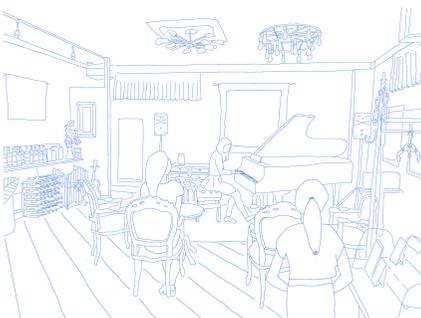


# COVID-19 拡大下における

## 飲食店の取り組みの記録

Records of attempts of restaurant  
under COVID-19 expansion



日本大学  
理工学部  
建築学科  
井本研究室



## 目次

### はじめに・調査概要

### 商店街・飲食店のプロフィール

幡ヶ谷六号通り商店街

六号坂通り商店街

十号通り商店街

笹塚十号坂商店街

広尾商店街

### 悉皆調査結果

第4回目緊急事態宣言下の営業状況

第4回目緊急事態宣言下のテイクアウト、デリバリーの実施状況

### インタビュー・実測調査結果

飲食店の営業状況

飲食店のテイクアウト・デリバリー・通販の実施状況

飲食店における感染対策のための取り組み

飲食店のテイクアウト・デリバリー・通販に必要な空間の分析

### まとめ

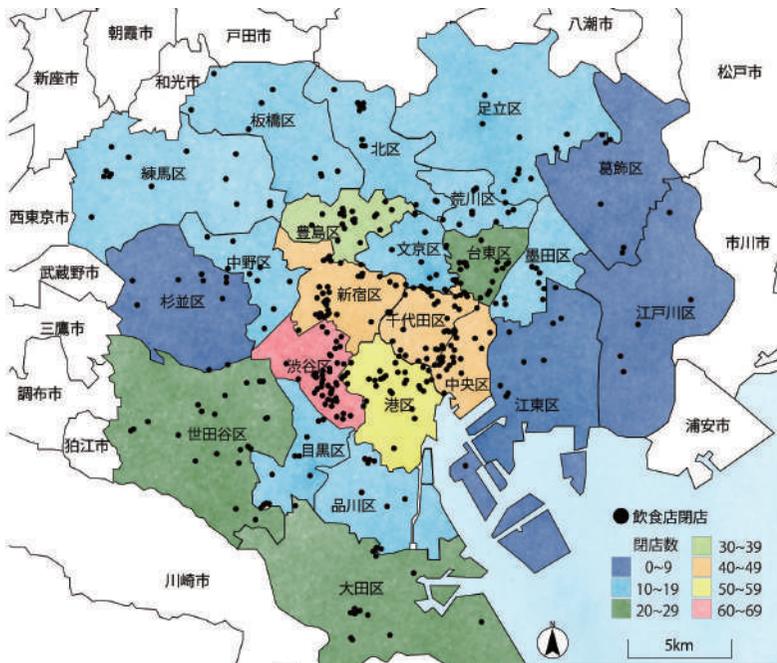
### 終わりに



## はじめに

新型コロナウイルス感染症拡大により、様々な業種が閉店や倒産するなどの被害を受けました。業種別では、飲食店における閉店が最も多く、2020年の東京都の飲食店閉店数は過去最多となりました。その中でも、渋谷区の閉店数が最も多く、前年度から8.4%増加していることが報告されています。

本調査は、新型コロナウイルス感染症拡大下において、時点営業や酒類提供の自粛要請が出され等の運営形態に大きな変更を強いられた飲食店を対象に、感染症対策及びテイクアウト等の取り組み、またそれに伴う空間の変化について明らかにした上で、飲食店の新しい役割を見出すことを目的として実施しました。



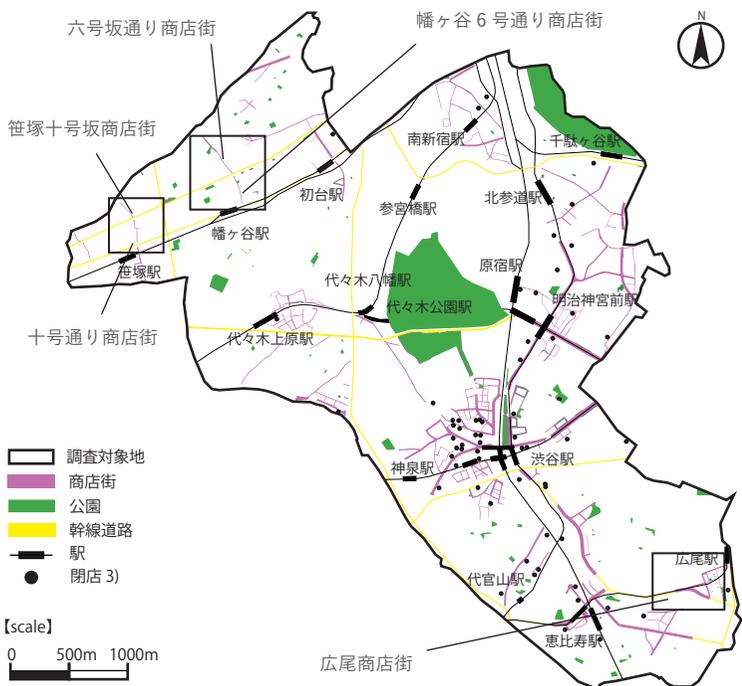
- 参考
- 株式会社帝国データバンク <<https://www.tdo.co.jp/tosan/covid19/pdf/tosan.pdf>> 2021年12月22日閲覧
  - Foodist Media 食の世界をつなぐWebマガジン <<https://www.inshokuten.com/foodist/>> 2021年9月14日閲覧
  - 東京編飲食店の閉店情報まとめ <<https://japan-crc.com/ccn/news4/20201224-2u>> 2021年3月25日閲覧
  - 国土地理院白地図 <<https://maps.gsi.go.jp/#11/35.697735/139.746094/&base=blank&ls=blank&disp=1&vs=c1j0h0k0l0u0t0z0r0s0m0f1&d=m>> 2021年5月6日閲覧

## 調査概要

渋谷区には60の商店街があり、渋谷駅周辺で飲食店の閉店が多い一方で、住宅地は閉店数が比較的少なくなっています。

本研究では、閉店数が比較的少ない住宅地に立地する幡ヶ谷6号通り商店街、六号坂通り商店街、十号通り商店街、笹塚十号坂商店街、広尾商店街の5商店街を対象として、悉皆調査とインタビュー調査及び実測調査を実施しました。

調査実施にあたっては、各商店街の代表者の皆様、各飲食店の皆様にご協力をいただきました。



- 参考
- 渋谷区まちづくりマスタープラン第6章 <[https://www.city.shibuya.tokyo.jp/kankyoto/toshi\\_keikaku/machi\\_mas.html](https://www.city.shibuya.tokyo.jp/kankyoto/toshi_keikaku/machi_mas.html)> 2021年8月27日閲覧



## 商店街・飲食店の プロフィール

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、商店街、飲食店は、様々な影響を受けていました。本章では、コロナ禍の状況や取り組み、苦労した点などを紹介します。

## 幡ヶ谷6号通り商店街



幡ヶ谷6号通り商店街は、幡ヶ谷駅から20mほど離れた都営住宅の多い住宅地に立地している。商店街を利用する方は、地元の方だけでなく、笹塚や幡ヶ谷などの自転車圏内の利用者もいる商店街となっている。

### コロナ禍の状況について

#### 商店街の取り組み

コロナ対策の取り組みではないが、災害時は食料を確保する工夫をしている。イベントの際に飲食店を出店しているため、緊急時の炊き出しにも慣れており、商店街として廃れないように考えている。

#### 商店街に与えた影響

毎年、商店街の六号ふれあい広場で六号祭りやビアガーデンを開催していたが、2021年は、コロナの影響により全て中止となっていた。

#### コロナの影響による客層の変化

遠方から自転車で来る人もいる。ウーバーイーツで注文するより、自分たちで買いに来る人が多いため、客層の変化はなかった。

#### 商店街の新規店舗と閉店状況

物販の新規店舗は減っており、サービスや飲食店が開店している。コロナによる飲食店の閉店は一件もないが、緊急事態宣言中に休業している飲食店は多かった。飲食店以外の店舗も売り上げが伸びることは少なく、現状維持となっていた。

#### コロナ禍に可能となったテラス席の設置状況

幅員が狭く、テラス席を設けると車や人が通れなくなってしまうため、テラス席を設置しなかった。六号ふれあい広場では、商店街としてのイベントは開催できるが、飲食店個人の活用はできない。



【scale】

0 100m



- |  |   |  |
|--|---|--|
|  レストラン |  居酒屋   |  カフェ  |
|  惣菜類   |  物販等   |  教育施設 |
|  都営住宅  |  公園・広場 |  |

## 六号坂通り商店街



六号坂通り商店街は、幡ヶ谷駅から700mほど離れた都営住宅の多い住宅地に立地し、駅から住宅地に向かって坂を下る商店街となっている。地元の方が利用する商店街となっている。

### コロナ禍の状況について

#### 商店街の取り組み

東京都や渋谷区から補助が出る前に、アルコール消毒液やティッシュを率先して配布していた。マスクも購入して配布しており、補助が始まった6月ごろまでは、商店街で工夫して支援していた。

#### 商店街に与えた影響

毎年、餅つき大会、新年会、総会を開催していたが、コロナの影響で全て中止となった。

#### コロナの影響による客層の変化

コロナの影響で、渋谷駅周辺の都心部に行かず、地元を利用する方が増えていた。お店によっては、在宅になったことで、お客さんが今まで以上に増えた店舗もあった。

#### 商店街の新規店舗と閉店状況

新規店舗は、自転車屋、餃子屋、コインランドリーが開店した。コロナの影響で自転車通勤が増えたため、少し高級な自転車屋が開店し、商店街で試乗している人も見られた。現在は空き店舗がなく、全て店舗が入っている。

#### コロナ禍に可能となったテラス席の設置状況

幅員が狭く、テラス席を設置すると車や人が通れなくなってしまうため実施できない。コロナとは関係ないが、誰でも休憩できるように、公園に机と椅子を設置していた。



【scale】

0 100m



- |   |       |   |       |   |      |
|---|-------|---|-------|---|------|
|  | レストラン |  | 居酒屋   |  | カフェ  |
|  | 惣菜類   |  | 物販等   |  | 教育施設 |
|  | 都営住宅  |  | 公園・広場 |   |      |

