都市情報誌にみる東京の広域集客型商業エリアの空間及びイメージの変容に関する研究

A Study of Changes in Spaces and their Images in Commercial Districts of Tokyo as Seen in Urban Information Magazines

舩山真人* 十代田朗* 羽生冬佳* 山田光一*

Masato MOMIYAMA, Akira SOSHIRODA, Fuyuka HANYU, Koichi YAMADA

摘要：本研究では、東京の都市情報誌で特集された広域的集客型商業エリアに着目し、まず、どのようなエリアが掲載されてきたのか、次にこれらはどのように互いに関連し空間的変容してきたのか、さらに各エリアはどのようなイメージを持ちどのように変容してきたのかを分析している。その結果、(1)掲載されたエリア総数は122、それらの内28エリアがタイトル及び表紙の中でメインとして扱われてきたこと、(2)空間的には28エリアを中心に5グループが存在していること、またグループ内では様々なエリア群が形成されたこと、(3)エリアのイメージの変容には4つのタイプがみられたこと、などを明らかにしている。

1. 研究の背景と目的

(1) 背景と目的

全国各地で中心商店街が衰退する中、広域的な集客に期待して再生を目指している地域も多いがその処方箋は確立しているとはいえない。一方で、商業エリアが広域的な集客力を有するに至る過程では、雑誌等メディアに取り上げられることが影響を及ぼすことが既存研究¹⁾でも指摘されている。そこで本研究では、広域集客力を有する商業エリアがいくつか存在する東京において、こうした商業エリアの発達・変容にメディアが及ぼす影響を解明する一助として、主要な都市メディアの一つである「都市情報誌」を分析対象とし以下の点について明らかにすることを目的とする。

①都市情報誌にはどのような商業エリアが掲載されてきたのか、
②これら広域集客型の商業エリアはどのように互いに関連し空間的変容してきたのか、
③各エリアはどのようなイメージを持ち、どのように変容してきたのか。

(2) 研究の対象と方法

対象とする都市情報誌は、東京都立図書館の「東京資料目録」(東京に関する郷土行政資料を収録)に取り上げられている一般紙の中で、発行部数が10万部以上である「Hanako」「東京ウォーカー」「散歩の達人」の3誌とする。これら3誌の創刊号以降の誌面上である特定地域について組まれている特集を分析対象とする。具体的には特集記事タイトルの中で、地域名を大きく取り上げるなど、地域名称が大きく扱われているものとする(図1)。それぞれHanako(1988～・週刊)では180号(特集数196)、東京ウォーカーでは(1992～・週刊)では70号(特集数73)、散歩の達人(1996～・月刊)では43号(特集数44)が抽出された。これらの表紙に記載されている地名とそのキャッチフレーズを用いて分析を行う。

なお、本論文中では以下、表紙に登場する各地域名称を「エリア」、特集毎に取り上げられた地域の組合せ(単独のものも含む)を「同一特集に掲載されたエリア群」と呼ぶ。

2. 都市情報誌の表紙及び目次における登場エリア²⁾

(1) 登場エリアのカウント(エリアの表紙での扱われ方)

(i) 各エリアの登場回数

まず、各エリアの表紙への登場回数をカウントしてみると(表

1) 登場するエリアは122地域である。登場回数10回以上のエリアは、13エリアにとどまっており、なかでも渋谷(39回)、銀座(38回)、新宿(36回)の3エリアが圧倒的に多い。また登場回数3回以下のエリアが93エリア(76.2%)と3/4を占める。

(ii) 各エリアの登場タイプ(表紙での扱われ方)

各エリアの登場の仕方に対し以下のような基準で分類し登場タイプごとに重み付け(A:4pt, a:3pt, B:2pt, b:1pt)をした。

各エリアのポイント合計をその登場回数で除し一特集当たりの平均ポイント(pt/回)を算出した。この数字は各エリアの「都市情報誌」での重要視のされ方を表していると考えられる。登場タイプの1特集当たりのポイントが3.0より大きなエリアは7エリアしかなく、2.0より大きく3.0以下のエリアは19エリア、2.0以下のエリアは96エリアであり、大半のエリアが2.0以下となり、エリアによって扱われ方には大きな差異がみられた。

