

繁盛商店街の事例で考える 中心商店街再生のヒント

大和総研 主任研究員 鈴木文彦

繁盛商店街の代表格「砂町銀座」

地方を中心にシャッター商店街が問題となっている中、東京都江東区の砂町銀座の繁盛ぶりは全国的に有名だ。テレビや雑誌で何度も取り上げられ、同じく繁盛商店街として知られる戸越銀座、十条銀座とあわせて東京の「三大銀座」と呼ばれている。リーズナブルな衣料品店や惣菜店が多く、街歩きバラエティ番組の特集や観光ガイド等を通じ「食べ歩き」の名所としても知られている。店先でおでんや焼き鳥をほおばる買い物客の姿が下町商店街の雰囲気になじんでいる。

明治通りと丸八通りを結ぶ東西670mの道幅の狭い街路に沿って約180の店舗が軒を連ね、端から端まで歩くと10分はかかる。一番近い都営新宿線の西大島駅から歩いて20分。遠くからはバスで

図1 砂町銀座の賑わい



出所) 筆者撮影

しか行けず交通の便が良いとは言えない。辺りはアパート、マンションが混在する住宅地で、商店街の近くには80年代に開発された総戸数2809戸のUR北砂五丁目団地がある。

典型的な住宅街とあって競合は激しい。砂町銀座から明治通りに沿って北に5分も歩くと大型ショッピングモールの「アリオ北砂」が見える。反対側の南砂には「イオンスタイル南砂」がある。こちらは砂町銀座から約1.2km、徒歩15分ほどのところにある。その他、大小さまざまなスーパーマーケットがひしめいている。

それにもかかわらず砂町銀座は健闘している。土日となれば遠方から観光めあてで来街する人もあり、大勢の買い物客で賑わう。ここにはかつての商店街には当たり前のようであった青果店、精肉店、鮮魚店が残っている。ひとつではない。

670mの通りにいくつもある。絵に描いたような昭和の下町商店街で、古い住宅地図を見ると80年代と店舗構成が大きく変わっていないことに気がつく。それなりに店の入れ替わりはあるようだが、シャッターが閉まったままの空き店舗は少ない。

比較的多い商圈人口

砂町銀座にこれほど人が集まるのはどうしてか。砂町銀座の集客要素から、シャッター街に悩む全国の商店街にとって再生のヒントになるようなものはないだろうか。そうした観点から考察した。

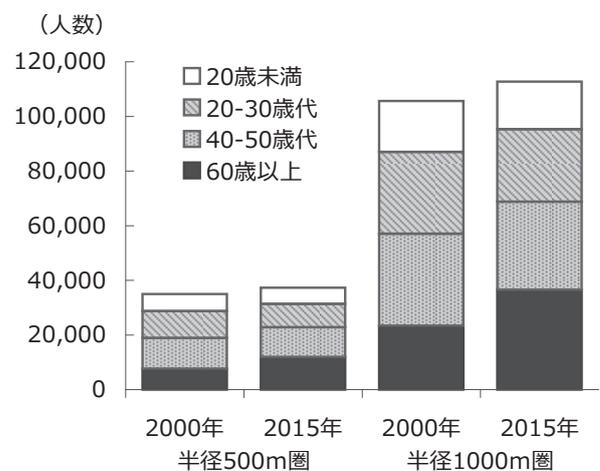
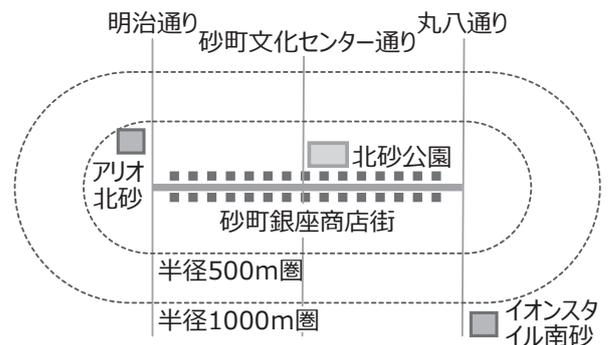
理由として、まずは商店街の周辺の人口密度が高いことがあげられる。郊外化が進む地方と違って東京は車社会でなく、街中に住む高齢者も多いので、日常の買い物のため昔からあった商店街が比較的残っている。東京都における15年の世帯当たり自動車保有台数は約0.5台であり、全国平均の約1.1台を下回る。福井県の1.8台など、地方では一家に2台の自動車がある県が少なくない¹。東京都において、住民の移動手段の中心は鉄道その他の公共交通機関であり、日常の買い物は徒歩圏内の商業施設を利用する。

