

論文

「青山」の地域イメージの分析 —生活者にとっての「青山」の意味の探索

東 伸一 芳賀 康浩

キーワード

青山
歴史
エリア認識
地域イメージ
空間イメージ
商業集積

目次

1. はじめに
2. 東京「青山」地域にかんする調査—調査概要
3. 青山地域の地理的範囲
4. 青山地域のイメージ
5. おわりに

1. はじめに

「青山」のルーツ

青山学院・青山学院大学の名称にも含まれる「青山」という地名は、1590年（天正18年）の徳川家康の江戸移封にあたって家康の旧臣・腹心のひとり、青山常陸介忠成が下屋敷を下賜されたことからその呼称を得たといわれる。「〔前略〕関東御入国の御催にあるにより、忠成御先に参り、あらかじめ所持を沙汰すべきおほせをかうぶり、江戸におもむく。」（『寛政重修諸家譜』）と青山家資料にも記録されていることから、家康による関八州統治の先遣隊として忠成が山南町、北町の大半、新坂町、表町方面を含む広大な地域を屋敷地として拝領し、重要な任務を担うことを期待されていたことがうかがわれよう。

忠成の屋敷地は、現在の日本橋から赤坂・青山を抜け、宮益坂（渋谷）、三軒茶屋（世田谷）、二子多摩川（二子玉川）を経由し厚木から大山阿夫利神社へといたる大山道（大山街道、大倉街道）に沿った高燥台地に位置していた。忠成の次男、忠俊は3代将軍家光の傳役を務めたが、家光に対する度重なる諫言が原因となり青山の屋敷地は1623年（元和9年）に上地となった（宇高，2014）。その後、あたり一帯とその周辺部の土地が「青山の上地」と呼ばれるようになり、やがて「青山」と称されるようになったという説がある（『御府内備考』）。それによると、「青山」の空間的範囲は、南は麻布今井竜土（東京ミッドタウンや新美術館東京、乃木坂駅周辺）、北は千駄ヶ谷恩田鮫ヶ橋（鮫ヶ橋：新宿区南元町・若葉あたり）、東は赤坂、西は原宿上渋谷（西川＝渋谷川流域のキャットストリートや明治通りなどを含む地域）にまで及んでいたという。

忠俊の所領・屋敷の上地後まもなく、忠成の三男で忠俊の弟、幸成が青山の下屋敷を再拝領したため、「青山」という地域の呼称はそのまま残った。忠俊ものにちに許しを得て、息子の宗俊が大山道を挟んで北側の屋敷地を分給されることとなった。こうした経緯から青山氏は忠俊系統（篠山藩青山家）と幸成系統の二家に分化し、美濃守（美濃郡上藩）青山氏となった後者が主流となった。前者は大山道を挟んで北側に玉窓寺、後者は南側に梅窓院と、それぞれの菩提寺を建立した。現在も当初の立地に残るのは隈研吾氏の設計したオフィス統合建築でも知られる梅窓院であり、玉窓寺は明治期に現在の南青山2丁目に移転した。幸成の子 幸利が建立した梅窓院の檀家は広域の「青山」地域の各所から集まっていただけでなく、庶民層からの支持も厚かった。美濃守青山氏は幸成以降、明治維新まで青山の下屋敷を守り続けた。近代以降、両青山家の屋敷地は、青山練兵場（北側：篠山藩青山氏）、青山墓地と青山射的場（南側：美濃郡上藩青山氏）へと姿を変えてゆくことになる。青山練兵場は現在の明治神宮外苑にあたる。

大山道と江戸防衛線としての西郊と「青山」

大山道は8世紀にはすでに東国と畿内を結ぶ矢倉沢往還という官道であった。江戸時代には東海道の脇往還として位置付けられ、商人や江戸中期以降盛んになった大山講（大山詣）の一行が往来する道幅四間の主要道としての役割を果たすようになっていた（『赤坂区史』）。ただし、この道は商いと巡礼の道であったにとどまらない。甲州街道の起点となる内藤新宿（現在の新宿御苑のあたりの一帯

で忠成と同様に岡崎生まれの家康の旧臣 内藤清成＝信濃高遠藩）が屋敷地を下賜されていた）とともに、大山道に沿った青山の地は江戸城西側の防衛線として極めて重要な戦略性を有する要衝であった。現在の青山通りは、かつての大山道のうち、永田町の三宅坂（千代田区）と渋谷3丁目の明治通りとの交差点（渋谷区）までの区間にあたる。

江戸城の西の守りの拠点としての重要性に鑑み、両氏の屋敷地近傍には短冊形の地割が特徴的な鉄砲隊百人組の大縄地（百人町）が設けられ、両地域の接点となる隠田・原宿の二村では伊賀者に移住地が与えられた。二村の住人となった伊賀者たちは泰平の世にあつては農業に従事しながら有事の防衛に備えたものと思われる。百人鉄砲隊は將軍直轄軍のひとつであったことから、その訓練のための鉄砲場や弾薬庫も近隣に建設された。幕府の弾薬庫（煙硝蔵）は現在の神宮第二球場と新国立競技場のあたりに設置されていた。この場所は江戸幕府の倒幕後、明治新政府が接收し青山火薬庫として重用され、やがては手狭になった日比谷練兵場の移転先として新たに調達された土地とあわせ、1887年（明治20年）に青山練兵場となった（武田, 2019）。

このような観点から振り返ると、近世以降の「青山」の歴史はその後、近現代に至るまで一貫して軍事的な出来事・役割との強い関連性によって彩られてきたことがわかるが、そのような経路は青山地域に固有のものでなく、江戸城の西郊に位置する山の手地域で共通にみられたものである。東渋谷台地に位置し渋谷川に向かって東西両側から傾斜する地形をもつ神宮前（渋谷区）周辺では、現在のユニオン・チャーチや神宮前小学校、国連大学裏などに多くの湧水池が存在していた（神宮前小学校, 1981）が、一般に台地は起伏が大きく、近世においては技術的な制約も大きかったことから、水利の獲得や管理も含め台地を使いこなすことは容易ではなかった（武田, 2019）。また、江戸城下の人々の生活を支える「くだりもの」の、のちに地廻りの商品も包摂するようになる流通システムについても、物流面では内航海運と河川や運河を利用した末端輸送のネットワークの組み合わせが優位性を発揮しており、各種商品の荷受問屋をはじめとする分散卸や地方有力商人の江戸店も下町の水上輸送と貯蔵・保管、そして取引の結節点としての（日本橋界隈などの）下町低地に立地することが大勢であった。

近代以降の西郊への重心移動と「青山」

このように江戸時代を通して経済・文化・社会の中心となったのは東京の東側の下町低地であったが、近代を迎えると種々な要因によってそ東京の重心の西郊への移動が起り始める。山の手台地の地層は洪積層であり、表土の下に関東ローム層が重なり、その下に砂礫層やシルト（沈泥）質砂層などが堆積している。さらに深部の岩盤も厚いため、沖積層からなる下町低地と比較すると地震によるリスクが少ないだけでなく、近代建造物の重量にも耐えうる。また、各種インフラの敷設とそれらの安定稼働にも優れている。水道技術が一定水準に達すれば、山の手台地では清潔な水を豊富に確保することができた。また、江戸期に西郊に形成された広大な武家屋敷群と軍事関連の施設の存在は、下町低地では確保することの困難だった軍用地や軍事施設の移転や新規開発という明治政府のニーズに応えうるスペースを提供した。軍用地としての開発が進むと、それに付随して水道・光熱や交通の

