

近隣型商店街の観光地化への住民意識に関する研究 -谷中銀座商店街を対象として-

1X16D047-2 佐々 泰之*

購買行動の多様化に伴い商店街が衰退傾向にある一方で、一部の商店街では観光商業の発展により観光客が増加し商店街が賑わったというケースが存在するが、地域の買い物空間である商店街の変容は近隣住民の生活に影響を及ぼし得る。そこで本研究は、観光地化した近隣型商店街である谷中銀座商店街を対象としたアンケート調査によって、近隣住民による商店街の利用実態、観光地化に対する認識傾向、そして評価を生み出す要因を明らかにすることを目的とする。その結果、近隣住民は主に5つの理由によって利用する店舗を選定していること、観光地化に伴うお店の変化に対する認識は住民の属性や価値観に影響すること、そして谷中銀座商店街に対する愛着は通行利用頻度から強く影響を受けることを明らかにした。

Key words: 近隣型商店街, 観光地化, 住民意識, アンケート調査, 谷中銀座商店街

1. 序論

1.1 背景と目的

1) 研究の背景

日本の商店街は地域の文化、伝統、コミュニティの中心として地域の人々の生活と密接に関わり合いながら継承されてきた。商業的な空間としてのみでなく、公共性の高い日々の交流の場としての重要な役割を果たしてきたといえる¹⁾。しかし、高度経済成長期以降の1960年代以降のモビリティのモータリゼーションの進展および1970年代以降の郊外型大規模店舗の急増により日本の商業形態は大きく変化し²⁾、平成になると大規模小売店舗立地法の施行による大規模店舗の更なる郊外出店や、コンビニエンスストアの進出拡大、ライフスタイルの変化などに伴い、商店街は全国的に衰退方向にある¹⁾。

一方で、参詣に訪れる中高年層の女性をターゲットとし観光商業的エリアに変化した巣鴨地蔵通り商店街³⁾や、1969年に映画の舞台になってから江戸情緒残る下町として人気を集め、街並み整備が行われるとともに観光客向けの飲食店が増加した柴又地域の商店街⁴⁾など、来街者の広域化・多様化に対応して商店街空間を変容させることで、観光客が増加し商店街が賑わうというケースがある。

しかし荒井ら⁵⁾によると、観光地化した地域において不特定多数の来訪者を迎えることは、住民の生活空間や意識に大きな変化をもたらすと考えられるため、生活空間への悪影響を最小限に抑えるように適切に観光地化に対処していくことが求められる。

2) 研究の目的

本研究では、観光地化が進んでいる近隣商店街を対象と

して、そのことが近隣住民の利用状況や意識にどのような影響を及ぼしているのかを明らかにすることを目的とする。そのため、来街者の増加や店舗業種の多様化が進む谷中銀座商店街を対象とし、近隣住民を対象としたアンケート調査により、近隣住民による利用状況および観光地化に対する認識や評価を把握する。これにより、①近隣住民による利用実態、②認識の傾向、③評価を生み出す要因、の3点を明らかにする。

1.2 既存研究の整理と本研究の位置づけ

1) 既存研究の整理

本論文に関する既往研究を以下の4種類に整理した。

① 商店街の変遷に関する研究

斎藤ら³⁾は、かつて地域住民を対象としていた地蔵通り商店街が参詣・縁日の場としての娯楽空間との併存化により観光商業的エリアに変容したプロセスを明らかにした。

新井ら⁴⁾は、元々一般的な下町商店街であった柴又帝釈天参道が1969年以降に映画の舞台となったことで観光地化するまでの町並み形成の変遷を明らかにした。

② 商店街の施策に対する住民意識に関する研究

栗田ら⁶⁾は、環境配慮活動を推進する商店街の近隣住民を対象として商店街・商業者の行う環境配慮型商店街への関心度と属性の関係、各活動への参加意欲の高さ、環境配慮型商店街への参加意欲が影響を与えている活動内容を把握した。

③ 地域の観光地化に対する住民意識に関する研究

荒井ら⁵⁾は、観光地化した農山村を対象とし、住民と観光客の空間使用区分の変容を把握することで観光地化の弊害に対する住民の意識・対策を把握し、住民に配慮した観光まちづくりの必要性を強調した。

④ 谷中銀座商店街に関する研究

坪井ら⁷⁾は、横丁商店街として選定した谷中銀座商店街を含む4サンプルにおいてファサード・街路構造・駅からの距離などの特性を比較し、高齢化社会に適した商店街の保存について論じた。

