

# 東京・青山におけるブティック集積地域

岩 動 志乃夫

## The Boutique Area in Aoyama, Tokyo

Shinobu ISURUGI

### 1. はじめに

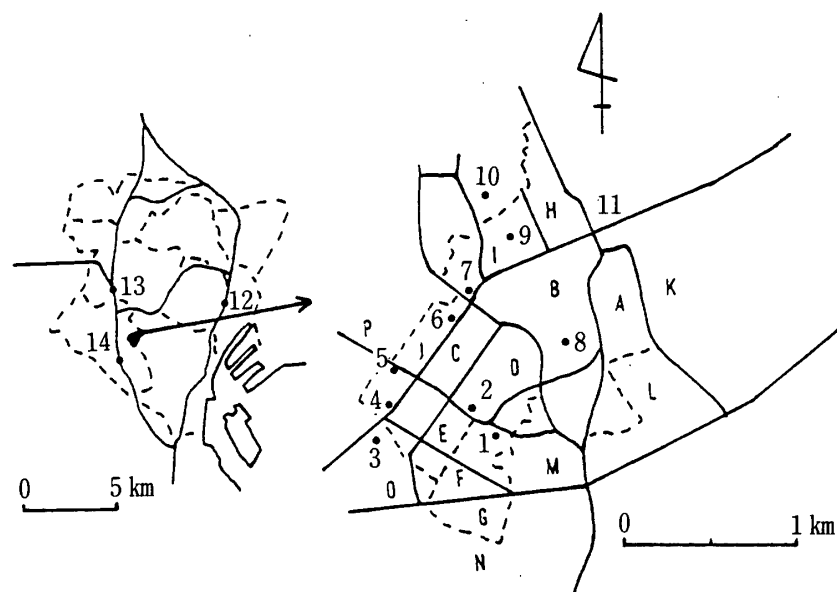
1990年を迎えた今日、わが国は世界で最も豊かな国の一つと数えられるに至っている<sup>1)</sup>。国際化、情報化、ファッション化等を時代背景としてわが国躍進の軌跡は、新しい地域現象を確実に展開させている。特に都市機能の大都市への集中には拍車がかかり、とりわけ東京一極集中は目をみはるものがある<sup>2)</sup>。たとえばより有利な立地を求めて国外金融機関は、丸の内、大手町周辺に集中している<sup>3)</sup>。最近のこの傾向は、東京が世界の金融センターに成長しつつあることを示す一つの指標となろう。一方、業務地域に隣接して都心部には新しい商業専門地域が出現している。青山、原宿はファッション専門ゾーン、六本木は飲食専門ゾーンとしてそれぞれ時代の最先端という使命を担い、現在最も注目を浴びる地域となっている<sup>4)</sup>。これらの地域は従来の単なる商業地域とは異なり、いずれも全国へ向けて情報を発信する機能を有している。港区青山地区はファッション最先端ゾーンとして高次元のブティックが多数集積する地域に形成されつつある。そこで本稿では、大都市都心部に出現している新しい商業地を解明するため青山地区を対象にしてブティック集積地域の考察を試みるものとする。

### 2. 従来の研究と本研究の目的

都市は、規模が大きくなり拡大するにつれて都市機能の集中、分散活動を活発化する。すなわち Colby (1933) が指摘するように都市と周辺地域間において諸機能が求心的運動と遠心的運動の過程を通じて地域分化していくのである。さらに Berry (1969) は、米国の大都市において郊外へ良質の住民が移転するのにもない、従来都心部に立地していた中枢管理機能までもが郊外地域に移転する例を報告している。わが国の大都市について鈴木 (1989) は、人口、製造業、小売業の順に都市中心部から郊外へ分散が認められると指摘している。小売業に関して津川 (1982) は、郊外商業地の成長にともなう都心地区の相対的低下を指摘し、藤井 (1983)、川口 (1985) らは郊外商業地の中心性向上ににともなう商業核化と都心部の質的向上変化を指摘している。筆者も首都圏郊外地域における商業核化の例として町田市を取り上げその成長過程と若干の要因分析を行った。

一方、服部 (1976) の銀座の研究に代表されるようにわが国の大都市は、郊外商業地域発展と

共に都心部においても高級化、専門化することによりその地位をますます向上させている。さらに都心部および隣接地域には主として東京オリンピック以降、新しい商業専門地域が出現しているが、田中（1988）は青山を、松沢（1985）は神宮前（原宿）をファッション専門地域であると論じている。大谷（1984）は六本木に関して主として経営学の立場で研究し、先端的ビジネス法を紹介している。これらはいずれも最先端の感覚を有する新しい商業専門地域であり既に従来の商店街の概念でとらえるには困難である<sup>5)</sup>。多数のアパレルメーカーの集積に着目した吉本（1987）は産業論から青山、原宿を取り上げ同地域の特性について論じている。さらに浦（1985）は、都市観光の視点から青山・原宿をとらえ首都圏を中心に全国の若者が来訪する都市観光地であると指摘している。しかし都市構造からみた大都市の都心部に形成される新しい都心商業地についての研究例は極めて少ない。それは最先端地域であるがゆえ秘匿性が高く調査が極めて困難なことがあげられよう。本研究では対象地域を港区・青山地区に設定し、同地区の商業地の特性と若干の要因分析を行うことを目的とする(第1図)。なお最先端の商業地を分析するにあたりブティック<sup>6)</sup>を指標にして研究を進める。ブティックはファッション性がたいへん高い衣料品専門店であり、筆者の過去の研究例からも既に明らかのように新しい商業地域に多数の集積が認められる<sup>7)</sup>。特に研究対象地域の青山地区は多数のブティックが集積していることからブティック集積地域の考察を中心に進める。



