

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 4 月 2 日現在

機関番号：12501

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2011～2013

課題番号：23760564

研究課題名(和文)低炭素型都市づくりに向けた地産地消の持続可能性に関する研究

研究課題名(英文)A Study on the Sustainability of Local Production for Local Consumption for Low-carbon city

研究代表者

郭 東潤 (KWAK, DONGYUN)

千葉大学・工学(系)研究科(研究院)・助教

研究者番号：10375610

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,300,000円、(間接経費) 690,000円

研究成果の概要(和文)：近年、低炭素社会の実現に向けた具体的な取組みが注目される中、「地産地消」は環境負荷低減ならびに地域産業の振興策の一つともいえる。本研究の目的は、1)生活に根ざした地産地消を対象に環境負荷低減の観点から基本構造を解明すること、2)デザイン可視化に焦点をあて、地産地消がつくり出す空間の構造を体系化することである。

その結果、次のような成果が得られた。1)ニューヨーク市(アメリカ)、アムステルダム市(オランダ)、ソウル市(韓国)、上海市(中国)、台北市(台湾)の地産地消に係る制度と運用実態を明らかにした。2)千葉市内の朝市の調査を通して地産地消が生み出す賑わいの実態と市民意識を明らかにした。

研究成果の概要(英文)：Recently, "local production for local consumption" can say one of the plans of the environmental load reduction and local industry promotion for the realization of the low-carbon society. The purpose of this research is, 1) to consider basic concepts of the local production for local consumption from the viewpoint of environmental load reduction, 2) to organize spatial structure of the local production for local consumption by design visualization.

The results are the followings: 1) Clarified a system and the operative actual situation to affect local production for local consumption: 4markets of New York, 6markets of Amsterdam, 12 markets of Taipei, Taiwan, 4 markets of Shanghai, and 13 markets of Seoul, Korea.

2) Clarified the actual situation and consciousness of the local production for local consumption through morning markets in Chiba.

研究分野：建築学

科研費の分科・細目：都市計画・建築計画

キーワード：地産地消 公共空間 低炭素社会 地域再生 賑わい 市場 空間デザイン 可視化

科学研究費助成事業 研究成果報告書

1. 研究開始当初の背景

人口減少・少子高齢化、経済社会文化的な変動や環境の制約等に対応できる持続可能な循環型社会への転換が求められている。近年、欧米先進国では環境に配慮した低炭素都市づくりの実現に向けた取り組みとともに、歴史文化や地域性を継承しながら異なった地域再生シナリオが展開されている。

特にいち早く「地産地消」の概念を取り入れたイタリアの「スローフード」やアメリカの Community Supported Agriculture は、単に食の問題や流通システムにとどまらず、地域のコミュニティ再生手法として注目をあつめている。さらに、公共空間（道路、街路、公園など）や歴史的な文化と一体化したデザイン手法を構築し、地域再生にも大きな効果を上げている。

一方、日本をはじめとする東アジア諸国は、伝統的に在来品種や伝統野菜の生産を行うなど地産地消が一般的であった。これは欧米以上の歴史を持っており、経済発展と社会制度、生活様式の変化といった近代的影響によって、その運用形態も変容してきた。また、コミュニティを支える役割や、生活空間の一部と一体化した展開によってアジア的な都市景観を形成している。

近年、国土交通省は平成11年より都市再生や地域活動の円滑化のため、公共空間の潜在的活用について「社会実験」等の位置付けで緩和し、奨励している。また、農林水産省も平成17年に地産地消推進行動計画を決定し、地域における地産地消の実践的な計画策定を促すなど、自治体もこれらを契機に多様な地域再生に取り組んでいる。

2. 研究の目的

本研究の目的は、生活に根ざした地産地消を対象に環境負荷低減の観点から基本構造を解明し理論化することである。また、デザイン可視化に焦点をあて、地産地消が作り出す空間の構造を体系化することである。

