都心回帰下の首都圏における住環境のイメージの空間構造とその遷移

SPACIAL STRUCTURE AND TRANSITION OF THE REGIONAL IMAGES
WITHIN THE TOKYO METROPOLITAN AREA IN THE ERA OF URBAN CORE REVIVAL

吉江 俊*, 後藤 春彦**

Shun YOSHIE and Haruhiko GOTO

Since the Japanese housing system was marketed at the end of the 20th century, a huge amount of private sale housings were built and became a receiver for the people who returned to the metropolitan area. As more than 20 years have passed since the arrival of the era of urban core revival, it is indispensable to analyze images of lifestyles seen in the housing market to read changes in the living environment.

The purpose of this paper is to clarify how residential housing has changed the living environment by analyzing expressions of housing advertisement. There are three investigations:

- 1) Location and value change of private sale housing under the era of urban core revival
- 2) Transition of the regional image caused by soaring and falling of residential land prices
- 3) Actual state of the areas that achieved transitions of unique regional images

Keywords: Tokyo metropolitan area, Private Condominium, Regional Image, Housing advertisement, Spatial structure

首都圏, 民間分譲住宅, 地域像, 住宅広告, 空間構造

1 章 緒言

1-1 研究の背景と目的

人口の都心回帰が叫ばれて約 20 年が経過した首都圏では、住宅地価の高騰・下落の格差化や新旧住民間の摩擦など様々な問題が顕在化してきた^{注1)}。その背景には、居住者の生活要求の多様化や、それに伴い市場で取引される住宅価値の高次化、イメージ的な欲望を満足する性能への移行などの、住環境の消費化が挙げられる。

我が国が高度経済成長を遂げつつある 1960 年代末には、画一的な住宅ではなく個性的な「私のための家」を持ちたいという「マイホーム主義」が流行したことがすでに注目されている²⁾。1970 年代末になると第四次マンションブームとともに民間事業者の参入が顕著になり、1980 年代末には、住宅の価値が使用価値から交換価値や記号価値に重点を移していったとする住宅の消費化が議論された³⁾。こうした住宅価値の消費化を主題とする実証的研究は殆ど行われてこなかったが、都心居住の実態調査を通じてその片鱗は報告されてきた^{注2)}。90 年代半ばからは新自由主義の政策再編とともに住宅システムは市場化され^{注3)}、21 世紀の住環境を理解するうえで住宅市場に流通するイメージ的価値の理解が不可欠になったといえよう。

これらに対して、筆者は住宅価値が (1) イメージへと展開したこと、(2) 「いえ」そのものだけでなく「まち」へと展開して取引されるよ

うになったことを指摘し、研究を進めてきた。成果として、住宅市場に供給される住環境の価値イメージの実態⁷⁾や、生活者が抱く住環境に関する欲求の分析⁸⁾を経て、約 100 種のイメージの指標に基づく首都圏の住宅選好原理が明らかになっている。

本稿では以上の知見を都市空間へ展開し、住宅広告に表れる住宅地の環境に関する語りの地理的分析を行う。地域像の変化をはじめて首都圏レベルの空間スケールで可視化して捉えることで、住環境の消費化・多様化の実態を俯瞰し、地理に根差した具体的な議論に資する知見を得ることを目的とする。具体的には都心回帰下の首都圏（一都三県）に照準し、以下の 3 点を明らかにする：

- 1) 都心回帰下における民間分譲住宅の立地および価値変化
- 2) 住宅地価高騰・下落とともに生じる地域像の遷移
- 3) 特異な地域像の遷移を遂げる地域の実態

1-2 研究の位置づけ

本研究は住宅地の環境評価と圏域性に関する研究と、都市イメージの研究の両者に跨るものである。前者の位置づけは既報にて示した通りであるので^{注4)}、本稿では後者の位置づけを整理した。

Fig.1 (次頁) に示したように、都市イメージ研究は主としてヒアリングやアンケート調査を通した認知イメージの研究と、様々なメディアに表れる表象イメージの研究に分けられる。また分析的観点

* 早稲田大学大学院創造理工学研究科 博士課程・修士(建築学)

** 早稲田大学理工学術院 教授・工博

Grad. Student, Dept. of Creative Sci. & Eng., Waseda Univ., M. Arch.
Prof., Faculty of Creative Sci. & Eng., Waseda Univ., Dr. Eng.

Fig.1 Position of this research in domestic research of urban image

からは、実際の都市空間での広がりや議論する即地的研究と、心象に留まる非即地的研究に分けられる。

当分野では、表象イメージの即地的分析が殆ど行われてこなかったのが特徴的である。倉澤ら⁹⁾や津田ら¹⁰⁾は旅行雑誌から観光地のイメージの内容を分析しているが、空間性よりもまち全体のイメージの意味構成を描き出すことを目的としている。一方大佛ら¹¹⁾はマンション名に含まれる地名の広がりやを分析し、その広がりから地域の魅力の強さを論じているが、魅力の内容そのものには迫っていない。杉山ら¹²⁾は都市情報誌から13の繁華街における1988-2001年間のイメージ変遷を追い、繁華街間のイメージの連帯を論じたが、首都圏の全体像を描き出す精度を有してはいない。

以上を踏まえると、本研究は(1)表象イメージの即地的研究の中でもはじめて住環境に照準する研究であり、(2)首都圏全体のスケールでその変化を可視化する方法をとる点に独自性を有する。

1-3 研究の方法

本研究では都心回帰下における住宅地価の高騰・下落とともに生じる住環境のイメージ変化やライフスタイルの変化を明らかにする。2章で分析対象の二時代を設定したのち、以下の通りに分析を進める。

3章では住宅広告を資料に用いて首都圏(本稿では一都三県)の民間分譲住宅の価格・広さ・階数および立地の統計的な概観を行う。これにより、二時代の主な民間分譲住宅の特性を抽出・比較する。4章では住環境価値の種類を駅圏単位で集計し、その組み合わせによって空間を類型化することで「地域像」の類型を得る。続いて「地価公示資料」より住宅地価の変化を把握し、地価高騰・下落とともに生じる地域像変化の傾向を把握する。5章では特異な地域像の変化を遂げた地域に注目し、物理的な住環境の変容と合わせて地域変化をより詳細に論じる。6章では以上の研究成果を総括する。

2 章 都心回帰下の住環境変化を捉えるための比較基準時点の設定

2-1 2015 年に対する比較基準時点の設定

本稿では都心回帰下の住環境イメージ変化を捉えるために、把握可能な最新年である2015年と、人口の都心回帰とともに民間の住宅供給が安定し始めた2000年の2点を比較時点として設定する。

