

IV-464

東京都区部の私鉄駅前商店街の現状に関する実証的研究

横浜市役所 正会員 茂原秀成
日本大学理工学部 正会員 岸井隆幸

1. はじめに

都市部における商業集積地域^{*1}は、駅、幹線道路などの交通条件や人口分布などを背景として形成されている。特に、鉄道駅は集客力が高いため、その周辺部には商店街が早い時期から形成されてきた。しかし、近年の都市中心部における商業の衰退は、鉄道駅周辺でも例外ではない。既存研究では、都心商業衰退の原因として、車社会とロードサイドへの大型店の出店が大きな役割を果たすとされているが¹⁾、東京都区部においては鉄道の利用分担率が高いことや大型店が駅周辺に立地しているなどや状況が異なるところもある。

そこで本研究では、東京都区部の私鉄沿線駅前商店街を対象にして店舗構成の変化と現状について、特に同地域における大規模小売店舗とコンビニエンスストア（以下、CVS）の立地動向に留意しながら、明らかにすることを目的とする。

2. 研究方法

今回の調査では、大規模小売店舗、CVSの影響を受けると予測される小売業について取り扱うこととし、まず商業統計をもとに編集された「東京の商業集積地域」^{2) 3)}の店舗数、床面積等、駅前商店街の変化の実態を分析した。

また、大規模小売店舗、CVSに関しては、駅改札口を中心とした半径500m圏内について、出店の状況を分析した。（なお、抽出にあたっては、東洋経済¹⁾及び電話帳にて位置の特定をした。）

対象地区としては関東大震災以後、東京の市街地拡大の受け皿となり、それとともに駅前商店街が発達している私鉄駅について、「東京の商業集積地域」において駅前型に分類され、昭和57年と平成3年が経年比較できる38駅を選定した（図1）。

3. 分析結果及び考察

(1) 駅前商店街の現状

対象とした駅前商店街の昭和57年から平成3年までの小売業店舗数の増加率は、平均で4.9%の減少となっている。これは全国において8.5%、東京都で14.1%の減少に比べると減少率は低いといえる。その中で

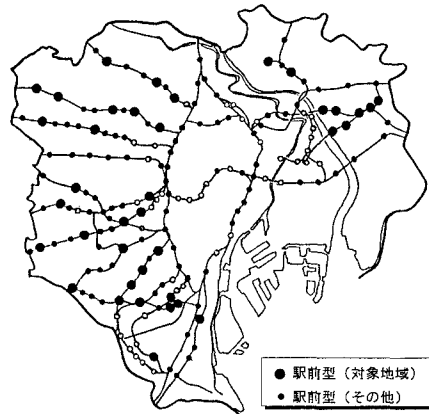


図1 対象地域

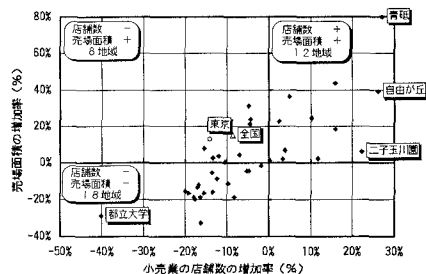


図2 小売業店舗数と売場面積の増加率（昭和57～平成3年）

増加を示したのは12地域であり（図2）、特に、青砥、自由が丘、二子玉川園といった特定の地域で大きく伸びている。逆に、都立大学が40.2%と激減している。これは、東京都立大学が多摩ニュータウンに移転した影響であり、大学自身の集客力の高さを示している。また、18地域において小売業店舗と売場面積が共にマイナスを示している（図2）。同期間に、売場面積が全国で15.2%、東京都で12.7%の増加を示していることから、この18地域は商業集積地域として衰退しているといえる。

また、昭和57年から平成3年までの1店当たりの年間販売額の増加率は、平均で54.2%の増加となっている。同期間に、全国で61.9%、東京都で74.3%の増加に比べると増加率は低いといえ、増加率が東京都を上回ったのは二子玉川園のみであった。

(2) 駅前商店街と乗降人員

平成3年の乗降人員と小売業店舗数の関係を見ると（図3）、自由が丘、下北沢、三軒茶屋、二子玉川園の乗降人員と小売業店舗数が共に高い。これらの地域は、乗換駅である3つ以上の方向から集客できる特色を十分活かしているといえ、現在も増加を示している。それとは対称的に、乗降人員に対して小売業店舗数の多い地域では、衰退している地域が多く、乗降客という集客力に対して飽和状態にあるといえる。

