

令和5年度

屋台に関する市政アンケート

福岡市

目次

I 調査の概要	1
1 調査の目的	1
2 調査の性格	1
3 標本の構成	2
4 注意点	3
II 調査結果	4
1 屋台のイメージ	4
2 屋台の利用経験の有無	8
3 屋台の利用頻度	11
4 屋台の良い面	14
5 屋台の問題点	18
6 屋台施策の認知度	22
7 条例施行後の営業状況の変化	25
8 公募屋台の営業開始以降における営業状況の変化	42
9 屋台に期待すること	61
10 屋台の将来像達成のため、重要と思う屋台営業者の取り組み	65
11 屋台の将来像実現のため、重要と思う市（行政）の取り組み	70
III 調査票	75

I 調査の概要

I 調査の概要

1 調査の目的

屋台や本市の屋台施策に関するアンケートを実施し、施策推進のための参考とする。

2 調査の性格

(1) 調査地域

福岡市全域

(2) 調査対象者

福岡市内に居住する満 18 歳以上の市民 647 人（調査協力員就任時）

(3) 調査対象者数

637 人

(4) 回答者数

535 人

(5) 有効解答率

84.0%

(6) 抽出方法

住民基本台帳から無作為に抽出した市民の中から承諾を得て依頼

(7) 調査方法

案内：郵送・メール

回答：郵送・インターネット

(8) 調査期間

令和 5 年 11 月 6 日～11 月 20 日

(9) 調査主体

福岡市 市長室 広聴課

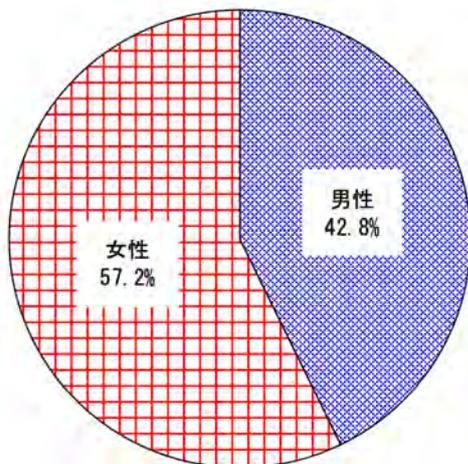
(10) 調査結果分析

福岡市 経済観光文化局 まつり振興課

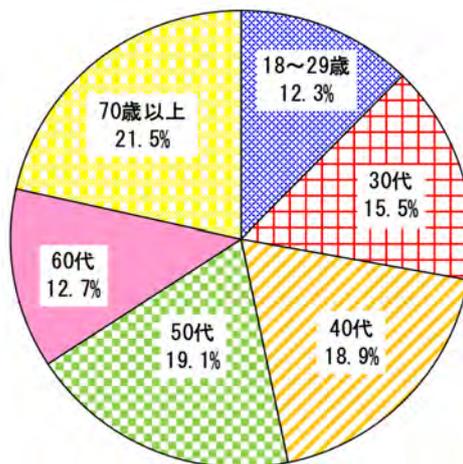
3 標本の構成

(1) 標本の全体構成

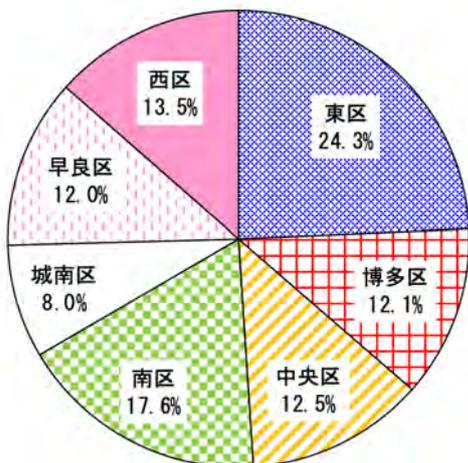
<性別>



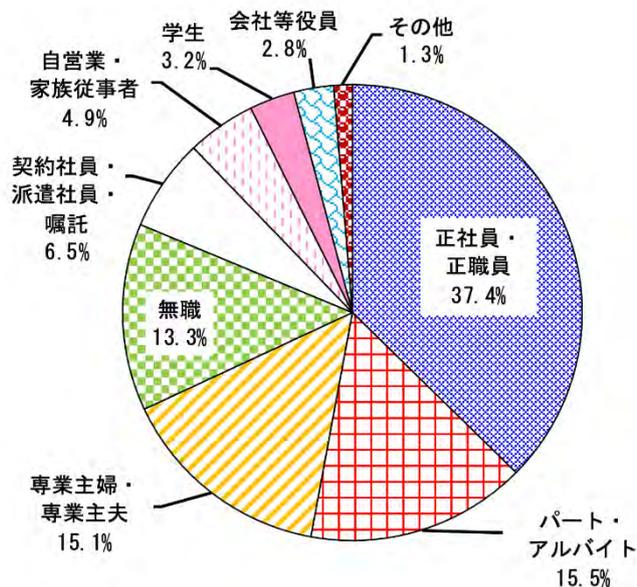
<年代別>



<行政区別>



<職業別>



(2) 属性別にみた行政区の標本構成

単位：％

	全 体	東 区	博 多 区	中 央 区	南 区	城 南 区	早 良 区	西 区
全 体 () は実数を示す	100.0 (535)	24.3 (130)	12.1 (65)	12.5 (67)	17.6 (94)	8.0 (43)	12.0 (64)	13.5 (72)
性別								
男性	42.8	9.7	5.2	4.7	7.9	3.6	5.6	6.2
女性	57.2	14.6	6.9	7.9	9.7	4.5	6.4	7.3
年代別								
18～29歳	12.3	1.9	2.2	2.1	2.6	0.7	1.7	1.1
30代	15.5	4.9	1.9	1.9	2.6	1.7	0.9	1.7
40代	18.9	4.7	2.1	2.2	3.4	1.5	2.2	2.8
50代	19.1	4.5	2.4	3.0	2.1	2.1	2.2	2.8
60代	12.7	1.9	1.3	1.7	3.0	0.9	1.7	2.2
70歳以上	21.5	6.5	2.2	1.7	3.9	1.1	3.2	2.8
正社員・正職員	37.4	9.0	5.4	6.0	4.9	2.8	3.7	5.6
職業別								
パート・アルバイト	15.5	3.4	2.1	2.4	2.2	1.5	1.5	2.4
専業主婦・専業主夫	15.1	4.3	1.5	1.1	3.7	1.7	1.5	1.3
無職	13.3	3.4	1.1	0.9	3.0	0.6	1.9	2.4
契約社員・派遣社員・嘱託	6.5	1.5	0.4	0.9	1.5	0.6	0.9	0.7
自営業・家族従事者	4.9	1.5	0.6	0.7	0.6	0.4	0.9	0.2
学生	3.2	0.4	0.6	0.0	0.7	0.4	0.6	0.6
会社等役員	2.8	0.6	0.4	0.4	0.7	0.2	0.6	0.0
その他	1.3	0.4	0.2	0.0	0.2	0.0	0.4	0.2

4 注意点

- (1) 単数回答の集計については、全体の基数（標本数）を100%としている。なお、回答率は小数点以下第2位を四捨五入しているため、数表、図表に示す回答率の合計は必ずしも100%にならない場合がある。
- (2) 複数の回答を選べる（複数選択）質問の集計については、項目別に、基数（標本数）に対するその項目を選んだ回答者の割合としている。したがって、その回答比率の合計は100%を超える場合がある。
- (3) 数表、図表、文中に示すN、nは、回答率算出上の基数（標本数）である。
 $N = \text{標本全数}$
 $n = \text{該当数（その質問を回答しなくてよい人を除いた数）}$
- (4) 数表、図表に示す選択肢はスペースの関係で文言を短縮して表記している場合があるので、詳細は巻末の調査票を参照のこと。
- (5) 文中の選択肢の表記は「 」で行い、選択肢のうち、2つ以上のものを合計して表す場合は『 』としている。
- (6) 2つ以上の選択肢を合計して表している比率については、各選択肢の割合を合計している。
- (7) 各属性別の集計結果の最高値には網掛けを行っている。

II 調査結果

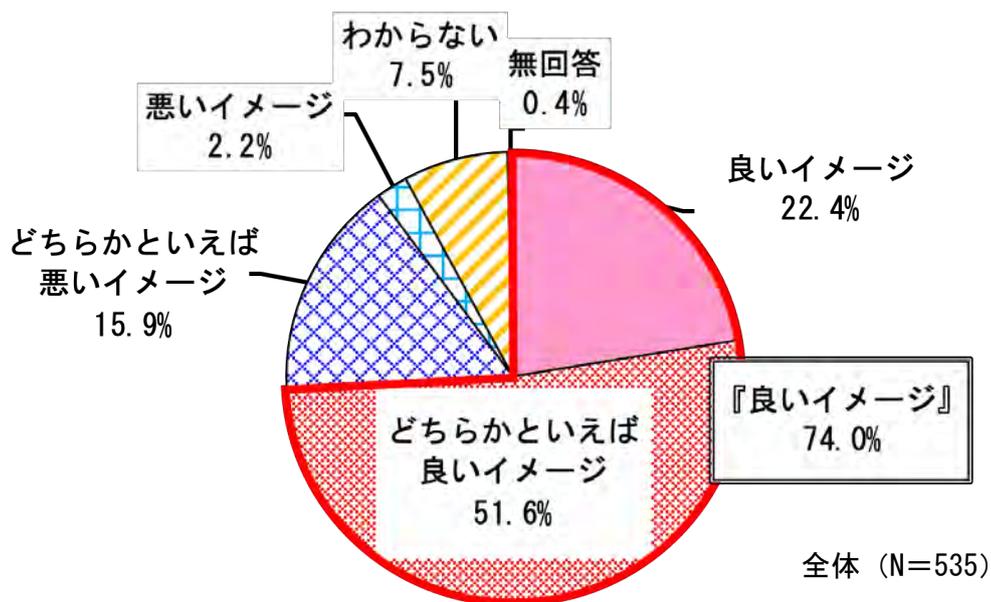
Ⅱ 調査結果

1 屋台のイメージ

問28 あなたは、屋台にどのようなイメージを持っていますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

屋台のイメージについて聞いたところ、『良いイメージ』（＝「良いイメージ」＋「どちらかといえば良いイメージ」）と回答した人は74.0%となっている。一方、『悪いイメージ』（＝「悪いイメージ」＋「どちらかといえば悪いイメージ」）と回答した人は18.1%となっている。

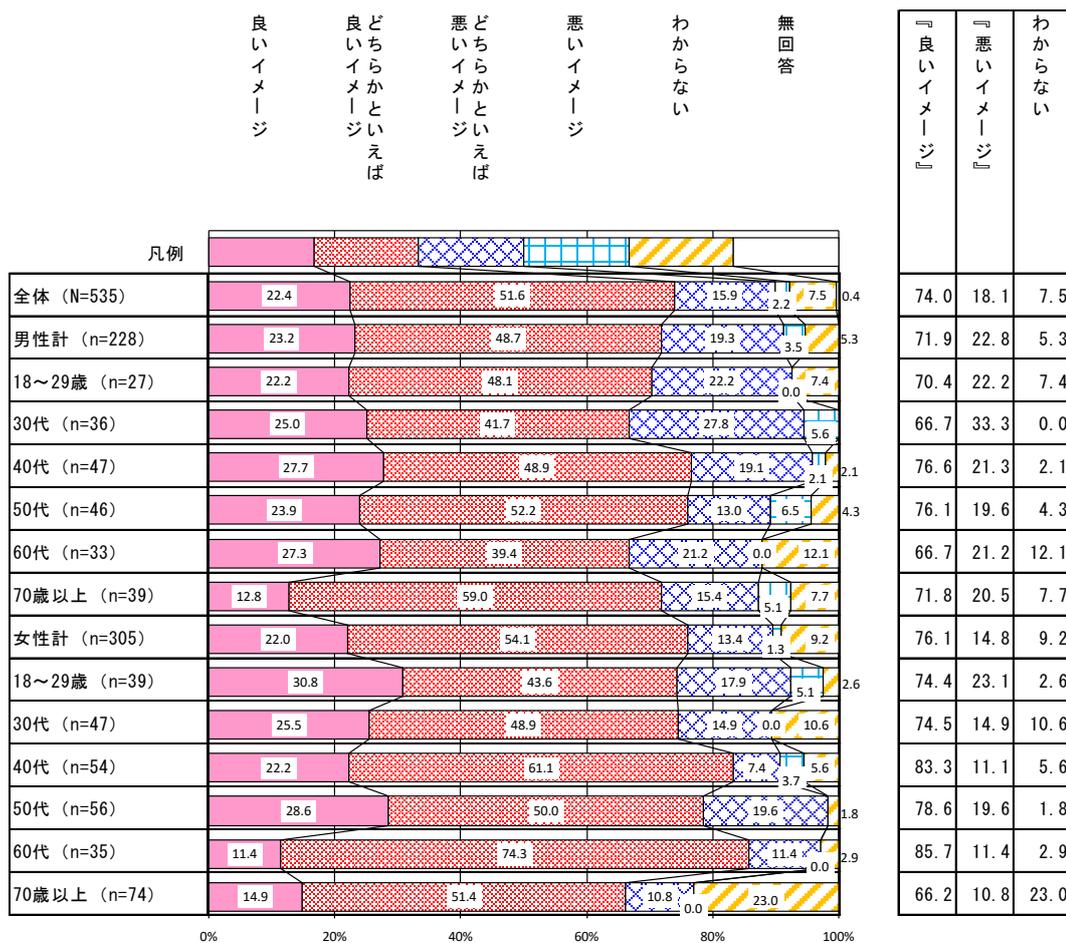
図表 屋台のイメージ【全体】



性別にみると、女性では『良いイメージ』（76.1%）の割合が男性（71.9%）に比べて4.2ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性40代・60代では『良いイメージ』の割合が6割を超えており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 屋台のイメージ【性・年代別】



利用頻度別にみると、『年に数回以上行く』（＝「1カ月に平均4回以上行く」＋「1カ月に平均1～3回行く」＋「年に数回程度行く」）と回答した人では『良いイメージ』の割合（92.3%）が、「年に数回も行かないが、今までに行ったことがある」（76.2%）、
「行ったことがない」（65.3%）と回答した人に比べて高くなっている。

また、『悪いイメージ』の割合は、『年に数回以上行く』（7.7%）と回答した人では、「行ったことがない」（21.7%）、
「年に数回も行かないが、今までに行ったことがある」（18.0%）と回答した人に比べて低くなっている。

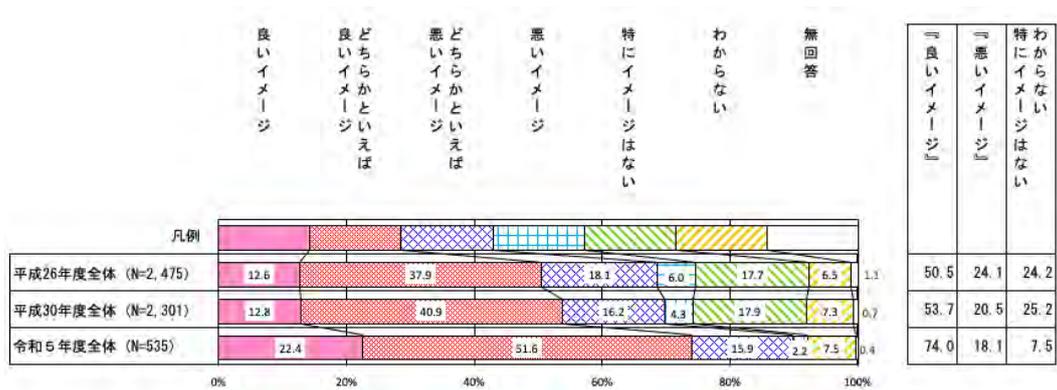
図表 屋台のイメージ【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良いイメージ	良いどちらかというイメージ	悪いどちらかといえばイメージ	悪いイメージ	わからない	無回答	
全体	535	22.4	51.6	15.9	2.2	7.5	0.4	全体
行ったことがある	383	26.4	51.4	14.9	2.1	5.2	0.0	行ったことがある
年に数回以上	39	33.3	59.0	7.7	0.0	0.0	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	25.6	50.6	15.7	2.3	5.8	0.0	年に数回も行かない
行ったことがない	147	12.2	53.1	19.0	2.7	12.2	0.7	行ったことがない

過去の調査結果をみると、『良いイメージ』の割合（74.0%）は平成30年度調査¹（53.7%）、平成26年度調査²（50.5%）と比べて高くなっており、『悪いイメージ』の割合（18.1%）は平成30年度調査（20.5%）、平成26年度調査（24.1%）と比べて減少している。

図表 屋台のイメージ【過去の調査との比較】



¹ 「平成30年度 市政に関する意識調査」（福岡市 市長室広聴課）

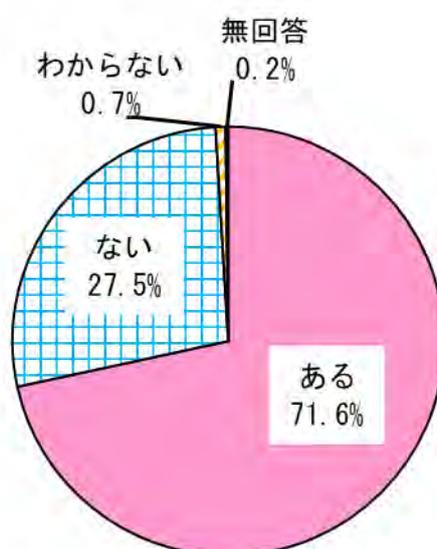
² 「平成26年度 市政に関する意識調査」（福岡市 市長室広聴課）

2 屋台の利用経験の有無

問29 あなたは、屋台をどれぐらいの頻度で利用しますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

利用頻度に関わらず、屋台に行ったことが『ある』(=「1カ月に平均4回以上行く」+「1カ月に平均1～3回行く」+「年に数回程度行く」+「年に数回も行かないが、今までに行ったことがある」と回答した人は71.6%、「行ったことがない」と回答した人は27.5%となっている。

