

# 大都市零細自営業者層の現在

## —東京スカイツリーをめぐる地域商店街の対応から—<sup>1</sup>

金 善 美

### 1. はじめに

本稿では、東京スカイツリー（以下、スカイツリーとする）<sup>2</sup>に代表される大型商業施設の進出と、それに対応しようとする地域商店街の取り組みを事例に、再開発が進む大都市インナーシティの地域社会において零細自営業者層（以下、自営層とする）<sup>3</sup>が経験する危機・転換の局面とその意味を明らかにする。

スカイツリーをめぐるのは、その誘致決定直後から近年に至るまで、麓にあたる東京都墨田区の押上・業平橋地区の地域社会との調和の可能性がしばしば問題視されてきた。東京を取り巻く都市改造の波から「取り残された」感のある下町エリアに突然そびえ立つ巨大建造物は、果たして地域と共存共栄できるのか。この問いに対して、現時点まで出された答えは「ノー」に近い。先行研究やマスメディアの報道などでは、観光客の客足がスカイツリーの中にとどまり、周辺の地域商店街への活性化効果は限定的であることが繰り返し指摘されてきた。その多くは現状を<大資本の進出・個人商店の衰退>という対立の構図で説明し、また、旧来からの自営層が直面する困難・限界からスカイツリーの存在を批判的にとらえている点で共通している。

とはいえ、これら自営層を変わりゆく時代や社会における一種の犠牲者とみなし、その没落・解体を予言するのは、いささか単純かつ性急な判断ではないだろうか。長い間、地域に根差して店を経営してきた彼・彼女らは、住民や行政、学校、政治家、企業などとの間で様々なつながりを持ち、地域経済の担い手であるだけでなく、社会的結節点としての機能を果たしてきた。押上・業平橋地区の自営層が迎える昨今の危機、もしくは転換の局面の意味を解明するためには、自営業という営みをより長い時間の流れの中で位置づけ、個店としての利益追求とコミュニティ<sup>4</sup>の維持の間を往復する複合的な実践として読み解く視点が必要となる。

以下ではまず、自営層に関する先行研究の流れを整理した上で、本研究の問いを位置づける（第2節）。続いて本研究の調査対象であるおしなり商店街の歴史と現状を説き、調査の概要を示す（第3節）。その上で、スカイツリーという大型商業施設の進出によって具体的にはどのような変化が見られ、自営層はいかなる対応をしてきたのかを、インタビューを中心とする調査データに基づい

て分析する（第4節）。最後に、本研究で得られた知見を述べて結論にする（第5節）。

## 2. 先行研究と本研究の位置づけ

変貌する地域社会において自営層という存在が持つ意味を考察するための土台として、ここでは関連する先行研究を2つの流れに分けて検討したい。一つは戦後日本社会における自営層の社会的・経済的・文化的な位置づけに関する研究であり、もう一つは押上・業平橋地区を含む東京東部のインナーシティの再編に関する研究である。

まず、自営層という職業・社会層を分析した先行研究は、主な着目点の違いに基づいてさらに3つのグループに分類できる。

第一に、経済学を中心に、日本経済の二重構造問題<sup>5</sup>から自営業の存在理由を探ってきた研究がある（荒川 1962; 出家 1995; 尾高 1989; 牛尾 1953）。これらの研究は、自営業を日本資本主義の発展の特殊性や構造的矛盾を象徴し、いずれは大企業で代表される近代的・高生産性部門によって消えていく存在として位置づけてきた点で共通している。言い換えれば、解決すべき「問題」としての側面に注目してきたと言える。

第二に、社会層や社会構造という側面から自営層の特質を解明してきた経済学・経営学・社会学の研究がある（新 2012; 石井 1996; 水谷 1989; 野村 2014）。近代以降、日本では移民労働力の代わりに地方からの若年層人口が都市に大量流入し、大都市の社会構造はサラリーマンで代表される高学歴の雇用者層と低学歴の自営業者層に二分されていく。先行研究では、自営層が独特な経営戦略や家族形態、地域文化を形作りながら、戦後日本の社会構造を長らく安定的に支えてきたことが指摘されてきた。

第三に、自営層の地域社会の担い手としての役割に注目する社会学・経済学の研究がある（番場 2003; 小浜 2008）。各地の個人商店・地域商店街の衰退が新たな社会問題として幅広く注目され、地域活性化やコミュニティの再生が公共政策に反映され始めた2000年代以降、増えてきたこれらの研究は、自営層が果たす経済的機能以上に、地域社会に対する社会的貢献の側面を重んじる点に特徴がある。

続いて、押上・業平橋地区を含む東京東部のインナーシティの再編に関する研究である。台東区・墨田区・江東区など隅田川周辺のインナーシティの地域社会をめぐっては、1980年代以降、都市社会学を中心に「山の手」と対比される「下町」ならではの地域社会の成立と、脱工業化以降のその解体・崩壊が明らかになった（園部 2001; 高橋編 1992; 竹中 1998）。さらに近年では、2000年代以降の再開発と下町ブームの影響を受けた地域アイデンティティの再構築（金 2018）や部分的なジェントリフィケーションの動き（小浜 2017）など、単に解体・崩壊に向かうだけではない新たな変貌の複雑性も指摘される。

