

福岡市における 屋台の経済波及効果

2023年11月

株式会社 THINK ZERO 代表取締役 八尋 和郎

屋台の利用者数 1,190,700人

- 屋台数 = 105軒
- 屋台の利用者数 1軒1日平均 45人
- 年間平均営業日数 252日
- 年間屋台利用者数(全屋台)
 $105\text{軒} \times 45\text{人/日} \times 252\text{日} = 1,190,700\text{人}$
- 屋台内平均消費額(1人あたり) = 1,923 円
- 屋台の年間・総売上高 = 22.9億円

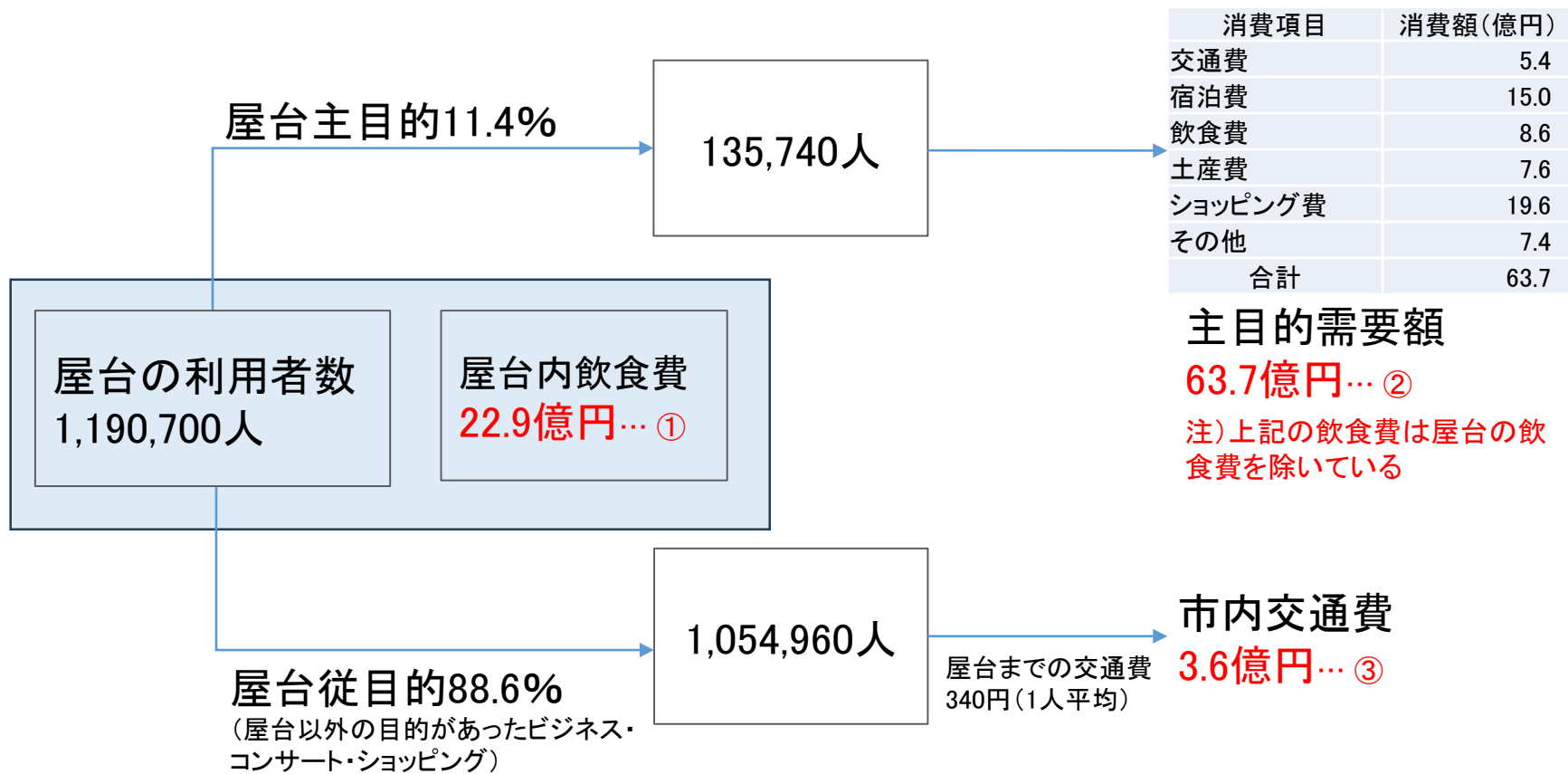
主目的率 11.4% (135,740人)

