

# 飲食店の集積と営業時間からみた商業地特性の分析

## ―夜間の新宿・銀座・渋谷の比較―

杉本興運\*・太田慧\*\*・飯塚 遼\*\*\*・坂本優紀\*\*\*\*・池田真利子\*\*\*\*\*

\*首都大学東京都市環境学部, \*\*高崎経済大学地域政策学部, \*\*\*帝京大学経済学部,  
\*\*\*\*筑波大学生命環境系, \*\*\*\*\*筑波大学芸術系

2020年の東京五輪を見据えた都市戦略や観光政策と関連して、都心の商業地に集積する飲食店が観光資源やナイトライフ資源として注目されるようになった。本研究では、東京の3つの商業地（新宿、銀座、渋谷）を対象に、飲食店の集積や営業時間の特徴からみた商業地の動的特性を明らかにし、また、ナイトライフ受容基盤としての特性を検討する。飲食店の大規模POIデータから昼、夜、深夜での営業する店舗のジャンル別集計や空間分布を分析した結果、以下のことがわかった。どのエリアに関しても、夜、昼、深夜の順に営業する店舗が多いが、これは店舗数の多い居酒屋、ダイニングバー・バー・ピアホール、焼き鳥・肉料理・串料理といったジャンルの飲食店の多くが、夜から営業を開始するためである。深夜では、酒類を提供する飲食店の一部が営業を継続または開始し、他は閉店する。このことは、歓楽街としての商業地の特性をよく表しているといえる。飲食店の空間分布に関しては、新宿と銀座のエリアでは、深夜に営業する店は夜のみ営業する店よりも、特定の範囲に集中的に分布していた。一方で、渋谷エリアでは、どちらのタイプの店もエリア全体に比較的広く分布していた。  
キーワード：飲食店、夜間、営業時間、商業地、POIデータ、GIS

## I 研究の背景と目的

### 1. 夜間の観光振興と飲食店

食を楽しむことは都市における一般的な遊興である。都心の商業地には多くの飲食店が集積し、都市住民や観光・ビジネス客に利用されている。最近では、観光立国へ向けたインバウンド観光振興などの施策の方向に食文化の活用が掲げられ、都市内部に集積する飲食店を観光資源としてみる傾向がより顕著になってきた。一方、夜の時間帯での観光利用と消費誘発もインバウンド観光振興に有効な方向として注目されている。国土交通省観光庁は夜間経済の活性化を最先端観光インキュベーター事業の1つとして位置づけ、夜間の観光資源活性化に関する協議会にて、訪日外国人の需要を捉えたナイトライフ観光のコンテンツ拡充や基盤整備を検討している。また、訪日外国人の主

要な訪問先となる東京都でも、2020年東京五輪へ向けた取り組みにナイトライフ観光の推進を掲げている。飲食店は現代の都市のナイトライフを支える産業ないし観光資源の1つであり、都市内部における夜間経済の活性度を測る指標としても有用であると考えられる。

産官からの注目と呼応するかのように、学術としてのナイトライフ研究も世界で増加しており、それはナイトライフの空間的側面を対象とした地理学的研究も同様の傾向にある（池田，2017）。しかし、日本におけるナイトライフの研究はまだ少なく、その定義や具体的な観光資源も明確とはいえない（池田，2017）。日本国内で参考となる知見として、田川（2018）が東京のナイトライフを空間（日常的・非日常的）および実施主体（来訪者（外国人）-生活者（都民））の2次元から整理している。その中で、本研究で扱う飲食店に

関係する「新宿ゴールデン街や浅草・上野の商店街・ガード下での飲み歩きや食べ歩き」「居酒屋での学内・社内でのコミュニケーション」は、日常的な空間でのナイトライフとして位置づけられている。このような飲食店の集積する商業地は、従来から盛り場や歓楽街に関する研究の対象とされ、多くの蓄積がある。しかし、夜間経済あるいはナイトライフといった、より夜間を強調した視点から商業地を捉えた調査研究は少ない。他方、国土交通省観光庁（2018）の夜間の観光資源活性化に関する協議会第1回議事資料では、日本の夜間経済統計データの算出基準を検討する中で、飲食店をエンターテインメント施設と共にコアとなる業種に選定している。後者のエンターテインメント性の高いナイトライフ資源に関しては、クラブ・ライブハウスの立地を扱った池田ほか（2018）や、ナイトクルーズの集客戦略を扱った太田ほか（2018）の研究が発表されている。さらなるナイトライフ資源の研究の蓄積と発展のため、ナイトライフ受容地域の重要な構成要素の1つである飲食店に関しても、夜間営業や夜間観光資源としての性質を把握するための調査研究が必要であろう。

ナイトライフに興じる人々の具体的な活動に関しては、とりわけ先行研究に乏しいが、本研究で対象とする東京都に関してはいくつかの調査結果が報告されている。例えば国土交通省観光庁（2014）では、携帯電話基地局から得られる流動人口統計によって、エリア別の日中と夜間での訪日外国人の滞在人数を明らかにした。また杉本（2017）は、大規模人流データを使った東京大都市圏の若者の日帰り観光・レジャーの行動空間の分析を行い、大学生といった時間的・社会的制約の少ない層が夜間に観光・レジャー目的で外出しやすいこと、男女別での訪問先が異なる傾向にあることを明らかにした。東京都産業労働局（2019）

では、観光消費拡大の観点から高い効果が期待されるナイトライフ観光の推進に向けた施策を検討するためのアンケート調査を実施し、「平成30年度東京のナイトライフ観光の実態調査・分析報告書」として発表した。その内容を抜粋すると、以下ようになる。ナイトライフを目的に訪問したエリアでは、海外諸都市からの訪都者および東京在住または在勤者ともに、「新宿・大久保」、「銀座」、「渋谷」と回答した人が多い。東京のナイトライフでの体験内容として、海外諸都市からの訪都者は「夜景／ライトアップ」「日本料理店」「居酒屋」「バー／パブ」「まち歩き」が多く、東京在住または在勤者では「居酒屋」が多い。居住地でナイトライフを楽しむ時間としては、海外諸都市からの訪都者では「18時～1時」が約80～90%、東京在住又は在勤者でも同様に「18時～1時」の回答が93.1%と多いが、「18時～20時」の回答が海外諸都市からの訪都者より多い。ここから分かるように、飲食店がナイトライフでの主要な訪問先となっている。

## 2. 飲食店の地理的分析に関する先行研究

飲食店が主に集積するのは都心の歓楽街や繁華街としての性質を有する商業地である。こうした商業地に関する地理学的研究は、商業地理学や都市・村落地理学といった分野で主に進められてきた。商業地理学では商業活動の空間的分布、および商業活動に伴って発生する諸現象の空間的分布を研究対象とし（須原，1986）、主に小売業や卸売業を分析対象としてきた。しかし、近年の余暇や観光などの非日常的（選択的）活動の需要の増加によって、飲食・サービス分野の重要性が高まっており（牛垣，2017）、それらを提供する飲食店を対象とした研究の蓄積も望まれる<sup>1)</sup>。一方、都市・村落の地理学では、小売業と個人サービス業、飲食店を都市・農村における住民の日常生活

を支える機能として位置づけ、その分布パターンと変化の研究を進めてきた（根田，2008）。しかし2000年以降，観光産業が将来のリーディング産業として注目され，日本の各地で観光による地域活性化を目的としたまちづくりが志向されるようになると，中心商業地は観光拠点として，また都市の集客装置としての機能が期待されるようになった（兼子ほか，2004）。このように観光という観点からみると，飲食店や小売業の商圈は都市域を超えた国際的なものとなり，都市・国家に富をもたらす産業であるとみなすことができる（根田，2008）。

飲食店の先行研究，特に飲食店の地理的分布や飲食店からみた商業地の特性を検討した先行研究は以下のようなものがある。例えば，飲食業の産業化が進展し，外食産業という言葉が定着した頃には，飲食業における店舗のチェーン化の動向を追った研究がなされた。例えば，内田（1981）では郊外型ファミリーレストランを，石崎（1990）ではファーストフード店を対象とし，それぞれの店舗の立地展開を，企業戦略をふまえて明らかにしている。また，消費者行動の側面から飲食店の利用を研究した北田（1995）は，飲食店の人口に対する立地係数の高い中心都市（特に都心）と低い周辺地域とで，大都市圏周辺地域住民の選択的活動としての外食における飲食店利用に違いがあることを明らかにした。2000年代に入り，中心商業地の観光的側面が注目されるようになると，例えば岡田・中井（2003）のように観光資源としての飲食店に着目した研究がなされるようになる。彼らは，観光ガイドブックに掲載されている東京の飲食店の特徴と変化の分析から，商業地において都市観光に有効な店舗や地域の特徴を明らかにした。また，稲葉ほか（2018）は，ウォーターフロント夜景の魅力を実現する飲食店の特徴を明らかにするため，飲食店から眺める夜景の特徴と