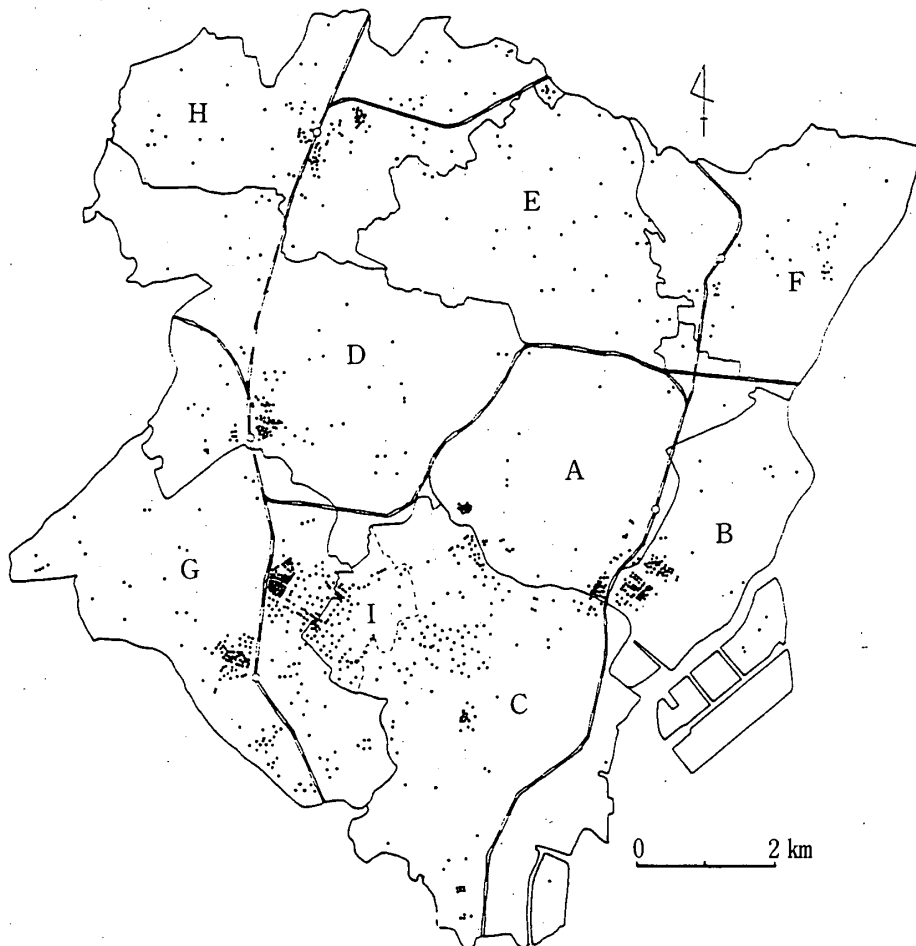
- A. 南青山一丁目 B. 南青山二丁目 C. 南青山三丁目 D. 南青山四丁目  
 E. 南青山五丁目 F. 南青山六丁目 G. 南青山七丁目 H. 北青山一丁目  
 I. 北青山二丁目 J. 北青山三丁目 K. 赤坂 L. 六本木 M. 西麻布 N. 広尾  
 O. 渋谷 P. 神宮前  
 1. 根津美術館 2. 青南小学校 3. 青山学院大学 4. 紀伊国屋 5. ハナエ・モリビル  
 6. 東急ストア 7. 青山ベルcommons 8. 青山墓地 9. 秩父宮ラグビー場  
 10. 神宮球場 11. 青山通り 12. 東京駅 13. 新宿駅 14. 渋谷駅

第1図 港区青山の研究対象地域

### 3. 東京中心部におけるブティック集積地域

#### (1) 東京中心部におけるブティックの立地

東京の主な商業集積地において小売年間販売額が多い商業地はどこであろうか。小売業年間販売額の多い順に主な商業集積地をあげると都心の銀座・日本橋（99.7兆円）を筆頭に新宿（70.4兆円）、池袋（53.1兆円）、渋谷（36.4兆円）、上野・御徒町（17.8兆円）の副都心群が次いでいる（第1表）<sup>8)</sup>。電気街の秋葉原、有楽町、神田・駿河台、浅草といったほぼ都心およびそれに隣接して位置する商業集積地や蒲田、二子玉川園、大森といった副都心以下の大都市内部に位置する商業集積地が続いている。次に衣料品店数をみるとやはり銀座・日本橋（314）や副都心である新宿（316）、渋谷（262）などに多いが、最も多いのは原宿（341）である。蒲田、自由が丘、中野、大森、青山、下北沢等でも75店以上と割合衣料品店が多い商業集積地といえよう。一般に小売年間販売額の多い商業集積地で衣料品店数も当然多くなるが、秋葉原や神田・駿河台のように販売



