

# 高度専門化した広域的商業集積地の形成

中村 仁

東京大学大学院情報学環

jin@iii.u-tokyo.ac.jp

キーワード：商業集積・超多様性産業・露店換地・商店街・共同商業ビル

## 1 はじめに

高度に専門化した広域的商業集積地は、多くの場合において商業の中心地となると同時にイノベーションの揺籃地としての役割を持つ。このような商業集積においては、新たな商業分野等の創出が寡占的に増加し商業集積の様相が一変するような変化をもたらすのではなく、新たに創出された商業が集積地の中に溶け込み、より多様な商業集積へと変化する。このような商業集積地においては、周期的に特定の分野の商品が多数を占めるものの、長期的にはこれらが重層構造的な商業集積を形成する。結果として、出口(2009)の提唱する超多様性が進行することとなる。そして、このような広域的商業集積地は、単なる商業の中心地という役割に留まらず、新たな商品・サービスを産み出すイノベーションの発生源という役割も担っている。

本稿はこのような立場に立ち、秋葉原を事例として商業集積を歴史的に検討することで、これらの役割を担うことが広域的商業地の形成過程とどのような関わりがあるのかを明らかにすることである。

## 2 広域的かつ高度に専門的な商業集積地としての秋葉原

特定地域やその近隣地域からの集客力が高い、自然発生的な商業集積地である商店街は、多くの場合近隣の住民の生活を充足するための総合的な役割を担ってきた。しかし、近年では商圈人口の減少や自動車等の普及と郊外型大型ショッピングセンター(SC)の増加、通信販売の普及などにより、その役割が脅かされつつある。特に、計画的に造成された商業集積地である SC は商店街に代わる地域コミュニティの中核的存在となっている地域も存在する。このように、生活関連商品の商圈は広域化している。一方で、当初から広域的な顧客を対象とし、ある程度業種が限定された商業集積地は、今なお高い顧客への訴求力を維持している。東京都を事例とすると、渋谷・青山・銀座はファッション、神保町は古書、歓楽街としての新宿・渋谷・新橋・上野などの商業集積が代表的である。この他にも西日暮里の駄菓子

や岩本町の繊維など、様々な商業集積が存在する。これらの地域は、地域居住者の利用より、外部からの訪問者が多いことが特徴として挙げられる。またこれらの商業集積は戦後の闇市が母体となっているものも多く、現在では露店換地による共同商業ビル<sup>1</sup>が形成されるなどの特徴を有する。

本稿で取り上げる秋葉原地域もこのような広域的商業集積の一つである。秋葉原地域は当初電子部品の商業集積から発展し、現在は電気製品やコンテンツ、さらには飲食・サービスなど、より幅広い分野の商業集積となっている。前述のように闇市に端を発し、露天換地による複数の共同商業ビルが建設されている。このように、本稿が扱う商業集積の代表的な要素を多く備えていることから対象とした。

## 3 秋葉原に関する商業集積に関する先行研究と本稿の視点

猪口(2008)は、現在の秋葉原地域が「秋葉原」と名付けられるに至った由来について、1869年の東京の大火後、今後の火事の延焼を食い止めることを目的としてここに火除け地(空き地)が設けられたこと、またここに鎮火社が建立された際に火除の神「秋葉さん」が歓請に由来すると述べている。小山(2009)は、秋葉原が持つ揺籃機能について整理し、消費者嗜好の「重心シフト」がハードからソフトへと移行していることを指摘している。片山他(2009)は秋葉原を集客型市街地の一つと定義しその変容過程に関する考察として主に住宅地図・建物用途現況図による分析を行い、秋葉原のインキュベータとしての機能は「裏通りのマイナー・インディーズ業種を嗜好する秋葉原のコア客層によって支えられている」と指摘する。また、秋葉原の歴史を「家電・安売りの街(戦後～1960年代)」「オーディオの街・世界の電気街(1970～80年代)」「オタクの街、ITの街(1990～2000年代)」に区分して検討し、秋葉原が賑わいを生み出し続けていくことができた要因を「顧客の嗜好と商業者の販売努力の均衡と新陳代謝」であると指摘した。秋葉原の歴史については、秋葉原地域の電気製品の販売を行う企業が通信となっている団

