

横浜市中区野毛町の飲み屋街における利用者の変移に関する研究
 ～空間や街、ライフスタイルの変化またメディアの語られ方による影響～

都市空間生成研究室
 1741095 鈴木 優花

野毛町 飲み屋街 ファサード
 Yokohama Walker 店舗更新 利用者変移

1. 研究の目的と背景

近年日本では若者の「酒離れ」、それに伴う酒文化や飲み屋の衰退は、留まるところを知らない。しかし、昭和の雰囲気を残す飲食店街が若い世代からの注目を集め新規店舗の参入が進んでいる。代表的な飲み屋街として知られる、横浜市中区野毛町（以下「野毛町」）でもまた、近年は若者客、特に女性客が増加していると言われている。

本研究は、空間調査である店舗更新比較、ファサード調査、メディア露出調査、老舗ヒアリング調査を通じて野毛町にどんな変化があったかまた、どのような要因を受けて利用者層が中高年男性から若者女性に変移したかを解明する。そこで本研究では利用者が変化したと言われる野毛町で街の何が変化したか、街の変化と共に、利用者の変移の要因を明らかにすることを目的としている。2000 年初頭まで中年男性が集う街として「おじさんの聖地」*1 と呼ばれるほどの飲み屋街であった野毛町がなぜ女性客や若者が多く利用するように変化したのか、これが研究の動機である。

2. 研究の方法

本研究は、昭和の雰囲気を残す代表的な飲み屋街として知られる野毛町の野毛本通りから北側の野毛小路に面している建物を対象として、若者向け新規店舗が新たに参入することで野毛小路における変化が生まれ利用者が変移したであろうという仮説に立っている。これを実証するため、次の順序で研究を進める。

- ① ゼンリン住宅地図を用いて 2000 年以降の野毛小路における年代別店舗更新の比較を調査分析する。
- ② ファサードから店舗の系統や傾向を分析するために野毛小路に面している店舗のファサード調査を行う。
- ③ Yokohama Walker における野毛町のメディア露出に着目して利用者変移の要因について調査分析を行う。
- ④ 野毛小路の老舗店主にヒアリング調査を行う。

3. 空間調査

3-1. 年代別店舗更新の比較

野毛地区の利用者の変化を考察するにあたり、店舗構成の変化が大きく影響していると考えられる。そこで、年代別店舗更新の調査を行う。調査した結果、居酒屋、バー、バル、ガールズバー、ゲイバーが増加し、蕎麦や中華料理屋等のその他飲食店、スナックが減少した。さらに、店舗更新比較を行ったところ蕎麦屋やラーメン屋などの食事処から酒類を提供する場に変化していることが分かった。

また、野毛小路全体的にビル化が進んでいるが空きテナントが多いことや同じ建物でもテナント数が増加していることからテナントスペースを分割化して小規模化していることが読み取れた。二階以上のフロアにガールズバーやゲイバーが増加していること、一階には居酒屋が増えていることが分かった。

表 1. 年代別店舗更新の比較

	2000年	2005年	2010年	2015年	2019年
①居酒屋	13	15	19	18	22
②スナック	7	6	8	6	3
③ガールズバー、ゲイバー	0	1	3	5	8
④バー、バル	10	10	6	14	15
⑤その他飲食店	13	16	13	8	3
⑥住宅	2	4	6	5	4
⑦オフィス	6	12	14	11	7
⑧生活関連サービス	6	7	6	3	5
⑨その他	7	8	7	5	7

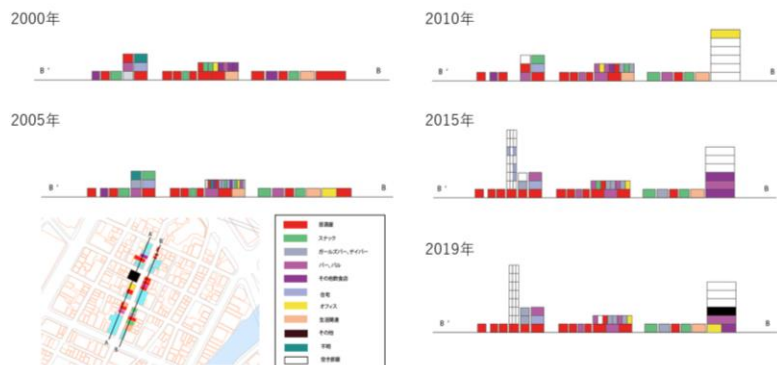


図 1. フロア別店舗更新比較

3-2. ファサード調査

野毛小路に面している一階部分のファサードの写真を撮り並べる。現在ある店舗のファサードを把握し、店の雰囲気や系統、規則性を明らかにする。また、野毛小路の新店舗のファサードが与える印象を明らかにするためファサード調査を行った。その結果、野毛の飲み屋街の雰囲気に合うような落ち着いた雰囲気の居酒屋が多く開業していたことや、景観を乱すようなひと際目立った奇抜なファサードもなかった。さらに、テラス席があるような若者女性向けの店舗が多く開業したわけではなく野毛の飲み屋街に合った店舗が多く開業していることが分かった。



