

**科学研究費助成事業 研究成果報告書**

平成 27 年 6 月 26 日現在

機関番号：32678

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2013～2014

課題番号：25820305

研究課題名(和文) 商業地の持続的発展のための漸進的に形成された商業地の変容過程に関する研究

研究課題名(英文) A study on changing process in commercial districts formed progressively

## 研究代表者

末繁 雄一 (SUESHIGE, YUICHI)

東京都市大学・都市生活学部・講師

研究者番号：40386785

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,300,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、漸進的に形成された商業地の賑わい醸成の要因を調査した。結果として、地区内の商店街同士の結束を強め、個店の集積でありながら組織的なまちづくり活動を展開し台頭する大型SCに対抗する地区や、閑静な商住混在の都市空間から商業化が進行する中、商店会ではなく地主、住民、非居住者らで構成されるコミュニティが中心となり地域価値向上に努めている地区など、地域によってタイプが異なることが明らかになった。

研究成果の概要(英文)：In this study, we investigated the cause of sustainable prosperity in commercial districts formed progressively. As a result, we have found two types. Shop associations in the district is working on town management in progressive approach systematically. In another district, the community consist of landowners and residents and non-residents has been working to improve regional brand.

研究分野：都市計画

キーワード：市街地形成史 まちづくり 土地利用 集客 ブランドイメージ

### 1. 研究開始当初の背景

近年、既存の商業集積地は激化する都市間競争にさらされ、集客の継続的な維持に苦慮している。また、大規模都市再開発によって生まれた街や大規模商業施設においても、施設オープン時点をピークとして、その後は集客が伸び悩み、同じく集客の維持に苦慮している事例は少なくない。

一方で、長い時間をかけて漸進的形成され且つ、現在も広域的な集客を得ている賑わいある街(集客型市街地)は、地区によって様々な背景のもとに「賑わい」が醸成されてきたと考えられる。その「賑わい」の背景は、アクセスの良さなどの地理的要因や、個店独自の魅力および街路の空間的魅力だけでなく、行政や地元社会(商店、地域企業、住民、参入企業(地域外資本))といった「まちづくり主体」が市街地の形成および維持発展に関与していることも考えられる。

近年では、先にあげた大規模都市再開発や大規模商業施設を実施するディベロッパーも、施設オープン時の一過性のブームに終わることなく、継続的に集客と賑わいを維持するためのヒントを得るべく、これらの漸進的に発展してきた集客型市街地にヒントを求めるケースも増えてきている。長い年月をかけて多様な主体が関わりながら発展し集客を維持してきた街の変遷過程を明らかにすることは今日意義が大きいと言える。しかし、これらの集客型市街地の継続的賑わいの要因は複雑かつ地域により多様であり、それを体系的に整理された研究は少ないのが実態である。

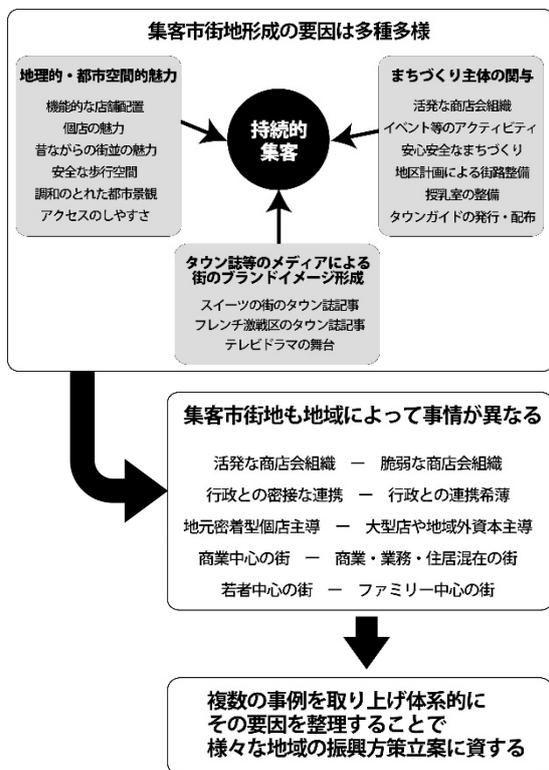


図1. 研究概念図

### 2. 研究の目的

前述の背景と、研究代表者のこれまでの研究成果を踏まえて、本研究では大規模再開発とは異なり漸進的に形成されてきた賑わいある商業地(集客型市街地)を対象に、その形成過程を考察する。

