広域集客型の商店街のウェブサイトにみる場所のイメージ形成の枠組み

Area Image Constructed on the Websites of Japanese Shopping Streets

奥山研究室　14M30159　鈴木 愛子　（SUZUKI, Aiko）

keywords : 商店街、ウェブサイト、地図、言語表現、場所のイメージ
shopping street, website, map, words, area image

1. 序

1-1. 研究の背景と目的　都市部を中心として、地元住民に親しまれるだけでなく、観光情報誌やテレビ番組などのメディアに取上げられる広域集客型[1)]の商店街がある。それらの商店街は、広告の作成やイベントの開催などにより主体的に価値の向上を試みており、そのひとつに商店街が独自に作成するウェブサイトが挙げられる。そこでは、商店街そのものの魅力だけではなく、周辺の観光要素や土地固有の歴史、下町の雰囲気など、商品を売買するという機能的な側面にとどまらない多様な価値を読み取ることができる。そこで本研究では、商店街のウェブサイト上に提示された広域集客型の商店街の価値について、地図の描画表現と言語表現から分析することで、場所のイメージ形成の枠組みの一端を明らかにすることを目的とする。

図 1. ウェブサイトの構成と商店街地図の分析例

2. 商店街地図の表現形式

資料とした商店街のウェブサイトには、商店街の特徴を端的に示す地図（以下、商店街地図）が掲載されている。そこには、商店街の店舗の位置関係だけでなく、商店街の周辺を含めた範囲から描かれることがあり、寺や自然といった周辺の見所や、交通機関、アクセスの目印などが示されている。さらに、色やイラストといった描画表現により周辺を強調して示すものや、一体化して示すものなどがみられる。このような商店街地図の表現からは、商店街の領域的なイメージ形成の枠組みを読みとることができると考えられる。そこで本章では、以上のような商店街地図の表現形式について検討する（図 1 ）。

2-1. 構成要素の内容と描画表現　商店街地図に描かれる商店街の店舗や周辺の寺、公園、駅といった要素を商店街地図の構

小規模店舗 S	公益施設 Pu	文化施設 Cu	商業施設 Co	自然 Na	交通機関 Tr
飲食店 衣料品店 書店 食品販売店 など	学校 病院 郵便局 図書館 警察署 集会所	寺社仏閣 記念館 資料館 博物館 美術館 史跡	デパート 遊園地 動物園 ホテル	公園 広場 桜並木 河川 その他名所	駅 空港

図 2. 構成要素の内容

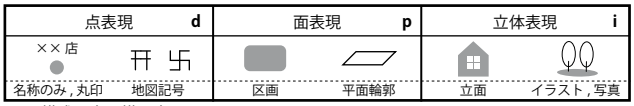


図 3. 構成要素の描画表現

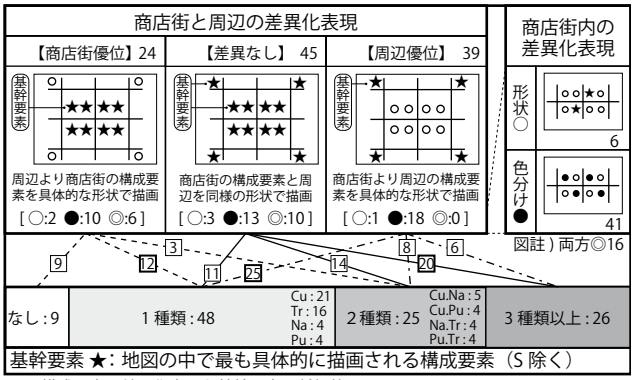


図 4. 構成要素の差異化表現と基幹要素の種類数

成要素とし、その内容を、飲食店や衣料品店などの「小規模店舗」（以下、店舗）、学校や病院などの「公益施設」、寺社仏閣や記念館などの「文化施設」、デパートや遊園地などの「商業施設」、公園や河川などの「自然」、駅や空港などの「交通機関」に分類した（図２）。構成要素の描画表現は、丸印や地図記号のように単純な形状として表すものを点表現、建物や区画の平面輪郭のように平面的な形状として表すものを面表現、立面やイラストのように立体的な形状として表すものを立体表現として分類し、立体表現、面表現、点表現の順に具体度の高い表現として捉えた（図３）。