3. 研究の方法

研究期間中はニューヨーク市（アメリカ）、アムステルダム市（オランダ）、ソウル市（韓国）、台北市（台湾）、上海市（中国）、千葉市（日本）を対象に次の2点を目的に進められた。

- (1) 公共空間にかかわる都市計画の背景・状況などを明らし、公共空間が生活空間やコミュニティ空間として機能する物的条件と、空間的な利用形態の分析し類型化を試みる。
- (2) 公共空間と地産地消が融合できるデザイン的條件や運用ルールを抽出する。

4. 研究成果

4.1 ニューヨーク市

ニューヨーク市では、街路空間の積極的な利用の一つとしてカフェを奨励している。このカフェはサイドウォークカフェ(Sidewalk Café, 以下 SWC とする)と呼んでおり、その設置基準をニューヨーク市行政法(New York City Administrative Code, Title 20, Chapter 2, Subchapter 6; Rules, Title 6, Chapter 2, Part 2 (2-51 – 2-58)) および都市計画局ゾーニング条例(Dep. of City Planning Zoning Regulation, Article 1, Chapter 4)で定めている。

ニューヨーク市では、1929年に SWC を合法的に認め、1960年代半ばに、市はレストラン所有者に奨励するようになり、1979年に SWC に関する規定がゾーニングに盛り込まれた。

従来、SWC は開放型(Unenclosed Sidewalk Café)と閉鎖型(Enclosed Sidewalk Café)であった。しかし、街路の活気を増進し、地区のアメニティを高めるため、市は2004年にゾーニングを修正し、従来は SWC が禁止されていた街路の一部で幅の狭い Small Sidewalk Café (Small Sidewalk Café)を認めることにした。

(1) SWC コントロールの目的

ニューヨーク市ゾーニングは、SWC コントロールの目的を、ふさわしい場所において SWC を奨励し、不適切な場所においてそれを規制することにより、公衆衛生、安全、総合的福利、アメニティを促進・保護することであるとして、特に次の5点を強調している。

- ① SWC に隣接する歩道上に歩行者のための十分なスペースを確保すること。
- ② 街路景観とよりよく調和する視覚的アメニティとして SWC を促進すること。
- ③ 市内各地区の特性を保全・増強すること。
- ④ SWC のための行政手続を簡素化、執行手続を強化し、効果的、効率的かつ執行可能にすること。
- ⑤ 最も望ましい土地利用を促進することにより、土地・建物の価値を保全し、市の税収を守ること。

(2) SWC デザインガイドライン

SWC デザインガイドラインは、地区の賑わいと活気を補強するカフェの特色を最大限に発揮させるとともに、市民の障害になる副作用を最小限に抑えるためのものである。デザインガイドラインは次のような内容を含んでいる。

- ① 歩行者に十分なスペースを確保するため、歩道上でカフェが法的に許容される範囲
- ② 街路との調和を維持するために求められる、カフェの物的デザイン
- ③ SWC が禁止される区域と街路
- ④ 申請と請願の審査・承認の

ための、新しい簡素化された手続き

⑤ 整合性と一貫性のある規則適用

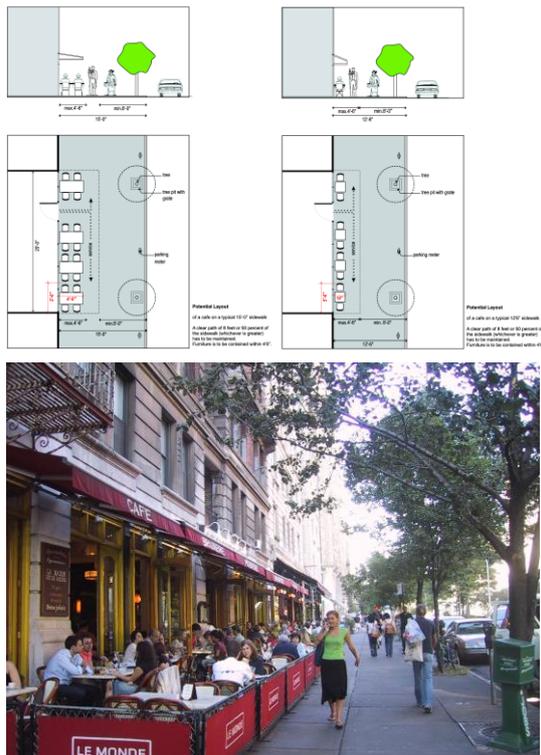


図 1. SWC デザインがトラン運用例(上, Source: Small Sidewalk Cafes Proposal, November 2003, The City of New York)

