

地図による社会表象の断片化と再構築 : 地域社会 における マップ の想像力の可能性

著者	松岡 慧祐
発行年	2012-09-20
学位授与機関	関西大学
学位授与番号	34416甲第457号
URL	http://doi.org/10.32286/00000178

We conduct many of these
We conduct many of these
We conduct many of these

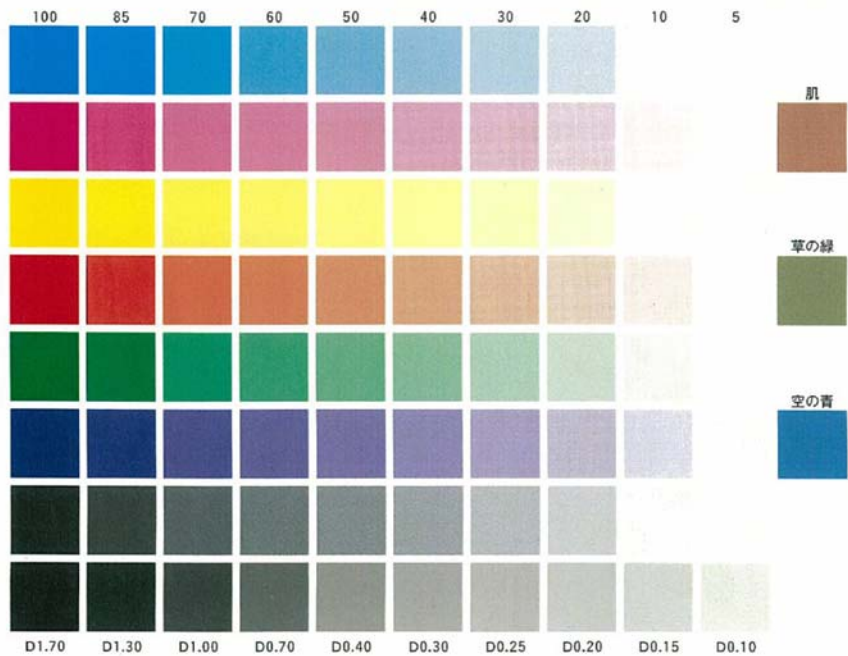


We conduct many of these
We conduct many of these
We conduct many of these

博士論文

地図による社会表象の断片化と再構築

——地域社会における〈マップ〉の想像力の可能性——



関西大学大学院 社会学研究科

社会学専攻 博士課程後期課程

07D5001 松岡 慧祐

2012年2月

目次

はじめに	1	3.3 〈マップ〉の出現と増加	68
第1章 地図の社会性	5	3.3.1 〈マップ〉の起源	68
1.1 地図と言語	5	3.3.2 〈マップ〉の一般化	72
1.2 個人表象/社会的表象としての認知地図	7	3.4 地域メディアとしての〈マップ〉	75
1.3 地理学/地図学における地図論——社会による地図の構築	10	第4章 ニュータウンにおける〈地図〉と〈マップ〉	79
1.4 社会学における地図論——地図による社会の構築	14	4.1 流動化・表象化する地域社会	79
1.5 表象としての地図——共有性・全体性・権力性	18	4.2 地域を構造化する〈地図〉——千里ニュータウン	81
1.6 問題と目的	20	4.2.1 ニュータウンの開発計画と地図	81
第2章 消費化・情報化社会における地図の変容——社会表象の断片化	23	4.2.2 理想都市の表象	84
2.1 地図の社会的布置の歴史	23	4.2.3 新住民のための地図	86
2.1.1 前近代——エリート・権力者の地図	23	4.2.4 〈地図〉としてのニュータウン	92
2.1.2 近世——地図の印刷と普及	25	4.3 地域を演出する〈マップ〉——彩都	95
2.1.3 近代——イデオロギーの表象	28	4.3.1 テーマパーク化する住宅地の地図	95
2.1.4 統制と超越のメディア	30	4.3.2 ライフスタイルの表象	97
2.2 地図の大衆化・精密化	31	4.3.3 生活空間の〈マップ〉	103
2.3 マス・ツーリズムと観光ガイドマップ	33	第5章 地域社会における〈マップ〉づくり——オルタナティブ・マッピング	107
2.4 都市情報誌とガイドマップ	38	5.1 まちづくりとマップづくり	107
2.5 消費と移動のマニュアル	43	5.1.1 〈マップ〉のテーマ	107
2.6 地図のデジタル化	48	5.1.2 草の根の〈マップ〉づくり	114
2.7 社会表象の断片化・流動化	51	5.2 地域アイデンティティの表象	119
第3章 〈地図〉から〈マップ〉へ	57	5.2.1 オルタナティブ・ツーリズムと〈マップ〉	119
3.1 複雑性の縮減	57	5.2.2 集合的記憶の〈マップ〉	125
3.2 〈地図〉と〈マップ〉	61	5.2.3 〈地図〉への地名のマッピング	133
3.2.1 〈地図〉	61	5.3 都市のニューコミュニティと〈マップ〉	137
3.2.2 〈マップ〉	64	5.3.1 無名エリアの〈マップ〉	137
		5.3.2 商業空間における共同のマップづくり	145

