

# バル街が参加店と開催地域に及ぼす持続的な効果の 検証：タウンページ・データの予備的分析

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2020-10-29 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 松下, 元則 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://fpu.repo.nii.ac.jp/records/30">https://fpu.repo.nii.ac.jp/records/30</a>

## [研究論文]

# バル街が参加店と開催地域に及ぼす持続的な効果の検証 —タウンページ・データの予備的分析—

松下 元則

## 1. はじめに

本稿の目的は、地域活性化を目指して開催される「食」のイベント（以下、「食による地域興しイベント」と表記）の先端事例である函館西部地区バル街（以下、バル街と表記）が、イベントに参加する飲食店（以下、参加店と表記）と開催地域に及ぼす持続的な効果の有無を検証することである。

北海道函館市発祥の飲み歩きイベントであるバル街は、「食による地域興しイベント」の先端事例である。バル街を直接あるいは間接的に模倣したイベントは、伊丹まちなかバル（開催地：兵庫県伊丹市）やカリアンナイト（同：愛知県刈谷市）、ながおかバル街（同：新潟県長岡市）、バルウォーク福岡（同：福岡県福岡市）、弘前バル街（同：青森県弘前市）など、日本各地で開催されている。それらのルーツであるバル街は、「食による地域興しイベント」の代表的な成功事例として評価されており、2017年度グッドデザイン賞と同ベスト100、同特別賞（地域づくり）<sup>1)</sup>、第41回サントリー地域文化賞<sup>2)</sup> などを受賞している。

バル街が開催される函館西部地区（以下、西部地区と表記）は、函館山の麓に広がる旧市街地である<sup>3)</sup>。2004年以降、毎年春と秋に各1日、バル街は開催されており、2019年9月に第32回が開催された。第1回には約400人だった参加者は、第11回（2009年4月）には4,000人を超えた。その後は、毎回4,000人以上が参加し、60軒以上の参加店には、1軒当たり平均約300人が、最も多い店には1,000人以上が来店する。バル街は、旧市街地に人の流れを呼び戻すことに成功しているのである。

バル街の参加者は、西部地区に点在する参加店をスペインのバル（BAR）に見立てて、5枚1綴りのチケットとバル街マップを使って、飲み歩きを楽しむ<sup>4)</sup>。A2サイズ・両面カラー印刷のバル街マップには、表面に西部地区の地図とチケットの使用方法などが、裏面に各参加店のアピール・コメントと営業時間、住所、電話番号などが掲載されている<sup>5)</sup>。各参加店では、チケット1枚と引き換えに、飲み物1杯とピンチョスと呼ばれる料理が提供される<sup>6)</sup>。

---

受付日 2020.5.21

受理日 2020.7.10

所属 経済学部

チケット1枚の価格は、前売券が700円、当日券が800円である<sup>7)</sup>。チケットの販売など、バル街の企画・運営は函館西部地区バル街実行委員会（以下、実行委員会と表記）が行っている。各参加店で回収されたチケットは実行委員会で精算され、チケット1枚あたり600円（還元金と呼ばれている）が実行委員会から参加店に支払われる<sup>8)</sup>。チケット1枚につき600円が参加店の売上になるので、開催当日の参加店1軒あたりの売上の平均は約18万円で、全参加店の売上の合計は1千万円以上になる。通常営業時よりも1日の売上が増えるので、バル街は参加店に経済的メリットをもたらしている<sup>9)</sup>。なお実行委員会は参加店から参加費を徴収していないので、チケット代金と還元金の差額（前売券：100円/枚、当日券：200円/枚）で、バル街は企画・運営されている<sup>10)</sup>。

開催当日に参加店と西部地区に効果をもたらしていることは明らかだけれども、バル街は春と秋に各1日しか開催されない。残りの363日には、どのような効果をもたらしているのだろうか。この疑問に関して、バル街の「開始前の15年間」と「開始後の15年間」の西部地区をめぐる言説を比較して、西部地区に対する地元住民の意識が、「景観問題と観光客の場所」から、「景観・町並み・建物を活かし、観光客だけでなく、自分たち（市民）も楽しむ場所」へと変化したことが明らかにされている（松下, 2019a）。バル街は「食」のイベントなので、地元住民の意識変化は西部地区の飲食店の経営に影響を及ぼしている可能性が高い。しかし先行研究では、バル街の運営の仕組みや開催当日の集客力に分析の焦点が当てられてきたので、参加店や西部地区に対する持続的な効果については、必ずしも十分には明らかにされてこなかった（松下, 2011；2013；2017；2019b；2019c；2020；角谷, 2015；2016；長・樋口, 2016；石原, 2016；2019；遊佐, 2017）。バル街は「食による地域興しイベント」の代表的な成功事例として評価され、直接あるいは間接的に模倣したイベントが日本各地で開催されているけれども、バル街が参加店や開催地域に及ぼす持続的な効果について十分な検証が行われてこなかったのである。

このような残された課題の一端を解決するために、本稿では「バル街は参加店と西部地区に持続的な効果をもたらしているのか」という問いの解明を試みる。具体的には、①参加店と非参加店の比較と、②西部地区と西部地区以外の地区の比較を通じて、バル街が参加店と西部地区にもたらす持続的な効果の有無を検証する。

## 2. データ・セット

### (1) タウンページ・データ

上記の問いを解明するために、NTT『タウンページ（函館市・渡島・松山地方版）』（以下、『タウンページ』と表記）の2003年版～2019年版を用いて、分析に使用するデータ・セットを作成した。

