町田市地域経済分析レポート

令和４年 ９月

町田市経営診断協会

INDEX

１．町田市の現状について 3

1.1　商都と比較した町田市の現況 4

1.2　町田市小売業の変遷 8

1.3　町田市業種構造の変遷 12

1.4　町田市事業所の新陳代謝 17

2．町田市中心市街地 22

2.1　中心市街地の事業構造 23

2.2　中心市街地での小売事業規模の減少 29

2.3　通行量調査結果の分析 32

2.4　中心市街地活性化にむけての取組事例 34

3．原町田 3~6 丁目の変遷 35

3.1　原町田 3～6 丁目の人口増減 36

3.2　原町田 3～6 丁目の業種構成 37

3.3　主要業種の事業所数推移 38

3.4　販売・卸の推移 40

3.5　ファッション・アパレル市場の動向 42

3.6　飲食店の推移 43

4．現状とご提案 45

4.1　「商都まちだ」を取り巻く現状 46

4.2　商都町田活性化へのご提案 1 50

4.3　商都町田活性化へのご提案 2 52

4.4　商都町田活性化へのご提案 3 55

4.5　商都町田活性化へのご提案 4 57

4.6　商都町田活性化へのご提案 5 58

4.7　商都町田活性化へのご提案 6 59

4.8　商都町田活性化へのご提案 7 60

１．町田市の現状について

町田市は、明治時代以降において横浜港と八王子を結び貿易商品である絹を運ぶ町田街道を通じて様々な物質の流通ルートとして利用され、商都として繁栄してきた歴史がある。60 年代以降は小田急線などを通じた都心へのアクセスの良さが注目され、ベットタウンとして急速な開発が進み、駅周辺は首都圏有数の一大商業地点・繁華街として発展してきた。本章では商都町田としての近年の業種構成などの変化についてまとめた。

1.1 商都と比較した町田市の現況

本節では、直近 30 年間で町田市がどのような変遷を遂げているか主に国勢調査のデータや地域経済分析システム（RESAS：リーサス）のデータを用いて分析する。町田市と比較するために東京都の商都の一つである立川市や近隣市である神奈川県相模原市のデータも並行して示している。

【分析結果の要約】

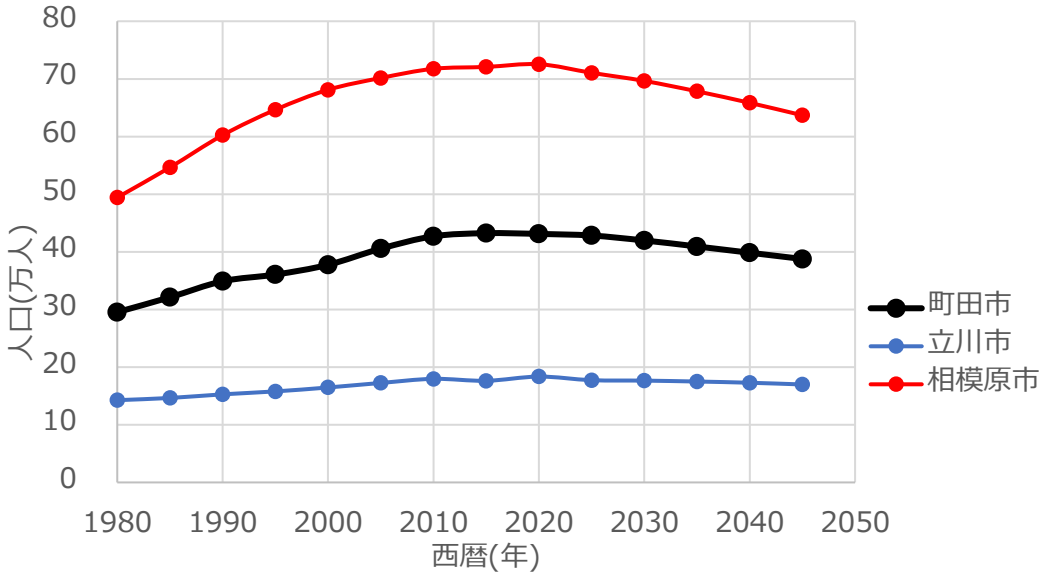
1）町田市は既に人口推移はピークに達し、2025 年以降人口減少に転じると予測される。

2）町田市は多摩 26 市と比較しても高齢化率の高い部類であり、新たな働き手を十分に呼び込めていない。

1.1.1 人口推移

町田市は東京都の人口一極集中の影響を受け、都心へのアクセスの良さという地域特性を活かして、平成以降では一貫した人口増加がみられた。しかし 2015 年をピークとして、2025 年以降は人口減少に転じると予測される。

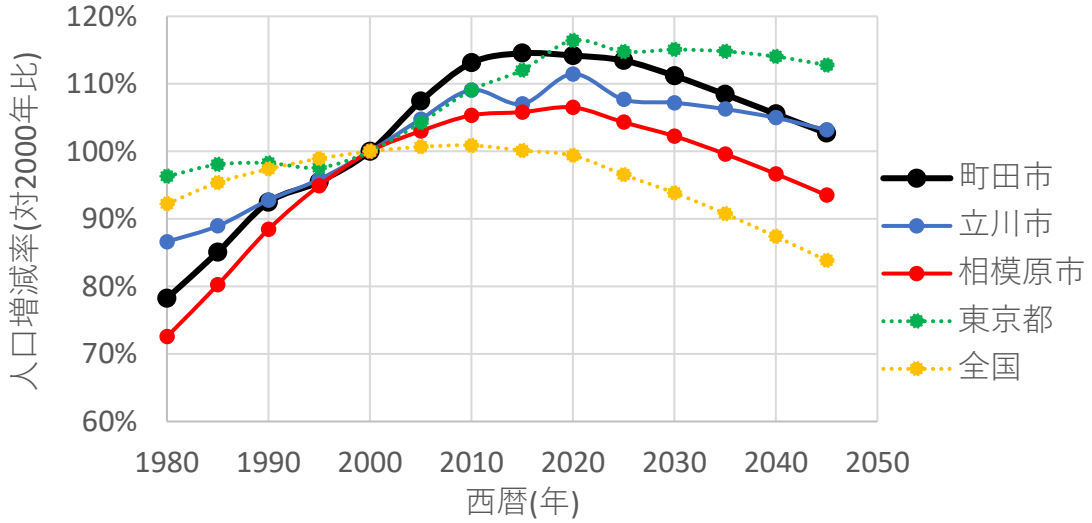
図表 1-1-1　各都市の人口推移



出典：　2020 年以前は総務省「国勢調査」に基づく。

2025 年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（2018 年 3 月公表）に基づく推計値。

図表 1-1-2　各都市の人口増減率



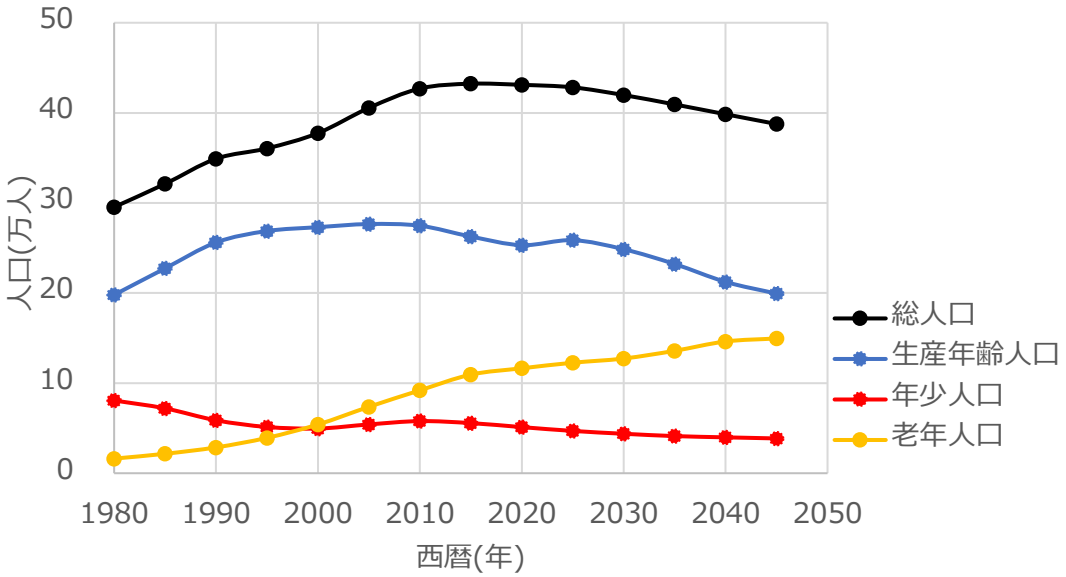
注記：2000 年を基準としたときの各年の人口増減率。図表 1-1-1 を基に筆者作成
比較として東京都、全国のデータを追記

・全国的には 2000 年頃から人口が横ばいとなり、2020 年以降は顕著な人口減少がみられる。東京都に限れば地方からの人口流入により 2020 年まで人口増加がみられるが、2020 年以降は人口が横ばいとなる見込みである。
・町田市は立川市や相模原市と比較しても高い人口増加率が認められるが、2015 年をピークに人口は減少に転じている。
・町田市、立川市、相模原市とも全国と比べると緩やかではあるものの、2025 以降は人口が減少していく予測である。

1.1.2 年齢別人口

町田市は多摩 26 市と比較しても高齢化率は高い部類に入る。生産年齢人口は 2010 年をピークに減少に転じており、今後も高齢化が進んでいくことが予測される。

図表 1-1-3　町田市年齢区分別人口推移



出典：　総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」2025 年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（2018 年 3 月公表）に基づく推計値。

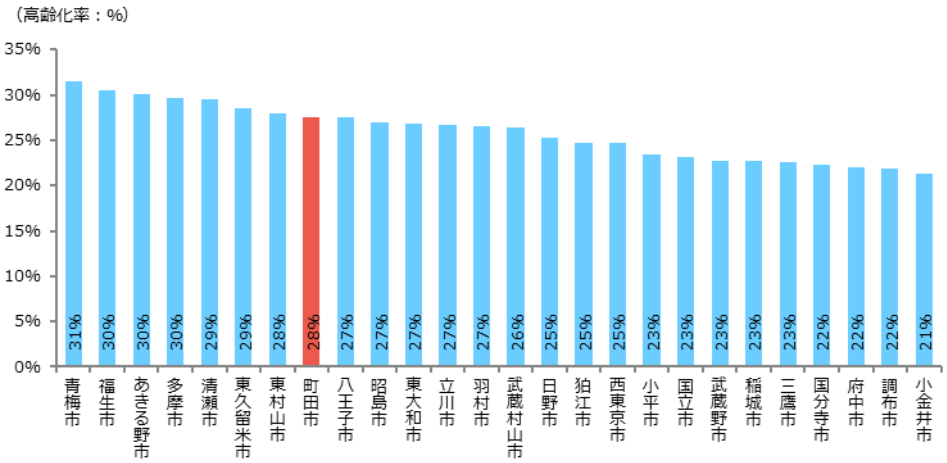
注記：「年齢 3 区分別人口」の定義

・年少人口：0～15 歳未満人口

・生産年齢人口：15 歳以上 65 歳未満人口

・老年人口：65 歳以上人口

図表 1-1-4　多摩 26 市の高齢化率の比較　(2020 年調査時点)



出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

・町田市の生産年齢人口は 2010 年をピークに減少している。

・町田市の 2020 年の高齢化率は 28%であり、多摩 26 市と比較しても高齢化率の高い部類に属している。

1.1.3 年齢別人口比(5 歳階級)

町田市は 20～30 歳代の割合が他都市と比べ少なく、新たな働き手を十分に呼び込めていないことが伺える。

図表 1-1-5　各都市の年齢別人口比

	町田市	立川市	相模原市	東京都	全国
年少	12.4%	12.2%	11.7%	11.6%	12.0%
生産年齢人口	60.8%	63.5%	62.1%	65.9%	59.4%
老年	26.9%	24.3%	26.2%	22.6%	28.5%

注記：各市が公開しているオープンデータ(2020 年 1 月 1 日時点)

年少人口比：14 歳以下の人口比、　生産年齢人口比：15～64 歳の人口比

老年人口比：65 歳以上の人口比

・町田市は立川市や相模原市と比べて、20～30 歳代の割合が少ない一方で、10 歳代と 70～80 歳代の割合が高い。

・町田市は生産年齢人口の割合が少なく働き手が不足している一方、老年人口比率は高い。

1.2 町田市小売業の変遷

本節前半では「商業統計」のデータを使用し、1994 年～2016 年の町田市における小売業の変遷を捉える分析を行なった。後半では「RESAS-まちづくりマップ｜事業所立地動向」のデータを使用し 2011 年～2021 年の町田市における事業所の変遷を捉える分析を行なった。なお商業統計は過去に 2 度集計方法の見直しがされており、2012 年以降のデータが不連続となるため時系列での分析には注意を要する（詳細は Appendix で解説）。

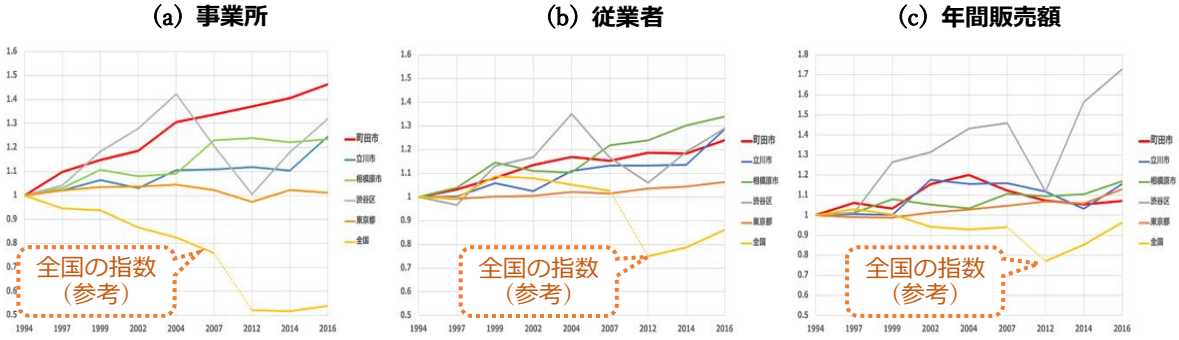
なお本文では比較し易いようにグラフを小さく並べているが、拡大した図で確認したい場合には Appendix の図を参照して頂きたい。

1.2.1 小売業の変遷（大分類）

町田市の小売業は事業所数や従業者数が増加傾向にあるにも関わらず、年間販売額は 2004 年をピークに減少傾向にある。

はじめに、「事業所数」「従業者数」「年間販売額」について、「全国」「東京都」「町田市」「立川市」「相模原市」「渋谷区」の変遷をグラフに表したものを図表 1-2-1 に示す。前述のとおり調査項目の見直しによって 2012 年以降のデータが不連続となっているため、本項ではデータの指数化および正規化を図ることにより連続的な分析を行っている。指数化および正規化の方法やデータの見方については Appendix を参照願いたい（図中の「全国」は 1994 年を 1 として指数化したもので他地域の正規化を行う基準としている）。

図表 1-2-1　町田市における小売業の変遷



出典：経済産業省｜商業統計のデータを加工

(a) 事業所の変遷

全国の事業所数は 1994 年から 2007 年にかけて減少傾向、2012 年以降は横ばいである。町田市の事業所は 1994 年から 2007 年にかけて増加して見えるが、基準となる全国の指数が減少しているため、相殺され横ばいの状態にあると考えるのが妥当である。2012 以

降に関しては、基準となる全国が横ばいであるため、町田市は増加傾向であると言える。なお町田市は他地域に比べて全体的に事業所数が増加傾向にある。

(b) 従業者の変遷

全国の従業者数は 1994 年から 1999 年にかけて増加がみられるが、その後減少に転じ、2012 年以降は再び増加傾向が見られる。町田市は全国の従業者数が減少に転じた時期においても増加傾向がみられるが、このことは人口の増加（労働人口の増加）と関係しているものと推察される。

(c) 年間販売額の変遷

全国の年間販売額は 1999 年を境に減少傾向となり、2012 年以降は増加傾向に転じている。町田市は全国の年間販売額が減少傾向にある中で増加傾向にあったが、2004 年をピークに減少傾向となっている。事業所数、従業者数が増加傾向であるにも関わらず、年間販売額が減少傾向を示すのは、小売業の中で年間販売額が大きかった事業が衰退していることを示唆している。なお他の地域と比べて特徴的な変遷が見られるのが渋谷区であり、年間販売額に大きな増加が見られる。

1.2.2 事業割合の変遷（全小分類）

商都町田を代表する「百貨店」「婦人・子供服」の「事業所」「従業者」「年間販売額」がいずれも減少傾向にある。

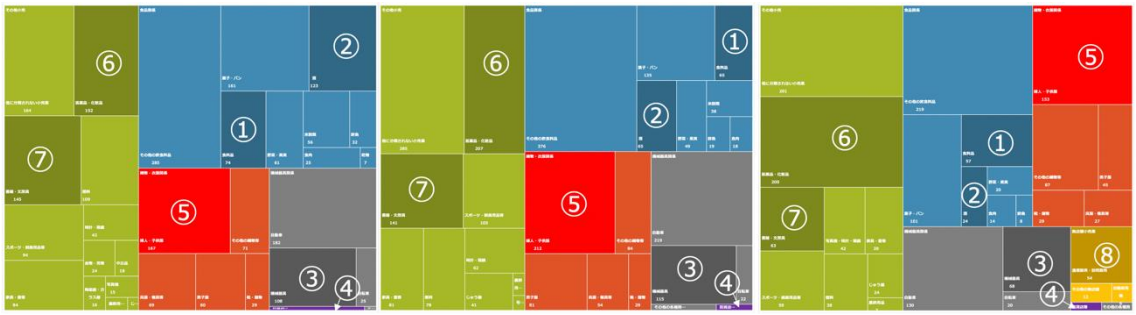
町田市の小売業全体としては「事業所数や従業者数が増加傾向にあるにも関わらず、2004 年をピークに年間販売額が減少傾向にある」という結果を受け、どのように町田市の小売業の構造が変遷してきたのかを分析した。

全小分類を対象とするため項目数が多いことから、円グラフではなくツリーマップを用いている。ツリーマップはデータの値を長方形の面積で表すもので、左上に最も大きい値が配置され、続いて下方向・右方向へと順に配置されていく。またグループ分けした場合には、グループごとに左上から配置される。

「織物・衣服関係（赤色系）」「食品関係（青色系）」「機械器具関係（グレー系）」「無店舗小売業（黄色系）」「その他小売（緑色系）」のグループにまとめたツリーマップを図表 1-2-2 から図表 1-2-4 に示す。各図表は集計年度別に分かれており、それぞれ (a)1994 年、(b)2004 年、(c)2014 年のデータを使用している。