ともに，視点場となる飲食店の立地特性や営業特性などの分析を行った。2010年代に入り，様々な分野においてマイクロで大規模な空間データの整備と活用が志向されるようになると，事業所の大規模なデータベースを利用した飲食店の研究が行われるようになる。例えば郭（2017）は，和歌山市を事例として，2000年代の飲食店の立地動向を電話帳のデータから分析し，業種別・経営形態別に異なる立地変化のパターンがあることを明らかにした。また，石綿ほか（2018）は，都市に集積した多様な食の実態を把握するため，電話帳のデータを使い，東京23区を対象に飲食店の分布傾向と食事環境の地域特性を明らかにした。

しかし，これらの研究では飲食店の立地や集積地の特徴を明らかにしているものの，いつどこでどのような店舗が営業しているのか，といった営業時間に着目した分析は行われていない。飲食店は業種や立地によって営業する時間帯が異なる場合があり，それが商業地を特徴づける重要な要素となる可能性がある。

### 3. 研究の目的

以上をふまえ，本研究では飲食店の集積や営業時間に着目し，時間帯ごとに営業する店舗の分布や種類を分析することで，商業地の動的特性を明らかにすることを目的とする<sup>2)</sup>。これにより，ナイトライフ受容基盤としての地域特性の理解や評価に役立つ知見を得られると考える。なお，今回は東京における代表的な3つの商業地（新宿，銀座，渋谷）を分析対象とする<sup>3)</sup>。これらは全国有数の飲食店の集積地であり，かつ夜間の観光振興が進められている。

## II 研究方法

### 1. 用語の整理

日本標準産業分類（平成25年[2013年]10月改

定)によると、飲食店は「宿泊業、飲食サービス業」に含まれる。詳しい説明では、「この中分類には、客の注文に応じ調理した飲食料品、その他の食料品、アルコールを含む飲料をその場所で飲食させる事業所及び主としてカラオケ、ダンス、ショー、接待サービスなどにより遊興飲食させる事業所が分類される。なお、その場所での飲食と併せて持ち帰りや配達サービスを行っている事業所も本分類に含まれる。」と書かれている。

日本国語大辞典によると、営業とは、「法的には、利益を上げることがを目的として、ある行為を継続的に繰り返し行なうこと」と定義される。営業を行う日を営業日といい、その逆を定休日という。飲食店は何らかの都合により臨時休業をとる場合もあるが、飲食店を紹介する一般的なWebサイトでは、通常、営業日と定休日が記載されている。そして、営業開始時刻から営業終了時刻までの時間を営業時間という。また、夜間の動向を分析する上で重要となるのが「深夜営業」である。深夜営業とは、風営法(平成28年6月改正)での定義によると、「バー、酒場等、深夜(0:00から6:00)において、設備を設けて客に酒類を提供して営む飲食店営業」であり、警察署への届け出が必要とされている。

本研究では、昼、夜、深夜の大きく3つの時間帯に分け、エリアごとの飲食店の営業の動態をみていく。より具体的には、それぞれの時間帯を代表する時刻を13:00、19:00、25:00とみなし、この時点で営業する飲食店に対して各種の分析を行う。なお、夜間の観光資源活性化に関する協議会の議論では、18:00から次の日の6:00までを一括りに夜間営業とみなしているが、本研究ではより詳細化し、18:00から24:00までの営業活動を夜の営業、その後から6:00までの営業活動を深夜営業として区別する。

## 2. データの収集と分析

本研究では「ぐるなび」のWebサイトに掲載されている飲食店のPOIデータを分析対象とする<sup>4)</sup>。データ量の多さに加え、店名や住所といった基本情報の他に、営業時間の情報が含まれており、時間帯別に営業する店舗を把握することができると考えた<sup>5)</sup>。商業に関する地理学研究では地理情報システムの有用性が指摘されている(橋本, 2000)。また、大規模でミクロな地理的データは、マイクロジオデータと呼ばれ、商業地や商業集積の研究に関しても応用事例がみられる(秋山, 2018; 太田ほか, 2017)。本研究で使用するPOIデータは、店舗、住所、位置情報といった基本的な情報の他に、定休日、エリア、最寄駅、PRコメント、飲食店のジャンル、予算など営業に関する情報が豊富である。I章で述べた飲食店の先行研究を含め、広く利用されているテレポイントデータ(電話帳を基にしたPOIデータ)は、全業種の事業所を網羅しているという利点はあるが、営業に関する情報はほぼ含まれていない。

データの処理は以下のようなものである。まず、東京都の飲食店の情報を収集し、データベースを構築した。データ収集は2019年5月に行った。次に、飲食店の営業時間情報を独自のテキスト解析のアルゴリズムを使って処理し、曜日ごと(月、火、水、木、金、土、日、祝日、祝前日)の開店時間、閉店時間、営業時間を算出する。ランチとディナーに分かれている場合は、それぞれ算出した。ここで、データの限界として、営業時間の情報が含まれる店舗と含まれない店舗の存在が挙げられる。本研究の目的からみて、分析対象となるのは営業時間情報を含む飲食店データとなる。また、営業時間情報のテキスト解析時に、特殊な書かれ方をしている飲食店があった場合に、それらは判別不能となり除外された。

さらに、前節で作成した曜日ごとの営業に関す

るデータを一般的な労働者からみた平日（月、火、水、木、金）と休日（土、日）とにまとめ、定休日を除いた場合の平均的な開店・閉店・営業時間のデータに変換する。その後、エリアごとに昼、夜、深夜での営業店舗数をジャンルごとに算出する。さらに、夜間での営業時間別（夜のみ営業、夜と深夜に営業、深夜のみ営業）に飲食店の空間分布（街区レベルでの集計）を可視化する。これらによって、エリアごとの商業地の特性を検討する。今回は、飲食店の集積が特に多く、ナイトライフの主要な目的地である新宿、銀座、渋谷の3つのエリアに焦点を当てる。

なお、飲食店のジャンル情報には小分類と大分類が含まれ、1店舗当たり1つあるいは複数のジャンルが属性情報として付加されている。小分類（209ジャンル）は種類が非常に多く、分析結果として示す際に複雑になるため、今回は大分類（22ジャンル）の方を使用する<sup>6)</sup>。こうした理由から、ジャンル別の集計では、基本的に重複のある集計となる。

### Ⅲ 飲食店の集積と営業時間にみる商業地特性

#### 1. 収集したデータの特性

3つのエリアごとの飲食店数を、ジャンル重複および営業時間情報の有無の条件別にまとめた表

が表1である。総飲食店数は新宿、銀座、渋谷それぞれで、4240件、2620件、2285件であり、ジャンルによる重複有りの場合は、それぞれ5380件、3316件、2900件であった。東京全体でこの3つのエリアの総飲食店数がとりわけ多い。ジャンル重複ありかつ営業時間情報を含む条件下での飲食店数は、新宿、銀座、渋谷それぞれで、3784件、2384件、2011件であった。エリア内の総飲食店数からみた割合だと、それぞれ70.3%、71.9%、69.3%である。そのため、本研究で使用するデータは各エリアに登録された飲食店全体の約70%前後の傾向を反映したものとなる。

ジャンル別の集計は図1の通りである。新宿は、居酒屋、ダイニングバー・バー・ビアホール、焼き鳥・肉料理・串料理の順に多い。特に居酒屋の多さ（736件）は特筆すべき点である。銀座は、ダイニングバー・バー・ビアホール、日本料理・郷土料理、イタリアン・フレンチの順に多い。渋谷は、居酒屋、ダイニングバー・バー・ビアホール、イタリアン・フレンチの順に多い。

#### 2. 新宿エリア

本研究で対象とする新宿とは、東京都新宿区の新宿駅を中心に商業集積がみられるエリアであり、主に駅北側の新宿1～6丁目、西新宿1～7丁

表1 飲食店数の条件別集計

エリア	飲食店数 (ジャンル 重複なし)			飲食店数 (ジャンル 重複あり)		
	合計	営業 時間 情報 あり	営業 時間 情報 なし	合計	営業 時間 情報 あり	営業 時間 情報 なし
新宿	4240	2708	1532	5380	3784	1596
銀座	2620	1699	921	3316	2384	932
渋谷	2285	1412	873	2900	2011	889

