

屋台でにぎわい再生、 まちのへそづくり ～「北の屋台」繁盛記～

帯広市は、日本有数の畑作地帯である十勝の中心都市として、商業を核にして発展してきた「商人」のまちである。全国の多くの地方中核都市は、モータリゼーションの進展に伴う住宅地の郊外への拡大、それに伴う大型商業施設の郊外出店等により、中心市街地の商店街は衰退を続けており、自治体や商店街が必死に元のにぎわいを取り戻そうとさまざまな取組を行っているが、いまだ有効な活性方策が見出せないという状況にある。

そんな中、帯広では「屋台」を軸に「まちづくり」をとらえなおし、まちをよくしたいと願うボランティアたちが集まり、2年半におよぶ調査、研究を経て、「北の屋台」をオープンさせ、にぎわいの生み出しに成功、新しい観光スポットとして全国の関心を呼んでいる。

コンセプトをまとめ、その活動を取り仕切る、北の起業広場協同組合の久保専務理事に、立ち上げの経緯と現状、また今後の抱負をうかがった。



北の起業広場協同組合専務理事

久保 裕史

新しいまちづくりに向けた取組

中心市街地の商店街の衰退が他の都市と同様、深刻な問題となる中、自分たちの資金と行動力でまちづくりに参加しようと、1996年3月、十勝から21世紀型の新しいライフスタイルと価値観を創りだし、提案、実践を行い、世界に向けて情報発信することで、地球環境

に貢献するという壮大な目的を持った「十勝環境ラボラトリー(TKL)」(現「十勝場所と環境ラボラトリー」Baka Labo)が帯広青年会議所の若者グループを核として結成されました。

TKLは結成以来、全国から招へいた講師による国際環境大学公開講座を開設、'98年4月には「都市構想プロジェクト」の研究内容

を帯広商工会議所にプレゼンテーションするとともに、当時国会で審議中だった中心市街地整備改善活性化法（平成10年6月3日公布）に基づくTMO提案書[※]を提出。この提案書には、その後の「北の屋台」につながる「まちづくり」の強力な武器としてのコンセプトキーワード群「人間優先・こころのよりどころ創造・コンパクトシティ（縮小再構築）・低コスト」などが導き出されています。

帯広商工会議所は、これを受け中小小売商業高度化事業構想（TMO構想）の策定に取り組み、TKLメンバーは同構想策定委員会作業部会にも委員として参加しました。

地域の特性を活かしたまちづくり「都市構想プロジェクト」の実現を図るため、TKLの主要メンバーであった坂本和昭氏の提唱により、'99年2月、十勝・帯広のまちづくりを考える人たちのネットワーク「まちづくり・ひとづくり交流会」が発足。さまざまな人々の意見交換の熱気の中から、「街には中心部というヘソが必要」という共通認識と、商売の原点ともいえる「屋台」を活用したまちづくりの発想が生まれ、同年9月には「北の屋台ネット委員会」が発足、国の補助を受けて事業化調査を行うなど、街中ににぎわいを取り戻すための取組が始まりました。

※ TMO（タウン・マネジメント・オーガニゼーション）さまざまな主体が参加するまちの運営を横断的・総合的に調整し、プロデュースする機関、施設の建設主体となることもある。国の制度としては、商店街組合等を中心として設立された第三セクターまたは商工会、商工会議所を想定。中心市街地活性化法に基づく中小小売商業高度化事業構想（TMO構想）はTMOを担う団体が作成し、市町村長が認定する。



夏の屋台（フルオープン[※]の営業スタイル）

規制の多い屋台づくり

交流会メンバーは、屋台によるまったく新しいニュービジネスを作り出そうと、国内だけではなく、台湾、韓国、香港、シンガポール、イギリス、アメリカ、ベトナムなどの海外の屋台も視察して、調査、研究を行い、前述の「まちづくり」キーワードを志向しながら、従来の屋台を超えたMCS（モバイル・コンパクト・ショップ）のコンセプトに至りました。しかし、その「屋台」を実現するためには克服しなければいけない、多くの課題がありました。

日本での屋台は、公道上で営業のため、道路法、道路交通法、食品衛生法、風俗営業法などの法的制約が多く、営業場所と大きさが厳密に決められ、夕方6時から翌朝4時までの夜間営業に限られ、昼間は収納した屋台を営業場所に置いておけない。上下水道の設備がなく、食品衛生法上「露店」扱いとなるため、生ものや冷えたものは出せない。したがって、温かいメニューに限られるため、真夏は開店休業状態であるなど、たくさん問題がありました。

