国際観光に影響を与えるファッションタウンの生活像

—台湾人女性から見た生活のイメージと代官山における居住者のライフスタイルを通して—

SCENERY OF LIFE IN FASHION DISTRICT THAT INFLUENCES INTERNATIONAL TOURISM

—Through the living scenery seen by Taiwanese women and the residents' lifestyles in Daikanyama—

呉 家 瑋*, 後藤春彦**, 佐藤宏亮***

Chia-wei WU, Haruhiko GOTO and Hirotsuke SATO

Starting with the Japanese pop culture, the number of people who are interested in Japan has been increasing. The charm of the cities in Japan should not lie in only the famous sightseeing spots but also the urban lifestyles, such as those in fashion districts. This research shows that from Taiwanese women's viewpoints, the living scenery in the fashion districts in Tokyo have much influence on travelers' images to and sightseeing activities in those districts. It also proposes that by clarifying the realities of those districts, from which such lifestyles are created, from now on the fashion districts should keep the quality and safety of the residential areas, and create their own unique characters with a flavor of urban living.

Keywords : Fashion districts, Scenery of life, Lifestyle, Daikanyama, International tourism, Taiwanese women

ファッションタウン, 生活像, ライフスタイル, 代官山, 国際観光, 台湾人女性

1 章 はじめに

1-1 研究の背景

近年、余暇時間の増加、交通の進歩と価値観の多様化によって、観光に対するニーズが変化し、海外旅行が注目されてきた。そして、日本政府は2005年に「2010年に訪日外国人旅行者数を倍増の1000万人にする」という目標を掲げ、国際観光の発展を重点課題として位置づけ、取り組みを始めている。そのため、これからの国際観光の発展に対する政策は日本の都市計画に大きな影響を与えることが予想される。

2005年の訪日外国人旅行者数の調査結果によると、韓国からの旅行者が第一位で、台湾からの旅行者が第二位となり、アジアからの旅行者が重要になっている。現代は情報技術が発達し、日本のファッションやドラマなどがアジア各国に輸出され、雑誌の中で紹介されているファッションや物とともに、ドラマの中に現れた都市空間や生活に憧れ、日本を好きになる人が増えてきている。そのため、ファッションや流行の商品とともに、居住者の生活を垣間見ることができそうなファッションタウンは今後の都市型観光を支える重要な場所となることが予想される。日本の都市の魅力は名所や旧跡だけではなく、ファッションタウンなどの都市空間も重視していく必要があると考える。

1-2 研究の目的

本研究は、東京におけるファッションタウンの生活像が、旅行者のイメージ形成、および観光行動に影響を与えることを明らかにするとともに、この様な生活像をつくりだすファッションタウンのライフスタイルを明らかにすることにより、今後のファッションタウン、および都市型観光のあり方について考察することを目的とする。

1-3 研究の方法

本研究では、アジア各国の中でもビザの免除等により、今後急速に旅行者が増えることが予想される台湾人旅行者を対象に研究を進める。また、研究対象がファッションタウンであることから、女性のみを対象とした^{注1)}。さらに、訪日旅行者が最も多い20代、30代、40代を対象とした。

はじめに、2章では、台湾人の日本旅行の概要を述べ、台湾人旅行者のファッションタウン観光の動向を把握する。次に、3章では、SD法によるイメージ評価を行い、台湾人女性の東京のファッションタウンに対するイメージを把握したうえで、各ファッションタウンの性格を明らかにする。また、4章では、台湾人女性のファッションタウンにおける観光行動を把握し、さらに3章から得られたSD法によるイメージ評価の結果と合わせ、イメージと観光行動との相関性、およびファッションタウンにあらわれる生活感が観光行動に

* フリーランス 修士(建築学)

** 早稲田大学創造理工学部建築学科 教授・工博

*** 早稲田大学創造理工学部建築学科 助手・工修

Freelance, M. Architecture

Prof., Dept. of Architecture, School of Creative Sci. and Eng., Waseda Univ., Dr. Eng.

Research Assoc., Dept. of Architecture, School of Creative Sci. and Eng., Waseda Univ., M. Eng.