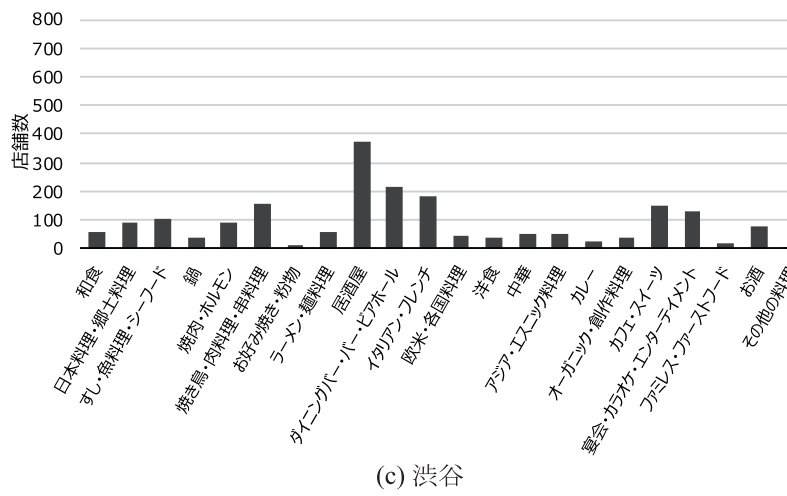
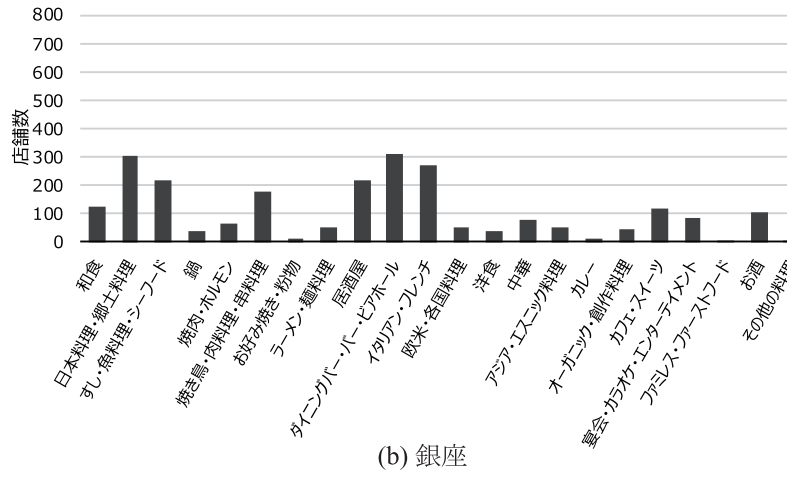
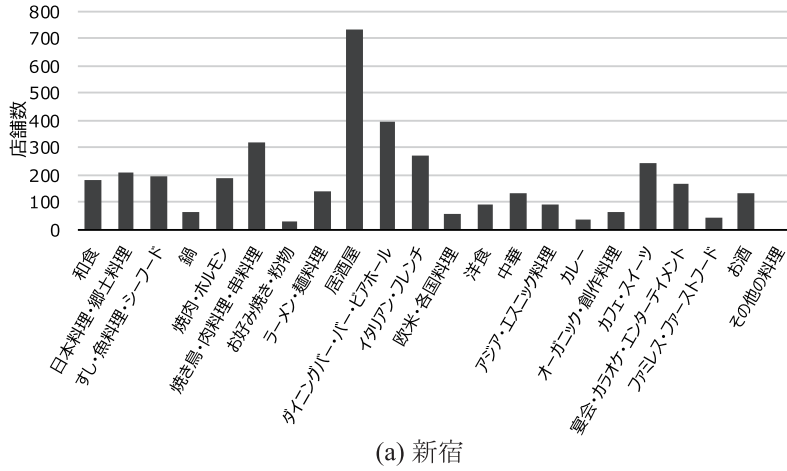


図1 ジャンル別の飲食店数の集計

目、歌舞伎町1～2丁目といった地区が含まれる。関東大震災後の復興過程で急激に発展し、現在の三代目新宿駅を中心とした巨大な繁華街となった。新宿駅の1日あたり平均乗降者数は約353万人（2017年、5つの鉄道会社の合計値）と世界一多く、それに比するように商業や業務機能の集積規模も大きい。新宿は東京都の副都心に位置付けられており、新宿駅西口側には東京都庁舎をはじめとする超高層建築群が立地する。一方、新宿駅東口側には歌舞伎町に代表される飲食店の充実した盛り場が形成されている。歌舞伎町は日本最大の歓楽街であり、「眠らない街」と呼ばれるほど、夜になってもネオンが明るく人通りが多い。また、歌舞伎町1丁目の東端には、新宿ゴールデン街があり、レトロな日本の街並みを体験できる観光スポットとして、訪都外国人からの注目が高まっている。

新宿において昼、夜、深夜に営業している飲食店数は、全体3784件中、平日でそれぞれ1749件、3308件、888件、休日でそれぞれ1683件、3241件、961件となった。夜に営業する店舗の数が最も多く、平日と休日それぞれ全体の約85.7%、87.4%となった。また、昼は全体の約45%前後、深夜は全体の約23～25%となった。平日の方が休日より若干営業する店舗が多い。

ジャンル別に分けて傾向をみると（図2）、昼は居酒屋、カフェ・スイーツ、イタリアン・フレンチの順に営業する店が多いものの、各ジャンルでその数に大きな差はない。しかし、夜は居酒屋、ダイニングバー・バー・ビアホール、焼き鳥・肉料理・串料理が飲食店数の点で目立って多い。特に居酒屋に関しては、群を抜いて多く、この時間帯の新宿の歓楽街としての特徴を表している。そして、深夜は居酒屋、ダイニングバー・バー・ビアホール、宴会・カラオケ・エンターテイメントなどの一部のジャンルを除いて、ほとんどの飲食

店が閉店する。

さて、飲食店の空間分布を夜間の営業時間特性からみてみる。紙面の都合上、平日の結果のみ抜粋する。図3より、夜に営業する飲食店は新宿エリア全体に広く分布している。しかし一方で、深夜に営業する飲食店は、歌舞伎町1丁目、新宿3丁目、西新宿1丁目といった限られた範囲に分布している。また、深夜のみ営業をする飲食店は、数は少ないものの、歌舞伎町1丁目に集中分布していることがわかる。特に、新宿ゴールデン街への集中傾向が目立つ。歌舞伎町1丁目、新宿3丁目、西新宿1丁目は、飲み屋街であり、大通りの裏通りに酒類提供の飲食店が密集している。ただし、歌舞伎町に関しては、裏通りだけでなく表通り（都道の靖国通り）沿いに飲食店が多く入るビルが立ち並んでいる。一方、新宿1丁目は夜に営業して深夜営業はしない飲食店が多いが、この理由は駅前に業務ビルや装身用品の店舗が多く、そうした雰囲気に適合したカフェやレストランが多いためだと考えられる。西新宿1丁目の東端にも夜に営業する飲食店の集積がみられるが、ここには新宿西口駅ビルである京王百貨店と小田急百貨店が立地しており、これら施設の上層部にレストラン街がある。

歌舞伎町は終戦直後から急速に形成された。東京大空襲によって新宿は焼け野原となったが、終戦直後から復興計画がたてられ、東京産業文化博覧会の開催による知名度向上や建築規制の撤廃により、娯楽施設を中心とした街の開発が加速した。これと並行して酒類提供の飲食店が集積していった。松澤（1986）によると、歌舞伎町が巨大な飲酒域を形成した理由は、歌舞伎町が当時から日本最大のターミナル駅だった新宿駅から適度な歩行距離にあったこと、元々小さな住宅の集合地であったために繁華街への変化に対抗する力がなかったことだと考えられる。また、歌舞伎町の繁