インフラや学校、住宅をはじめとする都市基盤の整備が進み、山の手は良好な居住空間として活用されることになった（貝塚, 2011; 武田, 2019）。

東京府は1919年（大正8年）4月に「都市計画法」と「市街地建築物法」を公布した。その中で、「武家地、寺社地、町人地」という江戸時代に用いられていた土地管理区分を改め、「住居、商業、工業」の三系統への分類をおこない都市計画による基盤整備が促進された。西部の台地は広範囲にわたって住居指定を受けたが、それは高燥な台地上の良好な住空間の確保と伝染病への対策を主眼とするものであった。一方、湿地・低地で衛生状態が好ましくなく、（日本橋魚市場の築地への移転計画の事由でもあった）コレラの流行も目立っていた東部はもともと工場・人口の集中が顕著であったため、概ね工業地域としての指定を受けた。こうした都市計画の流れと、西南戦争後の明治政府による軍備拡大のもと進行した大山道沿線を中心とする軍事機関・軍事施設の山の手台地への集中が相まって、西郊の地は軍人や政治家、官僚、高級サラリーマンとその家族の暮らす住宅地と軍用地が織りなす新たな東京の重心となり（武田, 2019）、それらを支える生活インフラの近代化が急展開した。鉄道網の敷設が貨物輸送と旅客輸送の両面で水上輸送を代替するようになったことの影響も大きい。郊外の広大な武家屋敷地を分割して住宅や事業所などに民間転用し町地（新開町）を開発することは政府にとっても地税による増収効果が期待されたため、旧江戸の郭外地域（朱引の境界線とその周縁、郊外部）開発のインセンティブは大きかったと考えられる（松山, 2019）。

西郊の山の手への重心移動にさらなる拍車をかけたのが、関東大震災である。震災時の青山地域の被害は少なく、震災を契機に青山には住宅が増加し、築地地区で罹災したブラジル大使館が赤坂に移転した。その後、東京市が15区から35区に拡大し、青山を含む赤坂区が生まれるとカナダ公使館やノルウェー公使館も丸の内から赤坂区に移動した。渋谷区が誕生したのもこの時のことである。関東大震災後に実施された帝都復興計画は予算不足などを理由に度重なる計画縮小を余儀なくされ、グリーンベルトを重視したバランスの取れた都市圏の開発やヒューマンスケールの街路づくりといった目標は多くの地域でとん挫したが、赤坂・青山地域の都市整備はこの計画の原型にしたがう形で実施された。

その結果、同地域では賃貸住宅も含む全世帯にガス、水道、電気が完備され、氷を入れて冷やす木製冷蔵庫を所有する世帯も目立っていた。また、住宅地の拡大にともなって、スチーム暖房やプール、道場、裁縫室、太陽光反射設備、鉄筋コンクリート造りなど当時の先端的な施設を備えた公立や私立の学校も複数建設され、学習塾も存在した。セーラー服や洋装の学生服もいち早く導入された。児童・生徒だけでなく成人の洋装化も進んだ地域であり、青山北町（現在の北青山）の女子学習院や青山師範学校の界隈は洋服店が立ち並んでいたという。これらに加え生活全般の洋風化もいち早く取り入れられ、木造住宅群の間にところどころ洋館が佇む住宅街の近隣には赤坂市場や青山市場などの小売市場や各業種の中小小売商が集まり、その中にはベーカリーや中華まん、パスタなどを取り扱う店舗もあった。その一方で、梅窓院や善光寺といった寺社の門前では縁日が開かれ、下級武士の屋敷地跡に生まれた路地裏には銭湯など当時の日本らしい風景も同居していた（港区, 2012）。

「青山」は特殊な空間なのか

近世から近代の歴史の流れの中で、「青山」地域はこのような形でその景観や諸特徴を形成した。それら蓄積された基盤の上に、明治神宮内苑と外苑、そしてそれらを接続する2つの参道（表参道と裏参道）の登場、ワシントンハイツがもたらしたアメリカ文化、オリンピックとヴァンヂャケット、さらには住宅・商業の混合地域におけるデザイナーブランドの勃興や外資系高級ブランドの参入など幾多の出来事が複雑に重なり合ったネットワークが現在の青山地域の外形的特徴や地域の産業構造、あるいは固有の地域イメージの生成につながっていると考えられている（東, 2011）。

「青山」地域の主要道路は歩道も含めて道幅が広く、青山墓地や神宮外苑などを含む広大な緑地が存在し、先端的な商業施設や新旧の飲食店・和洋の茶菓店のみならず美術館やアート施設も点在しておりその数は多く、ファッションやデザインと関連する各種産業の事業所も集積している。きわめてガーデンシティ（garden city）としての性格を備えた回廊がこの地域を包摂しているといえるだろう。関東大震災後の帝都復興計画のみならず、第二次世界大戦後に石川栄耀ら都市計画家がデザインした緑と都市、文化と盛り場とが共存する理想的な空間も、高度経済成長とオリンピック、万博に向けた「より速く、より高く」（吉見, 2021）という風潮の加速によって多くの地域では実現をみる事がなかった。「青山地域」の一部もその例外ではなかったが、相対的な観点から見ると同地の緑の回廊はこれら2つの都市計画の発想を受け継いだものであるかもしれない。

本稿の目的

このような問題意識から、筆者らは2018年から青山学院・青山学院大学が立地する広域の「青山地域」およびその隣接地域に関する歴史的変遷について、商学・流通論の視点を軸に、地理学、空間情報科学、都市計画、地域史、社会学といった領域における知見を踏まえて学際的にアプローチする研究プロジェクトを継続している¹。その狙いは、象徴的な特徴を備えた「まち」の形成プロセスやその先行要因となる要素を長期的に追跡することを通じて、ある時期における「まち」の構造的・表象的特徴を決定づけるメカニズムを探ることにある。そして、そこで得た知見をさまざまな「まち」を分析する際のひとつの手掛かりとし、研究枠組みの策定や政策形成への若干の示唆を得ることである。

本稿はこのプロジェクトの一環として実施したサーベイによって得られたデータの一部を用いて、生活者、通勤・通学者、買い物出向者として青山地域に関わる人たちが、青山地域をどのように認識しているかをその地理的範囲およびイメージという観点から探索的に検討する。ここまで概観してきたように、「青山」の空間範囲はその歴史的起点から一貫して曖昧な性格を帯びてきた。このことは、生活者の知覚する地域イメージにどのような影響を与えているのだろうか。東京都内の主要な盛り場、そして青山の隣接地域と比較した場合、青山地域は、生活者の知覚空間の中でどのような位置をしめているのだろうか。また、それはなぜか。これらの点を探索することを試みる。

2. 東京「青山」地域にかんする調査—調査概要

データの収集は、東京、神奈川、千葉、埼玉在住者を対象に、2020年2月20日～27日にインター

ネットを用いて実施した。青山地域に対して一定の知識・関心を有する人を抽出するために、青山およびその近隣地域（表参道、原宿、渋谷）への買物出向頻度を尋ね、3ヶ月に1回程度以上と回答した人だけを対象として、年代（20代から60代以上までの5水準）と性別（2水準）の10グループに各100票を割り付ける回収計画を立てた。こうして回収した1,078票のうち、回答時間が短く不正解答と判断された209票を削除した869票を分析対象とした。