総務省統計局の地理情報システムを使い、砂町銀座から半径500m圏、1000m圏の居住人口を年齢別に調べてみた（図2）。徒歩7分程度の距離である500mの範囲の人口は37,483人と岐阜県瑞浪市²並み、同じく徒歩15分程度の1000mでは113,370人と、福岡県大牟田市の総人口³と同じくらいの住民が砂町銀座から徒歩15分の範囲に住んでいる。

また、15年前の2000年と比較すると当地の人口が増えていることがわかる。この間、世帯数は2割程度増加しており、特に6階建て以上の共同住宅に居住する世帯が増えている。地方を中心に人口減少が問題となっているが、東京都は増加傾向を保っている。都内の住宅街に中高層のマンションが増加し、人口集中の受け皿になっている様子が見えてくる。

年齢別に見ると、15年における半径1000m圏の60歳以上の比率は32.2%である（図2）。ほぼ全国

図2 砂町銀座の位置と商圈人口



出所) 総務省統計局の地理情報システム「地図で見る統計 (JSTAT MAP)」から大和総研作成 人口は国勢調査。

平均 (33.0%) と同水準であるが、東京都全体の27.6%に比べれば高い。比較的高齢層が多いが、これは高齢層を主要顧客とする商店街にとって有利と言えよう。

バランスと個性を備えた業種構成

砂町銀座の業種構成を見てみよう。図3は、砂町銀座の業種構成を「平成28年度東京都商店街実態調査」の区分で示したものである。2017年の10月に、住宅地図と照らし合わせながら、商店街に立地する個々の店舗を実査して作成した。これによれば、東京都の商店街の平均と比べ、砂町銀座は飲食料品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業の比率が高い。

他方、東京都の商店街における店舗数の平均は飲食料品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業

1 世帯当たり自動車保有台数の出所は、一般社団法人自動車検査登録情報協会の自動車保有台数、住民基本台帳に基づく世帯数から大和総研が計算したもの。あわせて、拙稿「車社会の下で中心商店街を活性化するには 疑似モール化か、住宅街に転換し普段使い型で再生するか」(2015年9月14日、大和総研コンサルティングレポート)の図表1、図表7を参照のこと。世帯当たり自動車保有台数の都道府県別の分布、長期推移を掲載している。http://www.dir.co.jp/report/consulting/reg-revitalization/20150914_010116.html

2 岐阜県瑞浪市の推計人口37,446人 (18年4月1日現在)

3 福岡県大牟田市の推計人口113,485人 (同上)

図3 砂町銀座の業種構成

業種	砂町銀座		東京都	
	店舗数	構成比 (%)	店舗数の平均	構成比 (%)
各種商品小売業	1	0.6	2.8	4.7
飲食料点小売業	56	34.8	6.5	11.0
織物・衣服・身の回り品小売業	29	18.0	6.5	11.0
機械器具小売業	0	0.0	3	5.1
その他の小売業	26	16.1	6.7	11.3
無店舗小売業	0	0.0	0.5	0.8
飲食店	21	13.0	14.8	25.0
持ち帰り・配達飲食サービス業	0	0.0	1.9	3.2
洗濯・理容・美容・浴場業	6	3.7	5	8.4
その他の生活関連サービス業	3	1.9	2.1	3.5
娯楽業	3	1.9	1.7	2.9
その他	16	9.9	7.7	13.0
合計	161	100.0	59.2	100.0
空き店舗	22			

出所) 東京都「平成28年度東京都商店街実態調査」等から大和総研作成 砂町銀座の業種区分は筆者の実査によるため商店街自身の認識と異なる可能性もある。

図4 業種の内訳(砂町銀座)

飲食料点小売業	56
惣菜店	19
食品スーパー	3
コンビニエンスストア	2
青果店	7
鮮魚店	6
精肉店	3
果物店	1
酒飯店	2
茶店	4
菓子店	4
織物・衣服・身の回り品小売業	29
婦人服店	16
呉服店	3
靴店	3
その他の小売業	26
リサイクルショップ	6

出所) 大和総研作成

で低く、代わりに飲食店の比率が高い。青果、鮮魚、精肉のいわゆる生鮮3品を扱う商店街の店舗が、スーパーマーケット等との競合で閉店し、元々繁華街を中心に立地する飲食店が商店街の表通りに進出してきた様子がうかがえる。