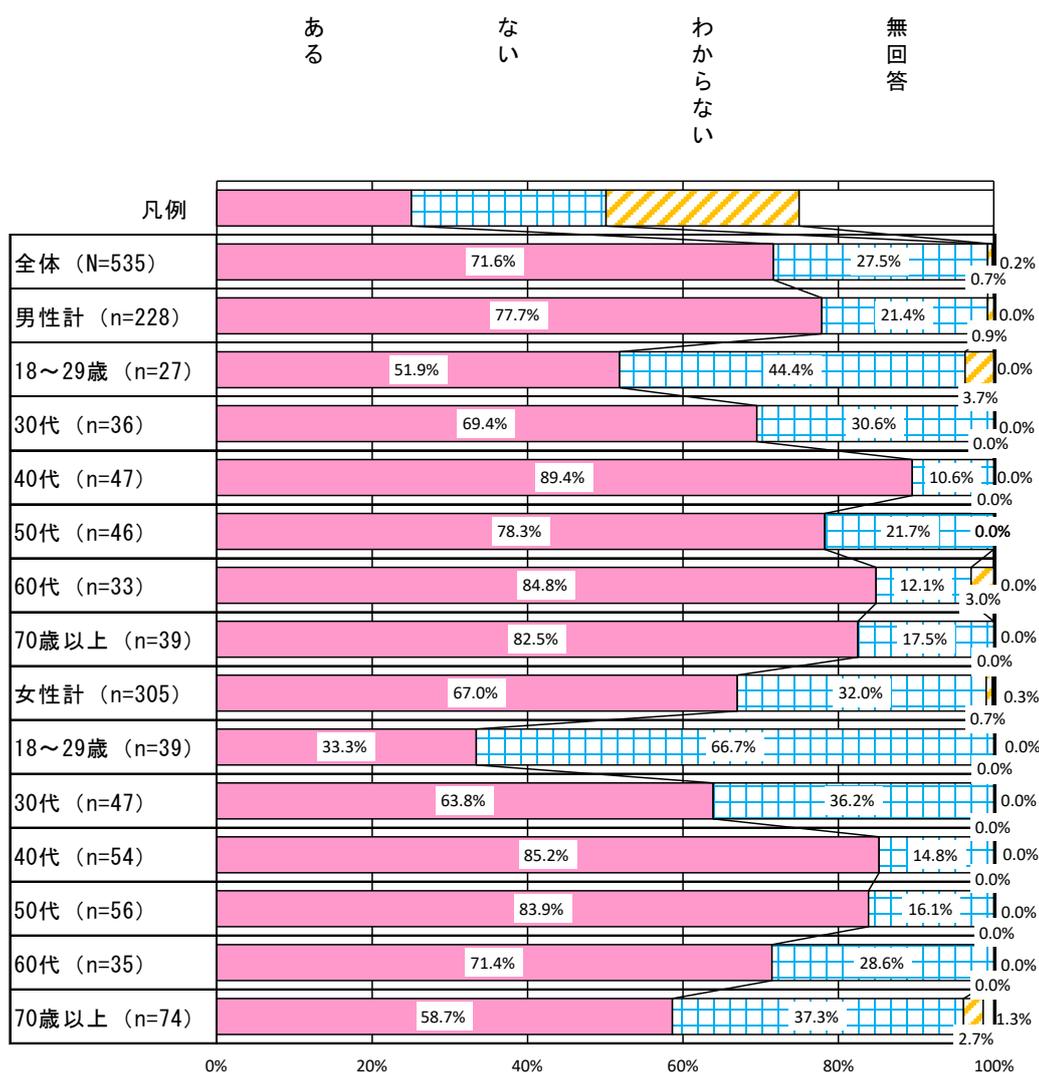
図表 屋台の利用経験の有無【全体】



性別にみると、男性では屋台に行ったことが『ある』(77.7%)の割合が女性(67.0%)に比べて10ポイント以上高くなっている。

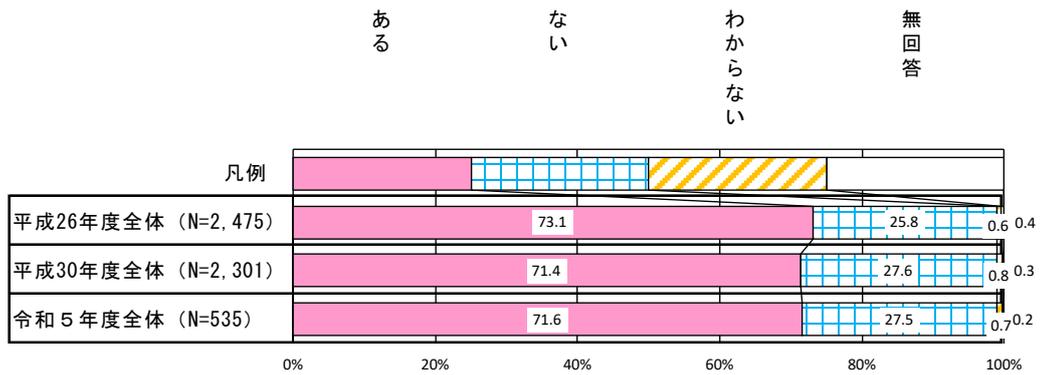
性・年代別にみると、男性40代では屋台に行ったことが『ある』の割合が約9割(89.4%)となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。一方、女性18~29歳で屋台に「行ったことがない」の割合が66.7%となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 屋台の利用経験の有無【性・年代別】



過去の調査結果をみると、屋台に行ったことが『ある』(71.6%)は平成30年度調査から0.2ポイント増加し、「行ったことがない」(27.5%)は0.1ポイント減少している。

図表 屋台の利用経験の有無【過去の調査との比較】

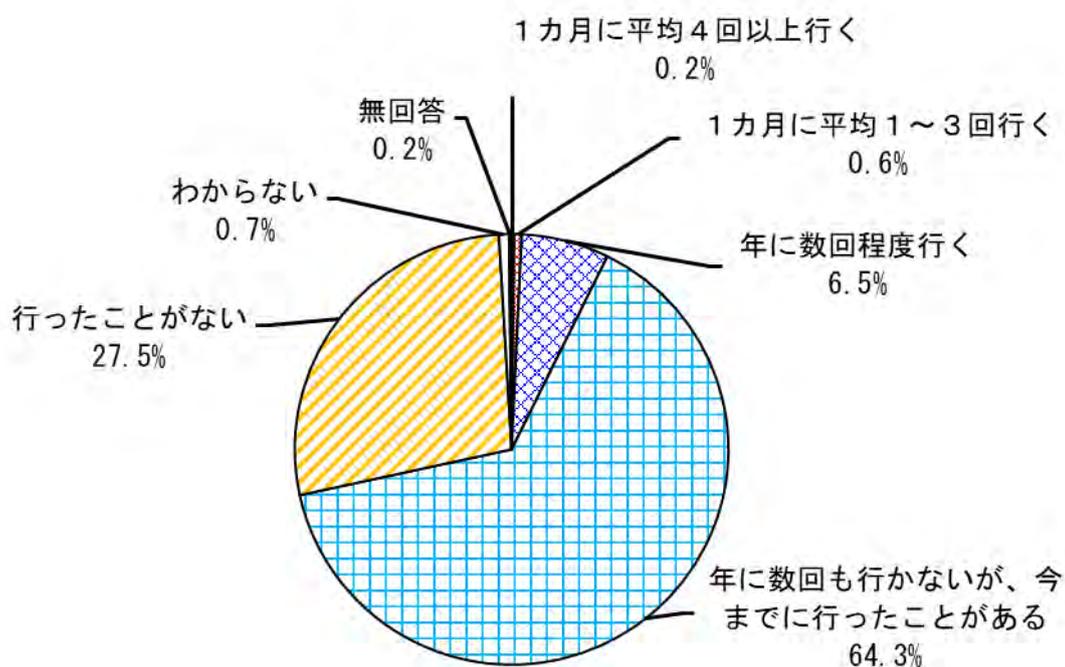


3 屋台の利用頻度

問29 あなたは、屋台をどれぐらいの頻度で利用しますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

屋台の利用頻度について聞いたところ、屋台に行ったことがある人のうち、「年に数回も行かないが、今までに行ったことがある」と回答した人が89.6%と最も多く、次いで「年に数回程度行く」(9.1%)、「1カ月に平均1～3回行く」(0.8%)となっている。

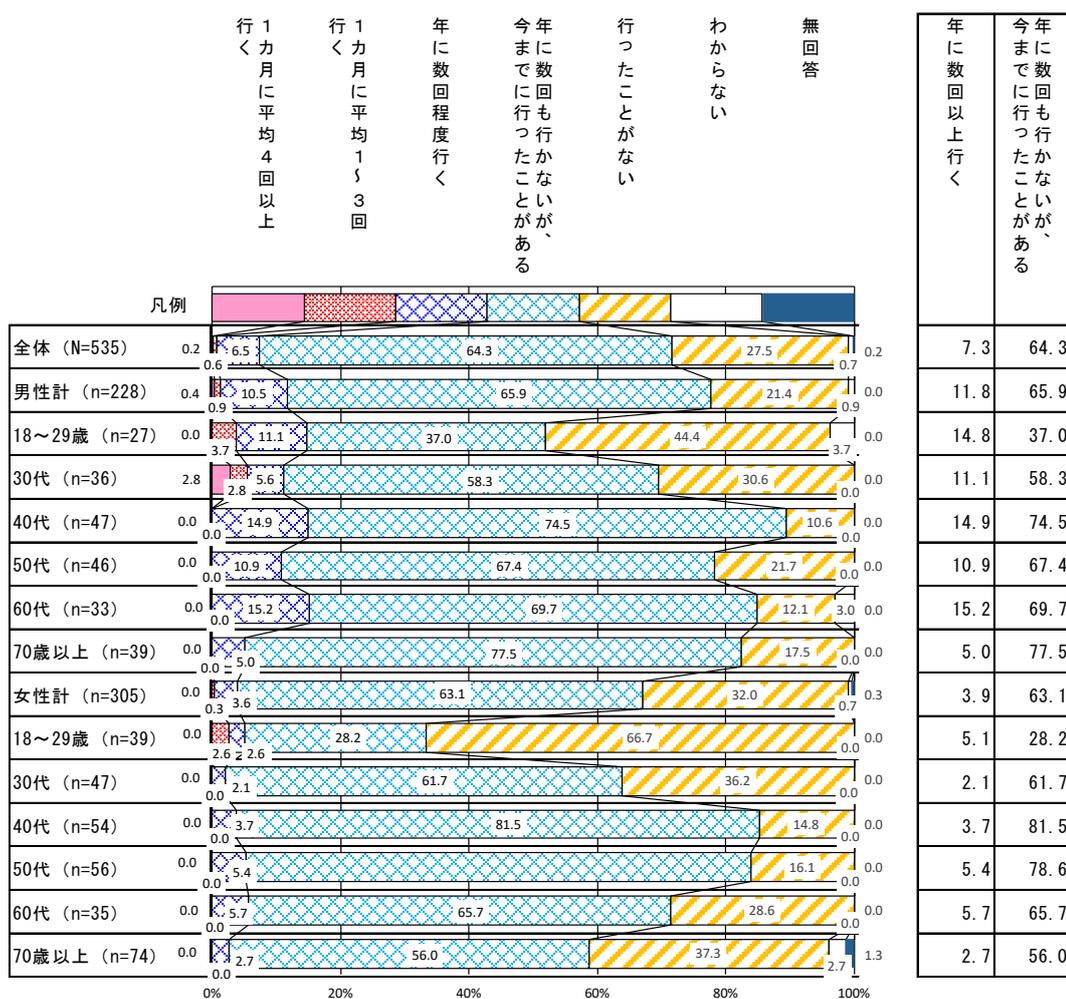
図表 屋台の利用頻度【全体】



性別にみると、男性では『年に数回以上行く』(=「1カ月に平均4回以上行く」+「1カ月に平均1〜3回行く」+「年に数回程度行く」)(11.8%)の割合が女性(3.9%)に比べ7.9ポイント高くなっている。

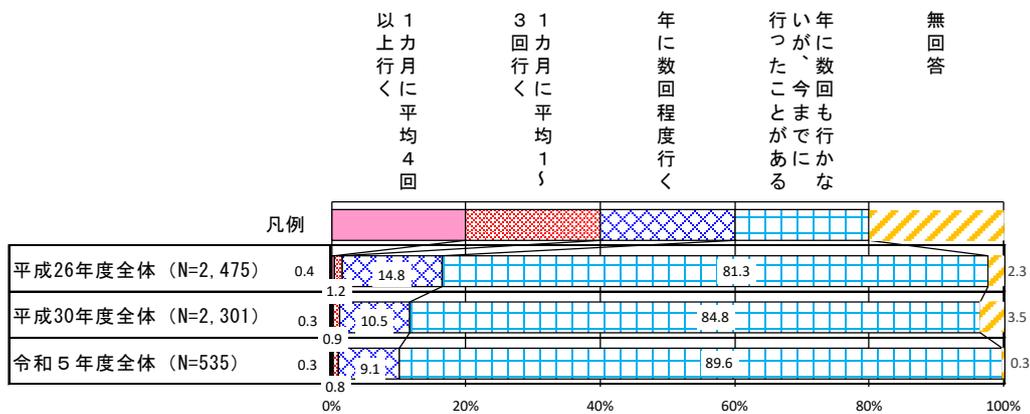
性・年代別にみると、男性40代・60代では『年に数回以上行く』の割合が15ポイント前後になっており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 屋台の利用頻度【性・年代別】



過去の調査結果をみると、『年に数回以上行く』(10.2%)は平成30年度調査(11.7%)から1.5ポイント減少している。

図表 屋台の利用頻度【過去の調査との比較】



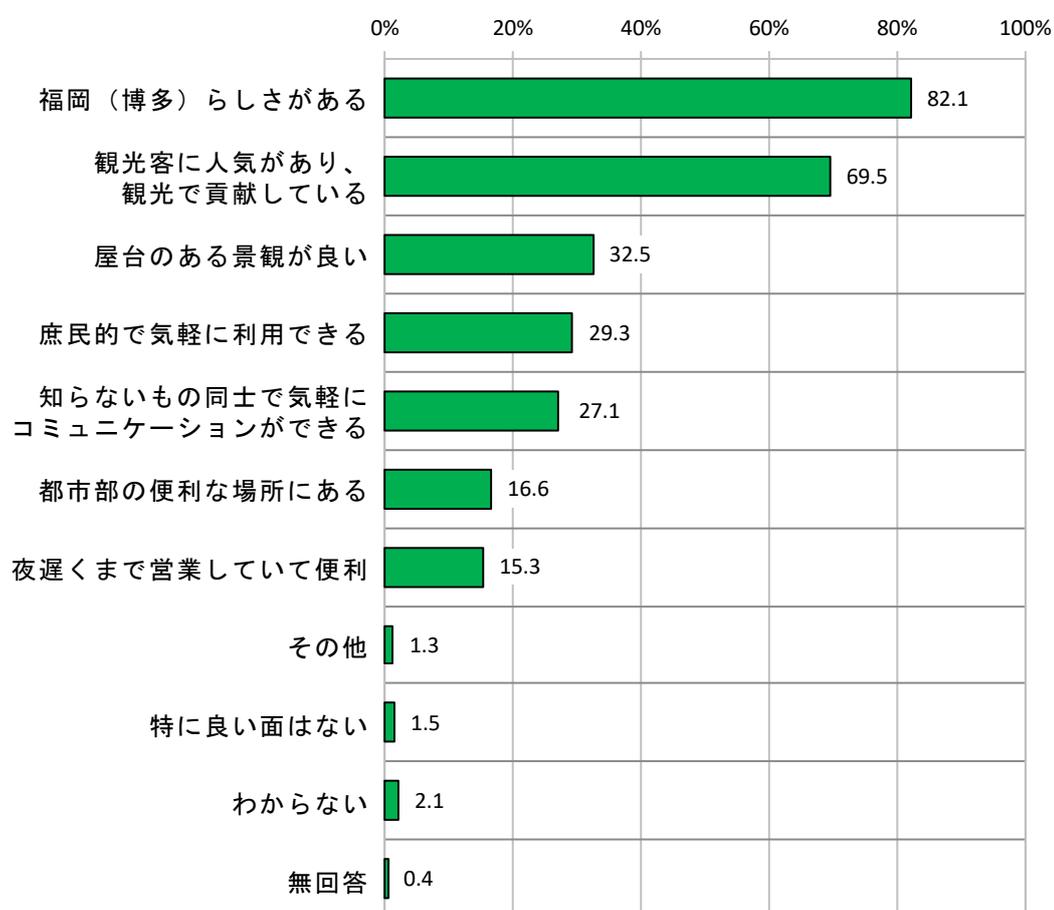
※ 「行ったことがない」「分からない」と回答した人を除く。

4 屋台の良い面

問30 あなたは、屋台のどのようなところが良い面だと思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。

屋台の良い面について聞いたところ、「福岡（博多）らしさがある」と回答した人が82.1%と最も多く、次いで「観光客に人気があり、観光で貢献している」（69.5%）、「屋台のある景観が良い」（32.5%）となっている。

図表 屋台の良い面【全体】※複数回答



性別にみると、女性では「福岡（博多）らしさがある」（86.2%）の割合が最も高く、男性（77.2%）に比べて9.0ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性 18～29歳では「屋台のある景観が良い」の割合が5割を超えており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 屋台の良い面【性・年代別】※複数回答

単位：%

	調査数	福岡（博多）らしさがある	観光客に人気があり、観光で貢献している	屋台のある景観が良い	庶民的で気軽に利用できる	知らないもの同士で気軽にコミュニケーションができる	都市部の便利な場所にある	夜遅くまで営業していて便利	その他	特に良い面はない	わからない	無回答	
全体	535	82.1	69.5	32.5	29.3	27.1	16.6	15.3	1.3	1.5	2.1	0.4	全体
男性計	228	77.2	64.9	36.0	27.6	23.2	14.9	16.2	2.6	2.6	2.6	2.6	男性計
18～29歳	27	88.9	70.4	55.6	37.0	25.9	22.2	18.5	3.7	0.0	0.0	3.7	18～29歳
30代	36	83.3	75.0	38.9	25.0	13.9	11.1	16.7	2.8	0.0	2.8	2.8	30代
40代	47	83.0	68.1	36.2	8.5	27.7	10.6	19.1	0.0	0.0	4.3	0.0	40代
50代	46	78.3	60.9	30.4	26.1	21.7	13.0	8.7	4.3	6.5	2.2	4.3	50代
60代	33	63.6	63.6	42.4	27.3	24.2	12.1	12.1	3.0	3.0	0.0	3.0	60代
70歳以上	39	66.7	53.8	20.5	48.7	25.6	23.1	23.1	2.6	5.1	5.1	2.6	70歳以上
女性計	305	86.2	73.4	30.2	30.8	30.2	18.0	14.8	0.3	0.7	1.6	0.3	女性計
18～29歳	39	89.7	66.7	35.9	23.1	17.9	23.1	25.6	2.6	5.1	0.0	2.6	18～29歳
30代	47	95.7	80.9	31.9	23.4	19.1	8.5	19.1	0.0	0.0	0.0	0.0	30代
40代	54	90.7	72.2	37.0	29.6	33.3	16.7	14.8	0.0	0.0	0.0	0.0	40代
50代	56	91.1	69.6	32.1	26.8	32.1	14.3	8.9	0.0	0.0	0.0	0.0	50代
60代	35	82.9	77.1	22.9	34.3	28.6	20.0	11.4	0.0	0.0	0.0	0.0	60代
70歳以上	74	73.0	74.3	23.0	41.9	40.5	24.3	12.2	0.0	0.0	6.8	0.0	70歳以上

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では「知らないもの同士で気軽にコミュニケーションができる」(30.5%)が「行ったことがない」と回答した人(17.0%)と比べて13.5ポイント高くなっている。

図表 屋台の良い面【利用頻度別】※複数回答

単位：%

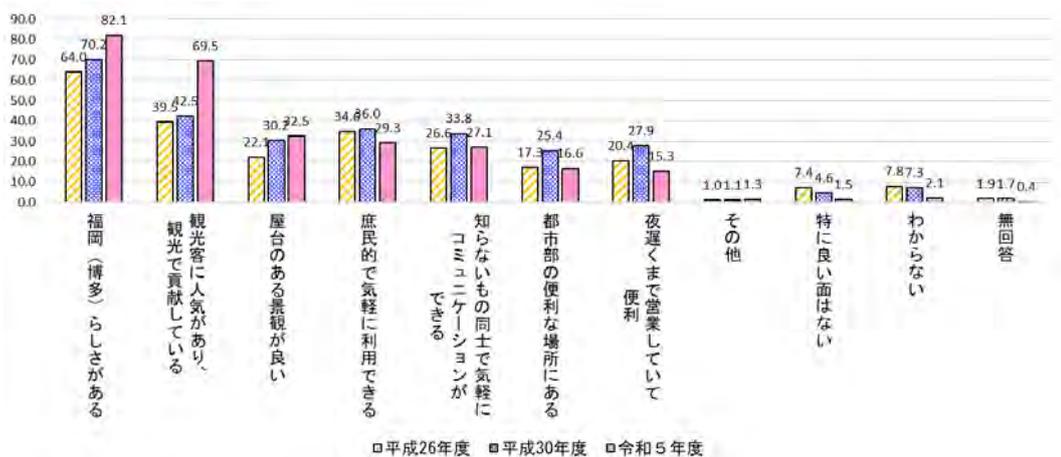
	調査数	福岡(博多)らしさがある	観光客に人気があり、観光で貢献している	屋台のある景観が良い	庶民的で気軽に利用できる	知らないもの同士で気軽にコミュニケーションができる	都市部の便利な場所にある	夜遅くまで営業していて便利	その他	特に良い面はない	わからない	無回答	
全体	535	82.1	69.5	32.5	29.3	27.1	16.6	15.3	1.3	1.5	2.1	0.4	全体
行ったことがある	383	83.8	70.5	35.8	29.5	30.5	17.0	14.9	1.6	1.3	1.3	1.6	行ったことがある
年に数回以上	39	82.1	59.0	25.6	38.5	48.7	15.4	25.6	0.0	0.0	0.0	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	84.0	71.8	36.9	28.5	28.5	17.2	13.7	1.7	1.5	1.5	1.7	年に数回も行かない
行ったことがない	147	78.9	68.0	24.5	28.6	17.0	15.6	17.0	0.7	2.0	3.4	0.7	行ったことがない

過去の調査結果をみると、「福岡（博多）らしさがある」（82.1%）は平成30年度調査（70.2%）から11.9ポイント増加している。

図表 屋台の良い面【過去の調査との比較】※複数回答

単位：%

	調査数	福岡（博多）らしさがある	観光客に人気があり、観光で貢献している	屋台のある景観が良い	庶民的で気軽に利用できる	知らないもの同士で気軽にコミュニケーションができる	都市部の便利な場所にある	夜遅くまで営業していて便利	その他	特に良い面はない	わからない	無回答	
平成26年度	2,475	64.0	39.5	22.1	34.6	26.6	17.3	20.4	1.0	7.4	7.8	1.9	平成26年度
平成30年度	2,301	70.2	42.5	30.2	36.0	33.8	25.4	27.9	1.1	4.6	7.3	1.7	平成30年度
令和5年度	535	82.1	69.5	32.5	29.3	27.1	16.6	15.3	1.3	1.5	2.1	0.4	令和5年度

