都市計画実習　サスティナビリティ班　中間発表資料(2017/05/11)

飲み屋は減るが役に立つ～居酒屋で飲んでいけ～

班員：御手洗陽(班長) 山本翔太(副班長) 下津大輔(印刷) 藤本遼太郎(DB)

井上歩(記録) 蓮沼舜矢(PPT) 大橋瑞生 河村涼平 佐竹篤紀

指導教官:谷口守　TA:川﨑薫

1.はじめに

　2017年序盤、我々筑波大生は相次ぐ居酒屋の閉店を目の当たりにすることとなった。例として天久保三丁目の原価居酒屋くぼやは3月中旬、じぶんかって大学店と居酒屋じんぱちが4月末をもって閉店したことが挙げられる。これらの居酒屋は私たち自身利用する機会も多く不安を覚えた学生も多いのではないだろうか。他方、若者の酒離れや飲み会、飲みを通じたハラスメント通称‘飲みハラ‘が叫ばれること、政府も2017年4月1日に厚生労働省に「アルコール健康障害対策推進室」を設置しアルコール規制の可能性を模索するなど、飲酒や酒席への風当たりが強くなりつつあるのも事実である。これらを踏まえ酒席とそれを担う居酒屋の必要性を考えるべきではないだろうか。

2.問題提起

　まず、私たちは筑波大学周辺の居酒屋の減少に危惧を呈しており、減少を止める策を立てることを本実習の目標とする。居酒屋の消滅による問題点として、酒席でのコミュニケーションの機会の喪失、自宅での飲酒機会‘宅飲み‘の増加に伴う騒音被害の助長、街のにぎわいの喪失が挙げられる。

3.実態調査

　実習にあたってまず近年の全国的な飲酒動向についての統計・情報について分析を行った。

3.1飲酒に関する動向

（年）

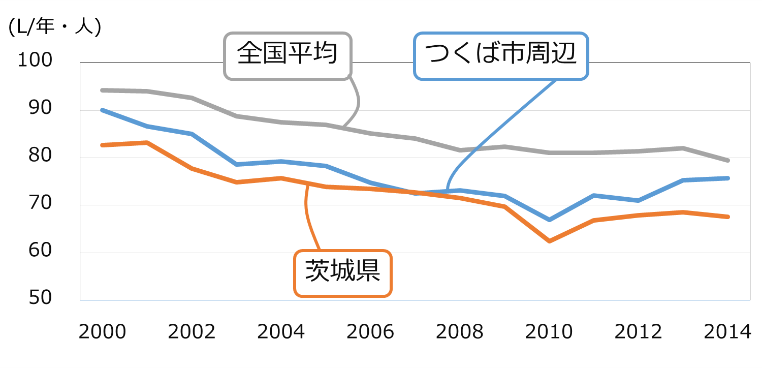


図-1 成人一人当たりの酒類飲酒量(国税庁酒類行政情報[2]及び人口統計[4][5]より作成)

図-1より1人当たりの酒類飲酒量は全国平均では平成12年度から平成26年度において約85%減少している。つくば市が該当する茨城県・土浦税務署管内では平成22年度以降上昇の兆しがみられる。地域経済の活性化などの要因が考えられる。