(3) SWC 申請手続き

SWC の営業免許を得るためには、以下の申請書類をそろえる必要がある。

- ① 歩行者に十分なスペースを確保するため、歩道上でカフェが法的に許容される範囲
- ② 免許申請書：消費者事業局所定の書式に、申請者の住所、連絡先、代表者氏名、これまでの免許取得状況などを記入したもの

③ 遵守誓約書：所定の書式に従い、申請の内容、法規遵守の誓約などを記入したもの

④ 所有者の同意宣誓書：所定の書式に従い、土地所有者が SWC の営業に同意している旨を宣誓したもの

⑤ 営業証明書：所定の書式に従い、州、市もしくは郡の担当者が、申請者が既にレストラン営業の免許を取得（もしくは申請）していることを証明したもの

⑥ 売上税納税証明書：所定の書式に従い、財務局が申請者の納税番号を証明したもの

⑦ 保険証書：営業に伴う事故に対して対人（1人につき 35 万ドル以上）、対物（1件につき 5 万ドル以上）の保険に加入していることを証明する書類

⑧ 近隣への通知状（証明書）：新規申請の場合、SWC から 15m 以内の 1 階入居者、および 15m 以内の上階住戸の管理組合に対して、営業の予告と意見提出先の通知状を内容証明郵便もしくは書留郵便で発送したことを証明するもの

⑨ 図面：新規申請の場合、ニューヨーク州公認の建築家が作成した SWC の図面（カフェから 6m 以内にある建物とファニチュア類、障害物をすべて記入したもの）と写真

申請者はこれらの書類をニューヨーク市免許センターに提出し、消費者事業局（DCA）は、申請者が必要な手数料を支払い、申請資格を満たしていることを確認した後、5 日以内に処理手続きを開始する。申請された SWC が立地する地区評議会（Community Board）は、公聴会を開き、DCA に対して 45 日以内に、賛成、反対、条件付賛成のいずれかの勧告を行う。その後、DCA は公聴会を開き、市議会に対して 30 日以内に、許可、不許可、

表 1. ソウル市の調査概要

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
市場名	Seoul Yanghyeong Market	Kyungdong Market	Cheongyangni Tratinonal Market	Dapsimni Antique Market	Pyounghwa Clothing Market	Namdaemun Market	Jongno Shinjin Market	Kwangiang Market	Doanm Jeil Market	Suyu Market	Sinwon Market	Seogyo Market	Junggok Market
形成年度	1960年代	1960	1948	1980年代	1962	1911	1952	1905	1952	1966	1950	1974	1970
類型	敷地型	アーケード型	アーケード型	建物型	建物型	敷地型	アーケード型	アーケード型	アーケード型	アーケード型	アーケード型	建物型	アーケード型
規模	約 23 万 5,500 m ²	約 1 万 m ²	1,466 m ²	4,419 m ²	8,078 m ²	約 4 万 2,225 m ²	1,671 m ²	400m	7,315 m ²	350m	200m	2,314 m ²	8,788 m ²
営業時間	09:00-19:00 (平日・土曜)	04:00-19:00	00:00-24:00	09:00-19:00	21:00-06:00	00:00-24:00	09:00-22:00	17:00-25:00	08:00-22:00	10:00-21:00	09:00-22:00	07:00-21:00	05:00-20:00
店舗数(露店)	1,000 (約 200)	140	70	140	2,070	9,265	57	約 5,000	118 (10)	500-600	120	23	140
主な業種	漢方薬品 関連病院	山菜類 干物類	青果類 食品類	古美術品 骨董品	衣服類 雑貨類	青果類 干物類 軽食類 雑貨類 衣服類 野菜類	干物類 軽食類 雑貨類 衣服類 レザー用品	青果類 干物類 軽食類 雑貨類	食品類 鮮類 野菜類	衣服類 日用品 雑貨類 生鮮類	青果類 干物類 軽食類 雑貨類	日用品 雑貨類 軽食類	青果類 干物類 軽食類 雑貨類
主要客層	主に 60-80 代 (全国)		地域住民	観光客	小売業者	市民 小売業者 卸売業者 観光客	地域住民	市民 小売業者 卸売業者 観光客	地域住民 (特に女性)	地域住民	地域住民	地域住民 周辺大学生	地域住民
自治会の規約有無	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
自治会構成人数	260	136	70	56	不明	約 5-6,000	約 50	180	118	約 500-600	不明	不明	不明

