

# 八戸屋台村「みろく横丁」の設立経緯と実態について

水谷 光太郎

## 1 はじめに

地方都市のまちづくりは交通機関の発達とともに、人口の中央都市への流出など幾多の原因を含む、難しい問題となっている。各自治体を中心となって進めるまちづくりでも、成功といえる事業、企画は数えるほどしかないのではないのだろうか。今回の調査地である八戸市でも、「地域経済の再興」や「都市基盤の再建」など2011年の東日本大震災の復興計画に隠れているものの、地方の経済を立て直そうとする目標が掲げられ、八戸市から多くの予算が充てられている。八戸の中心商店街への振興費も含まれ、八戸市の中心商店街にある八戸ポータルミュージアム「はっち」(※1)の事業には多くの予算が充てられている(八戸市, 2014)。このようにまちづくりの事業においては多くの行政からの補助金や助成金が出ており、まちの発展には多くの公的支出が費やされている。商店会などが進める中心市街地経済の再建にも行政からの補助金や助成金が支出されており、地方都市の経済再建、発展の難しさが感じられる。調査対象である八戸屋台村「みろく横丁」の事業は、これらの事業とは異なる点がある。具体的には行政からの補助金や助成金が限りなく小さく独特の運営によって成り立っている。

八戸市中心市街地の大きな変化の時期となったのが、平成14年(2002)東北新幹線八戸駅の開業である。この東北新幹線の延伸は八戸市のみならず青森県全体の経済やまちづくりへの影響を与えた。八戸市でもJRと共同の観光ツアーを組むなど、地元産業のPRを行っている。その事業の一つとして数えられるのが屋台村の事業である。この事業の特徴は、運営が行政ではなく、民間企業により行われているということである。今回の調査では、事前のインターネ

ットでの調査や、調査地での行政、運営会社である(有)北のグルメ都市への聞き取り、また屋台村内の各店舗の店主にも聞き取り調査を行い、屋台村の事業がどのようにして成り立ち、どのような現状なのかを明らかにする。

## 2 調査方法と調査対象

調査は事前のインターネット調査、そして現地での聞き取り調査、八戸屋台村についてのアンケートを行った。聞き取り調査は八戸市市役所観光課、八戸商工会議所、そして運営会社の(有)北のグルメ都市や八戸の横丁連合協議会、屋台村内の各店舗を対象とした。また屋台村内を通行する人々に「みろく横丁」に対するイメージを伺った。

## 3 八戸屋台村「みろく横丁」と中心商店街の概要

調査地は青森県八戸市にある(図1)。八戸市の中心市街地は横丁が多く存在し、古くから残る横丁や、「みろく横丁」のように新幹線の開業に伴って新たにオープンした横丁がある(図2)。

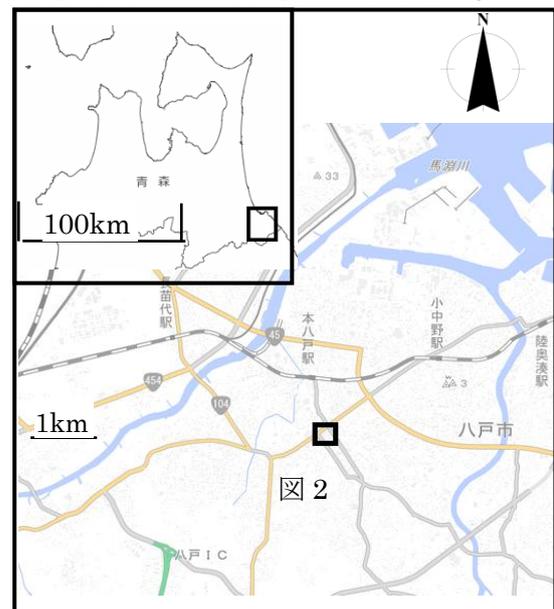


図1 調査対象地域：国土地理院地図より作成

※1 八戸ポータルミュージアム「はっち」

八戸市の公立文化交流施設(図2)

