



## 西部地区にバル街を願って

函館西部地区バル街実行委員会 和田 一明

函館西部地区バル街はご存じの通り、2004年に開催した「スペイン料理フォーラム in HAKODATE」の前夜祭イベントとして始まりました。スペインのバル、特にバスク地方の食文化を代表する一つであるバルの連なりを、このフォーラムで実現できないかということになったわけでした。

企画の最初は、当時飲食店が連なる大門や本町界隈が、そのバル街の実施地区として合っているのではないかと候補に上がりました。フォーラムの実行委員でもあった私と深谷代表とが、本町飲食店街の幹部と面談したり、大門商店街の方とも意見交換をしたりしました。しかしいい返事はもらえませんでした。やろうとする我々自身も具体的なイメージがつかみにくい状態だったのが正直なところで、話を持ちかけられた方としては雲をつかむように思われたのは致し方ないことだと思わざるを得ませんでした。

それでもわれわれは何とかなできないかと思い、飲食店が連なっている所は少ないけれど、個性的な店がポツポツあったわれわれの地盤でもある西部地区でやっ

てみようかと、カウンターのあるお店や行きつけのレストランなどに半ば無理やりお願いして「バル街」が成立することになりました。そしてこれは大成功しました。

その後、参加店の努力や参加者の大きな支持があって、当初思ってもみなかった30回以上も続いてきたことは嬉しいかぎりです。また、西部地区バル街の成功をみて、函館市内で大門バルや五稜郭バルが行われてきたことも。

第1回・第2回は2月と10月、寒い閑散期にバル街をやったことから、店に入りきれないお客様が、寒さに耐えながら屋外で席の空くのを列をつかって待つこととなりました。そこで参加者の「苦情処理の場」として、3回目から「振る舞い」をやることにしました。深谷代表が自店レストラン・バスクで自家製造している生ハムを参加者の目の前で切り、実行委員の一人こなひき小屋の木村親方がそれを自分で焼き上げたバケットにのせ、私がスペインワインをひとくちカップで無料提供することとしたのです。

これがバル街の人気行事のひとつとなっていました。振る舞いサービス開始前から、たくさんの方々が長蛇の列で並べられます。もともと参加店の戸口で寒い中を待ち続けるのは申し訳ないと思って始めた振る舞いでしたが、その振る舞いで待っていただくことになったのは皮肉です。でも申しわけないと思いつつ、パンに生ハム、ワインを受け取るお客様の楽しそうな表情に触れるのはこれまた格別な喜びとなりました。遠来のお客様がいたり、常連さんとの一声ずつの会話が弾んだり、賑わいの時間が生まれました。回数が進んで、函館のチーズの会も加わってフレッシュチーズのサービスも始まりました。

2012年ころから、ワインショップ・ワダは参加店として出店しています。これは、会場やグラスなどをお借りした日本の西洋料理店の草分け、五島軒様の絶大なご支援があったから実現したと考えております。バル街ではピンチョス（料理）をメインにお客様に喜んでいただく参加店が多いなか、一軒ぐらいお酒をアピールした参加店があってもいいのではないかと考えました。高級ワインを飲めるということから、ワインに興味のある方が五島軒王朝の間まで足を運んでくださいました。ワインのことでお客様との会話ははずみ、おかわりをリクエストされる方も多々あります。楽しいひとときです。

これからバル街はどこへ行くのでしょうか？ この行事のマンネリ化ではなく、本物のバル街がスペインの街角にあるように、日常に溶け込んだ西部地区バル街が誕生してくれるといいなど、次の世代に願うのは私だけでしょうか。

（「ワインショップ ⑧ 和田商店」店主）



▲ バル街では恒例となったアクロス十字街前でのワイン、生ハム、パンの振る舞い（画：函館西部地区バル街実行委員会 村岡 武司）

**Voice** 箱館函館昔々舞台とバル街

Old Miss 店主 広瀬 菊枝

魚市場の魚問屋のご隠居さん。明治中期に新潟から夢を抱き函館旧棧橋に上陸した時、「ワシ、間違っアアメリカに来てしまったベカ」と思ったそうで、初めて見た商家や西洋館の佇まい、商人や外国人の往来にたまげたそうです。当時旧棧橋付近は西洋風の建物が軒を連ね、行き交う人々は英・米・露・仏・蘭・清などの各国人、日本人は主に日本海沿岸から蝦夷地、北海道を目指した商人など。海の男達の和船・洋船で港は溢れ、函館は活気に満ちていました。