影響を与えていることを明らかにする。そして、5章では代官山を対象として、居住者に対するヒアリング調査から居住者のライフスタイルと観光客に対して現れる生活像との相互関係、および観光客が居住者の日常生活に与える影響について明らかにする。以上のことをふまえた上で、6章において都市型観光の可能性、およびファッションタウンのあり方について考察する。

1-4 研究の位置づけ

ファッションタウンに関しては様々な分野において論じられている。例えば、ファッションタウンの機能と役割を述べ、今後のファッションタウンの方向性を示しているもの¹⁾、ファッションタウンをファッション産業都市とファッション文化都市とに分け、ファッション産業都市の発展とあり方について論じているもの²⁾、あるいは商店街を考えるうえで、日常性、専門性、観光性に着目しながらファッションタウンのあり方について触れているもの³⁾などがある。しかし、これらの研究の視点は社会学的関心にとどまっており、ファッションタウンにおける居住者のライフスタイルや観光客に現れる生活像に着目した研究は見あたらない。

国際観光に関する研究としては、砂本ら⁴⁾は国際観光政策の歴史を分析し、また、東原ら⁵⁾は台湾、韓国からの訪日パッケージツアープランを分析しているが、その興味は観光政策や観光振興にあり、ファッションタウンという新たな都市型観光の可能性について言及するものではない。その中で、観光情報と観光地に対するイメージにより、観光に対する行動を分析するものとして、葛西ら⁶⁾は、北海道を対象として台湾人の観光の動機や景観イメージを明らかにするとともに、観光施策としての景観保全の必要性について論じている。また、石見ら⁷⁾は、三つの都市を取り上げ、SD法によるイメージ評価を行い、魅力的なイメージを観光客に与えることがとても効果的であることを論じている。本研究は、東京のファッションタウンを対象としたイメージ評価を行い、さらに、イメージをつくり出す居住者のライフスタイルを把握することで、都市型観光のあり方について考察している所に特徴がある。

1-5 ファッションタウンの選定

ファッションタウンは「ファッション産業都市」と「ファッション文化都市」の両方の意で使われるが^{注2)}、本研究ではファッション的な都市空間やイメージを持っている「ファッション文化都市」に着目する。そして、本研究で対象とするファッションタウンは現在購入できる、2005年度に台湾で出版されたショッピングをテーマとしているガイドブックの中に紹介されている東京のまちを抽出した。抽出の方法は以下の通りである。

- ① 2005年度に台湾で出版されたガイドブックの中に、タイトルの中で「買う」、「ショッピング」、「ファッション」という単語を含んでいるガイドブック5冊^{8)~12)}を抽出した。
- ② 抽出した5冊のガイドブックに掲載されているまちの紹介文の中に、「ショッピング」、「流行」という言葉を用いて紹介されているまちを抽出した。
- ③ その結果、下北沢、新宿、原宿、渋谷、青山、代官山、六本木、銀座、台場の9ヶ所のファッションタウンが抽出された。対象地の位置を図1-1に示す。

1-6 調査の概要

図1-1 ファッションタウンの位置

表1-1 アンケートの概要

対象者	日本語を学んでいる台湾人女性、および日本語を学んだことがある台湾人女性	調査内容
配布期間	2006年8月	1. 基本属性（年齢、職業、東京旅行回数）
配布方法	直接配布/直接回収	2. 東京に対する意識及び東京旅行から感じたことについて
配布数	500通	3. 東京におけるファッション・タウンに対するイメージについて
回答数	269（回収率53.8%）	4. 台湾旅行者の理想的な東京旅行について
有効回答数	181（有効回答率36.2%）	

本研究では、2章から4章までは台湾での台湾人女性に対するアンケート調査、5章は代官山居住者に対するヒアリング調査を基に研究を進めた。

まず、アンケート調査は平成18年8月、台湾において日本語を学んでいる台湾人女性、及び日本語を学んだことがある台湾人女性、合計500人に対して、東京観光に対する意識やファッションタウンに対するイメージ等について調査を行った^{注3)}（表1-1）。有効回答は

181通（有効回答率36.2%）であり、その内訳は20代が83人、30代が76人、40代が22人である。

また、ヒアリング調査は平成19年1月の4日間（5日、9日、16日、18日）において、路上インタビュー方式で行った。代官山エリアを歩いている人に順に声をかけ、始めに代官山地区の居住者であることを確認したうえで、生活の実際やまちの魅力、まちの変化等について質問した。ヒアリング対象者の属性は表1-2の通りである。