バブル経済崩壊以来住宅着工数は減少を始めたが、再び増加に転じた1994年前後を期に、人口の都心回帰が注目され始めた。95-00年の第七期住宅建設五箇年計画では都市居住が中心テーマとなり、

この時期に第六次マンションブームが生じている¹³⁾。99年の都市基盤整備公団の分譲からの撤退、00年の定期借家制度の導入、03年の住宅金融公庫の廃止など公共による住宅供給が減退し、民間による住宅供給が安定し始めたのが2000年前後であると言える^{注5)}。

2-2 建て方および建築主の変化からみる民間分譲住宅の位置づけ

Fig.2に、建て方別にみた東京都の住宅着工数を示した。本図から、バブル経済期では貸家の着工が多くを占めていたが、1998年以降には分譲住宅が急増し多くを占めるようになったことが分かる。続いて建築主別に住宅着工数を集計すると(Fig.3)、以前は個人を建築主とする住宅の着工が多くを占めていたが、98年以降会社を建築主とする民間住宅が多くを占めるようになったことが分かる。以上の結果から、2000年以来の人口の都心回帰を主に担った新築住宅の多くは、民間の分譲住宅であったことが分かる。

Fig.2 Built houses in Tokyo by tenure

Fig.3 Built houses in Tokyo by owners

2-3 対象資料の概要

先の考察を受けて、本稿では民間の分譲住宅を対象に設定し、それらの住宅広告に描かれる住宅や立地地域の価値イメージを分析する。資料は筆者の既報と同様に、2000年に売り出された民間分譲住宅の住宅広告の資料としてリクルート出版『週刊住宅情報 首都圏版』2000年発行巻を、2015年の住宅広告の資料として同社『SUUMO 新築マンション 首都圏版』2015年発行巻を利用し、それぞれ1月、4月、7月、10月の初週号に掲載されている一都三県に立地するすべての民間分譲住宅を対象とした^{注6)}。2000年売り出しの対象は768件、2015年の対象は403件であった。

3 章 都心回帰下における民間分譲住宅の立地および価値変化

本章では先述の資料を用いて、2000年、2015年それぞれに供給された民間分譲住宅の基本的な特性を把握したのち、各住宅での暮らしにおいて享受できるとされる住環境価値の差異を明らかにする。

3-1 価格、広さ、階数の関係変化

Fig.4に二時代における対象住宅の階数の比率を示した^{注7)}。図中では、10%を超える項目を点線で囲んで示している。本図から、

2000年には1-15階建ての住宅が多数を占めていたが、2015年には低層の住宅の比率が減少し6-15階建てが多くを占めていることが分かる。また31階建て以上の住宅も微増していることが把握できる。

Fig. 4 Change in number of stories 2000-2015

Fig. 5に二時代における平均分譲価格の比率を示した。本図から、2000年では3千万円から6千万円台の住宅が多数を占めているが、2015年には高額な住宅の比率が減少し3千万円から5千万円台の範囲の住宅が多くを占めるようになったことが把握できる。

Fig. 5 Change of average prices 2000-2015

Fig. 6に二時代における対象住宅の、物件ごとの平均専有面積の比率を示した。2000年と2015年では共通して60㎡から80㎡台の住宅が多くを占めていることが分かるが、前者では70㎡台の住宅が突出して多いことが把握できる。

Fig. 6 Change of living floor spaces during 2000-2015

以上のように、首都圏に供給される民間分譲住宅は階数・価格・平米数ともに、全体のうち一部の範囲に収まるものが多数を占めていることが明らかになった。この多数を占める住宅が、都心回帰下の首都圏に供給された主な民間分譲住宅と考えられるので、その範囲を前節の考察 (Fig. 4, 5, 6 点線部) を根拠に図中に示すと Fig. 7 が得られる。住宅全体の範囲は価格・階数ともに拡大しているが (白色)、多数を占める住宅の範囲は反対にやや縮小していることが分かる (灰色)。これらの多数を占める住宅を、本稿では「標準民間分譲住宅」と呼ぶこととする。

3-2 標準／非標準民間分譲住宅の立地変化

標準民間分譲住宅とそれ以外の住宅 (便宜上、非標準民間分譲住宅と呼ぶ) の分布傾向を把握するために、Fig. 8 に二時代の民間分譲住宅の分布を示した。2000年の標準民間分譲住宅は東京駅を中心と

Fig. 7 Change of standard private sale housing 2000-2015

した40km圏の全体に供給されているが、2015年になると中心部に縮退し、特に横須賀方面の減少が際立っている。一方で非標準民間分譲住宅は山手線沿線を中心に放射状に分布しており、中央線、田園都市線、東海道本線、京葉線などの路線を際立たせている。2015年には放射状の分布構造を残しながらも東京都区部に際立った集積をみせ、中央区・港区を中心に高層化している様子が見て取れる。

Fig. 8 Distribution of standard/special private sale housing

3-3 標準／非標準民間分譲住宅の謳う住環境価値の変化

次に、これらの住宅で居住者が享受できるとされる住環境価値の内容を明らかにする。同様の資料の売り文句において表現される住環境に関する語りを、その意味が多義的にならない最小表現に分割して抽出し分類した (Table1、次頁)。2000年では9085サンプル、2015年では5953サンプルが抽出でき、これらを既報の枠組みである

「住居の価値」「立地地域の価値」に沿って整理した。

Table1 Classification of values in living environment

a.Values of home

Nature 1. Water view 2. Green area 3. View of sky and sunshine 4. Four seasons
Function 5. Vista 6. Hospitality 7. Sports, health 8. Shared space 9. Privacy 10. Pet owning 11. Size
12. Costs 13. Hobby 14. Energy efficiency 15. Flexibility 16. Internal corridor 17. Fresh air
18. Strolling opportunities 19. Comfort 20. Functionality 21. Security 22. Quake-resistance 23. Storage 24. Cooking
Impression 25. Advanced 26. Relaxed 27. Luxurious 28. Beautiful 29. Satisfactory 30. Feeling of security
31. Feeling of opening 32. Fashionable 33. Hotel-like 34. Japanese style 35. Landmark 36. Multifaceted
37. Western 38. Longing 39. Family 40. Self-expression 41. Sense of daily life 42. Sense of being active
43. Permanent home 44. Modern 45. Appealing to Women 46. Feeling of detached house 47. Friendly to elder people 48. Others

b.Values of surrounding environment

Nature 49. Water view 50. Green area 51. View of sky and sunshine 52. Four seasons
Function 53. Shopping 54. Eating 55. Entertainment 56. Public facility 57. School 58. Park
59. Sports, health 60. Strolling opportunities 61. Accessibility 62. On the hillside 63. Level ground
Impression 64. Advanced, urban 65. Peaceful 66. Luxurious 67. Beautiful 68. Mature 69. Feeling of security
70. Open 71. Trendy 72. Bustling 73. Cultural 74. Downtown 75. Western 76. Longing 77. Child rearing
78. Placeness 79. Comfortable 80. Appealing to Women 81. Popular 82. Permanent home 83. Sense of daily life 84. Others