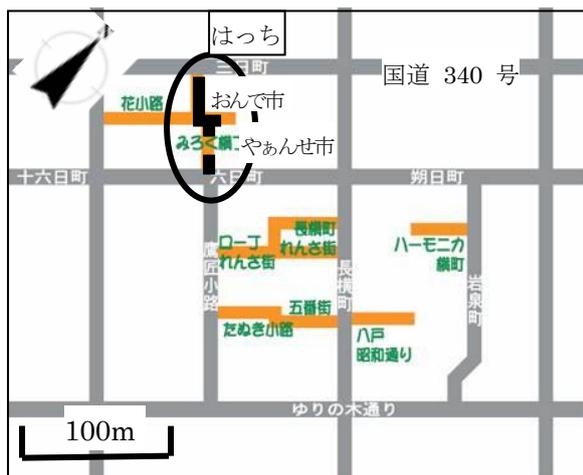


図2 みろく横丁と周辺の横丁概図

「みろく横丁」北側の国道 340 号線は八戸市中心市街地を構成する主要な通りにあり、人通り、車通り共に多く、昼夜を問わず人が往来する。夜になると屋台村も開店し、たくさんの方が往来する。またこの通りには八戸市のポータルミュージアム「はっち」もあり、八戸市の観光の玄関口となっている。しかし、八戸の商業店舗の数の飽和状態は常に続いており、八戸駅、本八戸駅から離れば離れるほどシャッターを閉める店舗が増えており、それに伴い横丁の活気は薄れているという。小売店舗の総数は H14 年では 516 軒であったが、H19 年には 439 軒に減少している(文教産業委員会,2015)。横丁連合協議会の方の話によると、その中で横丁連合協議会では共同開催の企画を催し活性化を図っている。

#### 4.1 八戸屋台村「みろく横丁」の設立経緯

八戸屋台村の事業は現在、民間会社である(有)北のグルメ都市の運営のもと続けられているが、元々は東北新幹線八戸駅開業に伴う地域産業振興策として八戸商工会議所が打ち出した構想の一つであった。平成 11 年に開業に向けた東北新幹線八戸駅開業協議会が商工会議所内に組織され、いくつかのアイデアと予算付けの後、平成 13 年 7 月に実行委員会が設置され、その中の一つの部署に、八戸の食文化を発信し、八戸の商業振興を図る、食文化創造部会が平成

13 年 9 月に設置された。

そして、アイデアの一つが八戸の食を手軽に提供出来る屋台村構想であった。この時、屋台村のモデルとして参考にした事業があった。それが、北海道帯広市で平成 13 年 7 月に開業していた、「北の屋台」事業である。北の起業広場協同組合という民間団体が運営を行っており、まちづくりの一環として現在も屋台村事業が展開されている(北の屋台 HP より)。平成 14 年 5 月に視察を行い、八戸でも民間企業による運営をするきっかけとなり、平成 14 年 9 月に実質的な運営を行う、(有)北のグルメ都市が設立された。

屋台村の設置場所は、中心地活性化の促進、新幹線開業対応の観光拠点にするため、現在の位置に設置され、すぐに土地所有者との交渉、既存建築物の取り壊しが進められた。交渉の追い風となったのは、平成 14 年 6 月に建設リサイクル法の施行で、廃材処分費が 2-3 倍に跳ね上がることが分かっていたため、取り壊しが早急に進められた。この時、取り壊しの費用の一部に八戸市中心市街地環境整備促進事業の助成金が使われており、これが今回の調査で分かった唯一の助成金である。屋台村は六日町側のやあんせ市と三日町側のおんで市に大きく分かれる。東北新幹線八戸駅開業は、平成 14 年 12 月 1 日と決定していたため、新幹線開業までにオープンできるよう、先行して六日町側やあんせ市の屋台の起業者の募集が新聞などのメディアや、広告で行われ、11 人の起業家が選出された。建設も急ピッチで進み、平成 14 年 11 月に六日町側のやあんせ市 11 店舗がオープンし、その後平成 14 年 12 月 1 日東北新幹線八戸駅が開業した。当初は、三日町側は物販を予定していたが、土地所有者が屋台事業の方が採算も取れるとの意向で、三日町側も屋台村として運営していくことが決まり、すぐに起業家の募集、選考会が行われ、平成 15 年 1 月に三日町側のおんで市 14 店舗がオープンし、八戸屋台村「みろく横丁」