体である秋葉原電気街振興会が「秋葉原アーカイブス」という形でまとめている他、株式会社価値創造研究所(2007)は秋葉原の変遷と日本の電気産業の関わりについて、ラジオの時代 - 戦後復興期、テレビ・家電の時代、オーディオ・AVの時代、パソコンの時代、ゲーム・アニメの時代と区分し、それぞれの店舗が複合的に集積していることを指摘している。藤田他(2006)は建物床用途の現状分析により、「1990年代から増え始めたアダルト系・ホビー系・メイド系のテナントが、電気街としての秋葉原を支えてきた家電製品を駆逐」しメインカルチャーとなりつつあることを指摘している。同様の調査により木村他(2007)は、テナントの業種とビル等の階層を調査することで「アダルト・ホビーのまち」と移行しつつある秋葉原が一方で住宅地としてのニーズも高いことを明らかにした。清水他(2008)は、秋葉原地域において歩行者に対する追跡調査及びGISを利用したモバイル端末による回遊行動調査により、「暗黙知としての地域情報」とは「地域の知識を有する“人”が発信する情報」であることを指摘した。森川(2003)は、SC「アキハバラデパート」内のテナントについて1999-2003年に調査を行い、同ショッピングセンターにおけるオタク系専門店の増加が1997年以降に始まったことを明らかにした。菊池(2008)は、ステレオタイプな「おたく」とは何かという視点から、新聞記事の記述では「90年代末から2000年代初頭にかけて秋葉原の変容が加速し、2003-04年頃には「秋葉原のおたく＝萌え系」という認識が形づくられた」としている。妹尾(2007)は、「アキバラしさ」について、「徹底集積」「新旧融合」「構成の多重性」を挙げている。

このように、秋葉原地域については多くの研究が行われているが、本研究の視点からは大きく2つに分かれる。その一つはある商材はどのように生まれたかでありこれは主に歴史的視点によって研究されている。もう一つは秋葉原には商材別の大きな商業クラスタが存在を明示するものであり、これらは主に現地調査による研究である。

本研究は、「歴史的にこのような商業クラスタが産まれた」とこと、「現在このような商業クラスタが存在する」ことを比較することで、新しく産まれた商業クラスタが他のクラスタを消滅させることなく、商業集積に組み込まれることでより多様性が高まることを指摘するものであり、これらの研究が援用されるもの、新たな知見を導こうとするものである。

## 4 秋葉原の歴史

### 4.1 秋葉原の成立：江戸～明治期

下級武士の居住地域であった現在の秋葉原地域は

火事も多く、火除け地となり1870年には遠州の秋葉大権現を勧請した鎮火神社が鎮座し、これが秋葉原の名前の由来であると猪口(2008)は指摘する。また、1890年には上野からの鉄道の延伸により秋葉原駅が設置された。1886年に伊勢屋丹治呉服店(現在の伊勢丹)が創業するなど当時はまだ電気街という趣ではなく、主な店舗は馬蹄や骨董・麻布などであったと言われている。

### 4.2 交通の要所と電気利用の始まり

大正～昭和初期の秋葉原周辺は交通の要所であった。万世橋が東京都電車(都電)のターミナル駅であり、かつ中央線の始発駅として都内第4位の乗降者数であった。当時の都電ネットワークは東京都内を網の目のように張り巡らせており、日本橋や新橋・上野・淡路町・日比谷公園・両国などに容易に移動することができた。

また、電灯や工場での電気需要、ラジオ放送の開始など電気の利用が社会に普及し、秋葉原地域にも電気材料に関する商業集積が発生し、現在の山際電気商会や廣瀬商会などがラジオなどの販売を行っていた。しかし、太平洋戦争が始まると電気材料等は軍の需要が高まったことから民間の商業としては成立が難しい状態が続いた。そして、1945年3月9-10日の東京大空襲により、この地域も焦土となった。

