

## 屋台村の比較

	かごつまふるさと屋台村	北の屋台	函館光の屋台「大門横丁」
事業主体	<p>■開発・施設整備</p> <p>南国殖産株式会社(民間)</p> <p>■運営管理</p> <p>NPO 法人鹿児島グルメ都市企画</p>	<p>■開発・施設整備</p> <p>北の起業広場協同組合(組合)</p> <p>■運営管理</p> <p>北の起業広場協同組合(組合)</p>	<p>■開発・施設整備</p> <p>株式会社はこだてティーエムオー(3セク)</p> <p>■運営管理</p> <p>株式会社はこだてティーエムオー(3セク)</p>
コンセプト	<p>■事業目的</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県産品(焼酎文化、黒文化)の情報発信拠点、ツール</li> <li>・中心市街地活性化</li> <li>・観光客に対する「最初のおもてなし」、憩いや交流の場</li> <li>・若手起業家の育成(インキュベーター)</li> </ul> <p>■ターゲット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・客層は幅広い。</li> <li>・リピーター率も高い。</li> <li>・観光客をメインに考えていたが、現在の状況は地元8割、その他2割である。</li> </ul>	<p>■コンセプト</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「人」と「コミュニケーション」が全てである。</li> <li>・地域とのつながり(地域の応援団)</li> <li>・お客様目線で考えて、「心が揺れるか」。リピーターが増えること。どういう風にしたら、また来てもらえるかが重要。</li> </ul> <p>■ターゲット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元第一である。</li> </ul>	<p>■事業目的</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・魅力ある飲食店の集積によって、交流拠点としての商店街づくりを推進する。</li> </ul> <p>■コンセプト</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・どこか懐かしくて新しい癒しの街並み</li> </ul> <p>■ターゲット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・函館市民に来てもらうのが目的だったが現在、地元4割、観光客6割である。</li> <li>・主にビジネスホテルの宿泊客が使っている。</li> <li>・まちの人が美味しいと食べている所に、(観光客も)行きたいはずである。市民に来てほしい。</li> </ul>
テナントミックス	<p>■出店者選考方法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・出店希望者は第1回目に293組(400人)集まり、書類選考で70人、40人と段階的に絞り、最終的に第三者を入れた選考会を経て25人に決定した。</li> <li>・選考会では実際に料理を作ってもらった。調理をしている際の会話(コミュニケーション能力)も選考基準の一つ。</li> <li>・鹿児島の食文化への思い入れ、理念等も面接を通してチェックした。</li> </ul> <p>■事前研修</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・出店予定者25名を対象に、事前に研修会を2回開催した。</li> <li>・出店者(オーナー)の平均年齢は35歳。</li> </ul>	<p>■出店者特性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・出店者の履歴をみると、大体「3:5:2」に分かれる。「3」は、自身の人生、客、メニューの3者を考えることが出来る者。「5」は、人生を考えていないが、火を点けると頑張る者。「2」は、理論のみで現場で通用しない者。</li> </ul> <p>■出店者育成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・以前は「プチ開業システム」を実施していた。組合が事業主になって、開業希望者を雇用して店舗を運営してもらう。</li> </ul>	<p>■出店者(テナント)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ラーメン屋の出店希望者が多かった。</li> <li>・「同業種」とは、他にも店舗を営業している者を指す。</li> <li>・エスニック料理店は女性客に人気がある。地元の常連客も多い。</li> </ul>
商品構成(料理)	<p>■地産地消</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・鹿児島県内の食材、料理等が集結</li> </ul>	<p>■関係者との連携・コーディネート</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自分(農家)が作ったものが、ここで食べられているという満足感。農家の人が屋台村に来て食べている光景をよく目にする。</li> </ul>	
施設整備	<p>■施設概要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・鉄骨造平屋建て。1棟当たり数店舗が集合している。</li> <li>・敷地を5つに分筆して、確認申請を5つ出した。1筆当た</li> </ul>	<p>■屋台の構え</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・狭くすること。</li> </ul> <p>■デザインの工夫等</p>	<p>■開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・3筆または4筆で確認申請を提出している。</li> </ul>

