同業種店舗の集積が成長・衰退する過程において雑誌メディアが伝搬する街のイメージの変遷

- 東京神楽坂におけるフレンチ店と料亭のケース -

Transition of “Town Character” that created by magazine media in growing and declining process of the same category restaurants

- A case study of Kagurazaka district in Tokyo -

板垣 佐和子*・明石 達生**
Sawako Itagaki* and Tatsuo Akashi**

The aim of this study is to clarify the correlated process between the real transition in a commercial district that is led by growth of new comer accumulation or decline of traditional accumulation and the transition of images of the town that is led by popular magazine media. The authors surveyed a case of Kagurazaka district in central area of Tokyo, where the decline of traditional accumulation of exclusive Japanese restaurants and the growth of new comer accumulation of French restaurants have been proceeded simultaneously. As the results, we found the facts that the traditional image remains after the decline and the new comer image is proceeded by media before accumulation growth, and the unchanged town scape elements such as stone pavement of narrow alleyways supports the both images.

Keywords: Town character, accumulation, magazine article, Kagurazaka, Authenticity, Oya Soichi Library
街のイメージ、集積、雑誌記事、神楽坂、オーセンティシティ、大宅壮一文庫

1. 研究の視点と目的

商業地の中には、同業種の店舗が集積していることが街の個性となっており、広く知られている街がある。例えば東京では、秋葉原電気街、神田神保町古書店街、かつば橋道具街や、アパレル店の集積地であるファッションの街原宿などが挙げられる。これらは特定の業種が街の呼称にまでなっていて、集積のイメージが人々に強く認知されるに至った例と考えられる。

同業種の店舗がひとつの街に集積するというのは、経済活動によって形成されるものであるから、集積の状況は時とともに変化することがあっても不思議はない。かつて多く集積していた同業種店舗の数が徐々に減少していくこともあれば、集積とはいえない程度であった店舗数が急速に増加して一大集積地が形成されることも起こり得る。

筆者の研究は、同業種店舗の集積が成長、または衰退していくという「街の実体」が変化するプロセスにおいて、集積業種がもたらす「街のイメージ」がメディアを通じてどのように伝搬されたのか、その変遷を明らかにすることを目指している。とはいえ、そのことの一般論は、到底この小論の範囲には収まらない。そこで、本研究の目的は、近年の東京において、旧来の同業種集積の衰退と新たな同業種集積の成長⁽¹⁾が同時にひとつの街で起きた神楽坂地区を採り上げ、このケースにおける集積実体の変化に対して雑誌メディアが「街のイメージ」をどのように伝搬していったのか、その変遷を明らかにすることとする。なお、本稿において「街のイメージ」とは、その地区の特徴を地区の名称に代えて呼ぶ象徴的な呼称又は別名を指すものと定義する。例えば、上記秋葉原における「電気街」、原宿における「ファッションの街」といった呼称または別名がこれに当たるものである。

商業地における「街のイメージ」と雑誌メディアの情報発信に関する主な既往研究を辿ると、まず、街の形成過程と雑誌メディアによる「タウン情報」の関係を扱った研究に、小田ら(1991)⁽²⁾がある。小田らは、1980年代における大阪ミナミのアメリカ村の発展過程と雑誌のタウン情報を対照し、街の形成期に「イメージ形成機能」を持つ「シナリオ型」の記事が出現し、イメージが確立するにつれ、「来街行動支援機能」を持つ「マップ型」、「カタログ型」の記事が現れることを提起した。続いて大林ら(2002)⁽³⁾は、同じく大阪ミナミの商業地における1995年～2001年の土地利用の変容過程とタウン情報誌がとりあげた場所や店の地理的分布を対照し、これらが軌を一にした拡大の過程を辿っており、その際にシナリオ型の雑誌記事が新しい店舗や場所を積極的にとりあげ、街の新たな価値を意味づけたことを明らかにした。その後、木田(2008)⁽⁴⁾は、京都を対象地にして1994年～2006年のタウン情報誌を詳細に読み込み、雑誌メディアによる街のイメージの表象内容を分析している。これより、鴨川以東の祇園は「観光の街」として「時季」を主題に定番的な内容が書かれる一方、鴨川以西は「商業の街」として「新しさ」を主題に流行を創ろうとするように内容が変化するという特徴があることを見出した。また、勝山ら(2012)⁽⁵⁾は、本小論と同じ東京神楽坂を対象に雑誌記事を俯瞰し、頻出する語句の変遷から、料亭や芸者などの語が過去から現在まで継続的に使用され、和の風情や江戸の粋が神楽坂のイメージのベースとなっている一方、近年ではフレンチの激戦区とされるなど質の高い飲食店が集まるグルメの街として扱われていることを見出しているが、集積の実体変化とメディアによるイメージ形成を対比させた変遷プロセスの詳しい解明には至っていない。

これまでの学術的研究によって、雑誌メディアが街の新

* 正会員 北斗(株) (Hokuto Co.Ltd.)

** 正会員 東京都市大学大学院都市生活学専攻 (Tokyo City University)

しい場所や店、定番の観光スポットとともに、街のイメージを伝搬していることが示されてきた。しかしながら、学術研究の対象としてとりあげられた街や時代のケースはわずかであり、現時点におけるこの分野の研究は、様々なケースの調査・分析を積み重ねていくべき段階にあるものと考えられる。こうした状況を踏まえ、本研究では、1990年代以降において旧来の「料亭」の集積の衰退と、新たな「フレンチ店」²⁾の集積の成長が同時並行的に発生した東京神楽坂を採りあげ、同業種店舗の集積が変化するプロセスに対し、雑誌メディアが伝搬する集積業種に関する「街のイメージ」がどのように変化するのを見比べる。従来の研究においては、同業種集積の成長過程と衰退過程が同時並行的に起きたケースにおいて、メディアが発信する街のイメージの内容がどのように揺れ動いていくのかを分析した研究は見当たらない。特に、衰退していく同業種集積に対する研究は、例がない。なお、同一地区に複数の顕著な同業種集積が混在する商業地は、既往研究³⁾を総合すると、東京特別区内(複数の商業地区を包含する大規模商業地の新宿、渋谷、池袋、上野、浅草を除く)では神楽坂以外に秋葉原(家電、ホビー)、銀座(ブランド品、画廊)、日本橋(骨董品、ギャラリー)、下北沢(劇場、古着)、御茶ノ水(楽器、カレー)、神保町(古書、喫茶店)、本郷(書店、医療器具)であるが、これらの中で旧業種集積の衰退と新業種集積の成長とが同時期に明確に現れている商業地は神楽坂のみである。

同業種の店舗は、地域内においては互いに競合しあう関係にあるため、同業種店舗の集積が形成されるためにはその街自体が広域商圈を獲得しなければ成り立たず、広域に認知されるためにはメディアを通じた伝搬が不可欠と考えられる。また、反対にいったん認知が浸透した「街のイメージ」が、その実体が弱体化した後も商業地の特色として伝搬に影響力を維持するものであるかは興味深い。本研究では、既往研究で十分に分析がなされていない、「街の実体」の変化と雑誌メディアが伝搬する「街のイメージ」の変遷の対応関係を分析・考察することに、本研究の独自の意義を位置付けるものである。さらに、本稿が採り上げる東京神楽坂は、坂道や石畳、狭い路地が複雑に織り成す街路があり、戦前から花街として集積を形成した料亭など歴史あるものが街の風景を成す地区である。即ち、神楽坂のケースを採り上げる意義として、そうした個性ある商業地の「個性」そのものの一翼を担う集積業種の衰退・転換のプロセスを観察し、業種業態という「変わるもの」と街のフィジカルな空間形態という「変わらぬもの」が「街のイメージ」の持続と変化にどのように作用するのを知ること、都市計画分野の基礎研究としても意義を有するものと考えられる。

