
1980年代以降の東京を中心とする
大都市における空間の社会的生産の研究

16610001

平成16年度～18年度科学研究費補助金
(基盤研究(C)) 研究成果報告書

平成19年5月

研究代表者 若林 幹夫
早稲田大学教育・総合科学学術院教授

目次

<はしがき>.....	4
第1部 都市空間の変容.....	7
第1章 記号と余白.....	8
第2章 お台場、あるいは臨海副都心.....	18
第2章補論 幕張ベイタウン.....	32
第3章 景観の消滅、景観の浮上.....	34
第2部 郊外の現在.....	49
第4章 郊外を生きるということ.....	50
第5章 演技する郊外.....	64
第6章 TX沿線フィールドワーク.....	85
第3部 メディアのなかの都市空間.....	103
第7章 『シティロード』と70年代的なものの敗北.....	104
第8章 手のひらの上のホーム.....	118

<はしがき>

本報告書は、日本学術振興会より科学研究費補助金基盤研究（C）の助成を受けて平成16年度から18年度にかけて実施した「1980年代以降の東京を中心とする大都市における空間の社会的生産の研究」（課題番号16610001）の研究成果報告書である。

本研究の目的は、1980年代以降の東京を中心とする大都市における空間の社会的生産の構造とその転回を、都市開発の手法とそれらが生み出した都市空間と、そうした開発を意味づけてきた言説やイメージの社会的な協同連関から明らかにし、都市空間の生産を貫く論理を明らかにすると同時に、そのような開発の論理とは異なる「都市の論理」を探ることにある。具体的には、80年代以降の都市開発がどのような手法や意味論によって都市を「魅力的なもの」として生産し、生産された空間がどのように受容・享受されていったのかを、不動産・開発資本の広告、都市ガイドブック、行政文書、マスジャーナリズム、インターネット上のホームページを対象として調査分析すると同時に、開発された地区や施設を実際にフィールドワークすることで、都市空間の「魅惑」がどのように生産されたかを明らかにすることを試みた。そして、そのようにして明らかになる「空間の生産の論理」との対照を通じて、都市の中に存在する、そうした論理に還元できない別種の意味論や社会の論理を抽出し、東京という大都市を社会的に有意な場として構成している意味論と論理の併存し、重合する複数の層を総体的に把握することを目標としたのである。

都市を対象とする研究は、都市工学や都市計画、都市地理学のように主としてその空間を対象とするもの、都市社会学のように主としてその社会構造を対象とするもの、文学研究における都市論のように都市をめぐる言説を主たる対象とするものがある。この研究では、都市開発や都市行政における都市空間の生産と都市をめぐる言説・イメージの編成に焦点を合わせ、それらの間で生きられる集合的過程として（狭義の）社会的な過程を捉えることで、現代の大都市という場を支える社会的な論理を解明しようとした。空間と言説・イメージという点から都市を記述・分析する試みは、日本では1980年代に、日本社会の消費社会化と連関する都市空間と都市社会の再編の中で活発に試みられたが、その後の地価高騰とその急落、情報化の展開という都市をめぐる環境のさらなる変化の中で、十分にその可能性をくみ取られることなく現在にいたっている。本研究ではこのような認識の下、（1）「都市再生」の名の下に大規模開発が相次ぐ現代の東京を中心とする大都市再開発における意味論と論理を明らかにし、（2）その前史としての80年代以降の都市開発と都市論における意味論と論理を分析し、さらに、（3）そうし

た意味論や論理に還元されない都市空間と都市社会の意味論と論理を、現実の都市の中に探ることを目指した。このことを通じて、80年代に萌芽した学際的都市研究の現代的な可能性の提示と、従来型の都市開発や都市計画行政とは異なる新たな「都市の論理」の提示を試みたのである。

研究組織

研究代表者：若林幹夫（早稲田大学教育・総合科学学術院教授）

なお、正規の研究組織構成員ではないが、研究計画の遂行に関して以下の方々の協力を得た。

赤江達也氏（日本学術院特別研究員）

田中大山氏（筑波大学博士課程特別研究員）

中村由佳氏（筑波大大学院博士課程）

穂山新氏（筑波大学大学院博士課程）、

ブレント・デ・シェン氏（早稲田大学教育・総合科学学術院教授）

イレーナ・リフロフスカ氏（ポーランド・ビヤリストク大学助教授）

交付決定額（配分額）

	直接経費	間接経費	合計
平成16年度	1,100,000	0	1,100,000
平成17年度	900,000	0	900,000
平成18年度	900,000	0	900,000
総計	2,900,000	0	2,900,000

研究発表

本研究成果は、現在までに以下の形で発表している。

(1) 学術誌

- ① 若林幹夫「手のひらの上のホーム——モバイル・メディアと社会のトポロジー」
『Mobile Society Review 未来心理』Vol.4、モバイル社会研究所、2005年1
月25日、6-11頁。
- ② 若林幹夫「景観の消滅、景観の浮上」『10+1』No.43、INAX出版、2006年7
月10日、126-135頁。

(2) 口頭発表

Mikio Wakabayashi “Signs and Margins: Reflections on the Urban Development in
Tokyo after 1980s”、国際シンポジウム Urban Curating: Urban Culture & City
Marketing、2006年4月28日、ソウル市立大学。

(3) 出版物

- ①吉見俊哉・若林幹夫編著『東京スタディーズ』紀伊國屋書店、2005年4月6日。
- ②若林幹夫『郊外の社会学』ちくま新書、2007年3月10日。

本報告書の以下の各章も、これらの既発表の研究成果に基づくものである。

第1部 都市空間の変容

第1章 記号と余白——1980年代以降の東京の都市開発に関する考察

1. はじめに

20世紀最後の四半世紀以降、多くの先進資本主義諸国の都市環境は、1970年代以前の都市環境とは異なる様相や特徴を示すようになった。

東京の場合、1970年代の半ば以降、民間及び公的な都市開発機関や地方自治体が、「南ヨーロッパの都市のような街路と広場」（渋谷パルコ）、「水と緑の複合都市」（恵比寿ガーデンプレイス）、「イタリア山岳都市」（多摩ニュータウン、ベルコリーヌ南大沢）といった何らかの「テーマ」の下に建築物や複合施設を建設し、開発を行うという手法がとられるようになっていった。お台場のヴィーナズフォートにいたっては、建物内部の人工の空の下に、ヨーロッパ風の都市の街路のシミュラクルが存在している。汐留に行けば、現実の空の下にイタリア都市を模した街路が作られている。また、ヴィーナズフォートからも程近いお台場のデックス東京ビーチの中には、昭和30年代の東京の商店街がノスタルジックに再現されている。（2004年の訪れた北京でも、中心地のショッピングモールでノスタルジックなかつての商店街を再現した同種のシミュラクルに出くわした。）

こうした建物や施設は、過去やエキゾチックな異国、あるいは未来的なイメージから建築と空間のデザインを引用し、建築や都市空間をそうしたデザインのコラージュのようなものとして成型している。そしてその結果、多くの公共空間やショッピングモール、住宅団地や郊外住宅地は、様々な文化や社会の商業化されたり理想化されたりしたイメージを模倣する、テーマパークのような様相を呈するようになっていく。

これは、現代社会と現代都市におけるポストモダンな現象である。建築デザインにおけるポストモダニズムは、他の歴史のおよび地域的文脈からの意匠や様式の自由な引用によって特徴づけられる。デイヴィッド・ハーヴェイが『ポストモダニティの条件』で指摘しているように、建築デザインにおけるポストモダニズムは都市を、断片化され、引用された過去の様式が重ね書きされ、ごく儂い短い間しか意味をもたない現在のものがコラージュされたものを見なしている。

ポストモダニズムは建物外部の表層を異なる歴史的な文脈や社会的文脈から引用された記号や意匠が操作されるフィールドとして取り扱う。だから私たちは、上記のような都市の諸施設をポストモダン建築の大衆的・商業的ヴァージョンと見なすことができるのだ。

本稿では、こうした「ポストモダンな都市（再）開発」を、資本主義社会の現代的な形である消費社会において都市空間を組織し、解釈する新たな枠組みがもたらしたものとして検討する。

2. 社会的メディアとしての都市空間

どんな社会も、その空間を組織し、あるいは解釈するための固有の枠組みを持っている。都市的集落の空間的な秩序は単に土地空間上の物的な秩序なのではなく、コミュニケーションと表象の秩序でもある。ここで「コミュニケーション」という言葉はたんに情報の伝達を意味しているのではない。それはまた、異なる行為、相互に他者である人びとの身体、互いに異和的である空間の接続をも意味している。

マーシャル・マクルーハン（1964）やレジス・ドブレ（1991）によれば、「メディア」とは社会的なコミュニケーションや交通を媒介するだけでなく、社会的な行為、組織、意識、そして体制を変容させ、成形する技術や表象である。メディア論（マクルーハン）やメディアオロジー（ドブレ）のこうした観点からすると、街路や住宅、広場のような都市空間を構成する諸要素もまた、それらがコミュニケーションと交通を媒介し、社会的な行為や関係の空間的な形を構造化するがゆえに、社会的なメディアと見なすことができる。

だが、都市や都市空間をメディアたらしめているのは、物的な都市空間だけではない。文字や書き物、石板、新聞、ラジオ、テレビ、電話、コンピュータ・ネットワーク、さらには道路や鉄道や自動車にいたるまでの、都市的な環境を構成し、それを維持する様々なメディアが存在している。キトラ（1996）が指摘しているように、都市とはメディアの複合体なのであり、それはコミュニケーションと交通の社会的ネットワークの中で「マルチメディア・システム」を構成しているのである。

したがって、都市とその空間の秩序は、空間的であると同時にコミュニケーション的で表象的でもある社会的メディアの複合体として分析することができる。そうした環境に住み込む（＝棲み込む）ことは、一方では空間的な世界の身体的なリアリティを生きることであると同時に、他方ではまた、都市的な環境を構成する社会的なメディアが伝達し、表象する意味の世界を生きるということでもある。この意味で、都市は“medium”の複数形である“media”の語に相応しい。

3. 前近代都市

ここまで述べてきた視点から都市開発の現代的な形を分析する前に、前近代および近代における空間の組織化と解釈の枠組みについて検討しておいた方がいいだろう。

前近代社会では、都市や都市空間を組織し、理解する枠組みは象徴的なものだった。多くの伝統的な都市では、都市の環境を形作る諸要素は、世界の構造の宇宙論的だったり規範的だったりする文化的な意味を表象していた。そこでは、都市の建築的な要素は情報を蓄積・伝達するコミュニケーション・メディアで、それはその社会で人びとに共有された象徴的な意味を表象し、伝達していた。

ローマ、長安、京都といった多くの伝統的な都市には、レッドフィールドとシンガー（1954）が指摘する「聖なる地理」を見出すことができる。聖なる地理とは、ある社会の象徴的秩序を表象する社会空間的な構造のことだ。ここで「社会空間的 *sociospatial*」という言葉は、そうした都市の空間構造が単に物的な構築物なのではなく、社会的で象徴的で意味に満ちた組織体であるということを意味している。聖なる地理とは、デュルケム的な意味での集合表象であり、それは都市という組織体を理解可能なものにするのだ。それは都市の秩序を権威づけ、人びとを社会空間的な組織の中に組み込むのである。

伝統的な都市では、口承伝統、神話、聖典、都市を描いた絵画、地図などが都市の物的構造を象徴的で意味深いものとして読み解くための解読格子として機能していた。こうした表象は、そこから流れ出る言説と共に、聖なる地理を解釈するための枠組みだった。こうした言説や表象はそれ自体は都市の物理的な環境を形作るものではないにもかかわらず、社会空間的な意味では都市的環境を構成する要素である。それらは「場所でないもの *atopical*」であるにもかかわらず、都市の空間的な構造——別の言い方をすれば「場所的 *topical* な構造」——の構築に関わっている。これらの言説や表象はまた、住民たちを都市の社会的協働連関に組み込むメディアでもある。アンリ・ルフェーヴル（1970）は、都市の物理的空間に場を占めないにもかかわらず、都市の統合を維持しているこうした審級を、「ユートピア＝無場所」という概念で表現している。

もちろん、社会空間的な構造がつねに聖なる秩序や宗教的秩序を表象していたわけではない。多くの伝統的な都市には「俗なる地理」もまた存在する。古代中国の首都は中華世界の聖なる地理を表象していただけでなく、帝国の俗なる地理もまた表象していた。政治経済的な統治の枠組みであるそうした空間構造が、都市における人間、物財そして情報の流通を統制していたのである。

4. 近代都市

近代社会で都市と都市空間を組織し、解釈する枠組みは、機能的な秩序である。19世紀以降、都市と都市空間をそれまで組織し、解釈してきた象徴的な枠組みは、機能的な枠組みに取って代わられた。前近代の伝統的な諸都市とは異なり、近代建築と近代都市計画は象徴的な統一性ではなく、新しい産業社会に相応しい機能的な統一性を追及していった。近代建築と近代都市計画は、建物や都市空間を近代産業社会での活動や組織に適合的な機能的メディアとして操作する。この新しい枠組みの下で、鉄道や自動車、ラジオや電話やテレビといった近代的なテクノロジーとコミュニケーション・メディアが、都市の機能的な秩序を補完する役割を果たすことが期待された。

モダニストたちは建築や年空間から伝統的な文化的象徴、記号、デザインを、機能的な統一性から逸脱した旧弊な過剰さを見なし、それらを一扫しようとした。「住むための機械」というル・コルビュジエの有名な言葉や、「より少ないものはより豊かである」というルートヴィヒ・ミース・ファン・デル・ローエのやはり有名な言葉は、近代建築と近代都市計画のそうした思想を見事に表現している。

機能主義はデザインと建築における理想であっただけでなく、社会的世界を解釈する枠組みであり、言説だった。機能主義的にデザインされ、計画された建物や施設は時に、現実には機能的でなかったりする。機能的な統一性は近代建築や近代都市の現実のあり方というよりも、近代社会において建築と都市計画を理解可能にし、権威づけるための理想なのだ。この点において、建築や都市計画、都市デザインにおける機能主義もまた、「無場所的 u-topic」な「場所ではないもの atopic」なのだ。

近代都市では、都市開発や都市経営にかかわる実践や思想は機能主義的な枠組みの下に組織されており、その枠組みが社会的メディアとしての都市の物的および理念的な環境を形作っている。建築家や都市計画家だけでなく、都市の政治家、社会工学者、公的及び私的な開発担当者たちが、建物や都市的な施設や都市空間を評価するための基準として機能的な枠組みを利用する。もしそこで非機能的な要素があったなら、それらは建物や都市の「欠損」と見なされるのだ。

5. ディズニーランド化

最初の部分で述べたように、1980年代以降の都市開発における組織化や解釈の枠組みは、機能的な枠組みとは異なるものへとシフトした。

今日では、多くの建築家や都市計画家は建物や都市的な諸施設、都市空間を機能的なシステムとしてのみならず、記号とイメージのセットと見なす傾向がある。先に取り上げた1980年代以降の東京の諸施設は、社会的な活動のために機能的であるだけでなく、何らかのコンセプトやテーマを表現している。そこでは様々なコンセプトやテーマの下に記号や意匠を操作し、都市空間の雰囲気 연출することに携わる、「空間プロデューサー」と呼ばれる専門家までが存在する。その結果、東京では1980年代以降に新たに開発されたり再開発されたりした多くの都市施設や地区は、ディズニーランドに代表されるテーマパークのような様相を呈している。

ディズニーランドで重要なのは、世界観の統一性よりもイメージと雰囲気の統一性である。イメージと雰囲気の統一性は、論理の一貫性ではなく記号と意匠の一貫性を必要とする。典型的なテーマパークであるディズニーランドは、ある統一された世界観に基づくものと思われるかもしれない。普通の遊園地ならば、様々な種類のアトラクションが何の統一されたテーマやコンセプトももつことなく並置されている。だが、ディズニーランドには冒険、未来、ファンタジーといったいくつかのテーマがあり、なによりそうした諸テーマが「ディズニー映画の世界」というメイン・テーマないしメイン・コンセプトの下にあるのだから。それに加えてそこには、アメリカニズムや「アメリカの神話」と呼びうるものの幾つかの側面を見出すこともできる。だがしかし、そうしたテーマがある統一された世界を組織することを志向するにもかかわらず、ディズニーランドは基本的には様々な歴史的素材、神話、民話、マンガ、そしてファンタジーの寄せ集めであり、それらの多くはすでに存在する伝承や物語から取られ、子供たちをひきつける可愛らしさを身にまとったものへと変形されることで、気晴らしや消費による一時的な喜びに適合するものになっている。そこにはくまのプーさん、白雪姫、不思議の国のアリス、ピーター・パンがいるけれども、彼らはそれぞれ異なる作家による異なる物語から取られ、たいていはオリジナルよりも可愛らしくされている。

ディズニーランドの意味論がその外側の世界では共有されていないにもかかわらず、今日の都市開発の枠組みは、こうした現象をテーマパークの外側にまで溢れさせている。今日増えているショッピングモールやビジネス施設、住宅団地は、何らかのコンセプトやテーマを表象すべくデザインされている。ディズニーランドと同様の手法によって、不動産開発者たちはそうした場所を、新しいオフィスを求める企業やショッピングモールにやってくる消費者、住宅を求める人々にとってより魅力的な場所とすべく、記号と意匠を操作

する。建築的な記号と意匠を操作することは、消費財のマーケティングにおける効果的な手法である。これらの事例においては、記号と意匠の操作は単に美学的なものではなく、不動産としての場所の価値を固めるための経済的な実践なのだ。都市空間の表層の記号と意匠の編成は、消費財としての場所と空間の社会的生産の過程である。1980年代以降の都市空間のこのような変貌は、吉見俊哉を初めとする多くの研究者によって、「ディズニーランド化」と呼ばれている。

都市と都市空間が社会的なメディアであるという観点からすると、ディズニーランド化は社会的メディアとしての都市空間の最新のあり方として分析することができる。すでに述べたように、前 - 近代の伝統的な都市では建物や都市空間は、居住者とそこに存在する社会を伝統的な秩序に統合するメディアだった。それに対して近代主義者たちは、建物や年空間は合理的な行為や組織のための機能的媒体たるべきだと考えた。ディズニーランド化した都市空間の場合、建物や都市空間は消費の喜びを演出するためのイメージや雰囲気を表象するためのメディアとして計画される。ここでは建物と都市空間は広告や包装紙と機能的に等価なものとなる。

ジャン・ボードリヤールが指摘しているように、記号とデザインの操作による商品生産は、消費社会における商品生産の重要な一側面である。ディズニーランド化は消費社会のこの原則の、都市開発や不動産産業への応用なのだ。見田宗介（1996）は、記号とデザインの操作による財の生産は、情報化／消費化社会へと変容した社会における資本主義的商品生産がもたらしたものであると論じている。それゆえディズニーランド化は、情報化／消費化社会における都市空間の社会的生産の形態と見なすことができるのである。

6 意味論的空虚

皮肉なことに、ディズニーランド化した都市景観は、私たちの都市や社会にはもはや本当のシンボリズムも集合的な意味も存在しないということを示してしまう。確固とした歴史的な文脈や社会文化的な文脈によらないディズニーランド化のような記号とデザインの操作は、現在の都市環境は社会文化的な意味論上の秩序をもはや持たないことを露呈させるのだ。集合的な意味に関する規範的枠組みが存在しないからこそ、人はいかなる歴史的及び社会文化的な規制も受けることなく、記号やデザインを恣意的に操作することが可能になる。様々な記号やデザインに溢れているにもかかわらず、そうした場所の増加は私たちの都市と社会の意味論的空虚を指し示すのだ。

この意味論的空虚はイン代社会における空間の均質化がもたらしたものだ。デイヴィッド・ハーヴェイや原広司をはじめとする論者たちが論じてきたように、空間の均質化は社会の近代化と相関する重要な社会的な変化である。モダニストたちにとって、都市空間はそこから伝統的なコスモロジーや宇宙論が一扫され、機能的で合理的な新しい秩序が書き込まれるべきまっさらなキャンパスたるべきものと見なされていた。社会学的に見ればそれは、都市と都市空間の世俗化ということだ。台頭する国民国家の世俗主義の中で、近代科学技術が空間の均質化を後押ししていった。資本主義的な市場もまた、空間をあらかじめ定められた秩序などないものと見なした。不動産市場にとっては、原則的にはいかなる空間も、いかなる種類の開発に対しても開かれているべきものとされる。近代都市計画製作の起源は、近代資本主義市場における私的開発者たちの開発の権利を何らかの形で規制しようとする試みの中に見出される。建築と都市計画のモダニズムは、こうした社会変動の観念上の——つまりイデオロギー的な——対応物である。

都市デザインにおけるポストモダンの潮流が、社会の近代化が生み出した均質空間に対抗しようとする試みと見なされているにもかかわらず、ポストモダニズムとディズニーランド化の社会的背景は空間の均質化の中にある。均質空間の否定と、空間における象徴的秩序の再生がポストモダンの教義であるにもかかわらず、空間の均質化はその前提条件なのだ。

別の言い方をすると、ポストモダニズムとディズニーランド化は、場所の社会的な生産を通じて“非場所性”を社会的に産出してしまふのだ。ディズニーランド化された都市環境は人々は、それらを統一するいかなる社会文化的な文脈ももたない多様なイメージと雰囲気とが並存する場所性なき世界へと、人びとを組み込んでゆく。ディズニーランド化された風景とその意味論的空虚は、現代の都市環境の構成要素の一つなのだ。

7. 記号と余白

東京では、ディズニーランド化された都市開発と都市再開発が、開発された地区とその周囲の環境の間に、建築的な意味でも社会学的な意味でも不連続性を作り出している。1970年代の終わりから1980年代の初めにかけて、プランナーやプロデューサーたちが渋谷パルコのプロジェクトを開始し、それを押し進めていったとき、彼らはパルコのもつ雰囲気を建物の外側の都市空間へと広げていこうとして。パルコの場合、パルコの内部空間は南イタリアの都市の街路や小路というコンセプトの下に組織され、パルコ周辺の実際の街路の

方も同様のコンセプトの下に演出されることで、パルコの戦略の中に組み込まれていった。都市の施設とその周囲の領域の結合が、そこでは計画されていたのである。

だがしかし、計画地域とその周囲との間の結びつきは、1980年代半ば以降、次第に失われていった。ディズニーランド化された場所は空間的にも社会的にも、自らを囲い込み始めたのである。そうした事例のもっとも早い時期のものは、西武 - ゼゾン・グループが兵庫県に建設したもう一つのショッピングモールである「つかしん」である。つかしんは、郊外住宅地の真ん中に立地している。映画スタジオかテーマパークのように、そこには商店街、飲み屋街、公園、そして京都や大阪の街場を模倣したような小さな神社までが作られた。もう一つの典型的な事例は、東京の恵比寿ガーデンプレイスである。すでに述べたように、恵比寿ガーデンプレイスの開発者はこの施設を一つの「都市」として作り上げようとした。この施設の周囲には1920年代以降に開発された古くからの恵比寿の街があるにもかかわらず、恵比寿ガーデンプレイスとその周囲の街の間にはほとんど何の繋がりも連携もない。開発のこうした手法を示すかのように、そこには「シティ・ウォール」と名づけられたちっぽけな塀まであるのだ。恵比寿ガーデンプレイスにとってその周囲の地域は、計画者と開発者たちが彼らの計画を書き込んだカンヴァスのなかの余白に過ぎないかのようだ。同様のことは、2000年代になって完成した六本木ヒルズについても言うことができる。ちょうどディズニーランドがそうであるように、六本木ヒルズを訪れた人びとは、その外側の街並みにほとんど意識することがないのである。

現在の東京のもっともポピュラーな観光スポットの一つであるお台場地区を訪れるのなら、ヴィーナスフォートやデックス東京ビーチ、フジテレビといった施設の間に広がる広大な空き地を目にすることができるだろう。これらの施設の内側では、様々な記号やデザインが街路や広場の模像を形作っているにも関わらず、それらの外側には人びとが都市的経験を楽しむことができる街路も広場もほとんどない。ディズニーランド化された都市開発は都市的な施設の内部に都市空間の模像を作りだすけれど、それらは本物の都市空間は作ってこなかったのだ。お台場の巨大な空き地は記号とデザインの操作によって残された余白なのである。もちろん、他の開発地区の周りには、そんな広大な空き地はない。だがしかし、計画者と開発者がそうした都市的施設を周囲の環境に対して閉じたものとして建設するときにはいつでも、そうした施設の周囲のもとからあった地区はそれらに対する「余白」となってしまうのだ。

宇宙と人間の世界の象徴的全体性が、前 - 近代の伝統的な建築と都市空間が成立する前

提条件だった。建物と都市の形態は世界の全体性の中に埋め込まれ、それを表象すべきものとされていた。モダニズムにおける機能的組織化の追及は、伝統的で超越的なヴィジョン抜きで、建物と都市空間に同様の統一を与えようとするものだった。それに対して、ポストモダニズムとディズニーランド化には、もはやそうした全体性の希求が存在しない。ディズニーランド化した都市環境は、統一された世界へと組み込むいかなる社会文化的紐帯もなく、様々な意味をまとった場所が併置される場所性なき世界へと、人びとを組み込んでゆく。人びとはそこで、記号とその余白が作り出す意味に満ちた世界を横切り、それらが生み出した儚いイメージと戯れるのである。

参考文献

Choay, Françoise. 1969. *Modern City: Planning in the 19th Century*. New York: Princeton University Press. (=彦坂裕訳『近代都市——19世紀のプランニング』井上書院、1983年)

Debrey, Régis. 1991. *Cours de Médiologie Générale*. Paris: Gallimard. (=西垣通監修・島崎正樹訳『一般メディアロジー講義』NTT出版、2001年)

Debrey, Régis. 1994. *Manifestes Médilogiques*. Paris: Gallimard. (=西垣通監修・島崎正樹訳『メディアロジー宣言』NTT出版、1999年)

原広司 1987 「均質空間論」『空間〈機能から様相へ〉』岩波書店。

Harvey, David. 1989. *The Condition of Postmodernity*. Massachusetts: Blackwell. (=吉原直樹監訳『ポストモダニティの条件』青木書店、1999年)

Kittler, Friedrich. 1995. "Das Stadt ist Medium." In: *Mythos Metropole*. Edited by Totthard Fuchs, Bernhard Moltmann and Walter Prigge. Frankfurt am Main: Suhrkamp. (長谷川章訳「都市はメディアである」『10+1』No.13、1998年)

Kittler, Friedrich. 1996. "Internet: Postsystem, Emanation und Stadt." In *Stadt am Netz: Ansichten von Telepolis*. Edited by S. Iglhaut, A. Medosch and F. Roetzer. Berlin: Bollmann. (神尾達之訳「インターネット——郵便システム／流出(エマナチオ)／都市」『10+1』No.13、1993年)

Lefebvre, Henri. 1970. *La Révolution Urbaine*. Paris: Gallimard. (=今井成美訳『都市革命』晶文社、1974年)

McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York:

McGraw-Hill. (栗原裕・河本仲聖訳『メディア論——人間の拡張の諸相』みすず書房、1987年)

見田宗介 1996 『現代社会の理論』岩波書店。

Redfield, Robert & Milton Singer. 1954. "The Cultural Role of Cities." In: *Economic Development and Cultural Change* vol.3.

Wakabayashi Mikio. 2002. "Urban Space and Cyberspace: Urban Environment in the Age of Media and Information Technology." In: *The International Journal of Japanese Sociology*, No. 11. Tokyo: Japan Sociological Society.

吉見俊哉 1992 「シミュラークルの楽園——都市としてのディズニーランド」多木浩二・内田隆三編『零（ゼロ）の修辞学』リプロポート。

吉見俊哉・若林幹夫編著 2005 『東京スタディーズ』紀伊国屋書店。

第2章 お台場、あるいは臨海副都心

1. シミュラークルのシミュラークル？

汐留シオサイトや六本木ヒルズの登場で、お台場はもう「最新スポット」とは言えないなんて思っていないですか？ 二〇〇二年一二月にはりんかい線が大崎まで開通し、新宿・渋谷から乗り換えなしでアクセスが可能に。今話題の大江戸温泉物語をはじめ、二〇〇二～三年にかけての新スポットのオープンラッシュの後も、ゆりかもめの豊州延伸や東京サントリー東京新ビル、東京ベイサイドリゾートのオープンなど、進化し続けるお台場から、やっぱり目が離せない！

タウンガイド風に書くと、こんな感じになるだろうか。(実際右の文章は、あるタウンガイドのお台場エリアの紹介を参考にしている。) もう最新ではないけれど、それはむしろ定番化したということで、アクセスや施設等の点でまだまだ新しくなり続ける、東京を代表するアミューズメント&ショッピング・エリア。それがタウンガイド的な視線（それはまたマーケティング的な視線でもある）の中に浮かび上がる、現在のお台場である。

二〇〇三年の夏、私はこのお台場を久しぶりに訪れた。その時、私が感じたのは、そこに広がる風景と、その場所に集う人びとの双方に漂うある種の「力無さ」と「熱気の無さ」だった。賑わっていなかったというのではない。ゆりかもめに乗り換えるために降りた新橋の駅では予想外の混み様に驚いたし（夏休みというせいもあり、地方から来たらしい子供連れが多かった）、お台場駅周辺のフジテレビやデックス東京ビーチ、アクアシティお台場、パレットタウンの複合商業娯楽施設には、楽しげな老若男女が群れ集っていた。それらの場所が文字通り盛り場として“盛っている”にもかかわらず、感じてしまった「力無さ」と「熱気の無さ」。その後何度かこの街を訪れた際にも相変わらず私を捉えつづけているこの感じは、一体何に由来するのだろうか。

一つの原因は、こうした賑わいの空間の周りに広がるオープンスペースや未利用の土地が、依然としてあまりに広いために、人びとが群れ集う空間の面積が、地区全体から考えるとわずかな面積にすぎないことだ。臨海副都心の開発面積は四四二 ha で、淀橋浄水場跡地を開発した新宿副都心計画の開発面積の四・六倍。そのうち道路・公園・緑地等が全体の五三パーセントを占め、業務・商業・住宅等は四三パーセント、しかもその半分近くが

依然として未処分で賃貸や分譲を待つ“未成地”なのである★1。その結果、お台場の中の特定の施設周辺は「盛って」いても、地域全体としての「盛り場としての熱気」はいきおい希薄なものにならざるをえない。有明から台場地区までを貫く幅八〇メートルの遊歩道「センタープロムナード」を歩いてみるとよい。大きく広がる空の下で、すれ違う人も数える程という、東京中心部としては得難い経験を得ることができる。

だが、私が感じた「力無さ」や「熱気の無さ」は、土地面積に対する施設や集客人数の少なさというこうした数量的な要因だけによるのではない。そうした土地がすべて施設によって埋められた後にも残るかもしれない質的な何か、そこにはあったように思われるのだ。この質的な「何か」を考えるための補助線として、とりあえず次のことを指摘しておこう。久しぶりにお台場を訪れた私が感じたこと。それは、「これって知ってるよな……」という、一種の既視感（デジャヴ）である。八〇年代の渋谷や「つかしん」、新梅田シティ、恵比寿ガーデンプレイス、多摩ニュータウン、神戸ポートピア、横浜みなとみらい21……。八〇年代から九〇年代初めに都市論や消費社会論で「新しさ」の空間として語られ、論じられたこうした場所のシミュラクル（模像）に出会ったような感覚と言えよいだらうか。

だがしかし、「シミュラクル」という言葉こそは、歴史的、社会的に異なる様々な文脈から切り取られてきた様々な意匠を空間に散りばめ、建築や街区を劇場のように演出し、虚構的＝仮想的なイメージで消費の快樂のための道具立てを壮大な虚構のように作り上げていった、右に挙げたような都市空間を語る時のキーワードとして使われていたのではなかったか★2。とすれば、お台場で私たちが出会うのは、八〇年代的なシミュラクルのさらなるシミュラクルなのだろうか？ それともそれは、八〇年代的な都市論をそのままあつけらかんと具体化した、八〇年代都市論の模像シミュラクルなのだろうか？

2. 臨海副都心

ここまで私は、「お台場」という今現在ごく普通に使われている呼び名を使ってきた。だが、ここで論じようとする地区の広がりを経営的に、そして都市計画論的に言おうとすれば、むしろ「臨海副都心」という言葉の方が“適切”なのだろう★3。そう、「お台場」というのは「副都心」なのだ。（ちなみに、臨海副都心は台場、青海、有明北、有明南の四つの地区からなるので、行政的に言うと「お台場」はその一部を指す名称に過ぎない。）

現在の東京の都市計画行政において、副都心は都心、新拠点と並ぶ計画上の重要地区と

して指定された地域に付される名称である。言うまでもなく都心は、千代田・中央・港の三区からなる東京都の行政・業務の中核地区、そして副都心・新拠点は、この都心と共に「首都東京の中心的役割を担い、国際的ビジネスセンター機能や都市文化機能を支えるものであり、これまでのような階層的な関係ではなく、それぞれが個性ある特徴を生かし、発達した公共ネットワーク等を通じて、相互に機能を分担し連携していくものとされている」★4。現在のところ副都心は、新宿、渋谷、池袋の「旧副都心」に加え、上野・浅草、錦糸町・亀戸、大崎、臨海副都心の七地区、新拠点は品川と秋葉原の二地区である。

このような説明を読んで、「!?……」と思う読者もいることだろう。行政語としての「副都心」と、東京圏で生活する人びとの日常語の中の「副都心」が必ずしも一致していないからだ。「都心のデパート」と言う場合、銀座や日本橋だけでなく新宿や渋谷、池袋のデパートもまた含まれるように、東京圏の住民の日常的な語感では、新宿も渋谷も池袋も広い意味では「都心」である。その上でさらに「副都心」という言葉がしっくりくるのは新宿、渋谷、池袋の「旧副都心」だろう。（もっとも、新宿の場合、「新宿副都心」というと高層ビルの立ち並ぶ淀橋浄水場跡の再開発地区をとりわけ指す場合も多い。）だが、それらに加えて大崎や錦糸町・亀戸は無論のこと、上野・浅草を副都心と考えている東京圏の住民がどれくらいいるだろうか。また「臨海副都心」の場合も、それはあくまで「臨海副都心」という一続きの名前として理解されているのであって、「臨海」抜きの副都心として新宿・渋谷・池袋と同列に考える人は少ないだろう。まして、「新拠点」という言葉は行政語としてはともかく、日常語ではまったく通用しないはずだ。品川と秋葉原を同列に並べるといった感覚が、現実の都市生活の中には存在しないからである★5。こうした日常語における語感とは、これらの場所が東京という都市の中で占める社会地理的な位置の違いに対応している。新宿・渋谷・池袋の旧副都心と臨海副都心とは、東京という都市の中で占める社会地理的な位置がはっきりと異なるのだ。