具体的には、(1)市史やヒアリング調査などに基づく市街地形成史、(2)土地利用現況図や住宅地図に基づく市街地の空間形態(土地利用・建築物)の変遷、(3)ヒアリング調査などに基づく行政、地元社会(商店会組織、地域企業、住民、参入企業(地域外資本))といったまちづくり主体の街づくりとの関わりや歴史的経緯、(4)タウン誌などに基づく街のブランドイメージや来街者属性の変遷について調査し、市街地として継続的に集客・賑わいを維持し発展するための方策の一端を明らかにすることを目的とする。

本研究では、自由が丘地区(東京都目黒区・世田谷区)と代官山地区(東京都渋谷区)の2地区を取り上げて調査を行い、それぞれの街の継続的賑わいの要因を解明する(図1)。

### 3. 研究の方法

前述の研究目的を達成するために、対象とする自由が丘地区と代官山地区について、下記の4つのアプローチで研究を遂行する。

#### (1) 市街地形成史の解明

市史やヒアリング調査により、対象地の市街地形成史を解明する。

#### (2) 市街地の空間形態(土地利用・建築物)の変遷の解明

研究対象地の空間形態の変遷を明らかにするために、地形図や住宅地図や土地利用現況図や文献資料を基に、対象地区の土地利用および鉄道や街路整備を複数時点について調査する。また、実踏調査により現況の土地利用および商業用途を詳細に把握する。

#### (3) まちづくり主体の街づくりとの関わりや歴史的経緯の解明

行政や地元社会(商店、地域企業、住民、参入企業(地域外資本))といったまちづくり主体に対してヒアリング調査を実施し、対象地区のどのような主体が関わってまちづくりを行ってきたかを解明する。

#### (4) タウン誌などに基づく街のブランドイメージや来街者属性の変遷の解明

雑誌専門図書館である大宅壮一文庫の雑誌記事索引検索により、対象地の名前を含む雑誌記事を収集し、単語ごとに切り分けて数を計測する。これを過去に遡ってその変遷を調査することで、雑誌メディアが対象地をどのように扱い、街のブランドイメージ形成に影響を与えたかを明らかにする。

### 4. 研究成果

#### (1) 市街地形成史の解明

研究代表者は本研究課題着手前から両地区の市街地形成史については調査していた

が、今回改めて整理した。代官山地区については、当該地区のまちづくり主体の一つである、NPO 法人理事長にヒアリング調査を行った。その結果、近年商業化が進む同地区に対するまちづくり主体のスタンスおよび対応を把握することができた。自由が丘地区については当該地区の街づくりに助言を続けてきた専門家にヒアリング調査を行った。その結果、現在の当該地区の魅力要素のひとつとなっているサンセットエリアの形成プロセスについて詳細に把握することができた。

### (2) 市街地の空間形態の変遷の解明

空間形態の変遷を解明するため、国土地理院基盤地図による GIS (地理情報システム) データベースを構築し、土地利用状況等を入力した。過去の土地利用については住宅地区を主な情報源とする予定であった複合ビルの場合には詳しい土地利用が判別できない等の問題が生じた。よって、断片的ではあるがタウン誌掲載データ等で過去の資料は補うこととした。

その結果、代官山地区は低層の商住混在という土地利用が基本で変化は少ないが、2000年に同潤会代官山アパート跡地に超高層ビルの代官山アドレスが完成し、大きな空間および景観変化が起こった。その後もラフェンテ代官山 (2000 年)、DAIKANYAMA T-SITE (2011 年) など、同地区としては比較的大きな商業施設が完成し、商業エリア化が進行していることが分かった。自由が丘地区周辺の用途指定は、駅周辺が商業系用途でその外延部は中高層住居などの用途指定ではなく一気に低層住居系用途になるという特徴を持っているが、この外延部の第一種低層住居専用地域に小型の商業が滲み出していることが認められた。後のタウン誌分析でこれらの滲み出し店舗が雑誌等で紹介される集客力のある魅力店舗であることが多いことも分かった。