独自のデータ・セットを作成した理由は、既存のデータでは集計方法と観測頻度が異なるため、函館市内の各町の飲食店数の時系列変化を年単位で把握できないからである。例えば、飲

食店に関する代表的な統計データである、総務省統計局の「事業所・企業統計調査」と「経済センサス」では、5年周期で調査が実施されて、市区町村及び町丁・大字ごとに「宿泊業、飲食サービス業」の事業所数と従業者数が集計されている。『中小企業白書2019年版』において「開業率、廃業率の2つを軸に取り見てみると、宿泊業、飲食サービス業は開業率と廃業率の両方が高く、事業所の入れ替わりが頻繁に行われている」(p.69)と指摘されているように、飲食サービス業は新規参入と退出の多い「多産多死」の産業である。そのため宿泊業と合算された5年間隔のデータでは、西部地区の飲食店の変化を十分には把握できない<sup>11)</sup>。このような既存データの問題を克服し、各飲食店の開店や閉店などの営業状態の変化を、バル街の参加経験の有無と関連付けて分析するために、独自のデータ・セットを作成した。『タウンページ』を用いて独自のデータ・セットを作成することで、①参加店と非参加店の比較と②西部地区と西部地区以外の地区の比較を通じて、バル街が参加店と西部地区にもたらす持続的な効果の有無を検証することが可能になるのである。

表1には、『タウンページ』の各年版の情報掲載時点とバル街の開催日が示されている。同表からは、バル街の第1回が2004年2月16日に開催されたことと、バル街の開催が始まる直前の函館市内の飲食店の情報が『タウンページ』の2003年版に掲載されていたことが確認できる。バル街の開始前から直近までの期間を分析対象とするために、『タウンページ』の2003年版～2019年版からデータを収集した。

具体的なデータ・セットの作成手順は、次の通りである。まず、『タウンページ』の2003年版～2019年版より、函館市内の飲食店の情報が掲載されている全てのページのコピーを収集した。対象となる飲食店の業種は、居酒屋やレストランなど「グルメ（飲食関連）」の項に分類されている全ての業種である<sup>12)</sup>。なお、「グルメ（飲食関連）」の項を構成する業種名の1つである飲食店と、飲食サービス業全般を指す一般名称としての飲食店を区別する必要があるため、本稿では前者を「狭義の飲食店」、後者を「飲食店」と表記する。

次に、収集したコピーから分析に必要な情報と重複箇所を削除したうえで、函館市内の全飲食店のデータを入力した。入力項目は、店名と業種、電話番号、住所、掲載年度の5項目である。入力の対象期間は、2003年～2019年の17年間である。

最後に、入力された17年分のデータを突合して、各飲食店の情報の掲載期間を特定する作業を行った。例えば、「レストランA」の情報が2003年版と2004年版に掲載されていた場合には、同店の掲載期間は2003年～2004年になる。同様に、「レストランB」の情報が2004年版～2010年版に掲載されていた場合には、同店の掲載期間は2004年～2010年となる。このような名寄せ作業を、函館市内の全ての飲食店を対象に実施して、分析に使用するデータ・セット（タウンページ・データ）を作成した。

函館市内の全飲食店に関する、店名と業種、電話番号、住所、掲載期間（2003年～2019年の

該当期間)の5項目で、分析に使用したタウンページ・データ(以下、TPDと表記)は構成されている。『タウンページ』での情報の掲載状況に基づき、「掲載開始=開店」、「掲載継続=営業継続」、「掲載終了=閉店」として、各店の営業状態を推測した。

表1 『タウンページ』の情報掲載時点とバル街の開催日

タウンページ (T)	T:情報掲載時点 B:開催日	バル街 (B)	タウンページ (T)	T:情報掲載時点 B:開催日	バル街 (B)
2003年版	2003年3月11日	—	2012年版	2012年2月29日	—
—	2004年2月16日	第1回	—	2012年4月22日	第17回
2004年版	2004年2月27日	—	—	2012年9月7日	第18回
—	2004年10月15日	第2回	2013年版	2013年2月27日	—
2005年版	2005年3月1日	—	—	2013年4月19日	第19回
—	2005年3月9日	第3回	—	2013年9月8日	第20回
—	2005年9月27日	第4回	2014年版	2014年3月6日	—
2006年版	2006年3月1日	—	—	2014年4月20日	第21回
—	2006年4月16日	第5回	—	2014年9月5日	第22回
—	2006年9月12日	第6回	2015年版	2015年3月5日	—
2007年版	2007年3月1日	—	—	2015年4月19日	第23回
—	2007年4月24日	第7回	—	2015年9月4日	第24回
—	2007年9月9日	第8回	—	2016年4月22日	第25回
2008年版	2008年2月27日	—	2016年版	2016年4月27日	—
—	2008年4月18日	第9回	—	2016年9月4日	第26回
—	2008年9月7日	第10回	—	2017年4月21日	第27回
2009年版	2009年3月2日	—	2017年版	2017年4月24日	—
—	2009年4月19日	第11回	—	2017年9月10日	第28回
—	2009年9月11日	第12回	2018年版	2018年4月5日	—
2010年版	2010年3月1日	—	—	2018年4月22日	第29回
—	2010年4月23日	第13回	—	2018年9月2日	第30回
—	2010年9月12日	第14回	2019年版	2019年4月4日	—
2011年版	2011年2月28日	—	—	2019年4月19日	第31回
—	2011年4月17日	第15回	—	2019年9月1日	第32回
—	2011年9月9日	第16回			