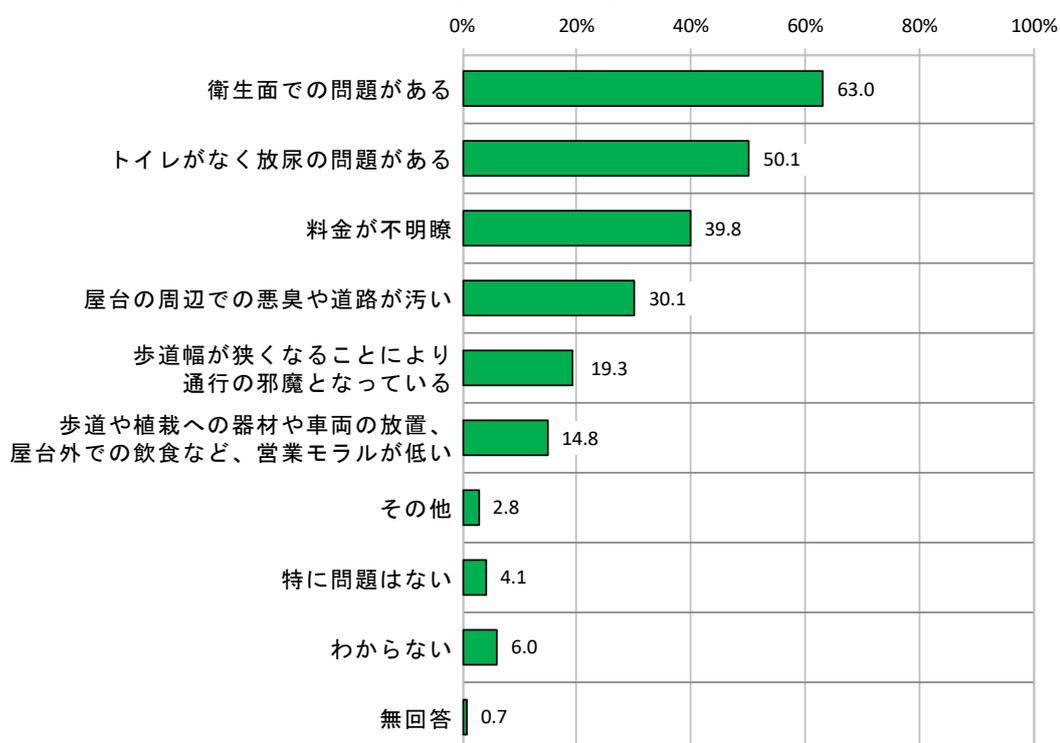


5 屋台の問題点

問30 あなたは、屋台にはどのような問題があると思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。

屋台の問題点について聞いたところ、「衛生面での問題がある」と回答した人が63.0%と最も多く、次いで「トイレがなく放尿の問題がある」(50.1%)、「料金が不明瞭」(39.8%)となっている。

図表 屋台の問題点【全体】※複数回答



性別にみると、男性では「屋台の周辺での悪臭や道路が汚い」（36.4％）の割合が女性（25.6％）に比べて10.8ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性40代では「衛生面での問題がある」の割合が7割を超えており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 屋台の問題点【性・年代別】※複数回答

単位：％

	調査数	衛生面での問題がある	トイレがなく放尿の問題がある	料金が不明瞭	屋台の周辺での悪臭や道路が汚い	歩道幅が狭くなることによる邪魔となっている	歩道や植栽への器材や車など、営業モラルが低い飲食など	その他	特に問題はない	わからない	無回答	
全体	535	63.0	50.1	39.8	30.1	19.3	14.8	2.8	4.1	6.0	2.8	全体
男性計	228	59.6	54.8	39.0	36.4	20.2	20.2	4.4	6.1	3.5	4.4	男性計
18～29歳	27	63.0	37.0	25.9	44.4	18.5	25.9	0.0	3.7	3.7	0.0	18～29歳
30代	36	69.4	58.3	41.7	36.1	13.9	16.7	2.8	0.0	2.8	2.8	30代
40代	47	55.3	46.8	40.4	40.4	21.3	17.0	2.1	10.6	4.3	2.1	40代
50代	46	56.5	63.0	43.5	34.8	17.4	17.4	4.3	10.9	2.2	4.3	50代
60代	33	63.6	54.5	48.5	39.4	27.3	21.2	12.1	3.0	0.0	12.1	60代
70歳以上	39	53.8	64.1	30.8	25.6	23.1	25.6	5.1	5.1	7.7	5.1	70歳以上
女性計	305	65.9	46.9	40.7	25.6	18.7	10.8	1.6	2.6	7.9	1.6	女性計
18～29歳	39	69.2	17.9	25.6	25.6	25.6	7.7	2.6	5.1	5.1	2.6	18～29歳
30代	47	68.1	40.4	46.8	38.3	19.1	10.6	0.0	4.3	4.3	0.0	30代
40代	54	75.9	50.0	57.4	29.6	16.7	9.3	1.9	0.0	5.6	1.9	40代
50代	56	50.0	50.0	46.4	21.4	16.1	8.9	3.6	1.8	5.4	3.6	50代
60代	35	68.6	62.9	37.1	22.9	17.1	8.6	2.9	2.9	2.9	2.9	60代
70歳以上	74	66.2	54.1	29.7	18.9	18.9	16.2	0.0	2.7	17.6	0.0	70歳以上

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では「料金が不明瞭」(45.5%)が「行ったことがない」と回答した人(26.5%)と比べて18.9ポイント高くなっている。

図表 屋台の問題点【利用頻度別】※複数回答

単位：%

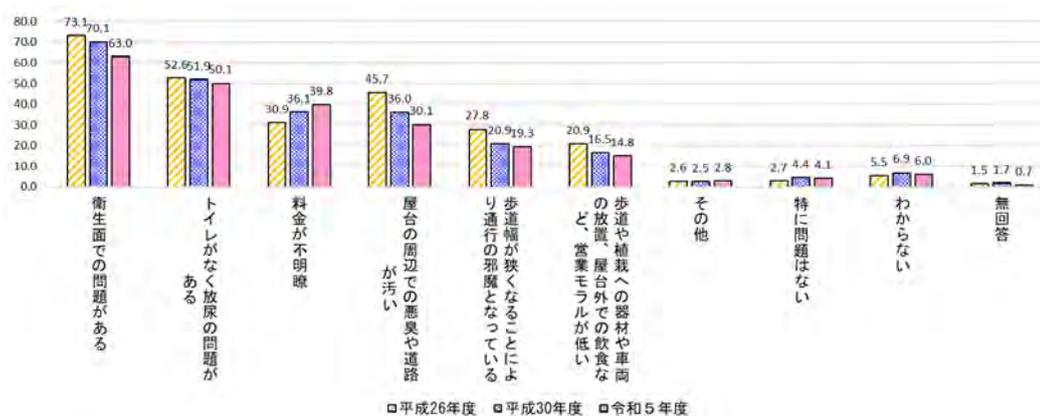
	調査数	衛生面での問題がある	トイレがなく放尿の問題がある	料金が不明瞭	屋台の周辺での悪臭や道路が汚い	歩道幅が狭くなることにより通行の邪魔となっている	歩道や植栽への器材や車両の放置、屋台外での飲食など、営業モラルが低い	その他	特に問題はない	わからない	無回答	
全体	535	63.0	50.1	39.8	30.1	19.3	14.8	2.8	4.1	6.0	0.7	全体
行ったことがある	383	64.5	53.8	45.4	31.9	18.0	15.4	3.7	5.0	3.4	3.7	行ったことがある
年に数回以上	39	43.6	48.7	41.0	30.8	15.4	12.8	2.6	10.3	0.0	2.6	年に数回以上
年に数回も行かない	344	66.9	54.4	45.9	32.0	18.3	15.7	3.8	4.4	3.8	3.8	年に数回も行かない
行ったことがない	147	59.9	40.8	26.5	26.5	21.1	12.9	0.7	2.0	12.9	0.7	行ったことがない

過去の調査結果をみると、「衛生面での問題がある」(63.0%)は平成30年度調査(70.1%)から7.1ポイント減少している。

図表 屋台の問題点【過去の調査との比較】※複数回答

単位：%

	調査数	衛生面での問題がある	トイレがなく放尿の問題がある	料金が不明瞭	屋台の周辺での悪臭や道路が汚い	歩道幅が狭くなることにより通行の邪魔となっている	歩道や植栽への器材や車両の放置、屋台外での飲食など、営業モラルが低い	その他	特に問題はない	わからない	無回答	
平成26年度	2,475	73.1	52.6	30.9	45.7	27.8	20.9	2.6	2.7	5.5	1.5	平成26年度
平成30年度	2,301	70.1	51.9	36.1	36.0	20.9	16.5	2.5	4.4	6.9	1.7	平成30年度
令和5年度	535	63.0	50.1	39.8	30.1	19.3	14.8	2.8	4.1	6.0	0.7	令和5年度

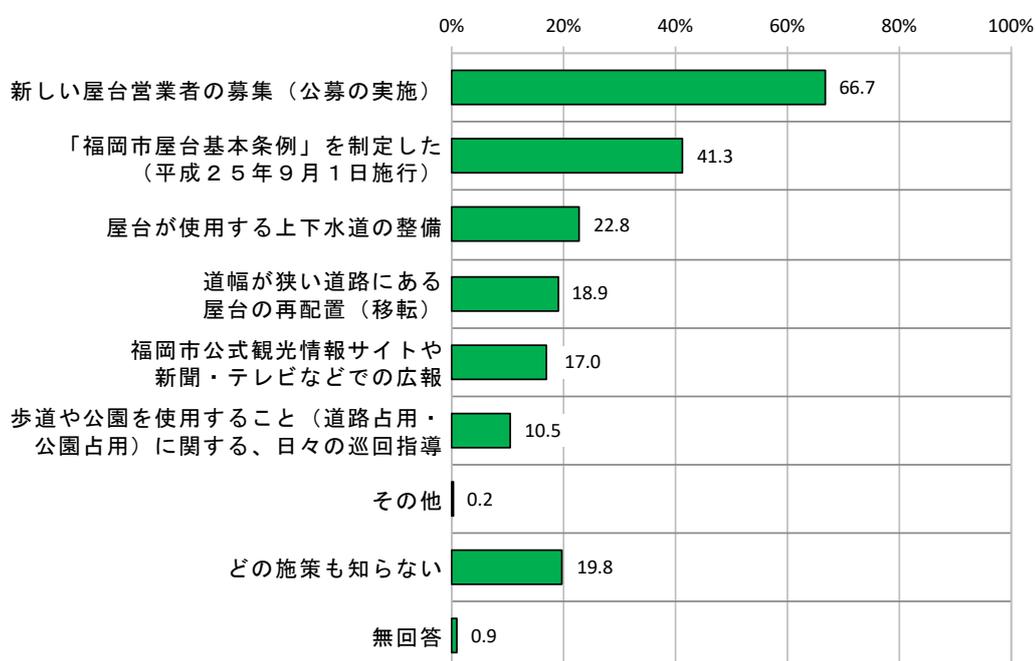


6 屋台施策の認知度

問 32 福岡市が実施する屋台施策であなたが知っているものをすべて選んでください。

屋台施策で知っているものについて聞いたところ、「新しい屋台営業者の募集（公募の実施）」と回答した人が 66.7%と最も多く、次いで「福岡市屋台基本条例」を制定した（平成 25 年 9 月 1 日施行）」（41.3%）、「屋台が使用する上下水道の整備」（22.8%）となっている。

図表 屋台施策で知っているもの【全体】※複数回答



性別にみると、男性では「福岡市屋台基本条例」を制定した（平成25年9月1日施行）（48.5%）の割合が女性（35.9%）に比べて12.6ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性50代・60代では「新しい屋台営業者の募集（公募の実施）」の割合が8割を超えており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 屋台施策で知っているもの【性・年代別】※複数回答

単位：%

	調査数	新しい屋台営業者の募集（公募の実施）	「福岡市屋台基本条例」を制定した（平成25年9月1日施行）	屋台が使用する上下水道の整備	屋台幅が狭い道路にある道幅の再配置（移転）	福岡市公式観光情報サイトや新聞・テレビなどで広報	福岡市公式観光情報サイトの巡回指導	歩道や公園を使用すること（道路占用・公園占用）に関する、日々	その他	どの施策も知らない	無回答	
全体	535	66.7%	41.3%	22.8%	18.9%	17.0%	10.5%	0.2%	19.8%	0.9%	全体	
男性計	229	72.1%	48.5%	25.8%	23.1%	20.1%	15.7%	0.4%	15.3%	0.9%	男性計	
18～29歳	27	55.6%	40.7%	22.2%	14.8%	25.9%	22.2%	0.0%	29.6%	0.0%	18～29歳	
30代	36	41.7%	22.2%	19.4%	19.4%	11.1%	16.7%	0.0%	36.1%	0.0%	30代	
40代	47	76.6%	48.9%	21.3%	27.7%	21.3%	10.6%	0.0%	12.8%	0.0%	40代	
50代	46	82.6%	54.3%	34.8%	19.6%	19.6%	19.6%	0.0%	10.9%	0.0%	50代	
60代	33	84.8%	54.5%	27.3%	33.3%	15.2%	15.2%	0.0%	9.1%	0.0%	60代	
70歳以上	40	82.5%	65.0%	27.5%	22.5%	27.5%	12.5%	2.5%	0.0%	5.0%	70歳以上	
女性計	306	62.7%	35.9%	20.6%	15.7%	14.7%	6.5%	0.0%	23.2%	1.0%	女性計	
18～29歳	39	30.8%	20.5%	15.4%	15.4%	2.6%	7.7%	0.0%	43.6%	0.0%	18～29歳	
30代	47	57.4%	29.8%	12.8%	2.1%	6.4%	2.1%	0.0%	34.0%	0.0%	30代	
40代	54	53.7%	24.1%	16.7%	9.3%	13.0%	1.9%	0.0%	31.5%	0.0%	40代	
50代	56	78.6%	53.6%	28.6%	17.9%	10.7%	8.9%	0.0%	10.7%	0.0%	50代	
60代	35	74.3%	42.9%	25.7%	22.9%	17.1%	2.9%	0.0%	14.3%	0.0%	60代	
70歳以上	75	72.0%	40.0%	22.7%	24.0%	29.3%	12.0%	0.0%	13.3%	4.0%	70歳以上	

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがない」と回答した人では「どの施策も知らない」(34.0%)が「行ったことがある」と回答した人(14.6%)と比べて19.4ポイント高くなっている。

図表 屋台施策で知っているもの【利用頻度別】※複数回答

単位：％

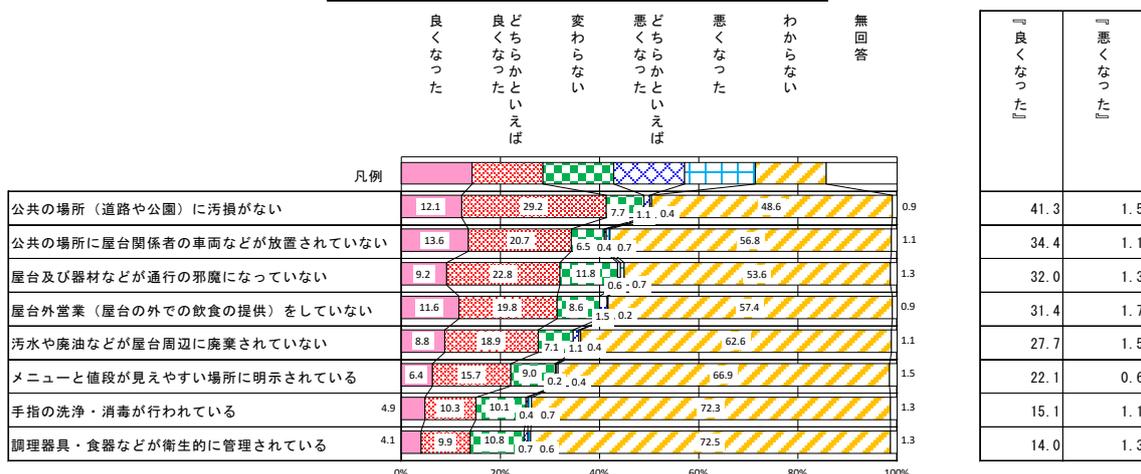
	調査数	新しい屋台営業者の募 (公募の実施)	「福岡市屋台基本条 25例」を制定した(平成 25年9月1日施行)	屋台が使用する上下水 道の整備	道幅が狭い道路にある 屋台の再配置(移転)	福岡市公式観光情報サ イトや新聞・テレビ報 での広報	歩道や公園を占有する の巡回指導	その他	どの施策も知らない	無回答	
全体	535	66.7	41.3	22.8	18.9	17	10.5	0.2	19.8	0.9	全体
行ったことがある	383	72.3	45.4	25.8	21.4	19.1	12.0	0.3	14.6	0.3	行ったことがある
年に数回以上	39	76.9	53.8	43.6	30.8	20.5	7.7	0.0	10.3	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	71.8	44.5	23.8	20.3	18.9	12.5	0.3	15.1	0.3	年に数回も行かない
行ったことがない	147	53.1	29.9	15.6	12.9	12.2	6.8	0.0	34.0	0.0	行ったことがない

7 条例施行後の営業状況の変化

問 33 「福岡市屋台基本条例」が施行（平成 25 年 9 月 1 日）されてから概ね 10 年がたちました。
 あなたは、施行以降、屋台の営業状況にどのような変化を感じますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

「福岡市屋台基本条例」施行後の屋台営業状況についてどのように変化したかを聞いたところ、『良くなった』(=「良くなった」+「どちらかといえば良くなった」)と回答した人の割合は、「公共の場所（道路や公園）に汚損がない」が 41.3%と最も多く、次いで「公共の場所に屋台関係者の車両などが放置されていない」(34.4%)、「屋台及び器材などが通行の邪魔になっていない」(32.0%)となっている。

図表 条例施行後の営業状況【全体】



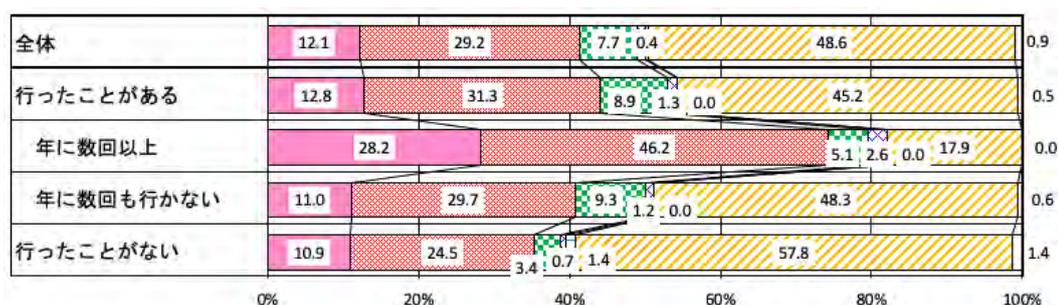
① 公共の場所（道路や公園）に汚損がない

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』（44.1%）が「行ったことがない」と回答した人（35.4%）と比べて8.8ポイント高くなっている。

図表 公共の場所（道路や公園）に汚損がない【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良どちらかなったといえ	変わらない	悪どちらかなったといえ	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	12.1	29.2	7.7	1.1	0.4	48.6	0.9	全体
行ったことがある	383	12.8	31.3	8.9	1.3	0.0	45.2	0.5	行ったことがある
年に数回以上	39	28.2	46.2	5.1	2.6	0.0	17.9	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	11.0	29.7	9.3	1.2	0.0	48.3	0.6	年に数回も行かない
行ったことがない	147	10.9	24.5	3.4	0.7	1.4	57.8	1.4	行ったことがない