2. 研究の方法と構成

本研究では、メディアが伝搬する「街のイメージ」の変遷を辿る資料として、市販雑誌の記事を用いる。雑誌記事の収集は、公益財団法人大宅壮一文庫の蔵書と検索機能を

利用した。大宅壮一文庫は、明治時代から現在までの約1万種類、約76万冊の雑誌を所蔵し、記事検索と記事本文の複写を得ることができる。このため、神楽坂関連の記事を掲載した市販雑誌をほぼ網羅的に収集することができる。

研究の構成は次のとおりである。最初に、雑誌メディアが神楽坂の「街のイメージ」としてとりあげた業種を特定する。結論を先に述べると、「料亭街」、「花街」という「街のイメージ」に関する業種として料亭、また「フレンチの街」、「プチフランス」という「街のイメージ」に該当する業種としてフレンチ店が特定された。

次に、この2種類の業種について実際の店舗立地状況と、雑誌記事における掲載頻度を定量的に把握し、これらの時系列を追うことによって、店舗集積の変遷とメディアの情報発信頻度の変遷を比較する。

さらに、雑誌記事におけるそれぞれの業種に関する「街のイメージ」についての記述を読み込み整理することで、雑誌メディアが伝搬する集積業種に関する「街のイメージ」の変遷を明らかにする。この場合、「料亭街」、「フレンチの街」や「花街」、「プチフランス」といった語句は、地区の特徴を地区の名称に代えて呼ぶ象徴的な呼称又は別名に該当するので「街のイメージ」を表わす語句として抽出するが、「料亭が軒を連ねる街」、「フレンチ店の激戦区」といった語句は街の状態を表わすに留まり象徴的な呼称には該当しないので抽出しないものと判別する。

また、記事の読み込み整理においては、各々の雑誌記事が示す「街のイメージ」の該当語句について、それらの変遷と集積の成長・衰退のプロセスとの関係を整理し、それらの語句がどのような文脈で語られているかを整理するとともに、「街のイメージ」の該当語句と関連性が認められる集積業種以外の街の構成要素を洗い出す。その場合の重要な視点として、神楽坂という地区が独特の趣きを有する商業地であることを念頭において、新旧の異なる業種が関わる「街のイメージ」の形成において、共通的に作用している街の構成要素の存在を探り、変遷する「街のイメージ」の語句の裏に潜むこの街の本質的特徴に迫ることを試みる。

なお、読み込みに用いる雑誌記事は、表1に掲げる神楽坂特集の記事全体と、大宅壮一文庫の雑誌記事検索において「神楽坂」AND「料亭 or 花街 or フレンチ or フランス」の語句の各組み合わせを入力してヒットした全ての記事である。

最後に、旧来の集積・料亭と新たな集積・フレンチ店の衰退または成長の過程と雑誌メディアが伝搬するこれらの集積業種に関する「街のイメージ」の変遷との対応関係について、それぞれの業種に関する分析を行うとともに、両ケースの比較を考察する。

3. 神楽坂地区の概要

神楽坂は、東京飯田橋駅付近の外濠の北側に位置し、ゆるやかに起伏のある台地に発達した古い街である。神楽坂通りが中心軸となって商店街を形成し、その両側に路地が

多く残り、入り組んだ路地を入ると石畳や階段のある路地に小規模な飲食店が散在し、黒塀の料亭も散見されるなど、複雑で趣のある街となっている。複雑な路地網は、歴史的には、江戸期の武家屋敷が荒廃する中で敷地が分割され、それぞれの敷地に向かう通路として自然発生的に発達したものと考えられている。また、商業地としては江戸中期から毘沙門天の門前市に行元寺境内から発達した花柳界が加わり、大正 12 年の関東大震災後には東京でも最有力の花街となる。大戦後は、高度成長期に花柳界は好況を戻すも、オイルショック以降衰退の一途を辿る。土地利用の面では古くからの住宅地でもあり、近年では低層の街並みに高層のマンションが混入することによる景観破壊をめぐって都市計画のあり方に関する議論の題材ともなってきた。

4. 雑誌メディアが「街のイメージ」としてとりあげた業種の確認

最初に神楽坂の「街のイメージ」として雑誌メディアがとりあげた業種を特定するため、大宅壮一文庫の雑誌検索を用いて、1980 年以降⁴⁾に神楽坂の特集号を組んだ市販雑誌（複数の記事を束ねて神楽坂に関するひとつの特集タイトルを掲げて編集したもの）を検索した。その結果、表 1 に示す雑誌 15 冊、これらに記載された記事見出し合計 146 件が抽出された。これらの特集号は、神楽坂に関する多岐にわたる事柄をそれぞれ記事にしているため、すべての特集号の記事見出しに目を通すことで、雑誌メディアが頻繁に採りあげてきた神楽坂の業種をひととおり把握することができる。

この 146 件の記事見出しと、表 1 に掲げた特集タイトル 15 件の合計 161 件を対象にテキストマイニングを行い⁵⁾、神楽坂に関する記事の見出しにおける単語の出現頻度を調べたところ、3 回以上出現した単語は表 2 のとおりとなった。この中で業種に関連する語句は、料亭（3 回）、花街（3 回）、フランス（3 回）、お寿司（3 回）、居酒屋（3 回）、ホテル（3 回）、芸者さん（4 回）、フレンチ（4 回）、バー（4 回）、和食（6 回）である。

次に、表 2 で得られた「業種に関連する語句」のひとつひとつについて、大宅壮一文庫の記事見出し検索を用いて、全雑誌を対象に「神楽坂 AND 語句」（語句は、料亭、フレンチ、和食など表 2 上段の語句）と入力して検索し、出力となった記事見出しのひとつひとつを読み、先にあげた「街のイメージ」の定義に該当する語句を抽出したところ、表 3 の一覧が得られた。この作業によって、「神楽坂+料亭 or 芸者 or 花街」の検索では 23 件の記事見出しが、「神楽坂+フレンチ or フランス」の検索では 6 件が、「神楽坂+和食」の検索では 1 件のみが得られ、その他の語句（お寿司、居酒屋、バー、ホテル）ではゼロ件となった。以上のことから、神楽坂地区において雑誌メディアによって「街のイメージ」として発信された業種は、「料亭」と「フレンチ店」であることを特定した。なお、本研究では、「料亭」という業種に対し、「花街」は料亭及び関連業種（芸者の置屋など）

の集積がもたらす「街のイメージ」に該当する語として調査・分析を行う。

表 1 神楽坂の特集を組んだ雑誌一覧

年	雑誌名	特集タイトル	記事数
1994	Hanako	石畳と路地と坂の神楽坂へ。	5
1997	東京人	花街、寺社町、食の街。神楽坂を味わう。	14
1999	Hanako	山の手で下町情緒を！ 麻布十番・神楽坂・荒木町・四谷3丁目	5
	散歩の達人	散歩で探るニッポンの原点 神楽坂・飯田橋・九段下	9
2000	東京人	芸者さんに会いたい。新橋、赤坂、芳町、神楽坂、浅草、5花街探訪	3
2003	散歩の達人	坂道を上って日常解脱といじやないか 神楽坂・小石川・後楽園	5
2006	東京人	神楽坂より深く、より奥へ	16
	散歩の達人	元祖山の手式デトックス！ 神楽坂・本郷・小石川	10
	いきいき付録	神楽坂物語	13
2007	おとなのOFF	一味違う東京が楽しめる”おとなの迷宮”神楽坂に酔う	8
	いきいき付録	いきいき神楽坂ガイド2009年版 神楽坂をご案内します	7
2009	散歩の達人	和洋・新旧、超えて粋！ 神楽坂	14
2010	Hanako	人氣沿線 おいしい街へ。とっておきグルメ 神楽坂	3
	いきいき付録	神楽坂ガイド2010	11
2013	散歩の達人	和洋、新旧、楽しみ方色々 神楽坂～おもてなし無限大	23