旧副都心はいずれも山手線という東京中心部（日常語で言う「都心」）の外縁を象カタドる鉄道線路上にあつて、郊外からの通勤電車のターミナルに位置している。それは、広義の「都心」の周縁にあつて、都心が通勤電車を仲立ちとして郊外に接する場所に位置しているのだ。さらに、この三つの旧副都心はいずれも、明治期から昭和初期にかけては、それらの地域自体も「都心」ではなく「郊外」だったという歴史をもっている。副都心としての、そしてまた盛り場としてのこれらの地域の歴史は、東京の都市空間の中でこれらの地域が占めるこのような位置なしには理解できない★6。

上野・浅草、錦糸町・亀戸という他の二つの「新副都心」も、下町というロケーションや盛り場としての歴史は異なるが、常磐線、総武線、京成線、東武線といった東京東郊と都心を結ぶ通勤電車が日常語の意味での「都心」に接する場所という点では、やはり類似の位置を占めているとは言えるだろう。もっとも、かつては徳川家の聖地で明治期から昭和期には博覧会場としても賑わった上野、江戸期から下町の門前町として栄えた浅草、亀戸と、これらの地域は旧副都心よりもはるかにかつての江戸＝東京の中心近くに位置していたという点が異なっている。

だが、臨海副都心が東京の都市空間の中で占めるのは、そのような位置ではない。なるほど、りんかい線の開業で京葉線・武蔵野線で千葉方面や、山手線の新宿・渋谷方面から直接、臨海副都心に入ることはできるようになった。だがそれは、臨海副都心内のりんかい線の駅が、新宿・渋谷・池袋や上野・錦糸町のような「ターミナル」になったということではない。仕事で行くにしる、買い物や遊びで行くにしる、臨海副都心に行くということは、山手線と中央線で象られた「都心」（くどいようだが日常語で言う「都心」である）から、ゆりかもめやりんかい線（平仮名続きで読みにくくて申し訳ないが、私の責任ではない）に乗って、その「先」や「外側」の海の方へと「出てゆく」ことだ。臨海副都心は、「ターミナル」としての副都心が外縁を縁取る「都心」のさらに外側（あるいは向こう側）にある、もう一つの「副都心」なのである。ちなみに、他の副都心と異なり臨海副都心だけは、中央・港・江東という三つの区にまたがっている。それは、この地区が埋め立てを通じてこの三つの地区の周縁が交わる場所に出来上がったということだ。そしてまたそれは、臨海副都心が他の副都心と違って、背後に控える「郊外」という後背地をもたないということでもある。この点において臨海副都心は、山手線上にありながら通勤電車との中継駅ではない大崎と、むしろ近い位置にあると言えるかもしれない。（そしてこの大崎は、新橋という狭義の「都心」に位置する駅と共に、臨海副都心と山手線とを結ぶ場所に位置している。）八〇年代都市論風の言い方をすれば、臨海副都心は、東京というテキストの中で占める統語論的シンタクティックな位置、都市空間のトポロジカルな構造の中で占める位置が、他の副都心とは違っているのである。

3. 手つかずの「フロンティア」

臨海副都心は、それが位置づけられる時間的＝歴史的な文脈も他の副都心とは異なっている。埋め立て地である臨海副都心には、他の副都心には存在する「歴史」が存在しないか

らだ。いや、この言い方はいささか正確さを欠いているだろう。「お台場」というこの場所の通称には、幕末のペリー来航を受けて幕府が砲台＝台場を築いたという歴史の刻印が押されている。今でもお台場海浜公園に立てばその正面に、かつての第三台場である台場公園を、さらにその先のレインボーブリッジ近くには第六台場を望むことができる。（ちなみに、あとの四つの台場はもはや現存しない。）さらにまた、埋め立て地にもまた固有の歴史は存在している。有明北地区はすでに戦前に埋め立てられ、七〇年代には東雲ゴルフ上や東雲飛行場が存在していた。かつて第一三号埋め立て地と呼ばれた現在の台場・青海地区は、その荒涼とした風景ゆえに刑事物等の映画やドラマのロケに使われ、ロック・シンガーのパンタによって歌われもした。こうした意味では、確かにこの土地にもまた固有の歴史はある。だが、都心や他の副都心のように人びとが住み、暮らしてきた土地ではなく、多くの人びとの生活圏の外側に作られた広大な更地だったことは、そこに存在した「過去」を「現在」に結ぶあり方を、自ずと異なるものにするはずだ。（この点で臨海副都心の「歴史」は、同じ埋め立て地でも築地や月島、晴海とは異なっている。）

一〇年以上前、鈴木都政時代にこの広大な土地をどう開発してゆくのが政策上の課題となった時、「世界都市博覧会」と並んで「東京フロンティア」という言葉が用いられたことがある。そもそも建築家・丹下健三の周辺から出てきたらしいこの言葉は、一般市街地とは切り離された会場で、完成したパヴィリオンに人びとを集めるという旧来の博覧会とは異なり、建設途上の都市空間それ自体を会場に、来場者に実際に暮らしてもらう中から都市の現在と未来を考えるという、新しい形態の博覧会を目指すものとされ★7、私自身もある編集プロダクションから、そこで実施可能なアイデアを出してくれと頼まれたことがあった。この東京フロンティアは、青島都政による都市博中止によって雲散霧消したのだが、そこで提示された「フロンティア」という概念は、立案者の意図とは別に、この場所が東京という都市の中で占める位置を比較的うまく表現できていたのだと、今となつては考えることができる。他の場所には見出せない広大な面積をもつ更地であったという点でも、従来の都市の空間的・時間的な文脈の中で、後背地も住民の生活と結びついた歴史をもたない手つかずの「新しい土地」であるという点でも、それは文字通り「フロンティア」だったのである。

急いでつけ加えなくてはならないが、それが「手つかず」の「新しい土地」であるというのは、特定の意図や目的をもつ、特定の社会的な位置から見た場合にそうだということではしかない。先に述べたように、臨海副都心にもまた固有の歴史は存在しているのだし、

それが「埋め立て地」であることは、その土地が「手つかず」であるわけではなく、文字通り人間の「手」によって作られた場所であることを意味している。都市の歴史、とりわけ現代における都市の歴史を考える時、私たちは狭い意味での「住民」や「生活——都市社会学者・鈴木栄太郎であれば「正常人口の正常生活」と呼ぶだろう★8——と結びつかない人びとや空間の歴史もまた語らねばならない。たとえば路上生活者、外国人労働者、スケートボーダーといった人びとの歴史は、「住民」や「地域」を記述の枠組みとする現行の地方史や郷土史の言説にはうまくおさまらない。だが、そうした人びとの存在によってこそ、現代の都市は都市たりうる。したがって臨海副都心の歴史もまた、そこを埋め立てた労働者たちの歴史、埋め立てられた土地を疾走した暴走族たちの歴史、お台場臨海公園に群れ集ったウィンドサーファーたちの歴史として書かれうる。臨海副都心に普通言う意味での「歴史」が存在しないというここでの指摘は、そうした事実をふまえてのことだ。そして、そうした注釈なしにその歴史の「不在」を語ることは「イデオロギー」を語ることなのである。

そのうえでなお、お台場＝臨海副都心の現在に関しては、その場所が現在の都市生活者や行政、企業にとって「手つかず」の「フロンティア」として現れてくる場所、そのようなイデオロギーが「現実」として感受され、生きられる場所である。重要なことは、以下に述べるようにこのことがひとり臨海副都心の特徴づけるのみならず、この場所を「フロンティア」として生み出した現代の東京という都市の内包するある社会的な一面を特徴づけるものでもあるということである。

4. 余白化する都市空間

二〇〇四年のある暑い初夏の日の午後、人通りのほとんどないセンタープロムナードを有明からお台場方向に歩いていた私は、奇妙な一角に行き当たった。塀に囲まれた中にヨーロッパ風の町並みや噴水のある広場がある。路地のような街路の両側にはレストラン、宝石店、エステサロン、ブティック等並びが、敷地の中央には教会がある。フォーマルな雰囲気のある制服を着た従業員らしい女性たちが、すれ違う度に「いらっしやいませ」と挨拶してくれる。よく見ると路地に並ぶ店舗はみな結婚ないし結婚式関係の店で、噴水広場近くには総合案内所もある。看板らしきものが何も出ていなかったのが最初はわからなかったのだが、そこは四〇〇〇坪でパリの街並みを再現し、フランス風、イギリス風、イタリア風等の「邸宅ウェディング」をすることができることを売り物にする、二〇〇二年にオ

オープンした総合結婚産業施設、パルティール東京ベイ・ウェディングビレッジ&スクエアだった。有明に忽然と現れたパリの街並み——にしては建物の丈が低かった——の外に出ると、がらんとしたセンタープロムナード、巨大な工場のようなTFTワンザ有明ベイモール、その隣の青々と雑草が生い茂る未利用地、そしていつものように大きな青空が広がっていた。

周囲に広がる都市空間に背を向け、街区の壁の内側だけを「パリの街並み」にするパルティール東京ベイのあり方は、イタリアやフランスの街並みを室内化したという「テーマパーク型ショッピングモール」であるヴィーナスフォートや、昭和三〇年代の商店街を“再現”したというデックス東京ビーチ内の台場一丁目商店街などと共に、現在のお台場における“都市空間”のあり方を典型的に示している。これらの施設はともに、その周囲に広がる空間に背を向けてその内側に、空間的にも歴史的にも何の必然的な脈絡をもたないコンセプト、イメージに基づくデザインや記号をくまなく散りばめることで、テーマパークのような擬似的な都市空間をその内部に作り上げている。

もともと、ここまで述べてきたように、埋め立て地として多くの人びとの日常的な生活圏と生活史の外側に存在してきたお台場＝臨海副都心の場合、周囲の地域との生活空間上の連関も、繁華街や盛り場として引き継ぐべき歴史的な脈も最初から存在しない、「手つかず」の「フロンティア」なのだから、そこに作られる施設や建物がその内外に散りばめる記号やイメージ、それらを全体として枠付けるコンセプトは、恣意的であることが必然的なのだ。それはまた、そうしたコンセプトや記号、イメージを外部の空間や歴史から調達するのではなく、自己準拠的に調達しなくてはならないということでもある。パルティール東京ベイやヴィーナスフォート、台場一丁目商店街といった施設が徹底的に内向きで外部に対して閉じた構造をもつことは、この「恣意性の必然化」や「自己準拠化」と無関係ではない。この時、個々の施設にとって周囲の都市空間は、何ら積極的な意味をもたない「余白」のような位置しか占めていないのである。

施設周囲に広がる都市空間のこうした余白化や隙間化は、一九八〇年代後半以降、お台場＝臨海副都心のような埋め立て地ではない場所でおこなわれてきた開発においても指摘することができる。実際、お台場＝臨海副都心で見られるこうした開発手法は、八〇年代のつかしんや九〇年代の恵比寿ガーデンプレイス等に典型的に見られた、都市空間のテーマパーク化のゆきついた先とも言える。こうした手法においては、再開発される土地の固有の歴史的な脈や空間的な脈はさほど考慮されることなく、来訪者たちに魅力的で、彼ら

をモノやサービスや空間それ自体の消費に導いてゆくような記号やイメージが配置され、その結果、再開発された地区とその周囲の地域との間には、しばしばハッキリとした切断線が引かれていった。たとえば、一九九四年に「水と緑の複合都市」を謳い文句にオープンした恵比寿ガーデンプレイス。そのオープン当時、パルコが刊行していた雑誌『月刊アクロス』で私は次のように書いた。

……恵比寿ガーデンプレイスに欠けているのは、恵比寿という周囲にひろがる街との複合的な繋がりである。自らを「都市」として完結させようとするガーデンプレイスの設計思想は、その結果として、再開発街区と周辺の地域との有機的な連関を欠いているように思われるのだ。実際、今回手にした幾つかの資料は、いずれもガーデンプレイスの「複合都市」としての多機能性については強調しているが、周囲の空間との連関については何一つ語っていない。★9

再開発地区を「都市」と呼びながら、周囲の地域に背を向けるあり方は、やはりそれ自体を「都市」と僭称する六本木ヒルズの先駆けである。私はここで、そうした都市開発のあり方を批判的に指摘したのだが、九〇年代以降の東京で開発者と消費者の双方を捉えていったのは、隣接する地域やその土地の歴史とは無関係に、対象地区の内部を恣意的なコンセプト、記号、イメージで充填していくというこの手法だった。そしてその結果、周囲の都市空間やその歴史に背を向けた華やぎをもった「街」や「都市」を自称する空間が、都市の内側にいくつも生み出されていったのである。この時、そうした「街」や「都市」が生み出す意味やイメージの世界に準拠するならば、東京という都市の空間も歴史も、そうした「街」や「都市」に対しては何らの積極的な繋がりをもたない「余白」として現れてくるだろう。そこでは東京という大都市は、地理的な広がりや歴史的な深みをもつ空間というよりも、人びとの欲望を形象化し、物質化するあの『惑星ソラリス』の海のように、こうした「街」や「都市」が島のように浮かぶ、それ自体は不定型な“海”のようなものなのだ★10。そして、文字通り東京湾という海に臨んだフロンティアである臨海副都心は、そうした「島」が群れ集まった群島のような場所なのである。

無論、実際の東京の都市空間は「余白」などではなく、それぞれの場所に様々な営みが存在する。にもかかわらず、八〇年代以降の都市開発が生み出した自称「街」や「都市」に準拠する時、そしてまたそうした場を言及対象とする都市ガイドブック等に準拠する時、

周囲の空間が「余白」に見えてしまうような錯視を内包した空間を、私たちは「現実」として生きているのである。

5. ある転回——公園通りからお台場へ

パルティール・東京ベイやヴィーナスフォートのように、特定の意味やイメージを喚起する意匠や記号を配置してゆくことで、空間を舞台装置のようなスペクタクル的な場として編成してゆく開発手法は、七〇年代終わりから八〇年代初めのパルコを中心とする渋谷公園通りを先駆けとし、八〇年代半ば以降の都市開発における常套句的な手法となっていたとされている。だがここで注目したいのは、七〇年代終わりから八〇年代初めにかけての渋谷公園通りから現在のお台場＝臨海副都心へと続く系譜の連続性ではない。かつてパルコが公園通りで試みた都市空間の舞台装置化の論理がより貫徹していった時、そこに生み出された都市空間と記号、身体の関係性をめぐるある転回について、ここでは考えてみたいのである。

二〇年程の時を隔てた今から振り返る時、パルコの見事な成功ゆえに公園通り界限は、「公園通り」や「スペイン坂」といった名称、街頭やウォールペイント、ポスターや垂れ幕、そしてそこで仕掛けられた様々なイベント等、パルコの宣伝戦略がそこに布置していった消費社会の記号やイメージ群によって、一つの完結した記号空間を構成していったようにも見えるだろう★11。だが、パルコの館内はともかく、その周囲に広がる公園通り界限は、当時も今も、パルコ的な記号に収まらない雑多な要素に満ちている。パルコの宣伝戦略が、都市空間を隅々まで広告＝都市化していったというのは、パルコ的な言説にあまりに忠実な——それゆえ虚偽意識的イデオロギッシュな——理解であり、雑多な「外部」に満ちた公園通りをまるで壁に囲まれたテーマパークであるかのように見る錯視であるに過ぎない。

にもかかわらず、当時そこに群れ集っていた人びとも含め、多くの人にはそこにパルコ的なものだけを見ようとしたし、パルコ＝西武資本もまたそうしたものだけを見せようとしてきた。そこでなされていたのは、資本の側も消費者の側も共に、現実に存在する非パルコ的な要素を了解の水準において遮断し、その空間の部分部分に布置された記号の系列セリーがあたかもその空間の全域に広がるものであるかのようにして振る舞うという記号論的なゲームである。この記号のゲームにおいてなされる否認と遮断、選択的な認知の操作もまた、お台場＝臨海副都心に「フロンティア」を見出す視線と同じく端的に虚偽意識

イデオロギー的である。消費社会論的な記号の閉域という公園通り像や、消費社会論的な記号によってアイデンティティを捏造しようとする消費者像といった、当時の渋谷を論じる際に繰り返し動員される言説もまた、そうしたイデオロギー的な記号のゲームに準拠する限りで見えてくる一種の「錯視」に過ぎない。

八〇年代当時その場所に身をおいた経験から言うと、八〇年代の都市空間における消費社会論的な記号のゲームが魅力的であったのも、実はこのイデオロギー的な錯視性と関係している。すなわち、現実にはそうした記号の外部があまりに明白に存在していたがゆえに、そうした錯視＝イデオロギーに自ら進んで身を投じることは、当時においてきわめて魅力的な実存形態（＝アイデンティティ！）たりえたのである。実際、八〇年代の東京では他の盛り場も郊外も、今と比べればはるかに「いけてなかった」がゆえに、渋谷的な記号はそれが隙間だらけであったにもかかわらず、その隙間に見て見ぬふりをして、ある種の感性やアイデンティティを捏造するゲーム＝戯れが可能になっていたのである。八三年の東京ディズニーランドの開業以降、当時の都市と消費社会の関係について語ろうとした多くの論者たちが、こうした都市のあり方をディズニーランドと結び付けて論じようとしたのは、現実の都市空間の多くが隙間だらけの記号によって表象しようとした「イメージの都市」を、ディズニーランドが隙間ない記号の布置によってより分かりやすく現実化していたからである。この意味で、東京ディズニーランドという「夢と魔法の国」は、公園通りの中に人びとが見ようとしていたイリュージョンが臆面もない「現実」たりうることを保証してくれたわけだ。

だが、疎らな記号の向こう側に「イメージの都市」を想像し、そこに身を投じてゆく公園通りの記号のゲームと、ディズニーランドのように隙間なく埋めつくされた記号の中に身を浸してゆくところに成立する記号のゲームとの間には明らかに違いがある。隙間だらけの記号の向こうに「イメージの都市」やその中をそぞろ歩く自分たちを見出そうとする時、人は、紋切り型で陳腐なものであれ、何らかの想像力の枠組みや文法をもって、何程かの積極性と共にそこに向かわねばならない。そこで人が空間に布置された記号を読み取り、しかるべき「イメージの都市」に参加してゆくことができるかどうかは、ひとえに各自の「感度」や「センス」や「教養」、あるいはそこに選択的にあるイメージを見出してしまいうイデオロギーへの呪縛の度合いにかかっているわけだ。たとえば、ブランドや店舗、街などの意味づけや序列をめぐる註に満ちた『なんとなくクリスタル』に代表される田中康夫の八〇年代の小説作品は、現実の都市の中にそうした「イメージの都市」を読み取る

「感度」や「センス」を描いた「教養小説」だと言うことができる★12。

だがしかし、ディズニーランドのように一定のイメージに向けて方向づけられた記号が閉じられた空間を隈なく覆い尽くす時、人はもはやさほどの想像力を働かせることなく、それらの記号が創り出す世界に浸ることができる。ディズニーランド的な空間においては、「イメージの都市」は記号の向こう側に想像されるものではなく、目の前にじかに具体的な空間として現れてくる。別の言い方をすれば、そこでは想像力の働く余地があからさまに排除されて、誰もが同じステレオタイプなイメージの中にぼんやりと浸ることが可能になるような記号の秩序が形作られているのだ。八〇年代のつかしん、九〇年代の恵比寿ガーデンプレイス、そして現在のお台場のように、物理的にも巨大な更地を対象とする再開発が創り出していったのはこのディズニーランド的な、想像力の働く余地が狭められ、「イメージの都市」が解釈や読み込みの必要もなくじかに人びとの眼前に迫り出してくるような都市空間である。そして、二〇〇三年の夏、久しぶりにお台場を訪れた時、そこに群れ集う人びとの屈託ない様子を見て私が感じてしまったあの「力なさ」の感覚も、おそらくはそのことと関係していたのである。

6. 力なさの力

しかし、二時間ごとに夕焼けと青空を交互に映し出す天井や、脈絡もなしに据え置かれる彫刻、〈ヨーロッパ〉の街並みからいきなり〈古き良きアメリカ〉(ヒストリー・ガレージ)へと抜ける清々しい節操のなさ——こうしたキッチュな空間構成は、ヴィーナスフォートを「舞台」として、つまりアイデンティティを構成する契機として受け止める感性を、意地悪く馬鹿にしているようにも思われる。ヴィーナスフォートは、おそらく、記号的な閉鎖性の「虚飾性」を十分に知悉したうえで、その「うさん臭い舞台」を享受しうるようなアイロニカルな受け手を前提としているのである。★13

だがヴィーナスフォートは、かつての公園通りのような八〇年代的な都市空間のゲームのフィールドとしては記号やイメージの密度が高すぎるし、分かりやすすぎる。そもそも八〇年代渋谷的なゲームにおいて賭け金たりえていた都市空間が、そこには余白として以外に存在しない。こうした場所にはアイロニカルな主体よりも、ディズニーランドがそうであるように、そこに散りばめられた記号やイメージの意味を〈ヨーロッパ〉とか〈アメ

リカ) とか解説することなく、ぼんやりと、そしてのんびりと、その意味ありげで表面上は美しい紛い物めいた世界にひたってしまう感性こそが相応しい。

東京湾岸でディズニーランドの他にもう一つ、これとよく似た場所がある。高速道路と運河と競馬場と干潟とバラ園と団地に囲まれた、かつてヘルスセンターだった場所にたつ、船橋ららぽーとである。周囲の雑多な空間に背を向け、その内側をさほどの思い入れも感じさせないが、それなりに一つの「街」のような空間に仕立てあげた巨大ショッピングモールと、そこに集う、これもまたさほどキメても着飾ってもいない人びと。それがともかくも「街」を偽装する内部空間であることが、人びとがそこに群れ集うことの意味をとりあえず保証してくれる場所。記号やイメージの強度ではなく、ともかくもある「内部」が「街」という体裁をとりながら、周囲の空間の雑駁さを遮断して「商品の宇宙」に浸ることを可能にしてくれる場所。なるほど、ヴィーナスフォートも台場一丁目商店街も、それらを構成する記号やイメージはららぽーとよりはるかに強く、明確な像を結んではいる。だがしかし、恣意的にその空間を埋める記号やイメージが、何らの想像力や「感性」を發揮することなく人びとをそれなりのイメージの中に浸らせているという緊張感のなさや、その周囲に広がる「都市空間」をいさぎよく断念し、それらを「余白」とするような「島」の中に心地よく内属するあり方が、どうしようもなく似ているのである。

都市空間に背を向け、都市空間を余白化してゆくこうした施設の隆盛と、八〇年代後半以降の都市論や東京論の退潮とは、おそらく無関係ではない。八〇年代前半に盛り上がりを見せた都市論の多くにとって、都市空間こそがそこに生きる人びとを関係づけ、そこに生成される意味やイメージの準拠枠として機能し、文化記号論的な手つきで分析しうる意味論的な構造物として対象化されるものだった。だが八〇年代後半以降、都市論者たちが都市空間に求めていた記号と身体と空間のゲームは、都市空間を余白化しながら、都市空間内部の特定の開発地区や施設の内側へと囲い込まれていった。この時、都市空間そのものはもはや、その内部に存在する個々の場に社会的な意味を与えるだけの積極的な文脈性をもちえない。お台場で私を捉えたある既視感と「力なさ」。それは、あの場所がそうした「囲い込み」と「余白化」の前線フロンティアであることを示していたのである★14。

【注】

★1 都市工学の吉田友彦は、開発計画が立てられて造成された土地に住宅が十分に建たないまま長い時間放置された住宅地を「未成住宅地」と呼んでいる（吉田友彦「未成住宅

地の目指すもの』『住宅会議』58、二〇〇三年)。吉田のこの表現に倣えば現在のお台場は広大な「未成業務・商業地」である。

★2 北田暁大が『広告都市・東京』で指摘するように、記号論と消費社会論、ポストモダン論といった八〇年代的な「現代思想」の一部は、そうしたシミュラークル化した空間を演出するという八〇年代的な都市開発の手法を支えるイデオロギーとしても機能していた(北田暁大『広告都市・東京』廣濟堂出版、二〇〇二年)。ようするに、「現実」を説明するために動員されたはずの理論が、現実を作り上げるためのマニュアルとなり、そのように作りだされた「現実」をさらに説明するという循環が生じていたのである。

★3 もっとも、“適切”であるかどうかの基準は文脈や言説によって異なる。これから論じていくように、タウンガイド的な「現実」——そしてそれは、現代の都市に生きる多くの人びとにとっての「現実」である——からすれば、「臨海副都心」よりも「お台場」の方がむしろ“適切”である。

★4 河村茂「江戸開府400年 東京の歴史的成り立ちから見た21世紀・新たな都市像を探る」都市改造改革研究会・エクснаレッジ編『都市再生と新たな街づくり 事業手法マニュアル』エクснаレッジ、二〇〇三年、一六五頁。ちなみに、筆者の河村茂は都市基盤整備公団の所属である。

★5 都市計画論的に言えば、品川は新幹線を中心とする新しい鉄道交通拠点であると同時に、東口再開発による新しい高層オフィス街として、そして秋葉原は、二〇〇五年度に開通予定のつくばエクスプレスを中心とするやはり新しい鉄道交通拠点であると同時に、旧神田青果市場跡地に建設が予定されているITセンターによって、共に新たな東京の交通と業務の中心拠点の一つになるということだろう。

★6 シカゴ学派流の都市生態学の言い方を使うと、これらの地域は都市の中での生態学的な位置が類似しているのだ。

★7 東京フロンティアを含む、この土地をめぐる政治的角逐については『臨海副都心物語』を参照。

★8 鈴木栄太郎『都市社会学原理』有斐閣、一九五七年等を参照。

★9 若林幹夫「街のなかの「都市」という倒錯」『月刊アクロス』・二四四、一九九四年、二四—二五頁。

★10 『惑星ソラリス』は、スタニスラフ・レムのSF『ソラリスの陽の下に』を映像化したアンドレイ・タルコフスキーの映画作品。最近、テスティーヴン・ソダバーグによって

リメイクされた。なお、この作品における都市表現については、若林幹夫『未来都市は今——〈都市〉という実験』廣濟堂出版でも触れている。

★11 この点については“当事者側”によるアクロス編集部編『パルコの宣伝戦略』パルコ出版、一九八四年が一次資料として参考になる。また、吉見俊哉『都市のドラマトゥルギー——東京・盛り場の社会史』弘文堂、一九八七年、難波功士「広告化する都市空間の現在」吉見俊哉編『21世紀の都市社会学 4 都市の空間 都市の身体』勁草書房、一九九六年、第八章、北田暁大『広告都市・東京——その誕生と死』廣濟堂ライブラリー、二〇〇二年等も参照のこと。

★12 田中の文芸賞受賞当時、江藤淳が坪内逍遙の『当世書生気質』を比較に持ち出したのは、この点で正鵠を得ていたといえる。また、本文で指摘した八〇年代における田中の位置取りについては、斉藤美奈子『文壇アイドル論』岩波書店、二〇〇二年、二二八―二四三頁の分析に示唆を得ている。

★13 北田『広告都市＝東京』一一四頁。

★14 こうした問題に関する理論的な考察としては、若林幹夫『都市のアレゴリー』INAX出版、一九九九年を参照。また、本文中でも引用している北田暁大『広告都市＝東京』における渋谷的なものの隆盛と衰退をめぐる考察も参考になる。

第二章補論 幕張ベイトウン

東京駅から東に電車で約 30 分。ごく普通の高架の駅の改札を抜け、まだ新しいショッピングモールと、管理が十分に行き届いていない広い公園を抜けたところに、その街はある。街路には石畳が敷かれ、電柱はない。林立するマンションは高層、中層、低層が入り交じり、山並みのような輪郭を描いている。それぞれに個性的な形態、色彩、装飾を凝らしたポストモダンなマンションには、ヨーロッパの都市の集合住宅にあるようなパティオ（中庭）があり、いくつかの通りではやはりヨーロッパの旧市街の商業地区のように、マンションの一階がちょっとおしゃれな商店や事業所に割り振られている。「ベイトウン」と呼ばれるこの街は初めて訪れた者はちょっとした——人によっては激しい——眩暈のような感覚に襲われるかもしれない。

10 年程前ならば、「幕張」という地名から連想されるのは幕張メッセ、千葉マリスタジアム、幕張新都心のビジネス街といったところだったろう。だが、臨海副都心や汐留の高層ビルを見慣れた目には幕張のビジネス街はあまりにこじんまりして見えるし、稼働率の低いメッセには寂しさすら漂う。それに対して現在の幕張を訪れる人にもっとも強い印象を与えるのは、京葉線と幕張海浜公園、そして花見川に囲まれた、計画人口 26000 人、現住人口 12000 人のこのベイトウンではないだろうか。もっともその印象は、パンフレットやHPに謳われている「ヨーロッパのような美しい街並み」というのとはちょっと違う。ディズニーランドのような、あるいはジョルジオ・デ・キリコが描いたシュールレアリスティックな街並みのような、と言えよだろうか。そうした作り物めいた現実感のなさや“ハイパーリアル”な感じが、この「街の模型」のような街にはある。

ニュータウンからこうした印象を受けるのは初めてことではない。多摩ニュータウンのベルコリーヌ南大沢やライブ長池を訪ねた時も、同じような目まい感があった。にもかかわらず幕張でそうした感覚をより強く感じてしまう理由は、上記の場所の周囲には存在していた在来型の団地や建て売り住宅、雑木林や畑といった“普通の風景”やもともとの地形の痕跡が、埋め立て地の幕張にはほとんど見当たらないからだだろう。ディズニーランドは周囲の風景を人工的に遮断することによって「夢の魔法の王国」を作り上げていたわけだが、ベイトウンにはそもそも遮断すべき周囲や造成すべき地形がほとんど存在しない。かつてウィリアム・ギブソンは、『ニューロマンサー』でハイテク・スラムのような未来の

都市・千葉を描いた。現在の東京の都市開発がしばしば都市空間に背を向け、周囲の都市空間を「余白」のようにして内閉した空間を作りだしていることを思う時、千葉市美浜区
のこの街は、ギブスンが幻視したのとは別の未来都市への入り口にも思われるのである。

第3章 景観の消滅、景観の浮上

I 景観の現在

「景観」という言葉が、そしてその言葉によって名指される何かが、今日、私たちの日常生活の中に、共通の問題の場（トポス）のようなものとして浸透しつつある。

もちろん、景観という言葉はずっと以前から日本語の語彙の中に存在したし、「美しい景観」とか「美観地区」といった言葉も存在していた。だが近年の景観法や景観条例の制定、景観の破壊や侵害をめぐる訴訟などを見ると、景観というものが観光地や美観地区のような特殊な機能や意味を割り振られた場所にのみ関わるものでなく、普通の人びとの日常的な社会生活のなかで権利として希求され、享受されるべきもの、あるいはまた形成され、保持・利用されるべき社会的資本や資源として考えられるようになってきていることがわかる。（実際、ある種の議論では景観は社会資本であり、不動産の資産価値を高めるものとして語られる。）

都心や大都市周辺で建設が進んでいる高層マンションは、こうした「景観問題」が具体的な形をとって現れる場のひとつである。こうしたマンションは、足元の低層・中層の建物から抜け出ること、眼下の建物の文字通り頭越しに、周囲の眺望を独占的に得ることができる。高層マンションは、その住民の視線から周囲の環境とその景観——近景——を消去して、遠景として広がるパノラマ的な景観だけを所有することを可能にするのであり、そのことがこうした物件の資産価値を高めている。他方、その足元の側から見れば、この眺望を独占するマンションは自分たちの生活空間の中の景観を垂直的に断ち切り、遮る障害物であると同時に、自分たちが暮らす土地や住居の資産価値を下げる阻害要因に他ならない。ここに生まれるのは、景観上の富者と貧者とでも呼びうる「景観階級」であり、景観をめぐる社会的な対立や抗争の関係である。

三浦展の造語で最近しばしば耳にする「ファスト風土」をめぐる議論も、こうした「景観問題」と無関係ではない。三浦のファスト風土論の論点の一つは、全国チェーンのショッピングセンターや大型量販店、ファストフード店やコンビニエンスストアの郊外や地方への進出によって、「本来固有の歴史と自然を持っていた地方の風土が、まるでファストフードのように、全国一律の均質なものになってしまっているのではないか」★1ということだ。そこで危惧されているのは社会や文化の均質化、やはり三浦の造語を使えば「下流

社会」方向への均質化の指標であり、表出であり、また媒介項でもあるものとしての景観の貧困である。

景観の貧困や解体、権利としての景観の享受や独占といったことをめぐる景観問題の日常化は、「都市再生事業」に代表される現代の都市開発や国土開発の中で「美しい景観」やそれを享受する権利が失われつつあることに対する申し立てであったり、それに先立つ高度経済成長、さらには明治近代以降の都市開発や国土開発の中で、電柱と電線や“カミソリ堤防”に代表される「悪い景観」が無反省に増殖していったことに対する反省であったりするものだと、さしあたりは言うことができる。だがしかし、そこにはまた「景観」という言葉やそれが名指すものに対する意味や感受性、関係の構造をめぐる歴史的・社会的な変化もまた、横たわっていると考えることができる。