それに加え、私たちの場合は地域特性であ

る冬期間の寒さや降雪への対応などの条件もクリアしなければなりません。

十勝型オリジナル屋台を考案

これらの問題を解決するために考案されたのが、規制の多い道路用地ではなく、通り抜けできる形状の民有地を使用することでした。たまたま、中心市街地で住民の台所としてにぎわっていた「一条市場」が‘98年1月に火事で消失し、その跡地が月極駐車場（約530㎡）となっていました。

ここであれば、厨房部分を固定方式として、上下水道や電気、ガス等の供給が可能になります。そして、そこに移動式の「屋台」を合体させる独自の方法を開発しました。それにより、厨房部分はフードコートタイプ、屋台部分は露店タイプ、そして合体した部分は福岡型の屋台タイプとして1日に3通りの営業形態が可能になりました。

寒冷・降雪対策としては、ロードヒーティングにより雪の不安を解消し、固定式の屋台は冬期間屋台部分を囲うことで厨房の熱源による暖房が可能になりました。夏はフルオープン、冬は冬囲い付きで店舗の形態が変化するのが特徴になりました。

上下水道が敷設された屋台は、露店ではなく食堂の扱いになり、メニューの制約がなくなり、生ものや冷たいものを出すことができるようになります。

‘00年2月には北の屋台ネット委員会が、第1回の「寒さ体感実験」を実施、冬期間対策の課題を克服し、北海道の中でも特に厳寒の帯広で可能な「十勝型オリジナル屋台」の開発に成功しました。

「北の起業広場協同組合」の設立

‘99年9月に策定された帯広商工会議所のTMO構想に屋台計画が位置付けられ、これらの具体化に向けたさまざまな事業を行うため、‘00年3月、TKLメンバーを主体とする「北の起業広場協同組合」が設立されました。

同組合は、屋台による中心市街地の活性化を市民等に広く普及啓発するために、ホームページを開設、‘00年6～8月には市内各所で世界の屋台の写真パネル展示会を開催、新聞各社や広報誌やラジオ雑誌等のメディアを多用して広報活動を戦略的に行いました。‘00年8月には全国に作品を募集した「北の屋台アイデア・デザインコンペティション」、その中の優秀作品を試作品として9月には「チョット小粋なシンポジウム・北の屋台の夢ひろば」を開催。また、10～11月には全国の1万人規模の方にアンケート調査を実施し4,300名から貴重な回答を得ました。

「北の屋台」オープン！

‘01年1月に屋台出店者説明会を開催したところ、116名の出店希望者がありました。そして、2月には第2回目の「寒さ体感実験」を開催、2台の屋台に冬囲いを取り付けて



夜の屋台（いきぬき通り）

-9℃の中で実際に料理を出しながら耐寒実験を行い、防寒対策を万全にして、7月29日、「北の屋台」がオープンしました。

間口が狭く通り抜けの駐車場であった「旧一条市場」は、まちなかににぎわいを取り戻す屋台に生まれ変わり、広場には「心のよりどころ」としてシンボル像「ikinukin(いきぬきん)」と手押しポンプや樹木等を設置しました。また、雪対策



朝市（屋の物販用の屋台）

としては、通路にロードヒーティングを整備し、中央部にはきれいで明るく温かい水洗トイレもユニバーサルデザインで完備し、「いきぬき通り」と命名しました。「いきぬき」には、二つの意味があり、一つは、お客さんが北の屋台でほっと一息つく「息抜き」です。もう一つは、出店者が第2の人生を「生き抜いて」くださいという意味なのです。

さらに多機能な空間づくりへ

従来の「通り」には生活の場としての交流や人間臭さ、いかがわしさなどを織り交ぜた雑多なにぎわいがありました。それを「北の屋台」でもう一度再現しようと思いました。この「通り」では、飲食部門だけではなく、物販部門やパフォーマンス部門の部分も持たせています。

飲食部門1年目の来客数は15万3,041人、売上は2億1,000万円。2年目の来客数は15万3,378人と微増でしたが、売上は約1割増の2億3,000万円と予測以上の結果でした。