## 十号通り商店街



十号通り商店街は、笹塚駅から80mほど離れた都営住宅の多い住宅地に立地している。地元や遠方の方も利用し、若者から高齢の方まで、幅広い年齢層が利用する商店街となっている。

### コロナ禍の状況について

#### 商店街の取り組み

2020年の商店街の付加金を2割引きにしていた。年度末には、アクリル板や二酸化炭素濃度測定器、アルコール消毒液などを配布していた。また、商店街で環境に良いテイクアウト用のビニール袋を飲食店に配布していた。

#### 商店街に与えた影響

笹塚、幡ヶ谷、初台にある10商店街を歩いてキーワードを探すイベントは2021年も開催予定となっていた。商店街の広場でプロレスのイベントやハロウィンのイベントを開催していたが、2021年は中止となった。イベントができない代わりに、区からの補助金を利用して、イルミネーションを実施した。商店街を明るくして、お客さんを増やす工夫をしていた。

#### コロナの影響による客層の変化

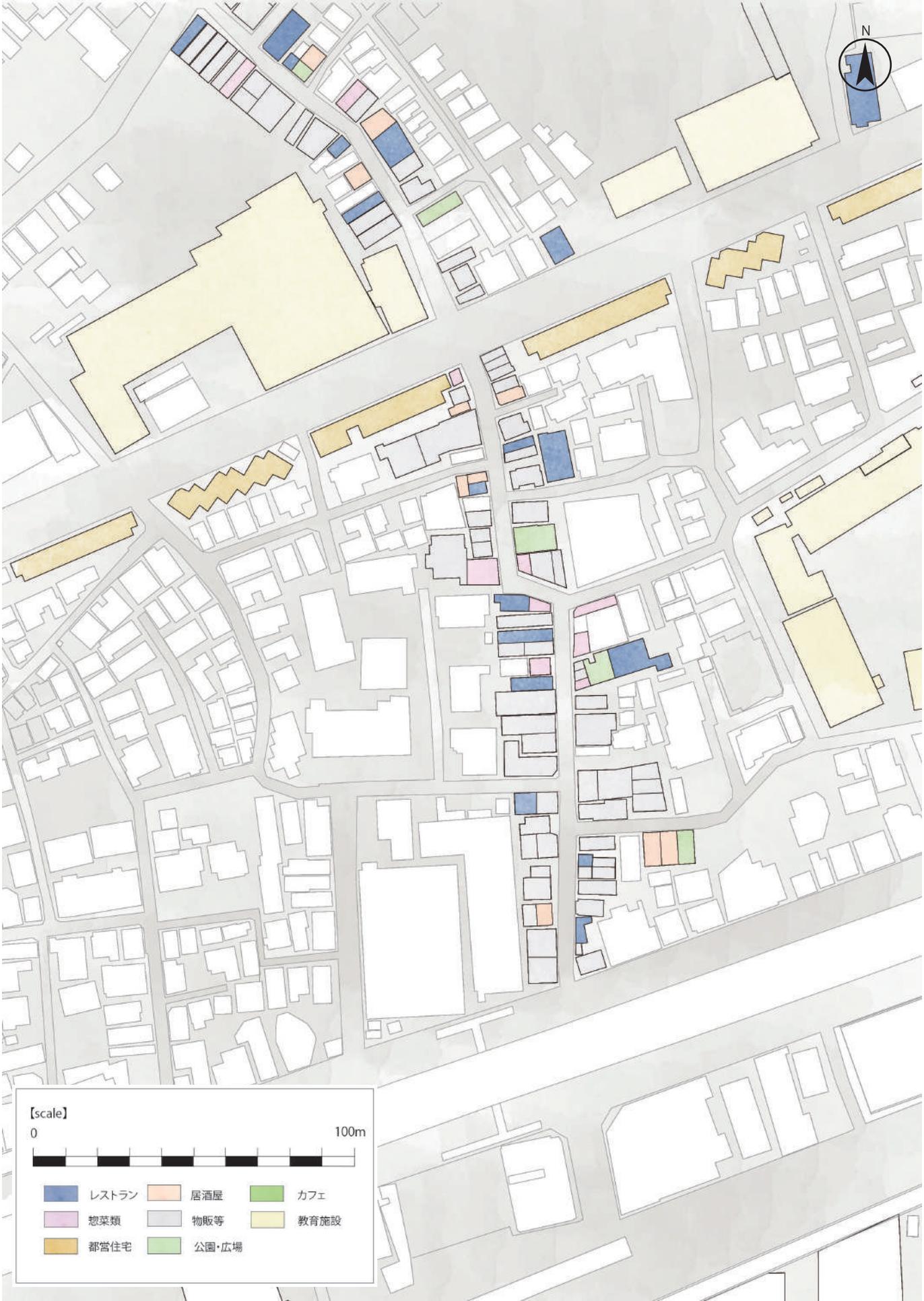
お店によってお客さんが減っていた。一方、大規模量販店を利用して人が商店街を利用するようになり、商店街が人で溢れかえっていたという情報もあった。渋谷駅などの都心部に行かず、笹塚、幡ヶ谷で買い物する人が増えていた。

#### 商店街の新規店舗と閉店状況

新規店舗は、おにぎり屋、総菜屋などの持ち帰りの店舗とマッサージ等の店舗となっていた。コロナとは関係なく閉店した店舗があり、テナントとして貸す予定となっている。

#### コロナ禍に可能となったテラス席の設置状況

飲食店を支援するために、居酒屋がテラス席のような場所を作り、路上飲みとして営業する案を推奨したが実施していない。また、屋外で飲食することについては、ゴミ問題に配慮できるなら良いと考えている。



【scale】



100m

- |  |       |   |       |   |      |
|--|-------|---|-------|---|------|
|  | レストラン |  | 居酒屋   |  | カフェ  |
|  | 惣菜類   |  | 物販等   |  | 教育施設 |
|  | 都営住宅  |  | 公園・広場 |   |      |

## 笹塚十号坂商店街



笹塚十号坂商店街は、笹塚駅から350mほど離れた都営住宅の多い住宅地に立地し、駅から住宅地に向かって坂を下る商店街となっている。地元の方が利用しており、若者の利用が少ない特徴がある。

### コロナ禍の状況について

#### 商店街の取り組み

コロナが流行し、飲食店がテイクアウトを開始するのであれば支援しようと考え、弁当用のビニール袋を作り、商店街の飲食店に配布していた。

#### 商店街に与えた影響

花をプレゼントするイベントや、広場で集まるイベント、子ども達に遊んでもらう屋台、ハロウィンなどを開催していたが、コロナにより人が集まるイベントは全て中止となった。イベントができない代わりに、投票箱を七月に実施した。

#### コロナの影響による客層の変化

商店街の利用者は増えることはなく、全体的に減っていた。飲食店が休業していることもあり、19時以降は商店街を通行する人が少ない状況となっていた。

#### 商店街の新規店舗と閉店状況

新規店舗は、サンドイッチ屋、ネイルサロンとなっている。コロナによる閉店はなく、緊急事態宣言中は休業している店舗が多かった。

#### コロナ禍に可能となったテラス席の設置状況

テラス席の設置については、話題になっていない。商店街の事務所の隣が広場になっており、休憩や飲食できるようになっている。小さな広場だが50年前からあり、歴史のある広場となっている。今まで、広場でコーヒーを飲んでいる人がいたが、コロナを機にお弁当を食べている人を見かけるようになった。



【scale】

0 100m



- |  |       |   |       |   |      |
|--|-------|---|-------|---|------|
|  | レストラン |  | 居酒屋   |  | カフェ  |
|  | 惣菜類   |  | 物販等   |  | 教育施設 |
|  | 都営住宅  |  | 公園・広場 |   |      |

# 広尾商店街



広尾商店街は、広尾駅に隣接し、住宅地に立地している。商店街の範囲が広く、複数の街路で構成されているため、商店街を歩きまわられるような特徴となっている。商店街は、地元の方だけでなく、自転車圏内の方も利用し、イベントの際に遠方から観光で来る人もいる商店街となっている。

## コロナ禍の状況について

### 商店街の取り組み

渋谷区商店街連合会から消毒液などは希望者に支給されていたが、商店街から使い捨てのマスクを2箱ずつ飲食店に配布していた。また、全店舗に商店会費3ヵ月分のお見舞金を渡していた。飲食店以外にもマスクやお見舞金を渡すなど、全店舗を平等に支援していた。

### 商店街に与えた影響

商店街の二台イベントである大鯨祭りと広尾フェア、他にも広尾打ち水大作戦、広尾・氷川例大祭など、多くのイベントを毎年開催していたが、コロナにより全て中止となった。イベントができない代わりに、年末に福引を実施した。