条件付許可の勧告を行う。市議会は、申請を採決に付すか否かを決定する。

4. 2 ソウル市（韓国）

（1）地産地消に関する都市計画的制度

韓国は、1912年には朝鮮総督府を通じて「市区改正に関する訓令」から市街地の整備が行われ、1934年に韓国最初の都市計画法ともいえる「朝鮮市街地計画令」が制定された。第2次世界大戦と1950年の韓国戦争後、戦災跡地の整理と復旧事業を兼ねた土地区画整理事業が行われたが、本格的な都市計画による都市開発及び整備が始まったのは、1960年以降である。

韓国では地産地消と同様な意味として「身土不二」という言葉が使われ、これは自然発生的に形成された在来市場と密接な関係を持っている。全国的に常設市場723箇所、定期市場500箇所、無登録市場385箇所が存在している。

ソウル市では312の市場が存在し、登録市場が200箇所、無登録市場が112箇所である。これらの市場は「在来市場及び商店街育成のための特別法」に基づいて政府行政機関の中小企業庁によって支援されている。また、ソウル市は上記の法律に基づき、市場の「経営活性化に関する計画」や「施設現代化推進に関する総合計画」によってハードとソフトの支援に取り組んでいる。

（2）事例調査による類型別考察<表1>

① 建物型(No.4,5,12)：一定の構造物の中に集積された市場。特定の業種が集約された傾向が強く、これによって主要客層も限定されている。また、地域との関係性についても希薄であるが、Seogyo Marketのように空き店舗にアート機能を挿入した文化事業を展開することによって地域との関係性を保持するようにしている。

② 敷地型(No.1,6)：2本以上の道路または街路に店舗や露店が接して広範囲で分布された市場。市場に地域の文化や歴史が浸透し、歴史文化的な価値や社会環境的な価値が市場機能と調和している。このような特色は国内外の多くの観光客が訪れることになり、自治会は組織化した市場運営マネジメントを行っている。

③ アーケード型(No.2,3,7,8,9,10,11,13)：アーケードのような物的構造物の中に集積された市場。近年、行政支援による市場の環境改善事業や施設現代化整備事業によって増えつつある。しかし、事業前から占有された露店の対策不備によって整備後もアーケード周辺に露店が乱雑に立ち並んでいる。

（3）ケーススタディ：水踰伝統市場

水踰伝統市場は、水踰市場と水踰路地市場

の総称である。水踰伝統市場は1966年に市場開設許可を得た以来、自生的に近辺住宅の街路を中心に店舗が集まり、街路型市場として形成された。その後、市場周辺を中心に商圏が集中し、1990年代末に低層の大型複合建物（水踰プラザ：商店5階・マンション6～21階、水踰デリム商店：商店3階・マンション4～9階）が建設され、これらが水踰伝統市場の商圏となった。現在は水踰市場120店舗、水踰路地市場90店舗、水踰在来市場120店舗、デリム商店約30店舗、水踰プラザ約100店舗など、周辺店舗を含めて500～600店舗が水踰伝統市場を支えている。