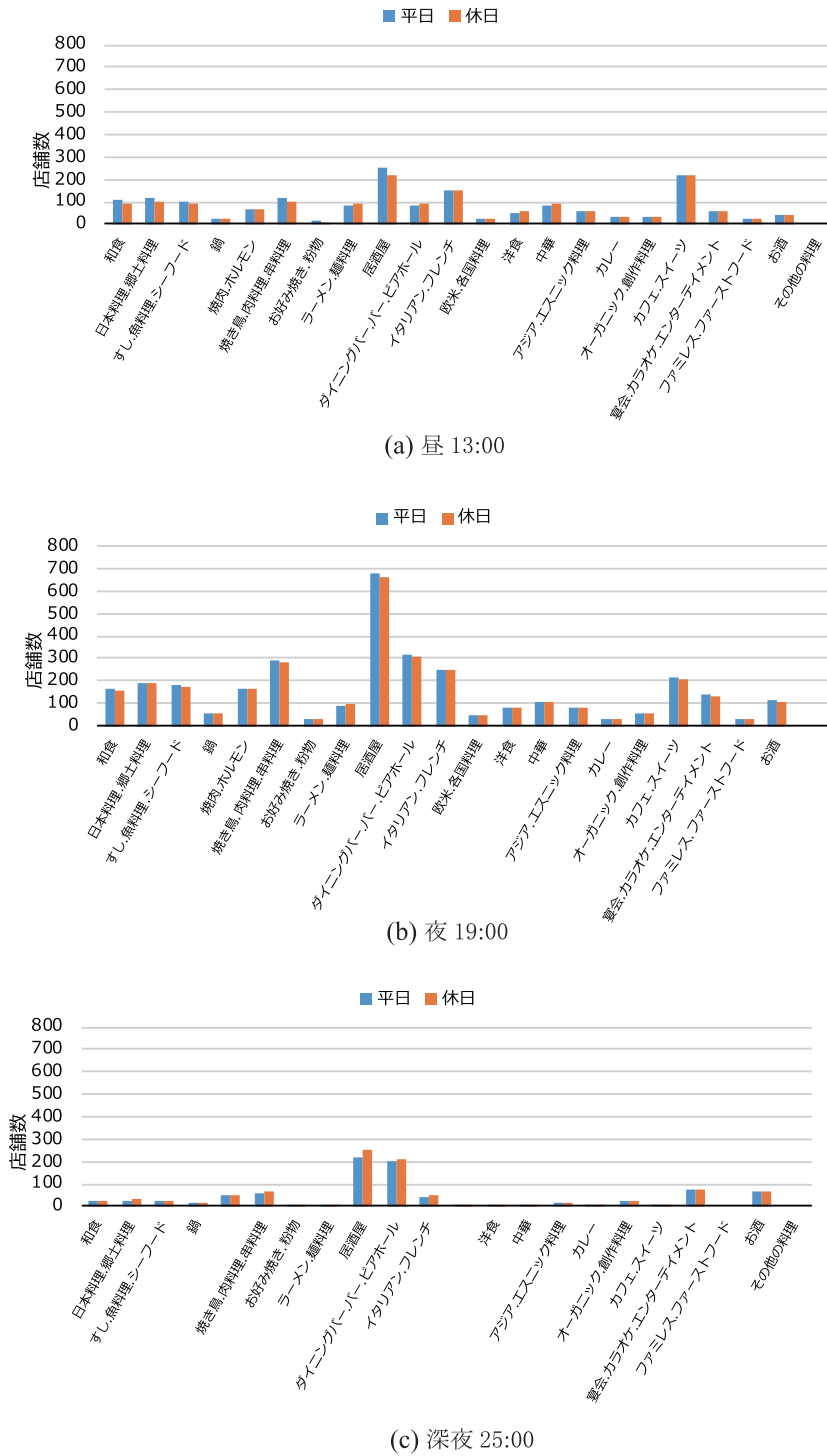


図2 新宿における昼、夜、深夜のジャンル別営業店舗数





図3 新宿における夜・深夜の営業時間からみた飲食店分布（平日）

華街への変化を助長したのが、「夜の女性」による一連の行動（進駐軍の兵隊を連れて歌舞伎町1丁目の飲酒域や歌舞伎町2丁目の旅館街を利用すること）であったという。そして、現在の歌舞伎町1丁目には、夜と深夜に営業する飲食店が多いが、これは居酒屋やダイニングバー・バー・ビアホールといった酒類提供の飲食店が集積しているためである。こうしたジャンルの飲食店が、娯楽施設や宿泊・休息施設とともに歓楽街・歌舞伎町を特徴付ける要素となっている。

新宿ゴールデン街は、終戦後に新宿駅東口などの露店商が移転したことから始まり、高度成長期にかけて作家や映画監督などの文化人が集う飲み屋を中心とする文化を発信した場所である。その

名残として夜や深夜に営業する飲み屋が多く残っている。また、2000年以降、借地借家法の一部改正により、若者の新規出店が増加している（下山ほか、2017）。

### 3. 銀座エリア

銀座は東京都中央区の西部に位置する高級かつ国際性の高い商業地である。明治維新以来、西欧文化を吸収し続け、高い文化度をもつ繁華街へと成長した（松澤、1986）。昭和初期に歓楽的な要素が加わって、「銀座」という街歩きが流行したように、大衆が楽しめる街へと変容した（初田、2004）。全国に「銀座」の名を付する商店街が出現するなど、日本の代表的な繁華街として知

られた。地価の点からみても、銀座の地価は全国の最高価格を維持している。銀座は京橋駅から南西に向かって長方形の銀座1～8丁目の区域が列になって並んでいる。しかし、機能的には銀座全体の縦と横の中央を横切る2本の大通り（中央通りと晴海通り）の交差点を中心として広がる繁華街である（松澤，1986）。

銀座において昼、夜、深夜に営業する飲食店数は、全体2384件中、平日でそれぞれ1204件、2248件、498件、休日でそれぞれ1206件、2091件、216件となり、新宿と同様に夜に営業する飲食店が多い。昼は平日と休日でもどちらも全体の約50%前後が営業している状態であったが、夜は平日と休日でもそれぞれ全体の94.3%、87.7%、深夜はそれぞれ全体の20.1%および9.1%となり、夜と深夜は平日の方が休日より営業する店が多い。

ジャンル別にわけて傾向をみると（図4）、昼はイタリアン・フレンチ、日本料理・郷土料理、すし・魚料理・シーフードの順に営業する店が多く、これは平日も休日でもほぼ同じ件数である。しかし、夜になると先ほどの3つのジャンルに当たる飲食店の件数が増加することに加え、居酒屋、ダイニングバー・バー・ビアホール、焼き鳥・肉料理・串料理のジャンルの飲食店の件数が多くなる。そして、深夜は新宿よりも多くの割合の飲食店が閉店するが、平日のみダイニングバー・バー・ビアホールが165件と比較的多く営業する。

夜間の営業時間特性からみた飲食店の空間分布をみると、銀座エリア全体に飲食店が広く分布していることがわかる（図5）。これらの大部分は夜に営業するが深夜に営業しない飲食店である。一方で、深夜営業をする飲食店に関しては、西銀座（銀座駅からみて西側のブロック）の銀座7・8丁目の中央通りと線路・高速道路を挟んだ範囲に特に集中的に分布している。ここらは高級なバーやクラブの集積地として知られている。つま

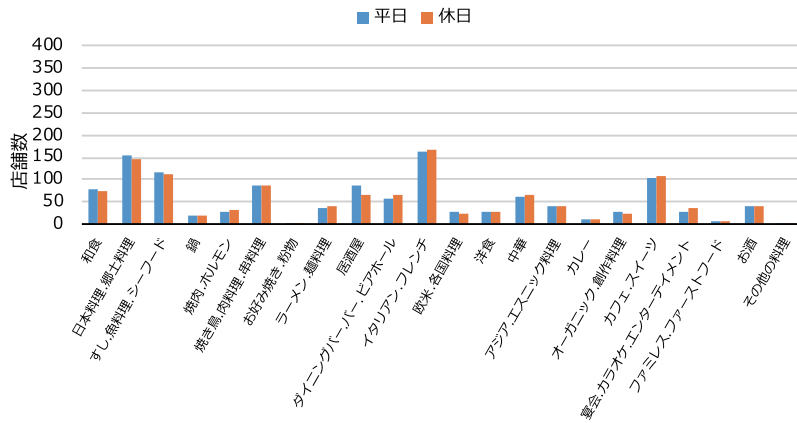
り、図4で確認した深夜営業のダイニングバー・バー・ビアホールに当たる飲食店がこの範囲に集積しているのである。高級店の多くは商業ビルの中にあるが、隙間としての路地裏にも魅力的なバーがある（陣内，1992）。高級で洗練された施設とホステスが活躍する銀座のクラブやバーは世界的に有名であり（松澤，1986）、銀座が成熟した大人の街であることの1つの象徴と言える。

他方、同じ西銀座にありながら西端の線路沿いにある銀座コリドー通りは、様相を異にする。コリドー街と呼ばれるこの場所では、高架下に多様な飲食店が軒を連ねているが、この付近は夜間に異性交流を目的とした若い男女で賑わっている。今や高級感ある大人の街という銀座のイメージとはかけ離れた、都内有数の若者の出会いのスポットとなった。

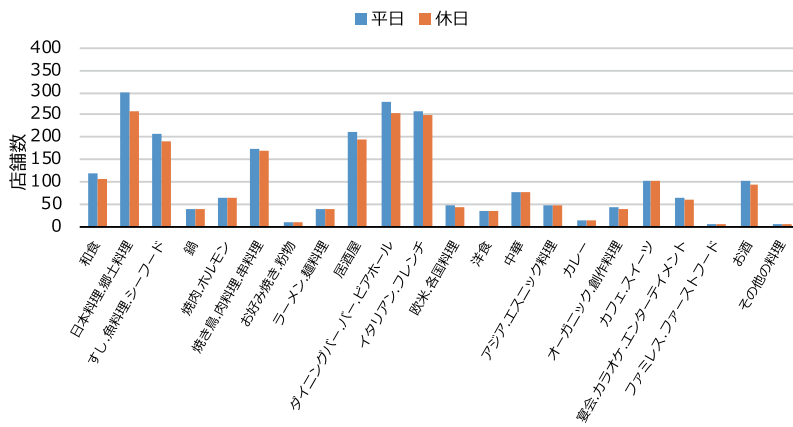
銀座2～5丁目の有楽町駅に近い区域には、ファッションブランドをテナントの中心とした百貨店やショッピングセンターが集まっており、それらを訪れる女性客や観光客などの需要に対応できるカフェやレストランの集積が相対的に高い。