### (3) まちづくり主体の関与過程

代官山地区は、そもそも住宅街だったこともあり商店会組織が弱い。しかし、地主や居住者、代官山で働く非居住者らのコミュニティがまちづくりの NPO や協議会を組織し、まちづくり活動を展開している。新規開発についてのチェック機能を果たすなど地区の景観形成にも関与している。また、まちづくりイベントなどのアクティビティも活発である。イベント自体は食のイベントやアートイベント等、他の街でも類似の事例があるものが多い。しかし代官山地区は文化レベルが非常に高く、各業界のトップクラスの店やクリエイターが活動していることもあり、彼らが協力するイベントの質が高く、それが地域の特色となり、一時的な集客のためのイベントではなく、街のブランドをさらに向上することに寄与していることが分かった。

自由が丘地区は自由が丘商店街振興組合がまちづくりの中心となっている。複数の商

店会の連合体である同振興組合は日本最大の加盟店数を誇る。行政と協力しての街路空間整備や不法駐輪の排除のための取り組み等に加え、店舗ゴミを朝ではなく独自に夜に集める取り組み、エリア独自のクレジットカード事業の立ち上げ、天ぷら油で走るコミュニティバスの運行等、先進的な取り組みを次々と実施している。また振興組合や商店街、個人事業者、町会、住民らによる、まちづくり会社ジェイスピリットが設立され、一体的なまちづくり活動を展開していることが分かった。

### (4) 街ブランドイメージの変遷の解明

エリアブランディングにおいて、メディアによる街のイメージ形成は実際の街のポテンシャル以上の集客につながることもある。本研究ではメディアのなかでもタウン誌に着目し、タウン誌がその街をどのように紹介しているかの変遷を辿ることで、メディアが街をどう評価し、その街のブランドイメージ形成に影響を与えてきたかを明らかにした。

まず、タウン誌掲載店舗の推移を業種別に整理した (図 2)。

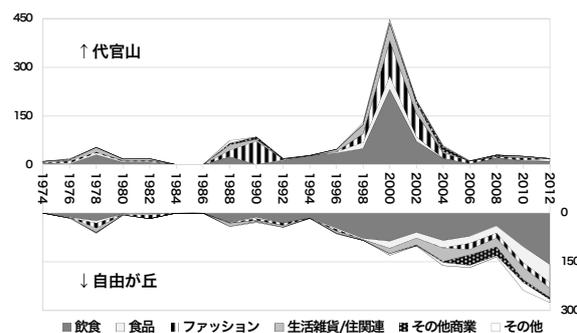


図 2. 時系列業種別雑誌掲載店舗数

代官山地区は代官山アドレスがオープンした 2000 年にピークを迎え、以降は減少している。自由が丘地区は自由が丘スイーツフォレストがオープンした 2003 年ごろから増加し、2006 年以降は代官山地区を常に上回っている。業種については、代官山地区は自由が丘地区に比べファッションの比率が高い。自由が丘地区はスイーツ店の掲載が多く食品の比率が高くなっており、その傾向は 2000 年以降顕著である。

次に、掲載店舗の位置を 10 年単位で時系列にプロットした (図 3・図 4)。代官山地区は、1974-1982 年は旧山手通りのヒルサイドテラスに多く、その後 1984-1992 年は八幡通りおよびキャッスルストリートに多くなり、掲載エリアが中心から東に集まっている。1994-2002 年は代官山アドレスのオープンに伴い八幡通りを筆頭に地区全体が多く取り上げられている。2004-2012 年は数が少ないものの再び旧山手通りに掲載エリアが移っている。自由が丘地区は、駅から離れたところに掲載エリアが多く、駅北西のサンセットアレイ周辺は 1984 年以降掲載が多い。自由