樋口ら⁸⁾は、谷中銀座商店街を含む11の商店街を「景観整備が綿密に計画され、かつ実現した商店街」としてその整備計画を整理した。

2) 本研究の位置づけ

近隣型商店街の観光地化に関して商店街空間の変容プロセスを明らかにしようとする研究は多く存在するが、近隣住民がどのように捉えているのかに焦点を当てた研究は管見では見受けられなかった。そのため、近隣住民による利用状況や観光地化に対する意識を把握し、近隣住民による評価をもたらす要因を分析する点において本研究は特徴的だといえる。

2. 谷中銀座商店街の概要

2.1 対象地の選定

本研究では、かつて近隣住民が日用品などを買物に来る近隣型商店街であったが、直近20~30年で観光商業にて人気が増加した商店街を対象とする。そこで1947年に自然発生的に誕生し、戦後に近隣型商店街として栄えたものの、ここ30年で徐々に観光地化が進んだと言える⁹⁾東京都の谷中銀座商店街を本研究の対象地とする。

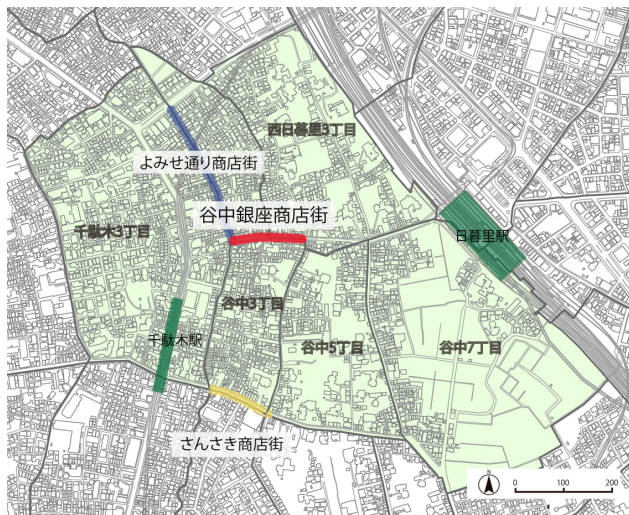


図 2.1 谷中銀座商店街の所在地¹³⁾

2.2 ヒアリング調査

谷中銀座商店街の遍歴についてより詳しく情報を得るため谷中銀座商店街振興組合にヒアリング調査を行なった。その概要を表 2.1 に示す。

表 2.1 ヒアリング調査の概要

対象者	谷中銀座商店街振興組合理事長 福島正行様 (福島商店)
日時	2019年11月13日(水) 14:00-15:00
質問項目	<ul style="list-style-type: none"> ・2000年以降の観光地化の詳細について ・来街者データの拝見 ・近隣住民による利用が続いている要因 ・現在の組合の活動内容や課題点 ・理事長による商店街の想い

2.3 対象地の立地特性

谷中銀座商店街は図 2.1 のように台東区、荒川区、文京区の境目に位置し、JR 山手線、常磐線、日暮里・舎人ライナー、私鉄京成線が乗り入れる日暮里駅より徒歩 5 分、そして千代田線千駄木駅より徒歩 5 分という立地にある。

谷中銀座商店街に隣接する地区(谷中 3, 5, 7 丁目, 西日暮里 3 丁目, 千駄木 3 丁目)の世帯数は 7733 世帯、人口は 13485 人である¹⁰⁾¹¹⁾¹²⁾。

2.4 対象地の略歴

谷中銀座商店街は 1947 年に露店が発生したことをきっかけに自然発生的に誕生し、近隣住民の買い物の場として賑わった。しかし、新駅の開通や近隣スーパーが参入したことにより一時的に客足が減ってしまう。商店街全体で実施するスタンプ事業や割引イベントにより客を繋ぎ止めていた矢先、下町商店街としての価値が重要視され、近代化リニューアルが実施された⁹⁾。その後、谷中・根津・千駄木の魅力を綴った地域雑誌「谷根千」の創刊、そして連続テレビ小説の撮影地となり、谷中の知名度が上昇した¹³⁾。その結果、2008 年のデータでは休日来街者数が大きく増加した¹⁴⁾。また、同年には芸術大学と共同で木掘り猫のストリートファニチュアが設置されたことで「猫のまち」としての新たな文化が創出された。現在は近隣住民との信頼関係を大切にしつつ、定期的に谷中のまちを訪れる広域の客、そして遠方や海外から訪れる観光客が楽しめるような商店街を目指している¹³⁾。

