

東京大学大学院新領域創成科学研究科
社会文化環境学専攻

2018年度
修士論文

雑誌メディアにみる都市像のダイナミズム
—東京23区を対象として—
Dynamism of Urban Image as seen in Magazine articles
- in TOKYO 23 Wards -

2019年1月21日提出
指導教員 出口 敦 教授

橋本 真実
Hashimoto, Mami

第1章	研究の背景と目的	2
1.1.	研究の背景	2
1.2.	研究の目的	3
1.3.	先行・関連研究	4
1.4.	研究の構成	5
1.5.	本研究で使用する用語の定義	6
第2章	都市と雑誌メディアの関係	9
2.1.	メディアとしての雑誌	9
2.1.1.	雑誌メディアの変遷	9
2.1.2.	現在の雑誌をとりまく環境	10
2.2.	都市情報と雑誌メディア	12
2.2.1.	情報誌の誕生と変遷	12
2.2.2.	雑誌が創造する街のイメージ	12
2.2.3.	雑誌が伝播する街のイメージ	13
2.2.4.	雑誌と街の空間的関連性	14
2.3.	本研究の位置づけ	16
2.4.	本研究の仮説	17
2.5.	小結	18
第3章	エリア情報誌における都市情報	21
3.1.	調査概要	21
3.1.1.	調査対象誌の選定	21
3.1.2.	調査方法	22
3.1.3.	結果	23
3.2.	誌面におけるエリア名の変遷	24
3.2.1.	駅名とエリア名表現	24
3.2.2.	エリアの拡大と細分化	26
3.2.3.	考察	27

3.3. 登場エリアの変遷	28
3.3.1. 登場傾向によるパターン化	28
3.3.2. 考察	31
3.4. 小結	33
第4章 ライフスタイル誌における都市情報	38
4.1. 調査概要	38
4.1.1. 調査対象誌の選定	38
4.1.2. 調査方法	39
4.1.3. 結果	40
4.1.4. 分析方法	41
4.2. 従来紹介されてきたエリア	43
4.2.1. 各雑誌における登場回数	43
4.2.2. 全体の変遷	46
4.2.3. 各エリアの登場回数の変遷	53
4.2.4. 考察	58
4.3. 誌面で取り上げられるエリア	59
4.3.1. 各雑誌で掲載されるエリア記事	59
4.3.2. 考察	60
4.4. 都市情報の分布	62
4.4.1. 情報カテゴリ別の地理的分布	62
4.4.2. 都市情報の地理的範囲	66
4.4.3. 考察	72
4.5. 小結	73
第5章 結論	76
5.1. 各章の成果	76
5.2. 雑誌メディアにみる都市像のダイナミズム	76
5.2.1. 物理的変容が「都市像」に与えた影響	77
5.2.2. 都市像のいままでとこれから	80
5.3. おわりに	82

第1章 研究の背景と目的

1.1. 研究の背景

1.2. 研究の目的

1.3. 先行・関連研究

1.4. 研究の構成

1.5. 本研究で使用する用語の定義

第1章 研究の背景と目的

1.1. 研究の背景

情報化社会と言われて久しく、もはやインターネットで情報を得ることが当たり前となった昨今では、TV・新聞・雑誌などのいわゆるマスメディアと呼ばれるメディア情報の相対的な位置付けが低下していると言われている。確かに「テレビ離れ」「活字離れ」という言葉とその現象は身近に感じられるが、未だ「TVで紹介されてから行列が絶えなくなった。」「雑誌で取り上げられてからすぐに完売した。」といった声を聞かないわけではない。一方インターネットでは「バズる^a」という言葉に表れるように、いともたやすく情報を伝播することができるようになり、ほとんどすべての人々が自ら情報発信者となり得る状況となった。

すなわちこれによりマスメディアから受け取った情報を二次情報としてインターネット上で再び発信するという構造が新たに出現し、マスメディアの情報発信力は、インターネットとは切っても切りなせなくなってきた。つまり、今起きている現象は、単にメディアの力がインターネットに取って代わられているというのではなく、マスメディアとインターネット上のWEBメディア・SNS等が共存していることにより、情報の伝播をより複雑で多岐なものにしている動きだと言える。

そしてもちろん、これらのメディアに伝播される情報の中には都市の情報も含まれている。これまでにマスメディア、その中でも雑誌メディアが「街のイメージ」の形成に影響を与えていることについては数多く研究が行われてきた。¹一方で、鈴木ら²が言及するように、そのようなメディアによって構築される「街のイメージ」は、必ずしも都市の実体を表現しているとは限らない。これは一つの街に対するイメージが実際とメディア上で乖離しているという問題だけではなく、メディアによって取り上げられたり、取り上げられなかったりという流行り廃りそのものが都市の実体とはかけ離れているという可能性の指摘とも言える。

^a SNSを通じた拡散などにより短期間で爆発的に話題が広がることを表すIT用語であり、主に若者に使用される。「バズる」の由来は英語動詞の「buss」。

1.2. 研究の目的

本研究では、雑誌メディアの中に表出する東京23区の姿がどのような特徴を持ち、またどのような変遷を辿ってきたのかを明らかにする。現実の都市そのものではなく、雑誌というメディアを通してつくられる東京の姿を雑誌メディアにおける「都市像」と定義し、この特徴と変遷を分析していく。

雑誌メディアを通して表現される東京の都市像を理解することは、雑誌メディアと現実の都市との間でらせん状に繰り返される相互の影響関係をこれからも前向きなものとするために必要である。これにより実際の都市に存在する街やエリア、及びその中で活動する人々が自らの街の特徴を理解する一助とする。

そこで、具体的には以下4点を目的に調査・分析を行う。

- (1) メディアとしての雑誌の変遷と、現在の雑誌をとりまく環境、また、都市と雑誌メディアとの関係について、これまでに明らかとなった点を今一度整理しなおす。
- (2) エリア情報誌と呼ばれる都市情報を扱う雑誌の中で、東京23区内のエリアがどのように扱われてきたのか、その変遷と傾向を理解する。
- (3) ライフスタイル誌の中で、東京23区内のエリアがどのように取り上げられてきたのか、その変遷と傾向を理解する。また、具体的な都市情報の住居表示住所データをGISにより可視化し、その地理的な変遷を考察する。
- (4) 複数の雑誌メディアを通して浮かび上がる東京の「都市像」について、その実態と特徴を明らかにする。

1.3. 先行・関連研究

本研究の内容に関連が深いと思われる既往研究は、多々存在する。

情報メディアが構築する街のイメージと実体の都市との乖離について研究した鈴木ら(2007)³の研究は、店舗情報の掲載される雑誌を研究の対象としている。記事量と広告掲載料からメディア影響力を定義し、これを実際の都市の存在感として定義した複数の指標と比較することで、メディアが構築する街のイメージを考察しようとした。実際の都市の指標としては、インターネットやiタウンページ上の掲載数の構成比、あるいは座席数と路線価から出す店舗規模の構成比などを用いている。

また、東京において都市情報誌に登場するエリア内の商業的特性について研究した舩山ら(2002)⁴の研究では、都市情報誌に取り上げられる回数と、商業統計調査の産業別小売店舗数・一般飲食店数及びその業種構成を比較し、メディアで注目されるエリア内での商業的特性について明らかにした。また、エリア内の商業特性とメディア上での盛衰や注目度変化の関連性について考察している。

また、山家(2005)⁵はインターネット上で表示される画像に表れる商業集積地のアクティビティについて研究し、商業集積地名でgoogle検索を行った際に検索結果として出てくる写真画像の特徴を定量的に分析、そのエリアをタイプ分けし、人口や商業統計といった都市指標と比較しようとした。

このように、メディアと都市との関係を、社会的あるいは工学的に明らかにしようとする研究は数多く存在している。

都市と雑誌メディアとの関係についてこれまでに明らかとなった点については、第二章において改めて整理を行い、また本研究の位置づけを明らかにする。

第1章 研究の背景と目的

1.4. 研究の構成

本研究の構成を以下に示し、章ごとの研究方法を記述する。

第一章では、研究の背景および研究の目的を示すとともに、研究に用いる用語の定義を行う。

第二章では、まず雑誌メディアの変遷と現在を取り巻く情報を整理することで、第三章以降において雑誌メディアの特性を正しく理解しながら調査することに繋げる。また、都市と雑誌メディアの関係についても、現在までに明らかとなっている先行研究の到達点を整理し、本研究の位置づけを明確なものとする。

第三章では、都市情報を専門的に扱いながら発展を遂げてきたエリア情報誌を研究対象とし、誌面で特集として扱われる「エリア」に着目し、雑誌の誌面におけるエリア名の変遷および登場エリアの変遷について分析する。これにより、エリア情報誌の中に表出する「都市像」の理解に努める。

第四章では、対象としている読者の性別や年齢が異なるライフスタイル誌3誌を研究対象とし、その誌面で掲載される都市情報の地理情報に着目し、雑誌の誌面における都市情報が取り上げられる場所とエリアの変遷を明らかにする。これにより、ライフスタイル誌の中に表出する「都市像」の理解に努める。

第五章では、各章で得られた小結を整理するとともに、雑誌における「都市像」の実体を明らかにする。

1.5. 本研究で使用する用語の定義

本研究で使用する用語の定義を以下に説明する。

・「都市像」

佐藤⁶は「都市像」という語について『どのような都市空間でどのようなライフスタイルで生活するのか』というイメージ。3次元的な都市空間の実体を含む都市づくり、まちづくりの目標像。』と定義し、将来性を含むビジョンやイメージのように、未来を思い描く言葉としてとして使用している。同じように、将来的な期待を含めた意味で都市像という言葉を使う記述もしばしば存在している。⁷

しかし本研究で使用する「都市像」という語は未来性や将来性といった意を含まない。本研究では、雑誌メディアの中に出る都市の姿、すなわち「メディアを通して生成される都市の姿」と語を定義して使用する。

・「エリア」

「複数の町丁から構成され、関係性や連続性を感じさせる地理的なグループ」と定義する。東京において地名が表すエリアの範囲や境界を明確に定義することは難しく、またそのエリアを構成する町丁が複数のエリアにまたがっている場合も少なくない。しかし、本研究では第4章においては住所に基づいて計数・分析する関係上、地理的に重なりのないエリア構成し、分析を行っていることに注意されたい。

・「エリア名」

上で定義した、「エリアを表現する際に使われる固有名詞」。地名的表現、駅名、通り名など、必ずしも地名だけが用いられるとは限らない。

・「都市情報」

販売店や飲食店、イベント、スクール、観光地など、「人を集客する目的で告知・紹介される都市内の情報」と定義する。今回の研究で実際に雑誌メディアの中で調査の対象とする情報の詳しいジャンルについては、第四章で改めて定義を行っている。

第1章 研究の背景と目的

<参考文献>

- 1-1 木田和海, “タウン情報誌による京都の「街」の表象—都市空間イメージの地理情報の分析—,” 立命館地理学, 第 20, pp. 57-70, 2008..
- 1-2 鈴木宏紀・吉川徹, “情報メディアが構築する街のイメージに関する研究—店舗情報の空間分布に着目して—,” 日本都市計画学会 都市計画報告集, 第 巻 5, pp. 121-126, 2007.
- 1-3 前掲 1
- 1-4 靱山真人・十代田朗・羽生冬佳, “東京における「都市情報誌」に登場する広域集客型エリアの商業特性に関する研究,” 日本都市計画学会学術計画論文集, 第 37 巻, pp.13-18, 2002.
- 1-5 山家京子・秋永絵里, “インターネット画像に表れる商業集積地のアクティビティに関する調査,” 日本建築学会径角形論文集, 第 150, pp. 125-130, 2005.
- 1-6 佐藤滋, “現代の都市像の生成—現代都市デザインの目指すもの—,” 輪講「都市住宅学」, 第 巻 9, 1998.
- 1-7 瀬戸口 剛, 長尾 美幸, 岡部 優希, 生沼 貴史, 松村 博文, “集約型都市へ向けた市民意向に基づく将来都市像の類型化,” 日本建築学会計画系論文集, 第 79 巻 第 698, pp. 949-958, 2014.

第2章 都市と雑誌メディアの関係

- 2.1. メディアとしての雑誌
 - 2.1.1. 雑誌メディアの変遷
 - 2.1.2. 現在の雑誌をとりまく環境

- 2.2. 都市情報と雑誌メディア
 - 2.2.1. 情報誌の誕生と変遷
 - 2.2.2. 雑誌が創造する街のイメージ
 - 2.2.3. 雑誌が伝播する街のイメージ
 - 2.2.4. 雑誌と街の空間的関連性

- 2.3. 本研究の位置づけ

- 2.4. 本研究の仮説

- 2.5. 小結

第2章 都市と雑誌メディアの関係

2.1. メディアとしての雑誌

2.1.1. 雑誌メディアの変遷

日本で最初に発行された雑誌は、1867（慶応3）年創刊の『西洋雑誌』だとされ、その後1874（明治7）年には当時を代表する『明六雑誌』や『民間雑誌』の創刊が続いた。¹その後雑誌は、一マスコミとして紛れもない成長を続けていく。

雑誌のメディアとしての力が最も強まりをみせたのは、おおよそ1970年代～1990年代にかけてだと考えられる。出版物販売金額における雑誌のシェアは1992年には59.1%に届き、1970年以降3年間を除いて、常に雑誌の販売金額は書籍よりも上回っていた。藤岡(1986:139)²はジャーナリズムに関する論考で次のように述べた。

“<”雑誌の年“>といわれ、相次いだ雑誌の創刊<と、出版界十大ニュース（『出版年鑑』による）の第四位にしるされたのは七九年、[…略…]さらにその翌年は<史上最高の創刊誌ブーム、読者獲得競争さらに激化>（十大ニュースの第三位）としるされ創刊点数二二五誌を数えて最多記録を更新した。多種多様の雑誌が個性を持った「商品」として市場に供給されていく。”

このように、販売金額や創刊数をみても雑誌は70年から90年にかけてまさに全盛期であったと言える。70年創刊の『アンアン』（平凡出版³）、翌71年創刊の『ノンノ』を購読する若い女性たちを呼ぶ“アンノン族”という言葉も生まれる³など、社会に対する影響力も極めて大きかった。

しかし電子メディアの台頭により、紙メディアである雑誌も大変革の時代へといやおうなしに飲み込まれていく。1990年に入り、社会が「マルチメディア時代」と呼ばれるようになると、「活字メディアの変容」⁴や「紙メディアの将来」⁵といった内容についての論考を多く目にするようになる。そして現在に至るまでインターネットはますます加速度的な成長を続け、一方で雑誌メディアはその誕生以来で最も難しい局面に向き合っているのである。

³ 1983年、現在の社名株式会社マガジンハウスとなった。旧社名は「平凡出版株式会社」。

第2章 都市と雑誌メディアの関係

2.1.2. 現在の雑誌をとりまく環境

2018年度の紙の書籍と雑誌推定販売額はおよそ1兆2800億円台となり、1996年のピークと比較して半分を割り込む見通しである（全国出版協会^{b)}）。そのなかでも、雑誌は前年比約10%減の約5800億円と例年大幅な減少が続き、21年連続の減少傾向にある。確かに紙の売り上げだけを見れば、メディアの中での雑誌の相対的な位置付けはますます低くなっているように思われる。しかし雑誌メディアは今では紙だけで成り立っているわけではなく、むしろ雑誌の存在を脅かす相手だと思われていたインターネットを活用し、共存する関係をつくりだそうと努めている。

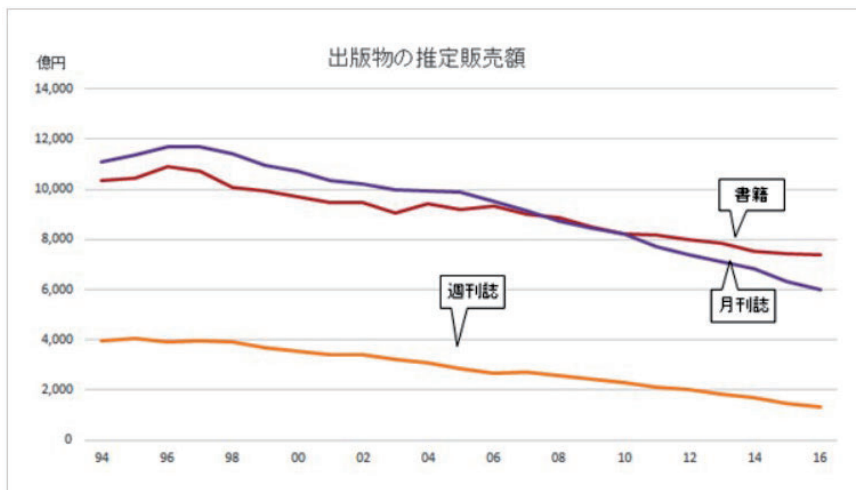


図 2-1 日本の出版販売額

出典：全国出版協会ウェブページ (<https://www.ajpea.or.jp/statistics/>)

今や、雑誌は電子書籍によってますます手軽に読めるものとなった。それはデバイスの携帯性だけではなく、そもそもの雑誌の販売体系の変化によるものである。NTTドコモが運営する「dマガジン」というサービスでは、登録したユーザーは月額400円で実に200誌以上もの雑誌をスマートフォンやPC上から読

^{b)} 公益社団法人全国出版協会。出版科学研究所の運営を行い、毎年、出版物の販売金額や販売部数を調査し、出版指標年報を刊行する。

第2章 都市と雑誌メディアの関係

むことができる。他にも、楽天^cや Amazon^dなど、サブスクリプション方式と呼ばれる、いわゆる雑誌読み放題サービスを提供している事業主は数多く存在している。紙の雑誌一冊を買う値段よりも安く、200誌にも及ぶ雑誌の中から最新号をすぐに読めるとあって、ユーザー数は年々増えており、「dマガジン」の会員数は363万人にのぼる（2017年3月時点）。^e

また雑誌の同じ名前を冠したWEBメディアも非常に多く存在する。飲食店の店舗情報を検索できるようになっていたり^e、専属のライター付きの記事やコラムが読めたり^fと、単なるバックナンバーの紹介をする公式サイトにとどまらず、一WEBメディアとして完全に成立していることが特徴である。

このように、紙の雑誌は年々発行部数と購読者を減らす一方、新たな「読者」を増やしている。出版社のビジネスモデルとしてこの傾向がますます強まることについての是非は別として、雑誌をメディアという側面から考えると、インターネット上で読者と繋がることは、情報の発信力を高める上で好ましいと考えられる。

^c 月額380円で200誌以上の雑誌が読める「楽天マガジン」をいうサービスを行っている。

^d 月額980円で本・雑誌・コミックが読める「Kindle Unlimited」を運営する。

^e 女性誌『Hanako』が運営する『Hanako.Tokyo』など。

^f 男性誌『Casa Brutus』が運営する『Casa Brutus.com』など。

2.2. 都市情報と雑誌メディア

2.2.1. 情報誌の誕生と変遷

1972年7月、演劇・コンサート・映画・ラジオなどエンターテインメント情報を網羅的に掲載する『ぴあ』(ぴあ)⁸が誕生した。イベントや映画館の規模によらず、ただひたすらにエンターテインメント情報を網羅したその雑誌のスタイルについて、藤岡(1986)⁷は、「その雑誌を通じて読者が情報の摂取と拡大再生産をストレートな形で果たせるように出来た、コミュニケーションの基本をそなえたメディア」だと述べている。『ぴあ』はその後情報誌の代名詞として成長を続け、その後ろには『東京 Walker』などの都市情報誌が続いた

また、集英社の『ノンノ』(1971年)、マガジンハウスの『クロワッサン』(1977年)、『ブルータス』(1980年)、文藝春秋の『ナンバー』(1980)、小学館の『キャンキャン』(1981年)など、現在も発行が続いているようなファッション誌・ライフスタイル誌が一気に創刊されたのもこのあたりである。

まだインターネットが普及していなかった当時、これらの情報誌は都市で暮らすための「索引⁸」とも称された。増淵(1991)⁹は、巨大な街において文化や遊び、つまりさまざまな興業やイベント、スポーツ、エンターテインメントの情報を整理し、秩序を持たせて使いやすくするという点において、情報誌とそのコンセプトの存在意義があると述べた。

2.2.2. 雑誌が創造する街のイメージ

雑誌メディアはトレンド情報をキャッチして発信・伝播するばかりか、自らがトレンドの創造主となり、新たな流行を読者の間に創りだしてきた。80~90年代の東京においては、ある街について雑誌メディアがストーリー性を付与し発信することで、人々の間でその街のイメージが形成されるという、街のトレンド創造も行われた。

⁸ 2011年に休刊。

第2章 都市と雑誌メディアの関係

例えば一つの例が「裏原宿」というエリアである。中村¹⁰によると、1995年1月に発行されたファッション雑誌の『ポパイ』（マガジンハウス）が初めて、原宿の裏通りの空間に対して「裏原宿」という名前呼び、「まだ主流ではないファッション」として紹介した。またその際、「裏原宿」の空間的なイメージを読者と共有するために、記事の中には「裏原宿」の範囲を示す地図やイメージ写真盛り込まれた。それまでに無かったエリアの概念をつくり、名前を付け、ビジュアルイメージと一緒にパッケージングし、読者のもとへ届けた。この一連のメディアのアプローチがきっかけとなり、その後「裏原宿」というエリアはさらに様々なメディアを巻き込んで形成されていった、と述べている。

他にも平凡パンチが1974年に「ファッションエリートが散策する〈代官山〉の魅力と表情」と見出しをつけて代官山を紹介したことを皮切りに、ファッション誌や情報誌がその後をこぞって追い、トレンドの街として代官山を紹介し、商品化していったことを成瀬¹¹が詳しく述べている。

このように雑誌メディアはしばしば街の情報を発信するだけでなく、既存の街に対して新たなイメージやシナリオを創造するのである。

2.2.3. 雑誌が伝播する街のイメージ

雑誌、特にエリア情報誌やライフスタイル誌と呼ばれる雑誌の中では、しばしば「街」のイメージやストーリーが記述される。都心部に住む女性を対象読者とした『Hanako』について、川本ら(1991)¹²は「女性に対して『街』そのものを売り込むことで成功した」と述べている。すなわち、雑誌は街をイメージとストーリーによって商品化し、読者に発信するのである。

このように、雑誌上では「街」を売り込むために様々なストーリーやイメージが語られるが、このような記述を調査することで、街のイメージが人々の間でどのように変遷したかを考察した研究は数多く存在する。

靱山ら(2002)¹³は、東京に関する情報を扱う都市情報誌において、特定地域について組まれている特集を対象として、その登場回数と登場タイプからそれらのエリアをグルーピングした。さらには特集につけられた形容詞のキーワードをも

とに、エリアイメージの変容について分析し、各エリアのイメージが周辺に分化・伝播したり、あるいはイメージを共有してエリア群を形成したりすることを明らかにした。

木田(2008)¹⁴は、1994年～2006年の京都に関して記述のあるタウン誌を対象として調査し、タウン誌が創り出す「街」の空間的範囲と表象について分析した。ここでは、京都の街に「定番的な街」と「流行的な街」があること、さらに「街」のイメージ形成には製品ライフサイクルの概念に似て「創出」「流行」「定着」「安定」「停滞」「再注目」「消失」といったサイクルの課程があることを明らかにした。

最近の研究としては、板垣ら(2017)¹⁵が、1990年以降料亭の衰退とフレンチ店の集積が新たに起こった「神楽坂」の街を対象として、集積の成長と衰退が同時並行的に発生しているケースにおける雑誌メディアが伝播するイメージの変化について行った研究がある。ここでは成長・衰退の2つの事象に因果関係は認められないものの、そのどちら対しても地域特有の空間的な街並み要素が強く作用していることが明らかにされた。

以上のように、雑誌が伝播する街のイメージについての研究では、個別の街とその街に対して雑誌上で使用されるキーワードをもとに、両者を比較することで、その街に対するイメージ形成とイメージの変遷を考察したものが主となっている。

2.2.4. 雑誌と街の空間的関連性

前項までに雑誌が創造する街のイメージと雑誌が伝播する街のイメージについて述べたが、このようなイメージとしての街と実体としての街との間に、空間的な関連性があるのかどうかについても、これまでに多々研究がなされている。

大林ら(2002)¹⁶は、大阪ミナミを対象として1994年～2001年の街の土地利用変化とタウン誌が掲載した店の地理的変化を比較し、両者が軸を一にした拡大の過程を辿っていることを明らかにした。

第2章 都市と雑誌メディアの関係

靱山ら(2004)¹⁷は、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特性を類型化した。さらにその業種タイプとエリア紹介時に使用されるキーワードとの間にある関連性について研究し、「ファッション・雑貨中心型」のエリアは、「ウラ」「高感度」といった言葉との相関が高いことを明らかにした

鈴木ら(2007)¹⁸は、情報メディアが構築する街のイメージは必ずしも実体を表現しているとは限らないという疑念に発し、メディア上で表現される店舗と実際の街における店舗情報を比較し、メディアが構築する街のイメージについて考察した。その結果、メディア上での店舗の表現は、実体の街における存在感とは全く無関係であることを明らかにした。

以上のように、雑誌と街の空間的関連性についての研究では、対象とする街の実店舗と雑誌メディア上に表れる店舗情報を比較するもの、あるいは対象とするエリア内部の実際の店舗数・業種構成と雑誌メディア上に表れるエリア情報とそのキーワードについて比較するものが主となっている。

2.3. 本研究の位置づけ

都市情報とそれを発信する雑誌メディアとの関係について、これまでに

- ①個別の街に対するイメージの創造に関するケーススタディ
- ②雑誌上のキーワード表現に着目した街のイメージに関する考察
- ③雑誌上のエリア・店舗情報と実際の街の店舗情報との比較考察

について研究がなされてきた。しかしそれらの研究では調査対象とする雑誌媒体のターゲット読者層など、雑誌の特性に対する視点を交えたものはなく、また、個別の街・エリアに対しての研究であり、広域な都市の中の全体的・相対的な街・エリアを対象とした研究は数少ない。