表 2 記事見出しにおける単語の出現頻度

	3回	4回	5回以上
業種に関連する語句	料亭、花街、フランス お寿司、居酒屋、ホテル	芸者さん、フレンチ、バー	和食(6)
その他の語句	寺社、ここ、文士、世界、静か、下町、理由、おもてなし、案内、ギャラリー、味、ランチ、食べ歩き	石畳、個性派	路地裏(6)、路地(6)、、粋(7)、坂(10)、町(5)、楽しみ(5)、東京(6)、店(6)、山の手(7)、神楽坂(75)

表 3 全雑誌の記事見出し検索による業種に関連する「街のイメージ」の語句

年	雑誌名	記事見出し
「神楽坂」+「料亭 or 芸者 or 花街」で検索		
1983	an'an	weekend 神楽坂の料亭街で和食に決めた。
1988	FOCUS	天野はA級戦犯だ”知事選大敗”を神楽坂の料亭街で迎えた「福島騒動仕掛人」
1996	宝島	突如出現した、マンション建設反対を訴えるミョーな看板と塔婆婆の数々。花街・神楽坂を賑わす”チン騒動”
	Hanako	花街情緒を残す割烹料理店は数店が高そう。でも一見さんも笑顔で迎えてくれる。
1997	サライ	夫婦で行く花街 東京 神楽坂 文人たちが足繁く通った黒塀と石畳の路地
1998	ワンスーニスム	神楽坂通り 料亭街から漏れる艶やかな灯り、乙女店に古きよしの坂道
	散歩の達人	花街という世界 粋な山の手と呼ばれる理由はここにある
1999	散歩の達人	神楽坂 花街と、その向こう側の路地裏
	Hanako	高田馬場・早稲田・神楽坂・四谷三丁目 古くは花街、学生街の西北エリアは、路地裏を歩いて損なしの店が目白押し。
	東京Walker	神楽坂 花街の面影を感じる「横丁散歩」で見つけた神楽坂の新しい店たち
2003	Hanako	神楽坂 フランス人も愛するこの花街は、石畳の小路が残るレトロモダン場所
	dancyu	神楽坂一文豪もフランス人も、猫も愛する坂の街 心ときめく石畳の路地から路地へ。花街の情緒あふれる和の味めぐり
2004	東京人	決定版！東京みやげ 神楽坂芸者千佳さんおすめのちよっと小粋な花街みやげ
	Hanako	花街はいま、カジュアルフレンチが元氣 ビストロの街のNews & New Open。
2005	男の隠れ家	神楽坂 石畳が残る路地と坂道の街は、宵問とともに、花街の風情漂う和の街に姿を変える
	オレンジページ	ようこそ「東京」粋を探して街歩き 花街、坂道、石畳で見つける神楽坂の粋
2006	宝島	花街に溶け込むモンマルトルの薫り フランス化する神楽坂：プチ・フランスな街・神楽坂
2007	OZmagazine	ちよっと背伸びをしても行きたい神楽坂：花街風情レストラン
2008	フィガロジャパン	花街の路地歩きは、フレンチシックな”おいしい”を探して。
2009	週刊東洋経済	神楽坂まち飛びフェスタ 江戸の花街、神楽坂は今ほ日仏交流の拠点
2011	週刊大衆	伝統の花街・神楽坂を揺るがす現役芸妓「お座敷デリヘル」大騒動
2013	東京Walker	路地裏歩きが楽しい神楽坂へ 花街の面影を残す路地裏を歩こう
2015	サンデー毎日	神楽坂 石畳に匂い立つ花街の情緒 横丁から世界に「和」を発信
「神楽坂」+「フレンチ or フランス」で検索		
1999	散歩の達人	神楽坂は日本版サンジェルマン、新宿区のフレンチ横丁へようこそ
2004	Hanako	花街はいま、カジュアルフレンチが元氣 ビストロの街のNews & New Open。
2006	宝島	花街に溶け込むモンマルトルの薫り フランス化する神楽坂：プチ・フランスな街・神楽坂
	東京人	神楽坂がプチ・フランスになった理由
	シュシュ	神楽坂「東京のプチフランス」の1000円台ランチ&古民家でゆったり癒される
2011	東京walker	おでかけ街スィーツ 神楽坂「プチ・フランス」で本場の味を楽しむ
「神楽坂」+「和食」で検索		
2009	散歩の達人	粒ぞろいの上質和食街

5. 同業種店舗の集積の変遷と雑誌の情報発信頻度の変遷

まず、料亭とフレンチ店それぞれの集積状況の変遷として、店舗の軒数と立地分布を時系列的に調べた。調査には、NTT 電話帳⁶⁾のバックナンバーを使用し、ゼンリン発行の住宅地図と照合しながら立地をプロットした。その結果として軒数の推移を示したものが表 4、立地分布の変遷を示したものが図 1～図 3 である。調査対象の地理的範囲は、神楽坂 1 丁目～6 丁目の範囲（以下「神楽坂地区」と呼ぶ）とこれに隣接する町丁目（神楽河岸、揚場町、津久戸町、筑土八幡町、白銀町、赤城元町、矢来町、横寺町、岩戸町、袋町、若宮町、市谷船河原町。以下「周辺地区」と呼ぶ）とする。

表 4 を見ると、店舗の軒数は「料亭」が 1985 年までは神楽坂地区内（図 1～図 3 では黒の破線内がこれに該当）と周辺地区の合計で 57 軒という大きな集積があったが、年代を追うにつれ急速に減り、2015 年には 9 軒まで減少した。一方、「フレンチ店」は、2000 年までは 10 軒以内に留まり、地区内と周辺に僅かに点在しているにすぎなかったが、徐々に増加し 2015 年には 20 軒に達している。

図 1～図 3 の立地分布の変遷をみると、1995 年時点では料亭が神楽坂中心部の路地裏に集中して立地しており、フレンチ店は少数があちこちに散在しているに過ぎなかったが、年代を追うにつれ、料亭が減る一方フレンチ店の出店が増え、2015 年には集積の状況が逆転している様子がわかる。

表 4 同業種集積の店舗数推移

(単位: 軒)

年	料亭		フレンチ店	
	神楽坂	周辺地区	神楽坂	周辺地区
1985	41	16	1	3
1990	34	11	2	3
1995	27	10	4	2
2000	17	6	6	1
2005	14	4	9	3
2010	8	3	11	4
2015	6	3	15	5

表 5 料亭・フレンチ店を掲載した雑誌数

(単位: 冊)

年	料亭	フレンチ店	神楽坂特集号
1986-1990	0	0	0
1991-1995	1	1	1
1996-2000	4	5	4
2001-2005	6	11	1
2006-2010	4	27	8
2011-2015	3	12	1

表 6 「街のイメージ」の語句の記載がある雑誌数

(単位: 冊)

年	料亭に関する「街のイメージ」		フレンチ店に関する「街のイメージ」		
	料亭街	花街	フレンチの街	ブチフランス	ブチパリ
1981-1985	1	0	0	0	0
1986-1990	1	0	0	0	0
1991-1995	0	0	0	0	0
1996-2000	3	7	2	0	0
2001-2005	1	12	1	1	1
2006-2010	3	11	0	7	5
2011-2015	0	6	0	1	2

図 1 料亭等とフレンチ店等の店舗分布 (1995 年)

図 2 料亭等とフレンチ店等の店舗分布 (2005 年)

図 3 料亭等とフレンチ店等の店舗分布 (2015 年)