出所:『タウンページ(函館市・渡島・桧山地方版)』2003年版～2019年版と『函館西部地区バル街マップ』Vol.1～Vol.32より作成。

## (2) TPD分析の特徴と限界

TPDの分析には、以下の3つの特徴がある。

- ・特徴①:『タウンページ』に情報が掲載されていない飲食店は、分析対象に含まれない。
- ・特徴②:営業を継続していても、『タウンページ』に情報が掲載されなくなると、「閉店」として処理される。
- ・特徴③:TPDは、打ち切りデータを含む生存時間データである。

それぞれの特徴について、簡単に確認しておこう。まず特徴①に関して、スマートフォンと

グルメ関連のウェブサイトの普及などにより、『タウンページ』に情報を掲載する飲食店が減少している。函館市内の全ての飲食店の情報が掲載されているわけではないので、分析対象は『タウンページ』に情報が掲載された飲食店に限定される。インターネットやスマートフォンなどの普及後も、従来通り『タウンページ』に情報を掲載し続けた保守的な行動パターンの飲食店に、分析対象が限定される可能性がある。

次に特徴②に関して、TPDでは『タウンページ』に情報が掲載されているか否かによって、対象となる飲食店の営業状態を推測しているため、営業継続率を実態よりも低めに捉える傾向がある。営業を継続しているのに情報掲載を中止する飲食店は存在するけれども、閉店したのに情報掲載を継続する飲食店は存在しないためである。

最後に特徴③に関して、TPDは2003年～2019年の各飲食店の営業状態（開店、営業継続、閉店）を示す生存時間データである。期間中に開店と閉店の両方を経験した飲食店については、開店から閉店までの営業年数を正確に把握できる。しかし、2003年より前に開店した飲食店と2019年以降も営業を継続している飲食店に関しては、実際の営業年数よりも短い年数しか把握できない。生存時間分析（survival time analysis）では、前者を左側打ち切り（left-censoring）、後者を右側打ち切り（right-censoring）と呼ぶ。例えば、西部地区の老舗レストランである五島軒は1879年に開店し、2020年時点でも営業を継続しているため、実際の営業年数は140年以上である。しかし、TPDの対象期間は2003年～2019年なので、左側打ち切りと右側打ち切りの影響を受け、TPDで把握される五島軒の営業年数は17年間となる。打ち切りが生じる場合には、実際よりも短い年数しか把握することができないので、「一般的な方法で扱ってしまうと、バイアスのかかった区間推定をし、重要な情報を無視することになる」（グリム&ヤーノルド, 2016）。本稿では、打ち切りデータを含む生存時間データを分析するために、生存時間分析で用いられるログランク検定（log-rank test）を行った。

### 3. 分析結果

TPDの分析結果を、（1）既存店と新規店の比較、（2）参加経験店と非参加店の比較、（3）西部地区と西部地区以外の比較、の順に確認する。データの分析には、IBM SPSS Statics 23を用いた。

以降の議論では、営業開始の時期とバル街への参加経験の有無によって、西部地区の飲食店を、既存店と新規店、参加経験店と非参加店に分類して、それぞれ比較する<sup>13)</sup>。既存店は2003年に営業していた西部地区の飲食店を、新規店は2004年以後に営業を開始した西部地区の飲食店を指している。参加経験店はバル街に参加した経験のある西部地区の飲食店を、非参加店はバル街に参加した経験のない西部地区の飲食店を指している。

### (1) 既存店と新規店の比較

既存店と新規店で、営業年数とバル街への参加経験がどのように異なっていたのかを検討する。営業開始時期で分類する理由は、バル街の開始前から営業していた既存店と、バル街の開始後に営業を開始した新規店の違いに注目して分析を行うためである<sup>14)</sup>。2003年～2019年の間に営業経験のある西部地区の飲食店は288軒であり、その内訳は既存店が176軒、新規店が112軒であった<sup>15)</sup>。

①**営業年数**：営業年数は、2003年～2019年の間に営業していた年数を表している。表2には、営業開始時期と営業年数のクロス集計の結果が示されている。 $\chi^2$ 検定の結果、既存店と新規店の間には、営業年数に有意な差が認められた ( $\chi^2(2, N=288) = 33.52, p < .01$ )。営業年数が「5年未満」の比率は新規店の方が高く、営業年数が「10年以上」の比率は既存店の方が高かった。新規店よりも既存店の方が営業年数は長いことが確認された。

以上の点は直観に反さないけれども、以下の点は「多産多死」の飲食サービス業において、バル街の効果を示唆するものであった。まず、営業年数が「5年未満」の新規店が54軒であったことから、半数以上の新規店が「5年以上」、営業を継続していたことが確認された。次に、営業年数が「10年以上」の既存店は109軒であったことから、既存店の6割以上が「10年以上」営業を継続していたことが確認された。

表2 営業開始時期と営業年数のクロス集計

		5年未満	10年未満	10年以上	合計
既存店	度数	36	31	109	176
	%	12.5%	10.8%	37.8%	61.1%
新規店	度数	54	26	32	112
	%	18.8%	9.0%	11.1%	38.9%
合計	度数	90	57	141	288
	%	31.3%	19.8%	49.0%	100.0%

$$\chi^2(2, N=288) = 33.52, p < .01$$

②**バル街の参加経験**：表3には、営業開始時期とバル街参加経験のクロス集計の結果が示されている。 $\chi^2$ 検定の結果、既存店と新規店の間には、バル街の参加経験に有意な差が認められた ( $\chi^2(1, N = 288) = 15.02, p < .01$ )。既存店では非参加店の比率が高く、新規店では参加経験店と非参加店の比率がほぼ等しかった。既存店よりも新規店の方が、参加経験店の比率が高いことが確認された。