そこで本研究では、調査対象とする雑誌を、読者層の年代や性別を幅広く設定するために、エリア情報誌に限らない複数の雑誌を調査対象とするなど考慮し、雑誌メディアの条件をより実体の都市と近づけた考察を行う。また個別の街ではなく東京23区という広域な都市を対象とし、雑誌メディア上に表出する23区の「都市像」を全体的・相対的に把握しようと試みる。

2.4. 本研究の仮説

本研究で明らかにしようとする「都市像」に関して4つの仮説を設定し、これに基づいて調査・考察を行っていく。

・対象読者や誌面の特徴が異なる各雑誌に共通して現れる街やエリアが存在する。

性質の異なる複数の雑誌において、共通した発展・衰退あるいは出現・消失などの傾向がみられる街やエリアのパターンが存在しているのではないか。

・実際の都市における開発の動きによらない、雑誌上特有の都市像の動きがある。

開発や新規性のある出来事がない場合でも、雑誌は読者に新鮮さを提供するためにしばしば新たな街やエリアを再発見し、そのイメージやストーリーを創造・発信する。そのため、実際の都市の動きに直接的には関係のない雑誌上特有の動きがあるのではないか。

・近年の雑誌上では、従来型の商業集積地や消費活動の場と捉えられるようなエリアの存在感が低下している傾向にある。

近年の「シミュレーション消費¹⁹⁾」という言葉に表されるように、多メディア社会に突入したことでその消費活動のあり方も大きく変わった。一昔前に雑誌が「索引」としての機能を果たしていた頃と同じような紹介のされ方をする商業集積地や消費活動の場としてのエリアは、雑誌上でその存在感が低下しているのではないか。

・都市像の空間的範囲は広がっている。

インターネットが普及した現在、誰もが簡単に膨大な情報にアクセスできるようになった。その結果これまで注目されず取り上げられてこなかったような地域についても人々の関心が向かうようになる。雑誌の中で扱われる都市情報もそれに比例して広範囲を対象とするようになったのではないか。

2.5. 小結

本章ではまず雑誌のメディアとしての変遷を調査した。雑誌メディアは80年代～90年にかけてその全盛期を迎え、毎年多くの新雑誌が創刊し販売部数も伸びていった。しかしながら、90年代にはいるとインターネットの普及が徐々に始まり、紙メディアとしての存続が問われるような声も聞こえるようになった。現在、21年連続で発行部数を減少させているものの、電子書籍の台頭とWEBメディアの創出によって新しい読者の獲得が行われていることがわかった。

第二節では、雑誌メディアとそこで扱われる都市情報との関係を整理した。1972年創刊の『びあ』など、都市の情報を扱うメディアとして雑誌の歴史は古く、かつては都市情報の「索引」としての機能を雑誌が果たしていた。また、雑誌は都市情報を発信するだけでなく、自らがその街のイメージやストーリーを創造するといった側面も持っている。このことについては、個別の街を対象とした既往研究がいくつかなされている。また、都市が街の情報を伝播することについては、雑誌表現の中のキーワードを抽出し、そのイメージを明らかにしようとする研究がみられた。さらには雑誌で取り扱われるエリア・店舗情報と、実際の街の店舗情報とを比較し空間的関連性を示す研究も過去に行われている。

第三節では、これらの研究と本研究の違いを明らかにした上で、本研究は調査対象の雑誌を読者層や年代・性別などに考慮して幅広く設定し、また個別の街ではなく東京23区という広域な都市を対象とすることで雑誌メディア上に表出する23区の「都市像」を全体的・相対的に把握しようとするものだと位置づけた。

第四節では、本研究の仮説を以下の4つに設定した。

- ・対象読者や誌面の特徴が異なる各雑誌に共通して現れる街やエリアが存在する。
- ・実際の都市における開発の動きによらない、雑誌上特有の都市像の動きがある。
- ・近年の雑誌上では、従来型の商業集積地や消費活動の場と捉えられるようなエリアの存在感が低下している傾向にある。
- ・都市像の空間的範囲は広がっている。

第2章 都市と雑誌メディアの関係

<参考文献>

- 2-1 今井美樹, “料理雑誌からみた明治後期の食情報,” 日本調理科学会誌, 第 35 卷, 第 2, pp. 196-208, 2002.
- 2-2 藤岡 伸一郎, “時代の変化」と雑誌、読者 : 新雑誌と“大衆”社会状況再検討のための一視点 (<特集>大衆社会論とジャーナリズム)”. 新聞学評論, 第 35 卷, p. 132-141, 289-28, 1986.
- 2-3 難波功士, 『族の系譜学—ユース・サブカルチャーズの戦後史』, 青弓社.
- 2-4 塚本三夫, “活字メディアの変容と理論的課題(<特集>「多メディア時代」におけるマス・コミュニケーション研究 : 課題とその方法を探る),” 新聞学評論, 第 41 卷, pp. 58-75, 1992.
- 2-5 尾鍋史彦, “マルチメディア時代の情報表現と紙メディアの将来,” 第 51 卷, 第 9, pp. 365-370, 1995.
- 2-6 サイゾーpremium, “d マガジンが雑誌に与えた衝撃! ドコモ担当者の声で読み解く「雑誌の未来」,” 18 2 2018. [オンライン]. Available: https://www.premiumcyzo.com/modules/member/2018/02/post_8209/. [アクセス日: 15 1 2019].
- 2-7 前掲 2
- 2-8 増淵幹男, “街(文化・遊び)のインデックスとしての情報誌”, 情報管理, 第 36 卷, 第 2 号, p. 91-103, 1991
- 2-9 前掲 8
- 2-10 中村由佳, “ポスト 80 年代におけるファッションと都市空間,” 年報社会学論集, 第 19 卷, pp. 189-200, 2006.
- 2-11 成瀬厚, “商品としての街, 代官山,” 人文地理, 第 45 卷, 第 6 号, p. 618-633, 1993.
- 2-12 川本三郎・桜井哲夫・山崎浩一, “座談会: 「ぴあ」も「Hanako」も街の索引—雑誌・ジャーナリズム—, 『東京人』, no.45, pp.71-77, 1991
- 2-13 梶山真人・十代田朗・羽生冬佳・山田光一, “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”, ランドスケープ研究, 第 65 卷, 第 5 号, p. 875-878, 2001
- 2-14 木田和海, “タウン情報誌による京都の「街」の表象—都市空間イメージの地理情報の分析—,” 立命館地理学, 第 20, pp. 57-70, 2008.
- 2-15 板垣佐和子・明石達夫, “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播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”, 都市計画論文集, 第 52 卷, 第 2 号, p.229-237, 2017.
- 2-16 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誌の関連性に関する研究”, 日本都市計画学会学術研究論文集, 第 37 卷, p.619-624, 2002.
- 2-17 梶山真人・十代田朗・羽生冬佳, “東京における「都市情報誌」に登場する広域集客型エリアの商業的・空間的特性”, 日本都市計画学会, 第 39 卷, 第 3 号, pp.157-162, 2004
- 2-18 前掲 1-2
- 2-19 堀好伸, 『若者はなぜモノを買わないのか』, 青春出版社, 2017.

第3章 エリア情報誌における都市情報

3.1. 調査概要

3.1.1. 調査対象誌の選定

3.1.2. 調査方法

3.1.3. 結果

3.2. 誌面におけるエリア名の変遷

3.2.1. 駅名とエリア名表現

3.2.2. エリアの拡大と細分化

3.2.3. 考察

3.3. 登場エリアの変遷

3.3.1. 登場傾向によるパターン化

3.3.2. 考察

3.4. 小結

第3章 エリア情報誌における都市情報

この章では、エリア情報誌の中で特集される東京23区内の街について、

1. 特集としてエリアが登場するパターンの類型化
2. 特集として取り上げられるエリアの変遷を明らかにする

以上の2点を目的として調査を行う。

3.1. 調査概要

3.1.1. 調査対象誌の選定

木田¹は京都を対象としてエリア情報誌に登場する街の地名的表現の変遷から、街の細分化および拡大化について考察した。また、靱山²も東京において商業エリアの空間的まとまりとその変容を考察する際に、都市情報誌における特集名を使用して分析している。このように、エリア情報誌あるいは都市情報誌と呼ばれる雑誌でとりあげられるエリアから、その空間的な特徴と注目度の変容を考察することができる。よって本研究でも、都市情報誌を対象として使用する。

調査対象とする雑誌の選定には一般社団法人日本雑誌協会が発行する『マガジンデータ』³を参考にする。『マガジンデータ』に掲載される雑誌は、100種類のジャンルに分けられており、この中で都市情報誌に該当するのは大カテゴリ<情報>の下にある<エリア情報誌>というジャンルである。

『マガジンデータ』2018年度版では、エリア情報誌は12誌が該当した。そのうち、連続的なデータを収集するため、1994年公表の『会員雑誌発行媒体資料』を参考として、記録のあった『Hanako』『Tokyo Walker』のうち、発行部数が多く、また発行頻度の多い『Hanako』を本研究の対象として選定した。

『Hanako』は1988年6月2日に創刊し、2005年までは週刊、2006年以降は隔週で発行され、現在までに1168号発行されている。対象読者層は20代～30代の女性となっており、創刊以来、東京を中心とした各都市の飲食・店舗・イベン

³ 1994年から『会員社発行雑誌媒体資料』として発行され、1997年から『マガジンデータ』に名称変更。会員社からの届け出によって雑誌の情報や発行部数などを公表している。

第3章 エリア情報誌における都市情報

ト情報などを掲載している。今回は1988年の創刊号（No.1）から2018年12月27日に発行された号（No.1168）までを調査対象とする。

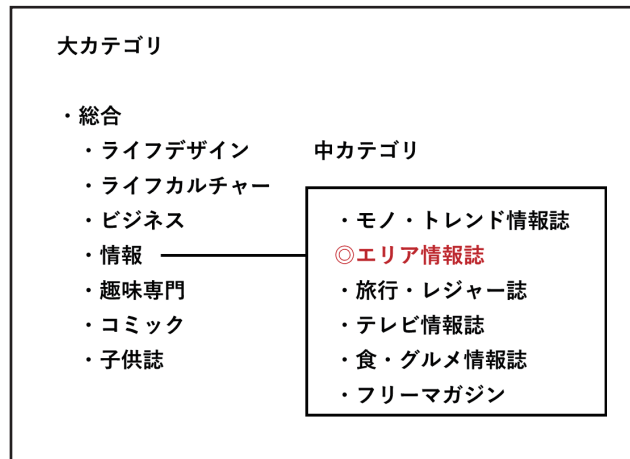


図 3-1 エリア情報誌の雑誌のカテゴリ

3.1.2. 調査方法

今回は誌面で特集が生まれ、表紙にエリア名が掲載されているものについて抽出し、分析を行う。



図 3-2 エリア情報の抽出方法

(出展：『Hanako』, マガジンハウス, 左 2018.03.22, 中央 2017.10.05, 右 2017.10.19)

なお籾山³らの先行研究で示されているように、エリア名の登場の仕方として、①単独で表紙に登場、②表紙でメインエリアとして扱われてはいるが、周辺地域がそれに付属する形で列記、③他の地域と並列で表紙に登場、の3パターンが考えられるが、今回も同じように単独・列記・並列のすべてをカウントする。ただし、特集名とは関係なく表紙上で小さく羅列されているような地域名は、デザイン上のものとしカウントしない。また、沿線やストリートの特集など具体的な地域名が無い場合も除いた。カウントした結果、東京23区のエリアを特集したものは252号分あった。

そこから、抽出されたエリア名について4年ごとに期間を定め、その期間ごとにエリア名の登場回数を整理し、考察する。ただし1988年から1990年までは3年分をひとつの期間として設定した。

3.1.3. 結果

抽出の結果、1988年～1990年で82回、1991年～1994年で62回、1995年～1998年で43回、1999年～2002年で84回、2003年～2006年で63回、2007年～2010年で39回、2011年～2014年で22回、2015年～2018年で、特集の中にエリア名の登場が抽出され、1988年から2018年までの間に合計678回のエリア名の登場が確認された。

3.2. 誌面におけるエリア名の変遷

3.2.1. 駅名とエリア名表現

以下ではエリア名表現の変化とこれが参照する都市の物理的変容との関係を検討してく。都市についてはしばしば、ある地理的な広がりの意味するエリア名によって語られるが、これは必ずしも住居表示住所だけが使われるわけではない。例えば周辺を表すために駅名がエリア名として使用される場合や、「アメ横」など、人々の間でその地域を表現するのに口伝的に使われていた地名表現⁴がそのままエリア名として使われている場合がある。^b

表3-1を見ると、東京メトロ南北線の開業に伴って、「溜池山王」と「六本木一丁目」の二つのエリア名がそれぞれ新駅開業以降登場したことがわかる。「六本木一丁目」は、新駅が開業された2000年に一度登場した以降は使われていない。これはエリアとしての盛衰によるものではなく、むしろ「六本木」というさらに大きなエリア名が周辺一帯を包括し得るパワーを持っているためだと考えられる。一方「溜池山王」は1997年の新駅開業時と2000年の全線開通に伴った特集号の、合計2回登場している。「溜池山王」は駅開業時に命名されたが、「六本木一丁目」と異なり同名の住居表示は存在せず、また「溜池」と「山王」自体も、交差点名として名を留めているのみである。今後、表紙に特集されるかどうかは別として、命名後まだ20年しか経っていない「溜池山王」というエリア名が、もはや使われなくなった表現だと判断するのは時期尚早である。

例えば、1977年に開業した「池尻大橋」は元々の「池尻」「大橋」という地名からつくられた新駅名であるが、その後『Hanako』においても今回の調査期間中2回、特集名として登場しており、エリア名としての定着が感じられる。

このように新駅名をエリア名として表現することは往々にして起こり、それは当たり前ではあるが現実の都市において「駅が開業する」という物理的な変容が起こったことに起因する。しかしその後は、エリア名としてその名が残っていくか、あるいは包括されてなくなっていくか、2つの道を辿る。実際の都市では駅が無くなっているわけではないにも関わらず、雑誌の中でつくられる都市像の中からは、その駅名は一瞬の出現の後に忽然と姿を消してしまうのである。

^b 現在は「アメ横商店街」という正式名称をもつ。

表 3-1 『Hanako』への表紙特集登場回数（一部）

	1988- 1990	1991- 1994	1995- 1998	1999- 2002	2003- 2006	2007- 2010	2011- 2014	2015- 2018	合計
六本木	5	3			3	1			12
六本木一丁目				1					1
溜池山王			1	1					2
池尻大橋			1	1					2
丸の内	1		1	2	1	2	2	2	11
八重洲					1				1
東京駅							2	2	4

また、2012年の東京駅の駅舎建て替えに伴って「東京駅」というエリア名が登場した。「丸の内」「八重洲」といったエリア名はそれ以前より使われており、特に「丸の内」はその後も高頻度で登場している。しかし、エリア名による地域の呼ばれ方が一般的であるその場所にオーバーラップするように、あえて「東京駅」というエリア名を登場させている。無論2012年の東京駅駅舎建て替えという物理的変容によって、このエリア名が登場したに違いない。しかしその後も度々エリア名は登場し、直近の4年間では2回も登場している（最近は2016年）。なぜ100年以上もそこにあり続けてきながら、特段そのエリア名で呼ばれてこなかった「東京駅」という名を、「丸の内」という広く認識されているエリア名の上に再生成したのか。それは、読者が常に雑誌に対して新しさや新鮮さをシビアに求めているからである。木多⁵が述べたように、読者が情報を選択する「了解志向的メディア」において、これまで通りの均質的なエリアの紹介では、読者にとって情報の新鮮さが失われるのである。

このように、雑誌面においては、既に広く認識され使用されてきたエリア名と空間的に重なるように、さらに新たなエリア名が再発生することがある。そしてそれは雑誌というメディアの特性に起因する。

3.2.2. エリアの拡大と細分化

以下では登場するエリア名の変化からその地域の拡大と細分化について考察する。

1989年に、「根津」「千駄木」「谷中」は「ラスト・ダウンタウン特集 浅草・人形町・神田・上野・根津・千駄木・谷中 食のすごさガイド」(『Hanako』1989.2.2)として並列に表記され登場した。その後は表紙特集に登場はないものの、見出しの中では「気軽なノリで下町気分 深川 向島 谷中・根津・千駄木」(『Hanako』2004.10.13)「この下町が面白い 浅草 根津 日本橋 神楽坂 麻布十番」(『Hanako』2006.7.23)などしばしば登場し、その表現は「谷中・根津・千駄木」「根津・千駄木」など中黒を使用するケースが多く、近隣地域として関係性のある近いイメージで表現されることが多かった。その後ついには表紙の特集名において、2017年に「谷根千」というエリア名が登場し、個別のエリア名が拡大した一つのエリア名として再定義された。

また、1988年から2018年までを通して登場回数が1回のみであったエリア名は、前述の谷根千を除くとそのすべてが2006年以前に登場している。^c1990年代までは「天現寺」「南青山」「東銀座」など細分化されたエリア名がしばしば登場していたが、2006年以降はそのように細分化した表現はエリア名として好まれていない。このように、雑誌上でのエリア名は統一され、拡大する場合がある。

表 3-2 『Hanako』への表紙特集回数 (一部)

	1988- 1990	1991- 1994	1995- 1998	1999- 2002	2003- 2006	2007- 2010	2011- 2014	2015- 2018	合 計
根津	1								1
千駄木	1								1
谷中	1								1
谷根千								1	1
天現寺				1					1
広尾	1	1			1	1			4

^c 章末の表 3-6 参照。

3.2.3. 考察

先ほどの考察から、エリア情報誌におけるエリア名の変遷パターンを整理する。

- ① 物理的な変容により雑誌の中に突如新たなエリアが登場するが、既に存在する周囲のエリアに取り込まれ、そのエリア名は雑誌上では見えなくなる。
- ② 物理的な変容により雑誌の中に突如新たなエリアが登場するが、実際の都市空間における存在感の高まりや、経年による認知度の上昇によって、その後も雑誌上でエリア名として取り上げられる。
- ③ 既に広く認識され、雑誌上でも長く使われてきたエリアにオーバーラップするように新しいエリア名が登場する。
- ④ 隣接する複数のエリアに連続性があり関係性が深い場合、それらを包括する新しい拡大エリア名が登場する。
- ⑤ かつて細分化して取り上げてきたエリアが、近接するエリアの中に取り込まれ、そのエリア名は雑誌上では見えなくなる。

3.3. 登場エリアの変遷

以下ではエリア情報誌への登場変遷から、エリアが取り上げられる傾向について考察していく。

3.3.1. 登場傾向によるパターン化

下の表3-3は、表紙特集が組まれたエリア名の登場回数を期間別推移で整理したものであり、1988年から2018年までを通じて総計5回以上登場したエリアのみを示している。

表 3-3 表紙特集登場回数全期間合計5回以上

	1988- 1990	1991- 1994	1995- 1998	1999- 2002	2003- 2006	2007- 2010	2011- 2014	2015- 2018	合 計
銀座	8	12	8	9	10	8	8	7	70
渋谷	7	9	5	2	3	2	1	1	30
自由が丘	4	5	2	3	5	4	4	3	30
新宿	5	9	3	4	4	2	1		28
代官山	3	3	2	3	3	3		1	18
恵比寿	2	2	2	3	3	3		1	16
青山	5	1	2	4	3	1			16
二子玉川	1	2	1	3	1	2	2	2	14
池袋	1	2	1	3	4	3			14
下北沢	4	2	4	3					13
六本木	5	3			3	1			12
丸の内	1		1	2	1	2	2	2	11
原宿	5	1	2	2	1				11
麻布十番	2	1		2	3	1			9
西麻布	1	1	1	1	3	1			8
中目黒					2	3		2	7
有楽町	2			1	1	1	1		6
浅草	3	1						1	5
表参道			1	1	2	1			5

登場回数の推移から、大きく分けて5つのパターンに分けられた。

・「定番的なエリア」^d

第一のパターンは、ほぼすべての期間で継続して登場し、都市情報誌で紹介されることが定番となっているようなエリアである。登場が無かった期間が1回以下のエリアをこのパターンに類型する。最も登場回数が多かった「銀座」は、合計70回登場しており、これは次点の「渋谷」「自由が丘」の30回と比較すると2倍以上頻繁に登場していることとなる。またいずれの期間においても7回以上の登場がみられ、「定番的なエリア」のパターンの中でも、1つだけ別枠と考えるてもよい。

「銀座」ほど回数は多くないものの、「定番的なエリア」と類型されるエリアは、「渋谷」「自由が丘」「新宿」「代官山」「恵比寿」「二子玉川」「丸の内」の7つである。さらにこれらの中でも直近の2期間（2011年-2014年、2015年-2018年）で、常に複数回以上登場がある「自由が丘」「二子玉川」「丸の内」と、登場回数が少ない傾向^eにある「渋谷」「新宿」「代官山」「恵比寿」と、の異なったパターンに細分化できる。

・「近年に登場がみられないエリア」

第二のパターンは、かつては継続的に登場していたものの、近年になって登場がみられなくなったエリアである。1988年から継続した登場があるが、直近2期間以上は登場のないエリアをこのパターンと類型すると、「青山」「池袋」「原宿」「西麻布」「下北沢」がこれに該当する。『Hanako』の雑誌としての特徴として、2005年までは週刊誌だったのに対し、2006年以降では隔週刊に変わったことを考えると、この中から2007年以降に登場がなくなった「青山」「池袋」「原宿」「西麻布」と、2007年以前から登場がなくなっている「下北沢」とでさらに分けることができる。

^d 木多（2008）の類型を参考にした。

^e 複数回登場する期間がない、あるいは登場回数が0回の期間がある。

・「登場にムラのあるエリア」

第三のパターンは、あるときは登場し、あるときは登場しなくなるといったように、登場に連続性がないエリアである。期間連続的な登場と期間連続的な未登場が表れる「六本木」「麻布十番」「有楽町」「表参道」がこのパターンに類型される。

・「再登場したエリア」

第四のパターンは、一度登場した後長い期間を経て再び再登場するエリアである。1988年-1990年までの間に3回登場し、その後登場が無く2015年-2018年に再び登場した「浅草」がこのパターンに該当する。

・「新しく登場したエリア」

第五のパターンは、2000年代になってから表紙特集として初めて登場したエリアである。このパターンには2003年に登場した「中目黒」「谷根千」が該当する。

以上の5つのパターン類型化することができた。

表 3-4 エリアの登場パターン

1. 定番的なエリア	
1-1. 登場回数が極めて多い	銀座
1-2. 安定して登場している	自由が丘・二子玉川・丸の内
1-3. 直近の登場回数が少ない	渋谷・新宿・代官山・恵比寿
2. 近年に登場がみられないエリア	
2-1. 発行回数の影響を無視できない	青山・池袋・原宿・西麻布
2-2. 発行変更によらない	下北沢
3. 登場にムラのあるエリア	
	六本木・麻布十番・有楽町・表参道
4. 再登場したエリア	
	浅草
5. 新しく登場したエリア	
	中目黒・谷根千

3.3.2. 考察

「定番的なエリア」とした第一グループのなかでも、「銀座」の登場回数の多さとその安定度は抜きん出ている。『Hanako』を発行しているマガジンハウス^fの編集部が東銀座にあることを差し引いても、これだけの特集が組まれるということは読者からの「銀座」に対する情報の期待度が高いと考えざるを得ない。

次に「銀座」を除いた第一グループ内で安定して特集されているエリアと、直近では特集への登場を減らしているエリアの違いについて考察していく。まず、前述の通り『Hanako』という雑誌の発行回数自体が2006年を境に半分になっていることに着目すると、発行回数の減少に伴って特集として取り上げられるエリア数も減少している。

表 3-5 表紙特集登場エリア数

	1988- 1990	1991- 1994	1995- 1998	1999- 2002	2003- 2006	2007- 2010	2011- 2014	2015- 2018	合 計
登場エリア数	89	62	43	84	63	39	22	25	678

そもそも以前より明らかに誌面で特集されにくい環境となった上で、登場回数が増えないエリアの特徴を考察する。まず「丸の内」であるが、2010年以降どのような特集で取り上げられてきたか見てみると、「みんなの銀座 有楽町丸の内」(2012.3.22)、「ただいま大リノベーション中! 東京駅・丸の内 クラシック東京案内」(2012.11.8)、「銀座、再発見! 異国情緒たっぷり、丸の内 楽しい、迷わないエキナカ、東京駅」(2015.9.24)、「この春は、銀座を Q&A でご案内。銀座検定。丸の内、東京駅 木挽町・新富町でワインとごはん。」(2016.3.31)と、全てがメインエリアへの付随、あるいは並記での登場であった。つまり、安定して特集される「銀座」の近隣エリアであり、さらには2012年以降頻りに特集されるようになった「東京駅」とセットで扱うことのできるエリアであることから、このように安定した登場回数になったと考えられる。

^f 中央区銀座3丁目にある出版社。正式名称は株式会社マガジンハウス。

一方「自由が丘」「二子玉川」についても、その特集の見出しの記述に関して2010年以降の記述をみていくと、「旬なニュースとおいしい暮らしがある、自由が丘・二子玉川&沿線」(2010.10.7)、「生活が楽しくなる街が増えています。自由が丘・二子玉川」(2012.10.4)、「丁寧に暮らすヒントが満載! 自由が丘スタイルブック。」(2014.10.9)、「遊びたい町は、住みたい町。自由が丘・二子玉川」(2016.10.6)など、実際にそのエリアで住むことを連想させるような特集が多かった。『Hanako』という雑誌は、昔から賃貸住宅情報の特集をするなど、暮らしやライフスタイルの提案を好んで誌面作りをしてきた。掲載できる特集の絶対量が減ったとき、『Hanako』が選択的に残して発信し続けることに決めたのは、「自由が丘」「二子玉川」の「暮らす街・住みたい街」などライフスタイル提案を含めたエリアとなった。これと同時に、「渋谷」「新宿」や「近年に登場がみられないエリア」に分類した「青山」や「登場にムラのあるエリア」の「六本木」など、どちらかといえば『Hanako』の読者層である20~30代女性にとっては住む場所というよりも、消費活動の場として認識されているようなエリアの登場頻度が鈍化したとも考えられる。読者はそのようなエリアでの消費購買活動に関する情報を求める時、インターネットなど他のメディアで簡単にアクセスできてしまうため、雑誌からの情報に拘る必要性がなくなったことも一因と考えられる。