表1-2 ヒアリング対象者の属性

性別	年齢	性別	年齢
a 女	40代	k 女	50代
b 男	30代	l 男	40代
c 女	50代	m 男	30代
d 女	60代	n 男	30代
e 女	30代	o 女	60代
f 女	50代	p 男	50代
g 女	50代	q 男	70代
h 女	20代	r 男	70代
i 女	30代	s 女	50代
j 女	50代	t 男	80代

2 台湾人旅行者の日本観光の動向

2-1 台湾人旅行者数の変遷

台湾、韓国、中国のアジア三国から日本を訪れる旅行者数の変遷を見ると¹³⁾、いずれの国も近年になって大幅に増加しているが、その中で、台湾人旅行者数は2002年以降、アジア三国の中で最も高い増加率を示している。今後航空便の増便などにより、さらなる増加が予想される（図2-1）。

2-2 台湾人女性旅行者の東京観光の動向

アンケート調査により、台湾人女性の東京観光の情報源、東京に興味を持った理由、および東京観光の目的について把握した。結果を図2-2に示す。

東京観光の情報源としては、「テレビ」^{注4)}と答えた人が最も多く、

図 2-1 アジア三国から日本を訪れる旅行者数の変遷

次いで「本」、「インターネット」となっている。次に、東京に興味を持った理由としては、「ポップ・カルチャー」と答えた人が圧倒的に多く、東京観光の目的も「ファッション商品」や「おしゃれな街並」といった答えが多くなっており、台湾人女性にとって、東京観光の魅力は伝統文化や歴史などよりも、ファッション商品に代表されるポップ・カルチャーが重視されていることが分かる。そして、「ファッション商品」や「おしゃれな街並」という東京観光の目的に供するファッションタウンは東京において重要な街であると言える。また、東京観光の目的として「ライフスタイル体験」という答えが多くなっている背景として、近年になって流入している日本のドラマやアニメなど、テレビ等で東京の生活を目にする機会が多くなっていることが影響していると考えられる。

図 2-2 台湾人女性旅行者の東京観光の動向

3章 ファッションタウンに対するイメージ

3-1 イメージ調査の概要

	第一因子	第二因子	第三因子	共通性
質の良いー質の悪い	0.828	0.220	-0.017	0.734
整然としたー雑然とした	0.724	0.298	-0.229	0.666
生活感のあるー生活感のない	0.706	0.315	-0.040	0.600
親しみのあるー親しみのない	0.239	0.776	0.002	0.660
暖かいー冷たい	0.195	0.736	-0.054	0.582
安心なー不安な	0.483	0.618	-0.126	0.630
優しいーこわい	0.429	0.583	-0.168	0.552
変化のあるー単調な	-0.074	-0.081	0.690	0.489
楽しいーつまらない	0.171	0.293	0.607	0.484
にぎやかなー寂しい	-0.077	-0.127	0.578	0.356
刺激的なー平靜な	-0.268	-0.110	0.558	0.396
落ち着かないー落ち着く	-0.462	-0.348	0.471	0.557
寄与率	21.230	19.540	15.115	
累積寄与率	21.230	40.770	55.884	
因子軸の解釈	質の高さ 生活感	親しみ 暖かみ	変化 賑わい	

図 3-1 因子負荷と因子の解釈

アンケート調査において、選定した9ヶ所のファッションタウンを対象に、SD法によるイメージ調査を行った。評価尺度として14種類の形容詞対を用意した。形容詞の選定にあたっては、従来より都市の調査、研究に用いられてきた形容詞からファッションタウンに係わるものを選定した。それぞれの形容詞対に対して五段階で評価してもらい、「普通」(0点)を中心として、「やや」(±1点)、「非常に」(±2点)を得点化した。そして、調査の結果をもとに因子分析を行い、図3-1の結果を得た。各形容詞軸の相関行列を求め、固有値1以上の三つの因子が抽出された。各因子は、第I因子:質の高さや生活感に係わる因子、第II因子:親しみや暖かみに係わる因子、第III因子:変化や賑わいに係わる因子と解釈できる。