そもそも景観の破壊、あるいは破壊を通じての新たな景観の創出ということなら、何も今に始まった話ではない。明治近代は城下町の伝統的な景観を変え、高度成長は都市と農山漁村の、そして自然の景観を大きく変えた。都市部に電信柱が立てられ、電線が張り巡らされたのは今に始まった話ではない。柳田國男の『明治大正史世相篇』等ですでに以前から指摘されていたように、私たちが今目にしている景観の歴史も、かつて私たちがあったと考える景観の歴史も、しばしば案外新しいものだ★2。その一方で、かつて人がとりたてて意識することのなかった風景が、ある時突然守られるべきものと言われ始めたり、その逆に悪いもの、何とかしなくてはならないものと考えられ始めたりすることもある。それは「破壊されたから修復・保全しよう」というような、単純な図式で理解されるべきことではない。ある種の景観が修復・保全されるべきものとして見出されたり、「悪い景観」や「景観の破壊」として認識されたりすることを支える了解の構図の成り立ちや、そうした構図の歴史性、社会性こそが、ここでは問われるべきだろう。ここで考えてみたいのは、私たちが生きるこの社会における「景観の現在」を規定するそうした関係の歴史的・社会的な構造のあり方、とりわけ「都市景観」をめぐる関係の構造についてである。

II 視覚と“かかわり”

現在日本語で使われる「景観」という言葉は、「景」と「観」という二つの文字からなっている。「景」は風景、「観」はその見え方や見ることだ。この言葉には、私たちが「景観」という言葉で呼ぶものが、山や川、道路や建物のような対象物として存在しているのではなく、それらを見るという人間の行為や観方を通じて見出されるものであるというニュア

ンスがある。景観とは、見られる対象にも無論かわるけれど、見ることを通じてそうした対象にかかわる人間や社会なしには存在しえないもの、だから正確には「もの」ではなくて「見る／見られる」という関係の相関物として人びとの視界や意識の上に現れてくるものなのである。

ここで、柄谷行人が『日本近代文学の起源』の中で国木田独歩の『忘れえぬ人々』や『武蔵野』に関して指摘した「風景の発見」のことを想起してもよいだろう★3。独歩の自然主義的散文は、それまで漢文学も国文学も語るべきものとして見出すことがなかった市井の人や武蔵野の自然を、意味深く美しい「風景」として発見するという認識論的な布置の転換の中で成立する。近代文学とは、そのようにして「語るべきもの」を、それを語る言説や文体と共に作り上げるシステムである。柄谷が指摘したのは、そういうことだった。

このように景観というものは、「見る者（たち）」と「見られるもの（たち）」との関係において成立する。だがこの時、「見る者（たち）」という主体＝主観（subject）も、「見られるもの（たち）」という客体＝客観（object）も、「見る」という行為に先立って、「見る主体＝主観」や「見られる客体＝客観」として存在するわけではなく、そうした行為を通じてその主体＝主観、客体＝客観としての存在を与えられる。いや、「見る」という行為」という言い方も、いまだ主体＝主観による働きかけというニュアンスが強すぎるかもしれない。ここではむしろ、「見る／見られる（あるいは、見る／見える）」という“かかわり”といった言葉の方がしっくり来る。この「かかわり」には意識的で主体的な契機もあるが、同時にまた無意識的で受動的な契機もまた存在している。そもそも「見る」以前に人は何が「見えてしまう」のであり、「何をどう見るか」ということは、それを観る主体＝主観の選択的な判断以前に、主体＝主観となる存在が場を占め、位置を与えられている関係の、つまり「かかわり方」の構造の中で制度的かつ無意識的に決定されている部分があるのである。

ちなみに、ここで「制度的」というのは、立法や行政のような手続きによって制定されたものとして、ということでは無論ない。社会学では人びとが無意識、無自覚のうちに従う関係の形や規範を「制度」と言う。たとえば、柄谷が指摘した「風景の発見」は文学や美術という制度の中で成立するかかわりの構造と共にある。

景観がそこにおいて成立するこの「かかわり」は、「見る／見える」という視覚的な行為や景観に仲立ちされるかかわりだけではない。人間とその社会は、見ること意外の様々な行為や関係によって世界にかかわる。人は労働し、交易し、遊び、そうした関係の中で場

を他者たちと共有したり、他者を排除して占有したり、それをめぐって他者たちと争ったりする。狩猟採集で生活し、アニミズム的な信仰をもつ部族社会の人びとと、農耕や牧畜を始め、土地の神を信仰するようになった人びととでは、土地や自然に対するかかわり方が様々な点で異なるだろう。都市が成立し、そこで人びとが土地を直接の労働対象としなくなったり、一神教のような超越的な神を崇拜するようになったり、さらに世俗化して信仰をもたなくなったりすれば、そこで暮らす人びとの土地や世界とのかかわり方はまた異なるものになる。たとえばレヴィ＝ストロースが『野生の思考』で言及している事例によれば、オーストラリアのアランダ族の人びとにとって、彼らの暮らす土地とその景観は彼らの祖先が作り出したものであり、祖先の功業を表象していて、それによって人びとの現在の生をも意味づけ、規定している。だから彼らにとって、植民してきた西洋人による土地の開発と景観の変貌は、彼ら自身の存在を毀損する取り返しのつかない出来事として認識される★4。だが他方、西洋からやってきた移住民にとって、その新しい大陸の大地は彼自身の手によって拓かれるべき資源であり、それに手を加え、開発することによって現れる新たな景観こそが、新たな社会的意味を付与されたものであったはずである。

土地や世界とのかかわり方が異なれば、それらに人びとが見出す意味や価値は異なり、見るべきもの、評価すべきものとして人びとがそこから選び取るものも、そこに読み取られ、感受されるものも異なるのだ。現代の社会でも、農業に従事しない都市住民が農村地帯を訪れた時に見出す景観と、その土地で農業をして暮らす農民にとっての景観は同じではない。都会人にとってすべて同じ「畑」や「野原」や「林」に見える景観が、農民たちには異なる作物、異なる利用形態をもつものとして分節化され、その土地にまつわる神話や伝承に彩られたものとして見出されるかもしれない。逆に、農民たちには同じ灰色のビルに見える建物群を、そこで働くサラリーマンたちは異なる業界や会社によって棲み分けられた生態的な秩序をもつものとして読み解くだろう。

とすれば景観とは、環境に対する様々なかかわりの束の中で見出されるその視覚的様相なのだということになるだろう。ここで「環境」というのは、人間やその集団が自らをその中に見出す広がりのことだ。それは自然の事物——自然環境——だけでなく様々な人工物からなり、情報やそれが表象する意味やイメージもその構成要素をなしている。注意して欲しいのだが、ここで「環境」と呼ぶものもまた、かつてフォン・ユクスキュルが人間をも含む様々な生物に関して指摘したように、客観的なモノとして存在しているのではなく、人間やその集団の世界に対する様々なかかわりを通じて現れる、かかわりの相関項な

のである★5。とすれば、現代の都市の景観について考えるということは、現代の都市社会における“かかわりの構造”について考えること、そうした構造の中での見ること、見えることについて考えるということにはかならない。

Ⅲ 弱い景観／強い景観

だがしかし、景観が人間やその集団の世界に対するかかわりの視覚的様相だとすると、景観は、人間の視覚と共に遍在するものなのだろうか？ 人が何かを見るとき、あるいは何かが見えてしまうとき、そこにはつねに景観があると言ってよいのだろうか？

人間とその集団は様々な自然的・風土的条件、様々な歴史的・社会的条件の下で、色々な仕方で環境とかかわりあう。そして、その中で人間やその集団は、山野を利用し、田畑を拓き、建物を建て、道や橋を造り、そうした環境を様々な形で見ると。見ること、見えることは多くの人びとにとって、日常的に持続し遍在する経験の一部である。景観という言葉を広義にとれば、このような持続・遍在する「見る／見られる」経験の中に景観はつねにある。このことは、「社会における景観」や「都市景観」について考えようとするとき、その考察の対象たる景観が社会や都市のあらゆる場所に遍在しているものとして見出されうることだ。だから、ありとあらゆる場所に見出される景観を、ある社会の経済や政治、文化の表出として観相学的に読み解いたり、その様相を規定する構造を分析したりする研究、あるいはまた、様々な場所で人びとがどのような景観を見、それをどのように評価しているかに関する研究などを、そうした遍在する景観に関して行うことが可能である。

だが実際には、私たちは（少なくとも現在の私たちは★6）、そうした視覚的経験のすべてを所謂「景観」として了解しているわけではない。近代の都市景観についての人文地理学的研究の最初の部分で、エドワード・レルフはこのことについて次のように述べている。

景観は日常生活の視覚的なコンテクストであるが、通りを歩いている時に見たり、自動車のフロントガラス越しに見たりするものを述べるのに、「景観 (Landscape)」という言葉を実際によく使う人は多くないようだ。けれども私たちは、庭園の中に景観をしつらえ、夕日に縁取られた景観や雷雨の後の日光に浮き立った景観を見て静かな喜びを感じたり、旅行者として景観を楽しみながら何気なしに写真を撮っている。カメラの焦点を屋外に合わせるだけで（ショッピングモールや吹き抜けのような室内でも。ただし、

室内で写真をとるとガードマンに咎められることもあるが)、景観を簡単に写真に撮ることができる。これらのことは、景観が自明のことがらであることを示唆している。けれども、私たちが景観を分析しようとする、そうでないことがわかる。最初に気付くことは、景観はあまりに身近でとらえどころがないほど幅広いために、明確な視点で全体を把握することが難しいということである。その次に気づくことは、「景観」全体という感覚を失わずにビルや道路といった構成要素に分解することが容易ではないことである。それゆえ景観とは、自明のことがらであると同時にとらえどころがない。★7

世界の視覚的様相という意味での景観はどこにでもある。だが、私たちはそれを「景観」という言葉で表象されるようなものとして、つねに反省的に捉えたり、考えたりしているわけではない。その一方で、たとえば私たちが自分の庭を仕立てたり、特定の天候の下で環境を眺めたり、写真を撮ったりするときには、私たちはそこに「景観」を見出し、写真として所有したりもする。それは、どこにでもあるがゆえに自明で捉えどころがないと同時に、庭に囲い込まれたり、特定の天候下に置かれたり、写真に捉えられたりというように空間的ないし時間的に枠付けられ、異化され、切り取られたときには明確な輪郭をとって現れる。レルフの指摘しているのは、そういうことだ。

ここには、私たちが「景観」という言葉で指し示しうる経験やことがらの二つの様相が述べられている。一方には視覚的景観とともに遍在する景観があり、他方にはそうした遍在する即自的な視覚的経験の中から特定のものや見方が「見られるべきもの」や「見るべきもの」として対自化され、意識化され、ある集団の中で標準化されたり、規範化されたり、美学化されたりした景観がある。あまりいい言い方ではないかもしれないが、前者を「即自的景観」や「弱い意味での景観」、後者を「対自的景観」や「強い意味での景観」と呼ぶこともできるだろう。即自的で弱い空間は、見えていてもとりたててそれを景観として主題化しない視覚的経験であり、対自的で強い意味での景観は、世界の特定の見え方として意識化、主題化され、絵画や写真や言説のような表象によって切り取られたり複製されたりして、鑑賞や消費や議論の対象となるような視覚的経験である。後者は名所や絵葉書のように社会的に規格化、定型化されることもあれば、特異な視点や才能をもった画家や写真家、文筆家によって、多くの人びとにとっては弱い意味での景観としてしか認知されていないもののなかから異化されて取り出されることもある。

たとえば松原隆一郎は、歴史的景観や自然環境が景観保全の対象になる一方で、電線の

張り巡らされた市街地やロードサイドショップやその看板の立ち並ぶ郊外の景観の荒廃については、そもそもそれらが荒廃した景観であるという共通の認識がそもそも存在していないようだ、と述べている★8。だがそこには「荒廃した景観」という認識が存在しないのではなく、そうした市街地やロードサイドの日常的な風景を「対自的な景観」や「強い意味での景観」として対象化する意識が存在しないのかもしれない。

どのような景観を強い意味での景観として対自化するかは社会により、また個々人の資質や美意識によって異なっている。なにを、どのような仕方で強い意味での景観として対自化するかは、その個人や社会が世界にたいしてもつかかわりの形、それにもとづく秩序意識や自然観、審美観、信仰や宗教等に規定され、美術や文学などによって定型化、規格化されるのだと、一般的には言うことができる。とすれば、弱い意味での景観全般を対象とする景観研究とは別に、弱い意味での景観からどのような仕方で強い意味での景観が対自化され、どのように主題化され、それにどのような意味や位置が社会的な諸関係の中で与えられるのかを問うことも、景観研究のひとつの方向である★9。松原が指摘することに関していえば、電線の張り巡らされた市街地や郊外ロードサイドの景観それ自体の好悪善悪とは別に、そうした日常的景観をとりたてて問題とならないものとして意識の背景に退け、多くの人びとにとっては非日常である歴史的景観を強い意味での景観として共通の社会問題化するという、即自的景観と対自的景観の布置のあり方もまた、私たちが生きる社会や都市の景観の現在を示しているのだ。

IV 日本橋の“景観”

具体的な例をあげて考えてみよう。

ここに日本橋の写真があると考えてみる。

それは、写真という技術によって切り取られ、印刷という技術によって大量に複製された景観である。日本橋という土地を訪れることなどあまりなく、ましてやこの橋を渡ることなど滅多にないという場合でも、日本に暮らす成人の多くは日本橋のこうした景観を、なんとなくであれ知っていることだろう。それは私たちが、写真と印刷という技術、それらを利用した出版やジャーナリズムといった制度を通じて、日本橋という場所やそこにある橋にかかわっているということだ。今、写真を目にするとは、そのような関わりを、様々な言説やテクノロジーの制度の中でもつということである。

写真のようなメディア上の表象は、外的環境を直接見るときに経験される景観から切り

離された形で、人間の経験のなかに場を占めることができる★10。絵画や写真、あるいは映画のような視覚的イメージを表象するメディアは、視覚的経験としての景観に物的な存在様態を与え、それを生産・流通・消費することを可能にする。視覚的表象のメディアだけではない。詩歌や小説、児童の作文や市井の人の手になる俳句や和歌、手紙のような言説も景観の規範や美学にかかわり、それらを生産・流通・消費させる装置として作動する。日本橋に関して言えば、安藤広重『東海道五十三次』の版画や写真だけでなく、『お江戸日本橋』の歌、かつての街道の起点であり、明治以降も道路元票の地であるという歴史地理学的な知識、麒麟と獅子のブロンズ像で橋柱を装飾された明治期建造の橋の上に、東京オリンピック前に建設された首都高速の高架が重苦しくのしかかる風景が「景観問題」としてしばしば語られているという知識や、そうした景観を問題視する美意識などと共に、私たちはこの写真の中の日本橋の景観を見る★11。

その一方で、実際の東京の都市空間の中で日本橋を景観として見た経験や、橋を含む日本橋界隈を現代の都市景観として自覚的に見た経験は、かならずしも多くの人に共有されてはいないだろう。現代の日本橋は、もはやそこに橋などない銀座数奇屋橋の交差点ほどにもランドマークとしての機能を果たしていないからだ。東京人を自認する人のどれくらいが、地図なしに東京駅や神田駅から日本橋まで歩いてゆけるだろうか？ そしてまた、実際に日本橋の橋のたもとや橋上からの景観を、自らの経験に即してどれくらい想起できるだろうか？ここでは対自化された強い意味での景観が像として、言説として、問題として、物理的な都市空間やその内部を身体で移動する経験からある程度切り離された位相を構成している。

ところで、日本橋の上に架かる首都高速道路を自動車で走るとき、この写真のような日本橋の姿は映らない。それは、高速道路を川のそれに架かる橋の上にさらに架けるという過去の政策的な決定とそれに基づく工事の施工という、社会の世界に対するかかわりが、あるものを観えなくするという、景観という点からするといわば「ネガティブなかかわり」を生み出し、そのように生み出されたかかわりの関係の中で、私が自動車という技術（メディア）を仲立ちにして、日本橋という客体＝客観に対して「見えない」という関係を取り結んでいるということだ。この「見えない」という関係には、「見えない存在がそこにあることを知っている」という知識や記憶を媒介にしたかかわりの位相が介在している。たとえば東京の地理にあまり詳しくない人、日本橋の景観保存等に関心のない人、日本橋のことをよく知らない外国人や小さな子供といった人びとにとって、首都高速を走るとき日

本橋は「見えない」のではなく、そもそもその存在が知られない、つまり「無いも同然」なのだ。(このことは「景観問題」を考えると、重要な視点である。かつてそこに存在していた景観を知っている人にとっては「失われた景観」であるものが、すでにその景観の不在を所与として生きる人には「失われる以前に存在しない景観」であるからだ。)

首都高速からの日本橋の景観の不在が典型的に示すように、鉄道や自動車のような交通メディアの実用的な利用による視覚経験や身体経験の変容は、景観の見え方やあり方に新たな様相を付加し、そのあり方を変容させる。車窓という枠によって切り取られ、その中で流動し、流れ去る景観は、同じ場所にたたずみ、あるいは歩行したときに見出される景観と同じではない。交通メディアは人間と世界とのかかわりを変容させる。鉄道や自動車はそれらに乗って移動する人びとの視界から近景を消去するし、公共交通機関の場合には本を読んだり、眠ったりして途中の景観を完全に見ないで過ごすこともできる。ヴェンチュリーが『ラス・ヴェガスから学ぶこと』で示したように、郊外ロードサイドや都心のビルの屋上・壁面に並ぶ巨大な看板は、そうした視覚的経験の変容に対応している★12。また、もっぱら公共交通機関や高速道路によって移動するようになれば、その路線から見えない場所や離れた場所は、景観の経験の中から消えてゆく。路面鉄道の撤去後、日本橋が地下鉄以外の鉄道の路線からはずれた場所にあることは、現代の東京における日本橋の景観のあり方を、首都高速と同じくらいに大きく規定しているはずだ。そしてもちろん、こうした近代的な交通メディアが必要とする線路や道路、高架といったインフラ・ストラクチャが、景観として見られる世界に新たな物的要素を生み出していったことは言うまでもない。

こうして現代都市における景観、そして景観がそこで成立する人間やその集団と都市空間とのかかわりは、複製技術とそのメディア、交通メディア、巨大な人工建造物などに媒介されて、それ以前の都市や社会における景観とそれが成立していたかかわりとは異なる構造と様相を呈しているのである。

V 消去される景観／浮上する景観

だが、現在の日本橋が対自化された景観としてはほとんど見えず、ないしは見られないとはいえ、江戸から東京にいたるこの都市の歴史とかかわる記念碑的な建造物として、景観としては依然特権的な位置を占めているという点で、かならずしも一般的な例ではない。そこで別の一例として、新宿駅を考えてみよう。

新宿駅の景観——対自化された強い意味での景観——とは、どんなものだろうか？ 朝夕のラッシュ時のホームや改札、地下通路の風景といったものが、おそらく多くの人が思い描く「新宿駅の景観」である。だがしかし、それは「新宿駅の景観」という特定の場所と固有名詞に結びついた景観というよりも、新宿駅に典型的に見出される「東京の駅の情景」とでも呼ぶべきものだ。というのもそうした景観は、渋谷や品川や上野や東京と区別される新宿の固有性を表象しているというよりも、多くの駅でも見られる日々の風景の代表例の一つにすぎないからである。（それに比べて日本橋は、その姿がたとえ見えなくとも景観としての固有性、景観として語られ、論じられるだけの特権性を依然として誇っている。）

「新宿駅」の景観を、その個別性や固有性において想起することが難しいのはなぜだろう？ 新宿駅には確かに駅舎（駅ビル）はある、だが、その建物は周囲の似たようなビルの中に埋没し、よくよく自覚的に見なければそれ自体として景観としての輪郭を結ぶことはあまりない。かろうじて西口交通広場が、やはり都市空間の中に半ば埋没しているとはいえ、奇妙な空洞のような場所として見出されるくらいだろう。そもそも、地下街や周囲の建物との連結によって、現在の新宿駅は明確な輪郭を結ぶことなく、周囲の都市空間にいわば「溶けだして」いるのだ★13。

場所としては分っても、景観としてはよく分からない。それは新宿だけにあてはまることではない。東京駅や上野駅浅草口のような古典的な駅舎建築をその一部にもつ場合でも、それらによってちょうど看板建築のようにその景観性を担保されはしても、駅全体がある景観の単位をなしているわけではなく、やはり地下街や周囲の建物と連結し、相互浸透してしまっている。また駅の内部空間に関して言うと、ホームや地下通路、改札やキヨスクなどの標準化され、定型化された施設はむしろ、その場としての固有性を消しさって、どの駅も同じ「いくもの駅の中の一つ」にしてしまう。こうした駅の景観の消去は、地下鉄の駅ではより徹底している。そこでは人は、行く先や出口を示す記号【ルビ：サイン】の指示にしたがって進めば、目的とする場所にゆくことができる。そこで人びとと世界とのかわりを視覚的に仲立ちしているのは強い意味での景観ではなく、遮音壁で視界が区切られ、行き先表示のみを頼りに走る高架の高速道路においてもそうであるような、弱い意味での景観の中の記号化された情報なのである。

だがそれは駅について、あるいは高速道路の高架についてのみ言えることなのではない。レルフによれば、「二十世紀の後半は、ほとんどの人が自分の周囲に関する知識なしに暮

らせるようになった初めての時代」かもしれない、多くの人が「借用した情報を使い、ガイドブックを読み、標識に従いながら都市を見て回ること」が十分可能になった時代である★14。人はそこで、日常的な生活環境を対自的な景観として見ることなしに、ガイドブックやウェブ・サイトに示された情報と、都市空間内に散りばめられた記号を照合することで暮らしてゆくことができる。日常的に鉄道や自動車を使い、壁のように道の両側に並ぶビルの間の街路や地下道、駅やデパートのような巨大な公共建築の中を移動する私たちの都市空間とのかかわりは、実際のところ仮に地下鉄の駅や高速道路でなかったとしても、限りなくそうしたものに近づいている。そこでは強い意味での景観が対自化される契機は、世界への日常的なかかわりの中から消去されてゆく。都市における日常生活の中から日本橋の景観を覆い隠しているのも、その上に架かる高速道路それ自体ではなく、そのような道路を使うことで周囲の景観を消去し、あるいは背景化して、そこに配置され、浮遊する記号やイメージを仲立ちとして都市や世界と関係する私たちのかかわりの形なのだ。

かつてケヴィン・リンチの『都市のイメージ』は、塔や橋、広場や宮殿のような極端な高さや広さ、大きさなどの形状の特異性によって周囲の場所から切り離されて見出される場所や、駅や駅前広場や交差点、それらの場所に設置された彫像など、多くの人びとの活動がその場所や建物に集中したり、交差したりすることによって人びとに認知され、記憶される場所を要素【エレメント】として「都市のイメージ」を再構成しようとした★15。「都市のイメージ」のエレメントは、生活する集落や都市の空間像の心的形成において有意味なものとして多くの人びとに選ばれ、空間認知の共通の「目印」として切り取られる。近代以前の多くの都市や、現在でも中小の規模の都市では、こうして形成される都市のイメージと、その都市で人びとが日常的に接する都市の景観とはほぼ対応関係をもつだろう。都市のイメージのエレメントは、そこでは都市景観のエレメントでもある。だがしかし、東京のような大都市では、都市のイメージと都市景観とは必ずしもうまく対応しない。日本橋は依然として東京の都市景観の代表的な要素のひとつではあるが、都市のイメージの中にうまく場を占めない。他方新宿駅の方はといえば、都市のイメージの中に場を占めることは確実とはいえ、その景観としての様相はきわめてあいまいな像を結ぶにすぎない。そしてなにより、全体としての都市のイメージや、都市のイメージの内部での位置や方向を示す強い意味での景観などなくとも、私たちは弱い意味での景観とその中の記号やイメージの中で暮らしていくことができる。

現代の都市や社会における「景観」をめぐる意識の高まりや浸透の背景にあるのは、景

観と社会との間のこのような関係である。弱い意味での景観とその中の記号やイメージが支配的な場の中で、景観は稀少な資源や資産となり、失われた過去としてのアウラを放ち始める。たとえば八〇年代に「超芸術トマソン」の賞揚によって注目された路上観察学は、このような強い意味での景観が無くなった都市空間の中に、その土地の過去の生活の営みの痕跡として残るもの、弱い意味での都市空間の中に走った時間の裂け目を、強い意味での景観として「鑑賞」しようとする試みだったと言えるだろう。他方、日常生活環境の中の環境を保全や奪還を訴え、郊外のロードサイドの景観の荒廃を批判する議論は、松原隆一郎や三浦展の議論がそうであるように、単に景観にかかわるのではなく、ある場所の視覚的経験の中に景観としての強度を見出すような地域や社会へのかかわりの復活への提言である。景観を保全する、取り戻すとは、そのようなかかわりの保全であり、奪還なのだ。

駅前やオフィス街、さらには住宅地での隆盛を誇るクリスマス・イルミネーションや、再開発地区における人工的な景観のデザインと周囲の街並みへの視線の遮断等も、こうした都市の中で景観を商品化し、専有しようとするものだ。現在の都市やその郊外で展開する高層マンションの林立も、そうした都市の中に強い意味での景観を屹立させると共に、その高層の窓からの眺めに新たな景観を見出そうとする、景観の所有と占有と資産化の欲望の現われとして理解することができよう。だがしかし、屹立する塔状の建物とそこから展望される景観とは相互に切り離され、出会うことのない像としてあるしかない。高層の建物の中で、決して手に触れることのできない窓外に広がる景観を眺めて室内に引きこもる人の姿は、現代都市の景観をめぐる社会的なかかわりの、一つの純化された形を示している。

こうした「景観化」とでも呼ぶべき試みは、ここまで考えてきた現代の社会や都市からの景観の消滅に抗して、新たな景観の復権を目指しているように見える。だがしかし、駅前やオフィス街、住宅地のライトアップは電光という刹那的な彩りにより、景観を純粹な視覚的娯楽のスペクタクルとして、その場所での人びとの日々の営みのかかわりから切り離されたイメージの次元で自足的に存立する幻像（ファンタスマゴリー）にしてしまう。再開発地区の人工的な景観デザインやその空間の内閉化もまた、電光ほどの儚さはないとはいえやはり、他の営みかかわりから遊離した自足したコンセプトやイメージによって、いわば「かかわりなき景観」をファンタスマゴリーとして演出する試みである。景観をそうしたファンタスマゴリーとして演出し、受け止め、享受することは、現代の都市や

社会におけるわたしたちの「かかわりの形」を示している。

【注】

- ★1 三浦展「「街育」のすすめ」三浦展編著『脱ファスト風土宣言——商店街を救え！』羊泉社新書、二〇〇六年、一四頁。
- ★2 柳田國男『明治大正史世相篇』の「風光推移」の章を参照。この点に関しては、佐藤健二『風景の生産・風景の解放——メディアのアルケオロジー』講談社選書メチエ、一九九四年における議論や解説も参照。
- ★3 以下、柄谷行人『日本近代文学の起源』講談社、一九八〇年を参照。
- ★4 Levi-Strauss, Claude. *La pensee sauvage*, Plon, 1962. =大橋保夫訳『野生の思考』みすず書房、一九七六年。
- ★5 Uexkull, Jacob von & Kriszat, G. *Streifzüge durch die Umwelten von Tieren und Menschen*, 1934, Springer. =日高敏隆・野田保之訳『生物から見た世界』思索社、一九七三年。
- ★6 「少なくとも現在の私たちは」という留保をここでつけたのは、現代人の視覚経験が、すぐ後で述べるように、絵画や写真といったメディアによって抜きがたく規定されているからである。こうしたメディアが存在しない、あるいはさほど大きな位置を占めない社会における景観理解については、実証的なデータに照らした検討が必要である。
- ★7 Relph, Edward, *The Modern Urban Landscape*, Routledge, 1987. =高野岳彦・神谷浩夫・岩瀬寛之訳『都市景観の20世紀——モダンとポストモダンのトータルウォッチング』筑摩書房、一九九九年、一〇頁。
- ★8 松原隆一郎『失われた景観——戦後日本が築いたもの』PHP選書、二〇〇二年、一〇—一三頁。
- ★9 こうした研究の先行事例として、柳田國男『明治大正史世相篇』講談社学術文庫、一九七六年や、佐藤健二『風景の生産・風景の解放——メディアのアルケオロジー』講談社選書メチエ、一九九四年などをあげることができる。
- ★10 この時、絵画や写真もまた環境の一部であることを忘れてはならない。とりわけ現代の都市景観について考えるとき、「景観の中への景観の挿入」とでも言うべき映像の存在には注意を払う必要がある。

- ★11 この問題については、五十嵐太郎「日本橋と首都高」吉見俊哉・若林幹夫編著『東京スタディーズ』紀伊国屋書店、二〇〇五年、一六五頁も参照。
- ★12 Venturi, R., Brown D. S. & Izenour, S. *Learning from Las Vegas*, The MIT Press, 1972.
- ★13 平井太郎「駅が溶けだしている」前掲『東京スタディーズ』二〇八頁。
- ★14 Relph, 前掲訳書、三頁。
- ★15 Lynch, Kevin, *The Image of the City*, The MIT Press, 1960. = 丹下健三・富田玲子訳『都市のイメージ』岩波書店、一九六八年。

第2部 郊外の現在

第4章 郊外を生きるということ

1. クリスマスのイルミネーション

色とりどりに明滅する豆電球で光り輝くクリスマスツリー。玄関先に立つ雪だるま。窓辺に踊るサンタクロースや天使たち。そして、そうしたイルミネーションに彩られた、遠目にも煌々と輝いて見える戸建ての住宅群。場所は、千葉県流山市内にあるいくつかの住宅地である。

東京駅から電車で一時間程。まだ近郊農村の風景の残る流山は常磐線、東武野田線、武蔵野線等で東京都心や千葉湾岸、埼玉の「新都心」に通勤する人びとの暮らす東京のベッドタウンでもある。秋葉原とつくば研究学園都市を四〇分で結ぶつくばエクスプレスが二〇〇五年に開通したことにより、この街はさらに「東京の郊外」という性格が強くなりつつある★1。

東京都心から同じくらいの通勤距離帯にある他の地域同様、流山市や隣接する柏市にも、民間の開発業者の「ミニ開発」による分譲地や、中・高層のマンションが点在している。私たちが足繁く通っていたのは、そうした中でもここ一〇年ほどの間に造成された、茶色の洋風の瓦屋根や、壁面コーナーに埋め込まれた煉瓦や石やテラコッタ等の意匠が目立つ「おしゃれな住宅地」である。必ずしも広くはない庭の多くは、やはり流行の“ガーデニング”で小奇麗に整えられ、アメリカ郊外住宅地にでもありそうなポストが玄関前の小さな芝生に立っていたり、ゴールデンレトリバーが繋がれていたりする。そんな住宅地に居並ぶ家々が、クリスマス前になるとまるでネオン街のように華やかなライトのディスプレイに彩られるのである。だが、気がついてみるとそうしたディスプレイは「おしゃれな住宅地」だけではなく、そうした場所に行く途中で通りすぎる、もっと以前に建てられた、ごく普通の町並みにも進出していることに気づかされた。アメリカの郊外住宅地でこうした郊外住宅地のクリスマス・ディスプレイが盛んなのは、ドラマや映画ですでに知っていた★2。日本の郊外住宅地でも、以前よりはツリーやリースが増え、電球によるディスプレイも前よりも目にするようになったとは思っていたが、それがここまで広がり、そしてまたかくも華やかになっていたことを、迂闊にもその年の暮れまで私は十分に認識していなかったのである。

年末の郊外住宅地におけるクリスマス・ディスプレイのこの隆盛は、私の家の近くの流

山や柏といった地区に特徴的な出来事ではない。東京郊外で有名なところとしては、町田市の三輪緑山住宅地★3や、横浜市のあざみが丘等があるが、こうした「名所」にとどまらず、住宅地のクリスマス・イルミネーションがニュータウンを中心とする大都市近郊に確実に“普及”しつつある様は、実際に年末の街を歩き、また「クリスマス・イルミネーション」等の語句をキーワードとしてインターネットの検索エンジンで検索することで容易に確かめることができる★4。

郊外住宅地へのクリスマス・イルミネーションのこうした普及を「アメリカナイゼーション」といった文脈で理解することもできるだろう。なるほど、そこに動員されている記号や意匠はどこか「アメリカ的」ではある。これを糸口として、戦後日本の郊外化の展開をライフ・スタイルのアメリカ化という点から分析することも不可能ではない。けれどもここで問題にしたいのは、そうした記号や意匠がそもそも帰属していた文化的文脈——この場合は「アメリカ」——と、その移入・変容の過程から現代日本の郊外生活と文化を分析することではない。そうではなく、さしあたりそれが「アメリカ的」であれ、あるいはまたガーデニングのように「イギリス風」であれ、ともかくもある種の記号や意匠が一定の強度をもって人びとを引きつけうる場としての東京の「郊外」、あるいはそうした郊外を要する東京という「都市」について考えてみたいのである。

2. 小人と出窓——現代郊外の風景

クリスマス・ディスプレイの隆盛に関していささか迂闊だった私だが、それが大きな驚きだったかと言うと、必ずしもそうではない。むしろそれはある意味で予想通りで、十分に納得できるものだった。というのもこの一〇年程の間、それとほとんど同様の感触をもつ風景を、東京郊外の住宅地に見つづけてきたからである★5。

東京の郊外、新宿から小田急線で四〇分程に位置する町田市で生まれ育った私が郊外の風景の変容に気づき、自覚的に観察するようになったのは、一九八〇年代の終わりから九〇年代の初め頃のことである。最初に気になったのは、そこに立ち並ぶ住宅の様相である。以前よくあった白や薄灰色のモルタルの壁面に、灰色の瓦葺きといったタイプの建て売り住宅に代わって、ピンクやグリーン、空色や藤色といったパステルカラーのモルタルの外壁をもち、窓の周りは一様に白い枠で囲われた、俗に“ショートケーキ・ハウス”と呼ばれた“可愛らしい”住宅群★6。そんな住宅が立ち並ぶ街区が、町田市や多摩市、横浜市といった東京郊外の丘陵地帯に増えつつあることに気づいたのである。新たに区画整理さ

れた丘の上に出現したそうした住宅地の風景は、町田市が毎年一万人増えていた六〇年代末から七〇年代に、少年だった私が見慣れていた建て売り住宅地の姿とはまったく違ったものだった。その頃のプレハブ住宅や建て売り住宅といえばもっと安手で、デザイン上も洗練を欠いており、造成地の全体なり一街区なりを共通のコンセプトやデザインで統一しようとするのもあまりなかった。だが、八〇年代末から九〇年代初頭に現れた建て売り住宅は、やはり同じころ増えていた、若い女性やカップルを主要なターゲットとする観光地のペンション★7のような「可愛さ」や「きれいさ」への指向が見て取れた。そしてそこには、ディズニーランドのようなテーマパークに通じるコンセプトやデザインの統一による住宅地のイメージアップという戦略もまた、見て取れたのである。