また、「再登場したエリア」や「新しく登場したエリア」など、目新しいエリアを登場させることは、前述の通り雑誌面においては読者に新鮮味を味合わせるという意味で不可欠である。しかしながらそこで登場した「浅草」や前節で述べた「谷根千」も、やはり従来の消費活動が行われる場としては考えにくく、さらに「中目黒」も住みたい街としての側面を強く持っている。

3.4. 小結

本章ではまず、調査対象とするエリア情報誌の選定と、その調査方法について定義し、実際にエリア情報誌の中で特集として登場するエリアを抽出した。

第二節では登場するエリア名に着目し、雑誌面におけるエリア名の表現から、特集されるエリアの変遷パターンについて考察した。その結果以下のパターンに分類することが出来た。

- ① 物理的な変容により雑誌の中に突如新たなエリアが登場するが、既に存在する周囲のエリアに取り込まれ、そのエリア名は雑誌上では見えなくなる。
- ② 物理的な変容により雑誌の中に突如新たなエリアが登場するが、実際の都市空間における存在感の高まりや、経年による認知度の上昇によって、その後も雑誌上でエリア名として取り上げられる。
- ③ 既に広く認識され、雑誌上でも長く使われてきたエリアにオーバーラップするように新しいエリア名が登場する。
- ④ 隣接する複数のエリアに連続性があり関係性が深い場合、それらを包括する新しい拡大エリア名が登場する。
- ⑤ かつて細分化して取り上げてきたエリアが、近接するエリアの中に取り込まれ、そのエリア名は雑誌上では見えなくなる。

第三節では登場する頻度に着目し、雑誌上におけるエリアの登場パターンについて考察した。その結果以下のパターンに分類され、さらにそのパターンに属するエリアの特徴も明らかになった。①「定番的なエリア」としたうち、「銀座」は突出した高頻度で登場し、そのエリアの情報への期待値の高さが認められる。またその他で①に分類されたうち、「丸の内」は周辺に存在感のあるエリアが近接していることから、安定した登場を見せる。「自由が丘」「二子玉川」が定番的に登場することからは、「住みたい街」「暮らし」など、ライフスタイル提案を含むエリアの特集に安定してニーズがある一方、従来型の商業地・消費活動の場として認められているエリア情報に対するニーズは、雑誌ではなく他のメディアによって叶えられている可能性が示唆された。

第3章 エリア情報誌における都市情報

表 3-6 表紙特集登場回数一覧

	1988- 1990	1991- 1994	1995- 1998	1999- 2002	2003- 2006	2007- 2010	2011- 2014	2015- 2018	合 計
銀座	8	12	8	9	10	8	8	7	70
渋谷	7	9	5	2	3	2	1	1	30
自由が丘	4	5	2	3	5	4	4	3	30
新宿	5	9	3	4	4	2	1		28
代官山	3	3	2	3	3	3		1	18
恵比寿	2	2	2	3	3	3		1	16
青山	5	1	2	4	3	1			16
二子玉川	1	2	1	3	1	2	2	2	14
池袋	1	2	1	3	4	3			14
下北沢	4	2	4	3					13
六本木	5	3			3	1			12
丸の内	1		1	2	1	2	2	2	11
原宿	5	1	2	2	1				11
麻布十番	2	1		2	3	1			9
西麻布	1	1	1	1	3	1			8
中目黒					2	3		2	7
有楽町	2			1	1	1	1		6
浅草	3	1						1	5
表参道			1	1	2	1			5
日本橋				1	1		1	1	4
三軒茶屋	1			2				1	4
東京駅							2	2	4
日比谷	1			1	1	1			4
広尾	1	1		1	1				4
築地	2				1				3
白金	1			2					3
京橋	1				1				2
上野	1				1				2
新橋	1				1				2
溜池山王			1	1					2
神楽坂		1		1					2
目白	1			1					2
四谷三丁目	1			1					2
目黒	1			1					2
池尻				1					1
用賀				2					2
麻布			2						2
赤坂	1	1							2
神田	1	1							2
田園調布	1	1							2
谷根千								1	1
汐留					1				1
東麻布					1				1
八重洲					1				1

第3章 エリア情報誌における都市情報

麻布台					1					1
お台場				1						1
外苑前				1						1
紀尾井町				1						1
駒沢大学				1						1
荒木町				1						1
高田馬場				1						1
桜新町				1						1
雑司が谷				1						1
三宿				1						1
三田				1						1
上野毛				1						1
青山一丁目				1						1
千川				1						1
巣鴨				1						1
大塚				1						1
池尻大橋			1	1						2
天現寺				1						1
等々力				1						1
白金高輪				1						1
白金台				1						1
要町				1						1
六本木一丁目				1						1
茗荷谷				1						1
港区			1							1
渋谷区			1							1
神宮前			1							1
千駄ヶ谷			1							1
お茶の水		1								1
神保町		1								1
二子玉川園		1								1
浅草橋	1									1
アメ横	1									1
駒沢	1									1
五反田	1									1
高輪	1									1
根津	1									1
人形町	1									1
成城	1									1
千駄木	1									1
大手町	1									1
谷中	1									1
都立大	1									1
東銀座	1									1
内幸町	1									1
南青山	1									1
	89	62	43	84	63	39	22	25		427

< 参考文献 >

3-¹ 木田和海, “タウン情報誌による京都の「街」の表象—都市空間イメージの地理情報の分析—,” 立命館地理学, 第 20, pp. 57-70, 2008..

3-² 靄山真人・十代田朗・羽生冬佳・山田光一, “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”, ランドスケープ研究, 第 65 巻, 第 5 号, p. 875-878, 2001

3-³ 靄山真人・十代田朗・羽生冬佳, “東京における「都市情報誌」に登場する広域集客型エリアの商業特性に関する研究,” 日本都市計画学会学術計画論文集, 第 巻 37, p. 13-18, 2002.

3-⁴ アメ横公式サイト, “アメ横について,” [オンライン]. Available: <http://www.ameyoko.net/topics/201702.php> [アクセス日: 15 1 2019]

⁵ 前掲 3-1

第4章 ライフスタイル誌における都市情報

4.1. 調査概要

4.1.1. 調査対象誌の選定

4.1.2. 調査方法

4.1.3. 結果

4.1.4. 分析方法

4.2. 従来紹介されてきたエリア

4.2.1. 各雑誌における登場回数

4.2.2. 全体の変遷

4.2.3. 各エリアの登場回数の変遷

4.2.4. 考察

4.3. 誌面で取り上げられるエリア

4.3.1. 各雑誌で掲載されるエリア記事

4.3.2. 考察

4.4. 都市情報の分布

4.4.1. 情報カテゴリ別の地理的分布

4.4.2. 都市情報の地理的範囲

4.4.3. 考察

4.5. 小結

第4章 ライフスタイル誌における都市情報

この章では、ライフスタイル誌に掲載される東京23区内の都市情報について、

1. 従来紹介されてきたような注目度の高いエリアが各誌に登場する回数と変遷を知る
2. 各誌面で特集として取り上げられるエリアの変遷を明らかにする
3. 掲載される都市情報の内容とその地理的分布の把握

以上の3点を目的として調査を行う。

4.1. 調査概要

4.1.1. 調査対象誌の選定

はじめに調査対象とする東京23区内の都市情報を扱う雑誌を選定する。この選定には前章と同じく一般社団法人日本雑誌協会が発行する『マガジンデータ』を使用する。都市情報を扱うのに適当と思われるカテゴリは、第3章で分析に使用したエリア情報誌を除くと、大カテゴリ<ライフデザイン>の下にある小カテゴリ<ライフスタイル>というジャンルに属する雑誌である。

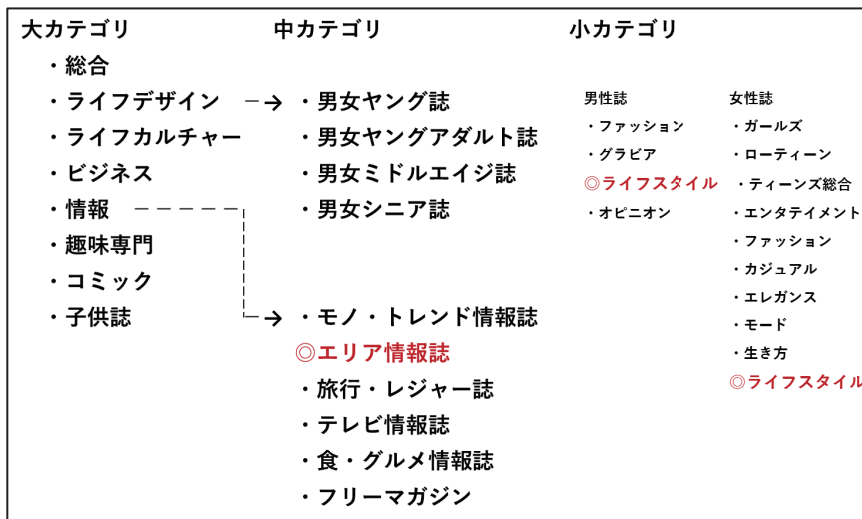


図 4-1 ライフスタイル誌の雑誌カテゴリ

2018年度版では、男性誌22誌、女性誌29誌、男女誌8誌の、合わせて49誌が該当した。またそのうち、1994年から2018年まで連続的なデータを収集するため、1994年公表の『会員雑誌発行媒体資料』に記録のある15誌を選定。そこから、実際に誌面を読んだ上で明らかにスポーツ情報を主として扱っていると判断されるもの、東京23区の都市情報が極端に少ないものを除いた。さらに、各中カテゴリ内で最も発行部数の多い1誌を代表とし、月刊誌・隔週刊誌である『BRUTUS』『サライ』『クロワッサン』の3誌を調査の対象とした。

4.1.2. 調査方法

第一項で選定した<ライフスタイル誌>である『BRUTUS』『サライ』『クロワッサン』を対象として調査する。各雑誌、1994年以降に発行されたものについて、増刊号を除いた4年おき、1994年、1998年、2002年、2006年、2010年、2014年、2018年分を対象とする。『BRUTUS』161冊、『サライ』132冊、『クロワッサン』168冊、合計461冊のそれぞれの誌面において、1/2ページ分以上のサイズで掲載されている都市情報に付いてを抽出していく。今回対象とした都市情報は場所データが付随しているかどうかを考慮して、以下の図4-2挙げるような内容のものとした。また、ある地域名を見出しに使用し、上記の都市情報を含んでいるような特集記事が掲載されているような場合についてもカウントの対象とする。その場合、店舗等住所を含んだ個別データとして計上せず、見出しに使用される地域名を1つのエリアとして捉えカウントする。

- レストラン・バー・カフェなど飲食店 (r)
- ケーキ屋・和菓子屋・ベーカリー・八百屋・市場…などイートインしない食べ物店 (f)
- 服屋・雑貨屋・インテリアショップ・本屋・コスメショップなど販売店 (s)
- 展覧会・個展の情報、また美術館やギャラリーそのものの紹介 (m)
- 舞台・演劇・ミュージカル・コンサート・ライブなどシアター情報 (t)
- サーカス・フェア・古書市…など (m) (t) に該当しないイベント情報 (e)
- 美容室・エステ・スクール・博物館・動物園・公園・寺社仏閣・観光地などサービス (o)

図 4-2 調査対象とする都市情報カテゴリ



図 4-3 都市情報の抽出方法

出典（右『BRUTUS』,マガジンハウス,2019.02.01,頁58

左『サライ』,小学館,2018.02.09,頁67）

4.1.3. 結果

調査の結果、『BRUTUS』1,021件、『サライ』574件、『クロワッサン』419件の、合計2,014件の都市情報データを抽出した。

4.1.4. 分析方法

抽出した都市情報を、エリア情報誌と比較するために調査エリアを設定する。まず、[靱山ら\(2002\)](#)¹は東京において都市情報誌の表紙に掲載されるエリアとして単独で特集を組まれる等注目度の高いエリアは28であるとしている。そこでそのうち23区外の吉祥寺と立川を除いた26のエリアを設定し、調査対象とする。エリアを構成する町丁の広がりについては、[靱山ら](#)の先行研究を元に、各エリアで構成する町丁が重ならないように修正を行う。^a

表 4-1 調査対象とするエリア

1	銀座	10	自由が丘	19	お台場
2	渋谷	11	六本木	20	赤坂
3	新宿	12	麻布十番	21	日本橋
4	代官山	13	二子玉川	22	浅草橋
5	青山	14	浅草	23	四谷
6	恵比寿	15	西麻布	24	目白
7	原宿	16	丸の内	25	人形町
8	下北沢	17	上野	26	溜池山王
9	池袋	18	三軒茶屋		

^a 本来現実の都市において各エリアを構成する町丁の広がりには厳密に町丁目の境界線をもって定義することができないが、今回は住所に基づいた分析を行うために筆者が便宜上定義している。

・調査エリアへの登場回数のカウント方法

誌面上での各エリアの登場回数は、各エリアに該当する都市情報が載っている冊数を基準単位としてカウントする。例えば下図のように第3号と第7号でそれぞれ、1冊の中で複数ヶ所にわたって<銀座>エリアに関する都市情報が掲載されていた場合、それらの都市情報は個別に計上せず、<銀座>エリアの登場回数を1回とカウントする。

1994年度の『BRUTUS』における銀座エリアの都市情報

巻	号	年	サイズ	ページ	地域名	店名/会場	住所	ジャンル	エリア番号
15	3	1994	0.5	15		ギャラリー池田美術	中央区銀座	m	1
15	3	1994	0.5	109		資生堂ギャラリー	中央区銀座8-8-3	m	1
15	4	1994	0.5	17		銀座セゾン劇場	中央区銀座1-11-2	t	1
15	7	1994	0.5	13		歌舞伎座	中央区銀座4-12-15	t	1
15	7	1994	0.5	17		ルナミ画廊	中央区銀座	m	1
15	19	1994	0.8	9		ザ・ギンザアートスペース	中央区銀座7-8-10	m	1
15	21	1994	0.8	33		銀座セゾン劇場	中央区銀座1-11-2	t	1

赤枠で示される都市情報はまとめられ、それぞれ登場回数を1とカウントする。
すなわち1994年度の『BRUTUS』での銀座エリア登場回数は合計5となる。

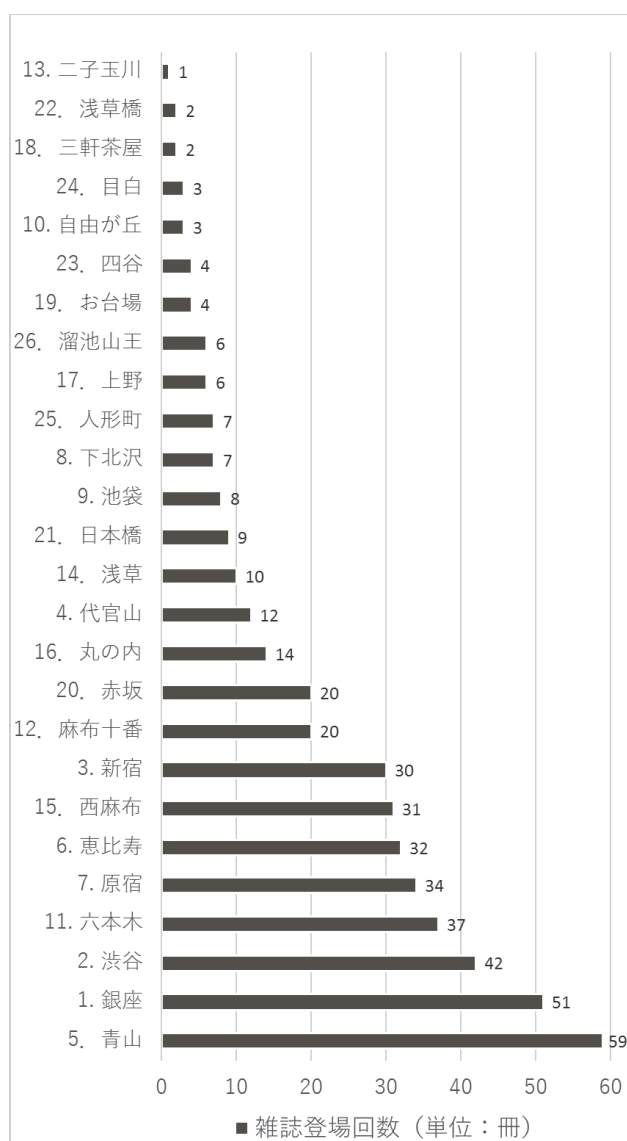
図 4-4 都市情報のエリア登場回数カウント方法

4.2. 従来紹介されてきたエリア

4.2.1. 各雑誌における登場回数

・BRUTUS 発行：マガジンハウス 月2回刊 対象：20~30代男性

『BRUTUS』は1980年5月に創刊した男性向けのライフスタイル誌である。衣食住やトレンド情報が掲載されているほか、毎号独自の切り口でテーマを特集し、その深い内容やこだわった誌面づくりが20後半~30代の男性を中心として支持されている。

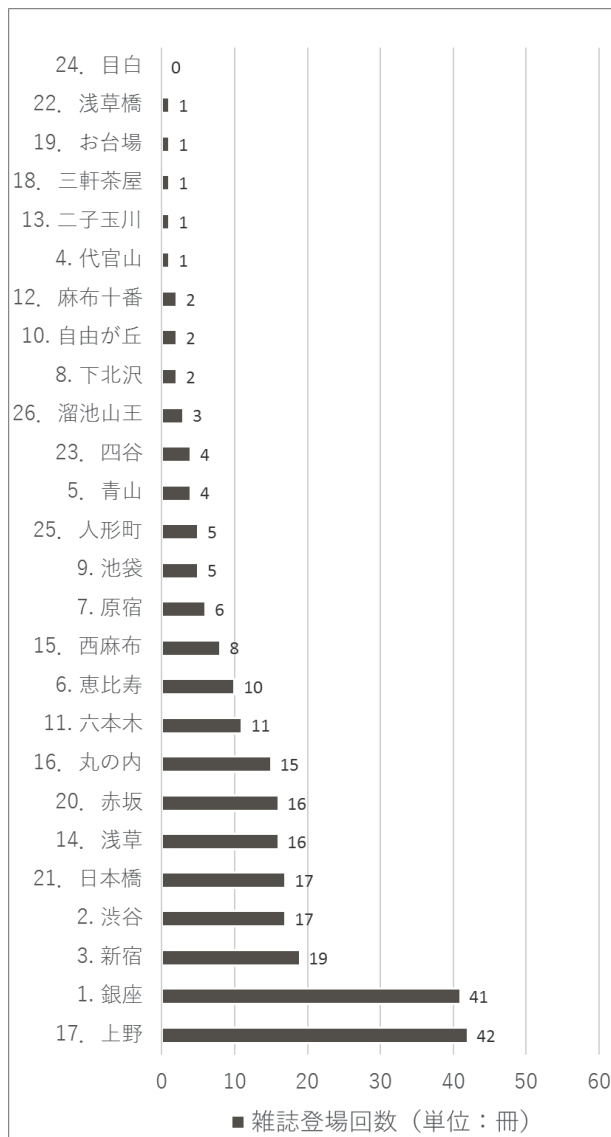


対象とした7年分の都市情報の場所データを合算し、注目エリアへの登場回数をみていく。登場回数が最も多かったのは青山の59回で、次いで銀座の51回となった。渋谷・六本木・原宿など、主な商業集積エリアの登場回数が多くなっている。女性向け情報誌で度々取り上げられる自由が丘の登場回数はそれほど多くはないのが対照的である。アートやイベント情報に関して、後述する2誌に比べ、大々的に行われるような展覧会の情報よりもやや個性的な個展等の情報や、新店のオープニングパーティの情報が多く、ますます渋谷区・港区の情報が掲載された印象がある。

図 4-5 注目エリアへの登場回数

・サライ 発行：小学館 月刊 対象：50～60代男性

『サライ』は1989年9月に創刊した50～60代の男性に向けたライフスタイル誌である。食や旅行、芸術、文化などについてホンモノ志向の情報を掲載している。トレンド情報の内容は薄い一方、時間やお金に余裕のあるシニア層が満足できるような高いクオリティの情報を発信している。



対象とした7年分の都市情報の場所データを合算し、注目エリアへの登場回数をみていく。登場回数が最も多かったのは、上野の42回で、次いで銀座の41回となった。上野には美術館や博物館が集積しており、そのような展覧会情報をコンスタントに掲載していることが登場回数の増えた一因と考えられる。また他2誌と比べ浅草の登場回数がやや多いが、『サライ』の誌面では下町や江戸文化に関連付けた情報が度々紹介される傾向にあり、浅草の登場回数が伸びたと推察される。浅草橋の登場回数が1回というのはやや意外な結果であった。原宿の登場回数は6回と、『BRUTUS』と比べかなり少ない。

図 4-6 注目エリアへの登場回数

・クロワッサン 発行：マガジンハウス 月2回刊 対象：40~50代女性

『クロワッサン』は1977年4月に創刊した40~50代の女性に向けたライフスタイル誌である。美容や健康、ファッションのほか節約や家事など女性の暮らしに身近で生活感のある情報が数多く掲載されている。

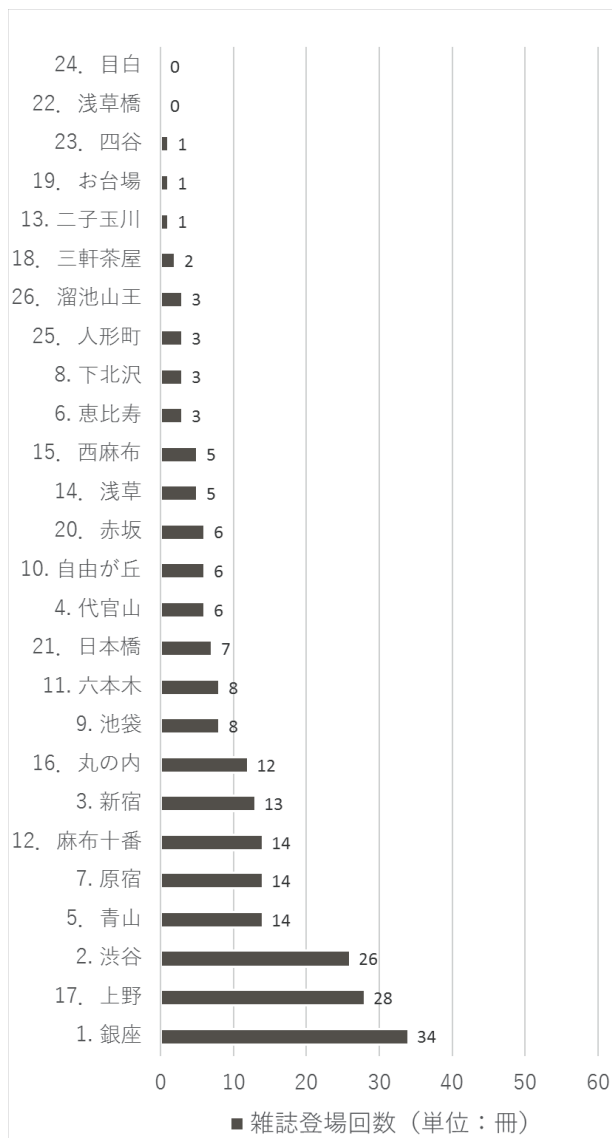


図 4-7 注目エリアへの登場回数

対象とした7年分の都市情報の場所データを合算し、注目エリアへの登場回数をみていく。ほかの2誌と比べて全体的にみても都市情報を扱う件数が少なかったため、エリアの登場回数もやや少ない。登場冊数が最も多かったのは、銀座の34回で、次いで上野の28回となった。上述の『サライ』と同様、展覧会などのイベント情報に関する連載があり、上野、またBunkamuraのある渋谷の登場回数を伸ばす要因となっていると考えられた。『サライ』と比較して、青山・原宿の登場回数はやや多かった。