3-2 各ファッションタウンのイメージ特性

9ヶ所のファッションタウンを類型化するために、クラスター分析(ワード法)を行った。これにより、ファッションタウンをA型(新宿、原宿、渋谷)、B型(六本木、銀座)、C型(下北沢、台場)、D型(青山、代官山)の四つに分類した(図3-2)。

次に、因子分析の結果により、各ファッションタウンの各因子に対する平均得点を算出した。そして、クラスター分析の結果と因子得点を合わせてみると(図3-3)、A型(新宿、原宿、渋谷)とD型(青山、代官山)は正反対の個性を持つことが分かる。A型(新宿、渋谷、原宿)の3ヶ所は変化や賑わいはあるが、質の高さや生活感、親しみや暖かみは感じられていない。一方で、D型(青山、代官山)は質の高さや生活感、親しみや暖かみが感じられている反面、変化や賑わいに欠けている。B型(六本木、銀座)はいずれの因子も得点が低く、ファッションタウンとしての明確なイメージを持たれていない。銀座は日本においては最先端で高級なファッションタウンのイメージがあるが、第三因子に対する得点がマイナスとなっており、台湾人女性にとっては変化や賑わいのない街として感じられていることが分かる。六本木はすべての因子についてマイナスの得点となっ

図 3-2 クラスター分析

図 3-3 ファッションタウンのイメージと類型化

ており、夜のまちとしての特性がイメージに表れていると考えられる。C型（下北沢、台場）は第二因子に対する得点が高く、親しみや暖かみを感じられる街であると言える。そして、代官山は全ての因子に対していずれも高い得点が得られ、質の高さや生活感のあるイメージと親しみや暖かみのあるイメージを合わせ持つ個性豊かなファッションタウンであると考えられる。

3-3 ファッションタウンに対する居留意識

次に、住んでみたいファッションタウンについても調査を行った。結果を図3-4に示す。

住んでみたいファッションタウンは代官山が圧倒的に多く、約半数の回答者が代官山と答えている。代官山は質の高さや生活感のあるイメージと親しみや暖かみのあるイメージを

図3-4 住んでみたいファッションタウン

合わせ持っているが、ファッションタウンとしてのみならず、居住地としても高く評価されていることが分かる。

3-4 小括

台湾人女性へのイメージ調査の結果、9ヶ所のファッションタウンは4つの類型に分けられた。それぞれが異なるイメージを有しており、東京におけるファッションタウンの多様性を生み出していると言える。その中で、代官山はすべての因子に対する得点が高く、明確なイメージを持つファッションタウンであると言える。さらに、居住に対する意識についても突出しており、居住地としても魅力がある街として高く評価されていると言える。

4章 ファッションタウンにおける観光行動

台湾人女性旅行者が東京観光で訪れたい場所と、そこでの行動を把握するため、アンケート調査において、「三日間の自由時間があつたとしたら、どこに行きたいか」「どのような活動を行いたいか」という設問を用意し、自由に記述してもらった。調査は三日間をそれぞれ午前、午後、夜の三つの時間帯に分け、全部で9つの回答欄を用意して行った。

4-1 観光行動の概要

有効回答1413件の中で、9ヶ所のファッションタウンが記載された回答は839件あり、全体の59.4%を占めた。これより、ファッションタウンは台湾人女性にとって、東京観光の目的地として重要な場所であることが分かる。これを午前、午後、夜のそれぞれについて見てみると、午前は43.4%、午後は64.7%、夜は70.4%となっており、午後から夜にかけて比率が高くなっている。午前の比率が低い要因として、ファッションタウンにおける店舗が開店していないことが考えられ、ファッションタウン以外の訪れたい場所として、浅草（78件）、築地（38件）、上野（36件）などが挙げられている。一方、夜については、行いたい活動として食事（80件）、夜遊び（67件）、夜景（42件）といった回答が多く見られ、夜に特有の活動が訪れたい場所の選定に大きく影響を与えていることが分かる。

4-2 東京観光とファッションタウン

9ヶ所のファッションタウンにおける観光行動を比較するため、本項以降、ファッションタウンの魅力を最も享受できると考えられ

る午後の時間帯について詳細に分析を行った。

訪れたい場所としては、代官山が最も多くなっている（72件）。代官山に続き、原宿（58件）、渋谷（37件）、銀座（35件）、新宿（33件）となっ

図4-1 訪れてみたいファッションタウン

ており、前章で分類したA型のファッションタウンに人気が集まっていることが分かる（図4-1）。代官山は其中で異質であるが、質の高い生活感のあるイメージと親しみや暖かみのあるイメージを合わせ持つ代官山の特徴が台湾人女性に対しては魅力となっていると考えられる。