A. 千代田区 B. 中央区 C. 港区 D. 新宿区 E. 文京区  
F. 台東区 G. 渋谷区 H. 豊島区 I. 青山

第2図 東京中心部におけるブティックの分布

資料：『NTTタウンページ東京都区内版』（1988）より作成

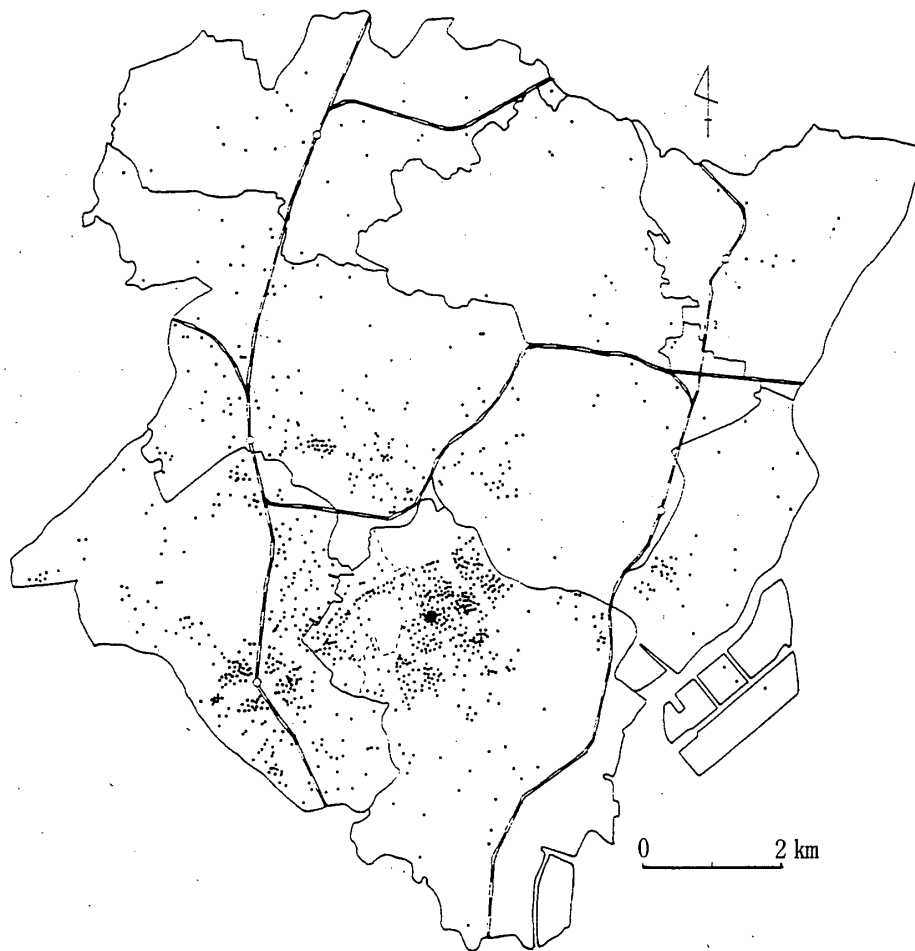
第1表 東京の主な商業集積地における小売年間販売額と衣料品店数（1985年）

商業集積地名	販売額(百億円)	衣料品店数	商業集積地名	販売額(百億円)	衣料品店数
1. 銀座・日本橋	9969.7	314	35. 門前仲町	177.7	15
2. 新宿	7042.6	316	36. 亀有	172.5	37
3. 池袋	5305.8	195	37. 成増	162.5	14
4. 渋谷	3640.6	262	38. 経堂	157.6	36
5. 秋葉原	2137.1	3	39. 大塚	152.2	37
6. 上野・御徒町	1776.4	100	40. 上板橋	151.2	19
7. 蒲田	928.7	197	41. 学芸大前	148.8	49
8. 二子玉川園	742.2	71	42. 十条	148.4	55
9. 有楽町	675.5	24	43. 新橋	143.6	22
10. 神田・駿河台	560.5	30	44. 砂町銀座	130.6	28
11. 大塚	539.5	76	45. 東武練馬	128.1	31
12. 原宿	517.3	341	46. 西荻窪	124.6	12
13. 自由が丘	472.7	128	47. 四谷	123.4	31
14. 浅草	445.1	65	48. 都立大前	120.5	21
15. 中野	446.8	108	49. 大塚	116.9	21
16. 赤羽	423.7	58	50. 麻布十番	116.6	12
17. 青山	396.5	75	51. 西武練馬	113.0	14
18. 荻窪	387.7	69	52. 高田馬場	111.2	14
19. 錦糸町	353.3	41	53. 千歳烏山	106.8	20
20. 五反田	349.0	22	54. 恵比寿	102.7	14
21. 北千住	309.6	29	55. 東十条	99.1	33
22. 大泉学園	307.8	39	56. 戸越銀座	94.1	22
23. 亀戸	282.3	50	57. 平井	92.7	22
24. 小岩	256.6	53	58. 巣鴨	90.3	28
25. 六本木	254.9	64	59. 白山	89.1	11
26. 阿佐ヶ谷	248.4	53	60. 中板橋	88.1	22
27. 竹の塚	246.2	26	61. 町屋	81.9	19
28. 新小岩	244.8	45	62. 野方	69.9	18
29. 三軒茶屋	239.6	46	63. 根津	61.6	10
30. 武蔵小山	238.8	67	64. 三輪	47.2	26
31. 金町	231.9	26			
32. 赤坂	208.1	54			
33. 目黒	198.5	33			
34. 下北沢	188.7	94			

『東京の商業集積地域』（1985）より作成

額の多い割に衣料品が極端に少ない商業集積地や反対に販売額の割に衣料品店数の多い原宿、自由が丘のような商業集積地も存在する。いずれにせよ蒲田、自由が丘、中野を除くと都心およびその隣接地域、副都心に衣料品店は多いといえよう。ただしここでは統計上の都合により衣料品店の中にブティックのような極めて高いファッション性に富む店舗から総合衣料品店やテーラーのように仕立てを兼ねる店舗までが含まれるため必ずしも目的とするブティック集積地域を的確にあらわしているとはいえない。

そこで東京中心部に範囲を設定して<sup>9)</sup>ブティックの集積状況をみるとかつて大都市圏の郊外地域がまだ未発達であった頃は、都心にあらゆる機能を依存していた。したがってその頃から首都圏においても商業機能は、銀座に集中しており、それを示すようにブティックの銀座への集積度は高い(第2図)。それを取り囲むようにほぼ同心円状に新宿、渋谷、池袋など商業集積度の高い副都心群がやはりブティックの集積度においても高い傾向にある。さらに近年のブティック立地の動向は、銀座から赤坂、六本木、青山、原宿、渋谷にかけての南西方向へその集積を著しく高めていることが注目される。ブティックはファッション化時代を迎えた現代をあらわす施設の一つと考えられるが、ファッション性に優れ近年の商業地の立地変動を的確にあらわす傾向を有し



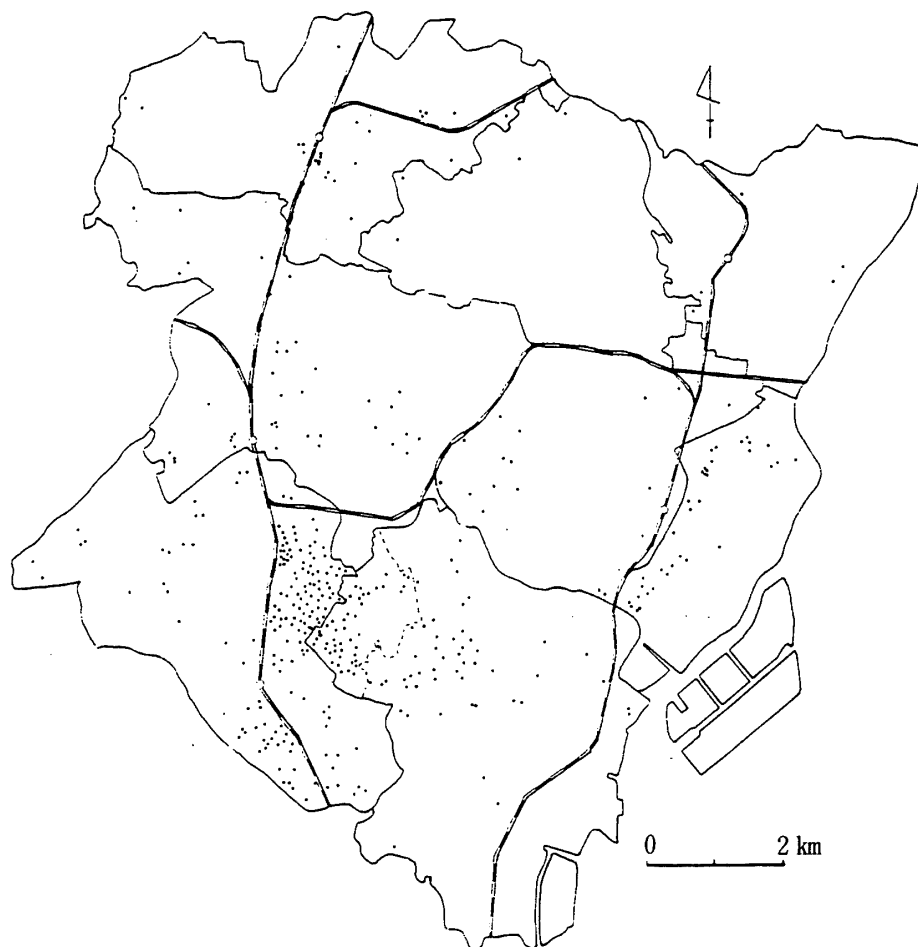
第3図 東京中心部における芸能プロダクションの分布

資料：『芸能手帳 芸能界紳士録』(1988)より作成

ている。単に従来の販売額から規定した都心、副都心、副々都心といったような中心地からのみ商業集積地を説明するには少々困難をとまなうようである。都心商業地である銀座から青山、原宿、渋谷さらに下北沢、自由が丘へ至るセクターヘアファッション最先端地である東京のブティック集積地はその度合を強化させつつあるのである。