5.3.3 古書店マップづくりの実践.....	152
5.4 地域問題と〈マップ〉.....	157
5.4.1 危険の〈マップ〉.....	157
5.4.2 問題解決型装置としての〈マップ〉.....	161
第6章 社会表象の再構築.....	167
6.1 地図のローカル化.....	167
6.2 社会的実践としてのマッピング.....	172
6.3 〈マップ〉の想像力.....	180
引用・参考文献.....	190

はじめに

本稿が対象とするのは、ほかでもなく「地図」である。それは、これまで地理学・地図学の分野でほぼ独占的に研究されてきたテーマであるが、社会学ではいかなる文脈で考察の俎上にのせることができ、そこにいかなる意義があるのだろうか。

今日、人文・社会科学諸分野において、文化や社会のあり方を読み解こうとするさいに、事物の実体や客観的な現実ではなく、その「表象 (representation)」のあり方に着目する研究が多く見られるようになってきている。たとえば、セクシュアリティやエスニシティの研究においては、「ジェンダー」や「人種」というカテゴリー自体が一種の表象とみなされ、その構成にいかなる権力関係が作用し、社会的な秩序や現実が再生産されているかが分析される。

また、歴史研究においては、「記憶」をテーマとし、絵画や記念碑、儀式といった表象をとおして、それが「集合的記憶」(Halbwachs 1950=1989)として社会的に構築されていく実践やプロセスを分析するような研究が盛んにおこなわれている。

そして、M.フーコー (1966=1974)をはじめ、W.J.オング (1982=1991)、J.クレーリー (1990=1997)、J.アーリー (1990=1995)らの議論に見られるように、近代は「視覚」専制の時代であり、表象もさまざまなメディアをとおして「視覚化」されている。竹沢泰子は、そうした「視覚表象」の第一の特性として、「公共空間においてきわめて広範囲にわたり不特定多数の人々によって共有されること」(竹沢 2009: 9)を挙げ、「印刷物からインターネットへの技術のさらなる発展に伴い、その反復再生産力は幾何学的に増大している」(竹沢 2009: 9)と述べている。そうした視覚表象には、古い歴史をもつ絵画のような芸術文化から、現代のマンガやアニメのようなサブカルチャーにいたるまで、さまざまな文化現象が含まれ、その構造や歴史をめぐって諸分野で研究がおこなわれてきた¹。しかし、「表象」という概念自体はあまりにも広範な対象に濫用され、やや曖昧なマジックワードと化している印象は否めない。

本稿の対象である地図も、まさにそうした視覚表象、あるいは視覚メディアとして捉えることが可能であるが、むしろ地図こそ、もっとも普遍的かつ典型的な視覚表象 (メディア)であるといっても過言ではない。その正確な起源は定かでないものの、地図の歴史は、絵画はおろか文字の歴史よりも古い(織田 1974: 14)とされており、先史時代の無文字社会においても、人びとは身のまわりの環境を地図に描きおこしていたことが明らかになっ