谷中銀座商店街の略歴を表 2.2 に、谷中銀座商店街の来街者推移を図 2.2 に示す。

表 2.2 谷中銀座商店街の略歴⁹⁾¹⁵⁾

西暦	出来事
1947 年	露店の誕生
1949 年	第一期道路改修工事完成
1952 年	第二期道路工事完成
1969 年	千駄木駅開通
1971 年	西日暮里駅開通
1981 年	モデル商店街第 1 号・第一リニューアル工事
1984 年	近代化リニューアル工事竣工・地域雑誌「谷根千」創刊
1996 年	連続テレビ小説「ひまわり」放送
1999 年	第二リニューアル工事竣工
2009 年	七福猫(木彫りの猫の像)設置

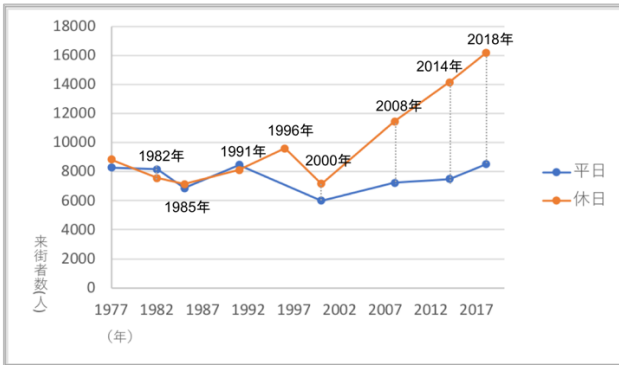


図 2.2 谷中銀座商店街の来街者の推移¹⁴⁾

2.5 住宅地図からみた店舗の変遷

谷中銀座商店街の店舗業種がどのように変化してきたのかを把握するため、文献調査¹⁵⁾および商店街店員へのヒアリング調査により 1984 年から 5 年ごとに商店街街路に面した全店舗を対象として店舗業種ごとに分類^(注1)し、各業種が全店舗に占める割合を図 2.3 に示した。

調査の結果、「日常利用の食品店」「日常利用の日用品店」が減少傾向にあり、「その他の食品店」「その他の日用品店」「飲食店」が増加傾向にあることが分かった。

このことから、調査した 35 年間の中で大きく業種が入れ替わっていることがわかった。

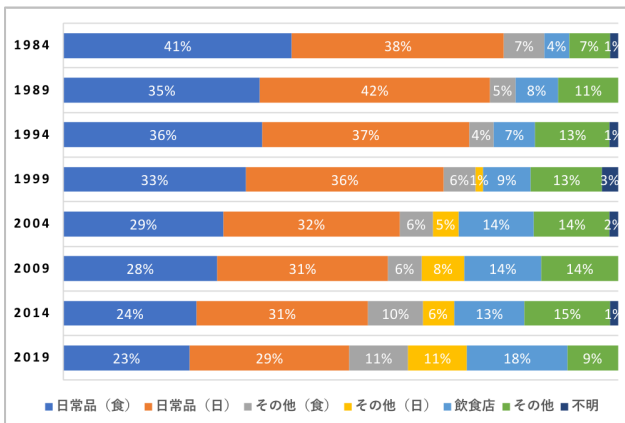


図 2.3 店舗業種の変遷

2.6 店舗の物理的特性と店舗変容の関係

谷中銀座商店街の街路沿いの各建物の 1 階に位置する 69 店のうち 1984 年から店舗敷地面積が変わらない 44 店舗を対象として、ArcGIS を用いて店舗の敷地面積を計測し、文献調査によりテナントの変化の回数を把握した。調査した店舗を図 2.4 に示す。

さらに店舗面積とテナント変化の回数を散点図で表し、近似直線を引いたものを図 2.5 に示す。得られた近似直線は店舗面積が大きいほどテナントが変化しにくいことを表しているが、R 二乗が 0.2 未満のためほとんど相関がないと言える。