4-3 東京観光の経験と観光意識

東京観光の経験が観光意識に与える影響を把握するため、アンケートの回答者を東京観光の経験回数別、および仕事や留学のために、東京で長期（三ヶ月以上）滞在したことがある人に分類した（表4-1）。そして、東京観光で訪れてみたいファッションタウンを東京観光の経験別に見てみると（図4-2）、A型（新宿、原宿、渋谷）のファッションタウンは経験回数が多くなるにつれて増加する傾向があるのに対し、D型（青山、代官山）のファッションタウンは経験回数が多くなるにつれて減少する傾向がある。特に代官山について言えば、三回目から大幅に減少する。一方、B型（六本木、銀座）やC型（下北沢、台場）はそれほど魅力を与えていないと言える。

表4-1 経験別人数

長期滞在	14人
五回以上	17人
四回	11人
三回	18人
二回	36人
一回	68人
零回	17人

（図4-2）、A型（新宿、原宿、渋谷）のファッションタウンは経験回数が多くなるにつれて増加する傾向があるのに対し、D型（青山、代官山）のファッションタウンは経験回数が多くなるにつれて減少する傾向がある。特に代官山について言えば、三回目から大幅に減少する。一方、B型（六本木、銀座）やC型（下北沢、台場）はそれほど魅力を与えていないと言える。

4-4 ファッションタウンでの行動

ファッションタウンにおいて行いたい活動について整理した。結果を図4-3に示す。

全体として、目的を持たない「ぶらぶら」という回答が多く、特別な目的がなくてもファッションタウンを訪れることに魅力を感じている人が多い。新宿、渋谷、銀座では「買物」を目的としている人が多く、ファッション商品の多様さが魅力になっていると考えられる。また、六本木の「美食」や台場の「名所めぐり」が他のファッションタウンにない特徴として挙げられる。原宿は「ぶらぶら」や「買物」以外にも「若者文化」や「史跡めぐり」、「伝統文化体験」など様々な行動が見られ、多様性のある街だと考えられる。そして、代官山においては「お茶」が36人を数え、代官山において「お茶」をすることは、観光行動の大きな特徴となっていると言える。

4-5 小括

図4-2 旅行経験により訪れたいファッションタウン

図 4-3 ファッションタウンで行いたい活動

東京には様々な特徴を持ったファッションタウンが存在しているが、台湾人女性が訪れたいと考えるファッションタウンは観光経験によって異なってくる。その中で、代官山は訪れてみたいファッションタウンとして人気があり、特に、まだ一度も東京に訪れたことがない旅行者や経験回数の少ない旅行者を誘因していくうえで重要であると言える。また、それぞれのファッションタウンは特徴的な観光行動を有しているが、代官山においては「お茶」が観光行動を大きく特徴づけていると言える。

5章 旅行者に影響を与える代官山の生活像

3章、および4章より、代官山は9ヶ所のファッションタウンにおいて、最も個性を持ち、台湾人女性が最も訪れたいと考える街であることが分かる。本章では、代官山を対象として（図5-1参照）、質の高さや生活感、親しみや暖かみといったイメージや、「お茶」といった観光行動など、代官山の様々なファッションタウンとしての特徴をつくりだす要因を、代官山の生活機能、および生活像を把握することで明らかにする。

5-1 代官山居住者の生活像

代官山の生活機能、および生活像を把握するために、代官山の居住者、合計20人に対し、代官山におけるライフスタイルについてヒアリング調査を行った。そして、代官山における生活機能と生活像を、「基本的な生活機能と生活像」、「付加的な生活機能と生活像」、および「不足する生活機能と生活像」とに分類して整理した（図5-2）。その結果、代官山の生活像としては、①代官山の来訪者に対して現れる生活像、②代官山の生活像ではあるが、来訪者に対しては現れない生活像、③近隣の商業地域に現れる生活像の3つの生活像があることが分かった。