図表 1-2-2　小売業における小分類での事業所の変遷

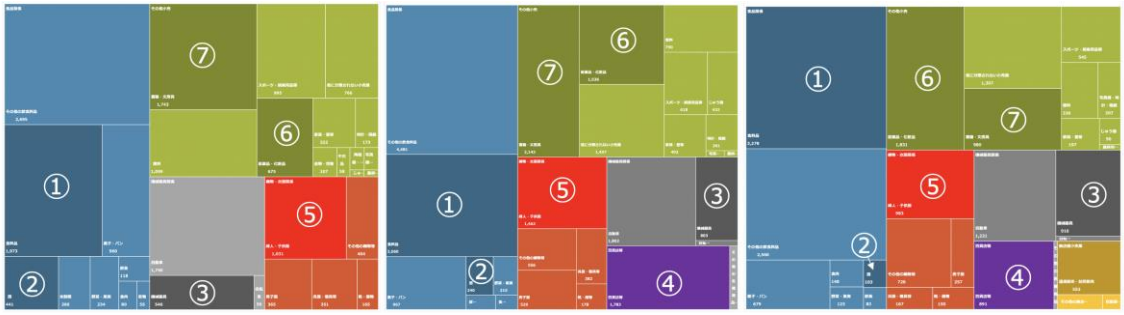
(a) 1994 年　　(b) 2004 年　　(c) 2014 年



出典：経済産業省｜商業統計のデータを加工

図表 1-2-3　小売業における小分類での従業者の変遷

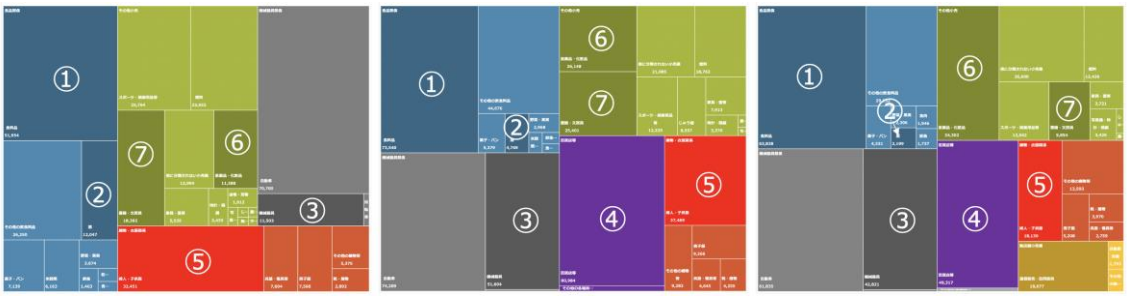
(a) 1994 年　　(b) 2004 年　　(c) 2014 年



出典：経済産業省｜商業統計のデータを加工

図表 1-2-4　小売業における小分類での従業者の変遷

(a) 1994 年　　(b) 2004 年　　(c) 2014 年



出典：経済産業省｜商業統計のデータを加工

上記ツリーマップから特徴的な業種の変遷についてまとめたものを図表 1-2-5 に示す。

図表 1-2-5　特徴的な業種の変遷（1994 年～2014 年）

	事業所	従業者	年間販売額	想定される原因
① 食料品	横ばい	2004年以降継続して増加	2004年に増加	人口増加と大型スーパーの出店と地域密着店の減少
② 酒	2004年以降継続して減少	2004年以降継続して減少	2004年以降継続して減少	スーパー・コンビニへのシフト
③ 機械器具	2004年は横ばい、2014年は減少	2004年以降継続して増加	2004年は増加、2014年は横ばい	大型店舗出店と地域密着店の減少
④ 百貨店	2004年以降減少	2014年に減少 (*1)	2004年の最大シェア（15.2%）が2014年にはシェア３位（11.5%）に減少 (*1)	買回品（ブランド品などの高額商品）を扱う大型店舗の減少
⑤ 婦人服・子供服	2004年は増加、2014年は減少	2014年に減少	2014年に減少	買回品（ブランド品などの高額商品）を扱う専門店の減少
⑥ 医療品・化粧品	2004年以降継続して増加	2004年以降継続して増加	2004年以降継続して増加しシェア５位に（1994年 3.3% → 2014年 8.0%）	ドラッグストアの増加
⑦ 書籍・文具	2014年に減少	2014年に減少	2014年に減少	ネット販売へのシフト
⑧ 通信販売・訪問販売	2014年に増加	2014年に増加	2014年に増加	ネット販売業者の増加

(*1) 1994 年のデータが欠損しているため 2004 年の増減は不明

住民を主なターゲットした最寄品関連の業種は構造的な変遷であり、町田市に限らず全国的に同様の傾向を示すものと推測される。その一方、買回品（ブランド品などの高額商品）を扱うファッション系の業種の場合には、ターゲットは住民だけに留まらないため、いかに他地域を含めた消費者に対して魅力を提供するかが重要な課題となる。

1.3 町田市業種構造の変遷

本節では、前半で「RESAS-まちづくりマップ｜事業所立地動向」のデータを使用し 2011 年～2021 年の町田市における事業所の変遷を捉える分析を行なった。後半では、前節の結果を踏まえ、町田市における事業所の変遷の様子を整理した。

「RESAS-まちづくりマップ｜事業所立地動向」のデータは電話帳データを用いている。そのため、電話帳への掲載が減少（2022 年の町田市事業所数が 2011 年比で約 8%減少）している背景を考慮しながら分析を行っている。加えて事業所数の傾向だけを捉えたものであり、前節までのように従業者数や年間販売額まで含めた捉え方に至っていない点をご理解頂きたい。

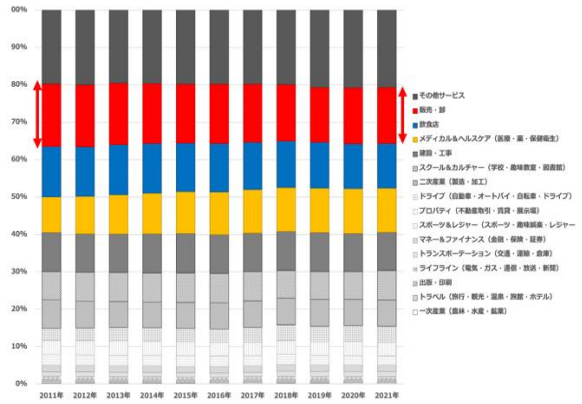
1.3.1 直近 10 年間の傾向

「ブティック」「婦人・子供服」「デパート」の割合がさらに減少し、「コンビニエンスストア」「スーパーマーケット」の割合が増加している。

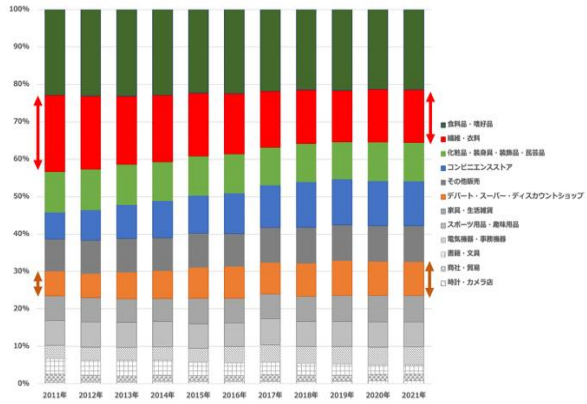
町田市における事業所割合の直近 10 年の変遷を図表 1-3-1 に示す。

図表 1-3-1　事業所割合の直近 10 年の変遷

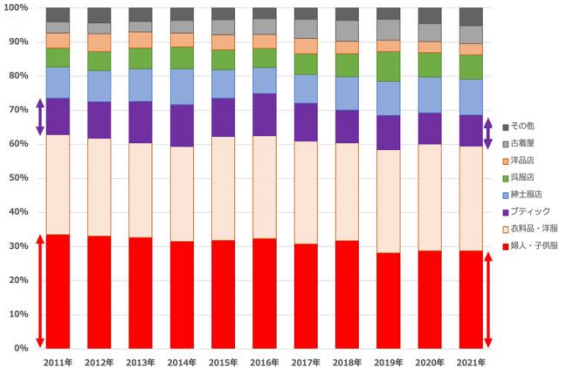
(a) 大分類



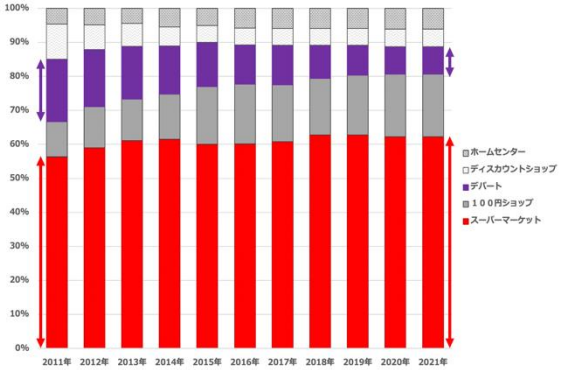
(b) 中分類｜販売・卸



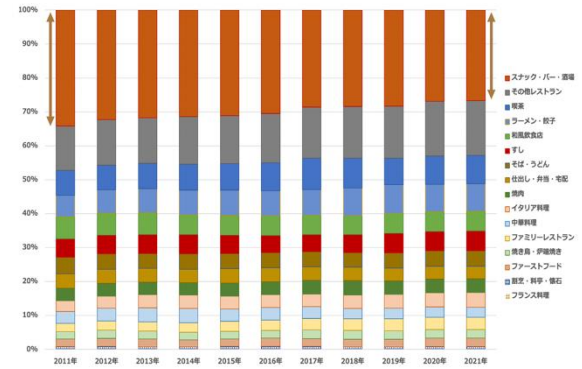
(c) 小分類｜繊維・衣料



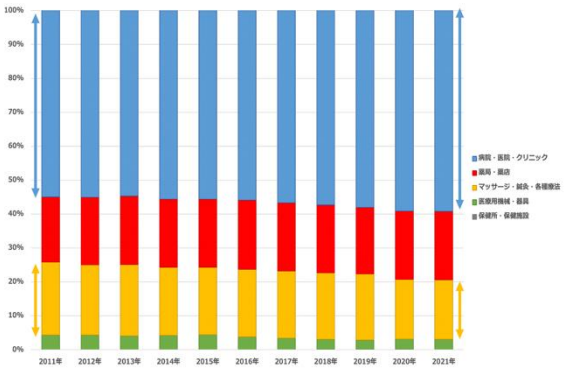
(d) 小分類｜デパート・スーパー等



(e) 中分類｜飲食



(f) 中分類｜メディカル・ヘルスケア



出典：RESAS -まちづくりマップ｜事業所立地動向のデータを加工

図表 1-3-1 に示した事業所割合の変遷のうち、特徴的な業種の変遷をまとめたものを図表 1-3-2 に示す（「増加」「減少」は 2011 年に対する 2021 年の状態）。

図表 1-3-2　特徴的な業種の変遷（2011 年～2021 年）

	業種	事業所数	事業所割合
大分類	販売・卸	減少（-18%）	減少
中分類	織物・衣類	減少（-44%）	減少
小分類	婦人・子供服	減少（-52%）	減少
小分類	ブティック	減少（-52%）	減少
小分類	衣料品・洋服	減少（-41%）	相対的に増加
中分類	デパート・スーパー・ディスカウントショップ	微増（+13%）	やや増加
小分類	デパート	減少（-50%）	減少
小分類	スーパーマーケット	増加（+24%）	増加
中分類	食料品・嗜好品	減少	やや減少
中分類	コンビニエンスストア	増加（+37%）	増加
大分類	飲食店	減少（-18%）	減少
中分類	スナック・バー・酒場	減少（-36%）	減少
大分類	メディカル＆ヘルスケア	増加（+13%）	増加
中分類	薬局・薬店	増加（+19%）	増加
小分類	ドラッグストア・薬店	増加（+75%, +8%）(*1)	増加

(*1) 2018年（2011年比）および 2021年（2019年比）の増加割合

商業統計でも減少傾向を示していた「ブティック」「婦人・子供服」「デパート」の割合がさらに減少している。また図表 1-2-5 に示した商業統計のまとめで、想定される要因として挙げた「コンビニエンスストア」「スーパーマーケット」「ドラッグストア」の割合が増加している点を確認することができた。

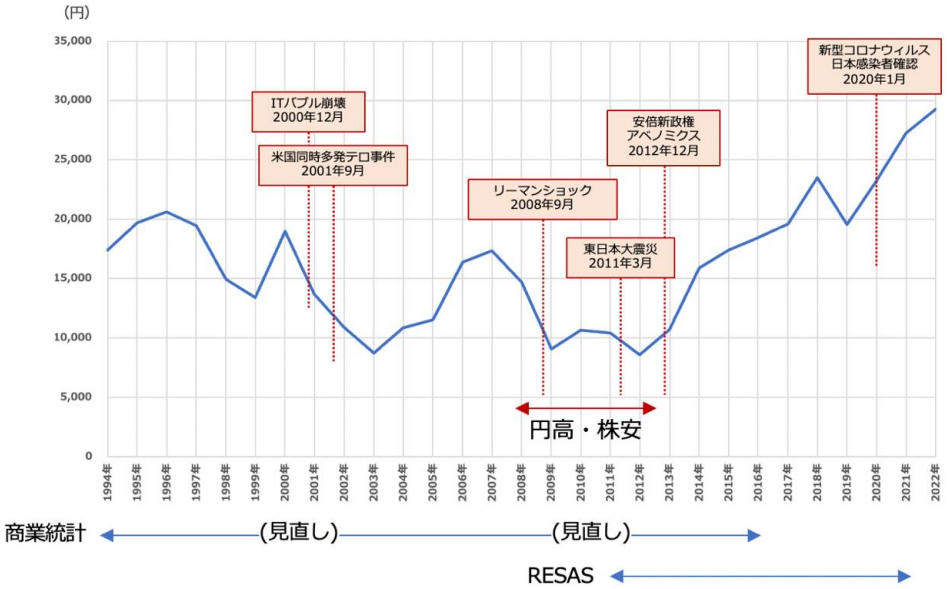
1.3.2 町田市における事業所の変遷の様子

買回品の代表である「ブティック」「婦人・子供服」「デパート」の割合が減少し、「コンビニエンスストア」「スーパーマーケット」など最寄品を扱う店舗の割合が増加している。

これまで「商業統計」のデータを使用した 1994 年～2016 年の町田市における小売業の変遷、「RESAS-まちづくりマップ｜事業所立地動向」のデータを使用した 2011 年～2021 年の町田市における事業所の変遷を捉える分析を行なってきた。本節では、これまでの結果を踏まえ、町田市における事業所の変遷の様子を整理した。

今回使用したデータの期間は合わせて 27 年（1994 年～2021 年）であるが、この間の日経平均株価と経済に影響の大きかった時代背景を重ね合わせてみることにする。

図表 1-3-3　日経平均株価と時代背景（1994 年～2021 年）



出典：日経平均プロフィル（ヒストリカルデータ）を加工

図表 1-3-4　分析結果のまとめ（1994 年～2021 年）

	商業統計 1994-2016			RESAS 2011-2021	想定される原因
	事業所	従業者	年間販売額	登録事業所	
食料品	横ばい	2004年以降継続して増加	2004年に増加		人口増加と大型スーパーの出店と地域密着店の減少
酒	2004年以降継続して減少	2004年以降継続して減少	2004年以降継続して減少		スーパー・コンビニへのシフト
機械器具	2004年は横ばい、2014年は減少	2004年以降継続して増加	2004年は増加、2014年は横ばい		大型店舗出店と地域密着店の減少
百貨店	**2004年以降減少**	**2014年に減少** (*1)	**2004年の最大シェア（15.2%）が2014年にはシェア３位（11.5%）に減少** (*1)	**50%減少**	買回品（ブランド品などの高額商品）を扱う大型店舗の減少
婦人服・子供服	**2004年は増加、2014年は減少**	**2014年に減少**	**2014年に減少**	**52%減少**	買回品（ブランド品などの高額商品）を扱う専門店の減少
医療品・化粧品	**2004年以降継続して増加**	**2004年以降継続して増加**	**2004年以降継続して増加しシェア５位に（1994年 3.3% → 2014年 8.0%）**		ドラッグストアの増加
書籍・文具	2014年に減少	2014年に減少	2014年に減少		ネット販売へのシフト
通信販売・訪問販売	**2014年に増加**	**2014年に増加**	**2014年に増加**		ネット販売業者の増加
飲食店				**18%減少**	スナック・バー・酒場が大きく（36%）減少

「食料品」「酒」「機械器具」「医療品・化粧品」「書籍・文具」など住民をターゲットした業種（最寄品）は「スーパー」「コンビニエンスストア」「ドラッグストア」「ネット販売」などへ置き換わっているが、これらは構造的な変遷であり町田市に限らず、全国的に同様の

傾向を示すものと推測される。

商都町田を代表する業種である「百貨店」「婦人服・子供服」について、時代背景と重ねてみると、2008 年～2012 年にかけて円高・株安で経済が低迷した頃から買回品（ブランド品などの高額商品）を扱う専門店が減り、その後、経済が回復しても縮小傾向が続いている様子が窺える。

飲食店に関しては「スナック・バー・酒場」が大きく減少したことによって、全体数が減少している。若年層のアルコール離れやライフスタイルの変化など利用者側の要因の他、職場の減少や買い物客の減少など地域としての要因も考えられる。

1.4 町田市事業所の新陳代謝

1.4.1 町田市の開設時期別事業所数

全産業では、６割以上が 1995 年以後に設立した事業所である。
「宿泊業、飲食サービス業」と「医療、福祉」は、
1994 年以前に開設した比率が少なく、2005 年以後の比率が大きい。
「建設業」は 1994 年以前に開設した比率が５割と大きい。

図表　1 -4-1　事業所の開設時期（町田市）

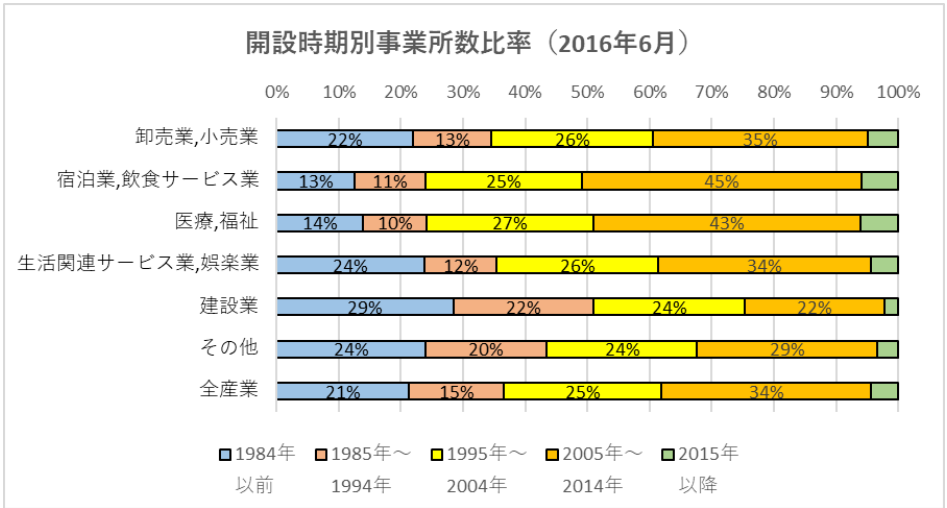
(a)開設時期別事業所数

（2016年6月現在）

産業大分類	総数	開設時期				
		1984年以前	1985年～1994年	1995年～2004年	2005年～2014年	2015年以降
卸売業,小売業	2885	635	362	748	996	144
宿泊業,飲食サービス業	1470	184	169	369	660	88
医療,福祉	1301	182	132	350	558	79
生活関連サービス業,娯楽業	1121	266	131	291	384	49
建設業	1089	311	244	265	244	25
その他	3866	925	756	934	1121	130
全産業	11732	2503	1794	2957	3963	515