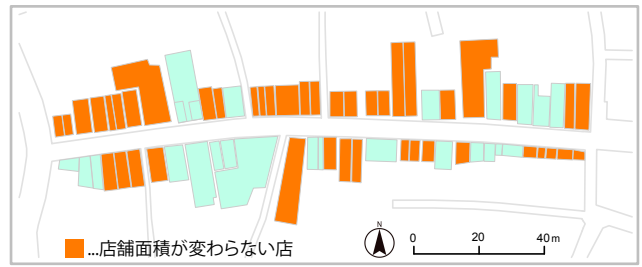


図 2.4 敷地面積を調査した店舗

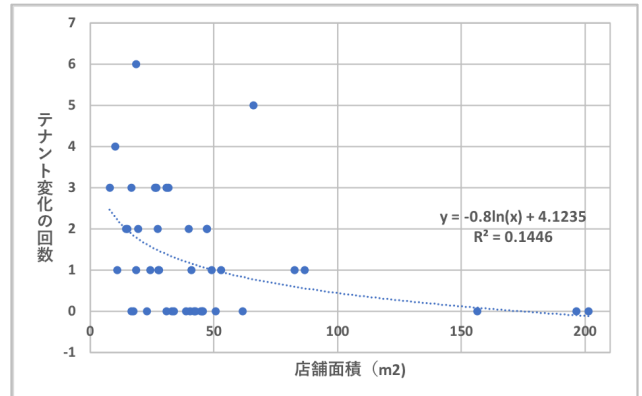


図 2.5 店舗面積とテナント変化回数の関係

3. 観光地化への住民意識に関するアンケート調査

3.1 アンケート調査の概要

1) アンケート調査の目的

アンケート調査では、近隣住民の「谷中銀座商店街の利用状況」「観光地化に対する認識」「観光地化に対する評価」を把握する。これにより、近隣住民による利用実態、観光地化に対する認識傾向、そして評価を生み出す要因を明らかにすることを目的とする。

2) アンケート調査の概要

対象者を谷中銀座商店街を囲む 5 つの町丁目に住む住民として調査を実施する。アンケート調査の概要を表 3.1 に、配布対象地域を図 2.1 に示す。なお、配布地域となる 5 区は、観光地化以前から商圈とされてきた地域であるため選定した。

表 3.1 アンケート調査の概要

配布日	2019年12月16日～17日		
締切日	2019年12月28日		
配布方法	ポスティング	回収方法	郵送回収
配布数	1000部	回収部(回収率)	214部 (21.4%)

3) アンケートの設問

アンケートの設問概要を表 3.2 にまとめる。回答者自身の属性や来街特性を把握した上で、観光地化に関する意識を具体化するため複数の質問を設けた。

表3.2 アンケート用紙の設問概要

回答者の属性	性別、職業、年齢、住所、居住年数、谷中銀座商店街への来街手段、徒歩所要時間、通行を含む定期利用の有無
谷中銀座商店街の利用状況	買い物等での利用頻度、買い物等での来街時間帯、買い物/飲食/その他の目的で利用する商店、利用する理由・目的
谷中銀座商店街に対する認識	観光客に対する印象、店舗の変化に対する印象
谷中銀座商店街に対する評価	谷中銀座商店街やまちへの愛着、メディア取材への誇り、谷中銀座商店街の今後への要望

3.2 アンケート調査の結果

1) 回答者の属性

各回答者の性別を図3.1に、年齢を図3.2に示す。23歳以上はどの年代でも女性の回答者が最も多かった。

2) 回答者による谷中銀座商店街の利用

回答者による谷中銀座商店街の通行を含む利用頻度を図3.3に、店舗の利用頻度を図3.4に示す。

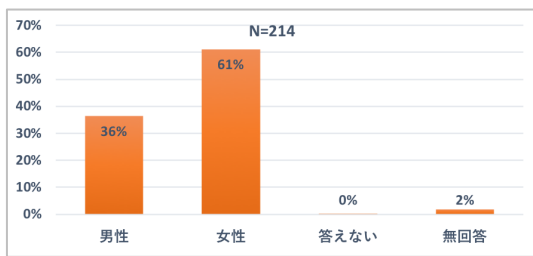


図3.1 回答者の性別

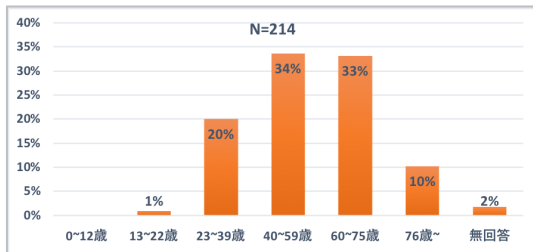


図3.2 回答者の年齢

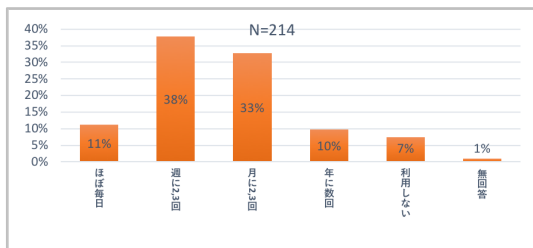


図3.3 谷中銀座商店街の利用頻度 (通行を含む)