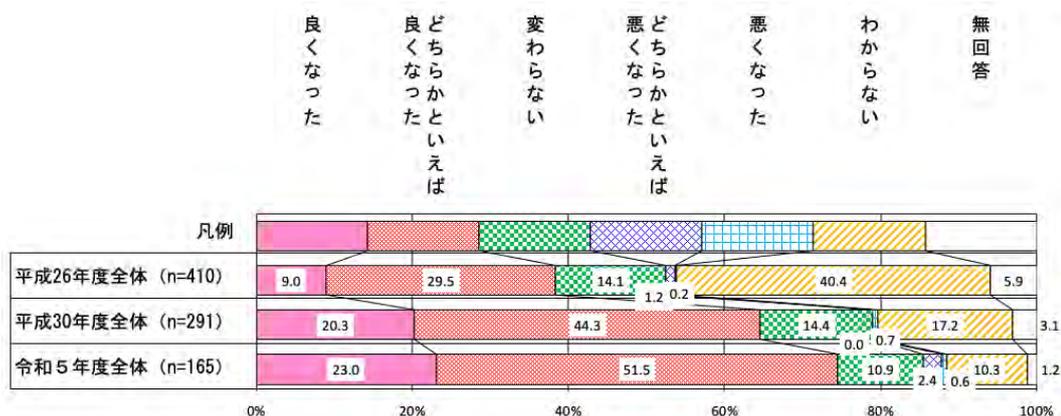


過去の調査結果をみると、条例施行後の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人*のうち、『良くなった』(74.5%)は平成30年度調査(64.6%)から9.9ポイント増加している。

※ 平成26年度及び平成30年度と比較するため、条例施行後の営業状況の全ての項目について、「変わらない」、「わからない」「無回答」のいずれかを回答した人(370人)を除いた。

図表 公共の場所(道路や公園)に汚損がない【過去の調査との比較】

	調査数	良くなった	良どちらかなった	変わらない	悪どちらかなった	悪くなった	わからない	無回答	
平成26年度	410	9.0	29.5	14.1	1.2	0.2	40.4	5.9	平成26年度
平成30年度	291	20.3	44.3	14.4	0.0	0.7	17.2	3.1	平成30年度
令和5年度	165	23.0	51.5	10.9	2.4	0.6	10.3	1.2	令和5年度



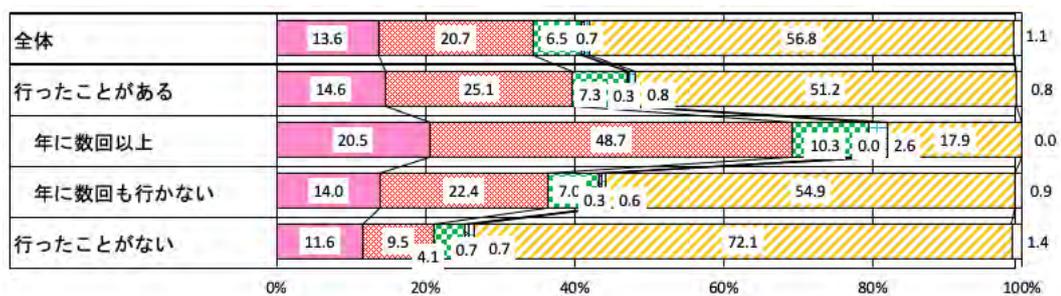
② 公共の場所に屋台関係者の車両などが放置されていない

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(39.7%) が「行ったことがない」と回答した人 (21.1%) と比べて 18.6 ポイント高くなっている。

図表 公共の場所に屋台関係者の車両などが放置されていない【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良どちならかつたといえ	変わらない	悪どちならかつたといえ	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	13.6	20.7	6.5	0.4	0.7	56.8	1.1	全体
行ったことがある	383	14.6	25.1	7.3	0.3	0.8	51.2	0.8	行ったことがある
年に数回以上	39	20.5	48.7	10.3	0.0	2.6	17.9	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	14.0	22.4	7.0	0.3	0.6	54.9	0.9	年に数回も行かない
行ったことがない	147	11.6	9.5	4.1	0.7	0.7	72.1	1.4	行ったことがない

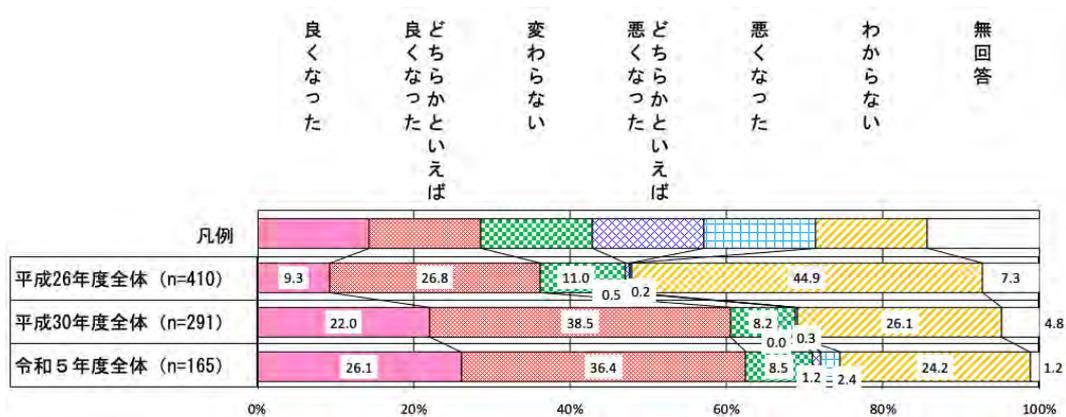


過去の調査結果をみると、条例施行後の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(62.4%)は平成30年度調査(60.5%)から1.9ポイント増加している。

図表 公共の場所に屋台関係者の車両などが放置されていない【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	良どどちらかといえ	変わらない	悪どどちらかといえ	悪くなった	わからない	無回答	
平成26年度	410	9.3	26.8	11.0	0.5	0.2	44.9	7.3	平成26年度
平成30年度	291	22.0	38.5	8.2	0.0	0.3	26.1	4.8	平成30年度
令和5年度	165	26.1	36.4	8.5	1.2	2.4	24.2	1.2	令和5年度



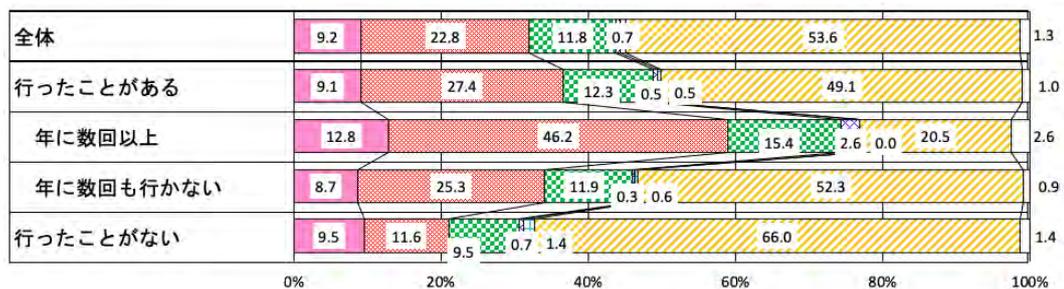
③ 屋台及び器材などが通行の邪魔になっていない

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(36.6%)が「行ったことがない」と回答した人(21.1%)と比べて15.5ポイント高くなっている。

図表 屋台及び器材などが通行の邪魔になっていない【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良どちらか 良かった といえ ば	変 わ ら な い	悪 ど ち ら か か つ た と い え ば	悪 く な つ た	わ か ら な い	無 回 答	
全体	535	9.2	22.8	11.8	0.6	0.7	53.6	1.3	全体
行ったことがある	383	9.1	27.4	12.3	0.5	0.5	49.1	1.0	行ったことがある
年に数回以上	39	12.8	46.2	15.4	2.6	0.0	20.5	2.6	年に数回以上
年に数回も行かない	344	8.7	25.3	11.9	0.3	0.6	52.3	0.9	年に数回も行かない
行ったことがない	147	9.5	11.6	9.5	0.7	1.4	66.0	1.4	行ったことがない

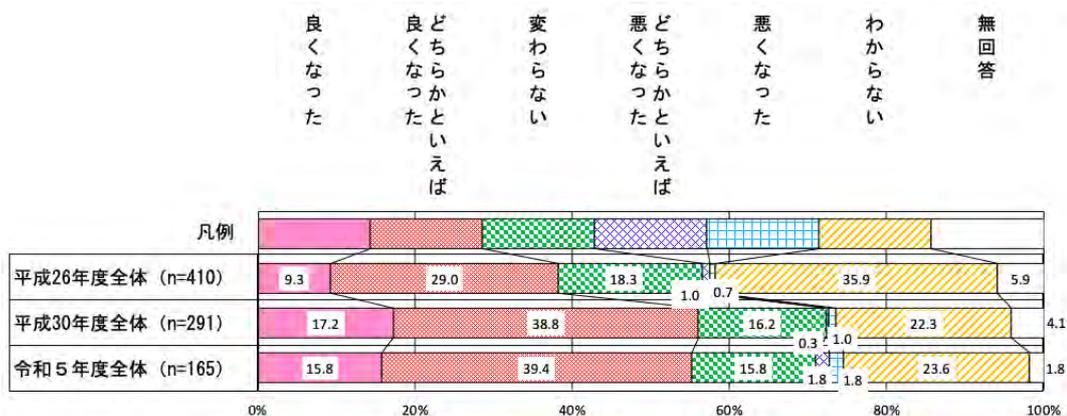


過去の調査結果をみると、条例施行後の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(55.2%)は平成30年度調査(56.0%)から0.8ポイント減少している。

図表 屋台及び器材などが通行の邪魔になっていない【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	良どちらかといえど良くなった	変わらない	悪どちらかといえど悪くなった	悪くなった	わからない	無回答	
平成26年度	410	9.3	29.0	18.3	1.0	0.7	35.9	5.9	平成26年度
平成30年度	291	17.2	38.8	16.2	0.3	1.0	22.3	4.1	平成30年度
令和5年度	165	15.8	39.4	15.8	1.8	1.8	23.6	1.8	令和5年度



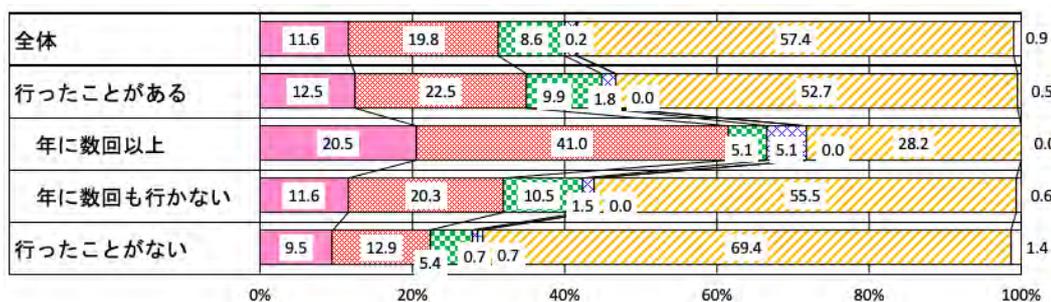
④ 屋台外営業（屋台の外での飲食の提供）をしていない

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』（35.0%）が「行ったことがない」と回答した人（22.4%）と比べて12.5ポイント高くなっている。

図表 屋台外営業（屋台の外での飲食の提供）をしていない【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良どち なかつた といえ ば	変 わ ら な い	悪 ど ち な か つ た と い え ば	悪 く な つ た	わ か ら な い	無 回 答	
全体	535	11.6	19.8	8.6	1.5	0.2	57.4	0.9	全体
行ったことがある	383	12.5	22.5	9.9	1.8	0.0	52.7	0.5	行ったことがある
年に数回以上	39	20.5	41.0	5.1	5.1	0.0	28.2	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	11.6	20.3	10.5	1.5	0.0	55.5	0.6	年に数回も行かない
行ったことがない	147	9.5	12.9	5.4	0.7	0.7	69.4	1.4	行ったことがない

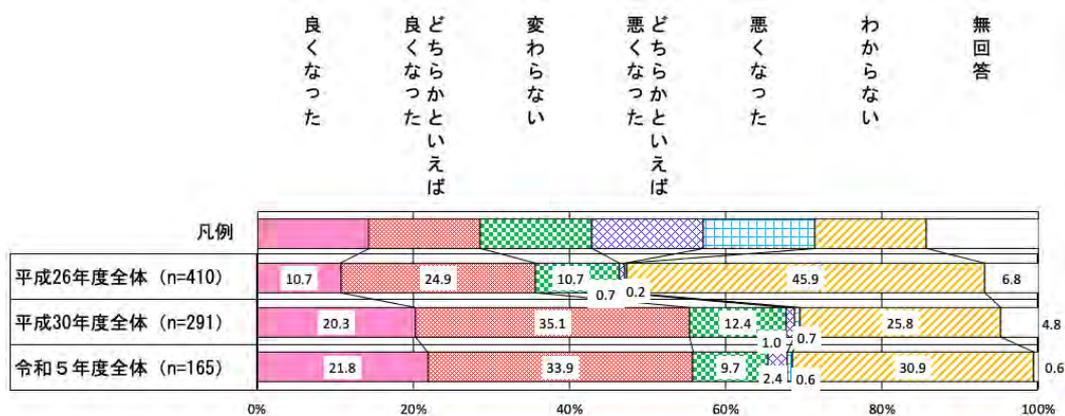


過去の調査結果をみると、条例施行後の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(55.8%)は平成30年度調査(55.4%)から0.4ポイント増加している。

図表 屋台外営業（屋台の外での飲食の提供）をしていない【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	良どどちらかといえ	変わらない	悪どどちらかといえ	悪くなった	わからない	無回答	
平成26年度	410	10.7	24.9	10.7	0.7	0.2	45.9	6.8	平成26年度
平成30年度	291	20.3	35.1	12.4	1.0	0.7	25.8	4.8	平成30年度
令和5年度	165	21.8	33.9	9.7	2.4	0.6	30.9	0.6	令和5年度



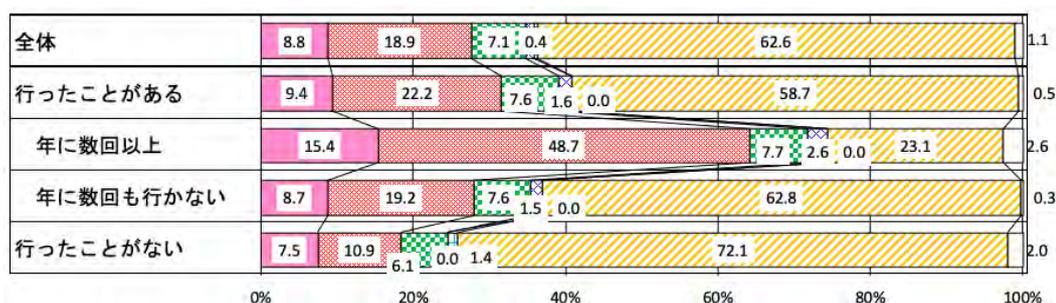
⑤ 汚水や廃油などが屋台周辺に廃棄されていない

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(31.6%) が「行ったことがない」と回答した人 (18.4%) と比べて 13.2 ポイント高くなっている。

図表 汚水や廃油などが屋台周辺に廃棄されていない【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	どちらかかといえ	変わらない	どちらかかといえ	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	8.8	18.9	7.1	1.1	0.4	62.6	1.1	全体
行ったことがある	383	9.4	22.2	7.6	1.6	0.0	58.7	0.5	行ったことがある
年に数回以上	39	15.4	48.7	7.7	2.6	0.0	23.1	2.6	年に数回以上
年に数回も行かない	344	8.7	19.2	7.6	1.5	0.0	62.8	0.3	年に数回も行かない
行ったことがない	147	7.5	10.9	6.1	0.0	1.4	72.1	2.0	行ったことがない

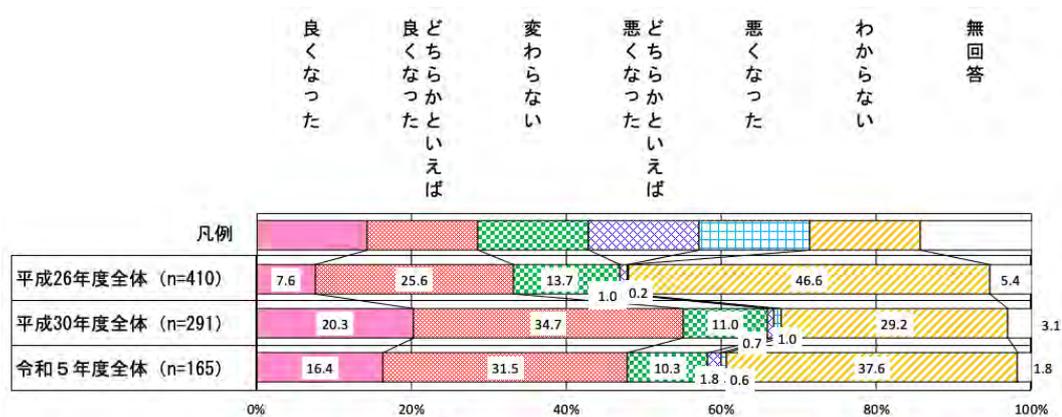


過去の調査結果をみると、条例施行後の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(47.9%)は平成30年度調査(55.0%)から7.1ポイント減少している。

図表 汚水や廃油などが屋台周辺に廃棄されていない【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	良どどちらかといえ	変わらない	悪どどちらかといえ	悪くなった	わからない	無回答	
平成26年度	410	7.6	25.6	13.7	1.0	0.2	46.6	5.4	平成26年度
平成30年度	291	20.3	34.7	11.0	0.7	1.0	29.2	3.1	平成30年度
令和5年度	165	16.4	31.5	10.3	1.8	0.6	37.6	1.8	令和5年度



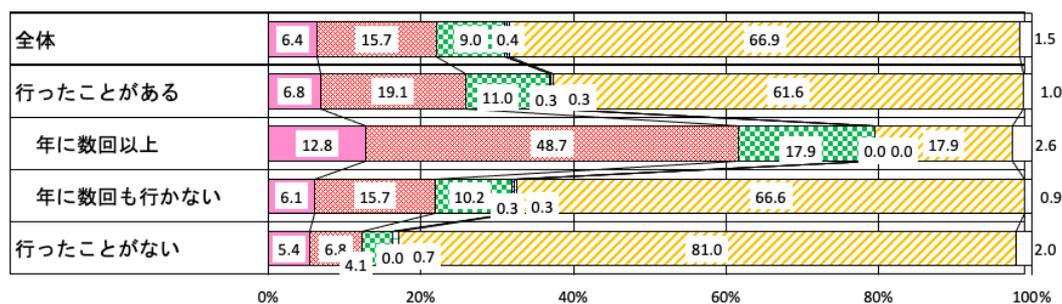
⑥ メニューと値段が見えやすい場所に明示されている

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(25.8%)が「行ったことがない」と回答した人(12.2%)と比べて13.6ポイント高くなっている。

図表 メニューと値段が見えやすい場所に明示されている【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	どちら良かったといえ	変わらない	どちらかといえ	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	6.4	15.7	9.0	0.2	0.4	66.9	1.5	全体
行ったことがある	383	6.8	19.1	11.0	0.3	0.3	61.6	1.0	行ったことがある
年に数回以上	39	12.8	48.7	17.9	0.0	0.0	17.9	2.6	年に数回以上
年に数回も行かない	344	6.1	15.7	10.2	0.3	0.3	66.6	0.9	年に数回も行かない
行ったことがない	147	5.4	6.8	4.1	0.0	0.7	81.0	2.0	行ったことがない

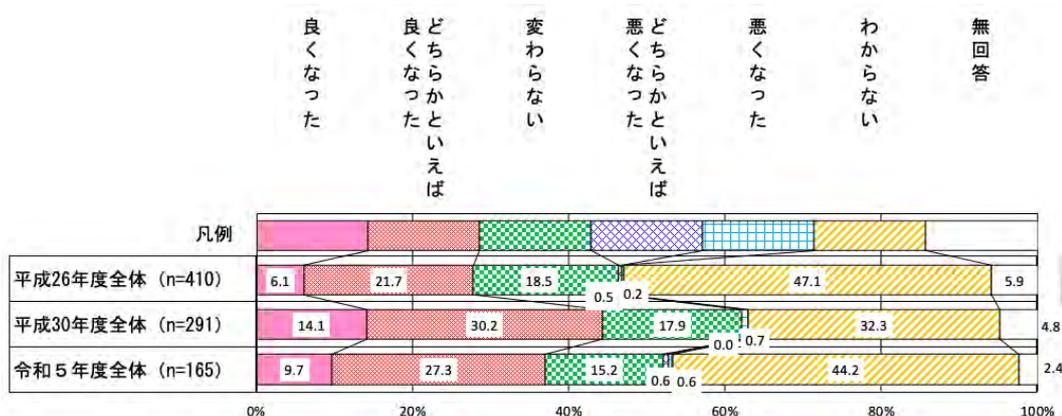


過去の調査結果をみると、条例施行後の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(37.0%)は平成30年度調査(44.3%)から7.3ポイント減少している。