## (2) 青山周辺の産業特性と環境

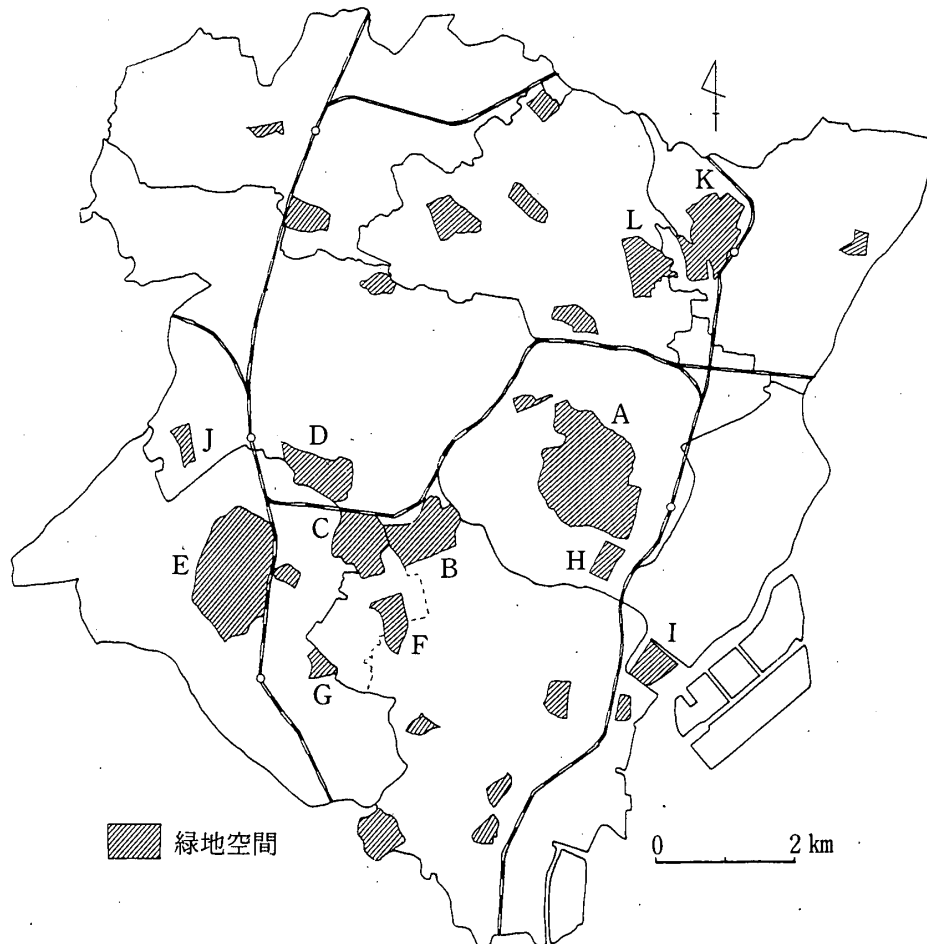
次に東京中心部の新しい商業地が主として南西方向へ伸びているのに関連産業との関わりあいを的確にするため同地域のいくつかの産業特性を考察する。小野(1987)によると赤坂、青山、六本木等はクリエイティブゾーンであるとされ、東京中心部の中でも情報生産が活発な知的創造活動に関する産業構造をなしている点に特性を有しているとしている。そこで日々創作され全国へ発信される代表的産業を数例取り上げて考察してみる。まず芸能情報は、メディアを通じて大衆へ与える影響は大きく、特にファッション文化面にきわめて大きな影響を及ぼすものと考えられる。そこで芸能プロダクション事務所の分布をみると港区北部特に赤坂、六本木、青山、渋谷付近に集中している(第3図)。社会風俗に少なからず影響を及ぼすと考えられる芸能活動の中心



第4図 東京中心部におけるデザイナー事務所の分布

資料：『ファッションビジネス電話帳』(1986)より作成

は都心から青山、渋谷へ至るセクターであり、これら周辺地域にはさらに芸能プロダクションに関連する諸産業（放送局、スタジオ、出版社、プロモデル事務所、ヘアメイクアーティスト事務所等）が混在して立地している。いくなれば芸能業界、放送業界、広告業界、出版業界、ファッション業界等が複雑に混在して一つの有機体を形成しているのである。次にファッション創造の中心的存在であるデザイナー事務所の分布に関してであるが、やはり青山、原宿、千駄ヶ谷を中心として広がっている（第4図）。したがってわが国のファッションに関する創造の中心地は同地域であることが理解できよう。これらの産業は、全国的にみてそのほとんどが東京に集中しており、さらに中心部の港区、渋谷区に多数の集積をみるのである。また吉本（1987）は、青山、原宿、千駄ヶ谷を中心とする地域にアパレルを扱うマンションメーカーが多数立地集積している点を指摘しているが、元来東京において大手メーカーを中心としてアパレル関係メーカーは、中央区日本橋付近に多数の集積がみられた。しかしファッション情報が流通構造よりも重要視されるようになると1970年代中ごろから青山、原宿方面への新規立地が活発化するようになる。さらに多数の集積は日本橋付近からのメーカーの転移を促進させるようになるのである。そしてこれら



- A. 皇居 B. 赤坂御所 C. 神宮外苑 D. 新宿御苑 E. 明治神宮 F. 青山墓地  
 G. 青山学院大学 H. 日比谷公園 I. 浜離宮庭園 J. 新宿中央公園 K. 上野公園  
 L. 東京大学

第5図 東京中心部における主な緑地空間

資料：『東京23区全図』（1989）より作成

アパレルメーカーの多数の集積はファッション産業関係者の重要な活動の場となり、流通の末端である小売機能を有するブティックも多数集積するようになった。これらの地域ではサービス業が著しく特化しているが、このような多種の情報関連、ファッション産業が多数立地している点に特性を有している。

ブティックは、従来の衣料品小売店とはその立地特性を大きく相違するとされる。その要因として環境良好な地域を求めて立地・展開するという点をあげることができよう。そこで東京中心部の緑地空間をみると皇居を最大の緑地として北部は上野公園、南西部は新宿御苑、神宮外苑、明治神宮、青山墓地等に大都市内部では比較的大規模な緑地空間を見いだすことができよう（第5図）。都市の緑地空間は、災害時にその都市の避難場所となる他に住民、来街者の憩いの場になるという性格を有している。それは喧騒とした都市の中に緑、落ち着き、静けさをかもしだし、潤いを与えるという役割を果たす。消費者に感性の共鳴を与えることによって経営をしている先端的で次元の高いブティックは、この環境良好な緑地空間を付近に有している青山、原宿周辺に多数立地するようになったのである<sup>10)</sup>。以上のようにブティックは、大都市内部の比較的緑地空間の多い環境良好な地域へ、さらに産業構成もファッション情報に関連の深い情報生産の活発な青山、赤坂、六本木等の銀座から南西方向に伸びる地域に多数集積し、機能するようになったのである。