3.2飲酒の場所の変化

　つづいて飲酒をする場所の変化についての統計である。ここでは酒場の数、酒類販売所、消費者へのアンケートからそれらの経年変化を探る。

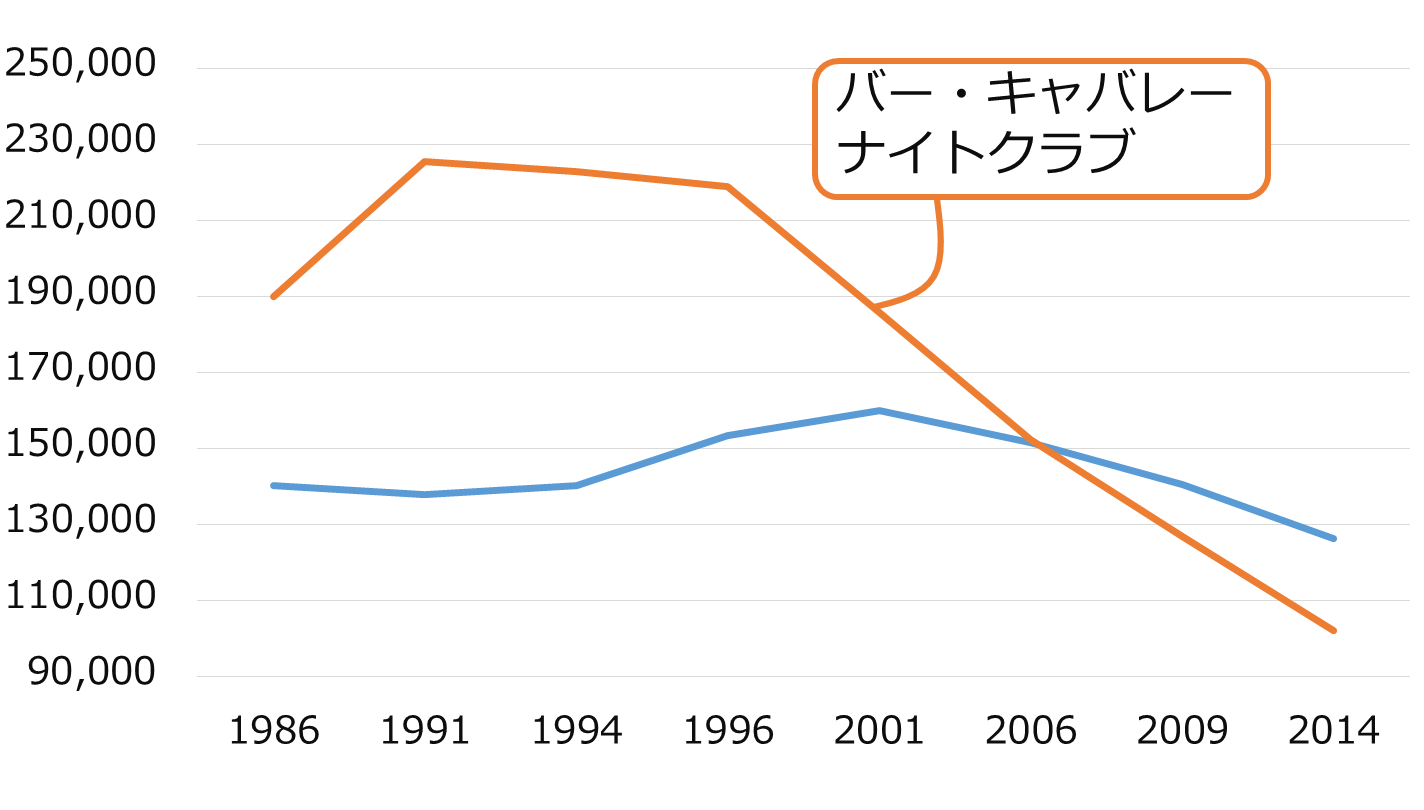


図-2 全国の酒場総店舗数(経済センサス[4]より作成)

図-2は全国の酒場・ビヤホール、バー・キャバレー・ナイトクラブの総数についての変動である。バブル崩壊以降減少傾向にあるという仮説から昭和61年度以降の調査を行ったところ、バー・キャバレー・ナイトクラブはバブル崩壊後の平成3年以降減少を続けている一方、酒場・ビヤホールについては平成13年度を境に減少している。これは当該年に酒類小売業免許の距離制限が撤廃され酒類小売販売が充実したことにより外食での飲酒需要が減ったことが原因と考えられる。