さかのぼって安政以来箱館は、北辺唯一の開港場として蝦夷地ばかりでなく内外の産物を集積する港であっただけでなく、政治経済の一大中心地でありました。蝦夷地の産物の交易に来る船も年に千隻を超え、弁天台場・五稜郭着工と相次ぐ幕府直轄事業などにより、「蝦夷の箱館と

いうところで星の形をした城の工事が始まっていてどえらい景気らしい」と浪曲語りになるような状況。そのとき海産商などの商人、土木建築の人たち、荒くれの海の男たちを満足させたのは毎日の食事で、箱館の食材調達能力は高いものだったと言えるでしょう。お酒と遊郭は必須でした。

1796年、高田屋嘉兵衛は辰悦丸千五百石に乗り込み、酒・塩・木綿・米を積み込んで箱館初入港。これを皮切りに蛤・蜆・鯉・鮎・鰻等を積み下ろし、箱館湊及び付近の池沼に放しておりました。高田屋が所有していたのは米蔵だけではなくたのです。

豊漁が続いて景気は右肩上がり。江戸末期には船見町に芝居小屋、山ノ上遊郭、今の明治館前には武蔵野楼、梅川楼。遊郭内の食事の饗応は基本的には仕出しで、食関連業者が周りを取り巻きました。英国女性旅行家イザベラ・バードが箱館で数日間滞在できているのも、食事のもてなしあってこそです。洋食店（五島軒含む）の野菜・果物は香港・上海・横浜から取り寄せ。港街の特権的物流効果も繁栄の源です。

英国艦隊楽隊が函館公演で演奏、蓬莱町で競馬、西



▲ 広瀬菊枝さん  
レトロなグッズが飾られる Old Miss 店内にて

洋大曲芸軽業興行（サーカス）等イベントが目白押し。市中には人力車 403 両。幕末豪商の中には勝海舟を支援した澁田利右衛門、土方歳三は佐野専左衛門、明治の文豪島崎藤村は泰家、石川啄木は宮崎郁雨がそれぞれ支援するなど、「はこだて」が繁華な街であった印です。

「函館西部地区バル街」はこんな歴史舞台で展開されてきて、むかし緑坂と言われていた二十間坂の脇にある私の店も第4回から参加してきました。お汁粉とにしんそばとアンティーク調度で時間を忘れていただく店。「コロナ」の中でちょっとけがをしまったりしましたがもう大丈夫。

百年後も「バル街」ではこだてを楽しんでもらえますように。



▲ 函館真景図(1882(明治15年)) 函館市中央図書館 所蔵

**幻の第15回バル街ポスター**

函館西部地区バル街実行委員会 田村 昌弘



東日本大震災から10年が経ちました。3月11日午後2時46分、宮城県沖を震源とする M9.0 という巨大地震が発生。未曾有の大津波により、東北地方の太平洋沿岸で多くの人命が奪われ、多大な被害をもたらしました。函館港でも夜半にかけて海面上昇があり、函館朝市や赤レンガ倉庫周辺では、最大で胸の高さほどにもなる浸水被害を受けました。

当時、私たちは翌月中旬にバル街の開催を予定し、チケットやマップ、ポスターなどの印刷を終え、チケット発売準備の直前でした。急遽準備は延期し、実行委員会で善後策を協議。地域を元気づけるために開催すべき、復旧が見通せないの

で中止とするべき、と双方の意見があがりました。仙台市にゆかりのある委員から、震災後に連絡が取れていない友人がいる、との報告があり、我々自身が心底楽しめない状況では開催は見合わせようとなり、中止することを決めました。

元町教会群に接する「センチール・ラ・セゾン函館山」の前庭でバル街を楽しむ様子を素材にしたこの回のポスターやチラシは、配付や掲示の機会なく、いわば「幻のバル街ポスター」となりました。

開催を予定していた当日には、石巻市と気仙沼市で被災したバル街イベントの実施主体を支援するため、協力店舗を募り「バルまち応援会」を実施。そこで集まった寄附金や収益を両被災地のイベント実行委員会にお届けしました。

(オフィス「オリゾンテ」代表)

◀ 中止になった2011年春バル、第15回バル街のポスター



## 研究ノート 参加店コメントの大切さ：参加者と参加店の「初対面」の場

福井県立大学経済学部 准教授 松下 元則

バル街の参加店のなかには、来店者数が予想を下回って落胆した経験のある店があるかもしれない。客足が伸びなかった理由を探す際には、ア IDM A (AIDMA)・モデルと呼ばれる購買行動のモデルが役に立つ場合がある。