①代官山の来訪者に対して現れる生活像

代官山エリア内における、観光客が訪れる日中の生活像である。スーパーでの買物といった基本的なライフスタイルとともに、良好な近隣関係や上質な生活のイメージが代官山の安心で、優しく、落ち着けるまちの特徴をつくり出していると言える。また、公園の緑

図 5-1 代官山の概要

や道は、犬との散歩やのんびりしたライフスタイルをかたちづけており、居住者の生活を支えている。観光客にとって特徴的な観光行動として挙げられた「お茶」については、居住者にとっても日常的なライフスタイル（カフェへ行く）となっている。また、魅力的で多彩な店舗があることによって、歩ける範囲で、サロンや洋服店を巡るような魅力的なライフスタイルが浮かび上がってきた。

一方で、パチンコ店やファーストフード、日用品店がないことによって上質なまちのイメージがつくられ、これが質の高いイメージにつながっていると考えられる。楽しい生活、および上質の生活から生まれた犬に服を着させたり、出かけるときにはおしゃれするといった、おしゃれを常に意識している居住者のライフスタイルも、代官山の生活像をかたちづくる特徴的な要素であると言える。

②代官山の生活像ではあるが、来訪者に対しては現れない生活像

多様で楽しい生活とともに、住宅地域内においては商業地域と異なり、静けさが確保されている。このような静けさは飲食店やパチンコ店等が少ないためにつくりだされていると言える。

③近隣の商業地域に現れる生活像

代官山エリア内は静かで、上質なイメージを維持しているが、その反面、飲食店や生活に必要な店舗が不足しており、生活の不便さを感じている人も多い。しかし、代官山の近隣には渋谷、恵比寿、中目黒といった商業地域が立地し、いずれの街も徒歩圏内であり、散歩やドライブのついでに買物に行くという答えが見られる。このように、近隣の商業地域を利用することで不足する機能を補っていることが明らかとなった。

5-2 台湾人女性が代官山で見る生活像

アンケート調査において、東京旅行の経験がある人に対して、9ヶ所のファッションタウンのいずれかで実際に見かけた生活像について調査を行った。

有効回答55件の中で、代官山で見かけた生活像が21件あり、代官山において生活像を見かけた人が多くいることが分かる。つぎに、代官山で実際に見かけた生活像を整理した（表5-1^{注5)}。代官山で実際に見かけた生活像としては、「犬との散歩」が最も多く、次に「散

図 5-2 代官山における生活像

表 5-1 代官山で見かけた生活像

- ・犬との散歩 (10)
- ・散歩 (3)
- ・スーパーのビニール袋を持っている女性 (3)
- ・住民らしい人が生活用品を買っている (1)
- ・スーパーで買物をしている女性 (1)
- ・重そうな生活用品をいっぱい持っている人 (1)
- ・のんびりお茶をしている人々 (1)
- ・のんびりしている人 (1)

歩、「スーパーのビニール袋を持っている女性」となっている。また、「のんびりとお茶をしている人々」、「のんびりしている人」といった生活像も見られる。これらはいずれも前項において整理した代官山居住者の日常的なライフスタイルであり、居住者の日常生活が生活像として垣間見られていることが分かる。

台湾人女性が認識している代官山

の生活像としては、建物や植栽などの答えがなく、いずれも人の動きが中心となっていることも、代官山の特徴であると考えられる。

5-3 観光客が代官山の生活像に与える影響

代官山居住者へのヒアリング調査により、観光客の増加が代官山の生活像にどのような観光のインパクトを与えているのかについて把握した。結果を 5-1 における生活像の分類に従い、付加的な生活像については「道や緑による落ち着き」と「魅力的な店による賑わい」とに分けて整理した (図 5-3)。

基本的な生活像に対しては、観光客のマナーの悪さに対する指摘が見られ、マイナスのインパクトを与えている。また、「道や緑による落ち着き」に対しては、「土、日は人ごみで混雑するので、散歩が難しくなった」といったマイナスのインパクトを与えている一方で、「昔の店が残っているのが気に入らない」といった意見もある。そして、「魅力的な店による賑わい」に対してはマイナスのインパクトは少な