#### 4. 青山におけるブティック集積地域の形成

##### (1) 戦後におけるわが国ファッション史と青山形成史

大都市にブティック集積地を中心とする新しい商業地が形成されつつあることは既に明かであるが、この背景には、わが国の経済成長にともなうGNPの向上、個人所得の増大、円高による世界的な円の地位向上等経済的要因がいくつかあげられよう。さらにこれらにともなういくつかの関連する要因があげられる。たとえばわが国のファッション界が単なるヨーロッパの模倣の期間をへてファッション創造期に入ったことや個人所得向上による消費者の価値観の変化さらには個人の欲求をほぼ完全に満たすための次元の高い消費行動などブティック立地を支える要因は多岐にわたる。そこでここでは主としてわが国ファッション界の動向を簡単にふり返りながら青山形成史について考察する。

終戦直後の1940年代後半は、国の復興にすべてをささげた時代であるのでまだファッション界の動きはそれほどないものの洋裁学校が徐々に開校されていった。その代表的存在とされる文化服装学院は1946年8月に再開されている（第2表）。またファッション誌の前身ともいえる服飾雑誌である『装苑』（1947年）、『ドレスメーカー』（1949年）が相次いで復刊、創刊され服飾文化への関心が徐々に高まってくる。1948年3月にはNDC（日本デザイナー・クラブ）が誕生し、わが国の流行を創る機関として君臨するようになる。しかしこの時期は終戦直後の復興期であり、一般大衆にまで広くファッションが浸透するには至らずあくまでわが国ファッションが動きだしたはしりであった。

戦後ファッション史の中でわが国ファッション界に最も大きな衝撃を与えたのは1953年11月24日に来日したパリ・モード界第一線で活躍中のクリスチャン・ディオールによるファッションシ



第2表 戦後における青山の発展段階と主なわが国ファッション史

年代	青山の発展史	主なわが国ファッション史
1940年	根津美術館開設	
1945年		終戦 国民服, モンペ
1946年		文化服装学院再開
1947年		『装苑』復刊
1949年		『ドレスメーカー』創刊
1951年		森英恵が新宿に「ひよしや」を開店
1952年	東京ボウリングセンター開設	
1953年	紀ノ国屋開店 (わが国初のスーパーマーケット)	クリスチャン・ディオールが来日しファッションショーを開催
1955年	VAN 開店 (わが国初のファッションメーカー)	ディオールの A ライン, Y ラインが流行
1956年		太陽族ブーム
1960年		中村乃武夫がパリで日本人初のファッションショーを開催
1962年	青山会館開設	
1963年	都電青山一丁目～三宅坂間廃止 東急ストア (スーパー) 開店	
1964年	青山通りの拡張完成 大丸ピーコック青山店開店 テイジンメンズショップ開店	アイビー・ルックが流行
1965年		森英恵がニューヨークで初のファッションショーを開催
1966年		ピエール・カルダンの紳士服が流行
1967年	ニコル (ブティック) 開店	ツイッギー来日
1968年	ブティック・ジュンコ (コシノジュンコ) 開店	
1970年		ビギ (DC ブランドメーカー) 開設
1971年	古美術名店街開設	三宅一生, 高田賢三, 山本寛斎がそれぞれ海外でファッションショーを開催
1972年	青山ビル開店 青山ダイヤモンドホール開店	マダム花井 (DC ブランドメーカー・花井幸子) 開設 ワイズ (DC ブランドメーカー・山本耀司) 開設
1973年		コムデ・ギャルソン (DC ブランドメーカー) 開設
1974年		TD-6 (東京デザイナーズグループ) 発足
1975年	花の館 (花の専門店) 開店 フロムファースト (ファッションビル) 開店	
1976年	青山ベルコモンズ (婦人服専門店鈴屋経営のファッションビル) 開店	森英恵がパリ・オートクチュール (わが国初) へ進出
1977年	青山ラミア (ファッションビル) 開店	『クロワッサン』『モア』『ポパイ』創刊
1978年	ブルックスブラザーズ (ニューヨークのメンズショップ) 開店 地下鉄半蔵門線開通 VAN 倒産 新青山ビル開店 ハナエ・モリビル (森英恵経営のファッションビル)	山本寛斎が TD-6 を脱会
1979年	ヨックモック (洋菓子店) 赤坂より移転 青山サンクレスト (ファッションビル) 開店 ポートハウス (ブティック) 開店	

年代	青山の発展史	主なわが国ファッション史
1980年	ブティック・ジュンコがアンティーク通りへ 移転 シーアイプラザ開店	竹の子族ブーム 東京コレクション発足
1982年	ホテル・プレジデント青山開設	
1983年	青山商店会連合会設立	
1984年	ハーゲンダッツ青山店開店	
1985年		東京ファッションデザイナー協議会発足
1986年	第1回ワールド'86青山祭開催	

街のファッション化

浦(1985)を参考に聞き取り調査を加え加筆修正して作成

ショーが東京で開催されたことである。このショー以後、わが国ファッション界はパリ・モード体制へと大きく旋回していく。当時は海外先端地のファッションをただ模倣することがわが国のファッションであった。同じ頃青山では東京ボウリングセンター、紀ノ国屋(スーパー)、VAN(ファッションメーカー)が次々に開設され、新規施設が立地しはじめた時期である。これらの施設はいずれもわが国初のものであり同地区の先端性を垣間見ることができよう。1950年代前半の青山は、日常生活向上の時期であった。

1960年に中村乃武夫がパリのシャンゼリゼ通りのアンバサダー・ホールで日本人初の個人ショーを開催したのを皮切りに、5年後森英恵がニューヨークでショーを開催するなどわが国のデザイナーが海外に進出していくようになる。ファッション先端地での日本人によるショーの実施はまさに画期的なことであった。この頃の青山は、都電の廃止(1963年)、東京オリンピック開催へむけて青山通りの拡張(1964年)が実施された。都市開発を通して街の整備・充実が図られた時期である。