図表 メニューと値段が見えやすい場所に明示されている【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	良くなった えどちらかとい	変わらない	悪くなった えどちらかとい	悪くなった	わからない	無回答	
平成26年度	410	6.1	21.7	18.5	0.5	0.2	47.1	5.9	平成26年度
平成30年度	291	14.1	30.2	17.9	0.0	0.7	32.3	4.8	平成30年度
令和5年度	165	9.7	27.3	15.2	0.6	0.6	44.2	2.4	令和5年度



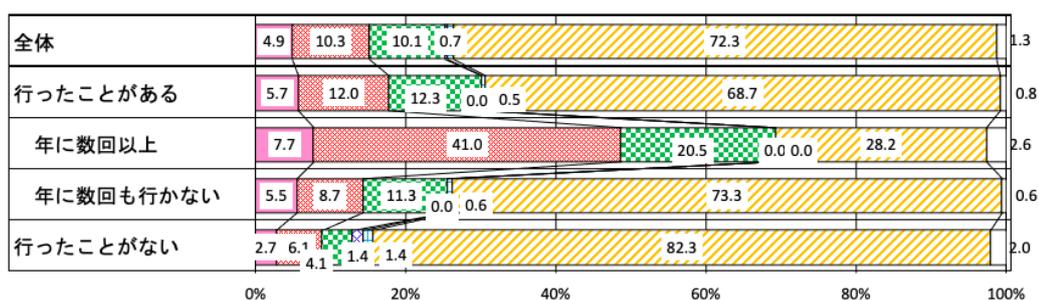
⑦ 手指の洗浄・消毒が行われている

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(17.8%)が「行ったことがない」と回答した人(8.8%)と比べて8.9ポイント高くなっている。

図表 手指の洗浄・消毒が行われている【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	どちらなかったといえ	変わらない	どちらなかったといえ	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	4.9	10.3	10.1	0.4	0.7	72.3	1.3	全体
行ったことがある	383	5.7	12.0	12.3	0.0	0.5	68.7	0.8	行ったことがある
年に数回以上	39	7.7	41.0	20.5	0.0	0.0	28.2	2.6	年に数回以上
年に数回も行かない	344	5.5	8.7	11.3	0.0	0.6	73.3	0.6	年に数回も行かない
行ったことがない	147	2.7	6.1	4.1	1.4	1.4	82.3	2.0	行ったことがない

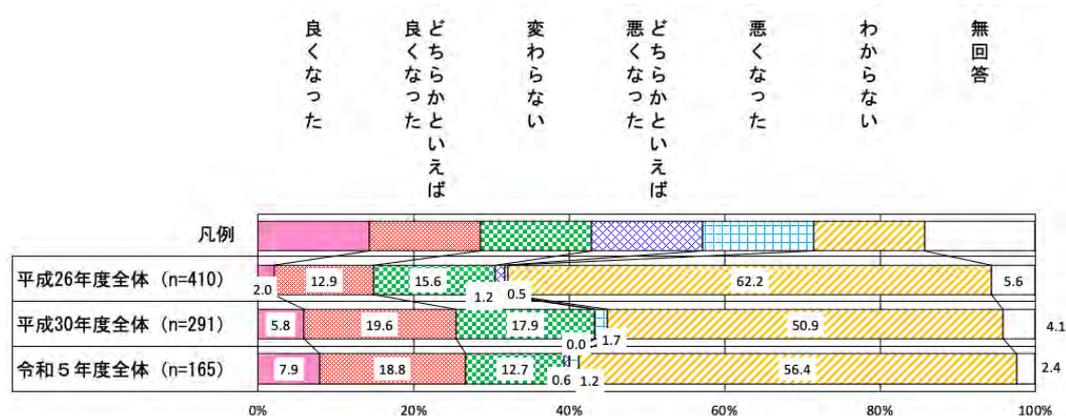


過去の調査結果をみると、条例施行後の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(26.7%)は平成30年度調査(25.4%)から1.3ポイント増加している。

図表 手指の洗浄・消毒が行われている【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	良くなった えどちらかとい	変わらない	悪くなった えどちらかとい	悪くなった	わからない	無回答	
平成26年度	410	2.0	12.9	15.6	1.2	0.5	62.2	5.6	平成26年度
平成30年度	291	5.8	19.6	17.9	0.0	1.7	50.9	4.1	平成30年度
令和5年度	165	7.9	18.8	12.7	0.6	1.2	56.4	2.4	令和5年度



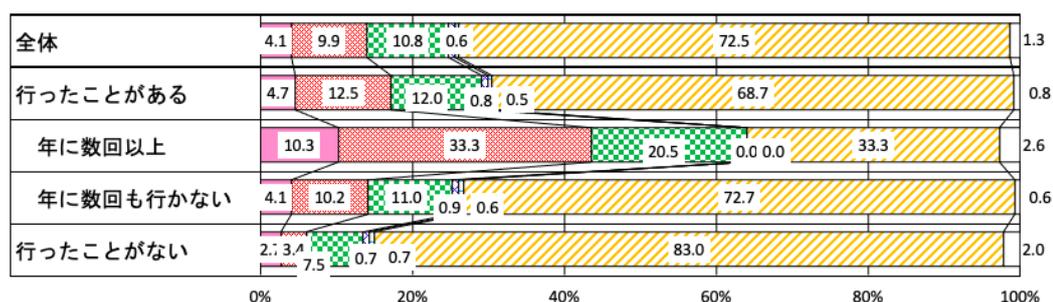
⑧ 調理器具・食器などが衛生的に管理されている

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(17.2%)が「行ったことがない」と回答した人(6.1%)と比べて11.1ポイント高くなっている。

図表 調理器具・食器などが衛生的に管理されている【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良どちらかかったといえ	変わらない	悪どちらかかったといえ	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	4.1	9.9	10.8	0.7	0.6	72.5	1.3	全体
行ったことがある	383	4.7	12.5	12.0	0.8	0.5	68.7	0.8	行ったことがある
年に数回以上	39	10.3	33.3	20.5	0.0	0.0	33.3	2.6	年に数回以上
年に数回も行かない	344	4.1	10.2	11.0	0.9	0.6	72.7	0.6	年に数回も行かない
行ったことがない	147	2.7	3.4	7.5	0.7	0.7	83.0	2.0	行ったことがない

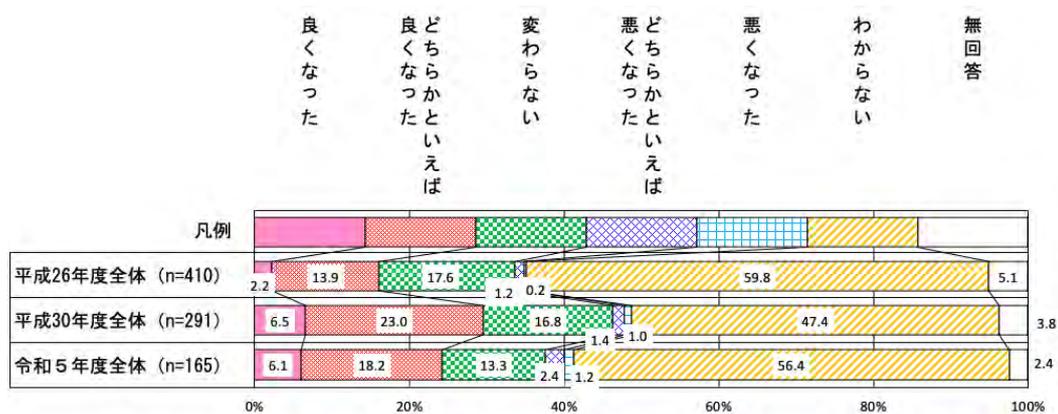


過去の調査結果をみると、条例施行後の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(24.2%) は平成30年度調査(29.5%) から5.3ポイント減少している。

図表 調理器具・食器などが衛生的に管理されている【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	良どどちらかとい くくなつた	変わらない	悪どどちらかとい くなつた	悪く なつた	わ から ない	無 回 答	
平成26年度	410	2.2	13.9	17.6	1.2	0.2	59.8	5.1	平成26年度
平成30年度	291	6.5	23.0	16.8	1.4	1.0	47.4	3.8	平成30年度
令和5年度	165	6.1	18.2	13.3	2.4	1.2	56.4	2.4	令和5年度

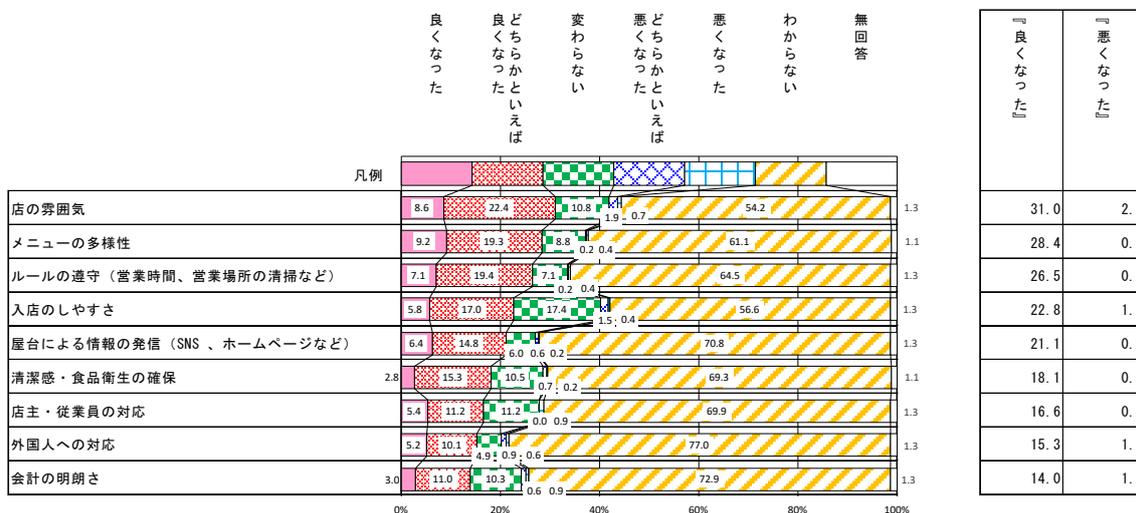


8 公募屋台の営業開始以降における営業状況の変化

問 33 公募による新しい屋台（公募屋台）が営業を開始（平成29年4月）して概ね6年がたちました。あなたは、開始以降、屋台全体（公募屋台に限らない）の営業状況や雰囲気、客層などにどのような変化を感じますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

公募屋台の営業開始以降における営業状況についてどのように変化したかを聞いたところ、『良くなった』と回答した人の割合は、「店の雰囲気」が31.0%と最も多く、次いで「メニューの多様性」(28.4%)、「ルールへの厳守（営業時間、営業場所の清掃など）」(26.5%)となっている。

図表 公募屋台の営業開始以降における営業状況の変化【全体】



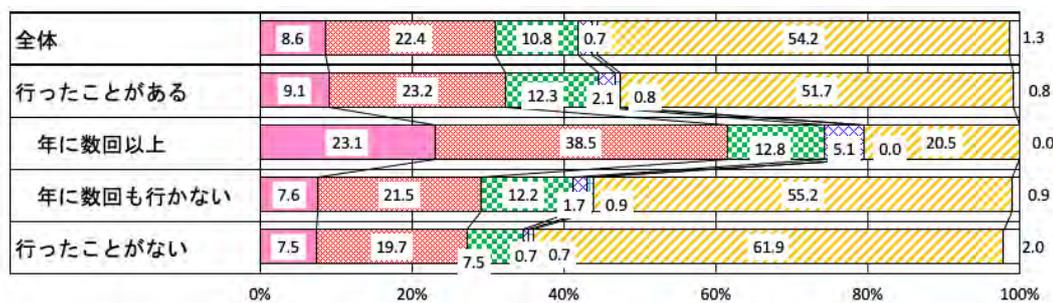
① 店の雰囲気

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(32.4%)が「行ったことがない」と回答した人(27.2%)と比べて5.2ポイント高くなっている。

図表 店の雰囲気【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良くなりました どちらかといえば	変わらない	悪くなりました どちらかといえば	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	8.6	22.4	10.8	1.9	0.7	54.2	1.3	全体
行ったことがある	383	9.1	23.2	12.3	2.1	0.8	51.7	0.8	行ったことがある
年に数回以上	39	23.1	38.5	12.8	5.1	0.0	20.5	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	7.6	21.5	12.2	1.7	0.9	55.2	0.9	年に数回も行かない
行ったことがない	147	7.5	19.7	7.5	0.7	0.7	61.9	2.0	行ったことがない



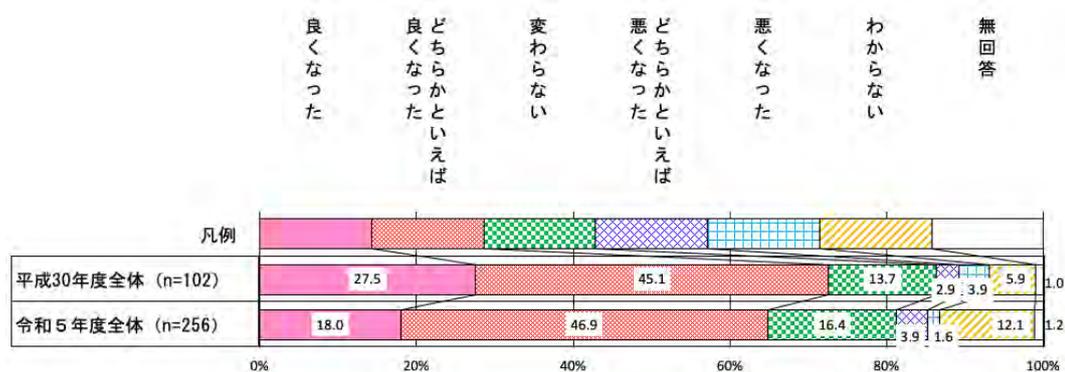
過去の調査結果をみると、公募屋台の営業開始以降の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人※のうち、『良くなった』(64.8%)は平成30年度調査(72.6%)から7.8ポイント減少している。

※ 平成26年度及び平成30年度と比較するため、条例施行後の営業状況の全ての項目について、「変わらない」、「わからない」「無回答」のいずれかを回答した人(279人)を除いた。

図表 店の雰囲気【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	良どち くなら かつた といえ ば	変 わら ない	悪ど くなら かつた といえ ば	悪 くな った	わ から ない	無 回 答	
平成30年度	102	27.5	45.1	13.7	2.9	3.9	5.9	1.0	平成30年度
令和5年度	256	18.0	46.9	16.4	3.9	1.6	12.1	1.2	令和5年度



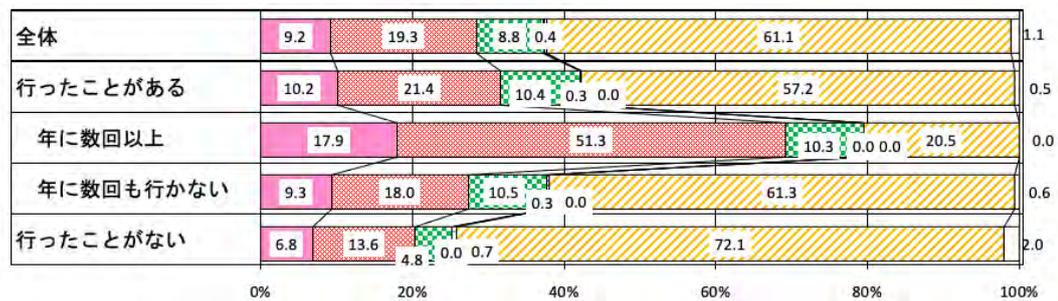
② メニューの多様性

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(31.6%)が「行ったことがない」と回答した人(20.4%)と比べて11.2ポイント高くなっている。

図表 メニューの多様性【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良くなりました どちらかといえば	変わらない	悪くなりました どちらかといえば	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	9.2	19.3	8.8	0.2	0.4	61.1	1.1	全体
行ったことがある	383	10.2	21.4	10.4	0.3	0.0	57.2	0.5	行ったことがある
年に数回以上	39	17.9	51.3	10.3	0.0	0.0	20.5	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	9.3	18.0	10.5	0.3	0.0	61.3	0.6	年に数回も行かない
行ったことがない	147	6.8	13.6	4.8	0.0	0.7	72.1	2.0	行ったことがない

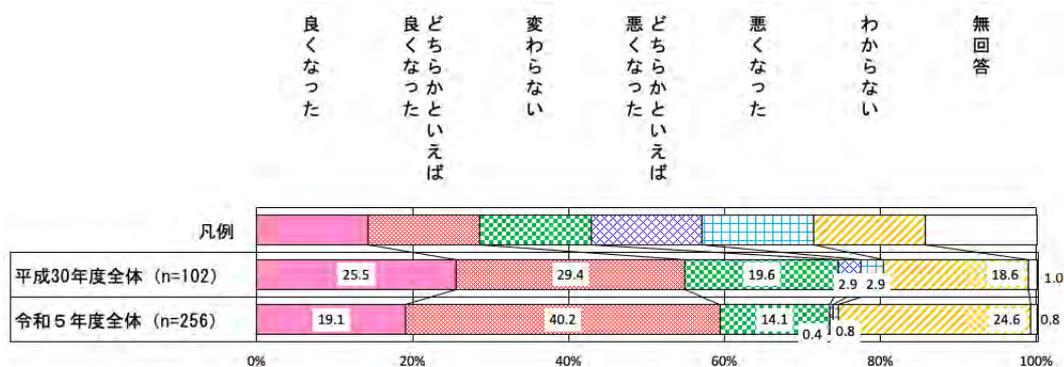


過去の調査結果をみると、公募屋台の営業開始以降の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(59.4%)は平成30年度調査(54.9%)から4.5ポイント増加している。

図表 メニューの多様性【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	良どちらかといえ ば	変わらない	悪どちらかといえ ば	悪くなった	わからない	無回答	
平成30年度	102	25.5	29.4	19.6	2.9	2.9	18.6	1.0	平成30年度
令和5年度	256	19.1	40.2	14.1	0.4	0.8	24.6	0.8	令和5年度



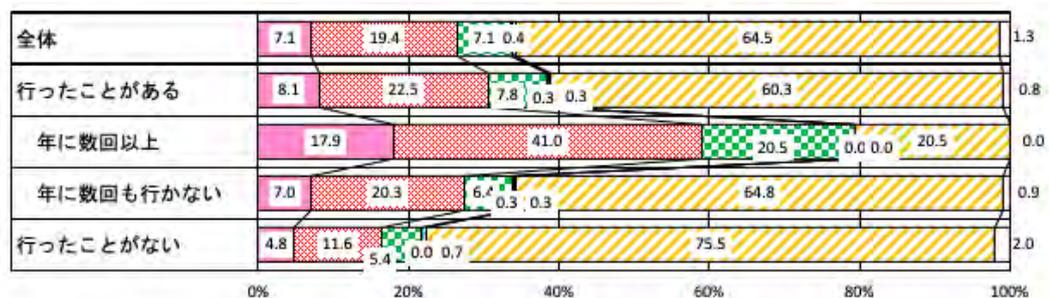
③ ルールの遵守（営業時間、営業場所の清掃など）

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』（30.5%）が「行ったことがない」と回答した人（16.3%）と比べて14.2ポイント高くなっている。

図表 ルールの遵守（営業時間、営業場所の清掃など）【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良くなかった どちらかといえば	変わらない	悪くなかった どちらかといえば	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	7.1	19.4	7.1	0.2	0.4	64.5	1.3	全体
行ったことがある	383	8.1	22.5	7.8	0.3	0.3	60.3	0.8	行ったことがある
年に数回以上	39	17.9	41.0	20.5	0.0	0.0	20.5	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	7.0	20.3	6.4	0.3	0.3	64.8	0.9	年に数回も行かない
行ったことがない	147	4.8	11.6	5.4	0.0	0.7	75.5	2.0	行ったことがない