水踰伝統市場は、隣接道路の建築主と商店が中心とする「水踰伝統市場商店街振興事業協同組合」によって管理運営されている。組合は、ソウル市の環境改善支援金と自治体の支援金、そして商店街自治会の負担金をもとに、アーケード化工事や看板整備、配水管や床工事などを実施し、市場の環境改善に取り組んでいる。



図2. 水踰伝統市場

4. 3 上海市（中国）

（1）地産地消に係わる都市計画的制度

近年、中国の著しい経済発展は空間の都市化を加速化させ、これにより地域経済を支えてきた地産地消型の市場も大幅減少された。特に夜市は夕方から真夜中に営業する地産地消市場の一種であり、地域の性格に沿って自然発生的に形成されたものが多い。

中国の市場は市容環境衛生局、市政管理部門、工商局、城市総合行政執法部門などによって管理される。上海市では、2010年万博会の開催を契機に市内の夜市が厳しく取り締まれ、数多い夜市が郊外への移転、または都市の隙間空間においてゲリラ的な営業が見られる。

（2）事例調査による類型別考察<表2>

① 店舗隣接型(No.1,4)：1本の道路または街路に固定店舗が隣接し、その周辺に露店や屋台が分布された市場。既に特色を持った商店街に屋台群が付加され、顧客の開拓や市場に対する新たな価値創造を強化している。屋台は個人店舗が営業範囲を外部まで広げるために設置する場合が多数であるが、地域住民

であれば店舗主との暗黙のルールによって出店するケースもある。

② 街路固定型(No.2): 道路または街路上に屋台フレームを固定化した市場。昌里路夜市の場合、地元行政が上海万博会開催に向けて都市美観整備の一環として街路上に屋台フレームの常設化した事業である。

③ 建物型(No.3): 一定の構造物の中に集積された市場。特定の業種が集約された傾向が強く、これによって主要客層も限定されている。また、地域との関係性についても希薄であり、内部集約傾向が非常に強い。

表 2. 上海市の事例調査概要

No.	1	2	3	4
市場名	寿寧路美食街	昌里路夜市	新西宮市場	臨汾路夜市
形成年度	1990年代	1989	2002	1990
位置	黄浦区寿寧路	浦東新区	普陀区東新路347	開北区臨汾路
類型	街路隣接型	街路固定型	建物型	街路隣接型
規模	200m	670m	4階建て	1000m
営業時間	10:30~29:00	16:00~22:00	10:00~21:30	17:00~24:00
休市日	無	不特定	不特定	不特定
店舗数(露店)	55+(30)	(87)	320軒	屋台400~500
主な業種	軽食類	衣服類、日用品、雑貨、軽食類 など	衣服類、日用品、雑貨、軽食類 など	日用品、雑貨、食品類、軽食類、衣服類、アクセサリ、ファッション、靴
主要客層	地域住民・20代~30代	地域住民・20代~50代	地域住民・10代~20代	地域住民

(3) ケーススタディ：昌里路夜市

昌里路夜市は上海世博会の近い位置的条件から主に若い女性を主顧客とする市場である。上海市は万博開催に向けた「都市美観」政策として上海すべての夜市を取り締まるが、万博終了後、行政指導のもとに夜市が再開されることになる。

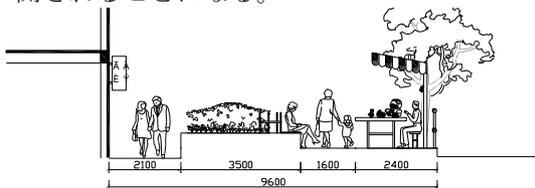


図 3. 昌里路夜市 (上：断面図)

再開の条件として出店者の出店資格(地区住民・生活基盤の微弱者・長期出店者/出店料:100-600元)を明確化し、管理・運営や空間の賑わい生成を図っている。

4. 4 台北市 (台湾)