一方、押上・業平橋地区を直接的に扱った研究として、まずスカイツリーそのものの経済効果に関するメディアの分析(永家 2012; 日本経済新聞社産業地域研究所 2013)がある。学術研究としては、都市計画の視点に基づく高木・田村・山本(2012)および経済学の近藤・大江(2017)がそれぞれスカイツリーが周辺地域の商店に及ぼす集客効果を現地調査から検証しており、少なくとも調査時点においてはスカイツリーの周辺地域への影響は限定的である、というのが共通した結論である。

以上の先行研究を踏まえた上で、本研究の分析課題を、次の2点に整理したい。

一つは、自営層の衰退が持つ社会的意味の解明である。大都市社会における自営層の成立と展開については、上述した自営層に関する先行研究によって説明済みである。しかしながら、彼・彼女らが経験する今日の衰退・転換の意味は、必ずしも十分に明らかにされていない。先行研究で示されたように、自営層が単なる経済主体ではなく、都市の地域社会の担い手としての役割を合わせ持つとするならば、その衰退・転換は地域社会の社会経済的再編という観点からも検討されるべきである。

もう一つは、スカイツリーのような大型商業施設の開発が地域社会にもたらす影響の解明である。この点をめぐっては、メディアを中心に「スカイツリーによる地元商店街の衰退」という言説が繰り返し生産されてきた<sup>6</sup>。とはいえ、このような説明には、先行研究が指摘した東京インナーシティの変貌の複雑性と、現地における長期的な地域社会の停滞という要因への考慮が抜け落ちている。通説を鵜呑みする前に、決して一枚岩ではなく、また変化にさらされるばかりではない自営層内部の多様性や主体性を踏まえた検討が必要である。

次節以降では、行政文献や統計資料、現地調査で得られたデータなどを分析しながら、これら2つの問いに対する答えを探っていく。

### 3. 調査対象の概要

#### (1) 東京都墨田区「おしなり商店街」

本稿の主な調査対象は、東京都墨田区業平1～2丁目、スカイツリーの足元に位置するおしなり商店街である。4車線が走る比較的広い通りである浅草通りを挟んで約400m続くこの商店街は、1925(大正14)年に結成された以来<sup>7</sup>、地域経済の繁栄を支えてきた。スカイツリーの誘致決定後、商店街は墨田区から得た助成金をもとに観光振興策に取り組んでおり、商店街のPRキャラクター「おしなりくん」と商店街内にある観光案内所兼お休み所である「おしなりくんの家」の活動がその中心である。周辺には京成電鉄と東武鉄道、都営地下鉄浅草線、東京メトロ半蔵門線の4路線が乗り入れており、観光地化の流れとは別に、都心への交通アクセスの良さゆえに再開発が盛んである(写真1・2)。



写真 1・2 おしなり商店街の風景（筆者撮影）

続いて、現在のおしなり商店街を構成する業種・店舗を確認しておこう。『おしなり商店街ガイドブック』によると、商店街振興組合の加盟店は現在、75店舗である。同資料の分類では、レストランやカフェ、居酒屋、食料品店など「食べる」が36店舗と全体の約半数を占める。続いて洋服屋や自転車屋、雑貨屋など「買う」が22店舗、病院や薬局、美容院など「癒す」が7店舗、クリーニング屋や人力車屋、不動産屋、寺など「生活する」が10店舗である（おしなり商店街振興組合2015）。数十年以上の歴史を持つ個人商店が多いのが特徴的だが、近年では周辺環境の変化もあって、フランチャイズチェーンの店舗も増えてきている。

ところで、おしなり商店街の誕生と発展は、東京東部における20世紀以降の鉄道交通網の発達と深い関わりを持つ。とりわけ商店街の盛衰を大きく左右したのは、長らく押上・業平橋地区に本社を置いてきた京成電鉄<sup>8</sup>と東武鉄道<sup>9</sup>という2つの鉄道事業者であった。先に駅ができたのは東武鉄道で、1902年に現在のとうきょうスカイツリー駅の前身である吾妻橋駅が開業し、貨物列車のターミナル駅として、物流の拠点となった。続く1910年には都電業平線の始発駅である業平橋駅が、1912年には京成電鉄の始発駅である押上駅が開業した。その翌年には都電業平線が押上駅まで延伸し、押上・業平橋地区は戦前の東京東部の下町エリアにおける交通の中心地となった。しかしながら、このような地域社会の繁栄は、皮肉ながらも、鉄道という交通手段をめぐる社会状況の変化とともに反転していく。1960年代以降になるとモータリゼーションや国道交通の発達によって物流における鉄道の重要性が減少し、都電も廃止された。交通の中心地としての機能を失った地域経済は長らく停滞し、個人商店や中小企業数は減少の一途をたどった。

新しい風が吹き始めたのは、2000年代に入ってからである。2003年には東武鉄道と東京メトロ半蔵門線の間で直通運営が始まり、都市への交通アクセスの良さや相対的に低廉な家賃に惹きつけられた新住民の転入が増えていく。さらに、東武鉄道の貨物ヤード跡地がスカイツリー（当時は新タワー）の建設予定地に選ばれたことで<sup>10</sup>、東武鉄道と墨田区による様々なまちづくりの取り組みが始まった。そのうち、地域商店街と直接関連する動きとして、2008年には押上・業平橋地区の5商店街（押上ガーデン商店街・押上通り商店街・業平商盛会・業平橋融和会・第四市場商栄会）