こうした“可愛い住宅”の増殖と並行して、郊外に立つ団地やマンションの様相も変わり始めていた。それまでは無味乾燥なモルタルの四角い箱と相場が決まっていた団地が、ヨーロッパの中世都市をモデルにしたような広場や折れ曲がった街路を囲んで、切り妻や尖塔様の屋根をもち、煉瓦のような茶色やパステルカラーのタイルを身にまとって、“お洒落”な様相を帯びはじめたのである。典型は、当時やっと開発が本格化した多摩ニュータウンの西側、京王堀之内や南大沢の駅前の団地群だが、同様の“お洒落な団地”や“お洒落なマンション”が、東京周辺の郊外住宅地やニュータウンに次々と建ちはじめたのである。

こうした住宅地や団地、マンションを訪ねると、お決まりのように設置された出窓にレースのカーテンがかけられ、外側に向いて並んだミッキー・マウスやスヌーピー、トトロといった縫いぐるみたちが、首からカメラを下げて歩く私に不審気な視線を投げかけていた★8。それだけではない。当時私の関心を強く捉えたのは“小人たち”だった。最初に彼らに出会ったのは一九九二年頃のある週末、小田急線の玉川学園駅近くの住宅地である。複数の一戸建て住宅や集合住宅の門柱や玄関先、あるいはまた芝生の上に、ディズニーのアニメ映画の『白雪姫』に出てくる七人の小人の人形が並んでいるのを目にしたのである。それ以後、注意して見てみると小人だけでなく、やはりディズニー映画のキャラクターのように“かわいく”戯画化されたウサギやリス、犬やロバや象といった動物たちの像が、町田市、多摩市、横浜市といった東京郊外のベッドタウンの玄関先や庭先に増殖中だった。園芸店やホームセンターを訪ねてみると、そこにもまた買い手を待つ小人やウサギたちの群れがあった。当時、東京都の多摩地区から隣接する神奈川・埼玉までを「第四山の手」と名づけて注目していた雑誌『アクロス』が、後にクリスマス・ディスプレイの“名所”

として知られるようになる町田市の三輪緑山二丁目の住宅三三〇軒を対象として行った「第四山の手1街区徹底調査」でも、「フシギなのは門柱に置かれた（接着された？）小さな人形群。白雪姫と7人の子供からカエルまで、多い家では10体以上もズラッと並べられている」、「それにしても“小人”流行りの謎は解けない」と、こうした人形たちの“増殖”が一種不可解な現象として注目されている★9。

先に私が、現代のクリスマス・ディスプレイとほとんど同じ感触をもつ風景と呼んだのは、一九八〇年代後半からの目立つようになったこうした風景である。「同じ感触」を私に感じさせるのは、そこに見出される「可愛さ」や「綺麗さ」に対する強迫的とも呼べそうな指向性と、それが結果的にもたらすデザインや記号の「過剰な」と形容したくなるような密度や強度である。

小学生の頃に流行していた歌の一つに、小坂明子の『あなた』というのがある★10。「もしも私が家を建てたなら／小さな家を建てたでしょう」と始まり、「大きな窓と小さなドアと／部屋には古い暖炉があるのよ」「真っ赤なバラと白いパンジー／小犬の横にはあなたあなた あなたがいてほしい」と続くこの歌が唄う家のイメージは当時子供だった私にも、いかにも少女趣味で、ソフトフォーカスの画面に周囲にバラの花環が縁取りされているような、現実離れしたファンタジーのイメージを与えたものだ。そして実際、「それが私の夢だったのよ／いとしいあなたは今どこに」とうたうこの歌のリアリティは、それが実際には到達できない夢であることによって支えられている。だが、それから一〇年以上たって自分が暮らす東京郊外に私が見出したのはあの『あなた』の世界に通じるような、そしてそれをファンタジーとしてではなく「現実」として多くの人びとが進んで受け入れていることを示すような、「可愛い綺麗なお家」の増殖だった。そして二〇〇三年に見出したクリスマスの風景は、まるでダメ押しでもするようにそうした郊外の「現実」を、私の前に突きつけたのである。

3. 「非地域」としての郊外

そもそも郊外とは何だろう？★11 ここまで見てきた郊外の現実、現代において郊外という場が存在する社会的な条件とどのように結びついているのだろうか？

一般に「郊外」と呼ばれるのは、都心——この場合の都心とは業務・商業施設に特化した都市中心部のことである——に通勤する雇用労働者層の居住に特化した都市近郊地域のことである。もちろん、そこには「旧住民」の農家も、自営の商工業者も存在するだろう。

だが、居住する人びとの多くの部分はその地域内部ではなく、その地域から通勤可能な範囲の“都心”で就労する雇用労働者とその世帯構成員であり、自営業者の多くもそうした通勤者たちの日常的な需要を賄うような定住地域。それが私たちが「郊外」と呼ぶ場所の“経済的定義”★12である。“suburb”という英語が示すように、それは地理的のみならず経済的にも都市——urbs とは都市的定住を意味するラテン語である——に付属=sub した定住地なのだ。

こうした定義が示すように、現代的な意味で「郊外」と呼ばれる地域は、近代資本制における雇用労働者層の増大と、その人口の都市周辺への集中（=近代化と並行する人口の都市化）に存立の基盤をもっている。その結果、郊外という場所は確かに都市周辺の一定地域を指す概念でありながら、その本質的な部分において「地域性」を否定するような契機を胚胎することになる。

ある地域に暮らす人びとの多くが当該の地域内部にではなく、そこから通勤可能な都心に就労しているということは、農村や伝統的な都市とは異なり、生活の糧を得るための生産・流通活動を通じて人びとがその地域に結びつく契機が存在しないということだ。郊外住民にとってある地域に居住するということは、都心に通勤可能な同程度の条件の地域の中から選択可能な住居を一つ選択するという、言ってみれば偶発的な事態である。彼らにとって現在の居住地は「現住地」ではあっても、必ずしも「地元」ではないし、ましてや「ふるさと」などではない。彼らの子供たちは、やがて独立して別の場所に転出してゆくかもしれないし、彼ら自身も老後には別の土地へと引っ越してゆくかもしれない。そこでは「居住」は土地や地域での「帰属」でもなければ、地域的な共同性の紐帯でもない。ある土地に住むことが、そこでは選択の余地のない「必然」として了解されるのではなく、それ以外でありえたかもしれないし、常にそれ以外の可能性に向けて開かれた「偶然」の事態として了解されるのだ。

このように都市近郊が大量の雇用労働者の居住の場となることは、その土地にもともと存在していた地域共同体が解体されて、住民相互の結びつきも、土地との結びつきも希薄な新住民の集住地に置き換えられてゆくということである。そしてまたそれは、土地と住民の長年にわたる結びつきを通じて作られていた地域の風景が、そこに存在していた伝統や慣習、習俗等と共に解体され、都市を取り巻くより広範な地域に共通して見られる都市雇用労働者層に共通の生活様式や価値意識 郊外文化や郊外主義——サバーバニズム——と共にある、新興の住宅地になってゆくということである。こうした過程を通じて都心に

通勤可能な東京近郊の諸地域は、その土地に強い形で帰属した人びとからなる社会という意味での「地域社会」から、たまたまその土地を選択した通勤者たちの居住地である「郊外」へと変容していった。そこでは、それまで存在していた地域の歴史や文化に規定されるのではなく、「都心に通勤する雇用労働者」という人びとの社会・経済的な位置に対応する共通の文化とライフスタイルによって規定された社会としての「郊外」が成立していったのである。こうした過程を私たちは、近代における「都市化 urbanization」と対をなす過程としての「郊外化 suburbanization」と呼ぶことができる。

私の生まれ育った町田市を例にあげるなら、一九六〇年代から七〇年代にかけて、丘陵地の雑木林や畑、谷戸の田んぼ等が様々な規模で開発・造成されて団地や住宅地に置き替わり、新たに流入した新住民たちが増加していった。私の実家のある地区ではこの過程で旧住民たちの多くも雇用労働者化していったために、土地にまつわる歴史的な記憶や伝承、土地に対する帰属意識といった社会意識上の差異は依然として残しながらも、「サラリーマン」という経済生活上の位置においては新住民と旧住民との間に大きな違いは存在しなくなっていった。昭和初期に生まれた旧住民である私の両親の世代がそうした世代にあたるわけだが、さらにその子供である私たちの世代になると、新・旧住民の子供が入り交じった幼稚園や小・中学校生活を送り、都心や郊外の他の地域の高校に進学したりすることで、少なくとも雇用労働者層の子供たちにとっては新・旧住民間の社会的・文化的な差異はさほど認識されなくなっていった★13。それは「郊外化を通じての大衆社会化」、「大衆」としての郊外住民の誕生の過程であった★14。

小学生の頃、友達とよく遊んだ原っぱに、墓石のような古びた石碑の立った塚があった。真偽の程は定かではないが、昔どこかの家に忍び込んだ盗人が殺され埋められたのだと言われていたその塚は、いつの頃にか姿を消し、原っぱは整地されて駐車場になり、今ではマンションが立っている。その塚の周りで遊んでいた同じ頃、やはり時々遊びに行った寺の境内には、市内の各所で開発のために「立ち退き」せざるを得なくなった地藏尊や馬頭観音等が集められていた。こうして郊外化によって伝統的な習俗や伝承が途絶え、それらにまつわる場所や古跡が失われていったことによって、地域社会を支える集合的な記憶もまた失われていったのである。

当時の人気番組の一つだった『仮面ライダー』の最初のシリーズを見ると、当時の町田市や多摩市、川崎市のそんな風景を見ることができる。藤岡弘扮する本郷猛＝仮面ライダーがバイクを駆り、ショッカーの改造人間たちと戦っていた郊外住宅地や団地、土埃の舞

う造成地、建設の途中で放棄された「幽霊団地」、雑木林や田んぼや茅葺き屋根の農家が入り交じった風景。近世以来の農村や里山の風景を切り裂き、取り崩して開発が進み、その後安っぽい建て売り住宅や団地が立ち並んでゆくことによって、東京近郊の地域社会がどこも似たような「郊外住宅地」や「ニュータウン」へと変貌してゆく途中に現れた風景が、そこには記録されている★15。当時の私たちにとっての「共通環境」は、そのようにして近郊共同体の「過去」に由来する風景が解体され、土地の習俗や記憶が漂白されて、その上に新たな住宅や団地書き込まれてゆく「郊外化してゆく近郊社会」であった。テレビに映し出されるそんな風景を見ながら、子供だった私たちは自分たちの周囲に実際に広がる同じ風景の中でライダーごっこや秘密基地作り、探検ごっこに興じていたのである。

4. 意味創造と文化変容

仮面ライダーがショッカーの改造人間たちと戦っていた赤土の造成地の風景が示すように、郊外化は、もともとそこに存在した土着の地域社会を、その物質的な基盤もろともに解体するものではある。だがそれは、そこから一足飛びに「地域の喪失」をもたらすものではなく、そうした解体を通じて新しい地域との関わりの形を生み出しうるものでもあった。

実際、一九六〇年代から七〇年代にかけて都市社会学者たちが精力的に行った都市コミュニティの調査研究は、在来型の地域社会とは異なるそうした新しい地域社会の現実と可能性を探ることを目標としていた。そして当時の私は知る由もなかったのだが、私が暮らしていた町田市もまた都市社会学者らのグループが「共通のフィールドとして、「地域における生活と文化の再生」をシンボル事業に据えながら、行政と住民と専門家の協働作業による実態調査と政策提言を試みた」★16 場所だった。そうした調査と提言にかかわった一人である奥田道大は、その頃のコミュニティ運動としての市民運動を振り返って、「住民運動に共有されるコミュニティ空間認識とは、住民にとって意味創造、つまりは生きかた、住まい方の文化変容（アカルチュレーション）課題を認識していることに他ならない」★17 と述べている。こうした意味の創造と文化変容をめぐって、再び私の個人的な記憶と経験を遡ってみよう。

やはり小学生の頃、私たちの遊び場でもあった地元の神社の祭礼が一時的に衰退したことがあった。祭礼を支えてきた地元の地域社会や氏子集団の弱体化がおそらくはその原因だったのだろう。小学校の三・四年の頃、楽しみにして出かけた祭の店があまりに少な

く、がっかりして帰ってきたこともあった。だがやがてほどなく、それまで地域の習慣としてはなかった「初詣」のような新住民の持ち込んだ新しい習俗をテコにして、神社は再び活気を取り戻していった★18。小学校の高学年か中学生の頃のある年の元旦の未明、テレビの『行く年来る年』で映し出される各地の初詣風景に促されたのだったか、ふと思いついて父と二人でその神社に行ってみると、いつもは閑散としている境内の参道に長蛇の列が出来ていて驚かされた。その後さらに、そこからほど近い、先に触れた地蔵や馬頭観音が集められていた寺院にも足を運んでみると、そこにもまた沢山の人が、除夜の鐘をつくために列を作っていた。

同じ頃、革新市政と住民グループの主導で、歩行者天国となった市内の通りと通り沿いの民間駐車場を会場に、市民参加による出店や展示、演奏等による新しい市民祭が興り、大きな賑わいを集めたこともあった★19。最初に開催された一九七三年の町田市の人口に因んで「23万人の個展」と名付けられ、一九八一年の「30万人の個展」まで続いたこの市民祭の第一回の開催趣意書は、その狙いを次のように記している。

私たちは日頃、文明の恩恵に浴しながら物質的には一応恵まれた暮らしをしているように思えます。しかし、その反面文明の産物にしばられてときには、型にはまって個性や可能性を見失ったり、キュウクツな思いにかられることがしばしばあるように思われます。また物質文明のもとでは、ともすると人と人とのつながり意識がうすれてしまったり、私たち自らの手で何かをすることを忘れ勝ちになってしまうようです。市内には現代のこのような風潮を“何とかして打ち破りたい”このように考えている人がたくさんおられるのではないかと考えています。町田市は近年、とみに人口が増えています。しかし町田市という一つの単位の中で集い合って毎日を送りながら、私たちは果たして、お互い同志（ママ）心の通いあいを感じるような機会や場をいままで持つことができたでしょうか。そこで私たちは、町田市民祭という場で市民ひとりひとりが祭りの担い手になることができるような、そして多くの人々が誰とでも言葉を交わすことができるような、そして、みんなの個性や善意が一つ所に示されるような、そんな祭りの催しをぜひ実現させたいものです。★20

一九七〇年代の市民祭の沸き立ちや、その開催趣意書に刻まれた今となっては時代がかわっても見える言葉づかいは、郊外化がまだまだ新しい何かの可能性に見えた、言ってみれば

祝祭的な時代の記憶を伝えている。これまで縁もゆかりもなかった氏神の社に集まり、檀家でもない寺院で除夜の鐘をつくために列を作った人びと。一人一人の手作り、持ち寄りを趣旨とする市民祭に繰り出した、どこから集まったのかと思う程の多くの人びと。こうした人びとの姿は、その地域とそこに住むことに新たな意味を創出したいという、住民たちの意志や欲望を示していた。それは、郊外という場所が伝統的で土着的な地域社会が解体され、集合的な記憶やその「土台」としての風景が取り崩されてゆくことを通じて現れた意味の「不在」や「空虚」に由来する意味創出への意志と欲望であったとすることができる。

文化人類学者ヴィクター・ターナーが社会がとりうる二つの局面を指す言葉として用いた「コミュニタス」と「構造」という対の概念を借りれば、七〇年代の郊外＝コミュニティは既存の秩序構造を解体・壊乱することを通じて生が活気づけられる、反構造的な場としての「コミュニタス」であった★21。そこで既存の秩序の解体を進めていったのは、戦後の高度成長に伴う都市化と郊外化の過程であった。こうした過程を通じて郊外では、既存の地域社会がその物質的な基盤も含めて解体・再編され、土地や地域と強い結びつきをもたない雇用労働者たちが群居する場所へと変容していった。七〇年代の郊外における「意味創造」と「文化変容」の動きは、現代都市のこうした構造的な変容が生み出す意味論的な空虚によっていたのである。

だがしかし、こうした「意味創造」と「文化変容」の過程を通じて生み出されていったのは、伝統的な意味での「地域の文化」ではなかった。

私と父がテレビで全国放映されていた各地の年頭行事の風景に促されたかのように初詣に出かけたことも示すように、そこで「再興」され、あるいは「創造」されたのは「地域の文化」というよりも、マスメディアに媒介され、個々の地域を超えた規模で共有される大衆社会の共通文化とでもいうべきものである。そこには伝統的な地域社会における祭礼を特徴づける集合的な記憶の伝承や、集合表象である「神」への共通の帰依といったものは存在しない。そこに存在していたのは共同の神や共同体への帰属なしに、大衆化された「祭」や「行事」の形をなぞる人びとの群れである。他方の市民祭の方は、それが市民一人一人という「個」を単位とする「個展」であるというまさにそのことによって、伝統的な意味での地域の共同性をあらかじめ断念するところから始まっている。したがってそこに表出されているのは「地域」の個性ではなく「地域の住民たちの個性」であるという点で、「地域的」なものではない。そしてまたその結果、そこに「出展」されたものも、盤景、

籐の網籠、ガラス工芸、紙芝居、藁細工、毛糸人形、手作りのゲーム、古本、煮込みの模擬店、各種音楽の演奏、手織り紬織り、ステンドグラス、等々、言ってみれば「どこにもあるようなもの」★22 だったという点で、土地や地域の固有の意味や文化を生み出すものでは必ずしもなかった。

そもそも「郊外」は、「都心周辺地域の、都心に通勤する人びとの居住に特化した地域」という意味では確かに場所的、地域的概念だが、地名のような固有名で名指される意味での場所や地域ではない。それは都心との位置関係によって、その周辺に広範に見出されるような場所や地域であり、また、異なる都市の周辺に存在しながらも、同じように「郊外」や「ニュータウン」といった名で呼ぶことが可能であるような、広範囲にひろがる場所や地域である。郊外は、確かに場所として存在してはいるが、それが「固有の場所」である強度をもたない、大衆化した資本主義社会に普遍的に広がった社会様式と共にあるような場所なのだ。あるいは、そのような固有名と結びつくような土着性や地域性をもたないことが、「郊外」という新しい地域社会に固有の社会の強度なのだと言うこともできるかもしれない。

4. 構造化する郊外

七〇年代の町田の市民祭の成功は、コミュニティ運動や住民運動隆盛の時代ということもあって全国的に紹介され、他の地域にも影響を与えたと言われている。直接の影響は分からないが、私が今住んでいる流山にも似たような市民祭があるし、隣の柏市ではより大規模な「柏祭」という商店会主催のイベントが毎年沢山のを集めている。そしてまた、団地で、マンションで、町内会で、やはり同じような「祭」が行われ、同じような綿菓子や焼き鳥、水ヨーヨーが売られている。実行の主体や組織形態は様々なのだろうが、同様の市民祭は「地域の催し」であると同時に、郊外化と大衆社会化のなかで、賑わいの程度はあれ内容としては「どこにでもある催し」として広がっていったのである★23。近年各地の市民祭で見られる“阿波踊り”や“よさこい踊り”“ねぶた”といった出し物は、こうした「祭」の脱地域化を通じての均質化という事態を典型的に示している。

注意して欲しいのだが、私は地域における「意味創造」や「文化変容」のこうしたあり方や成り行きを、紋切り型で凡庸なものとして批判しているのではない。好き嫌いは別として、「郊外を切り裂く文学」で石原千秋が指摘するように近所のオジサンが作った綿菓子がおいしいはずがないとしても★24、「地域」ではなく、マスメディアや資本主義に媒介さ

れた大衆社会とその文化を共通の紋切り型で凡庸な環境とすることは、郊外という「地域なき地域社会」を生きる私たち郊外住民の宿命なのである★25。

祝祭であった市民祭の定型化と普及は、郊外やニュータウンというコミュニタスが、二〇世紀の最後の四半世紀に「構造」の局面に入ったことを示している。この章の前半で述べた八〇年代半ば以降の郊外風景の変容は、コミュニタスから構造へのこの移行が、住宅産業やインテリア産業が開発・販売する住宅や、その集合体としての住宅地や集合住宅をも含む様々な「商品」を人びとが購買し、そうした商品を通じて郊外での生活に私的な意味やイメージを付与していった過程として理解することができる。郊外化が生み出した意味論的空虚は、商品化された住宅や住宅地に生きる人びとの暮らしを、様々な商品とそれに付与されたイメージを通じて意味づけ、形作ってゆく「意味創造」と「文化変容」の場所として“成熟”していったのである。出窓とレースのカーテン、ショートケーキ・ハウスやお洒落なマンション・団地、庭や公園でのバーベキュー・パーティ、ガーデニングされた庭と、そこに並ぶ小人やウサギの置物たち。それらはまるで、郊外の住居がそこに暮らす人びとの「個性」、多くは商品化され、マスイメージ化されたアイテムの中から選び取られる「似たような個性」の展示される「個展」の場になったかのようだ。二〇〇三年の年末に私たちが見て回ったクリスマス・ディスプレイもまた、構造化された郊外で日常化＝構造化していった「個展」の風景だったのである。

【註】

★1 もっともさらにそうなるかどうかは、流山で「新市街地」と呼ばれる沿線開発の帰趨による。東京から同様の距離帯にある千葉ニュータウンや港北ニュータウン、さらにまた多摩ニュータウンの現状を考えると、この「新市街地」が文字通りの「市街地」になるには相当の時間がかかる可能性がある。私が出会った開発関係者の一人は、つくばエクスプレス沿線開発は、千葉ニュータウンが二〇年かけて埋まっていない土地を一〇年で埋めようとしていると語っていた。

★2 個人的に印象に残っているのは、ティム・バートン監督、ジョニー・デップ、ウィノナ・ライダー主演の『シザーハンズ』である。この作品は、アメリカ郊外住宅を批評的に描いた映画としても出色である。

★3 近くにTBSのスタジオがある関係で、テレビをはじめとするメディアでもイルミ

ネーションの「名所」として取り上げられることが多かったこの場所は、あまりに多くの見物客が訪れたために起こった交通渋滞を受けて、二〇〇三年年末にはイルミネーションを「自粛」するにいたっている。

★4 たとえば、こうしたイルミネーション用のライトを販売している株式会社ピノモのホームページには、観光地や商店街だけでなく、全国の住宅地や個人住宅のイルミネーションが紹介されている。

★5 関連する論考としては、次のものを参照。若林幹夫「郊外ロードサイド論序説——安さと値引きの風景を読む」『アクロス』No.214、一九九二年、五八—六五頁。同「視線と意匠——郊外ニュータウン試論」『10+1』一号、一一六—一二三頁。同「イメージのなかの生活」内田隆三編『情報社会の文化2 イメージのなかの社会』東京大学出版会、一九九八年、二一—四七頁等を参照。

★6 『アクロス』同号は“ショートケーキ・ハウス”を、「アメリカンタイプの小奇麗でメルヘンチックな一戸建住宅」（同一九頁）と説明している。ここで言う「アメリカンタイプ」や「メルヘンチック」という言葉が概念としては曖昧だが、言わんとすることはおおよそ分かるだろう。

★7 清里、軽井沢、山中湖といったところが、こうしたペンションで有名だった場所である。

★8 京王堀之内駅前の団地には、写真撮影お断りのサインが掲示してある。それほどまでに、それらは当時人びとの視線を引きつけていたのである。実際、私が度々訪れた際にも、背広やワイシャツ姿で写真を撮っている「業界関係者」としばしばすれ違った。

★9 『アクロス』・二一八、一九九二年、二二—二三頁。

★10 「あなた」は、当時一六歳だった小坂明子が作詞・作曲・歌唱し、ヤマハ・ポピュラーソング・コンテスト（略称「ヤマハポップコン」）でグランプリを受賞した、デビュー曲である。現在も作詞・作曲家、歌手、ヴォイストレーナーとして活動中の小坂のホームページによると、一九八五年に結婚して、現在は二児の母親であるという。彼女が今どんな家に住んでいるのか、ちょっと気になるころではある。

★11 「郊外」は、「コミュニティ」や「都市」ほどには確立した社会学上の概念ではない。その一方で日常的な言葉としては、「郊外」は「コミュニティ」や「都市」よりも“わかりやすい”言葉である。「郊外」が都市社会学や地域社会学、農村社会学といった分野で十分に確立した概念ではないということは、それらの学問の言語体系が必ずしも人びとの

日常的な生活空間に対する感覚を十分に対象化していないことを示している。この点については、若林「郊外論の地平」『都市への／からの視線』二千三年、第六章等を参照。

★12 「経済的定義」とはその地域の経済的な特性による定義で、政治的な特性や文化的特性、人口学的特性などによる定義ではないということである。「経済的定義」という言葉は、マックス・ヴェーバーの『都市の類型学』における議論にならっている。なお、『都市の類型学』におけるヴェーバーの都市定義論の都市論における理論的可能性の検討としては、若林『熱い都市 冷たい都市』弘文堂、一九九二年、第二章を参照されたい。

★13 「少なくとも雇用労働者の子供たちにとっては」と述べたのは、地元で商店等を営む自営業種の人びとに関してはまた事情が異なるからである。今では商店の社長だったり、地元消防団の団員だったりする同級生たちとたまに会い、言葉を交わすたびに、同じ「地域」の中でもそれぞれが立脚する経済的・社会的地盤によって異なる「社会」や「世界」が存在することを痛感する。また、同じ雇用労働者層の子供であっても、高校以降の学校歴や就業歴によって、「新住民／旧住民」というのとは異なる階層的な社会的・文化的差異が生み出されることは言うまでもない。この意味で「郊外化」は社会的・文化的な均質化の傾向をもちつつ、その内部に新たな社会的・文化的な差異を産出していったのだということができる。

★14 もっとも、こうした新・旧住民の混交は私が生まれ育った地区のように旧住民と新住民のホワイトカラー層が入り交じって居住するいわば「混在地域」であるからそうであったのであって、たとえば本書で石原千秋が対象とした「ニュータウン」のように新住民と旧住民が線引きされたように異なる地区に居住する地域では、郊外化は新・旧住民の差異を保存し続けることもある。こうした点については、より細やかな実証的検討が必要であろう。

★15 ちなみに、『仮面ライダークウガ』以降、現在も放映中の仮面ライダーの新シリーズでは、当然ながらこうした風景は出てこない。ライダーたちが戦うのは臨海副都心だったり、湾岸の倉庫街だったり、ショッピングモールだったりする。ヒーローものを初めとするテレビドラマにおける都市イメージの変化とそこに見いだされる都市的ドラマトウルギーの変化は、都市論における興味深い対象たりえるだろう。

★16 奥田道大『都市コミュニティの磁場 越境するエスニシティと 21 世紀都市社会学』東京大学出版会、二〇〇四年、一七四頁。

★17 同書同頁。

★18 初詣と共に戦後の郊外化の中で持ち込まれた「新しい伝統」にはこの他に、神社ではなく町内会が行う神輿と山車の巡行、盆踊りなどがある。

★19 一九七三年の第一回「23万人の個展」の人出は約二〇万人、翌年の「24万人の個展」では二四万人、三年目の「25万人の個展」は二五万人だったという（小高照男『楽しい人間都市づくり』町田ジャーナル社、一九七六年、五七頁、六五頁）。この頃の市民祭会場の歩行者天国の混み様は、私もよく覚えている。なおこの「市民祭」は一時的な中断を経て、現在では市内の公園を会場とする「まちづくりワイワイ祭」へと継承されている。

★20 「23万人の個展」開催趣意書。引用は前掲『楽しい人間都市づくり』六一―六二頁による。現代の若い読者はこの趣意書の前半の「物質文明云々」を大げさな物言いに感じるかもしれない。だが学園紛争の記憶もまだ新しく、反公害闘争や住民運動が盛んだった当時において、こうした物言いはきわめて「リアル」であったはずだ。七〇年代の社会と文化を理解するうえで、こうしたリアリティへの理解は不可欠である。ちなみに、私が大学生の頃まで学園祭のテーマや趣旨にもこうした言葉がいまだに踊っていた。私たちはいまだに七〇年代の尻尾を引きずっていたのである。

★21 ターナーによれば、社会（ソキエタス）は安定した「構造」とそれが解体された境界的リミナルな状態である「コミュニタス」の間の弁証法的な関係によって捉えることができる。Turner, Victor W. *The Ritual Process*, University of Chicago Press, 1969. = 富倉光雄訳『儀礼の過程』思索社、一九七六年。

★22 『楽しい人間都市づくり』五六頁にある「25万人の個展」の出展例による。

★23 『楽しい人間都市づくり』六九―七二頁に、東京と神奈川におけるいくつかの事例が紹介されている。

★24 石原千秋「郊外を切り裂く文学」吉見俊哉・若林幹夫編著『東京スタディーズ』紀伊国屋書店、二〇〇五年所収を参照。

★25 この点については次の論考でも考察したことがある。若林幹夫「ニュータウンと「地域」の文化」『建築とまちづくり』一九九三年八月号、一一―一五頁。同号の特集は「新・ニュータウン論」であり、収録された他の論考も郊外と現代社会を考える上で示唆に富む。

第5章 演技する郊外

† 郊外化の二つの波

都市社会学者の松本康らが国勢調査のデータに基づいておこなった分析によると、戦後の東京の郊外化は、一九六五年から八五年にかけての第一次郊外化と、一九八五年から九五五年にかけての第二次郊外化に分けて考えることができるという（松本康編著『東京で暮らす——都市社会構造と社会意識』東京都立大学出版会、二〇〇四年）。

松本の言う「第一次郊外化」は、高度経済成長期に都心部に流入した若い人びとが結婚して家庭を形成し、子育ての場を求めて郊外に移住することで郊外の人口が増加していった時期である。（松本の言う「郊外化」は東京の市部・郡部の人口増加のことだ。）この時期、東京都全体では人口は微増していたが、二三区内の人口は減少傾向にあり、郊外の人口増が東京全体の人口を押し上げていた。

この傾向は八五年頃には終息するかに見えたが、その直後に始まったバブル経済によって都心の不動産価格が上昇したために、ふたたび郊外への人口流出が始まる。松本が「第二次郊外化」と呼ぶこの動きが収まったのは、「バブルがはじけて地価が下がり、都内で住宅供給が増えた九七年以降」（同書、二一頁）である。

松本の分析は東京都の区部と市部・郡部に関してみたものだが、東京の市部・郡部に神奈川、千葉、埼玉の三県を加えたものを「郊外」とみて人口動態統計を分析した江崎雄治の研究でも、ここで引用した図からもわかるように、一九七〇年前後の大きなピークと、一九八〇年代後半のこれより小さなピークという、郊外化の二つの波を確認することができる。

1990年代の多摩ニュータウン・ベルコリーヌ南大沢のようなマンションや、丘の上に並ぶショートケーキハウスの出現は、郊外化の第一の波が終息し、その第二の波が高まったころである。それは郊外の現在が、七〇年代の町田で大量の団地が建設され、郊外そのものがひとつの祭り＝コムニタスだったあの時代の単純な延長線上にあるのではないということだ。第二次郊外化は郊外の神話と現実に、新しい層を付け加えたのである。

ではそれは、どのような層だったのだろうか？

† 「東京」の侵略と第四山の手

第二次郊外化がまさに進もうとしていた一九八七年に、パルコ出版から『「東京」の侵略』

と題された一冊の本が刊行された。まずはこの本を手がかりに、第二次郊外化が郊外という場所と社会に付け加えた新しい神話と現実の層について考えてみよう。

手元にあるその本の表紙カバーに印刷されたイラストを見ると、所沢から藤沢、鎌倉にいたる東京西郊が一つのゾーンとして囲まれて「第四山の手」とされていて、そのど真ん中には当時まだ私が暮らしていた町田がある。そしてその第四山の手と斜めにクロスして、立川、八王子から川崎にいたる細長いゾーンが「ニューダウNTOWN多摩川」とあり、さらに新宿から池袋、大宮、川越を含み、所沢のあたりで第四山の手と川なる領域が「ドメスティック東京」とされている。ちなみに、上野、浅草を含むいわゆる下町は「トラディショナル東京」、青山、赤坂、麻布から渋谷をへてその南西の世田谷区あたりまでは「international TOKIO」、東京湾岸の幕張から川崎、横浜、さらに東京湾横断道路でつながれた木更津の含むエリアは「TOKIO Intelligent Bay」なのだそうだ。

この本の編著者は月刊アクロス編集室。『月刊アクロス』は、七〇年代後半から八〇年代前半の渋谷を中心とする都市空間の消費社会化で先導的な役割を果たしたパルコ、西武セゾン系のマーケティング誌で、当時の編集長はこの本でもたびたび言及してきた三浦展である。同誌編集部が前年に刊行した『いま揺れ動く、東京』の続編という位置づけをもつこの本では、八〇年代の情報化、国際化にともなう東京の都心再開発という前著のテーマを受けて、そうした都心の変容が東京をかつてなく拡大、分散させ、東京多摩地区を中心として埼玉、神奈川を含む地区までが、東京の高級住宅地を意味する「山の手」化しているという視点から、この時代を東京の変貌とその行方を論じたものだ。

これらの地区が「第四山の手」とされるのは、明治期の本郷あたりを「第一山の手」、その後住宅地化していった目黒、四谷、赤坂、麻布あたりを「第二山の手」、昭和初期以降の目黒、世田谷、杉並を「第三山の手」として、昭和四〇年代以降には多摩地区を中心とする東京西郊の広大な領域が「第四山の手」となっていったという、アクロス独自の「山の手進化論（あるいは拡張論）」によっている。都市の拡張によって、それ以前には「郊外」と呼ばれていた東京の外縁部が、より緊密に東京圏に組み込まれつつ高級化、中産階級化し、新たな「山の手」になることで「都心 - 山の手 - 郊外」を拡大再生産してゆくというモデルである。もともと「東京」ではなかった郊外にとって、それは「東京」の「侵略」だというわけだ。