- 屋台が主な目的で、福岡市に来た人の割合

11.4%

- 主目的とは屋台が主な目的で、福岡市に来た人(屋台がなかったら福岡市に来なかった人)。
※ビジネス、コンサート、ショッピング等の目的が主の来訪、または福岡市在住の人は除いている。
- 「屋台・来訪者アンケート」(2023)による推計。アンケートは2023年10月下旬から11月上旬にかけて、計4日間実施、天神、中洲、長浜で飲食中または飲食前の299人にヒアリング。

最終需要額の推計

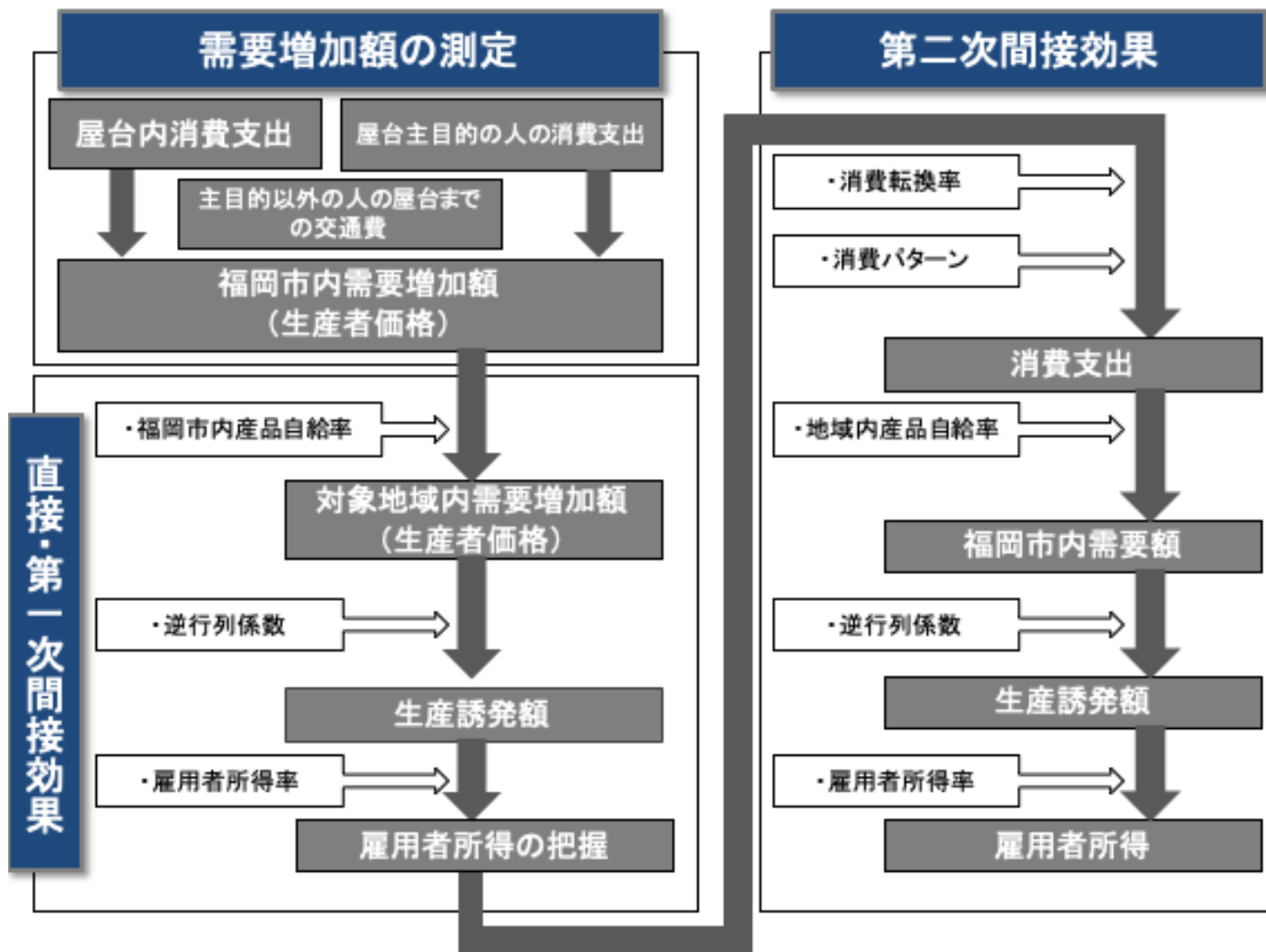


福岡市内最終需要額 = ①22.9 + ②63.7 + ③3.6 = **90.2億円**
 (前回調査時(2011年12月):40.6億円)