く、「まちは活気が出て良かった」、「観光客が来ると、まちに店が増え、にぎやかになる」といったプラスのインパクトを与えていることが分かる。代官山における観光客の増加は居住者に対し、一方では生活の質を低下させ、一方では魅力的な生活を提供している。そのため、居住空間と都市型観光に供する空間との双方のバランスを保っていくことが必要になってくると考えられる。

5-4 小括

代官山居住者のライフスタイルを調べてみると、代官山エリア内の質が高く、魅力的で、のんびりとしたライフスタイルが浮かび上がってくるが、一方では生活機能の不足が生まれている。代官山居住者はこのような生活機能の不足を近隣の商業地域を利用するこ

	マイナスのインパクト (大)	マイナスのインパクト (小)	プラスのインパクト
基本的な生活像	<ul style="list-style-type: none"> ・うるさくなっている (a) ・子供の教育に対して良くない (e) ・ゴミを捨てる人と駐車違反がとて迷惑 (f) ・車の運転が難しくなった (k) 		
付加的な生活像	<ul style="list-style-type: none"> ・土、日は人ごみで混雑するので、散歩が難しくなった (l) (m) ・土、日は混雑するので、カフェは入りたくても、入れない (h) ・観光客が増えることは良いけど、昔の雰囲気はなくなっちゃったね。昔の代官山はもっと風情があったよ。やはりアドレスができる前のほうが良かったね (b) 	<ul style="list-style-type: none"> ・昔の店は相変わらず残っているの、気に入らない (d) ・大通りは結構にぎやかになったけど、他の部分はやはり変わっていないよ。まだ意外と落ち着いた感じですよ (n) ・気に入らないが、まちは全体はおしゃれになっていて、出かける時は化粧やおしゃれをしないと出かけられないのはちょっと大変だね (c) 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客が好きです。まちは活気が出て良かったと思います (i) ・観光客にはどんどん来て欲しい。観光客が来ると、まちに店が増え、にぎやかになる (g)

図 5-3 代官山における生活像と観光のインパクト

とによって補っている。そのため、観光客に対しては、質の高い生活像のみが代官山の生活像として認識されることになっている。

このような代官山の質の高い生活像は、観光客の増加によって影響を受けている反面、観光客の増加による街の変化が居住者に対して魅力的な生活を提供しているという側面もある。そのため、居住空間と都市型観光に供する空間とが相互にバランスを保つことで代官山居住者のライフスタイルを維持していくことが大きな課題になってくると考えられる。

6章 まとめ

ファッションタウンは東京の大きな魅力となっていることが明らかとなったが、今後どのようにしてこの魅力を活かして行くのかは国際観光を考えるうえで重要になってくる。

東京のファッションタウンはそれぞれが異なるイメージを持ち、そこでの観光行動も異なっている。このようなファッションタウンの多様性を維持していくことによって、様々な旅行者層を受け入れて行くことができる。その中で、代官山は特に魅力的なまちとなっているが、その魅力は、ファッション商品やおしゃれな街並だけではなく、居住者の生活感も感じられることにありと云える。これは、渋谷や原宿といった他のファッションタウンとの大きな違いであり、生活像は観光にとっても重要な要素であると言える。近年来、代官山では再開発プロジェクトが動き、高層の建物が建ち始め、生活や環境の質が低下しつつあるように感じられる。しかし、観光の視点から見ても、都市の視点から見ても、代官山のような住宅地域と商業地域とが共存するまちは必要だと考える。

住宅地域と商業地域とが共存している地域において生活像を維持していくためには、実際にそこで生活が行われている必要がある。そのため、居住者の生活空間を確保していくことは大きな課題となるが、そのために観光を排除するのではなく、都市型観光に供する空間と、居住空間とが相互にバランスを保っていくことが、来訪者にとっても居住者にとっても魅力を与えることにつながる。代官山は、近隣に渋谷、恵比寿、中目黒といった街が立地し、これらの街との機能分担によって質の高い生活像を維持するとともに、都市型観光に供する空間と、居住空間とが相互にバランスを保つことで、居住者と観光客との双方に魅力的な街を創りだしている(図6-1)。

今後、代官山のような都市型観光の楽しさを提供できる街は重要

図6-1 生活と観光を共に豊かにする空間のバランス

になってくると考える。そして、それぞれのファッションタウンがその街に固有のライフスタイルを大切にしながら、居住者と観光客との双方に楽しさと暖かさを与えられるファッションタウンを創り出していくことが期待される。