1) 居住者が享受できるとされる住居に関する価値の変化

住居に関する価値の変化を Fig.9 に示した。図では、住居に関する住環境価値の該当率が 20%以上の項目を表示しており、2000 年の標準民間分譲住宅の価値の項目を基準として変化した項目を灰色で示している。首都圏全域に分布する標準民間分譲住宅住宅では、2000 年において 20. 機能性、3. 空・日光、26. ゆとり・憩いなどの基本的な価値が中心であったが、2015 年には 39. 家族、12. コストなどが増えている。標準民間分譲住宅と比較すると非標準民間分譲住宅の価値の違いは 2000 年には顕著に見られないが、2015 年には 39. 家族、11. 広さ、28. 風情・美、29. 質・満足感などが加わってより多様な印象的価値を含むものとなっている。

Fig.9 Value changes on home

2) 居住者が享受できるとされる立地地域に関する価値の変化

同様の方法で、立地地域に関する価値の変化を Fig.10 に示した。2000 年の標準民間分譲住宅においては 61. 利便性、53. 買い物、

Fig.10 Value changes on surrounding environment

58. 公園など機能的な価値の享受に留まっていたが、2015 年には 50. 緑、77. 子育て、67. 風情・美などより多くの価値が出現している。他方で非標準民間分譲住宅は、2000 年から印象的価値をいくつか含んでいたが、2015 年には 81. 注目・話題性、70. 開放感などのより多様な印象的価値を享受できるとされるようになっている。

3-4 小結：都心回帰下の民間分譲住宅の二重構造

本章で明らかになった知見を整理すると Fig.11 が得られる。都心回帰下の民間分譲住宅には多様な価格、広さ、規模のものが供給されてきたが、多くはその多様性の中でもある狭い範囲に収まることが明らかになった。この範囲に収まる住宅を標準民間分譲住宅と呼ぶと、そうでない住宅（非標準民間分譲住宅）との間に明らかな分布特性の差異があることが確認された。最後に住環境価値をみると、標準民間分譲住宅は基本的な価値の享受に留まるのに対し、非標準民間分譲住宅はより多様でイメージ的な価値の享受を謳っていることが明らかになった。以上のように都心回帰下の民間分譲住宅には、性質の異なる 2 つの住宅が供給されてきたといえる。

Fig.11 Distribution of standard/special private sale housings(summary)

4 章 住宅地価高騰・下落とともに生じる地域像の遷移

本章では民間分譲住宅の広告中にどのような立地地域の価値が描かれてきたかを、駅圏単位で集計して分析する。この結果を地価が高騰・下落している地域と重ね合わせることで、地価変動とともに生じる地域像の変化について論じる。

4-1 駅圏単位の住環境価値の構成比による地域像のクラスタ分析

国土交通省国土政策局国土情報課が公開している、2015 年時点で営業している駅の座標を用いてボロノイ図を作図し、各図形を駅圏と呼ぶ^{注8)}。住環境価値のうち立地地域に関する価値の該当の有無を 0,1 に変換し、住所と紐づけて地理情報システム (GIS) でプロットして駅圏単位で集計した。立地地域の価値が 3 つ以上集計された駅圏は、2000 年で 384、2015 年で 212 あった^{注9)}。

続いて駅圏単位で集計した立地地域の価値の構成を類型化する。2000 年、2015 年で一貫した類型を得るために、先に得られた合計 596 の駅圏を二時点で分けて対象として、立地地域の価値の有無の集計数をパラメータとするクラスタ分析（ウォード法、ユークリッド距離）を行い、距離の開いた地点でデンドログラムを切断し 6 つの類型を得た (Fig.12、次頁)。

Table2 (次頁) に、各類型の内容の特化係数を示した。6 つのクラスタの内容構成のうち、とくに特化係数の高い項目を踏まえて、各類型を「CL1 生活施設欠如低利便地域」「CL2 教育・安心感特化地域」「CL3 自然価値欠如低イメージ地域」「CL4 高台永住地域」「CL5 歓楽洗練都会地域」「CL6 高度イメージ包含地域」と命名した。これらは住宅の

Table2 Values constituting the six regional image clusters

Cluster	Number of station areas	Nature					Function										Impression																						
		49 Water view	50 Green areas	51 View of sky and sunshine	52 Four seasons	53 Shopping	54 Eating	55 Entertainment	56 Public facility	57 School	58 Park	59 Sports, health	60 Strolling opportunities	61 Accessibility	62 On the hillside	63 Level ground	64 Advanced urban	65 Peaceful	66 Luxurious	67 Beautiful	68 Mature	69 Feeling of security	70 Open	71 Trendy	72 Bustling	73 Cultural	74 Downtown	75 Western	76 Longing	77 Child rearing	78 Pleasantness	79 Comfortable	80 Appealing to women	81 Popular	82 Permanent home	83 Sense of daily life	84 Others		
CL1	85	0.33	0.61	0.55	0.12	0.07	0.17	0.35	0.09	0.06	0.55	0.36	0.54	0.42	0.75	0.16	0.50	0.63	0.29	0.35	0.76	1.11	0.38	0.40	0.27	1.07	1.47	1.33	0.86	0.18	0.59	0.37	0	0.32	1.85	0.63	0.20		
CL2	105	0.70	1.17	1.10	1.43	1.31	0.94	0.73	1.99	1.93	1.33	1.25	1.09	0.98	0.69	1.30	0.48	1.32	0.47	0.78	1.38	2.19	0.77	0.28	1.24	0.75	1.19	0.43	0.70	1.49	1.25	0.89	1.25	0.67	1.25	1.18	0.78		
CL3	208	0.25	0.25	0.30	0.22	0.56	0.46	0.35	0.70	0.63	0.41	0.37	0.26	0.44	0.17	0.33	0.49	0.29	0.24	0.25	0.08	0.55	0.36	0.42	0.29	0.30	2.41	0.44	0.59	0.36	0.29	0.33	1.47	0.42	0.50	0.51	0.29		
CL4	136	0.16	0.84	0.63	0.70	0.61	0.43	1.07	0.56	0.77	0.74	0.34	0.64	0.66	1.62	0.50	0.37	1.26	0.37	0.49	0.71	0.46	0.45	0.32	1.01	0.94	0.92	1.17	1.62	0.46	1.33	0.78	0	0.28	1.74	0.65	0.57		
CL5	40	1.57	0.85	0.97	1.50	1.13	1.65	2.14	0.55	0.42	0.74	0.87	1.05	1.16	0.30	0	2.04	0.58	1.24	1.06	1.61	0.26	0.26	1.47	2.48	1.24	0	0.57	0	0.81	0.25	1.09	3.28	1.09	0.65	2.22	1.40		
CL6	22	2.99	2.29	2.46	2.04	2.31	2.34	1.35	2.10	2.20	2.23	2.81	2.42	2.34	2.47	0.33	2.12	1.92	3.39	3.06	1.46	1.43	3.39	3.11	0.70	1.69	0	2.06	2.23	2.71	2.29	2.55	0	3.22	0	0.81	2.75		