では第四山の手の実体がどうなのかというと、同書を読んだだけでは必ずしもハッキリしないのだが、東京西側の新興郊外住宅地が行政的な区分を超えてすでに東京の一部であ

るという了解が、「都市中心部の外側」という含意のある「郊外」ではなく、「都市内の中流以上の暮らす住宅地」という含意のある「山の手」という言葉が採用された理由の一つだろう。第四山の手文化が「東京のライフスタイル・文化の延長であって神奈川県テーマではない」とし、「とくに横浜・鎌倉・湘南といった東海道筋のクラシカルな文化イメージ圏で今後何か新しいものが生まれるかどうかは疑問」で、「マークするとしたら内陸部の東京都緑区あたり〔緑区は実際は神奈川県横浜市である:引用者注〕」の「この二〇年間で形成されてきた郊外型新中間層」（同書、一八頁）だというこの本の指摘は、そうした認識を示している。

他にあげられる特徴は、自動車で広域を移動するというアメリカ的な生活感覚や、自己感覚や現実感覚の希薄さなどで、「いわゆるニューファミリーと呼ばれている団塊の世代」（同書、三九頁）が典型的住人とされている。第四山の手ライフスタイルを鮮明にイメージ化したものとして『「東京」の侵略』が繰り返しあげるのが、『金曜日の妻たちへ』シリーズやそれと同じ路線の、たまプラーザやつくし野、中央林間などの第四山の手地区を舞台にその住人の主婦とその家族と登場人物とするTBSのドラマシリーズである。

建築的には、いわゆる「ショートケーキハウス」が第四山の手特有の風景を作り出しているとされる。『「東京」の侵略』から五年後の一九九二年八月の『月刊アクロス』の特集「「第四山の手」の今」を見ると、こうした家の周囲を飾るプランター、動物や小人の置物、庭のテーブルやチェア、そして出窓などのよる居住空間の「演出」や、そうした住宅地の一角に、やはりオシャレな雑貨や衣料小物などを売る、自分の趣味を生かして主婦が経営する自宅兼店舗があることも、第四山の手の特徴とされている。

『月刊アクロス』の第四山の手論は、先に触れた松本康や江崎雄治の研究が統計的なデータから示して見せた一九八五年から九〇年代初めにかけての第二次郊外化のただ中で、そこに現れつつあった郊外の新しい姿を、マーケティング的な視点からその後の展開をも見込んで展望しようとしたものだということができる。先に触れた表紙カバーのイラストにもあるように、この時、第四山の手文化は、同書が「ニューダウタウン多摩」と呼ぶエリアに立地しつつあったファッションビルやショッピングモールなどの新しい商業施設の開発とセットになったものとして考えられていた。それは、やはり『アクロス』がずっと寄り添ってきたパルコ＝セゾンの消費社会化が、この時代になって第二次郊外化と共に渋谷や都心から郊外へと「侵略」してきたために、アクロスのマーケティング論的な語り東京郊外での有効性を高めていったことを、おそらくは示している。

†新しい神話——パルコ=アクロス的なもの

渋谷パルコが東京という都市の消費社会化において果たした先駆的な役割は、パルコの社長だった増田通二を初めとする多くの人びとによって繰り返し語られてきた（たとえば、月刊アクロス編集部編著『パルコの宣伝戦略』パルコ出版、一九八四年。吉見俊哉『都市のドラマトゥルギー』弘文堂、一九八七年。難波功士「広告化する都市空間の現在」吉見俊哉編『都市の空間 都市の身体』勁草書房、一九九六年所収など）。

消費社会というのは、単にモノを大量に消費する社会のことではない。機能的な必要や耐用年数を超えて大量に生産され続ける商品を買わせるために、広告や商品のデザイン、それらによって付加される他の商品とは異なる意味づけや記号性によって商品に対する欲望を喚起し続け、それによって消費という社会システムにとって必要な行為へと人びとを駆り立て続ける社会。それが消費社会である。

商品の対する人びとの欲望を喚起するためにパルコがおこなったことの一つは、モノを売り買いする行為に文化的な意味合いを与えることだった。一九七〇年代から八〇年代にかけて、パルコのCMやポスターはアート作品のようで意味がわからないことで有名だったが、それらのことによってパルコは「モノを売る」のではなく「新しい文化を売る」というイメージを作っていたのだ。この場合、そこで本当に文化が売られている必要はない。パルコは劇場や美術館を作り、様々なイベントを行うことで実際に「文化」をも商品として売ってきたのだが、重要なのはそうしたことも含めて「文化的な匂い」をパルコというブランドと場所に散りばめることだった。『アクロス』のようなマーケティング雑誌、『ビックリハウス』のようなタウン誌・投稿雑誌も、文化としての消費を読み解き、楽しみ、それと戯れる解説格子と技法を提供するメディアとして動員され、機能していった。さらに重要なことは、そうした文化化の一環として、パルコは周囲の都市空間を他の地域とは違う「オシャレ」で「先進的」で「文化的」な場とすべく、街路に名前を付けたり、ウォール・ペインティングやストリート・ファニチャーを設置したり、さらに建物内部も街路のような空間として演出したりして、渋谷公園通りに来ることが最先端の文化に触れることであるというイメージを作り出していったことである。

都市を消費の舞台として演出するこの手法は、八〇年代後半以降の、つまり第二次郊外化と連動し、並行する東京都心部の開発や再開発等で一般的な手法として普及してゆき、今ではごく当たり前の開発手法になっている。東京やその近郊に暮らしている人なら、渋

谷でパルコ・西武セゾングループに対抗すべく開発された東急文化村、サッポロビールの工場跡地の再開発である恵比寿ガーデンプレイス、そしてお台場のデックス東京ビーチやヴィーナズフォートを思い浮かべてもらえばわかるだろう。船橋のららぽーとや町田のグランベリー・モールのようなショッピングモールを思い浮かべてもらってもいい。

一九八〇年代半ば以降の第二次郊外化は、そうしたおしゃれな街並みを郊外へと広げていった。アーリー・アメリカン風とかイギリス・カントリー風とか地中海風とかポストモダン風といった、ちょっとオシャレな感じのするデザイン意匠をもった住宅や団地、レンガやタイルを散りばめた舗道や緑道、街路樹や植栽などによって、一九七〇年代までの羊羹型の団地やオーソドックスな建売住宅とは違う「舞台」を、パルコ的な消費文化になじんだ人びとに提供していったのである。一九八二年の西武百貨店の有名な広告コピー「おいしい生活」に見事に表現されていたように、商品の購入と消費によって享受される消費社会の文化は人びとの日々の暮らしから離れたものではなく、日常の暮らしを楽しく、豊かに、個性的にしてゆくライフスタイル的なものだ。おしゃれな小物やスタイリッシュなインテリア、こだわりの食器が似合う家や街並みは、そうした商品を売ろうとする資本と、商品の購入を通じて私らしいライフスタイルを楽しもうとする消費者の両方から必要とされ、欲望されていったのである。

↑量から質へ

こうした変化は、第一次郊外化の時代に開発が始まり、第二次郊外化の波が過ぎた今も最終段階の工事が続いているため、「ニュータウンの博物館」と呼ばれることもある多摩ニュータウンの集合住宅の変遷にも見ることができる。

多摩ニュータウンの開発初期の団地は、五階建ての四角い団地である。だが、ニュータウン計画当初の最重要課題であった住宅の量的不足が全都道府県で解消された一九七五年以降になると、ただの箱型の団地では人びとをひきつけられなくなる。こうして第一次郊外化の時代の後半になると、中・低層のタウンハウスタイプやメゾネットタイプが現れる。そして第二次郊外化が始まる一九八〇年代半ばには、低層共同住宅の一階部分に一部屋分のフリースペースを併設した「プラスワン住宅」が売り出され、ピアノ教室や花屋、工房などの趣味と実益を兼ねた活動などに利用されたという。そして、すでに第一章で見たように、その頃新たに開発が進んでいった京王堀之内駅周辺や南大沢駅周辺では、ヴェルデ秋葉台やコリナス長池、ベルコリーヌ南大沢のようなポストモダンな団地群が建設され、

大きな人気を集めていったのである。

よく言われるようにそれは、住宅供給の量から質への転換である。そしてその質への転換においてはライフスタイルや価値観の変化、しかも消費社会化という社会の構造的な変化と連動した、ライフスタイル自体も消費財として消費させてゆく文化的、社会的な変化が介在していたのである。

同じことは、やや時期をずらすとはいえ、住宅産業による商品化住宅にも見ることができる。一九七三年の第一次オイルショックによる住宅市場の急速な冷え込みは住宅メーカーの間に低価格競争を生んだが、それが八〇年代ごろからはデザインやイメージによって商品価値を高める動きが顕在化する。この時代のプレハブ住宅や商品化住宅の歴史を調べた建築学者の松村秀一の『「住宅」という考え方——20世紀的住宅の系譜』（松村秀一東京大学出版会、一九九九年）によれば、それまでせいぜいチラシに毛が生えた程度のものが多かった住宅メーカーのカタログが、一九八〇年頃から、消費者の購買意欲をそそるよう演出された写真やコピーで彩られた豪華なブックレット風のもの変わり、住宅展示場のモデルハウスに置かれる家具も、スタイルの豪華さや趣味の良さを競うようになったと指摘している。住宅会社が自社製品につける名称も、「A型」、「B型」、「C型」といった記号や、「白鳳」、「飛鳥」、「しあわせ」といった和名から、イメージを伝達するカタカナ名に変わっていったという（同書、一八〇頁）。たとえば、一九八〇年代の終わりに住宅展示場を訪ねた建築家の布野修司が出会った名前はセラピア（住友住宅ホーム）、ソブール（パナホーム）、エヴァンス（旭化成ヘーベルハウス）、ゼフィール（大和ハウス）といった、「ほとんどがカタカナでわけが分らない」ものだったという（布野「欲望としての住まい」『住宅戦争——住まいの豊かさとは何か』彰国社、一九九〇年、九五頁）。ちなみに、右にあげた各社の二〇〇六年一〇月現在の商品名を調べてみると、ヴァローレ（住友不動産ホーム）、エルソラーナ（パナホーム）、エルレガーロ（旭化成ヘーベルハウス）、ジーヴォ（大和ハウス）と、やはり同様の状況である。ただし、一つの会社で複数のブランドがあるので、ここではそれらの中から任意の一つを選んでいる。「新大地」（旭化成ヘーベルハウス）などの日本語名もあるが、やはり「カタカナでわけが分らない」ものが圧倒的に多いことにはかわりはない。それらの住宅は、技術的な快適性や機能性はもちろんだが、同時に、「フランス風漆喰壁に古煉風タイルが鮮やかに個性を主張する」（ヴァローレ）、「エコで、おしゃれで、心地いい、ちょっと素敵なくらし」（エルソラーナ）、「人生を楽しむ上級者の為の住まい」（エルガレーロ）、「心を、むすぶ家」（ダイワハウス）といったソフト

でライフスタイル指向のコンセプトと共に商品開発され、市場に提供されている。

こうした傾向は公団の団地や商品化住宅だけでなく、当然のことだが民間のデベロッパーによるマンションや戸建住宅地のネーミングやデザインにもごく普通のものとして広がっていった。

「地中海都市」にくらす。

地中海通り、時計台、スペイン広場……

爽やかな光と風に彩られた街がここに。

日曜の午後の大半を、私は書斎で過ごす。かなたに望む東京湾。窓辺のロッキングチェアに腰をおろし、時間ごとに表情を変える海をのんびり眺めるのが、休日の楽しみのひとつだ。…中略…住むことがリゾート。美しい街で、のびやかな住まいで、私は贅沢な休日を心ゆくまで享受している。

これは一九九三年の七月に『週刊住宅情報 首都圏版』に掲載されていた、横浜市の京浜東北線沿線、能見台にある「シティ能見台ふれあいの街」の広告に記された文章である。この広告に惹かれて実際に訪ねてみると、ペパーミントグリーンやぶどう色のショートケーキハウスが並ぶ新興住宅地の中にあるそのマンションの敷地内にはフェニックスが植えられ、共用空間には時計台のある「スペイン広場」や「地中海通り」があり、広い壁に茶色の洋風瓦でいかにも「地中海風」——とは言え、地中海のどこなのだろう？——の演出がされている。

今、私の住んでいる流山にも、数年前にできた同じような“南欧風”のコンセプトとデザインをもつマンションがある。戸建住宅地も「ミオ・カステローロ」とか「ソレティーオの丘」とか「ブランズガーデン」とか「ルアジーランド」とか、名前を聞いただけではマンションかと思われるようなカタカナ名前が増えていて、そこに建つのはスペイン風とかウィーン風とかの、おしゃれなライフスタイルを提案する家々である。

↑演技するハコ

建築学者の片木篤は消費社会化の中での住居とライフスタイルの結びつきを、「非日常の虚構によって関係づけられた「物」が、日常の現実を包み込み、それによって日常の現実

が空洞となっていることが隠蔽される」ものとして捉え、「そのことを家族という社会単位、家庭という空間単位において押し進めたのが、一九七〇年代半ばの「ライフスタイル」戦略であった」と述べ、「室内の様々な「物」を総称する「インテリア」という言葉が同時期に使われ始めたのも、蓋し当然」であるとしている（片木篤「個室のユートピア」多木浩二・内田隆三責任編集・セゾングループ史編纂委員会（!）編『零【ゼロ】の修辞学』リポート、一九九二年、一七一頁）。

そのような言い方も確かに可能だろう。実際、それは過去の「普通の住宅」の「普通の部屋」から見ると、嘘っぽい虚構と戯れているように見えるのだから。一九九〇年代の前半に町田や多摩ニュータウン、横浜市内などで新しい団地や住宅地の街並みや家々、それらの家の庭や門の周辺などに施された演出を観察し、写真を撮っていたころ、私も片木と同じような感想を抱いていた。

確かに、東京湾を「地中海」に置き換えたりする、文末に（笑）という符号を付けずにはいられないような文章が“提案”する暮らしは、確かに「非日常」の「虚構」としか言えまい。似たような例として片木は、自分たちを欧米のハイソサエティの人間になぞらえたミサワホームのパンフレットの似たような文章を引用しているのだが、実際、そんな暮らしをまじめに演じている住民は、絶対にいないとも言い切れないが、そうはいないだろう。けれども、そうした言葉やコンセプトが、家や住宅地という私たちが暮らす世界の物質的な現実を作り出す触媒となり、意味論的な枠組みとなっているという点では、それらはもはや「虚構」でも「非日常」でもない。渋谷パルコの的な「虚構」の演出が八〇年代以降から現代につらなる都市の現実を作っていたように、現代の郊外においてはそれが一つの「現実」として生きられるものであるからだ。それは、私たちの「日常」がそれを参照することで現実化し、方向づけられてゆくという意味で、現代の神話なのだ。

そもそも郊外は、その土地の外部からやってきた雇用労働者とその家族が土地や家を商品として購入し、さらにその中に様々な日用品やら贅沢品やらをも商品として購入して並べ、生活してゆく場所である。もともとあった近郊社会の地域生活とも、各自の田舎や故郷とも切り離された人びとが、自分のライフスタイルと生活の文化を、市場で購入した商品によって作り上げてゆくのが郊外なのだ。そのためにまず手に入れられ、彼らの生活がその上で展開される舞台となり、様々なモノがそこに配置されるコンテクストとなる「最初の商品」が住居なのである。

ということを書いていたら、我が家の居間のテーブルの上に置かれた不動産広告が目

入った。青空を背景に、白い漆喰調の塗り壁と、赤茶色の洋瓦の“おしゃれな”家だ。そこにこんな字が書かれている。「妻を女優にする街。」

私たちの開発した家や街が、TVドラマやCMの舞台となった例がいくつもあります。きつと一邸一邸に華があり、個性が軒を連ねる一方で、その街並に一幅の絵のように美しい秩序を感じるからかも知れません。

流山おおたかの森駅近くで建設・販売中の分譲地の広告だ。不思議なことに、分譲地区内の施設やサービスを示すイメージ写真に写る住民もガードマンもみな白人である。

上野千鶴子は住居を指して「家族を容れるハコ」と呼んだが、このハコはそこにモノを容れ、配列することで家族の、そして個人のライフスタイルを表象し、演出し、人びとがそこで演技するハコ、しかもそれ自体もまた商品として様々な演出の下に演技するハコなのだ。

↑輝くクリスマス・イルミネーション

前の章でも述べたように、クリスマスが近づくと、車で一〇分以内にあるいくつかの住宅地を週に一、二回度、日が暮れてから回るのが、ここ何年かの私の家族の“年中行事”となっている。何をしに出かけるのかというと、家々の窓や庭に飾られ、灯を点されたクリスマス・イルミネーションを見て回るのである。

玄関先にたたずんでぼんやり光る雪だるまやサンタクロース、窓を舞台にして舞う天使やサンタクロースの櫓、庭木や家の壁面を覆う星のような電飾。赤や緑、青や黄色に光り輝くイルミネーションで、これでもかという程に飾り立てた家々が、師走の郊外住宅地に並んでいるのだ。私と妻はその派手さに驚き、時に呆れながらも、もっと派手なイルミネーションで飾られた家々が立ち並ぶ街区はないかと、ゆっくりと車を走らせる。三歳の頃からこのディスプレイ巡りを一緒にしている息子も、親の口真似で「ナンダコリャ！」などと言いながら、自分の家にも飾りたそうな様子である。

この「イルミネーション巡り」のコツは、この一〇年ほどの間に造られた「オシャレな分譲住宅地」に行ってみることだ。家の意匠だけではない。洋風のきれいなガーデニングがほどこされ、フラワーポットが飾られ、庭や門の回りに小人やうさぎの置物、陶器製の犬などがあり、庭にちょっとしたテーブルや椅子があれば、凝ったイルミネーションが見

られる可能性は高い。私の家の近くでもっとも見ものなのは、家々が揃いの擬似欧米風の意匠と茶色系の色彩でまとめられ、揃いの鋳物のポストの上には家ごとに異なるレリーフがつけられ、表札はみなローマ字で書かれた、第三章でも触れた住宅地。もう一箇所の見ものは、やはり第三章で触れた柏の葉キャンパス近くの住宅地である。

こうしたイルミネーションが盛んになったのに私が気付いたのは、四、五年前のことだが、後から調べてみると、それ以前からいくつかの場所のイルミネーションがテレビのニュースなどで取り上げられ、有名になっていたことがわかった。そうしたイルミネーションの「名所」として有名なのは、町田市の三輪緑山や、横浜市青葉区のあざみの駅近くなど、かつて『アクロス』が「第四山の手」と名付けた地区の住宅地だが、それ以外の場所でもかなり普通に目にすることができるようになった。高密度で見られるのは右にあげたような「おしゃれな住宅地」だが、それ以外のごく普通のたたずまいの住宅地の、とりたてておしゃれでも今風でもない住宅でも、それなりのものを見ることができる。もちろん、マンションのベランダや一階入居所が占有する庭にも、マンションが比較的新しくて「おしゃれ」なら、見事なツリーやイルミネーションをみとめられる。私の家の近くには、こうしたイルミネーション関連商品を扱う「サンタさんのお店」という店まであって、クリスマス以外の季節にも「おしゃれなインテリアやエクステリア雑貨」を売っている。

郊外住宅地のクリスマス・イルミネーションは、郊外住宅地における新しい祭りである。第一次郊外化のなかで、いまやオールドタウンとなりつつある七〇年代を中心に開かれた新興の郊外住宅地や団地やニュータウンに神々のいない祭りや、お盆と関係のない盆踊りが広がっていったように、第二次郊外化は出窓や小人やガーデニングや庭でのバーデキュー・パーティと一緒にクリスマス・イルミネーションという新しい祭りを、個々の住宅とその居住者を演出家・兼・演技者として普及させていったのだ。

だがしかし、この祭りには伝統的な地域の祭りには当然のようにあり、ニュータウンの白々とした祭りにまた存在した人の共同や協働がない。人びとが共に集い、共に働き、そのことによって時間と場所を分かち合うということがないのだ。確かに三輪緑山のような「名所」ともなれば、交通渋滞を起こすほどの人や車が集まったりすることもあるのだが、そこに集まるのは個々ばらばらの人びとがたまたま場所を同じくした「群集」と呼ぶべきもので、嫌々であれ共に祭りを主催し、参加する人びとのつながりはないのだ。イルミネーションをする側も同様で、個々の家々が個人的に自分の住居を飾っているにすぎない。もちろん、隣近所が美しいイルミネーションを施せば「我が家も一つ…」という張り切り

や、「うちだけがやらないのはどうも…」といった付和雷同もないわけではないだろう。だがしかし、そこにあるのは共同や協働ではなく、むしろ哲学者のサルトルや社会学者の見田宗介の言う「集列体」、ばらばらな人びとが孤独なまま共にあるというあり方に近い集合性なのだ。

†文化としての郊外

こうしたクリスマスの演出が、映画『シザーハンズ』などで見られるアメリカ郊外の住宅地のクリスマス・イルミネーションを「お手本」にしているのは間違いない。庭に飾られた小人や小動物の人形もディズニー・アニメのキャラクターそのものだったり、似たようなスタイルだったりする。だからそれを「アメリカ化」という形で理解することも不可能なわけではない。だがしかし、重要なのは「アメリカ」という文化的意匠の内容よりも、そのような形象を庭に並べたり、そうした意匠と共にある集列的な祭りをしたりすることへと人びとを駆り立てる、郊外という場と社会のあり方である。実際、それを埋める意匠は「アメリカ」でなければならないということはない。ガーデニングはむしろイギリスだし、エスニック調の小物やインテリア、エクステリアも人気がある。だからこの場合の「アメリカ」は、有力な選択肢の一つではあっても決定的な重要性をもつものではない。

「23万人の個展」に始まる私の少年時代の町田の市民祭の名前を思い出して欲しい。個展である以上、参加する個々人の創意にまかされたこの祭りに出展＝出店されたのは、今で言えば「フリーマーケット」のような個々人の趣味の産物だった。（そういえば、その頃皮革工芸を習っていた私の母も、同じ教室の人たちと出展＝出店していた。）この意味で、街中が浮き立つようだったあの市民祭もまた集列的な祭りであったのだ。ただ、集列的な人の群れには、非日常的で祝祭的な時間と空間のなか、各自の手作りの作品を持ち寄り、趣味を披露しあうことで新しい共同や協働へとつながりうるものを見出されるのではないかという期待や予感が、開催趣意書の言葉に表出されていたように存在していた。いや、郊外やニュータウンという新しい生活空間それ自体の中に、既存の慣習や因習、しがらみから解放された個人を単位とする新たなコミュニティがあるのではないかという期待と予感が、第一次郊外化の時代にはあったのだ。

実際、一九六〇年代から七〇年代にかけて都市社会学者たちが団地やニュータウンを対照に精力的に行った都市コミュニティの調査研究は、在来型の地域社会とは異なる新しい地域社会の現実と可能性を探ることを目標としていたのである。子供だった私は知る由も

なかったが、私の暮らしていた町田市もまた都市社会学者らのグループが「地域における生活と文化の再生」をシンボル事業に据え、行政と住民と専門家の協働作業による実態調査と政策提言を試みた場所だった。その調査と提言にかかわった都市社会学者の奥田道大は当時を振り返って、「住民運動に共有されるコミュニティ空間認識とは、住民にとって意味創造、つまりは生きかた、住まい方の文化変容（アカルチュレーション）課題を認識していることに他ならない」と述べている（奥田道大『都市コミュニティの磁場——越境するエスニシティと 21 世紀都市社会学』東京大学出版会、二〇〇四年、一七四頁）。だがしかし、こうした「意味創造」と「文化変容」の過程を通じて生み出されていったのは、郊外という場所の“土地”や“地域”に根ざしたという意味でのコミュニティの文化ではなかった。

私と父がテレビで全国放映されていた各地の年頭行事の風景に促されたかのように初詣に出かけたことも示すように、そこで「再興」され、郊外において人びとを捉え、共有されていったのは、マスメディアに媒介され、個々の地域を超えた規模で共有される大衆社会の共通文化とでもいうべきものだったのだ。そこには伝統的な地域社会における祭礼を特徴づける集合的な記憶の伝承や、集合表象である「神」への共通の帰依といったものは存在しない。そこに現れたのは共同の神や共同体への帰属なしに、大衆化された「祭」や「行事」の形をなぞり、消費する人びとの集列体である。他方の市民祭の方は、それが市民一人一人という「個」を単位とする「個展」であるというまさにそのことによって、伝統的な意味での地域の共同性をあらかじめ断念するところから始まっている。したがってそこに表出されているのは「地域」の個性ではなく「地域の住民たちの個性」であるという点で、「地域的」なものではない。そしてまたその結果、そこに「出展」されたものも、言ってみれば「どこにでもあるようなもの」だったという点で、土地や地域の固有の意味や文化を生み出すものでは必ずしもなかったのだ。

† 出窓と小人とガーデニング

前章でも述べたように、祝祭だった市民祭の定型化と普及は、郊外やニュータウンというコミュニタスが、第一次郊外化の時代の最盛期を過ぎて、ターナーの言う「構造」の局面、つまり日常的な秩序の局面に入ったことを示している。第一次郊外化を経た第二次郊外化の時代、郊外はもはや新しい何かではなく、すでに存在しているもの、かつては祝祭的な夢の空間であったけれど、いまやごく普通の日常があるに過ぎない場所になった。石

原のような神話化された原風景がなければ、いまさら誰も団地やニュータウンを「未来都市」とは思わない。団地が減ったわけではないのに、かつて「団地の町」と呼ばれることがよくあった町田市をそう呼ぶ人もういない。「コミュニティ」という言葉も今は、「コミュニティ・センター」や「コミュニティ・バス」のような陳腐化された行政用語でしかなかった。

その一方で郊外という場所とそこに生きる人びとは、消費社会の新しい神話を生きつつあった。第二次郊外化以降の風景の変容は、そこで住宅産業やインテリア産業が開発・販売する住宅や、その集合体としての住宅地や集合住宅をも含む様々な「商品」を人びとが購買し、そうした商品を通じて郊外での生活に私的な意味やイメージを付与していったことを示している。

消費社会化してゆく家庭で郊外は、かつて予感され、夢見られたコミュニティではなく、商品化された住宅や住宅地に生きる人びとの暮らしを、様々な商品とそれに付与されたイメージを通じて意味づけ、形作ってゆく「意味創造」と「文化変容」の場所として“成熟”していったのである。郊外生活者たちは、出窓とレースのカーテン、ショートケーキハウスやお洒落なマンション・団地、庭や公園を舞台に、ガーデニングされた庭とそこに並ぶ小人やウサギの置物たち、そしてクリスマスのイルミネーションによる「個展」を私的な空間で行うようになった。先ほどから使っている「ガーデニング」という言葉も、第二次郊外化が進み始める一九八〇年代後半から、「園芸」や「庭づくり」といった言葉に代わって使われるようになった言葉だ。「イングリッシュ・ガーデニング」をモデルとする“ガーデニング”には、ウッドデッキ、パーゴラ、トレリス、枕木などの定型化された大道具や小道具があって、ガーデニング・ショップでそれらを購入し、自分の庭に散りばめることで、いかにも“ガーデニング”という感じの庭を作り上げることができる。ガーデニング関係の雑誌や書籍を見ると、「素敵にガーデニングされた庭」にはこうした大道具・小道具による“演出”が不可欠であることがわかる。

ガーデニングされた庭は、第二次郊外化が生み出したおしゃれな住宅と、いってみれば“セット”になっている。もちろん、どんな家の庭だって構わないわけだが、この二〇年ほどの間に造られたおしゃれな住宅地の家々には、純和風の庭はどうしても似合わない。住宅のデザインや色使いから考えても、洋風のガーデニングしか選びようがないという側面がある。住宅という「演技するハコ」が規定する条件の下、郊外の住居はそこに暮らす人びとの「個性」——多くは商品化され、マスイメージ化されたアイテムの中から選び取

られる「似たような個性」——の展示される「個展」の場になったのである。

†リビングとワンルーム

宮台真司はこの第二次郊外化の時代を、松本とは別の視点から、戦後の郊外化の第二段階として捉えている。（「郊外化と近代の成熟」『まぼろしの郊外』朝日新聞社、一九九七年所収）。

前の章で見たように宮台は、郊外化の第一段階として、第一次郊外化とほぼ重なる時期を「団地化」の段階として捉えていた。それに対して八〇年代半ば以降、団地化を支えた家族幻想がリアリティを失い、家族はもはや人びとを束ねるユニットとして機能しなくなると共に、ばらばらになった人びとは家でも学校でも地域でもない、コンビニやテレクラのような「第四の空間」へと流れ出していったとされる。団地化が「地域共同体の崩壊」と「家族への内閉化」のセットだったのに対し、コンビニ化は「家族共同体の崩壊」と「第四空間化」のセットだというわけだ。

コンビニ化は、同じ時期に消費社会化の中で郊外住宅地が過剰とも見える演出や演技の場所となっていったという、この章でこれまで見てきたことと一見背反するが、必ずしもそうではない。戦前から高度成長期に典型的だった「いろり端のある家」と「茶の間のある家」の二重構造に代わって、高度経済成長を経た現在では「リビングのある家」と「ワンルーム」の二重構造があるという西川祐子の議論が、このことを考えるうえで参考になる（西川祐子『住まいと家族をめぐる物語』集英社新書、二〇〇四年、第一章）。

「茶の間のある家」と同じく「リビングのある家」も、戦前的な「家」家族ではなく「家庭」家族の住む家である。だが、そこでは子どもたちが個室をもつようになり、家の中で個々成員が閉じた領域をもつようになる。そうだからこそ、個人としての家族成員が出会う場所として「リビング」が出現したというわけだ。他方、「ワンルーム」は言うまでも無く「ワンルームマンション」のワンルームである。かつての下宿やアパートに代わりワンルームマンションに居住することの多い現代の学生たちが、電話と仕送りによって彼らの“実家”——「実際の家」(!)——である「リビングのある家」としっかりつながっていることが多いのを観察して、西川はワンルームマンションを“実家の個室”が外部化されたものとする。 「「リビングのある家」と「ワンルーム」の平面図を見比べると、思わず「ワンルーム」は、「リビングのある家」の子ども部屋が分離し、空中を浮遊して、別の都市へと飛んでいったのではないかと、思ってしまう」（同、一六六頁）と西川は言う。か

つての「家」家族 / 「家庭」家族」と「いろいろ端のある家」 / 「茶の間のある家」の二つの二重構造に、「より個人化した「家庭」家族」 / 「個人」と「リビングのある家」 / 「ワンルーム」という新しい二つの二重構造が取って代わったというわけだ。

西川によるとリビングルームが公団の団地やマンションに普及していったのは一九七五年前後、最初のワンルームマンションである「メゾン・ド・早稲田」が出来たのが一九七六年である。これを片木篤の指摘で補足すると、オイルショックの直後がファミリーマンション・ブーム、八三年がワンルームマンション・ブームで、『私の部屋』『ティーンの部屋』という少女向けのインテリア雑誌——リビングのある家で「私の部屋」を演出してゆくマニュアル (!) ——の創刊が八三年と八四年である（前掲「個室のユートピア」一七四頁）。このことを指して片木は、「七〇年代には、団塊の世代が家族 - 家庭の単位で「ライフスタイル」を築いていったが、八〇年代の半ばになって、成長してきたその子供の世代が個人 - 個室の単位で「ライフスタイル」を追求し始めた」（同、一七三頁）と述べている。だがしかし、だからといって個室やワンルームが自宅から切り離された自立的＝自律的な単位になったとは言えない。ワンルームマンションが物理的空間としては“実家”から離れていても、経済的にも情緒的にも、それは“実家”とつながっている。とすれば、「リビングのある家」に内部化された個室においても同様のことが言えるはずだ。

リビングルームが実は家族団欒の場所としては機能していない、というのはよく言われる話だが、たとえそうであっても人びとは、依然として家にはリビングルームがあるべきだと思っている。機能していないにしても、それが家族の家である以上、そのことの象徴として、個人化した人びとが暮らす個室化した家にリビングルームは存在し続けている。それは、家族それぞれがばらばらに社会を生きているがゆえにむしろ、「家族をする」ことが積極的に表象され、物質化されなくてはならないかのようだ。個人化した人びとがコンビニのような第四空間へと流失してゆくというのは、確かに現代の郊外の一つの様相ではある。だが現実の郊外ではそうした個人化の相と、それをイデオロギー的にはあれ家族や家庭へと結びつけようとする相とが重層し、中途半端かつ両義的に結びついているのだ。

同じことは、ここで見てきたクリスマス・イルミネーションやガーデニング、そしてライフスタイル指向の住宅デザインなどの、郊外住宅地の「個展」の群れについても言える。実質はどうであれ、それらはそこに楽しく、個性的な暮らしを楽しむ「家族」がいることを自己と他者に、演技性と演出性を通じて表示する神話的形象なのだ。それらは庭の、家屋の、そしてその中の部屋まで退縮した、そしてそうであるがゆえに濃縮されたコミュニ

ティの神話の劇場である。

†住むことの偶有性

八〇年代半ば以降の郊外で開花したこの演技性は、このように消費社会化の展開や、マイホーム幻想の消失と個人化に伴う家族の演技化が郊外につけくわえた新たな神話と現実として説明することができる。だがしかし、それはまた、郊外という場所とそこに存在する社会そのものの特性とも密接に関係している。

すでに何度か述べたように、郊外という場所と社会で人は、既存の近郊地域社会とも、自らが後にしてきた故郷＝田舎とも切り離されて家という商品を買ひ、さらに様々な商品を買ひ入れて家の内外に並べることで「私の生活＝人生【マイ・ライフ】」を形作ってゆく。郊外化は、もともとその土地にあったローカルな社会を、特定の土地への帰属を欠き、特定の土地の建築様式や生活様式とも異なる、標準化され、工業化された住居と生活様式からなるものへと置き換えていった。団地も、分譲住宅地も、そこに暮らす家族もローカルなものではない。ある場所に存在するけれども、どこにあってもいい、どこにでもある場所なのだ。