	<p>り100㎡以下にして、耐火建築物にしないようにした。市建築指導課の多大な協力と理解があって実現した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>給排水、衛生、電気設備は、上下水道、電気(キュービクル設置)、ガス、共用トイレ(男子:小便器 4、大便器 1、女子:大便器 3、多目的トイレ 1、洗浄器付き)。</li> </ul> <p><b>■市民の巻き込み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>鹿児島大学の学生に依頼して、地場産の石を彫った「田の神さあ」を設置。</li> </ul> <p><b>■屋台の構え</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1店舗当たり11.62㎡(3.51坪)で、内訳は厨房6.16㎡(1.86坪)、客席5.46㎡(1.65坪)。</li> <li>江戸時代から続く「1対8の原則」に則った。店主と客、客同士が一番コミュニケーションを取りやすいと言われている。</li> <li>臨時スペースとして、屋外にバンコ、ドラム缶(立ち飲み)等を設置して、来店客に対応している。</li> <li>移動式屋台では生ものを提供することが出来ないが、固定式なので各店舗が保健所の許可を取って営業している(生ものが出せる)。</li> <li>各店舗従業員の着替え等をするバックヤードはない。多目的トイレで着替えている。余計な荷物を減らす面では良いことである。</li> </ul> <p><b>■デザインの工夫等</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>八戸みろく横丁の設計者(札幌市)に依頼した。通路幅等にもこだわりがあるようだ。</li> <li>建築基準法で屋根を付けられないが、付けない方が、開放感があって良かった。ビル内の屋台村はフードコートの延長のようである。</li> </ul> <p><b>■屋台村のキャパシティ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>客数が350人以上になるとキャパを超えている。280~340人が適正である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>正面のテントや引戸は出店者が各々造る。(画一的でない方が面白い)</li> </ul>	
<p>事業スキーム 事業収支</p>	<p><b>■事業主体による開発・施設整備</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>南国殖産の社有地に、南国殖産が外構及び本体工事をして、出店者に賃借した。社有地492坪のうち280坪を屋台村で使用。残りは、コインパーキング。</li> </ul> <p><b>■開発事業費</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>外構及び本体工事費は約1億円。八戸は25店舗で約5,000万円。工事費(建物建設)は慎重にすべきである。上</li> </ul>	<p><b>■開発段階からの関係者巻き込み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業(屋台村)に人を巻き込む、理解させることが必要。</li> <li>「北の屋台づくりネット提案書」を関係機関に配布した結果、相当数のリアクションがあった。</li> </ul> <p><b>■開発事業費・資金調達</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>4,300万円を借り入れ</li> <li>ロードヒーティング800万円を含めた入札額は、4,300万</li> </ul>	<p><b>■開発事業費・資金調達</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>総事業費9,152万2千円(設計費420万円、本体工事費7,717万5千円、その他工事費514万7千円、借地保証金500万円)</li> <li>リノベーション補助金4,761万9千円(国1,380万9千円、北海道1,190万5千円、函館市1,190万5千円)</li> <li>自己負担4,390万3千円</li> </ul>

	<p>限を定めて、事業主体の採算性が取れることと、個店の負担を少なくすることが必要。</p> <p><b>■土地購入</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・南国殖産が土地(ホテルニュー鹿児島跡地)を10数億円で取得。</li> </ul> <p><b>■契約方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・契約は、出店者と南国殖産との間で個々に交わした。3ヶ年間の定期借家契約である。</li> <li>・第1期の25店舗は、3ヶ年で終了(退去)する。3年間で投資を回収し、貯蓄して他の場所に出店してほしい。25店舗中17~18店舗は継続して契約することを想定。継続する店舗でも、場所はシャッフルする予定。マンネリ化しないようにする。</li> <li>・3(ヶ年/1クール)×3(クール)=9年間実施する。</li> </ul> <p><b>■出店時納付金</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・出店時に敷金60万円(3年後に返還)、申込金20万円(返還なし)。敷金は南国殖産へ、申込金は準備資金としてNPOへ入金。</li> </ul> <p><b>■出店者初期投資</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一店舗当たり平均300~350万円</li> </ul> <p><b>■月額家賃・共益費等</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一店舗当たり月額家賃は10万円、共益費3万円、販促広告費2万円。</li> <li>・家賃は出店者から直接南国殖産へ銀行振込み(引き落とし)。