(1) 地産地消に係わる都市計画的制度

台湾は台湾家屋建築規則(1900年)、市区改正条例(1905年)、大台北市区計画(1932年)によって計画的な都市づくりが行われた。

台北市は地域資源として地産地消の市場づくりに取り組んでいる。認可された148市場の他にも多様な市場は存在し、これらは「台北市零售市場管理規則」によって管理されている。管理運営の体制は、市場の業務を管理する主機関「建設局」、実行機関「台北市市場管理处」であり、市場の管理運営に係わる責任を书面化し明確化している。また、規則には自治会結成の誘導や、使用もしくは占有、賞罰、使用費の算定基準などの事項が定められている。

(2) 事例調査による類型別考察<表3>

① 路上型(No.6,7,8,10,12): 道路や街路で形成された市場。多くの観光客が訪れる臨西街観光夜市は観光客の安全を担保するため、市場街路を3区間に分け、街路真中の屋台を一時撤収などの取り組みを実施している。

② アークード型(No.3,11): アークードのような物的構造物の中に集積された市場。士林市場や華西街観光夜市は観光地として成長し、管理の体制も明確に構築されている。

③ 建物型(No.2,9): 一定の構造物の中に集積された市場。南門市場は典型的な建物型として近隣との関係性が希薄であるが、永春市場は建物側に隣接した臨時屋台が自治会に所属し、地域空間の秩序を保持している。

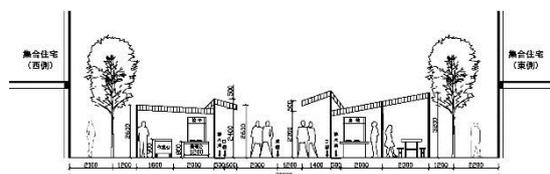
④ 仮設屋根型(No.1,4): 仮設物の固定化によって商業集積地化された市場。100年以上の歴史を持つ東門市場は老朽化による市場整備計画が予定されているが、現コミュニティ維持のため、多くの商店が現存維持を希望している。

⑤ 高架下型(No.5): 高架下などを利用した市場。建國假日玉市は平日に駐車場として利用される高架下を週末だけ市場として開催されている。

(3) ケーススタディ：南機場攤販集中場

南機場は日本統治時代に残された地名で、かつて日本軍が飛行場として使っていたが、後に国民党の住宅街として改築された為、人口も増加し今の南機場観光夜市(南機場攤販集中場)として発展した。

屋台の経営者はすべてこの住宅地の住民で、主な食客もこの近辺住民である。約100台の屋台が出店されているが、すべて自治会に所属されている。自治会の規約などはない



が、出店時間や清掃などの自主的管理によって運営されている。



図4. 南機場攤販集中場 (上: 断面図)

5. 主な発表論文等

[雑誌論文] (計2件)

- ① **D.Y KWAK**, Social Sustainability in Rurban Areas Japan: Communities Connectivity and the Morning Markets, 6th International Urban Design Conference (UDC2013), 査読有, DVD-R, 2013, pp.111-121
 - ② **D.Y KWAK** and Y. FEN, Understanding of Community Design in Japan and Korea, International Conference on Urban Planning and Sustainable Development (UPSD2011), 査読有, 2011, pp.170-184
- [学会発表] (計8件)
- ① 郭東潤他, 東アジアにおける公共空間利用と市場に関する研究 その1, 一韓国ソウル市の13市場を対象として-, (社)日本建築学会学術講演梗概集(北海道)F-1, 2013年8月31日, 北海道大学
 - ② S. TANG and **D.Y KWAK**, A Study on the Management of Public Spaces and Markets in East Asia, Part 2: Case Studies of Markets in Shanghai, China, (社)日本建築学会学術講演梗概集(北海道)F-1, 2013年8月31日, 北海道大学
 - ③ 齋藤伊久太郎・郭東潤他, 東アジアにお

ける公共空間利用と市場に関する研究 その3, -台湾台北市の夏路観光市場を事例として-, (社)日本建築学会学術講演梗概集(北海道)F-1, 2013年8月31日, 北海道大学

