

店舗の選択基準に注目した商店街の利用実態に関する研究

～戸越銀座をケーススタディーとして～

国土館大学工学部 学生会員 ○及川 高士
国土館大学工学部 正会員 二井 昭佳

1. 研究の背景と目的

近年大型店の参入や後継者不足、若者離れなどによってシャッター街と呼ばれる商店街が増えてきている。しかし、古くからまちにある商店街はそのまちの伝統・歴史を知っており、また大型店に比べ利用者に対し向かい合う時間が長いことから、まちの重要な交流の場だと考えられる。さらに今後高齢者が増えることを考えれば、近所で買い物が出来るという点でも未来に残していくべき場所である。

こうしたことを考えたとき、現在もにぎわいのある商店街の利用実態を知ることが有益である。とくに同業種が多数存在する商店街においてそれらの店舗がどのように利用されているのか、どこに住む人がどの店舗を利用しているのかを知ること、商店街のコミュニティの活性化や衰退する商店街を食い止めるヒントが得られると考えた。

そこで、本研究では、同業種が多数存在する商店街でのアンケート調査を基に、①現在商店街がどのように利用されているのか、②どこに住む人がどの店舗を選ぶのかを調査することにより、同業種が多数存在する商店街において、商店街の利用実態や利用者が店舗を選ぶ基準などを明らかにすることを目的とした。

2. 研究対象の概要

研究の対象は、同業種の店舗が多数存在し、なおかつ地元住民が多く利用している戸越銀座商店街とした。

戸越銀座商店街は、品川区の中西部に位置し、都営浅草線戸越駅と東急池上線戸越銀座駅を最寄り駅とする全長 1.6km の非常に長い商店街である。



図-1 商店街の地図

表-1 主な業種の軒数

	軒数
肉屋	4軒
八百屋	7軒
米屋	3軒
魚屋	2軒
スーパー	1軒

商店街内には約 400 軒もの商店が軒を連ねており、日常的に利用される同業種が多数存在する。商店街は商業

会、中央街、銀座会の3つからなり、中央には商店街とほぼ垂直に国道1号（第二京浜）が通っている。戸越銀座商店街は、現在では平日でも1万人以上が来客する非常に活気のある商店街である。

なお、銀座名を冠する商店街は日本全国 300 余りと言われているが、最初に銀座という名前を商店街につけたのが戸越銀座商店街である。

3. 調査の方法

(1) 調査の内容

調査の方法は対面式のアンケートにより行った。調査項目とその理由を表-2に示す。項目8に関しては日常的に利用される店舗の業種として、肉屋、八百屋、米屋を対象とした。また、項目9に関しては地図にルートを記入してもらい把握した。

表-2 アンケートの項目とその理由

アンケート項目	アンケート項目とした理由
1、年齢	商店街利用者の年齢・性別、他項目との関係
2、性別	
3、自宅位置	どこに住む人が利用しているか
4、住んでいる年数	自宅位置による利用店の違い
5、家族構成	年数による利用する店・利用方法の違い
6、買物回数	
7、移動手段	家族構成による利用する店の違い
8、よく利用する店と理由	利用者の移動手段
9、よく使う道	業種による違い、自宅位置などとの関係、
	自宅から商店街までのルート、商店街内でのルート

(2) 調査の期間と実施位置

アンケート調査の実施日は地元住民が商店街を多く利用する平日とし、実施時間は商店街を利用する人が多く、なおかつ急ぐ人の少ない14時～16時の2時間とした。

表-3 実施日と実施位置

	実施日	位置	調査人数
第1回	2008年10月23日(木)	A	62人
第2回	2008年11月19日(水)	B	57人
第3回	2008年11月20日(木)	A	59人
第4回	2008年11月21日(金)	B	47人
第5回	2008年11月24日(月)	C	32人
第6回	2008年11月25日(火)	D	37人

第1回～第4回アンケートの実施位置は国道1号（第二京浜）で商店街を東西に分け、その東西に分けた商店街の中心付近の2ヶ所(A,B)とした。これは、利用者の自宅位置によって選択する店舗に違いがあるかどうかを調べるためである。

キーワード：商店街, コミュニティー, 利用実態

連絡先：〒154-8515 東京都世田谷区世田谷 4-28-1 国土館大学

TEL:03-5481-3202

E-mail: g743523w@kokushikan.ac.jp

また、第5回(C)、第6回(D)の実施位置は、商店街内に2軒ある魚屋の前で行った。これは第1回～第4回での調査で自転車を利用する人に対するアンケートが困難であったためである。