調査内容は、(1) 青山という地域の地理的な範囲の認識を問う項目、(2) 青山という地名に対して有するイメージを問う項目、(3) 青山地域と東京都内のその他の有名地域とのイメージの違いを比較するための項目で構成した。

(1) は、一般的に「青山」と呼ばれる地域（以下、青山地域）が行政上の地名（北青山1丁目から3丁目および南青山1丁目から7丁目；以下、行政上の青山）とは必ずしも一致しないことに注目し、生活者の知覚空間の中で青山エリアに含まれる地理的範囲を明らかにしようとするものである。そのために、行政上の青山を中心としてその周辺を含む地域にあるランドマークを地図上の位置とともに示した上で、回答者が青山地域に含まれると思うものを複数回答で尋ねた。

(2) は青山という地名を聞いた時に連想する事項を自由回答で尋ねた。

(3) は、青山、渋谷、新宿、池袋、銀座、浅草、六本木、原宿、千駄ヶ谷の9地域について、それぞれ19のイメージ項目を提示し、回答者が有するイメージとの合致度を7点尺度で測定した。ここで測定したイメージ項目は図表1の通りである。これらのアイテムの設定にあたっては、都市計画・建築学分野（藤原・福永・川崎, 1994；山本, 1986; 林, 1986;）やデザイン・ブランド領域（田村・森田, 2006）、地域ブランド・商店街研究（辻, 2014）の先行研究で用いられている主要項目を参照したうえで、「青山」地域固有の尺度を追加した。

本稿では、この調査のうち(1)と(3)の結果を分析する。

図表1：地域イメージの測定に用いた項目（19項目）

高級感がある	交通が便利
庶民的	若い人が多い
歴史と伝統がある	活気と賑わいがある
国際的	ごみごみしている
洗練されている	情報が豊か
文化的な雰囲気がある	働きたい（学びたい）
流行の先端	（近くに）住みたい
街並みが美しい	買物や食事に行きたい
買物環境が充実している	遊びに行きたい
遊ぶ場所が充実している	

出所：筆者作成。

3. 青山地域の地理的範囲

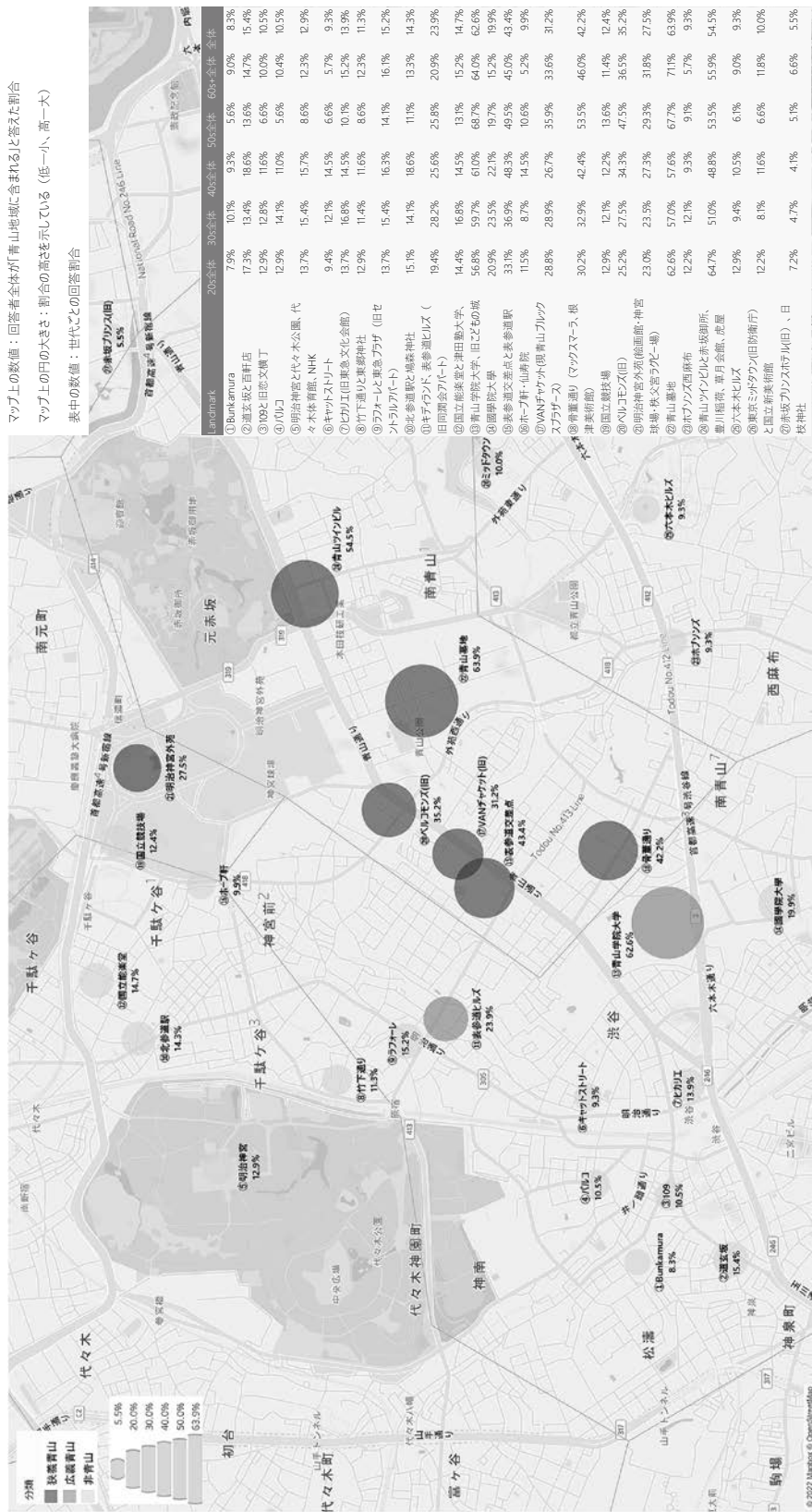
青山という地名が具体的にどの地理的な範囲を指すと考えている人が多いだろうか。これを探るために、図表2に示した27のランドマークが青山地域に含まれると思うかどうかを尋ねた。これら27のランドマークのうち、その所在地が行政上の青山にあるものを「狭義青山」、行政上の青山と極めて曖昧な境界をもって隣接しているものを「広義青山」、それ以外のものを「非青山」と分類した（図表2参照）。この27のランドマークそれぞれについて、「青山地域に含まれる」と回答した人の割合をまとめたものが図表3（3-A～3-C）である。図表3-Aは回答者全体の、3-Bは回答者のうち男性のみの、そして3-Cは女性のみのデータによるものである。