### 4.3 闇市とラジオの時代

戦後、東京都内の新橋・新宿・池袋・渋谷などに闇市が生まれ、当時の商業の中心となった。秋葉原付近にも須田町～小川町に闇市が生まれ、当初は生活に必要な資材を扱っていたものの、専門化していった。その理由として、第一にラジオ放送が再開され、国民的な娯楽に成長したことが挙げられる。また、ラジオを街頭で聞くのではなく、自宅で聞くことが普及したことから家庭用ラジオの需要が高まったこともあり、須田町～小川町の闇市で旧軍や米軍からの流出した真空管の売れ行きが高まり、これを扱う露天商が増えたこと、また近隣の電気工業専門学校(現在の東京電機大学)の学生が製造販売を行ったことなどにより、この闇市の電気街化が進行した。なお当時のラジオの完成品は、こういった闇市での販売に比べ約3倍の価格と奢侈品としての30%の物品税が課されることから、組立販売は大変好評であったと言われている。そして1951年のGHQによる露天撤廃令により、闇市の露天商は秋葉原駅のガード下等を代替地として移転することになり、現在の秋葉原に見られる電気街としての小規模集積がはじまった。ただし、当時の秋葉原高架下は商業的に良い土地であったとは言えない。知念(2010)は、露店の撤廃による秋葉原高架下への移転について、

「移転した当初は露店当時の賑わいとは一点、冬の寒風厳しい日には通路に火鉢をおき店員全員で暖をとるほど駅周辺は閑散としていた。」と述べている。また、露天から共同商業ビルへと移行したことから、高層化が始まった時期であるとも言える。このように、戦後復興を通して電子部品・パーツを扱う店舗が集積する地域としての秋葉原が生まれた。

#### 4.4 家電の時代

昭和30年代～40年代は高度成長期として、「もはや戦後ではない」という言葉が流行し、家電が家庭に普及したことが大きな変化として挙げられる。この時代秋葉原は家電の街となる。昭和30年代には白黒テレビ・電気洗濯機・電気冷蔵庫が三種の神器として家庭に導入され、昭和40年代には新三種の神器としてカラーテレビ・クーラー・自動車の需要が増加する。特にカラーテレビ・冷凍庫付き冷蔵庫の普及はめざましく、日本の生活における電気の使用がより普及していく時代である。秋葉原はこの時期家電量販店が集積する地域として知られた。

#### 4.5 ホビーの時代

昭和50年代は田中(1972)による「日本列島改造論」の時代であり、日本中が開発ブームとなり土地価格が高騰し商業集積地の高層化が行われた。秋葉原でもラジオ会館等が高層化するなど、現代の秋葉原に近い様相となって行った。また、地価の口頭により、小規模な部品商などの小売・卸・メーカーなどは神田寺あたりに移動してゆき、現在の秋葉原の裏通りが産まれることとなった。この時代はホビーの店舗が増加した時期でもありその代表例として日本電気によるマイコンを扱うアンテナショップであるBitINN東京が挙げられる。同店の誕生に続き80年代には多くのマイコンショップが誕生し、コンピュータが秋葉原でも認知されてくる時代となった。また、アサミ(ラジコン)・カクタエックスワン(ラジコン・モデルガン・模型)・ロケットアマチュア無線本館やオーディオ・ヴィジュアルなどの専門店舗が増加した。さらに、この頃には日本家電が外国人のお土産として購入されるなど、Made in Japan が評価されるようになった。

#### 4.6 ゲームとパソコンの時代

昭和60年代には、ゲームの時代が訪れた。1983年にファミリーコンピュータが発売され、ドルアーガの塔(1984)・スーパーマリオブラザーズ(1985)・ドラゴンクエスト(1986)などの人気ソフトで他のコンシューマゲーム機市場を寡占的に押さえることとなる。当時はカクタエックスワンの他、三桜電気・古川電気などがこれらを扱う主要な店舗であった。一方でラオックスのザ・コンピュータ館及びツクモ