¹ たとえばオングは、15世紀以降の印刷技術の発展によって、「思考と表現の世界でながく続いていた聴覚の優位は、視覚の優位にとってかわられることになった」(Ong 1982=1991: 249)ことを指摘している。

² 1990年代前半には、美術史やメディア史などを中心に「視覚文化論」と呼ばれる分野が台頭し、絵画、写真、映画などを対象に、近代における視覚の専制をめぐる批判的検討や、視覚性の構築主義的検討が展開されてきた(生井 2006)。

ている³。そして、いまや地図を必要としない社会はほとんどなく、教育の分野にくわえて、日常生活においても、非日常的な娯楽・観光の分野においても、地図はきわめて身近なメディアとして人びとに寄り添い、空間的な認識や行動の基盤を支えている。その身近さゆえに、多くの人にとって口ごろはとりたてて意識されることのないものでもあるが、地図はそのようにして社会に広く深く浸透し、さまざまな領域に配置されることで、人びとの認識や社会のあり方を構造的に規定する力をもっているであろうことは、それほど想像に難くないはずである。

あとで詳しく述べるように、地理学・地図学の分野では、地図を文化や権力の表象として、その政治的コンテキストを考察するような研究が、これまで欧米を中心に展開されてきた。しかしながら、上記のようなさまざまな表象研究に比べて、典型的な表象・メディアであるはずの地図を主題とした文化研究の蓄積はけっして十分とはいえない。それは、地図の社会的影響のポテンシャルからすれば、いさか不自然にすら感じられる。

では、地図は一体何をあらわす「表象」なのだろうか。本稿で着目するのは、それが単に「空間」の表象であるだけでなく、「社会」の表象でもありうるということである。『社会』とは何か？という問題は、これまで名だたる社会学者たちがさまざまな説明をこころみてきた社会学の基本命題ともいえるが⁴、それでも「社会」はきわめて特異な「抽象的全体」であり、直接目で見ることでも手で触ることもできない「不在の対象」(厚東 1991: 62)であることにはかわりはない。それゆえ、その認識には何らかの表象や想像力の介入が必要とされるが、いかなる表象をもってしても、その完全なる認識を獲得することは不可能だろう。

しかし、本論で詳しく述べるように、地図ほど「社会」を認識するのに有用で、なおかつ身近な媒体はないのではないか。また、地図ほど「社会」と強く結びついた表象はないのではないか。したがって、地図は地理学だけでなく、社会的見地からのアプローチが必要な対象なのではないか。こうした問題意識を出発点として、本稿では地図の社会的分析を試みることとする。

そして、以上の記述からも明らかなように、本研究は基本的に地図を 1 つの文化・メディアとみなして、その社会的文脈を分析する文化研究のなかに位置づけられるが、同時に都市・地域研究の視座も必要に応じて取り入れていく。これまで人文地理学や都市社会学・地域社会学などの分野において、地図は対象地域の分析に不可欠な「道具」であった。た

³ 紀元前の 2000～1500 年頃に北イタリアのカモニカ渓谷の岩壁に彫られたと推定される集落図が現存しているように、先史時代には、当然、紙もペンも存在しなかったため、人びとは岩や地面、植物など身の回りにある道具を用いて地図を描いていた。また、太平洋のマーシャル諸島の原住民たちは、太平洋の存在がヨーロッパ人に知られる以前から、棒を植物の繊維で結んで風向きや波の形を表し、小石や貝殻を括りつけて島の位置関係を示す「スティック・チャート」と呼ばれる海図を作っていたという。

⁴ 2011 年の第 84 回日本社会学学会大会では、若手企画テーマ部会で『社会』とはそもそも何なのか？、シンポジウムでは「〈社会的なもの〉を社会学はいかに思考するか」というテーマが掲げられるなど、近年は社会学者のあいだで「社会」という概念を再考しようとする動きがみられる。