### コロナの影響による客層の変化

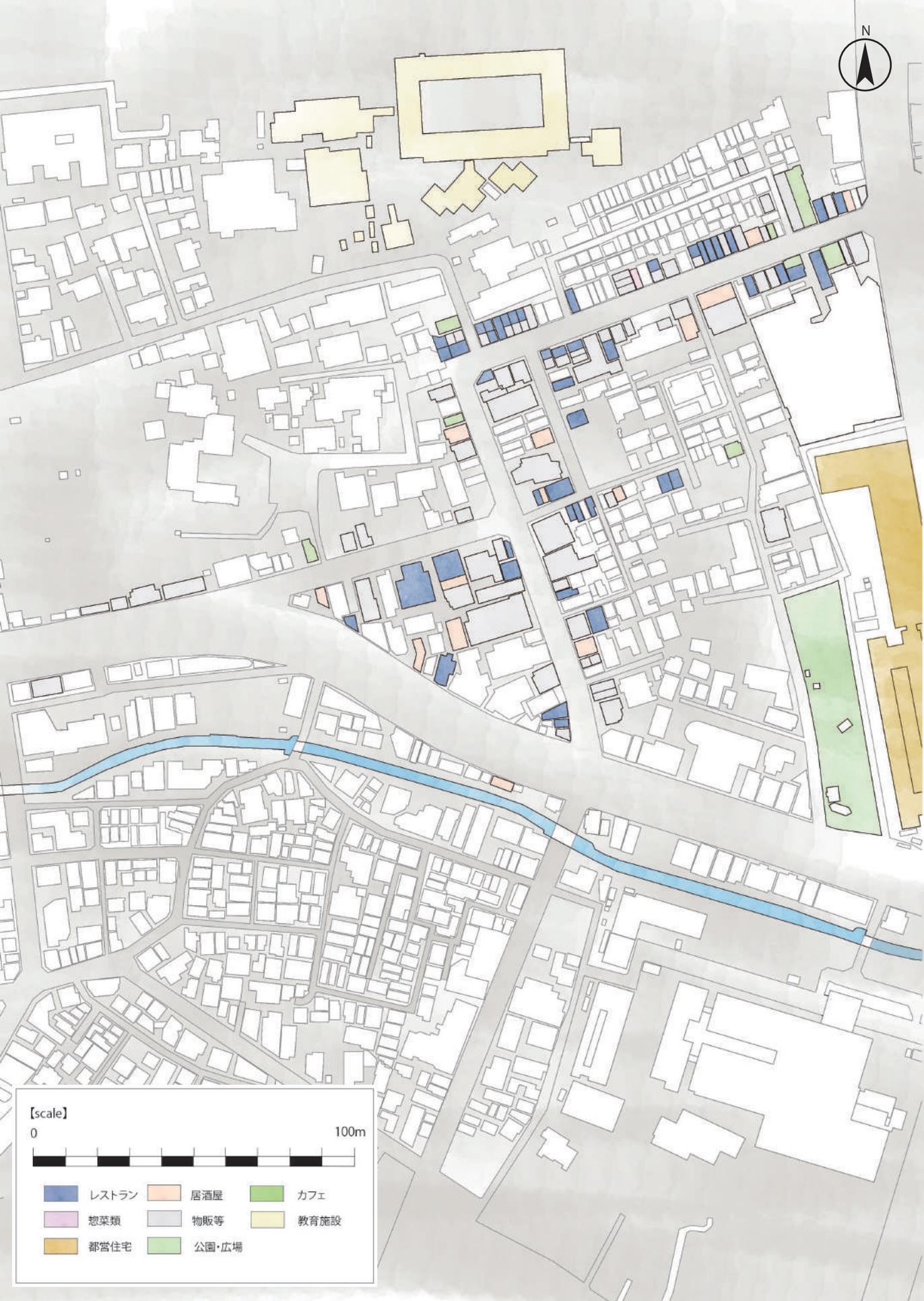
1回目の緊急事態宣言時は、人が増えていた。2回目、3回目の緊急事態宣言時は人が減り、7月以降は極端に人が減っていた。働きに出ていた人たちが、在宅ワークになったことで、商店街を利用する等の変化が起きていた。

### 商店街の新規店舗と閉店状況

新規店舗は、おかゆ、美容室、エステ、動物病院、ネイルサロン、飲食店など、様々な店舗が開店している。現在の空き店舗はない状況となっている。

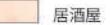
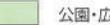
### コロナ禍に可能となったテラス席の設置状況

テラス席を実施しているのは1店舗のみとなっている。設置できている店舗は、明治通りにあり、都道で幅員が広いため実施できているが、商店街の道路は区道のため狭く、実施できない状況となっている。



【scale】

0 100m

- |  |       |   |       |   |      |
|--|-------|---|-------|---|------|
|  | レストラン |  | 居酒屋   |  | カフェ  |
|  | 惣菜類   |  | 物販等   |  | 教育施設 |
|  | 都営住宅  |  | 公園・広場 |   |      |

## ラーメン屋

アクリル板の設置ではなく、  
空気清浄機などを導入して  
感染対策を行っていた。

コロナの影響もあり、長期間休業  
していたため12席から座席を変  
更していない。

アルコール消毒液  
の設置

### 飲食店の概要

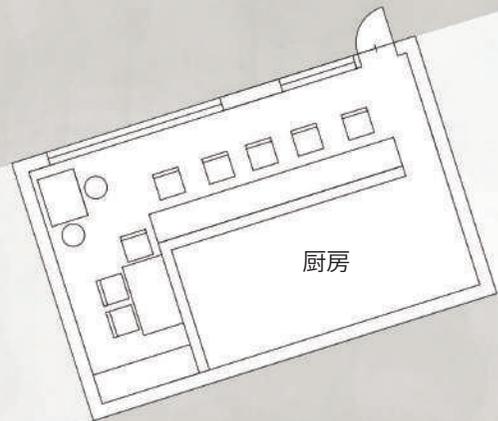
従業員数：1名 客席数：12席  
営業時間：12時～14時、18時～21時  
(緊急事態宣言中は休業)  
開業年：2010年開業

### コロナ禍の取り組み

コロナ禍になり、テイクアウトを開始した。店内  
で営業する際は、冷房や空気清浄機の導入、アル  
コール消毒液を設置して感染対策を行っていた。  
お店の方針として、お客さんとのコミュニケー  
ションを大切にしており、休業中もコミュニケー  
ションを取る工夫をしていた。

### 今後の課題

休業期間が長かったため、従来通りの営業スタイル  
に戻ることが課題となっている。



建物内を通り抜けることのできる通路に立地  
しており、隠れ家のようなお店となっている



# ピザ屋

アクリル板が必要ないように、着席するグループ数を減らしていた。

テーブル席には、1組みが座るように案内し、感染対策を行っていた。

## 飲食店の概要

従業員数：2名 客席数：52席（コロナ禍46席）

営業時間：17時～2時

（緊急事態宣言中は16時～20時）

開業年：2014年開業

## コロナ禍の取り組み

コロナ流行前からテイクアウトを実施していたが、コロナを機にテイクアウト用の看板を作り、専用の段ボールを用意するなどして、テイクアウトを強化していた。店内で営業する際は、検温機やアルコール消毒液を設置して感染対策を行っていた。また、出来るだけアクリル板が必要ないように、着席するグループ数を減らしていた。

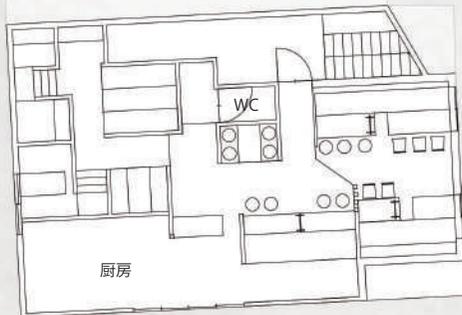
## コロナ禍の苦勞

東京都の要請に従い、申請の手続きに時間を費やしたことで、他の作業に時間を当てることができず、苦勞していた。

## 今後の課題

コロナが収束してから苦勞すると考えている。お客さんも在宅意識になり、来店しないことも考えられるので、新しいことに挑戦することが課題となっている。

商店街のメイン通りにあるビルの2階に立地していて、落ち着いた雰囲気のお店となっている。



# イタリアンレストラン



机に何も置かないと寂しいため、植木を設置した。

コロナ流行前は2名席が2つあったが、ソーシャルディスタンスを意識して、間にテーブルを置き距離を取るようになっていた。

長くて固定できる特注サイズのアクリル板を設置。隣に座る人との感染対策も考慮して設置していた。アクリル板があることで、料理がセパレート以外出せないなどの問題が生じていた。

## 飲食店の概要

従業員数：4名 客席数：22席（コロナ禍14席）  
営業時間：11時30分～23時（緊急事態宣言中は11時30分～15時18分～21時）  
開業年：2014年開業

## コロナ禍の取り組み

店内の利用が減り、座席数も減らしているため、その分を補うためにテイクアウト、デリバリーを開始した。店内で営業する際には、特注サイズのアクリル板を作り感染対策を徹底していた。また、個室をブティックのスペースに変更するなどの工夫をしていた。

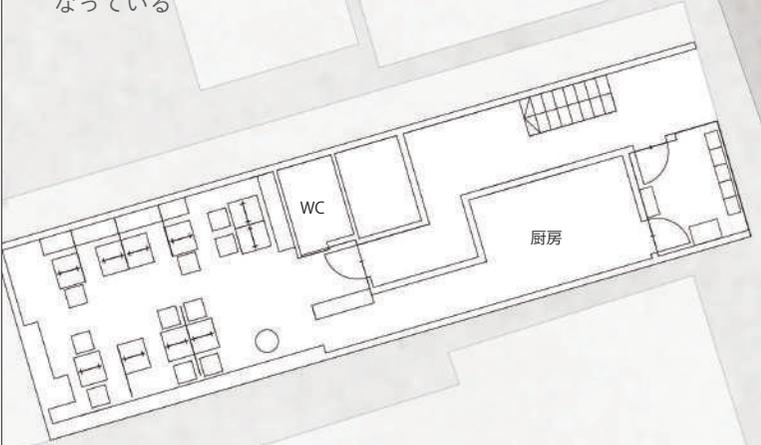
## コロナ禍の苦勞

コロナが収束してから苦勞すると考えている。外出自粛に慣れてしまい、外食する人が増えることは考え難いため、これから更に苦勞するのではないかと考えている。

## 今後の課題

人の流れが戻るように、新しいことを始める必要があると考えている。SNSのアカウントをレストランと物販で分けて、それぞれ違うことを案内しようと考えている。

商店街のメイン通りにあり、入口からは物販のスペースが見えるようになっている。建物奥に入口があり、隠れ家のようなお店となっている



# 和食処



感染対策のため、アクリル板を設置

提供する料理によって、お客さんに負担をかけてしまうため、リクエストがある場合に、テーブル席にアクリル板を設置していた。

混雑時にカウンター席を1席取り除くことはしていたが、常に座席を減らすことはしていない

## 飲食店の概要

従業員数：6名 客席数：27席（コロナ禍19席）

営業時間：11時30分～14時30分、

17時30分～22時（東京都の要請に従う）

開業年：2014年開業

## コロナ禍の取り組み

コロナ禍にお弁当や惣菜のテイクアウトを開始した。さらに、業態転換という形で、インターネットで佃煮を販売することになり、作業場所に変更する工事を実施した。外出自粛要請により、店内の利用が減少したことで、通販を開始するきっかけとなっていた。店内の感染対策においては、混雑時にカウンター席の座席を1席取り除くことや、リクエストがある際にアクリル板を設置するなどして感染対策を行っていた。