次に、雑誌の情報発信頻度の変遷として、「料亭」と「フレンチ店」を掲載した雑誌の数をそれぞれ経年的に辿ったものが表 5 で、料亭、フレンチ店それぞれに関する「街のイメージ」の語句の記載がある雑誌の数を同じく経年的に辿ったものが表 6 である。

表5は、「神楽坂」、「料亭」もしくは「花街」の語句の組み合わせと「神楽坂」、「フレンチ」もしくは「フランス」の語句の組み合わせで雑誌記事を検索したものの中から、「料亭」を掲載した記事及び、「フレンチ店」を掲載した記事をそれぞれ集計したものである。表5をみると、2006年以降は「料亭」を掲載した雑誌数延べ7誌に対して、店舗数を伸ばした「フレンチ店」関連の記事を掲載した雑誌数が延べ39誌に達し、雑誌メディアが神楽坂の「フレンチ店」に関する事柄を量的に多く情報発信するようになった。

表6は、表5と同様の方法で雑誌記事を検索したものと、神楽坂の特集号の全記事から、料亭・フレンチ店それぞれに関する「街のイメージ」として複数の雑誌で見られた語句、すなわち「料亭街」、「花街」、「フレンチの街」(フレンチ横丁、ビストロの街もこれに含む。)、「プチフランス」、「プチパリ」が見出しましたは本文に登場した雑誌数を集計したものである。表6をみると、「花街」という語句が登場した雑誌の数は2000年以降も多い。このことは、料亭の軒数という実体が減少しても、昔からある「街のイメージ」が残っていることを示している。一方、フレンチ店に関する「街のイメージ」は、フレンチ店の軒数という実体が増加し、2006年以降になると「プチフランス」「プチパリ」というイメージへと拡張されている。

6. 雑誌メディアが伝搬する集積業種に関する「街のイメージ」の変遷

ここでは、「街のイメージ」を伝搬した記事について、記事の内容を読み込むことによって、「街のイメージ」がどのような文脈で語られてきたのか、その変遷を整理するとともに、街の構成要素のうち集積業種以外の要素にも対象を広げて、「街のイメージ」を形作ることに具体的に何が作用してきたのかを分析する。読み込みに用いる雑誌記事は、表1に掲げる神楽坂特集の記事全体と、大宅壮一文庫の雑誌記事検索において「神楽坂」AND「料亭 or 花街 or フレンチ or フランス」の語句の組み合わせを入力してヒットした全ての記事である。

(1) 料亭に関する「街のイメージ」

表7は、上記の検索によって得られた雑誌記事のうち、料亭に関する「街のイメージ」が本文又は見出しのいずれかにある雑誌記事を発刊年順に並べたリストであり、記事見出しの文と「街のイメージ」に該当する語句を掲げている。また、表8は、表7と同じ雑誌記事について、記事本文に書かれた内容を読み込み、分析のための整理を行ったものである。

表7右欄のとおり、料亭に関する「街のイメージ」の語句は、「料亭街」と「花街」の2つに集約される。この2つの語句の使用を経年的に見ると、「花街」の方が使用頻度が高く、「料亭街」の語句は1990年代にはよく使われていたが、2000年代になると登場の頻度は稀になっている。これは、表4に示した料亭の店舗数の減少と図1~3に示した店舗立地の推移と見比べると、理由は明らかである。かつては軒を連ねていた料亭がぼつりぼつりとしかなくなり、実

表7 料亭に関する「街のイメージ」を記載した記事一覧

年	雑誌名	記事見出し	語句
1983	an'an	weekend 神楽坂の料亭街で和食に決めた。	料亭街
1988	FOCUS	天野はA級戦犯だ“知事選大敗”を神楽坂の料亭街で迎えた「福島騒動仕掛人」	料亭街
1996	宝島	突如出現した、マンション建設反対を訴えるミョーな看板と卒塔婆の数々。花街・神楽坂を賑わす“チン騒動”	花街
	Hanako	花街情緒を残す割烹料理店は数層が高そう。でも一見さんも笑顔で迎えてくれる。	料亭街 花街
	週刊新潮	5000円クラブも出現して様変わりした神楽坂「花柳界」	花街
1997	サライ	夫婦で行く花街 東京 神楽坂 文人たちが足繁く通った黒曜と石畳の路地	花街
	東京人	花街、寺社街、食の街、神楽坂を味わう。	花街
1998	マンスリー・エム	神楽坂通り 料亭街から漏れる艶やかな灯り、乙な店に古をしのぶ坂道	料亭街
1999	散歩の達人	花街という世界 粋な山の手と呼ばれる理由はここにある	料亭街 花街 料亭街 花街
		神楽坂 花街と、その向こう側の路地裏	花街
		路地の奥には味の真髄がある 究極の粋とは、こんな味	花街
		高田馬場・早稲田・神楽坂・四谷三丁目 古くは花街、学生街の西北エリアは、路地裏を歩いて損なしの店が目白押し。	花街
	Hanako		
2001	Title	芸者遊びなんでものしてみたい。最上の芸者さんにはどこで会えますか？	花街
2002	週刊実話	泣くに泣けない芸者衆 ～赤坂・新橋・向島・神楽坂・板橋・先斗町～政治・経済を動かした老舗料亭が消えていく	料亭街
2003	東京Walker	神楽坂 花街の面影を感じる「横丁散歩」で見つけた神楽坂の新しい名店たち	花街
	散歩の達人	坂道を上って日常解脫というじゃないか 神楽坂小石川後樂園	花街
		神楽坂 しっかりとぎやかに、多彩な町の調を聴く	花街
	Hanako	神楽坂 フランス人も愛するこの花街は、石畳の小路が残るレトロモダンな場所	花街
	dancyu	神楽坂一文豪もフランス人も、猫も愛する坂の街 心ときめく石畳の路地から路地へ。花街の情緒あふれる和の味めぐり	花街
BRIQ		ひっそり佇む極上の店に二人で 最後の隠れ家・神楽坂	花街
2004	東京人	決定版！東京みやげ 神楽坂芸者千佳さんおすすめめちよっと小粋な花街みやげ	花街
	Hanako	花街はいま、カジュアルフレンチが元氣 ビストロの街のNews & New Open.	花街
2005	男の隠れ家	神楽坂 石畳が残る路地と坂道の街は、昔間とともに、花街の風情漂う和の街に姿をええる	花街
	オレンジページ	ようこそ「東京」粋を堪能して街歩き 花街・坂道、石畳で見つける神楽坂の粋	花街
2006	東京スタイル	懐石 小室 日本料理 神楽坂 神楽坂の料亭で知る、料理の真髄。	花街
	宝島	花街に漬け込むモンマルトルの重なりフランス化する神楽坂「プチ・フランスな街・神楽坂	花街
	東京人	花柳界の香る店	花街
	シュシュ	神楽坂「東京のプチフランス」の1000円台ランチ&古民家でゆったり癒される	花街
	CLASSY	下町情緒とフランス気分両方を感じる2倍楽しめる「神楽坂歩き」のすすめ	料亭街
2007	散歩の達人	神楽坂の下の方をグルリグルリ	料亭街
	フィガロジャポン	ようこそ、仲間が集まる、我が街自慢のビストロへ。	花街
	婦人画報	二宮和也さんと高島礼子さんが歩く不思議の町神楽坂	花街
	週刊新潮	「拝啓、父上様」撮影料亭の「相模」J学会員「高層マンション」騒動	料亭街
	OZmagazine	ちよっと背伸びをしても行きたい神楽坂・花街風情レストラン	料亭街 花街
2008	日経おとなのOFF	腕利きの職人がいる美食の町へ路地裏に最高の和食あり	花街
		神楽坂で“学”が“触れる” 江戸情緒の和文化に触れられる 町ぐるみのお稽古に参加する	花街
		カフェ文化の町で昼の一服	花街
	家庭画報	神楽坂 ビストロと料亭が同居する、トキョー・モンマルトル	花街
	フィガロジャポン	和情緒豊かな神楽坂の路地に漂う、フランスの香り。 花街の路地歩きは、フレンチシックな“おいしい”を探して。	花街
2009	News Week Japan	TOKYO EYE 歴史が息づく東京の「プチ・パリ」を守れ	花街
	Hanako	神楽坂散歩はフランスの香りとともに この街が好きなのは日本人だけじゃありません	花街
	週刊東洋経済	神楽坂まで飛びフェスタ 江戸の花街・神楽坂は今も日仏交流の拠点	花街
	週刊大衆	伝統の花街・神楽坂を揺るがす現役芸妓「お座敷デリヘル」大騒動	花街
	料理王国	フランス人レストランが語る東京フレンチの適正価格	花街
2010	東京Walker	路地裏歩きが楽しい神楽坂へ 花街の面影を残す路地裏を歩こう	花街
	散歩の達人	本作りの街に原稿用紙あり	花街
2015	オレンジページ	日本のおいしい＆楽しいを再発見いただきます！ 日本とパリが出会う街神楽坂でランチを	花街
	サンデー毎日	神楽坂 石畳に匂い立つ花街の情緒 横丁から世界に「和」を発信	花街