地元商店街はもちろん、ホテルやタクシー会社とも連携、周辺のホテルの宿泊者やタクシー利用客が屋台を利用できるよう、宣伝さ

れており、その効果は高いものです。

この屋台で中心市街地を活性化させるという試みは、空洞化で悩む自治体等からの視察が相次ぐなど全国から注目を集め、有名になりました。

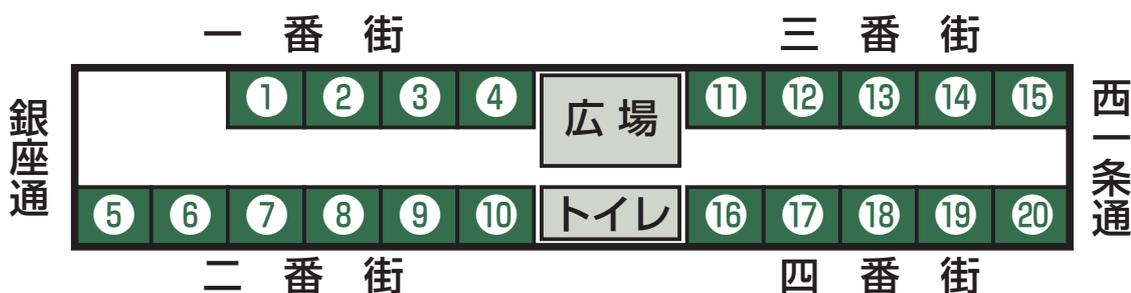
‘01年には大阪から日本一のチンドン屋さんを呼んだり、大道芸人やマジシャンにいろいろなことをやってもらいパフォーマンス部門にも力を入れました。夜間営業が屋台のイメージとしてはありますが、まちなかににぎわいを取り戻すためには昼間の集客も必要であることから、今後は、物販部門にも力を入れようと屋台を制作しています。物販用の屋台は、飲食用とは異なりどこへでも持っていくことが可能なワゴンのようなものです。それを10台ほど並べれば簡単にそこが「市場」に早変わりします。市場では、十勝地方で産出される農産物の活用等により、十勝全体の消費誘発や地産地消に貢献することを考えています。また、そのことにより生産者と消費者とが交流する場にもなると考えています。新企画として周辺にも拡大化ができるのではと注視しています。

「北の屋台」の出店者とは3年間の契約で

す。その間に商売のノウハウや顧客を確保して独立してもらうように考えています。ですから、「北の屋台」はインキュベーターの役割も持っていることになるのです。それによって、中心市街地が活性化され、また新しい出店者「波」が入ってくることにより、周辺の商店街や飲食店もよりいっそう活気が出てく

ると思います。

十勝型オリジナル屋台である帯広の「北の屋台」が、帯広中心街の活性にとどまらず、十勝の中に新しい波をおこしていますが、さらに北海道各地にそれぞれ独自の個性あるMCSとなって広がっていくことに期待したい。



【一番街】

- ① 焼き処 ひでちゃん 焼きもの処
- ②③ 農屋 (みのりや) 物販 (季節野菜と各農場の加工品) と飲食
- ④ 串のやっさん 串焼き屋 (焼鳥屋)

【二番街】

- ⑤ Asiantic food f-do.YA アジア料理
- ⑥ イタリア酒場 Sennari 前菜・パスタ・一品料理
- ⑦⑧ “うまいべや” えん 十勝の材料を使った無国籍居酒屋
- ⑨ 居酒屋 こころ 居酒屋
- ⑩ おふくろの味 御多幸 和風居酒屋

【三番街】

- ⑪ 中国家庭料理飯荘 順香 (しゅんしゃん) 中国北方家庭料理
- ⑫ (2月オープン予定)
- ⑬ いきぬき茶屋 お茶漬け
- ⑭ 北のワイン&チーズ処 らくれっと チーズ屋台
- ⑮ とかち屋

【四番街】

- ⑯ 平成軒 北の屋台店 ラーメン屋
- ⑰ 粹 (スイ) ギョウザ屋
- ⑱ 楽屋 (がくや) ラーメン屋
- ⑲ じんぎすかん村 ひつじが一匹ひつじが二匹… ジンギスカン
- ⑳ ぶた八 北の屋台店 豚井

北の起業広場協同組合ホームページ

<http://www.kitanoyatai.com/>