の有志によって押上・業平橋地区活性化協議会が設立された。同協議会は2011年に解散したが、5つの商店街のうち、業平商盛会・業平橋融和会が統合し、おしなり商店街となった（おしなり商店街振興組合 2015）。長らく衰退の一途をたどり、自営層の高齢化が進んできた押上・業平橋地区の中でもっともスカイツリーに近く、それゆえ観光地化の効果が見込まれる2つの商店街の有志が意気込んで結成したのが、現在のおしなり商店街だったのである。

地域社会をめぐる変化は、スカイツリーが開業した2012年以降、さらに拍車がかかった。とりわけ、おしなり商店街にとってもっとも大きな脅威となったのは、スカイツリー内の「東京ソラマチ」である。同施設は「新・下町流」を開発ビジョンに掲げ、地下3階と1～8階、30～31階に300店以上の専門店が立ち並ぶ<sup>11</sup>。これらの専門店の中には、観光客向けの土産店や物販店だけでなく、スーパーや総菜屋、鮮魚店なども含まれる。詳しくは後述するが、「東京ソラマチ」の中に近隣住民が日常的に使う生鮮食品店が入るといった情報は地域社会には事前に周知されなかったため、このことは後にスカイツリーとその事業主体である東武鉄道への批判の高まりにつながった。加えて、2015年には京成電鉄の旧本社ビルに食品スーパー大手の「ライフ」とインテリア関係の小売店「ニトリ」が開業し、おしなり商店街を含む近隣の商店にとってさらなる打撃となった。新たな人の流れと様々な業種の大企業の進出を同時にもたらしたという点で、スカイツリーは地元経済としての悩みの種となったと言える（写真3・4）。



写真3・4 街並みが整備され、大型店の進出が続く東京スカイツリー付近（筆者撮影）

## (2) 調査概要

表1 主なインタビュー対象者のプロフィール<sup>12</sup>

名前	年齢	性別	業種
A	50代	男性	物販店主（2代目）
B	80代	男性	飲食店主（2代目）
C	60代	男性	飲食店主（4代目）
D	70代	女性	飲食店主（3代目）
E	60代	男性	物販店主（2代目）

続いて、本研究の調査方法とデータの詳細について述べる。おしなり商店街とその近隣地域における参与観察とインタビューは、2019年8月～10月の間に行われた。インタビューの対象者は、2世代以上にわたって店を経営している商店街の自営層および地元の町会長、郷土史研究家グループのメンバーなど計13人である。このうち、本稿で主にとりあげるのは、おしなり商店街の自営層5名の語りである。インタビューは半構造化面接法で行われ、主にスカイツリー開業前後の変化、商店街の衰退に関する意識、観光地化・住宅地化に関する評価、それぞれの店の家族史や経営戦略などについて話を伺った。また、対象者の選定は最初のインタビューであったAさん（商店街振興組合副理事長）のインタビュー以降、スノーボールサンプリング方式で紹介していただいた。

次節以降で紹介するインタビュー対象者の主なプロフィールは、表1の通りである。

#### 4. 分析：スカイツリーがもたらした変化と地域商店街の対応

##### (1) 商店街衰退の加速化

スカイツリーの存在は、地域商店街の何をどのように変えつつあるのだろうか。ここではまず、おしなり商店街の全体的な状況を、墨田区の行政文献と統計資料から概観したい。

図1は、2000年代以降の区内商店会数の推移である。2004年には56か所あった区内の商店会数は、2018年には約7割の41か所まで減少した。こうした商店数の減少は、商店街に限らず、区内商業全体に見られる現象である。続く図2は、商業統計調査（2009年以降は経済センサス）に基づき、区内商店の数を卸売商店と小売商店に分けて集計した結果である。ここからは、バブル経済が崩壊した1990年代以降、区内の商業が一貫して衰退の一途をたどってきたことがうかがえる。地域商店街の衰退は基本的には地域経済の構造転換と住宅地化に起因する現象であり、このことは、スカイツリーがもたらす変化をより長い時間の流れの中で把握する視点の必要性を示唆する。