[Notes] Numbers show specialization coefficient between ratio of each value and total average. Black indicates items exceeding 1.5, and gray indicates items below 0.5.

周辺地域に対する価値イメージの集合の類型であるから、以下本稿ではこれらを地域像の類型と呼ぶ。それぞれの特徴はTable3に示すとおりである。

4-2 6つの地域像の地理的分布とその動態

6つの地域像の類型別に、該当する駅圏をFig. 13に可視化した^{注10)}。

「CL1 生活施設欠如低利便地域」は2000年に多く2015年には大幅

に減少している。2000年には都心中心部から神奈川方面に向かって分布する傾向にあったが、2015年には一転し中心部に散在しており、二時点で見続けている地域は元町・中華街の1地域だけであった。

「CL2 教育・安心感特化地域」は2000年、2015年間で微増している。2000年には都心40km圏外を含む郊外地域

Fig. 12 Dendrogram of cluster analysis

Table3 Clusters of regional images and their characteristics

Clusters of Regional Images	Characteristics
CL1 Low convenience area with lacking of living facilities	Regions with low value images, especially where the value of the living facility is significantly low
CL2 Education / security specialized area	Regions enjoying an environment that is specialized for public, medical, and educational facilities and have a sense of security
CL3 Low image area with lacking of environmental values	Regions with low value images, especially where the value of the nature is significantly low
CL4 High ground permanent-living area	Regions enjoying being located on high grounds and environment of permanent living
CL5 Urban area with entertainment	Regions that specialize in waterside and enjoy environments such as entertainment, culture, and bustling
CL6 Advanced image inclusive area	Regions that enjoy almost all values of the location area across nature, function, and impression

に分散していたが、2015年にはやや中央に集まって都心20km圏付近に分布する傾向にある。

「CL3 自然価値欠如低イメージ地域」と「CL4 高台永住地域」の両者は2000年から2015年にかけて半減しており、都心40km圏の中心部から周縁部にかけて分布している点で、似た傾向をもっている。ただし前者は渋谷周辺やすすかけ台周辺など、複数の地域でまとまりをもつ傾向が顕著にみられる。

「CL5 歓楽洗練都会地域」は比較的少数であり、2000年から2015

Fig. 13 Distribution of six clusters of regional images

年にかけて数が減少している。その分布は木場から西船橋など千葉の一部、馬車道や新逗子などの神奈川の一部など東京湾沿いに散在しているほか、都心 20km 圏の内陸部にもみられる。

「CL6 高度イメージ包含地域」は最も少数の地域であるが 2015 年に増加傾向にある。八丁堀・勝どき・天王洲アイルなど東京湾岸沿いに集積がみられるが、2015 年には千葉ニュータウン中央、井の頭公園、戸田公園など都心 20km-40km 圏の郊外部にも出現している。

4-3 増加傾向にある 2 つの地域像の内容

二時点で増加傾向にあった二つの地域像の内容構成の変化を、Fig. 14, 15 に示した。図では、横軸に 2000 年時点での駅圏単位の平均該当数を、縦軸に二時点における平均値の差を据えている。

CL2 教育・安心感特化地域では、学校・教育、公園、静寂・憩いなどが一貫して多数を占めているなか、買い物や子育て・家族、食事、安心に関する価値が増加傾向にあり、生活環境に関するイメージが豊かになりつつあることが把握できる。

CL6 高度イメージ包含地域では、二時代で安定した価値は少なく増加や減少に転じているものが多い。買い物、公園、学校・教育、水辺などが増加しつつある半面、利便性、緑、静寂・憩いなどが減少しており、地域像内部における価値イメージの変容が生じている。

Fig. 14 Change of CL2 Education / security specialized area

Fig. 15 Change of CL6 Advanced image inclusive area

4-4 地域像の遷移の全体傾向

次に、地域像の移り変わりに着眼する。2000 年と 2015 年ともに地域像が読み取れた駅圏は 128 あった。これらを対象に二時点間の地域類型の対応関係をパスで示した (Fig. 16)。図では、10% 未満のパスを除いて表記してる。

全体をみると、CL3 自然価値欠如低イメージ地域が多く CL1、CL6 が少ないという構成は変わらず、二時点で CL3 が継続している場合が多いことが把握できる。地域像の遷移に注目すると、CL2 から CL3 への遷移および CL6 から CL5 への遷移が顕著であることが分かる。

4-5 住宅地価の変化とともに生じる地域像の変容

1) 住宅地価高騰地域と住宅地価下落地域の可視化

土地・建設産業局が公開している地価公示資料のうち住宅地で算出された地価のみのポイントデータ^{注11)}を駅圏単位で集計し、駅圏

Fig. 16 Transition of regional images 2000-2015

ごとの平均値を算出した。2000 年 1 月 1 日時点、2015 年 1 月 1 日時点の双方の平均値の差分を取り、正の値の平均値を「増加平均値」、負の値の平均値を「減少平均値」とした。これら二つの値を基準に、住宅地価が相対的に増加・減少している地域を特定し、それぞれ「住宅地価高騰地域」「住宅地価下落地域」と呼ぶこととする。

分析結果を Fig. 17 に示す。住宅地価高騰地域は 65 駅圏に該当し、東京都区部を中心に分布している。一方住宅地価下落地域は 818 駅圏に該当し、1 都 3 県の全域に分布していることから、一部の地域を除いて首都圏のほとんどの地価が減少傾向にあることが分かった。

Fig. 17 Areas with soaring / falling of land prices

2) 住宅地価高騰地域における地域像の遷移

抽出された住宅地価高騰地域のうち、二時点の地域像が読み取れる駅圏は 21 あった。これらの駅圏について、前節と同様の方法で地域像の遷移を可視化し、Fig. 18 に示した。