その点、砂町銀座は周辺住民の日常の買い物の機能をいまだによく保っている。業種の内訳を図4で見ると、7つの青果店、6つの鮮魚店、3つの精肉店がある。総合スーパー(図3の各種商品小売業)の他に小さめの食品スーパーが3つあり、商店街の個店と共存している。砂町銀座は生鮮3品を扱う商店が複数あることをはじめ業種構成のバランスが良い。

もっとも、業種構成のバランスだけでは遠方から買い物客が来る説明がつかない。遠方から集客するポイントは、商店街の個性を形作る店舗が存在することだろう。砂町銀座は平日と休日では様子が若干異なって、平日は、例えば築地場外市場、大阪市の黒門市場、函館市の函館朝市のような、大都市や港町で“〇〇の台所”と呼ばれてい

るような市場タイプの商店街に似た雰囲気になる。砂町銀座には午前中に行列ができて午後には閉まってしまう生鮮品の有名店がいくつかある。

休日はまた違った顔を見せる。砂町銀座にはリサイクルショップが6店あり、衣料品店が扱う商品の価格帯が全体的に低い。毎月10日に開催される商店街あげての大売り出し「ばか値市」も、商店街全体の激安イメージに一役買っている。例えば古着や骨董品の露店が並ぶ世田谷ボロ市(東京都)が有名な、いわゆる「蚤の市」のような印象だ。雑多に並ぶ商品の群れから掘り出しものを探すのが楽しい。

おでんや焼き鳥など惣菜店が19店あることも砂町銀座の特長だ。東京の下町商店街の谷中銀座や戸越銀座などと並び、惣菜店が集積する砂町銀座も食べ歩き商店街として知られている。

集客装置としての公園

東西に延びる商店街の中間地点にある北砂公園が砂町銀座の課題を一部補完している。砂町銀座

の街路は狭く、自転車を停めるスペースが少ないのが難点だが、実際は商店街に隣接する北砂公園の駐輪場に停める人が多い。公衆トイレがあるのも便利だ。北砂公園には砂町文化センターがあり、その1階には図書館が入っている。本を借りたり、サークル活動で楽器を練習したりするついでに商店街で買い物をする人もいようだ。商店街で楽器を抱えて歩く人も見かける。商店街の側から見れば、公園、図書館、文化センターが格好の集客装置になっている。

砂町銀座から得られる商店街再生のヒント

一朝一夕に実践できるものばかりではないが、商店街に客足を戻すヒントが砂町銀座にはある。第1は、まちづくりの論点ではあるが、商店街の商圈である徒歩圏内の人口を増やすことだ。砂町銀座の場合、地方の中小都市並みの数の住民が徒歩圏内に住んでいる。とてもコンパクトな街だ。

第2に、人がいても商店街に魅力がなければならぬ。徒歩圏内の日常の買い物ニーズを満たす業種構成にバランスよく再構築することである。不足しがちな生鮮3品の再生がカギだ。

第3は、バランスとは一見矛盾するが業種構成に個性を持たせることである。砂町銀座は“○○の台所”、“激安”、“食べ歩き”という3つのキー

ワードで端的に示すことができる。

こうした個性は、類似のコンセプトを持つ複数の店舗が集積することによって醸し出される。砂町銀座以外だと、家電やアニメ関連ショップが集積する秋葉原、台所用品が集積す

る浅草の合羽橋道具街があげられよう。わかりやすく説明するため極端な例を出したが、程度に差こそあれ商店街の個性は類似業種の集積から生じるとのことである。熊本市の上乃裏通り、岐阜市の玉宮町など飲食店が集積することで再生が図られた例もある。ある程度の大都市でなければ実践は難しいかもしれないが、商店街再生の方向性を考えるにあたって参考にすることができよう。商店街の個性をキーワードで端的に言い表すことができ、それが広く認知されれば、商店街がショッピングモールやスーパーマーケットと共存できることを砂町銀座は示している。

最後は、集客装置として公共施設を活用することだ。図書館はもちろん公園も商店街の集客装置になる。例えば、本連載の2017年9月号の「パークマネジメント『稼ぐ公園』で生まれる好循環」で紹介したのは、イオンモール株式会社が千葉市と「パークマネジメント協定」を締結し、イオンモール幕張新都心に隣接する豊砂公園の管理、具体的には樹木選定やトイレ清掃を行う代わりに自店主催のバーベキュー大会等のイベントに園庭を使うことができるようにした例だ。これも商店街再生のヒントになるだろう。フリーマーケットその他のイベント販売、食べ歩きスペースなど、アイデア次第でさまざまな活用が考えられる。

図5 砂町銀座に直交する砂町文化センター通りに面する北砂公園、そして北砂公園にある砂町文化センター



出所) 筆者撮影