平成28年経済センサス－活動調査

(b)開設時期別事業所数比率



出典：「平成 28 年経済センサス-活動調査」（総務省）を加工して作成
https://www.stat.go.jp/data/e-census/2016/kekka/gaiyo.html

1.4.2 開設時期別事業所数の他地域との比較

町田市は、1984 年以前に開設した事業所比率が他地域と比較して小さく、2005 年以後に開設した事業所に比率が他地域と比較して大きい。
業種別では、「宿泊業、飲食サービス業」と「卸売業、小売業」において、町田市は 1984 年以前に開設した事業所比率が他地域と比較して小さい。

図表 1-4-2 「全事業」の開設時期別事業所数の比較

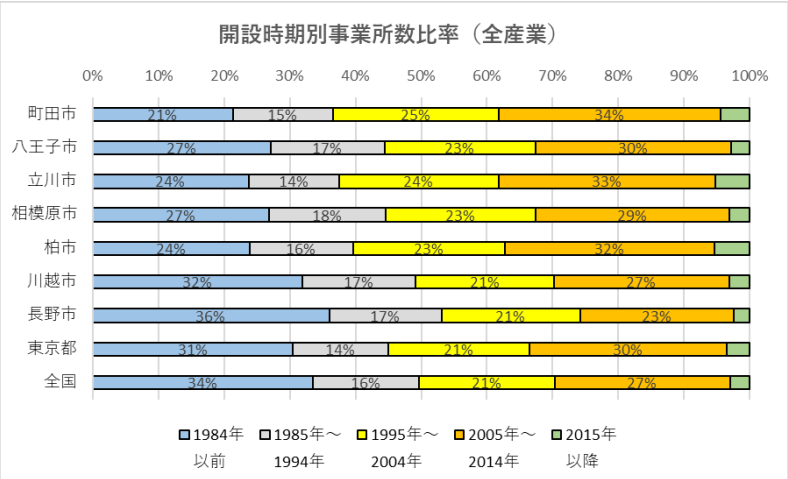
(a)開設時期別事業所数の比較

（2016年6月現在）

全産業	開設時期				
	1984年以前	1985年～1994年	1995年～2004年	2005年～2014年	2015年以降
町田市	2503	1794	2957	3963	515
八王子市	4785	3049	4047	5263	490
立川市	1719	993	1753	2377	382
相模原市	5884	3869	5013	6451	681
柏市	2784	1834	2700	3718	629
川越市	3309	1782	2183	2754	326
長野市	6784	3217	3949	4404	460
東京都	182716	86699	128689	179972	20901
全国	1750934	841612	1079298	1393986	157997

平成28年経済センサス－活動調査

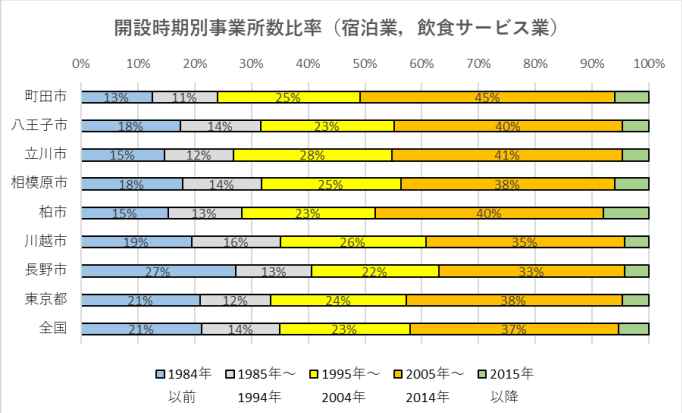
(b)開設時期別事業所数比率の比較



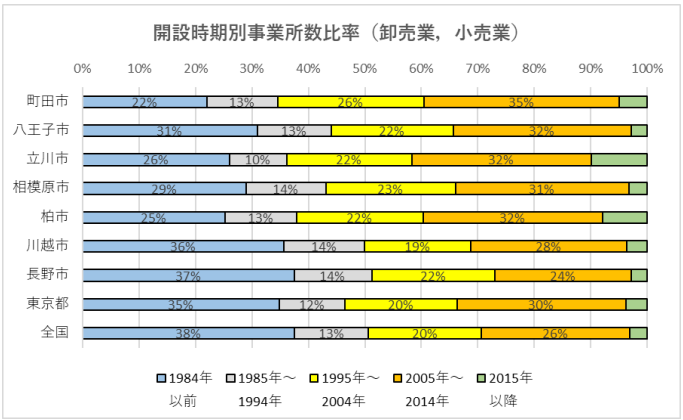
出典：「平成 28 年経済センサス-活動調査」（総務省）を加工して作成
https://www.stat.go.jp/data/e-census/2016/kekka/gaiyo.html

図表 1-4-3　開設時期別事業所数比率の業種別比較

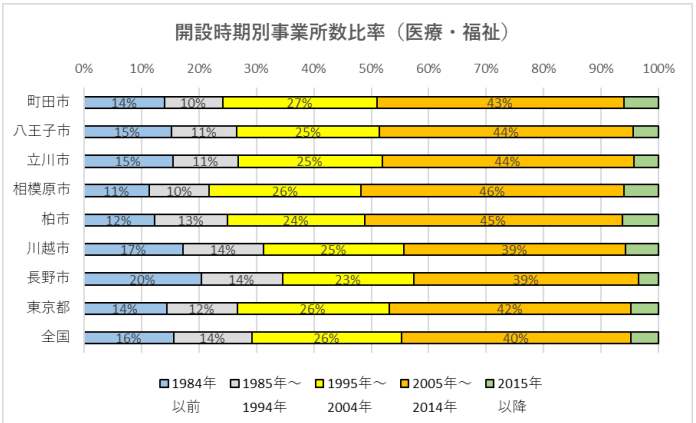
(a)「宿泊業、飲食サービス業」



(b)「卸売業、小売業」



(b)「医療・福祉」



出典：「平成 28 年経済センサス-活動調査」（総務省）を加工して作成

https://www.stat.go.jp/data/e-census/2016/kekka/gaiyo.html

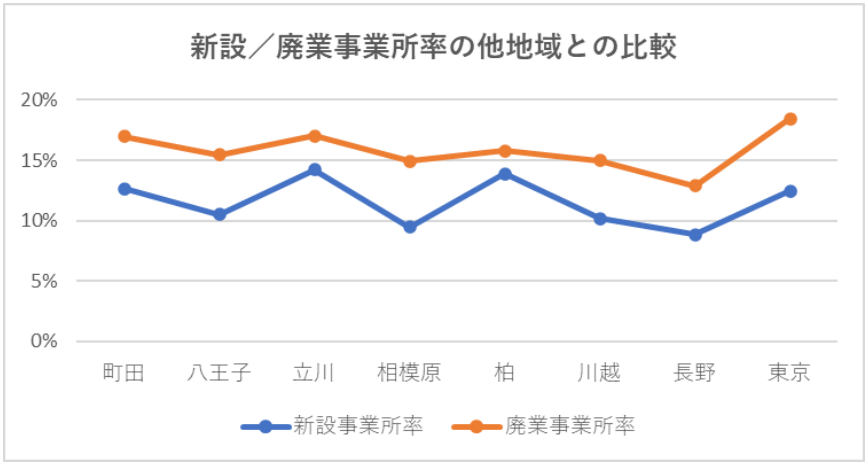
1.4.3 事業所の持続性（存続・新設・廃業）の分析

・全体として廃棄事業所数が新設事業所数よりも多い。
・業種別では、「医療、福祉」以外は廃棄事業所数が新設事業所数よりも多い。
・廃棄事業所率が高い業種：
「卸売業、小売業」「宿泊業、飲食サービス業」「生活関連サービス業、娯楽業」
・町田市は、他地域と比較して、廃業事業所率が高い。

図表 1-4-4　町田市の存続・新設・廃業事業所数

業種	総数（存続・新設）	存続事業所	新設事業所	廃業事業所	新設事業所率	廃業事業所率
全業種	12106	10576	1530	2159	12.6%	17.0%
卸売業，小売業	2990	2582	408	577	13.6%	18.3%
宿泊業，飲食サービス業	1546	1314	232	319	15.0%	19.5%
医療，福祉	1333	1134	199	178	14.9%	13.6%
生活関連サービス業，娯楽業	1167	996	171	234	14.7%	19.0%
建設業	1114	1019	95	167	8.5%	14.1%

図表 1-4-5　新設事業所率と廃業事業所率の他地域との比較



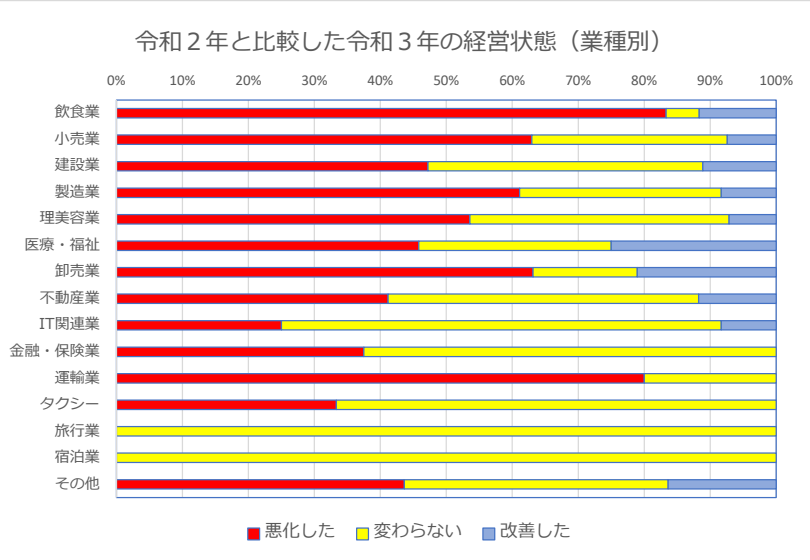
出典：「平成 28 年経済センサス-活動調査」（総務省）を加工して作成
https://www.stat.go.jp/data/e-census/2016/kekka/gaiyo.html

$$\text{新設事業所率} = \frac{\text{新設事業所数}}{\text{総数（存続・新設）}} \qquad \text{廃業事業所率} = \frac{\text{廃業事業所数}}{\text{存続事業所数＋廃業事業所数}}$$

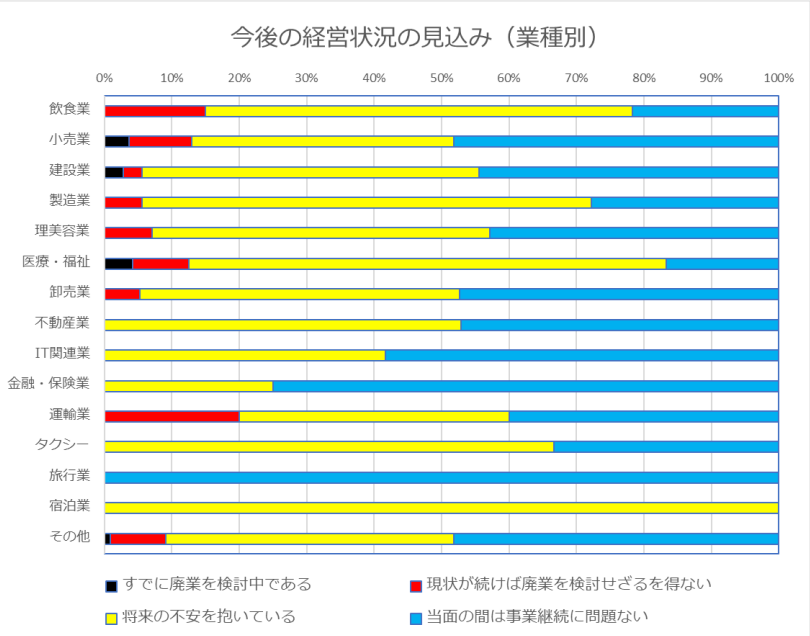
1.4.4 新型コロナの影響に関するアンケート結果

・新型コロナウィスル感染拡大によりほとんどの業種で経営状態の悪化。
・特に、「飲食業」と「小売業」では経営状態が悪化した事業者が多い。

図表 1-4-6　令和２年と比較した令和３年の経営状態



図表 1-4-7　今後の経営状況の見込み



出典：「令和３年新型コロナウィルス感染症による経営影響調査」

2. 町田市中心市街地

本章では、町田市中心市街地についての分析結果を報告する。

（中心市街地：原町田 1～6 丁目、中町 1・2 丁目、森野 1・2 丁目）

【分析結果の要約】

1）中心市街地では「飲食店」、「販売・卸」、「メディカル＆ヘルスケア」の事業所数が多い。
これらの業種は、他地域の中心市街地においても事業所数が多い。

2）町田市は他地域と比較して、中心市街地の市全体に対する事業所数のシェアは高い。

3）全ての業種で中心市街地の町田市全体に対する事業所数のシェアが減少している。

4）中心市街地での小売事業規模の減少傾向が続いており、
中心市街地の小売販売額と売場面積の町田市全体に対するシェアが減少している。

5）中心市街地全体及び主要街路別の通行量調査結果では、減少傾向が続いている。

6）他地域の中心市街地においても、町田市と同様な上記の課題はあるものの、
「中心市街地活性化基本計画（認定）」を推進している地域では、
それぞれで設定した目標数値において改善傾向が報告されている。

なお本章では「中心市街地活性化基本計画（認定）」を公開している下記の４市を比較対象として分析している。

・首都圏：八王子市・柏市・川越市
・長野市：町田市と同じ「商都」と言われる地方都市

2.1 中心市街地の事業構造

・いずれの地域の中心市街地でも、下記の事業所数が多い。
「飲食店」、「販売・卸」、「メディカル＆ヘルスケア」、「その他サービス」
・町田市の中心市街地では、「販売・卸」の事業所数の比率が減少し、
「メディカル&ヘルスケア」、「その他サービス」の比率が増加している。
・町田市の中心市街地は、町田市全体と比較して、
「飲食店」、「販売・卸」、「その他サービス」の事業所数の比率が高い。
・他地域でも「飲食店」、「販売・卸」事業所数の減少変動率が高い。
・町田市全体での業種別事業所数の減少変動率は他地域と比較して低いが、
中心市街地での業種別事業所数の減少変動率は他地域と同等な水準である。
・中心市街地の町田市全体に対する業種別の事業所数のシェアは減少している。
・町田市の中心市街地の業種別の事業所数シェアは、
他地域の中心市街地と比較して高い水準ではあるが、
2011 年から 2021 年にかけての減少傾向が他地域よりも強い。

※「その他サービス」:「理容・美容」、「専門サービス・専門職」、「警備・管理」等

本節では、「RESAS-まちづくりマップ｜事業所立地動向」を使って中心市街地の事業構造を分析する。

（注意事項）
「RESAS-まちづくりマップ｜事業所立地動向」電話帳データを使って事業所数を集計しており、電話帳への登録件数が近年大幅に減少していることから、単純に事業所数の増減を評価することはできないため、下記のような事業所数の相対的な比較を中心に分析する。

- 業種別の事業所数の比較
- 市全体と中心市街地の比較
- 他地域のデータとの比較

なお、「RESAS-まちづくりマップ｜事業所立地動向」と経済センサスの比較評価については Appendix を参照。

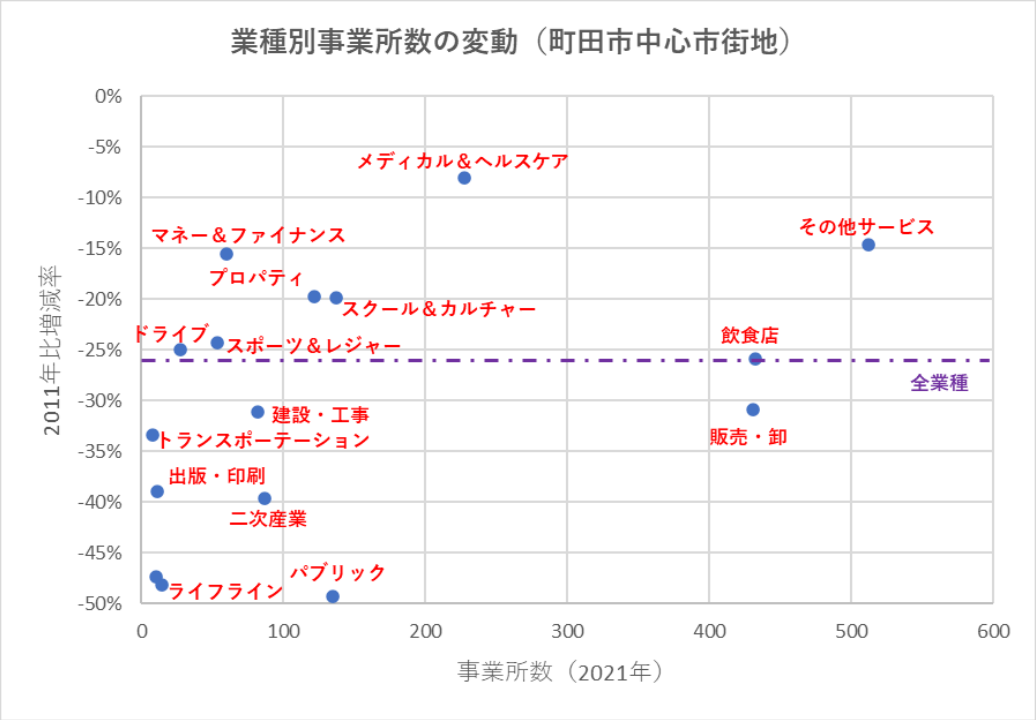
図表 2-1-1 事業所数の推移

(a)中心市街地の事業所数

中心市街地

業種（中分類）	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	11年比
その他サービス	600	591	561	560	546	524	528	529	519	510	512	-15%
飲食店	583	557	567	557	536	524	502	484	464	432	432	-26%
販売・卸	623	588	552	516	502	491	471	462	436	430	431	-31%
メディカル＆ヘルスケア（医療・薬・保健衛生）	247	247	250	240	249	246	247	240	235	227	227	-8%
スクール＆カルチャー（学校・趣味教室・図書館）	171	170	164	161	159	150	142	136	133	134	137	-20%
パブリック（官公庁・団体・福祉）	266	258	288	286	284	289	286	290	131	136	135	-49%
プロパティ（不動産取引・賃貸・展示場）	152	146	144	139	134	134	126	125	122	122	122	-20%
二次産業（製造・加工）	144	127	116	107	99	100	95	98	92	87	87	-40%
建設・工事	119	108	104	104	101	101	95	93	89	81	82	-31%
マネー＆ファイナンス（金融・保険・証券）	71	68	71	72	67	69	71	70	62	60	60	-15%
スポーツ＆レジャー（スポーツ・趣味娯楽・レジャー）	70	67	71	72	76	71	67	64	60	53	53	-24%
ドライブ（自動車・オートバイ・自転車・ドライブ）	36	35	33	32	30	30	29	30	27	27	27	-25%
ライフライン（電気・ガス・通信・放送・新聞）	27	22	22	21	21	20	18	18	16	14	14	-48%
出版・印刷	18	17	13	13	12	9	11	12	11	11	11	-39%
トラベル（旅行・観光・温泉・旅館・ホテル）	19	16	15	15	12	12	11	10	10	10	10	-47%
トランスポーテーション（交通・運輸・倉庫）	12	11	8	7	7	7	7	7	8	8	8	-33%
一次産業（農林・水産・鉱業）	1											-100%
全業種	3159	3028	2979	2902	2835	2777	2706	2668	2415	2342	2348	-26%