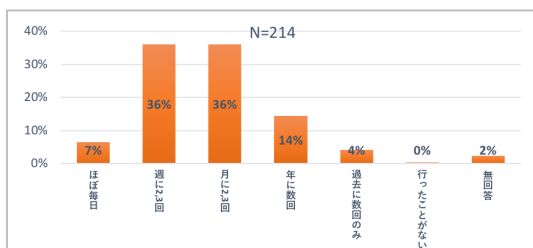


図3.4 谷中銀座商店街の利用頻度 (店舗の利用のみ)

さらに図3.4にて谷中銀座商店街の店舗を定期的に利用をすると答えた196人を対象として、「買い物」「飲食」「その他の目的(店主との交流など)」で利用する店舗を複数回答で記述してもらった結果を図3.5に示す。

回答者による買い物での業種別利用店舗を図3.6に示す。生鮮食品店、スーパー、100円ショップの利用者が多く、定期利用者の多くは生活必需品を買うために谷中銀座商店街を利用していると言える。一方で和菓子・洋菓子、ファッション、土産雑貨といった生活必需品でないものを購入する利用者は少ないことが示唆される。

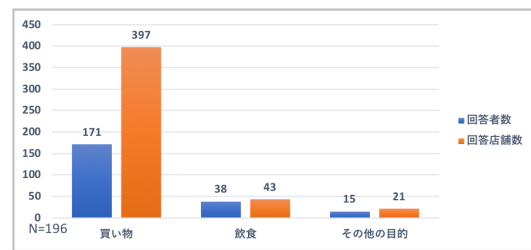


図3.5 谷中銀座商店街の店舗利用

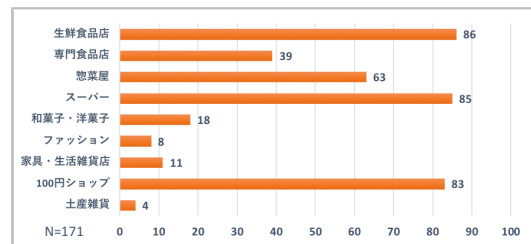


図3.6 買い物目的の業種別利用店舗

3) 回答者による谷中銀座商店街に対する認識

回答者が観光客に抱くイメージを図3.7に、店の変化に抱くイメージを図3.8に示す。

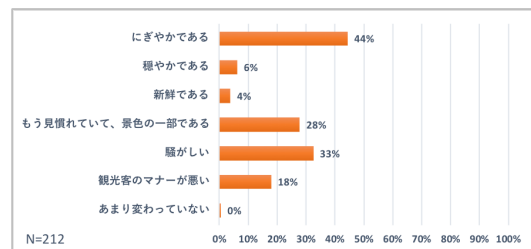


図3.7 回答者の観光客に対するイメージ

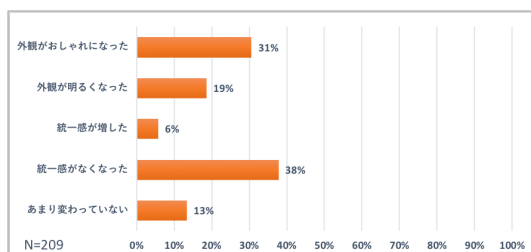


図3.8 回答者の店の変化に対するイメージ

4) 回答者による谷中銀座商店街の評価

回答者による谷中銀座商店街への愛着を図3.9に、まちへの愛着を図3.10に示す。谷中銀座商店街への愛着は住むまちへの愛着に比べて低いことが分かった。

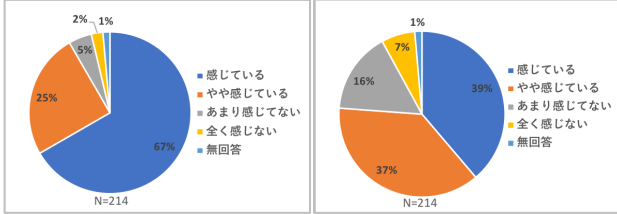


図3.9 谷中銀座への愛着

図3.10 住むまちへの愛着

また、谷中地区へのメディア取材に対して誇りに思うかという質問に対する回答を図3.11に示す。メディアへの露出による更なる観光地化への懸念が感じられる。

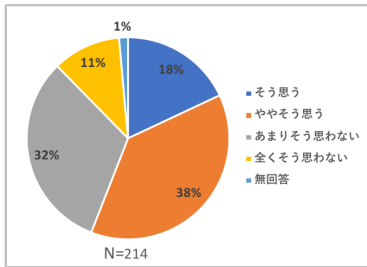


図3.11 谷中地区へのメディア取材に対する誇り

4. 観光地化への住民意識に関する分析

4.1 近隣住民の利用実態に関する分析

買い物で利用する店舗の選定理由に関する自由記述をKJ法によってまとめたものを図4-1に示す。選定に関わる理由は「商品価値」「利便性」「安さ」「仕事・家事」「愛着」の5つに大きく分けられた。