パソコン本店(1990)、ソフマップ総合アミューズメント館(1993)など、パソコンショップが増加した。これにはパソコンゲームの普及も一役買っていたと推察される。そして、1995年に発売されたMicrosoftのWindows95発売日のお祭り騒ぎなどが注目された。この時代の秋葉原は、このようにファミコンとパソコンの街として注目を浴びた。特に、これまではハードウェア中心であったのに対し、この時期からソフトウェアが非常に大きな存在となってくるのが特徴的である。

#### 4.7 マンガ・ゲームから実写の時代

1995年以降は、アニメゲーム及び実写のコンテンツを扱う店舗が登場してくる。1994年に「とらのあな」が開店、1996年には「K-BOOKS」、1997年にはアニメイトが相次いで秋葉原に進出し、2002年には「まんだらけ同人館」も開店する。また、現在では多く見られるコスプレ系カフェもこの時期に始まる。1999年に開店した同名ゲームとのコラボレーションによるカフェ「Pia キャロレストラン」と同店の業態変更によるメイドカフェ「CURE MAID CAFE」が2001年に開店し、以降同様の店舗が増加することとなる。さらに、アダルト系の店舗も顕在化し、2001年には「ラムタラ秋葉原店」「大人のデパート M's 秋葉原店」が開店する。このように、この時代はコンテンツが中心となり、さらにカフェなどサービス業も増加し、さらにはアダルト系も顕在化するなど、かつてのハードウェア中心の分野とは大きく違う分野が増加することとなる。

#### 4.8 一般化の時代

そして秋葉原は2004年に入り、これまでの専門化から一転して一般的な店舗などの増加という、新たな段階を迎えることとなる。2004年にはドン・キホーテ秋葉原店が開店し、翌2005年にはアイドルグループAKB48及び常設の劇場であるAkihabara48劇場がオープンする。さらに、ヨドバシカメラが秋葉原に進出、2006年には再開発事業として「秋葉原UDXビル」並びに「ダイビル」が、2009年には日本通運本社跡地に展示会場等を併設したオフィスビル「ベルサール秋葉原」がオープンする。一方で一般化と連動して治安の悪化という、これまでとは違う問題を抱えることとなる。「アキバ系はお金持ちでおとなしい」というイメージから、金銭等を脅し取る「おたく狩り」の発生、歩行者天国でパフォーマンスが行われることが一般的になってきた一方過激なパフォーマンスが社会問題となり、さらに2008年に発生した秋葉原通り魔事件によって歩行者天国が中止され、2011年1月に再開されるまで約3年を要した。

## 5 新たな商業クラスタの発生と継続

前章において秋葉原の歴史を簡単に概観したが、戦後から多くの商業クラスタが秋葉原を中心に誕生している。かつての部品商の時代からメイドカフェ・アイドルに到るまで、これらは一見関連性がないものの、重層的な関連性があるとも言える。部品商からラジオ・家電へという流れの他に、マイコン・PC への流れも存在する。株式会社価値総合研究所(2007)は、BitINN ができた当時の日本電気について、「マイコン販売部は半導体部門に属しており「部品屋」が組立品を作ることはタブーとされていた」と述べている。また、パソコンからパソコンゲーム、さらにはパソコンゲームのコラボレーションカフェからメイドカフェへなど、秋葉原で生まれた商業クラスタにはいずれも何らかの関連性があると指摘して良いだろう。また、これまでに生まれた小売業を中心とした商業クラスタは、概ね現在も存在している<sup>1</sup>ことが秋葉原の特徴の一つである。これについて小山(2009)は、「古い土壌の上に新しい地層が積み重なるように、秋葉原には過去から現在までの秋葉原を風靡した製品を売るが残存している」と表現している。このように、あるクラスタが増加し寡占的になることによって他のクラスタが消滅するといった自体はこの街では発生していない。闇市とそれにつながる部品商等から家電、パソコンやゲーム、さらにはアニメ・マンガやメイドカフェ・アダルト商品、アイドルなど、秋葉原の商業集積は歴史的に様々なクラスタが参入しており、これらを街として受け入れることで多様性を高め、かつ個々の高度に専門化することでより広域的な商業集積として成長しているのではないだろうか。