ア IDM A・モデルに基づくと、参加者が参加店を訪れて、料理と飲物などのサービスを消費するという行為にいたるまでには、5つの段階を経なければならない。まず参加店の存在を知り (Attention)、次に参加店に関心 (Interest) を持ち、訪れてみたいという欲望 (Desire) を持ち、その欲望を記憶 (Memory) し、欲望を実現するための行動 (Action) を起こすことによって、ようやく参加店を訪れてサービスを消費するという行為が実現する。客足が思ったほど伸びなかった時には、5つの段階のどこかに問題のある可能性がある。

バル街マップに掲載される参加店コメントは、参加者が参加店の存在を知り、関心を持ち、訪れてみたいという欲望を持つ…、というア IDM A・モデルの前半部分に作用する。人間関係において初対

面時の第一印象の重要性を説く言説は巷にあふれているけれども、バル街における参加者と参加店の初対面の場の1つが参加店コメントである。参加店コメントを読んだ時に、それまで知らなかった店や店名だけ知っていた店に関して、参加者の第一印象が形成される。その時の印象が良いと「行ってみようかなあ」という関心と欲望が参加者の中に生じるけれども、印象が良くないと参加店選びの選択肢から外される。

このような傾向は、バル街マップの他に参照可能な情報が少ない人ほど強くなるだろう。バル街および参加店の新規リピーターになる可能性のある、バル街と西部地区の飲食店に関する情報と経験が少ない人たちは、他に参照可能な情報が少ないので、参加店コメントに基づいて形成される第一印象の影響を受けやすい。そのため参加店コメントの内容は、バル街にとっても各参加店にとっても大切なのである。

各参加店が参加店コメントを書く際には、「お楽しみ」という語句の使い方に注意した方が良いかもしれない。なぜなら、

参加店コメントにしばしば登場する「ピンチョスは当日のお楽しみ」という一文は、ピンチョスの具体的な情報を伝えておらず、参加者の関心を喚起する効果がほとんどないからである。その一方で、「お楽しみ下さい」という語句は、その前後に楽しむ対象が具体的に書かれているので、参加者の関心を喚起する効果がある。サービスの具体的な内容に言及せずに「お楽しみ」とだけ書いても、参加者の関心を喚起する効果を期待できないので、来店者数を増やしたい参加店にとって合理的な行動ではない。

「ピンチョスは当日のお楽しみ」とだけ書くのではなく、「当日に調達できる最良の食材を使った料理を提供して、参加者に喜んでもらいたい」という思いを、素直にそのまま参加店コメントに書いた方が参加者の関心を喚起しやすい。そのように書いてもらえると、自分好みの参加店を見つけやすくなるので、美味しい料理とお酒が好きな参加者の1人としてはありがたい。

## イベントについての一考察

函館西部地区バル街実行委員会 松田 貢典

コロナ (covid19) はもう落ち着いてきているだろうか!? バル街に携わる皆様、お元気でしょうか。

いろいろなイベントが中止され、ちょっと寂しいなあ〜と…。今後のイベントはコロナ (covid19) 次第なので、自分は函館西部地区バル街実行委員会が一番若い委員ですが、自分自身が考えているイベントにおける事を述べさせていただきたいと思います。

自分はマーケティングの4P4Cが重要だと考えています。マーケティングの4P4Cとは、

### ●4P=売り手側の視点

- Product (製品)
- Price (価格)
- Promotion (プロモーション)

### • Place (流通、場所)

### ●4C=買い手側の視点

- Customer Value (顧客価値)
- Customer Cost (顧客が負担するコスト)
- Communication (顧客とのコミュニケーション)
- Convenience (顧客の利便性)

これらは、それぞれが対をなしていて、

### ■ Product ⇔ Customer Value

【製品そのものの価値】

### ■ Price ⇔ Customer Cost

【製品価格】

### ■ Promotion ⇔ Communication

【顧客認知】

### ■ Place ⇔ Convenience

【買い求め易さ】

となっている。

この中でも Promotion の部分に特に注目していきたい。失敗している大多数のイベントはお客様の認知不足、運営側の告知不足が原因であると思う。Promotion を努力し、お客様への認知が増加すれば、イベントが成功し易くなるであろう。

幸いというか、函館西部地区バル街は Promotion も上手くいっていると思うので、今後も楽しみであります。(もちろん4P4Cをしっかり押さえている)

活気ある街づくりにイベントは欠かせないと思うので、コロナが落ち着くのを期待したい!!