郊外住民の多くは自分の住む家を、職場のある場所からの距離と部屋の間取り、スーパーやコンビニなどの近隣の施設、そして支払い可能な価格帯にあるかどうかという点から選ぶだろう。同じような条件の「物件」は、都心を中心とする同心円上の特定の距離帯と、都心から伸びる通勤電車の交わる場所に分布することになり、その中から気に入る、あるいは妥協可能な「物件」を購入することになる。それがどの街の、どんな場所にあるかはいわば“偶然”なのだ。私のような旧住民でも、サラリーマン化してしまえばそれは代わらない。たとえ住んでいる土地が先祖伝来のものだとしても、そこに住んでいる理由は「たまたまそこに土地があったから」に過ぎないのだ。郊外住民にとって、ある場所に住んでいるということはまずはなんら必然的なことではなく、たまたまそうであるという偶有的な事態として現れる。前の章で触れた安部公房の『燃えつきた地区』や『ウルトラセブン』のエピソードは、そうした郊外の偶有性に由来する不安を、戦後の第一次郊外化の前半にすでに示していた。

そもそも「郊外」は、「都心周辺地域の、都心に通勤する人びとの居住に特化した地域」という意味では確かに場所的、地域的概念だが、地名のような固有名で名指される意味での場所や地域ではない。それは都心との位置関係によって、その周辺に広範に見出される

ような場所や地域であり、また、異なる都市の周辺に存在しながらも、同じように「郊外」や「ニュータウン」といった名で呼ぶことが可能であるような、広範囲にひろがる場所や地域である。郊外は、確かに場所として存在してはいるが、それが「固有の場所」である強度をもたない、大衆化した資本主義社会に普遍的に広がった社会様式と共にあるような場所なのだ。あるいは、そのような固有名と結びつくような土着性や地域性をもたないこ

とが、「郊外」という新しい地域社会に固有の社会の強度なのだと言うこともできるかもしれない。郊外の生活は、初めから商品経済の中にあり、それ以前に土地や建物を商品として売買する資本制の中にある。それは最初から消費社会やそこでの演技性と親和的な場所と社会だったのである。

† 「演技するハコ」のアイロニー

第一次郊外化の時代には、郊外や団地という場所とそこで暮らすサラリーマン層の新しく珍しかったことと、地域的にも団地や新興住宅地が今ほど大きな領域に広がってはいなかったがゆえに、団地も郊外住宅地も独自のローカリティ、都市社会学者たちが想定していたような旧来の地縁や伝統に縛られないローカリティを持っているように見えた。郊外住民の多くが地方の農村地帯の出身であり、旧住民もまたその地域が農村だった時代の出身であったことも、「新しい場所と時代」を共有している感覚を人びとに与えたいだろう。

だが、団地も郊外のニュータウンも普通のものになって分厚い膨らみを形成してしまうと、団地や郊外であることはローカリティも固有性も意味しなくなる。

第三章でTXに沿って見たように、実は郊外の中にも様々に異なる層がある。だが、自宅と都心の職場や学校や繁華街の間を電車などの交通機関を使って行き来する郊外住民には、自分の暮らす郊外以外の郊外は目に入らないので、郊外という広がりの中に内包される多様性も了解されることはほとんどない。この意味で郊外という分厚い広がりには、実はその中に、認知的には相互に閉じた沢山のゲイティッド・コミュニティ——アメリカ合衆国などで上流及び中産階級向けに造成・販売される、ゲートと塀で周囲から切り離された住宅地——があるようなものなのだ。

第二次郊外化における家々の「演技するハコ」化は、そんな風にして見えなくなった団地や郊外と、やはり見えなくなった家族を共に可視化しようとする欲望とともにある。不動産会社の広告は、家だけでなく街並みを強調し、そこに越してきた人びとは家族を主催者とする「個展」に精を出す。

にもかかわらず、そこには、そのような演技をすればするほど、そこでのローカリティのなさが露呈してしまうというアイロニーがある。その場所が「地中海風」だったり「南欧風」だったり「ウィーン風」だったりする必然性がない以上、そこに与えられる意匠や意味は単なる表層の記号として、それが「どこにあってもいい場所」であることを指し示してしまうのだから。

建築家たちから見れば貧しく、また滑稽で、時に「泣きたくなる」とまで言われる郊外の住宅地の風景は、そのようにして造り出されてきた。それは、必ずしも個々の人びとの美意識が貧しいからだけではない。建築家の美意識と生活者の意識が時に絶望的に乖離してしまっているのは事実だが、布野修司が言うように、その「キッチュな美学」の中には、そこに暮らす人びとの切実さと、商品としての住宅を売らなくてはならない住宅会社の出会いがある。

建築史の五十嵐太郎が、ある大学の建築学科の一年生への課題で「美しい風景」と「醜い風景」を写真に撮り、それにコメントしてレポートせよという課題を出したところ、この本でも繰り返し言及してきた第二次郊外化以降の「お洒落な住宅」が立ち並ぶ風景やそれと類似のデザインの建物を「美しい」とした学生が多くて愕然としたということを述べている（五十嵐太郎『美しい都市・醜い都市——現代景観論』中公新書ラクレ、二〇〇六年、第一章）。私もまたそれには衝撃を受けたのだが、そのような「美意識」が作り出され、生きられる社会を私たちは生きている。そのことを認めてからでなければ、どんな批判も意味をもたない。

†ロードサイドという「どこでもいい場所」

三浦展の「ファスト風土」論が批判の対象とするロードサイドの量販店やショッピングセンター、ファストフード店やファミリーレストランは、郊外が「どこであってもいい場所」であることのアイロニーがこうして露呈しゆく過程と並行して、文字通り「どこにあってもいい」普通の風景になっていった。

ロードサイドショップを主要な切り口に郊外を論じた小田光雄の言葉を借りると、「八〇年代とは、ロードサイドビジネスがデパートやスーパーに郊外から「攻勢をかけた」時代」（『〈郊外〉の誕生と死』七八頁）だったという。それは、スーパーよりも大量で豊富な商品を、デパートよりも手軽で日常的に、しかも安い価格で購入することを可能にする。昔ながらの商店街はノスタルジックな憧憬の対象にはなっても、消費社会になじんだ消費者

の欲求には応えられない。安さも品揃えもサービスも、マニュアル化されているけれど、そうであるがゆえに合理化されたロードサイドのチェーン店に個人商店やその集まりの商店街が対抗するためには、それ相応の工夫や努力が必要である。しかも大規模ショッピングセンターやアウトレットモールになれば、その内部にいかにも街らしく演出された商店街すら存在し、そこで様々なブランド品を買うこともできるのである。

「どこにあってもいい場所」としての郊外の消費生活を支えるべく、「どこにあってもいい店や街」が広がってゆく。とは言えそもそも、ロードサイドショップやコンビニが進出する以前の郊外の商店街やスーパーも、そこで売られている商品もサービスも、実のところ「どこにあってもいいもの」だったはずだ。パン屋で売られていたのは大手製パン会社のたいして食パンや菓子パン、酒屋で扱うのも大手酒造メーカーの酒ばかりだし、蕎麦屋も寿司屋もとくに特徴はないというのが通り相場ではなかっただろうか？ どうせ「どこにでもある店」ならば、商品がより多く、より新しい店、より安い店の方がいいのは当然だろう。

郊外量販店で売られている商品や、ファストフード店やファミレスで供される食べ物は、確かに都心部のデパートや専門店やレストランで売られ、供されるものよりもお手軽で、種類も少ないかもしれないが、それにしたところがかつての「地域の商店街」よりははるかに「豊か」な消費生活を保証してくれる経営者が「地元の個人」であることだけでは、「どこにあってもいい場所」に住む人びとにとっては積極的な選択の理由にはならない。他の店と同じものが買えるなら、特定の個人とのなじみを生み出さない、純粹に個人として多くの商品と戯れたり、安さという合理性を追求したりすることのできる場所の方がいい。それは、自動車の普及と流通産業の形態の変化によって、多くの郊外住民の買い物の場所が「より良いどこにでもある店」に移ったということだ。逆に言うと、そこで個人商店を選ばれるのは「どこにでもある店とはどこか違う」場合なのだ。個人商店がそうした消費需要に応えることができるならば、郊外生活者もまた迷うことなくそうした店に行くだろう。

だが、人びとが地元の商店街からロードサイドへと流れるのは、そうした経済的な合理性や選好だけによるのではない。そこにはまた、「どこでもいい場所」への積極的な志向もある。たとえば宮台真司は、ニュータウンの計画やまちづくりをめぐる議論や政策がたいていは地域と結びついたコミュニティの形成を指向してきたことを批判して、そうした指向には「人びとは一般にローカリティを求めるはず」という単純な想定があるが、それは

「大きな勘違い」であり、実際には多くの方はコンビニやファミレスなどの「匂いのない場所」を背景に「名前を欠いた存在」になりたいのだ、と述べている（山本理顕編『私たちが住みたい都市』平凡社、二〇〇六年における宮台と磯崎新、山本理顕の討論での発言。同書二一二頁）。同様の感覚は、建築家の馬場正尊も指摘している。

……、東京のような大都市では経済的な合理性や情報の過度の多さなど、深いコミュニケーションをしなくていい、言い訳のようなものがたくさんあり、それが人間関係を楽に、そして空疎なものにしてくれている。そうやって成立しているのが東京のフラットなコミュニケーションだ。圧倒的な物量と情報量の中に埋没していても（もしくは隠れていても）いい、という東京に住んでいるということは、ショッピングセンターの中を歩き回る感覚によく似ていると思う。それはすなわち、濃すぎるコミュニケーションからの逃避行動の一種でもある。（馬場正尊「東京都心、空きビル再生の計画と実践」三浦展編『脱ファスト風土宣言——商店街を救え！』洋泉社新書、二〇〇六年、一八九頁）

「ファスト風土」化を批判し、それに対する処方箋を提示しようとする書物で馬場は、このように率直に語ってみせる。この本で繰り返し述べてきたように、郊外は、東京のような中心都市の成長の中で、都市での生活を知り、そこで暮らすことを選んだ人びとが、その周囲に住処を求めることによって成立した、都市に付属する場所（=sub-urbs）なのだ。コミュニティの夢が覚めた後で、その「どこでもない場所」に都市的感覚が浮上したからと言ってなんの不思議もない。それこそ郊外的な生のリアリズムと快樂なのだ。

↑ 偶有が必然になるとき

団地や郊外が新しい何かに見えたあの神話時代から、ガーデニングとイルミネーションの個展の花咲き輝く現代に至る「意味創造」や「文化変容」成り行きを、私は、紋切り型で凡庸なものとして批判しているのではない。そもそもそれを批判できるような“外部”に私は立っていない。好き嫌いは別としては、石原千秋が指摘するように近所のオジサンが作った綿菓子がおいしいはずがないとしても、「地域」ではなく、マスメディアや資本主義に媒介された大衆社会とその文化を共通の紋切り型で凡庸な環境とすることは、郊外という「地域なき地域社会」を生きる私たち郊外住民の宿命なのだ。

なるほど、右に述べてきたように郊外とは“たまたま住んでいる”偶発的な居住地だ。だが、土地や家はそれを持ったとたんに“たまたま”と言い切るこのできない重さと慣性をもつ。しかもどの場所に立つどんな家に住み、そこでどんなライフスタイルと共にある生活をしてゆくのかは、職場、所得、購入する家や庭の形態、市場で実際に購入可能な商品の種類等によって構造的にかなり限定されてしまい、結局のところ限られた選択肢の中からのどれをとってもいいような選択になりがちであることは、たとえば宮脇檀のような建築家による郊外住宅地への批判を見ても分るだろう。もちろんそれは少なくとも半分は「より選べる者」からの無神経な批判であって、「選ばされる側」はたいていの場合、限られた選択地の中からやむなく選ばされているのである。

家は選べる、けれども選べないという、もうひとつのアイロニーがここにはある。「大部分の私たちは、家なんか選べないんですよ。家は人なりと言った人があるんですけど、自分が思ったとおりの家に住んでいる人なんて、九九%いないと思うんですけども。」という西川祐子の言葉は、このアイロニーを的確に言い表している（山本理顕編『私たちが住みたい都市』平凡社、二〇〇六年、一七五頁の八束はじめ、山本理顕との討論での発言）。

他の商品と違い、家も土地も簡単に捨てたり、買い換えたりすることができない。その土地を耕さないからといって、そこから自由であるというわけではない。コミュニティの神話がリアリティを失い、マイホーム幻想が色褪せても家は——そしてローンも——残るのだ。

第6章 TX沿線フィールドワーク

†TXに乗って

電気街として知られ、最近では「オタクの聖地」としても知られる東京・秋葉原は今、東京都心部でも最も劇的に変貌しつつある地区の一つである。

JR秋葉原駅に隣接していた旧神田青果市場と旧国鉄貨物駅の跡地の土地利用転換のための区画整理事業に加え、「電気街と連携した世界的なIT関連産業拠点の形成」を目標とした都市再生事業の緊急整備地区指定によって、駅周辺の再開発が急ピッチで進んでいる。青果市場と貨物駅のあった駅北側の山手線高架の両側には、ガラスのカーテンウォールで囲まれた複数の高層ビルが立ち並びつつあり、これまでは“裏口”のような感じだった東側の中央口前には、地下6階地上9階（ただし地下はほとんど駐車場である）の巨大な壁のようなヨドバシAKIBAビルがオープンしている。

秋葉原の変貌は都市論としては興味深いテーマだが、ここではこの街を素通りして地下にもぐろう。

二〇〇五年八月末、この秋葉原を基点に、浅草・北千住を通り、埼玉県の八潮・三郷、千葉県の流れ山・柏、茨城県の守谷等を経つづくば研究学園都市のあるつくば市までの五八・三キロを、最高時速一三〇キロ、最短四五分でつなぐ、東京圏でもっとも新しい“郊外通勤電車”、つくばエクスプレス（略称TX）が開通した。二〇〇六年六月時点で一日当たりの利用者は約十八万五九〇〇人、当初予想の一三万五〇〇〇人をクリアして好調なすべりだしということになるだろう。このTXの路線にそって、東京都市圏における郊外の現在を縦断し、その断面を見てみよう。

首都圏の郊外化の歴史を鉄道路線にそってたどるなら、田園調布、成城学園前、吉祥寺、国立、多摩プラーザ、多摩ニュータウン等々の歴史とブランド価値をもった郊外住宅地やニュータウンが、複数立地する、中央線や東急田園都市線、小田急線など、東京都心からその西の郊外に向かう郊外電車の沿線を見るというやりかたもあるだろう。にもかかわらずここで、TXという新興の電車の沿線を辿るのはなぜか？

私がここで見たいのは、東京という都市がその周辺に分厚い膨らみとしての郊外をもつに至った、そしてそこで郊外的な生活様式が形成されるにいたった過去から現在への歴史ではない。同じ歴史という言葉を使うなら、ここで見たいのは、そうした郊外化の歴史の「現在」である。TXは東京圏でもっとも新しい郊外通勤電車であり、その沿線では自治

体、都市再生機構、民間デベロッパー等による市街地開発が、現在進行形で行われつつある。そこには、大都市近郊が郊外へと組み込まれ、変貌していくもっとも新しい形が見えるだろう。その一方で、TX沿線とその周辺には、常磐線や武蔵野線、東武野田線、新京成線、総武流山鉄道、関東鉄道常総線などの既存の鉄道網を基軸として、高度経済成長期にさかのぼる郊外化の歴史もまた蓄積されてもいる。そこには、すでに歴史となり、時に郷愁の対象にもなるような「郊外」がある。しかも、TXは常磐線とほぼ並行しながら、これまで鉄道交通が手薄だった地域を走っているのだから、既存の郊外電車にそって見える郊外の「裏側」や「隙間」にあたる場所の、郊外化以前の風景も見ることができる。私たちはそこに、類型化された「郊外」イメージに収まらない「どっちつかず」と言ってもいいような郊外の両義的な風景を見ることができるだろう。

さらに、この電車が現在の私の東京都心への通勤路線のひとつであるという、個人的な事情も付け加えておこう。しかも、終着駅のつくば駅のある筑波研究学園都市(=つくば市)は、二〇〇五年三月まで一三年間勤務していた筑波大学の所在地である。つくばまでは常磐自動車道を使って車で通っていたのだが、TX以前の沿線の風景もある程度知っており、そうした風景の変化を部分的には身近に観察したり、体験したりする機会をもってきた。私にとってこの沿線は、生活者としてのリアリティも含めて見ることができる場所なのだ。

↑青い郊外と白い郊外

TXの秋葉原駅はヨドバシAKIBAがあるJR秋葉原駅中央口を出て、地下に深く下った場所にある。ホームを発車した列車は新御徒町・浅草・南千住としばらくは地下を走り続け、北千住駅で初めて地上に出る。

北千住の駅のある足立区千住は、もとは日光街道の宿場町で、普通に使う「郊外」の語感にはそぐわない。だが、東京二三区の東北のはずれ、埼玉県との境にある足立区は、都心や下町の工業地区に通勤する人びとが暮らす住宅地が多いという意味では「郊外」である。そもそもこの土地は、一九三二年に旧南足立郡の千住・西新井・梅島の三町と、江北・舎人(とねり)・綾瀬(あやせ)・東淵江(ふちえ)・花畑(はなはた)・淵江・伊興(いこう)の七村が合併して足立区として東京市に編入されるまでは、文字通り東京市部の外側の近郊農村地帯だったのである

東京の二三区を単純に図式化すると、オフィスや繁華街を中心とする都心三区の周囲を、オフィス・繁華街・工場等と住宅が混在する新宿・渋谷・豊島・文京・台東・品川、大田、

荒川、江東などの区が囲み、さらにその周辺に目黒・世田谷・杉並・練馬・江戸川、足立、葛飾などの、より住宅地を中心とした地区が取り囲むという空間構造をもっている。この外側の層のうち、西側に広がる世田谷区や目黒区、杉並区、練馬区——これらの区もそもそもは東京市外である——など、都心部で働くホワイトカラー層中心の居住地区である二三区内の「白い郊外」に対して、東側の足立区や葛飾区、江戸川区はブルーカラー層の居住する住宅や団地を中心とする「青い郊外」である。「青い郊外」という言葉は、都市社会学の西澤晃彦の言葉である。この「白さ」と「青さ」の対照は、倉沢進・浅川達人編『新編 東京圏の社会地図 1975 - 90』東京大学出版会、二〇〇四年に示された社会地図分析——地区やその住民の属性を地図上のメッシュや自治体毎に色分けしてマッピングし、分析すること——で鮮やかに見て取れる。

都心を走り出したつくばエクスプレスは、御徒町・浅草という都心部の繁華街を過ぎ、すぐ近くにドヤ街・山谷や風俗街・吉原のある南千住——こちらは荒川区で、やはり一九三二年に東京市域に編入——を通過して、まずこの「青い郊外」を通過する。なお、TXに乗っていると見えないが、常磐線や隅田川沿いの首都高速道路6号線から見ると、南千住駅の東側に大規模な高層マンション群が開発されているのが見える。南千住という古い時期に東京の“青い郊外”となった場所に、もしかしたらより“白み”がかかった新しい郊外化の層が積み重なろうとしているのだ。

†陸の孤島？

北千住駅以外は地下軌道・地下駅の足立区内の「青い郊外」を通過して埼玉県八潮市・八郷市に入ると、ミニ開発の戸建住宅、マンションと資材置き場や空き地、工場、そして農地が混在する風景が目に入る。東京の西郊の小田急線沿線で育った私の感覚では、新横浜駅周辺や川崎の南武線沿線の雰囲気に似た、“青み”がかかった東京周辺の都市スプロール——都市周辺地域の無秩序な拡張——の典型的な風景だ。車窓から見える工場は八潮の方が多い。それに対して、江戸川と中川を結ぶ三郷方水路が市内を横断し、それ以外にも用水の多い三郷の方は、二階建ての小規模な戸建住宅が密集しているのが目立つ。社会地図を見ると、この両市もまたブルーカラー層が多く暮らす地域であることがわかる。

郊外が都心への通勤者とその家族の居住地へと特化していくことで単なる「近郊」ではなくなった場所だとすると、住宅と工場や事業所、資材置き場や空き地、畑や田んぼが混在する八潮・三郷の風景は、まだ十分に郊外化していないようにも見える。あるいはまた、

ひとつの地域、ひとつの風景の中に近郊農村の時代から連続している層、工業化の中で大都市近郊の工業地区化した層、そして東京周辺の郊外化の中で東京へと通勤する人びとのために宅地化された層と、異なる層がパッチワークのように並存していると言ってもいいだろう。

実は、TXの開通以前、八潮には鉄道の駅がなく、東京に通勤する人びとはバスで草加市などに出て、東武伊勢崎線——西澤晃彦によると、この路線にそって“ブルーカラーベルト”が走っている——で東京に通っていた。三郷も、北部をかすめるように走る武蔵野線の駅が二つあるだけで、市の南部には駅はなかった。しかも武蔵野線は都心と郊外を繋ぐ通勤電車ではなく、東京近郊を環状に繋ぐ路線なので、都心に通勤するにはやはり迂回路を経なくてはならなかった。八潮・三郷ともに東京都心からの距離と位置からすれば「東京郊外」である。だが、郊外が都心に通勤する人びとの居住地であるとすれば、通勤のための鉄道路線から外れた場所は、“陸の孤島”として郊外の中でも周縁的な位置に取り残される。八潮や三郷は、都心からの空間的な距離と、通勤に要する時間距離との落差【ルビラグ】によって、住宅地に特化した郊外化の波から外れてきたのだ。

だが、通勤路線ができ、都心へも三〇分足らずで接続された今、TXの八潮駅、三郷中央駅周辺では、都市再生機構（かつての日本住宅公団が、都市基盤整備公団を経て改称した名前である）が沿線を進める「つくばエクスプレスタウン」計画の一環として、住宅地や公園、商業施設を含む開発が進められている。八潮駅近くでは、最近の東京郊外につきものの郊外型の大規模ショッピングセンターが建設されており、また三郷では市内で交差・接続する常磐自動車道と東京外環自動車道の三郷ジャンクションのすぐ脇に、巨大スーパー、ホームセンター、ゲームセンター、シネマコンプレックスの入った複合商業施設が開業している。それによってこの地区は、少なくともTXの駅周辺に関しては、より東京の郊外化していこうとしているわけだ。

↑歴史のなかの郊外

三郷を過ぎ、江戸川を渡ると千葉県流山市である。

江戸川の手前の八潮・三郷が東京都心への鉄道路線からこれまではずれていたために、半ば取り残された「青い郊外」だったのに対して、江戸川を渡って利根川までの流山と柏は、常磐線の沿線ないし“準沿線”として都心へのアクセスがより容易だったために、かなり早い時期から、ホワイトカラー層を住民とする「白い郊外」としての住宅地化が進ん

でいった地域である。“準沿線”という言い方をしたのは、流山市内の大部分と柏の一部は厳密には常磐線沿線ではなく、総武流山鉄道、東武野田線、武蔵野線等を利用して柏、新松戸等の常磐線の駅に接続することで、東京の通勤郊外に組み込まれてきたからだ。

私が今住んでいるのもこの流山市である。TXの流山おおたかの森駅で東武野田線に乗り換え、野田・大宮方向に二つ目の江戸川台という、やはり郊外住宅地らしい名前の駅が最寄り駅だ。この江戸川台は、水運と地場産業と農業を中心としてきたこの地域が東京の郊外に組み込まれてゆくにあたって、重要な意味をもった場所のひとつである。

昭和三〇年代にはいっても二万人に満たなかった流山町の人口が急激に増え始めたのは、町内に大型住宅団地がつくられてからです。

まず昭和三一年に、民間の会社によって南柏駅近くに五〇〇戸の住宅団地の建設がすすめられ、後に松ヶ丘になりました。同じ頃千葉県住宅協会（千葉県住宅供給公社）により、東武野田線初石 - 運河間に計画された江戸川台団地は、総面積約二八万坪、住宅二〇〇〇余戸を建設、総工費一九億円をかけて完成されました。流山町をあげての大事業であり、完工式が行われたのは、用地買収が開始されてから八年後の昭和三八年のことでした。（『流山市立博物館 常設展示図録』二〇〇一年、五〇頁。ただし、文中の数字は漢数字に改めた。）

東京近郊に優良な住宅地を供給する目的でつくられたこの団地は、同じ千葉県の八千代台団地とともに「一戸建て分譲の住宅団地」としては日本で最初のものであったと言われていると、同じ図録には書かれている。それが「最初のひとつ」であったかどうかは「一戸建て分譲の住宅団地」という言葉の定義によるだろう。すくなくとも民間会社による開発は、田園調布を初めとしてすでに大正期から行われていたのだし、流山市内でもより小規模とはいえ松ヶ崎が民間による先行例としてある。江戸川台を「最初のひとつ」とする理解には、戦後の住宅政策を主導していった公社・公団中心として郊外の歴史を捉える史観が見て取れるが、ともかくもそれが戦後におけるこの地区の郊外化にとってエポック・メイキングな出来事だったのは確かだろう。田園調布のように駅を中心に放射線状に街路が伸び、その間を放射線状の街路が結ぶ江戸川台の空間構成からは、この団地を新しい町として作り上げようという当時の開発者たちの意志と意気込みが感じられる。

江戸川台だけではない。常磐線の南柏駅（松ヶ崎の最寄り駅はこの南柏である）からバ

スで一〇分ほどの光が丘団地は、昭和三〇年に発足した日本住宅公団が最初に手がけた「日本最初の大型団地」として、四万坪の敷地に三階建て、テラスハウス、平屋建てなど一〇八棟、九七戸の住宅が建てられて、昭和三二年に入居が開始された。昭和三五年には隣接する松戸市に総戸数五〇〇〇戸を超える大規模団地である常盤平団地で入居が開始。また昭和三九年には、柏と流山おおたかの森の間の豊四季の旧競馬場跡地に建設された戸数約四七〇〇戸の豊四季団地で入居が開始された。

流山市立博物館には江戸川台団地の初期の住居が、松戸市立博物館には常盤平団地の一戸まるごとが、室内の家具調度も含めて復元展示されている。それは、この地区においてはすでに郊外住宅地化が「現在」に先立つ「戦後史」の中に起源をもつものとして見出されているということだ。

↑公園、森、キャンパス

こうした「古い郊外」であるにもかかわらず、TXから見える流山と柏の風景は、そうした「歴史のなかの郊外」を感じさせない。

江戸川の水運とみりんの醸造で栄えた時代の流山の中心に近く、武蔵野線の駅もあって流山市内のTX沿線ではもっとも郊外らしい市街地の風景が広がっているはずの南流山駅周辺は、地下駅になっているために車窓から風景を見ることができない。その南流山を過ぎると「流山セントラルパーク」、「流山おおたかの森」、そして隣の柏市に入って「柏の葉キャンパス」と、長々とした名前の駅が続く。

「流山セントラルパーク」は近くに流山市の総合運動公園があるから、「流山おおたかの森」は隣接する里山にオオタカが生息しているからつけられた名前である。両駅とも当初は公募で「流山運動公園」、「流山中央」という駅名が決まっていたのを、市がマーケティングの観点から変更したものだ。「柏の葉キャンパス」は近くに柏レイソルのホームグラウンドもある柏の葉公園と東大の新キャンパスがあるから。「流山セントラルパーク」いい、「流山おおたかの森」、「柏の葉キャンパス」といい、説明的かつ装飾過剰なネーミングセンスはいかにも現代の郊外らしい。「セントラルパーク」、「おおたか」、「森」、「キャンパス」というのが、「緑豊かな自然と文化溢れる郊外」というイメージを演出しているということなのだろう。ただし、総合運動公園は今のところセントラルパークに改称されたわけではなく、オオタカが生息する森は沿線市街地開発のために五〇ヘクタールあった面積が半分になった。もっとも、森が半分残ったのもオオタカがいたからで、いなければ森は

まるまる宅地化されるはずだった。

流山セントラルパーク、流山おおたかの森周辺は、八潮・三郷よりもよく言えば田園的、悪く言うといかにも田舎という感じの、雑木林、畑と田んぼ、屋敷林に囲まれた農家、その間に見える一戸建て住宅やマンション、アパート、そして進行中の市街地開発による土がむき出しになった造成地といった風景が眼に入る。柏の葉キャンパスの方はというと、それまでゴルフ場だった駅周辺は造成されて「ららぽーと」などの商業施設やマンション、戸建住宅の建設中だが、駅の前後はかなりの規模の工場団地である。そしてそこを過ぎた柏田中駅の周辺は、再び谷津田と里山の田園風景が広がっている。今のところそこから見える風景は必ずしも一般的な「郊外」のイメージとは一致しない。「田舎」や「場末」と言った方がぴったりするだろう。

こうした風景が広がるのは、両市内でTXが走る場所が、すでに郊外化した地域の言わば「隙間」や「裏側」にあたるからだ。常磐線や東武野田線沿線を中心にこの地区の郊外化が進んだのに対し、つくばエクスプレスが走るのは流山・柏両市内でも、比較的周辺であった場所なのだ。まだ宅地化が進んでいなかったからこそ鉄道路線のための用地買収が比較的容易だったのだし、新線開通と新駅開業を起爆剤とする新たな市街地形成も期待された。八潮・三郷と同様、流山・柏でも都市再生機構を中心とする大規模な新市街地開発が、流山セントラルパーク、流山おおたかの森、柏の葉キャンパス、柏田中といった駅を中心として進められている。柏の葉キャンパス駅前には二〇〇六年秋にららぽーとが開業予定だし、流山おおたかの森駅前にも高島屋を中心とするショッピングセンターが建設中だ。高度経済成長期の東京のベッドタウン化によって作られた「古い郊外」の周辺に、こうして「新しい郊外」が生み出されつつあるのである。

↑遠心化と求心化

柏田中を過ぎ、利根川西岸の水田地帯を横切り、常磐自動車道と並行する架橋で利根川を渡ると茨城県である。

茨城が東京の「郊外」だと言うと、とくに関東に暮らす人びとのなかには抵抗を感じる人もいるかもしれない。

神奈川、埼玉、千葉に比べると、「北関東」と呼ばれる茨城、栃木、群馬は東京圏のぐっと外側というイメージがある。もっとも、神奈川の西部、埼玉の北西部、千葉の内房・外房地区もまた、東京の「郊外」と呼ぶには地理的距離、時間距離の双方でかなり外側にあ

る。それに比べると、利根川を渡ってすぐの茨城県守谷市は、TX開業によって一気に東京に近くなった郊外である。TX守谷駅を降りてみると、駅の周囲こそまだ開発・造成の最中だが、この駅でTXと直交する関東鉄道常総線の南守谷駅や新守谷駅、小絹駅の周辺には、いかにも新興の「郊外ニュータウン」という感じの真新しい住宅街と、それらの住宅の住民を顧客に見込んだロードサイド・ショップや、ちょっと洒落た感じの雑貨店、飲食店などを見ることができる。

ただし、この地区の郊外化はTXが直接の引き金になったのではない。日本住宅公団を中心として一九七一年に開始され、現在も都市再生機構を中心に進行中の、取手市、守谷市、つくばみらい市、常総市の四市にまたがる「常総ニュータウン」の開発によって、この地区の宅地造成は進められた。都市再生機構茨城支社のホームページによると、「開発面積約八五〇ha、計画人口九万人の首都圏有数の大規模ニュータウンですが、社会的ニーズの多様化に対応して、従来のベッドタウン型の宅地開発から、複合機能都市の形成へと転換が図られ、「住」「働」「学」「憩」の四つの機能を備えた都市づくりとして進められました」

(<http://www.ur-net.go.jp/ibaraki/kinunosato/index.html>、二〇〇六年九月八日現在。)とあるように、このニュータウンは、そもそもは東京という大都市の機能を補完する郊外ではなく、より自律した都市を目指していた。同時期に開発された多摩ニュータウンにも同様の理念があった。だが、まず取手経由の常磐線で、そして今、TX開業によってこの「複合機能都市」は、より緊密に東京郊外に組み込まれていったというわけである。実際、TX開業によって守谷駅の利用客数はそれ以前に比べ二五〇パーセント増加し、対して取手駅利用者は四四パーセント減少したという。

同じことは、TXの終点つくば駅のある筑波研究学園都市 (=つくば市) についても言える。

二〇〇五年にTXが開業するまで、この街には鉄道の駅がなかった。東京から筑波研究学園都市に行くには、常磐線で上野から一時間ほどの荒川沖か土浦から四〇分ほどバスに乗るか、東京駅からつくばセンター行き的高速バスに乗るしかなかった。このように交通が不便なのは、筑波研究学園都市が「もともと東京の機能を分散する目的でつくられた都市であり、東京・筑波間に便利な交通手段をつくる発想はなかった」(日本経済新聞社編『つくばエクスプレスがやってくる』日本経済新聞社、二〇〇五年所収の元国土庁事務次官・三井康寿の言葉) からだ。

そもそもニュータウンという言葉は、戦後イギリスでロンドンの都市機能分散のために

建設された都市群を指した言葉で、これらの都市はロンドンに通勤するための住宅地ではなく、自律した産業経済をもつものとして構想された。それに対して、日本語化したニュータウンの方は、計画理念として働・遊・学等の複合的な機能をもつことが謳われていたとしても、実際には大都市や地方中核都市の郊外住宅地として開発された地区を指す。それに大して、東京から移転する四十余りの国の研究所と二つの国立大学、いくつかの民間研究所と私立大学を擁し、それらに勤める研究者や事務職の人々とその家族、大学生およびこれらにサービスする人達を居住者として計画された筑波研究学園都市は、ベッドタウンではない「日本で最初の本格的なニュータウン」になることが期待されていたのである。

だが、TXの開通によってつくば市は東京の通勤・通学圏になった。逆に言うと、筑波研究学園都市の研究機関や大学も、東京からの通勤・通学圏になったということだ。もともとつくばでは、単身赴任者用の大規模な公務員宿舎——私もかつて利用していた——があることからわかるように、そこで働く人びとの間の定着志向が高かったわけではない。筑波大学の教員の中には、私も含めて、自家用車や高速バス、常磐線などで東京方面から通っている人が多かつたし、週日は公務員宿舎で暮らし、週末は東京や神奈川などの家に帰るといふ人もかなりいた。TXの開業は、そんな街をより緊密に、かつてそこから分離し、移転してきたはずの東京へと結びつけようとしている。

かつて東京という巨大な社会的磁場から遠心化して、独立・自律的であろうとした街や地域が、TXを媒介として東京の求心力の圏内に組み込まれようとしているのである。

↑普通になる奇妙さ

守谷とつくばの間には、みらい平、みどり野、万博記念公園、研究学園という、これまた郊外らしい名前の駅が、水田や草原、森林や造成地を間に挟んで続いている。駅の近くに一日置きのできる広い駐車場があるのが、自動車交通が中心のこの地区らしい風景だ。試みにそのなかの一つ、みらい平で降りてみよう。