たとえば、都市社会学では、社会調査の 1 つの試みとして「社会地図」というものが作成されている。1920 年代～30 年代にかけて R.E.パークや E.W.バージェスらに率いられ、黄金時代を迎えたシカゴ学派では、都市の物理的パターンを窺いし、空間構造と社会構造の相関性を証明するために、貧困、家族解体、少年非行などに関するデータが収集され、それらの分布が地図化されていった。そして、それは「データを空間的に呈示する記述的手法として、また、空間を手がかりに社会現象を相互に関係づける分析手段として、盛んに用いられた」(松本 1999: 64) ⁵。

しかし、そうした分野では、地図はあくまで分析の手段であり、それ自体が考察の対象や主題として問題化されることは基本的になかった。ただ、今日の社会において、「都市」や「地域社会」はさまざまなかたちで地図に表象されており、人びとの認識や経験の枠組みもそれにもとづいて形成されている部分が多い。したがって、地図はそのような都市や地域社会の構造に多大な影響を与えているはずであり、こうした身近な社会と地図の関係を焦点化するような研究の展開があつてしかるべきだろう。

また、現代において地図は「観光」という現象とも密接に結びついたメディアとして社会に普及している。近年、観光学ならびに観光社会学の台頭は著しく、とりわけ「地域社会」や「まちづくり」という観点から観光にアプローチしようとする研究が盛んである。さらにそのなかでも、観光を観光客や地域住民、観光業者、そして情報メディアによって編み上げられるテキストとみなす視座が重要な問題領域を形成しつつある。しかしながら、ここでも地図という表象・メディアに着目し、それが観光地のイメージをどのように再構成しているかといった問題を具体的に検討するような研究はほとんど見られないのが現状である。

このように、地図は多岐にわたる領域・問題と関連づけることができるという意味でも、本来は守備範囲の広い社会学に適したテーマなのである。そこで、本稿では「文化」や「メディア」の問題にくわえて、人間が実際に活動する場としての「地域社会」(さらには都市や観光)の問題とも絡めて、複眼的な視点から地図という表象・メディアの社会性について考察していくことにより、現在の社会を読み解くための「地図の社会学」の地平を開くことをめざす。

本稿の大まかな内容と構成は以下のとおりである。

まず第 1 章では、言語学・心理学・地理学・地図学といった諸分野の関連研究を参照しながら、まず地図という存在の社会性を明らかにしていく。さらに、社会学者の若林幹夫らによる先行研究をふまえて、地図と社会の基本的な関係や、「社会表象」としての地図の捉え方を示したうえで、本稿における具体的な問題と目的を設定する。

次に、第 2 章では、地図の歴史を概観しながら、それぞれの時代・社会において、地図というメディアがどのように位置づけられ、社会の統制や人びとの世界認識と関わってきたかを考察する。そして、とくに地理学・地図学でもこれまで研究が手薄であった地図

⁵ 日本では、都市社会学者の倉沢進が 1970 年代以降の東京圏の社会地図を作成している(倉沢 1986; 倉沢・浅川 2004)。

の現代史にアプローチし、戦後の日本社会では、情報化・消費化にともなう、社会表象としての地図が断片化・流動化にむかい、近代的な地図のあり方を変容させていることを指摘する。

これを受けて、第3章では、地図が断片的なものになっていく一方で、新たな社会表象として「再構築」されていく可能性を検討していくために、その前提として、〈地図〉と〈マップ〉という概念を区別して提示する。そのうえで、現代では多様な〈マップ〉が次々とつくりだされ、とりわけ「地域メディア」として地域社会における空間の複雑性を新たな方法で縮減し、その空間的秩序を再構成しつつあることを示唆する。

そして、第4章では、なぜ人びとが居住する地域社会で新しく地図がつくられる必要があるのかを問題化し、その一因を地理的流動性の増大や地域社会の形骸化に見いだす。そして、地図によって生活空間の「イメージ」がつくりだされる原初的な形態として郊外のニュータウン・新興住宅地を取り上げ、そこで〈地図〉や〈マップ〉が、地域性の欠如した生活空間をどのように表象し、意味づけているかを分析する。