注)1 消費額は福岡市が実施した観光客動態調査の結果をもとに算出している。

2 屋台までの交通費は「屋台・来訪者アンケート」による推計

屋台の経済波及効果計算フロー



福岡市内における経済波及効果 **100億円**を超える

	経済波及効果 (百万円)	うち粗付加価値額 (百万円)	就業誘発者数 (人)
直接効果	7,050	3,342	368
第1次波及効果	2,260	1,246	123
第2次波及効果	1,181	695	60
合計	10,491	5,283	551

経済波及効果分析

- 1 福岡市「平成27年（2015年）福岡市産業連関表」および福岡市が提供する「分析ツール 観光・イベント消費」を活用
- 2 商業の格付けにあたっては国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査 2022年（確報）」を利用している。
- 3 就業者誘発者数の算出にあたっては「平成27年（2015年）福岡市産業連関表」13部門表の粗付加価値額および就業者数を利用している

屋台の経済波及効果

- 屋台の経済波及効果 10,491百万円 (104.9億円)

53.2億円

2011年12月(前回)



104.9億円

2023年11月(今回)

約2倍

- 粗付加価値額 5282.9百万円 (52.8億円)
- 就業誘発者数 551人

屋台の経済波及効果の増加要因

• 屋台の総利用者数は増加

- ①屋台数は減少（150軒 → 105軒）
- ②1日1軒平均利用者数が増加 30人 → 45人（注1）
- ③年間屋台利用者数 1,156,500人 → 1,190,700人