4.2.2. 全体の変遷

以下では、注目度の高いとされる各エリアが、ライフスタイル誌3誌においてどのような登場回数の変遷をとったかについて示していく。

・1994年のエリア分布

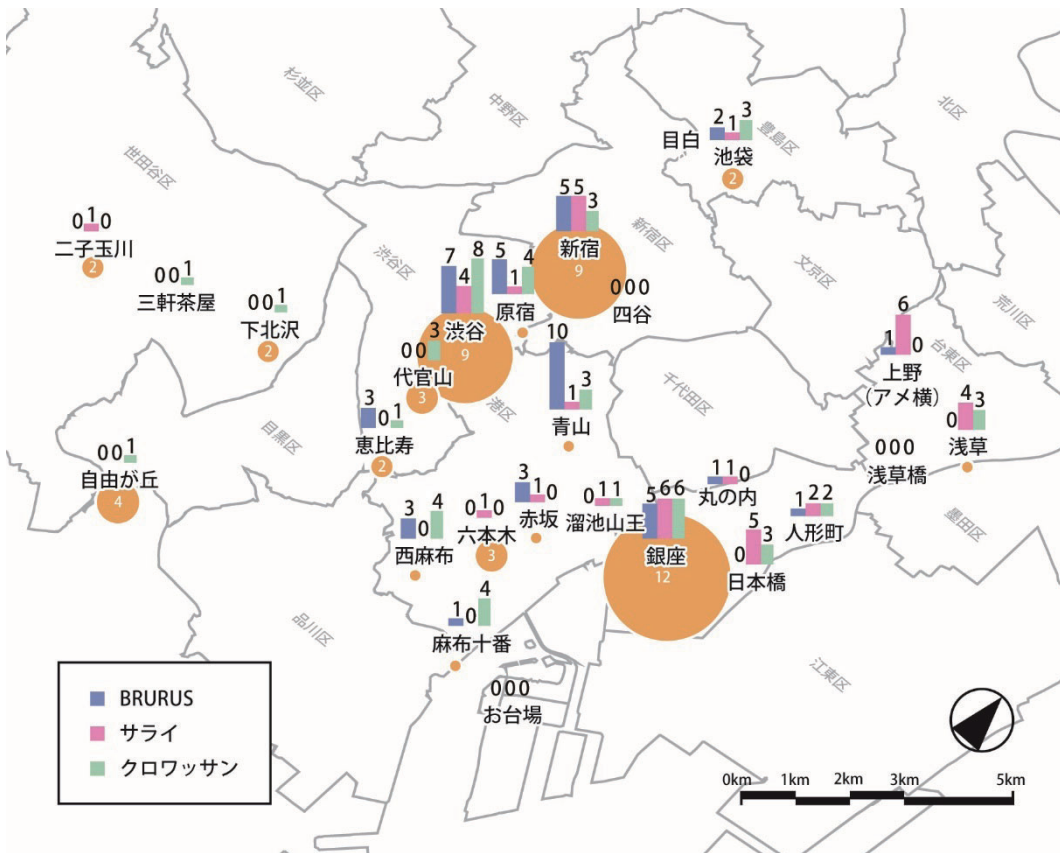


図 4-8 1994年の各エリア登場回数

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

- 1994年では銀座・渋谷の登場回数が多くみられる。
- 自由が丘・三軒茶屋・下北沢では男性誌への登場はみられなかった。
- 『サライ』の登場エリアはやや東側に偏りがみられる印象である。
- お台場・四谷への登場はみられなかった

・1998年のエリア分布

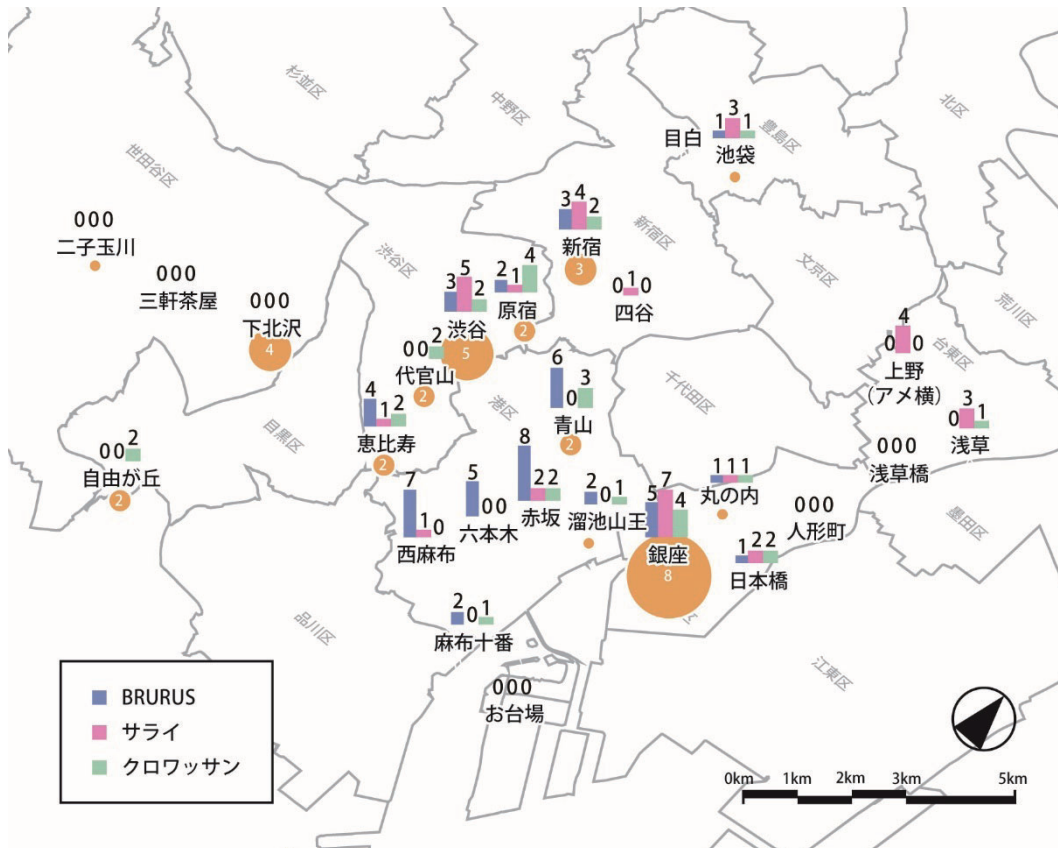


図 4-9 1998年の各エリア登場回数

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

- 1994年と変わらず、銀座、渋谷の登場回数は安定している。
- 『BRUTUS』では1994年と比較して港区内のエリアへ登場が増えている。
- 世田谷区内の3エリア、お台場・人形町の登場は3誌を通してなかった。

・2002年のエリア分布

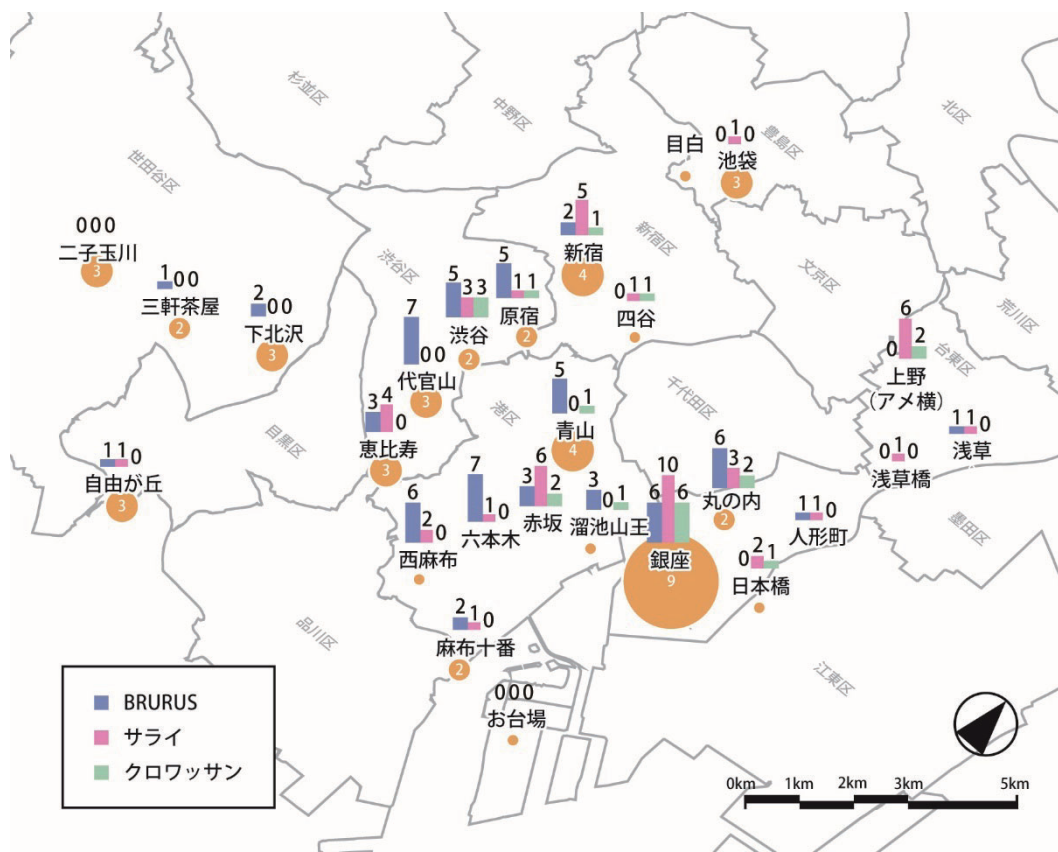


図 4-10 2002年の各エリア登場回数

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

- ・引き続き銀座・渋谷の安定した登場がみられる。
- ・『BRUTUS』において1994年・1998年と登場がみられなかった代官山が、2002年では最も多い登場回数となっている
- ・『サライ』において上野の堅調な登場が続いている。
- ・二子玉川、お台場の登場は3誌を通してなかった。

・2006年のエリア分布

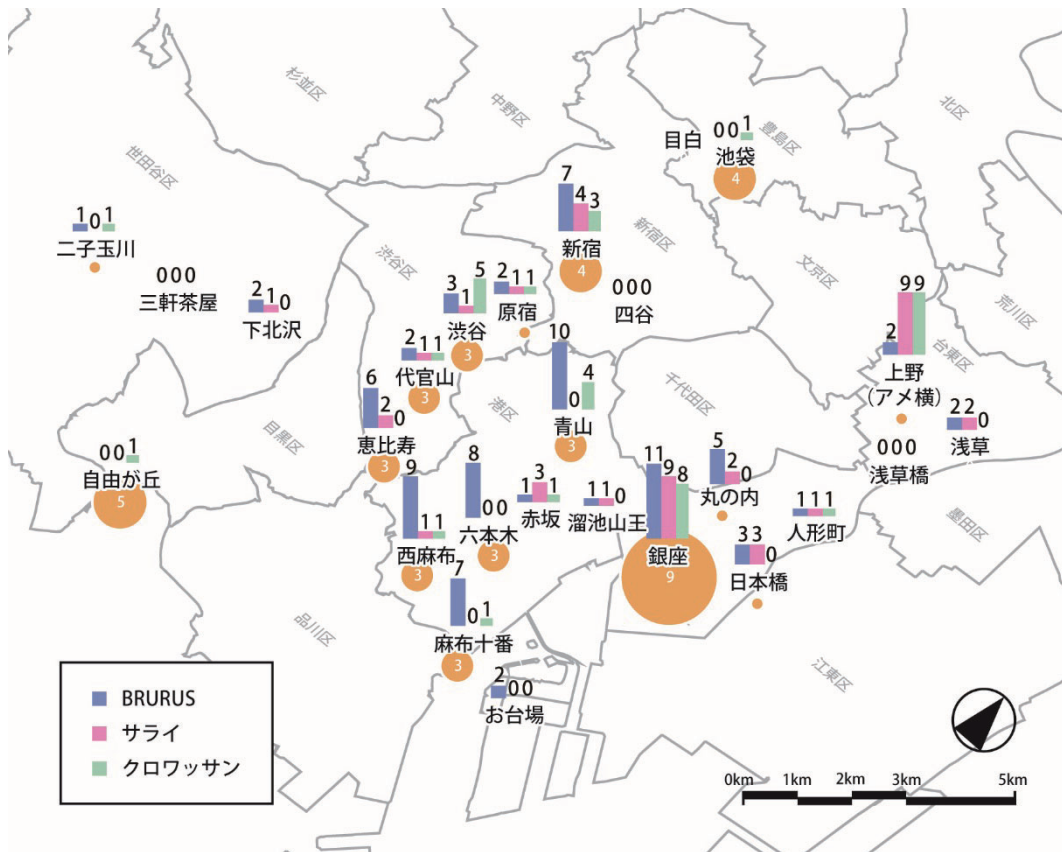


図 4-11 2006年の各エリア登場回数

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

- ・ 銀座など全体的にエリアの登場回数がこれまでと比べて多くみられる。
- ・ そもそも情報の登場回数が少ない『クロワッサン』においてこれまで3回以上登場してこなかった上野が9回登場している
- ・ 三軒茶屋・四谷の登場は3誌を通してなかった。

・2010年のエリア分布

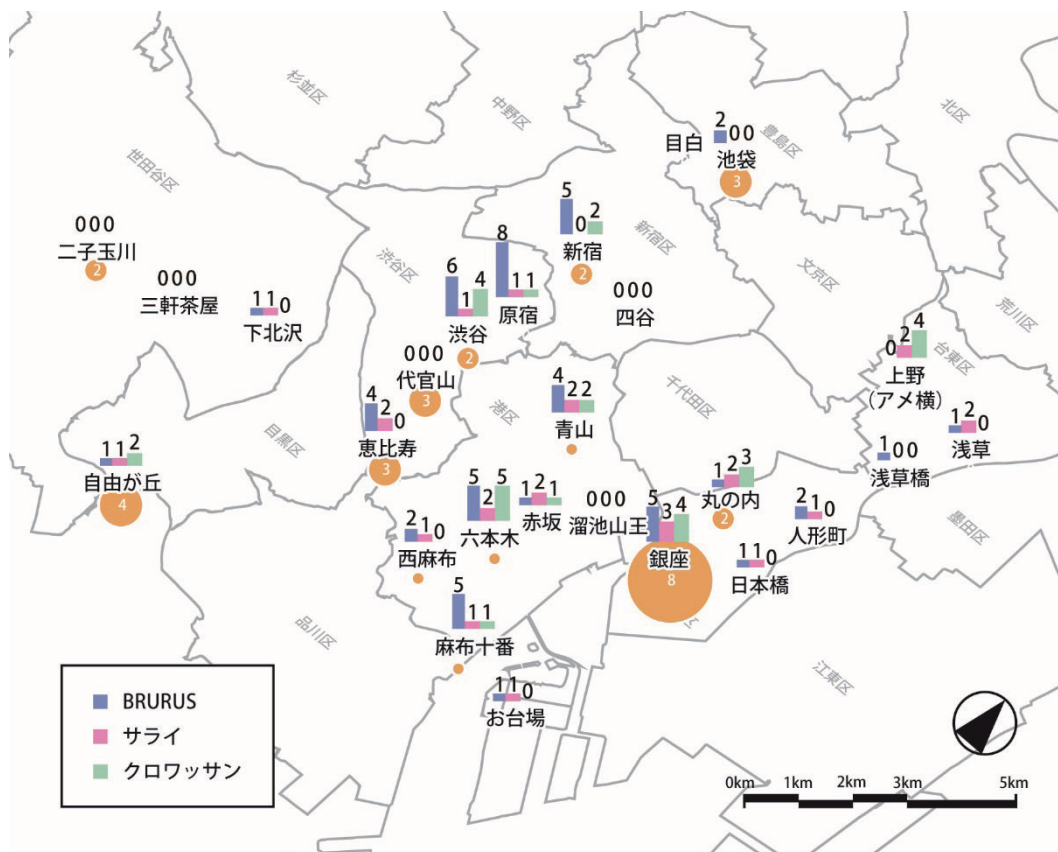


図 4-12 2010年の各エリア登場回数

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

- 2006年と比べ、全体的に登場回数が少なくなっている中でも、銀座は3誌を通して安定して登場している。
- 二子玉川・三軒茶屋・四谷・代官山・溜池山王の登場は3誌を通してみられない。

・2014年のエリア分布

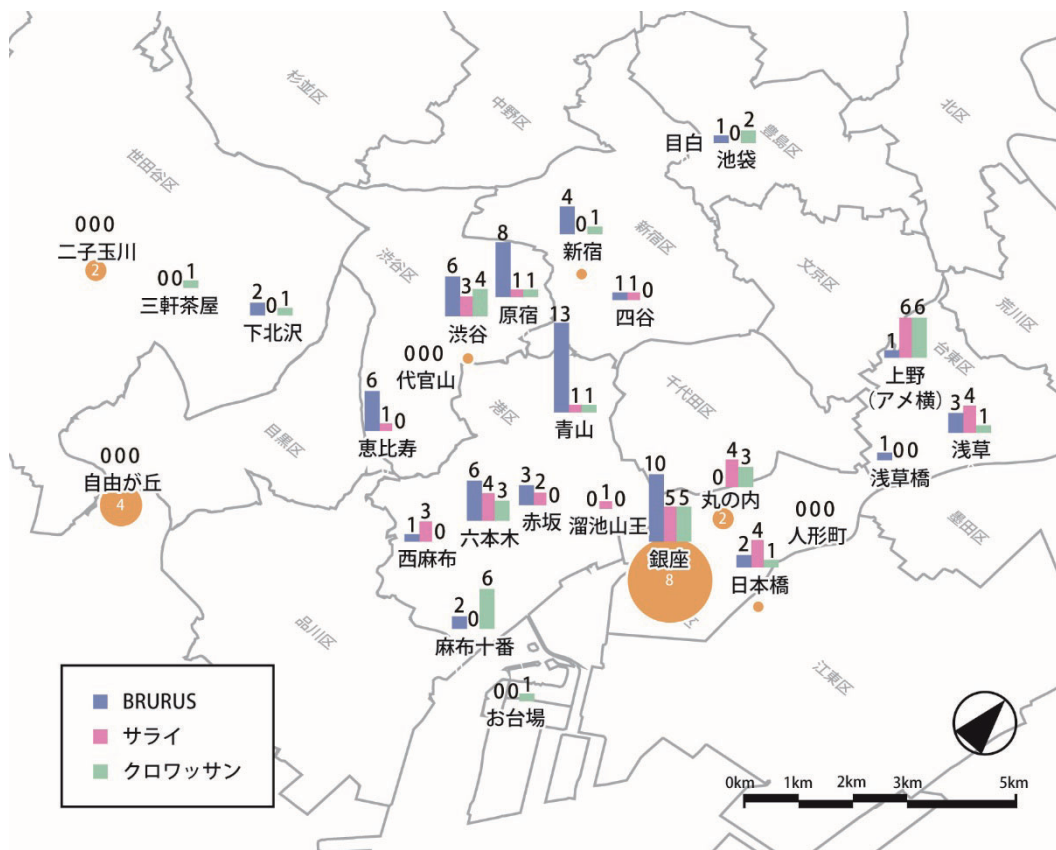


図 4-13 2014年の各エリア登場回数

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

- ・ 『BRUTUS』において青山の登場回数が2010年と比べ多くなっている。
- ・ 『クロワッサン』の分布がまんべんなく広がっているのに対して、やはり『サライ』では東側より、『BRUTUS』では西側よりの情報が多く登場する傾向にある。
- ・ 二子玉川・自由が丘・代官山・人形町の登場は3誌を通してなかった。

・2018年のエリア分布

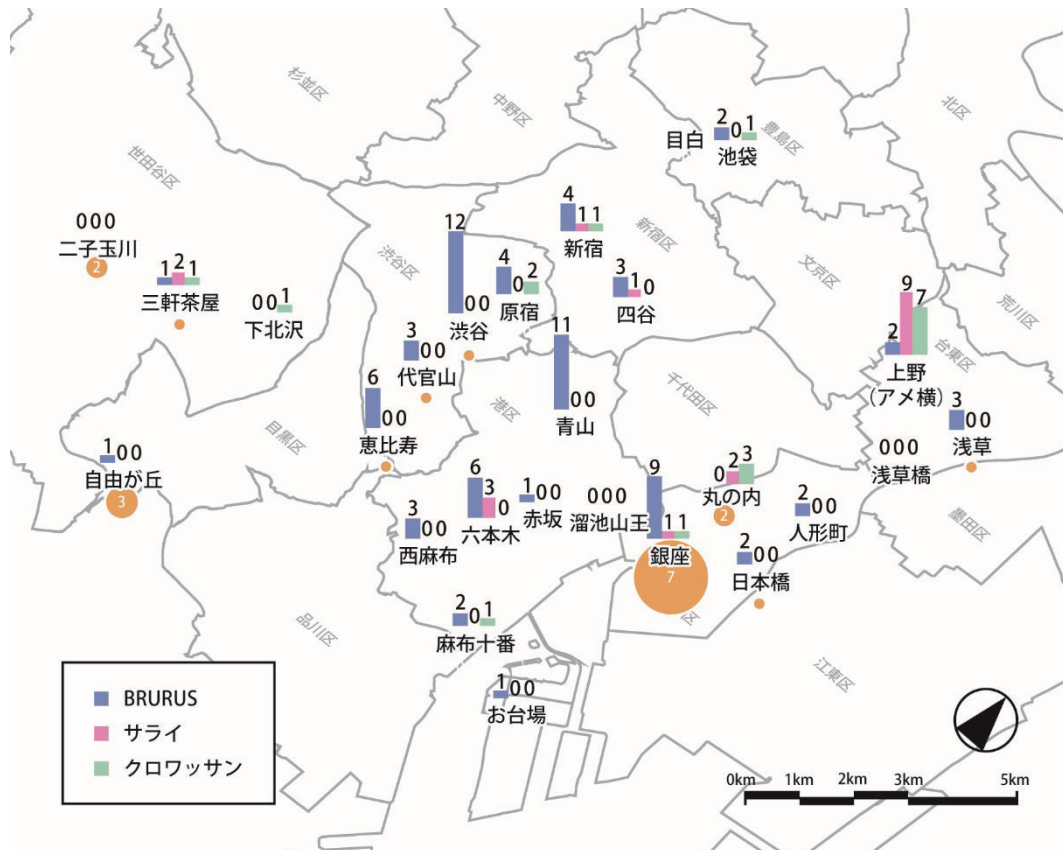


図 4-14 2018年の各エリア登場回数

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

- ・ 『サライ』『クロワッサン』でのエリアの登場が全体的に少ない。
- ・ 二子玉川・溜池山王・浅草橋の登場は3誌を通してなかった。

4.2.3. 各エリアの登場回数の変遷

以下では、1994年～2018年における各エリアの登場回数の変遷について、その結果を明らかにしていく。

エリア情報誌での登場回数と同じように、ライフスタイル3誌においても「銀座」の登場回数は多く安定している。「銀座」に関してはどの年においても3誌への登場があり、いずれかの雑誌にのみ偏って登場するエリアではないことがわかる。特に、2006年までは年間15回以上の登場がみられた。

「渋谷」についても安定して各年10回以上の登場があり、2018年を除いては3誌全てに登場している。

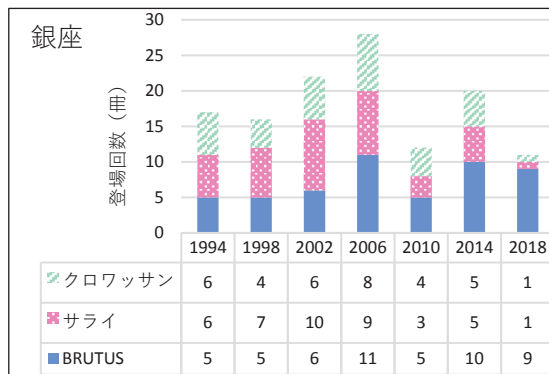


図 4-15 銀座エリアへの登場回数

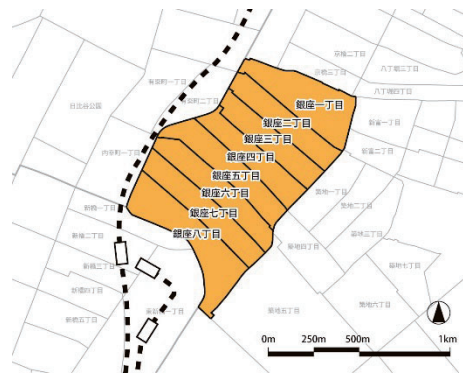


図 4-16 銀座エリア詳細図

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

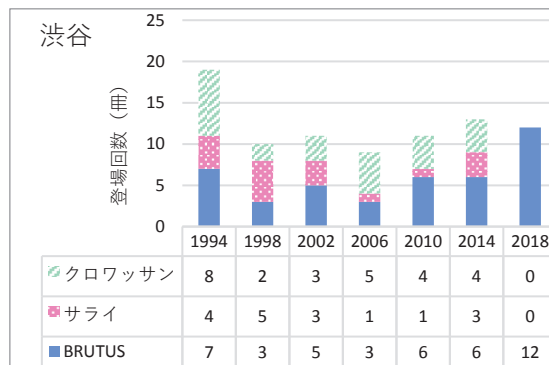


図 4-17 渋谷エリアへの登場回数

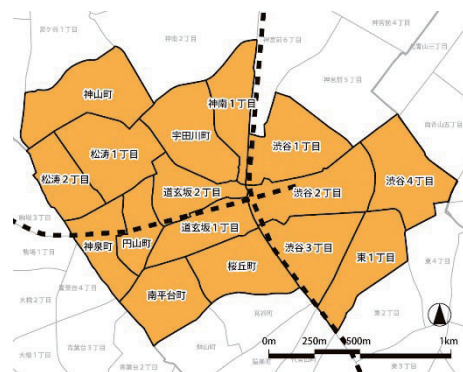


図 4-18 渋谷エリア詳細図

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

第4章 ライフスタイル誌における都市情報

「上野」は、エリア情報誌ではとりたてて多く登場したエリアではなかったが、ライフスタイル3誌の中では7年間の登場回数の合計が「銀座」、「渋谷」、「青山」に次いで4番目に多く存在感のあるエリアだと言える。しかし『BRUTUS』への登場回数は比較的少なく、登場したのはそのほとんどが他の2誌である。特に『サライ』では7年全てで登場している。

「浅草」についても、1994年・1998年では同じような偏りが見られたが、2002年以降は『BRUTUS』内でも継続的に取り上げられ、その回数は「上野」を上回っている。