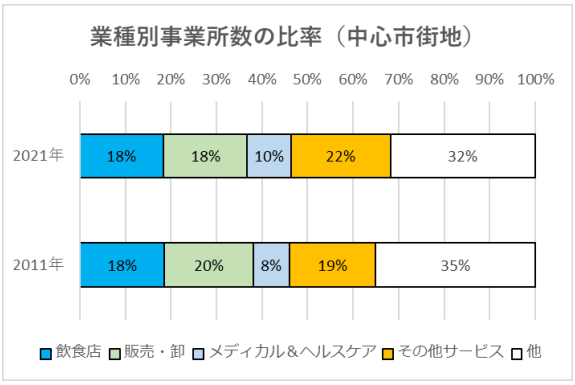
(b)中心市街地での業種別事業所数の変動（2011 年と比較した 2021 年の増減）



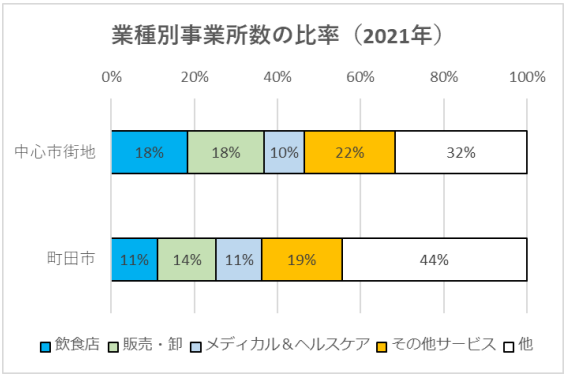
出典：「RESAS-まちづくりマップ｜事業所立地動向」を加工して作成

図表 2-1-2 業種別事業所数比率

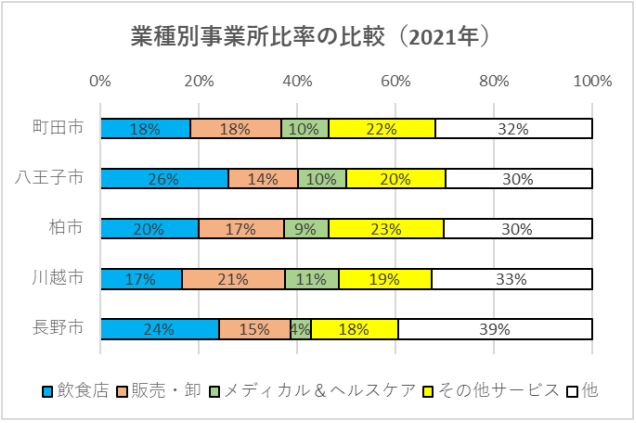
(a)中心市街地の業種別事業所数比率



(b)業種別事業所数比率の中心市街地と町田市全体の比較



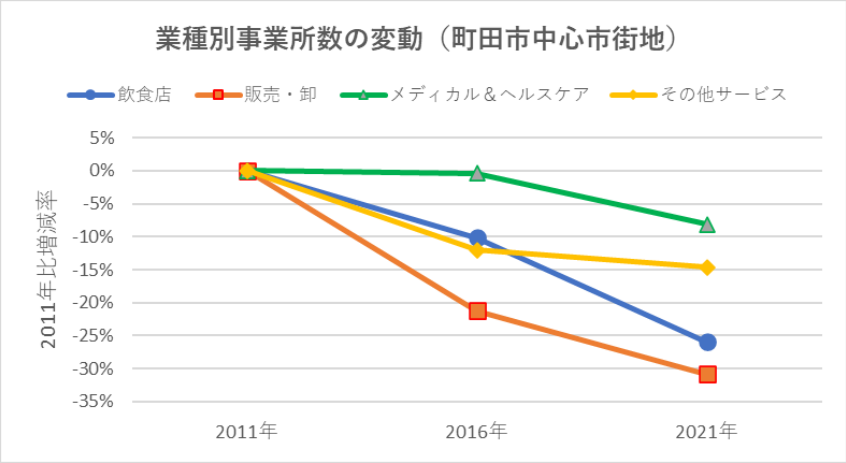
(c)中心市街地での業種別事業所数比率の他地域との比較



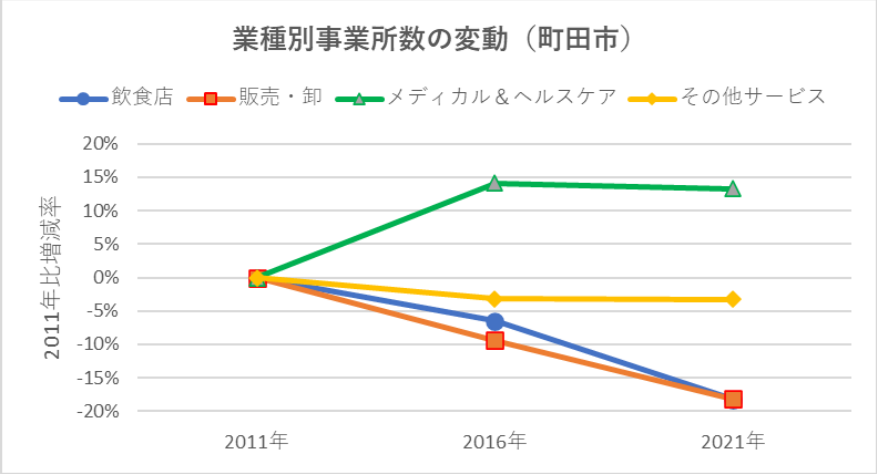
出典：「RESAS-まちづくりマップ｜事業所立地動向」を加工して作成

図表 2-1-3 業種別事業所数の変動率

(a)町田市中心市街地での業種別事業所数についての 2011 年からの変動率



(b)町田市全体での業種別事業所数についての 2011 年からの変動率



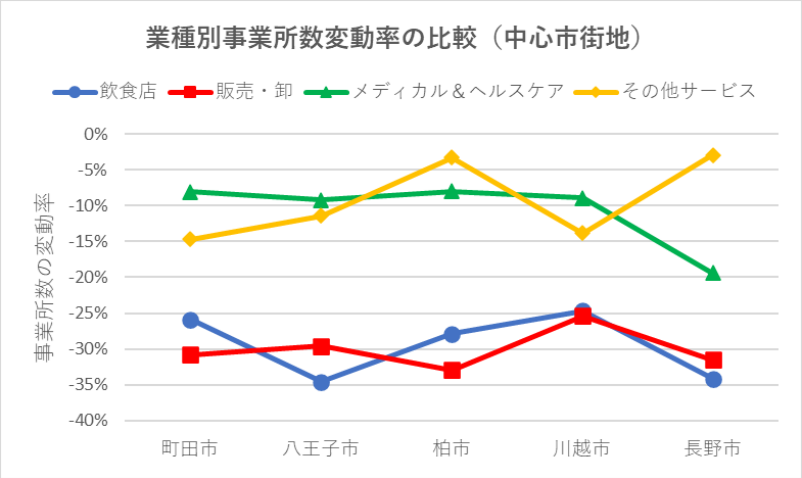
出典：「RESAS-まちづくりマップ｜事業所立地動向」を加工して作成

・町田市の中心市街地では、全ての業種（大分類）で事業所数が減少しており、特に、「販売・卸」の減少率が大きい。

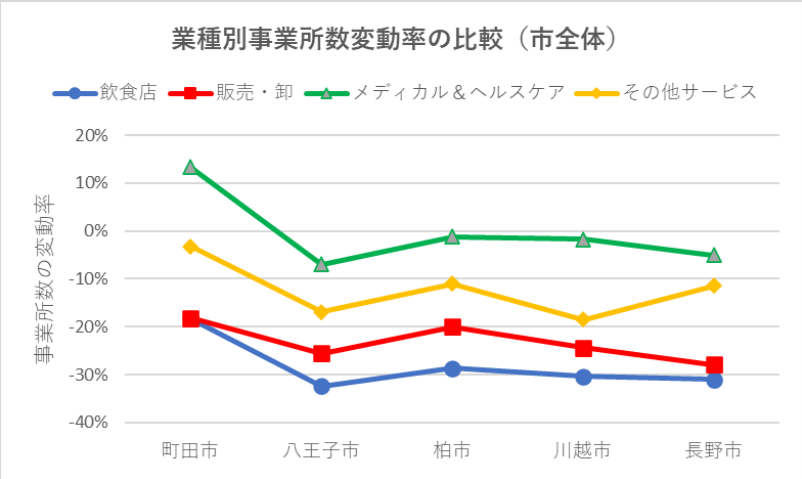
・町田市全体では、「メディカル&ヘルスケア」の事業所数は増加しており、他の業種の減少率は中心市街地での減少率よりも小さい。

図表 2-1-4 業種別事業所数変動率の他地域との比較

(a)中心市街地での業種別事業所数変動率についての他地域との比較



(b)市全体での業種別事業所数変動率についての他地域との比較

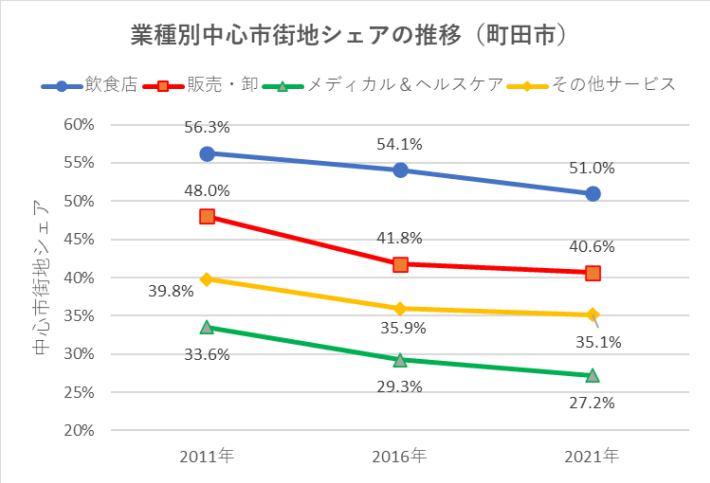


出典：「RESAS-まちづくりマップ｜事業所立地動向」を加工して作成

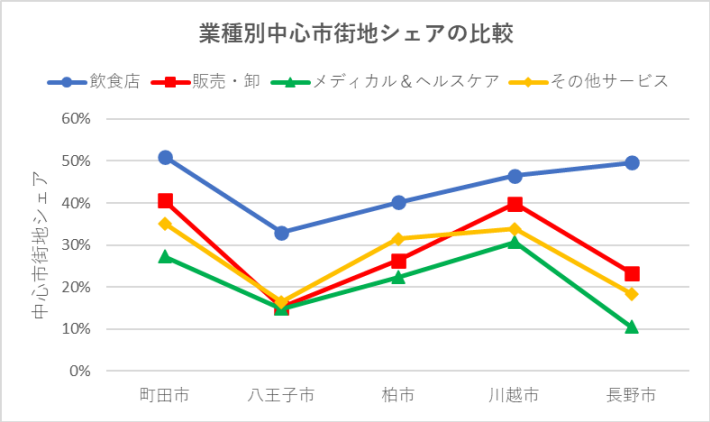
・中止市街地での事業所数の減少傾向は、他の比較地域においても同様な傾向にあり、「飲食店」「販売・卸」の減少率が大きい。
・中心市街地での事業所数の減少率は、町田市は他の地域と比較して大きな差はない。
・市全体の業種別事業所数の変動率は、他の比較地域においても同様な傾向にあり、「飲食店」「販売・卸」の減少率が大きい。
・市全体での事業所数の減少率は、町田市は他の地域よりも小さい。

図表 2-1-5 中心市街地の業種別事業所シェアの推移

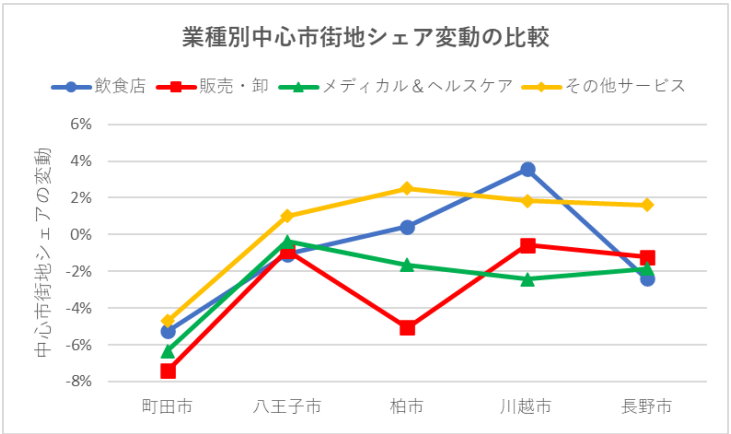
(a)業種別の町田市中心市街地シェアの推移



(b)業種別中心市街地シェアについての他地域との比較



(c)業種別中心市街地シェアの変動についての他地域との比較



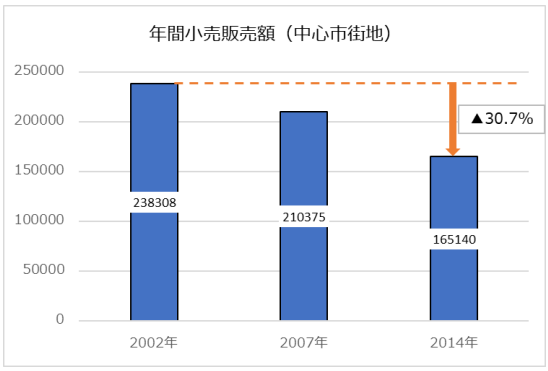
出典：「RESAS-まちづくりマップ｜事業所立地動向」を加工して作成

2.2 中心市街地での小売事業規模の減少

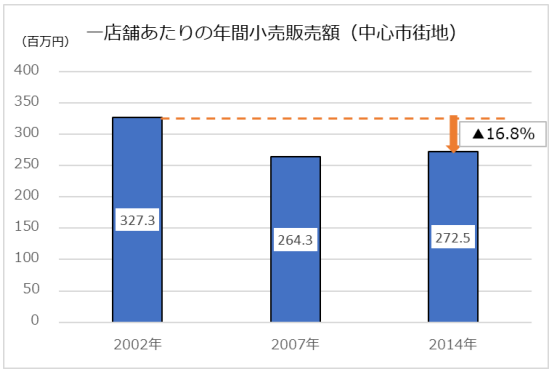
・中心市街地の小売事業規模は減少傾向が継続しており、
2014 年は 2002 年に比較して、
年間小売販売額が約３１%減
一店舗あたりの年間小売販売額が約１７%減
１㎡あたりの年間小売販売額が約１６%減
・中心市街地の町田市全体に対する小売事業のシェアは減少している。
・他の中心市街地での小売業も全般的には減少傾向が続いているが、
八王子市や柏市では下げ止まりの傾向がみられる。

図表 2-2-1　町田市中心市街地小売事業規模の推移

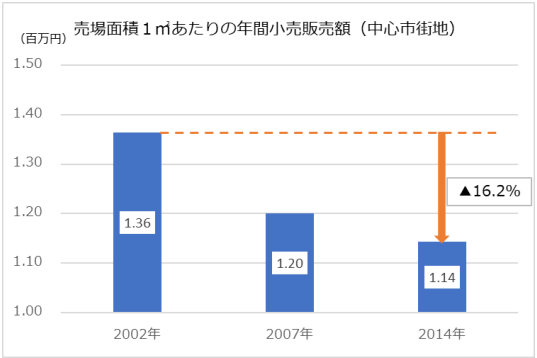
(a)年間小売販売額の推移



(b)一店舗あたりの年間小売販売額の推移



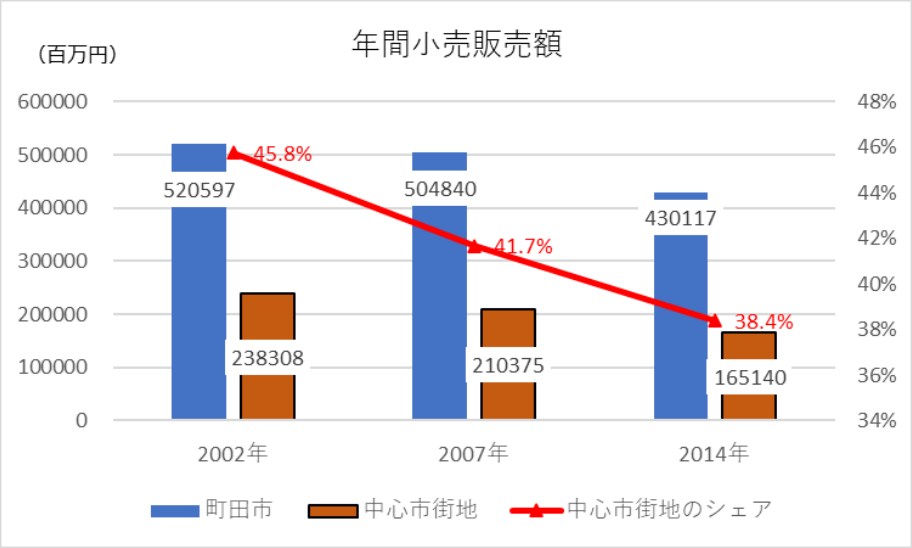
(c)売場面積 1m^2 あたりの年間小売販売額の推移



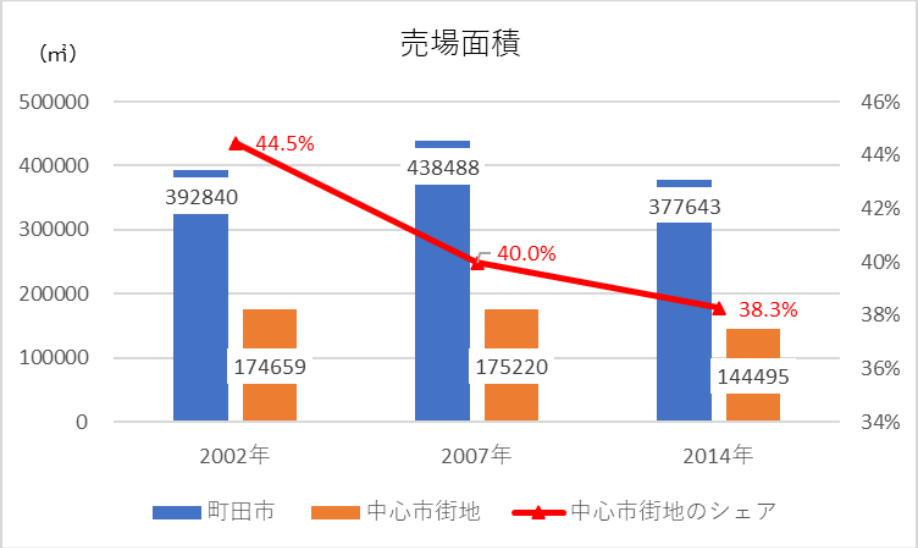
出典：「商業統計調査報告 東京都 結果報告」を加工して作成
https://www.toukei.metro.tokyo.lg.jp/syougyou/sg-index.htm

