

街歩きで占う東京の新常態

点々



筆者は街歩きが趣味で、常に地図帳を持ち歩き、歩いた道をマーカーで塗っていく。東京23区のうち、既に中央、千代田、文京区を踏破。現在は都心の港・新宿区と、自宅のある杉並区を歩いている。マスク歩きは息苦しいが、経済の変化に気付くことも多い。

第一に、時間貸し駐車場の空き状況。4月は都心、住宅地を問わず、駐車場が空に近い状態だった。それが今は都心で7〜8割、杉並区でも半分程度埋まっている。企業の営業活動は回復しつつあるようだ。実際、駐車場管理大手パーク24の駐車場売上高は、4、5月に前年の60%台まで落ち込んだが、9月は90%近くまで回復している。

第二に、都心の昼間人口が減っていると感じる。例えば、都心の飲食チェーンでは、今でも平日のランチタイムに空席が目立つ。週末は新宿の混雑度が低下する一方で、吉祥寺や高円寺など郊外の商店街はにぎわっている。大手喫茶チェーンの9月の既存店売上高を比べると、郊外店

主体のコメダは前年比プラス1%、都心店も多いドトールは同マイナス28%である。

第三に、都心店舗間における来客数の格差。オフィスビル街の店舗は総じてすいているが、人気店には相変わらず行列ができ、そうでない店との格差がコロナ前よりも拡大した。昼間人口減少に伴う都心飲食需要の縮小と、感染対策としての店内飲食回避行動の影響なのだろう。また、六本木の大型商業施設（東京ミッドタウン）では、お盆の週末にカジュアルなフロアがにぎわう一方、高級ブランド店や和服・陶器店等を集めたフロアは閑古鳥が鳴いていた。訪日外国人数が前年比99%減を続けている状況では無理もない。

こうした都心の「空き」が示唆するものは二つある。まず、コロナ以前からの供給過剰問題。コンビニの出店競争、インバウンド狙いのドラッグストアやホテルの過密出店などである。既に関連企業は拠点数削減等の対策を講じている。

次に、ポストコロナの新常態にお

ける需要減。テレワークやオンライン○○の普及により、郊外―都心間の人の移動は感染収束後も元には戻らないだろう。IT企業が集積する渋谷区の空室率上昇が象徴的だ（昨年12月1・9%↓本年8月4・3%）。都心事業のビジネスモデルやビル開発の在り方には再検討の余地がある。既に鉄道大手は終電時刻の繰り上げを決定した。

新常態では、いわゆるデジタル需要以外でも、さまざまなリアル需要が生まれ得る。郊外ではテレワークに適した住宅、サテライトオフィスなどの需要や、個人サービスの需要が増えるだろう。一方、従来よりも少し静かになる都心では、地価が下がって高齢層や高度外国人材の居住が増えるかもしれない。将来における東京の形を花で表現してみよう。筆者は、昼間人口が都心に一極集中する「ヒマワリ型」から、都心・郊外それぞれで地元経済圏が有機的に発展する「ローズ型」に変わっていくと想像する。それは健康や環境の面からも望ましいと考える。