(2) 各エリアの登場回数・登場タイプの変化

単独で表紙を飾るAタイプ及びaタイプとして扱われたエリアは28エリアあったが、これらは対象とする年代において「都市情報誌」で重要視されてきた、あるいは特に注目されてきたエリアであったといえる(以降、この28エリアを「最注目エリア」と呼ぶ)。そこで最注目エリアに関して、1988年より2001年までを5年毎の3期(I期:1988～1992、II期:1993～1997、III期:1998～2001)に分け、登場回数・登場タイプに関して、時代的な変化をみた³⁾。

(i) 各エリアの登場回数の変化⁴⁾

A: 単独で表紙に登場 / a: 表紙でメインエリアとして扱われているが、周辺地域がそれに付属する形で列記 / B: 他の地域と並列で表紙に登場 / b: aに付属する形で登場

図-1 登場タイプ判定の具体例

*東京工業大学大学院情報理工学研究科情報環境学専攻

表－１ 各エリアの登場カウント及び登場タイプ

	Ⅰ期				増減	Ⅱ期				増減	Ⅲ期				通期				
	A	a	B	b		A	a	B	b		A	a	B	b					
1 銀座	12	1	2	0	3.00※1	—	※3	9	0	3	0	2.40	+	9	1	1	0	2.75	3※5
					3.67※2	—	※4					3.50	+					3.73	3.63※6
2 渋谷	10	0	2	0	2.40	+	7	1	7	0	3.00	+	9	0	3	0	3.00	39	
					3.67	—					3.00	+					3.50	3.36	
3 新宿	9	0	1	0	2.00	+	12	0	4	0	3.20	—	9	0	1	0	2.50	36	
					3.80	—					3.50	+					3.80	3.67	
4 代官山	1	0	3	0	0.80	+	1	0	5	1	1.40	+	2	0	4	1	1.75	18	
					2.50	—					2.14	+					2.43	2.33	
5 青山	1	0	4	0	1.00	—	2	0	3	0	1.00	+	2	1	3	0	1.50	16	
					2.40	+					2.80	+					2.83	2.69	
6 恵比寿	0	0	3	0	0.60	+	3	0	5	0	1.60	—	0	0	5	0	1.25	16	
					2.00	+					2.75	—					2.00	2.38	
7 原宿	0	0	5	0	1.00	—	0	0	4	0	0.80	+	1	0	5	0	1.50	15	
					2.00	=					2.00	+					2.33	2.13	
8 吉祥寺	3	0	1	0	0.80	—	4	0	0	0	0.80	+	4	0	2	0	1.50	14	
					3.50	+					4.00	—					3.33	3.57	
9 下北沢	2	0	3	0	1.00	—	4	0	0	0	0.80	+	3	0	2	0	1.25	14	
					2.80	+					4.00	—					3.20	3.29	
10 池袋	3	0	1	0	0.80	—	4	0	0	0	0.80	+	2	1	2	0	1.25	13	
					3.50	+					4.00	—					3.00	3.46	
11 自由ヶ丘	2	0	2	0	0.80	—	2	0	1	1	0.80	+	3	0	2	0	1.25	13	
					3.00	—					2.75	+					3.20	3.00	
12 六本木	4	3	1	0	1.60	—	0	1	0	0	0.20	+	0	0	3	0	0.75	12	
					3.38	—					3.00	—					2.00	3.00	
13 麻布十番	1	0	0	2	0.60	—	0	0	1	1	0.40	+	1	0	4	0	1.25	10	
					2.00	—					1.50	+					2.40	2.10	
14 二子玉川	0	0	2	0	0.40	—	1	0	0	0	0.20	+	0	2	2	0	1.00	7	
					2.00	+					4.00	—					2.50	2.57	
15 浅草	1	0	0	0	0.20	+	1	0	1	0	0.40	+	0	0	3	0	0.75	6	
					4.00	—					3.00	—					2.00	2.67	
16 西麻布	0	0	0	2	0.40	+	0	0	2	1	0.60	—	1	0	0	0	0.25	6	
					1.00	+					1.67	+					4.00	1.83	
17 丸の内	0	0	2	0	0.40	—	0	0	0	0	0.00	+	2	0	1	1	1.00	6	
					2.00	—					x	—					2.75	2.50	
18 アメ横	0	0	0	0	0.00	+	0	0	2	0	0.40	+	1	1	1	0	0.75	5	
					x	—					2.00	+					3.00	2.60	
19 三軒茶屋	0	0	1	0	0.20	—	0	0	0	0	0.00	+	1	0	2	0	0.75	4	
					2.00	—					x	—					2.67	2.50	
20 お台場	0	0	0	0	0.00	—	0	0	0	0	0.00	+	2	0	1	0	0.75	3	
					x	—					x	—					3.33	3.33	
21 赤坂	2	0	0	0	0.40	—	0	0	0	1	0.20	+	0	0	1	0	0.25	4	
					4.00	—					1.00	+					2.00	2.75	
22 日本橋	0	0	1	0	0.20	—	0	0	0	0	0.00	+	1	0	1	0	0.50	3	
					2.00	—					x	—					3.00	2.67	
23 浅草橋	1	0	0	0	0.20	—	0	0	0	0	0.00	+	0	0	2	0	0.50	3	
					4.00	—					x	—					2.00	2.67	
24 四谷(3丁目)	1	0	0	0	0.20	—	0	0	0	1	0.20	+	0	0	1	1	0.50	4	
					4.00	—					1.00	+					1.50	2.00	
25 目白	1	0	0	0	0.20	—	0	0	0	0	0.00	+	0	0	1	1	0.50	3	
					4.00	—					x	—					1.50	2.33	
26 人形町	0	0	0	0	0.00	+	1	0	0	0	0.20	+	0	0	1	0	0.25	2	
					x	—					4.00	—					2.00	3.00	
27 溜池山王	0	0	0	0	0.00	+	0	1	0	0	0.20	+	0	0	1	0	0.25	2	
					x	—					3.00	—					2.00	2.50	
28 立川	0	0	0	0	0.00	—	0	0	0	0	0.00	+	1	0	1	0	0.50	2	
					x	—					x	—					3.00	3.00	