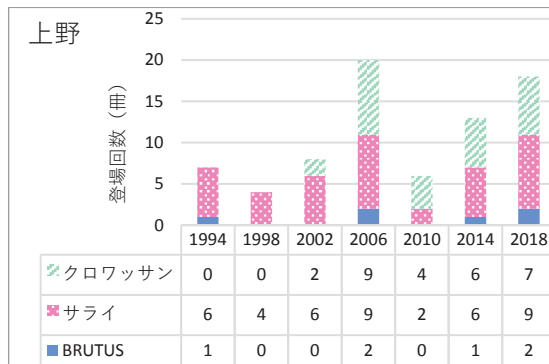


図 4-19 上野エリアへの登場回数

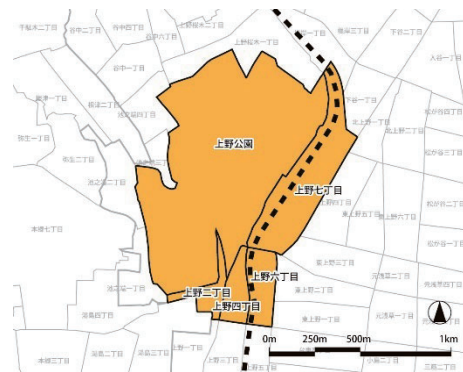


図 4-20 上野エリア詳細図

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

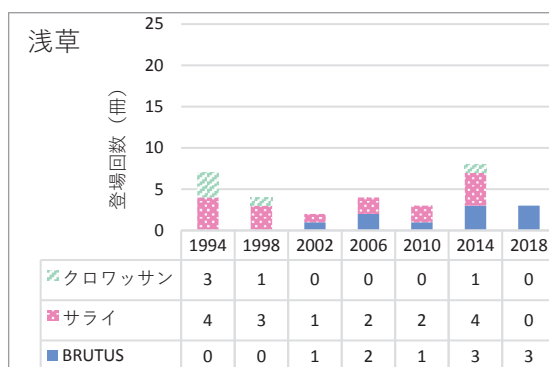


図 4-21 浅草エリアへの登場回数

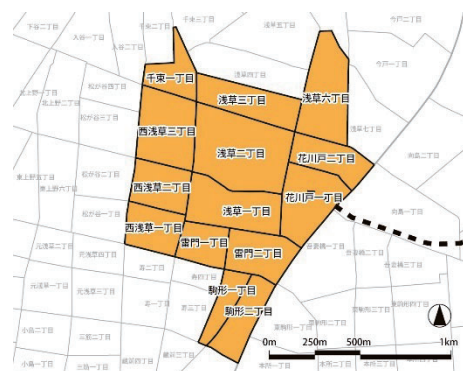


図 4-22 浅草エリア詳細図

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

第4章 ライフスタイル誌における都市情報

「青山」は7年間の登場回数の合計が3番目であったが、そのうち『BRUTUS』への登場が占める割合が比較的高い。特に『サライ』で扱われる都市情報について、展覧会等の情報も多く、美術館のある「上野」や「渋谷」は定期的に登場するが、「青山」ではそれがみられず、登場の無い年のほうが多くなっている。^b

「原宿」では2010年・2014年には『BRUTUS』での登場回数が多く、全体に占める割合も多いが、他の2誌での登場が全くみられないというわけではない。

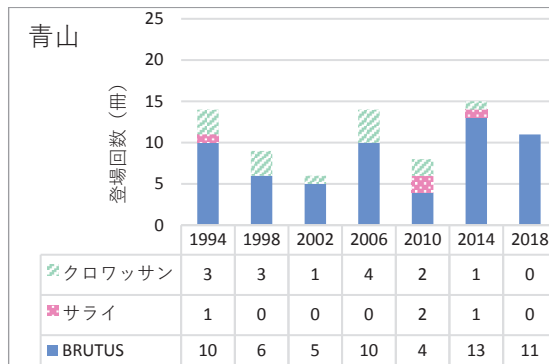


図 4-23 青山エリアへの登場回数

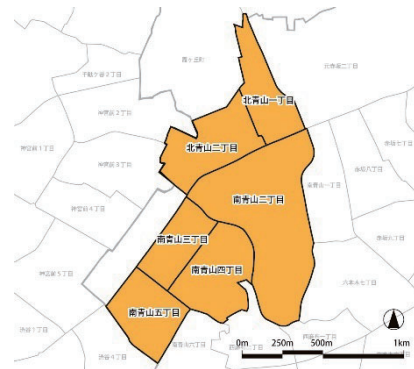


図 4-24 青山エリア詳細図

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

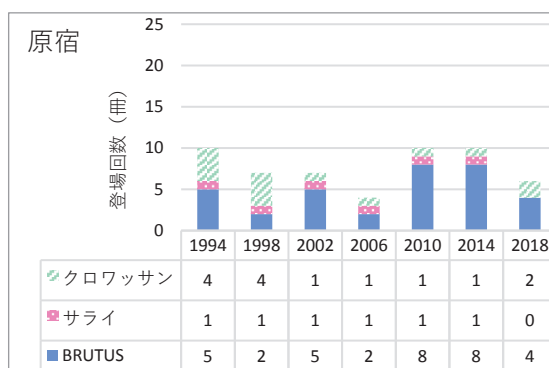


図 4-25 原宿エリアへの登場回数

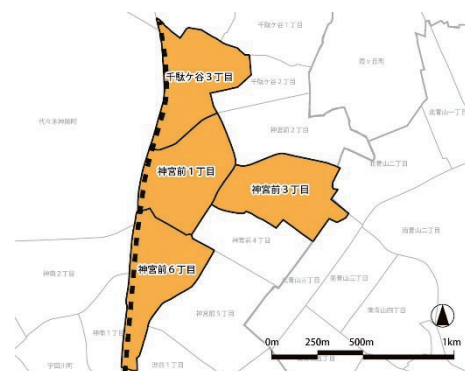


図 4-26 原宿エリア詳細図

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

^b 根津美術館などのある南青山6丁目は、今回のエリア分けでは「表参道」に分けられる。

第4章 ライフスタイル誌における都市情報

「自由が丘」は第3章でみたようにエリア情報誌の『Hanako』においてかなりの頻度で登場するエリアとなっているが、ライフスタイル誌では登場の回数は少ない。「自由が丘」がかろうじて『クロワッサン』へ登場する年もあるが、男性誌の2誌では登場が圧倒的に少なくなっている。

また「二子玉川」についてもエリア情報誌では定期的な登場があったが、ここではわずかに3回の登場しかみられなかった。

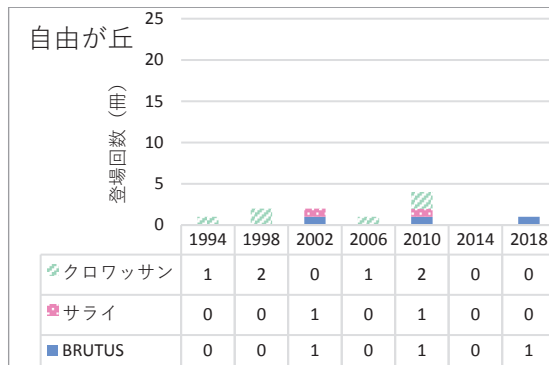


図 4-27 自由が丘エリアへの登場回数

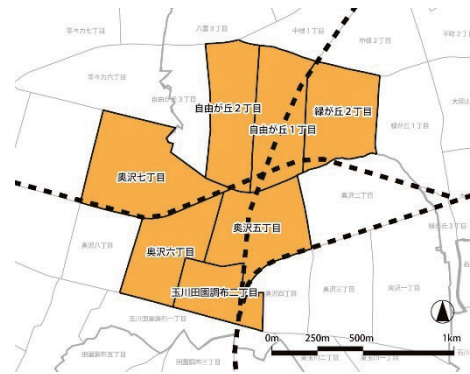


図 4-28 自由が丘エリア詳細図

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

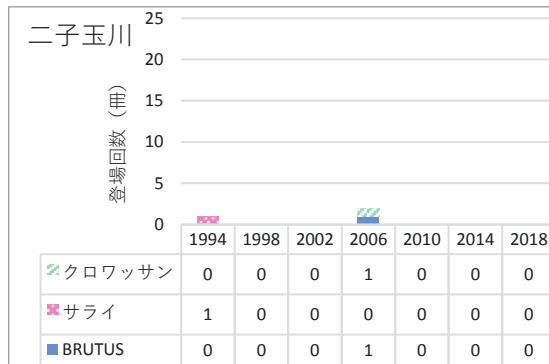


図 4-29 二子玉川エリアへの登場回数

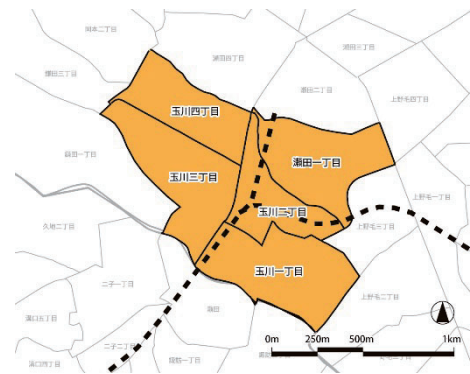


図 4-30 二子玉川エリア詳細図

(出所：背景地図として国土地理院の基盤地図情報を使用)

その他、「下北沢」「三軒茶屋」「お台場」「浅草橋」「四谷」「溜池山王」は、3誌を合計した登場回数が年5回を超える年がないなど、どの雑誌においてもあまり取り上げられない傾向となった。

参考として、以下に示すのは3誌を通した各エリアの登場回数の合計数の推移である。

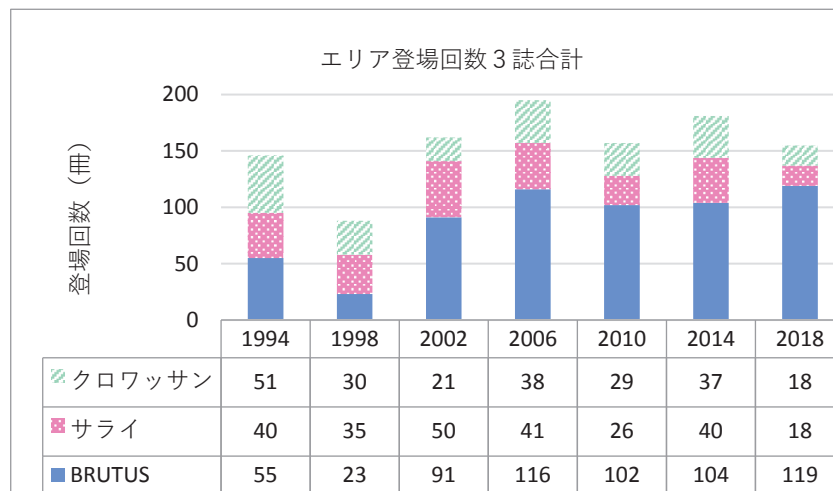


図 4-31 注目度の高いエリアへの登場回数（合計）

1994年・1998年を除いて『BRUTUS』における登場回数の占める割合が高くなっていることが分かる。全体の合計数の推移としては、1998年から登場回数が増加し2006年に195回の登場回数がみられた。2010年において登場回数が一度下がるものの2014年は増加がみられる。このような雑誌面上の登場回数推移と比較的似ているような動きは、「銀座」、「上野」においてみられた。他のエリアでは2002年の登場回数が少ないものの2006年の登場回数は多く、それ以降は前述の2エリアと同じような動きをするパターンが多く見受けられた。いずれも2006年から2010年への落差が読み取れた。^c

4.2.4. 考察

注目度の高いエリアの登場回数の推移について、基本的に全体の合計数の推移に似た動きをするものは、特に個別の事象や原因によってそのエリアが取りあげられたり、取り上げられなかったりするといった例ではないと考えられる。全体の合計数の推移については、その年あるいはその前年の景気や経済状況によって、「広告数が減ると記事数も減る」という連動を、仮説的に言えるのではないだろうか。



図 4-32 景気動向指数と、都市情報に関する記事の3誌合計数（筆者作成）
（出典：内閣府「景気動向指数長期系列」）

また、個別のエリアを見てみると、エリア情報誌・ライフスタイル誌3誌のいずれにおいても「銀座」の登場回数は一番、あるいは二番目に多い結果となった。ここで、仮説①・対象読者や誌面の特徴が異なる各雑誌に共通して現れる街やエリアが存在する、について検証された。「渋谷」の登場回数については、3誌いずれにおいても三番目、あるいは四番目に多いといったところで、安定感はあるものの、「銀座」ほど全ての年齢で高く支持されているという結果にはならなかった。このことについては、やはり街の持つイメージが大きく作用していることと考えられる。糸山ら(2002)²のイメージ研究によると、銀座は「高級」といったイメージをもつ一方、「渋谷」は「高感度」や「ウラ」といったイメージと共に表現されてきた。この「高級」というイメージは幅広い世代・性別に受容されるのに対し、「高感度」「ウラ」といった流行やトレンドを連想させるイメージは、ある年齢層より上の世代にとっては、響かないイメージになってくると考えられる。

4.3. 誌面で取り上げられるエリア

4.3.1. 各雑誌で掲載されるエリア記事

『BRUTUS』『サライ』『クロワッサン』の各誌面において、2ページ以上にわたり特定のエリア名を冠して地域の紹介がなされた記事について調査した。

『BRUTUS』では、1994年・1998年に「渋谷」「新宿」「赤坂」などの繁華街についてエリア記事が掲載されているが、2010年以降は主に下町と呼ばれる地域についてのエリア記事が目立つ。特に2010年は東京スカイツリー建設に伴い、「東京の東へ DEEP EAST, DEEP FOOD」(『BRUTUS』,2010.08.16)という、東側にフィーチャーするような特集号があった。

『サライ』では、各年を通して「下町」や「江戸」、「文豪」といったキーワードに対するエリア記事の掲載が目立った。こちらも東側に関するエリア記事がほとんどとなり一般的な繁華街である「渋谷」や「六本木」などに対するエリア記事は無い。東京スカイツリー建設以降に、「東京スカイツリー」「向島」が取り上げられているものの、基本的には1994年から2018年までエリア記事が書かれる地域の傾向に大きな変化はない。

『クロワッサン』では、1994年に複数のエリア記事が掲載されているが、その後はあまり見当たらず、2002年・2010年に「銀座(東京)」が、2014年に「浅草」が登場するのみとなり、こちらも特に1994年から2018年までエリア記事の傾向に大きな変化はない。

4.3.2. 考察

このように各誌面上でしばしばエリア記事が掲載されるが、取り上げる回数など情報の絶対量自体は第二節で調査した従来紹介されてきたエリアに比べて格段に少ない。「青山」や「渋谷」の都市情報は多量に掲載するものの、かといってそれらのエリアについて個別の記事として取り上げることはせず、東側にある比較的小さな下町エリアについての紹介を好む傾向にある。

また、前章のエリア情報誌では紹介するエリアの細分化は好まれず、拡大傾向にあったが、ライフスタイル誌のエリア記事では、むしろ細分化したニッチな情報を取り上げる傾向にあることがわかった。

ところで、各誌で掲載されるエリア記事に関して、2006年の『サライ』で、また2010年の『BRUTUS』で「谷根千」が取り上げられていることに注目したい。^d前章の『Hanako』の調査においても、2018年に「新しく登場したエリア」として初めて「谷根千」が特集されている。この「谷根千」については、何か特別な開発や空間的変容が起きたために特集されたわけではない。例えば、同じ下町でも「押上」「曳舟」などは、スカイツリー完成前後から特集されるようになり、その後も『BRUTUS』では墨田区などの下町がフォーカスされる傾向が近年続いている。

広義で言えば、「谷根千」も、スカイツリーに端を発する昨今の「下町ブーム」の影響がないとは言い切れないものの、基本的には時間の経過の中で「谷根千」の取り組みや街そのものをメディアが「発掘（再発見）」し、取り上げるようになったといえる。このことから、仮説②・実際の都市における開発の動きによらない、雑誌上特有の都市像の動きがある。について、立証された。

何度も述べていることだが、雑誌メディアからすると読者にとっての「新鮮さ」は大きな関心である。一番簡単な方法は、新しくできたものやコトの紹介であるが、第二章の裏原宿の事例で紹介したように、雑誌メディアはしばしば新たに街のイメージやストーリーを創造しようとする。「谷根千」は、メディアが0から創り出したイメージではないが、このように開発などダイナミックな動きがない街も、雑誌を通した都市像の上には突如として現れることがある。

^d 次頁の表4-2を参照。

第4章 ライフスタイル誌における都市情報

表 4-2 各雑誌におけるエリア記事の変遷（1年に複数回登場の場合は集約）

	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018
サライ	日本橋 東京駅 アメ横 銀座 神田	田畑 谷中・千駄木 本郷 銀座	北千住	浅草 上野・湯島 両国・柳橋 谷根千 向島 月島・佃 吉原 本郷 根岸・日暮里 神田・お茶の水 柴又 銀座	銀座・築地・ 勝どき・佃・深川 神保町 銀座	日本橋 東京駅 日本橋 浅草 向島 東京スカイツリー	神保町
クロワッサン	業平・両国 柳橋・ 日本橋小舟町 神田 王子 雑司が谷		銀座並木通り		東京・銀座	浅草	
BRUTUS	渋谷 神保町 新宿二丁目	新宿 新宿二丁目 赤坂			押上 馬喰町 御徒町 谷根千 浅草 十間橋 向島・京島 未広町 北千住 立石 錦糸町 上野・御徒町 日暮里・三河島・ 三ノ輪 人形町 神田 曳舟 両国 鶯谷 吉原 秋葉原 清澄白河・ 吾妻橋 蔵前 浅草橋 神保町 山谷 辰巳		小津橋 深川 東京スカイツリー 築地市場 神田 銀座 玉の井 曳舟 押上 御茶ノ水 神保町 大森

4.4. 都市情報の分布

以下では、ライフスタイル誌に掲載された都市情報に関する住所データを、QGISを用いてプロットし、ヒートマップ・凸包ポリゴンを作成していく。これにより、都市情報の地理的な範囲、および各ジャンルの情報がどの場所に分布するのか、その偏り等を可視化し、考察していくことを目的とする。

4.4.1. 情報カテゴリ別の地理的分布

以下では、ライフスタイル誌に掲載された都市情報をカテゴリ別に分け、その地理的分布について明らかにしていく。

・レストラン・バー・カフェなど飲食店の情報 (r)

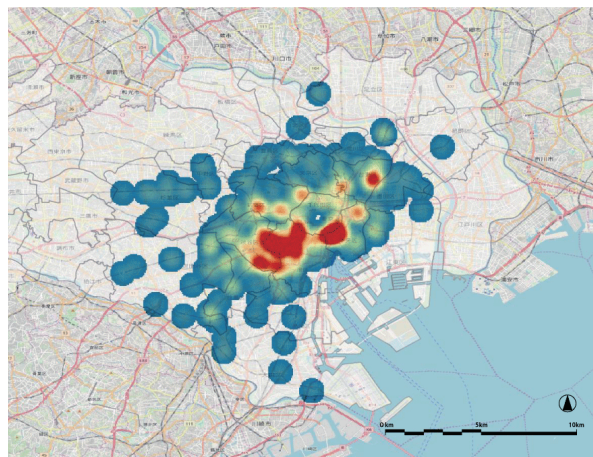


図 4-33 飲食店情報の分布

(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

渋谷区・港区を中心とした商業集積地域へ情報が密集していることが見て取れる。また、「銀座」を中心とする一帯、「浅草」を中心とする一帯での密集度合いも高くなっている。他には中央区「日本橋」周辺、新宿区「新宿」「四谷」「神楽坂」周辺、台東区「上野」周辺の飲食店情報が多い。

・ケーキ屋・和菓子屋・ベーカリー・八百屋などイートインしない飲食物販店

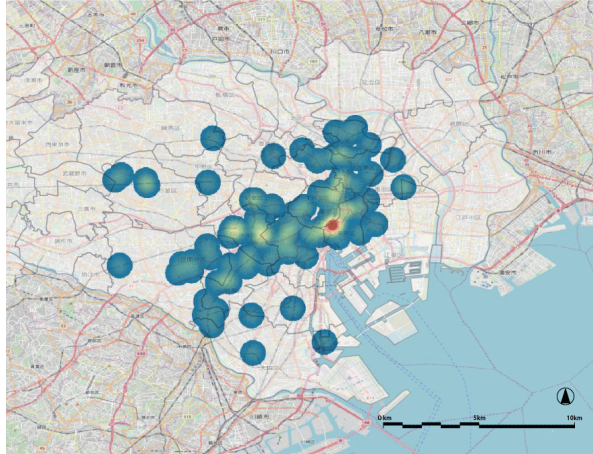


図 4-34 飲食物販店情報の分布

(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

「銀座」周辺への情報の密集が見て取れる。

・服屋・雑貨屋・インテリアショップ・本屋・コスメショップなど販売店

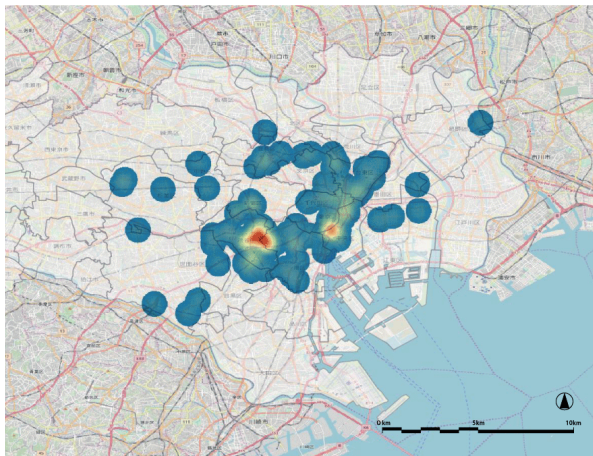


図 4-35 販売店情報の分布

(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

「渋谷」「原宿」「青山」にかけての一带に情報が集まっていることが見て取れる。また、「銀座」周辺にも情報は多い。

・展覧会・個展の情報、また美術館やギャラリーそのものの紹介

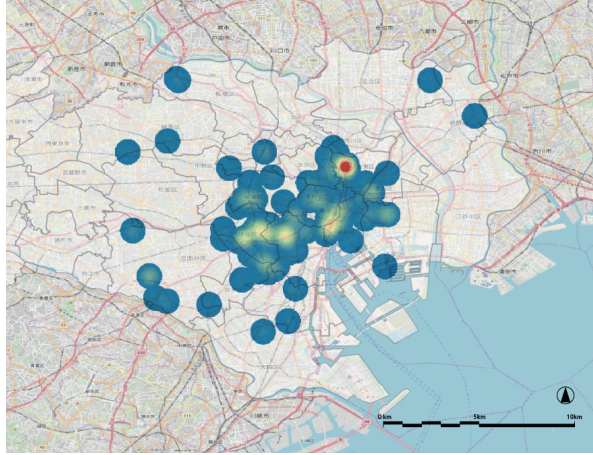


図 4-36 アートに関する情報の分布

(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

最も情報が密集しているのは多くの美術館を擁する「上野」周辺である。「渋谷」「原宿」「青山」にかけての一带、「銀座」周辺にも、やや情報は集積している。

・舞台・演劇・ミュージカル・コンサート・ライブなどシアター情報

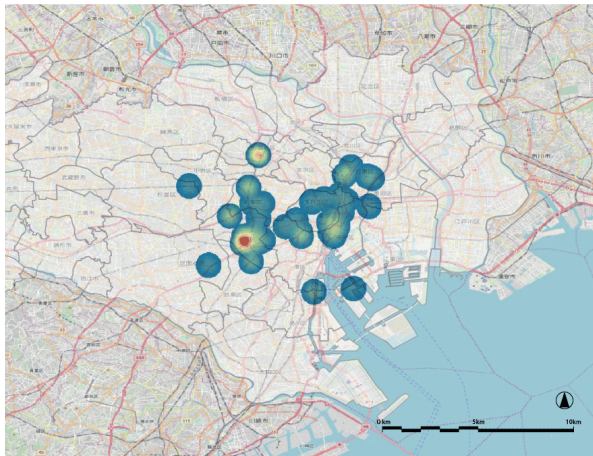


図 4-37 舞台・音楽に関する情報の分布

(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

シアターコクーンなどの施設がある「渋谷」周辺に情報が密集していることが見て取れる。また、「池袋」における集積は、東京芸術劇場の存在が一因となっていると考えられる

・サーカス・フェア・古書市などイベント情報とそのレポート

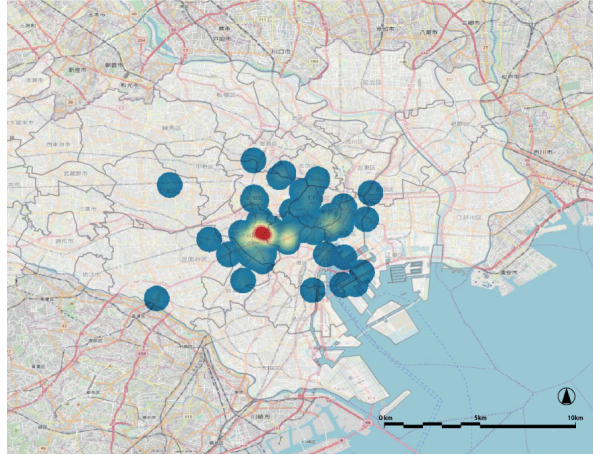


図 4-38 イベントに関する情報の分布
(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

「渋谷」周辺への情報の密集が見て取れる。

・美容室・エステ・スクール・動物園・公園・寺社仏閣・観光などサービス情報

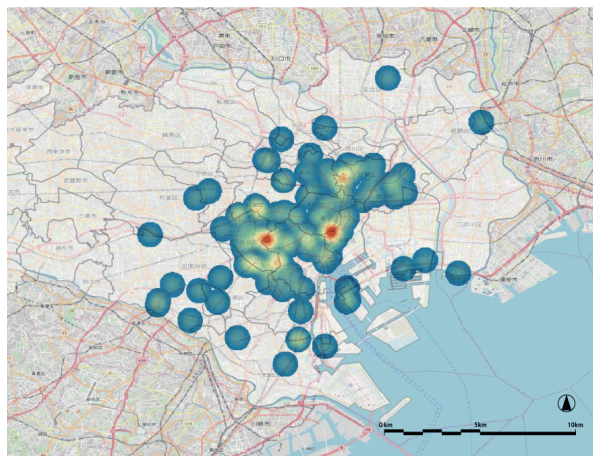


図 4-39 サービス・観光に関する情報の分布
(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

「銀座」周辺、また「渋谷」周辺に情報の分布が密集している。また、「上野」周辺や「新宿」にも情報が多く分布している様子がわかる。

4.4.2. 都市情報の地理的範囲

以下では、都市情報の住所情報を地図上にプロットし、凸包ポリゴンを作成することにより、各年で紹介される3誌を合計した都市情報の地理的な範囲を明らかにする。

表 4-3 凸包による紹介範囲面積(1994・1998)