図表 2-2-2　町田市中心市街地小売事業規模シェアの推移

(a)年間小売販売額の中心市街地シェアの推移



(a)売り場面積の中心市街地シェアの推移

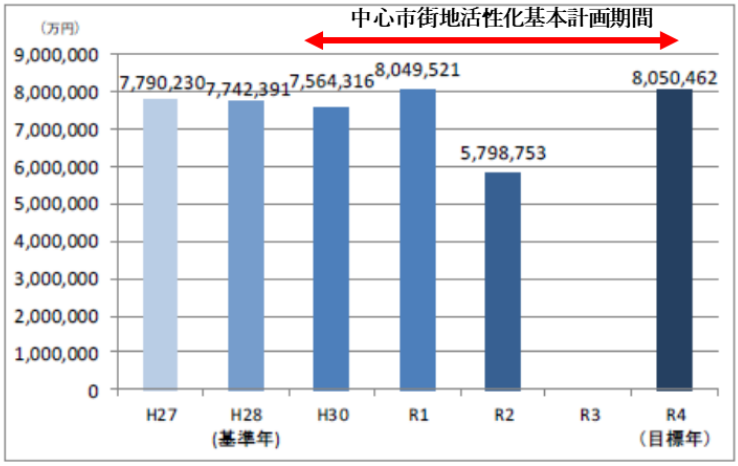


出典：「商業統計調査報告 東京都 結果報告」を加工して作成

https://www.toukei.metro.tokyo.lg.jp/syougyou/sg-index.htm

図表 2-2-3　他地域での中心市街地小売事業規模の推移

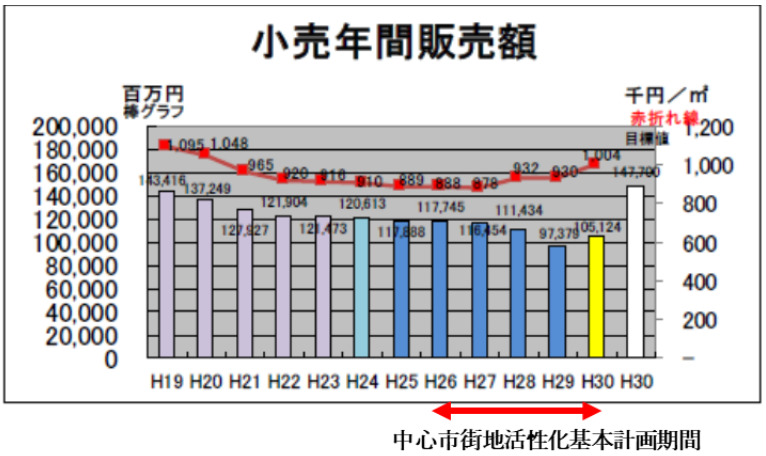
(a)八王子市



出典：「令和２年度八王子市中心市街地活性化基本計画の定期フォローアップに関する報告」

https://www.city.hachioji.tokyo.jp/kurashi/sangyo/003/hatioujichuusinn/p022972.html

(b)柏市



出典：「平成 30 年度柏市中心市街地活性化基本計画の最終フォローアップに関する報告」

https://www.city.kashiwa.lg.jp/chushinshigaichi/shiseijoho/keikaku/sonota/4690.html

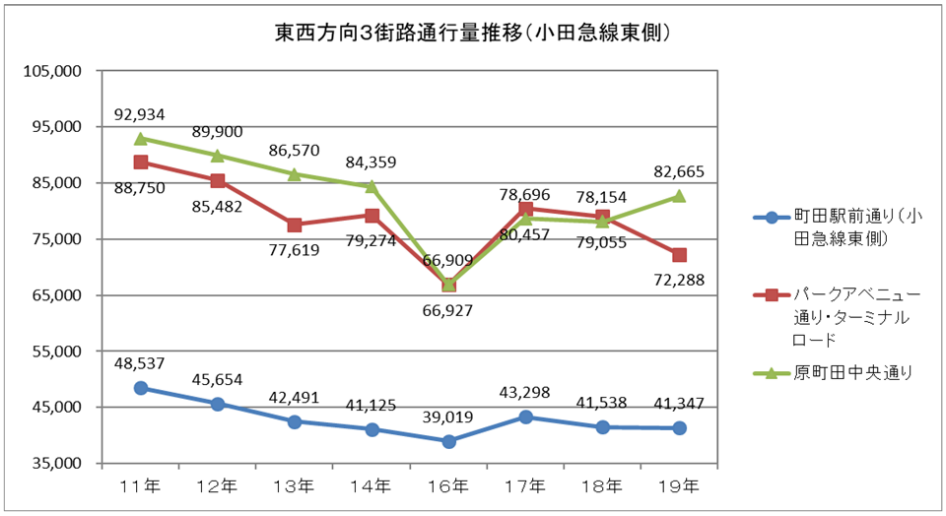
2.3 通行量調査結果の分析

・中心市街地全体及び小田急線東側主要街路での通行量の減少傾向が継続。

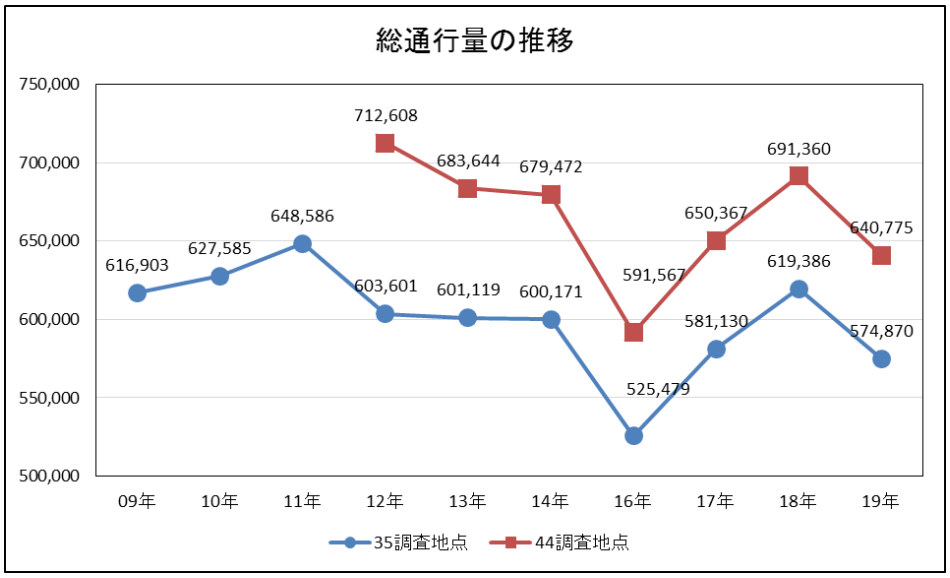
・八王子市、川越市、柏市では、通行量の減少傾向から増加に転じている。

図表 2-3-1 町田市中心市街地通行量調査結果

(a)＜小田急線東側＞街路ベル通行量



(a)中心市街地全体の総通行量



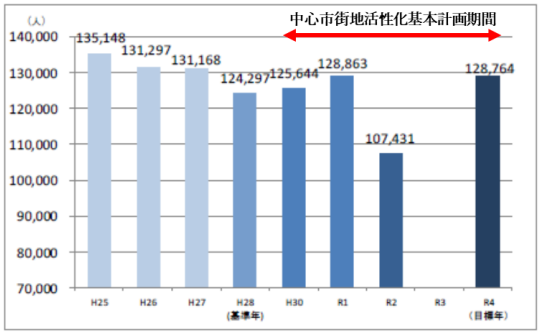
※35 調査地点：調査地点 1 ～35 の合計

44 調査地点：調査地点 1 ～44 の合計（2012 年より観測地点を追加）

出典：町田市中心市街地通行量調査報告書（2019 年 11 月 24 日実施）

図表 2-3-2 他地域での中心市街地通行量調査結果

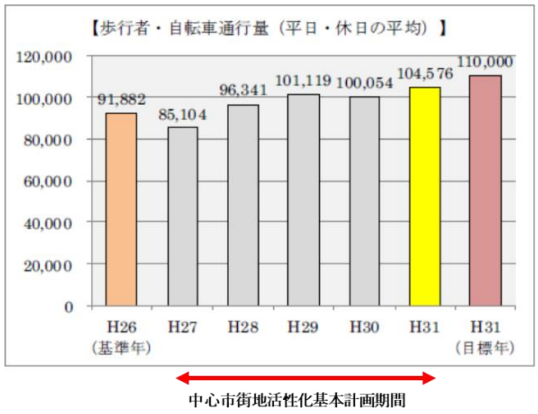
(a)八王子市



出典：「令和２年度八王子市中心市街地活性化基本計画の定期フォローアップに関する報告」

https://www.city.hachioji.tokyo.jp/kurashi/sangyo/003/hatioujichuusinn/p022972.html

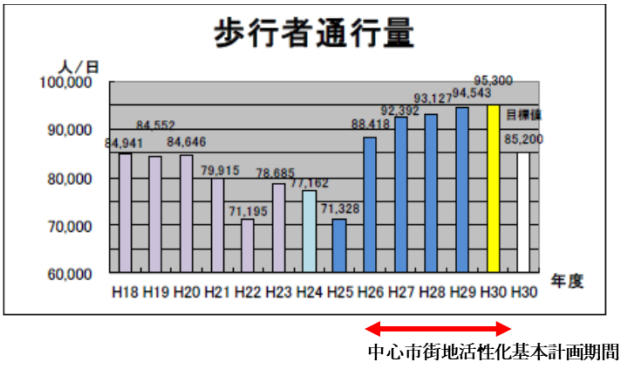
(b)川越市



出典：「令和元年度川越市中心市街地活性化基本計画の最終フォローアップに関する報告」

https://www.city.kawagoe.saitama.jp/shisei/seisakushisaku/hoshinkeikaku/sangyo-kanko/shinkihonkeikaku.html

(c)柏市



出典：「平成 30 年度柏市中心市街地活性化基本計画の最終フォローアップに関する報告」

https://www.city.kashiwa.lg.jp/chushinshigaichi/shiseijoho/keikaku/sonota/4690.html

2.4 中心市街地活性化にむけての取組事例

他地域の中心市街地においても町田市と同様な課題に直面している。

しかしながら下記のように改善目標を設定した「中心市街地活性化基本計画（認定）」を推進している地域においては、改善傾向が報告されている。

中心市街地活性化基本計画認定市町村は 152 団体（2022 年４月現在）。

各地域での取組についての詳細は Appendix を参照。

事例１：八王子市

世代をつなぎ、輝き続けるにぎわいのまち ～来心地（きごこち）と居心地（いごこち）の良さの両立を目指して～	
目標	目標指標
歩きやすく憩いやすいまち	歩行者通行量
新たな老舗を生み出すまち	新規出店数
買物をするのが楽しくなるまち	小売業年間商品販売額

事例２：柏市

柏市の表玄関にふさわしいにぎわいの回復、楽しく憩える魅力の創出	
目標	目標指標
にぎわいがあり暮らしやすいまち・柏 ～広域商業拠点機能の回復と生活拠点としての賑わいづくり～	小売業年間商品販売額
安全に回遊できる楽しいまち・柏 ～歩行者空間整備と魅力ある景観づくり～	歩行者通行量
楽しく憩えるまち・柏 ～商店街・施設の魅力づくり～	滞留時間の延長

事例３：川越市

川越らしさを活かした交流とにぎわいのあるまち	
目標	目標指標
回遊性の向上	歩行者・自転車通行量（平日・休日の平均）
	観光客の立ち寄り観光地点数
商業・サービス業の活性化	空き店舗数

事例４：長野市

『門前都市「ながの」』 ～心潤う歴史と文化が賑わうまち～	
目標	目標指標
訪れたくなるまち	善光寺仁王門前の歩行者・自転車通行量
住みたくなるまち	長野市全体における中心市街地の人口割合
歩きたくなるまち	中心市街地（６地点）の歩行者・自転車通行量
	空き店舗数の減少
参加したくなるまち	もんぜんぷら座及び生涯学習センターの年間利用者数

3. 原町田 3~6 丁目の変遷

本章では、町田市中心市街地の中でも特に駅前中心街である原町田 3~6 丁目の変遷について、地域経済分析システム（RESAS：リーサス）の「まちづくりマップ」のデータを用いて分析する。

尚、RESAS の「まちづくりマップ」は、日本ソフト販売株式会社「電話帳データ」、国際航業株式会社「住所正規化コンバータ R7」のデータを元にしているため、電話帳に非掲載の事業所はカウントされない。近年はスマートフォンの普及により、電話帳の利用価値が低下しているため掲載企業の数は減少傾向にあるが、業種間の比較には十分に活用できると判断している。

RESAS の「まちづくりマップ - 事業所立地動向」では、特定のエリアを指定して、そのエリア内の業種別事業所数を確認することが可能である。今回は、原町田 3～6 丁目の以下の図の赤枠のエリアを指定した。また、データに一部含まれる神奈川県相模原市のデータは除外して集計している。

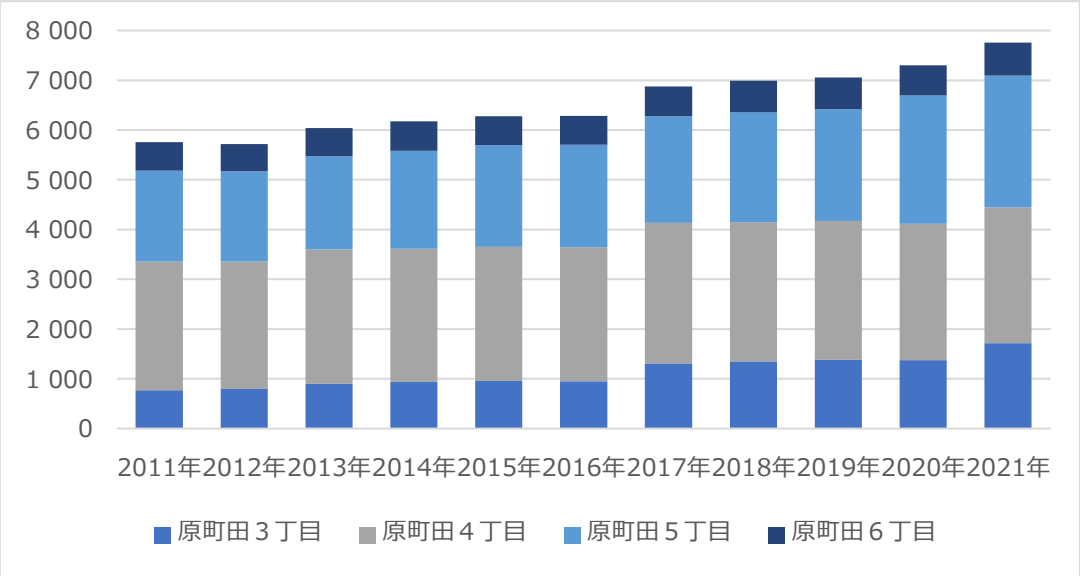
図表 3-1-1　指定エリア

出典：REASAS「まちづくりマップ - 事業所立地動向」

3.1　原町田 3～6 丁目の人口増減

原町田 3～6 丁目の総人口は、この 11 年で+34.7%増加。特に、原町田 3 丁目で+123.0%、原町田 5 丁目で+45.2%と大きく増加している。

図表 3-1-2　原町田 3~6 丁目の人口増減



出典：町田市「町丁別世帯数・人口表」のデータを加工

はじめに人口動態を確認しておく。原町田 3～6 丁目の総人口は、2011 年：5,757 名→2021 年:7,755 名と 2011 年比 134.7%まで増加。特に、原町田 3 丁目で 769 名→1,715 名の 2011 年比 223.0%、原町田 5 丁目で 1,825 名→2,649 名の 2011 年比 145.2%と大きく増加している。

また、人口の減少しているエリアは無く、全てのエリアで人口増加が認められる。

図表 3-1-3　原町田 3~6 丁目の人口増減（2011~2021 年）

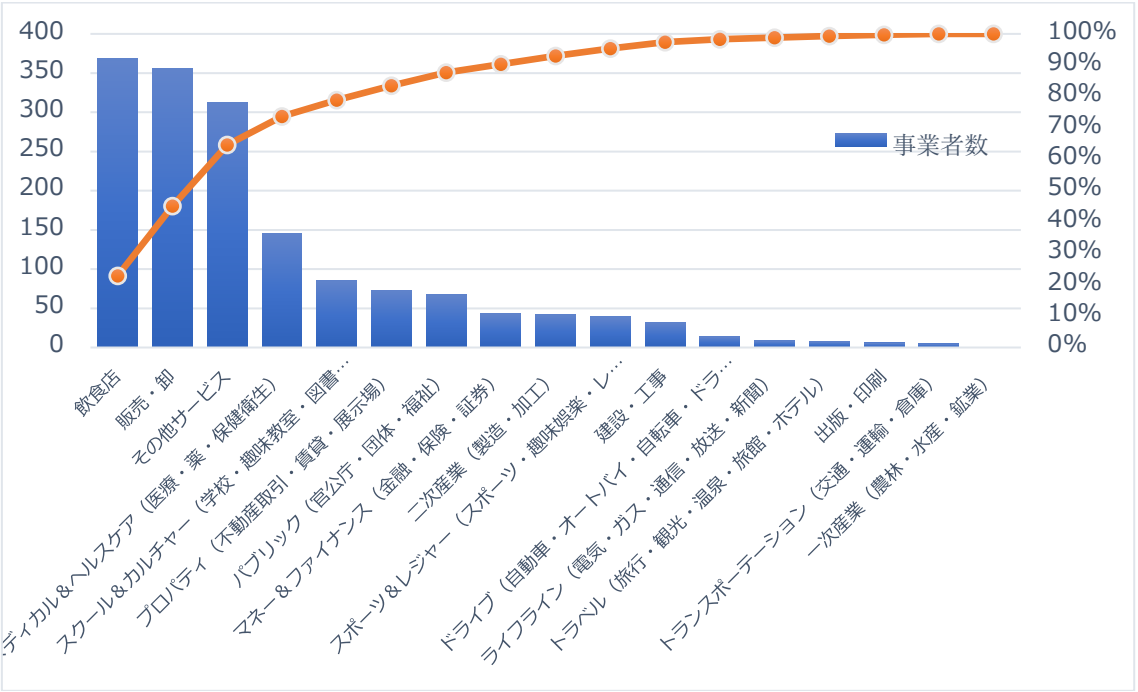
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	11 年比
原町田３丁目	769	798	897	935	958	952	1,312	1,347	1,378	1,377	1,715	223.0%
原町田４丁目	2,588	2,560	2,703	2,681	2,693	2,691	2,822	2,803	2,795	2,735	2,730	105.5%
原町田５丁目	1,825	1,812	1,873	1,964	2,046	2,063	2,143	2,205	2,244	2,583	2,649	145.2%
原町田６丁目	575	547	568	592	582	575	601	634	637	604	661	115.0%
合計	5,757	5,717	6,041	6,172	6,279	6,281	6,878	6,989	7,054	7,299	7,755	134.7%