図 2. ファサード調査

4. メディア露出調査

4-1. Yokohama Walker 調査

野毛町の利用者の変化を考察するにあたり、メディアでの露出の変化が影響していると考えられる。そこで、メディア露出の調査を行う。Yokohama Walker (以下 YW) を用いて野毛を年代、種類、紙面サイズで分類調査をする。表 2. では、黄色枠が大道芸、オレンジ枠が酒場巡りやはしご酒を示している。

調査結果として、「野毛町」を掲載する時のキーワード転換期が三つあることが分かった。①初期：1998年～2003年「小料理屋」②中期：2004年～2008年「大道芸」③後期：2009年～2019年「居酒屋」となっている。2013年に野毛町の街について 80 ページの特集が組まれていた。この野毛特集では、「新しい店が増え野毛の印象が変わり野毛食べ物横丁など誕生も女性進出を後押ししたことや「客として店主として女性が急増した。」ことが記載されており、野毛のまちが変化し女性客が増えたこと、そして客だけではなく店主としても女性が増えたことが分かった。また、「横丁が進化して復活」や「名物料理に会いたい」と記載されていたことから横丁や老舗が

トレンドになっていたことが分かった。

表 2. YW 調査 (転換期③)

刊行年	特集名	内容	紙面サイズ (cm)
2004年3月号		五彩 (焼肉)	半p
2004年4月号		大道芸	2p
2004年11月号	賑わう街	大道芸	18×12
2004年12月号	ニューオープン	la casa di MARCO	18×13
2005年4月号	屋敷る! 夜飲む!	大道芸	半p
2005年10月号	鳥創作料理	横浜かもん	6.5×4
2006年1月号	飲みに行きたいランキング	2位 野毛	15×6.5
2006年7月号	ニューオープン	炉端焼 うだつ	12.5×10
2006年12月号	宴会	野毛	18×7.5
2008年7月号	ニューオープン	Recafe	10×13
2008年10月号	ニューオープン	美健康倶楽部ふくらちゃん	10×13
2008年12月号	野毛の復興	野毛	1p
2009年2月号	ニューオープン	SOUP STOCK DINNING & BAR はな	18×13
2009年3月号	ニューオープン	うみとはたけ	10×13
2009年5月号	傳すお店	居酒屋 横浜 すさぎ	10×13
2009年9月号	ニューオープン	obscure(フレンチ)	10×13
2009年11月号	閉店までお得飲み	居酒屋 横浜 すさぎ	半p
2010年2月号	野毛で楽しむはしご酒		2p
2010年6月号	外飲みビールが最高		7×18
2010年6月号	ふらっと行きたい大人なバー	APOLLO COMPANY	9×13
2010年7月号	飲みのが姫盛り井	鳥どり	12×8
2010年8月号	ホルモンのうまい店に行こう	B級センター野毛☆大夢 (TIME)	11×10
2011年3月号	野毛飲みませんか?		6p
2012年6月号	ニューオープン	ジャズ喫茶ちくさ	10×13
2012年6月号	ニューオープン	韓国料理野毛とりとん	10×13
2012年7月号	ジモト愛	野毛	3p
2012年10月号	はしご酒	野毛ナイトハロウィンはしご酒	

5. ヒアリング調査

5-1 老舗ヒアリング調査

野毛飲み屋街の様子や利用者の実態を明らかにするため、老舗店主へのヒアリング調査を行った。その結果、若者経営者が増え野毛に若者の居場所をつくったことで女性客が既存店 (老舗等) のも魅力を見出したことが若者女性客増加の要因になっていることが明らかになった。また、若者客が増えたことにより店の雰囲気が騒がしくなった。以上から、より若者客がお店に入りやすくなり若者客が増える好循環が生まれたことが明らかになった。

6. 結論

本研究の調査より、食事処から酒類を提供する場へ特化したことが明らかになった。また、メディアで野毛の居酒屋が特集されるようになり、若者女性客が居酒屋に興味を持つようになった。加えて、野毛の酒場巡りについて掲載されたことにより酒場巡りやはしご酒に注目が集まり、若者女性客が野毛の飲み屋街に興味を持ち、野毛町に足を運ぶようになった。そして、様々な人と交流できる野毛らしさが客層を広げた一つの要因である。以上のことから野毛小路における変化が生まれ利用者が変化した。

注

1) 「はまれぼ.com」、「おっさんの聖地」野毛に女子が増えたのはなぜ? 2014年6月4日

参考文献

1) Yokohama Walker 1998,6~2019,12.