• 屋台内消費が増加

- ①1人あたり屋台内飲食費が増加 1,500円 → 1,923円（注1）
- ②総屋台消費額（年間） 17.3億円 → 22.9億円

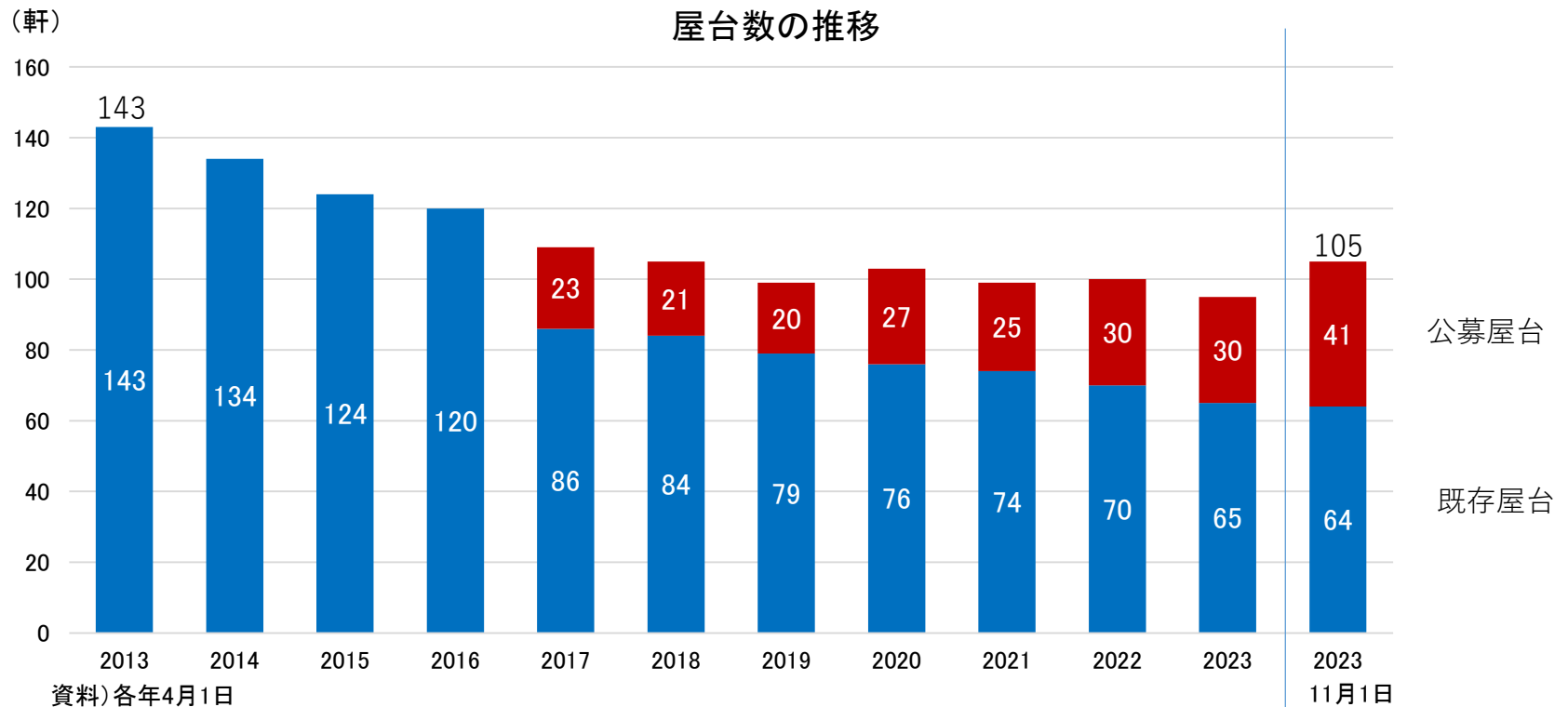
• 主目的の人と消費額が増加

- ①主目的率が増加 6.0% → 11.4%（屋台が主な目的で福岡市に来た人が増えた）
- ②屋台主目的の人が増加 69,690人 → 135,740人
- ③屋台の主目的の人の消費額が増加 21.6億円 → 63.7億円

注) 1 福岡市が公募屋台営業者に提出を求める「屋台営業報告書」より令和4年の平均を算出。

公募制度導入の効果検証①

屋台基本条例の制定(公募制度の導入)が、現在の経済波及効果にどの程度影響を及ぼしているのか検証するため、公募屋台がない場合の経済波及効果を試算し、現在との差を比較した。



公募制度導入の効果検証②

仮定A

- 1) 公募屋台41軒が仮になかった場合、屋台数は64軒まで減少
- 2) その他の条件は変わらない
(例 1軒あたりの利用者数、利用者1人あたりの消費額など)

仮定B

- 1) 公募屋台41軒が仮になかった場合、屋台数は64軒まで減少
- 2) 屋台人気が高まらなかった → 主目的率が6% (前回調査)
- 3) その他の条件は変わらない
(例 1軒あたりの利用者数、利用者1人あたりの消費額など)

現状と 仮定A の比較

	① 現状	② 仮定A	①/②
屋台の利用者数 (人)	1,190,700	725,760	1.6倍
屋台内飲食費 (百万円)	2,290	1,396	1.6倍
粗付加価値額 (百万円)	5,283	3,225	1.6倍
経済波及効果 (百万円)	10,491	6,403	1.6倍

現状の経済波及効果は104.9億円で仮定Aの経済波及効果額は64.0億円となり、**1.6倍に拡大**した。

現状と 仮定B の比較

	① 現状	② 仮定B	①/②
屋台の利用者数 (人)	1,190,700	725,760	1.6倍
屋台内飲食費 (百万円)	2,290	1,396	1.6倍
粗付加価値額 (百万円)	5,283	2,230	2.4倍
経済波及効果 (百万円)	10,491	4,529	2.3倍

現状の経済波及効果は104.9億円で仮定Bの経済波及効果額は45.3億円となり、**2.3倍に拡大**した。

条例制定10年の効果

- ① 屋台の経済波及効果は前回比(2011年12月)で約**2倍に拡大した**。
- ② 屋台の政策効果(公募制の導入)によって、屋台の利用者数は1.6倍に拡大、経済波及効果は**1.6~2.3倍に拡大した**と考えられる。
- ③ 屋台基本条例が制定されて10年。この間、公募は、数だけでなく質的にも**多様な屋台の登場**を促した。