が丘スイーツフォレストは前述のとおり集中的に掲載されている。

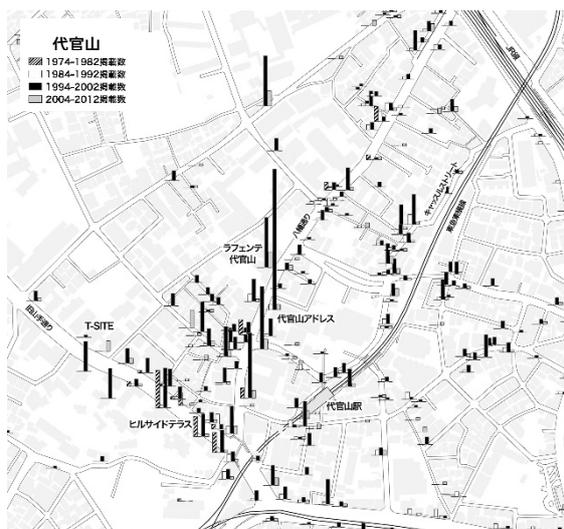


図3. 掲載店舗の地理的特徴の変遷（代官山）

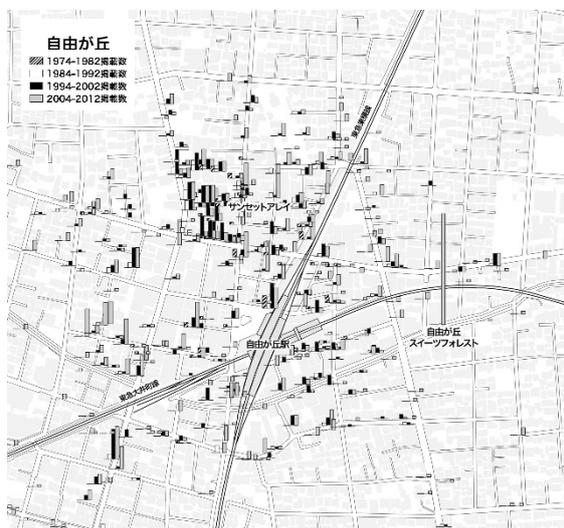


図4. 掲載店舗の地理的特徴の変遷（自由が丘）

これらから、代官山アドレス、自由が丘スイーツフォレストなど話題の施設がオープンするとタウン誌はこぞって特集を組み、さらにその施設のみならず周辺の店舗を含む街全体を取り上げることで相乗効果が生まれていることがわかった。代官山地区は時代の変化に伴い脚光をあびるエリアが変化しているが、「落ち着いた街並みと高感度な店舗群」というブランドイメージは維持し続けていると言える。代官山アドレスのオープン時に爆発的にメディアで取り上げられたことで、それまでのコアターゲットの街から誰もが知っている人気タウンへと良くも悪くも認知度は上昇した。一方で自由が丘地区は、実際の街は緑道やサンセットアレイなど良質な空間資源をもつエリアや、狭隘な横丁的居酒屋街など、様々なタイプの商業エリアが混在しているが、いくつかの有名スイーツ店や自由が丘スイーツフォレストの存在により、「スイーツの街」というブランドイメー

ジが一貫して強化され続けていることが明らかとなった。

### (5) 総括

仮説通り、漸進的に形成されてきた集客型市街地の賑わい醸成の要因は複雑かつ地域によって多様であった。本研究で対象とした自由が丘地区、代官山地区でもその特徴に差が見られた。代官山地区は商店会組織が脆弱であるが、地主・居住者・非居住者らがユニークな街づくりコミュニティを形成し、地域価値向上に取り組んでいた。同地区は商業エリア化が進行し、タウン誌の効果もあり来街者が増加する中、一定の商業化を受け入れつつ、従来の落ち着いた環境を維持しようとする街づくり活動によって、街ブランドがさらに向上していることが明らかになった。自由が丘地区は、商店会組織の結束が強く、次々と先進的なまちづくり施策を実行に移した。「スイーツの街」という地域ブランドがタウン誌によって浸透し始めると、それをさらに後押しする施設を地域のキーマンが建設するなど、タウン誌によって形成されるブランドイメージを街づくりに取り入れてさらなる発展を遂げていた。

本研究では2地区しか取り上げていないが、活発な商店会組織を持つ地区とそうではない地区とでタイプが全く異なることがあきらかになった。しかし、両地区ともまちづくりのキーマンの存在が大きいことは共通していた。今後は対象地の数を増やし、集客型市街地の形成パターンの体系化を目指したい。

### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計0件)

〔学会発表〕(計1件)

①野口愛、三宅季璃子、矢内結、末繁雄一、雑誌メディア変遷から見る代官山・自由が丘比較、第11回代官山フォーラム「代官山大学2015」予稿集p7-p8、査読無、2015年3月20日、代官山ヒルサイドホール(東京都渋谷区)

〔図書〕(計0件)

〔産業財産権〕

○出願状況(計0件)

名称：  
発明者：  
権利者：  
種類：  
番号：  
出願年月日：  
国内外の別：

○取得状況（計0件）

名称：  
発明者：  
権利者：  
種類：  
番号：  
出願年月日：  
取得年月日：  
国内外の別：

〔その他〕  
ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究代表者

末繁雄一 (SUESHIGE, Yuichi)  
東京都市大学・都市生活学部・講師  
研究者番号：40386785

(2) 研究分担者

( )

研究者番号：

(3) 連携研究者

( )

研究者番号：