「商品価値」は主に生鮮食品店や惣菜屋の利用客が述べており、食品店が並ぶ商店街ならではの評価となった。「利便性」「安さ」は主に100円ショップやスーパーを利用する回答者が述べているため、専門店の多い商店街の中多種類の商品を安く売る業態へのニーズが窺われる。

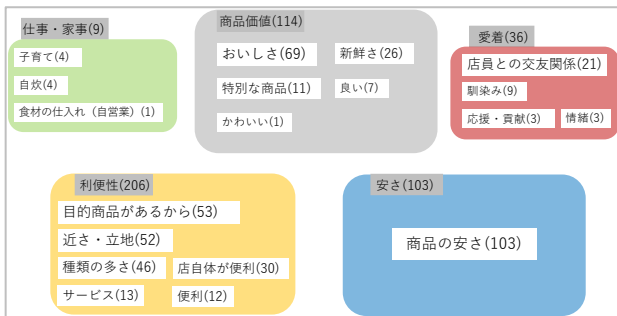


図4.1 利用目的の分類

4.2 観光地化の認識傾向に関する分析

観光地化に対する認識に関する自由記述にKJ法などの分類を行い、選択式回答の集計結果と共に分析した。アンケートには観光地化に対する認識に関して自由記述欄があったが、近隣住民による観光客についての印象とお店の変化に関する印象を考察した。計6つの自由記述から回答数の多かった「観光客の増加に対するその他の印象」を図4.1に、「店の変化に関するその他の印象」を図4.2にまとめた。

観光客への印象に関しては、選択式の回答では読み取りにくいネガティブな指摘が多く見られ、「混雑」及び「観光客のマナーの悪さ」への指摘が顕著に見られた。一方でお店の変化に関しては、ポジティブかネガティブかを評価軸とした際に、その程度が指摘内容ごとに大きく異なることが分かった。このような意識は属性や価値観などにより大きく変化することが考えられる。

	ポジティブ	ニュートラル	ネガティブ
行動・マナー	<ul style="list-style-type: none"> 食べ歩きが多い割にゴミ捨てが少ない 酒屋の前で楽しそうに飲食しているのを見ると幸せになる 	<ul style="list-style-type: none"> 「御朱印」の流行 	<ul style="list-style-type: none"> 食べ歩きは良くない(2) ほとんど飲み食いのみを感じる マスコミの影響で食べ歩きが増え、行きづらくなった しょうちゅう谷中銀座までの道を聞かれる 夜遅くまで外国人の話し声が大きい
混雑	<ul style="list-style-type: none"> 人が多のに騒がしくないのが不思議 	<ul style="list-style-type: none"> 夜は閑散としている(2) 	<ul style="list-style-type: none"> 人が多く行きにくい(14) マナーが悪い 道を塞いで迷惑(5)
その他	<ul style="list-style-type: none"> 通ると元気が出る 懐かしい印象 	<ul style="list-style-type: none"> 観光客が多く、中国・アジア人が少ない 外国人層の多様化 富裕層・中流家族、カップル 	<ul style="list-style-type: none"> 観光客の方々の訪問が多くていいが、店の数が少ない 街中で歓迎しているように見えない