図表2：調査で取り上げた青山地域および周辺地域のランドマーク（27箇所）

ランドマーク名称とポイント番号	地域	分類
表参道交差点と表参道駅	表参道	狭義青山
VAN チャケット（現青山ブルックスブラザーズ）	青山	狭義青山
骨董通り（マックスマラ、根津美術館）	青山	狭義青山
ベルコモンズ（旧）	青山	狭義青山
明治神宮外苑（絵画館・神宮球場・秩父宮ラグビー場）	青山	狭義青山
青山墓地	青山	狭義青山
青山ツインビルと赤坂御所、豊川稲荷、草月会館、虎屋	青山	狭義青山
キディランド、表参道ヒルズ（旧同潤会アパート）	表参道	広義青山
青山学院大学、旧こどもの城	渋谷	広義青山
Bunkamura	渋谷	非青山
道玄坂と百軒店	渋谷	非青山
109と旧恋文横丁	渋谷	非青山
パルコ	渋谷	非青山
明治神宮と代々木公園、代々木体育館、NHK	原宿	非青山
キャットストリート	渋谷	非青山
ヒカリエ（旧東急文化会館）	渋谷	非青山
竹下通りと東郷神社	原宿	非青山
ラフォーレと東急プラザ（旧セントラルアパート）	原宿	非青山
北参道駅と鳩森神社	千駄ヶ谷	非青山
国立能楽堂と津田塾大学、裏参道	千駄ヶ谷	非青山
國學院大學	渋谷	非青山
ホープ軒・仙寿院	千駄ヶ谷	非青山
国立競技場	霞ヶ丘	非青山
ホブソنز西麻布	西麻布	非青山
六本木ヒルズ	六本木	非青山
東京ミッドタウン（旧防衛庁）と国立新美術館	乃木坂	非青山
赤坂プリンスホテル（旧）、日枝神社	赤坂	非青山