Fig. 18 Transition of regional images in soaring areas

住宅地価高騰地域の多くはCL3 自然価値欠如低イメージ地域へと遷移していることが読み取れるが、CL5 歓楽洗練都会地域の一部がCL2 教育・安心感特化地域へと遷移していることや、その逆にCL2がCL5へと遷移している様子が見られた。

3) 住宅地価下落地域における地域像の遷移

続いて抽出された住宅地価下落地域のうち、二時点の地域像が読み取れる47駅圏に着目し、これらの駅圏について同様の方法で地域像の遷移を可視化し、Fig. 19に示した。

CL1 生活施設欠如低利便地域からCL5 歓楽洗練都会地域への遷移が顕著にみられるのに加えて、CL2からCL3への遷移など複数の遷移がみられる。総じて、CL3への集中が著しい住宅地価高騰地域とは対照的に、住宅地価下落地域においては多様な地域像の遷移が観察され、結果として該当する地域像の種類の割合の構成も2000-2015年間で変化していることが分かった。

Fig. 19 Transition of regional images in falling areas

4-6 小結：住宅地価の変動とともに生じる地域像の遷移

1) 都心回帰下の首都圏における地域像の分布

本章では第一に地域像が6つに類型化され、それらがFig. 20のように簡易化できる分布傾向を持つことが明らかになった。すなわち、CL1, CL3, CL4の3つの地域像が首都圏全域に分布する傾向があるのに対し、都心20km円周部および周縁部にCL2 教育・安心感特化地域が、また周縁部と一部の臨海部を中心にCL5 歓楽洗練都会地域、CL6 高度イメージ包含地域が分布し、これらはいずれも割合でみる限り近年増加傾向にあることが把握された。

Fig. 20 Distribution of regional images (summary)

2) 住宅地価の変動とともに生じる地域像の遷移

本章では第二に、地域像の遷移の特徴が明らかになった。Table 4にこれらを再整理する。住宅地価の高騰する地域、下落する地域ともにCL3 自然価値欠如低イメージ地域への地域像の遷移が確認でき、都心回帰下においてCL3への地域像の偏りが進行しつつあることが分かった。これに加えて住宅地価高騰地域ではCL2 教育・安心感特化地域とCL5 歓楽洗練都会地域との遷移の関係があり、また住宅地価下落地域においてはCL1 生活施設欠如低利便地域からCL5への遷移、CL3からCL2やCL4 高台永住地域への遷移が確認できた。

Table 4 Change of regional images and land prices (summary)

Land price	Transition of regional images
Soaring	CL3 Low image area with lacking of environmental values → no change
	CL1 Low convenience area with lacking of living facilities → CL3 Low image area with lacking of environmental values
	CL4 High ground permanent-living area → CL3 Low image area with lacking of environmental values
	CL2 Education / security specialized area → CL5 Urban area with entertainment
Falling	CL3 Low image area with lacking of environmental values → no change
	CL2 Education / security specialized area → CL3 Low image area with lacking of environmental values
	CL6 Advanced image inclusive area → CL5 Urban area with entertainment
	CL1 Low convenience area with lacking of living facilities → CL5 Urban area with entertainment

[Notes] The table shows changes with rate over 40% or changes related to CL3 as major changes of regional images.
Legend: [White box] Changes towards CL3 and its maintenance [Grey box] Changes other than CL3

5 章 特異な地域像の遷移を遂げる地域の実態

前章では、都心回帰下における地価の変動とともに生じる地域像の遷移の中で、CL3 自然価値欠如低イメージ地域への遷移が支配的であることが確認されたが、これとは異なる遷移を遂げている地域も存在する。本章ではこれらを特異な地域像の遷移を遂げる地域として選出し、地域像の変化とともにいかなる物理的環境の変化を遂げてきたのかを明らかにする。

5-1 特異な地域像の遷移が確認された地域の選出

Table 4を参照しつつ、特異な地域像の遷移が確認された地域を抽出した。掲載住宅数が多いものから合計6地域を選出したところ、価格高騰地域では目黒駅 (4)・北千住駅周辺 (4)、価格下落地域では入谷駅 (4)・松原団地駅 (4)・朝霞台駅 (4)・戸田公園駅周辺 (6)が対象となった(数値は掲載住宅数)。

6地域はそれぞれ固有の特性を持っているため、これらの検討から地域像変化と物理的な住環境変化との関係について普遍的な論議を行うことはできない。しかし首都圏内で特異な地域像の遷移が明確に確認できる地域を検討することによって、少なくとも都心回帰下の首都圏に生じたイメージ変化の原動力を論じることはできる。

5-2 特異な地域像の遷移が確認された地域の実態

2000年、2015年発行のゼンリン住宅地図を資料に用いて、二時点の6地域の建物変化を可視化した(次頁、Fig. 21)。同資料からは、各年代の建物の用途変化を読み取ることができる。図では、国土交通省国土政策局国土情報課の示す各駅の座標を起点に半径500mの範囲における主な建物変化を示している。

A) 目黒駅周辺 (CL2 教育・安心感特化地域→CL5 歓楽洗練都会地域)

目黒駅周辺では街区レベルの建物変化が複数見られ、更新後の建物用途も様々である。主なものに映画・録音スタジオや工場から大規模マンションへの変化、都バス営業所や小規模アパートから超高層の複合施設への変化、ホテルや専門学校からオフィスビルへの変化が挙げられる。これらの変化に対して住宅広告においては、以下のような語が見られる：

「桜の名所・目黒川。川沿いにはこだわりのショップも多く、街歩きも楽しみ」
「おしゃれな店舗やレストランが並ぶファッションブルな白金台のプラチナ通り」
2015年「Brillia Towers 目黒」の住宅広告より
注「歓楽洗練都会地域」としての目黒駅周辺の語り

B) 北千住駅周辺 (CL5 歓楽洗練都会地域→CL2 教育・安心感特化地域)

目黒駅とは反対に、北千住駅周辺はCL5からCL2への遷移が確認された地域である。駅周辺では目黒駅周辺と同様に街区レベルの建物変化が見られるが、更新後の建物用途がオフィスビルではなく、大学関連施設である点が異なる。最も大きな東京電機大学キャンパ

スの面積を占めていたのは、たばこ工場とその社宅 15 棟であった。
住宅広告においてはこうした変化は直接的には語られず、J R 常磐
線上野東京ラインの開通などを背景として利便性が強調されている：