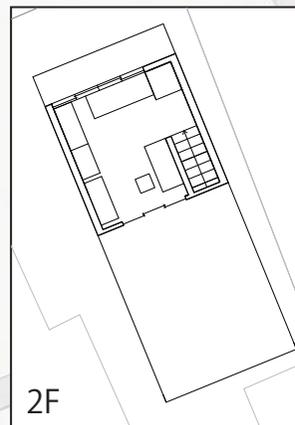
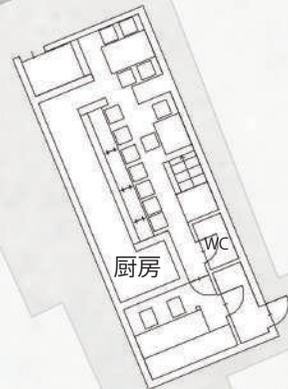
## コロナ禍の苦労

外出自粛要請で、会社の接待等がなくなり、店内の利用が減少したことで苦労していた。そのため、通販などの新しい取り組みを実施していた。

## 今後の課題

コロナの影響で、人々意識や生活様式が変化したため、飲食店も新しいものを取り入れていく必要がある。自分たちの店で核としているものを大切にして、磨いていくことが課題となっている。

商店街のメイン通りを曲がった場所に立地している。古民家のような雰囲気のあるお店となっている。



# 大衆酒場



厨房と客席の間にビニールシートを設置したことにより、声や視界が遮られるなどの問題が生じていた。

アクリル板を設置し、感染対策を可視化していた。

お客さんに感染対策をアピールするために座席を減らして感染対策を行っていた。

## 飲食店の概要

従業員数：6名 客席数：27席（コロナ禍 20席）

営業時間：17時～0時

（緊急事態宣言中は、11時30分～14時）

開業年：2015年開業

## コロナ禍の取り組み

緊急事態宣言により、酒類の提供ができず店内の営業ができない状況となっていた。従業員のモチベーションを維持するために、料理の試作を繰り返して、テイクアウトを開始した。店内で営業する際は、座席数の変更やアルコール消毒液の設置、ビニールシートを設置して感染対策をしていた。

## コロナ禍の苦労

酒類の販売ができないことでかなり苦労していた。時短営業していた理由も、酒類が提供できないことが関係している。

## 今後の課題

飲食店は対人のサービスで、コロナにより様々な制限があり、今まで通りの営業ができないことが課題となっていた。



商店街のメイン通りにあり、通路から店内が見渡せるようなお店になっている。



## 立ち飲み屋

アクリル板を設置するのではなく、出入り口を開放することで、換気の良い半屋外のような空間として営業していた。

緊急事態宣言時は座席数を減らしており、夜の営業時は4席で営業していた。6月ごろから座席を全て撤去し、スタンディングで営業していた。

### 飲食店の概要

従業員数：2名 客席数：8席（コロナ禍は座席なし）

営業時間：平日は16時～22時、土日は8時～18時

開業年：2021年4月開業

### コロナ禍の取り組み

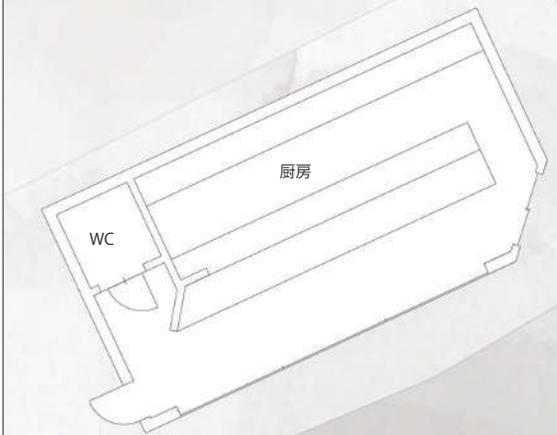
お店のコンセプトとして飲める総菜屋にしたかったため、テイクアウトを実施していた。また、朝ごはんを七時から実施している。朝ごはんを食べに来店し、家に戻りテレワークをする人がいるため、人々のライフスタイルが変化しているのではないかと考えていた。店内で営業する際は、アクリル板を設置するのではなく、出入り口を開放することで、換気の良い半屋外のような空間として営業していた。

### コロナ禍の苦労

酒類を提供できないことで苦労していた。お酒が必要な業態なので、お酒がないと場所としてどうなのかと考えていた。協力金が出ているため、テイクアウトだけでも売り上げ自体は良いけれど、それに意味があるのかという疑問がある。その時期は、料理をたくさん作られて嬉しいけど、疲弊する感じがあり、テイクアウトは疲れるわりに売り上げが立たないため苦労していた。

### 今後の課題

コロナによる課題は特にない。店内の受け入れ人数を増やしたいと考えており、窓際の棚も机にして、立ち飲み屋にすることが今後の課題となっていた。



商店街のメイン通りにあり、通路側から店内、厨房が見渡せるようなお店になっている。



## やきとん屋

アクリル板は、コミュニケーションを取る際に弊害となることや、その他の感染対策を徹底しているため設置してない。

ソーシャルディスタンスを意識して、椅子を6席取り除いて営業していた。座席を減らしている期間は、テイクアウトを実施していた。

### 飲食店の概要

従業員数：1名 客席数：11席（コロナ禍5席）  
営業時間：平日17時～22時、土日16時～21時  
（東京都の要請に従う）  
開業年：2018年開業

### コロナ禍の取り組み

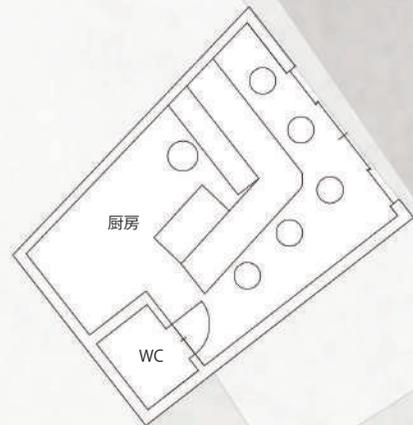
外出自粛要請により、お客さんが自宅で飲食できるようにテイクアウトを開始した。また、常連のお客さんの集合場所や憩いの場でもあるため、コミュニケーションを取る工夫やインスタなどで情報発信して連絡を取る工夫をしていた。休業中も、営業再開に向けて料理の仕込みをして、常連の方に味の確認をしてもらうなど、これまでと変わらない料理を提供できるように工夫していた。店内で営業する際は、ソーシャルディスタンスを意識して、座席数を減らしていた。

### コロナ禍の苦勞

緊急事態宣言が直前に発令されるため、食材の管理や準備で苦勞していた。日々変わるものに苦勞していた。

### 今後の課題

今まで金曜日に都心で飲食していた人が、近所で過ごすことも考えられるため、定休日を考える必要がある。また、コロナにより常連のお客さんと集まる機会が少なかったため、お店主体のイベントを開催したいと考えている。



商店街の坂を下る途中に立地している。通路側から店内を見渡すことができるお店となっている。



# 居酒屋



アクリル板を設置しているが、声が遮られるため、斜めに座るようにして感染対策をしていた。

コロナ流行前から、来店時の人数に合わせて客席を変更していたため、コロナ禍に新しく変更はしていない。

感染対策のため、アルコール消毒液を設置している。

## 飲食店の概要

従業員数：4名 客席数：28席

営業時間：17時～1時（緊急事態宣言中は17時～20時）

（東京都の要請に従う）

開業年：1967年開業

## コロナ禍の取り組み

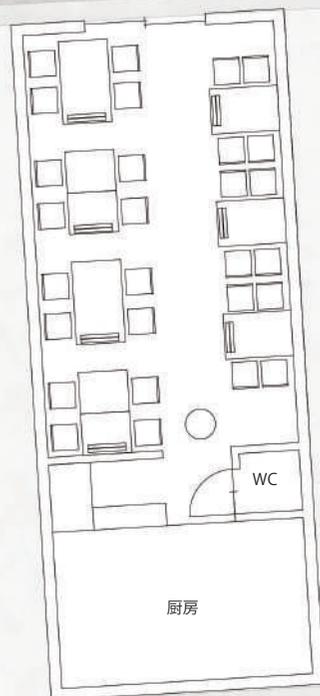
東京都の要請に従い、緊急事態宣言中は休業していた。また、店内の営業だけでなく、テイクアウトを開始していた。その他にも、店内の設備を整える工夫をしていた。特に、営業時の感染対策に力を入れており、検温やアルコール消毒、アクリル板の設置など、感染対策に必要な基本の部分徹底していた。また、アクリル板によって声が遮られるため、斜めに座るようにして感染対策をしていた。

## コロナ禍の苦勞

緊急事態宣言により、休業している期間が長く、お客さんが戻ってこないため苦勞していた。そのため、お客さんに声をかけることや常連に電話するなどして、人が戻るように工夫していた。

## 今後の課題

常連が少しずつ戻ってきているため、課題は特にない。飲食店としては、和気藹々とした、憩いの場を目指している。



商店街のメイン通りを曲がった場所に立地している。落ち着いた雰囲気のあるお店となっている。



## 炭火焼き屋

客席の間隔が離れているためテーブル席は減らすことなく営業していた。カウンター席に人を入れることで密になるため、カウンター席には入れず、満席の場合も4卓で営業していた。

炭火焼きのお店のため、アクリル板の設置は難しいが、着席する人数を減らすことで感染対策を行っていた。

### 飲食店の概要

従業員数：2名 客席数：20席（コロナ禍14席）

営業時間：18時～24時（緊急事態宣言中は17時～21時）

（東京都の要請に従う）

開業年：2004年開業

### コロナ禍の取り組み

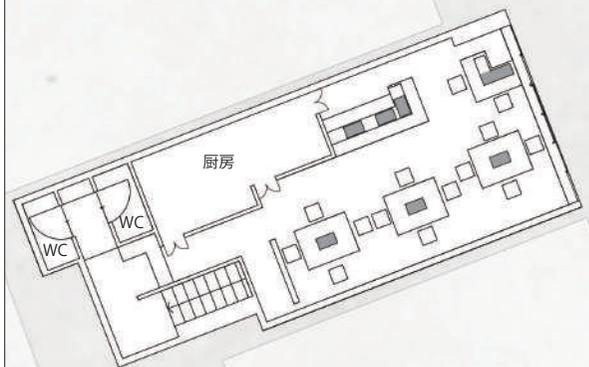
夜の営業ができなため、2020年6月ごろからテイクアウトを開始した。またデリバリーも開始している。さらに、通販を開始するため、惣菜免許の営業許可証と冷凍業の免許を取得し、お店の料理をオンラインで販売した。その結果、常連だけでなく遠方の方も購入するようになった。店内で営業する際には、座席数を減らし感染対策を行っていた。