表3 営業開始時期とバル街参加経験のクロス集計

		参加経験店	非参加店	合計
既存店	度数	47	129	176
	%	16.3%	44.8%	61.1%
新規店	度数	55	57	112
	%	19.1%	19.8%	38.9%
合計	度数	102	186	288
	%	35.4%	64.6%	100.0%

$$\chi^2(1, N = 288) = 15.02, p < .01$$

以上の分析結果を要約すると、次のようになる。

- ・2003年から2019年までの17年間に、西部地区の飲食店では、新規店の約半数が5年以上、既存店の6割が10年以上、営業を継続していた。
- ・既存店よりも新規店の方が、参加経験店の比率が高かった。

## (2) 参加経験店と非参加店の比較

参加経験店の比率が異なるので、既存店と新規店を分けてクロス集計とログランク検定を行い、それぞれについて参加経験店と非参加店の営業年数に違いがあるかどうかを検討する。

①クロス集計：表4は、既存店のバル街参加経験と営業年数のクロス集計の結果である。既存店176軒のうち、参加経験店は47軒、非参加店は129軒だった。 $\chi^2$ 検定の結果、参加経験店と非参加店の間には、営業年数に有意な差が認められた ( $\chi^2(3, N = 176) = 9.23, p < .05$ )。非参加店では営業年数が「3年未満」の比率が高く、参加経験店では営業年数が「10年以上」の比率が高かった。既存店については、参加経験店の方が非参加店よりも、営業年数が長いことが確認された。

新規店についても、同様のクロス集計と $\chi^2$ 検定を行ったところ、参加経験店と非参加店の間に有意な差が認められなかった ( $\chi^2(3, N = 112) = 0.18, n.s.$ )。新規店については、バル街の参加経験の有無によって営業年数に差はないことが確認された。

表4 既存店のバル街参加経験と営業年数のクロス集計

		3年未満	5年未満	10年未満	10年以上	合計
参加経験店	度数	1	2	8	36	47
	%	0.6%	1.1%	4.5%	20.5%	26.7%
非参加店	度数	24	9	23	73	129
	%	13.6%	5.1%	13.1%	41.5%	73.3%
合計	度数	25	11	31	109	176
	%	14.2%	6.3%	17.6%	61.9%	100.0%

$$\chi^2(3, N = 176) = 9.23, p < .05$$

②**ログランク検定**：ログランク検定（log-rank test）は、TPDのような打ち切りデータを含む生存時間データを分析して、複数の生存率曲線に有意な差があるかどうかを検定する方法である（赤澤・柳川, 2010）。参加経験店と非参加店の営業継続率（生存率）に差があるかどうかを検討するために、既存店と新規店、西部地区の全飲食店（既存店+新規店）について、それぞれログランク検定を行った。分析の結果、それぞれの $p$ 値は0.21と0.41、0.29で、参加経験店と非参加店の営業継続率に、統計的に有意な差は認められなかった。参加経験店と非参加店の営業年数に差はないことが明らかになったのである。

以上の分析結果を要約すると、次のようになる。

- ・クロス集計の結果から、既存店に関しては非参加店よりも参加経験店の営業年数が長かったけれども、新規店に関しては差がなかった。
- ・ログランク検定の結果から、参加経験店と非参加店の営業年数に差はないことが確認された。

### (3) 西部地区と西部地区以外の比較

これまでの分析結果は西部地区の飲食店全般を対象にしたものであったけれども、ここでは業種をレストランに絞り、対象地域を函館市内全域に拡大して、西部地区の特徴を検討する。西部地区の特徴を明らかにするために、函館市を西部地区と西部地区以外の地区に分けてクロス集計とログランク検定を行い、新規店の比率と営業年数を比較する<sup>16)</sup>。

①**クロス集計**：表5は、レストランの地区と営業開始時期のクロス集計の結果である。2003年～2019年の間に営業経験のある西部地区と西部地区以外のレストランは、それぞれ39軒と124軒だった<sup>17)</sup>。 $\chi^2$ 検定の結果、西部地区と西部地区以外では、各地区のレストランの新規店の比率に有意な差が認められた（ $\chi^2(1, N = 163) = 4.33, p < .05$ ）。バル街開始後に出店した新規店が、西部地区では1/3を占めていたのに対して、西部地区以外では半数以上を占めていた。西部地区のレストランでは既存店の比率が高いのに対して、西部地区以外のレストランでは新規店の比率が高いことが確認された。

表5：レストランの地区と営業開始時期のクロス集計

		既存店	新規店	合計
西部地区	度数	26	13	39
	%	16.0%	8.0%	23.9%
西部地区以外	度数	59	65	124
	%	36.2%	39.9%	76.1%
合計	度数	85	78	163
	%	52.1%	47.9%	100.0%

$$\chi^2(1, N = 163) = 4.33, p < .05$$

②ログランク検定：ログランク検定の結果、西部地区と西部地区以外のレストランの営業継続率には、統計的に有意な差が認められた ( $p < .04$ )。図1からは、西部地区以外よりも西部地区の方が、レストランの営業継続率は高いことが確認できる。西部地区以外よりも西部地区の方が、レストランの営業年数は長いことが明らかになったのである。