注

- 注1) 日本観光協会の調べによると、1991年から、台湾からの訪日旅行者は女性が男性より多く、また女性は男性に比べてファッションタウンに興味を持っていると思われるため、女性を対象として研究を進める。
- 注2) 参考文献2)によると、『ファッション産業都市は、これまでの繊維産業が生産基地から産業基地へ、そして生活文化情報基地へと自己変革を遂げるプロセスの中で生まれるファッションタウンの姿』であり、『ファッション文化都市は、ファッションナブルな都市空間や環境、イメージを持っている。また、百貨店やファッションビルや専門店街などの商業集積やファッションストリートを持有している都市でもある』と定義している。
- 注3) アンケートは、台湾の日本語塾、及び日本語学校の責任者にアンケート配布の許可をもらい、女子学生に対してアンケートの主旨を説明したうえで配布した。回収した269通のアンケートの中から対象としている20代～40代以外の回答用紙を抜いた。
- 注4) 日本に関する情報の多くはケーブルテレビから発信されており、ここでの「テレビ」は主としてケーブルテレビと考えられる。台湾のケーブルテレビは日本とは異なり、ケーブルテレビに加入することで全てのチャンネルを視聴することができるため、ケーブルテレビは日本に比べて普及している。
- 注5) アンケート調査において、台湾人女性が代官山以外のファッションタウンで実際に見かけた生活像については以下の通りである。①新宿：散歩(2人)・スーパーで買物している人(1人)・自転車で買物している人(1人)・ごみを捨てている人(1人)、②原宿：通勤途中の人(1人)、③渋谷：公園で犬との散歩(1人)・散歩(1人)・スーパーで買物している人(1人)・スーパーのビニール袋を持っている婦人(1人)、④六本木：犬との散歩(1人)・散歩(1人)、⑤銀座：スーパーのビニール袋を持っている婦人(3人)・散歩(1人)、⑥下北沢：犬との散歩(1人)・スーパーで買物している人(1人)、⑦台場：犬との散歩(4人)・散歩(5人)・スーパーで買物している人(2人)・公園で運動している人(1人)・通勤途中の人(1人)、⑧青山：犬との散歩(1人)・散歩(2人)

参考文献

- 1) アーバン・アメニティ研究所：街は素敵なファッションの舞台-商店街からファッションタウンへ、たいせい、1994年10月
- 2) 通商産業省：ファッションタウンへの道、ぎょうせい、1994年6月
- 3) 吉野国夫：タウンリゾートとしての商店街-都市を変える5つの提案、学芸出版社、1997年6月
- 4) 砂本文彦：1930年代の国際観光政策で検討された観光関連施設整備構想、日本都市計画学会学術研究論文集 第32回、pp.259-264、1997年
- 5) 東原由季、木下光、丸茂弘幸：台湾・韓国からの訪日パッケージツアープランにみる「国際集客都市」大阪の特性に関する研究、日本都市計画学会学術研究論文集 第38-3回、pp.691-696、2003年
- 6) Yozo Kasai, Reiji Chuubachi: Research on the ideal landscape that is conscious of the international inbound tourism -Focusing on Taiwanese image of Hokkaido's travel-, 日本都市計画学会 Proceedings (ISSN 1606-9285), P365-374, 2004年
- 7) 石見利勝、安居信之：観光地のイメージにもとづく観光地選択行動、日本都市計画学会学術研究論文集 第25回、pp.295-300、1990年
- 8) Wow Media 編集部：東京 SHOPPING 天書、Wow Media Limited, 2005年2月
- 9) 青木久美子、飯島香代子：東京食べて買って300、正文社、2005年12月
- 10) KEIKO、柏室編集部：東京 SHOPPING99、柏室科技芸術有限公司、2005年5月
- 11) 葉立幸：激安、東京買物、皇冠文化出版有限公司、2005年4月
- 12) 呉滋銘：FASHION @ TOKYO 時尚東京、皇冠文化出版有限公司、2005年1月
- 13) 独立行政法人国際観光振興機構 (JNTO)：JNTO 訪日外客訪問地調査 2004-2005、独立行政法人国際観光振興機構 (JNTO)、2006年2月

(2007年4月10日原稿受理、2007年9月13日採用決定)