出典：町田市「町丁別世帯数・人口表」のデータを加工

3.2　原町田 3～6 丁目の業種構成

業種構成は「飲食店」の 22.9%を筆頭に「販売・卸」22.2%、「その他サービス」19.5%、「メディカル＆ヘルスケア」9.1%、「スクール＆カルチャー」5.3%の順。ここまでの上位 5 業種で、全体の 79.0%を占める。

図表 3-2-1　原町田 3~6 丁目の業種構成（2021 年）



出典：REASAS「まちづくりマップ - 事業所立地動向」のデータを加工

2021 年のデータを確認すると、最も多い事業所は「飲食店」の 368 社で全体の 22.9%を占める。2 位は「販売・卸」の 356 社で構成比 22.2%。3 位は「その他サービス」の 313 社で構成比 19.5%の順。

「その他サービス」には、「理容・美容（131 社）」、「専門サービス・専門職（36 社）」、「警備・管理（33 社）」、「人材派遣・紹介・代行サービス（17 社）」、「清掃業・廃棄物処理（15 社）」、「情報サービス（14 社）」などの事業者が含まれる。

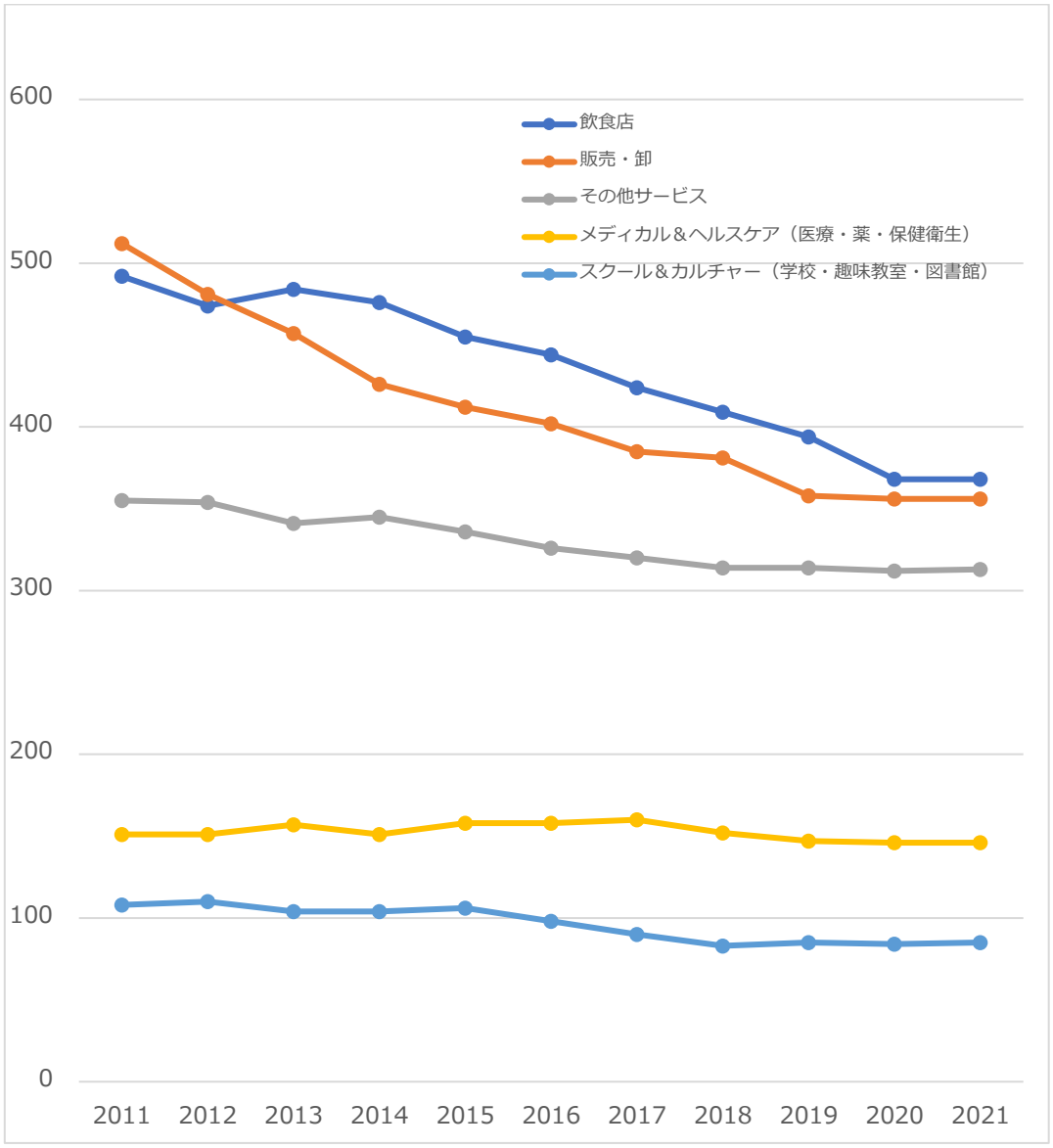
4 位の「メディカル＆ヘルスケア（医療・薬・保健衛生）」は 146 社で構成比 9.1%、5 位の「スクール＆カルチャー（学校・趣味教室・図書館）」は 85 社で構成比 5.3%となり、ここまでで全体の 79.0%を占める。

6 位は「プロパティ（不動産取引・賃貸・展示場）」で 73 社、構成比 4.5%、7 位は「パブリック（官公庁・団体・福祉）」は 67 社で構成比 4.2%。7 位までの累計構成比は 87.7%。

3.3　主要業種の事業所数推移

ほぼ横ばいの「メディカル＆ヘルスケア（2011 年：151 社→2021 年 146 社、2011 年比 96.7%）」を除けば、主要業種すべてにおいて事業所数は減少している。中でも「販売・卸（2011 年：512 社→2021 年：356 社、2011 年比 69.5%）」、「飲食店（2011 年：492 社→2021 年：368 社、2011 年比 74.8%）」で減少幅が大きくなっている。

図表 3-3-1　主要業種の事業所数推移（2011~2021 年）



出典：REASAS「まちづくりマップ - 事業所立地動向」のデータを加工

構成比の高い主要 5 業種（飲食店、販売・卸、その他サービス、メディカル＆ヘルスケア、スクール＆カルチャー）で 2011 年から 2021 年までの事業者数の推移を確認した。

減少率の低いのは、「メディカル＆ヘルスケア」で 151 社→146 社の 2011 年比 96.7%、「その他サービス」で 355 社→313 社の 2011 年比 88.2%。

一方で減少率の高いのは、「販売・卸」で 512 社→356 社の 2011 年比 69.5%、「飲食店」で 492 社→368 社の 2011 年比 74.8%、「スクール＆カルチャー」で 108 社→85 社の 2011 年比 78.7%となっている。

全業種合計では、2,087 社→1,606 社の 2011 年比 77.0%であるので、「販売・卸」、「飲食店」の減少が際立っている結果となった。

図表 3-3-2　主要業種の事業所数推移（2011~2021 年）

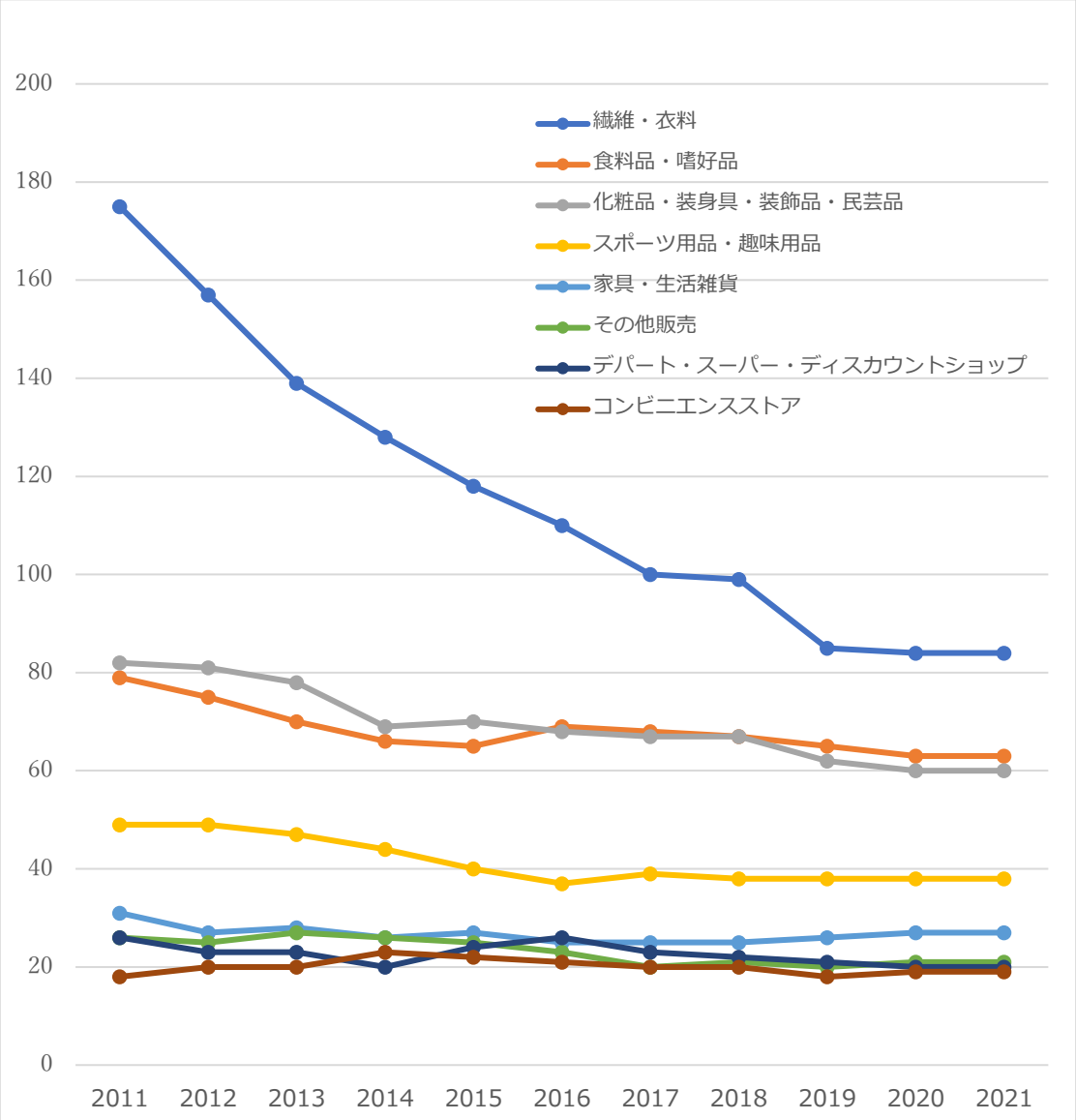
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	11 年比
飲食店	492	474	484	476	455	444	424	409	394	368	368	74.8%
販売・卸	512	481	457	426	412	402	385	381	358	356	356	69.5%
その他サービス	355	354	341	345	336	326	320	314	314	312	313	88.2%
メディカル＆ヘルスケア	151	151	157	151	158	158	160	152	147	146	146	96.7%
スクール＆カルチャー	108	110	104	104	106	98	90	83	85	84	85	78.7%

4　出典：REASAS「まちづくりマップ - 事業所立地動向」のデータを加工

3.4　販売・卸の推移

事業所数の減少が目立つ販売・卸の内訳を中分類で確認する。販売・卸全体では 2011 年から△156 社、69.5%と大きく減少しているが、中でも「繊維・衣料」が△91 社、48.0%と販売・卸の減少要因の 58.3%を占める。「化粧品・装身具・装飾品・民芸品」も△22 社、73.2%と減らしており、ファッション関連産業の衰退が伺われる。

図表 3-4-1　主な販売・卸の事業所数推移（2011~2021 年）



出典：REASAS「まちづくりマップ - 事業所立地動向」のデータを加工

販売・卸全体では 2011 年：512 社→2021 年：356 社と△156 社、69.5%と大きく減少しているが、中でも販売・卸内の構成比が 23.6%で第 1 位の「繊維・衣料」が 2011 年：175 社→2021 年：84 社と△91 社、48.0%と販売・卸の減少要因の 58.3%を占める。

また、構成比 16.9%で第 3 位の「化粧品・装身具・装飾品・民芸品」も△22 社、73.2%と減少しており、合わせて△113 社で販売・卸の減少要因の 72.4%となりファッション関連産業の衰退が小売業（販売・卸）の衰退の主要因となっている。

次いで減少事業所数の多いのが、構成比 17.7%で第 2 位の「食料品・嗜好品」が△16 社、79.7%、構成比 10.7%で第 4 位の「スポーツ用品・趣味用品」で△11 社、77.6%となっており、主要業種での減少数が大きくなっている。

図表 3-4-2　主な販売・卸の事業所数推移（2011~2021 年）

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	11 年比
販売・卸全体	512	481	457	426	412	402	385	381	358	356	356	69.5%

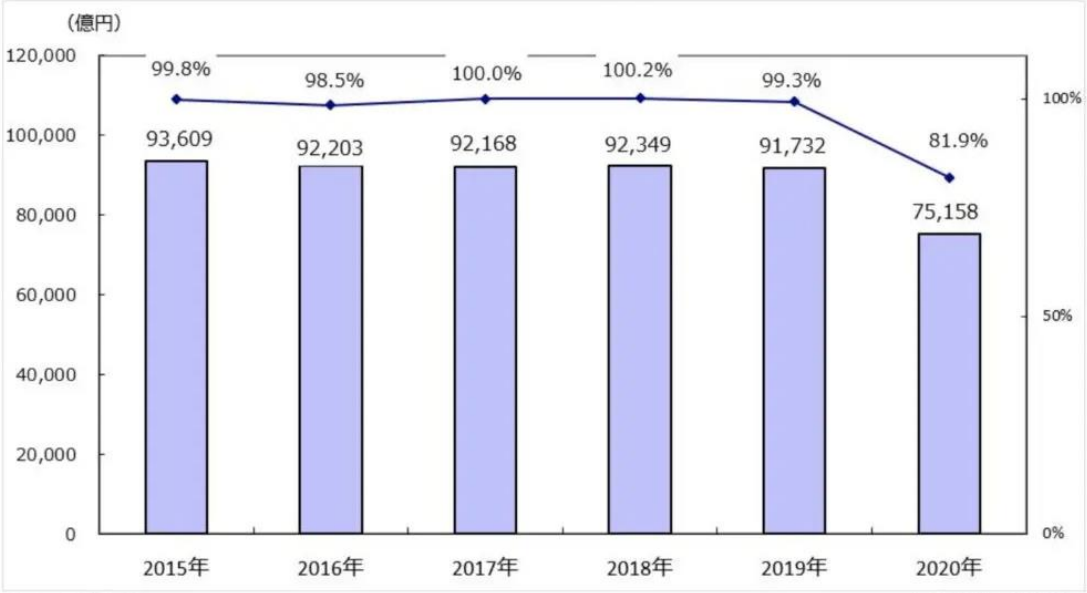
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	11 年比
繊維・衣料	175	157	139	128	118	110	100	99	85	84	84	48.0%
食料品・嗜好品	79	75	70	66	65	69	68	67	65	63	63	79.7%
化粧品・装身具・装飾品・民芸品	82	81	78	69	70	68	67	67	62	60	60	73.2%
スポーツ用品・趣味用品	49	49	47	44	40	37	39	38	38	38	38	77.6%
家具・生活雑貨	31	27	28	26	27	25	25	25	26	27	27	87.1%
その他販売	26	25	27	26	25	23	20	21	20	21	21	80.8%
デパート・スーパー・ディスカウントショップ	26	23	23	20	24	26	23	22	21	20	20	76.9%
コンビニエンスストア	18	20	20	23	22	21	20	20	18	19	19	105.6%
書籍・文具	15	14	15	14	12	12	12	11	11	9	9	60.0%
電気機器・事務機器	5	4	4	4	3	5	4	4	5	7	7	140.0%
商社・貿易	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125.0%
時計・カメラ店	2	2	1	1	1	1	2	2	2	3	3	150.0%

出典：REASAS「まちづくりマップ - 事業所立地動向」のデータを加工

3.5　ファッション・アパレル市場の動向

2020 年の国内アパレル総小売市場規模は、前年比 81.9%の 7 兆 5,158 億円で、過去 5 年間からみてマイナス成長にある。理由としては、大手ファッションブランドが低価格戦略を取っていること、消費者の消費傾向の変化が大きな要因とされている。

図表 3-5-1　国内アパレル総小売市場規模推移



出典：矢野経済研究所 プレスリリース「国内アパレル市場に関する調査を実施（2021 年）」

国内アパレル総小売市場規模を販売チャネル別に見みると、百貨店・量販店・専門店すべてがマイナス成長である中、その他（通販等）のみが前年比 105.4%と成長傾向にある。

以前までは、アパレル品は実店舗での対面販売が主流で、商品のサイズや質感が分かりづらいと EC サイトでの購入を避ける消費者が多くいた。しかし、近年では消費者の心理的なハードルも下がり、以前にも況して消費者が EC サイトを選択しやすくなってきている。