態として料亭街ではなくなったからである。

一方、「花街」については、表8の「表現」の欄に、「花街」の語が他の語と一体となって表現されている場合に、これを抜き出して語句を記してみた。すると「花街の面影」や「花街の名残」といった「過去のものとなった花街」を指す語句が少なからず見られる。そこで、記事本文を読み込み、表8の「現存過去」の欄に、A:料亭の集積が実際に存在し、店が活動していることに言及のある記事を「A」（例えば「お座敷へむかう芸妓に路地ですれ違う。料亭が並ぶ小路には、客や芸妓に夜食を届ける仕出し屋が店を構えていた。(東京人,1997)」、「石畳の料亭街に灯かりが点る。着物姿の芸者さんもちらほらと(散歩の達人,1999)」)、B:料亭の集積は過去の事であり現在はかつて花街であった事の面影や風情が残る街であることに言及のある記事を「B」（例えば「花街の面影を色濃く残す路地や横丁/かつて花街として知られた神楽坂(東京 Walker, 2003)」)、C:それ以外の

表8 料亭に関する「街のイメージ」と構成要素

年	雑誌名	街のイメージ			街の構成要素						
		表現	現存 / 過去	説明 の有無	活動関係			空間関係			
					料亭	芸者	の三 音 味 線	石畳	黒塀	路地	坂道
1983	an'an	料亭街	A	○			○	○			
1988	FOCUS	料亭街	A	×							
	宝島	花街	C	×							
1996	Hanako	料亭街	A	○							
	週刊新潮	花街	A	○				○	○		
1997	サライ	花街	A	○	◎			○	○	○	
	東京人	花街	A	○	◎	○				○	
1998	マンスリーエム	料亭街	A	○						○	○
	散歩の達人	料亭街/花街	A	○	◎			○	○	○	
	散歩の達人	料亭街/花街	A	○		○		○			
	散歩の達人	花街	C	×							
	Hanako	花街	B	×							
2001	Title	花街	A	○	◎	○		○	○	○	
2002	週刊実話	料亭街	A	○							
	東京Walker	花街の面影	B	○		○		○		○	
	散歩の達人	花街の面影	B	×							○
2003	散歩の達人	花街	A	○	○	○					
	Hanako	花街	A	○	◎	○		○		○	
	dancyu	花街	C	○				○		○	○
	BRIQ	花街	C	×							
2004	東京人	花街	C	×							
	Hanako	花街	A	○	◎						
	男の隠れ家	花街の風情	A	○	◎	○		○		○	○
2005	オレンジページ	花街	A	○	◎	○					
	東京スタイル	花街の面影	B	○	○						
	宝島	花街	C	×							
	東京人	花街情趣	C	×							
2006	ジュジュ	花街	A	○	◎						
	CLASSY	花街風情	C	○						○	
	散歩の達人	料亭街	C	×				○			
	フィガロジャポン	花街の趣	C	○			○	○		○	
	婦人画報	花街	A	○	○		○			○	
	週刊新潮	料亭街	A	○							
2007	OZ magazine	料亭街/ 花街風情	C	×				○			
	日経おとなのOFF	花街	C	○							
	日経おとなのOFF	花街の情趣	C	○							
	日経おとなのOFF	花街	C	×							
	家庭画報	花街	C	○				○		○	○
	フィガロジャポン	花街	C	×						○	
	News Week	花街	A	○	○		○		○		
	Hanako	花街の粋	C	×							
2009	週間東洋経済	花街	B	×							
2011	週刊大衆	花街	A	○	◎			○		○	
2012	料理王国	花街の名残	B	○				○			
	散歩の達人	花街	C	×							
2013	東京Walker	花街の面影	B	×						○	
	オレンジページ	花街の風情	B	○				○	○		○
2015	サンデー毎日	花街の情趣	C	○				○		○	

(注)「現存/過去」欄のAは料亭等が現存して活動中、B料亭等は過去のもの、Cは現存か否か言及なし

記事（即ち花街の語句を神楽坂の別名又は枕詞として用いるのみで料亭の集積が現存するのか過去のもののかの言及がない記事）を「C」と分類した。その結果、A(現存)の頻度は年代が古いほど高く 1990 年代の記事は大部分が A に分類されたが、新しくなると少なくなり、2008 年以降は珍しくなっている。これに対して、B(過去)に分類された記事は、1990 年代にはほとんどなく、2009 年以降顕著である。しかし、それにも増して注目すべきことは、神楽坂を「花街」と称して書かれる雑誌記事が最近に至っても続いており、料亭の集積という実態が著しく弱体化した後もなお神楽坂の定着した「街のイメージ」として伝搬され続けていることである。

そこで、「花街」をなす業種集積がない中で、何をもって花街という語句を登場させているのかをさらに探るために、集積業種以外の街の構成要素について、記事本文で使

れている語句を洗い出す作業を行い、結果を表8の「街の構成要素」の欄に示した。なお、表8の「説明の有無」欄に×印がついている記事は、専ら個別店舗の紹介に終始しているなど「街のイメージ」に関連する説明文が本文の中にないものである。

表8の「街の構成要素」欄には、集積業種(料亭)の活動実態と関連する記述として「料亭」、「芸者」、「三味線の音」と、神楽坂の街の特色をなす空間的な要素として記事に頻出する「石畳」、「黒塀」、「路地」、「坂道」を、それぞれ掲げた。これらは表2に示した記事見出しにおける頻出語にほぼ含まれているが、「三味線の音」と「黒塀」は記事本文において散見されたことから追加した。そして、記事本文においてこれらの語が登場した場合に、○印を付した。なお、「料亭」欄の◎印は、単に料亭が語られているだけでなく、「料亭の集積」の状態が語られている場合（例えば「料亭が軒を連ねる」など）である。

ここから読み取れる傾向は、①「芸者」や「三味線の音」といった集積業態の活動に関連する語は、当然ながら A(現存)に分類された記事にほぼ限られるのに対して、②「石畳」「黒塀」「路地」「坂道」といった街の特色をなす空間的な要素の語は、A、B、C の分類を問わず頻繁に登場している。とくに B の過去形で語られる記事においては、花街の「面影」「名残」「情緒」といった表現を用いる記事では、「花街の面影を残す路地裏を歩こう(東京 Walker, 2013)」、「坂道、黒塀、石畳。古きよき花街の風情が残る、粋な街(オレンジページ, 2015)」というように、その説明において「石畳」「黒塀」「路地」「坂道」といった空間的な要素を併せて語る記事が多いという傾向が見られる。