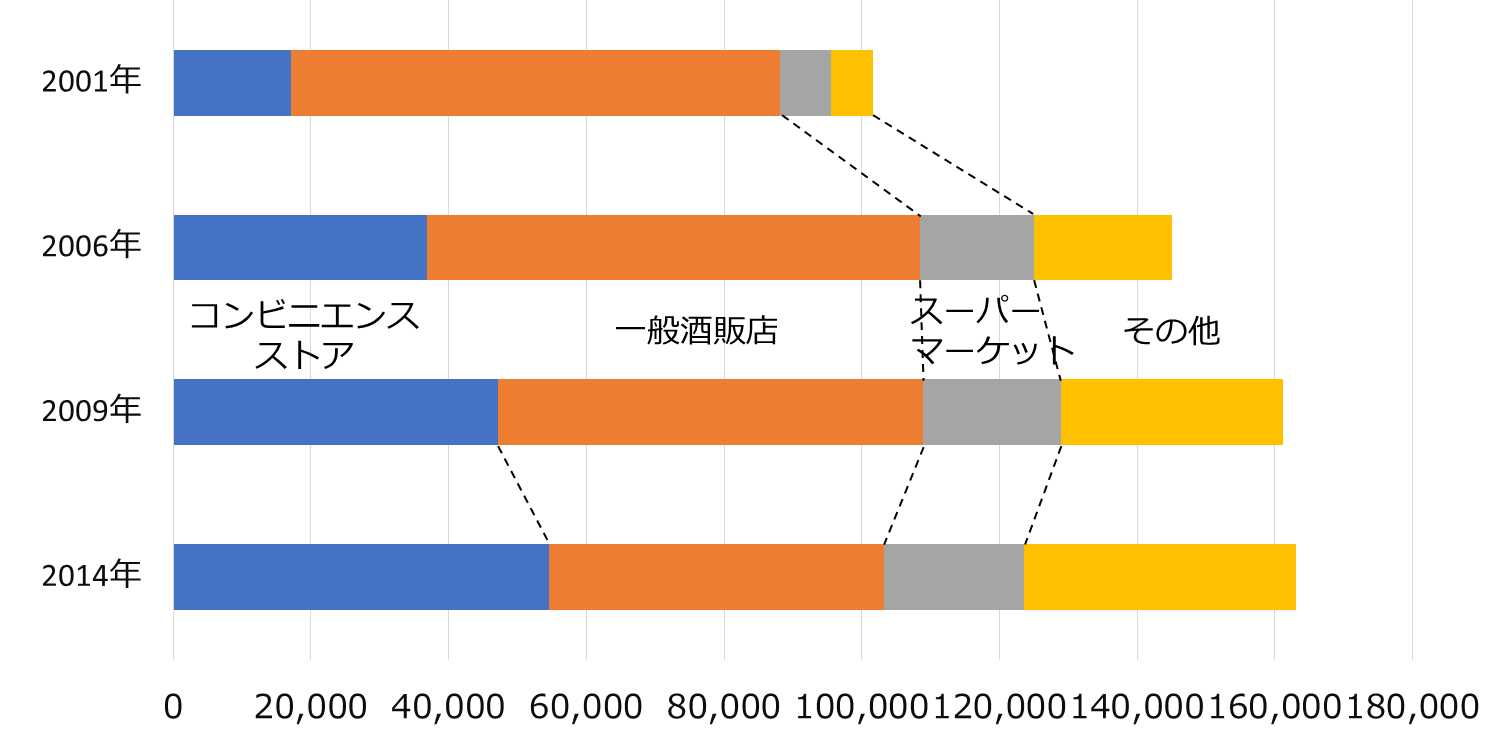


図-3 酒類販売所数(国税庁[2]より作成)

図-3は酒類販売所数の変化である。ここでも平成13度の酒類小売免許の規制緩和による変動が考えられる。元来の一般酒販店は減少しているがコンビニを主として販売所の総数は増加しているものの、飲酒量の低下からか近年は停滞傾向にある。



図-4 平成21年度　年代別飲酒機会(国民健康・栄養調査[4]より作成)



図-5 平成27年度　年代別飲酒機会(国民健康・栄養調査[4]より作成)

図-4,5は年代別飲酒機会の調査である。仮説として若者の酒離れがより進んでいたと考えていたが大きな変化は見られなかった。しかし、20代と他年代と比較して両年とも飲酒機会は少ないことが分かる。

3.3 筑波大学周辺における居酒屋の増減

大学周辺の居酒屋の立地の変化を観測するため、電子電話帳[6]から集計した。住所は天久保、春日、桜、竹園、吾妻、柴崎、花畑と定め、年次は2015年と2002年において比較した。以下、プロットしたデータを掲載する。店舗については大分類飲食店から小分類串焼き・炉端焼き、和風飲食店、その他レストラン、バー・酒場・スナックから居酒屋に当てはまるものを抽出した。



図6 つくば市居酒屋2003 　図7 つくば市居酒屋 2016

　店舗数は2003年に174店あったものが2016年に130店と減少している。内訳は閉店店舗が135店、新規開店は91店となっている。このことから、店舗数は減少しているがそれ以上に店舗の入れ替わりが激しいことが分かる。また上記の地図からは店舗の閉鎖後同業態の新たな店舗が入居する居抜き出店の多さ、つくば駅や酒場の多い天久保一丁目など中心部から離れた場所では再出店が少ない傾向がみられる。