2-2. 街路と構成要素の描画表現にみる周辺との差異化表現

商店街地図には商店街の構成要素を点表現で示し、周辺の構成要素を立体表現で示すといったように、商店街と周辺の描画表現に具体度の差異がみられることがある。このような商店街と周辺の構成要素の描画表現の具体度の違いを差異化表現として検討し、より具体度の高い描画表現の分布から【商店街優位】、【差異なし】、【周辺優位】に分類した（図４左上）。また商店街内でも構成要素の描画表現に差異化がみられたため、補足的に整理した（図４右上）。これらの差異化表現により商店街地図の中で最も具体的に描画される構成要素を、基幹要素と定義してその内容を図４下に示した。以上の結果、【差異なし】が最も多くみられ、周辺との一体的な関係を示すものが多いことがわかった。また、地図単位での基幹要素の種類数は１種類が最も多く、その内容としては文化施設や交通機関が多くみられた。さらに、【差異なし】では３種類以上が相対的に多く、多様な構成要素を強調するのに対して、【周辺優位】や【商店街優位】は１種類が多く、特定の構成要素を強調して示すことがわかった。

上記で示した構成要素の差異化表現の他に、商店街の街路を周辺の街路から色や幅によって強調して示す表現がみられたため、これを商店街の街路の強調表現として検討したところ、商店街地図の過半数で街路の強調がみられた（図５）。

2-3. 商店街地図の描画範囲　次に、商店街に対して周辺がどれだけの範囲で描かれているかを商店街地図の描画範囲として検討し、周辺の構成要素が分布する範囲から〈限定描画〉と〈広域描画〉とに大別した（図６）。

2-4. 商店街地図の表現形式　構成要素の差異化表現と、商店街の街路の強調表現との組合せを商店街地図の表現形式とし、各構成要素の描画表現、描画範囲、基幹要素の内容をあわせて示したものが図７である。その結果、【商店街優位】では相対的に街路が強調されるものが少ないのに対して、【周辺優位】

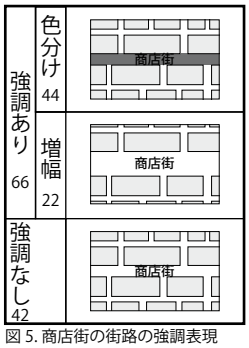


図 5. 商店街の街路の強調表現

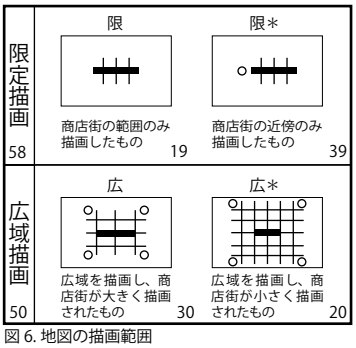
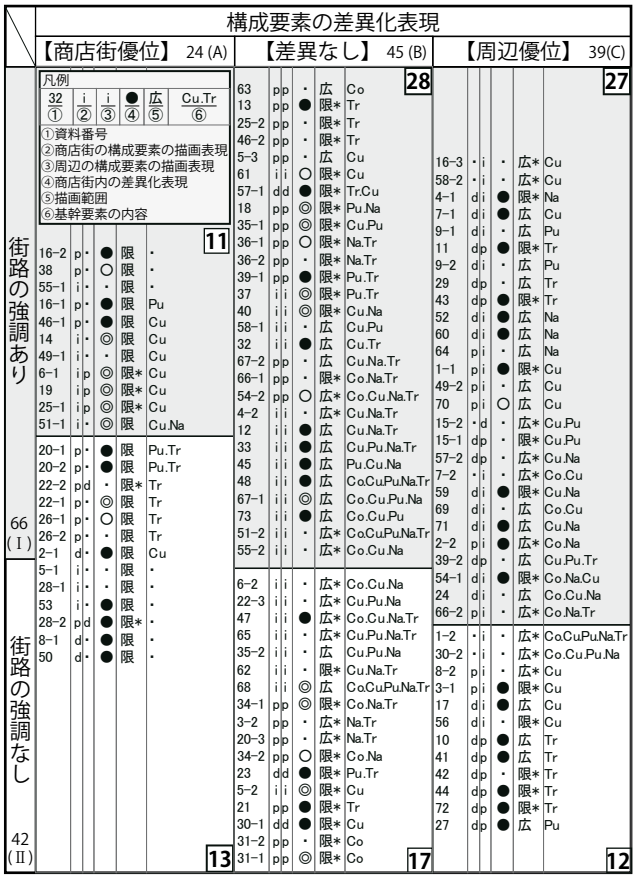