以上の分析結果を要約すると、次のようになる。

- ・新規店の比率は、西部地区以外よりも西部地区のレストランの方が低かった。
- ・営業年数は、西部地区以外よりも西部地区のレストランの方が長かった。

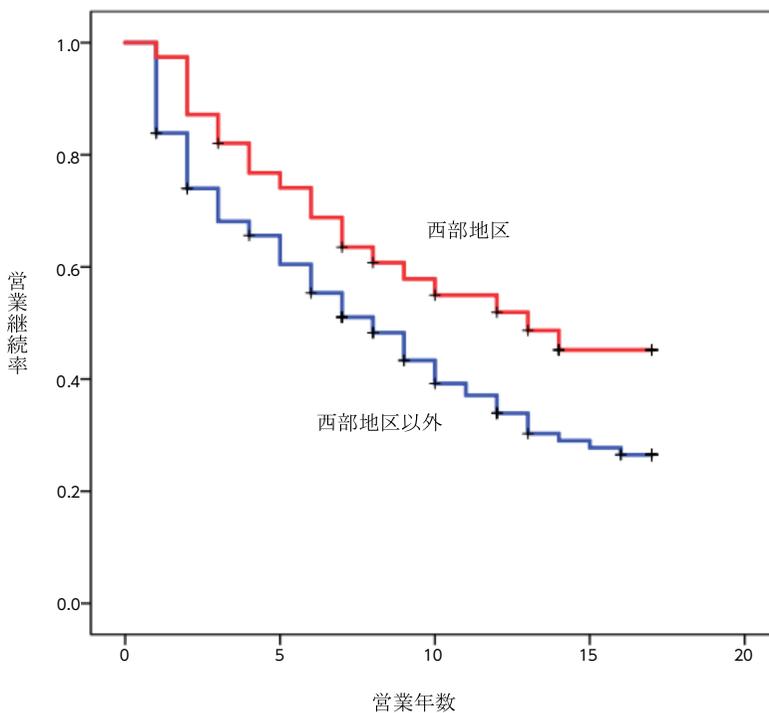


図1 レストランの地区別の営業継続率

## 4. 考察

### (1) 既存店と新規店のバル街に対する意識の違い

バル街に1度でも参加したことのある参加経験店の比率が既存店と新規店で異なっていたことは、両者のバル街に対する意識が異なっていた可能性を示唆している。既存店では非参加店の方が多かったのに対して、新規店では約半数が参加経験店であった。既存店よりも新規店の方が、参加経験店の比率が高かったことから、バル街開始後に営業を開始した新規店の方が、バル街開始前から営業を行っている既存店よりも、バル街への参加に積極的だった可能性が示唆された<sup>18)</sup>。

### (2) 参加経験店と非参加店の営業年数の違い

既存店のクロス集計の結果からは、参加経験店の方が非参加店よりも営業年数は長いことが確認された。しかしログランク検定の結果からは、参加経験店と非参加店の営業年数に統計的に有意な差は認められなかった。バル街に1度でも参加したことのある西部地区の飲食店と、1度も参加したことのない西部地区の飲食店の間で、営業年数に差はないことが明らかになった。バル街への参加経験の有無では、西部地区の飲食店の営業年数の差を説明できなかったのである。以上より、バル街は参加店の経営に持続的な効果をもたらしていない可能性が示唆された<sup>19)</sup>。

### (3) 西部地区と西部地区以外の違い

西部地区のレストランと西部地区以外のレストランを比較した結果、西部地区の方が新規店の比率は低く、営業年数が長かった。これら2つの特徴からは、西部地区は西部地区以外よりも、レストランの営業を継続しやすい環境であった可能性が示唆される。

「業界の構造分析」のフレームワークを用いて、西部地区のレストランを取り巻く環境について検討してみよう。「業界の構造分析」では、5つの競争要因に注目して、その業界の儲かる可能性（以下、利益ポテンシャルと表記）が明らかにされる。①既存企業間の対抗度と②新規参入の脅威、③買い手の交渉力、④供給業者（売り手）の交渉力、⑤代替品の脅威からなる競争要因が強いほど、その業界の利益ポテンシャルは低下する（Porter, 1980；沼上, 2008）。

営業年数の長さは①既存企業間の対抗度と、新規店の比率は②新規参入の脅威と対応している。営業年数が長いということは、競争が激しくなく、①既存企業間の対抗度が弱い可能性を示している。新規店の比率が高いということは、新規参入が多く、②新規参入の脅威が大きい可能性を示している。①既存企業間の対抗度が弱いと利益ポテンシャルは上がり、②新規参入の脅威が大きいと利益ポテンシャルは下がる。

西部地区の方が営業年数は長く、新規店の比率が低かったことから、西部地区のレストランを取り巻く環境は、①既存企業間の対抗度が弱く、②新規参入の脅威が小さかった。どちらも利益ポテンシャルを高めるので、西部地区のレストランの利益ポテンシャルは、西部地区以外のレストランよりも高かったと判断される。

以上より、西部地区は西部地区以外よりも利益ポテンシャルが高いため、レストランの営業を継続しやすい環境であった可能性が示唆される。このような環境の違いは、バル街の開催の有無だけで説明することはできないけれども、バル街が持続的な効果をもたらしていた可能性を否定することもできないだろう。

