

IV-135

まちの形成過程におけるイメージ連関に関する研究

東京工業大学 学生員 篠塚 裕司
東京工業大学 正 員 中村 良夫
東京工業大学 正 員 吉村 美毅

1. 研究の背景

まちは、変遷する。その仕方は、過去のイメージを一新するほど性急なこともある。しかし、まちに対するイメージが刺激となって各店舗が何らかの反応を示して行くような現象の繰り返しとして、徐々に進行する（と解釈できる）場合もある。後者のような形成過程を仮定するとき、イメージの継承形態をイメージ連関と呼び、このイメージ連関という軸で、まちのイメージを把握することは可能である。

2. 研究の目的

本研究の目的は以下の2点である。

- (1) まちを構成している店舗群をデータソースとして、イメージ連関という概念に対応する具体的現象を引き出すこと。
- (2) 引き出された連関現象をもとに、まちのイメージを時間的、空間的に記述すること。

3. 調査

本研究では調査対象地区を都道412号線の港区南青山五丁目・六丁目付近の通称骨董通りとし、以下の調査項目にしたがってフィールドワークを行った。

「店舗名」「取扱商品」「発生年次」「店構え」「内観」「展示の仕方」などの店のしつらひに関するもの。

4. イメージ連関の分析

(1) 連関の抽出

フィールドノートの記述項目から、いくつかの店舗に通慣する要素を見つけていく。この通慣する要素を“テーマ”と呼ぶ。これらの“テーマ”は、店のサービスについて3種類に分類できる。

①サービスの種類（扱っている商品から判断される店舗群）

②サービスの焦点（標的とする客層を補完的に

共有していると判断される店舗群）

③サービスの質感（店舗のしつらひの傾向から判断される店舗群）

これらのテーマに沿って店舗出店の分布特性をみると、①に関して分布が顕著であればそれらの店舗間に類同的連関が、②に関しては補完的連関が、③に関しては共鳴的連関がそこで作用していると解釈する。

(2) イメージ連関の種類

類同的連関とは、サービスの種類が同じ店舗、いわゆる同業種の店舗群の間に作用する連関。補完的連関は、業種とは関係なく、一定の目的をもつ人々によって関係づけられるような店舗群の連関。共鳴的連関は、業種や人々の行動にも関係なく、その店自体のしつらひが似かよっている店舗群の連関である。

(3) 時間的空間的分布図

それぞれのテーマについて、縦軸に時間、横軸に青山通りからの距離をとったグラフ（図-1～3の軸設定は共通）上にその出店状況をプロットし、時間的、空間的（以下、時空的）な分布の特徴を読みとった。

図-1は、「骨董屋」について時空的分布を示したものである。時空的集中はそれほど顕著ではなく骨董通り全体に分布している。しかし、昭和46年の神通ビル完成後は600m付近を中心に出店する傾向がある。この時点以降神通ビルが核となっていると考えることができる。

時空間的特徴は複数の分布を重ねて見ることによってより明確に読み取れる場合がある。例えば、「紳士服店」と「婦人服店」（図-2）は、空間的には「婦人服店」は青山通りの近い方に、「紳士服店」は青山通りから遠いほうに分布し、“住み分け”を行う傾向にある。

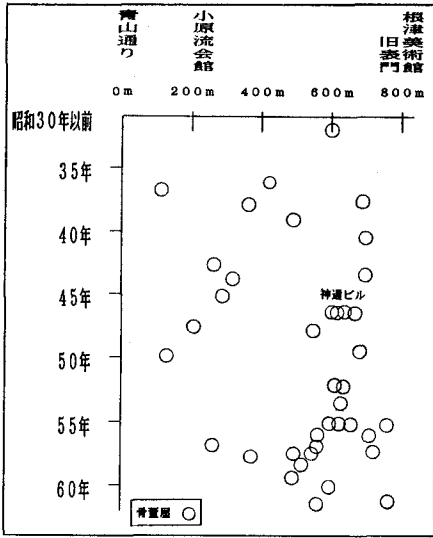


図-1 時間的空間的分布図「骨董屋」

「西洋料理店」「西洋骨董店」の店の中には、店名、あるいは店構えを、日本的に変化させているものもある。このような変態 (Metamorphosis) 現象は、骨董通りに潜在化しているまちのイメージを物語るもので注目すべき現象である。

このような分析を積み重ねることによって、骨董通りのイメージの分布に関する知見を得た。

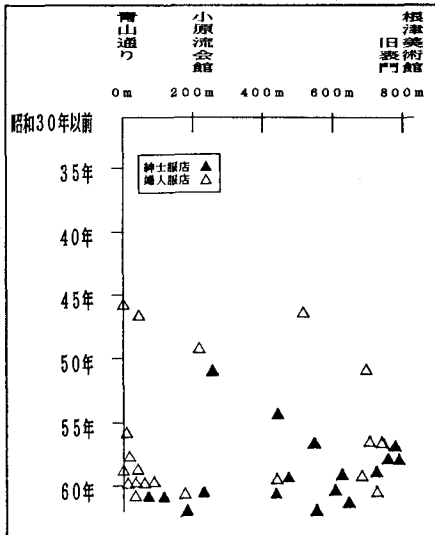


図-2 時間的空間的分布図
「紳士服店」「婦人服店」

5. 骨董通りのイメージ構造の記述

4. で述べてきたイメージ連関に基づき骨董通りのイメージ構造の、時間的空間的記述を試みた。

・この地域は、骨董店、和食店、着物店などの店が、現在に至るまで出店し続けている。これらの店の雰囲気がこの通りのイメージを決めてきた。つまり、「日本的」「骨董的」というイメージがこの通りの基底となっている。

・50年代半ば、青山通りに近い方から、「ファッショナブルな」店の出店が始まり、通り全体に広がった。この時期から、この通りが、ファッショナブルなイメージを持ち始めたといえる。

・ファッショナブルな店は、具体的には、西洋料理、婦人服の店であるこれらの店は、趣味性に共鳴しながら、それらが本来持っていた「西洋的」「女性的」というイメージを、この地域に加味することになった。

・昭和50年代半ば以降に出店したいくつかの西洋料理店の店名の付け方で、「日本的」に共鳴する店が多い。それは、青山通りに近い方にも、「日本的」というイメージがあることを示している。以上の記述を模式化し図-8に示した。

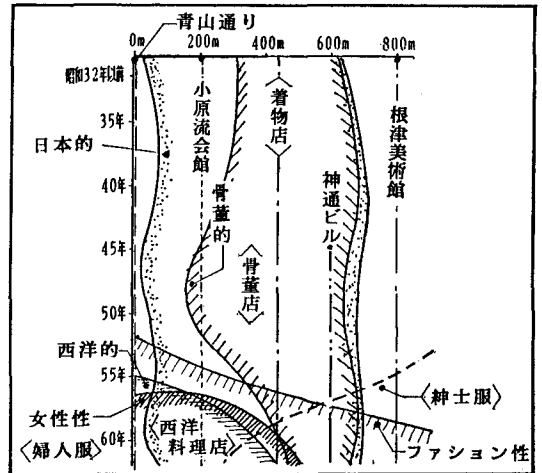


図-3 骨董通りの時空的イメージ構造

6. 結論

本研究の結論を以下のように示す。

- (1) まちの変遷過程における店舗のイメージ継承の形態をイメージ連関という概念で把握し、その類型として類同的連関、補完的連関、共鳴的連関の3つを呈示した。
- (2) 同時にフィールドワークからイメージ連関を、引き出す方法を呈示した。
- (3) さらに、イメージ連関という概念をもとに、まちのイメージ構造を時空座標の上で把握した。