアピールできる。実施している配慮の仕方によって自己評価は低いと高い屋台村に大きく分かれる。

III. 結論

1. 実際の屋台村の効果

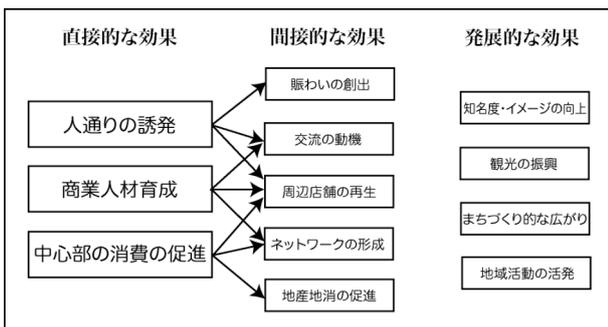


図6 期待される屋台村の効果

本研究は屋台村を中心市街地活性化の手法としてその空間と取り組みと考察してきたが、実に視点にしたのは主に図6で整理したように直接的な効果の3点である。空間の考察では、屋台村の空間が人通りの誘発に貢献できるのを確認し、取り組みの考察では、ある程度中心部の消費の促進に寄与していることがわかった。

しかし、商業人材育成については屋台村の取り組みの考察からわかるように、実績が低い水準にある。従って図6の構造に当てはめると、それから派生する「交流の動機」、「周辺店舗の再生」、「ネットワークの形成」の3つの効果が薄れる結果をもたらす恐れがある。このポイントを強化するには、①他主体のサポートの強化、②指導・アドバイスの徹底、③店主のモチベーションを高水準に維持する工夫のような対策をとることが望まれる。

2. 屋台村の課題

屋台村の課題は「商業人材育成」であることは考察結果でも見えたが、それとは別にアンケート調査で調べた。管理・運営者を対象に、「用意した10の課題の中で重要だと思われる順」を答えてもらった。結果として、「テナントの店主のモチベーションの向上、維持」や「管理・運営側からのアドバイス・指導の徹底」という人材育成に関わる課題は多くの屋台村で上位に重要だと認識され、取り組みの考察結果と一致している。

他に重要視されている課題としては、「新しい試みを常に取り入れること」のマンネリ化対策に関する

ものが挙げられている。一方、周辺への賑わいの波及に関する課題は、ほとんどの屋台村で重要視されていない。これは現段階で波及効果が十分認識されていることを表しているのではないだろうか。

3. 屋台村の可能性

少子高齢化が進んでいる人口減少時代に入れた現在では、都市空間をいかにコンパクトにまとめるかが生き残るポイントだと考えられる。屋台村は中心市街地に成り立つ業態であり、地域内の消費等を通じて、コンパクトな社会の実現に手助けしているため、今後コミュニティビジネスとして生き残ることができるのであろう。

高齢者が増える一方では、福祉関係の事業がより必要とされる。屋台村も飲食を扱っているので、うまくコラボレーションをすれば、新たな展開の道が開けるのかもしれない。

一方、屋台村の空間は商業施設を超えた都市施設としての一面を持っているので、半公共的な部分をうまく整備すれば、多目的に使うことができよう。一般の公共空間と違って、法的な制約がないことから、柔軟に使い方が考えられる。

また、屋台村空間は店舗の性質上、昼間の時間帯で利用される頻度が夜に比べて少ない。屋台村内の通路は街路的な機能を兼ねているので、オープンカフェを開くような使い道があるのかもしれない。

【補注】

¹ 「中心市街地活性化に関する法律（平成10年）第1条」による説明。

【主な参考文献】

坂本和昭、『北の屋台読本』。北海道、わくわく地域再発見ネットワーク、2001、143p。
 坂本和昭、『北の屋台繁盛期』。北海道、プロット、2005、207p。
 篠原修・北原理雄・加藤源他、『公共空間の活用と賑わいまちづくり』。京都、学芸出版社、2007、207p。
 石丸紀興、「都市における屋台の分布と屋台政策に関する研究—その1—いくつかの都市での屋台政策とその変遷に関して—」。日本建築学会中国支部研究報告書、19、1995、p489-492。
 石丸紀興、「都市における屋台の分布と屋台政策に関する研究—その2—呉市と福岡市での政策比較—」。日本建築学会学術講演梗概集（近畿）、1996、p709-710。
 渡辺直、「公共空間の屋台政策に関する研究—福岡市と呉市を事例に—」。日本都市計画学会学術研究論文発表会論文、40-3、66、2005、p391-396。
 倉原宗孝、「まちなか活性化・まちづくりに向けた市民主体による事業への取り組みに関する考察—帯広市「北の屋台」を通じて—」。日本建築学会技術報告集、16、2002、p303-308。
 林美香子・小林英嗣、「帯広「北の屋台」の活動の広がりを内包する地域再生の視点」。日本建築学会技術報告集、22、2005、p475-480。