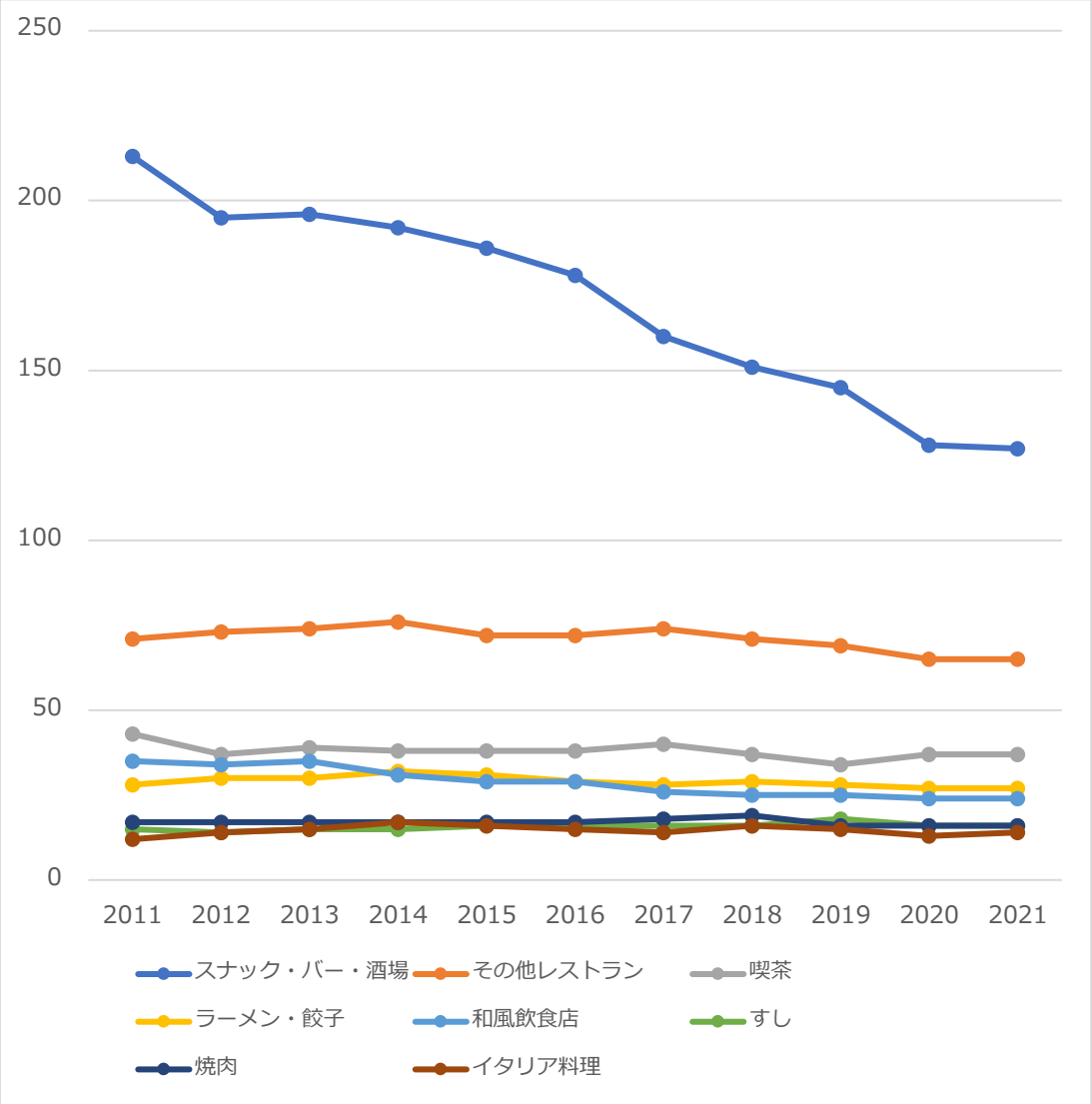
2020 年の EC 化率は 19.44%と、15 年度の EC 化率 9.04%と比べて 4 年間で約 10%も上昇しているが、2019 年のアメリカにおけるファッション・アパレル業界の EC 化率は 26.2%なので、日本の EC 化率も今後加速していくことが推察される。

ファッション・アパレル関連の店舗は、今後も成長が期待されている EC サイトと実店舗を連動させたオムニチャネル戦略や、OMO（Online Merges with Offline）戦略を検討していく必要があると思われる。

3.6　飲食店の推移

事業所数の減少が目立つもう一つの業種である飲食店も内訳を中分類で確認する。飲食店全体では 2011 年から△124 社、74.8%と大きく減少しているが、中でも「スナック・バー・酒場」が△86 社、59.6%と飲食店減少要因の 69.4%を占める。2011 年以降、一貫して減少傾向にあるため新型コロナ以外の要因が考えられる。

図表 3-6-1　主な飲食店の事業所数推移（2011~2021 年）



出典：REASAS「まちづくりマップ - 事業所立地動向」のデータを加工

飲食店全体では 2011 年：492 社→2021 年：368 社と△124 社、74.8%と大きく減少

しているが、中でも飲食店内構成比が 34.5%で第 1 位の「スナック・バー・酒場」が 2011 年：213 社→2021 年：127 社と△86 社、59.6%と飲食店の減少要因の 69.4%を占める。

また、「和風飲食店」で△11 社、68.6%、「ファーストフード」で△7 社、50.0%と減少数が多くなっている。ここまでで減少要因の 83.9%を占める。

図表 3-6-2　主な飲食店の事業所数推移（2011~2021 年）

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	11 年比
飲食店全体	492	474	484	476	455	444	424	409	394	368	368	74.8%

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	11 年比
スナック・バー・酒場	213	195	196	192	186	178	160	151	145	128	127	59.6%
その他レストラン	71	73	74	76	72	72	74	71	69	65	65	91.5%
喫茶	43	37	39	38	38	38	40	37	34	37	37	86.0%
ラーメン・餃子	28	30	30	32	31	29	28	29	28	27	27	96.4%
和風飲食店	35	34	35	31	29	29	26	25	25	24	24	68.6%
すし	15	14	15	15	16	16	16	16	18	16	16	106.7%
焼肉	17	17	17	17	17	17	18	19	16	16	16	94.1%
イタリア料理	12	14	15	17	16	15	14	16	15	13	14	116.7%
中華料理	13	15	18	18	14	13	13	12	12	10	10	76.9%
焼き鳥・炉端焼き	11	11	12	11	9	8	9	10	9	9	9	81.8%
ファーストフード	14	13	12	11	11	12	9	8	7	7	7	50.0%
ファミリーレストラン	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125.0%
仕出し・弁当・宅配	7	6	6	6	4	5	5	5	5	5	5	71.4%
そば・うどん	4	5	6	4	4	4	4	3	4	4	4	100.0%
割烹・料亭・懐石	5	5	4	3	3	3	3	2	2	2	2	40.0%

出典：REASAS「まちづくりマップ - 事業所立地動向」のデータを加工

「スナック・バー・酒場」は、店舗面積で見ると 50 平米未満の店舗が 71.0%を占め、月商 200 万円未満が 54.1%であり、小規模な店舗の割合が高い。近年は、2018 年 7 月に成立し、2020 年 4 月 1 日より全面施行された「通称：受動喫煙防止法（健康増進法の一部を改正する法律）」や新型コロナの影響を大きく受けていると思われる。

4.　現状とご提案

本章では、過去 20～30 年間の町田市全域、中心市街地および原町田地区における小売業、飲食業およびサービス業等の産業構造の変化とデータ分析を踏まえ、これからの「商都まちだ」のあるべき姿や方向性について、課題を整理し改善策を提案する。

4.1 「商都まちだ」を取り巻く現状

以下に、「商都まちだ」を取り巻く過去・現在・未来を整理するため、「商都まちだ」の活性化を戦略目標とする SWOT 分析を示す。

図表 4-1-1 「商都まちだ」の活性化を戦略目標とする SWOT 分析

内部環境 【強み】	● 都心へ 30 分、高速道路・新幹線アクセスも良い ● 小田急・JR2 社合計 1 日平均乗降人員は 51 万人で、多摩地域で最も多い ● 町田駅半径 10km 圏内は、居住人口 200 万人にのぼる大都市圏である ● 原町田地区は、「絹街道」「二・六市」で発展した歴史をもつ ● FC 町田ゼルビアと「少年サッカーのまち」 ● 直近 30 年間では町田市人口の増加率は高いが、2015 年をピークに減少 ● 子ども転入超過数は東京都で 1 位（2017 年）、大学数は多摩地域で 2 位 ● 20 年前との通行量調査比較 27 地点中、中野屋前と町田仲見世内の 2 地点のみが増加。歴史を感じられる仲見世商店街が人気スポットとなっている
内部環境 【弱み】	● 都内の市区地域で 4 番目に広い面積をもつため、現在および将来の公共施設やサービスの社会インフラ維持更新に巨額の費用がかかる ● 他都市に比べ 20～30 歳代が少なく、生産年齢人口比が 60.8%と低い ● 中心市街地、商店街における後継者不足と空き店舗が増加している ● 町田市小売業の年間販売額は 2004 年をピークに減少傾向にある ● 商都まちだを代表する「百貨店」「婦人・子供服」の事業所、従業者、年間販売額がいずれも減少傾向にある ● 買回品を扱う「ブティック」「婦人・子供服」「デパート」の割合が減少し、最寄品を扱う「コンビニエンスストア」「スーパーマーケット」の割合が増加 ● 他都市に比べ、廃業事業所率が高く、新設事業所率は同水準である ● 新型コロナウィルス感染症による影響アンケート調査（2021 年）で、「飲食業」「小売業」は経営状況が悪化し、1 割以上が廃業を検討中と回答 ● 2011～2021 年で中心市街地の「販売・卸」の比率が減少し、「メディカル＆ヘルスケア」、「その他サービス」の比率が増加している ● 2002～2014 年で中心市街地の小売業の年間販売額は約 31%減少 ● 同年間で中心市街地小売業の一店舗あたりの年間販売額は約 17% 減少 ● 2002～2014 年で町田市に対する中心市街地の小売販売額シェアが減少

	● 1998 年に比べ 2019 年の中心市街地の通行量が約 20%減少 ● 2011～2021 年で原町田 3～6 丁目では、販売・卸全体で 30.5%減少し、中でも「繊維・衣料」が 52.0%減少、「化粧品・装身具・装飾品・民芸品」も 26.8%減少しており、ファッション関連産業の衰退が著しい ● 2011～2021 年で原町田 3～6 丁目では、飲食店舗数が 25.2%減少し、中でも「スナック・バー・酒場」が 40.4%減少している
外部環境 【機会】	● 国、企業、自治体で 2050 年カーボンニュートラルに向けた取組本格化 ● 世界、日本でスマートシティ、コンパクトシティの取り組みが進展 ● 多摩都市モノレール町田方面延伸ルート検討委員会で多摩センター駅から町田駅までの区間について決定ルートが示された ● モノからコト、そしてトキへと、所有では得られない体験や経験に価値を見出す消費傾向へとライフスタイルが変化している ● メタバース市場規模は 2030 年までに約 500 兆円に成長（マッキンゼー） ● 小売業界において、SNS 集客、オンライン接客、EC サイトとの連動・データ統合、決済の多様化などの DX 化が進展している
外部環境 【脅威】	● ポストコロナにおける経済状況が予測困難 ● ウクライナ危機による資源・原材料価格高騰 ● 周辺都市の開発・発展による都市間競争の激化 ● 2021 年度の全国小売業販売額は、百貨店（前年度比 4.5%増）、コンビニ（同 1.3%増）、ドラッグストア（同 1.3%増）の販売額が増加した（経産省） ● ネット販売支出額最大（2002 年 889 円/月＞2022 年 21,949 円/月） ● 事業所あたりの従業員数が増加傾向にある（中規模チェーン店が増加）

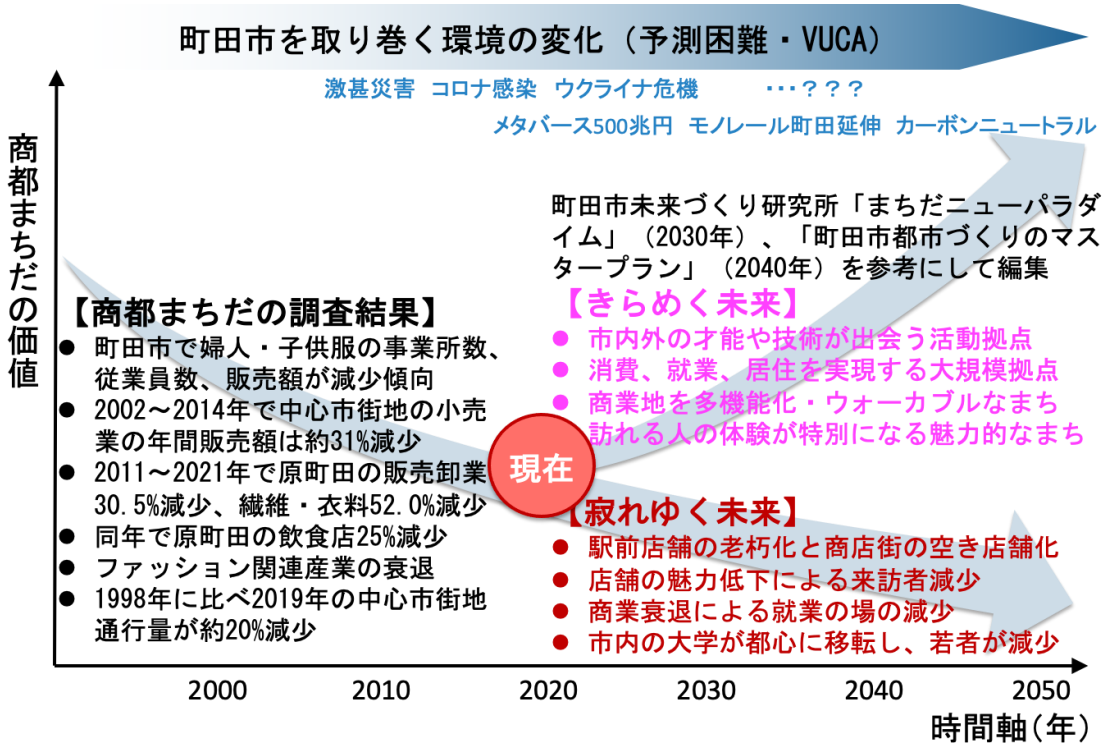
町田未来づくり研究所からの提言によれば、「まちだニューパラダイム　2030 年に向けた町田の転換」として、二つの町田の未来シナリオを想定している。

一つ目は、都市間競争に敗れ、商業が衰退、住環境も悪化する「寂れゆく未来」である。特に、町田駅周辺では、空き店舗化、店舗と文化コンテンツの魅力低下による来訪者減少を予告している。二つ目は、市内外から人々が集い、町田発の事業やカルチャーが生まれ、住宅地も住民の活力にあふれている「きらめく未来」を描いている。

町田市は、2022 年 3 月、今後 20 年を見据えた新たな都市の将来像や設計図を描き、分野の垣根を超えて施策を展開するためのまちづくりの基本書として「町田市都市づくりのマスタープラン」（2040 年までの都市づくりの基本方針）を策定している。

この中で、多摩都市モノレール町田方面延伸を契機とする商業だけでなく業務（シェア、コワーク等）・居住など誘導して多機能化、町田駅周辺の商業地を多機能化・ウォーカブルなまちにすること、先端技術を活用した都市の課題解決や暮らしの質的向上、多様な担い手による地域の魅力を高める活動の支援などの施策を挙げている。

図表 4-1-2 「商都まちだ」の復活か衰退かの分岐点



町田市、中心市街地および原町田地区の過去 20～30 年の変遷をデータで分析した結果、「商都まちだ」の重要な産業であった卸・小売業、飲食業が町田の中心（原町田地区）に行くほど衰退している。このままの状態が推移すれば、人口減少や店舗老朽化が拍車をかけ、商店街や店舗の魅力は低下し賑わいがますます失われ、「商都まちだ」の存在意義は消滅してしまうことが懸念される。

このまま放っておけば、中心市街地や商店街への来街者がさらに減り、危機的な状況となることが目前に迫っており、町田市関係者全体で知恵を絞って町田市街地再生への道、「商都まちだ」の復活の取り組みを強化することが喫緊の重要課題と考える。

以下に、「これまで」の小売業、飲食業およびサービス業等の変遷データと、現在の町田市を取り巻く環境を踏まえ、町田市経営診断協会が考える「これからの」「商都まちだ」活性化案を提案する。

提案については、将来を予測することが困難な時代であり、また限られた条件のもとで検討したアイデアレベルの内容にとどまっている。これらを実施すれば活性化が保証されるというわけではなく、少なくとも検討・実施すべき取り組みの一部と考える。これらの提案をきっかけに「商都まちだ」を復活させる本格的な提案や取り組みが一層拡がることを期待する。

4.2 商都町田活性化へのご提案 1

・中心市街地活性化基本計画（認知）を策定する。
（上位計画「町田市中心市街地まちづくり計画」（2016）に沿った事業計画）
・毎年のフォローアップにより基本計画の目標達成状況を評価し改訂する。
・基本計画とフォローアップの資料を公開して市民の協力を得ながら遂行する。

中心市街地活性化基本計画認定制度

●計画期間：概ね５年以内

●計画内容

・基本的な方針、まちづくりの基本テーマ（中心市街地全体のブランド）

・定量的な数値目標

・中心市街地活性化のための個別事業計画

・推進体制

●毎年のフォローアップによる実績評価を公開し、必要に応じて計画修正

●個別事業が概ね予定通り完了している場合には、約７割の指標が改善されている

●中心市街地活性化基本計画認定市町村　152 団体（2022 年４月現在）

首都圏での中心市街地活性化基本計画の認定自治体

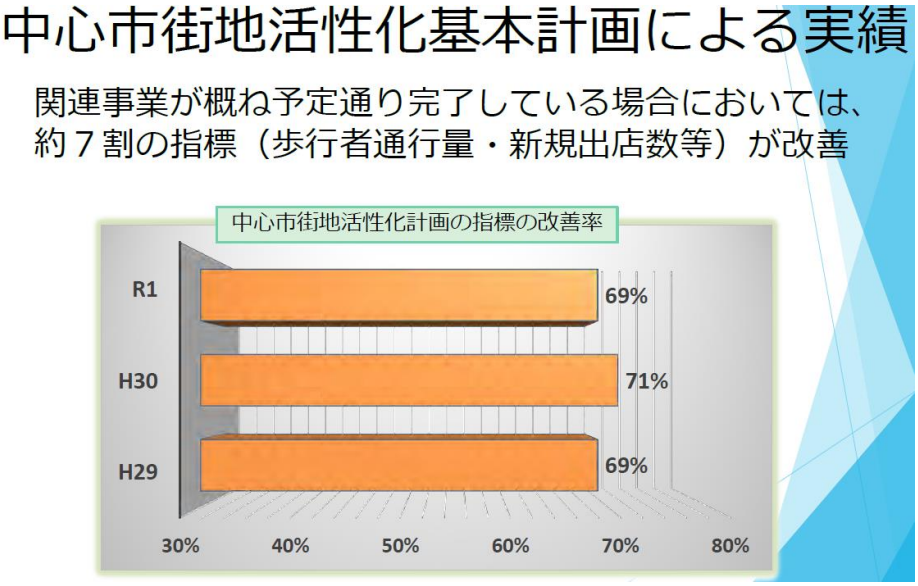
都道府県	都市	認定日
東京都	八王子市	2018/3/23
	府中市	2016/6/17
	青梅市	2016/6/17
神奈川県	小田原市	2013/3/29
埼玉県	川越市	2009/6/30
		2015/3/27
	寄居町	2018/3/23
	蕨市	2015/3/27
千葉県	千葉市	2007/8/27
	柏市	2008/3/12
		2014/3/28
	木更津市	2020/3/30