が全面開業となった(図3, 4)。



図3「みろく横丁」店舗配置図



図4(上)おんで市側,(下)やあんせ市側 筆者撮影

#### 4.2 八戸屋台村「みろく横丁」の運営システム

屋台村の運営システムはいくつの特徴がある。一つ目の特徴は民間会社(有)北のグルメ都市が運営事務局となっている。建設費などの初期投資は、本会社の出資分(出資者は取締役)以外に、銀行からの融資や、地権者の出資、屋台村テナントの起業家の初期費用が充てられている。現在、銀行からの融資分の返済は終了している。会社(屋台村)の運営は各店舗からの家賃と共益費により成り立っている。支出は、屋台村の設備などの環境管理や、銀行への返済、地権者への借地代、広告などのPR費に充てられている。安定した収入の元、銀行への返済も終わっており、現在は、PR費に多くの投資がある。

二つ目の特徴として、三年に一回店舗のリニューアルオープンを決めていることがある。これは、起業家の競争意識を図るためや、お客さんに向けてのPR戦略の一つである。実際行われているかは確認が取れなかったが、三年に一度入れ替え戦で選考を行い、起業家と新規契約を行っているという。しかし大きく店舗の顔ぶれが変わるということはなく、少数の店主が卒業や、引継ぎという形で変わることが多いことを聞くことができた。また三年に一度中を一掃することで、衛生環境の刷新も図っている。また屋台村の店舗は移動式屋台でありながら、定位置を持つスタイルであり、消防法等、上下水道の常設も可能で、低コストでありながら、あらゆるジャンルの食事を提供することに成功している。

三つ目の特徴として運営会社の(有)北のグルメ都市には従業員がいない。これも安定した経営を可能にしている要因である。人件費がゼロであり、収入を全て屋台村のためにかけることが出来ている。会社の方針も、基本的にボランティア組織であるとうたっており、屋台村を円滑に営業させるために存在しているといっても過言ではない。

## 5 聞き取り調査結果

八戸商工会議所での聞き取り調査からは、「みろく横丁」とのかかわりが多かった新幹線八戸駅開業時前後の話を中心に聞くことができた。当初は商工会議所が中心となった事業であり、設立の経緯等の情報をいただいた。屋台村には直接の補助金や助成金は充当されていないが、間接的にPR活動の協力といった関わりがあった。その内容としてはパンフレットやツアーの食事券などの間接的PR費が多く使われた経緯がある。商工会議所が出す観光客向けに作成されるパンフレットには「みろく横丁」に関する記述も多い。八戸市も同様にパンフレット作成などでつながりがあり、有名な八戸の朝市とともに、八戸の横丁文化を売り出している。市や商工会議所ともに資本関係や助成金など直接的なかわりはないものの、集客力のある観光産業の一つと捉えており、JRと共同で始めたお得に東北地方を旅行できるツアーでも八戸市はこれらの横丁、特に「みろく横丁」を組み込んでいた。屋台村「みろく横丁」は八戸市の貴重な観光資源となっている。また夜の営業を中心にすることで、観光客の八戸での宿泊を促進しており、八戸でお金が落ちることにも一役買う存在として認識されている。しかしながら、観光客の中には昼食の際に八戸名物を求める方も多く、商工会議所が事務局を通して各店舗に昼間の営業もお願いしていた経緯があった。現在は八戸せんべい汁とラーメン屋の2店舗が昼間営業を行っている。

現在営業している26店舗中19店舗にお話を伺うことができた。その中で各店とも、この屋台村で商売をしていこうという意識が高いことが分かった。月に一回は事務局の代表を交えたテナント同士での意見交換会があり、店舗間の交流もある。また屋台村の各店舗が協力して、お正月企画や流しそうめん大会といった行事を行い、地域の人々との交流もある。