高床式の神殿のようにも見える緑色の屋根の駅舎を出ると、駅前にロータリー、その正面にショッピングセンター、右手には茨城県最大規模を謳う地上一八階、総戸数六六〇戸の巨大マンションが建設中、駅を出て左手に少し歩くと、茨城県と大和ハウス、積水ハウスが共同で分譲・販売する一戸建て住宅地「陽光台」である。総棟数八九戸のこの住宅地には家屋と街路の間に垣根や塀がなく、街の中心には「センターコート」という広場が、七・八棟ごとに設定された「コミュニティ」の中心にはポケットパークの「コミュニティ

コート」が設けられ、街区ごとにイメージカラーを決めてそれに応じたシンボルツリーをはじめとする植栽が行われている。その陽光台を訪れた七月半ばの平日の昼ごろ、これから売り出される第三期地区は建設の真っ最中だったが、すでに売約され、居住も始まっている街区は真新しさもあり、また奇妙なことに通行人どころか人の気配もまったくなかったせいもあって、まるで映画のセットのようだった。

この街から私が受けた印象は、かつてベルコリーヌ南大沢やコリナス長池から受けた印象に近い。もっと似ているのは、ワシントン村だ。神戸市郊外の三田【ルビ:さんだ】市の「神戸三田 国際公園都市 カルチャータウン ワシントン村」というやたらに長い名前のついた住宅地。アメリカ合衆国ワシントン州から輸入したパーツを使った住宅デザインのみならず、道路の配置、池や近隣公園の景観、植栽、道路サイドの縁石までもアメリカ的にコーディネートし、個々の住宅の全面を青々とした芝生の「緑化ゾーン」として垣根や塀で囲まない、アメリカの郊外住宅地【ルビ:サバービア】のような住宅地。そこをはじめたて訪れたときも、やはり映画のセットか模型の中に入り込んだような感じがして、軽い眩暈のような奇妙な感覚をもったものだ。だが、同じような街なら、私の家から歩いて五分位のところにもある。その住宅地では、郵便受けは皆アメリカ映画の中のサバービアにあるような黒塗りのお洒落なものであるばかりか、犬とか鯨とかリスとか、家ごとに異なる小さな彫刻がのっけていて、そこにつけられた表札はみなローマ字が書きで、たとえば”Suzuki Family”とか書いてあり、クリスマスの時期ともなればイルミネーションの花盛りだ。もっと近いところには、前の章でも触れた「ウィーン風」が建設中で、その隣には2年ほど前に出来た「スペイン風」もある。それに比べると陽光台は、特定の街や国をモデルにしていないし、名前も平凡かつ古典的だ。

まるで書き割りのような、小奇麗だけれど生活感を表層の装いで覆い隠そうとしているような街。一五年前の私なら、その風景に驚いたかもしれない。だがしかし、依然として感覚的にはしっくりこないにしても、もはや私はそうした風景にはさほど驚かない。むしろそれは、すでに繰り返しいろいろな場所で見、今もまたさまざまな場所で見続けている普通の風景なのだ。

† 郊外の「地層」

第二章でも見たように、一定の基準を満たす統計上の数値によって設定される「郊外」を地図上にマッピングしてみれば、東京はぐりと分厚い郊外の膨らみに取り囲まれる。

この膨らみは常住人口の社会的属性が一定の基準を満たすことによって設定されているから、その限りで現代の都市はその点において同質の空間と社会に囲まれていることになるわけだ。だが、TXにそって縦断した東京郊外の風景から見えてくるのは、その分厚い郊外が内包する様々な様相である。

そこには「青い郊外」もあれば「白い郊外」もある。東京の中心への通勤ルートから外れていたため、地理的距離は東京都心にかなり近いにもかかわらず、もっと遠い場所よりも郊外化が進んでいない場所もある。すでに半世紀近い郊外化の歴史をもち、それをノスタルジックに回顧する眼差しをもちながら、新たに作られた通勤路線の周辺に新しい郊外を作り出そうとしている場所もある。複合的な機能を兼ね備え、東京から自立した都市をめざしたニュータウンが、結局は東京の求心力に組み込まれ、郊外化していこうとしてる場所もあれば、取手や牛久、つくばや土浦の近郊だった農村地帯が新たに東京の郊外になろうとしてもいる。

郊外の現在のこの様々な様相は、東京という都市の歴史を通じてそのまわりに形成され、積み重ねられてきた郊外のいわば「地層」である。

「地層」という言葉を使ったのは、こうした様々な様相が東京近郊の郊外化の歴史の中で、社会経済的な状況や文化的な条件、生活の基礎インフラのあり方などに規定されて形作られてゆき、その古い層が一定の厚みに達したとき、時にそれを壊し、あるいは並存し、都市の外側に伸びる形で新しい層が形成されてゆくありかたが、地質学的な意味での地層のあり方と似通っているからだ。社会経済的な条件というのは、経済成長に伴う大都市の労働力需要の動向、就業地の立地、労働者の賃金やローンの金利と土地の価格や需給状況、住宅の形成や取得に関する政策といった事柄であり、文化的な条件とは居住地や街並みや家屋形態に対する選好や、それらを規定するライフスタイルや価値観などであり、生活の基礎インフラのあり方とは交通体系や電気・ガス・水道などのライフライン、商店街やショッピングセンターなどの商業施設等の布置状況のことである。このような条件に規定されて形成される郊外の「地層」は、所得や職業などの階層、ライフスタイル、世代などのそこに暮らす人びとのあり方と一定の対応をもつと同時に、住まいと街並みとしてそれらの人びとの現実の暮らしを支え、彼らにとっての現実の風景を形作っている。

要するに、経済・政治・社会・文化などが課して来る、個々人によっては容易に動かすことが難しい状況、条件の中で、個々人が自らに可能な選択肢の中から自身の居住地や家を選び、その中でやはり一定の制約下で子供の数や育て方、地域との関わり方、家屋や庭

の維持や改変、買い物やレジャーの場所の選択などを行うことを通じて、そしてまたそうした事柄を条件として国や自治体、公社や民間デベロッパーが一定の選択を行うことによって、歴史の様々な時点で郊外の諸層が形成され、積み重なり、伸び広がっていったものとして、郊外の現在はあるわけだ。

† 近所の地層を歩く

たとえば、私が今住んでいる土地は、流山市富士見台という場所にある。だが、これは昔からの地名ではない。そこに立つ築二〇年の家屋と一緒にこの土地を購入するとき不動産業者が渡してくれた昭和四四年の地籍測量図には、「^{かみしんしゅう}上新宿字池ノ谷」という字がまずあって、それが線引きで消され、新たに富士見台と書き込んである。富士見台というのはこの土地が宅地に造成された後につけられた新しい町名で、それ以前にはこの土地は池ノ谷という^{あざな}字の、おそらくは谷津田であったのだ。

それにしても、「富士見台」と「池ノ谷」という名前の記号論的対立はどうだろう。「富士」と「池」。「台」と「谷」。まったくの正反対。確かに、私の家も立つ南向きの雛壇の一番上にあがれば、まだ住宅の立ち並ばない往時なら富士山が見えただろう。(今は住宅地を過ぎて江戸川沿いの水田地域に出ないと富士山は見えない。) また南向き斜面であったの底部に近い我が家はあまり「台」という感じではないにしても、富士見台が高台とその斜面であることは間違いない。

地籍図の申請者は現在も複数のブランドを擁する服飾会社で、現在でもこの地区の不動産が売りに出されるときには「旧大同毛織分譲地内」といった但し書きが加えられることがある。すでに触れたように、この地区では昭和三〇年代に江戸川台団地が大々的に建設されたのだが、その後、駅から見てその先にこの「富士見台」が作られ、また隣接する場所には東京西郊に通勤電車を走らせる大手私鉄系の不動産会社によるかなり、居住者専用の二五mプールまである大規模な団地「小田急ハイツ」が建設された。「江戸川台」や「富士見台」や「小田急ハイツ」は、かつて近郊農村だったこの土地に新たな地名とともに作られた郊外の地層である。

だが、同じ郊外化した地層とは言え、小田急ハイツと江戸川台や富士見台の間には集合住宅と戸建住宅地という違いがある。この違いは居住形態だけでなく、土地の有無にともなう資産価値の違いや、近隣住民との関係のあり方の違いもまた意味している。土地の価格が比較的安定しているのに対して、マンションの価格は通常は年々下がり続けるし、区

分所有権を伴うマンションの管理組合や自治会は、戸建住宅地の自治会とは異なる機能や意味を持たざるを得ない。他方、同じ戸建住宅地でも江戸川台と富士見台の間にも土地に広さやブランドとしての違いがある。江戸川台の方が土地は広く、ブランド性も高い。この土地の郊外化の第一世代としての歴史と経験、自覚もあるのだろう、自治会活動も江戸川台の方がはるかに活発である。(活発だから「良い」というのではないが…)。また、江戸川台は富士見台よりも早く住宅や世代の更新の時期を迎えたために、江戸川台よりも新しい流行の様式やスタイルの住宅が増えている一方で、相続等の関係から敷地を半分や三分の一に分割して分譲したり、駐車場やアパートに転用したりというケースもある。江戸川台の方がより早くに住宅や世代の更新期を迎えたために、江戸川台には富士見台より古い郊外の地層と新しい地層の双方が見られるのだ。

こうした郊外化した地層と並んで、富士見台の南側や西側には「古い層」である農村地帯が畑や水田と共に健在である。さらに近年、残されていた雑木林を新たに切り開いて、先にも触れたセットのような「お洒落な住宅地」が、より新しい地層を構成している。農村部の畑の間に飛び地のように、ミニ開発の分譲住宅が作られてもいる。江戸川台と流山おおたかの森の間の初石駅周辺になると、都市計画上の用途指定が江戸川台とは違うこともあって、TX開業も見込んだ時ならぬ高層マンション建設ラッシュである。

このように、隣接するごく狭い範囲——右に述べた範囲はすべて江戸川台駅から徒歩一五分内外の範囲である——にも、郊外の地層の複数の断層が走っている。郊外を生きることは、こうした地層のどこかに自分の住処を見つけるということであると同時に、こうした地層の積み重なりや隣接する中に住み込むということなのだ。

†均質と混在と

前の章で見た現代日本の郊外論からもわかるように、「郊外」や「ニュータウン」のお定まりのイメージのひとつは、その均質性や同質性である。

確かに、雑木林や畑、田んぼを造成し、同じ時期に、場合によっては同じ工務店や住宅会社が施工した住宅地には、同じくらいの面積の土地に、似たような間取り、似たような意匠の住宅が並びがちだ。八〇年代後半以降には、「街並みの美的統一」を謳って同一のデザイン・コンセプトに基づいた分譲地も多くなった。マンションや団地ともなれば、標準化された間取りをもち、隣の棟とそっくり同じということもあるし、やはり八〇年代後半以降はベルコリーヌ南大沢のようにデザイン上のコンセプトの統一が図られることも多く

なった。こうして郊外住宅地やニュータウンは、その内部の風景が高い均質性や同質性をもつことが多い。

街を構成する施設を見ても、似たような駅の駅前には似たようなロータリーがあり、似たようなスーパーや駅前商店街、似たような団地のショッピングセンターがある。歩行者用の道路と自動車道を分離し、近隣住区に外部からの車が入ってこないようにするためのクルドサックを設けるといような、同一の街づくりの技法が採用されて、似たような景観が作られる。かくして、離れて存在する複数の郊外住宅地やニュータウン同士が互いに似通った景観をもつことになる。

均質で同質なのは、街並みだけではない。一定の価格設定と、似たような間取りの住宅を一斉に分譲販売するために、購入する人びとの階層、所得、家族構成も一定の範囲に収まった、似たようなものになりがちだ。東京郊外でどこを居住地に選ぶのか、個々人の事情は様々だが、都心への通勤時間、最寄り駅までの時間、土地や住居の広さ等で住居の価格はだいたい決まるから、都心を取り巻き、通勤電車の路線にそって、ほぼ同じ時間距離態に、同じような郊外住宅地やニュータウンがつくられ、人びとはそれらの中から自分の希望と経済条件を勘案して、自らの住む家、住む街を選択し、購入することになる。こうして、似通った階層の、似通った人びとが住む、似たような街並みをもつ場所が、大都市の周囲に作り出されていったのだ。

とりわけ高度経済成長が生み出した膨大な都市雇用労働者層が自分たちを同じ「中流」とイメージしていた八〇年代半ばまでは、郊外やニュータウンには同じような生活水準、同じような価値観、同じようなライフスタイルをもったサラリーマンたちが暮らし、彼らが日々通勤電車に乗って都心と郊外の間を往復するというイメージがあったはずだ。近年取りざたされる格差社会や「下流社会」をめぐる議論の論点のひとつも、戦後日本が生み出したように見えたそうした均質な中流社会の内部に実は越えがたい格差が生じ、その中で「下」に位置づけられる人びとが増大しているのではないかという、均質化した社会の中の階層化不平等感の深まりである。“そもそもは同じサラリーマン”で“同じ中流”になったのだと感じ、考えているからこそ、そこに見出される差異や“勝ち負け”が不平等な「格差」に見えるのである。

こうした理解は、必ずしも間違いではない。私が今住んでいる富士見台も、あるいは江戸川台も、その内部に関してはそうした同質性や均質性がある。みらい平や常総ニュータウンの町々もそうだろう。

他方、地理学や社会学では、普通は「郊外」と呼ばれる地域や社会を、「混在社会」や「混在地域」という言葉で時に対象化してきた。ここで「混在」というのは、農民と都市勤労者が混住している状態のことだ。都市近郊の農村地帯が郊外化の過程で混在地域化してゆくと、郊外は決して均質的でも等質的でもなく、近郊農村を構成してきた旧住民たちと新たに移入してきた新住民たちという質的に異なる人びととその居住地区からなる、異質的で非等質的な社会や場所という様相を呈することになる。富士見台も江戸川台も、みらい平も常総ニュータウンも、より広い地域の広がりを見れば、都市的なもの、郊外的なもの、農村的なものが混在している。

†原風景の両義性

私にとっての郊外の原風景の中でも、均質で同質的な団地や郊外住宅地と、混在的な地域社会の両方がある。

私が生まれ育ったのは、小田急線の町田駅（私が小学生の頃までは横浜線の駅が原町田駅、小田急線の駅が新原町田駅と、別の名前だった）から歩いて一五分ほどの住宅地である。たしかに、私が子供だった一九七〇年代でも、住宅が多いという意味ではその街は「均質」と言えなくもなかった。だが、私の家から歩いて一五分ほどの範囲内でも、開発業者によって一斉に宅地化されて分譲された一角もあれば、畑や原っぱだったところが次第に住宅地となった場所もあり、都営や市営の小さな一戸建ての住宅が並ぶ地区もあれば、やはり2DK程度の間取りの小さな民間の借家が、後々まで未舗装だった私道を挟んで並んだ場所もあり、長屋もあれば木賃アパートもあった。しかも、それらの間にはいまだに畑もあれば原っぱもあり、残土が持ち込まれたのか、でこぼこの土盛りがあって戦争ごっこなどにはおあつらえ向きの空き地もあった。豚小屋や鶏舎もあれば、肥溜めもあった。そうした場所から遠くないところには工場地帯もあった。無論、スーパーや百貨店から飲み屋街まである駅周辺の繁華街も徒歩圏内である。家からさらに離れた場所には一九六〇年代後半から七〇年代前半にかけて、日本住宅公団による住宅団地の造成や、東急による田園都市線のつくし野周辺の住宅地開発などが進んでいて、雑木林や畑を造成して大規模に作られていった街の風景は、たしかに均質的で同質的だったが、その周囲にはまだ田んぼや畑、雑木林も、藁屋根の農家も残っていた。

今から三〇数年前、私が子供だったころの町田市にも、おそらく最も宅地化が進んでいた私の家の周囲でも、見方によれば均質で同質ではあると同時に、異質な要素が混在する

風景があった。もともとその土地にあった農村的なものと、それを切り崩して作り出される幾つかのタイプの住宅地や商業地の街並みとが郊外の地層として折り重なり、並存して、そうした風景が作り出されていったのである。

そんな風景の中で私は、小学校の五年生までは、もともと地主だった父方の祖父——私が生まれた時にはすでに故人だった——が建てた小さな借家用の家に住んでいた。その家の周りには私の父が祖父から相続した土地があって、そこには借地人名義の貸家が何軒もあり、それらの家の敷地と私の家の敷地とは一応は生垣で区切られていたのだが、相互に行き来できるような出入り口もあり、どこの家の領分ともつかぬ中間領域がその間にはあって、近所に住んでいた従兄弟や隣近所の子供たちとそうした場所で遊んでいた。隣家との間にこうした曖昧な中間領域があり、場合によっては庭先を他家の人間が横切ったりすることもある住まい方は、農村でしばしば見られるものだ。その後、その家が立っていたのとは向かいの土地に、今も私の両親が暮らしている家を建てて引っ越したのだが、そのときには隣家との境にはブロックとフェンスが設けられた。以前に私の家族が住んでいた家や、それと隣接する土地も、今ではブロック塀で仕切られてそれぞれに家が建っている。こうして、農村的な借地・借家の雰囲気を残していた私の家とその周囲も、次第により均質的な「郊外らしい場所」になっていったわけだ。

† 「郊外を生きること」の形

とは言え私は、こうした事例をもって郊外の均質性や同質性を否定しようというのではない。また、大規模開発によって生み出された均質で同質的なニュータウンと、私が生まれ育った町田や今住んでいる流山の市街地のような混在化の過程を経て形成されていった郊外住宅地とを、二つの異なる類型として別々に考えるべきだということでもない。学問的な手続きとしては、そうした類型化がひとつの行き方であることは確かである。たとえば、学生がこうした研究テーマをもってきたなら、「それらは別の類型として考えたほうがいいんじゃないの」と、私も助言するかもしれない。

だがしかし、問題は均質的か混在的かということではないだろう。見かけ上の均質性や混在性の違いを貫いて存在する、均質的かつ混在的という両義性と共にある「郊外的なもの」が、ここでは問題なのだ。

その土地で生まれ育ったのではない多くの人びとが、その土地に根ざした農林水産業にも、地場の産業や商業にも従事せず、中心都市に通勤する雇用労働者とその家族であるこ

とは、郊外という場所に、なにがしかの同じような質を与えるだろう。そしてそれはおそらく、その均質性にも混在性にも還元できないようなもの、そうした均質性や混在性を貫いて存在する何かなのだ。

第3部 メディアのなかの都市空間

第7章 『シティロード』と

70年代的なものの敗北

◆『シティロード』の時代

東京に、かつて『シティロード』という情報誌があった。

『ぴあ』よりも一年早い一九七一年に創刊され、映画でも音楽でも舞台でも、大ヒットするメジャーな作品よりもB級作品やアングラ的な作品の面白さを称揚し、マニアックなファンをひきつけていた雑誌。隔週化し、やがて週刊化していったライバル誌『ぴあ』を横目に愚直に月刊誌で在りつづけ、情報の量や速さでは『ぴあ』に大きく差をつけられたにもかかわらず、少なくとも八〇年代後半までは、その独自の批評性で唯一『ぴあ』に対抗することができた情報誌。それが『シティロード』である。

今私の手元に、その『シティロード』の一九九一年三月号がある。八〇年代半ばから九二年頃までほぼ毎月買っていたはずなのだが、手元に残っているのはこの号だけだ。なぜこの号だけが残っているのかというと、その月注目のアーティストたちを紹介する「CLOSE UP 今月の人」というコーナーに、知り合いの舞踏家の公演を紹介した私の文章が掲載されているからだ★1。ページをめくってみると出口丈人や宇田川幸洋の映画批評、秋本鉄次の人気連載「銀幕姐ちゃん品定め」、扇田昭彦の演劇評やピーター・バラカンの音楽評、松田政男や今はなき劇作家の岸田理生らがロードショー作品を複数で批評する「ロードショー星取表」、漫画家のいしかわじゅんや歌人の林あまりの「今月観た芝居 来月観る芝居」、シナリオライターの荒井晴彦やライターの松沢呉一、詩人の平出隆やエッセイストの萩原朔美の日記、そして荒木経惟の画による連載「平成女」等々、いわゆる“情報”以外の豊富な批評や連載の数々が次々と目に入る。

一九九〇年、『シティロード』に載っていた記事がきっかけで、それまで知らなかったマリアンヌ・フェイスフル——ミック・ジャガーの若き日の恋人で、ミックも歌った名曲“*As Tears Go By*”は彼女のために書き下ろされた——のコンサートに行ったことがあった。その記事を書いていたのは、ライターの山形浩生である。大井武蔵野館のタルコフスキー・オールナイトで『アンドレイ・ルブリョフ』二部作『鏡』『ストーカー』というと

んでもない組み合わせを一晚立ち見で観た時も、吉祥寺のバウスシアターでヴェルナー・ヘルツォーク監督の『カスパー・ハウザーの謎』と『ノスフェラトゥ』を見た時も、渋谷のユーロスペースで『ゆきゆきて神軍』を観た時も、私の鞆の中には『シティロード』が入っていたはずだ。港北ニュータウンにあるトーヨコ地球環境研究所のクリーンルームに「インフォメーション・ウェポンズ」と題された三上晴子の展覧会に出かけたのも、『シティロード』の記事がきっかけだった。

「お、君も『シティロード』派か。心ある人は『シティロード』を読むんだ」

大学院に進学して間もないある日、研究室で『シティロード』を読んでいると通りかかった上級生からそう言われたのを、今でも覚えている。確かに当時、情報誌の読者には『ぴあ』派と『シティロード』派という括りがあった。そして『シティロード』派は、情報量や速報性では確かに『ぴあ』に劣るけれども、それを補って余りあるものを『シティロード』に求め、そして読み取っていた。先にも触れたように、それは『シティロード』の連載や記事に見られる独自の批評性や、B級やアングラに対するこだわりである。巨大な文化産業が大量生産する商品化された文化よりも、職人的だったり反体制的だったりする作家や作品により優れた価値を置くこと。この時、見出される価値は作品自体に内在するだけではない。作品を生み出す作家たちが社会や業界に対してもつスタンスも、重要な評価項目になる。そこには、消費社会の「面白さ」や「楽しさ」を謳った八〇年代的な価値意識よりも、文化の中に政治的闘争の戦線や表象を見出そうとした七〇年代的な価値意識が色濃く残っていた。そしてそうであるがゆえに、『シティロード』では作家や作品を紹介し、批評する書き手たちの価値観やスタンスも、また大きな意味を帯びることになった。

今、私の手元には一九九一年六月六日発行の『ぴあ』もあるのだが、その目次を先に触れた『シティロード』の同年三月号の目次と並べてみると、『シティロード』のそうしたあり方がよくわかる。『ぴあ』の目次は、チケット、映画、音楽といった情報のジャンルと、「東京を読む一〇〇冊」——この特集があったからこの号を買い、保存していたのだ——、「神田ディスカウントショープマップ」といった特集記事の見出しだけが並び、記事の書き手の名はいっさい書かれていない。他方、『シティロード』の目次には、『ぴあ』には見当たらない署名入りの批評やエッセイが一〇本以上あり、他に先に述べたレギュラ

一執筆者たちによる「ロードショー星取表」や「今月観た芝居、来月観る芝居」等が並んでいる。ここからも分かるように、『シティロード』の目次ではそこで取り上げられる作家や作品だけでなく、書き手の署名性、個性が前面に押し出されているのだ。別の言い方をすると、そこには作品や作家に思い入れる書き手の価値観や個人史、社会観や歴史観が強く示されており、取り上げられる作品や作家もまたそうした価値観や社会観、歴史観の下に評価されていたのである。それに対して『ぴあ』は、そうした署名性、個性を徹底的に排除して、大量の情報をより早く送り届ける透明な媒体たろうとすることで、より多くの読者を集めていた。『シティロード』派から見れば、『ぴあ』のそうしたあり方は「魂なきメディア」であり、“心ある人”が手に取るべきものでないということになったのだ。

けれども、“魂”や“心ある”という言葉がしばしば時流に取り残されたものを愛惜する言葉である。『シティロード』のこうしたあり方も、“明るい消費社会”を基調とするようになっていった八〇年代半ば以降の東京で急速に時代遅れのものになりつつあった。九二年に一時休刊。翌九三年に「明るいメジャーな雑誌」を目指して大幅にリニューアルして再出発したが、それまでの『シティロード』の路線を自己否定するようなこの路線変更によって、それまで雑誌を支えてきたライターも読者もそこから離れてゆき、同年廃刊。『シティロード』の時代はこうして終わりを迎えたのである★2。

◆『ぴあ』・『シティロード』的なものの時代

ここまで私は、『シティロード』の特徴をライバル誌だった『ぴあ』と対比して論じてきた。それにしたがえば、『シティロード』の低迷とメジャー指向路線への変更、そして廃刊は、七〇年代の尻尾を引きずったアングラで反体制的な『シティロード』的なものが、八〇年代の消費社会にいち早く対応した明るいメジャー指向の『ぴあ』的なものに敗北していった、七〇年代初めから九〇年代初めにかけての文化史の中の一コマとして理解することもできなくはない。だが、そのような見方はいささか短絡的である。なぜなら、ほぼ同じ時代に“タウン誌”としてスタートした『ぴあ』と『シティロード』には、共通する時代精神とでも呼ぶべきものを見ることもまた可能であるからだ。実際、それなしでは『ぴ

あ』も『シティロード』も存在していなかったであろう時代の状況と精神が、七〇年代の東京には存在していたのである。

『ぴあ』と『シティロード』に共通していたもの。それは、情報によって都市や社会の「いま」——七〇年代末から八〇年代には、いまや死語となった「ナウ」という言葉で表現されもした——を読み解き、自分たちの趣味や感性と共鳴するものをそうした情報の中から選び、都市という巨大な出来事の集積の使い勝手をよくしていくという、都市と情報に対する一種の対抗文化カウンターカルチャー 的なアクティヴィズムである。今やチケット販売から結婚式情報、子育て情報まで手広く取り扱う一大企業に成長した『ぴあ』がそもそもは、創刊当時大学四年生だった社長の矢内廣が「このまま就職してしまうのではなく、冗談の通じ合う仲間同士で共通の経済基盤を作れないものか」と、アルバイト仲間と話し合う中から作った手作りの月刊情報誌から始まったことは、情報誌やタウン誌が当時もっていたカウンターカルチャー的なあり方を象徴的に示している★3。

『ぴあ』や『シティロード』の登場以前、映画・演劇・音楽・展覧会等の情報は、求人情報と同様のスタイルで示される新聞の映画・演劇欄で探すか、週末の新聞夕刊の広告等で確認するというのが一般的なあり方だった。『キネマ旬報』や『ロードショー』、『演劇界』や『テアトロ』といったジャンル毎の専門誌はあっても、エンタテインメント全般の情報を網羅し、それらを「都市」というフィールドの上に位置づけてゆくメディアは存在していなかった。それに対して『ぴあ』や『シティロード』は、作品毎の上映・上演場所と時間を示すだけでなく、それらの情報を地区ごとにまとめ、簡単な地図を載せ、東京の鉄道・地下鉄路線図を添えることで、映画、演劇、コンサート、展覧会等を東京という都市の中で、一定の期間に催されるイベントとして捉え、それを空間的にマッピングし、一覧することを可能にしたのである。しかもそこでは、それまでは口コミやチラシ等を通じてしかなかつた情報を得ることができなかつた自主上映の映画や学生演劇、アンガラ劇団の公演等の情報も掲載され、時には特集記事等で商業的にメジャーな作品並みの扱いがされていた。こうした編集によって、『ぴあ』や『シティロード』を手にする時、読者はこの先一月、二週間、あるいは一週間の“東京”——巨大なエンタテインメントと文化実践の集積の場としての東京——を、ロードショー館から名画座や自主上映会まで、商業演

劇や新劇から小劇場のアングラ演劇や学生演劇まで、手にすることができるようになった。情報誌とは、このようにして都市という空間と出来事の広がりや「情報」として記述し、編集し、商品として販売するメディアであり、読み手がその情報を通じて都市を対象化し、自分の好みに応じて“使う”ことを可能にするメディアなのである。

このカウンターカルチャー的なアクティヴィズムには、八〇年代に花開く都市の消費社会に繋がる要素もまた存在していたことにも、ここで注目しておくべきだろう。実際、情報誌と都市の間のこうした関係は、都市空間を積極的に情報発信と消費のメディアとして編成していった、同じ時代のパルコの宣伝戦略と通じるところがある。パルコが、とりわけ渋谷パルコと公園通りにおいて当時目指していたのは、都市を最先端の文化やファッションの情報の発信地とすることであり、そうした情報に共鳴し、共振する「先端人間」を集めてゆくことであった★4。劇場や美術館を備え（言うまでもなく、そこで上演され、展示されるのは三越劇場や伊勢丹美術館とは違う、より先端的でオシャレなものではない）、『ビックリハウス』★5のようなサブカルチャー誌をもち、『アクロス』の定点観測等を通じて都市の「いま」を不断に読み取り、取り込んでいったパルコの戦略は、デパートやスーパーマーケットに代表される既存の消費文化に対する“カウンターカルチャー”として、一種の文化運動の様相を呈していた。そして、店舗や商品だけでなく、それらが置かれる都市空間自体を消費の対象として積極的に売り込み、そこに不断の「新しさ」や「出来事」を仕掛けることで、「高感度人間」を引きつけると同時に、そうした人びとを積極的に生産していったパルコの宣伝戦略は、情報誌を通じて創り出される都市と人びととの関係の「雛型」のような場を、渋谷というエリアに凝縮して創り出していったのである。

七〇年代の東京には、既存のマスコミや資本によってはスポットを当てられることのない「マイナー」や「アングラ」と「メジャー」を区別することなく同じ土俵にあげ、都市という空間をそうした多様な文化の共存する場として捉え、そこで積極的に「遊ぶ」ことを通じて、時に既存の文化産業に批判的な眼差しを投げかけ、時にはまた「メジャー」な作品や興行の中に潜むラディカルな要素を見出そうとする文化実践、文化運動への指向性が存在していた。『ぴあ』や『シティロード』の登場は、こうした“時代精神”抜きには

理解できない、歴史的・社会的な出来事だったのだ。言うまでもなくそれは、六〇年代末の大学紛争=闘争を頂点とする「政治の時代」の後で、その「敗北」の翳を色濃く残しつつ、「文化」が新たな実践の場として浮上していったという、当時の文化的、社会的状況と共にあった★6。

七〇年代後半から八〇年代前半の都市論・東京論ブームもまた、同じような文脈にあった。そこで語られたのは、七〇年代前半までの都市をめぐる語りの中心にあった「都市問題」でも「コミュニティ」でもなく、都市の消費文化に内在する祝祭性であり、既存の政治的・経済的な秩序からすり抜けてゆく軽やかさと共に消費社会の記号と戯れる文化実践だった★7。『ぴあ』と『シティロード』が共にあった時代、パルコが文化の前衛でありえ、東京を、そして渋谷を語ることが社会の現在を語ることであった時代。それは、情報誌を武器に都市に出てゆくことが、何か「新しいもの」であるように見えた時代だったのである。

◆都市の情報／情報の都市

だが、『シティロード』と『ぴあ』が相次いで創刊され、ライバル関係にあったこの時代は、エンタテインメントの場としての都市とそれをめぐる情報を享受し、消費することが大衆的な規模で広がっていった時代であったという意味で、現代につながる情報化／消費化社会の始まりの時代でもあった★8。

一九七〇年代に都市情報誌が開いていった都市との関係の次元とは、エンタテインメントや文化実践に関する情報を都市という場の中に位置づけてゆくことで、都市における文化の消費への回路を開くことであった。そこでは、映画や演劇、アートとの出会いが“歓び”であると同時に、そのような回路を通じて文化的な場としての都市と出会うことが、都市に生活する人びとの生の“充実”たりうることを目指されていた。『ぴあ』における大量の情報の網羅的一覧化はそうした“歓び”への多様な道筋を示し、『シティロード』の批評性や署名性はそこでの具体的な“出会い”のあり方の指針や意味付けの枠組みを与えるものだった。七〇年代に始まる情報誌の時代の幕開けは、都市における興行やイベントに関する情報を定期的に伝えるメディアが商品になったという意味ばかりでなく、そう

した情報を通じて都市が、映画やアートといった表象——それらは映像、音響、身体等を媒体とした情報である——の消費の場として見出されていったという意味でも、情報化／消費化社会の幕開けの時代であったといえることができるだろう。

だがしかし、都市と情報誌の間のこうしたあり方は、社会の情報化／消費化のさらなる展開の中で、次のような変質や屈折を遂げてゆくことになった。

第一に、そもそも「都市に至る回路」であったはずの情報が、都市という場に至り着く以前にそれ自体として享受されるようになっていった。情報誌に掲載されている膨大な情報が指し示す興行やイベントの全てに出かけることは無論できない。私もそうだったが、にもかかわらず『情報誌』の熱心な読者は、自分の興味あるジャンルの情報に関してはもちろん、時にはさほど深く関心をもたないジャンルの情報にも熱心に目を通す。それは、膨大な量の情報の中から自分好みの情報を見つけ出すためということも、無論ある。だがそれと同時に、そうした情報を得ること自体が東京という都市と社会の「いま」を手にするという点において意味をもつようになっていったのである。都市情報誌は、「都市についての情報」を提供することで人びとが都市を「使いこなす」ことを可能にただけではない。そこでは都市が情報化されて、「情報としての都市」を読むことが「都市の現在」を知ることになっていったのである。それは、都市という場を対象とする情報が、認識される対象の「都市」から相対的に自立して、それ自体として「情報としての都市」という対象性をもつようになっていったということだ。そしてそれを通じて、都市情報誌が提供する情報は、「都市についての情報」であると同時に「「情報としての都市」についての情報」になっていったということでもある。

こうして都市情報誌が「「情報としての都市」についての情報」を提供するメディアという様相を呈するようになると、今度は街を歩くこと、都市を使いこなすことが、情報誌によってあらかじめ情報として仕入れられた「都市の現在」を枠組みとして、それをなぞり、確認するかのような行為と経験になってゆく。この時、情報誌は人それぞれの都市における“楽しさ”を見つけるためのメディアであると同時に、何が“楽しいこと”で、それをどのように楽しめばよいのかを指し示し、マニュアル的に方向づけるメディアとしても現れてくる。そこでは、カウンターカルチャーとしての情報誌が想定していた読者のア