</li> <li>・出店者は家賃、共益費、販促広告費の合計15万円の他、自店の電気、ガス、水道代を毎月、実費支払。</li> </ul> <p><b>■共益費</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・共益費3万円は、南国殖産を経由して、NPOへ全額入金。共益費の内訳は、共用部分の電気代、トイレ清掃費(業者:3回/日)、一括ごみ処理代。</li> </ul> <p><b>■事業主体の収支</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・南国殖産は、10(万円/月・店)×25(店)×12(月/クール)×3(クール)で9,000万円しか収入にならない。10数億円で購入した土地の金利負担、固定資産税、都市計画税等を考慮すると儲けはない。</li> </ul>	<p>円~7,500万円。(コスト抑制)</p> <p><b>■土地の賃借</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・土地(160坪)は天ぷら屋さんの所有で、月額44.5万円で賃借。(2,781円/坪)</li> </ul> <p><b>■契約方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・3年/1期</li> <li>・現在4期目で、1期からの継続店舗は4軒。</li> <li>・期間満了後、設備機器等を1回搬出</li> <li>・継続店舗も場所をシャッフル</li> </ul> <p><b>■出店時納付金</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・敷金100万円(保証金扱い、退店時に返還)</li> <li>・出店料50万円(返還なし)</li> </ul> <p><b>■出店者初期投資</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・内装及び設備など初期投資額550万円を、9ヶ月で回収。</li> </ul> <p><b>■月額家賃・共益費等</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・家賃8万円/月</li> <li>・共益費2万円/月(赤字である)</li> <li>・広告宣伝費2万円/月</li> </ul>	<p><b>■土地の賃借</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・保証金50万円、月額50万円を(株)はこだてティーエムオーから地権者に支払い。(2,044円/月・坪)</li> <li>・10年間の定期借地。</li> </ul> <p><b>■月額家賃・共益費等</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・Aタイプ(18店舗)/面積:約11㎡(約3.2坪)、家賃63,000円/月</li> <li>・Bタイプ(8店舗)/面積:約26㎡(約7.8坪)、家賃84,000円/月</li> </ul> <p><b>■出店者初期投資</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・個店の投資額(C工事)は100~200万円。</li> </ul>
<p>マネジメント</p>	<p><b>■NPO法人鹿児島都市グルメ企画</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・NPOに運営委託することで、市のパンフレットに掲載でき</li> </ul>	<p><b>■北の起業広場協同組合</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・協同組合は税率が低い。</li> </ul>	<p><b>■管理等</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今まではまち会社の職員1名が携わっていた。</li> </ul>

<p>る、応援してもらいやすい状況になった。一企業ではなくNPO にすることによって、テレビ各局、NHK、新聞等に沢山取り上げてもらった。</p> <p><b>■理事、会員、メンバー構成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・理事長は焼酎醸造会社の社長。</li> <li>・副理事長は、鹿児島焼酎専門店を営業。</li> </ul> <p><b>■出店者規約(管理等)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・八戸みろく横丁の規約を参考にした。</li> <li>・18～24 時の間営業すること(営業義務時間)。金土曜日は休まないこと。店休日は交代で取っている。それ以外は自由である。</li> <li>・昼間の営業は任意で現在、8～13 軒が営業している。大体 11:30～14:00 の間、営業している。</li> <li>・業者が 1 日 3 回、共同トイレの清掃に入るが、当番を決めて清掃を行っている。また、嘔吐物を発見したら、発見した者が直ぐに清掃するようにしている。</li> <li>・鹿児島は降灰が多いが、天候と共生するのが屋台村である。全員で清掃を行っている。また、毎週金曜日は一斉清掃の日としている。</li> <li>・24 時以降の営業は、騒音対策として屋台の中で営業するようにしている。</li> <li>・トラブルの元になるので他の店からのデリバリーは禁止している。</li> <li>・衛生管理等を各店舗に対して指導している。</li> <li>・売上等のチェックもしている。</li> </ul> <p><b>■テナント会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・出店者 25 名を 4 つの班に分けて、各々に班長を決めている。</li> <li>・班長の上に「村長」を置いている。</li> <li>・料理の見直し等は、皆でアイデアを出しながらやっている。</li> <li>・店主同士の仲が良い。