#### 4. 渋谷エリア

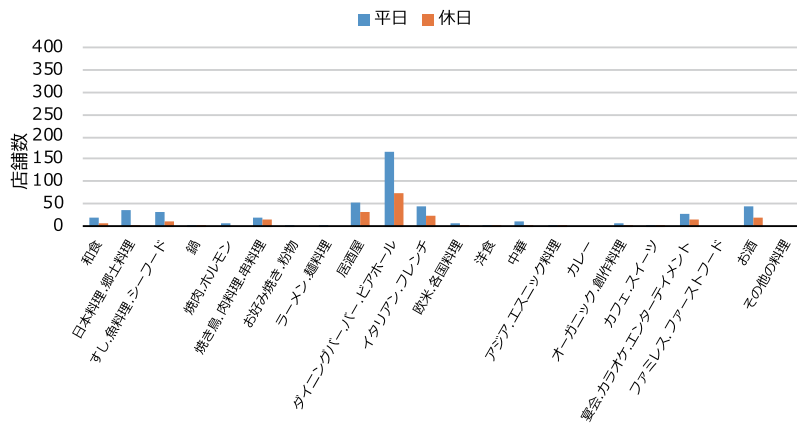
若者の街として知られる渋谷は、新宿と同様に渋谷駅という大きな交通拠点を中心とした繁華街である。主に渋谷1～4丁目、道玄坂1～2丁目、神南1丁目、宇田川町、円山町といった地区が含まれる。戦災後の闇市から発展し、高度成長期には東京オリンピックの主要競技場や選手村が配置されることを契機に急速に発展した。現在では若者文化の発信地として知られ、商業施設の109やパルコおよびセンター街はその代表である。また、クラブなど若者向けのナイトライフ資源の集積地であり、こうした地域特性を活かした夜間経済の活性化に積極的である。渋谷は2つの川で作られた狭い平地にある渋谷駅前の中心街から、丘



(a) 昼 13:00



(b) 夜 19:00



(c) 深夜 25:00

図4 銀座における昼、夜、深夜のカテゴリ別営業店舗数

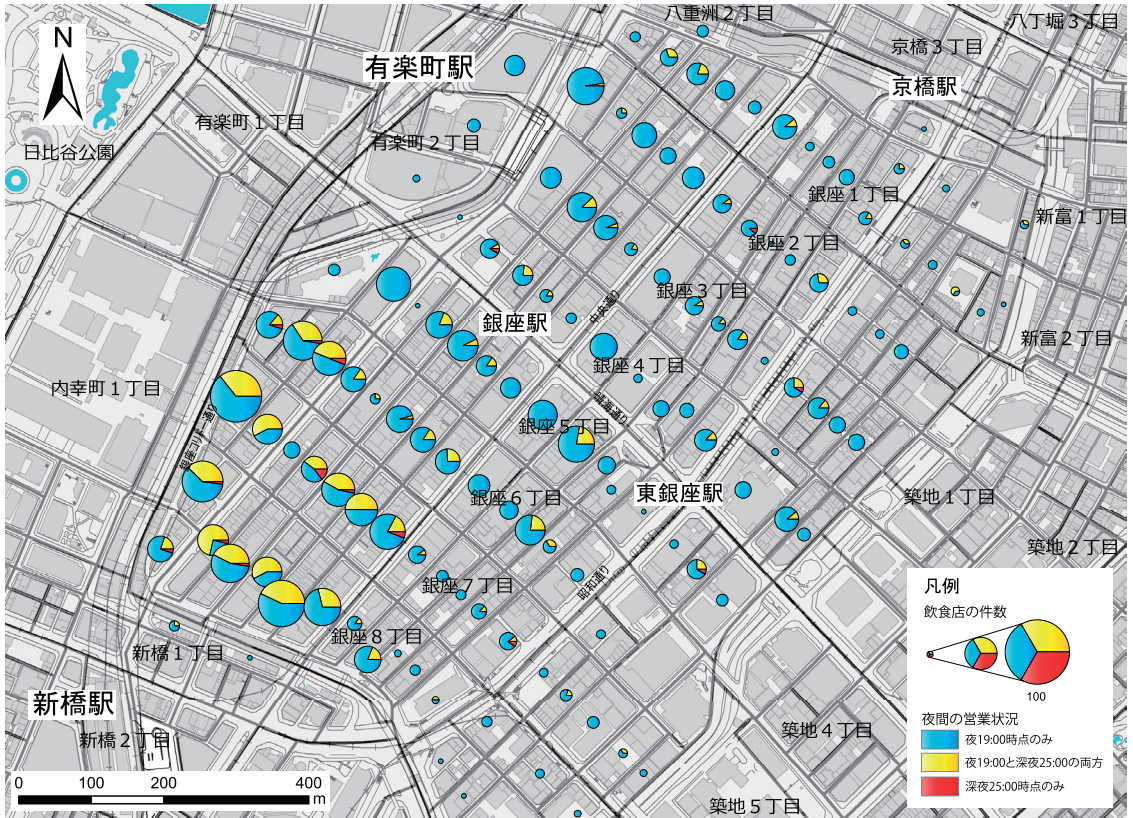


図5 銀座における夜・深夜の営業時間からみた飲食店分布（平日）

となっている周囲の坂を昇っていく開発形態となっている。渋谷駅からみて西側の道玄坂と東側の宮益坂は渋谷の代表的な坂である。道玄坂とそこに近接する百軒店商店街は、渋谷の発展初期に飲食店の集積した地区である。

渋谷において昼、夜、深夜に営業する飲食店の数は、全体2011件中、平日でそれぞれ873件、1779件、543件、休日でそれぞれ809件、1753件、585件となった。夜に営業する店舗の数が最も多く、平日と休日それぞれ全体の約85.7%、87.4%となった。また、昼は全体の43.4%と40.2%、深夜は全体の27%および29%となった。平日の方が休日より若干営業する店舗が多い。

ジャンル別に分けて傾向をみると（図6）、昼

はカフェ・スイーツ、イタリアン・フレンチ、居酒屋の順に営業する店が多く、新宿よりもさらに若者向けの商業地という特徴がうかがえる。しかし、夜は居酒屋の数が突出して高く、続いてダイニングバー・バー・ビアホール、イタリアン・フレンチ、焼き鳥・肉料理・串料理の順に営業店舗が多く、昼とは様相が異なる。また、深夜には居酒屋、ダイニングバー・バー・ビアホール、宴会・カラオケ・エンターテインメントなどが営業しているが、他のジャンルの飲食店の多くは閉店している状態である。これらより、夜と深夜の渋谷は新宿の傾向と非常によく似ている。