	1994年	1998年
紹介範囲	473.8766km ²	232.1548km ²

■ 1994年 ■ 1998年

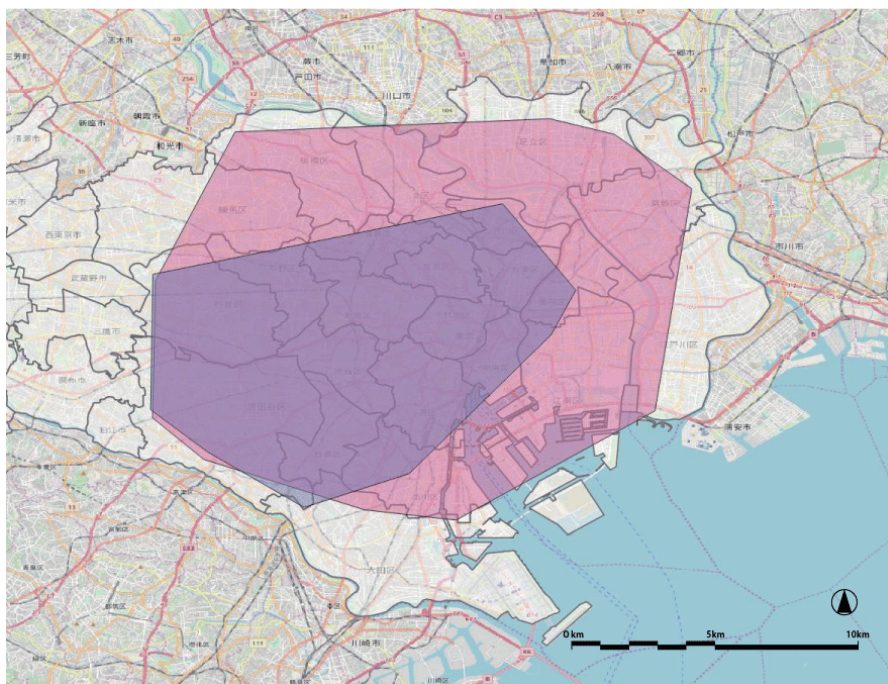


図 4-40 凸包による紹介範囲(1994・1998)

(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

1994年から1998年を比較すると、都市情報の地理的な範囲は狭まった。特に、1998年では江戸川区・葛飾区・足立区・板橋区・練馬区の情報で紹介がなかった。

表 4-4 凸包による紹介範囲面積(1998・2002)

	1998年	2002年
紹介範囲	232.1548km ²	337.9394km ²

■ 1998年 ■ 2002年

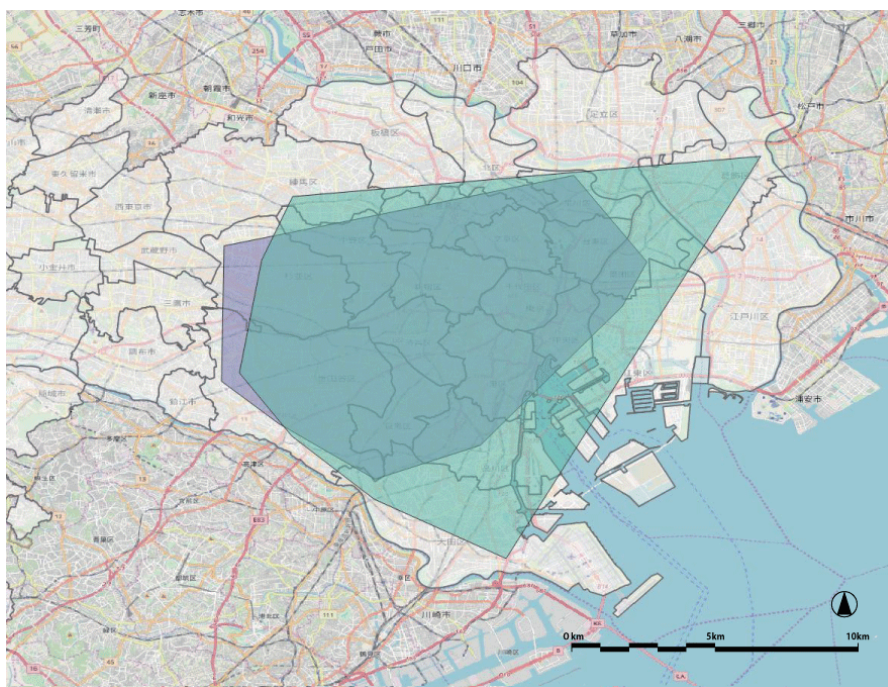


図 4-41 凸包による紹介範囲(1998・2002)

(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

1998年から2002年を比較すると、都市情報の地理的な範囲は広まった。再び葛飾区・練馬区の情報が掲載され、また、大田区の南側の情報が扱われた。1998年に引き続き北部の情報があまり紹介されない傾向にある。

表 4-5 凸包による紹介範囲面積(2002・2006)

	2002年	2006年
紹介範囲	337.9394km ²	378.8347km ²

■ 2002年 ■ 2006年

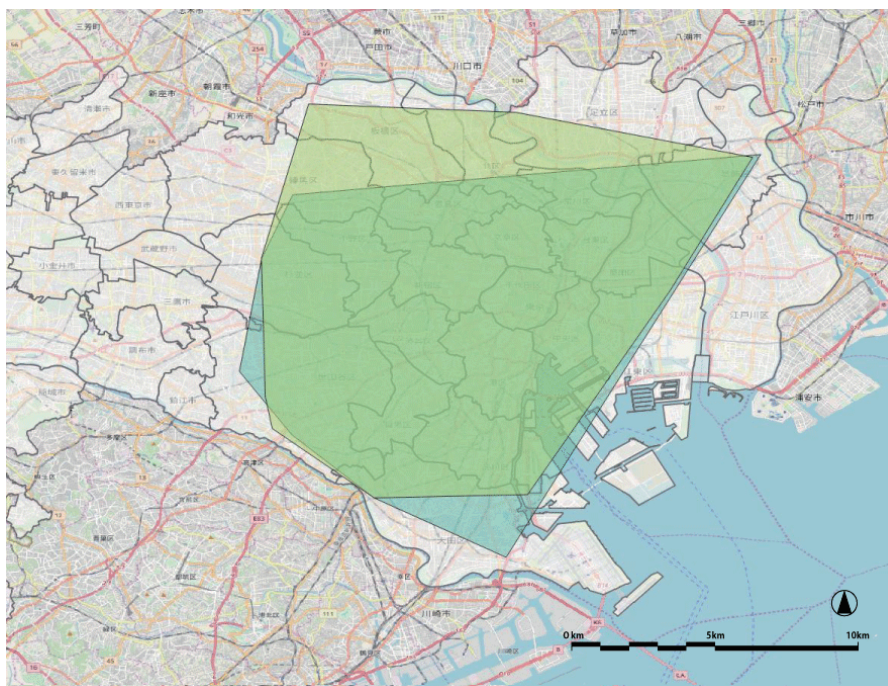


図 4-42 凸包による紹介範囲(2002・2006)

(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

2002年と2006年を比較すると、都市情報の地理的な範囲は広まった。2002年に比べ2006年の紹介範囲はやや北側にシフトした印象を受ける。

表 4-5 凸包による紹介範囲面積(2006・2010)

	2006年	2010年
紹介範囲	378.8347km ²	303.8308km ²

■ 2006年 ■ 2010年

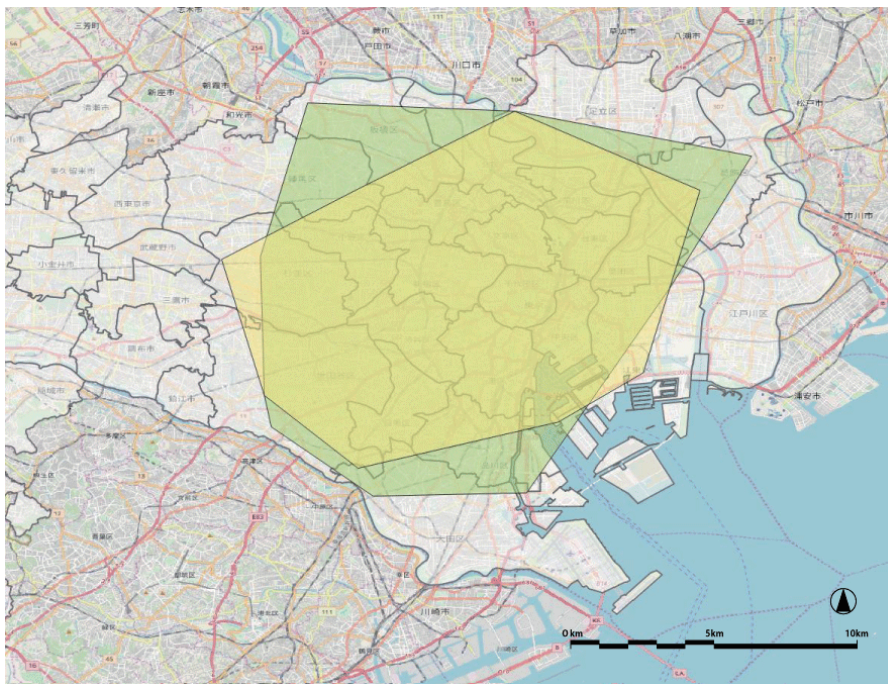


図 4-43 凸包による紹介範囲(2006・2010)

(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

2006年と2010年を比較すると、都市情報の地理的な範囲は狭まった。

表 4-6 凸包による紹介範囲面積(2010・2014)

	2010年	2014年
紹介範囲	303.8308km ²	248.7133km ²

2010年
 2014年

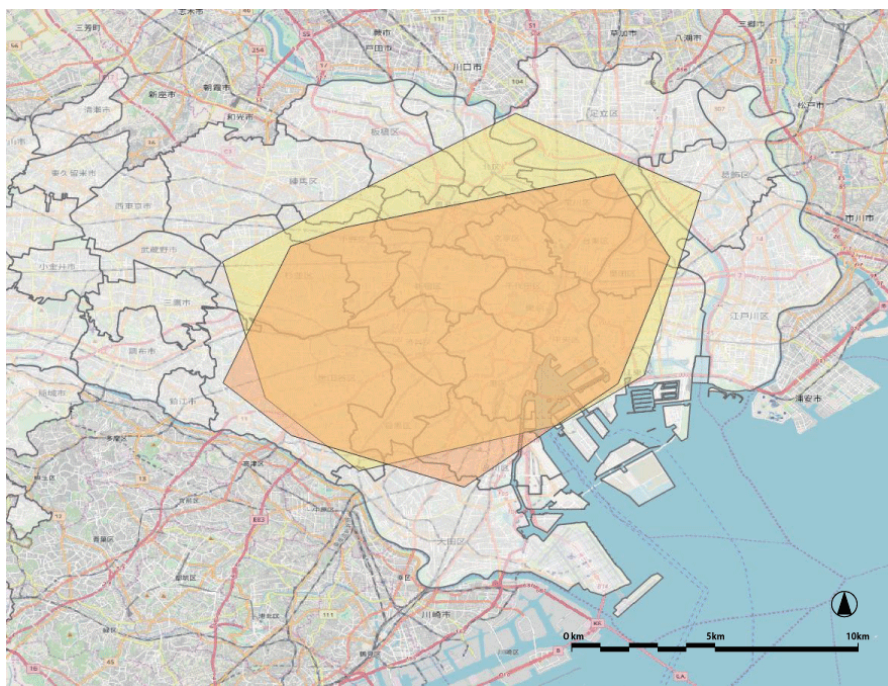


図 4-44 凸包による紹介範囲(2010・2014)

(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

2010年と2014年を比較すると、都市情報の地理的な範囲は狭まった。

表 4-7 凸包による紹介範囲面積(2014・2018)

	2014	2018
紹介範囲	248.7133km ²	232.1548km ²

 2014年  2018年

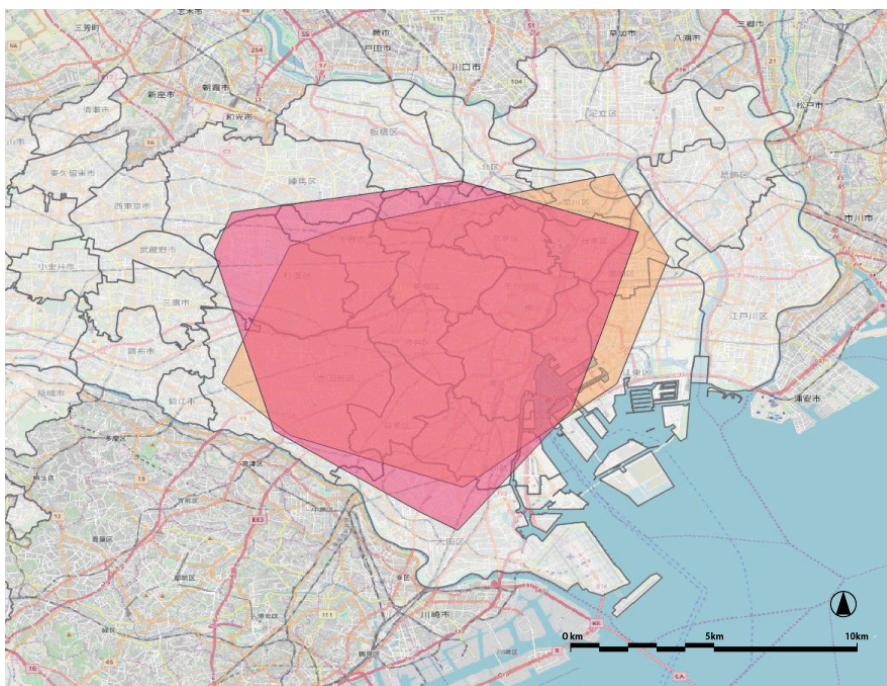


図 4-45 凸包による紹介範囲(2014・2018)

(背景地図 出所：© OpenStreetMap contributors)

2014年と2018年を比較すると、都市情報の地理的な範囲は狭まった。

4.4.3. 考察

都市情報のカテゴリ別にヒートマップを見ると、依然として従来紹介されてきた繁華街にその都市情報が集積していることがわかる。

例えば、美術館などのアート関連情報について、特に『サライ』『クロワッサン』は、あまり知られていないような個展の情報が雑誌上に掲載されることはほとんどなく、電車や新聞の広告で目にするような大規模な企画展を改めて紹介するといった、マスコミ的な役割となっている。それに従い、掲載情報の場所も自ずと大きな美術館に限定されてしまうため、結果として上野に情報が集中していると想像される。

『BRUTUS』では、それよりは小さくややプライベートな個展やイベントも紹介されるが、そのほとんどは渋谷・青山などの繁華街で行われるもので、地理的な範囲やカテゴリの分布を広げることにはつながらなかったと考えられる。

このことから、仮説③・近年の雑誌上では、従来型の商業集積地や消費活動の場と捉えられるようなエリアの存在感が低下している傾向にある。については、都市情報全体を通してみると依然として繁華街に位置する情報が多いため、立証されなかった。しかし、第三章で行ったエリア情報誌を対象とした調査では、エリアが特集される回数について、従来型の商業集積地を紹介する回数が減ったという傾向も明らかになっていることを付け加えておく。

地理的範囲の変遷を見ると、凸法による面積でみた場合1994年が最も広がっているが、近年の範囲を比較すると、年々縮小傾向となっている。

多メディア社会となり誰もが簡単に情報にアクセスできるようになったため、これまでリーチされてこなかった情報に関心が向かいやすくなることから、雑誌上においても地理的に離れた情報が扱われる傾向になるとの予測をしたが、仮説④・都市像の空間的範囲は広がっている。については立証されなかった。

4.5. 小結

本章ではまず、調査対象とするライフスタイル誌の選定と、その調査方法について定義し、実際にライフスタイル誌の中掲載される都市情報を抽出した。

第2節では、従来よく紹介されてきたエリアに従って都市情報を分類し、各雑誌でそのエリアに該当する情報が登場する回数や、登場回数の変遷などを明らかにした。その結果、「銀座」は雑誌媒体を問わず、またどの期間においても高頻度で登場するエリアであることがわかった。このことから、仮説①・対象読者や誌面の特徴が異なる各雑誌に共通して現れる街やエリアが存在するが立証された。

第3節では、個別の都市情報ではなく「エリアの紹介」として実際に誌面上で掲載されているエリアを、各誌ごとに明らかにした。その結果、エリア情報誌とは異なり、ライフスタイル誌においてはエリアを紹介する際に細分化したニッチな情報を紹介することがわかった。また、各誌で2006年以降に「谷根千」が紹介されていくことに着目し、仮説②・実際の都市における開発の動きによらない、雑誌上特有の都市像の動きがある。について立証した。

第4節では、都市情報の位置データをGIS上でプロットし、その情報のカテゴリごとに分布を明らかにするとともに、雑誌上で扱われる都市情報の空間的範囲を可視化した。その結果多くの情報が従来型の繁華街に集積していることがわかり、仮説③・近年の雑誌上では、従来型の商業集積地や消費活動の場と捉えられるようなエリアの存在感が低下している傾向にある。について、立証されなかった。また、都市情報の空間的範囲を凸包ポリゴンであらわした結果、近年では縮小している傾向にあることがわかり、仮説④・都市像の空間的範囲は広がっている。について、立証されなかった。

<参考文献>

¹ 靱山真人・十代田朗・羽生冬佳, “東京における「都市情報誌」に登場する広域集客型エリアの商業特性に関する研究,” 日本都市計画学会学術計画論文集, 第37巻, pp.13-18, 2002.

² 靱山真人・十代田朗・羽生冬佳・山田光一, “都市情報誌に見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”, ランドスケープ研究, 第65巻, 第5号, p. 875-878, 2001

・内閣府ホームページ, “内閣府統計表一覧：景気動向指数 結果”, 2019.01.10, [オンライン], <https://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/di/di.html>, [アクセス日: 2019.01.15]

第5章 結論

5.1. 各章の成果

5.2. 雑誌メディアに見る都市像のダイナミズム

5.2.1. 物理的変容が「都市像」に与える影響

5.2.2. 都市像のいままでとこれから

5.3. おわりに

第5章 結論

5.1. 各章の成果

第1章では、研究の背景および目的を定め、また研究の構成と使用する用語の定義を行った。

第2章では、都市と雑誌メディアの関係を明らかにするべく、まず雑誌のメディアとしての変遷や情報誌の変遷について調査した。その結果、雑誌は21年連続で発行部数を減少させているものの、電子書籍やWEBメディアとの関係によって新たな読者の獲得が行われていることが分かった。

また、雑誌と街のイメージ、および雑誌と街の空間的関連性について、これまでの研究で明らかとなっている点を整理し、本研究の位置づけと仮説を設定した。

第3章では、エリア情報誌を調査対象として、特集されるエリア名の変遷を分析し、エリアが表出・消滅する際には5つの変遷パターンが存在することを明らかにした。さらには登場頻度に着目し、雑誌上へのエリアの登場回数の変遷によって、各エリアをグルーピングすることができた。

第4章では、ライフスタイル誌を調査対象として、従来紹介されてきたエリアへの登場回数やその変遷を調査した。その結果「銀座」がどの雑誌媒体、どの期間においても安定的に掲載される街であると明らかとなった。

また、第3節では、誌面で掲載される2ページ以上のエリアについて着目し、各雑誌がどのようなエリア（紹介）記事を掲載してきたかについて調査した。その結果、『サライ』と『クロワッサン』はほとんど掲載するエリアの傾向に変化が見られないものの、『BRUTUS』では東京スカイツリーをきっかけとして、その後に東東京の下町を紹介する回数が格段に増えていることが分かった。

第4節では、雑誌に掲載される都市情報の位置データをGIS上にプロットし、その情報のカテゴリごとに分布を明らかにするとともに、雑誌上で扱われる都市情報の空間的範囲を可視化した。その結果、扱われる都市情報の空間的範囲が縮小傾向にあること、また、各都市情報の分布は繁華街に集積する傾向が強いことなどが明らかとなった。

5.2. 雑誌メディアにみる都市像のダイナミズム

5.2.1. 物理的変容が「都市像」に与えた影響

・東京スカイツリー

雑誌メディアを通して現れる東京の「都市像」について24年間を通して考察してきたが、「都市像」に対して非常に大きな影響を与えたエポックメイキングな物理的変容が「東京スカイツリー」の建設・完成であった。

まず、第4章第3節で詳しく述べている通り、東京スカイツリーの完成と時を前後にして、「東京の東へ DEEP EAST, DEEP FOOD」(『BRUTUS』,2010.08.16)という特集号が発行される。その後も『BRUTUS』では、下町や「イースト・トーキョー^{a)}」についてのエリア記事を掲載するなど、現在でも「イースト・トーキョー」や「下町」トレンドとする傾向はまだ続いている。さらには『Hanako』(2017.10.19)で谷根千・浅草が、『サライ』(2014.02.10)で東京スカイツリー・向島が、『クロワッサン』(2014.01.10)で浅草が特集されるなど、下町ブームは確かに他の雑誌媒体へも広がっている。もちろん、「東京スカイツリー」以前に、東東京にまつわる動き^{b)}が無かったわけではなく、機運が高まっているところへ登場した「東京スカイツリー」が契機となり、一気に東京の中で下町、特に東東京が見直され、雑誌メディアの中にたびたび表出するようになった。

第3章第2節で述べた通り、新駅の開通や新名所の誕生など、物理的変容が新たに起きると一時的にそのエリアが取り上げられることは非常に多い。しかしながら、「東京スカイツリー」の誕生によって引き起こされたのは、単に名所が数回紹介されるといった類のものではなく、その後の「都市像」に大きく影響を及ぼす時流であったと考えられる。

^{a)} 東京の東エリアをあらわす言葉。EAST TOKYO MAP(<http://easttokyomap.com/>)などで積極的に使われている。

^{b)} 「台東デザイナーズビレッジ」(2004)や、「3331 Arts Chiyoda」(2010)など。

・銀座

今回の調査では意図して読者層の年代・性別が異なる複数の雑誌を対象として調査を行ったが、その4誌に共通し安定して登場したのが「銀座」であった。ただし、「銀座」の街に何も起こらず、ただ存在しているだけで常に雑誌メディアを通した「都市像」において存在感を持ち続けているとは考え難い。そこで、どのような物理的変容が、逆に「銀座」の安定した存在感に対して影響を与えているのかを考察する。

「銀座」の高い登場率の要因として、第四章でも述べた通り、まず「高級」というイメージの世代を超えた受容されやすさの一つ挙げられる。今回調査した雑誌全体の年齢幅は20代~60代である。例えば50代~60代男性をターゲットとしている『サライ』の「ホンモノ志向」というコンセプトにも合致する一方、20~30代女性をターゲットとしている『Hanako』では、「夢見る銀座！」(2017.09.21)や、「背筋を伸ばして歩きたくなる 大人の銀座。」(2015.03.26)など憧れや背伸びの対象として特集されている。このように「銀座」はそれぞれの年代・性別に応じて寄り添うような多面的な表情を持っていると考えられる。特に、20~30代にとっては、かつて「高級」「ナイトライフ」といったイメージであったところに、2003年の「アップルストア」、2008年の「H&M」、2012年の「ユニクロ」などが出店したことで、「カジュアル」「カルチャー」といったイメージも付与され、身近に感じられる街になったと考えられる。

また、雑誌に取り上げられる際は何らかの新鮮さや再発見が必要である。「銀座」における開発は、近年こそ2016年の「東急プラザ銀座」や2017年の「GINZA SIX」など大規模なものもあるが、1994年以降を見てみると、基本的には銀行からラグジュアリーショップへの建て替えや、老朽化したビルの建て替えがメインとなっている。1つ1つは小さな更新であっても、新店舗の開店とあれば雑誌メディアにとっては格好のネタとなる。すなわち、このように街の中で時間的に連続して小リニューアルが繰り返されることは、連続して街がメディアに登場できることも言える。このような「銀座」の開発の特徴と、それに伴う街のイメージの変化によって、雑誌を通した「都市像」の上でもその存在感を発揮し続けていると考えられた。

5.2.2. 雑誌に見る東京 23 区の都市像

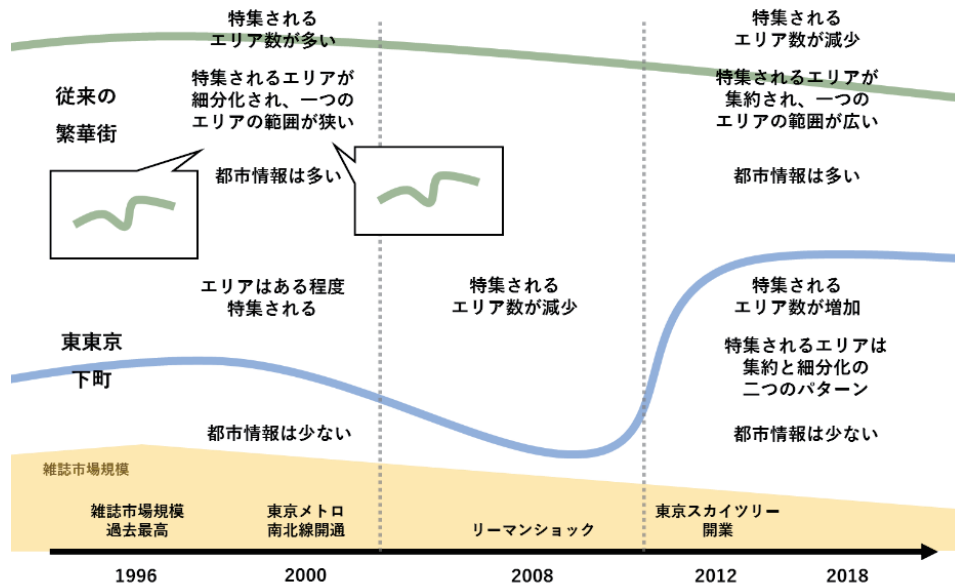


図 5-1 雑誌から表出した東京 23 区の都市像（筆者作成）

過去 24 年間の雑誌メディアに表出した東京の都市像のダイナミズムは、大きく分けて 2 つの動きに分けられると考えられた。一つめが、雑誌の全盛期に多く取り上げられてきた「渋谷」「新宿」などエリア、すなわち従来型の繁華街の動きである。これらのエリアは特集される数が減少したものの、依然として都市情報は多い。二つめは、「イースト・トーキョウ」と呼ばれる下町エリアの動きである。東京スカイツリー開業前後から起こった下町ブームをなぞるような動きがみられた。