※1 各期における1年当たりの登場回数 ※2 各期における「登場タイプ」の1特集当たりのポイント
 ※3 各期の間(Ⅰ期～Ⅱ期・Ⅱ期～Ⅲ期)における1年当たりの登場回数の増減
 ※4 各期の間(Ⅰ期～Ⅱ期・Ⅱ期～Ⅲ期)における「登場タイプ」の1特集当たりのポイントの増減
 ※5 エリアの通期での登場総回数 ※6 エリアの通期での「登場タイプ」の1特集当たりのポイント

28の最注目エリアについて、各期における一年当たりの平均登場回数を算出し、Ⅰ期→Ⅱ期、Ⅱ期→Ⅲ期の変化を登場回数が増加傾向にあるエリアを「+」、変化のないものを「0」、また減少傾向にあるエリアを「-」とした(表1)。渋谷・代官山・青山・吉祥寺・自由が丘・浅草・池袋・アメ横・お台場・四谷・人形町・溜池山王・立川(13エリア)では(+・+)(+・0)(0・+)の堅調な増加がみられた。

(ii) 各エリアの登場タイプの変化

各期における1特集当たりの平均ポイントを算出し増加傾向にあるエリアを「+」、変化なしを「0」、減少傾向にあるエリアを「-」とした。(+・+)(0・+)など堅調な増加がみられたエリアには青山・原宿・西麻布(3エリア)、(-・-)など3期にわたって減少したエリアには六本木・浅草(2エリア)があった。

3. 広域集客力型商業エリアの空間的まとまりの容容

東京における広域集客力型商業エリアがどのようなまとまりを持ち互いに関連をしながら空間的に変容していったかを分析する。

(1) 東京全域でみたエリアのグルーピング

まず、「同一特集に掲載されたエリア群」を東京全域のマップ上に重ね合わせ、その結果できる和集合を一つのグループと呼ぶと、1つの巨大なグループ、12の小規模なグループ(34エリア)、単独の2エリア(新宿・お台場)に分けられた(図2)。

図-2 広域集客型商業エリアの分布及び、エリアグループ

次に、巨大なグループをより詳細にみてみると、和集合の部分形成しているのは登場回数の少ないエリアであり、これを外すと重なりは消滅し巨大なグループにみえたものは5つのグループによって形成されていることが読みとれた。これら5グループと先に述べた最注目エリアとの関連をみてみるとすべてのグループが28エリアのいずれかを含んでいることがわかった(以下、グループ毎の()が最注目エリア)。そこで、5つのグループ毎に含まれた最注目エリアを中心に周辺エリアとの関係进行分析することでグループ毎の空間的範囲の変容を読み取っていく⁵⁾。

(2) グループ内の空間的まとまりの容容

i グループ(浅草・アメ横・浅草橋を含む21エリア)