しかし、夜間の飲食店の空間分布（平日の結果のみ抜粋）では、渋谷に他の2つのエリアにはな

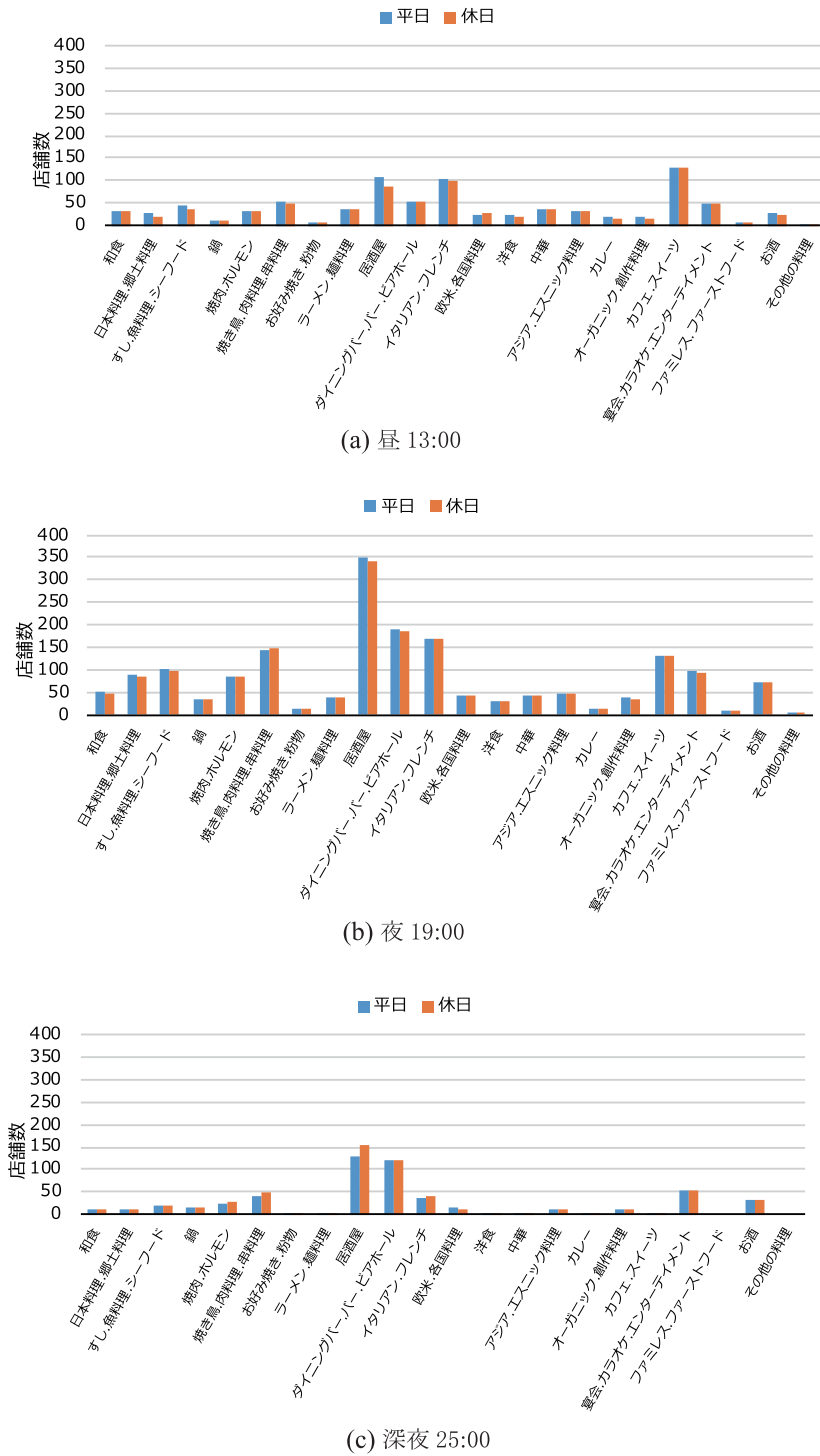


図6 渋谷における昼、夜、深夜のカテゴリ別営業店舗数

い特徴がみられる。図7をみると、渋谷エリアでは渋谷駅西口側（道玄坂や宇田川町）に多くの飲食店があるが、それらの多くが夜から深夜まで営業をしている。これは、新宿や銀座にある深夜営業の飲食店が特定の範囲内に比較的集中分布する傾向にあったのとは異なる。渋谷はクラブやライブハウスといった他のナイトライフ資源の集積地でもあり、渋谷区観光協会といったローカルな公的機関もナイトライフ観光振興に取り組んでいる（池田，2018）。そうした地域特性のため、夜や深夜において飲食店以外のナイトライフ資源を利用する人々が多く、そこから発生する需要に対応して深夜に営業する飲食店もエリア内に広く分布しているのではないかと考えられる。渋谷で最も数

の多い飲食店である居酒屋がこの傾向にある。

松澤（1986）によると、1963年の渋谷繁華街の主要なエリアは、道玄坂、百軒店、円山料亭街を含む渋谷駅から西に広がる範囲だったという。現在は、井の頭線高架下付近にも飲食店の集積する街区がある。また、109とパルコの影響によって形成されたセンター街とスペイン坂やその近隣が若者向けの商業地として発展したことで、渋谷に立地する飲食店のジャンルにも若者の街としての特徴がみられる。例えば、夜や深夜に営業する宴会・カラオケ・エンターテインメントの飲食店が、センター街や道玄坂に比較的多く分布している。また、昼から夜まで営業するカフェ・スイーツの店が、渋谷エリア全域に分布している。

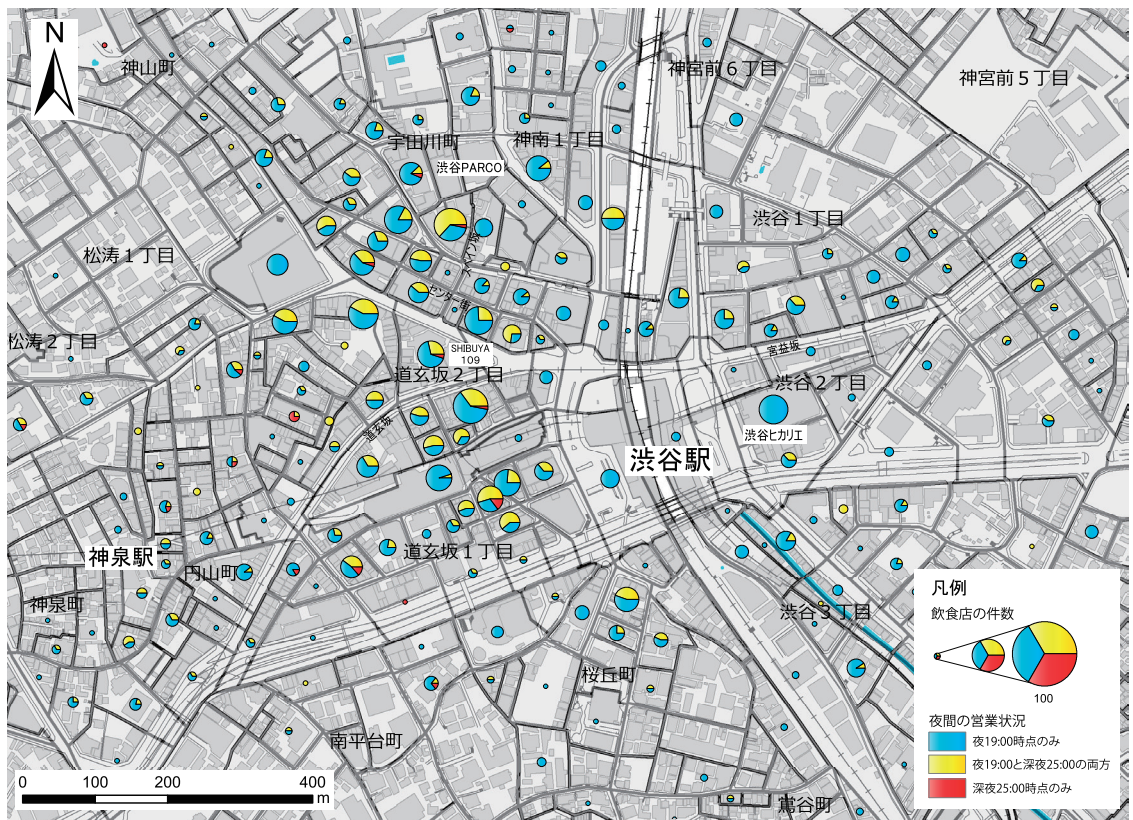


図7 渋谷における夜・深夜の営業時間からみた飲食店分布（平日）

さて現在、東急グループが推進している渋谷駅周辺の大規模な再開発は、今後のエリア内での飲食店立地に大きく影響を与えると予想される。実際、再開発プロジェクトにさきがけて2012年に渋谷駅の西口付近に開業した渋谷ヒカリエの建つ街区に、夜に営業する飲食店の集積がみられるようになった。

#### IV 考察と結論

##### 1. エリア間の比較

本研究では、東京を代表する3つの商業地（新宿、銀座、渋谷）を対象に、飲食店の集積や営業時間からみた商業地の動的特性を検討した。特に大規模なPOIデータを使い、定量的な分析を適用した点が、先行研究にはない特徴である。分析の結果として判明したことを、エリア間の比較を通してまとめると以下ようになる。

新宿、銀座、渋谷は、東京の商業地の中でも飲食店が最も集積しているエリアであり、ナイトライフの目的地として生活者・訪問者双方から認知されている。これらのエリアについて、営業時間別に飲食店数を集計した結果、どのエリアに関しても、夜、昼、深夜の順に営業する店舗が多く、特に夜に営業する飲食店の件数は他の時間帯よりも際立って多い。これは、夜になると各エリアに多く立地する居酒屋、ダイニングバー・バー・ビアホール、焼き鳥・肉料理・串料理といった酒類を扱う飲食店が営業を開始すること、これらを除くジャンルの飲食店が閉店することが主な理由である。

店舗数の多い夜の時間帯であっても、飲食店のジャンル別に集計をすると、各エリアで異なる特色がみられた。新宿と渋谷は集積の規模は異なるものの構成は類似しており、どちらも居酒屋の数が他よりも際立って多く、続いてダイニングバー・バー・ビアホール、焼き鳥・肉料理・串料