## 6 おわりに

秋葉原は当初に述べた特定地域やその近隣地域からの集客力が高い自然発生的な商業集積地である商店街と違い、広域的な商業集積であるため、高度に専門化することでより遠くの顧客を引き寄せることが重要である。しかし、秋葉原は高度に専門化した商業クラスタは複数存在するものの、実は個々の商業クラスタに全体としての統一感は求められていないとも考えうる。そのため、ある商業クラスタのために秋葉原に来訪している消費者は、実は秋葉原にある他の商業クラスタにも強い関心を持っているといった、クラスタ同士の関連性が明らかになることで、この商業集積地が持つ魅力がより明らかになるのではないかと考えられる。

## 注

1) 露店の営業者が共同で商業ビルを建設し、そこ

でこれまで同様に営業を行うことができるにする施策は多く行われた。これは GHQ の指令であったため、行政機関が多く関わった。

## 参考文献

- 秋葉原電気街振興会「秋葉原アーカイブス」秋葉原電気街振興会 (<http://www.akiba.or.jp/archives/index.html>, 2011.09.13 確認)
- 猪口教行「秋葉原 - 地名の由来」『文学・芸術・文化』第 19 巻 2 号, 近畿大学, 2008.
- 片山健介・梶谷彰男・保利真吾・平本一雄・志摩憲寿「東京における集客型市街地の変容過程に関する考察 その 4 秋葉原の事例」『日本建築学会大会学術講演梗概集(東北)』, 日本建築学会, 2009.
- 株式会社価値創造研究所「秋葉原から見た日本企業の競争力に関する調査研究」財団法人機械振興協会経済研究所, 2007.
- 菊池聡「「おたく」ステレオタイプの変遷と秋葉原ブランド」『地域ブランド研究』第 4 巻, 地域ブランド研究会, 2008.
- 木村麻里子・小嶋勝衛・宇於崎勝也・根上彰生・川島和彦「秋葉原地区における空間構成に関する研究: 建物床用途の現状分析」『学術講演梗概集(九州)』日本建築学会, 2007.
- 小山友介「秋葉原の持つ揺籃機能」, 出口弘・田中秀幸・小山友介(編著)『コンテンツ産業論—混淆と伝播の日本型モデル』東京大学出版会, 2009.09.18.
- 清水友理・児玉哲彦・渡邊朗子・三宅理一「高密度商業地域における”暗黙知としての地域情報”共有に関する研究 - 秋葉原モバイル実証実験を通じた地域情報化の試み -」『日本建築学会計画系論文集』第 73 巻第 632 号, 日本建築学会, 2008.
- 妹尾堅一郎「アキバをプロデュース 再開発プロジェクト 5 年間の奇跡」アスキー, 2007.
- 田中角栄「日本列島改造論」日刊工業新聞社, 1972.
- 知念利秀(編)「秋葉原ラジオストアー60 周年記念誌 アキバはここから始まった!」株式会社ラジオストアー, 2010.
- 出口弘「コンテンツ産業のプラットフォーム構造と超多様性市場」, 出口弘・田中秀幸・小山友介(編著)『コンテンツ産業論—混淆と伝播の日本型モデル』東京大学出版会, 2009.09.18.
- 藤田 真弓・木村 麻里子・和田 華子・小嶋 勝衛・根上 彰生・宇於崎 勝也・川島 和彦「秋葉原地区における空間構成に関する研究 - 建物床用途の現状分析 -」『2006 年度日本建築学会関東支部研究報告集』日本建築学会, 2006.
- 森川嘉一郎「秋葉原電気街におけるオタク系専門店の増加の調査」『日本建築学会大会学術講演梗概集(東海)』, 日本建築学会, 2003.