続いて、第5章では、地域社会におけるまちづくりと結びついたマップづくり（オルタナティブ・マッピング）の動向を整理したうえで、大阪府下の諸地域におけるさまざまな事例を取り上げ、それらの実践の内実を明らかにしていく。それによって、〈マップ〉そのものが何をどのように表象しているかという問題にくわえて、それが、なぜ、どのような文脈・プロセスで作成・活用され、メディアとして機能し、地域社会にどのような影響をもたらしているのかという問題について論述する。

そして、結論部にあたる第6章では、まず第5章の議論をふまえて、〈マップ〉という表現、あるいはマッピングという行為・活動に見いだされる問題と可能性について再検討する。そして、既存の〈地図〉が近代的な単一性・均質性を志向してきたのに対して、〈マップ〉なるものが再構築する「社会表象」と、それによって生みだされる想像力とはどのようなものなのかを明らかにする。

第1章 地図の社会性

1.1 地図と言語

本稿における具体的な問題と目的を提示するまえに、まずはイントロダクションとして、「地図」そのものの基本的な性格と、その社会的な理解の方法を整理して示しておきたい。

地図学用語辞典によれば、地図は「地表の形状を一定の約束に従って一定の面上に図形等で表示した画像」であり、「一定の約束としては地図図式（地図投影・記号・縮尺等の定めを含む）があり、一定の面としては面の形状（平面・曲面）と面の材質（紙・金属・その他）の区別がある」と定義されている（日本国際地図学会 1998: 211）⁶。また、アメリカの地図学における権威である A.H.ロビンソンらは、地図を定義する一般的制約として、次の3つの条件を挙げている（Robinson et al 1978=1984: 4）。

- (1) 「縮尺」によって距離・方向・面積などがある秩序をもって示される。
- (2) 通常は平面上に描かれる。
- (3) ある程度一般化された地理的事象から選択したものしか表せない⁷。

そのうえでロビンソンらは、地図の「伝達システム」としての側面を強調し、空間的關係は言葉や数によって表現することもできるが、人に伝達するためには、視覚的に図化した方が、はるかに効果的であるということを指摘する（Robinson et al 1978=1984: 1-3）。すなわち、地図は社会におけるコミュニケーションの体系の一部として捉えることができる。そこで、まずは地図という表現の属性を、社会におけるコミュニケーション形式の基本要素である「言語」との類比的関係に着目して考えてみたい。

地理学者の小林茂は、地図と言語の基本的な異質性を認めつつも、「地図はコミュニケーション手段としての言語に依存しているのみならず、言語そのもののありかたにふかく規定されること」（小林 1979: 21）を指摘している。すなわち、地図におけるさまざまな記号が、それぞれ何を示しているかは、基本的に言語によってなされるのであり、「主として言語による定義にしたがって、はじめて地図は理解可能なものになる」（小林 1979: 20）というのである。

では、地図と言語の基本的な類似性は、どのような点に見いだされるであろうか。言語学者の S.I.ハヤカワ（1949=1985）は、一般意味論の創始者 A.コジブスキーによる比喩を引用して、記号を律する第一の原則を次のように示している（Hayakawa 1949=1985: 30）。

記号は物そのものではない。The symbol is not the thing symbolized.

⁶ この定義にしたがえば、曲面に描かれる地球儀も地図にふくまれることになる。

⁷ この作用を地図学では「総合指示」の略語として「総括 generalization」と呼ぶことがある。それは、地図の縮尺上の制限や利用目的からみた必要度に応じて、細かいものや密集したものなどを簡略化して表現する技法である（金窪 1988: 3）。

コトバは物ではない。 The word is not the thing.

地図は現地そのものではない。 The map is not the territory it stands for.