浅草は特集タイプが(-・-)と連続して減少していることからわかるように、Ⅰ、Ⅱ期においては「浅草(1990・93)」と単独で登場していたが、年々、向島・両国・浅草橋・両国・深川など同一特集で掲載されるようになっていく。一方、アメ横は上野・秋葉原・御徒町と特集されるなど登場回数は徐々に増加し、Ⅲ期では単独で登場し注目度は高まっていることが読み取れる。浅草橋はⅠ期では単独で登場するもⅡ期では登場がなくなっている。Ⅲ期では浅草を含む4エリアや秋葉原と特集されており、浅草同様に同一特集で掲載されるエリアは増加している。

グループ全体でみると、特集数はⅠ期より順に(3→4→15)と急激に増加していた。これは、浅草・アメ横を含まない「本郷・湯島・御茶ノ水(1999)」「深川・門前仲町・木場(2000)」「両国・蔵前(2001)」というようにそれまであまり登場しなかったエリアが組み合わされて特集されるようになったためである。

以上より、このグループは浅草・浅草橋を中心として周辺エリアへ広がっていったが、浅草・浅草橋自身の注目度は弱くなってきていることが読み取れる。一方、95年前後からアメ横を中心とした新たなエリア群が形成された。

ii グループ(銀座・日本橋・人形町・丸の内を含む16エリア)

銀座は全ての期に常に単独でも登場し、その他のエリアも銀座とともに各期に最低一度は登場しており、銀座を中心としたグループである事が窺える。日本橋、人形町は「日本橋・人形町(1998)」と互いに関連づけられながらも単独でも登場している。丸の内は常に銀座を含む特集に登場し銀座と強く関連づけられてきていたが、近年「丸の内(1998・2000)」と単独でも登場している。

以上より、このグループは銀座を中心として周辺エリアと多様に組み合わされて登場してきた。特に丸の内の内との関連は年々強くされてきた。一方で、日本橋・人形町はグループの中で、その独自性をより強めていたこともわかる。

iii グループ(六本木・西麻布・麻布十番・溜池山王を含む21エリア)

六本木は「六本木(1988・1989・1991)」とⅠ期では単独で登場

することが多く、かつ麻布十番・西麻布を(b)として登場させていたが、Ⅱ期以降単独で登場しなくなり、さらに西麻布・麻布十番と対等に扱われるようになった。麻布十番、西麻布は「麻布十番(1989・2000)」「六本木・麻布十番(1998)」「西麻布・広尾(1997)」「西麻布(2001)」とその単独性を強めていく。また六本木を含まない特集では、白金と関連しながら登場し、2000年以降「白金台・麻布十番・六本木1丁目・白金高輪(2000)」「溜池山王・六本木1丁目・麻布十番・白金高輪・白金台・目黒・三田(2000)」など六本木色が薄められ新しいエリア群での登場が増えている。以上より、六本木の付属的エリアとしての扱いだった西麻布・麻布十番は次第に単独性を高め、六本木自身はその注目度を弱めていったと読み取れる。一方で白金は単独では登場しないものの、白金を軸とする特集が2000年以降増え周辺を巻き込んで新たなエリア群を形成しこのグループを空間的に変容させていった。

iv グループ（渋谷・原宿・青山・代官山・恵比寿等10エリア）

渋谷はⅡ期以降、「渋谷・原宿」(0→1→2)の組合せでの登場が増えている。原宿は「青山・原宿」(4→1→2)の登場が減っている一方、「渋谷・原宿」が増えている。Ⅲ期には単独で登場したり「原宿・表参道」とも登場するようになっている。青山からみると「青山・原宿」での登場が減り単独での登場(1→1→2)が増えている。表参道・外苑前・青山1丁目や赤坂と登場しており、原宿とは組合せられることのないエリアと登場するようになる。

代官山は恵比寿とともに登場する特集(3→5→4)が多く、中でも「代官山・恵比寿」(1→4→3)の組合せがⅡ期以降高まっている。代官山は単独の登場(0→2→3)も増えた。恵比寿からみても単独での登場は減り代官山との登場が増えている。赤坂はⅠ期に単独で2度登場するも以降単独では登場していない。