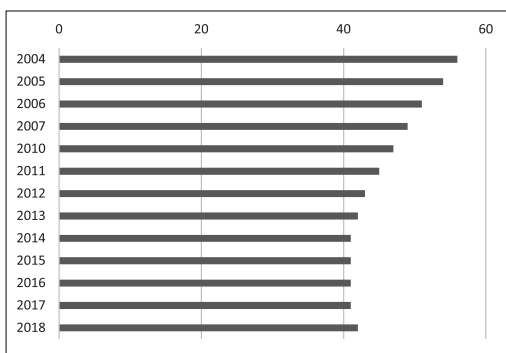


図1 区内商店会数の推移<sup>13</sup>

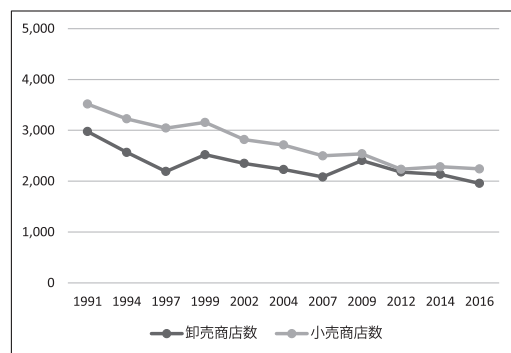


図2 区内商店数の推移<sup>14</sup>

では、おしなり商店街についてはどうか。自営層へのインタビューおよび参与観察から見えてきたのは、スカイツリーの開業が以前から進んでいた商店街の衰退現象をさらに加速化させた、という一面である。2000年代に入ると、戦後直後や高度経済成長期に建てられた木造建築の多くが寿命を迎え、東京メトロ半蔵門線の延伸（2003）により神奈川・東京・埼玉を貫通する交通網が確立したことで、浅草通り周辺を中心に再開発が活発化していく。ここにスカイツリーという大型商業施設が加わったことで、おしなり商店街周辺の地価は2010年代以降、本格的に上昇に転じた（図3）。こうした変化の下、地域住民でもある高齢の自営層が自らの店を閉店して他地域に転居したり、住み続ける人の場合も、自宅やビルをマンションに建て替え、上層部に居住しながら1～2階部分をテナントとして貸したりするケースが増えた。

商店数の減少やマンション建設の増加は、商店が立ち並ぶ「街」としての商店街の空間的連続性や凝集力の喪失という結果につながった。しぶとく商売を続ける自営層らは、もはや商店「街」の力に期待することができないまま、「東京ソラマチ」や「ライフ」、「ニトリ」など大型小売店との競争にさらされることとなった。たとえば、墨田区が区内34商店会の会長を対象に実施した「平成24年区内商業活性化のための実態調査報告書」（2012）によると、「大型店等の影響」について、回答者の約8割が「ある」「ややある」と答えており、その要因としてもっとも多く挙げられたのは「駅前再開発により開業した大型店」（38.2%）、次いで「東京スカイツリータウン」（29.4%）の順であった。スカイツリーが地域社会にもたらしたとされる「活気」は、少なくとも商店街の「活気」と同意語ではなかったのである。

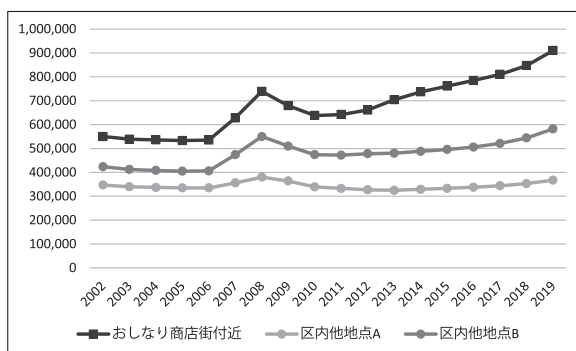


図3 おしなり商店街と近隣商業地の公示地価の推移<sup>15</sup>

## (2) スカイツリーの「恩恵」

ここまでなら、地域商店街の変化は比較的わかりやすいストーリーに収まるのかもしれない。しかしながら、商店街という集合体ではなく、一つ一つの個店（店主）の経験や認識に着目すると、より複雑な現実が見えてくる。というのは、スカイツリーの建設工事が行われていた2009年から2012年までの間、おしなり商店街は一時的・部分的に「バブル」とも呼べるような活況を経験したからである。日々高くなっていくスカイツリーの定点観測や写真撮影、建設現場への訪問などが

ささやかなブームとなる中、まだ完成していないスカイツリーを見学することはできないため、観光客は必然的にその麓に当たるおしなり商店街に流れ込んだ。物販店の店主で商店街振興組合の副理事長を務める A さん<sup>16</sup> は、当時の状況を次のように記憶する。

一番にぎわってたのは、やっぱりスカイツリーの建設途中、もう日に日に、昔は裏通りで全然人がいなかったような通りがもう竹下通りみたいな感じで。ちょうどこの川沿いのところがもう、行列ができるくらい。その時はやっぱりほら、スカイツリーも営業してないから、飲食店もなくて。すごく集客力がありましたね。実際開業しちゃうと、やっぱり中に入っちゃう人が多くて。

とりわけ繁盛したのは、商店街内の飲食店や飲食系の物販店であった。これらの自営層の多くは観光客の増加を転機としてとらえ、スカイツリーの形や高さ（634m）にちなんだ商品開発に積極的に取り組んだ。外国人観光客の増加を意識し、写真付きの英語メニューを用意したり、看板メニューのイラストや写真を店の外にわかりやすく張り付けたりする工夫も見られた。土産店やカフェなど新しい店ができ、観光地化を意識した行政のまちづくりが本格化する中、業平橋の2商店街がおしなり商店街として統合・法人化し、商店街のPRキャラクター「おしなりくん」が誕生したのもこの時期である。以下では、BさんとDさんという2人の自営層の事例をとりあげ、地域社会の変化を自営層の経験・認識という軸から考察してみたい。

Bさん<sup>17</sup> は、60年以上続く飲食系の物販店を営むオーナー兼職人である。先々代は戦前、墨田区内で映画館を経営していたが東京大空襲で全焼し、再建する資金がなかったため、Bさんの父が新たに今の店を始めた。Bさんは生まれてから一度も墨田区外に転出したことがなく、他の兄弟も近隣でそれぞれ個人商店を営んでいる。職人を含めて従業員は雇っておらず、商品の生産から販売に至るまでのすべての仕事を2世代の家族で賄っている。家族は店舗と一体の住宅に居住しており、商店街内ではほぼ唯一、後継ぎが決まっている。