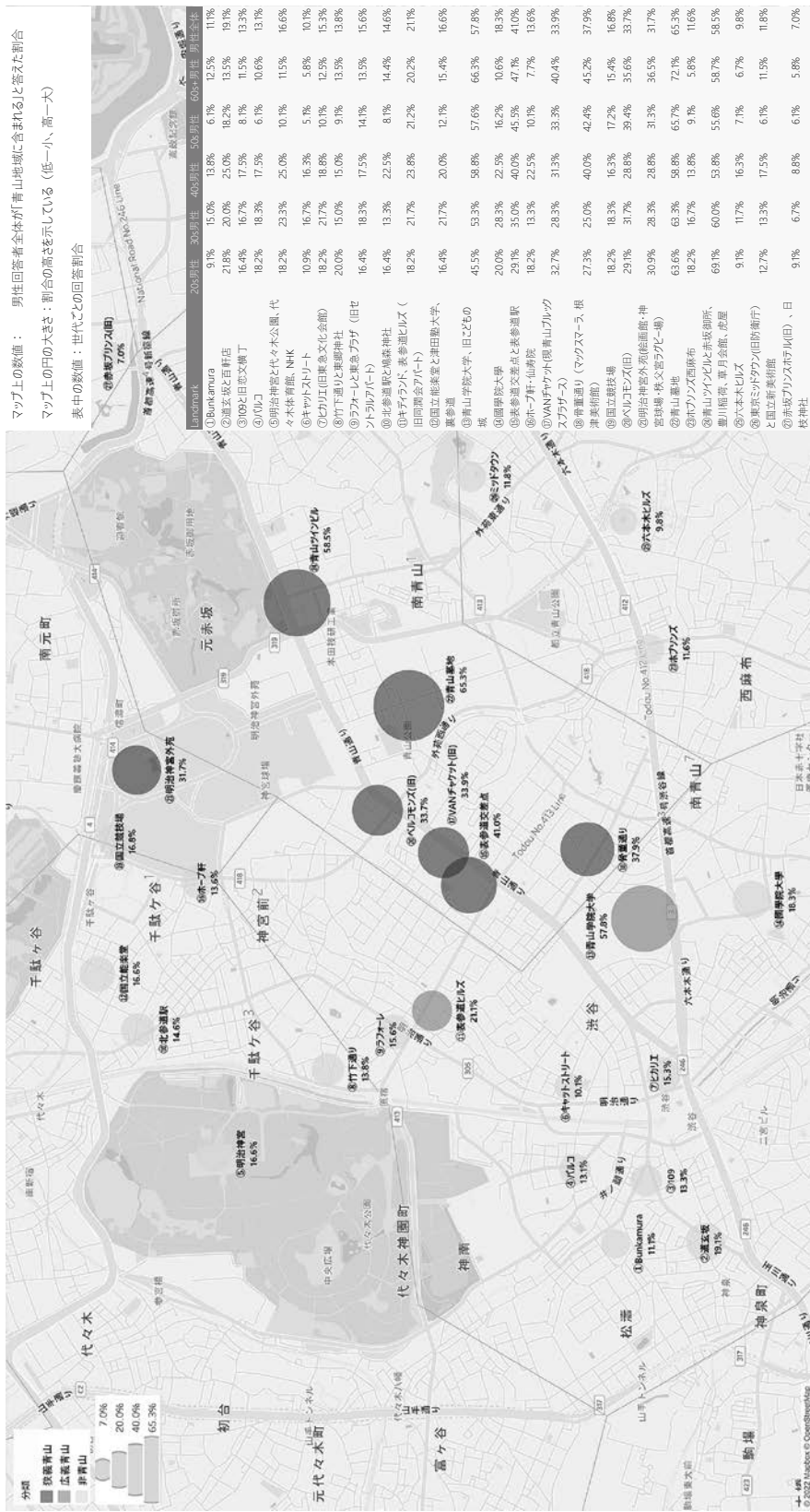
出所：筆者作成。

図表3-A：ランドマークマークごとの青山地域に含まれるという回答者の割合（回答者全体）



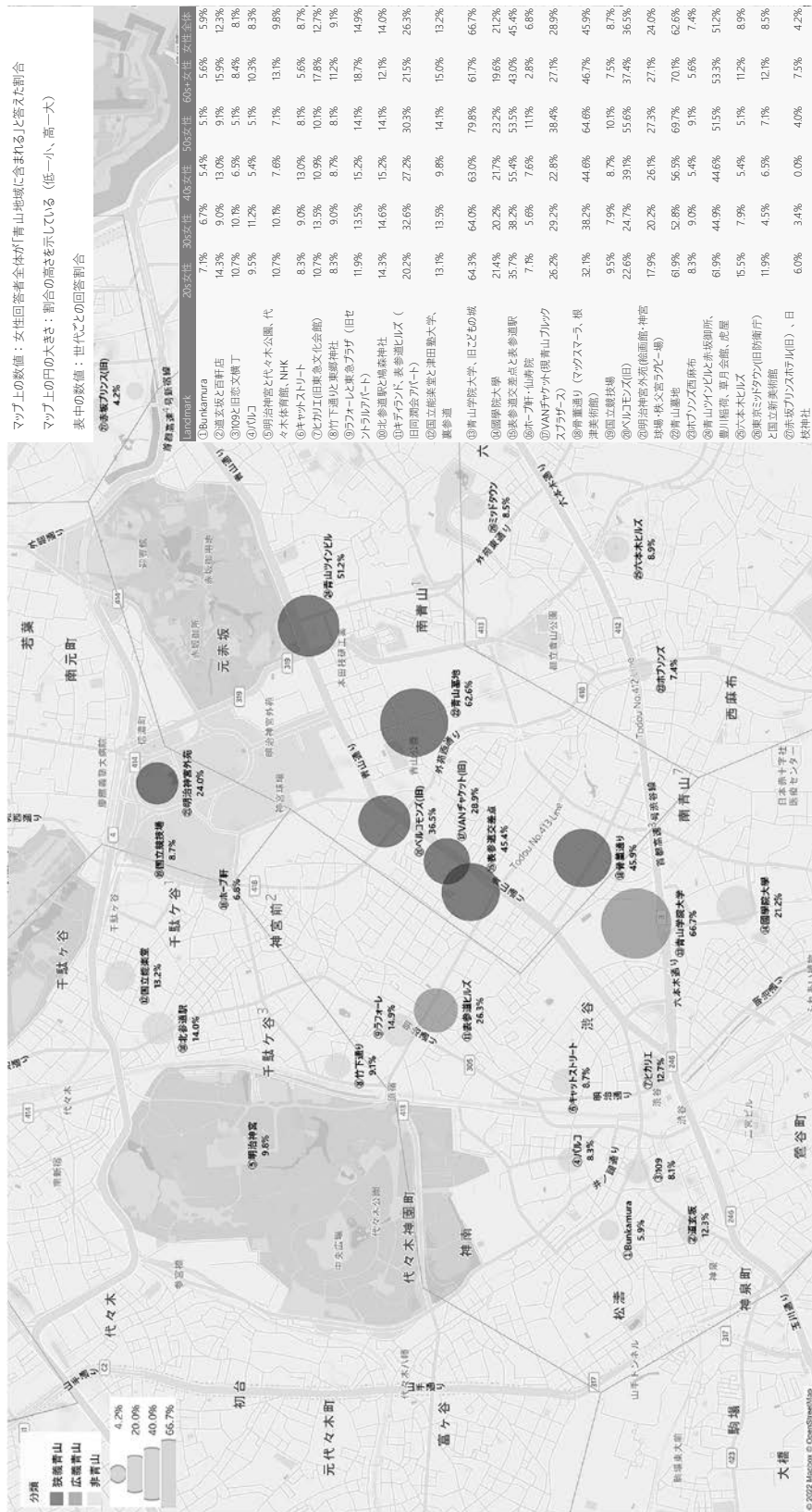
出所：筆者作成。

図表3-B：ランドマークごとの青山地域に含まれるという回答者の割合（回答者のうち男性のみ）



出所：筆者作成。

図表3-C：ランドマークごとの青山地域に含まれるという回答者の割合（回答者のうち女性のみ）



出所：筆者作成。

ランドマーク名に「青山」が入っているもの（青山墓地、青山ツインビル、青山学院大学）は、どの年代・性別でも青山地域に含まれるという回答者が多い。反対に、狭義青山・広義青山に含まれるランドマークであっても、他の地域名・施設名を含むもの（明治神宮、表参道ヒルズ）については、青山地域に含まれるという回答者が比較的少なくなっている。こうした特徴が顕著にみられるのが20代であり、非青山に含まれるランドマークに対して青山地域に含まれるという回答が他の年代よりも多い傾向と合わせて考えると、20代はそもそも「青山」という地域名に馴染みが薄い可能性がある。

一方で、ランドマークの名称に比較的惑わされずに、狭義青山・広義青山を青山地域に含まれるとした回答者が多かったのが40代である。40代では非青山を青山地域と認識している割合が他の世代よりも低い傾向にあり、青山地域について明確な知識を有する人が多いと思われる。この傾向は特に女性に顕著であり、男性だけで見ると狭義青山・広義青山を青山地域と認識している人の割合は60代が最も高くなる。

このように、青山地域の地理的範囲に関する認識には年齢・性別によって差異が見られる。そこで、以下ではこの違いについてもう少し詳細に分析してみよう。

青山地域の地理的範囲に関する認識の正しさを把握するために、回答者が青山地域に含まれると認識しているランドマークの回答を用いて「狭義青山（最大値：7）－非青山（最大値：18）＋18」という算出式にしたがって青山理解得点を作成した。各ランドマークに対して回答者が「青山に含まれる」と回答した場合には「1」が加算されるため、「狭義青山（全7ランドマーク）」と「非青山（全18ランドマーク）」の双方を正確に峻別することができている回答については、「7－0＋18」で最大スコア（25）となる。一方、双方のランドマークのすべてを不正確に認識している場合には「0－18＋18」で最少スコア（0）となる。算出式の中で18を加えているのは、最小スコアをゼロにするための処理である。この青山理解得点と青山近隣への買物出向頻度、年齢階層、性別との関係をみていこう。

買物出向頻度と青山地域の認識

前述の通り、本調査は青山およびその近隣地域（表参道、原宿、渋谷）への買物出向頻度が3ヶ月に1回程度以上の人を対象に回答を収集している。買物出向頻度の分布は図表4の通りである。

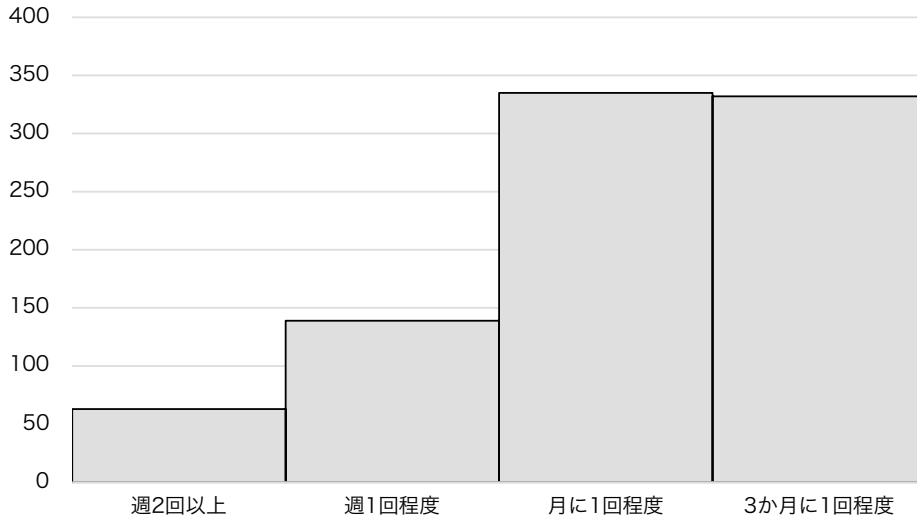
ここで、買物出向頻度が「週2回以上」「週1回程度」をHeavy群、「月に1回程度」をMiddle群、3ヶ月に1回程度をLight群として、青山理解得点の平均値を計算し、多重比較を行った。結果は図表5の通りである。

このように買物出向頻度が高い方が青山理解得点が低い傾向が見られ、Heavy群とその他の群の間の得点差は統計的に有意だった（ $p < 0.01$ ）。つまり、青山周辺地域により頻繁に買い物に行っている人ほど「青山」を広く認識しているようである。

年齢階層・年齢と青山地域の認識

次に年齢階層・性別に青山理解得点の平均値を比較した。結果はそれぞれ図表6・7の通りである。

図表 4：青山および近隣地域（表参道、原宿、渋谷）への買物出向頻度の分布



出所：筆者作成。

図表 5：買物出向頻度別の青山理解得点

買物出向頻度	度数	平均	分散	多重比較 (p 値)	
Heavy	202	17.96	4.23	Heavy	Middle
Middle	335	18.88	3.40	0.008	—
Light	332	19.37	2.86	0.000	0.190

※多重比較は Bonferroni。

出所：筆者作成。

図表 6：年齢階層別の青山理解得点

年齢階層	度数	平均	分散	多重比較 (p 値)			
20 代	139	18.34	3.66	20 代	30 代	40 代	50 代
30 代	149	18.27	3.49	1.000	—	—	—
40 代	172	18.45	3.72	1.000	1.000	—	—
50 代	198	19.63	3.03	0.007	0.003	0.010	—
60 代以上	211	19.21	3.32	0.203	0.105	0.309	1.000