以上より、大枠としては「青山・原宿」から「渋谷・原宿」のエリア群に変容していったことが第一にいえ、青山は原宿から離れ単独あるいは他のエリアと関連づけられることが増えていったことが読みとれる。一方、恵比寿・代官山は、代官山の注目度が高まりそれに伴って恵比寿が吸収されていったと推察される。このグループは渋谷・青山・原宿・代官山・恵比寿など、それぞれ登場回数・登場タイプとともに上位のエリアが、組合せを変えながら様々なエリア群を形成し複雑に変化してきたといえよう。

v グループ（自由ヶ丘・二子玉川・三軒茶屋を含む18エリア）

ほとんどが二子玉川を含む特集でⅠ期では「二子玉川・田園調布・青葉台」「二子玉川・田園調布・青葉台・たまプラーザ」の組合せで登場していたが、Ⅲ期では「二子玉川・用賀・桜新町・駒沢・三軒茶屋・池尻」「二子玉川・用賀・上野毛・等々力」などこれまでと逆に渋谷方面のエリアとの特集が増加している。

以上、3章をまとめると、広域的集客力型商業エリアのまとまりが変容していく過程では、最初は従来からの広域的商業エリアである浅草や銀座などを中心としたエリア群の一部として取り上げられた周辺エリア（登場タイプ：b）が、徐々にBまたはAとして登場しまた新たなエリア群を形成する。こうしたエリアには西麻布・麻布十番・丸の内などが挙げられる。しかしながら、こうした新たなエリア群も、わずかな重なりを除けば各グループの範囲を越えては形成されていない。

4. 最注目エリアにみるイメージの変容パターン

ここでは、28の最注目エリアについて、「都市情報誌」においてどのようなイメージが付けられてきたのかを読み取るために、特集のエリア名に形容詞的につけられたタイトルをキーワードとして抽出しそれらをラベル化した。このラベルを用いてKJ法により分類した。まず、「街の用途(使い方)群」としてまとめられたキーワードとして「食」「買い物」「文化」の3つが、「街のイメージ群」としてまとめられたキーワードとして「遊び・夜遊び」