### コロナ禍の苦労

GOTOが始まると飲食店のやることが多く苦労していた。テイクアウトや通販も最初は苦労したが、商店街の方や常連など、色々な方がラインオフィシャルなどを通じて応援してくれたため、頑張ることができた。

### 今後の課題

情報発信力がこの時代になって重要だと考えた。SNSを積極的に活用し、自分で発信する力を持たないと客が来ないことを実感した。



商店街のメイン通りを曲がった場所に立地するお店となっている。ビルの二階にあり、隠れ家のような雰囲気がある。



# カフェ

テーブル席は離れているが、机を組み合わせ着席するグループ数を限定していた。

アルコール消毒液を設置していた。

アクリル板等の設置ではなく、換気に重点を置いていた。



## 飲食店の概要

従業員数：2名 客席数：10席

営業時間：9時～17時

(東京都の要請に従う)

開業年：2015年開業

## コロナ禍の取り組み

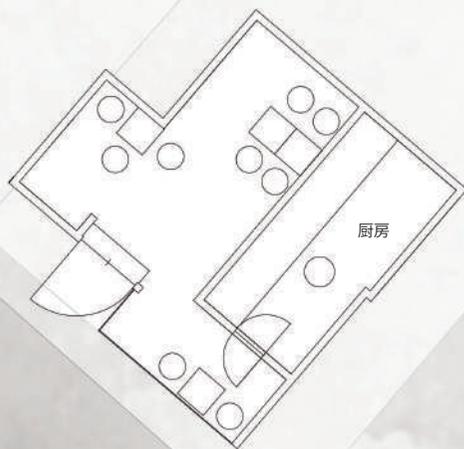
カフェのため、コロナ流行前からテイクアウトを実施していた。コロナ禍にデリバリーの案内が来たので、短時間で淹れたてのコーヒーを届けるのも良いと考えて開始した。カフェ自体は、コロナの影響をあまり受けていないため、特別な取り組みはしていないが、換気や座席のレイアウト変更等による感染対策をしていた。

## コロナ禍の苦勞

カフェは、今までの方が苦しかった。逆に在宅ワークになってからの方がお客さんが増えていた。テイクアウトのお店は、コロナで需要があるため、増えることはあっても、コロナの影響で減る理由がない状況になっていた。

## 今後の課題

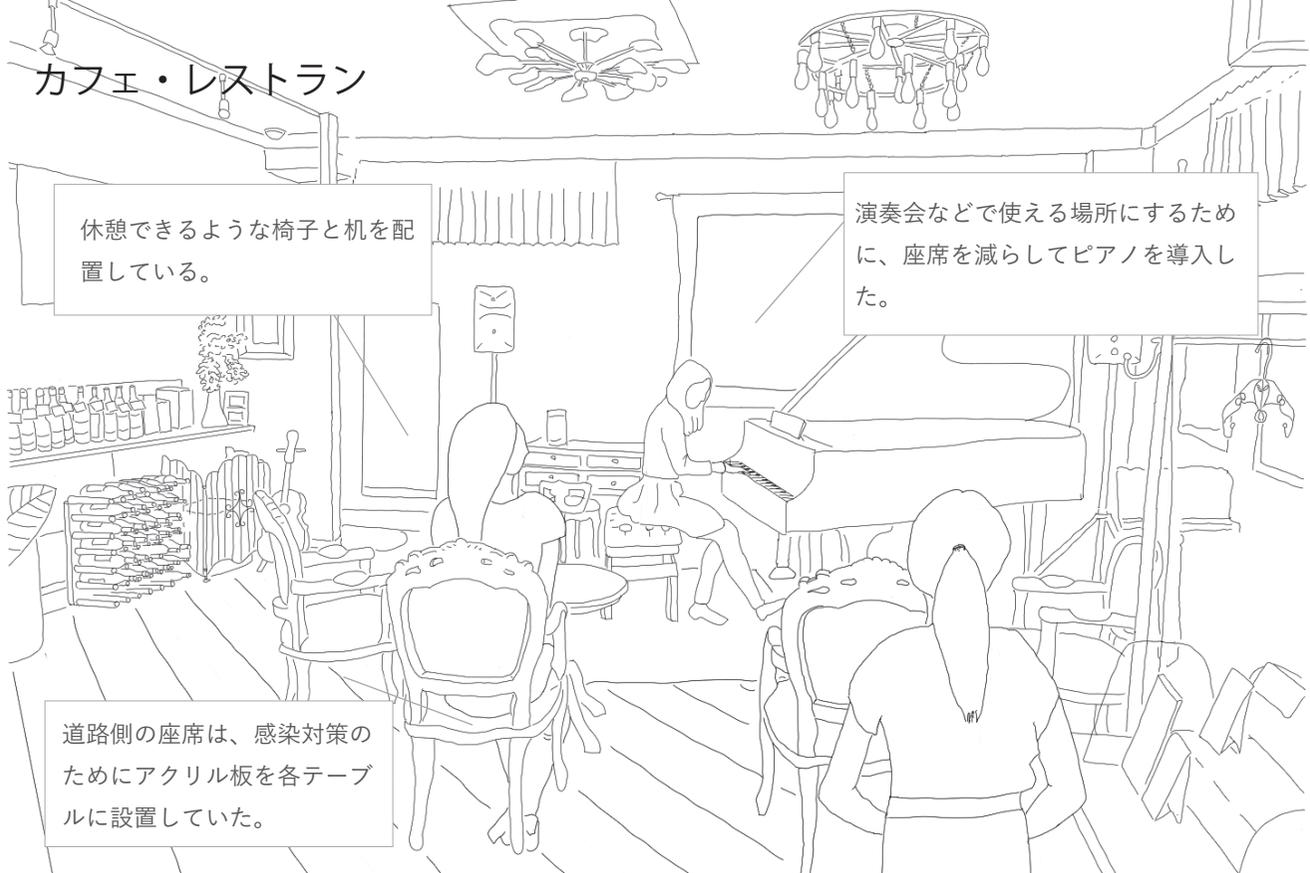
カフェは、あまり影響を受けていないので、特に課題はない。



商店街のメイン通りにあり、店内が見渡せるようなお店になっている。



# カフェ・レストラン



休憩できるような椅子と机を配置している。

演奏会などで使える場所にするために、座席を減らしてピアノを導入した。

道路側の座席は、感染対策のためにアクリル板を各テーブルに設置していた。

## 飲食店の概要

従業員数：6名 客席数：14席（コロナ禍6席）

営業時間：11時30分～16時、18時～22時

（緊急事態宣言中は12時～20時）

開業年：2019年開業

## コロナ禍の取り組み

飲食店だけでなく、演奏会などで使えるような本来の使い方をしたいと考えており、休業中にピアノを導入した。その他の取り組みとしては、消毒などの基本の部分徹底しており、おしぼりを消毒液に浸して渡すなどの工夫を行っている。

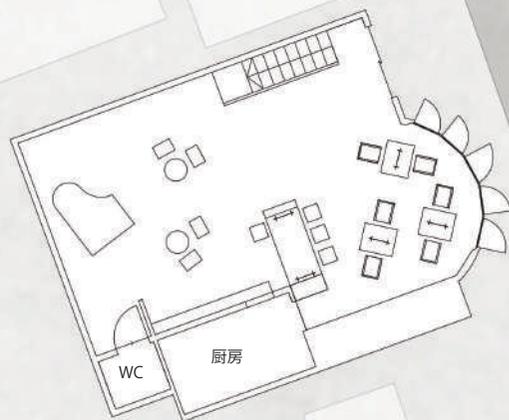
## コロナ禍の苦勞

直前に緊急事態宣言が発令されるため、食材の発注や管理で苦勞していた。また、音楽でやりたいが、コロナ禍もあり、集客し難い状況となっていた。

## 今後の課題

コロナ禍で焦っていないため、コロナ収束後に集まれる場所でありたいと考えている。

商店街のメイン通りを曲がった、比較的静かな通りに立地している。ゆったりと過ごすことのできるお店となっている。

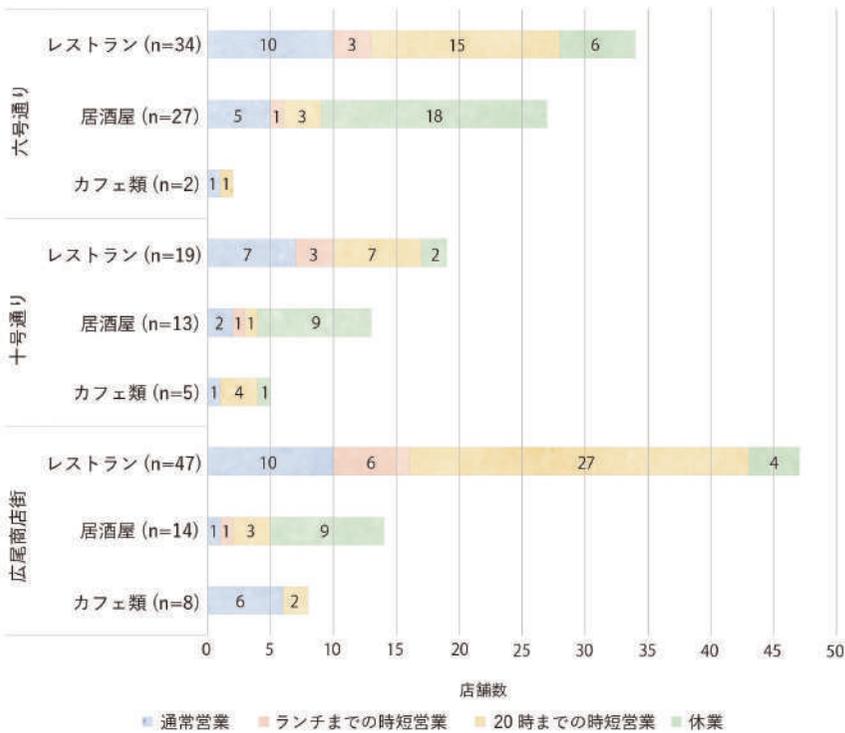




## 悉皆調査結果

悉皆調査では、幡ヶ谷6号通り商店街、六号坂通り商店街、十号通り商店街、笹塚十号坂商店街、広尾商店街において、飲食店の状況を把握することを目的として、調査を行いました。8月1日～8月30日までの第4回目の緊急事態宣言下において、目視で確認できる飲食店の立地や、営業状況、テイクアウト、デリバリー等の取り組みについて記録を行いました。