よかった時代はね、やっぱりスカイツリーができる前が一番よかったよね。スカイツリー立ててるでしょ？その時が一番すごかった。僕が病気になっちゃうくらい忙しかった。その時は、あそこに川があるでしょ？あそこはね、汚ねえ川だったんだよ。それがね、あんな風にきれいになって人が来るようになったもんだから、こっち側の倉庫みたいなのをみんな借りて、飲み屋なんかができてる。スカイツリーができたらみんな中に入っちゃって、それで出て来なくなっちゃったけど。

（中略）これ（スカイツリー）ができたら人が増えるから街が賑やかになっていいね、って商店街の会長の音頭で、みんなで応援しよう、というのでこの周りの商店街もみんな応援したんだよ。反対して人もいたんだよ、ものすごく。でもとにかく賛成の人が多くて。だから本



来ならば、僕に言わせれば、スカイツリーの会社が自分のところだけよければいいんじゃくて、周りと一緒によくなりましょう、という考えがなければいけないんじゃないか、と思ってるんですよ。多少協力してるような部分もなくはないけど。たとえばこの辺でイベントやる時に、商品なんかつけて共催してくれるんだ、一応。そういうのはあるんだけど、やっぱりそうじゃなくて、周りもよくなるような、そういうイベントをね。

一方、Dさん<sup>18</sup>は大正時代に創業し、もう少しで100周年を迎える店の3代目の家族従業員である。基本的には家族経営の形をとっており、近隣に住む親戚が手伝いに来ることもあるが、通常は家族のみですべての仕事をこなしている。そのため、「綺麗に品物が揃わないことが多い」が、スカイツリーをモチーフにした新商品が人気で、区内の複数の観光施設に納品していることもあり、経営は順調である。そのようなDさんは、この半世紀の変化をどのように見ているのだろうか。

前はもっとお店がたくさんあったんですよ。隣は魚屋さんだし、果物屋さんはあるし、肉屋だの八百屋だのいっぱいありましたけどね。もう、にぎやかでしたよ。縁日大会をやったり、クリスマスとかのイベントをやったりとか。今はもう、個人個人で頑張るしかない感じで。結局跡継ぎがいないのと、歳いっちゃってるからやめようってやめちゃったお店が多いから。ホテルとか駐車場とかそういうものも増えてきちゃったね。ちょっと寂しいんだけど。

(中略) なんか、(スカイツリーが) できて、そうね。外国の人やらくるし、建ててる最中がものすごい、お客さんが。高さを写真に収めるためにね。朝開けるとお客さんが並ぶような状態で、毎週毎週同じ人が写真を撮りに来てるから、「これじゃ体壊すかね」って。実際、体調悪い時もちょっとあったけど。そんな簡単に機械でやれるようなものじゃないから。そしたら今はマイペースで、落ち着いてやれて。それでも休みは月に2、3日だけど。

(スカイツリーは) 一人勝ちしようとしてますよね。本当はね、いろんなところに旅行なんか行ったりしても、周りとそのものがやっぱり一つになってね、それが本当が一番いいのにね。自分で全部抱えようかな、という、そういうところは感じますよ。だからなんというんだろうね、頑張ろうかな、と思ったところもみんな中のところにとられちゃってダメになったりして。

地域社会と自営業をめぐる社会状況が移り変わる中、BさんとDさんがそれぞれ粘り強く商売を続けてきた背景には、自己雇用や家族経営、職住一体など、かつて日本の自営層の特質と指摘された要因があった。そこに偶然にもスカイツリーと周辺の開発という転機がやってきたことで、一時的な活況という「恩恵」が生まれた。とはいえ、こうした「恩恵」は「年1回のスカイツリー関係のイベントに合わせて商品を製作して売ってるんだけど、それこそもう、死に物狂い」<sup>19</sup> (Bさん) 「申請しても最初はなかなか承認されなくて大変だったけど、結局ライセンス契約をしてスカイツ

リー関連商品を商品化できた」(Dさん)といった、個々の自営層の努力が下支えしたのもであった。実際、2人の自営層はスカイツリーがもたらした「恩恵」に一定の評価を下しており、また「川周辺が整備されて綺麗になった」(Bさん)「治安がいいというか、明るくなった」(Dさん)など、自営層としてだけでなく、地元住民として周辺環境の整備についても肯定的である。

しかしながら、直接的な「恩恵」への言及以上に目立つのは、スカイツリーの存在に対する批判的な語りである。もっとも直接的な形でスカイツリーの「恩恵」を受けた層でさえ、総合的な評価は決して前向きな内容のものではなかった。2人の自営層は、個店としての利益追求だけに留まらない、商店街や地域社会というコミュニティの一員として現状を総合的に評価する。商店街が「街」としての凝集力を弱め、外部からの変化に振り回される状況は経営戦略や営業方針などの変化につながったが、一方でこのような自意識は消えることなく、今なお続いている。

### (3) 期待の挫折と諦念

スカイツリーに対する批判は、開業から約8年が経過した近年においてさらに強まりつつある。調査では、とりわけスカイツリーの誘致に協力した地域有志らを中心に、墨田区の行政やスカイツリーの事業主体である東武鉄道に対する批判の声を直接聞くことができた。

まあ、その時に区長が「ここにこういうのを招致します」という発表をした時に、共存共栄というんですかね。スカイツリーで観光客を呼ぶのでこちらの商店街にも人がうようよくるよ、というイメージあの時は考えていました。今は全然違うけど。<sup>20</sup>