今後、たくさんのイベント開催に向けて、皆様のご健康とご多幸を心よりお祈りいたします。

2008年11月24日の小雪がちらつく中、24店舗で始まったカリアンナイト。その数か月前に、函館西部地区バル街に10名ほどで視察に行き、そのノウハウを惜しげもなくご教授していただいた皆様には感謝の念に耐えません。

名前は、「バル街」ではなく「カリアンナイト」という独自のネーミングを付けたものの、本筋はバル街の王道と言えるイベントだと自負しています。これまで23回の開催のうち3度も、函館西部地区バル街より「クラブガスパリ」さんに出店いただいている、カリアンナイトがバル街として認められた証だと確信しております。バル街の楽しさは、お気に入りのお店を飲み歩けること。まちを歩いて新しい発見が得られること。そして……。

私たちの住む愛知県刈谷市について説明させていただくと、人口は15万人とそれほど大きくもないありふれた町ですが、



▲ 20回記念のカリアンナイトに函館から特別出店し、振る舞いで生ハムを切る深谷代表 (2018年6月・写真は筆者提供)

トヨタ自動車の本社を別にして、トヨタ系の本社があるという企業城下町です。商店街がある駅前も、オヤジが飲むような居酒屋しかなくお世辞にもおしゃれな街とは程遠い街で、今から13年前にカリアンナイトを始めました。

出店舗側からは、お客を他の店にとられるのではとか、5年(10回)目位の時は、「また行こう」とお客様から少し飽きてきたかのような言葉を聞くようになりました。しかしそういう言葉を聞いても、私たちにはやめようという選択肢はありませんでした。私たちがこのイベントを楽しんでいないのではないかという思いが出てきて、私たちが楽しめればお客様に伝わった時から皆さんの反応が変わってきました。

それと同時に、街が変わって来たのです。カリアンナイトでお店を知ったことで、会社帰りに立ち寄ることのできる店が増え、活気が出て来たのです。オヤジだけでなく、若い女の子にも商店街を利用してもらえるようになりました。そのことで、形態を変える店や他からのおしゃれなお店の出店も増えました。我々の若い頃は「遊ぶなら名古屋に行けば」でしたが、今は「刈谷に行けば」と言う近隣市町村の方も増え、市外からお客様を呼ぶことのできる街になったのです。今では、カリアンナイトは刈谷市の風物詩の一つだといっても過言ではありません。バル街は単なる飲み歩きのイ

ベントではなく、その街を変える力を持ったイベントなのです。

前文でも触れさせていただいたバル街の楽しさ、「……」で欠くことが出来ない楽しさとは、人とのふれあい、会話です。見ず知らずの人に、ただバルマップとチケットを持っているだけで、「どの店が良かったですか?」「この料理おいしいですよ」と話しかけても不審者扱いをされず会話が成立する。そんな一期一会を味わえるのがバル街であり、無くてはならない調味料だと思っています。

このコロナ禍でも実施できる方法はないかと模索しました。ただ飲み歩くだけのイベントは実施出来ても、一番の醍醐味である「ふれあい」を欠いたイベントは本当のカリアンナイト(バル街)では無いという結論に達し、実施できないもどかしい状況が続いております。いつか、あんなこともあったなと笑って言える日が早く来ればと切に願っております。

(刈谷市刈谷駅前商店街振興組合 理事)



名古屋駅から東海道本線新快速で約20分  
中部国際空港から直通バスで約1時間

## 編集後記

次回 bar33 は、2022年4月の開催を予定しています。

但し、新型コロナウイルスの感染の社会状況等を考慮したうえで、2022年1月下旬に開催の最終判断をいたします。

○「バル街からの手紙」第4号を発行します。開催の可能性を探っていた2021年の秋バルでしたが、準備開始は6月半ばということで、「コロナ禍」の社会状況がまだ深刻な様相を呈していたために実施は見送らざるを得ませんでした。

○今号では、バル街発足のきっかけになった「スペイン料理フォーラム」からの実行委員であるワインアドバイザー和田委員が、初回開催時の模索の思い出や「振る舞い」のいきさつを伝えています。2005年の秋バルから参加してこられた喫

茶店「Old Miss 菊」の店主広瀬さんは、二十間坂から函館山や教会群を見つけてきたこの地への思いを綴ってくれました。

○松下先生はバル街の主要なツールであるマップのコメント欄の機能・有効性について、示唆に富んだ見解を示されています。松田委員はバル街だけでなく大門地区などのいろいろなイベントにもかかわってきた経験もふまえて、イベント継続への思いを書きました。

○愛知県刈谷市で開かれているバル街「カリアンナイト」で奮闘されている成

田さんは、商店街の振興に知恵とエネルギーを降り注いでおられます。企業城下町の有機的まちづくりについて率直な思いを述べられています。

○本誌校了間際に、当バル街代表深谷宏治の料理の師であるルイス・イリサルさんが亡くなられたという知らせが届きました。91歳。バスク地方の料理を世界的なものにし、料理人の育成にも大きな貢献をされた方でした。

函館西部地区バル街実行委員会 加納諄治