図 6. 地図の描画範囲



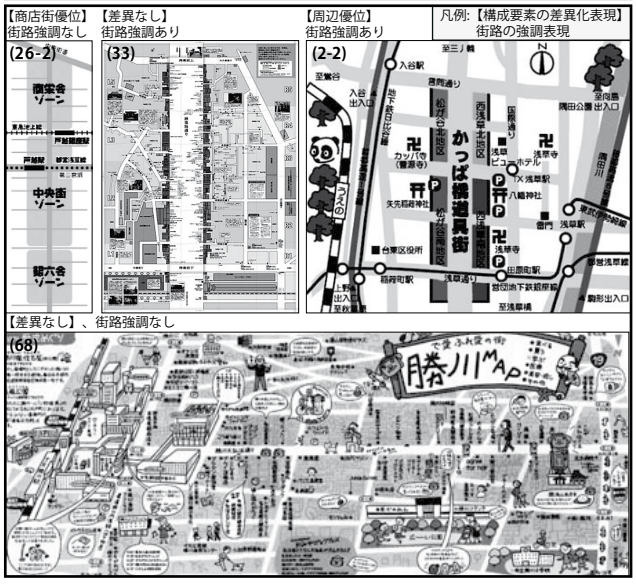


図 7. 地図の表現形式と代表例

では街路が強調されるものが多くみられた。ここで、描画範囲についてみると、【商店街優位】は全て〈限定描画〉であるのに対して、【周辺優位】はほとんどが〈広域描画〉である。以上から、【商店街優位】は商店街とその近辺を描くなかで店舗の集合として商店街の空間を詳しく示すものであり、その場合は街路は強い意味をもって描かれない傾向にあるのに対して、【周辺優位】は広域的な範囲のなかで、商店街と周辺の目印となる要素との関係を示すものであり、その場合は街路によって商店街の領域が示される傾向にあると考えられる。【差異なし】については街路を強調するものが多かった。これは、街路によって商店街の線的な性格を表現し、構成要素で周辺の領域と連続させて示す傾向にあると考えられる。

3. 言語表現にみる価値の意味内容

3-1. 言語表現にみる商店街の着目内容　前章で捉えた商店街地図の他に、商店街のウェブサイトには、キャッチコピーや紹介文などの言語表現によって商店街の魅力を構成する価値が示されている。これらの言語表現に示される商店街の価値を着目内容として検討し、図 8 のように整理した[2)]。それらは、店舗の充実や立地的な利便性といった商店街本来の機能的な価値である［基本価値］と、固有の来歴や歴史的な佇まいを示す『歴史性』、人々の交流や活気があることを示す『賑わい』、食べ歩きや観光など、巡り歩くことの楽しさを示す『散策性』といった付加的に示される［付加価値］に分類できた。その結果、『散策性』と『歴史性』が多くみられた。

3-2. 着目内容の組合せ　言語表現には複数の着目内容を示すものがあるため、資料ごとにその組合せを検討した[3)]（図 9）。その結果、『散策性』と『賑わい』は約半数が単独で示される（17/39、11/24）のに対して、『歴史性』は単独で示されることが少なく（10/35）、他の着目内容との組合せが多かった。このことから、歴史は他の内容の価値とともに商店街の価値を補強する性格の強い価値であると考えられる。また、資料全体では『散策性』と『歴史性』の組合せが多くみられた。これは、谷中銀座や柴又帝釈天のように、歴史ある雰囲気のなかをめぐり歩くことを商店街の価値として示すものである。

4. 商店街地図と言語表現にみる場所のイメージ形成

2 章で検討した商店街地図の表現形式と、3 章で捉えた言語表現の着目内容との関係について、言語表現の『歴史性』、『賑わい』、『散策性』それぞれの着目内容ごとに検討した。

まず『歴史性』は（図 10 左）、地図の表現形式による大きな差異はみられず、このことから歴史的な価値は地図において示される周辺との領域的な関係によらず、商店街の価値を補強するものであることがわかった。