「駅前(ルミネ、マルイ、商店街など多彩な商業施設。荒川緑地や区図書館も身近)」「5 路線が乗り入れる城東エリア最大のターミナルでありながら価格が比較的手頃」
2015 年「プレス北千住」の住宅広告より
注)「教育・安心感特化地域」としての北千住駅周辺の語り

Fig. 21 Building change in areas with transitions of unique regional images

C) 入谷駅周辺 (CL1 生活施設欠如低利便地域→CL5 歓楽洗練都会地域)

入谷駅周辺は低層の工場・住宅の混在地域であり、小規模な建物更新が分散的に見られる。更新後の建物は高層マンションが多く、特徴的な用途の出現は見られない。物理的環境とは対照的に住宅広告においては、上野・浅草を徒歩圏(徒歩15分圏内)として強調することで、入谷駅周辺の地域像の読み替えが起こっている：

「文化・芸術施設が連なるアカデミックエリア「上野」、四季折々の祭りやグルメスポットも多い「浅草」。台東区・松ヶ谷は、その2つの街のちょうど中心」

2015年「プラウド上野松ヶ谷」の住宅広告より

注)「歓楽洗練都会地域」としての入谷駅周辺の語り

D) 松原団地駅周辺、E) 朝霞台駅周辺

(CL3 自然価値欠如低イメージ地域→CL2 教育・安心感特化地域)

松原団地駅周辺の大部分は更新されている。駅西側は大規模な団地が広がっていたが、多くは高層・超高層マンションに変化した。また南側にあった郵政宿舎は画一的なデザインの戸建て住宅地に変化している。住宅広告ではこうした大規模な建物更新を強調しつつ、商業施設等の利便性に関する語が見られる：

「半世紀以上にわたって育まれた松原団地の「豊かな緑」と「生活利便性」を最大限に活用し、さらなる快適性を求めた約54haもの地区計画」

2015年「シティテラス草加松原」の住宅広告より

注)「教育・安心感特化地域」としての松原団地駅周辺の語り

朝霞台駅周辺も松原団地と同様の地域像の遷移が確認されている。松原団地とは対照的に、小規模で分散的な建物更新が見られる。駅周辺は駐車場や空き地、畑と住宅が混在していたが、これらの低未利用地の一部が戸建て住宅や小規模マンション、保育園などに変化している。住宅広告では、穏やかさと自然が強調され、子育てに適した街としての地域像を描いている：

「充実の商業・教育施設や穏やかな住環境。公園や自然も残り、子育てファミリーに快適」「保育園徒歩5分、小学校徒歩11分」

2015年「アドグランデ朝霞台」の住宅広告より

注)「教育・安心感特化地域」としての朝霞台駅周辺の語り

F) 戸田公園駅周辺 (CL3 自然価値欠如低イメージ地域→CL6 高度イメージ包含地域)

戸田公園駅周辺はCL3からCL6への地域像の遷移が確認された地域である。駅周辺では地区レベルの建物更新を伴う分散的な変化が見られる。周囲は工場や住宅の混在地域であるが、商店や小規模マンション、工場が解体され戸建て住宅や高層マンションに変化した。また鉄道沿いのJR社宅、インク製造工場とその社宅が解体されることで、地区レベルの建物変化を生じている。住宅広告では、埼玉県で「地域子育て応援タウン」に認定されたことに触れながら、学校や様々な商業施設の利便性を強調している：

「埼玉県で初めて“地域子育て応援タウン”に認定された「戸田市」
「ファッション、雑貨、グルメなど85の専門店とシネコン…レジャー感覚で楽しめる」

2015年「ガーラ・レジデンス戸田公園」の住宅広告より

注)「高度イメージ包含地域」としての戸田公園駅周辺の語り

5-3 地域像の変化と物理的住環境との関係

特異な地域像の遷移が確認された6地域では、小規模な工場やマンション、戸建て住宅が高層マンションに変化している点が共通していた。また大きな面積を占めていた社宅が解体されることで、地区レベルの建物変化が生じている様子が各所で把握された。

価格高騰地域においては建物用途の変化に特徴があり、商業施設やオフィスに変化した地域(目黒)と、マンションや大学施設に変

化した地域(北千住)とでそれぞれ地域像の遷移に差が生じているのは明らかである。他方で松原団地を除く価格下落地域においては、マンションの建設が進むものの建物用途の変化には明らかな差異が見られないことから、地域像の遷移と物理的環境の変化との間に明確な関係は指摘できない。本章で扱った地域では、周辺地域の視野を拡大して享受するような立地地域の読み替え(入谷)、自然環境から子育て環境への読み替え(朝霞台)、行政による何らかの認定・後押し(戸田公園)といった立地地域の認識の変化が強く影響していると言える。以上をまとめるとFig.22のように整理できる。

Fig.22 Relationship between regional images and physical environment

6 章 結言

6-1 研究の総括

1) 都心回帰下における民間分譲住宅の立地および価値変化 (3章)

人口の都心回帰を担ってきた民間分譲住宅は2つに大別できることが明らかになった。60-89㎡の広さで3千万-6千万円の価格、15階建て以下の住宅(標準民間分譲住宅)と、とそれ以外の多様な住宅(非標準民間分譲住宅)である。前者は首都圏全域に分布するが、後者は山手線沿線を中心に放射状の分布構造をもつ。また住環境価値の違いに着目すると、前者は基本的な価値の享受に留まるのに対し、後者はより多様なイメージ的な価値の享受を謳っている。以上のように都心回帰下の民間分譲住宅には、性質の異なる2つの住宅が供給されてきた。

2) 住宅地価高騰・下落とともに生じる地域像の遷移

住宅広告の語りにおける立地地域の価値表現に基づき、地域像が6つに類型化され、それぞれ特有の分布傾向を持つことが明らかになった。すなわち、CL1 生活施設欠如低利便地域、CL3 自然価値欠如低イメージ地域、CL4 高台永住地域の3つの地域像が首都圏全域に分布する傾向があるのに対し、都心20km円周部および周縁部にCL2 教育・安心特化地域が、また周縁部と一部の臨海部を中心にCL5 歓楽洗練都会地域、CL6 高度イメージ包含地域が分布するというように、地域像の地理的特性が明らかになった。次に都心回帰下の地域像の遷移をみると、全体としてCL3 自然価値欠如低イメージ地域への遷移が進行しつつあることが分かった。これらとは異なる地域像の遷移が確認できた地域を、「特異な地域像の遷移」として抽出した。