(2) フレンチ店に関する「街のイメージ」

表9は、上記の検索によって得られた雑誌記事のうち、フレンチ店に関する「街のイメージ」が本文又は見出しのいずれかにある雑誌記事を発刊年順に並べたリストであり、記事見出しの文と「街のイメージ」に該当する語句を掲げている。また、表10は、表9と同じ雑誌記事について、記事本文に書かれた内容を読み込み、分析のための整理を行ったものである。

表9右欄のとおり、フレンチ店に関する「街のイメージ」の語句を見ると、「プチフランス」、「プチパリ」、「東京のパリ」といった語句が大部分を占めている。フレンチ店との関係では、フレンチ店の集積が進みつつあった 2000 年前後の時期に「フレンチ横丁」や「フレンチエリア」といった語句が用いられた時期もあったが、その後は、神楽坂地区は東京のプチフランスやプチパリであるといった「街のイメージ」の発信が 2000 年代を通じて定着したものと言ってよい。また、このことは、「街のイメージ」の語句が、単なる業種集積を表わす語句を越えて他国の国や都市による呼称へと表現の拡張がなされた、と言うことができる。

そこで、この表現の拡張の理由を探るため、先の料亭の場合と同様に、「街のイメージ」と関連して述べられる「街の構成要素」の記事本文から読み込む作業を行い、表10右側に結果をまとめた。構成要素の項目には、店舗に関連するものとして「フレンチ店」とフレンチ店以外の「フラン

表 9 フレンチ店に関する「街のイメージ」を記載した記事一覧

年	雑誌名	記事見出し	語句
1999	散歩の達人	神楽坂は日本版サンジェルマン、新宿区のフレンチ横丁へようこそ	日本版サンジェルマン/フレンチ横丁
	Hanako	小さいエリアながらフレンチの激戦区、神楽坂。在日フランス人も足を運ぶこの6軒	フレンチエリア
2003	Hanako	神楽坂 フランス人も愛するこの花街は、石畳の小路が残るレトロモダンな場所	プチフランス
2004	Hanako	花街はいま、カジュアルフレンチが元気 ビストロの街のNews & New Open.	ビストロの街 フレンチの街
	MEN'S Ex	神楽坂の巨大ディスコ跡に本格仏レストラン「ラリアンス」誕生 たった4時間彼女を満足させる中身！	東京のバリ
2006	宝島	花街に溶け込むモンマルトルの薫り フランス化する神楽坂—プチ・フランスな街・神楽坂/神楽坂界隈に住むフランス人が足繁く通うスポット	プチフランス
	東京人	神楽坂がプチ・フランスになった理由	プチフランス
	シュシュ	神楽坂「東京のプチフランス」の1000円台ランチ&古民家でゆったり癒される	東京のプチフランス
	おとなの週末	神楽坂探検隊 フレンチ激戦区を食歩き	東京のプチフランス プチパリ
2007	おとなのOFF	東京屈指の「日常フレンチ」の宝庫 今宵訪れるビストロの選び方	東京のリトルフランス
	フィガロジャパン	和情緯豊かな神楽坂の路地に漂う、フランスの香り。花街の路地歩きは、フレンチシックな「おいしい」を探して。	小さなパリ プチパリ
2008	家庭画報	神楽坂 ビストロと料亭が同居するトーキョー・モンマルトル	トーキョー・モンマルトル
	News Week Japan	TOKYO EYE 歴史が息づく東京の「プチ・パリ」を守れ	東京のプチパリ
2009	おとなの週末	フランス人たちのジャポニ・神楽坂トピアン生活—今、フランスでは空前の日本ブームなんです/神楽坂とフランス人を結びつけたもの/フランス人が絶賛する店3軒/日仏がハッピーに駆け合う街/在日フランス人は神楽坂のココが好き！	プチパリ リトルフランス
	散歩の達人	和洋・新旧、超えて粋！神楽坂 大人の宴楽はじゃぼん？おふらんす？	プチパリ
2010	東京人	わが町讃歌「新宿区」住めばプチ・パリ、神楽坂	プチパリ
2011	東京walker	おでかけ街スイーツ 神楽坂 “プチ・フランス”で本場の味を楽しむ	プチフランス
2012	Hanako	神楽坂 起伏のある路地が入り組む、フランス文化漂う街。	東京のバリ
2013	散歩の達人	和町で異文化対抗！？どっちがお好み 勢いのスペインか、王道のフレンチか	フランス料理の聖地
	散歩の達人	神楽坂～おもてなし無限大 街の履歴は寺社にあり	プチパリ

表 10 フレンチ店に関する「街のイメージ」と構成要素

年	雑誌名	街のイメージ	街の構成要素							
			店舗		フランス		空間関係			
			フ レ ン チ 店	関 する 店 舗	フ ラ ン ス に	フ ラ ン ス 人	仏 人 学 校 ／	石 畳	路 地	坂 道
1999	散歩の達人	日本版サンジェルマン・フレンチ横丁	◎			○	○			
	Hanako	フレンチエリア	◎			◎	○			
2003	Hanako	プチフランス	○							
2004	Hanako	ビストロの街・フレンチの街	◎	◎		○	○			
	MEN'S EX	東京のバリ	○							
2006	宝島	プチ・フランス	◎	○		◎	○	○	○	
	東京人	プチ・フランス	◎			◎	○			○
	シュシュ	東京のプチフランス	○			◎	○	○	○	
	おとなの週末	東京のプチフランス プチ・パリ	◎			○	○			
2007	日経おとなのOFF	東京の"リトルフランス"	◎	○		◎	○			
2008	フィガロジャパン	小さなパリ / プチ・パリ	○			○	○			○
	家庭画報	トーキョー・モンマルトル	○						○	○
	News Week Japan	東京の「プチパリ」	◎	○		○	○	○	○	○
2009	おとなの週末	プチ・パリ / リトルフランス	◎	○		◎	○	○		○
2010	散歩の達人	プチパリ						○		
	東京人	プチ・パリ	◎			○	○	○	○	○
2011	東京Walker	プチ・フランス	◎	○			○	○	○	
2012	Hanako	東京のバリ	◎	○		◎	○			
2013	散歩の達人	フランス料理の聖地	◎							
	散歩の達人	プチパリ								

スに関する店舗」、店舗以外でフランスに関連する要素として「フランス人」と「日仏学院・フランス人学校」、料亭の場合と同様に「石畳」「路地」「坂道」といった神楽坂の街の特色をなす空間要素を入れ、それぞれ記事本文を読み込み、言及のあるものに○印をつけた。このうち、フレンチ店欄の◎印はフレンチ店の「集積」に言及のあるもの、フランス人欄の◎印はフランス人の「居住者」に言及のあるものに付した。なお、料亭の場合に設けた「黒堀」の欄は、フレンチ店の記事には登場しなかったもので、設けていない。