・川越市と柏市は、一期、二期の基本計画認定。

・八王子市は、当初市独自での基本計画を運用していたが目標達成が困難になり、その原因を分析して、基本計画を再策定して認定受けている。

中心市街地活性化基本計画の事例は、「R2 町田市中心市街地」を参照。

図表 4-2-1 中心市街地活性化基本計画の認定制度



出典：内閣府資料「中心市街地活性化制度について」より抜粋

https://www.chisou.go.jp/tiiki/chukatu/index.html

4.3 商都町田活性化へのご提案 2

「原町田シルク街」によるブランドづくり

「絹街道」「二・六市」で発展した歴史を持つ特徴を活かした地域ブランド

原町田地域の歴史

・1586 年に現在の原町田地域に「二の市」が開かれる。
　のちに「六の市」が加わって「二・六の市」としてにぎわう。
・明治時代に入り横浜港の開港によって生糸が主要な輸出品目となると、
　八王子から横浜を結ぶ「絹の道」の中継地として繁栄。
・1902 年の横浜線開通、1927 年の小田急線開通により、交通の要衝として発展。

「原町田シルク街（絹の道）」のコンセプト：

・**S**　（Shopping）　　買物をしたい街
・**I**　（Interesting）　　面白い街
・**L**　（Living）　　住みたい街
・**K**　（Knowledge）　　知りたい街

取組（案）

●「絹の道」石碑、「二・六の市」の碑を使った原町田の歴史をアピール
●まちだシルクメロンのような“シルク”ブランド新商品の展示・販売拠点づくり
●新しい「二・六の市」の定期開催による来街者の呼び込みを定着化
　商店街での特売、歩行者優先道路化、パークレット設置などに加えて、
　市立図書館、文学館、シバヒロなどでの協賛イベント開催で盛り上げる
●“シルク”をイメージした街並修景づくり
　「原町田中央通り　沿道空間をつかうためのガイドライン」の展開
　シルクのイメージ：高級、希少価値、美しい、美容と健康に良い
●原町田地域で交差する二つの古道（鎌倉街道・上道と山ノ道）沿いに活動範囲拡大
●「絹の道資料館」がある八王子市との連携

地域ブランドの成功事例：**小布施町**

・長野県内で最も面積の小さい自治体。人口：10,644 人、面積：19.12km

・年間１００万人の観光客が訪れる「小布施ブランド」

https://www.town.obuse.nagano.jp/town-development/

小布施ブランドづくりの経緯

・高度経済成長による都市部への人口流出：1950 年 1 万 1000 人⇒1970 年 9625 人。

・都市計画法を活用した宅地造成により、1972 年には人口が 1 万人に回復。

・1976 年「北斎館」建設　（宅地造成収益の活用）

「たんぼの中の美術館」と揶揄されたが、初年度に 3 万 4000 人の来場者。

・栗菓子屋などの民間企業が中心となり、レストランや商店が次々と開業。

来訪者を受け入れる新しいまちづくりが急速に進み、町並修景事業と景観意識が高まる。

歴史的建造物を再生し、周辺の店舗も景観に調和した建物に改築。

「内は自分のもの、外はみんなのもの」：住む人・訪れる人が心地よく過ごせる町並み。

・1990 年：「うるおいのある美しいまちづくり条例」

1992 年：「フローラルガーデンおぶせ」

2000 年：「おぶせオープンガーデン」現在 130 軒を超える民家などの庭が来訪者に開放

・1993 年：商工会地域振興部が中心となり、まちづくり会社「ア・ラ・小布施」を設立

地域にないものは自分たちでつくるという精神のもと、住民主体のまちづくり活動

・2003 年：「小布施見にマラソン」　県内外から毎年約 8000 人のランナーが参加

・2005 年：「平成の大合併」を選択しない「自立宣言」

・「4 つ（町民、地場企業、大学や研究機関、町外の志ある企業）の協働」

・2009 年：町立図書館「まちとしょテラソ」

2011 年にはデザインや運営が評価され、「ライブラリーオブザイヤー」を受賞

「東京理科大学・小布施町まちづくり研究所」が役場内に開設

信州大学、法政大学、東京大学先端科学技術センター、慶應大学との協働

2019 年から長野市やフィンランドのトゥルク市（フィンランドの元首都）との協働

・2012 年～2018 年：「小布施若者会議」

小布施町内外の若者による新しいまちづくりや事業創造、行政の協働の動きを応援

小布施町のキーワード

「栗と北斎と花の町」　「農業の町」　「歴史と文化の町」　「景観が美しい町」

「先進的なまちづくりが有名な町」　「協働と交流の町」

図表 4-3-1 小布施町の取組内容

北斎館

街並み「外はみんなのもの、内は自分たちのもの」　　「小布施若者会議」

オープンガーデン

出典：小布施まち歩きガイド

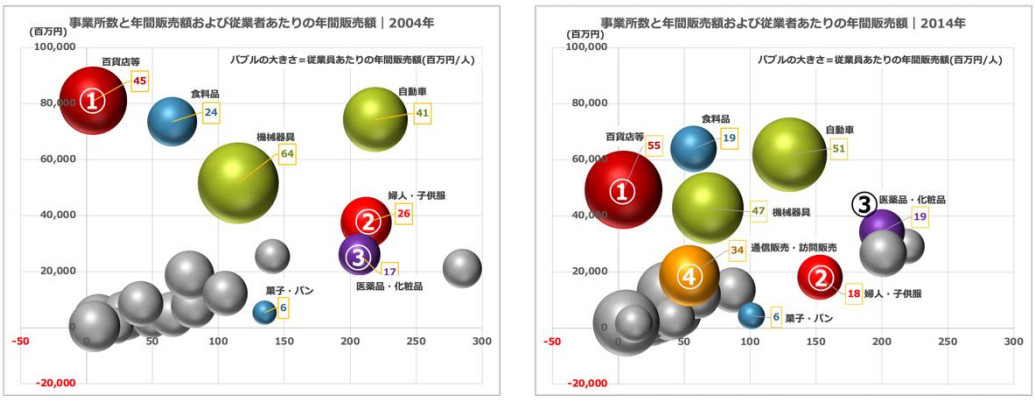
https://www.obusekanko.jp/walk-guide

4.4 商都町田活性化へのご提案 3

ネットとリアルが融合した、世界中の潜在顧客をターゲットとする「新た商都町田」の提案。

これからの街づくりを考えていくにあたり、ネット社会の影響を無視して考える訳にはいかない。図表 4-4-1 に示す通り 2004 年にはその存在すら定義されていなかった「④ 通信販売・訪問販売」の業種がわずか 10 年後の 2014 年には年間販売額で「② 婦人・子供服」を上回る規模に成長を遂げ、今後もさらに拡大を続けていくことが予測されている。

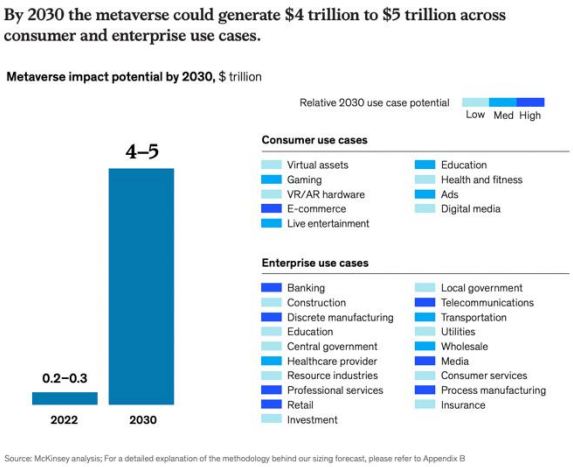
図表 4-4-1　町田市における小売業の変遷（2004 年対 2014 年）



出典：RESAS -まちづくりマップ｜事業所立地動向のデータを加工

ネット社会との融合とは、単にネット上に店を構えるということに留まらないことを意味している。その代表的な世界がメタバースであり、マッキンゼーの調査によれば 2030 年には 500 兆円規模に達する見通しと言われている。

図表 4-4-2　メタバース市場の拡大予測



出典：McKinsay & Company のレポートから引用

メタバース空間で世界のどこへでも瞬時に訪問できるようになるということは、そこにリアルの空間を再現している場合に於いて、単なるネット販売と大きく異なる。気軽にネット上で店員とコミュニケーションがとれるようになると、実際にリアルの店舗に行ってみたいと思う顧客も一定の割合で存在するようになる。
まだメタバースは黎明期にあるが、実際にリアル店舗を持つ小売店が既にメタバース空間にも店舗を構える事例が現れている。

図表 4-4-3　メタバースへの出店例

出典：デニム研究所

こうした店舗も個店で出店していると、実際にリアルの店舗に行ってみたいという思いが生まれても遠方であると足を運びづらいため、リアル店舗への集客は大きくは望めない。
今回は、こうしたユニークな個店をいくつかの商店街としてゾーニングを行い、ネットとリアルが融合した街として出迎えるよう発展させることを提案する。こうすることで、「街」に行ってみたいという欲求を作り出すことで、世界中の潜在顧客をターゲットとした「新たな商都町田」が誕生する。
推進にあたっては、賛同する出店者を支援する制度づくりを併せて提案する。
・１番宣言出店者優遇制度：店の特長を表す「１番宣言」を出店者の対象とする
・ゾーン支援者優遇制度：ゾーンを支援する者への優遇制度
その他、創業支援連携など、自治体を含めた関係機関のバックアップが望まれる。

4.5 商都町田活性化へのご提案 4

- まちめぐり、食べ歩きなど、「まち歩き」をしかけることで、「歩くのが楽しいまち」を体験・回遊していただき、賑わいと消費につなげる。

2019 年の町田中心市街地の通行量は、1998 年に比べ約 20%減少した。

回遊性は、人々の移動を促し、滞在時間を増加させ、購買行動をより活発化させることから、中心市街地の賑わいと消費の両面に大きく寄与する。

一方で、「商都まちだ」として栄えた町田駅周辺は、商業や歴史だけでなく芸術、文化、飲食など多様な地域資源が存在し、滞在を楽しむことができる稀有な歩行者空間である。

具体的には、内外のすぐれた版画作品、美術資料が収集保存されている「町田市国際版画美術館」、文学の魅力に出会う「文学館ことばらんど」、若者に人気のレトロな仲見世商店街、絹の道の最大の集落であった原町田中央通と「絹乃道」石碑、そして回遊イベント「異星人侵略の危機からの脱出」『まちだ謎解きゲーム』、町田の優れた逸品「まちだ名産品」など、歴史、芸術、飲食、文化などユニークな場所と取り組みが多い。

町田市ツーリストギャラリーを起点として、①謎解きコース、②歴史・芸術コース、③名産品コース、④欲張りコースなどのメニューを揃え、駅周辺を謎解き、食べ歩き、まち歩きしていただく。町田市内外の多様な世代に来街していただくため、デジタルとの融合を一層促進するとともに、一休みできるスポット、まちなか休憩所などの整備も必要と思われる。

図表 4-5-1 魅力的で多機能なウォーカブルなまち

4.6 商都町田活性化へのご提案 5

多摩モノレール町田延伸の機会と FC 町田ゼルビアの存在を活用し、商店街との関係強化で、市内外のサッカーファンを町田駅周辺商店街へ誘客する。

プロサッカーチームは、市民の生活と街に活力を与える「都市のシンボル的存在」と位置づけられ、市民は「地元の誇り」としてサポートする。プロサッカーは若者や女性から強くサポートされ、試合後に余韻に浸る。「消費の場」には、商店街が選ばれる。スタジアムに行けないサポータはパブリックビューイングで応援する。大分市（人口 44 万人、スタジアムまで JR 大分駅からバス約 30 分、経済波及効果約 34 億円/年）、新潟市、鹿嶋市など多くの都市が、サッカーファンを駅周辺商店街へ誘客し、地域経済活性化に成功している。

経済波及効果や都市ブランド効果を高めるには、町田の商店街と FC 町田ゼルビアの関係強化が重要である。具体的には、①中心市街地にパブリックビューイングできる場を整備する、②商店街と FC 町田ゼルビアは、ユニフォームなどの応援グッズや特産品を共同で企画・販売する、③商店街は、店頭での地元試合チェケット販売、試合当日における営業時間延長、商店街の雰囲気をゼルビアチーム色、キッチンカーの出店で協力する、⑤町田ゼルビアの選手には商店街のイベントに参加していただく、などの密な連携・協力が必要と考える。

図表 4-6-1 商店街と FC 町田ゼルビアとの関係強化

4.7 商都町田活性化へのご提案 6

大学との協業・連携、若者・学生の発想を商店街とまちづくりの活性化に活かす仕組みをつくり、来街者のニーズを満たす賑わいのある商店街へ。

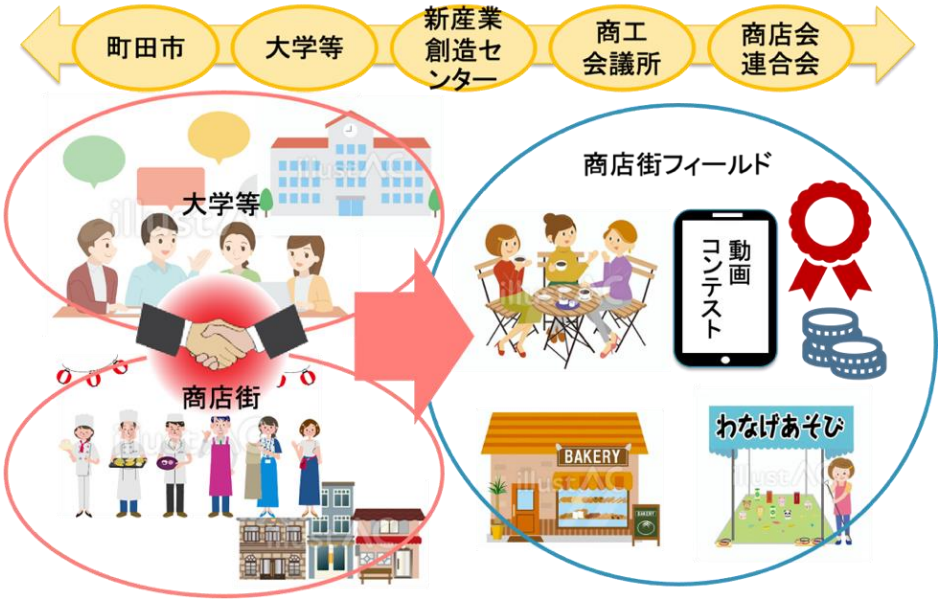
経済産業省中小企業庁が発行した、「商店街における取組事例集 2022」（地域の持続可能な発展に向けた商店街づくりのノウハウ集）の成功事例の共通点として、「大学との協働・連携」、「若者・学生が商店街まちづくりに参加」が挙げられている。

町田市におけるこれまでの活動として、株式会社町田新産業創造センターにおいて、法政大学を中心とした産学連携ワークショップや大学若手人材マッチングが行われてきた。また、「学生情報局さがまちバンバン」では「町田仲見世商店街」動画が配信され、商店街動画 Web 閲覧で上位を占めている。

今後は、大学発ベンチャー支援、都市・環境・経営関連研究室との懇談、商店街と学生をつなぐ持続可能な学生団体の設立が求められ、若者の柔軟な発想を商店街づくりに取り入れ、若者・学生による商店街をフィールドとしたプロジェクトの実施を提案する。

具体的には、①商店街活性化のための動画コンテストやアワードを主催すること、②空き店舗を改装し子どもが屋台を使って自由にまちづくりを行う「屋台遊び」、町田こども食堂等を検討すること、③商店街の雰囲気に魅力を感じた若者などが洋服店やカフェ、ベーカリーなどを起業できる仕組み、テナント誘致、などが考えられる。

図表 4-7-1 若者の発想を商店街づくりに活かす



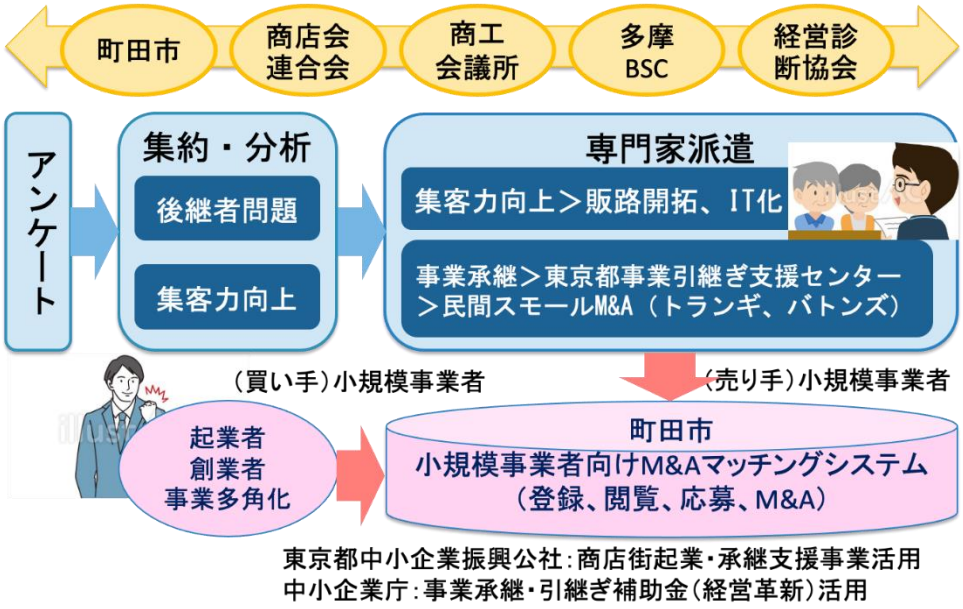
4.8 商都町田活性化へのご提案 7

- 町田市は他市に比べ廃業事業者率が高く、後継者問題が深刻である。
- 空き店舗・廃業になる前に専門家派遣で商店街店舗の減少を食い止める。

2021 年度全国商店街実態調査によれば、商店街の問題は、後継者問題 72.7%、店舗の老朽化 36.6%、集客力が高い店舗が少ない 30.3%である。後継者問題の 96.0%は、対策が講じられていない。49.9%は今後も退店（廃業）は増加すると回答している。

町田市のデータ分析の結果、他市に比べ廃業事業者率が高く、中心市街地、商店街における後継者不足や空き店舗のさらなる増加も予想されている。

町田商工会議所に拠点をおく、多摩ビジネスサポートセンターは、事業承継などの課題を抱える小規模事業者を対象に専門家派遣により、引き継げる体制づくり、承継者の選び方、承継者の教育、承継計画の作成などの経営支援を実施している。

M&A に関して、事業を売却したいがどのくらいで売れるのかわからない、事業引継ぎセンターに登録しても買い手が見つからない、スモール M&A 会社でも敷居が高く利用できない小規模事業者向けに簡易マッチングシステムの構築を提案する。空き店舗、廃業になる前に店舗引継ぎや新店舗開店で商店街店舗の減少を少しでも食い止めることができる。

図表 4-8-1 商店街店舗の減少を食い止める