次に『賑わい』についてみると（図 10 右）、【商店街優位】で『賑わい』を含むものが多く、それに対して【周辺優位】の街路強調のないものにおいて『賑わい』を含まないものが多かった。商店街の活気や多くの人が訪れるといった価値は、商業地としての根幹となる魅力をなす価値であるといえ、そうした価値が商店街の空間を強調して示すか否かと関連性をもつことがわかった。

さらに『散策性』についてみると（図 11）、【商店街優位】では『散策性』を含まないものが多かった。それに対して、【差異なし】及び【周辺優位】では『散策性』を含むものの割合が比較的高かった。以上から、地図において商店街の店舗を詳細に紹介するときは、それらをめぐり歩くといった価値は提示されにくく、周辺と一体的に示す、あるいは周辺を強調して示すときは、周辺を含めて商店街をめぐり歩くといった価値を提示する傾向にあることがわかった。さらに、描画範囲に着目すると、【差異なし】では〈広域描画〉（図 11 中、◆）が『散策性』を含むものにおいて多く、その場合、基幹要素は 3 種類以上のものが多かった（15/28）。これは、周辺を広く描くことで

着目内容		例文
基本価値	21	アクセスの良さや、店舗の充実などの機能性を示すもの。 no.2 かっぱ橋道具街 「料理道具・食器・厨房設備・サンプル　満足道具のあふれる街」
付加価値	歴史性 35	固有の歴史や歴史的な佇まいを示すもの。 no.12 柴又帝釈天参道 「大正元年発足。歴史ある建物が数多く残ります。」
	賑わい 24	大勢の人々で賑わい、活気があることを示すもの。 no.32 竹下通り 「今や世界中から人が集まるカワイイ文化の発信地」
	散策性 39	食べ歩きや観光など、巡り歩くことの楽しさを示すもの。 no.4 谷中銀座 「谷中エリアは、そぞろ歩きぴったりのエリアです。」

図 8. 言語表現の着目内容の分類

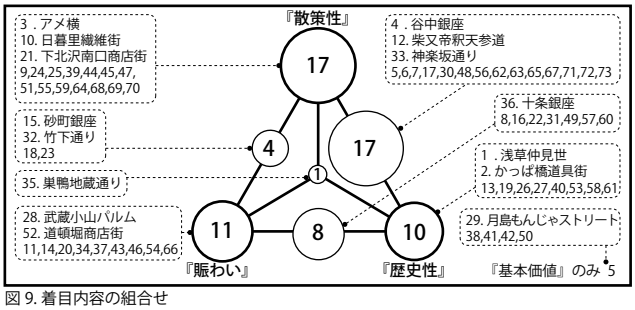


図 9. 着目内容の組合せ

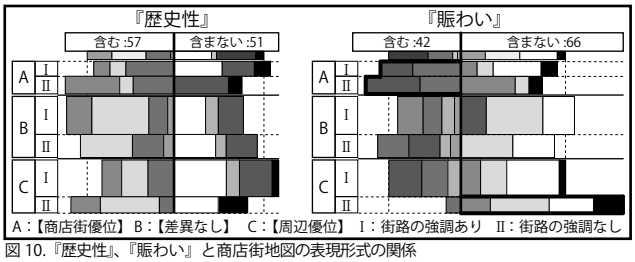


図 10.『歴史性』、『賑わい』と商店街地図の表現形式の関係

より多くの要素を提示し、商店街と周辺一体の散策の魅力を高めていると考えられる。また、【差異なし】、【周辺優位】で『散策性』を含むものを比較すると、前者は『歴史性』をあわせて示すものが多く（16/28）、そのほとんどが基幹要素に文化施設を含んでいた。これは、寺社仏閣などの歴史的な要素を提示することで商店街の歴史性を増強し、特に歴史を魅力とした散策の価値を提示していると考えられる。

5. 結

以上、広域集客型の商店街のウェブサイトに提示された地図の描画表現と言語表現から場所のイメージ形成の枠組みについて検討した。その結果、まず領域的なイメージを、描画表現によって示される周辺との関係性から、主に商店街を中心に描くものと、周辺まで含めて広く具体的に描画するもので大きく捉えた。また、言語表現と地図表現の関係から、商店街そのものを強調し、人々で賑わうといった商業地の根幹的な魅力となる有様を価値とするものと、商店街の周辺を表現し、散策を価値とするものという異なる２つの場所のイメージを見出した。特に後者は、商店街そのものの機能ではなく、周辺の魅力と一体的に価値の向上をはかる場所のイメージ形成の枠組みであると考えられる。このような、周辺の魅力を取り込み商店街の価値を提示する状況は、近年のメディアによるまち歩きの流行を受け、商店街がそれを反映していると考えられる。