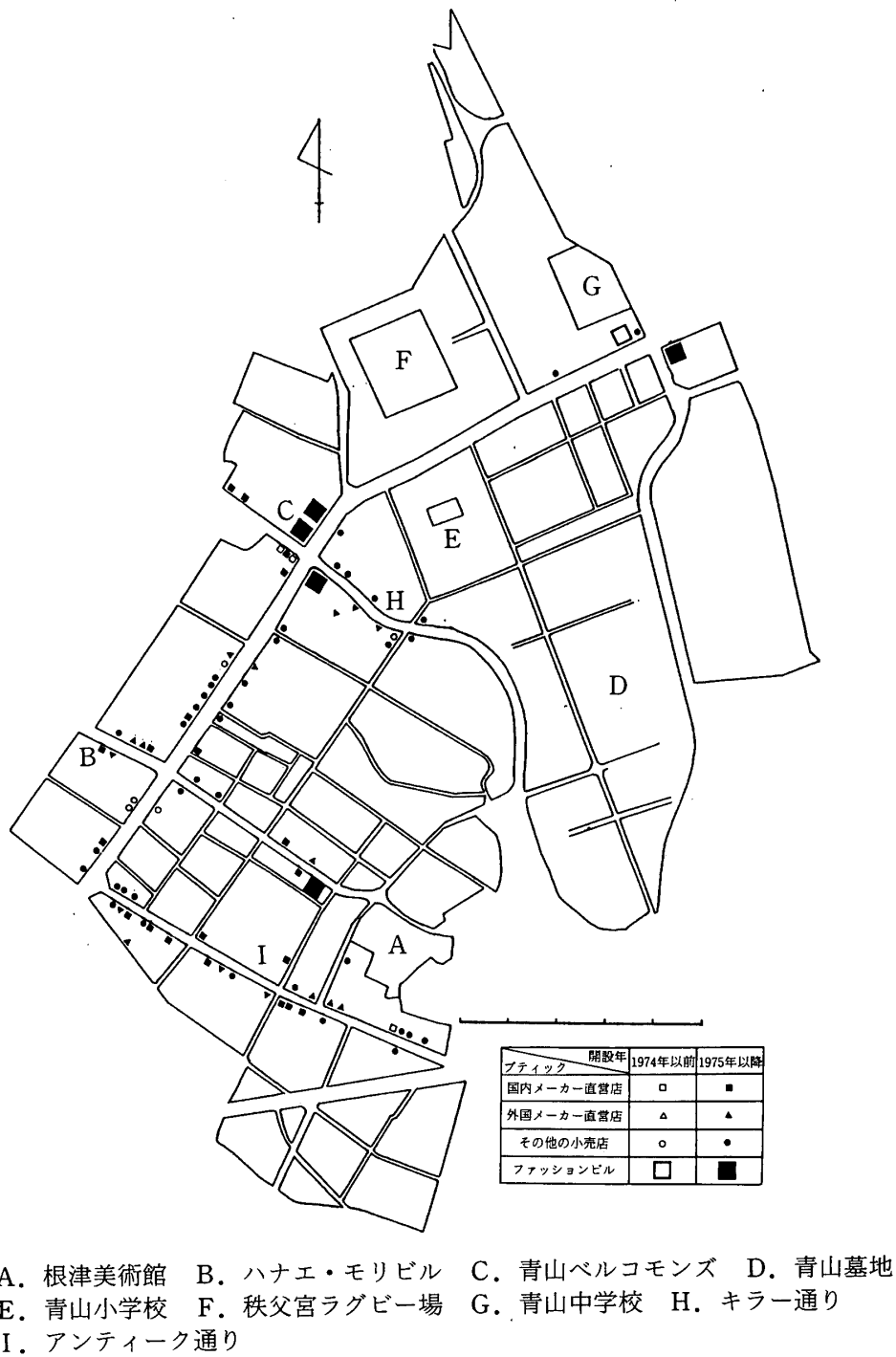
1960年代後半になると松田光弘がブティック・ニコル(1967年)、コシノジュンコがブティック・ジュンコ(1968年)をそれぞれ青山に開店させており衣のファッション化の幕開けを迎えた。当時の商業界では百貨店の勢力が強く当然百貨店との取引を望むわけであるが彼らにはファッションは個性の主張であり単なる一商品としての衣服ではないというポリシーがあった。すなわちデザイナーの個性をファッション性の追及にあてる点に特性を有していた。そこで百貨店側に完全買取りシステムで取引を望んだが受け入れられず、ましてテナント料の高い新宿、渋谷のような繁華街に出店するだけの資金力も保有していなかった。しかし都心に位置し、当時それほどテナント料も高くなく彼らのファッション追求にふさわしい環境良好で静寂な場所であった青山周辺がファッション活動に最適地として必然的に選択されたようである<sup>10)</sup>。

1971年三宅一生、高田賢三、山本寛斎といった中村乃武夫や森英恵に続く世代の日本人デザイナーがパリ、ロンドンといったファッション先端地でショーを開催しそれぞれ成功をおさめる。そして日本人デザイナーの成長を確実に物語るかのごとく1974年にTD-6(東京デザイナーズグループ)が結成された。これはわが国ファッションが海外先端地のファッションを単に模倣する時代から自ら創造する時代へ移行しつつあることを示すものである。その後メンバーの変更があったものの1980年には東京コレクション発足に結び付いている。なお1970年代前半は、わが国