これは、コトバを通してやりとりされる「言語的世界 (verbal world)」と、自身の経験で直接的に知り得る「外在的世界 (extensional world)」との関係が、「地図」とそれが代表する「現地」との関係に似ているということの意味したものである (Hayakawa 1949=1985: 30-32)。すなわち、地図も言語も、われわれが直接的に経験する世界そのものとは別に、その外在的世界の出来事を「報告 (reports)」(Hayakawa 1949=1985: 31) する観念的な世界として作りだされるのである。

よって、ひとまず地図とは、いわば「空間の言語」のようなものであるとの見立てが可能となる。地図は言語に支えられ、そして、まるで言語のようにして、空間に「意味」を与えるのである。

このような考えは、W.リップマンの「擬似環境」の概念とも通底している。リップマンによれば、あまりに大きく複雑で移ろいやすいために直接把握することができない「現実環境」に対して、それをより単純なモデルにもとづいて再構成したものが「擬似環境」であり、人間は現実環境よりも擬似環境が生みだすイメージにしたがって行動を決定しているという (Lippmann 1922=1963)。これにしたがって、地図も1つの「擬似環境」とみなすことには、何ら議論の余地はないであろう。

では、このように「現実=現地」そのものではなく、それを再構成した言語の世界として生みだされる地図とはどのようなものなのか。ひきつづき、言語学の理論を参照して考えていきたい。

構造主義言語学の始祖である F.ソシュールは、言語記号の第一の原理として「恣意性」を挙げている (Saussure 1949=1972)。これは、たとえば動物の「犬」というシニフィエに対して、「イヌ inu」という音素列 (シニフィアン) を当てなければならぬ理由はどこにもなく、それは恣意的に決められているにすぎないというものである。そして、ソシュールは、そうした言語上の体系・構造が、概念や認識の区別 (意味) を作りだすのであって、その逆ではないという原理を提唱する。すなわち、言語は、不定形な思考と音声とを同時に画定し、明確な形を与え、それによって世界を切り取るのである (町田 2003: 104)。

そして、こうした言語の恣意性は、言語の「社会性」に帰結する (加賀野 2004: 109)。恣意的につくりだされた言語の体系が、社会を構成する人びとのあいだで通用するには、その体系がルールとして共有されていなければならない。言語記号のあり方は恣意的に変わる可能性があるが、それは「社会」という枠組みのなかで規定され、変えられるのである。

こうした記号の恣意性・社会性は、まさに記号の集積である「地図」にもあてはめることができる。地図がどのように描かれ、そこに示される記号群が何を意味しているかは、基本的にその社会によって恣意的に決められ、規約化されているからである。そして、地図が描かれると、それ自体が1つの規約となり、世界の概念や人びとの認識をつくりだし

ていくのである。この点にこそ、言語と地図のアナロジーを検討することの重要な意義がある。

また、ソシュールと同時期に独自の記号論を展開した C.S.パースは、記号を「類似記号 (icon)」「指標記号 (index)」「象徴記号 (symbol)」に分類したことで知られている (Peirce 1986)。類似記号とは対象と実際に似ているもの (肖像画、模型など)、指標記号とは対象と事実的に連結し、その対象から実際に影響を受けるもの (風見鶏、指示語など)、そして象徴記号とは対象と直接関係がなく、恣意的・慣習的に規定されるもの (モールス信号、国旗など) を指している。これにしたがえば、地図は実際の空間のありさまを模倣し、対象と構造的に類似しているという意味で「類似記号」に分類されるが、3次元的空間を2次元の平面に置きかえ、そのうえに言語や点的・線の記号を恣意的に配置したものであるという意味では、「象徴記号」とみなすこともできる⁸。たとえば、現在はあまり使われなくなった「地図記号」は、基本的にその規約を学習した者にしか意味を理解することができない象徴記号である。さらに、地図は実際の事物の位置を指し示しているという意味では指標記号とみなすことも可能であり、結局のところ類似・指標・象徴という3種類の記号が組み合わせられたものであると考えるのが妥当だろう⁹。