## 5. おわりに

バル街への参加経験の有無に注目してTPDを分析した結果、以下の3つの発見事実と示唆を得た。

第1に、バル街開始前から営業していた既存店よりも、バル街開始後に営業を始めた新規店の方が、参加経験店の比率は高かった。このことから、既存店よりも新規店の方が、バル街への参加に積極的であった可能性が示唆された。

第2に、参加経験店と非参加店の営業年数には差がなかった。バル街への参加経験の有無で、西部地区の飲食店の営業年数の差を説明することはできなかった。このことから、バル街は参加店の経営に持続的な効果をもたらしていない可能性が示唆された。参加店に対する持続的な効果の存在は、確認されなかったのである。

第3に、西部地区以外よりも西部地区のレストランの方が、営業年数は長く、新規店の比率が低かった。このことから、西部地区は西部地区以外よりも、レストランの営業を継続しやすい環境であった可能性が示唆された。西部地区に対する持続的な効果が存在する可能性は、否定されなかったのである。

以上、TPD分析の結果からは、「バル街は参加店と西部地区に持続的な効果をもたらしているのか」という問いに対して、「参加店に対する持続的な効果の存在は確認されなかったけれども、西部地区に対する持続的な効果が存在する可能性は否定されなかった」と結論づけることができる。

最後に、今後の課題について述べておきたい。今回のTPD分析では、参加経験店と非参加店の営業年数に有意な差は確認されなかったけれども、複数の参加店経営者がバル街の持続的な効果を実感していることが、筆者の聞き取り調査で確認されている。例えば、バル街に継続的に参加してきた飲食店の経営者は、「バル街当日の来店者数は通常の数十倍になるため、通常と同じ方法でサービスを提供しては間に合わない。当日のサービス提供方法だけでなく、食材調達から後片付けまでの全オペレーションを、毎回、見直している。その結果、通常のオペレーションの効率が改善し、捻出された時間を使って、通常営業時のサービスの質を高めることができている」という趣旨のことを述べている<sup>20)</sup>。バル街に参加することで通常営業時のオペレーションの効率やサービスの質が改善するなどの持続的な効果の存在を、参加店の経営者は実感しているのである。本稿では参加経験の有無に分析の焦点を当てたため、継続的な参

加に基づく学習によって生じる持続的な効果については検証していない。この点の検証を今後の課題としたい。

## 謝辞

函館西部地区バル街実行委員会には、バル街に関する調査にご協力いただいた。本稿の審査過程では、匿名の査読者から貴重なコメントをいただいた。ここに記して感謝したい。ただし本稿の誤り・不備の責任は筆者に帰すものである。なお本研究は、公益財団法人江頭ホスピタリティ事業振興財団の助成を受けたものである。

## 注

- 1) グッドデザイン賞の審査委員会は、「バル街ほど、全国に広まった食による地域興しイベントはないのではないだろうか。ルーツとなる函館では、すでに今年で14年目、28回の開催。函館ではそれがすべて、行政による補助金や助成金を受けずに行われているイベントだというのだから恐れ入る。…(中略)…しかも全国各地からの視察に対応し、他地域での開催に関しては無償でノウハウを提供している。その活動に敬意を表して、ベスト100受賞となった」と評価している(グッドデザイン賞HP, <http://www.g-ark.org/award/describe/46066>, 2018年12月27日閲覧)。
- 2) サントリー地域文化賞の受賞理由は、「全国で開催されるバルイベントを日本で初めて実施し、見知らぬ市民同士が言葉を交わす“街角での社交”を創出。市民が街の魅力を再発見することに貢献した点が高く評価された」というものである(サントリー・ニュースリリース, <https://www.suntory.co.jp/news/article/13544-2.html#hokkaido>, 2019年9月29日閲覧)。
- 3) 西部地区の範囲には2通りの定義がある。広義の西部地区は、函館山山麓とベイ・エリア、函館駅前地区を指す。狭義の西部地区は、函館山山麓とベイ・エリアに含まれている、都市景観形成地域に指定された7町(船見町と弥生町、弁天町、大町、末広町、元町、豊川町)を指す。バル街を企画・運営している函館西部地区バル街実行委員会は、広義の西部地区から函館駅前地区を除いた15町(入舟町、船見町、弥生町、弁天町、大町、末広町、元町、宝来町、豊川町、青柳町、谷地頭町、住吉町、東川町、栄町、大手町)を、バル街の開催エリアとして考えている。バル街の効果を検証する本研究では、バル街の開催エリアである15町を西部地区として、データの整理・分析を行った。以降の議論では、断りがない限り、西部地区は15町を指している。
- 4) 参加者は約5軒の参加店を巡る。ただし訪問軒数には個人差があり、なかには20軒以上の参加店を巡る人もいる。当日、使いきれなかったチケットは、「あとバル」で使用できる。参加店の約4割の「あとバル協力店」では、バル街の翌日から6日間、バル街チケットを金券として支払いに使用できたり、チケット1枚で特定のメニューの提供を受けることができる。チケットの使用条件は各参加店で異なるけれども、試行錯誤を経て現在では、金券として使用する場合は当日券・前売券とも1枚700円換算と決められており、バル街マップに明記されている。
- 5) バル街マップの詳細は、松下(2019c)を参照のこと。
- 6) 飲み物には、ワインなどのアルコール飲料の他に、ウーロン茶やジュース、コーヒー、日本茶などのノンアルコール飲料も含まれる。ピンチョスは、スペイン発祥のフィンガーフードである。バル街には西部地区の様々な飲食店が参加するので、バル街で提供されるピンチョスの調理法は、スペイン料理の他に、日本料理やフランス料理、中国料理など、各参加店によって異なる。ピンチョスの内容は参加店によって異なるけれども、趣向を凝らした料理を、1口あるいは2~3口で食べられる分量ずつ「盛り合わせ」で提供されたり、数種類のなかから参加者が選択できることが多い。