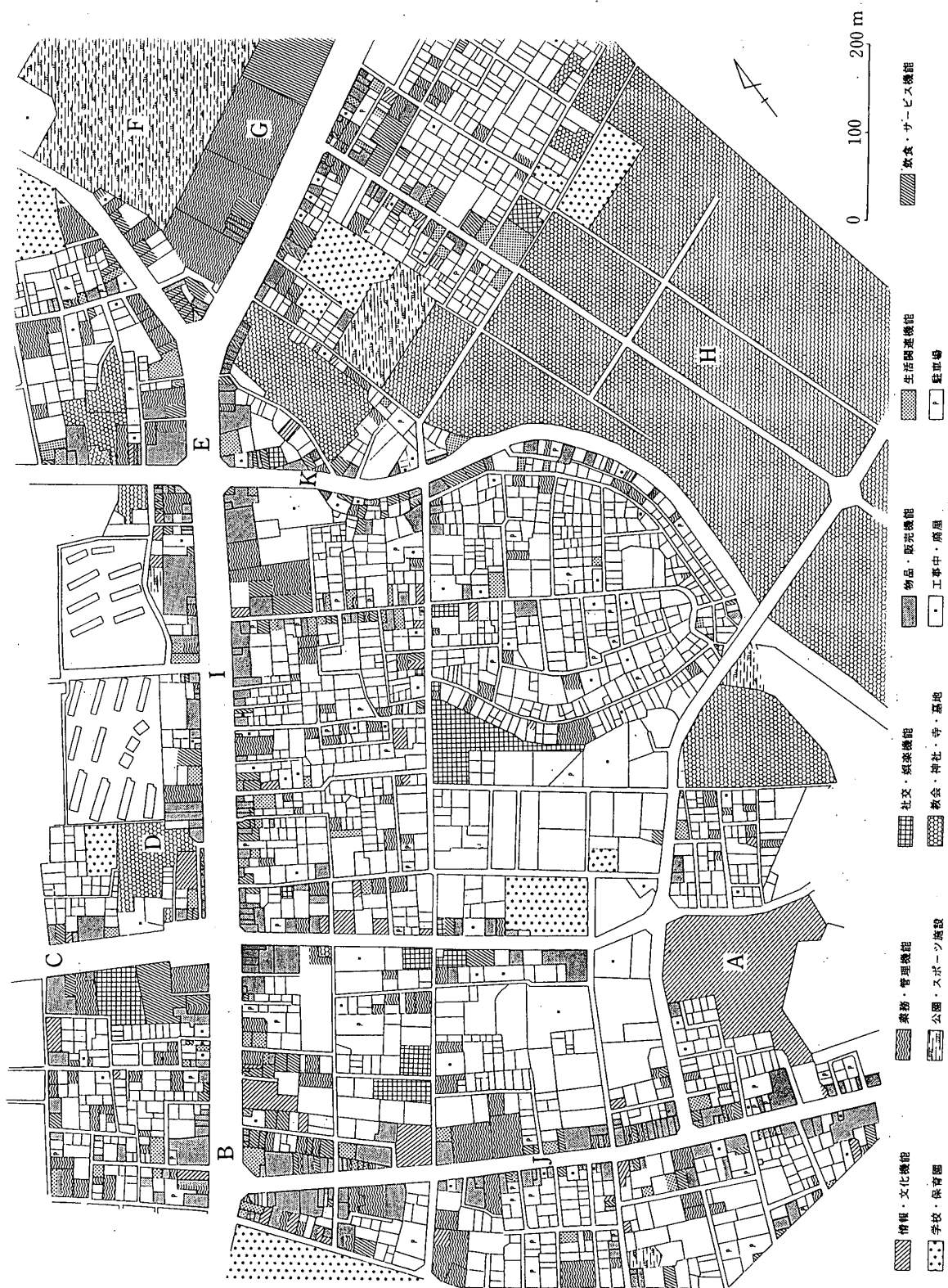
デザイナーの成長を的確に示すがごとくビギ、ワイズといったDCブランド（デザイナー・キャラクターズブランド）と称されるブランドを売りものにするメーカーが多数出現するようになったのである。当然青山にも徐々に各メーカーの直営店が出現するようになるが特に1970年代の後半は、青山ベルコモンズ（1976年）、青山ラミア（1977年）といったファッションビルが多数設立され衣のファッション化の充実が図られた。1978年ニューヨークに本社機能を有するブルックスブラザーズが青山通りに直営店を出店させたのを期に衣のファッション化の国際化時代を迎える。同年、わが国ファッション界の第一人者である森英恵経営のファッションビルが北青山3丁目に設立（1978年）されたり、さらに衣に加え食の充実をも図る段階に至る。1980年以降は青山商店会連合会の設立（1983年）や第一回ワールド祭の開催に至るなど青山全体が街のファッション化という段階を迎えているのである。

## (2) ブティック集積地域の形成

オイルショック後、1970年代後半から人々の価値観が「量から質へ」と移行する中、高品質で長期使用可能な商品へのニーズが要求され質的に良いもの、すなわち専門化された売り場や商品に対する消費者の欲求が高まってきた。したがってこの頃から消費者は購買欲求を満足させるため商品購入可能な小売店を求めて行動するようになったのである。すなわち商店街というメインルートに必ずしも面していなくても業種によっては小売経営が可能になってくる。特に時代の先端をリードする形で展開のみられる青山では衣料品小売に関してはその専門店であるブティックが急増するようになる。ブティックは商品収容量や集客力では大型店にかなわないものの、小規模経営の利点を生かし商品構成や質、レイアウト等で個性あふれる経営展開が可能である。青山のブティックは、1974年以前は一個人の小売店として経営しているものが5店、国内メーカー直営店が3店であった。そのほとんどが主として青山通りに沿って立地する傾向にあった（第6図）。1967年初めて青山にブティックが出店された経緯については記述したが、集積地域としてこの数が増加し始めるのは1975年以降である<sup>7)</sup>。当初はやはり青山通りが立地の中心であったが、青山通りのビジネス街化、それに伴う地価の高騰等によりキラート通りや表参道から根津美術館へ至る通り、さらにはアンティーク通りへとその立地範囲が拡大している。経営形態も単なる一個人の小売店に加え国内メーカー直営店の増加が著しい。コムデギャルソン、イッセイ・ミヤケ、ケンゾーといったファッション最先端のデザイナーズブランドを扱う直営店がしかも独立した個店として立地している点に青山の特性がある。この頃はフロムファースト（1975年）、青山ベルコモンズ、青山ラ・ミア（1976年）といったファッションビルが次々に開設された時期でもありこれら大型店の集客力増強による影響も多数のブティック増加の要因となっている。しかしそれ以外にも常に時代を先取りする同地区の性格に加え、神宮外苑、美術館、墓地等が有する緑、閑静といった良好な都市環境、周辺が高級住宅街であることによる彼ら住民文化への対応、無数の大小アパレルメーカー群の増加に伴うブティックの増加等によって次第に面的広がりをみせるようになったのである。特に1980年代前半にキラート通りからアンティーク通りへ移転してきたコシノジュンコ直営店はその後の同通りのブティック増加へ拍車をかける一要因となった。外国メーカー直営店が初めて進出して以来（1978年）青山にも近年外国メーカー直営店がアンティーク通りを中心として増加する傾向にある。これは同地区がいかにグレードの高いブティック地域へとその次



第6図 青山におけるブティックの形成分布  
 資料：聞き取り調査（1988）により作成



A. 根津美術館 B. 紀ノ国屋 C. ハナエ・モリビル D. 善光寺 E. 青山ベルコモンズ  
 F. 秩父宮ラグビー場 G. 伊藤忠商事 H. 青山墓地 I. 青山通り J. アンティーク通り K. キラー通り

第7図 青山の中心機能

資料：現地調査（1988.4～5月）により作成

元を高めつつあるかをあらわす一つの指標となろう。

青山南部の機能をみると近年青山通りは、大手企業を中心とする業務・管理機能の卓越が赤坂寄りを中心として際立ってきている。また周辺への業務・管理機能の拡大も少々みられるがこれはそのほとんどがマンションに入居しているアパレルメーカーを中心とする企画・管理に関する機能である。それに対して物品・販売機能は、アンティーク通りをはじめ周辺にも拡大している(第7図)。これは何もブティックに限ったことではないが時代の先端をリードする小売店が増加する傾向にある<sup>11)</sup>。ブティック、アクセサリー店、生花店、靴店等先端的ファッションを追求する小売店や骨董店のように高次元文化を展開させる小売店の立地に青山の特性がよくあらわれているのである。

## 5. おわりに

一極集中による東京の急激な拡大は、様々な変容をもたらしているが、わが国のファッション文化の向上により港区青山にブティック集積地域が出現している。ブティック集積地の立地要因は以下の通りである。