図4.2 近隣住民による観光客の増加に対する印象

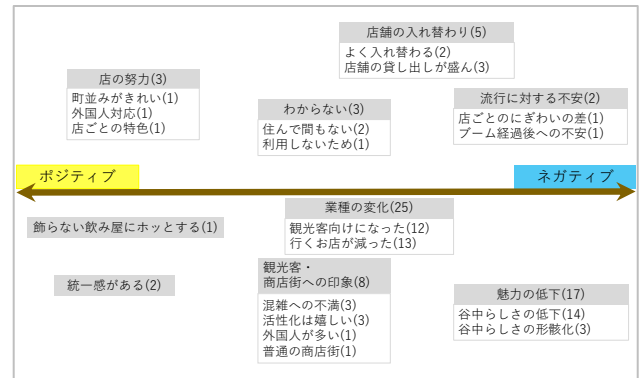


図4.3 近隣住民による店の変化に対する印象

4.3 近隣住民の評価を生み出す要因の把握

近隣住民による評価を生み出す要因を明らかにするため数量化II類によって分析を行なった。表側に目的変数、表裏側に説明変数を置き、それぞれのレンジを表4.1に示す。なお、レンジが0.7以上のものを太字で、1以上のものを黄色で、1.5以上のものを橙色で表している。ただし、カテゴリーデータが少ない項目に関してはレンジが大きく表れてしまうため、強調していない。

まず、「商店街への愛着」「まちへの愛着」「メディア取材への誇り」の3つの評価が強く影響を及ぼし合っていることが明らかになった。また、「商店街への愛着」の大きさは「谷中銀座商店街の利用頻度(通行を含む)」の高さに大きく影響を受けることが明らかになった。

表4.1 数量化II類による分析の結果

		説明変数									説明変数				
		性別	職業	年齢	住所	居住年数	来訪手段	徒歩所要時間	通行利用頻度	買い物利用頻度			商店街への愛着	まちへの愛着	メディア取材への誇り
目的変数	商店街への愛着		0.945	0.303		0.552			1.526					2.025	0.788
	まちへの愛着		0.895			1.676							2.129	1.031	
	メディア取材への誇り	0.493	1.418	0.710	0.872	0.777						1.325	1.017		
															0.340
		属性		商店街の利用			観光地化に対する評価								

		説明変数																				
		日本人観光客	外国人観光客	少人数客	団体客	にぎやか	おだやか	新鮮である	見慣れている	騒がしい	マナーが悪い	行くお店増	行くお店減	知人が増えた	知人が減った	変わらない	おしゃれ	明るく	統一感増	統一感減	変わらない	
目的変数	商店街への愛着					0.126				0.223	0.288	0.533			0.283		0.023					
	まちへの愛着							1.306	0.139	0.287												
	メディア取材への誇り	0.412			0.463				0.296	0.187	0.369	0.759	0.006				0.407	0.249	0.269			0.279
		商店街の利用		観光地化に対する評価																		

5. 得られた知見と今後の課題

5.1 得られた知見

本研究で得られた知見を以下に示す。

- 1) 文献調査やヒアリング調査を通して谷中銀座商店街の観光地化に関してまとめた。その結果、休日の来街者が最近20年で約2倍まで増加したことが分かった。また、店舗業種の変遷を時系列ごとにまとめた結果、最近35年間で日常利用品店が減り、日常利用以外の商品を扱う店や飲食店が増えたことが明らかになった。
- 2) 近隣住民が買い物行動において利用する目的を調査した結果、買い物としての利用がほとんどを占めており、飲食利用やコミュニティの場としての利用傾向が低いことが明らかになった。また、利用店舗の選定理由をKJ法により分類した結果、「商品価値」「利便性」「安さ」の3つが主な要因であり、他に「愛着」「仕事・家事」という要因があることが明らかになった。
- 3) 近隣住民の観光地化に対する認識を選択式回答およびテキストデータの分析により整理した。その結果、観光客についての印象では混雑やマナーへの不満などのネガティブな指摘が顕著に見られた一方で、店の変化に対する印象ではポジティブかネガティブかを評価軸とした際に、その程度が指摘内容ごとに様々に分かれることが明らかになり、住民の属性や価値観に大きく関わることが示唆された。
- 4) 数量化II類により商店街への愛着を生み出す要因について考察した。まず、「商店街への愛着」「まちへの愛着」「メディア取材への誇り」の3つの評価が強く影響を及ぼし合っていることが明らかになった。また、「商店街への愛着」の大きさは「谷中銀座商店街の利用頻度（通行を含む）」の高さに大きく影響を受けることが明らかになった。このことから、近隣住民に商店街をより多く利用してもらうことが商店街の愛着に繋がると考えられる。