マーケティング戦略に関しては、運営側が店

舗ごとの状況や客層を把握はしていない。運営側のPRは屋台村の状況を考えてターゲットを絞ったものではなく、広告雑誌(月刊八戸情報誌アミューズなど)やネット(「みろく横丁」HP)での多不特定多数に向けたPR活動であり、各テナントではなく屋台村全体を宣伝している。一方各テナントは、客数や一人当たり単価などのデータを取っており、個人で地元のフリーペーパーなどへのPRを行っている。営業はテナントの自己管理が基本であり、価格やターゲットとする客層は自由である。その中で各テナントは経営を安定的にするため、一定の固定客をつけなければならない。しかし、「みろく横丁」の立地は中心市街地で、人の往来が激しい傾向にある。夜もお客さんとしての動員があり、各テナントの固定客がつかなくても客が入る可能性が高い状況にある。客が店についているのか判断できないという認識もあった。

テナントの将来の展望については大きく二つに分けられる。一つ目は、独り立ちを目標とするテナント。常連客を増やし、商業能力の獲得を目指している。八戸せんべい汁を出してくれる「わが家」は数年後の卒業に向け、すでに「みろく横丁」外に店舗を出しており、着実に独り立ちの準備を進めている。二つ目は、「みろく横丁」で飲食店経営生活を終えるテナントがある。この方々は目標なくやっている訳ではなく、商売の技術や、お客さんとのコミュニケーションを楽しみにしているという話を聞くことが出来た。

みろく横丁を訪れる客層は、各テナントのヒアリングから、休日は観光客が多くなり、平日は仕事の出張客が多くなる傾向にある。観光地としての性格が強いということが分かった。しかし、店舗によって異なるものの地元の利用者もおり、観光客・出張客と地元客の比率は、休日で7:3、平日で5:5ほどであるとお話を聞くことが多かった。事務局のヒアリングでは地元の利用者の方が多いと聞くことができた。

東北新幹線八戸駅開業に合わせて作られた「みろく横丁」も時間の経過とともに、価格帯や客数の変化があり、テナントからのヒアリングや、商工会議所のヒアリングでのデータ提供から総客数と総売上、一人当たりの単価の変化が明らかとなった(表1, 図5, 6, 7)。

表1「みろく横丁」の総客数・総売上・単価

	総客数	総売上	単価(一人)
H.15	約 27 万人	約 3.6 億円	約 1300 円
H.23	約 18 万人	約 4.3 億円	約 2200 円

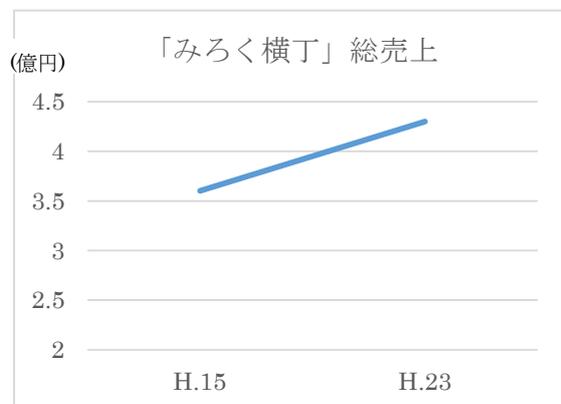
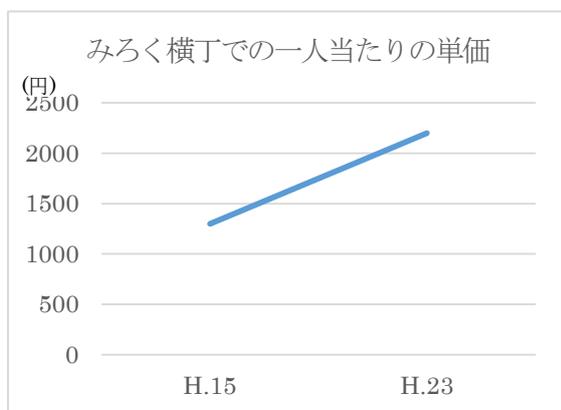
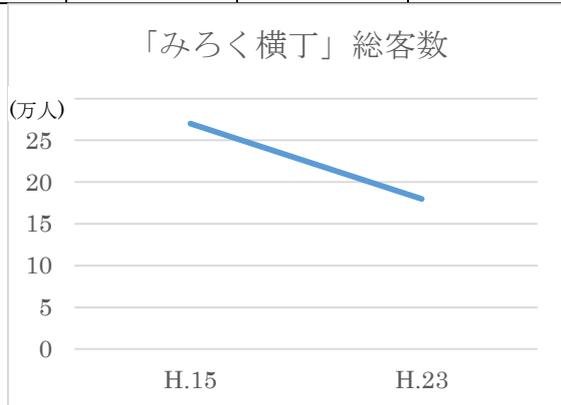