表ー2 雑誌タイトルに見るエリアのイメージ登場回数

		遊・夜 遊	庶 民	高 級	ウ ラ	高 感 度	変 化	※1			遊・夜 遊	庶 民	高 級	ウ ラ	高 感 度	変 化	※1
1 銀座	Ⅰ期	3	0	2	0	0	0	2	15 浅草	Ⅰ期	0	1	0	0	0	0	1
イメージ多様化型	Ⅱ期	1	1	6	0	1	3	5	イメージ不変型	Ⅱ期	1	1	0	0	0	0	2
	Ⅲ期	2	5	2	0	0	2	4		Ⅲ期	2	2	0	0	0	0	2
2 渋谷	Ⅰ期	0	0	0	5	0	0	1	16 西麻布	Ⅰ期	2	0	0	0	0	0	1
イメージ多様化型	Ⅱ期	5	0	0	3	4	0	3	イメージ変化型	Ⅱ期	1	2	2	0	0	1	4
	Ⅲ期	2	2	1	4	1	5	6		Ⅲ期	0	0	0	0	1	0	1
3 新宿	Ⅰ期	1	1	0	0	0	5	3	17 丸の内	Ⅰ期	0	0	0	0	0	0	0
イメージ多様化型	Ⅱ期	3	1	0	0	1	3	4	イメージ確立型	Ⅱ期	0	0	0	0	0	0	0
	Ⅲ期	2	1	1	1	2	5	6		Ⅲ期	0	1	1	0	0	0	2
4 代官山	Ⅰ期	1	0	0	1	1	0	3	18 アメ横	Ⅰ期	0	0	0	0	0	0	0
イメージ多様化型	Ⅱ期	0	2	0	1	4	2	4	イメージ不変型	Ⅱ期	0	0	0	0	0	0	0
	Ⅲ期	3	0	0	3	2	4	4		Ⅲ期	1	0	0	0	0	0	1
5 青山	Ⅰ期	2	0	1	0	1	1	4	19 三軒茶屋	Ⅰ期	0	0	0	0	0	0	0
イメージ多様化型	Ⅱ期	1	0	1	0	3	0	3	イメージ確立型	Ⅱ期	0	0	0	0	0	0	0
	Ⅲ期	2	0	2	5	1	3	5		Ⅲ期	0	2	0	0	0	0	1
6 恵比寿	Ⅰ期	1	0	0	1	0	0	2	20 お台場	Ⅰ期	0	0	0	0	0	0	0
イメージ多様化型	Ⅱ期	1	2	0	0	3	4	4	分類なし※2	Ⅱ期	0	0	0	0	0	0	0
	Ⅲ期	2	1	0	3	1	2	5		Ⅲ期	1	0	0	0	0	1	2
7 原宿	Ⅰ期	2	0	0	0	0	1	2	21 赤坂	Ⅰ期	0	0	1	0	0	0	1
イメージ多様化型	Ⅱ期	1	0	1	1	4	0	4	イメージ不変型	Ⅱ期	0	0	0	0	0	1	1
	Ⅲ期	1	0	1	3	1	2	5		Ⅲ期	0	0	0	1	0	1	1
8 吉祥寺	Ⅰ期	0	0	1	0	0	2	2	22 日本橋	Ⅰ期	0	0	0	0	0	0	0
イメージ確立型	Ⅱ期	1	2	0	0	0	0	2	イメージ確立型	Ⅱ期	0	0	0	0	0	0	0
	Ⅲ期	1	2	1	0	0	3	4		Ⅲ期	1	1	2	0	0	0	3
9 下北沢	Ⅰ期	0	1	0	1	0	2	3	23 浅草橋	Ⅰ期	0	1	0	0	0	0	1
イメージ不変型	Ⅱ期	0	2	0	1	1	0	3	イメージ不変型	Ⅱ期	0	0	0	0	0	0	0
	Ⅲ期	2	2	1	0	0	0	3		Ⅲ期	1	2	0	0	0	0	2
10 池袋	Ⅰ期	0	0	0	0	0	2	1	24 四谷(3丁目)	Ⅰ期	0	0	1	0	0	0	1
イメージ確立型	Ⅱ期	0	1	0	0	0	2	2	イメージ不変型	Ⅱ期	0	0	0	0	0	1	1
	Ⅲ期	2	4	0	1	1	0	4		Ⅲ期	1	2	1	1	0	0	4
11 自由ヶ丘	Ⅰ期	0	1	0	0	0	1	2	25 目白	Ⅰ期	0	0	0	1	0	0	1
イメージ確立型	Ⅱ期	0	0	2	0	1	0	2	イメージ確立型	Ⅱ期	0	0	0	0	0	0	0
	Ⅲ期	0	1	4	0	1	1	4		Ⅲ期	0	2	1	0	0	0	2
12 六本木	Ⅰ期	5	0	0	0	0	2	2	26 人形町	Ⅰ期	0	0	0	0	0	0	0
イメージ変化型	Ⅱ期	1	1	0	0	0	1	3	イメージ確立型	Ⅱ期	0	0	0	0	0	0	0
	Ⅲ期	1	2	1	0	0	0	3		Ⅲ期	1	1	1	0	0	0	3
13 麻布十番	Ⅰ期	2	0	0	0	0	1	2	27 溜池山王	Ⅰ期	0	0	0	0	0	0	0
イメージ変化型	Ⅱ期	0	2	1	0	0	1	3	分類なし※2	Ⅱ期	0	0	0	0	0	0	0
	Ⅲ期	4	4	2	0	0	0	3		Ⅲ期	0	0	0	0	0	1	1
14 二子玉川	Ⅰ期	0	0	1	0	0	0	1	28 立川	Ⅰ期	0	0	0	0	0	0	0
イメージ不変型	Ⅱ期	0	0	0	0	1	0	1	分類なし※2	Ⅱ期	0	0	0	0	0	0	0
	Ⅲ期	0	0	2	0	1	2	3		Ⅲ期	0	0	0	0	0	2	1
エリア延べ合計											67	59	44	37	37	69	

※1 イメージ分類の各期の登場数 ※2変化を読み取ることが出来なかった為、分類なし

「庶民的」「高級」「ウラ」「高感度」「変化」の6つが抽出された(表2)。次に「街のイメージ群」としてまとめられた6つのキーワードの登場回数の経年変化をみることで、最注目エリア28をイメージの変容パターンで分類してみたところ、不変イメージ+新しいイメージ付加させた「イメージ多様化型」、イメージを変化させてきた「イメージ変化型」、特に明確なイメージがなかったものの近年新たなイメージが付加した「イメージ確立型」、イメージ変化が読み取れなかった「イメージ不変型」の4タイプに大別された⁶⁾。