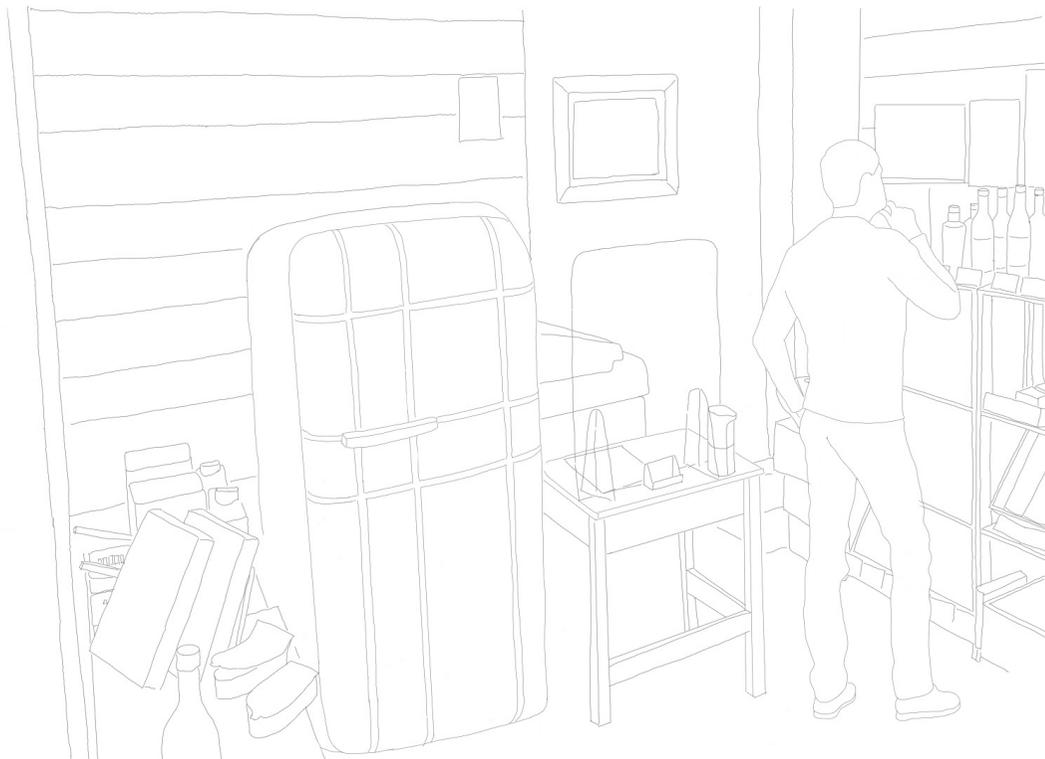
## 第4回目の緊急事態宣言下における飲食店の営業状況と取り組みの実施状況



第4回の緊急事態宣言下の営業状況を、通常営業、ランチまでの時短営業、20時までの時短営業、休業と分類しました。レストランで約8割～9割、カフェで約8割～10割が通常営業、時短営業で営業していました。一方、居酒屋は、東京都の要請に従い約6割～7割が休業となっていました。特に、休業している飲食店は、家賃の支払いが不要な家族経営の店舗の場合が多いことを、商店街の代表者より聞き取ることができました。また、新型コロナウイルス感染症拡大による飲食店の閉店は見られず、他の理由によって閉店してもすぐに、新規店舗が入っていたことが聞き取れました。



第4回目の緊急事態宣言下の取り組みを、テイクアウトの実施、デリバリーの実施、店内のみと分類しました。テイクアウトの実施状況は、レストランで4割～5割、居酒屋で1割～3割、カフェで6割～10割の飲食店が実施していました。デリバリーは、レストランで約1割～3割、居酒屋で2店舗、カフェは実施していない商店街もありましたが、約3割～5割が実施していました。このように、レストラン、カフェではテイクアウト、デリバリーの実施が比較的多く見られましたが、居酒屋では数店舗のみの実施状況となっており、飲食店の種類によって実施状況に差が見られました。



## インタビュー調査 実測調査結果

観察調査の結果より、飲食店の種類や営業状況の異なるレストラン4店舗、居酒屋5店舗、カフェ2店舗の合計11店舗を対象に、コロナ禍の状況をより詳細に把握するため、インタビュー調査及び実測調査を実施しました。

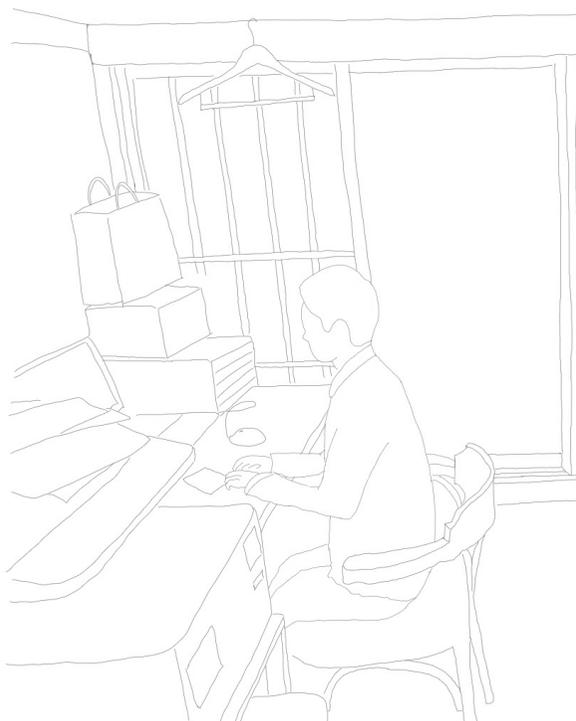
調査では、新型コロナウイルス感染症拡大下の飲食店の営業状況や取り組み、店内の使い方の変化について把握し、飲食店の実態を把握することを目的としました。また、取り組みを実施する際の空間の条件について分析し、飲食店の新しい役割を見出すことを目的として、調査を行いました。

※本研究では、飲食店の種類を以下のように定義しています。

レストラン：ラーメン屋、イタリアン等の専門料理店

居酒屋：酒類の提供をメインとする飲食店

カフェ：喫茶店やコーヒー等を扱う飲食店



# 飲食店の取り組み

事例	飲食店	2020年										2021年				
		4月	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4		
レストラン	1	ラーメン屋	緊急事態宣言 (4/7~5/31) 休業										緊急事態宣言 (2/8~3/21) 休業			
		テナント 従業員 1名	・アルコール消毒液の設置										・新しい冷房や空調の設置 ・休業期間中に常連で集まり食事や			
	2	ピザ屋	休業										休業			
		テナント 従業員 2名	テイクアウトを実施													
居酒屋	3	イタリアン	休業										休業			
		テナント 従業員 4名	テイクアウト開始 デリバリーを開始													
			・検温機、アルコール消毒液の設置													
	4	和食処	休業										休業			
	テナント 従業員 6名	・アルコール消毒液の設置										テイクアウトを開始				
居酒屋	5	大衆酒場	休業										休業			
		テナント 従業員 6名	・検温機、アルコール消毒液の設置										テイクアウトを開始			
			・客席と厨房の境目にビニールシートを設置したが、声や視界が遮られるという問題があ													
	6	立ち飲み屋											2021年4月開業			
		テナント 従業員 2名														
カフェ	7	やきとん屋	休業										休業			
		テナント 従業員 1名	・検温機、アルコール消毒液の設置										テイクアウトを開始			
	8	居酒屋	休業										休業			
		テナント 従業員 4名	・検温機、アルコール消毒液の設置										テイクアウトを開始			
カフェ	9	炭火焼き屋	休業										休業			
		テナント 従業員 2名	・検温機、アルコール消毒液の設置										通販で料理を販売するために、惣菜免許の営業許可			
			テイクアウト・デリバリーを開始										冷凍の通販を開始			
カフェ	10	カフェ	テイクアウトを実施										休業			
		テナント 従業員 2名														
	11	カフェ・レストラン	休業										休業			
		オーナー 従業員 6名	・検温機、アルコール消毒液の設置 (おしぼりを消毒液に浸して渡して)										・ピアノを導入し演奏会などで使用できる場所に変更した			

営業状況    テイクアウト・デリバリー

## 飲食店の営業状況

インタビューの結果から、第1回目から第4回目までの緊急事態宣言下の営業状況を3つのグループに分類できました。11事例中3事例が、第1回目から第4回目の緊急事態宣言中全て休業、7事例が部分的に営業、1事例が休業せずに営業していました。

### ①緊急事態宣言中全て休業した事例

全て休業していた飲食店は、酒類が提供できない点や、東京都からの要請に従い協力金の給付で生活できる等を理由に休業が選択されていました。また、一部の店舗では、休業中も常連で集まり、食事をしてコミュニケーションをとる工夫をしていたことが聞き取れました。

### ②部分的に営業した事例

部分的に営業していた飲食店では、休業中にテイクアウト等を開始するための準備をして、営業再開時にテイクアウトや通販などを開始していました。また、感染者が増えたことで一時的に休業する等、部分的な休業に留まっていました。休業中も常連のお客さんに味が変わっていないか確認して貰う工夫をしている飲食店もありました。

### ③休業せずに営業した事例

一切休業がなかったのは1事例のみとなっていました。この飲食店は、新型コロナウイルス感染症拡大下に新規開業した事例となっています。コロナ収束の見通しが立たない状況で、自分たちの可能な限りで営業したいと考え開業し、開業したばかりで休業はしたくないという考えから営業していました。