※多重比較は Bonferroni。

出所：筆者作成。

図表 7：性別の青山理解得点

性別	度数	平均	分散	t 検定 (p 値)
男	398	18.54	3.76	0.016
女	471	19.12	3.17	

出所：筆者作成。

このように、50代は40代以下よりも青山理解得点が有意に高い。60代以上の回答者の間でも40代以下よりも高いが、その差は統計的に有意ではなかった。また、男性よりも女性の方が青山理解得点が高く、その差は統計的に有意であった。そこで、比較的青山地域を正確に認識している人が多いと考えられる50代以上の女性に絞って買物出向頻度と青山地域認識の関係を分析してみよう。

50代以上女性の買物出向頻度と青山地域の認識

回答者から50代以上の女性だけを取り出し、上で用いた買物出向頻度のHeavy/Middle/Lightの3群で青山理解得点の平均値を比較した。その結果は図表8の通りである。

図表8：買物出向頻度別の青山理解得点（50代女性のみ）

買物出向頻度	度数	平均	分散	多重比較（p 値）	
Heavy	107	18.37	4.06	Heavy	Middle
Middle	175	19.22	2.98	0.086	—
Light	189	19.44	2.68	0.016	1.000

※多重比較はBonferroni。

出所：筆者作成。

このように、50代女性で青山周辺地域に3か月に1回程度しか来街しない人の青山理解得点が高い。この結果から次のような可能性が示唆される。50代というのはバブル期に20歳前後だった層であり、その時期に正確な青山地域認識が形成された。ただ、その後青山地域のイメージは拡散あるいは曖昧化し、その影響で現在でも青山周辺地域への買物出向機会が多い人の青山地域認識も拡散した。一方、この地域への買物出向機会が少ない人は以前に獲得した正確な青山地域認識を維持している。もちろん、このような推論は可能な解釈の一つに過ぎず、これを仮説として提示するためには追加的な調査が必要であることは言うまでもない。今後の研究課題としてここに明記しておく。

4. 青山地域のイメージ

前述の通り、本調査では青山とその周辺3地域（原宿、渋谷、千駄ヶ谷）および東京都内の主要な盛り場5地域（銀座、新宿、池袋、六本木、浅草）の計9地域のイメージ項目を測定している。ここでは、このデータを用いて青山地域と他の8地域とのイメージの比較を行う。

まず、図表1に示した19のイメージ項目を用いて、地域イメージの構造を把握するために探索的因子分析を行なった。因子分析を繰り返し、因子負荷量の低い項目を削除しつつ因子数を検討した結果、2因子・14項目で図表9のような単純構造が得られた。

第1因子は活気と賑わいにあふれ、遊びや買い物に便利で、若者を中心に多様な人が集まる場所という意味で「賑わい」因子と命名した。第2因子は、街並みが美しく、高級で洗練された文化の香り漂い、そのようなところで生活してみたいという憧れの場所という意味で「ステイタス」と命名した。

この因子分析の結果から、第1因子を「賑わい」、第2因子を「ステイタス」とし、それぞれの信

図表 9：地域イメージの因子分析結果

	第 1 因子	第 2 因子	共通性
活気と賑わいがある	0.88	-0.14	0.67
遊ぶ場所が充実している	0.81	-0.05	0.62
買物環境が充実している	0.79	0.01	0.63
情報が豊か	0.75	0.13	0.67
若い人が多い	0.72	-0.25	0.41
交通が便利	0.72	-0.01	0.51
国際的	0.49	0.29	0.47
街並みが美しい	-0.20	0.90	0.68
高級感がある	-0.14	0.83	0.60
洗練されている	0.05	0.80	0.68
文化的な雰囲気がある	0.14	0.58	0.44
働きたい（学びたい）	0.10	0.57	0.39
（近くに）住みたい	0.01	0.57	0.33
歴史と伝統がある	0.15	0.48	0.32
累積寄与率（%）	28.5	53.7	
α 信頼性係数	0.888	0.860	

出所：筆者作成。

信頼性係数（クロンバックの α ）を算出したところ、0.888、0.860 という十分な水準だった。この 2 つの因子の因子得点を用いて、青山と他の 8 つの地域の知覚マップを作成した（図表 10）。

この知覚マップに示されるように、青山は渋谷、原宿、千駄ヶ谷という隣接地域と比べてステイタス性が高く、渋谷・原宿と比べると落ち着いた場所というイメージで捉えられているようだ。そこで前節の分析で青山地域の空間的認識に違いが見られた 50 代未満の女性と 50 代以上の女性に注目して、両者の間でのイメージの違いを検討してみよう。

図表 11 は、女性のみのデータを用いて、女性全体、女性 50 代未満、女性 50 代以上に分けて探索的因子分析を行なった結果である。

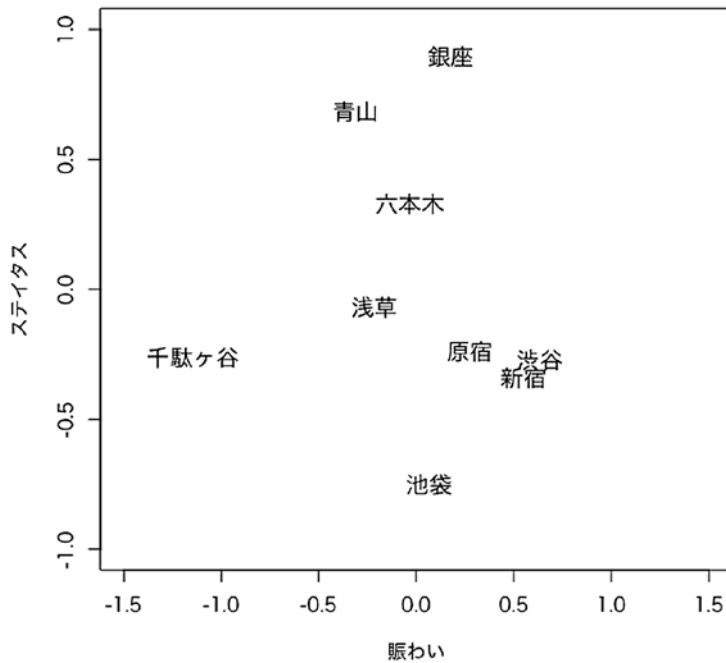
女性全体、女性 50 代未満、女性 50 代以上の 3 グループではほぼ同じ因子構造が得られた。そこで、この 3 グループそれぞれについて因子得点を用いて知覚マップを作成した（図表 12）。

女性の間でも 50 代未満と 50 代以上では青山および都内有名地域に対して有するイメージが異なっているようである。この違いを明確に把握するために、2 つの因子について 50 代未満と 50 代以上で地域ごとに因子得点の平均値の差を検定した（t 検定）。その結果は図表 13 の通りである。

この分析結果を 5% 水準で統計的に有意な差が見られた点を中心に整理してみる。まず、青山地域はステイタス因子が 50 代以上の方が高い。また 10% 水準ではあるが、賑わい因子も 50 代以上の方が高い。50 代未満に比べて 50 代以上の方が青山地域に魅力を感じているようである。