4．学生へのヒアリング

　筑波大生を対象に、学生の飲み会に対するイメージを把握する目的でヒアリング調査を行なった。ヒアリングの内容は表の通りである。

良かったこととしては、仲が深まる、新しい交友関係が築ける、普段話さないことも話せるなどといったお酒を通じた人との繋がりに関する意見が多いことがわかる。一方で、嫌だったこととしては、費用が高い、体調が悪くなるなどといった人との繋がり以外の意見が多いことがわかった。

　このことから、コミュニケーションの場としての飲み会には好意的であることがわかる。

表1.　ヒアリングの内容

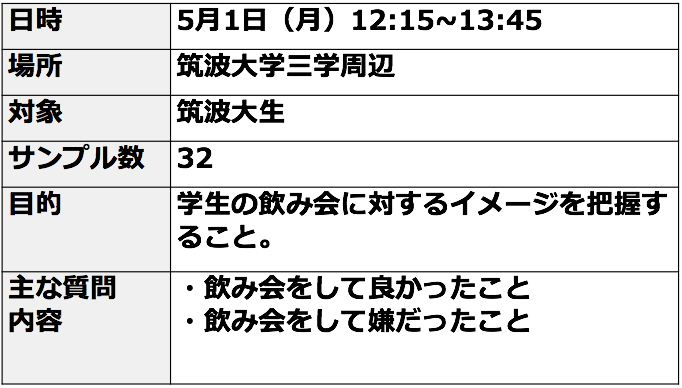
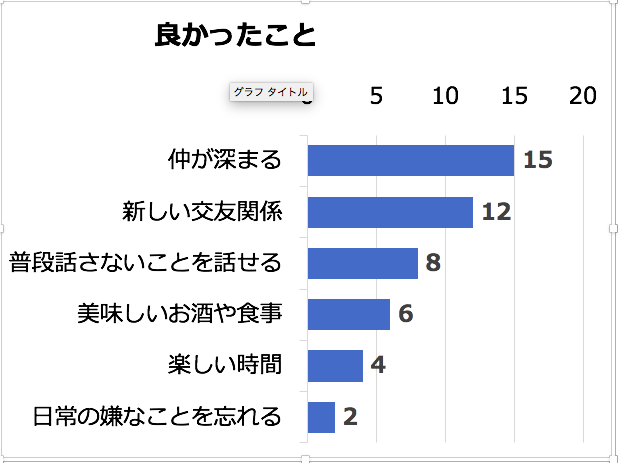
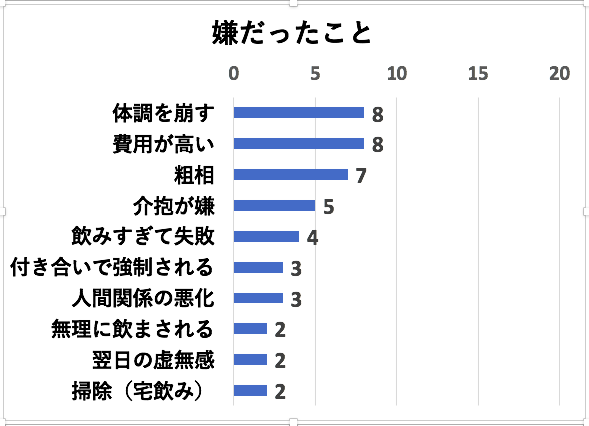


図8. 飲み会をしてよかったこと



N=32

図9. 飲み会をして嫌だったこと



N=32

5．店舗へのヒアリング

　今まで居酒屋の増減の変化について考察してきたが、どのような店舗が閉店に追い込まれ、どのような店舗が現在営業を続けているのか、またこの二つにはどのような違いが存在するのかを把握するためにこれら二つのタイプの店舗に対して現地調査を行った。調査対象は以下の表の通りである。

表2　調査対象



まず閉店した店舗への調査についてである。上記の３店舗の店長に対してヒアリング調査を検討していたが、調査を拒否されてしまった。次に、現在も営業を続けている店舗への調査についてである。

現地調査の概要は以下の表に示す通りである。

表3.　現地調査概要



ヒアリング調査の質問項目は以下であるの3つとした。

・想定しているターゲットは？

・昔と現在の客層、客数は比較してどう変化したか？

・大人数（７人以上）での飲み会の割合はどのようなものか？

調査結果の概要は以下の表の通りである

表4. 調査結果



次に、各店舗へのヒアリング調査でわかったことに関して店舗ごとに述べる。

5.1さん吉

さん吉は天久保２丁目のメディカルセンターや大学病院近くにある居酒屋で、価格帯は他の店舗と比べて少し高めとなっている。年々客数は減少している。もともとのターゲットである病院関係者以外の客が減り、利用者がほとんど病院関係者となっている。大人数での飲み会はここ数年かなり減少している。最近客の減少を止めるために、学生客もターゲットに入れようと考えている。また学生向けの飲み放題やTwitterによる広告なども行い始めた。