5	6	7	8	9	10	11	テイクアウト, デリバリー, 通販等の実施理由
緊急事態宣言 (4/25~6/20)			緊急事態宣言 (7/12~9/30)				
		休業					テイクアウト: コロナの影響により客が減少し、売り上げにつながるようにテイクアウトを実施
テイクアウトを開始 空気清浄機の導入 会話をしていない		休業					テイクアウト: コロナ前から簡単なテイクアウトを実施 デリバリー: デリバリーのメニューや広告を外注ではなく自分でやると大変のため実施していない
		休業					テイクアウト: レストランの利用が減り、売り上げを補うためにテイクアウトを開始 デリバリー: 売り上げやお店の宣伝を兼ねて実施
休業							テイクアウト: 利用客が激減し、テイクアウトを開始しなければならない状況になり開始 デリバリー: デリバリーはコミュニケーションが取れないため実施していない 通販: 店の料理を知ってもらうため、飲食店として生き残るために開始
							業態転換で通販を開始
							テイクアウト: 休業要請により、働く場所が無くなった従業員のモチベーションを維持するためにテイクアウトを開始 デリバリー: デリバリーはコミュニケーションが取れないため実施していない
アルコール消毒液の設置 テイクアウトを開始							テイクアウト: 店のコンセプトとして飲める総菜屋にするためにテイクアウトを開始 デリバリー: 自分の作った料理の管理ができないため、デリバリーは実施していない
休業 ・休業期間中に常連の方に料理の味の確認をしてもらう			休業				テイクアウト: 外出自粛要請により、自宅で食べられるようにテイクアウトを開始 デリバリー: 出席したお客さんの範囲しか仕込みができないためデリバリーは実施していない
			休業				テイクアウト: コロナ禍は売り上げが厳しいため、少しでも売り上げにつながるようにテイクアウトを開始 デリバリー: デリバリーに必要な準備や仕込む量が多くなるためデリバリーは実施していない
正と冷凍業の免許を取得した							テイクアウト: 夜の営業ができないため少しでも売り上げにつながるように実施 デリバリー: テイクアウトと同様の理由 通販: テイクアウト, デリバリーと同様の理由
デリバリーを開始							テイクアウト: カフェなので、新型コロナウイルス感染症拡大前からテイクアウトを実施 デリバリー: 新型コロナウイルス感染症拡大下にデリバリーの案内が来たため開始
							テイクアウト: 料理の管理ができないため実施していない デリバリー: テイクアウトと同様の理由

○の実施 ■ 通販の取り組み ▲ コロナ流行前からの取り組み □ 実施していない理由 黒字 その他取り組み状況

## 飲食店のテイクアウト, デリバリー, 通販の実施状況

各飲食店は、外出自粛要請により店内の利用が減少したことで、テイクアウト、デリバリー、通販などの取り組みを新たに開始していたことが聞き取れました。テイクアウトを実施していたのは8店舗、デリバリーは3店舗、通販は2店舗が実施していました。

### ①テイクアウトを開始した飲食店

テイクアウトを開始した理由として、店内の利用が減り、売り上げを維持するためや、自宅に持ち帰って飲食できるようになどの理由から開始していました。また、従業員のモチベーションを維持するために開始している店舗もありました。

### ②デリバリーを開始した飲食店

テイクアウトと同様に、売り上げを維持するために実施していました。デリバリーに関しては、実施していない店舗が多く、コミュニケーションの取れない売り方はしたくない、デリバリー分の仕込みや作業をする時間が少ないことが理由として挙げられました。

### ③通販を開始した飲食店

通販を開始した事例は、会社の接待等で利用されることが多い飲食店となっていました。緊急事態宣言により営業に制限がかかることや、外出自粛要請等により、利用が減少したことで、売り上げを維持するためや、お店の料理を世間に知ってもらうために開始していました。

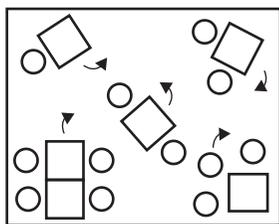
## 飲食店における感染対策のための取り組み

新型コロナウイルス感染症拡大下に客席を変更していない飲食店もありましたが、多くの飲食店は、感染対策や密を避けるために室内空間の使い方の工夫や、アクリル板やビニールシートを設置して感染対策を行う工夫が見られました。そこで、感染対策のための取り組みとして、座席数を変更した事例、レイアウトを変更した事例、アクリル板、ビニールシートを設置した事例の3つのグループに分類しました。

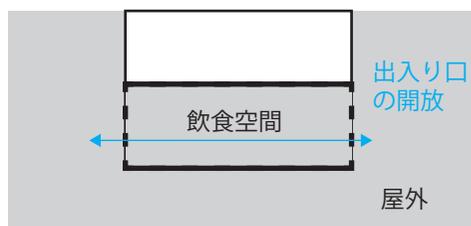
また、第4回目の緊急事態宣言解除後は、感染対策のために変更した客席を元に戻す店舗が多い一方で、滞在時間の短い半屋外のような空間が定着すると考えて、座席を設置しない形を継続する飲食店もありました。

自由にレイアウトが変更できる空間や滞在時間の短い半屋外のような空間が、飲食店における空間の新しい形となる可能性を見出すことができました。

フレキシブルに対応できる空間



半屋外のような空間



### ①座席数の変更

座席数を変更した事例は、窓が少なく換気の悪い場所を使わない工夫や、密を避けるために距離の近い座席を減らして感染対策を行っていました。事例6では、座席を減らすだけでなく、座席を全て撤去し、二つの出入り口を開放することで半屋外のような空間とし、新型コロナウイルス感染症拡大下に適した空間を目指していました。事例4、事例11は、感染対策のための変更ではなく、新しく開始した取り組みに必要な空間にするために座席数を減らしていました。

### ②レイアウトの変更

レイアウトを変更した事例はテーブル席の客席となっています。事例3の飲食店では、座席を減らした上で座席を離し、距離を取ることで感染対策を徹底していました。一方、事例10の飲食店では、座席数は変更せず、複数の机を組み合わせることで着席するグループ数を限定していました。このように、テーブル席の飲食店では、感染対策の方法として、レイアウトを変更して対応していたことが分かりました。

### ③アクリル板・ビニールシートの設置

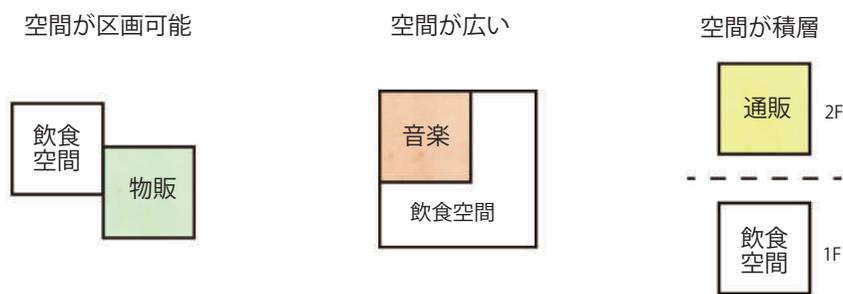
6事例で感染対策のためにアクリル板を設置して営業していました。特に感染対策を徹底していた事例5では、客席と厨房の間にビニールシートを設置していましたが、声や視界が遮られるなど、お客さんとコミュニケーションを取る際に弊害となる等の問題が生じていました。

## 飲食店のテイクアウト、デリバリー、通販に必要な空間の分析

新型コロナウイルス感染症拡大下に飲食店が実施していたテイクアウト、デリバリー、通販等の取り組みについて必要とする空間の分析を行いました。ここでは、①テイクアウト・デリバリーを実施した事例、②通販を実施した事例の2つのグループに分類します。

また、第4回目の緊急事態宣言解除後の状況として、多くの飲食店が、新型コロナウイルス感染症拡大下に開始したテイクアウトやデリバリー、通販等の取り組みを継続する旨を聞き取ることができました。特に、物販や通販等を開始するために設えた空間を継続することが聞き取れました。

区画可能な空間や広い空間、積層された空間があることで、外部からの利用が減少した際に、その他のサービスで補完していました。これらの空間が飲食店の空間の新しい形となる可能性を見出すことができました。

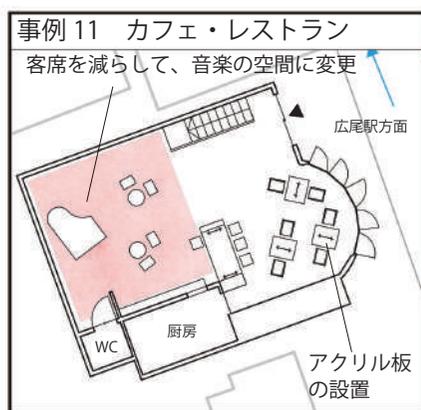
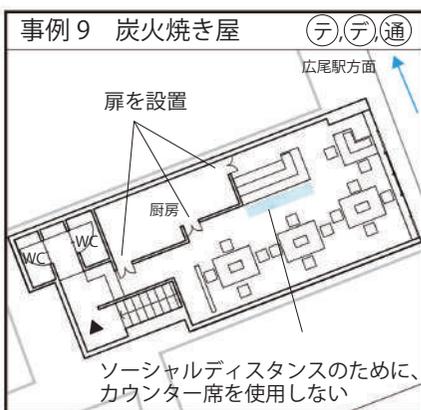
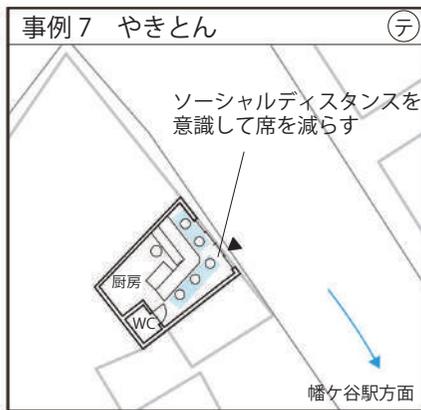
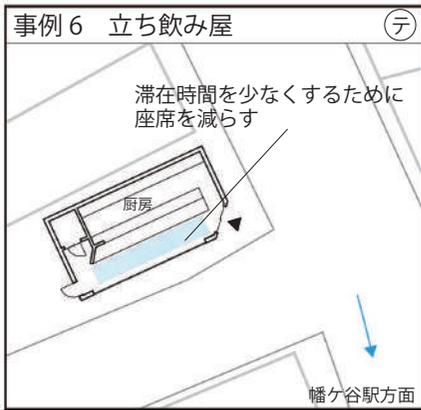
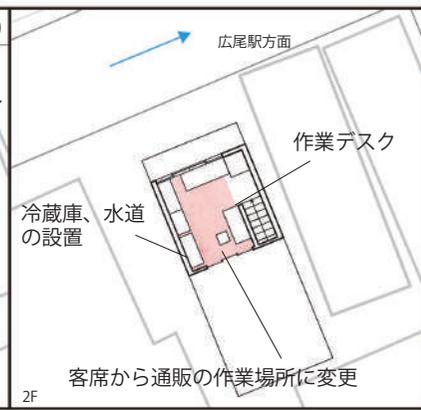
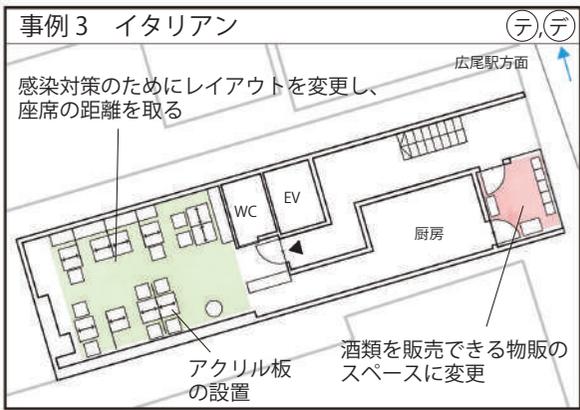
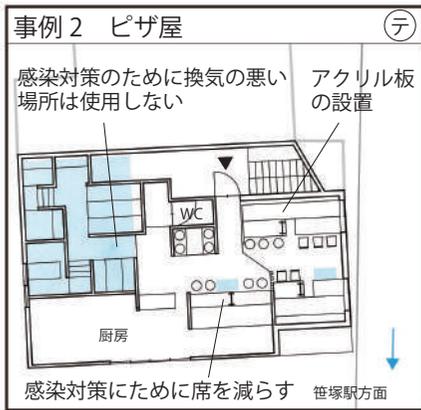
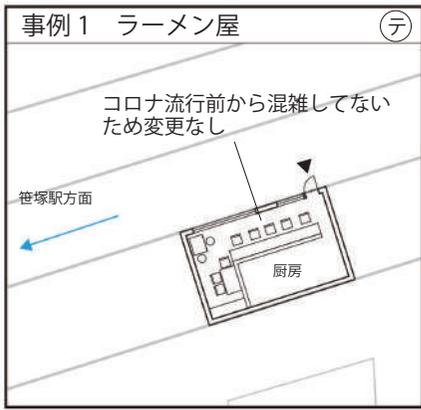