理、イタリアン・フレンチの飲食店数が多い。一方、銀座はイタリアン・フレンチ、日本料理・郷土料理、すし・魚料理・シーフードといった飲食店の多くが夜に営業しているのが特徴である。居酒屋やダイニングバー・バー・ビアホールの件数も多いが、新宿や渋谷のようにこれらが突出して多いわけではない。そして、深夜の場合、どのエリアも営業する飲食店の数は少なくなり、居酒屋やダイニングバー・バー・ビアホールなどの酒類提供の飲食店の一部が営業を継続または開始する。ここで、宴会・カラオケ・エンターテイメントに含まれる店舗の数が相対的に上位に位置するのも深夜の特徴である。

飲食店の空間分布に関しては、単純な比較は難しいが、各エリアでいくつか特徴となる点がみられた。新宿は、駅前周辺で夜に営業する飲食店が多いが、深夜に営業する店は歌舞伎町など特定の地区に集中的に分布している。銀座は、夜に営業する飲食店がエリア全域に分布しているが、深夜営業の店は少なく、銀座駅西側の街区に集中していた。渋谷は、渋谷駅西口側の道玄坂やセンター街を含む主要な回遊路沿いを中心に、夜に営業する飲食店も深夜営業の飲食店も広く分布していた。新宿と銀座のエリアに概ね共通することは、深夜に営業する店は夜に営業する店よりも特定の範囲に集中分布することである。これらの大部分は、居酒屋やダイニングバー・バー・ビアホールといった酒類を提供する飲食店や、宴会・カラオケ・エンターテイメントといった娯楽性の高い飲食店であり、一般的な労働者にとって自由時間となる夜間での利用の需要が高い。こうしたジャンルの飲食店が特定の範囲に集積することによって、夜から深夜にかけて娯楽性が特に強まる街区が成立している。そして、エリア全体でみれば、異なる営業時間の店舗の分布は、昼と夜とで異なる商業地の景観を形成し、また、消費者の行動空

間に差異をもたらしている。言い換えれば、昼から夜にかけて営業する店舗のジャンルや空間分布が変化することで、商業地の空間が再構成される。

ここで、本研究成果の学術的貢献を、理論的な視点をふまえて繁華街の空間構造を明らかにした松澤（1986）の研究との対比から検討する。松澤（1986）によると、繁華街は基本的に同心円三層構造の特徴を有しているという。つまり、ターミナル駅や大通りの交差点を中心とすると、そこからの距離に応じて、主に装身用品やカフェなどの店舗が集積する「中心域」、主に飲食店や娯楽施設が集積する「中間域」、主にホテルや駐車場が集積する「周縁域」が立地する。中心域に近いほど人の流れが活発になるため、その街の代表となるような店舗が立地し、中心から少し離れた適度な歩行距離圏内に中間域が形成される。補足的だが、地価やテナント料もこの繁華街の同心円三層構造の形成や維持に少なからず影響していると考えられる。なぜなら、中心域に近いほど地価やテナント料が高くなる傾向にあるため、個人経営の占める割合が高い飲食店は、その多くが中心域への出店が難しい<sup>7)</sup>。

本研究の分析過程でも、繁華街の同心円三層構造の特徴をみることができた。しかし、飲食店の営業時間の分析を行ったことにより、昼、夜、深夜の時間帯によって中間域の性質が異なることが示唆された。松澤（1986）は中間域を単にサラリーマンの通う夜の街（陰性街）として説明している。しかし、より正しくは時間の変化に伴い中間域の性質も変化すると言える。また、時間の変化によって繁華街の中心性も変わる。つまり、昼間は松澤（1986）のいう中心域が繁華街の顔となるが、夜から深夜にかけては中間域の存在感が大きく高まり、繁華街の中心的存在となる。しかし、これの厳密な証明には飲食店だけでなく他の様々

な施設を総合した分析が必要であるため、考察に留めておく。

## 2. 課題と将来展望

これまでの先行研究では、飲食店立地の経年的変化あるいは商業地の静的な空間構造に焦点を当ててきた。しかし、本研究のように営業時間に着目することで、飲食店という特定のジャンルではあるものの、ミクロな時間変化に伴う営業店舗の分布変化等の商業地の動的特性を把握できることが示された。本研究では、レストラン検索サイトとして広く知られる「ぐるなび」の大規模POIデータを使用した。ここで得られる営業時間の情報は、ミクロな時間スケールを軸においた分析において非常に有用であった。

課題としては、営業時間の情報に欠損値が含まれる施設があり、全ての飲食店を分析の対象とすることができなかった。より具体的には、3つのエリアに登録されていた全飲食店のうち約3割は欠損データとされた。このうちの大部分は営業時間の情報が含まれていない店舗のデータの存在に起因する。しかし、一部データ処理上の問題もあった。つまり、営業時間の情報は営業する曜日と合わせたテキスト形式で提供されており、これを含む大部分の施設のデータにおいて概ね共通の書式で書かれていたが、比較的判別処理の難しい表現で書かれていた一部の施設の営業時間情報が捨象されてしまった。エリアの商業地としての特性をより正確に把握するには、欠損となったデータを1件ずつ地道に調べていくことが必要であろう。それに関しては後続の研究に譲ることとしたい。

また、本研究では飲食店の水平方向の分布を示してはいるものの、垂直方向の分布までしっかりと扱えていない。今回の研究対象とした3つの大きな商業地では1つのビルの中に多くの飲食店が



入っていることが珍しくない。どのようなジャンルや営業時間の特徴をもつ飲食店が、どのような場所に立地しているのかを立体的に分析することで、商業地の空間特性に関してより深い知見が得られると考えられる。それと同時にGISでの3次元での視覚化表現についても検討の余地がある。

東京オリンピック・パラリンピックを契機としたインバウンド観光への対応のため、ナイトライフの充実は東京の重要な観光政策の1つとなっている。本研究の成果は、こうした施策に資する知見提供を想定し、飲食店からみた地域のナイトライフ受容基盤としての評価などに役立つと考えられる。今後は上述した課題に加え、都道府県あるいは全国スケールでのより広域的な地域分析へのデータの活用や、夜間経済の測定指標としての活用についても検討していきたい。また、飲食店だけでなく、他のナイトライフ資源と統合した分析によって、地域の夜間経済の推進地域としての潜在性をより適切に把握する方法についても検討したい。

#### [付記]

本研究の骨子は、第10回地理空間学会大会のシンポジウム「地理学から夜を考える-都市社会と自然環境における夜」にて発表した。

本研究の遂行にあたり、JSPS科研費（若手研究、課題番号：19K20572、代表：杉本興運）および日本観光研究学会分科会「ナイトライフ観光とナイトタイムエコノミーに関する研究」（代表：池田真利子）の活動経費の一部を使用した。また、東京大学空間情報科学研究センターとの共同研究「都市観光地における観光地マネジメントの課題解決と再構築に向けた地域・観光動態研究（No.675）」の成果でもあり、分析にあたりZMapTOWN II（株式会社ゼンリン提供）のデータを使用した。

本研究におけるデータ収集・分析は第一著者である杉本が実施した。また、杉本は本論文のすべての章の執筆に関わっている。他の著者4名は、先行研究のレビューを一部、分析結果にある3つのエリアの地域特性把握に必要な基礎資料の収集、本文の部分的な加筆修

正を担当した。また、各エリアの地域特性に関する議論を杉本・池田・飯塚の3名で行った。

#### 注

- 1) 根田（1999）は、中心業務地域（CBD）の商業変化の説明の中で、業種別販売額シェアの変化を分析し、小売業の販売額シェアの減少と、雑貨店、飲食店および衣料品・洋品店の販売額シェアの急増（およびオフィス空間の増加）を、都市住民全体を顧客とする商業地域から、通勤客と観光客のみを顧客とする専門化地域への変化過程として説明している。
- 2) 根田（1999）によると、「商業地域」とは、商業活動を通して形成された地域であり、等質地域的あるいは機能地域的に設定されるものがある。前者の場合は狭義の商業地域となり、一般には、店舗が道路沿いに線状に連担する場合には「商店街」と呼ばれ、いくつかの商店街が互いに交差して店舗が面的に連続する景観を示す場合には「商業地」と呼ばれる。
- 3) 新宿、銀座、渋谷には歓楽街とみなせる区域があるが、日本国語大辞典によると、歓楽街とは「興行場や飲食店等多くの享楽施設のあるにぎやかな区域」とされる。また、商業地域の内部構造理論では、歓楽街はCBDの内部に点在する専門化地区として説明される（根田，1999）。専門化地区には、歓楽街のように同種もしくは特徴が類似する業種が集積する地区と、ファッション街のように質的に同じレベルの小売業が集積する地区とがあるとされる。なお、人が多く集まる商業地を意味する繁華街と比較して、歓楽街は一般的に夜に活気づく街の意味で使用され、地域の範囲も繁華街のそれより限定的である。
- 4) POIとはPoint of Interestの略称であり、誰かが興味があると思った特定の場所を指し、主に地物情報を指すことが多い（一円ほか，2013）。例えば、飲食店、観光名所、ホテルといった店舗や施設が一般的であるが、ロッカーや自動販売機などの小規模な物や、ある場所で一時的に催されるイベントなどもPOIとして考える。一円ほか（2013）はデータ構造の視点から、名前、緯度経度、住所などの必要な属性情報をすべて含めた地物情報をPOIとみなしている。
- 5) 全国の飲食店を紹介するWebサイトとして代表的なものが、食べログ、ぐるなび、Hot Pepper, Rettyである。掲載店舗数に関しては、食べログとぐるなびが特に多く、それぞれ約88万件以上、約