表 10 から読み取れる傾向は、①フレンチ店という街の構成要素については、ほとんどの記事が触れており、神楽坂の新たな「街のイメージ」の形成に大きな役割を果たしていること、②フランス人や日仏学院といった要素についても、フレンチ店と併せて多くの記事が触れており、例えば「東京のプチフランスと呼ばれるワケ:神楽坂には日仏学院やフランス人学校があり、フランス人がたくさん移り住んできたため、フレンチカフェやビストロが発展。またパリのように石畳が多く、細い路地の入り組み方など、街並みもそっくりなのです。(シュシュ,2006)」、「日仏学院やりセが近いこともあり、実のところ、『小さなパリ』の顔も宿している。フレンチレストランの高いレベルは、東京いちとも噂されるし、フランス人が闊歩する姿はごく日常。(フィガロジャパン,2008)」という記述がなされるように、「街のイメージ」の表現の拡張の重要な要素となっていること、③街の空間要素については、「花街」の場合と同様に、「プチフランス」や「プチパリ」という「街のイメージ」の発信の場合にも、多くの言及がなされており、その記述内容は「迷路のような細い路地に坂道や階段、そしてコンパクトな街の規模も、どこかパリの街並みを彷彿させます。(家庭画報,2008)」という神楽坂固有の街並みがパリの街並みを連想させるという趣旨になっている、と整理できる。

こうして見ると、「フレンチの街」から「プチフランス」や「プチパリ」という「街のイメージ」の拡張には、単にフレンチ店の集積の拡大という理由だけでなく、フランス人居住者の増大や神楽坂固有の街並みがパリの街並みを連想させるといった店舗集積以外の要素が重要な役割を果たしている可能性がある。そこで、次章ではこのことを探求してみたい。

7. 新たな集積業種・フレンチ店における「街のイメージ」の拡張に関する考察

これまでの調査によって、神楽坂のフレンチ店に関する「街のイメージ」が、「フレンチの街」から「プチフランス」や「プチパリ」へと拡張されていることを確認した。また、雑誌メディアが「プチフランス」「プチパリ」という「街のイメージ」を描写する際に、「神楽坂はフランス人居住者が多い」などのフランス人居住者に関する記述が多数なされていたことから、フレンチ店に関する「街のイメージ」の拡張の一因として、フレンチ店の集積だけでなく、神楽坂に暮らすフランス人の存在が挙げられる。そこで、神楽坂在住フランス人の「実体」として、神楽坂におけるフランス人居住人口の推移や、多くのフランス人が東京での居住地に神楽坂を選択した理由はどのようなものであったのか明らかにしてみたい。

まず、神楽坂周辺におけるフランス人居住人口の推移をまとめたのが表 11⁷⁾である。これにより明らかになったのは、神楽坂とその周辺におけるフランス人居住者の集中と顕著な増加である。神楽坂周辺は、新宿区内のフランス人住民の約8割が集中していると同時に、神楽坂のある新宿区笹岡町支所管内のフランス人の人口は 1995 年から 2010

年までのわずか15年で2.5倍に増えた。

続いて、多くのフランス人が東京での居住地に神楽坂を選択した理由を、神楽坂に暮らすフランス人へのインタビューを掲載した雑誌記事より考察した。雑誌記事には誇張表現などもあり、全てに信頼性を求めることはできないが、中には取材した人物の発言をそのまま括弧書きで引用している部分もあり、その部分は記者の主観を介さない生の声を切り取ったものと言える。表12は、神楽坂在住のフランス人を取材対象にして、神楽坂に住まうことを選択した理由や神楽坂を好む理由が発言の引用形式で記載された部分を抜き出した⁸⁾ものである。

ここに示した神楽坂在住フランス人の多くが共通的に言及しているのが「路地」「裏道」「石畳」「坂」「商店街」「小さい商店」「賑やか」「古い店」「伝統」「昔ながらの街並み」といった語句に表わされた街の空間形態と情緒的雰囲気である。これらの語句は、複数の既往研究⁹⁾が「神楽坂らしさ」の構成要素として挙げているものでもあるが、在住フランス人らは同じ語句を指して「フランスに似ている」「パリのような」と語っている。

以上のことから、神楽坂においてフランス人住民が大きく増加してきた背景には、近隣のフランス人学校等の存在とともに、「神楽坂らしさ」とされる街並みのしつらえや地域社会の情緒の中に、フランス人にとって母国の街に近い親しみや郷愁を感じさせるものがあつたと言うことができるだろう。そして、フランス人が街に多く暮らし、フランス人経営の店やフランス産チーズを扱う店などフランス人を顧客として意識した店があり、フレンチ店をはじめとするフランスに関する店舗が集積しているというこの街独特の状況が、「プチフランス」「プチパリ」という「街のイメージ」の表現となってメディアによって伝搬されたものと言うことができる。

8. まとめ

本研究では、同業種店舗の集積が「街のイメージ」を形成するプロセス研究の一環として、料亭という旧来の業種集積が衰退する一方、フレンチ店という新しい業種集積が成長するという現象が同じ街の中で同時並行的に生じた東京の神楽坂を採りあげ、店舗の集積という「街の実体」の変化と、雑誌メディアが伝搬する「街のイメージ」の変化とを時系列的に対比して分析を行った。その結果、神楽坂のケースにおいて、次のことが見出された。

① 旧来の集積である料亭については、実体の店舗数がこの30年間減少の一途を辿り、1985年の77軒から2015年の14軒へと約8割が消えた。花街に関する記述は、集積の衰退が反映されてはいるものの、「花街」という「街のイメージ」は、最近でもなお残存している。このことは、一度定着した「街のイメージ」というものは簡単に消え去るものではないことを示しているとともに、記事において花街の「情趣」や「面影」といった表現が「石畳」や「路地」といった街並み要素の語を伴って記述されていることから、

表11 フランス人居住人口の推移

(単位:人)				
年	単箭町支所 (神楽坂)	榎町支所 (隣接)	四谷支所 (隣接)	新宿区
1995	250	70	50	429
2000	350	130	70	661
2005	540	110	90	880
2010	640	120	130	1128

表12 神楽坂在住フランス人の発言の引用

雑誌(年)	フランス人住民	神楽坂に住む理由/神楽坂を好む理由
散歩の達人 (1999)	アン	「地元で密着した小さな商店が揃って、小さな裏道の多いこの界隈はフランス!となく似ているから」とも言う。フランス人は職住近接型生活を好むけど、アンさんがここに住むことになった理由は、職場に近しい、路地に住みたかったから。「チーズなども含めて日常生活に必要なものがなんでも手に入って便利。それに、自営業が多いからお店の人もゆったりして、すぐ常連になれる」
	ラーシェ・ベルト ラン(クラブ店)	「屋も夜も両方より賑やかだし、何代も続く古い店が伝統を感じさせて素晴らしい。それにお年寄りも町を歩いているのを見るのは気持ちいい」という理由で両方から神楽坂に転居した。
東京人 (2000)	ビエール・イヴ・ カルバンティエ	「神楽坂で働いたのは夜になって冷めやらぬ、熱気でしょ。かすみの商店街のある、こぎやかな人通りが生き生きといてとても楽しい。そんな賑わいと、東京の面影が残った路地裏とのコントラストが何となく、素直に好きです」
	東京日仏学院院 長マリー・クリス ティヌス・ナ ヴァセル	「神楽坂のチャーム・ポイントは、小さな町の規模に日本の古き良き文化がうまく保存されているからだと思います。それだけでなく、神楽坂が「ほかの町」に比べて際立っているのは、かつて文学者などが徘徊したような伝統文化をきっちり保存しながら、たえず町として活性化し発展を続けているからです。(中略)神楽坂と経子坂をはじめとして大通りから、パリのような裏道や路地まである。そんな多様性とコントラストにフランス人は一種の神秘性を感じるのではないだろうか」
おとなの週末 (2008)	ドラトール・ザン (エッセイスト)	「昔ながらの江戸情緒の残る街並みもいい。古い物大切にする精神が、パリと共通しているように感じました。神楽坂にはフランス人を引き付ける不思議な魅力があつたんです」朝日坂、櫛形坂、地蔵坂…なかでも熱海温泉から『別荘 烏茶屋』へ向かう坂が好きで、勝手に「プチフランス坂」と名付けました(笑)。神楽坂通りは、日曜日になると歩行者天国!なることもフタル通りと同じ。石畳の路地なんか、パリにののかと思うな」
	ジェローム・リ ザンと妻	「神楽坂はフランス人にとってこの上なく暮らしやすい街!料亭だった古い旅館をはじめ、典型的な昔ながらの日本の街並みがジェロームは気に入った。小さい子供たちの通うインターナショナルスクールから徒歩も近い住宅街という点も決め手になりました」
	ガリヌ・オー デン	「お寺が多くて街並みがパリのディジョン。それでいてお洒落なレストランも多く、住んでいて楽しいです!」神楽坂は「故郷の『プチ・ヴィージュ』と同じく人の温もりを感じる。裏道に入ると静かなのも同じ」
日経マガジン (2011)	デュラン・ジャ ニック(ピストロ)	「同じ国の人が近くにいるのは、病院や学校、買い物など生活に欠かせない情報も得やすい」
散歩の達人 (2013)	ラーシェ・ベルト ラン(クラブ店)	「古いものが残る歴史ある街に住みたかった。石畳や商店が多くあるのもいいですね。」