(3) 大規模小売店舗

平成3年の店舗数と大規模小売店舗数の関係を見ると（図4）、全体の87%にあたる33地域で大規模小売店舗が立地している。その内、第1種大規模小売店舗^{*2}は6地域しかなく、昭和49年の大店法施行後にはわずか3店の出店があるのみで、駅周辺での立地の難しさを表している。しかし、小売業店舗数の増加率の高い（図2）、青砥、自由が丘、二子玉川園では、多くの大規模小売店が立地している。

(4) コンビニエンスストア

平成3年の小売業店舗数とCVS店舗数の関係を見ると（図5）、1地域の小売業店舗数は平均で213.9店であり、CVS店舗数は平均で5.5店であることから、すでに小売店の100店に2.57店はCVSとなる。これは、東京都の100店に3.14店よりは低い割合となっており、駅周辺にCVSの立地がしにくいといえる。また、1地域当たりのCVS店舗数をもっとも多く分布したのは、6店であり11地域になる。全体として、小売業店舗数とCVS店舗数との間の関係はなく、CVS店舗の立地は必ずしも商店街全体の集客力に依存したものではないと考えられる。ただし、商店街規模が比較的小さい200店以下の衰退している地域ではCVS店舗の立地が少なく、商店街としての魅力そのものがなくなってしまうものと考えられる。

4. まとめ及び今後の課題

本研究では、東京都区部の私鉄駅前商店街の現状及び大規模小売店舗、CVSの立地状況の把握に努めた。その結果、1）全体の3割の商業集積地域が規模が拡大していること、また、規模の小さい商業集積地域が多く衰退していること、2）乗降人員に対して店舗数の多い地域で、衰退していること、3）大規模小売店が多く出店している地域で店舗数が増加していること、4）CVSは、規模の小さい衰退している商店街に立

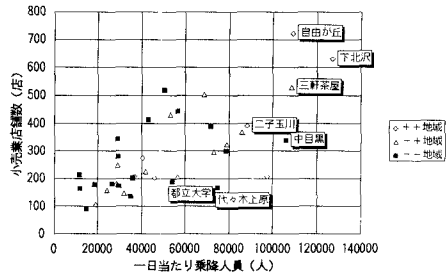


図3 乗降人員と小売業店舗数（平成3年）

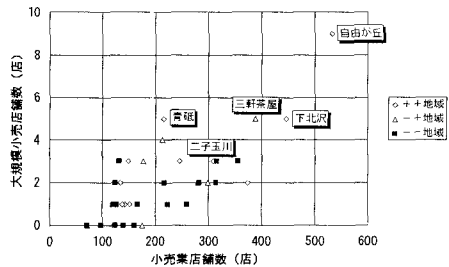


図4 小売業店舗数と大規模小売店舗数（平成3年）

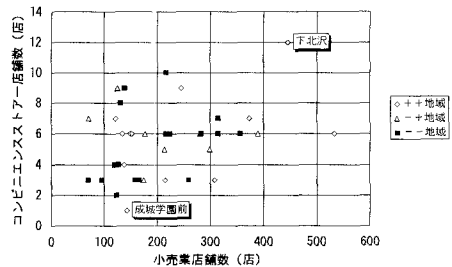


図5 小売業店舗数とCVS店舗数（平成3年）

地店舗数が少ないことがわかった。

これらより、大規模小売店舗は地域を活性させるのに一定の役割を果たしており、拠点性の強い地域の駅前商店街は活力を保っているが、逆に、大型店やCVSの立地が少ない「規模の小さい駅前商店街」は衰退が著しく、大きな問題を抱えていると考えることができる。今後は、衰退している地域において、廃業した店舗によって抜けた場所をどのように活用していくかについて検討を加えていく予定である。

注釈

*1 商業集積地域とは、50店以上の小売店を含み、全体でおおむね100店以上の商業の事務所が混在している街区を形成している小売機能の集積地域。

*2 第1種大規模小売店舗とは、店舗面積が3000㎡以上。第2種大規模小売店舗とは、店舗面積が500㎡を超え、3000㎡未満のものをいう。

参考文献

- 1) 東洋経済新報社（1995）、「首都圏商業地マップ」
- 2) 東京都（1984）、「東京の商業集積地域」昭和57年
- 3) 東京都（1993）、「東京の商業集積地域」平成3・4年