地元の商店街は、スカイツリーの中のソラマチにあんなに繁盛する店がいっぱいくるとは想定してなかったと思うんだよね。(中略)だからソラマチの経済的な影響力は墨田区内にとってはマイナスに働いてる部分は大きいんじゃないかな。<sup>21</sup>

都電廃止後の長期的な地域経済の停滞にさらされ、かつ京成電鉄と東武鉄道という大企業の本社の立地がもたらす利益を長年経験してきたおしなり商店街では、こうした歴史ゆえに、スカイツリーという巨大インフラに対する漠然とした期待が共有されていたように思われる。しかし現実では、その期待が満たされることはなかった。とりわけ複数の関係者が共通して指摘したのは、スカイツリーの開業直前まで「東京ソラマチ」に入るテナントの詳細についてはほとんど地元で周知されなかったという点である。商店街と直接的に競合するようなスーパーや総菜屋、鮮魚店の出店は、地域社会からは必ずしも想定されておらず、このことは商店街関係者や地域有志らがスカイツリーの墨田区への誘致活動に協力したことを後悔や裏切り、怒りの感情とともに語るようになった主要な要因である。

期待が幻想であったことが明らかになる中、店の経営に見切りをつける自営層もいる。たとえば、

飲食店オーナー兼職人のCさん<sup>22</sup>がそうである。大正時代から続く飲食店の4代目であるCさんは、一時期の区外転出と海外での就労を経験した後に自営層になった人物である。店内には世界地図が飾られており、富士山の絵や葛飾北斎の『富嶽三十六景』など、外国人観光客向けに「日本」を演出しているところがある。また、英語でのコミュニケーションが可能なCさんは英語メニューを用意しており、店を訪れる様々な国の観光客とのやりとりを楽しんでいる様子である。しかしながら、そのようなCさんが語る近未来の展望は、決して明るいものではない。

下町のこういう風なところは、もう置いてかれたのよ。あとは自分で、独自で戦略立てて自分らが生き残ることをちまちまやるしかなくなってるわけだよ。(中略)日本全体が下火になってここも同じように下火になってたはずなんだけど、たまたま(スカイツリーが)あるから少し上昇になったかな、というくらいで。やっぱり社会全体がもう、ね?不景気真っただ中でここだってやっぱり同じようにその波をかぶった地域だと思うよ。全部。

(中略)これだけ古い家が重なってるから、そういう(再開発の)話が実際に来てます。ある程度の土地をまとめてディベロッパーが入って、「現金だったらこれだけ払えます」「建物の部屋だったらこれだけ渡すことができます」という話が実際に来たとしたならば、それはもう、乗るしかないですよ。

Cさんの語りが浮き彫りにするのは、スカイツリーの存在に対する批判というよりは、それを超えたところにある一種の達観、もしくは諦念のような思いである。Cさんは決して仕事が嫌になったわけではなく、店づくりを工夫し新しい客とのコミュニケーションを楽しむなど、スカイツリーがもたらした変化を前向きに受け入れて経営に活かしてきた。また、過去にはPTAの役員を務めるなど、地域社会の活動にも積極的に関わってきた一面もある。上記のような諦念の態度は、こうした自営層としての日頃の地道な努力と決して矛盾することなく、Cさんの意識の中に共存しているように見える。

同様の諦念は、おしなり商店街の近隣で生鮮食品店を営むEさん<sup>23</sup>の語りからも見られた。

(スカイツリーは)3年くらいはテナントが目いっぱい入れ替わったでしょ。はっきりいえば、あと10年したらまったく飽きられちゃうと思うんだよね。あと持って10年。いやー、もっと強烈なものが来ると思うよ。もっとすごいスーパーが来たり、もっとすごいものが来ればもっと人が。それがいいのかどうかというのは、わからないね。そんな中でなんとか知恵を出し合ってやっていかないといけないんだけど。非常に今、厳しいよね。

(中略)個人で飲み屋、食堂やってる人たちというのは、やっぱりうちみたいな店じゃないと。まだ大手スーパーにいくよりも野菜とか安いと思うんだよね。配達とかしてくれるしね。だからそういうところは大事にしていけないといけないのかな、と。

こうした諦念の態度は、直接的にはスカイツリーの存在によって表面化したものの、実際にはより長い時間の間、小売業をめぐる社会状況の変化を見守る中で形作られたように考えられる。注目すべきなのは、個々の対象者の言動に、自営層としての終焉に対する冷徹な観測・仕事に対する思いと日々の工夫という、矛盾した要素が同時に見え隠れするという点だ。これは、店を閉めた後も卸売業を継続したり、店舗はもう持たないが商店街振興組合には加盟したまま、祭りなどの地域活動に積極的に関わったりする自営層が一部存在していることと決して無関係ではない。ある意味合理的には見えないこうした態度は、目の前の変化とこれまで積み重なってきた過去の合間に立つ、自営層の現在を物語るものではないだろうか。

## 5. まとめ

ここまで、再開発およびスカイツリーで代表される大型商業施設の進出に対応する地域商店街の事例をもとに、自営層の衰退が持つ社会的意味を東京インナーシティの再編という文脈から論じてきた。本研究の主な示唆点は、次の2点に整理できる。