ワン・フォー・オール、オール・フォー・ワンの精神が活きている。</li> <li>・現在では、村民が主役で NPO をサポートしてくれている状況である。</li> </ul> <p><b>■外注部分</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・トイレ清掃、ごみ処理は外注している。</li> </ul>	<p><b>■出店者規約(管理等)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・個店の店主をどう育てるかが課題。</li> <li>・店主が観光情報を客に伝えることが出来ることが重要。その情報量があること、発信できること。</li> <li>・毎月レクチャーを行っている。全体で説明しても理解してもらえないので、個別に対応している。</li> <li>・ラグビーチームと同じ作り方をしている(犠牲的精神)。信頼関係が重要である。自分(久保氏)を信頼してもらえないなら、辞めてもらうしかない。</li> <li>・個店の売上、来店客数をチェックしている。</li> <li>・期間終了後にまちなかに出店してもらうために、空店舗情報を集めている。終了 1 年前から財務状況を年 2 回ほどチェックしている。まちなかに出店するための審査は厳しいので、一緒に面接等に出向いたりもする。</li> <li>・店舗間での出前は自由である。</li> </ul> <p><b>■テナント会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・序列を作らない。</li> </ul> <p><b>■仕入方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビールは 4 社から、各店舗が自由に仕入。営業マンの腕次第で、シェアが変わっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後は、まち会社のスタッフ 4 名で役割分担をして行っていく予定。</li> <li>・毎月、売上の申告をするよう義務付けている。</li> <li>・営業時間は、17～24 時。大体の店が 23～24 時まで営業している。当初は昼間の営業を義務付けていたが、客が入らないので営業をしなくなった。現在では、3 店舗のみが営業している。</li> <li>・店舗の指導等は当初、コンサルが入って行っていた。</li> <li>・通路にテーブルを置く等で、お店同士のトラブルもある。</li> <li>・店舗間でのデリバリーは認めている。但し、多店舗の食器を片付けない等のトラブルがある。</li> </ul> <p><b>■テナント会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現在、テナント会は機能していない。定例会に出てこない。</li> <li>・回覧等はまち会社のスタッフがプリントして配っている。</li> <li>・既存の商店街組織へは、屋台村として加入している。</li> </ul> <p><b>■仕入れ方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビールはアサヒビールのみである。各テナントが契約している酒販店を通して、アサヒビールのみを納入している。アサヒビールは年間、樽を 4 個提供してくれる等のメリットがある。</li> <li>・まち会社が当初、製氷機を設置して、利用店舗から月額 3,000～3,500 円の使用料を徴収していた。現在では、出店者が費用負担して使用している。</li> </ul>
--	---	---

	<p><b>■仕入方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アルコールは競争をしないよう価格を統一するため、2社に絞って一元化、在庫管理している。(アルコールのストックヤードがある)</li> <li>・食材の仕入れは各店舗が自由に行っている。</li> <li>・全店共通の屋台村焼酎(グラス1杯200円)は、白金酒造からの仕入れ。</li> </ul>		
広告宣伝	<p><b>■パブリシティ効果</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年間の販促宣伝費が52万円なので、メディア受けする事業、地元メディアに取り上げてもらえるような事業をすることが必要。これまでに、テレビ10数本、雑誌20数社の取材を受けている。</li> </ul>	<p><b>■パブリシティ効果</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マスコミを上手く活用することが出来た。</li> </ul>	
集客・売上増強策	<p><b>■共同イベント、事業等</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・7月一杯まで旬の食材を活用したメニューを各々の店で一品ずつ提供した。</li> <li>・「村コン」を日曜日の14～17時の間で実施した。50分間で3店舗を巡り、8(人/店)×25店=200(人)が参加した。10組が成立した。</li> </ul>	<p><b>■ひと・コミュニケーション・ホスピタリティ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人が人を呼ぶこと。</li> </ul>	<p><b>■共同イベント</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・協賛してほしい店舗にしてもらえなかった。</li> <li>・当初月額5,000円の販促費を取っていたが、現在では集めていない。</li> </ul>
連携事業			<p><b>■ホテルとの連携</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊客にホテル側から500円の食事券を渡している。500円のうち、50円は販促費から出している。(販促費は月額5,000円)</li> <li>・参加ホテルは4軒しかなく、拡充することが課題である。</li> </ul>