また、各雑誌を比較すると、掲載される都市情報の場所や特集されるエリアについて、偏りが明らかな部分もあった。これにより、各雑誌においてターゲットとする読者層＝ペルソナが、どのエリア・街に来街する傾向にあるのかを理解できる。街全体としての来街者層の分析は難しいが、雑誌メディアを通して得られる都市像によって、現在の来街者層の傾向を掴む一助となる。

5.2.3. 都市像のいままでとこれから

これまで雑誌が発信する街の情報は、それそのものが商品として考えられてきた。情報の発信（＝広告）と読者の消費との間に、エリアの名前を差し込んで索引をつくり、読者を消費へ向かわせ都市を活性させる。メディアは活性した都市から新たな情報（＝商品）を手に入れ再び読者へ発信する。かつての雑誌メディアはこのようにシンプルなサイクルを回すことで成り立ってきた。大きな繁華街も、新しくて人気な小さい街も、穴場の街も、すべての街が「消費活動地^c」という同じ価値観の下にあり、雑誌にとって、この「消費活動地」に人々を向かわせることが使命であった。

しかし現在、人々は「消費活動地」としてではなく別の価値観によって街を評価するようになってきた。近年特集が増えている「谷根千」を例にとると、人々が谷根千に向かうのは、例えばそこで散歩をするためであり、街を見るためであり、その場所でしか得られない体験や街の個性のために向かうのであって、「あれを買う」とか「これを食べる」とか、そのような消費活動は副次的なものに過ぎない。このように、人々の消費活動が体験型へとシフトし、都市に対して従来とは違う価値観を持ち始めたこと、また、読者が情報を得るルートが多様になったことで、雑誌メディア・読者・都市の関係が大きく変わった。この24年のあいだに起きたドラスティックな変化こそが、雑誌メディア上に表れる「都市像」を変化させていった一因だと考えられる。

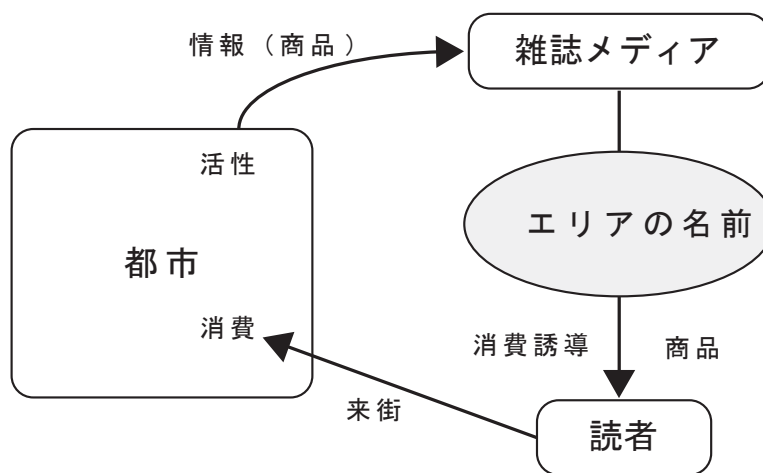


図 5-2 従来型の雑誌メディアの構図（筆者作成）

^c 「ある消費活動の遂行を目標として訪れる場所」。筆者による定義。

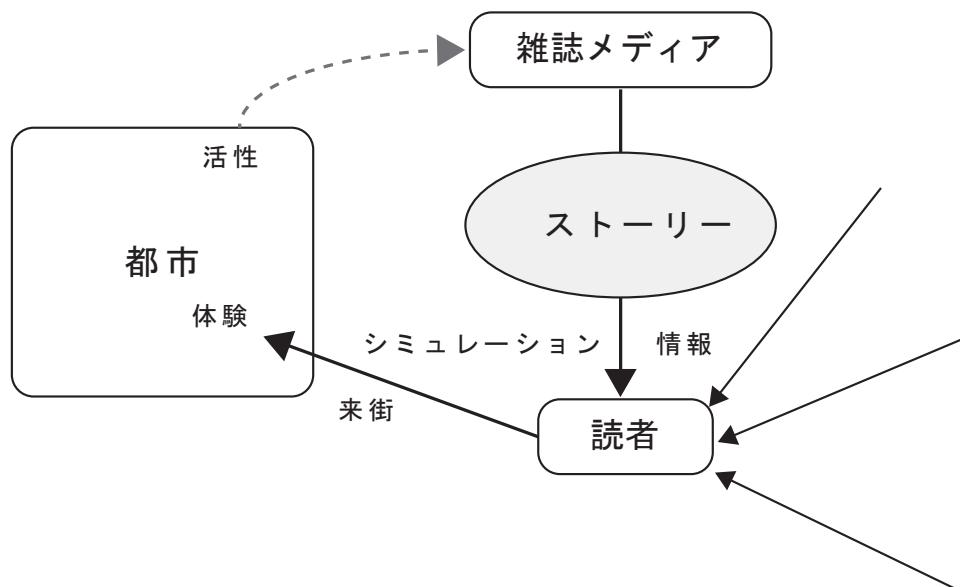


図 5-3 今後の雑誌メディアの構図（筆者作成）

雑誌メディアと読者との新しい関係下において想定される「都市像」は、いままでとは全く違ったものになると考えられる。雑誌メディアは読者にストーリーを発信するようになり、これまでおこなっていた消費誘導はその街で得られる経験のシミュレーションへと変化する。読者は必ずしも同じメディアから情報を得る必要はなく、また雑誌メディアの側も同じ都市に対してサイクルを回す必要がない。このような構図の上では従来と比べ1つの情報に対する情報発信者側の深い理解が求められる。

5.3. おわりに

今回の研究では、雑誌メディアを通して東京の「都市像」を明らかにしようと試みた。4誌がそれぞれあまりにも異なった個性・特徴を持っていたため、それらを包括的に考察することは困難であったが、言い換えると、これだけ個性のある別々の雑誌が同時に成り立ってしまう「東京」という都市の実体は、「都市像」では表しきれないほど奥深いものであるように感じられた。また、本研究では、手作業により調査を行ったため、分析対象となった雑誌は4誌と少なかった。より多くの雑誌を分析することができれば、より緻密で実用性の高い結果となる。雑誌メディアによって、掲載する店舗情報や特集などがデータベースとして整理されれば、それらを活用してより深い知見を得られるのではないかと考えられる。

付録

- ① 『Hanako』 エリア特集 調査データ
- ② エリア対応町丁目
- ③ 登場回数一覧

No.	都市名(単独)	都市名(複数)	年	巻	号	月(日)	表紙見出し(特集)
6	銀座		1988	1	6	7/7	仕事のできる女の銀座特集
11	六本木		1988	1	11	8/11-8/8	全店メニュー・値段つき 5000円でシッカリ遊ぶ 六本木徹底ガイド
12	新宿		1988	1	12	8/25	世界一のダウンタウン 新宿特集 やっぱりバワフル124店舗! 徹底ガイド
14		大手町 丸の内 有楽町 日比谷 内幸町	1988	1	14	9/8	大手町・丸の内・有楽町・日比谷・内幸町ガイド特集 -そろそろ女の街にしたい"グランド・セントラル・エリア"は完全なニューヨーク式タウン
16	渋谷		1988	1	16	9/22	シブヤだって奥が深い!渋谷特集
18	赤坂		1988	1	18	10/6	赤坂、女が行ける店大特集
20	四谷三丁目		1988	1	20	10/20	特集 四谷三丁目界隈のビストロ街
21	池袋		1988	1	21	10/27	池袋はじめて保存用特集
22		代官山 恵比寿	1988	1	22	11/3	値段と道順を徹底ガイド 代官山・恵比寿エリア
23		自由が丘 下北沢	1988	1	23	11/10	駅から道順MAP特集 自由が丘と下北沢
24	目白		1988	1	24	11/17	おいしいものが隠れてる街 目白特集
27	渋谷		1988	1	27	12/8	もう一度、クリスマスだから渋谷大情報
30		原宿 青山 築地 アメ横	1989	2	1	12/29+1/5	原宿・青山・築地場外市場 アメ横買い物情報
32	麻布十番		1989	2	3	1/19	全店交通アクセスマップつき 麻布十番特集
33		田園調布 二子玉川 青葉台	1989	2	4	1/26	住んでみたい、といわれます大情報 田園調布 二子玉川 青葉台のすべて タマ・リバーサイドは日本のピバリーヒルズ…
34		浅草 人形町 神田 上野 根津 千駄木 谷中	1989	2	5	2/2	行き方アクセスマップつき ラスト・ダウンタウン特集 浅草・人形町・神田・上野・根津・千駄木・谷中 食のすごさガイド
35	銀座		1989	2	6	2/9	仕事帰りに行けるGINZA徹底ガイド そうか、本物は銀座 大情報
37	新宿		1989	2	8	2/23	いつも大変だ!新宿 大情報
43			1989	2	14	4/6	G・C・L・A 中央線エリア 徹底情報
44		南青山 成城 自由が丘 都立大 渋谷 原宿 恵比寿 代官山	1989	2	15	4/13	情報都市の、重要な街ガイド 南青山『榆家の通り』を、徹底初公表 成城 自由が丘 都立大 東横線&小田急線のルーム&タウンガイド 渋谷・原宿・恵比寿・代官山は、代表的家具タウン
45	渋谷		1989	2	16	4/20	18のストリート別・A級徹底ガイド保存版 渋谷304軒大情報
48		三軒茶屋 駒沢	1989	2	19	5/18	絶対キープの三軒茶屋・駒沢エリア情報
49	六本木		1989	2	20	5/25	A級徹底保存版!マップ・アクセス・プライス付き 六本木バイブル 181軒大情報
52		広尾 白金 高輪 目黒 五反田	1989	2	23	6/15	東京のVIPエリア徹底ガイド 広尾 白金 高輪 目黒 五反田
55	銀座		1989	2	26	7/6	どうする!? 銀座 大情報
58		自由が丘 下北沢	1989	2	29	7/27	A級保存版 徹底ガイド 自由が丘の105軒
60		青山 原宿	1989	2	31	8/10+8/17	A級保存版 青山・原宿 食べる・飲むトコロ 180軒徹底ガイド
62	新宿		1989	2	33	8/31	A級保存版 もっとくわしく ベーシック 新宿 徹底ガイド207軒
64	渋谷		1989	2	35	9/14	A級保存版 渋谷 大情報 ブティックと服の情報 わかりやすい、見やすい81軒 A級保存版・16ケースのクルージング・ガイド
67	六本木		1989	2	38	10/5	それ!それ! 六本木 大情報111軒 全店、新登場のお店ばかり!
68	下北沢		1989	2	39	10/12	A級保存版 歩けば歩くほど味が出る 下北沢 大情報 104軒

71	銀座		1989	2	42	11/2	A級保存版 銀座"ファッション"大情報
79		青山 原宿	1990	3	1	12/28+1/4	年末・年始用営業徹底スケジュール&マップ この街は、この季節、激変するか 青山・原宿 大情報 1989~1990
83	代官山		1990	3	5	2/1	あなどれない!代官山ファッション 大情報 徹底紹介87軒
84	新宿		1990	3	6	2/8	"開宿"292周年記念号 徹底マップ付き そろそろ本格的に整理整頓したいエリア 新宿"おいしい店" 134軒大情報
86	銀座		1990	3	8	2/22	A級2世代保存版 銀座"食べる 飲む"大情報
99		六本木 西麻布	1990	3	21	5/31	ドットくりだそ!六本木・西麻布 大情報 131軒 東京のサマービーチは六本木だ
100	渋谷		1990	3	22	6/7	A級保存版 徹底ガイド&マップ付き オトナにかぎる! 渋谷154軒大情報 A級保存版・完全ガイド&マップ付き
103		下北沢 自由が丘	1990	3	25	6/28	下北沢75軒&自由が丘のショップ59軒 油断もスキもない、フリーポート感覚の2つの街 歩いて、さらに本格的な銀座達人になる
104	銀座	有楽町 新橋 京橋 東銀座 築地	1990	3	26	7/5	グレーター 銀座 143軒 大情報 有楽町 新橋 京橋 東銀座 築地の食の惑星エリアたちも、完全調査! A級保存版 徹底ガイド&マップ
111	浅草橋		1990	3	33	8/30	ロフト&ハンズのダウンタウンの59軒 浅草橋エリアはどんな時でも役に立つ、東京の大倉庫
113	新宿		1990	3	35	9/13	A級保存版 昼も夜も、新宿99軒 大情報 A級保存版・完全ガイド&マップ
118		青山 原宿	1990	3	40	10/18	'90クリスマス・ディナー予約&テーブル指定状況つき いまから予約しないと、聖夜にひもじい思いをする 青山・原宿 139軒 大情報
119	銀座		1990	3	41	10/25	予約しなければ、食事も買い物もできない街になった リザーブ銀座 236軒 大情報 A級保存版 パーティ情報つき完全ガイド&マップ
120		六本木 麻布 十番	1990	3	42	11/1	六本木・麻布十番 110軒 大情報 年末になると加速度的に進化する街 ようやく見つけた"オトナの渋谷"をコンパクトに…
123	渋谷		1990	3	45	11/22	ゆるせる渋谷120軒 大情報
124	浅草		1990	3	46	11/29	A級保存版 徹底ガイド&マップ付き セイヤセイヤ 浅草下町 93軒 大情報 A級保存版 徹底ガイド&マップ
131	池袋		1991	4	3	1/24	黙って、いちど行こう 池袋 大情報 文化的ニュースペースが続々出現! レストラン、ショップも大変化中! A級保存版 徹底ガイド&マップ
132	新宿		1991	4	4	1/31	こまったエリアだから 新宿 スーベルヴァーグ 133軒 大情報
133		田園調布 二 子玉川園 た まプラーザ 青 葉台 (2nd) 代官 山 恵比寿 広 尾	1991	4	5	2/7	A級保存版 母と娘の 2世代間商品&2世代感覚エリア= 田園調布・二子玉川園・たまプラーザ・青葉台 大情報
136		山 恵比寿 広 尾	1991	4	8	2/28	食のカシオペア・エリア 代官山、恵比寿、広尾のレストラン&BAR 42軒情報
143	渋谷		1991	4	15	4/18	A級保存版 徹底ガイド&マップ付き 渋谷80軒大情報 本年度アジミー賞、最優秀レストラン&食事処部門 ノミネート! A級保存版 徹底ガイド&マップ付き
148	六本木		1991	4	20	5/30	夏だから、今夜もドリンク!あけたボトルが六本木 107軒 大情報 ヒトも季節も、エリアも待っていた 御一人様予算案つき
153	銀座		1991	4	25	7/4	連れてってもらう銀座110軒 大情報 この一冊で銀座の高価なレストラン、食事処も安心して行ける
154	新宿		1991	4	26	7/11	新宿123軒大情報 傑作ランチ&3000円ディナーを徹底追及! A級保存版 徹底ガイド&マップ付き
156	赤坂		1991	4	28	7/25	赤坂6大ホテルを都心のオアシスと考える徹底情報 屋食向上委員会が推薦する赤坂ゴールデンエリア"飲食"92軒大情報

166	(2nd)自由が丘		1991	4	38	10/10	コッソリ保存版 自由が丘50軒大情報
167		お茶の水 神田 神保町	1991	4	39	10/17	A級保存版 徹底ガイド&マップ 忘れちゃいけない お茶の水・神田・神保町 135軒 大情報
171	銀座		1991	4	43	11/14	A級保存版 徹底ガイド&マップ 銀座の和食103軒 大情報
173	新宿		1991	4	45	11/28	初登場のお店ばかり! 新宿 食まわり 108軒大情報
174	渋谷		1991	4	46	12/5	A級保存版 レストラン・マップ付き あの人込みを避けられるリングリング 渋谷 114軒 大情報
175		六本木 西麻布 麻布十番	1991	4	47	12/12	A級保存版 徹底ガイド&マップ 六本木・西麻布・麻布十番 3000円台で遊食できる120軒大情報 親切なオジサンのような内容です!
186	銀座		1992	5	9	3/5	銀座の洋食 104軒大情報
195	渋谷		1992	5	18	5/14	雑貨力のある渋谷 564点大情報 部屋に足りないものが、必ず発見できる!
202	銀座		1992	5	25	7/2	幸運がつく銀座 141軒大情報
204	新宿		1992	5	27	7/16	ダイジョーブ!新宿 116軒大情報
212		吉祥寺 下北沢	1992	5	35	9/17	吉祥寺 64軒大情報 下北沢 43軒大情報
220	銀座		1992	5	43	11/12	3000円で銀座で夕食 123軒大情報
225	自由が丘		1992	5	48	12/17	不自由しないおいしざ! 自由が丘 83軒大情報
229	池袋		1993	6	3	1/21	コトシはリーズナブル 池袋 115軒大情報
237	銀座		1993	6	11	3/18	銀座 2000円で夕食1000円でランチ 95店大情報
241	渋谷		1993	6	15	4/15	21ストリート別レストラン・ガイド イケル渋谷 113軒大情報
243	新宿		1993	6	17	4/29	新宿を征服する 95軒大情報
247		青山 原宿	1993	6	21	6/3	3000円で青山・原宿ディナー 78軒大情報
252	銀座		1993	6	26	7/8	ふたりで4000円台の銀座 101軒大情報
263		下北沢 吉祥寺	1993	6	37	9/30	大流行のクロス型タウン 下北沢 52軒大情報 なぜか気になる 吉祥寺 49軒大情報
265	新宿		1993	6	39	10/14	ふたりで3600円の新宿 90軒大情報
269		銀座 浅草	1993	6	43	11/11	常識破りの銀座 お約束の浅草
273	渋谷		1993	6	47	12/9	渋谷でちいさなパーティ99軒大情報
290		銀座 渋谷 新宿	1994	7	15	4/14	銀座の和食 渋谷のランチ 新宿のナイトスポット
291		銀座 渋谷 新宿	1994	7	16	4/21	銀座のランチ 渋谷のナイトスポット 新宿の和食
292		銀座 渋谷 新宿	1994	7	17	4/28	銀座のナイトスポット 渋谷の和食 新宿のランチ
312	六本木		1994	7	37	9/29	リフレッシュして親しみやすくなった。六本木
315	銀座		1994	7	40	10/20	名店・老舗が新鮮で楽しい、銀座がいちばん!
増刊		渋谷 代官山 自由が丘 たまプラーザ 青葉台	1994	7	41	10/25	今度の渋谷は、おとなの渋谷。 一足をのびして、代官山・自由が丘・たまプラーザ・青葉台
317	二子玉川		1994	7	43	11/3	新タイプのハイセンス・エリア 二子玉川がお気に入り!
318		恵比寿 代官山	1994	7	44	11/10	ますますチャーミングな街になった恵比寿から目が離せない。 おいしい店隠れ家エリア代官山。
320	神楽坂		1994	7	46	11/24	石畳と路地と坂の、神楽坂へ。
322		自由が丘 吉祥寺	1994	7	48	12/8	一度は行ってみたい、くつろぎタウン、自由が丘。 いい店、いいもの、なんでもありの、吉祥寺。
328	下北沢		1995	8	4	1/26	探るほどハマる街、下北沢デイリー活用術。
338	新宿		1995	8	14	4/6	新宿の安心な使い方。おしゃれに陽気に新宿。
341	銀座		1995	8	17	4/27	日本ナンバー1ショップがそろった銀座にお出かけ!

349		渋谷区 港区	1995	8	25	6/29	新しい伝説がここから生まれる 渋谷区・港区の隠れ名ストリート。
364	渋谷		1995	8	40	10/19	足どりも軽くなる おいしい渋谷。
367	銀座		1995	8	43	11/9	1000円台のランチ、3000円台のディナーがうれしい、銀座のおいしい店。
381	青山		1996	9	8	2/22	東京のいまがあふれている街 青山。 おいしいもの、きれいなもの、すべてが輝いているAOYAMA。
388	銀座		1996	9	15	4/11	1丁目から8丁目までのおいしい店。 銀座八丁 名店ガイド。
390	下北沢		1996	9	17	4/25	楽しさに終わりのない街、下北沢。
398	自由が丘		1996	9	25	6/27	のどかな午後を過ごせる 自由が丘の魅力。
407	渋谷		1996	9	34	9/5	ランチからアフタヌーンティ、ディナー、バーまで 時間別楽しむ、渋谷。
414		恵比寿 代官山	1996	9	41	10/24	おしゃれなのに親しみやすい
415	新宿		1996	9	42	10/31	Hanakoが歩いた、見た、食べた、新宿はこう変わった!
416	銀座		1996	9	43	11/7	いろんな味がうれしい、銀座。
426	麻布		1997	10	3	1/23	坂が育んだ、上品でおいしい町、麻布。
434		表参道 神宮前 原宿 千駄ヶ谷	1997	10	11	3/20	春風に誘われて出かけたい。表参道 神宮前 原宿 千駄ヶ谷
437	銀座		1997	10	14	4/10	東西南北の、大通りの、銀座 春のおいしい店。
443	下北沢		1997	10	20	5/29	行きかう人の活気がうれしい、下北沢の優良店。
459	溜池山王		1997	10	36	9/24	南北線延長、新駅「溜池山王」開業で楽しみ方が増える! 溜池山王と仲よしエリア。
460	二子玉川		1997	10	37		ショッピングに、おいしいもの…。東京がギュッとつままったこのエリア。 二子玉川と隣の町々。
461	新宿		1997	10	38	10/8	デパートを上手に使うのが絶対セオリー。新宿の楽しみ方。
465	銀座		1997	10	42	11/5	ニューオープンがうれしい。5000円までの贅沢。3000円までのディナー。1000円までのランチ。銀座をおいしく食べる。
466		恵比寿 代官山	1997	10	43	11/12	駅ビル「アトレ恵比寿」がオープン。楽しさ、面白さがぐんと広がった、恵比寿 代官山。
469		原宿 渋谷	1997	10	46	12/3	おしゃれな明治通りを散歩しながら探す、 原宿・渋谷のおいしい店、ハイセンスな店。
471	池袋		1997	10	48	12/17	おいしい店もデパートも、東と西のテイストを知って楽しむ、池袋。
483		西麻布・日赤通り 麻布十番 三宿・池尻大橋 二軒茶屋	1998	11	11	3/18	ニュータイプの、ニューオープンの店がいっぱい! 春の夜長を楽しめるエリア。西麻布・日赤通り 麻布十番 三宿・池尻大橋 二軒茶屋
486		銀座 丸の内	1998	11	14	4/8	ブレックファスト、ランチ、アフタヌーンティ、ディナー、ミッドナイトサパー。銀座は24時間おいしい! おいしさの「丸の内系」があちこちに!銀座のお隣、丸の内。
487	青山		1998	11	15	4/15	ウィークデーにも休日にも、おいしさも楽しさもあふれている、青山。
496		下北沢 自由が丘	1998	11	24		東京の2つのスタイルを代表するエリア!ゾーン別で分かりやすい 自由な雰囲気もごちそうのひとつ、下北沢。 ハイセンスと活気がおいしく共存、自由が丘。
513	渋谷		1998	11	41	10/28	渋谷で大人の店を探す。
516	銀座		1998	11	44	11/18	誰と行っても、いつ行っても、ここなら満足。 目的別においしく使える銀座。
529		麻布十番 神楽坂 荒木町 四谷三丁目	1999	12	8	2/24	山の手で下町情緒を! 麻布十番 神楽坂 荒木町・四谷三丁目
534	日本橋		1999	12	13	3/31	
535	新宿		1999	12	14	4/7	サウスエリアの活気が新宿を変えた! 新鮮度、元気度ならどこにも負けない、新宿。