50万件以上である。食べログやRettyはPOIデータを扱うためのWebAPIが提供されていない。

- 6) 日本標準産業分類(平成25年[2013年]10月改定)では、飲食店の中分類として、「管理、補助的経済活動を行う事業所」と「食堂、レストラン(専門料理店を除く)」を示している。後者に関しては、さらに「日本料理店」「中華料理店」「焼肉店」「その他の専門料理店」「そば・うどん店」「すし店」「酒場、ビヤホール」「バー、キャバレー、ナイトクラブ」「喫茶店」「ハンバーガー店」「お好み焼・焼きそば・たこ焼店」「他に分類されないその他の飲食店」の12ジャンルに分類している。本研究で使用した「ぐるなび」の分類と比較して、大きく異ならない。
- 7) 杉村(1968)は、様々な商業地において、歓楽街は中心商店街の地価よりも低い場所に立地することを報告している。

## 文 献

- 秋山祐樹(2018):マイクロジオデータを用いた日本全国の商業集積地域の分布把握, *Ejournal GEO*, **13**, 109-126.
- 池田真利子(2017):世界におけるナイトライフ研究の動向と日本における研究の発展可能性. *地理空間*, **10**, 17-33.
- 池田真利子・卯田卓矢・磯野巧・杉本興運・太田慧・小池拓矢・飯塚遼(2018):東京におけるナイトライフ観光の特性-夜間音楽観光資源としてのクラブ・ライブハウスに着目して-. *地理空間*, **10**, 149-164.
- 石崎研二(1990):企業行動からみたファーストフード店の立地展開. *経済地理学年報*, **36**, 129-140.
- 石綿朋葉・後藤春彦・吉江俊(2018):東京と区部における飲食店立地と食情報の地域特性に関する研究. *日本建築学会計画系論文集*, **83**, 251-261.
- 一円真治・梶克彦・河口信夫(2013):POI情報統合プラットフォームの提案. *マルチメディア, 分散協調とモバイルシンポジウム2013論文集*, 1405-1412.
- 稲葉諒介・岡田智秀・横内憲久(2018):都市部のウォーターフロントにおける飲食店の夜景成立要件に関する研究-「東京夜景」に着目して-. *土木学会論文集中D1(景観・デザイン)*, **74**, 29-38.
- 牛垣雄矢(2017):商業地を対象としたミクروسケールな地理学研究の対象・視点・方法. *新地理*, **65**, 48-66.
- 内田清隆(1981):郊外型ファミリーレストランの展開構造:首都圏近郊に立地する外食チェーンを中心として. *経済地理学年報*, **27**, 116-134.
- 太田慧・杉本興運・上原明・池田真利子・飯塚遼・磯野巧・小池拓矢(2018):東京におけるナイトクルーズの集客戦略と存立形態-東京湾納涼船における若者の利用特性-. *地理空間*, **10**, 165-179.
- 太田慧・杉本興運・菊地俊夫・土居利光(2017):東京・上野地域における商業集積地の空間特性の分析. *観光科学研究*, **10**, 1-8.
- 岡田裕介・中井検裕(2003):都市観光から見た都心商業地の発展条件に関する研究-東京23区を対象とした観光ガイドブックおよびレストランガイドを用いた分析. *都市計画論文集*, **38**, 583-588.
- 郭凱泓(2017):外食産業再編期における飲食店の立地動向-2000年代の和歌山市を例として-. *地理学評論*, **90**, 578-589.
- 兼子純・新名阿津子・安河内智之・吉田亮(2004):古河市における中心市街地の変容と都市観光への取り組み. *地域調査報告*, **26**, 123-150.
- 北田晃司(1995):大阪市近郊藤井寺市住民による飲食店の利用. *地理学評論*, **68**, 249-259.
- 国土交通省観光庁(2014):携帯電話から得られる位置情報などを活用した訪日外国人動態調査報告書 <https://www.mlit.go.jp/common/001080545.pdf> [Cited: 2019/12/02]
- 国土交通省観光庁(2018):夜間の観光資源活性化に関する協議会第1回資料1本編 <https://www.mlit.go.jp/common/001280710.pdf> [Cited: 2019/12/02]
- 下山萌子・後藤春彦・馬場健誠(2017):新宿ゴールデン街における新旧店舗の混在とその更新の実態に関する研究-店舗更新時の旧店主からのアドバイスに着目して, *都市計画論文集*, **52**, 1074-1080.
- 陣内秀信(1992):『東京の空間人類学』ちくま学芸文庫.
- 杉村暢二(1968):歓楽街と中心商店街との関連, *東北地理*, **20**, 228-234.
- 杉本興運(2017):東京大都市圏における若者の日帰り観光・レジャーの時間的・空間的特性-大規模人流データによる分析-. *地理空間*, **10**, 51-66.
- 須原美士雄(1986):近年における我が国商業地理学の研究テーマ-その特色と問題点-. *水津一朗先生退官記念事業会編『人文地理学の視園』625-635*, 大明堂.
- 田川博己(2018):東京都におけるナイトライフ観光の充実に向けて [http://www.sangyo-rodometro.tokyo.jp/plan/tourism/presentation01\\_300801.pdf](http://www.sangyo-rodometro.tokyo.jp/plan/tourism/presentation01_300801.pdf) [Cited: 2019/12/02]
- 東京都産業労働局(2019):平成30年度東京のナイトライフ観光の実態調査・分析 報告書 [http://www.sangyo-rodometro.tokyo.jp/toukei/tourism/aa99313db82136f9badc1ca553116110\\_1.pdf](http://www.sangyo-rodometro.tokyo.jp/toukei/tourism/aa99313db82136f9badc1ca553116110_1.pdf) [Cited: 2019/12/02]
- 根田克彦(1999):商業地域. 奥野隆史・高橋重雄・根

- 田克彦編.『商業地理学入門』63-96, 東洋書林.
- 根田克彦 (2008): 日本における「小売業の地理学」の研究動向とその課題. 地理空間, **1**, 128-141.
- 橋本雄一 (2000): 商業地理学研究における地理情報システムの利用. 北大文学研究科紀要, **102**, 203-227.
- 初田亨 (2004): 『繁華街の近代 都市東京の消費空間』 東京大学出版会.
- 松澤光雄 (1986): 『繁華街を歩く 東京編』 株式会社耕文社.

**Analysis of commercial areas in terms of restaurants agglomeration and business hours:  
Comparison among nightlife in Shinjuku, Ginza, and Shibuya**

SUGIMOTO Koun\*, OTA Kei\*\*, IIZUKA Ryo\*\*\*, SAKAMOTO Yuki\*\*\*\*, IKEDA Mariko\*\*\*\*\*

\*Faculty of Urban Environmental Sciences, Tokyo Metropolitan University,

\*\*Faculty of Regional Policy, Takasaki City University of Economics,

\*\*\*Faculty of Economics, Teikyo University,

\*\*\*\*Faculty of Life and Environmental Sciences, University of Tsukuba,

\*\*\*\*\*Faculty of Art and Design, University of Tsukuba

Urban strategies and tourism policies directed towards the 2020 Tokyo Olympics regard restaurants agglomerated in commercial areas of cities as tourism and nightlife resources that attract much attention. This study clarifies the characteristics of three famous commercial areas in Tokyo (Shinjuku, Ginza, and Shibuya) in terms of the agglomeration of restaurants and their business hours. Using voluminous restaurant POI data, the spatial distribution of restaurants' opening hours during the day (at 13:00 as a representational time), night (at 19:00), and late-night (at 25:00) were analyzed. The results revealed many restaurants that open at night, day, and late-night. This is because many restaurants located in these areas are “izakaya (Japanese style bars),” “dining bars, bars, and beer halls,” and “yakitori, meat dishes and skewers” and open at night. Some restaurants that provide alcoholic beverages continue or commence their business during late-night hours, although almost all other types of restaurants do not. This is one of the characteristics of entertainment districts. As for the spatial distribution, restaurants that open during late-night hours are concentrated over a certain range rather than ones that open at night (especially in Shinjuku and Ginza).

**Keywords:** Restaurant, Night time, Business hour, Commercial area, POI data, GIS