クティヴィズムが放棄され、情報誌の側が読者を対象＝客体として彼／彼女たちに「都市の使い方」を指し示すようになる。そもそも情報誌は、読者が十分には知らない都市のエンタテインメントについての情報を伝えることによって成立していた。情報誌をもつことによって、読者はそれまで知らなかった都市の中の様々な文化表現や文化実践に触れることができる。情報誌はそうした「出会い」のための導き手として存在していたのであった★9。だが、情報誌を通じて都市と出会うことが日常化してゆくと、そこでは読者は実際の都市に出会う以前に、「情報としての都市」を通じて既に都市を知っていることになる。無論その時、彼／彼女たちは「情報としての都市」に表象された限りでの都市を知っているに過ぎない。だがしかし、情報誌が都市を対象化し、了解し、それに関わるための枠組みとして機能するようになると都市は、あらかじめ情報誌という参照枠組みを通じて人びとの了解の地平に現れてくるようになる。「情報としての都市」こそが都市の「全て」を表象しているかのように受け取られる時、そこに表象されていないものは人びとの了解の地平に現れる「都市」からこぼれ落ちる。かくして、「未知の世界」としての都市へと人びとを誘っていたメディアが反転して、「既知の世界」としての「情報としての都市」へと人びとを内閉してゆくことになる★10。

このように情報誌が都市における人びとの消費の形を強く規定するようになってゆくと、興行主や製作会社、企業の側にとって情報誌は、自分たちのパブリシティを高めるためのメディアという色彩を強めてゆくことになった。広告主と広告代理店の間のような関係と言ってもよい。この時「情報の中の都市」は、現実の都市空間における出来事を、あらかじめ報道されるべく仕組まれた出来事という意味で、ダニエル・ブーアスティンの言う「擬似イベント」として生産し、その享受と消費へと人びとを誘ってゆくことになる。情報が資本から距離をとることなく、それにぴったりと寄り添い、マニュアルとして人びとの消費を支えること。特定の個人の思い入れのような人称性をもつことなく、誰もがたやすく身を委ねることができる場として「情報の中の都市」を構成し、それによって都市という場を誰でも楽しめる消費の場にしてゆくこと。かくして情報誌は七〇年代的なカウンターカルチャーのしっぽを切り落とし、九〇年代的な情報化／消費化社会のマニュアルになっていったのである。

◆ 「『東京ウォーカー』的なもの」の時代

すでに述べたように、『シティロード』は一九九二年に一度休刊した後、その翌年廃刊する。

情報誌の編集をやっている以上、ふつうの人の情報意識みたいなものは気になる。乱立ぎみの情報誌戦線も、ぴあの週刊化である程度落ち着きをもせた感じがするけれど、これからの情報誌に求められるのは単なるスピーディな情報の提供だけではなく、より生活実感に合った情報の提供ということなのではないだろうか。★11

『シティロード』一九九一年三月号に掲載された「東京人のOFF TIMEにCITY ROADは必要か」と題されたコラムは、その冒頭でこう述べている。ここで述べられている「生活実感に合った情報の提供」ということが、間違っていたわけではない。だがしかし、東京で生活する人びとの「生活実感」や彼／彼女らが東京という都市に求めているものと、『シティロード』の指向するものが大きくズレ始めていた。同じコラムは、当時J-WAVEが行った「東京人のOFF TIME行動調査」を引きながら、「情報誌はやっぱり量より質、速報性より批評性、という本誌のスタンスは正しいということになる（手前味噌だけど）」★12と述べている。だが、「量より質」というのは間違っていなかったとしても、人びとが求める「質」は『シティロード』が指向する「批評性」とは異なるものになりつつあった。八〇年代の消費社会を経過して、情報誌に批評性を求める人の数はますます少なくなっていたのである。

だが、『シティロード』はこのコラムも言及しているライバル誌『ぴあ』に敗北したのではない。

一九八八年、女性を対象とする東京の都市情報誌として『Hanako』がマガジンハウスから創刊される。エンタテインメントだけでなく、グルメ情報やファッション・スポットの紹介にも重点を置いたこの雑誌はティラミスやナタデココ等のデザートの人気を振り役となり、誌上で紹介された飲食店に、やはり誌上で紹介されたメニューを注文する

客たちが殺到したことで話題になった。さらに一九九〇年には、角川書店から『東京ウォーカー』が創刊される。カウンターカルチャー的な“インディーズ”としてスタートとした『ぴあ』や『シティロード』とは異なり、既存の大手出版社が編集・発行するこれらの情報誌は、『ぴあ』よりも情報量は少なく、『シティロード』のB級・アングラ・反体制志向のような個性もない。だが、「流行」や「トレンド」、「おしゃれ」や「今注目」のエンタテインメントやスポットを選択・編集し、その誌面が限りなくカタログ雑誌や「広告」へと近づいていったという点で、それらは情報化／消費社会化の中での情報誌の転回を示していた。そこにはもはや、『シティロード』が拠り所とした「批評性」や、そうした批評性を支えていた署名をもつ個人の思い出もなければ、膨大な量の情報を読者の主体的な選択に委ねようとした初期の『ぴあ』におけるアクティヴィズムもない。『東京ウォーカー』が照準したのは、大量の情報の中から自ら進んで好みの情報を選んで街に出てゆくアクティヴな読者でもなければ、反体制的であったりアングラ的であったりする情報を偏愛する読者でもない。誰にも妥当する「いま」の流行を的確に“チェック”し、それに対してどう振る舞ったらいいのかのマニュアルを求め、デートの時に“ネタ”にでもしようという読者。未知の楽しみや驚きを発見することの出来る領野としての都市に乗り出すための導き手としてではなく、あらかじめセットされ、道具立てされた「消費」のイベントのマニュアルとして情報誌を読み、都市にかかわろうとする読者。『東京ウォーカー』が照準すると同時に創り出していったのは、そうした読者たちである。同様のことは『H a n a k o』にも指摘することができるだろう。

『シティロード』が休刊を経て廃刊したのと同じころ、『ぴあ』は『東京ウォーカー』に発行部数で追い抜かれる。“質”の『シティロード』に対して、『ぴあ』は情報の“量”を誇っていた。それに対して『東京ウォーカー』は『ぴあ』よりも、そして『シティロード』よりも少ない情報量を元手に、『シティロード』とは違った“質”で新たな市場を開発していったのである。『シティロード』は『ぴあ』にではなく、この『東京ウォーカー』に、より正確に言うところ“『東京ウォーカー』的なもの”とでも呼ぶべきものに、『ぴあ』と共に破れたのである。ここで“『東京ウォーカー』的なもの”と言うのは、雑誌としての『東京ウォーカー』の属性だけでなく、そうした雑誌のコンセプトと共振する

都市のあり方、そうした都市のあり方を支える資本の戦略と消費者の感性をも含む、価値意識とライフスタイル、文化の複合体の属性である。そこでは都市は、その時々で

“ブーム”として称揚されるパッケージされた消費のイベントの場となり、そうしたパッケージとしての“ブーム”を遅れることなく“チェック”し、その賞味期限が切れる前に消費していくことが、「都市」にかかわる新しい行為と関係のモードになっていったのである★13。それは、かつて『シティロード』と『ぴあ』の創刊を支えた、都市と情報と都市生活者の七〇年代的な結びつきの敗北であり、終焉である。

「安いだけではもうもの足りない！／本当においしい食べ放題／おいしいを極めたホテルブッフェ発表！ジャンル別／おいしい食べ放題ランキング」

「コンビニ新作中華まん」

「近代日本開国年ワールドグルメフェスティバル」ナムコ・ナンジャタウン」

「ロールケーキ博覧会」開催！

「元祖「ハヤシライス」が日本橋から丸の内へ引っ越し」

今私の手元にある『東京ウォーカー』二〇〇四年・二九（一〇月一三日から二六日の情報掲載）の表紙には、こんな文字が踊っている。ページをめくってもやたらに食べ物の記事と写真が目立つこの雑誌が、現在の東京で一番売れている情報誌なのだ。食べ物が悪いというのではないし、文化ではないというのでもない。旨いものなら私も好きだ。だが、きわめて個性的な作家や作品に対する、これまた評者の個性を際立たせた批評で読者を新たな文化体験の場としての都市へと誘い、挑発した『シティロード』や、選択する読者の主体性を前提に膨大な量の情報を読者の前に投げ出した『ぴあ』の“きびしさ”に比べると、“食べ物という誰もが生理的に必要とするものを対象に、とりたてて批評的というのではないトリヴィアルな“こだわり”や蘊蓄をカタログのように並列する『東京ウォーカー』のスタンスはきわめて“ゆるい”と言わざるをえない。『シティロード』や『ぴあ』において人びとが都市・東京と出会う場として提示された映画や演劇、アートに関する情報が“おまけ”のネタのように、全ページの半ば過ぎにならないと登場しないこの誌面

を見ると、「都市の情報」と「情報としての都市」の変容に今更ながら愕然とする。

だが、それは「情報」だけの話ではない。都市情報誌は都市の中から情報を選択し、編集して掲載しているだけではない。それは、私たちがどのように都市に出会い、都市をどのように了解しているのか、都市をめぐる私たちの欲望がどのような形をとっているのかを鏡のように指し示す。私たちが都市に出会い、都市を消費するための枠組みを都市情報誌は提供しており、そうした「枠組み」を通じての都市空間や出来事との出会いが都市という行為と経験の場を作り上げている。『東京ウォーカー』が示すもの。それは東京ウォーカー的なものに媒介された都市・東京の姿であると同時に、東京ウォーカー的なものを仲立ちにして東京という都市を日々生き、作りだしている私たちの姿なのだ。

【註】

- ★1 若林幹夫「時空を往還する和栗由紀夫の新作『青い柱』は身体の文化史である」『シティロード』一九九一年三月号、一三頁。
- ★2 山形浩生のホームページ (<http://cruel.org/cityroad/>) によれば、『シティロード』はその末期に、福岡でタウン誌をやっていた西アドという会社を買収され、“明るいメジャー路線”を目指して路線変更した結果、廃刊となったのだという。ちなみに山形は、この路線変更に際して「わけのわからん物書きはもう載せない」という新社長によって“切られた”のだという。
- ★3 ぴあ株式会社のホームページに記された社長による投資者向けのメッセージ (<http://www.pia.co.jp/pia/message/greet.html>)による。
- ★4 『パルコの宣伝戦略』【該当箇所指示】
- ★5 【『ビックリハウス』について】読者からの面白い投稿をもとに紙面を作ってゆくという『ビックリハウス』のノリは、ラジオの深夜放送のような一九七〇年代の若者のサブカルチャーに起源をもつと言えるだろう。『ぴあ』の場合、それに相当するコーナーとして、ページ欄外に読者からの投稿を載せる『はみだしYOUとPIA』があった。八〇年代の『ぴあ』の読者の多くは、現行の『ぴあ』にはもはや存在しないこの「はみだし」からまず『ぴあ』を読んだものである。

★6 八〇年代渋谷が引きずる七〇年代的なものについては、二〇〇四年九月三日に神田三省堂本店で行った北田暁大とのトークイベントでの対話に示唆をえている。

★7 【『テキストとしての都市』序文での前田愛の指摘について】

★8 通常は「情報化社会」と「消費社会」と別々に概念化されるものの連関に注目した「情報化／消費化社会」という言葉は、見田宗介『現代社会の理論』岩波新書、一九九六年によっている。

★9 このことは、私も含むかつての『シティロード』派にもまた当てはまることだったのだと言わねばならない。なぜなら『シティロード』派のアングラや反体制やB級への“こだわり”もまた、「情報としての都市」を享受するためにメディアを通じて与えられた了解や行為の枠組みであり、都市という場に対する認識とそこへと関わり方を指示する情報として機能していたからである。少なくとも一九六二年生まれの私にとって、一応はリアルタイムで東大紛争や浅間山荘事件をテレビで見、街頭のデモ隊を間近で見たこともあるから、その時代の「空気」をほんのわずかながら知っていることが、そうした「情報」をリアルに感じさせていたことは事実であるとしても、七〇年代的な反体制やアングラは基本的には「情報」や「イメージ」としてしか存在しなかった。そしてまたアングラ的なものや反体制的なものを標榜し、指向する当時の文化実践においても、アングラ的なものや反体制的なものは「文化表象」という情報として発信され、消費されていったのである。

★10 メディアにおける世界の表象をめぐる「未知／既知」のこうした反転の構図は、地図図というメディアにおいて典型的に見いだされる。この点については、若林幹夫『地図の想像力』講談社選書メチエ、一九九五年を参照。

★11 「東京人のOFF TIMEにCITY ROADは必要か」『シティロード』一九九一年三月号、一八四頁。なお、文末に（仲）と記された書き手はおそらく、当時この雑誌に編集に携わり、『ワイアード日本版』等を経て、現在は季刊『本とコンピュータ・ウェブサイト』編集長の仲俣暁生であろう。

★12 同。

★13 私の記憶では、「チェックしておく」「要チェック」といった表現が都市や大衆文化の流行に関して頻繁に語られるようになったのもこの時代である。この言葉には、流行

する事態に積極的にかかわるのではなく、それが流行であるから取り敢えず確認し、経験しておくという関係のあり方が示されている。

第8章 手のひらの上のホーム

——モバイル・メディアと社会のトポロジー——

電氣的・電子的な通信・放送メディアは社会から場所の感覚を喪失させるというしばしばなされる議論は、メディアが生み出す社会的な関係や場が人びとによってどのように生きられているのかという現実を、正確に反映していない。メディアは従来の場所性や距離の乗り越えを通じて、新たな場所性や距離感を社会の中に作り出す。現代のモバイル・メディアは、そうして作られる新たな〈社会の地形〉に人びとが接続してゆくためのホームのような“場所”として存在しているのである。

【1】場所の感覚の喪失？

電話やテレビ、ネットワークされたコンピュータのようなメディアは、場所の感覚を喪失させ、距離のない行為や関係の空間を作り出す。そのようなメディアが社会に受容され、それらを軸として社会的な諸関係が組織されてゆく時、社会の中から「距離」や「場所」をもつ空間が消えてゆく。そのように言われることがある。マクルーハン以来繰り返し言われてきたそのような理解は、そうしたメディアにすでに深く規定されているこの社会の実態に、本当に即したもののなのだろうか？

コミュニケーション・メディアは異なる場所の間関係を媒介することで、媒介する場所の間にそれ以前にあった距離や位置関係を変容させる。一般に多くのメディアは「より早く、より近く」という欲望のもとに生み出され、社会的に受容されていくから、メディアによる距離や位置関係の変容は、たいていは社会の中の時間的・空間的な隔たりのもつ社会的な意味を何らかの形で低減させる。情報の伝達というメディアの機能だけに着目すれば、確かにそこでは距離も、それによって生じるコミュニケーションのタイムラグも消失し、空間的な隔たりはその点に関しては無視できるものになる。けれども、だからといってそこで「場所の感覚が消失した」とまで言うのは言いすぎだろう。

たとえば、電話で言葉を交わす恋人たちについて考えてみよう。電話を通じて、肩を並べて歩くよりももしかしたら近く感じられる距離から聞こえる声を聴きながら、彼らの中から空間的な隔たりが消失してしまうだろうか？ もちろん、そんなことはない。そこでは声が、声だけが近くで聞こえることでむしろ、そこでは二人の空間的な隔たりがきわめ

て強く意識されることになるはずだ。そして、そうした隔たりが強く意識されればされるほど、その隔たりを乗り越える「声の空間」が、固有の重みや重要性をもつものとして浮かび上がってくる。ここにあるのは「距離の存在／距離の喪失」という二項対立ではない。ゲシュタルト心理学の言葉を借りるなら、「距離の存在」が行為や関係、了解のいわば“地”となり、つねに確保され続けていることで、部分的にはあれその距離を乗り越えた行為や関係の空間が、“図”として浮上してくるのである。

アメリカの作曲家ジャン・カルロ・メノッティのオペラ『電話』は、このことを凝縮した形で示している。遠方への長期出張を前に女友達の家で愛を告白するためにやって来た青年が、肝心な話を切り出そうとするたびに彼女にかかってくる電話に邪魔をされ、最後に自分も駅から電話をかけることで愛の告白を成功させるという、他愛もない物語。幕切れに二人は、物理的には離れた場所で、けれども受話器と電話の回線を通じてその距離を乗り越えた空間の中で、愛の二重唱を歌い上げる。それは、距離ある空間を地とすることで図として浮かび上がる、それを乗り越えた声の空間と、そこで成就した愛を寿ぐアリアである。メディアによる距離の乗り越えに意味があるのは、にもかかわらずそこに距離が厳然として存在しているからだ。

だがしかし、考えたいのはこの二つの空間性の図と地の関係についてだけではない。距離ある空間を地とし、それを乗り越えた空間が図として現れるとき、その図を可能にする装置と身体の周囲に現れるもう一つの場所性についても、ここでは考えたいのである。

たとえばメノッティの『電話』の場合、ベルが鳴り、女友達が受話器にしがみついて話し始めるとき、青年はもはや彼女に近づけない。それは、電話というメディアに声が届き、そこから声が送り出されるとき、その端末装置とそれで話す身体の周囲に、まわりの空間とは異なる質をもった不連続な場が立ち現れてしまうからだ。このことを図示すると、【図1】のようになる。

メディアが可能にする距離を乗り越える行為や関係の空間は、距離のある空間に行為や関係の特定の様相——電話の場合であれば声——のみを行き来させ、それによって部分的に距離の隔たりを乗り越える孔【ルビ：あな】を穿つ。そしてそのとき、その孔が存在することによってその近傍に、何の物理的障壁が存在しないにもかかわらず、その周りとは質的に異なる場が生み出されるのだ。とすれば、時に言われるようにメディアは場所の感覚を消失させるだけではない。一見すると場所の感覚を消失させるような、メディアに媒介された距離の乗り越えによって、そこに新たな場所が産出される。ここで考えてみたい

のは、そのような場所をも含んだ、メディアが社会に生み出す場所性についてである。

【2】多孔化する都市と社会

メノッティの『電話』では、長期出張に出かける青年は駅から、発車間際に公衆電話で電話をかける。ここでは一見迂遠に思われるかもしれないが、まずこの駅と鉄道、次いで自動車が開くトポスについて考えてみたい。

「交通メディア」である鉄道と自動車をここで取り上げるのは、テレビや電話、ネットワーク・コンピュータや携帯電話といった通信メディアについて考える際にしばしば見落とされがちな身体性や場所性が、交通メディアの場合にはより具体的に見えやすいことによっている。そもそも鉄道も自動車も、人やモノを運ぶ交通メディアであるだけでなく、手紙や出版物などの情報媒体を輸送、伝達する通信メディアでもある。19世紀のヨーロッパでは、鉄道の敷設とともに「国土の首都への縮小」や「時間と空間の抹殺」といったことが語られた*1。新幹線や航空路、インターネットに関する語りを彷彿とさせる、19世紀におけるこうした鉄道をめぐる言説は、鉄道が近・現代社会の「原トポス」とも言うべき場所性を生み出したメディアであることを示唆している。だが、そこで生み出されたトポスは時空の縮小や抹殺にとどまらない。

鉄道が引かれる時、そこには高速で移動する列車が走る線路という移動経路の空間と、それらが発着し、人やモノ、情報媒体が乗降・積み下ろしされる駅という空間がつけられる。誰でも歩行、乗り入れ可能な旧来の街道やそれを利用する飛脚、駄馬車等とは異なり、特定の会社が運行する列車だけが走る鉄道の線路や駅は、その周囲の空間から物理的にも社会的にも、相当程度切り離された場所としての性格をもつ*2。

だが、鉄道の空間を周囲から隔てるのは、線路という特定化された経路や、その上を走る箱型の車両の車体だけではない。それ以上に、列車が高速で移動していることによって、鉄道の空間はその周囲から隔てられる。移動する車上で乗客たちは、その外部の空間に直接接触することができず、外部の人々も走りすぎる列車を外側から見ることができるに過ぎない。あえて超えようするなら「飛び降り」や「轢死」といった「事故」に遭遇せざるをえないこの隔てられた時空を、乗客は車窓の外を移り行く景色を眺めたり、本を読んだり、吊り広告を眺めたりしてやり過ごす。鉄道列車は土地空間上に確かにありながら、移動によって固定した位置をもたず、また、その内部空間が周囲の空間から切り離されているという意味で、土地空間上の特定の位置に場を占めぬ場所——placeless place——なのだ*3。

鉄道というこの場を占めぬ場所は、周囲の空間からそこにアクセスするための「駅」という場所を生み出した。ある土地から他の土地へと人やモノや情報が旅立ち、また到着する「門」や「玄関口」としての特異な機能と、象徴的意味をもつ場所として、駅は組織されていった。それは都市や村にとっての異界や異郷への窓、異郷や未来へと向けて旅立つ門であり、歓迎や送別の儀礼の場であり、群集が群れ集い、彼らを対象とした集会やイベントが行われ、時に自然発生的な群集行動が沸き起こる祝祭的な空間でもある特異な質をもつ場所として、近代社会の中に場を占めていった* 4。それはある地域が他の地域とつながる場所という意味で敷居の空間であると同時に、移動の空間という「場を占めぬ場所」への出入り口であるという点でも異質な時空へと開かれた敷居の空間である。この特異なトポスは、移動の日常化と駅の機能性の追求等により、都市部を中心に次第にその象徴性を低下させていったとはいえ、今日においても決して無くなったわけではない* 5。

こうして鉄道というメディアは、「駅」という固定された文字通りの‘ステーション’や‘ターミナル’を経由することによってのみアクセス可能な、チューブのように閉じたルートやネットワークの空間を生み出し、そのステーション、ターミナルの周囲に特異な質をもつ空間を作り出していったのである。

では、同じ交通メディアでも自動車の場合はどうだろう。

鉄道と異なり自動車は、誰でも乗り入れ可能で、任意の方角や経路を自由に選択することができ、任意の場所で必要に応じて駐停車・乗降可能で、自動車専用道路でない限り歩行者や自転車とも共有し、それに面して住宅や商店、事務所や工場などが立つ、道路という開かれたルートを走行する。自動車の場合、長距離バスのような場合を除けば、鉄道のようなチューブと孔とその周囲の空間という場所性は、少なくとも目に見える物理的施設としては存在しない。だがしかしそのことは、自動車がその走行によって特異な場所性を生み出さないということではない。

鉄道と同じく自動車も、車体という物理的な壁と高速での移動によって、周囲の空間とは切り離された場を作り出す。鉄道の場合、駅を端末とし、線路を経路として周囲の空間とは異質のトポスが生み出されるのだが、自動車の場合はその走行によって個々の車体の内部、すなわち乗車している身体の周りにあの「場を占めぬ場所」を生み出す。そこには鉄道のような固定された経路はないが、その自由な走行によって、その都度そこにチューブ様の場が、個々の車とそれに乗車する身体に即して個別的に生み出されるのだ。ここには鉄道のような駅の空間は、長距離バスのターミナル等を除くと物理的には存在しない。

だがしかしその一方でそれは、特に車が私有される場合には各自の車庫や家、建物エントランス前や駐車場、任意の街路といった様々な場所が、駅と同等の「異界への窓」、「場を占めぬ場所への出入り口」たりうるということでもある。

鉄道と自動車という移動メディアが生み出す場所性を図示すると【図2】のようになるだろう*6。

注意して欲しいのだが、鉄道や自動車による「場を占めぬ場所」の産出において、それらが鉄とガラスのボディで堅牢に囲まれていることは副次的な要因にすぎない。仮にそれらが堅牢なボディを持っていなかったとしても、高速で走行することによって鉄道や自動車は周囲の空間から切り離された場を構成する。重要なのは物理的が作る壁ではなく、その高速の移動が生み出す隔りである。こうして鉄道や自動車は、近・現代の社会の中に、それ以前の社会に存在しなかった場所性、無数の孔とチューブ、そして駅のようなその孔の周囲の場を生み出していった。現代のとりわけ大都市は、そうした交通メディアが形作る孔とチューブの貫通する多孔的な社会空間である。地上、地下、高架にわたる鉄道網と高速道路網を織り込んだ東京の姿は、そうした現代都市のありかたを物理的な形として示しているといつてよい。それは、私たちの社会が作り出し、人びとに生きられる社会の場所論的な構造という意味で、私たちの〈社会の地形〉なのだ*7。

【3】モバイル・メディアのトポロジー

【1】で素描した電話が開く場所性は、【2】で見た鉄道の場所性と構造的には同型である。だが、交通メディアと違い通信・放送メディアは、情報を受け取る身体の物理的な移動を伴わない。交通メディアでは移動する身体が、高速で移動するメディアが作り出す「移動空間」の中に物理的に入り込むのだが、通信・放送メディアでは身体は移動しないまま、スピーカーやディスプレイを通じて現れる遠隔的な情報の場に、言葉の正確な意味で“ヴァーチャル”に、つまり情報として現れる仮像の中に現実的かつ実際的に入り込む。電話で話す人に周囲の人が容易に介入できないのは、話す人が物理的には「ここ」にありながら、社会的には「ここ」と「どこか」が会う、物理的な場所ではないという意味で「非-場所的な場所」に、ヴァーチャルに入り込んでしまっているからだ。

特定の場所に存在する他者の音声をリアルタイムで双方向的に伝える旧来型の固定電話は、その使用の形態とそこで伝達される情報の双方において、きわめてパーソナルなコミュニケーションのチューブを開き、それに接続する身体の近傍にその周囲とは異なる場を、

やはりパーソナルな形で作り出すメディアだった* 8。この個別性、個人性においては、電話の場所性は自動車の生み出す場所性にも似ている。だがしかし、今日の携帯電話のように特定の設置場所を離れ、さらにインターネットと結びつくことで文字情報や画像情報も送受信可能な、パーソナル・コミュニケーションだけでなくマス・コミュニケーションや、特定のグループのみがアクセス可能なコミュニケーションをも可能にする汎用媒体化してゆくと、そこに現れる場のあり方は一変する。

携帯電話に代表される現代のモバイル・メディアは、固定電話が可能にしたきわめて個別的【ルビ：パーソナル】で個人的【ルビ：インディビデュアル】なチューブとそれに繋がる孔を、持ち歩き可能【ルビ：トランスポータブル】にただけではない。それはマス媒体やグループ内でのコミュニケーションを、電話の声のようにリアルタイムで現れては消えてゆくものではなく、データの保存によって繰り返し再現可能な形で手元に呼び出し、必要に応じて随時、音声、文字、画像等の多様な形で接続・再生する可能性を持ち歩くことを可能にした。今日の携帯電話は、私と他者との個人的な関係も、私にとって有意義なマス・メディアや企業、組織、集団との関係も、私の好きなキャラクターやアーティストとの関係、私が好きなゲーム、私が利用・取引している金融機関との関係すらも、ポケットの中に持ち運び、ディスプレイ上でそれらを一覧し、必要に応じてそれらに随時接続することを可能にする道具、その人の社会的な諸関係のための回路【ルビ：チャンネル】を圧縮して持ち歩き、その on/off の制御を可能にする道具なのだ。携帯電話を使っていないときでも、ただそれを持ち歩くことによって、私の身体は常に「ここでないどこか」へとつながる孔の縁に立ち、それらへの接続可能性を持ち歩くことになる（【図3】）* 9。

この「ここでないどこか」は、時にはもはや地理的な意味での「遠隔地」ですらない。録音スタジオでミックスされた音楽や、アニメーションやCGで製作された映像は、地理的および時間的な「遠く」に存在している／いた音響や画像ではない。それらは地図に描けるような地理的な世界の中には、その部分的な構成要素はともかく、編集された全体としてはかつて一度も場を占めたことのない「無 - 場所的」な音響や画像である。この意味でこれらの情報は、場所や距離を乗り越えているというよりも、場所や距離という概念を超えてしまっており、そうした「乗り越え」を通じて「無 - 場所へと通じる場所」とでも言うべき場を生み出すのだ* 10。

この無 - 場所へと通じる場所は、かつて、ラジオやテレビといったマス・メディアによって家庭や街頭、公共空間に現れた。ラジオやテレビの番組はごく初期の生放送を除けば、

同時中継の場合でも何らかの編集操作の過程を経ている。これらのメディアは、その部分的な構成要素としては地理的な遠隔地や過去の音響・映像を織り込んだ無 - 場所的な音響や画像を不特定多数の人びとに共有される情報として送り届け、受信機や受像機が置かれた室内や街頭等を、大衆【ルビ：マス】によって共有されるこの無 - 場所という異界へと通じる駅のような場にしてしまう*11。それらが個室で個人によって視聴されるときでも、ラジオやテレビなどのマス・メディアは大衆的に開かれた情報の無 - 場所へと開かれた駅【ルビ：ステーション】であり、端末【ルビ：ターミナル】なのだ。とすると携帯電話は、大衆的な広がりな個人的な広がりまでの様々なレベルでの非 - 場所的な場所や無 - 場所的な場所へと通じる端末=駅であるということになるだろう。

今日の携帯電話にはほぼ標準装備されている小さな液晶ディスプレイは、携帯電話が接続する遠隔地へと繋がる非 - 場所的な場所や、編集操作された情報やイメージが構成する無 - 場所的な場所へと繋がる「窓」である。受話器という身体に密着する音声回路だけでつながる旧来型の電話の場合、孔の近傍の場は通話する身体のごく近傍に磁場のように現れるにすぎないし、通話が終わればその磁場は消えてしまう*12。だがディスプレイ付の携帯電話の場合、通話や送受信が終わってもそこに窓は開かれ続け、情報を呼び出すことができる。それは自分がつねに「ここでないどこか」に繋がる孔と経路をもっていること、手のひらの上にその経路に繋がる小さな場があることを明示的に指し示し、その存在をより実体的なものにする。

街角や電車の中で、携帯電話のディスプレイに始終目をやり操作する人びとの姿は、この手のひらの上の場所がいまや少なくない人びとの関係のベース、文字通り「ホーム」とも言うべきものになっていることを示している。鉄道や高速道路が、そしてまたテレビや電話が開く場所がそうであるように、モバイル・メディアの開く場所も、現代の都市や社会の不可欠な一部として〈社会の地形〉の中に場を占めているのである。

【4】手のひらから紡がれる世界

メノッティの『電話』の女性は、最後の二重唱で「私の番号を忘れないでね」と歌っていた。だが今、携帯を持った恋人たちは、相手の番号もメール・アドレスも覚える必要はない。実際に相手と通話しなくても、待ち受け画面や記憶させた画像、メールによっていつでも相手を——そしてそれ以外の様々な他者や集団や組織との繋がりを——ヴァーチャルに呼び出し、それらを制御することができる。そうしたトランスポータブルでコンビニエ

ントな場に「私の関係」を委ね、束ね、持ち歩くことで、私たちは現代の都市や社会を生活している。このとき、手のひらのディスプレイ上に“図”として浮かび上がる世界の像と、その背後に“地”として存在する世界、メディアに媒介された様々な場が複雑に絡み合う都市や社会との間の関係はどのように了解され、どのように生きられるのだろうか。

このホームを通じて人は多様な場や人びとと結んでゆくことができる一方で、特定の場や人びととの関係へと閉じてゆくこともできる。それはヴァーチャルな場所を含めて様々な場所や人びとへの道を開くこともできれば、接続されない様々な場所や人びとをその背景に沈み込ませもする。その実態は実証的な調査やデータの分析に譲らねばならないが、それが駅のような敷居の場所である以上、その端末をどのように開き／閉じるかにより、そこに現れる世界も私たち自身のあり方も変容する。そんな場所が今私たちの手のひらで、ぼんやりと光りながら新しい〈社会の地形〉を紡ぎ出しつつあるのである。

【注】

* 1 Schivelbusch, W., *Geshichte der Ensenbahnreise: Zur Industrialisierung vom Raum und Zeit in 19. Jahrhundert*, Hanser Verlag, 1977. = 加藤二郎訳『鉄道旅行の歴史——十九世紀における空間と時間の工業化』法政大学出版局、1982年、3章を参照。

* 2 もっともその歴史の初期には、道路を自動車が自由に走るのと同じように鉄道を活用することが考えられていた。Schivelbush の前掲書 2 章を参照。

* 3 エラリー・クイーン『Xの悲劇』に典型的に見られるようなミステリにおける鉄道、バスをはじめとする近代的な公共交通機関の扱いは、交通メディアが社会の中に生み出すこうした特異なトポスと関係している。

* 4 近・現代における駅のトポスについては、Schivelbusch の前掲書 11 章や、Richards, J. & MacKenzie, J. M., *The Railway Station: A Socia History*, Oxford University Press, 1988、田中 大介「都市と交通の近代——選前期の東京駅を通して——」『年報社会学論集』17号、関東社会学会、13-24 頁等を参照。

* 5 この点についても、田中の前掲論文を参照。

* 6 メディアと社会に関するこうした場所論的な理解は、内田隆三「都市のトポロジー序説」『現代思想』1982年7月号で提起されている。

* 7 〈社会の地形〉については、若林幹夫『都市の比較社会学——都市はなぜ都市であるのか』岩波書店、2000年を参照。

* 8 吉見俊哉・若林幹夫・水越伸『メディアとしての電話』弘文堂、1992年で指摘したように、1980年代まで電話を主題的に扱った社会学的研究がほとんど存在しなかったのは、電話というメディアのこうした個別性、個人性によっている。

* 9 最近の子供向けテレビ番組で、携帯電話やそれと類似のモバイル・メディアが変身や超能力の呼び出し、異界への接続のメディアとして利用されることが多いのは、このことと関連している。かつての「魔法の鏡」や「コンパクト」の進化した形がここにある。

* 10 祭壇や寺院、教会、宗教画、書物や新聞などのプリント・メディアもまた、電氣的・電子的なメディアとは異なる形で無 - 場所への回路を開くメディアである。

* 11 メディア史的にはここで、レコードや映画について論じられねばならないだろう。

* 12 とはいえ、電話が現在より非日常的で、床の間の座布団の上に鎮座していた時代には、この装置が外部への孔であることが感知されていたと考えるべきだろう。