3) 特異な地域像の遷移を遂げる地域の実態

特異な地域像の遷移が確認された6地域では、小規模な工場やマンション、戸建て住宅、団地、社宅などが更新対象となっていることが分かった。中でも価格高騰地域においては建物用途の変化に特徴があり、これに応じて地域像の遷移に差が生じていた。他方で価格下落地域においては、マンションの建設が進むものの建物用途の変化には明確な差異が見られず、むしろ周辺地域の視野の拡大、自然環境から子育て環境への読み替え、行政による何らかの認定・後押しなどの立地地域の認識の変化が影響していることが把握された。

6-2 市場化された住宅システムが促す住環境変化

本研究を通して、2000 年以降の都心回帰の受け皿となってきた民間分譲住宅と、それらの描く地域像の変化が明らかになった (Fig. 23)。これまで都心回帰下の住宅需要は多様化の一途を辿ってきたことが指摘されてきたが、本研究では第一に多様な性能を持つ住宅は一部の鉄道沿線地域にのみ立地していること、第二にその周辺の立地地域の価値も偏った変化をしつつあることが明らかとなった。したがって市場における住環境価値が自然に多様化していくという見通しは、楽観的であると言わざるを得ない。他方で教育・安心感特化地域、歓楽洗練都会地域という 2 つの地域像の増加が見られ、これらが今後の住環境の主要な形式になることも考えられる。今後の変化が格差化を促進しないよう、長期的に注視する必要がある。

Fig.23 Changing of living environment promoted by marketed housing system

謝辞

本研究は公益財団法人 大林財団の平成 27 年度奨励研究助成（課題名：住宅広告の「語り」の地理的分析に基づく東京大都市圏における住環境の価値分布の空間構造、研究代表者：吉江俊）の助成を受けたものです。記して御礼申し上げます。

注

- 注 1) これらについては、富田（参考文献 1）が詳細な報告を行っている。
- 注 2) 富田がその長年の成果をまとめた近著（参考文献 1）では、21 世紀に再発見された都心は利便性と生活環境の良さを同時に享受できる場であり、そこにおいて居住地選好は「消費・余暇関係」と「地縁的・社会的関係」、すなわちイメージ的要素と地縁的要素が重視される傾向にあると報告している。また久保（参考文献 4）は、バブル期以来のマンション供給とともに、個人の価値観やライフスタイルを基準として住宅を選択する新たな潮流が生じたことを指摘している。近年山本里奈（参考文献 5）ら社会学者によって、住宅のもつ欲望喚起の性質の具体的な検討が、超高層マンションのライフスタイルなどを例に展開されているのは注目に値する。
- 注 3) この点については、平山（参考文献 6）が詳細な議論を行っている。
- 注 4) 本稿の住環境論としての位置づけは、筆者の既報（2015）を地理学的に展開するものとして捉えられる。参考文献 7，図 1 を参照されたい。
- 注 5) 既報（参考文献 7）2 章にて整理を行っているので、参照されたい。
- 注 6) 資料の選定理由は既報（参考文献 7）の通りである。なお『週刊住宅情報』は 2002 年に廃刊になっており、これに続き戸建て住宅を取り扱わない『SUUMO 新築マンション』が発行されている。両者の趣旨と掲載内容に差異がないことから、本稿ではこれらを資料として扱うこととする。
- 注 7) ここでは対象住宅のうち価格・平米数・階高の表示されているもの（2000 年 753 件、2015 年 311 件）に限定して分析を行う。
- 注 8) ほぼすべての住宅が最寄り駅への利便性を重視項目として挙げていることから、立地地域の価値表現の集計単位として駅圏が相応しいと考えられる。外出行動の研究などでは、例えば駅から半径 500m の円を作図して駅圏とすることも可能であるが、今回は複数の駅圏を分析対象とするため、領域の重複が無数に生じて分析が困難になることを鑑み、ボロノイ図の作図を行った。
- 注 9) 住宅広告の読み取り・入力を自動化せず行う本研究の方法では、ひとつの駅圏に対して数件分程度の住宅広告データしか扱うことができない。しかし、ひとつひとつの住宅広告の語りはその周辺地域の価値を一定程度網羅して語っていることから、これらのデータから駅圏単位の立地地域の価値の「質」を十分把握できるものとする。また、ここでは地域ごとの範囲内に立地するすべての住宅の広告内容の変化を解説するうえで、理解を促すため

- に 2015 年時点の地域像を端的に表現する語りを一文ずつ例示した。
- 注 10) 対象となる駅圏は 2000 年で 384 あり、面積は都心から離れるにつれ大きくなる傾向にある。中央値は 1,533,205.4 m²（最小面積は 4,941.3 m²、最大面積は 881,510,177.4 m²）であった。また 2015 年の駅圏は 212 あり、面積の中央値は 1,742,126.2 m²（最小面積は 48,304.6 m²、最大面積は 253,645,377.6 m²）であった。
- 注 11) 使用したのは地価公示資料の中でも記録地の用途が「住宅」となっているもので、2000 年データで 5978 ポイント、2015 年データで 3978 ポイントあった。