図5, 6, 7 総客数・総売上・単価の推移グラフ  
商工会議所でのヒアリング結果より作成

この表からわかるように、総客数の減少に対し、総売上、単価が増加している。

## 6 街頭ヒアリング調査結果

「みろく横丁」の利用者や、屋台村内を通行する方に対し、「みろく横丁」のイメージや利用した感想について聞き取り調査を行った。

対象者(利用回数, 頻度)		
30代女性, 60代男性(0回)		
	景観も良く, こじんまりとしたスペースながら, 八戸の郷土料理を楽しめて, 観光客には良い。	
60代女性(年1回)		
	イベントの時に参加したが, 活気があって, 来年は孫や友だちと行きたい。	
30代男性(月1,2回)		
	最近是利用したいと思うような個性的な店が少ない。また, 「みろく横丁」だけでなく周囲にも横丁があるので八戸の横丁をもっとPRすべき。	
30代女性(週1回)		
	おいしい料理や, おしゃべりが楽しめて, 一人での利用でも知らない人との交流ができる。しかし雰囲気統一感に欠け, 不評もある。	

イベントの際は普段とは異なるターゲットに絞って、子どもたちも呼び込む努力が見える。「みろく横丁」をきっかけに、八戸の横丁文化をひろげることにつながるような意見もみられる。観光地という認識から雰囲気を重視した意見もあった。

## 7 考察「みろく横丁」屋台村事業の実態と成果

今回、(有)北のグルメ都市と会社が運営する「みろく横丁」の様子が多少とも明らかになった。「みろく横丁」を安定的に維持管理する(有)北のグルメ都市は、従業員が一人も存在せず、5名の取締役も給料をもらっていないため、人件費がゼロである。それにより事業収入の多くを設備管理や「みろく横丁」のPR費に充てることが可能となっている。その収入は、各店舗からの家賃、共益費であり、安定したものになっている。

一方で営業内容の方針やPR活動については、運営側と各テナントの意思疎通が完全にできていない。月1回の意見交換の場や、三

年に一度のリニューアルオープンの際には、契約を結びなおすなどの交流はある。しかし PR 活動については運営側もたくさん行っているが、屋台村として地域雑誌への掲載や、HP 上での広報活動など不特定多数の人に向けてのものになっており、現在ターゲットを絞ったマーケティング戦略を前面に出しているとは言えない。一方で各テナントでは個別に地域雑誌への掲載をしたり、客層を把握し価格帯を変更したりしている。客層の認識も運営側と各テナントの間で異なっており、客層の認識の一致が出来れば、さらに効率の良い PR 活動ができ、より屋台村としても発展していくことができるのではないだろうか。

各テナントが協力して行っているお正月企画や流しそうめん大会といったイベントに関しては、直接的に利益につながるものではないが、八戸市中心市街地の活性化のために行っている面もあり、ここではマーケティング戦略とは別のものとして考える。

売上げの増加と利用客総数の減少については東北新幹線八戸駅の開業での観光客の流入が落ち着き、回転率よりも、ゆったり飲むことのできるスタイルに変化し、一人当たりの単価が上がったと推測される。また各テナントが出張・観光客をターゲットとし価格帯を上げていることも考えられる。