浅草は 50 代未満のステイタス因子が 50 代以上よりも高くなっている。庶民的な下町イメージから

図表 10：青山と都内有名地域の知覚マップ



出所：筆者作成。

図表 11：地域イメージの因子分析結果（女性のみ）

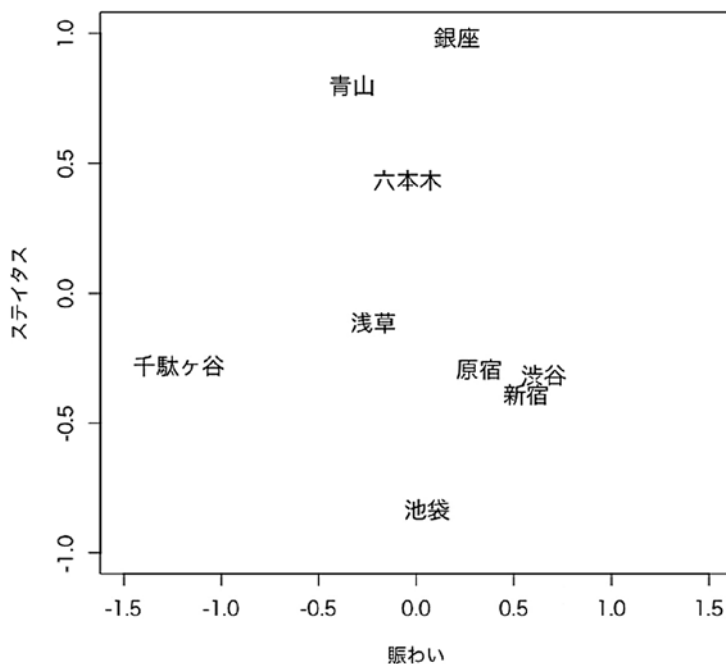
	女性全体			女性 50 代未満			女性 50 代以上		
	賑わい	ステイタス	共通性	賑わい	ステイタス	共通性	賑わい	ステイタス	共通性
活気と賑わいがある	0.86	-0.15	0.65	0.84	-0.13	0.64	0.89	-0.18	0.67
遊ぶ場所が充実している	0.81	-0.05	0.62	0.81	-0.07	0.62	0.81	-0.02	0.63
買物環境が充実している	0.80	0.00	0.64	0.79	0.00	0.62	0.83	-0.02	0.66
情報が豊か	0.74	0.14	0.66	0.75	0.15	0.66	0.74	0.13	0.66
若い人が多い	0.71	-0.27	0.41	0.72	-0.31	0.45	0.67	-0.20	0.35
交通が便利	0.70	0.00	0.49	0.68	-0.01	0.46	0.73	0.00	0.53
国際的	0.49	0.29	0.44	0.50	0.27	0.42	0.47	0.32	0.47
街並みが美しい	-0.17	0.88	0.68	-0.18	0.88	0.69	-0.14	0.88	0.68
高級感がある	-0.14	0.85	0.64	-0.15	0.81	0.59	-0.14	0.92	0.73
洗練されている	0.02	0.84	0.72	0.01	0.83	0.69	0.02	0.86	0.75
文化的な雰囲気がある	0.14	0.57	0.41	0.13	0.55	0.37	0.15	0.61	0.49
働きたい（学びたい）	0.08	0.57	0.37	0.11	0.58	0.39	0.05	0.57	0.36
（近くに）住みたい	0.03	0.56	0.32	0.06	0.55	0.33	-0.03	0.58	0.32
歴史と伝統がある	0.16	0.47	0.31	0.14	0.51	0.33	0.19	0.41	0.29
累積寄与率（％）	27.9%	53.6%		27.7%	52.9%		28.3%	55.1%	

推定法：最尤法。回転法：プロマックス。

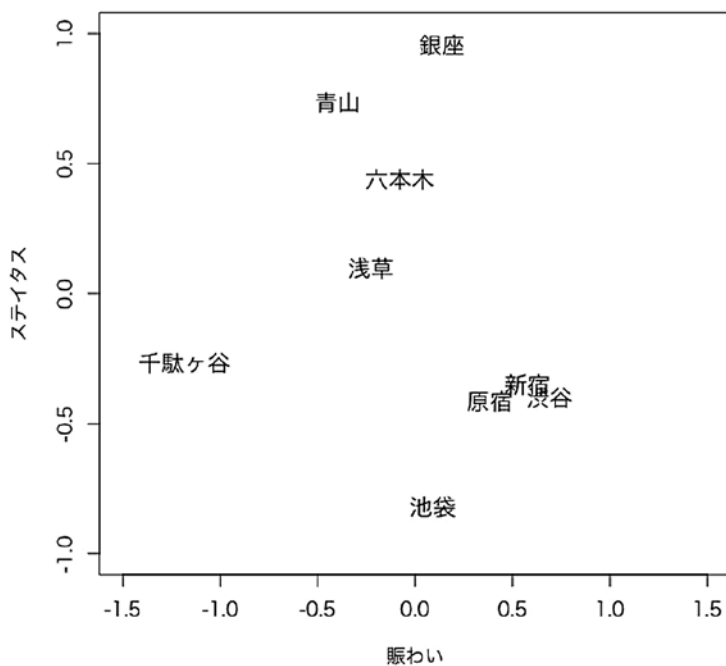
出所：筆者作成。

図表 12：青山と都内有名地域の知覚マップ（女性のみ）

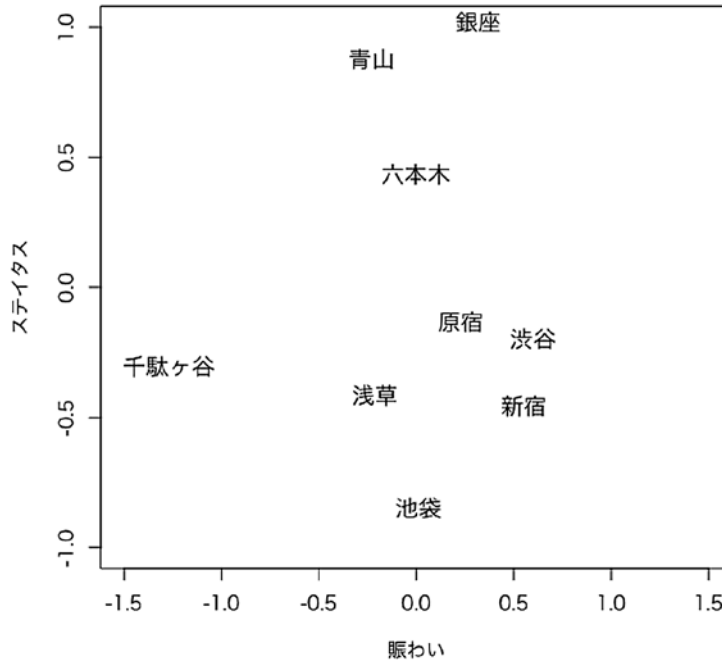
【女性全体】



【女性 50代未満】



【女性 50 代以上】



出所：筆者作成。

図表 13：女性 50 代未満と 50 代以上の間の地域イメージの違い（因子得点の差の検定）

	賑わい			ステイタス		
	女性 50 代未満	女性 50 代以上	p 値	女性 50 代未満	女性 50 代以上	p 値
青山	-0.40	-0.23	0.054	0.74	0.88	0.039
浅草	-0.23	-0.21	0.857	0.10	-0.41	0.000
銀座	0.14	0.32	0.034	0.96	1.02	0.385
原宿	0.38	0.23	0.056	-0.41	-0.13	0.002
池袋	0.09	0.01	0.362	-0.82	-0.85	0.771
六本木	-0.08	0.00	0.363	0.44	0.44	0.950
千駄ヶ谷	-1.18	-1.27	0.327	-0.26	-0.30	0.601
渋谷	0.69	0.60	0.269	-0.40	-0.19	0.015
新宿	0.58	0.55	0.743	-0.35	-0.45	0.232

出所：筆者作成。

国際的な観光都市あるいは歴史と現代、そして近未来の文化が交差する空間といったイメージが確立してきた結果と考えられる。六本木と浅草の距離が近付いていることから、このことはある程度説明できるだろう。