- a：イメージ多様化型（銀座・渋谷・新宿・代官山・青山・恵比寿・原宿）／例えば、銀座は「夜」「高級」というイメージを保ちながら、『安い』『リーズナブル』といった「庶民的」など、これまでとは正反対のイメージが登場しイメージが多様化した。
- b：イメージ変化型（六本木・麻布十番・西麻布）／例えば、「西麻布」のように偏った固定的なイメージがあったエリアに新たなイメージ「庶民的」「高級」（例：山の手の下町）に変化した。
- c：イメージ確立型（吉祥寺・池袋・自由ヶ丘・丸の内・三軒茶屋・日本橋・目白・人形町）／登場回数が少なくこれといったキーワードがなかったものの、近年、人形町では「頑固」『老舗』のような「高級(本格派)」といったイメージが登場した。
- d：イメージ不変型（下北沢・二子玉川・浅草・アメ横・赤坂・浅草橋・四谷）／例えば、二子玉川では『ビバリーヒルズ』『コマダム』『上品』など常に「高級」イメージが登場していた。

5. 空間的まとまりの変容とイメージの変容との関連

(1) i グループに関する考察

3章で述べたように1995年頃よりアメ横を中心としたエリア群が形成されてきたが、ここでのキーワードは「買い物」である。また浅草・浅草橋の登場回数や登場タイプは低下したが、『下町』（「庶民的」に分類）をキーワードとした浅草・浅草橋を含まない

図－3 iii グループにおける空間変化とイメージ変化の関連

別のエリア群が組合せを変えながら登場している。グループ全体として「庶民的」というイメージを保っているといえよう。

(2) ii グループに関する考察

銀座は「高級」「遊び・夜遊び」イメージを保ちつつ、周辺エリアと組み合わせを変えながらエリア群を形成してきた。またII期以降、これまでの「高級」イメージとは相反する「庶民的」が登場している。また丸の内はII期までは『銀座の隣町』（「その他」に分類・3回登場）といったキーワードで登場していたが、III期には『丸の内系』『丸の内ブランドストリート』（「その他」に分類）など明確なイメージを持って登場している。一方で、日本橋・人形町はグループの中で空間的にも年々単独で登場し始めたが、イメージとしても「高級」や『江戸』（「その他」に分類・2回登場）などの独自のものを持ちだしており、空間的な単独性とイメージの独自性が強く関連していると推察される。

(3) iii グループに関する考察

六本木はI期では「遊び・夜遊び」（7回）が多く登場していたが、II期以降は一度しか登場していない。逆にこれまでのイメージとは大きく異なる「庶民的」「高級」が登場するようになる。またII期以降、六本木単独及び、六本木を軸とした特集はなくなっていく。逆にI期では六本木の付属的なエリアとしてのみ登場していた西麻布・麻布十番は次第に六本木と対等で登場するようになった（登場タイプ：B）。イメージの変容との関連をより詳しくみてみると六本木との登場がなくなるにつれ、西麻布は「遊び・夜遊び」の登場は減少し「庶民的」が増加する。一方、麻布十番は「遊び・夜遊び」「高級」が増える。六本木の凋落の一方で、西麻布・麻布十番はエリアとしての独自性を空間的にもイメージとしても強めていったといえる。

(4) iv グループに関する考察

このグループは空間的には「渋谷・青山・原宿」及び「代官山・恵比寿」の2つに分かれていた。経年的に見れば、原宿は「青山・原宿」と常に青山と登場したが、「原宿・渋谷」と渋谷との関係性も強くしていく。一方で、青山は近年単独での登場を増加させていった。また「恵比寿・代官山」は、1996年以降特に以前に増して関連性を強めているが、1995年頃を境に恵比寿の単独が

※1	キーワード例	※2	イメージ分類	Ⅱ-②	大人チック	「ウラ」
I-①	ビストロ街		「高級」	Ⅲ-②	ラウンジ・ミッドナイト	「遊・夜遊」
I-②	ドットくりだす!		「遊・夜遊」	Ⅲ-③	レベルの高い店	「高級」
I-③	クルージング		「遊・夜遊」	Ⅲ-④	山の手	「高級」
I-④	今夜もドリンク!		「遊・夜遊」	Ⅲ-⑤	ハイカラ	「庶民的」
I-⑤	パーティー		「遊・夜遊」	Ⅲ-⑥	納涼祭り	「庶民的」
I-⑥	遊食		「遊・夜遊」	Ⅲ-⑦	おしゃれ	「高感度」
I-⑦	VIPエリア		「高級」	Ⅲ-⑧	山の手	「高級」
Ⅱ-①	下町情緒・居心地のよさ		「庶民的」		下町・なごみ	「庶民的」
	山の手		「高級」		身近になった	「庶民的」