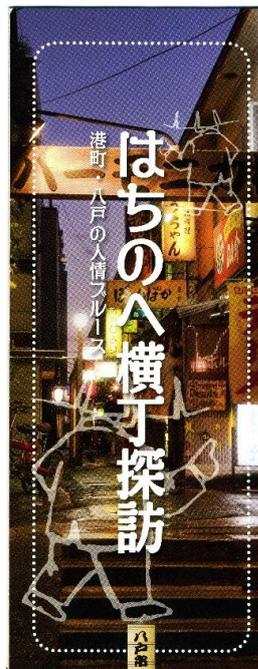
行政とのかかわりにおいて補助金や助成金といえるものは建設の際の取り壊し費用の補助金のみで、「みろく横丁」は(有)北のグルメ都市が運営する民間の商業施設の性格が強いと思われる。しかし当初新幹線八戸駅開業に合わせた開発事業の一つであったことから観光パンフレットへの掲載(図 8)や、PR 活動など間接的につながる面があり、完全独立の民間事業ではないことがわかった。現在に至っては市役所や商工会議所も「みろく横丁」の様子を把握しておらず、関わりは失われていた。

「みろく横丁」では現状として総売上、一人

当たり単価が上昇傾向にあるが、総客数は減少傾向にあるので(H.23 時点)、各テナントの単価上昇も限度も含め、将来的には総売上上の減少の可能性も考えられる。事務局と各テナント間のマーケティング戦略の一致や、行政との協力も含めた策を講じていくことも今後必要なのではないかと考えられる。しかしこれまでの(有)北のグルメ都市を中心とした「みろく横丁」屋台村事業の成果は、商業モデルとしての一面を有しているといえる。

#### ◎おわりに

「みろく横丁」八戸の中心市街地に立地している。屋台村としての維持も大切であるが、さらなる発展には他の横丁や商店会との連携でまち自体を盛り上げていくことが必要であると考えられる。実際に横丁共同開催の企画や、八戸ポータルミュージアム「はっち」との連携企画も行われている(図 9)。屋台村はまちの活性化の中心の一つであり、継続して運営、地域への貢献が求められていると考えられる。



(図 8 八戸市が発行した横丁 PR パンフレット 提供八戸市役所)



図 9 八戸ポータルミュージアムと横丁の合同企画パンフレット提供八戸ポータルミュージアム

### ・謝辞

今回の調査，本報告書の作成にあたり，八戸市市役所観光課，八戸商工会議所，(有)北のグルメ都市(事務局)，(株)中居食品容器，三日町商店会三栄会，六日町商店会，八戸横丁連合協議会，いわとくパルコ，串揚げ「串わ」，屋台村内の各店舗の店主の皆様，たくさんの情報，データの提供，また聞き取り調査への協力をいただきました。また「みろく横丁」周辺でアンケートに協力していただきました方々，心より御礼申し上げます。

### ・引用文献

◎(有)北のグルメ都市

・八戸の歴史とみろく横丁 HP

<http://www.36yokocho.com/index2.php>

◎八戸商工会議所資料

・八戸屋台村“みろく横丁”

・新幹線八戸駅開業事業組織図

◎八戸ポータルミュージアム HP

<http://www.8cci.or.jp/>

◎八戸横丁連合協議会 HP

<http://www.36yokocho.com/~yokocho/>

◎青森県庁 HP

<http://www.pref.aomori.lg.jp/>

◎八戸市役所 HP より

・平成.25 年度当初予算の概要 2014, 22p

・東北新幹線全線開業後における本県観光の動向について

・東北新幹線(盛岡・八戸間)事業に関する事後報告

◎北の屋台 HP

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

◎月刊八戸情報誌アミューズ八月号,2014 (有)アミューズ

◎月刊ステージ九月号,2014 (株)LINK

◎八戸市パンフレット はちのへ横丁探訪

◎八戸市パンフレット 酔っ払いに愛を 2014 横丁オンリーユーシアター

◎H27 年度文教産業委員会 八戸市視察調査報告 2015, 総頁数 16p