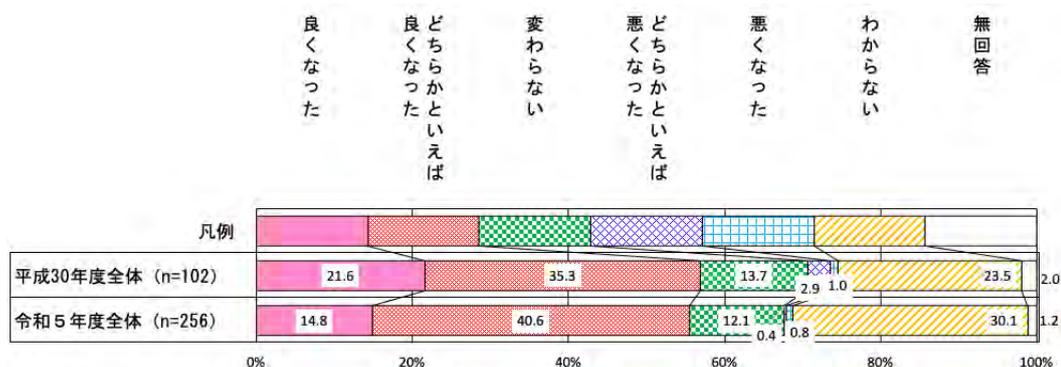


過去の調査結果をみると、公募屋台の営業開始以降の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(55.5%)は平成30年度調査(56.9%)から1.4ポイント減少している。

図表 ルールの遵守(営業時間、営業場所の清掃など)【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	どちらかといえば	変わらない	どちらかといえば悪くなった	悪くなった	わからない	無回答	
平成30年度	102	21.6	35.3	13.7	2.9	1.0	23.5	2.0	平成30年度
令和5年度	256	14.8	40.6	12.1	0.4	0.8	30.1	1.2	令和5年度



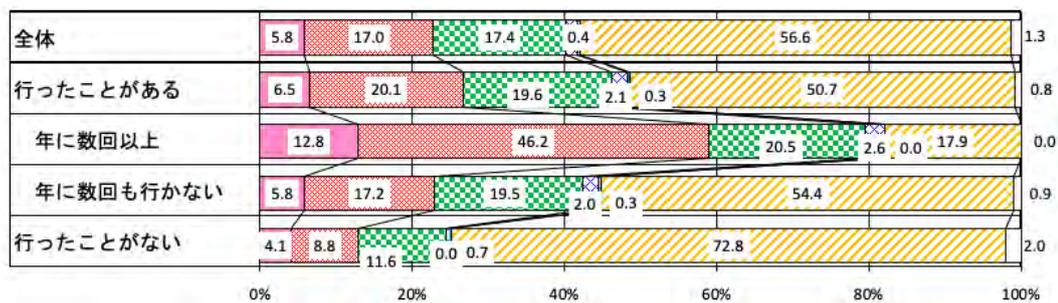
④ 入店のしやすさ

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(26.6%)が「行ったことがない」と回答した人(12.9%)と比べて13.7ポイント高くなっている。

図表 入店のしやすさ【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良どちらかといえ ば	変わらない	悪どちらかといえ ば	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	5.8	17.0	17.4	1.5	0.4	56.6	1.3	全体
行ったことがある	383	6.5	20.1	19.6	2.1	0.3	50.7	0.8	行ったことがある
年に数回以上	39	12.8	46.2	20.5	2.6	0.0	17.9	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	5.8	17.2	19.5	2.0	0.3	54.4	0.9	年に数回も行かない
行ったことがない	147	4.1	8.8	11.6	0.0	0.7	72.8	2.0	行ったことがない

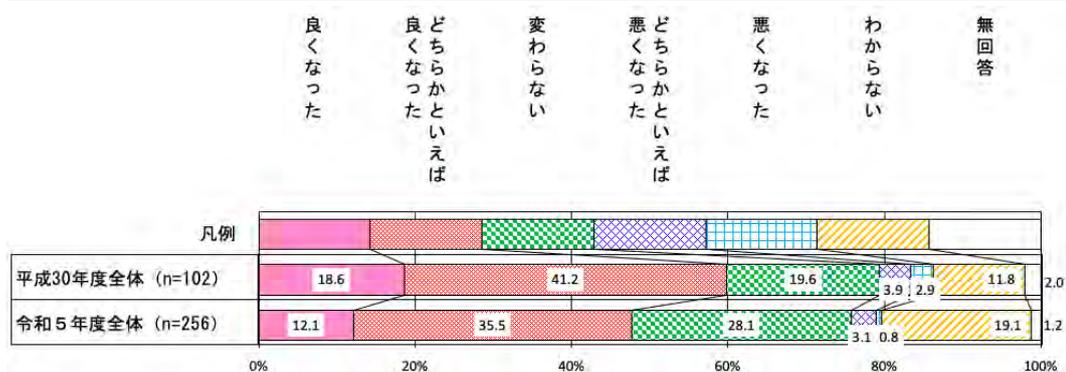


過去の調査結果をみると、公募屋台の営業開始以降の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(47.7%)は平成30年度調査(59.8%)から12.1ポイント減少している。

図表 入店のしやすさ【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	良どちらかといえ ば	変わらない	悪どちらかといえ ば	悪くなった	わからない	無回答	
平成30年度	102	18.6	41.2	19.6	3.9	2.9	11.8	2.0	平成30年度
令和5年度	256	12.1	35.5	28.1	3.1	0.8	19.1	1.2	令和5年度



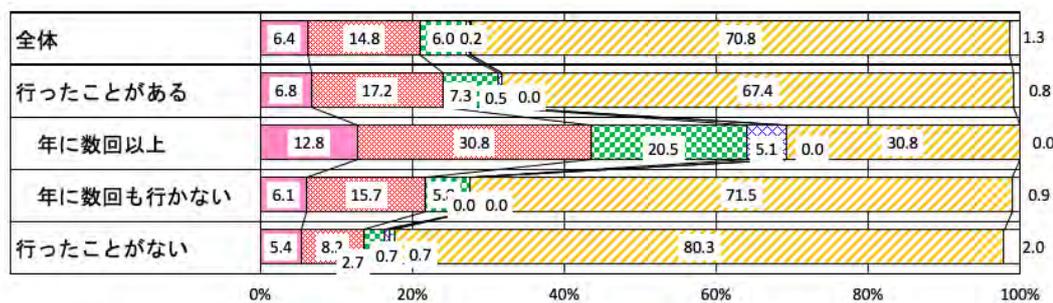
⑤ 屋台による情報の発信（SNS、ホームページなど）

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』（24.0%）が「行ったことがない」と回答した人（13.6%）と比べて10.4ポイント高くなっている。

図表 屋台による情報の発信（SNS、ホームページなど）【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良くなかった どちらかといえば	変わらない	悪くなかった どちらかといえば	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	6.4	14.8	6.0	0.6	0.2	70.8	1.3	全体
行ったことがある	383	6.8	17.2	7.3	0.5	0.0	67.4	0.8	行ったことがある
年に数回以上	39	12.8	30.8	20.5	5.1	0.0	30.8	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	6.1	15.7	5.8	0.0	0.0	71.5	0.9	年に数回も行かない
行ったことがない	147	5.4	8.2	2.7	0.7	0.7	80.3	2.0	行ったことがない

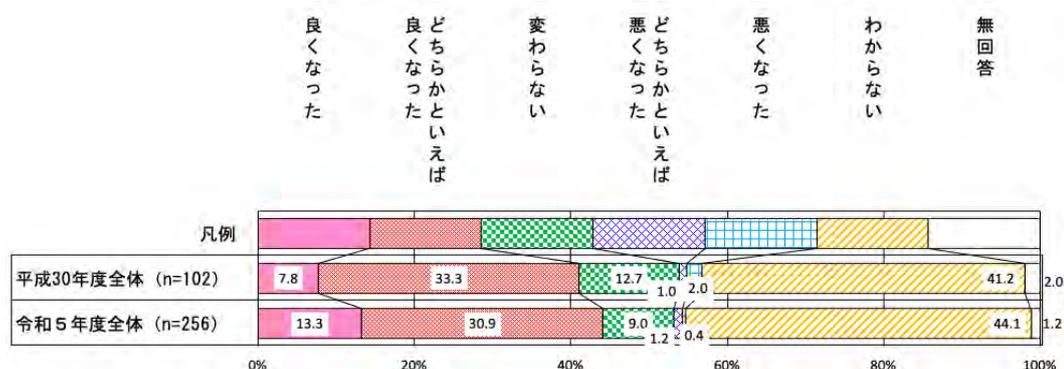


過去の調査結果をみると、公募屋台の営業開始以降の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(44.1%)は平成30年度調査(41.1%)から3.0ポイント増加している。

図表 屋台による情報の発信 (SNS、ホームページなど) 【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	どちらかといえば	変わらない	どちらかといえば悪くなった	悪くなった	わからない	無回答	
平成30年度	102	7.8	33.3	12.7	1.0	2.0	41.2	2.0	平成30年度
令和5年度	256	13.3	30.9	9.0	1.2	0.4	44.1	1.2	令和5年度



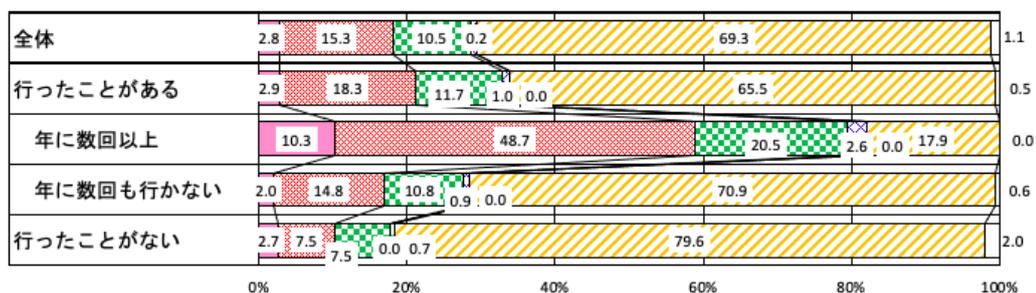
⑥ 清潔感・食品衛生の確保

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(21.1%) が「行ったことがない」と回答した人 (10.2%) と比べて 10.9 ポイント高くなっている。

図表 清潔感・食品衛生の確保【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良くなかった どちらかといえば	変わらない	悪くなかった どちらかといえば	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	2.8	15.3	10.5	0.7	0.2	69.3	1.1	全体
行ったことがある	383	2.9	18.3	11.7	1.0	0.0	65.5	0.5	行ったことがある
年に数回以上	39	10.3	48.7	20.5	2.6	0.0	17.9	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	2.0	14.8	10.8	0.9	0.0	70.9	0.6	年に数回も行かない
行ったことがない	147	2.7	7.5	7.5	0.0	0.7	79.6	2.0	行ったことがない

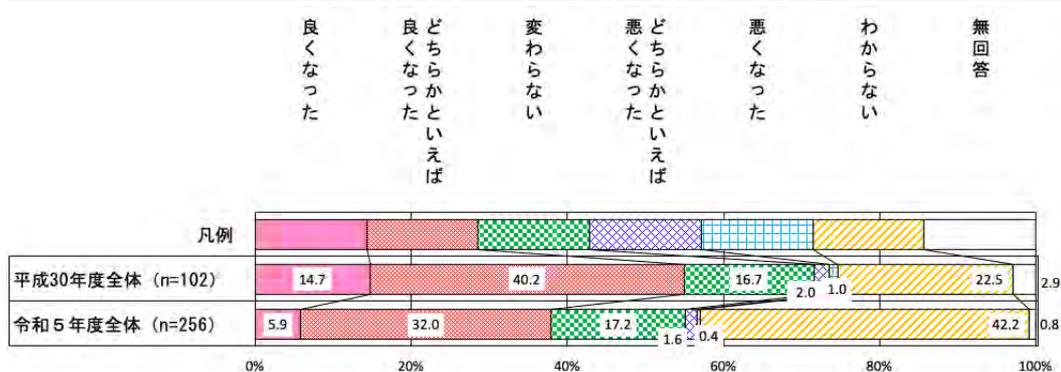


過去の調査結果をみると、公募屋台の営業開始以降の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(37.9%)は平成30年度調査(54.9%)から17.0ポイント減少している。

図表 清潔感・食品衛生の確保【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	良どちらかといえ ば	変わらない	悪どちらかといえ ば	悪くなった	わからない	無回答	
平成30年度	102	14.7	40.2	16.7	2.0	1.0	22.5	2.9	平成30年度
令和5年度	256	5.9	32.0	17.2	1.6	0.4	42.2	0.8	令和5年度



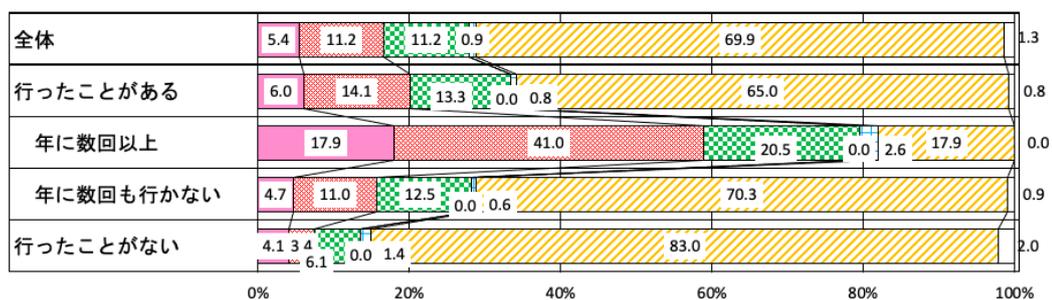
⑦ 店主・従業員の対応

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(20.1%)が「行ったことがない」と回答した人(7.5%)と比べて12.6ポイント高くなっている。

図表 店主・従業員の対応【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良くなかった どちらかといえば	変わらない	悪くなかった どちらかといえば	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	5.4	11.2	11.2	0.0	0.9	69.9	1.3	全体
行ったことがある	383	6.0	14.1	13.3	0.0	0.8	65.0	0.8	行ったことがある
年に数回以上	39	17.9	41.0	20.5	0.0	2.6	17.9	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	4.7	11.0	12.5	0.0	0.6	70.3	0.9	年に数回も行かない
行ったことがない	147	4.1	3.4	6.1	0.0	1.4	83.0	2.0	行ったことがない

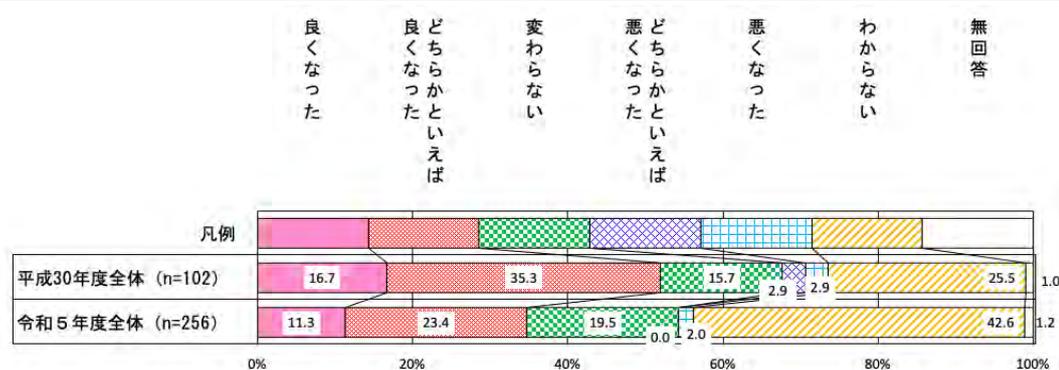


過去の調査結果をみると、公募屋台の営業開始以降の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(34.8%)は平成30年度調査(52.0%)から17.2ポイント減少している。

図表 店主・従業員の対応【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	どちらかといえば	変わらない	どちらかといえば悪くなった	悪くなった	わからない	無回答	
平成30年度	102	16.7	35.3	15.7	2.9	2.9	25.5	1.0	平成30年度
令和5年度	256	11.3	23.4	19.5	0.0	2.0	42.6	1.2	令和5年度



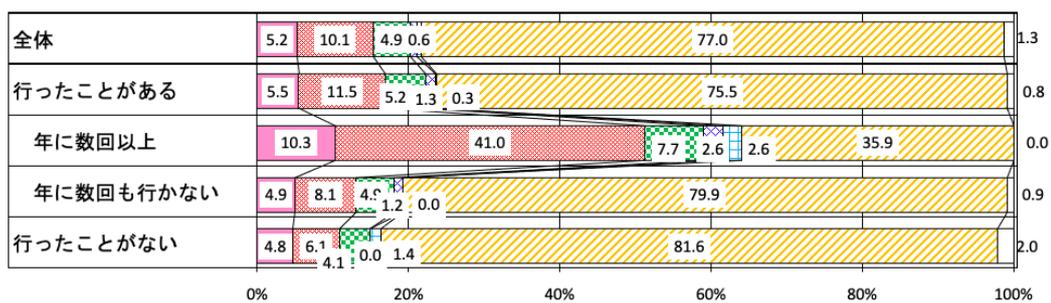
⑧ 外国人への対応

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(17.0%)が「行ったことがない」と回答した人(10.9%)と比べて6.1ポイント高くなっている。

図表 外国人への対応【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良くなかった どちらかといえば	変わらない	悪くなかった どちらかといえば	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	5.2	10.1	4.9	0.9	0.6	77.0	1.3	全体
行ったことがある	383	5.5	11.5	5.2	1.3	0.3	75.5	0.8	行ったことがある
年に数回以上	39	10.3	41.0	7.7	2.6	2.6	35.9	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	4.9	8.1	4.9	1.2	0.0	79.9	0.9	年に数回も行かない
行ったことがない	147	4.8	6.1	4.1	0.0	1.4	81.6	2.0	行ったことがない

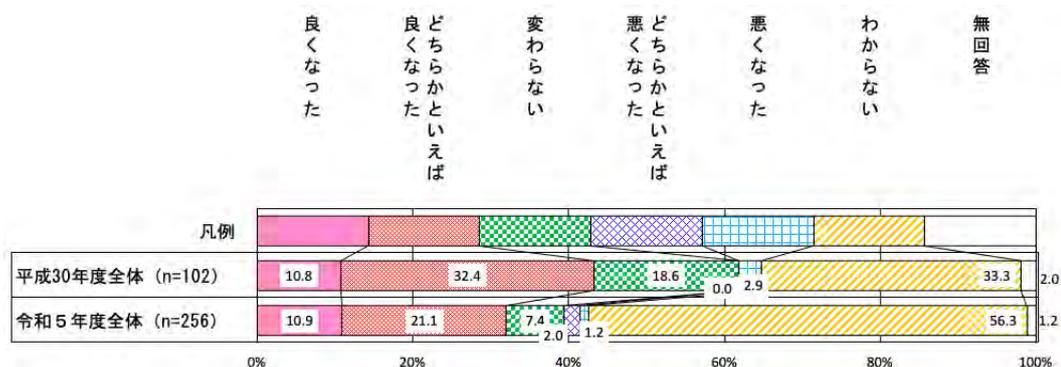


過去の調査結果をみると、公募屋台の営業開始以降の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(32.0%)は平成30年度調査(43.2%)から11.2ポイント減少している。

図表 外国人への対応【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	どちらかといえば	変わらない	どちらかといえば悪くなった	悪くなった	わからない	無回答	
平成30年度	102	10.8	32.4	18.6	0.0	2.9	33.3	2.0	平成30年度
令和5年度	256	10.9	21.1	7.4	2.0	1.2	56.3	1.2	令和5年度



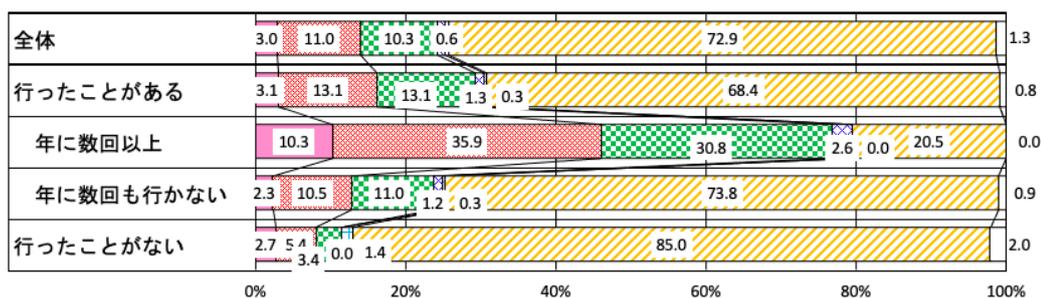
⑨ 会計の明朗さ

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では『良くなった』(16.2%)が「行ったことがない」と回答した人(8.2%)と比べて8.0ポイント高くなっている。

図表 会計の明朗さ【利用頻度別】

単位：%

	調査数	良くなった	良くなりましたかといえば	変わらない	悪くなりましたかといえば	悪くなった	わからない	無回答	
全体	535	3.0	11.0	10.3	0.9	0.6	72.9	1.3	全体
行ったことがある	383	3.1	13.1	13.1	1.3	0.3	68.4	0.8	行ったことがある
年に数回以上	39	10.3	35.9	30.8	2.6	0.0	20.5	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	2.3	10.5	11.0	1.2	0.3	73.8	0.9	年に数回も行かない
行ったことがない	147	2.7	5.4	3.4	0.0	1.4	85.0	2.0	行ったことがない