旧来の「街のイメージ」の残存には旧来の街並みの継続が関連していることが認められる。

② 一方、新しい集積であるフレンチ店については、実体の店舗数が1990年の5軒から2015年の20軒へと着実な成長を遂げてきた。それに連れて雑誌記事が伝搬する「街のイメージ」は、集積の初期段階では「フレンチの街」というフレンチ店の中にちなんだものであったが、それが短時間で「プチフランス」「プチパリ」へと拡張した。これには、フレンチ店の集積拡大と時期的に並行してこの地域のフランス人居住人口が大幅に増加し、1995年の250人から2010年には640人となった事実があり、このことがフレンチ店の集積の増加とあいまって、雑誌メディアが「プチフランス」「プチパリ」という語にまで「街のイメージ」を拡張させる要因ともなったことが認められる。

③ 旧集積の料亭の減少と、新集積のフレンチ店の増加との間には、特別な因果関係を示す事実は見当たらず、新業種が旧業種を駆逐したものではなく、互いに独立の事象と見るのが妥当と考えられる。しかしながら、両者にはそれぞれ石畳や路地といった神楽坂特有の街並み要素が強く関係していることが、記事の記述から読み取れる。即ち、旧

集積による「花街」のイメージについては、実体として料亭の集積が衰退しても、石畳の路地から花街の面影や情趣が想起されるという趣旨の記述が最近までなされている。また、神楽坂でフランス人居住人口が顕著に増大した理由として、路地、坂、石畳、小さな商店がパリの街並みを想起させ、フランス人を惹きつけたことが、雑誌のインタビュー記事におけるフランス人居住者の発言引用から明らかにすることができた。このように、神楽坂地区においては、旧来の「街のイメージ」の残存と、新たな「街のイメージ」の形成との両方において、この地区特有の街並み要素が大きく寄与したことが示された。

最後にこの研究の成果に基づく考察を加えたい。上記のまとめ③に記したとおり、神楽坂地区には「花街」と「プチフランス」という新旧異なる「街のイメージ」が伝搬されているが、2つの街のイメージには、「料亭・芸者さん」や「フレンチ店・フランス人」といった店や人の状況とは別に、路地、坂、石畳といったこの地区固有の空間的特色が「街のイメージ」の基調として両者に共通して強く作用している。Zukin (2011)⁶⁾は、地区の旧・新の特徴をそれぞれ「Origin」・「New Beginning」と呼び、それらがその地区に定着し得るものである場合に「authentic」（本物）であると形容しているが、この考え方に準えれば、神楽坂地区においては、花街が Origin、プチフランスが New Beginning に相当し、どちらも authentic であることの根本には、路地、坂、石畳といった神楽坂固有の街並み空間との親和性があるためと考えられる。本研究を通じて、業種業態といった街の「変わるもの」に対して、「変わらぬもの」としての街の空間的特色こそが都市においてその場所の authenticity を生む本質であるという学説に、ひとつの状況証拠を与えることができたものと考えている。

補注：

- (1) 新旧2つの同業種集積を有する街は、東京では例えば秋葉原の電器店と「オタク」向け商品専門店、神田神保町の書店とカレー店といった事例があるが、観察される事例数は数える程しかない。
- (2) 本研究では、雑誌記事で「フレンチ」、「ビストロ」と記載されたフランス料理店のことを、「フレンチ店」と呼称し、これを雑誌メディアが伝播した神楽坂の新たな「街のイメージ」をもたらす業種として採り上げる。なお、それ以外のフランスに関する店舗、例えばワインバーやフランス菓子店などは、「フランスに関する店舗」とする。
- (3) 用いた既往研究は、靱山真人他「東京23区における専門店街の形成過程に関する研究」(2000)及びホンソッピョ「物流およびインフラストラクチャーにおける専門店街の位置づけと活動～東京の専門店街における都市空間の共同性(1)～」(2011)である。
- (4) タウン情報の特集することの多い市販雑誌の創刊年を調べると、「東京人」1986年創刊、「Hanako」1988年創刊、「散歩の達人」1996年創刊となっており、メディアがタウン情報を積極的に発信するようになったのは1980年代後半以降と見られるため。
- (5) テキストマイニングにはフリーソフト「ExcelITM」を使用した。

- (6) 元データのNTT電話帳では、「料亭・割烹」という分類項目と「フランス料理店」という分類項目があり、この分類項目に掲載のある店舗の経年的なリストを作り、表4の店舗数および図1～3の位置図は、このリストに基づき、NTT電話帳の「料亭・割烹」を「料亭」、「フランス料理店」を「フレンチ店」という表示で作成した。ただし、料亭については、1985年の電話帳に限り「料亭」と「割烹」が分類上区別されていたため、1985年電話帳で「割烹」に分類されていた店は「割烹であって料亭ではない」とみなしてその他の年の料亭のリストからも外した。
- (7) 新宿区新宿自治創造研究所レポート2011をもとに筆者が作成。
- (8) 用いた記事は大宅壮一文庫の検索で見出し語が「神楽坂、フランス」の検索でヒットした1980年～2015年の記事全体である。ただし、ドラ・トーザン氏については複数回の記事に同様の発言で登場しているので最もまとめた発言のみ表に掲載した。
- (9) 例えば松井大輔ら(2010)「神楽坂における商業店舗の移り変わりに関する研究—(その2)「神楽坂らしさ」の分布と景観形成上の課題について—」など。

参考文献：

- 1) 小田英司・丸茂弘幸・萬谷裕之・原田潤一郎「街の活性化とタウン情報の累計との関連性に関する研究」, 都市計画論文集 Vol.26, pp373-378, 日本都市計画学会, 1991
- 2) 大林元・木下光・丸茂弘幸「大阪ミナミの商業空間の変容とタウン情報の関連性に関する研究」, 都市計画論文集 Vol.37, pp819-824, 日本都市計画学会, 2002
- 3) 木田和美「タウン情報誌による京都の「街」の表彰—都市空間イメージの地理情報の分析—」, 立命館地理学第29号, pp57-70, 2008
- 4) 勝山小実・駒形友亮・寺山智洋・末繁雄一・平本一雄「東京における集客型市街地の変容過程に関する考察 その11 神楽坂の事例」, 日本建築学会大会学術講演梗概集(東海), 日本建築学会, 2012
- 5) 神原康介・松井大輔・鈴木智香子・中島伸・傳舒蘭・窪田亜矢、「神楽坂における商業店舗の移り変わりに関する研究—(その1)昭和27年から平成20年までの店舗の変遷について—」, 日本建築学会大会学術講演梗概集(北陸), pp749-750, 2010
- 6) Sharon Zukin "Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places", Oxford University Press, 2011