5.2 今後の課題

本研究では谷中銀座商店街を対象として、観光地化が近隣住民にどのような意識を与えているのかをアンケート調査により把握した。今後の課題として、観光地化により生じる近隣住民への弊害を抑えるため、問題点を改善していく手段や近隣住民と共存できる商店街づくりに関して論考できると考えられる。

補注

注1) 店舗業種を以下のように分類した。

大分類	中分類	小分類
日常利用品の商店	食料品店	生鮮食品店、米屋、酒屋、パン屋、乾物屋（茶・海苔・海藻）、豆腐屋、漬物屋、惣菜屋、弁当屋、スーパー
	日用品店	服屋、靴屋、靴屋、時計、文具、書籍、花屋、電気店、陶器屋、薬局、化粧品店、100円ショップ
その他の商店	食料品店	和菓子、洋菓子
	日用品店	和風小物、土産、アクセサリ
飲食店		料理店、喫茶店、ドリンクスタンド、居酒屋
その他		美容院、写真屋、医療サービス店、クリーニング、事務所、不動産

<参考文献>

- 1) 今野美里、後藤春彦、佐藤宏亮: 下町商店街における商業機能と人間関係の継承に関する研究-商店主・元商店主・地域外商店主の役割の相互補完に着目して-, 日本都市計画学会 都市計画論文集 No. 44-3, pp187-192, 2009
- 2) 濱名智、中川大、松中亮治、大庭哲治: 歩行者空間の整備状況と商店街の賑わいについての関連分析, 土木計画学研究・論文集, Vol. 27, pp. 313-321, 2010
- 3) 斎藤恵美音, 田代順孝, 木下剛: 「果物地蔵通りの商業空間の発展と変容に関する基礎研究」, 日本造園学会誌, Vol. 67, No. 5, pp. 749-752, 2004
- 4) 新井美紀, 鈴木優太, 中野恒明: 「柴又帝釈天参道における現状と町並み形成に関する研究」, 都市計画論文集, No. 45. 3, pp. 391-396, 2010
- 5) 荒井崇浩, 十代田朗: 観光地化に伴う農産村伝統集落の空間変容及び住民生活への影響に関する研究-富山県五箇山相倉集落を事例として-, 都市計画論文集 Vol. 37, pp. 949-954, 2002
- 6) 栗田陵, 室田昌子: 「環境記憶型商店街の形成に向けた地域住民の参加促進要因に関する研究-川崎市多摩区登戸地区を対象として-」, 日本建築学会計画系論文集, Vol. 1. 82, No. 741, pp. 2855-2863, 2017
- 7) 坪井善道, 北野幸樹: 「横丁商店街の保存・再生に関する調査・分析」日本建築学会計画系論文集, Vol. 75, No. 648, p. 367-376, 2010
- 8) 樋口忠彦, 大丸英博, 山崎健太: 「商店街における景観整備に関する研究」日本建築学会技術報告集, Vol. 1, No. 1, p. 276-279, 2010
- 9) 谷中銀座商店街振興組合編集: 谷中銀座の歩み, 谷中銀座商店街振興組合, 1987年, 199p
- 10) 台東区: 住民基本台帳による町丁目別世帯人口数, 2019
http://www.city.taito.lg.jp/index/kusei/abouttaito/setai/setaisu/h31chocho.files/B_cho3104.pdf (最終閲覧日: 2020年1月6日)
- 11) 荒川区: 平成31年4月1日現在 町丁目別世帯数及び人口一覽表 (荒川区全域)
https://www.city.arakawa.tokyo.jp/kusei/gaiyo/setai_jinko/heisei31nem/heisei31nenn4gatsu/H31_4_setai.html (最終閲覧日: 2020年1月6日)
- 12) 文京区: 文京区人口統計資料 NO. 790
<https://www.city.bunkyo.lg.jp/var/rev0/0188/8920/chocho3104.pdf> (最終閲覧日: 2020年1月6日)
- 13) 谷中銀座商店街振興組合理事長へのヒアリングによる。
- 14) 谷中銀座商店街振興組合理事会の2019年度総会資料による
- 15) 谷中銀座商店街振興組合, 「リニューアール事業報告書&活性化事例」, 1999,
- 16) ゼンリン住宅地図 台東区(1984, 1989, 1994, 1999, 2014, 2019)