第一に、商店街が衰退していく中、それでもしぶとく残る自営層の存在が示す逆説の発見である。おしなり商店街の自営層の多くは地域経済を支える主体としては存在意義を弱めつつあるが、一方、祭りの担い手や住民自治組織の運営、行政と協力したまちづくり事業への関わりなど、彼・彼女らの地域社会における存在意義は維持されている。一見、不思議に見えるこのような状況を可能にしたのは、逆説的にも自営層の「弱点」「問題」として先行研究において繰り返し指摘されてきた要因、すなわち、自己雇用や家族経営、低生産性、前近代性、職住近接などの特徴である。経済主体としての脆さは地域社会の担い手としての強さと長らく一体だったのであり、現在の状況は東京インナーシティの再編過程における過渡期的現象と言える。

第二に、「スカイツリーによる地元商店街の衰退」という通説が持つ限界を指摘したい。おしなり商店街は1970年代以降、長期的な衰退の道を辿ってきており、スカイツリーとの対比という分かりやすい二項対立の図式が成立したことで自営層の減少がより可視化されたに過ぎない。スカイツリーのような大型商業施設の存在を「下町復興のシンボル」(橋本 2011: 245)、あるいは商店街破壊の「元凶」として意味づけするだけでは、本事例の全体像は把握しにくい。スカイツリーの近年の営業利益の減少<sup>24</sup>が示す未来の不確実性を考慮すると、この点は一層鮮明である。自営層が迎える衰退・転換の局面は近代化以降の長い歴史的・社会的過程の結果として、その政治的・社会的・文化的意味に関する多角的な解明が必要となる。

## 註

- <sup>1</sup> 本稿の内容は、日本社会学会第92回大会で行った報告(2019年、於・東京女子大学)をもとにしたものである。
- <sup>2</sup> 2012年5月に開業した東京スカイツリーは、高さ634mの世界最高の自立式電波塔である。350m、450mの2か所にそれぞれ展望台が設けられ、低層部には飲食店や衣服店、土産店などのテナントが入ったショッピング・モール「東京ソラマチ」や東京スカイツリーイーストタワー、プラネタリウム、水族館などが「東京スカイツリータウン」を構成している(「東京スカイツリーを知る」東京スカイツリー公式ホームページをもとに筆者作成、<http://www.tokyo-skytree.jp/about/>, 2020年10月30日取得)。
- <sup>3</sup> 本稿では、小浜(2008:198)を参考に、「零細自営業者層」を「地域社会生活に密着して、日常消費生活における消費財・サービスを提供する、1人あるいは家族のみで事業を営む者」と定義したい。
- <sup>4</sup> コミュニティという言葉の定義はその文脈や論者によって実に多様であるが、一般的には一定の地域的範囲において行われる共同生活(Maclver 1917=1975)を意味する用語として、地域性や共同性という2つの基礎的条件から定義されることが多い。本稿では、「人間が、それに対して何らかの帰属意識をもち、かつその構成メンバーの間に一定の連帯ないし相互扶助(支え合い)の意識が働いているような集団」という広井(2009:11)の定義を用いる。
- <sup>5</sup> 「二重構造」とは、(イ)外国から移植された技術(生産技術、生産管理、および製品デザイン)を中心にすえた大規模で官僚制的・合理的組織にもとづく資本主義的経営と、(ロ)在来技術を基盤にした中小規模の家族共同体的経営とが共存する状態をさす(尾高1989:134)。とりわけ、前者のような近代的部門と後者のような前近代的部門が、所得や労働条件などにおいて格差を伴いながら、一国の産業構造や就業構造を形作っていることをさす概念である(濱崎・竹内・石川編2005)。
- <sup>6</sup> 例として、次のような報道がある。「スカイツリー1歳の空 東京タワー・日光も特需 足もとの商店街、客足減」(『朝日新聞』2013.5.23朝刊)、「ツリー5歳 祝福と期待 地元商店街『連携強化を』」(『読売新聞』2017.5.23朝刊)、「東京スカイツリー開業5年、地元へ活気を下町模索、五輪へ魅力向上急ぐ」(『日本経済新聞』2017.5.20夕刊)。
- <sup>7</sup> 「おしなり商店街」、墨田区商店街連合会ホームページ(<http://www.sumida-showren.jp/street/20.html>、2020年9月28日取得)
- <sup>8</sup> 「京成電鉄の歩み」京成電鉄ホームページ([https://www.keisei.co.jp/keisei/keisei\\_museum/history/](https://www.keisei.co.jp/keisei/keisei_museum/history/)、2020年10月30日取得)。なお、1960年代に上野から移転してきた京成電鉄の本社は、2013年に墨田区から千葉県市川市に再び移転した。
- <sup>9</sup> 「会社の沿革」東武鉄道ホームページ(<https://www.tobu.co.jp/corporation/history/fhistory01.html>、2020年10月30日取得)。
- <sup>10</sup> 新タワー建設予定地の選定の詳細な経緯については、墨田区編(2010)を参照されたい。
- <sup>11</sup> 「施設概要・コンセプト」、「東京ソラマチ」公式ホームページ(<https://www.tokyo-solamachi.jp/information/development/>、2020年10月30日取得)。
- <sup>12</sup> すべての情報はインタビュー当時のものである。
- <sup>13</sup> 墨田区議会編(2019)をもとに筆者作成。
- <sup>14</sup> 各年『商業統計調査』『経済センサス』をもとに筆者作成。
- <sup>15</sup> 各年『国土交通省地価公示・都道府県地価調査』をもとに筆者作成。
- <sup>16</sup> 2019年9月13日、Aさんのインタビューより。
- <sup>17</sup> 2019年9月13日、Bさんのインタビューより。
- <sup>18</sup> 2019年9月23日、Dさんのインタビューより。
- <sup>19</sup> ここでのイベントとは、2013年より年に1回開催される「ご当地キャラクターフェスティバル in すみだ」を指す。墨田区と東京スカイツリータウン、地元商店街、墨田区観光協会が一体となり、全国各地のご当地キャラクターが出演するイベントを開催することで、スカイツリー周辺部への観光客の回遊を促進する目的を持