銀座は賑わい因子が 50 代未満よりも 50 代以上で高い。50 代以上は百貨店全盛期を経験しており、

歩行者天国でゴった返す銀座の風景を知っていることが影響したものと思われる。

原宿と渋谷は50代未満の方が50代以上よりもステイタス因子が低くなっている。つまり、若い層の方が原宿や渋谷を庶民的なまちだと感じているようである。竹下通りや渋谷センター街を闊歩する若者のイメージが影響しているのかもしれない。また、この層では新宿と原宿・渋谷地域のポジションが相当程度、重複していることが観察される。それぞれのまちの独自性が希薄化していると知覚されている可能性が指摘される。

5. おわりに

本稿では、(1) 青山という地域が空間的にどの範囲を指すと認識されているのか、(2) 青山という地域のイメージは都心の有名地域と比べてどのような特徴を持つのか、という2点について探ってきた。青山という地域の空間的範囲は、青山およびその周辺地域に来る機会の比較的多い人たちの間でさえも、行政上の青山とは一致していなかった。こうした傾向は、年配層よりも若い層で、そして青山周辺での買物頻度が低い層よりも高い層に見られた。このことから、青山という地名が、その行政上の地域の外部にある青山を冠するランドマーク（青山学院大学など）の影響や商業集積の範囲とその中心の変化などによって拡散、曖昧化している可能性を指摘することができる。

青山地域に関するイメージについては、銀座に次ぐステイタス感をもつまちであることが確認された。現在でも青山は「おしゃれなまち」「大人のまち」といったイメージを確保しているようである。ただし、そうしたイメージは50代以上に比べ50代未満で低下しており、この地域のイメージ上の特色が失われつつあることを示唆している。

第一の点は近世以降の青山地域の歩みにおいて、この地域が辿ってきた境界線の曖昧さと同様、現代の生活者の間でも知覚上の空間範囲が一様でないことが明らかになった。行政区分上の現在の青山とは港区の南青山と北青山であるが、かつてはその青山も赤坂区の一部であり、青山氏の時代にはその所領に含まれていた千駄ヶ谷は四谷区に吸収された時期もあり、一貫した境界線は存在しなかったといえるだろう。その後も南・北青山は港区の一部となり、千駄ヶ谷や神宮前などは渋谷区となった。さらには神宮外苑周辺は港区・新宿区・渋谷区が入り組んだ土地となっており、各種ランドマークがどの行政区分に含まれるかを言い当てることは難しいかもしれない。

また、近世から近代の人々が青山地域の範囲についてのイメージを様々に抱いたのと同じように、現代の生活者も自らが属する世代や同地域とのかかわりあいの質と程度によって、異なる空間範囲を知覚していることも確認された。時代ごとに変化するランドマークの影響や商業集積の広がりのパターンの変容が生活者の空間認識に影響を与えていることも示唆される。

第二の点として、青山地域のイメージは明治維新後に急展開した東京西郊への重心移転の発生過程で萌芽し、戦前期そして戦後の高度成長期、バブル経済期を経て現代にいたるまで同地域に蓄積されてきた空間的諸特徴を反映したものとして、都内の主要な盛り場や青山周辺の諸地域と比較した場合に明確な特徴が存在することが示された。ただし、都市空間での遊歩や買い物のもつ娯楽性への感応度が低下しつつある若年層の指向を反映してか、50代を境にして青山地域に対して知覚するステイ

タスの程度が相対的に低い水準にあることを指摘する必要があるだろう。前述の通り、同地域の特徴が希薄になったのか。それとも、空間の提供するさまざまな価値はサイバースペースの利便性によって重視されなくなってきたのだろうか。この点は、今後の都市を考えるうえで重要な命題となるだろう。

謝辞

本稿は青山学院大学グローバル・ビジネス研究所 プロジェクト研究助成による成果の一部である。記してここに感謝したい。

注

- i この研究プロジェクトの研究組織は、芳賀康浩（2021年度 研究代表）、東伸一（2018～20年度研究代表）、三村優美子（青山学院大学名誉教授）、丸山厚治（青山学院大学グローバル・ビジネス研究所プロジェクト研究員）、金洪連（青山学院大学グローバル・ビジネス研究所プロジェクト研究員）、古川英潤（青山学院大学グローバル・ビジネス研究所プロジェクト研究員）によるものである。

参考文献

- 東伸一（2011）「青山のまちのイメージと歴史、空間にかんする一考察」、『青山経営論集』、45（別冊2）、95-125 頁
- 赤坂・青山地区タウンミーティング まちの歴史伝承分科会（編）（2012）『語り継ぐ赤坂・青山 あの日あの頃』、港区赤坂総合支所協働推進課
- 宇高良哲（2004）『梅窓院史』、梅窓院
- 小木新造・芳賀徹・前田愛（編）（1986）『東京空間 1868-1930 1 東京時代』、筑摩書房
- 貝塚爽平（2011）『東京の自然史』、講談社学術文庫
- 加藤義明・詫摩武俊・山本真理子・林洋一（1989）「大都市イメージの構造と大都市評価」、『総合都市研究』、37, 41-54 頁
- 江東区（編）（1997）『江東区史 上巻』
- 国立国会図書館デジタルコレクション『寛政重修諸家譜』
- 国立国会図書館デジタルコレクション『御府内備考』
- 佐藤昇（1992）『渋谷区史跡散歩』、学生社
- 国木田独歩（1949）『武蔵野』、新潮文庫
- 武田尚子（2019）『現代東京の地政学 青山・渋谷・表参道の開発と軍用地』、吉川弘文館
- 田辺茂一（2014）『わが町 新宿』、紀伊国屋書店
- 田原光泰（2016）「古道からたどる渋谷の変遷：鎌倉街道をめぐって」、『地図中心』（日本地図センター）、521 号、12-15 頁
- 田村良一・森田正嗣（2006）「地域ブランド構築のための地域イメージの構造に関する研究」、『デザイン学研究』、53(4), 13-22 頁
- 辻幸恵（2014）「商店街における地域ブランド構築 神戸市灘区水道筋商店街の取り組み」、『地域ブランド研究』、9, 1-16 頁
- 東京都渋谷区立神宮前小学校（1981）『神宮前地域実態調査』、東京都渋谷区立神宮前小学校
- 東京都港区教育委員会・東京都港区文化財調査委員会（1976）『港区の文化財第12集 赤坂、青山 その2』
- 林洋一（1986）「都市イメージに関連する要因の分析」、『総合都市研究』、27, 27-34 頁
- 藤田佳世（1977）『渋谷道玄坂』、弥生書房
- 藤田佳世（1978/2018）『大正・渋谷道玄坂』、青蛙書房
- 藤原篤・福永太郎・川崎清（1994）「京都の都市イメージにおける伝統的要素の想起要因」、『日本建築学会計画系論文集』、462, 107-116 頁
- 松山恵（2019）『都市空間の明治維新一江戸から東京への大転換』、筑摩書房

港区（1941）『赤坂區史』

港区教育委員会（2006）『増補 港区近代沿革図集 赤坂・青山』、港区立郷土資料館

宮脇俊三（1995）『昭和八年 渋谷驛』、PHP 研究所

山本真理子（1986）「大都市イメージの構造」、『総合都市研究』、27、35-43 頁

吉見俊哉（2021）『東京復興ならず 文化首都構想の挫折と戦後日本』、中公新書