註

1) ここでは、観光ガイドブックなどで紹介される頻度が高い全国の 73 商店街を広域集客型の商店街と定義する。

2) 資料のうち３つの商店街は紹介文をもたなかったが、歴史年表、周辺の観光案内のページをもっていたため、それぞれ『歴史性』、『散策性』に含んだ。

3) ここでは、それぞれの商店街の提示する価値の特徴の差異を検討するため、[基本価値] は組合せに含まない。

■参考文献

「都市のイメージ」（ケヴィン・リンチ、岩波書店、1968）

「地図の政治学」（ジェレミー・ブラック、青土社、2001）

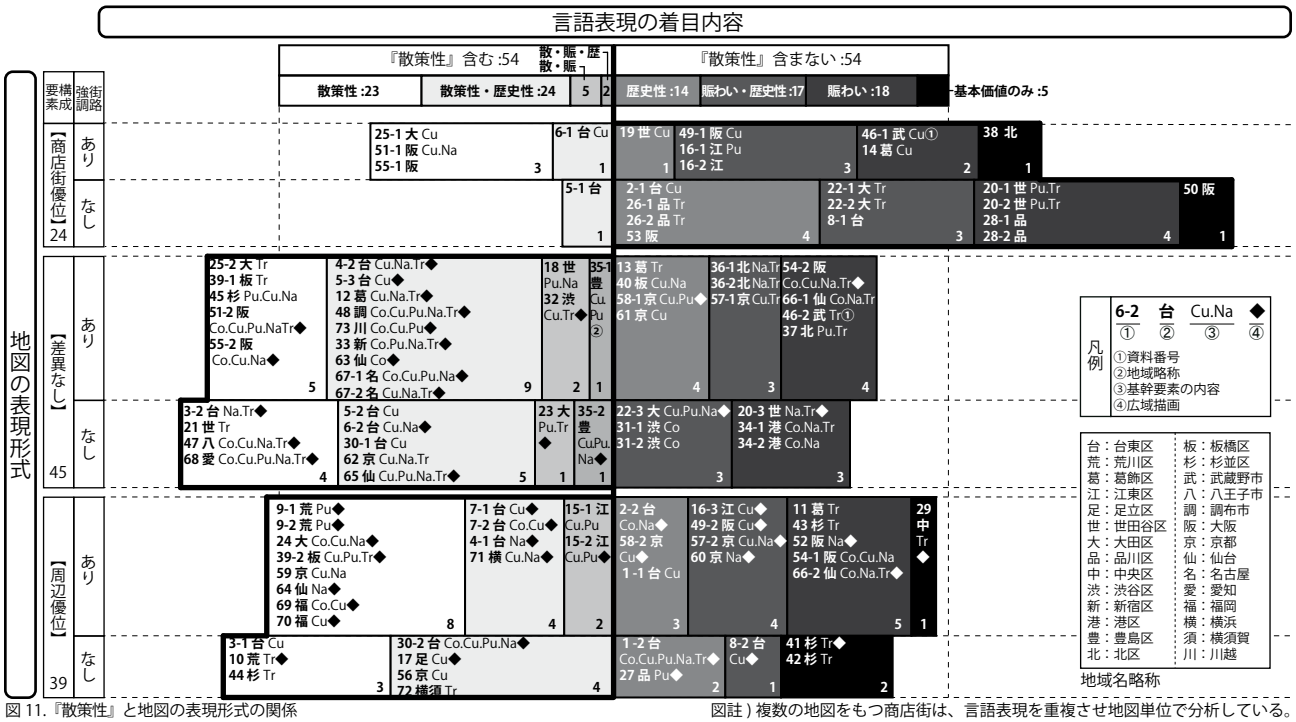
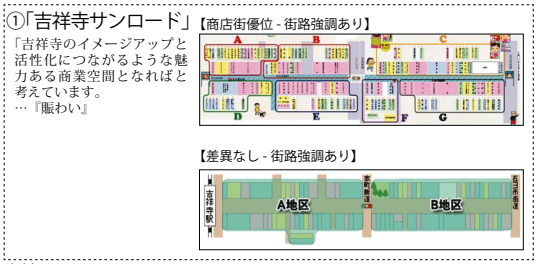
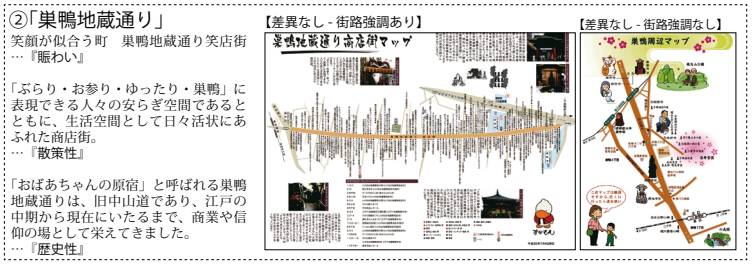