- ④ 高田翔・郭東潤他, 市民主体のまちづくり活動に向けて—千葉市パラソルギャラリーを事例に一, 2012年度日本建築学会関東支部研究発表会論文集CD-R, 2013年3月9日, 日本建築会館
 - ⑤ 奥平純子・郭東潤他, 地産地消に関する市民意識調査—千葉市稲毛区役所の朝市を対象に一, (社)日本建築学会学術講演梗概集(東海)F-1, 2012年9月14日, 名古屋大学
 - ⑥ S. TANG and **D.Y KWAK**, A Study on Local Revitalization and Public Spaces in China: Case Studies of Markets in Wuhan, China, (社)日本建築学会学術講演梗概集(東海)F-1, 2012年9月13日, 名古屋大学
 - ⑦ 郭東潤他, 台湾台北市の公共空間利用と市場に関する研究 その1-12市場を対象として-, (社)日本建築学会学術講演梗概集(東海)F-1, 2012年9月13日, 名古屋大学
 - ⑧ 齋藤伊久太郎・郭東潤他, 台湾台北市の公共空間利用と市場に関する研究 その2-寧夏観光夜市と建國假日玉市に着目して-, (社)日本建築学会学術講演梗概集(東海)F-1, 2012年9月13日, 名古屋大学
- [図書] (計1件)

- ① Fei Lv, **D.Y. KWAK** et al., HARBIN INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS, INTERDISCIPLINARY CROSSING AND INTERGRATION, 2012, pp.170-184

6. 研究組織

(1) 研究代表者

郭 東潤 (KWAK DONGYUN)
千葉大学・大学院工学研究科・助教
研究者番号: 10375610

表3. 台北市の事例調査概要

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
市場名	新北投攤販集中場	公有永春市場	公有士林市場	公有東門市場	建國假日玉市	饒河街觀光夜市	雙城街攤販集中場	寧夏路觀光夜市	公有南門市場	臨江街觀光夜市	華西街觀光夜市	南機場攤販集中場
形成年度	不明	1959	1909	1908	1988	1987	1950	1882	不明	1950年代	1950	1988
類型	仮説屋根型	建物型	アーケード型	仮説屋根型	高架下型	路上型	路上型	路上型	建物型	路上型	アーケード型	路上型
規模	未確認	300m ² /階	未確認	400m ²	1,100m	600m	100m	400m	未確認	350m	320m	120m
営業時間		08:00-17:00	05:00-13:00 (朝市) 16:00-26:00 (夜市)	05:00-21:00	09:00-18:00 (土日のみ)	16:00-25:00	08:00-17:00 (朝市) 17:00-24:00 (夜市)	17:00-25:00	07:00-20:00	05:00-15:00 (朝市) 16:00-26:00 (夜市)	24時間	16:00-24:00
休市日		未確認	・日市:週市 ・夜市:無	無	無	無	無	無	無	毎月第2,4週目の月曜日	無	無
店舗総数(屋台)	未確認	1階:132台 2階:170台	1階+2階: 380台	60台	837台	748	88	200 (180)	未確認	600 (165)	188	100
主な業種	日用品、雑貨、食品類など	1階:生鮮類 2階:中古品(蚤の市)	・朝市:生鮮類 ・夜市:服、日用品、飲食 ・地下:軽食	生鮮類	宝石類、雑貨類	衣服類、日用品、雑貨、軽食類など	軽食類	軽食類	乾物、衣服類、日用品、雑貨、軽食類など	衣服類、日用品、雑貨、軽食類など	骨董品、日用品、雑貨、軽食類など	衣服類、日用品、雑貨、軽食類など
主要客層	-	・30~40代 ・地域住民または市民	・20~40代 ・観光客	・30~60代	・30~60代 ・観光客 ・3万人/日	・20~40代 ・観光客 ・1万人/日	・30~60代 ・観光客 ・2千人/日	・20~40代 ・観光客 ・2万人/日	-	・10~40代 ・観光客 ・1.5~2万人/日	・30~60代 ・観光客	・10~40代
自治会の規約有無	-	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	×
自治会構成人数	-	136	-	60	837	748	88	180	未確認	600	188	100