つ（「ご当地キャラクターフェスティバル in すみだ 2019」, 東京スカイツリープレスリリース, <http://www.tokyo-skytree.jp/pdf/pressreleases/7fb03d21023bb1243a855181160c3bb556255820192004.pdf>, 2020年10月30日取得。）。スカイツリーによる地元商店街との共存・共栄を意識した取り組みとしてはほぼ唯一である。

<sup>20</sup> 2019年9月23日、町内会長Hさんのインタビューより。

<sup>21</sup> 2019年9月23日、郷土史家Kさんのインタビューより。

<sup>22</sup> 2019年9月20日、Cさんのインタビューより。

<sup>23</sup> 2019年9月27日、Eさんのインタビューより。

<sup>24</sup> 2012年に開業したスカイツリーの入場者数は2014年3月期の619万人から減少が続き、また、営業利益も2014年3月期の95億円から2019年3月期の48億円まで減少傾向にある（「東武、株高でもスカイツリーの以外な苦戦」『日本経済新聞』2019.11.27朝刊）。

### 参考文献

荒川祐吉, 1962, 『小売商業構造論』千倉書房。

新雅史, 2012, 『商店街はなぜ減びるのか——社会・政治・経済史から探る再生の道』光文社。

番場博之, 2003, 『零細小売業の存立構造研究』白桃書房。

出家健治, 1995, 「中小商業論」阿部真也ほか編著『流通研究の現状と課題』ミネルヴァ書房。

濱嶋朗・石川晃弘・竹内郁郎編, 2005, 『社会学小辞典』有斐閣（新版増補版）「二重構造」。

橋本健二, 2011, 『格差都市——格差が街を侵食する』筑摩書房。

広井良典, 2009, 『コミュニティを問いなおす——つながり・都市・日本社会の未来』筑摩書房。

石井淳蔵, 1996, 『商人家族と市場社会——もうひとつの消費社会論』有斐閣。

金善美, 2018, 『隅田川・向島のエスノグラフィー——「下町らしさ」のパラドックスを生きる』光洋書房。

小浜ふみ子, 2008, 「第9章 自営業者たちと地域社会」森岡清志編『地域の社会学』有斐閣, 197-220。

———, 2017, 「東京におけるジェントリフィケーションと空間的分極化——墨田区京島地区の再編成」立正大学大学院文学研究科『大学院紀要』33: 15-42。

近藤莉夏子・大江靖雄, 2017, 「スカイツリー周辺地域における飲食店の集客要因分析」『農林業問題研究』53(3): 131-138。

Maclver, Robert M., 1917, *Community: A Sociological Study*, London: Macmillan & Co. (=1975, 中久朗・松本通晴訳『コミュニティ』ミネルヴァ書房。)

水谷史男, 1989, 「没落する社会層——『自営業』をめぐる現代的課題」『明治学院論叢』440: 45-69。

永家一孝, 2012, 「特集 押上（スカイツリー）、渋谷（ヒカリエ）、梅田（阪急）「新名所」が変える街の消費パワー」『日経消費ウォッチャー』37: 4-13。

———, 2013, 「『ソラマチ』リピート意向は8割——開業1年、東京スカイツリーの集客力を検証」『日経消費インサイト』2: 26-31。

野村正實, 2014, 『学歴主義と労働社会——高度成長と自営業の衰退がもたらしたもの』ミネルヴァ書房。

尾高煌之助, 1989, 「第3章 二重構造」中村隆英・尾高煌之助編『日本経済史6 二重構造』岩波書店。

おしなり商店街振興組合, 2015, 『おしなり商店街ガイドブック』おしなり商店街振興組合。

園部雅久, 2001, 『現代大都市社会論——分極化する都市』東信堂。

墨田区議会編, 2019, 『令和元年度 区政ミニデータ集』墨田区。

墨田区編, 2010, 『墨田区史 通史編』墨田区。

高木薫・山本俊哉・田村誠邦, 2012, 「東京スカイツリー建設が周辺地域の土地利用と建築に及ぼす影響」『日本建築学会大会学術講演梗概集（都市計画）』, 1119-1120。

高橋勇悦編, 1992, 『大都市社会のリストラクチャリング——東京のインナーシティ問題』日本評論社.

竹中英紀, 1988, 「大都市インナーエリアにおける社会移動と地域形成——東京墨田区K地区調査(1987)より」  
『総合都市研究』34: 5-50.

牛尾真造, 1953, 「零細商業の社会的性格——いわゆる『小商人』の日本的特質について」松井辰之助編『中  
小商業問題』有斐閣, 57-82.

本研究はJSPS科研費(JP18K12954)の助成を受けたものである。