4. 調査結果と考察

(1) 調査結果から得られた基礎データ

1) 調査人数と年齢構成

6回の調査で294人のアンケート結果が得られた。その年齢構成は、20～30代が14%、40～50代が33%、60代以上が53%であり、高齢者の利用が半数を占める結果となった。

2) 住んでいる年数

10年未満とそれ以上の数が半々となり、比較的新しい住民も利用している結果となった。

3) 買い物回数

週4回以上利用する人が61%と半数以上を占めた。また毎日利用するという人もおり、商店街が日常的に利用されていることがわかった。

4) 商店街を利用する際の移動手段

商店街を利用する際の移動手段は徒歩が全体の76%、次いで自転車が22%となり、利用者のほとんどが徒歩圏内の地元住民であることがわかった。

(2) 商店街と幹線道路の関係

1) 利用者の自宅位置と商店街との位置関係

商店街利用者の自宅位置を番地ごとにその数を集計し、地図にプロットしたものが図-2である。これをみると単純に商店街から遠ざかるにつれて利用者が少なくなるわけではないことがわかった。そこで2車線以上あり、かつ交通量の多い道路で区切ったところ全アンケート回答者294人の約92%である271人が道路に区切られたエリア内に自宅位置をもつ人々であった。

また、中原街道の東側や道路Aの東側など距離的には商店街に近い場所にもかかわらず利用者がほとんどいなかった。利用者は物理的な距離というよりは交通量の多い道路によって分断されたエリア内にある商店街を自分達の地域の商店街と認識している可能性がある。



図-2 利用者の自宅位置の分布結果

2) 利用者の商店街への経路選択

利用者がどのような経路をたどって商店街の店舗を利用しているのかについて調べた。その結果利用者のほとんどは目的の店舗を目指したルートではなく、自宅から商店街への最短ルートを取り、その後商店街内を移動するパターンがほとんどであった。

3) 商店街内の移動経路

利用者の多くが、まとまった位置にある店舗ではなく、広い範囲の店舗を選択していた。ほかにも日常的に利用する店を通り越している人もおり商店街を歩くことを楽しみとしている人がいる可能性が大きい。

また自宅位置とよく利用する店舗を国道1号(第二京浜)で区切り、その位置を東西で分けた。それを基に国道1号(第二京浜)の横断の有無について調べた結果、横断をする人が242人(約82%)となり、国道1号(第二京浜)は利用者を分断していない結果となった。

4) 日用品の利用店別の割合

日常的によく利用される店舗の利用率を見てみると、各個人店でスーパーに劣っているものの、個人商店群とスーパーで比べると個人商店群がいずれの業種でも半数を超えており、戸越銀座商店街では個人の店舗が多く利用されていることがわかった。

また自宅位置と利用する店舗の距離について分析したところ自宅から近い店舗があるにもかかわらず遠い方の店舗を選ぶ人が多数存在することがわかった。

店舗を選ぶ理由として個人店の利用者に値段と答えた人がおらず、個人店を利用する人の多くはなじみやサービスを選ぶ理由としていた。

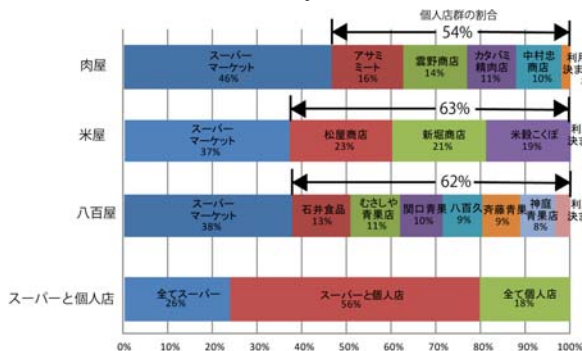


図-3 業種ごとにみたスーパーと個人店の利用の割合

5. 結論

本研究の結論は次の通りである。

- ・利用者の自宅位置の分布から利用者は交通量の多い道路によって分断されたエリア内にある商店街を自分達の地域の商店街と認識していることを指摘した。
- ・商店街へのアクセス路や商店街内の移動経路の分析から利用者にとって商店街を歩くことが楽しみになっている可能性を指摘した。
- ・店舗の選択理由やその利用実態から店舗を選ぶ基準として距離よりもなじみやサービスによって店舗を選択していることを明らかにした。