- 7) チケットの種類は、前売券(5枚1綴り 3,500円)と当日券(5枚1綴り 4,000円)、端数チケット(1枚 800円)の3種類がある。前売券か当日券を購入するとバル街マップが提供され、前売券または当日券の台紙を提示すると端数チケットを購入することが可能になる。前売券も当日券も購入せずに、端数チケットだけを購入することはできない。前売券の販売は、参加店と実行委員会、プレイガイド、ローソン宝来町店、協力店、インターネットで行われている。当日券と端数チケットの販売は、開催当日に実行委員会が開設する総合受付(バル街i)でのみ行われている。
- 8) 第12回からチケットは値上げされて(値上げ額:5枚1綴りの前売券と当日券は各500円、端数チケットは100円)、還元金はチケット1枚あたり500円から600円に増額された。
- 9) 例外として、来店者数が参加店平均よりも多いにもかかわらず、バル街営業時より通常営業時の売上の方が多参加店も、ごく少数だが存在する。このような参加店では、開催当日の経済的なメリットは小さい(もしくは存在しない)。
- 10) 例えば、チケットやバル街マップの制作・印刷の費用は、この差額から支払われている。参加店から参加費を徴収せず、チケット使用率(開催当日+あとバル)が毎回99%から100%の間で推移しており(e.g. 第29回と第30回は99.9%)、行政や企業の補助金等も使用していないので、チケット代金と還元金の差額でバル街は企画・運営されている。バル街の運営とカネの流れについては、松下(2013)を参照のこと。
- 11) 『中小企業白書 2017年版』(p.31)によれば、2015年度の「宿泊業、飲食サービス業」の開業率は9.7%(5.2%)、廃業率は6.4%(3.8%)で、いずれも全業種の中で最も高い値を示していた(カッコ内の値は全業種の平均値)。
- 12) 例えば、『タウンページ』2019年版の「グルメ(飲食関連)」の項を構成する業種名(五十音順)は以下の通りである。アイスクリーム、居酒屋、イタリア料理店、飲食店、インド料理店、うどん・そば店、うなぎ料理店、お好み焼店、お茶漬・おにぎり店、おでん料理店、懐石料理店、割ぼう・料亭、かに料理店、カフェ、カラオケ喫茶、カレーハウス、韓国料理店、甘味処、喫茶店、喫茶店(インターネットカフェ)、喫茶店(コーヒー専門店)、喫茶店(紅茶専門店)、餃子・しゅうまい店、郷土料理店、串揚げ・串かつ料理店、小料理店、魚料理店、しゃぶしゃぶ料理店、食堂、ジンギスカン料理店、すきやき料理店、すし店、すし店(回転寿司)、すし店(宅配専門)、すし店(持ち帰り)、ステーキハウス、スナック、スペイン料理店、たい焼店、宅配(飲食)、たこ焼店、ちゃんぽん店、中華料理店、中国料理店、てんぷら料理店、とんかつ店、日本料理店、バー・クラブ、パスタ店、パブ・ピストロ、ビアホール、ピザハウス、ファストフード、ふぐ料理店、フランス料理店、弁当(持ち帰り)、弁当・仕出し、もつ鍋店、もんじゃ焼店、焼鳥店、焼肉・ホルモン料理店、ラーメン店、料理・仕出し、レストラン、レストラン(各国料理店)、レストラン(ファミリーレストラン)、ろばた焼。これら全ての業種をデータ収集の対象とした。なお、『タウンページ』の「グルメ(飲食関連)」の項に情報が掲載されていない、ホテル内のレストランやバー等はデータ収集の対象に含まれない。
- 13) 西部地区の飲食店に関する分析では、バル街の参加店が含まれない以下の業種を対象から除いた。アイスクリーム、すし店(回転寿司)、スナック、宅配(飲食)、ファストフード、弁当(持ち帰り)、弁当・仕出し、レストラン(ファミリーレストラン)。
- 14) 既存店の生存時間データは左側打ち切りと右側打ち切りの影響を、新規店の生存時間データは右側打ち切りの影響を受けている。
- 15) 2003年~2019年の間に1度でも『タウンページ』に情報が掲載された西部地区の飲食店は288軒あり、そのなかで2003年に営業をしていた既存店は176軒、2004年以後に営業を開始した新規店は112軒であった。ただし、バル街の参加店が含まれていない、次の業種の飲食店は除外した。除外した業種は、アイスクリーム、すし店(回転寿司)、スナック、宅配(飲食)、ファストフード、弁当(持ち帰り)、弁当・仕出し、レストラン(ファミリーレストラン)である。