図 11.『散策性』と地図の表現形式の関係

図註) 複数の地図をもつ商店街は、言語表現を重複させ地図単位で分析している。



「吉祥寺のイメージアップと活性化につながるような魅力ある商業空間となればと考えています。
…『賑わい』



笑顔が似合う町　巣鴨地蔵通り笑店街
…『賑わい』

「ぶらり・お参り・ゆったり・巣鴨」に表現できる人々の安らぎ空間であるとともに、生活空間として日々活状にあふれた商店街。
…『散策性』

「おばあちゃんの原宿」と呼ばれる巣鴨地蔵通りは、旧中山道であり、江戸の中期から現在にいたるまで、商業や信仰の場として栄えてきました。
…『歴史性』

資料リスト

東京				
1 浅草仲見世(台)	11 新小岩ルミエール商店街(葛)	21 下北沢南口商店街(世)	31 渋谷センター街(渋)	41 高円寺純情商店街(杉)
2 かっぱ橋道具街(台)	12 柴又帝釈天参道(葛)	22 ぶらモール梅屋敷(大)	32 竹下通り(渋)	42 高円寺パル商店街(杉)
3 アメ横(台)	13 立石仲見世(葛)	23 大岡山北口商店街(大)	33 神楽坂通り(新)	43 阿佐ヶ谷パールセンター(杉)
4 谷中銀座(台)	14 亀有ゆうろーど(葛)	24 蒲田西口商店街(大)	34 麻布十番商店街(港)	44 沖縄タウン(杉)
5 伝法院通り(台)	15 砂町銀座(江)	25 大森銀座商店街ミルパ(大)	35 巣鴨地蔵通り(豊)	45 八丁通り商店街(杉)
6 上中(台)	16 亀戸天神通り(江)	26 戸越銀座(品)	36 十条銀座(北)	46 吉祥寺サンロード(武)
7 浅草新仲見世(台)	17 西新井大師商栄会(足)	27 北品川商店街(品)	37 赤羽一番街(北)	47 高尾山薬王院参道(八)
8 鳥越おかず横丁(台)	18 祖師谷商店街(世)	28 武蔵小山パルム(品)	38 赤羽スズラン通り商店街(北)	48 仙川商店街(調)
9 ジョイフル三の輪(荒)	19 下北沢一番街(世)	29 月島もんじゃストリート(中)	39 ハッピーロード大山(板)	
10 日暮里繊維街(荒)	20 えるも～る鳥山(世)	30 築地場外市場(中)	40 仲宿商店街(板)	

東京以外		
49 天神橋筋商店街(阪)	59 三条名店街商店街(京)	69 上川端商店街(福)
50 千日前道具屋筋商店街(阪)	60 宇治橋通り商店街(京)	70 高取商店街(福)
51 生野コリアタウン(阪)	61 祇園商店街(京)	71 元町ストリート(横)
52 道頓堀商店会(阪)	62 三条小橋商店街(京)	72 どぶ板通り(須)
53 心斎橋筋商店街(阪)	63 ハピナ名掛丁(仙)	73 川越一番街商店街(川)
54 戎橋筋商店街(阪)	64 クリスロード商店街(仙)	
55 千日前商店街(阪)	65 マーブルロードおおまち(仙)	
56 錦市場商店街(京)	66 一番町四丁目商店街(仙)	
57 伏見大手筋商店街(京)	67 大須商店街(名)	
58 御園橋801商店街(京)	68 勝川駅前通商店街(愛)	no. 商店街名（地域名略称）