536	青山		1999	12	15	4/14	ニューオープンラッシュのウエスト、カジュアル価格で大満足のセンター、大人が集う、シックなイースト 洗練の青山
537			1999	12	16		
538	銀座		1999	12	17	4/28+5/5	老舗からニューオープンまで、あなたにぴったりのお店が見つかるから、銀座はオールマイティ!
541	二子玉川	用賀 上野毛 等々力	1999	12	20	5/26	いつも新鮮気分で食事、ショッピングができる! 上品でスタイリッシュな街、二子玉川&用賀、上野毛、等々力。
547	下北沢		1999	12	26	7/7	土日にのんびり、おいしいものありの店。ウィークデイの夜の、食べ処、 飲み処。女心をうれしがらせるSHOP。3つの魅力の、下北沢
554	池袋		1999	12	33	9/1	誰もが気軽に立ち寄れる街、池袋でおしゃれに食べて飲んで!
556	代官山		1999	12	35	9/15	おいしい店に、おしゃれショップ、代官山の魅力ぜんぶ。
563	自由が丘	三軒茶屋 三 宿 池尻	1999	12	42	11/3	のどかで品がいい街だから、食事、買い物がつろいでできる、自由が 丘。 渋谷から1駅、2駅で行ける!ほどよいにぎわいがうれしい、三軒茶屋、 三宿、池尻。
564	銀座		1999	12	43	11/10	おいしいもの好きの、あなたの、銀座
567		恵比寿 広尾 白金 天現寺	1999	12	46	12/1	おいしさ、サービスetc. 銀座にひけをとらない!銀座の隣町チェック。 気持ちよく歩める坂道でつながるおしゃれ食エリア。恵比寿、広尾、白 金、天現寺。
573	新宿		2000	13	3	1/19	週末はどこも混んで待たされてばかり!の新宿で グッチ、伊勢丹、 タカシマヤなどショッピングエリア別に探した並はずひと息つけるカフェ &ゆったりできるレストラン。
575		渋谷 原宿	2000	13	5	2/2	ゴドモと一緒に耐えられない! 渋谷、原宿だからこそ贅沢な店へ。
578		銀座 紀尾井 町	2000	13	8	2/23	銀座並木通り&紀尾井町ストリートの海外ブランドショップ、5万円以下 で何を買うのか?
585	銀座		2000	13	15	4/12	やっぱり銀座 さすがの172軒
587		お台場	2000	13	17	4/26	ただ疲れ果てて帰ってこないための、横浜&お台場。
592		表参道 外苑 前 青山一丁 目	2000	13	22	6/7	おいしい店は裏青山に。 表参道、外苑前、青山一丁目
599		池尻大橋 三 軒茶屋 駒沢 大学 桜新町 用賀 二子玉 川	2000	13	29	7/26	新玉川線から田園都市線に名前が変わる 池尻大橋、三軒茶屋、駒沢大学、桜新町、用賀、二子玉川で見つけた 2000円札1枚で大満足のおいしいお店。
607		溜池山王 六 本木一丁目 麻布十番 白 金高輪 白金 台 目黒 三田 代官山 恵比 寿	2000	13	37	9/27	おめでとう!南北線&都営三田線9・26全線開通 溜池山王 六本木一丁目 麻布十番 白金高輪 白金台 目黒、三田 各駅から徒歩10分以内で見つけたおいしいお店。
608			2000	13	38	10/4	昼も夜もおいしい!楽しい! 代官山&恵比寿 140軒
613	銀座		2000	13	43	11/8	大好きな葉や1年に1度は食べたい松茸まで、「幸せ!」「お得!」を合言 葉に探しました
616		自由が丘 下 北沢	2000	13	46	11/29	評判のあの店を目指して銀座へ。 イタリアン、フレンチ、定食屋さんやカフェまで 新発見!自由が丘と下北沢は隻数30の店がおいしい!
617		青山 原宿	2000	13	47	12/6	ますますパワーアップしたショッピング街 青山・原宿で今すぐ買うコート&ジャケット135
622		池袋 目白 高 田馬場	2001	14	2	1/17	おしゃれなカフェは少ないけれど、安くおいしい店の多さは都内でも 指折り!銀座や青山からわざわざ行きたい店もあります。池袋&目白・ 高田馬場
628	西麻布		2001	14	8	2/28	六本木からも広尾からも徒歩10分 その不便さが味も雰囲気もレベルの高い店を育てます西麻布
632			2001	14	12	3/28	老舗や名店以外にも味自慢のお店をたくさん発見!大江戸線でおいし い店へ 下町とNEW山の手22駅をクローズアップ!
635	銀座	丸の内 日比 谷 有楽町	2001	14	15	4/18	いつだって銀座 丸の内 日比谷 有楽町

636	新宿		2001	14	16	4/25	エリア別ディナー3000円台、ランチ1000円以下で大満足のお店を厳選。 新宿のおいしさ、レベルアップ!
642	二子玉川		2001	14	22	6/13	ニューオープン続々、プチモール充実でパワーアップ! 二子玉川&周辺エリア
655	渋谷		2001	14	35	9/19	コドモのいない心地いい空間を探して 渋谷
659	銀座		2001	14	39	10/17	松茸、栗、シビエ、ポルチーニ…旬の味覚食べ尽くし 実力の銀座秋冬ニュース
671	池袋	巣鴨 大塚 茗荷谷 雑司が谷 千川 要町 代官山 恵比寿	2002	15	2	1/16	TOKYO城北エリアのスター 池袋 +周辺エリア・巣鴨 大塚 茗荷谷 雑司が谷 千川 要町
676			2002	15	7	2/20	やっぱり目が離せない!私の隠れ家はここで 代官山・恵比寿
684	銀座		2002	15	15	4/17	クリエイティブな食ワールド百花繚乱 新感覚で行く銀座
686	青山		2002	15	17	5/1+5/8	まだまだオープンラッシュ拡大中! TOKYOのステイタス青山 路地裏グルメもあっちこちに
688	自由が丘		2002	15	19	5/22	くつろぎタウンに変化あり! 自由が丘&東横線
708	丸の内		2002	15	39	10/16	新しい丸ビルも徹底チェック!! 丸ごと丸ビル、丸の内
709	銀座		2002	15	40	10/23	ニューオープン、新定番、伝統、3つのパワーが創る 銀座
713	新宿		2002	15	44	11/20	こんな新宿、体験したことありますか? ニューオープンの店から、新イメージのゴールデン街、2丁目まで。
714	下北沢		2002	15	45	11/27	下北沢 楽しむなら平日は夜、土日は昼間。
728	銀座	丸の内、有楽町、新橋、日比谷、汐留、新橋、築地	2003	16	9	3/12	本物のおいしさ、あります、銀座。 銀座の魅力を広げる周辺エリアをクローズアップ!丸の内、有楽町、日比谷、汐留、新橋、築地
733		恵比寿 代官山 中目黒	2003	16	14	4/16	えっ、意外!昼だけじゃない、夜も楽しさあふれている 恵比寿・代官山 おしゃれ度アップ 中目黒
736		上野 池袋	2003	16	17	5/14	知らない楽しさが見つかる!上野 まだまだおいしさ進化中!池袋
742		麻布十番 六本木 西麻布 麻布台 東麻布	2003	16	23	6/25	”六本木ヒルズ”のご近所エリアもぐっとエキサイティング!
743	自由が丘		2003	16	24	7/2	おしゃれで親しみやすい、とびきりの店ぞろい、自由が丘
749	(2nd)銀座		2003	16	30	9/3	(2nd Features) 銀座で優秀コスメ
753	渋谷		2003	16	34	9/17	見過ごしていたのはあなただけ!こ〜んなにあるシブヤのおいしいもの。渋谷新発見。
754	銀座		2003	16	35	9/24	いつだっておいしい街・銀座最新情報 ニュースながる銀座
755	二子玉川		2003	16	36	10/1	玉川高島屋S・C新南館のオープンで、ますます楽しくなった 二子玉川エリア
756	青山		2003	16	37	10/8	おいさと、おしゃれと、お散歩がコラボレートしている街 青山
761	新宿		2003	16	42	11/12	表と裏、昼と夜、オンとオフ。とことん使いこなそう、新宿。
766		代官山 恵比寿	2003	16	47	12/17	クリスマス気分がいっぱい! いますぐ行きたい代官山。行けば必ず恵比寿顔。
771	池袋		2004	17	4	1/28	激変していた池袋!驚異!「池袋」の底力。
781	銀座		2004	17	14	4/7	今すぐ行きたい、最新のおいしい店が勢揃い 華やかに、さあ、銀座へ! (&有楽町 日比谷 丸の内 築地)
788	自由が丘		2004	17	21	6/2	幸せ感に包まれた、住みたい街ベスト1!「自由が丘」大情報
796		青山 表参道	2004	17	29	7/28	只今、パワフルに変身中!「青山」&「表参道」グルメとオシャレの早耳ガイド
802	銀座		2004	17	35	9/15	2004 おいしい銀座 大人の銀座「銀座」秋のベストグルメ
805	新宿		2004	17	38	10/6	旬のスタイルで楽しむ新宿の新定番 新しい「新宿」へ。
810	六本木	麻布十番 西麻布 広尾	2004	17	43	11/10	とことん知りたい!「六本木」麻布十番 西麻布 広尾もあるよ!

813		日本橋 京橋 八重洲	2004	17	46	11/24	ビッグタウンへ大変身! いま「日本橋&京橋・八重洲」が面白い。
814	渋谷		2004	17	47	12/1	激変した、新しい「渋谷」をものにする!
820	池袋		2005	18	4	1/26	楽しみが無限に広がる街「池袋」のすべて。
822		代官山 恵比 寿	2005	18	6	2/9	急がなきゃ!いちばん新しい「代官山&恵比寿」
825	自由が丘		2005	18	9	2/23	地元のマダムが教えてくれた、 「自由が丘」本当においしい店。
826	銀座		2005	18	10	3/2	特別な日、大切な人とのごはんは、 やっぱり「銀座」がおすすめです。
837	青山		2005	18	21	6/1	いつでも誰とでもくつろげる店を探しました。 「大人の青山」最新レストラン情報。
846	渋谷		2005	18	30	8/3	渋谷ではたらく女性を通う「渋谷」の使えるレストラン100軒
848		六本木 西麻 布 麻布十番	2005	18	32	8/24	24時間動いている街は食も元気!六本木 西麻布 麻布十番
852	新宿		2005	18	36	9/21	「新宿」エスニックタウン。
853	銀座		2005	18	37	9/28	今日は「銀座」で何を食べる?
855	自由が丘		2005	18	39	10/12	ハッピー度No.1の私鉄沿線タウン「自由が丘」へようこそ!
861			2005	18	45	11/16	知らなかった下北沢
869	池袋		2006	19	4	2/9	池袋再発見
872	銀座		2006	19	7	4/13	このクラス感が大好き!銀座
882		原宿 表参道	2006	19	17	8/24	原宿・表参道のすべて
883	銀座		2006	19	18	9/14	銀座を食べる!
884		自由が丘 中 目黒	2006	19	19	9/28	マダムな自由が丘 いま東京で一番元気、中目黒のフード事情
885	新宿		2006	19	20	10/12	新宿!
892	池袋		2007	20	3	1/25	おいしい池袋!
895	銀座		2007	20	6	3/8	銀座がごちそう!
907	銀座		2007	20	18	9/13	大人なら銀座!
908	自由が丘		2007	20	19	9/27	お散歩気分、自由が丘。
909		有楽町 丸の 内 日比谷	2007	20	20	10/11	誰も知らない銀座のお隣エリア 有楽町・丸の内・日比谷へ こんなおいしさ初めて!
911		新宿 渋谷	2007	20	22	11/8	新宿&渋谷 大人が満足できる店
920	銀座		2008	21	6	3/27	銀座のごちそう決定版!
921		恵比寿 代官 山 中目黒	2008	21	7	4/10	私たち、僕たちの 恵比寿・代官山・中目黒 大人がこっそり通うおいしく て小さな店105軒
931		青山 表参道	2008	21	17	9/11	トレンドはいつもここから! 青山・表参道最新アドレス
932	銀座		2008	21	18	9/25	完全保存版 1〜8丁目を完全網羅157軒 銀座案内
933	自由が丘		2008	21	19	10/9	暮らすように楽しむ街へ 自由が丘案内
935	新宿		2008	21	21	11/13	パワフルな街を楽しみ尽くす! 新宿案内
944		銀座 丸の内	2009	22	6	3/24	〈新しい銀座・丸の内へ。完全網羅135軒。〉銀座・丸の内最新マップ。
945	池袋		2009	22	7	4/9	パワフルなワンダーランド、完全網羅137軒池袋案内
949		中目黒 恵比 寿 代官山	2009	22	11	6/11	〈今、一番元気な店の宝庫!! 完全網羅137軒。〉中目黒・恵比寿・代 官山。
953		六本木 西麻 布 麻布十番	2009	22	15	8/12	昼も夜も楽しめる、おいしい街へ。完全網羅163軒六本木・西麻布・麻 布十番
956	銀座		2009	22	18	9/24	個性豊かなストリートを散策。 銀座ストリート案内。
957		自由が丘 二 子玉川	2009	22	19	10/8	おいしい生活がいっぱいあります。161軒 自由が丘・二子玉川
968	銀座		2010	23	6	3/25	懐かしくて新しい、憧れの銀座。銀座案内。

973	渋谷		2010	23	11	6/10	大人のための素敵なお店へ。167軒。渋谷案内。
977		恵比寿 中目黒 代官山	2010	23	15	8/12	おいしくてかわいい店の宝庫です。137軒 恵比寿、中目黒、代官山。
980	銀座		2010	23	18	9/22	ふだん使いも、特別な日も。銀座はやっぱりおいしい。206軒。おいしい銀座。
981		自由が丘 二子玉川	2010	23	19	10/7	旬なニュースとおいしい暮らしがある、自由が丘・二子玉川&沿線。185軒。自由が丘&二子玉川。
982	池袋		2010	23	20	10/28	パワフル・ノスタルジック…。進化する街、池袋。132軒 池袋案内。
992	銀座		2011	24	6	3/24	グルメ、ブランド、ショッピング。これが、銀座の新・スタンダード。215軒 銀座案内。
1004	銀座		2011	24	18	9/22	特別な街だからこそ、とっておきを楽しむ172軒。銀座でしたい20のこと。
1005		自由が丘 二子玉川	2011	24	19	10/6	みんな“この街”が大好き!! 愛すべき街、愛される店。190軒 自由が丘・二子玉川
1015	銀座	有楽町 丸の内	2012	25	6	3/22	みんなの銀座 有楽町 丸の内
1017	渋谷		2012	25	8	4/26	渋谷から新しい東京がはじまる。
1027	銀座		2012	25	18	9/20	物語とともにめぐる、ハレの街 銀座
1028		自由が丘 二子玉川	2012	25	19	10/4	生活が楽しくなる街が増えています。自由が丘・二子玉川
1030		東京駅 丸の内	2012	25	21	11/8	ただいま大リノベーション中! 東京駅・丸の内 クラシック東京案内
1038	銀座		2013	26	6	3/28	歌舞伎座から始まる、新しい銀座へ
1040	新宿		2013	26	8	4/25	ただいま激変中! 知ってるようで知らない、新宿、新発見!
1050	銀座		2013	26	18	9/26	銀座1~8丁目。進化する銀座物語。新・銀座案内。
1051	自由が丘		2013	26	19	10/10	これが自由が丘スタンダード。自由が丘&暮らしたい沿線。
1061		銀座 東京駅 日本橋	2014	27	6	3/27	銀ぶらっと、銀座。ハレな気分で、東京駅。春を歩こう! 日本橋。
1073	銀座		2014	27	18	9/25	おいしい切り札88皿を決定 銀座で食べる。
1074	自由が丘		2014	27	19	10/9	丁寧に暮らすヒントが満載! 自由が丘スタイルブック。
1084	銀座		2015	28	6	3/26	背筋を伸ばして歩きたくなる 大人の銀座。
1086	代官山	渋谷 恵比寿 中目黒	2015	28	8	4/30	新名所ぞくぞく誕生! 代官山から。渋谷、恵比寿、中目黒まで。
1096	銀座	丸の内 東京駅	2015	28	18	9/24	銀座、再発見! 異国情緒たっぷり、丸の内 楽しい、迷わないエキナカ、東京駅
1097		自由が丘 二子玉川	2015	28	19	10/8	自由が丘ごはん。二子玉川ホリデー。
1107	銀座	丸の内 東京駅	2016	29	5	3/31	この春は、銀座をQ&Aでご案内。銀座検定。 丸の内、東京駅 木挽町・新富町でワインとごはん。
1119	銀座		2016	29	17	9/21	HAPPY GINZA 銀座で見つけたハッピー。
1120		自由が丘 二子玉川	2016	29	18	10/6	遊びたい町は、住みたい町。自由が丘・二子玉川
1130		銀座 日本橋	2017	30	5	3/23	小さなしあわせ、大きなよろこび。プチハレ! 銀座、日本橋。
1142	銀座		2017	30	17	9/21	夢見る銀座!
1143	自由が丘	中目黒 三軒茶屋	2017	30	18	10/5	ずっと、ここにいたい 自由が丘 中目黒 三軒茶屋
1144		浅草 谷根千	2017	30	19	10/19	ロマンチックで新しい街へ。浅草・谷根千
1153	銀座		2018	31	5	3/22	大銀座百科

資料 従来紹介されてきたエリア

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. 銀座	銀座1	銀座2	銀座3	銀座4	銀座5	銀座6	銀座7	銀座8								
2. 渋谷	宇田川町	神山町	桜丘町	渋谷1	渋谷2	渋谷3	渋谷4	松涛1	松涛2	神泉町	神南1	道玄坂1	道玄坂2	東1	円山町	南平台町
3. 新宿	歌舞伎町1	新宿2	新宿3	新宿5	千駄ヶ谷5	西新宿1	西新宿2	西新宿3	西新宿6	西新宿7	代々木2					
4. 代官山	代官山町	猿楽町	恵比寿西2	鉢山町												
5. 青山	南青山5	南青山3	北青山1	北青山2	南青山2	南青山4										
6. 恵比寿	恵比寿南1	恵比寿西1	恵比寿1	恵比寿西2	恵比寿南3	恵比寿南2	恵比寿4	中目黒1	三田1							
7. 原宿	神宮前1	神宮前6	神宮前3	千駄ヶ谷3												
8. 下北沢	北沢2	代沢5	北沢3	北沢4	代田6											
9. 池袋	西池袋1	南池袋1	東池袋3	東池袋1	池袋2	西池袋3	南池袋2	東池袋2	西池袋5	南池袋3	東池袋4	池袋1				
10. 自由が丘	自由が丘1	自由が丘2	奥沢5	奥沢6	緑ヶ丘3	奥沢7	玉川田園調布2									
11. 六本木	六本木4	六本木3	六本木7	六本木5	西麻布3	六本木6	麻布台3	六本木1								
12. 麻布十番	麻布十番2	麻布十番1	麻布十番3	麻布十番4												
13. 二子玉川	玉川3	玉川2	玉川4	玉川1	瀬田1											
14. 浅草	浅草1	浅草3	浅草2	西浅草2	雷門1	雷門2	西浅草1	花川戸1	西浅草3	千束1	浅草6	花川戸2	駒形1	駒形2		
15. 西麻布	西麻布1	西麻布4	西麻布3	西麻布2	南麻布5	元麻布3										
16. 丸の内	丸の内3	丸の内1	丸の内2													
17. 上野 (アメ横)	上野公園	上野2	上野4	上野6	上野7											
18. 三軒茶屋	太子堂4	三軒茶屋1	太子堂2	三軒茶屋2	上馬2	太子堂1										
19. お台場	台場1	青海1	台場2	青海2												
20. 赤坂	赤坂3	赤坂2	赤坂5	赤坂4	紀尾井町	赤坂6	元赤坂1									
21. 日本橋	日本橋室町1	日本橋小舟町	日本橋2	八重洲1	日本橋本町	日本橋室町2	日本橋1	日本橋兜町	日本橋本石町3	日本橋小網町	日本橋本石町1					
22. 浅草橋	浅草橋1	浅草橋2	浅草橋4	浅草橋3	柳橋1	台東1	東神田3	浅草橋5	柳橋2	蔵前1						
23. 四谷	四谷3	四谷2	荒木町	舟町	四谷4											
24. 目白	目白3	下落合3	目白4													
25. 人形町	日本橋人形町2	日本橋人形町1	日本橋人形町3	日本橋蛸殻町1	日本橋蛸殻町2	日本橋浜町2										
26. 溜池山王	赤坂1	永田町2														

資料 登場回数

1. 銀座	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	5	5	6	11	5	10	9	51
サライ	6	7	10	9	3	5	1	41
クロワッサン	6	4	6	8	4	5	1	34
合計	17	16	22	28	12	20	11	126

2. 渋谷	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	7	3	5	3	6	6	12	42
サライ	4	5	3	1	1	3	0	17
クロワッサン	8	2	3	5	4	4	0	26
合計	19	10	11	9	11	13	12	85

3. 新宿	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	5	3	2	7	5	4	4	30
サライ	5	4	5	4	0	0	1	19
クロワッサン	3	2	1	3	2	1	1	13
合計	13	9	8	14	7	5	6	62

4. 代官山	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	0	0	7	2	0	0	3	12
サライ	0	0	0	1	0	0	0	1
クロワッサン	3	2	0	1	0	0	0	6
合計	3	2	7	4	0	0	3	19

5. 青山	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	10	6	5	10	4	13	11	59
サライ	1	0	0	0	2	1	0	4
クロワッサン	3	3	1	4	2	1	0	14
合計	14	9	6	14	8	15	11	77

6. 恵比寿	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	3	4	3	6	4	6	6	32
サライ	0	1	4	2	2	1	0	10
クロワッサン	1	2	0	0	0	0	0	3
合計	4	7	7	8	6	7	6	45

7. 原宿	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	5	2	5	2	8	8	4	34
サライ	1	1	1	1	1	1	0	6
クロワッサン	4	4	1	1	1	1	2	14
合計	10	7	7	4	10	10	6	54

8. 下北沢	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	0	0	2	2	1	2	0	7
サライ	0	0	0	1	1	0	0	2
クロワッサン	1	0	0	0	0	1	1	3
合計	1	0	2	3	2	3	1	12

9. 池袋	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	2	1	0	0	2	1	2	8
サライ	1	3	1	0	0	0	0	5
クロワッサン	3	1	0	1	0	2	1	8
合計	6	5	1	1	2	3	3	21

10. 自由が丘	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	0	0	1	0	1	0	1	3
サライ	0	0	1	0	1	0	0	2
クロワッサン	1	2	0	1	2	0	0	6
合計	1	2	2	1	4	0	1	11

11. 六本木	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	0	5	7	8	5	6	6	37
サライ	1	0	1	0	2	4	3	10
クロワッサン	0	0	0	0	5	3	0	8
合計	1	5	8	8	12	13	9	55

12. 麻布十番	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	1	2	2	7	5	2	2	21
サライ	0	0	1	0	1	0	0	2
クロワッサン	4	1	0	1	1	6	1	14
合計	5	3	3	8	7	8	3	37

13. 二子玉川	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	0	0	0	1	0	0	0	1
サライ	1	0	0	0	0	0	0	1
クロワッサン	0	0	0	1	0	0	0	1
合計	1	0	0	2	0	0	0	3

14. 浅草	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	0	0	1	2	1	3	3	10
サライ	4	3	1	2	2	4	0	16
クロワッサン	3	1	0	0	0	1	0	5
合計	7	4	2	4	3	8	3	31

15. 西麻布	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	3	7	6	9	2	1	3	31
サライ	0	1	2	1	1	3	0	8
クロワッサン	4	0	0	1	0	0	0	5
合計	7	8	8	11	3	4	3	44

16. 丸の内	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	1	1	6	5	1	0	0	14
サライ	1	1	3	2	2	4	2	15
クロワッサン	0	1	2	0	3	3	3	12
合計	2	3	11	7	6	7	5	41

17. 上野（アメ横）	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	1	0	0	2	0	1	2	6
サライ	6	4	6	9	2	6	9	42
クロワッサン	0	0	2	9	4	6	7	28
合計	7	4	8	20	6	13	18	76

18. 三軒茶屋	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	0	0	1	0	0	0	1	2
サライ	0	0	0	0	0	0	2	2
クロワッサン	1	0	0	0	0	1	1	3
合計	1	0	1	0	0	1	4	7

19. お台場	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	0	0	0	2	1	0	1	4
サライ	0	0	0	0	1	0	0	1
クロワッサン	0	0	0	0	0	1	0	1
合計	0	0	0	2	2	1	1	6

20. 赤坂	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	3	8	3	1	1	3	1	20
サライ	1	2	6	3	2	2	0	16
クロワッサン	0	2	2	1	1	0	0	6
合計	4	12	11	5	4	5	1	42

21. 日本橋	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	0	1	0	3	1	2	2	9
サライ	5	2	2	3	1	4	0	17
クロワッサン	3	2	1	0	0	1	0	7
合計	8	5	3	6	2	7	2	33

22. 浅草橋	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	0	0	0	0	1	1	0	2
サライ	0	0	1	0	0	0	0	1
クロワッサン	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	0	0	1	0	1	1	0	3

23. 四谷	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	0	0	0	0	0	1	3	4
サライ	0	1	1	0	0	1	1	4
クロワッサン	0	0	1	0	0	0	0	1
合計	0	1	2	0	0	2	4	9

25. 人形町	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	1	0	1	1	2	0	2	7
サライ	2	0	1	1	1	0	0	5
クロワッサン	2	0	0	1	0	0	0	3
合計	5	0	2	3	3	0	2	15

26. 溜池山王	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	0	2	3	1	0	0	0	6
サライ	1	0	0	1	0	1	0	3
クロワッサン	1	1	1	0	0	0	0	3
合計	2	3	4	2	0	1	0	12

ALL	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018	合計
BRUTUS	55	23	91	116	102	104	119	610
サライ	40	35	50	41	26	40	18	250
クロワッサン	51	30	21	38	29	37	18	224
合計	146	88	162	195	157	181	155	1084

謝辞

6年間という長い学生生活を締めくくる修士論文を、なんとか書き上げることができたのも、未熟な自分を指導して下さった先生方、はっぱをかけあい時に励ましあった友人たち、いつも温かく見守ってくれた家族、その他お世話になった皆様のおかげです。本当にありがとうございました。

東京の都市に関する研究を、これから自分の進むメディア関係に絡めて書くという内容は、私にとって、かなり壮大チャレンジングな論文となりました。

そんな中、骨が折れることもあったでしょうが、最後までご指導して下さった出口先生には、大変感謝しております。先生のおかげでこのような論文を書くことができました。ありがとうございました。

また、私がギリギリに駆け込むにもかかわらず、じっくりと相談に乗って下さった副指導の清水先生にも感謝申し上げます。ありがとうございました。

そして2年間、タフなときも共に乗り越えた研究室同期の小花君・曾根田君・平野君。3人がいなければ、ここまでやってくることができませんでした。皆さん本当にお世話になりました。

最後に、いつも遠くから私の事を気にかけて、応援してくれる家族に深く感謝いたします。

皆さま、本当にありがとうございました。

2019.01.21 橋本真実