- 16) 対象業種をレストランに絞る理由は、全業種を対象とするとデータ件数とそれに伴う名寄せ作業が膨大になるので特定の業種に絞る必要があったことと、本研究の目的に最も適合する業種がレストランだったからである。2003年～2019年の17年間に西部地区で営業経験のある飲食店の業種は、「狭義の飲食店」と喫茶店、レストランの3つが多く、そのなかで参加経験店が最も多い業種はレストランであった。既述の通り「狭義の飲食店」は、『タウンページ』の「グルメ（飲食関連）」の項を構成する業種名の1つである飲食店を指している。
- 17) 2003年～2019年の間に1度でも『タウンページ』に情報が掲載されたレストランは、西部地区に39軒、西部地区以外に124軒あった。
- 18) 例えば、顧客認知度の低い新規店の方がバル街に参加するメリットが大きかった可能性や、バル街開始後に営業を開始した新規店の方がバル街に対して肯定的な評価をしている経営者の比率が高いなどの可能性が考えられる。前者について、自店の存在を広く周知したいと考えている新規店の経営者が、4,000人以上の参加者が集まるバル街を魅力的なプロモーションの機会と捉えることは十分にあり得るだろう。後者について、バル街開始前に営業を開始した既存店の経営者の方が、バル街開始後に新店を出店した新規店の経営者よりも、バル街に参加するメリットや必要性を感じていない人の比率が高く、バル街に無関心あるいは否定的な評価をしている経営者の比率が高い可能性がある。自店の経営のことだけを考えれば、既に十分な顧客認知度や常連客（リピーター）を獲得している既存店の経営者が、バル街に参加する必要性やメリットを感じなくても不思議ではないだろう。
- 19) ただし、TPDで分析可能な参加経験店は、参加経験店全体の約半数である点に注意が必要である。
- 20) 参加店経営者 A氏（2016年9月28日）：インタビュー。他にも複数の参加店経営者が、同様の効果を実感していることが、筆者の聞き取り調査で確認されている。

## 参考文献

- 赤澤宏平・柳川堯『サバイバルデータの解析：生存時間とイベントヒストリデータ』2010, 近代科学社.
- 綾野昌幸「自分の店がイベント舞台：バル」長坂泰之編『100円商店街・バル・まちゼミ：お店が儲かるまちづくり』学芸出版社, 2012.
- 石原肇「伊丹まちなかバルにみるガイドマップの変遷」『地域活性学会研究大会論文集』8, 2016, pp.355-358.
- 石原肇「中心市街地活性化基本計画の設定区域とバルイベントの実施範囲との比較：兵庫県を事例として」『大阪産業大学人間環境論集』18, 2019, pp.1-29.
- グリム, L.G. & ヤーノルド, P.R. (小杉考司監訳)『研究論文を読み解くための多変量解析入門 応用篇：SEMから生存分析まで』2016, 北大路書房.
- 気仙沼バル実行委員会中小企業診断士チーム編『企業内診断士、被災地での挑戦』同友館, 2014.
- ジュディス・D. シンガー&ジョン・B. ウィレット (菅原ますみ監訳)『縦断データの分析 II: イベント生起のモデリング』2014, 朝倉書店.
- 角谷嘉則「商店街におけるコーディネーションの分析：飲食店の増加とバル街による変化」『流通』36, 2015, pp.31-45.
- 角谷嘉則「函館西部地区バル街から伊丹まちなかバルへの情報提供とその経路」『流通研究』19 (1), 2016, pp.67-82.
- 中小企業庁編『中小企業白書 2017年版』2017.
- 中小企業庁編『中小企業白書 2019年版』2019.
- 長聡子・樋口秀「『ながおかバル街』によるまちの賑わい創出：来店機会創出イベントの効果と課題」『日本建築学会計画系論文集』81 (723), 2016, pp.1145-1152.

- 長坂泰之編『100円商店街・バル・まちゼミ：お店が儲かるまちづくり』学芸出版社，2012.
- 西秀記「地域の元気インタビュー（第14回）：あおもりバル街の実施による地域活性化」『月刊れちおん青森』36（426），2014，pp.20-23.
- 沼上幹『新版わかりやすいマーケティング戦略』有斐閣，2008.
- 深谷宏治『料理人にできること：美食の聖地サンセバスチャンからの伝言』柴田書店，2019.
- Porter, Michael E, *Competitive Strategy*, Free Press, 1980. (土岐・中辻・服部訳『競争の戦略』ダイヤモンド社，1982.)
- 松下元則「函館西部地区バル街の集客メカニズム」『食生活科学・文化及び環境に関する研究助成研究紀要』24, 2011, pp.191-199.
- 松下元則「函館西部地区バル街の概観：歩み・参加者行動・仕組み」『福井県立大学論集』41, 2013, pp.87-112.
- 松下元則「函館西部地区バル街の定着過程における新聞記事の役割：北海道新聞は地域イノベーションをどのように伝えてきたのか」『福井県立大学経済経営研究』37, 2017, pp.15-34.
- 松下元則「函館西部地区をめぐる言説の変化：バル街の開始前の15年間と開始後の15年間の比較」『福井県立大学経済経営研究』40, 2019a, pp.19-34.
- 松下元則「バル街をめぐる言説のテキストマイニング分析：言説の内容と数の変化」『福井県立大学論集』52, 2019b, pp.37-57.
- 松下元則「函館西部地区バル街の参加店コメントのテキストマイニング分析：参加店が参加者に向けて発するメッセージの変化」『福井県立大学経済経営研究』41, 2019c, pp.13-36.
- 松下元則「バル街参加店の集客力と参加店コメントの関係：函館西部地区バル街の参加店コメントのテキストマイニング分析（Ⅱ）」『福井県立大学経済経営研究』42, 2020, pp.19-39.
- 山本勲『実証分析のための計量経済学』2015, 中央経済社.
- 遊佐順和「地域資源活用による地域力の創出に関する研究：函館西部地区バル街を事例として」『地域研究』58A（101），2017，pp.1-14.