5.2びすとろ椿々　追越店

びすとろ椿々追越店は天久保一丁目に2015年3月にオープンしたイタリアン居酒屋である。追越店の店長は2013年5月にオープンした天久保３丁目にあるびすとろ椿々大学店の元店長であり、現在は追越店と大学店両店の経営者である。店長によると客単価に大きい変化は見られないが、昔は飲み会でお酒メインの学生がほとんどだったのに対し、最近では料理がメインでお酒はついでという学生が増えているようだ。

また、学生の飲み会事情に際し、SNSの普及による影響は大きいようだ。これらの普及に伴い飲み会における不祥事が出回ってしまうリスクを避けるべく飲み会が減少傾向にある一方で、見栄えのいい料理の写真やそれを食べる自分たちの写真をinstagramに挙げ、それを見た友人が後日お店に行くというような両面の効果が挙げられた。店側としてもTwitter等のSNSによるイベント告知などを行っている。

5.3鳥放題　つくば店

　鳥放題つくば桜店は桜１丁目にある居酒屋で、2016年4月に開業した。サービスシステムは、焼き鳥食べ放題、ワンドリンク制を採用している。ドリンクの内訳としては、ソフトドリンク飲み放題が40%、アルコール飲み放題が12％となっており、食事を主な目的としている客が増えている。また、「とりほの日」というイベントを行っており、毎月10日には価格を大幅に値下げしている。平日の売り上げは2倍になっており、学生の客も増加している。他にも常時使えるクーポンの配信も行っている。また、広告手法の一つとして、ツイッターも利用しており、「とりほの日」の情報や誕生日の客へのお祝いなどをつぶやいている。

全体を通じて、お酒を飲みに来る客が学生を中心に減っているため、店としても食事に力を入れる傾向が見て取れる。また、3店舗の店主全員がSNSの影響に言及しそれらを利活用していた。

6.最終発表に向けて

6.1 他店舗への追加調査

中間発表までに行った聞き取り調査は３店舗だけであり、この３店舗とは異なるタイプの店舗(大人数での飲み会を扱う店舗や食事を中心にしている店舗など)についても聞き取り調査を行うべきであろう。

6.2 SNSの利用

提案としてTwitterやFacebookなどSNSを利用して、つくばの飲み屋を紹介するアカウントなどの作成し、つくばの飲み屋を活性化させることを考えている。

6.3 イベントの開催

もう１つの提案として、つくばの飲みを促進するイベントを考えています。先行事例として、筑波大学で行われた「天の川で乾杯！」という水辺で好きな飲み物で乾杯するというイベントや、水戸で行われたBBB(バーバルバール)という事前に買ったチケットと引き換えにBBB参加店でお酒やおつまみを頼むことができるというイベントなどが挙げられる。また、店舗の聞き取り調査から居酒屋の利用がが飲酒から食へシフトしている傾向が見られたことから提案に際してはこの需要を盛り込むことを考えている。

7.謝辞

実習を進めるにあたり、びすとろ椿々 追越店店長の森田さん、鳥放題つくば桜店店長の山口さん、さん吉つくば店店長の田中さん、インタビューにご協力いただいた学生の皆様、顧問教官の谷口守先生、TAの川﨑薫さん、近未来計画研究室の皆様にご協力いただきました。この場を借りて感謝いたします。

参考文献

[1].政府統計の総合窓口

http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/GL02100104.do?gaid=GL02100102&tocd=00200551

(最終閲覧日2017/5/13 )

[2].酒税行政関係情報(お酒に関する情報)

http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/sake.htm

(最終閲覧日2017/5/13 )

[3].平成28年度厚生労働省国民健康・栄養調査

http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000142359.html

(最終閲覧日2017/5/13 )

[4].総務省統計局

http://www.stat.go.jp/data/jinsui/

(最終閲覧日2017/5/13 )

[5].茨城県人口推計

http://www.pref.ibaraki.jp/kikaku/tokei/fukyu/tokei/betsu/jinko/getsu/

(最終閲覧日2017/5/13 )

[6].電子電話帳2016　Ver.21 業種版

電子電話帳2003 Ver.8　業種版

(日本ソフト販売株式会社)