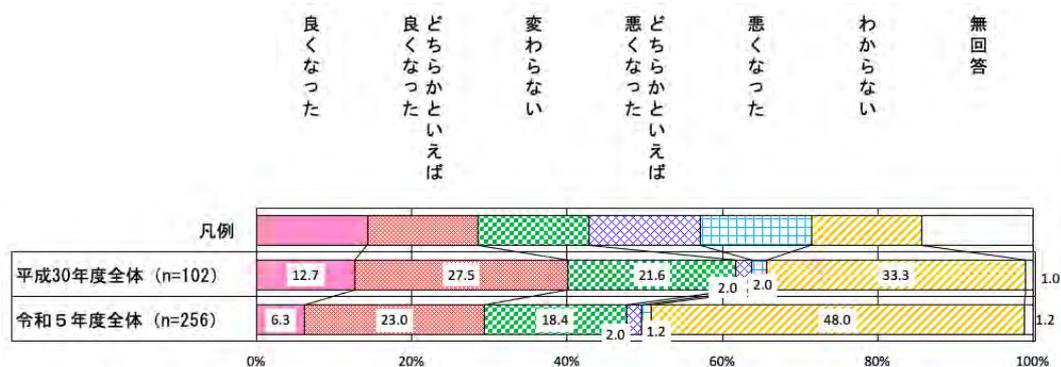


過去の調査結果をみると、公募屋台の営業開始以降の屋台営業状況について「変化があった」と回答した人のうち、『良くなった』(29.3%)は平成30年度調査(40.2%)から10.9ポイント減少している。

図表 会計の明朗さ【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	良くなった	どちらかといえば良くなった	変わらない	どちらかといえば悪くなった	悪くなった	わからない	無回答	
平成30年度	102	12.7	27.5	21.6	2.0	2.0	33.3	1.0	平成30年度
令和5年度	256	6.3	23.0	18.4	2.0	1.2	48.0	1.2	令和5年度

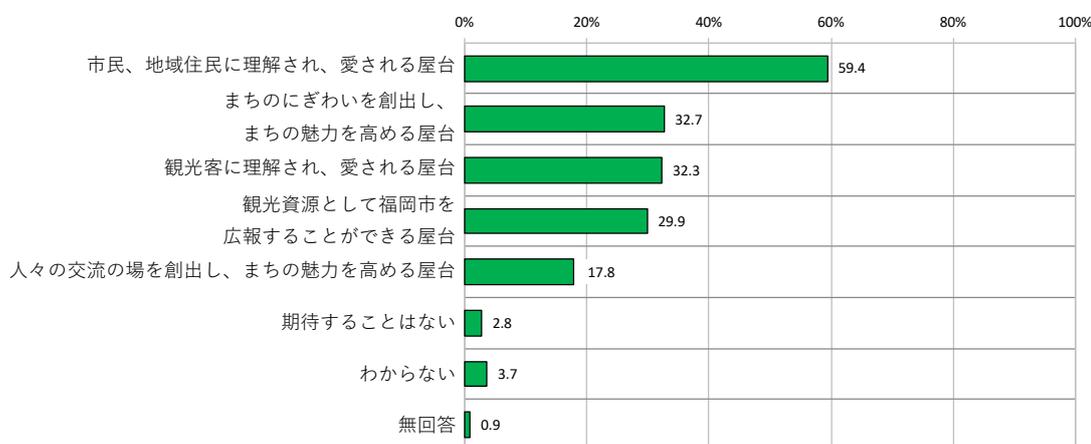


9 屋台に期待すること

問 35 「福岡市屋台基本条例」では、以下の「1」～「5」のような将来像を掲げています。これらの中であなたが期待することは何ですか。特にあてはまるものを2つまで選んでください。

屋台に期待することについて聞いたところ、「市民、地域住民に理解され、愛される屋台」と回答した人が 59.4%と最も多く、次いで「街のにぎわいを創出し、まちの魅力を高める屋台」(32.7%)、「観光客に理解され、愛される屋台」(32.3%)となっている。

図表 屋台に期待すること【全体】※複数回答(2つまで)



性別にみると、女性では「人々の交流の場を創出し、まちの魅力を高める屋台」(22.9%)の割合が男性(10.9%)に比べて12.0ポイント高くなっている。

年代別にみると、男性・女性ともに60代・70歳以上では「市民、地域住民に理解され、愛される屋台」の割合が7割5分を超えており、他の年代に比べて高くなっている。

図表 屋台に期待すること【性・年代別】※複数回答(2つまで)

単位：%

	調査数	市民、地域住民に理解され、愛される屋台	まちの魅力を高める屋台	観光客に理解され、愛される屋台	観光資源として福岡市を広く報ずる屋台	人々の交流の場を創出し、まちの魅力を高める屋台	期待することはない	わからない	無回答	
全体	535	59.4	32.7	32.3	29.9	17.8	2.8	3.7	0.9	全体
男性計	229	56.3	36.7	32.8	26.6	10.9	4.4	5.7	0.9	男性計
18～29歳	27	51.9	44.4	37.0	25.9	7.4	7.4	0.0	0.0	18～29歳
30代	36	44.4	33.3	38.9	27.8	8.3	2.8	11.1	2.8	30代
40代	47	61.7	38.3	25.5	31.9	19.1	2.1	6.4	0.0	40代
50代	46	45.7	43.5	41.3	19.6	4.3	6.5	8.7	0.0	50代
60代	33	66.7	30.3	18.2	24.2	18.2	0.0	6.1	3.0	60代
70歳以上	40	67.5	30.0	35.0	30.0	7.5	7.5	0.0	0.0	70歳以上
女性計	306	61.8	29.7	32.0	32.4	22.9	1.6	2.3	1.0	女性計
18～29歳	39	59.0	25.6	46.2	33.3	15.4	2.6	2.6	0.0	18～29歳
30代	47	63.8	48.9	34.0	19.1	17.0	0.0	2.1	0.0	30代
40代	54	57.4	40.7	40.7	27.8	18.5	3.7	0.0	0.0	40代
50代	56	57.1	28.6	23.2	37.5	33.9	0.0	1.8	0.0	50代
60代	35	65.7	25.7	20.0	40.0	25.7	2.9	0.0	2.9	60代
70歳以上	75	66.7	14.7	29.3	36.0	24.0	1.3	5.3	2.7	70歳以上

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では「市民、地域住民に理解され、愛される屋台」(61.9%)が「行ったことがない」と回答した人(53.1%)と比べて8.8ポイント高くなっている。

図表 屋台に期待すること【利用頻度別】※複数回答(2つまで)

単位：%

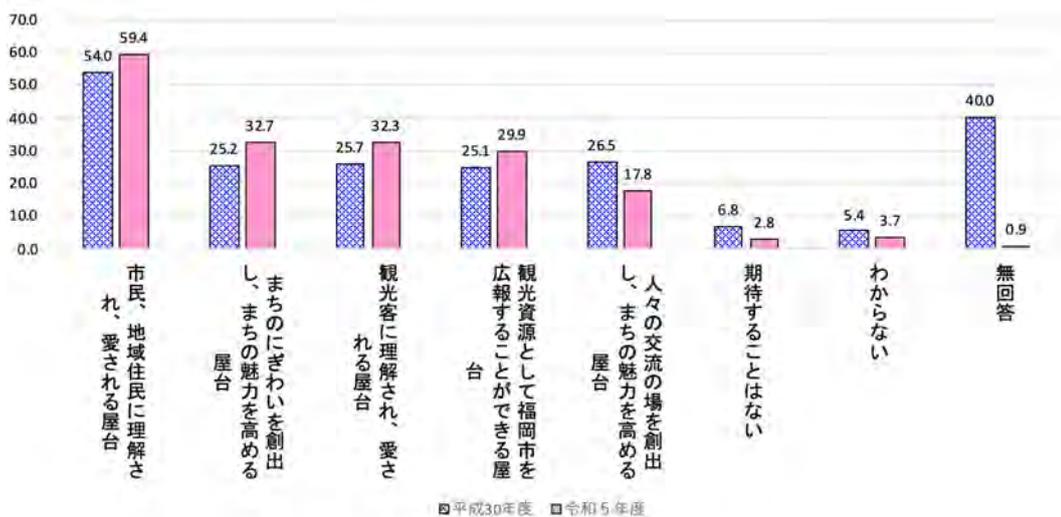
	調査数	市民、地域住民に理解され、愛される屋台	屋台、まちの魅力を創出し、まちの魅力を高める	観光客に理解され、愛される屋台	台広観光資源として福岡市を	屋台、人々の交流の場を創出し、まちの魅力を高める	期待することはない	わからない	無回答	
全体	535	59.4	32.7	32.3	29.9	17.8	2.8	3.7	0.9	全体
行ったことがある	383	61.9	34.5	30.3	31.1	18.8	2.3	2.9	1.0	行ったことがある
年に数回以上	39	61.5	35.9	33.3	25.6	15.4	0.0	0.0	5.1	年に数回以上
年に数回も行かない	344	61.9	34.3	29.9	31.7	19.2	2.6	3.2	0.6	年に数回も行かない
行ったことがない	147	53.1	29.3	38.1	27.9	14.3	3.4	6.1	0.0	行ったことがない

過去の調査結果をみると、「人々の交流の場を創出し、まちの魅力を高める屋台」(17.8%)は平成30年度調査(26.5%)から8.7ポイント減少している。

図表 屋台に期待すること【過去の調査との比較】※複数回答(2つまで)

単位：%

	調査数	市民、地域住民に理解され、愛される屋台	まちのにぎわいを創出し、まちの魅力を高める屋台	観光客に理解され、愛される屋台	観光資源として福岡市を台	観光資源として福岡市を屋台	人々の交流の場を創出し、まちの魅力を高める屋台	期待することはない	わからない	無回答	
平成30年度	2,301	54.0	25.2	25.7	25.1	26.5	6.8	5.4	40.0	平成30年度	
令和5年度	535	59.4	32.7	32.3	29.9	17.8	2.8	3.7	0.9	令和5年度	

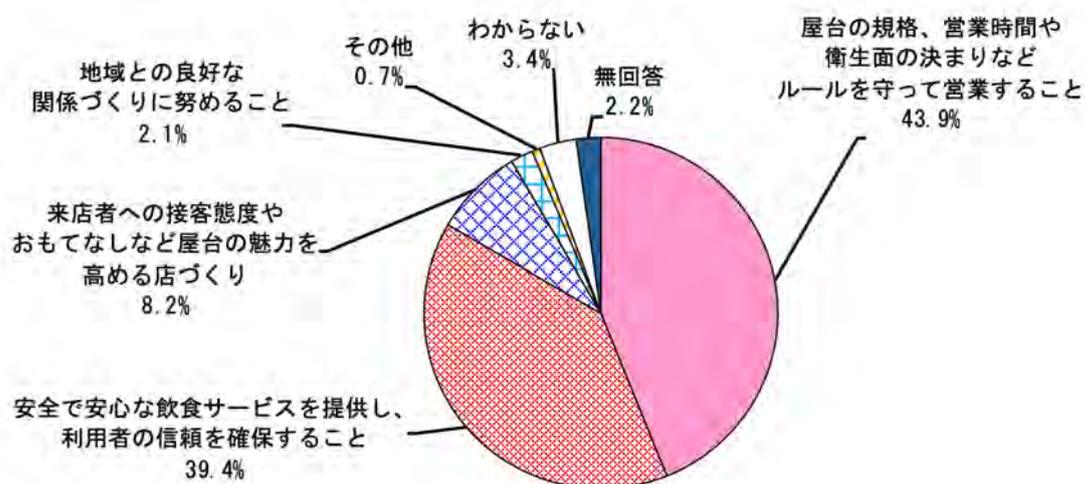


10 屋台の将来像達成のため、重要と思う屋台営業者の取り組み

問 36 あなたは、屋台の将来像の達成のために、屋台営業者のどのような取り組みが重要だと思いますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

屋台の将来像達成のため、重要と思う屋台営業者の取り組みについて聞いたところ、「屋台の規格、営業時間や衛生面の決まりなどルールを守って営業すること」と回答した人が 43.9%と最も多く、次いで「安全で安心な飲食サービスを提供し、利用者の信頼を確保すること」(39.4%)、「来店者への接客態度やおもてなしなど屋台の魅力高める店づくり」(8.2%)となっている。

図表 屋台の将来像達成のため、重要と思う屋台営業者の取り組み【全体】



性別にみると、大きな違いはみられない。

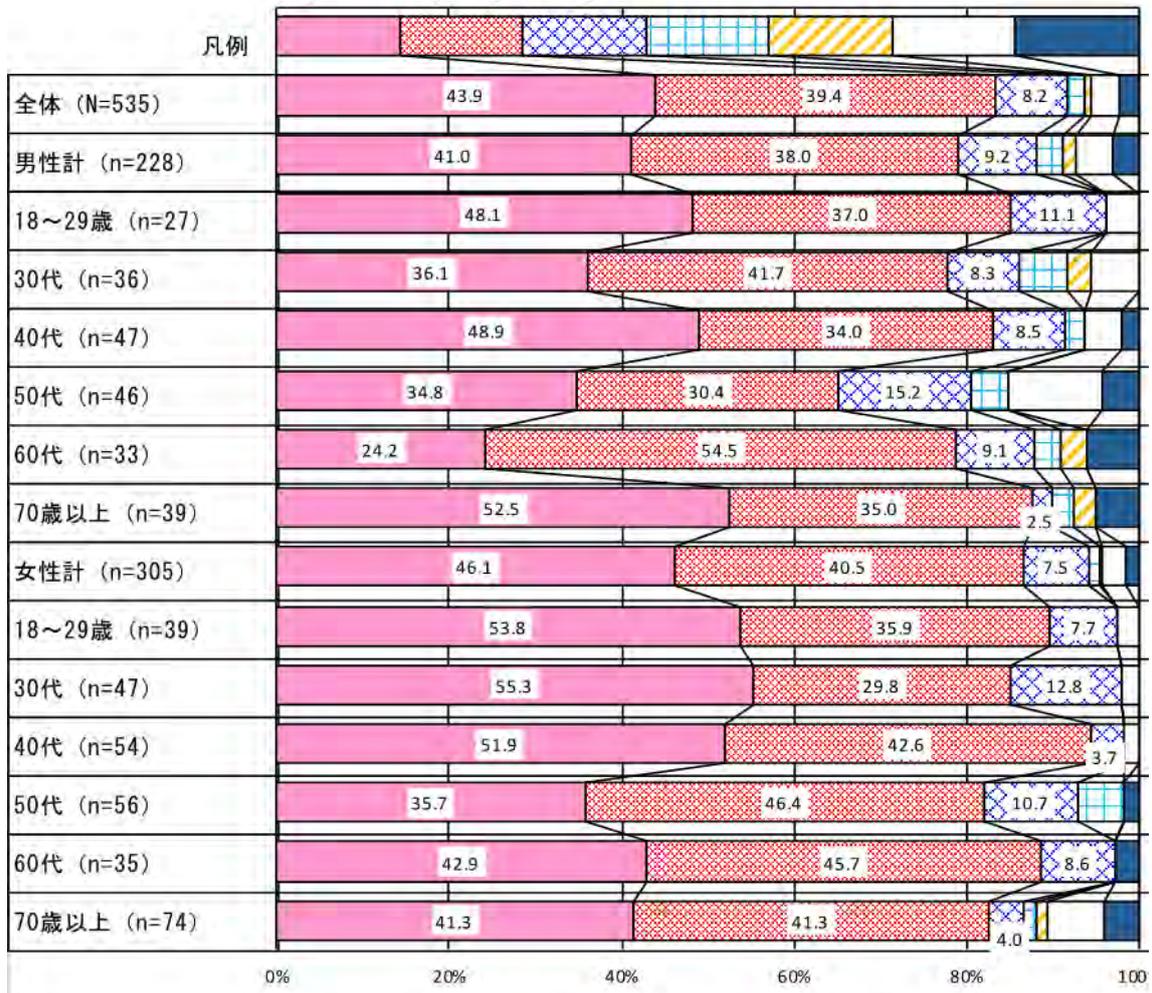
性・年代別にみると、女性 30 代では「屋台の規格、営業時間や衛生面の決まりなどルールを守って営業すること」の割合が 5 割 5 分を超えており、他の性・年代と比べて高くなっている。また、男性 60 代では「安全で安心な飲食サービスを提供し、利用者の信頼を確保すること」の割合が 5 割を超えており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 屋台の将来像達成のため、重要と思う屋台営業者の取り組み【性・年代別】

単位：%

	調査数	衛生面の決まりを守って営業すること	屋台の規格、営業時間や	安全で安心な飲食サービスを提供し、利用者の信頼を確保すること	おもてなしなど屋台の魅力	来店者への接客態度や	関係づくりの良質な	地域との良好な	その他	わからない	無回答	
全体	535	43.9	39.4	8.2	2.1	0.7	3.4	2.2	全体			
男性計	229	41.0	38.0	9.2	3.1	1.3	4.4	3.1	男性計			
18～29歳	27	48.1	37.0	11.1	0.0	0.0	3.7	0.0	18～29歳			
30代	36	36.1	41.7	8.3	5.6	2.8	5.6	0.0	30代			
40代	47	48.9	34.0	8.5	2.1	0.0	4.3	2.1	40代			
50代	46	34.8	30.4	15.2	4.3	0.0	10.9	4.3	50代			
60代	33	24.2	54.5	9.1	3.0	3.0	0.0	6.1	60代			
70歳以上	40	52.5	35.0	2.5	2.5	2.5	0.0	5.0	70歳以上			
女性計	306	46.1	40.5	7.5	1.3	0.3	2.6	1.6	女性計			
18～29歳	39	53.8	35.9	7.7	0.0	0.0	2.6	0.0	18～29歳			
30代	47	55.3	29.8	12.8	0.0	0.0	2.1	0.0	30代			
40代	54	51.9	42.6	3.7	0.0	0.0	1.9	0.0	40代			
50代	56	35.7	46.4	10.7	5.4	0.0	0.0	1.8	50代			
60代	35	42.9	45.7	8.6	0.0	0.0	0.0	2.9	60代			
70歳以上	75	41.3	41.3	4.0	1.3	1.3	6.7	4.0	70歳以上			

無回答
 わからない
 その他
 地域との良好な関係づくりに努めること
 来店者への接客態度や高める店づくり
 おもてなしなど屋台の魅力を
 安全で安心な飲食サービスを提供し、
 利用者の信頼を確保すること
 屋台の規格、営業時間や衛生面の決まりなど
 ルールを守って営業すること



利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがない」と回答した人では「屋台の規格、営業時間や衛生面の決まりなどルールを守って営業すること」(49.0%)が「行ったことがある」と回答した人(41.8%)と比べて7.2ポイント高くなっている。

図表 屋台の将来像達成のため、重要と思う屋台営業者の取り組み【利用頻度別】

単位：%

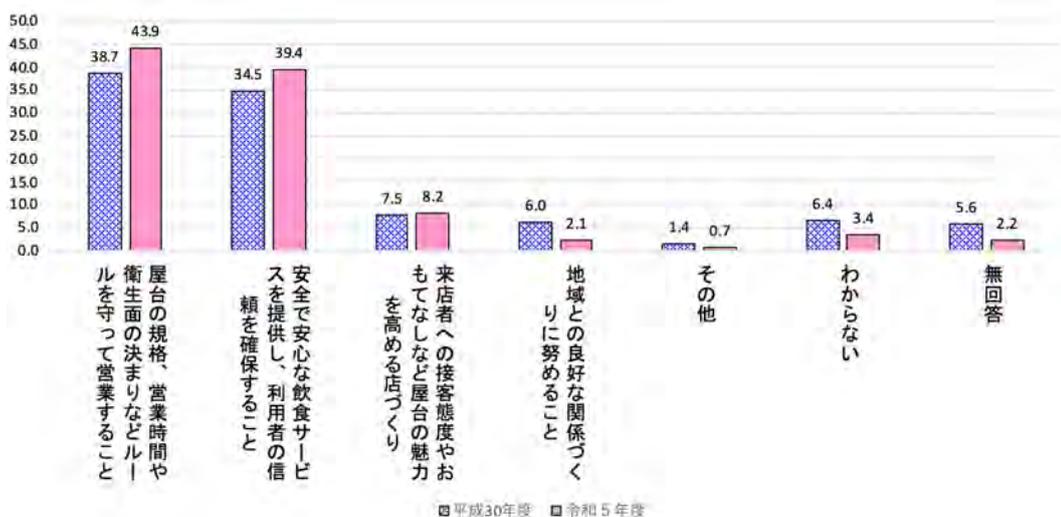
	調査数	屋台の規格、衛生面の決まりなどルールを守って営業すること	安全で安心な飲食サービスの提供を確保すること	来店者への接客態度やおもてなしなど屋台の魅力や高めていくこと	地域との良好な関係づくりに努めること	その他	わからない	無回答	
全体	535	43.9	39.4	8.2	2.1	0.7	3.4	2.2	全体
行ったことがある	383	41.8	41.0	9.4	2.6	0.8	2.1	2.3	行ったことがある
年に数回以上	39	38.5	46.2	12.8	2.6	0.0	0.0	0.0	年に数回以上
年に数回も行かない	344	42.2	40.4	9.0	2.6	0.9	2.3	2.6	年に数回も行かない
行ったことがない	147	49.0	36.7	4.8	0.7	0.7	6.8	1.4	行ったことがない