### ①テイクアウト、デリバリーを実施した事例

事例 2,4,5,6,7,9,10 の飲食店では、感染対策や通販を開始するための客席の変更はありましたが、テイクアウトを開始するための変更はなく、テイクアウトの開始には特別な作業空間を必要としないことが分かりました。一方、事例 3 の飲食店は、店内の利用が減少したことで、個室として活用していた客席を、酒類等を販売する物販のスペースに変更していました。レイアウトを変更しても店内の営業に支障がない飲食店では、テイクアウト専用の空間に変更できたと考えられます。

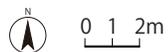
### ②通販を実施した事例

通販を開始する際は、他用途から区画され、大型の冷蔵庫や水道等の設備を必要としています。事例 4 の飲食店では、冷蔵庫や水道等の設備が必要なため、2階の客席を作業場所兼事務所に変更する工事を実施して、通販を開始していました。一方、事例 9 の飲食店は、既存の厨房に扉を設置することで、他用途から区画する条件を満たし、通販を開始していました。既存の厨房が広く、必要な設備の設置が可能のため、空間の大きな変更が必要なかったと考えられます。



(テ): テイクアウトの実施店舗 (テ): デリバリーの実施店舗 (通): 通販の実施店舗

■ 座席数を減らす変更 ■ レイアウトの変更 ■ 別の用途に変更



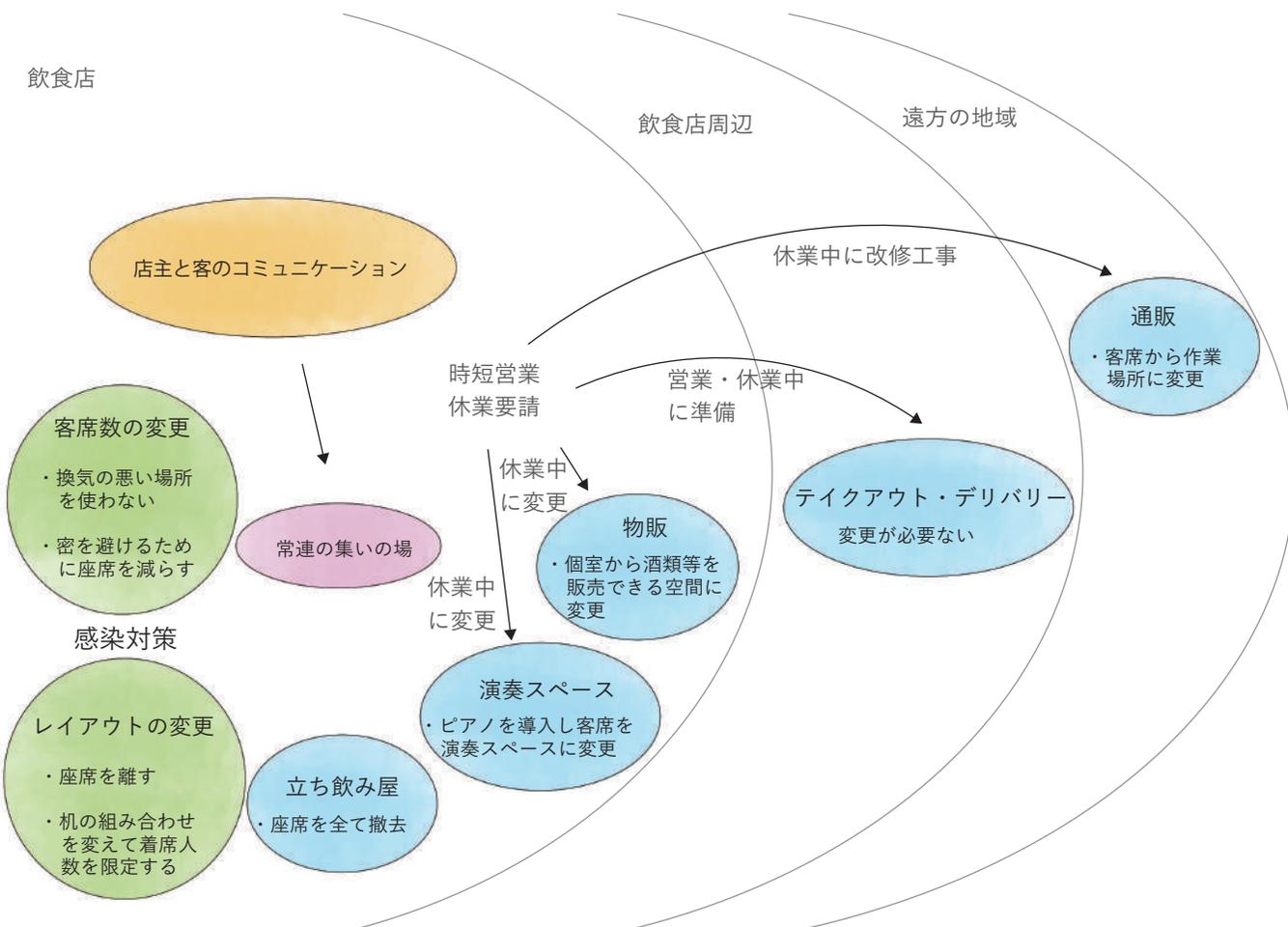
## まとめ

飲食店の多くは、感染対策のために座席数やレイアウトの変更、アクリル板やビニールシートを設置して室内空間の使い方を工夫していました。さらに、緊急事態宣言下では、飲食店の休業が多く見られ、テイクアウト等の準備や改修工事を行い、営業再開時にテイクアウトや通販など、新しい取り組みを実施した店舗もありました。特に通販を実施した店舗は、客席から作業場所に変更しており、通販を開始する際は空間の変更を伴うことが確認できました。

六号、十号通り商店街など、住宅地の飲食店では、お客さんとのコミュニケーションを重視しており感染対策による変更が、その弊害となることや、テイクアウト等だけでは店内の売り上げを補うことができない等、対面で営業することの重要性が再確認されたことを店主から聞き取ることができました。一方、広尾商店街などの地元圏外からも利用される飲食店では、緊急事態宣言解除後もデリバリー、通販などを継続する旨を聞き取ることができました。

このように、今回の研究を通して、飲食店の役割は立地によって差が見られ、新型コロナウイルス感染症拡大を経た変化は一様ではないことが分かりました。

飲食店

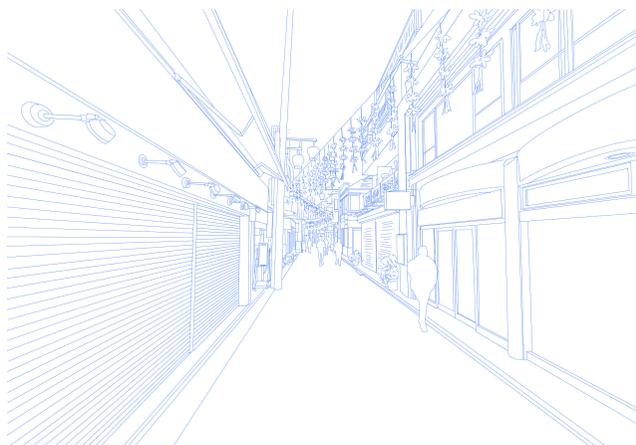


## おわりに

調査を通して、各飲食店が COVID-19 拡大下に対応できるように、テイクアウトやデリバリー通販等の新しい取り組みを開始することや、店内で営業するために空間の使い方を工夫する等、飲食店として生き残るために努力していたことを知ることができました。

この研究を開始したのは、私が飲食店でアルバイトをしていたこともあり、身近なところで飲食店に与えた影響を経験したことから、「他にも影響を受けている飲食店があるのではないか、COVID-19 拡大下を生き残るためにどのような取り組みをしているのか」という興味を持ったことがきっかけでした。この冊子を通じて、飲食店のみなさまの考え方や取り組みを知っていただけたら光栄です。

本研究を実施するにあたり、広尾商店街振興組合、幡ヶ谷6号通り商店街振興組合、六号坂通り商店街振興組合、十号通り商店街振興組合、笹塚十号坂商店街振興組のみなさまに多くのご協力をいただきました。また、調査を受け入れていただいた飲食店のみなさまにも深くお礼申し上げます。



企画・制作・発行

日本大学理工学部建築学科井本研究室

近藤孝俊・神谷憲吾・土川喬太・横瀬彰奎・井本佐保里