提供する料理の多様化も進み、グッドデザイン賞を受賞する屋台も登場。



- ④ 屋台営業者による営業ルールの遵守が進み、一方、行政による屋台用の上下水道などのインフラの整備が進んだ。

条例制定10年の効果

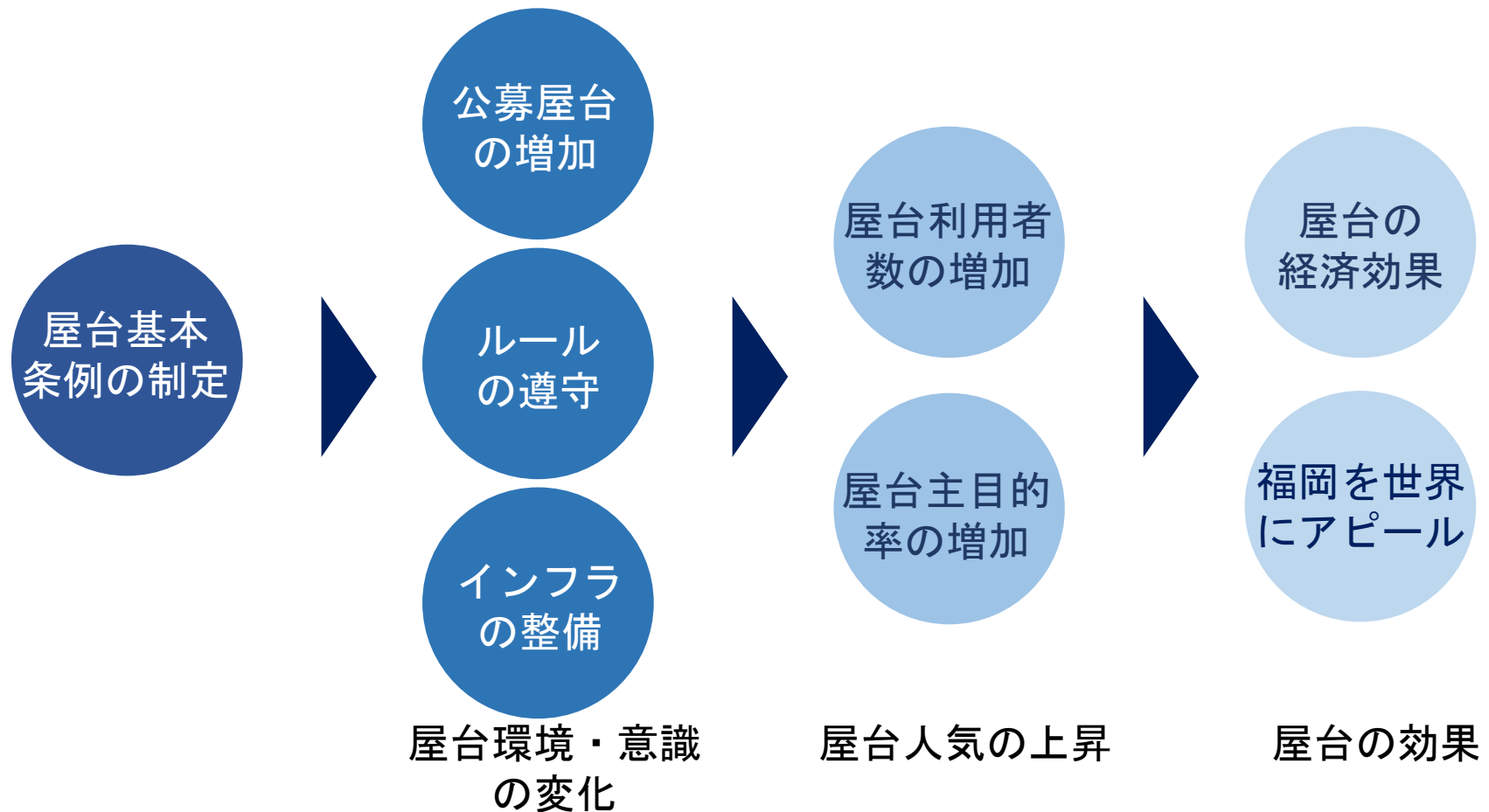
屋台の政策が屋台のイメージアップにつながり、屋台人気の上昇を促した。



福岡を日本全国へ、世界へ広くアピールする効果があった

- ・ 2022年11月、世界一のシェアを誇る旅行ガイドブック「Lonely Planet（ロンリープラネット）」が2023年に行くべき旅行先を発表する「Best in Travel 2023」で、日本から唯一、福岡が選ばれた。
- ・ 2023年1月、アメリカの「ニューヨーク・タイムズ」が2023年版「今年行くべき場所」で発表した世界52カ所の中に、日本では福岡市と盛岡市の2カ所が選ばれ、大きな話題となった。同紙では「福岡は、屋台が並ぶ日本に残る数少ない場所のひとつ」と紹介している。

条例制定10年の効果



▶ 屋台基本条例の制定は、“屋台”の経済波及効果を拡大し、“福岡”を世界にアピールする効果があった。