過去の調査結果をみると、「屋台の規格、営業時間や衛生面の決まりなどルールを守って営業すること」(43.9%)は平成30年度調査(38.7%)から5.2ポイント増加している。

図表 屋台の将来像達成のため、重要と思う屋台営業者の取り組み【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	屋台の規格、営業時間や衛生面の決まりなどルールを守って営業すること	安全で安心な飲食サービスを提供し、利用者の信頼を確保すること	来店者への接客態度やおもてなしなど屋台の魅力を高める店づくり	地域との良好な関係づくりに努めること	その他	わからない	無回答	
平成30年度	2,301	38.7	34.5	7.5	6.0	1.4	6.4	5.6	平成30年度
令和5年度	535	43.9	39.4	8.2	2.1	0.7	3.4	2.2	令和5年度

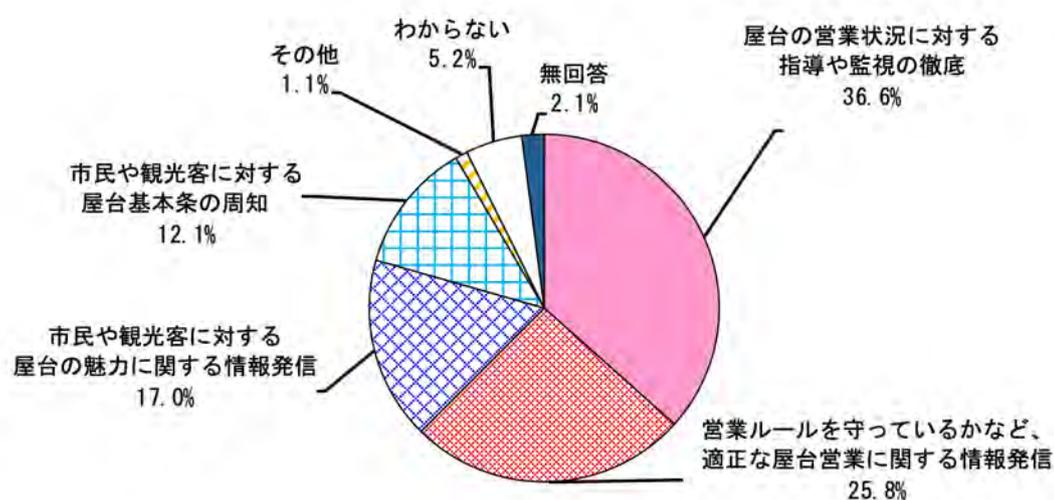


11 屋台の将来像実現のため、重要と思う市（行政）の取り組み

問 37 あなたは、屋台の将来像の実現のために、市（行政）はどのように取り組んでいくことが重要だと思いますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

屋台の将来像達成のため、重要と思う市（行政）の取り組みについて聞いたところ、「屋台の営業状況に対する指導や監視の徹底」と回答した人が 36.6%と最も多く、次いで「営業ルールを守っているかなど、適正な屋台営業に関する情報発信」（25.8%）、「市民や観光客に対する屋台の魅力に関する情報発信」（17.0%）となっている。

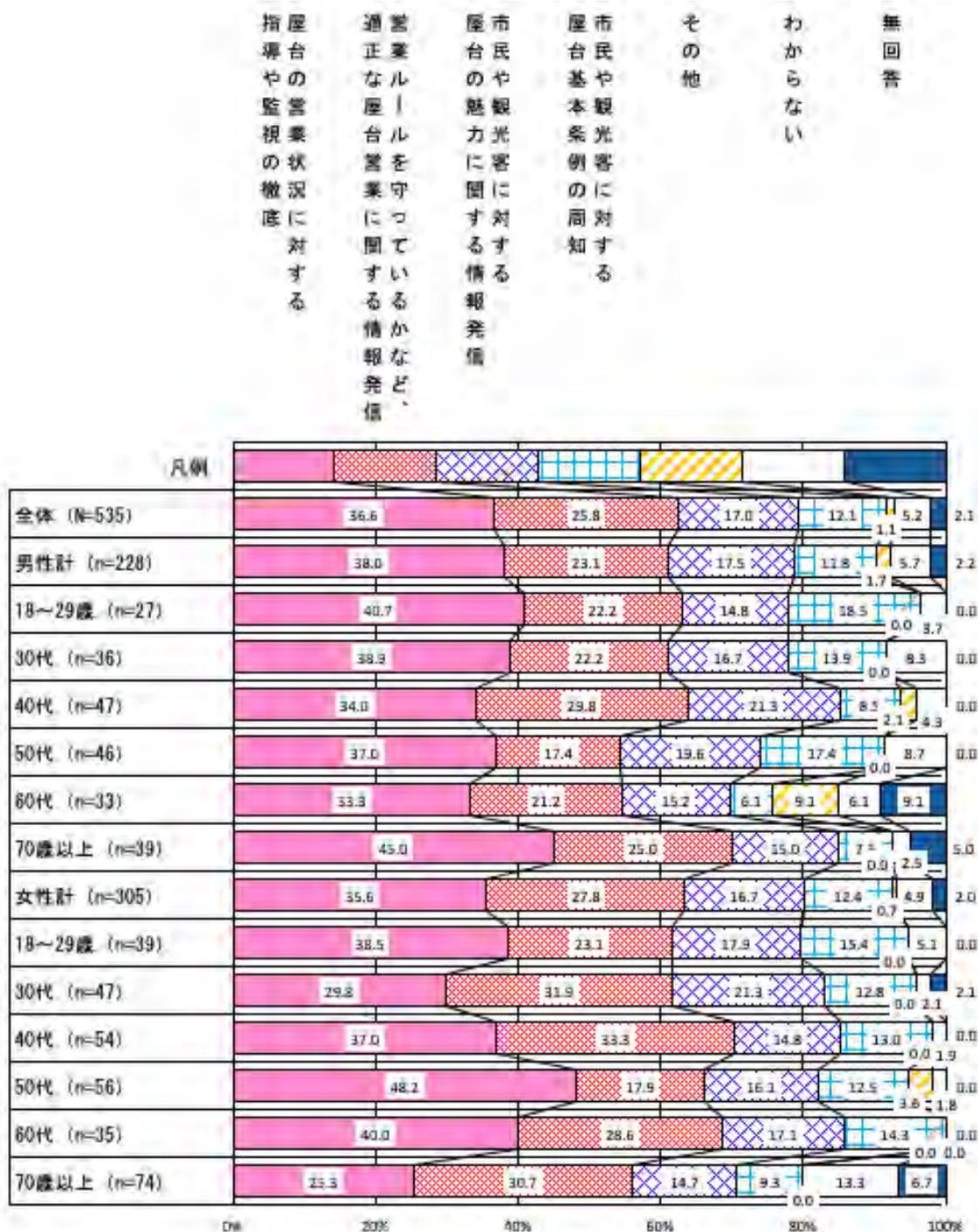
図表 屋台の将来像実現のため、重要と思う市（行政）の取り組み【全体】



性別にみると、大きな違いはみられない。

性・年代別にみると、男性 70 歳以上・女性 50 代では「屋台の営業状況に対する指導や監視の徹底」の割合が 4 割 5 分を超えており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 屋台の将来像達成のため、重要と思う市（行政）の取り組み【性・年代別】



	調査数	屋台の営業状況に対する指導や監視の徹底	営業ルールを守っているかなど、適正な屋台営業に関する情報発信	市民や観光客に対する情報発信	市民や観光客に対する屋台基本条例の周知	その他	わからない	無回答	
全体	535	36.6	25.8	17.0	12.1	1.1	5.2	2.1	全体
男性計	229	38.0	23.1	17.5	11.8	1.7	5.7	2.2	男性計
18～29歳	27	40.7	22.2	14.8	18.5	0.0	3.7	0.0	18～29歳
30代	36	38.9	22.2	16.7	13.9	0.0	8.3	0.0	30代
40代	47	34.0	29.8	21.3	8.5	2.1	4.3	0.0	40代
50代	46	37.0	17.4	19.6	17.4	0.0	8.7	0.0	50代
60代	33	33.3	21.2	15.2	6.1	9.1	6.1	9.1	60代
70歳以上	40	45.0	25.0	15.0	7.5	0.0	2.5	5.0	70歳以上
女性計	306	35.6	27.8	16.7	12.4	0.7	4.9	2.0	女性計
18～29歳	39	38.5	23.1	17.9	15.4	0.0	5.1	0.0	18～29歳
30代	47	29.8	31.9	21.3	12.8	0.0	2.1	2.1	30代
40代	54	37.0	33.3	14.8	13.0	0.0	1.9	0.0	40代
50代	56	48.2	17.9	16.1	12.5	3.6	1.8	0.0	50代
60代	35	40.0	28.6	17.1	14.3	0.0	0.0	0.0	60代
70歳以上	75	25.3	30.7	14.7	9.3	0.0	13.3	6.7	70歳以上

利用頻度別にみると、屋台に「行ったことがある」と回答した人では「営業ルールを守っているかなど、適正な屋台営業に関する情報発信」(26.6%)が「行ったことがない」と回答した人(23.8%)と比べて2.8ポイント高くなっている。

図表 屋台の将来像達成のため、重要と思う市(行政)の取り組み【利用頻度別】

単位：%

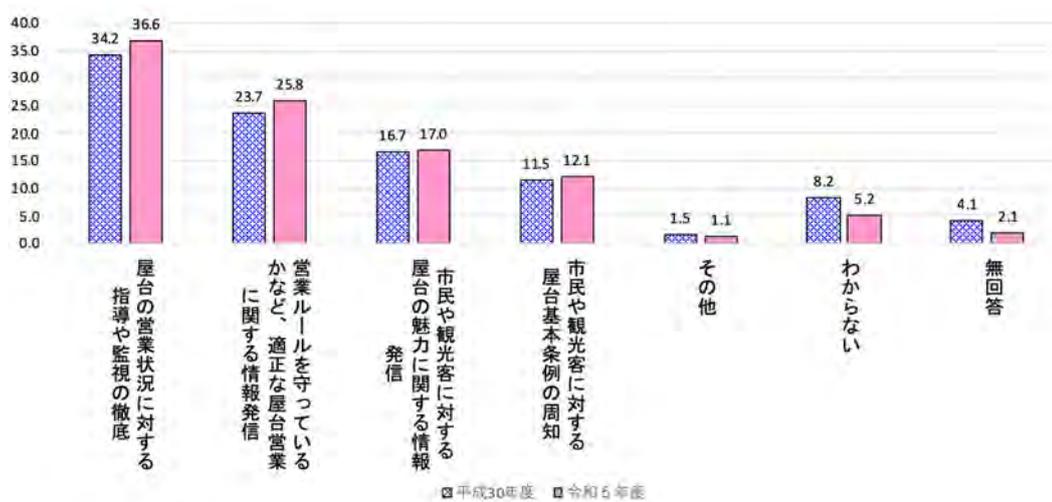
	調査数	屋台の営業状況に徹底する	営業ルール、適正な情報発信	市民の観光客に対する情報発信	市民や観光客の周知	その他	わからない	無回答	
全体	535	43.9	39.4	8.2	2.1	0.7	3.4	2.2	全体
行ったことがある	383	36.6	26.6	17.0	11.7	1.3	4.7	2.1	行ったことがある
年に数回以上	39	30.8	25.6	15.4	23.1	2.6	0.0	2.6	年に数回以上
年に数回も行かない	344	37.2	26.7	17.2	10.5	1.2	5.2	2.0	年に数回も行かない
行ったことがない	147	36.7	23.8	17.7	12.9	0.7	6.1	2.0	行ったことがない

過去の調査結果をみると、「屋台の営業状況に対する指導や監視の徹底」(36.6%)は平成30年度調査(34.2%)から2.4ポイント増加している。

図表 屋台の将来像達成のため、重要と思う市(行政)の取り組み【過去の調査との比較】

単位：%

	調査数	屋台の営業状況に対する指導や監視の徹底	営業ルールを守っているかなど、適正な屋台営業に関する情報発信	市民や観光客に対する屋台の魅力に関する情報発信	市民や観光客に対する屋台基本条例の周知	その他	わからない	無回答	
平成30年度	2,301	34.2	23.7	16.7	11.5	1.5	8.2	4.1	平成30年度
令和5年度	535	36.6	25.8	17.0	12.1	1.1	5.2	2.1	令和5年度



Ⅲ 調査票

第6回市政アンケート調査

〔テーマ・担当課〕

1. 「家庭ごみ」について

担当課：環境局 計画課
 環境局 ごみ減量推進課
 環境局 収集管理課

2. 「ユニバーサル都市・福岡」について

(担当課：総務企画局 企画調整部)

3. 「福岡市都市景観賞」について

(担当課：住宅都市局 都市景観室)

4. 「福岡市の屋台」について

(担当課：経済観光文化局 まつり振興課)

5. 市政アンケート調査実施後アンケート

(担当課：市長室 広聴課)

○ご記入いただいた個人情報は、市政アンケート調査の集計のために利用した上で、個人情報保護に関する法令などに基づき適正に管理いたします。

○提出期間を過ぎて提出されると、皆さまからの貴重なご意見を集計結果に反映できなくなりますので、**提出期限は厳守**いただきますようお願いいたします。

○回答方法（選択肢の番号に○をつけてください。）

例) ① 知っている 2 知らない

調査協力員番号		お名前	
---------	--	-----	--

※ 調査協力員番号は **封筒の宛名シール** に記載しております。

(返信用封筒右上に記載されている「501」ではありませんのでご注意ください。)

(提出期限) 11月20日(月)までにポストに投函してください。

《「福岡市の屋台」について》

福岡市が全国初の屋台基本条例を制定してから、今年で10年を迎えます。

屋台文化の存続に向けて、営業に関するルールを定め、上下水道や電気などの整備にも取り組んできました。また、公募制度（営業者の募集）を導入して、屋台営業に新規参入できるようになりました。

今、福岡市内には全国で唯一、100軒以上の屋台があります。福岡市の宿泊観光客の半数以上が屋台を利用しており、屋台は福岡市の代表的な観光資源のひとつとなっています。

問28 あなたは、屋台にどのようなイメージを持っていますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

- 1 良いイメージ
- 2 どちらかといえば良いイメージ
- 3 どちらかといえば悪いイメージ
- 4 悪いイメージ
- 5 わからない

問29 あなたは、屋台をどれぐらいの頻度で利用しますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

- 1 1カ月に平均4回以上行く
- 2 1カ月に平均1～3回行く
- 3 年に数回程度行く
- 4 年に数回も行かないが、今までに行ったことがある
- 5 行ったことがない
- 6 わからない

問30 あなたは、屋台のどのようなところが良い面だと思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。

- 1 福岡（博多）らしさがある
- 2 庶民的で気軽に利用できる
- 3 夜遅くまで営業していて便利
- 4 都市部の便利な場所にある
- 5 観光客に人気があり、観光で貢献している
- 6 屋台のある景観が良い
- 7 知らないもの同士で気軽にコミュニケーションができる
- 8 その他（具体的に： _____)
- 9 特に良い面はない
- 10 わからない

問 31 あなたは、屋台にはどのような問題があると思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。

- 1 歩道幅が狭くなることにより通行の邪魔となっている
- 2 衛生面での問題がある
- 3 屋台の周辺での悪臭や道路が汚い
- 4 料金が不明瞭
- 5 トイレがなく放尿の問題がある
- 6 歩道や植栽への器材や車両の放置、屋台外での飲食など、営業モラルが低い
- 7 その他（具体的に： _____)
- 8 特に問題はない
- 9 わからない

問 32 福岡市が実施する屋台施策であなたが知っているものをすべて選んでください。

- 1 「福岡市屋台基本条例」を制定した（平成 25 年 9 月 1 日施行）
- 2 新しい屋台営業者の募集（公募の実施）
- 3 屋台が使用する上下水道の整備
- 4 道幅が狭い道路にある屋台の再配置（移転）
- 5 歩道や公園を使用すること（道路占用・公園占用）に関する、日々の巡回指導
- 6 福岡市公式観光情報サイトや新聞・テレビなどでの広報
- 7 その他（具体的に： _____)
- 8 どの施策も知らない

問 33 「福岡市屋台基本条例」が施行（平成 25 年 9 月 1 日）されてから概ね 10 年がたちました。あなたは、施行以降、屋台の営業状況にどのような変化を感じますか。あてはまるものを1 つだけ選んでください。

	良 く な っ た	ば ど ち ら か と い え ば 良 く な っ た	変 わ ら な い	ば ど ち ら か と い え ば 悪 く な っ た	悪 く な っ た	わ か ら な い
(1) 公共の場所（道路や公園）に汚損がない	1	2	3	4	5	6
(2) 屋台外営業（屋台の外での飲食の提供）をしていない	1	2	3	4	5	6
(3) 公共の場所に屋台関係者の車両などが放置されていない	1	2	3	4	5	6
(4) 汚水や廃油などが屋台周辺に廃棄されていない	1	2	3	4	5	6
(5) メニューと値段が見えやすい場所に明示されている	1	2	3	4	5	6
(6) 屋台及び器材などが通行の邪魔になっていない	1	2	3	4	5	6
(7) 手指の洗浄・消毒が行われている	1	2	3	4	5	6
(8) 調理器具・食器などが衛生的に管理されている	1	2	3	4	5	6

問34 公募による新しい屋台（公募屋台）が営業を開始（平成29年4月）して概ね6年がたちました。あなたは、開始以降、屋台全体（公募屋台に限らない）の営業状況や雰囲気、客層などどのような変化を感じますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

	良くなった	どちらかといえは良くなった	変わらない	どちらかといえは悪くなった	悪くなった	わからない
(1) 店の雰囲気	1	2	3	4	5	6
(2) 入店のしやすさ	1	2	3	4	5	6
(3) メニューの多様性	1	2	3	4	5	6
(4) 会計の明朗さ	1	2	3	4	5	6
(5) 清潔感・食品衛生の確保	1	2	3	4	5	6
(6) ルールの遵守（営業時間、営業場所の清掃など）	1	2	3	4	5	6
(7) 店主・従業員の対応	1	2	3	4	5	6
(8) 外国人への対応	1	2	3	4	5	6
(9) 屋台による情報の発信（SNS、ホームページなど）	1	2	3	4	5	6

問35 「福岡市屋台基本条例」では、以下の「1」～「5」のような将来像を掲げています。これらの中であなたが期待することは何ですか。特にあてはまるものを2つまで選んでください。

- 1 市民、地域住民に理解され、愛される屋台
- 2 観光客に理解され、愛される屋台
- 3 観光資源として福岡市を広報することができる屋台
- 4 まちのにぎわいを創出し、まちの魅力を高める屋台
- 5 人々の交流の場を創出し、まちの魅力を高める屋台
- 6 期待することはない
- 7 わからない

問36 あなたは、屋台の将来像の達成のために、屋台営業者のどのような取り組みが重要だと思いますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

- 1 屋台の規格、営業時間や衛生面の決まりなどルールを守って営業すること
- 2 安全で安心な飲食サービスを提供し、利用者の信頼を確保すること
- 3 来店者への接客態度やおもてなしなど屋台の魅力を高める店づくり
- 4 地域との良好な関係づくりに努めること
- 5 その他（具体的に： _____）
- 6 わからない

問37 あなたは、屋台の将来像の実現のために、市（行政）はどのように取り組んでいくことが重要だと思いますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

- 1 市民や観光客に対する屋台基本条例の周知
- 2 営業ルールを守っているかなど、適正な屋台営業に関する情報発信
- 3 屋台の営業状況に対する指導や監視の徹底
- 4 市民や観光客に対する屋台の魅力に関する情報発信
- 5 その他（具体的に： _____)
- 6 わからない