参考文献

- 1) Kazuaki Tomita: Transformation of Central District of Major Cities and Location of Condominiums, Kokon Shoin, 2015 (in Japanese)
富田和暁：大都市中心地区の変容とマンション立地，古今書院，2015
- 2) Genko Uchida, Hiroshi Takebayashi, Kenzaburo Takeyama and Fumihiro Maki: The Way to the Housing Industry, Chuo-koron, pp. 214-223, 1968 (in Japanese)
内田元享，竹林寛，竹山健三郎，横文彦：住宅産業への道，中央公論 1968 年 7 月号，pp. 214-223, 1968
- 3) Mitsuo Takada: Housing in Industrial Society, Kikan Sumairon Vol. 12, p. 13, 1989 (in Japanese)
高田光雄：産業社会のなかの住まい―住みごたえの住居論およびソーシャル・ハウジングの展望，季刊すまいる第十二号，p. 13, 1989
- 4) Rinko Kubo: Housing Research in Tokyo Metropolitan Area, Kokon Shoin, pp. 5-9, 2015 (in Japanese)
久保倫子：東京大都市圏におけるハウジング研究 都心居住と郊外住宅地の衰退，古今書院，pp. 5-9, 2015
- 5) Rina Yamamoto: Generation and Criticality of “My Home” Myth, Iwanami Shoten, 2014 (in Japanese)
山本里奈：マイホーム神話の生成と臨界―住宅社会学の試み，岩波書店，2014
- 6) Yosuke Hirayama: What is the Problem in Housing Policy?, Kobunsha Shinsho, pp. 71-75, 2009 (in Japanese)
平山洋介：住宅政策のどこが問題か 〈持ち家社会〉の次を展望する，光文社新書，pp. 71-75, 2009
- 7) Shun Yoshie, Haruhiko Goto and Shu Yamamura: Spatiotemporal Transformation of Narrations in Housing Advertisements as the Representations of Values of Living Environment within the Tokyo Metropolitan Area, Journal of Architecture and Planning (Transactions of AIJ) Vol. 80, No. 716, pp. 2231-2241, 2015. 10 (in Japanese)
吉江俊，後藤春彦，山村崇：首都圏における住環境の価値表現としての住宅広告の「語り」の時空間的動態，日本建築学会計画系論文集 Vol. 80, No. 716, pp. 2231-2241, 2015. 10
- 8) Shun Yoshie and Haruhiko Goto: Housing Preference Mechanism within Tokyo Metropolitan Area Based on the Resident's Social Characters and Desired for Living Environment, Journal of Architecture and Planning (Transactions of AIJ) Vol. 81, No. 727, pp. 1959-1969, 2016. 9 (in Japanese)
吉江俊，後藤春彦：社会属性と住環境欲求からみた首都圏生活者の住宅選好メカニズム，日本建築学会計画系論文集 Vol. 81, No. 727, pp. 1959-1969, 2016. 9
- 9) Tomohisa Kurasawa, Akira Soshiroda and Takashi Tsutsumi: A study on the Relationship between the Local Characteristics and the Images of the Tourist Attractions with Townscapes in Travel Magazines, Journal of the City Planning Institute of Japan Vol. 46(3), pp. 1095-1100, 2013 (in Japanese)
倉澤知久，十代田朗，津々見崇：旅行雑誌にみる町並み観光地のイメージの変遷と地域特性との関連に関する研究，都市計画論文集 48(3), pp. 1095-1100, 2013
- 10) Yuriko Tsuda, Akira Soshiroda and Takashi Tsutsumi: A study on the change of image of hot spring areas in the travel magazine “Tabi”, Journal of the City Planning Institute of Japan Vol. 46(3), pp. 607-612, 2011 (in Japanese)
津田夕梨子，十代田朗，津々見崇：雑誌「旅」にみる温泉地に対するイメージの変遷に関する研究，都市計画論文集 46(3), pp. 607-612, 2011
- 11) Toshihiro Osaragi and Kenichi Ogawa: Regional Images Extracted from Spatial Distribution of Building Names, Journal of Architecture and Planning (Transactions of AIJ) Vol. 69, No. 576, pp. 101-107, 2004. 2 (in Japanese)
大佛俊泰，小川健一：建物名称の空間分布からみた地域イメージの魅力度分析，日本建築学会計画系論文集 Vol. 69, No. 576, pp. 101-107, 2004. 2
- 12) Masato Momiyama, Akira Soshiroda and Fuyuki Hanyu: A Study on the Commercial and Spatial Characteristics in the Areas in Tokyo of Attracting Visitors from Wide Area through the Urban Information Magazines, City planning review(39), pp. 157-162, 2004 (in Japanese)
杉山真人，十代田朗，羽生冬佳ほか：東京における「都市情報誌」に登場する広域集客型エリア内部の商業的・空間的特性，別冊 都市計画論文集 (39) pp. 157-162, 2004
- 13) Mikiyama Yamaguchi and Naohiro Kawasaki: Housing policy in the era of population decline, Kajima Institute of Publishing, 2015 (in Japanese)
山口幹幸，川崎直宏編：人口減少時代の住宅政策 戦後 70 年の論点から展望する，鹿島出版会，2015

SPACIAL STRUCTURE AND TRANSITION OF THE REGIONAL IMAGES WITHIN THE TOKYO METROPOLITAN AREA IN THE ERA OF URBAN CORE REVIVAL

Shun YOSHIE and Haruhiko GOTO***

* Grad. Student, Dept. of Creative Sci. & Eng., Waseda Univ., M. Arch.

** Prof., Faculty of Creative Sci. & Eng., Waseda Univ., Dr. Eng.

Since the Japanese housing system was marketed at the end of the 20th century, a huge amount of private sale housings were built and became a receiver for the people who returned to the metropolitan area. As more than 20 years have passed since the arrival of the era of urban core revival, it is indispensable to analyze “lifestyle images” seen in the housing market to read changes in the living environment.

The purpose of this paper is to clarify how residential housing has changed the living environment by analyzing expressions used in housing advertisement. There were three investigations and following was obtained:

1) Location and value change of private sale housing under the era of urban core revival

It became clear that the private sale housing in the era of urban core revival can be roughly divided into two groups. One is a group of houses (named “standard private sale houses”) with a price of 30-60 million yen in size of 60-89 square meters and a floor height of 15 floors or less, and the other is a group of houses with various characters (named “special private sale houses”). The former is distributed throughout the metropolitan area, whereas the latter was found to have a radial distribution structure centered around the Yamanote line. Also, paying attention to the difference in living environment value, the former will only enjoy the basic value, while the latter will enjoy more diverse and image-wise value. As mentioned above, two groups with different properties have been supplied to private sale houses to promote population return to central Tokyo.

2) Transition of the regional image caused by soaring and falling of residential land prices

Based on the value expression of the location area in the housing advertisement, it became clear that the regional images were categorized into six clusters, each having a unique distribution tendency. While three regional images of “CL1: low convenience area with lacking of living facilities”, “CL3: low image area with lacking of natural values”, and “CL4: high ground permanent-living area” tend to be distributed throughout the metropolitan area, “CL2 education / security specialized area” tend to be distributed around 20km from central Tokyo, and “CL5: urban area with entertainment” and “CL6: advanced image inclusive area” are distributed mainly around the peripheral area and some coastal areas. Next, looking at the transition of regional images under the return to the city center, we found that the transition to “CL3: low image area with lacking of natural values” is mainly progressing in the whole metropolitan area. Areas that achieved transitions of regional images different from these were extracted as “transitions of unique area images” from this analysis.

3) Actual state of the areas that achieved transitions of unique regional images

In the six areas that achieved “transitions of unique area images”, small factories, condominiums, detached houses, apartment complexes, corporate houses were found to be subject to renewal. Among them, in the price rising region, there is a diverse characteristic in the change of building uses, and accordingly there was a difference in the transition of the regional images. On the other hand, in the price falling area, construction of condominiums is progressing but there is no clear difference in the change of building use. Instead of it, it was grasped that cognitive changes in location areas such as expansion of the view of the surrounding area, replacement from the natural environment to the child rearing environment, accreditation and boost by the administration are strongly influenced on the transition of regional images in the price falling area.

(2017 年 1 月 10 日原稿受理, 2017 年 4 月 26 日採用決定)