1. わが国の経済成長に伴うGNPの増大、国際的地位の向上、個人所得の向上とそれに伴う価値観の変化等時代性と社会環境の変化があげられよう。2. わが国デザイナーの成長によりわが国独自の文化を巧みに生かしつつ欧米のファッション模倣期をへて自らファッションを創造可能にしたこと。3. 単なる巨大都市から国際都市へと東京が成長し、様々なファッション関連諸産業が青山の周辺地域に存在したこと。4. 巨大都市都心部に位置しファッション産業が青山、原宿を中心に集積したこと。また銀座、新宿、渋谷といった大商業地に囲まれてその立地条件を優位に展開できたこと。5. 緑地空間を中心として大都市内部の環境にはきわめて恵まれており感性、静寂、落ち着きといったファッション性演出の舞台として非常に恵まれた環境にあったこと。このことは世界的な第一人者となったデザイナー活躍の場になり、その後の集積はさらに集積の利を導く結果になった。6. 青山周辺を中心に高級住宅地であったことや首都圏は大消費地であると同時に高感度人間が多数存在し、彼らの求める最先端のファッションを常に追求できたことなどが重要であろう。

わが国の巨大都市は、都心部が質的向上・高級化によって、郊外地域が量的拡散といった局面でそれぞれ展開している点に特性を有する。中心商業地である銀座が有する機能であったファッションに関してそれが専門化して展開するようになった一つが青山であり、都心に最先端のファッションを先取りさせて出現しているブティック集積地域なのである。なお青山商業地の巨大資本との関わりや原宿との特質の相違性等については今後の課題としたい。

## 付 記

本稿を作成するにあたり懇切な御助言をいただいた立正大学服部銈二郎教授に御礼申し上げます。

## 注および参考文献

- 1) 1989年10月2日発表の海部俊樹首相所信表明演説によると日本人のあり方というテーマの中で「…今やわが国は世界から最も豊かな国と見られるまでになりました。…」と説明されている。
- 2) 小島慶三(1988):羽ばたけ東京フェニックス. 東京人'88・5, 6月号, p25の中で「かつて京都, 大阪とともに三極で日本経済を支えた大都市連帯は, あまりにも急激な東京の膨張, これと対象的な関西経済圏の地盤沈下によっていまや東京一本柱となろうとしている。」と説明され現代東京の一極集中のすさまじさを物語っている。
- 3) わが国の経済大国化によって東京は国際都市として急浮上し, 金融, 情報面でニューヨーク, ロンドンと肩を並べるまでに成長した。高橋(1989)によると最近の外国銀行の東京集中は急増しつつあるが, 丸の内を中心とした都心に集中するものと都心外縁のインテリジェントビルに集中する2つのタイプが指摘されている。
- 4) 服部(1985)によると六本木は食事・レジャー, 原宿・青山はヤングファッションに卓越した単一専門店街であると指摘している。
- 5) 服部銚二郎・杉村暢二(1974)によると商店街は個々の商店が集合した一つの組織体として研究される傾向にあった。しかしその後の時代の進展, 交通体系の変化, 社会変容, 人々の価値観の変化等を背景として必ずしも商店街に立地しなくても経営可能な小売店が急増している。
- 6) 本稿でいうブティックとは, 主としてアパレルを扱っている小売店である。
- 7) ブティック地域の形成に関しても都市階層によってその形態や形成時期に相違がみられる。筆者の調査によれば県域中心都市(盛岡市の場合)は1980年以降, 地方小都市(水沢市の場合)は1985年前後からブティックの急激な増加が顕著になる。国家中心都市であり情報発信機能を有する最高次元の東京・青山は1975年以降からブティック数に急激な増加が認められ時期的に最も初期の段階に位置づけられよう。
- 8) 通商産業省による商業統計調査(1985)を基に東京都が独自集計を実施した『東京の商業集積地域』に記載されている商業地を取り上げた。
- 9) 本稿でいう東京中心部とは都心3区とされる千代田, 中央, 港の3区に加え隣接する新宿, 文京, 台東, 渋谷, 豊島の計8区をいう。
- 10) 聞き取り調査による。
- 11) 筆者の調査によれば青山地区のマンションの一階には住宅地に増加傾向にあるコンビニエンスストアが一店しか認められず, 小売店の多くがブティックを中心とするファッション関係の小売店であった。

高橋信夫(1989):東京における国際金融都市化の進展. 人文地理学研究, XIII, pp.73-94.

服部銚二郎(1985):川の手, 山の手, 海の手 — 日本の近代化を東京に読む —. 立正大学文学部研究紀要, 1, p23.

Colby, C. C(1933): Centrifugal and Centripetal Forces in Urban Geography. A.A.A.G, 23, pp.1-20.

Berry, J, L(1969): Ribbon Developments In The Urban Business Pattern. A.A.A.G, 49-2, pp.145-155.

鈴木厚志(1989):札幌市における人口・産業別従業者の空間的分散過程. 日本地理学会予稿集, 35, pp.2-3.

津川康雄(1982):京阪神大都市圏内部における構造変容 — 人口および小売業を例として —. 人文地理, 34-1, pp.1-20.

藤井 正(1983):京阪神大都市圏における小売商業機能の立地変動 — 大都市圏の構造変化の一局面 —. 人文地理, 35-3, pp.210-232.

川口太郎(1985):東京通勤圏における小売業の空間構造. 地理学評論, 58-11, pp.744-753.

- 岩動志乃夫(1988)：近郊都市・町田市における小売商業機能の立地変動。立正大学大学院年報, 5, pp.67-84.
- 服部銈二郎(1976)：銀座, そしてギンザナイゼーション。都市問題, 67-5, pp.2-30.
- 田中 宏(1988)：青山・原宿 時代の先端を軽やかに疾走するニューウェーブ。WILL, 5, pp.55-58.
- 松沢光雄(1985)：原宿繁華街の構造。地理, 25-11, pp.97-102.
- 大谷 毅(1984)：『六本木ビジネス』 日本経済新聞社, 218p.
- 吉本 勇(1987)：東京におけるアパレル産業地域について。就実女子大学一般教育研究年報, 6, pp.1-20.
- 浦 達雄(1985)：ファッションタウン形成の過程を探る — 渋谷・原宿・青山を例として —。流通とシステム, 45, pp.99-108.
- 小野純一郎(1987)：現代都市文化産業にみる情報生産に関する考察 — 女性歌手を通して捉えたレコード音楽産業の事例 —。地域研究, 28-2, pp.17-32.
- 林 邦雄(1987)：『戦後ファッション盛衰史』 源流社, 294p.
- 椎塚 武(1987)：『アパレル産業DCデラント新時代』 ビジネス社, 197p.
- 岩動志乃夫(1988)：盛岡市と水沢市におけるブティックの立地・展開。いわて地域科学, 2, pp.21-30.

(1989年9月30日受理)