※1 それぞれ特集毎にナンバリング・図中の番号に対応

※2 iiiグループで頻出していた「遊び・夜遊び」「高級」「ウラ」を中心にI・II期で抽出

減少し、代官山の単独が増加し、代官山の台頭が目立った。

これら5つのエリアでは「高感度」「ウラ」の登場回数が顕著に多いという特徴がみられる（「高感度」は計37回登場しているが5エリアのみで26回登場。経年的にも「高感度」が3期とも登場しているのは青山・代官山のみ。II期以降、渋谷・原宿・恵比寿でも登場。また「ウラ」も計37回の登場の内、5エリアで30回の登場。3期とも登場したのは渋谷・代官山。II期になって原宿、III期になって青山で登場。）。「高感度」は青山・代官山から、「ウラ」は渋谷・代官山からイメージが広がっていた可能性が窺え、このグループは空間的に常に組合せを変えながら様々なエリア群を形成し複雑に変化してきた一因であると推察される。

(5) v グループに関する考察

二子玉川は3期にわたって「高級」が登場し、「高級住宅街」を想起させるキーワードを軸に空間的には田園調布・青葉台などと登場していた。近年では渋谷方面のエリアと登場しているが、こうした特集では明確イメージは登場していない。

6. まとめ

以上みてきたような「都市情報誌」で確認できる広域集客型商業エリアにおける空間的まとまりの変容とイメージの変容との関連は、以下のようないくつかの特徴的な現象にまとめられよう。

- ①空間的まとまりが変容していく過程では、従来からの確立したイメージを持つ銀座（「高級」）や六本木（「夜」）などの付属エリアとしてのみ登場していたエリア（登場タイプ：b）が、そのイメージを借りる形で分化したかのようにまた新たなエリア群を形成する（銀座と丸の内、六本木と西麻布・麻布十番）。
- ②Aとしての登場回数が多いエリアに新たなイメージが付加された場合、そのイメージが周辺エリアに伝播されたように見受けられるケースもある（六本木と麻布十番）。
- ③渋谷のように時として相手を変えながら周辺と同イメージを共有しエリア群を形成していくケースもみられる。このことはグループ全体のイメージの強化につながっていくと推察される。
- ④しかしながら、こうした新たなエリア群も各グループの範囲を越えては形成されていない。このことは抽出された5グループが少なからず明確なイメージを有しているためであろうと思われる。

<補注及び参考文献>

- 1) 初山真人・渡辺貴介・羽生冬佳 (2000) : 東京23区における専門店街の形成過程に関する研究 : 日本都市計画学会 No35, 373-378
- 2) 「中央線」「目黒通り」といった特集エリアが広く点在しておりまとまったエリアとしては認識できないためその後の分析との関連を勘案して対象からは除外している。
- 3) 28エリアのみ扱ったのは、他は登場回数が少ないため、時系列で分析に適さないためとタイプ変化も少ないことによる。

- 4) 登場回数の変化を総数における当該エリアの登場回数の比率としなかったのは、重要なのは絶対的な消費者への露出度で相対的な頻度を問題にしているのではないためである。あえて対象雑誌を後半に加えているのも、エリアサイドからみた場合にはそのエリアの露出度の絶対量が増えていること自体が重要と考えたからである。
- 5) 単独でしか掲載されていない2エリアは当然、東京全域でのマクロ的にはダイナミックな変容を示しておらず、また、小規模な

グループはほとんど一特集のみによって形成しているため変容を分析できない。以上からこれらをまず分析対象から外すこととした。

- 6) ※1 はイメージのバラエティさを表している。但しI→II期, II→III期, I→III期でいずれかに変容がみられればイメージが変化したり多様化したと判断した。なお登場回数の少ないエリアに関してはイメージキーワードの詳細な変化より読み取った。

Summary : This paper tries to clarify the changing process of commerce integration district of attracting visitor from wide area in Tokyo, based on the titles and tables of contents in the feature articles on magazine of city information such as 'Hanako', 'Tokyo Walker', 'Sanpo no Tatsujin'. The main findings are as follows: 1) 122 areas appeared in all magazines and major areas were 28 ones, 2) 122 areas are spatially classified into 5 groups, 3) The typical image of areas were such as 'adult', 'high-class'. 4) The changes of image of the area are classified into 4 groups.