いずれにせよ、ここで重要なのは、地図が現実の空間を「模倣」した単なる類似記号であるというよりも、社会的な規約にもとづいて「再構成」され、意味づけられた象徴記号としての性格を有しているということである。まずこうしたところに、地図における社会性的一端を見てとることができるだろう。

1.2 個人表象／社会的表象としての認知地図

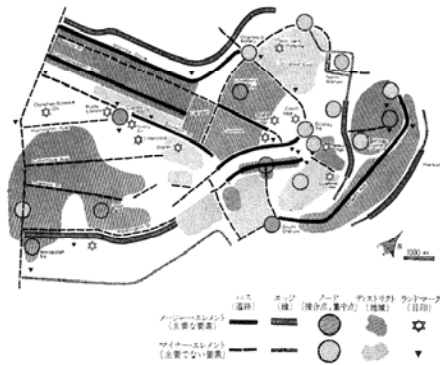
他方で、これまで地理学・心理学の分野においては、「個人表象」としての地図の側面にも大きな関心が向けられてきた。いわゆる「認知地図／メンタルマップ」に関する研究群である。

心理学者の E.C.トールマンは、ねずみを使った迷路実験によって、人間は生得的に空間の構造を学習し、現在地から目的地への経路を適切に探索・決定するための能力をもっていることを明らかにし、その地図に似た働きをもつ心的表象を「認知地図 (cognitive map)」と名づけた (Tolman 1948)。ただし、心理学においては、おもに室内や建物内の小規模な空間を対象にした実験的研究がおこなわれたのに対し、P.グールドをはじめとする地理学者たちは、実際の地理的空間を対象として、人びとの空間選好や熟知度をあらわす地図を実際に出力・分析するなどし、人びとの内的表象である認知地図と、それを外在化した地図をいずれも含む広義的概念として「メンタルマップ (mental map)」という語を使用するようになった (Gould 1965=1976; 若林芳樹 1999)。

⁸ パースの理論を概説する米盛裕二も、青写真や配線図などと同様に、地図は「単なる類似記号としてよりも、むしろ象徴記号とみなすほうが正しいように思える」(米盛 1981: 148) と述べている。

⁹ この3類型はかならずしも相互排他的なものではない。そして、実際には地図だけでなく、おそらく多くの記号が、この3類型の組み合わせから成り立っているものと思われる。

そして、1960年代後半には、空間を人間から独立した客観的な実在とみなす実証主義地理学が批判に晒され、それにかわって人間の行動や空間イメージに注目する行動地理学が台頭してきたのにもない、メンタルマップは個人の経路探索に影響を及ぼすだけでなく、人びとのあいだで共有される集会的な表象として理解されるようになっていった。たとえば、P.グールド & R.ホワイトは、「世界のイメージが各人各様だということはあまりにもわかりきったことであって、それによって有用な分析はできない」(Gould & White 1974=1981: 37) とし、ある集団が共通に抱く国・地域の空間イメージや、「どの地域に住みたいと思っているか(居住地選好)」についての共通のパターンをデータ化・地図化して示した。



図表 1-1 ポストンのパブリックイメージ (出典: K. リンチ, 1960=1968, p. 22)

また、地理学者にかぎらず、都市計画家の K.リンチは、「ある都市の住民の大多数が共通に抱いている心象」を「パブリックイメージ」と呼び、実際にアメリカの 3 都市におけるそれを現地踏査と面接調査にもとづいて地図化することを試みた (Lynch 1960=1968)¹⁰。そのパブリックイメージについて、リンチは次のように述べている。

各個人がその環境の中で首尾よく行動し、仲間との協力を進めていくためには、こうした集団的なイメージが必要である。各個人が描く心像はそれぞれ独自のものであり、その内容の一部はめったに、または絶対に、他人に伝達されないということもあるのだが、だいたいにおいてそれはパブリックイメージに近いものである (Lynch 1960=1968: 55)。

¹⁰ リンチは、都市のイメージを構成する主要な要素を「パス (道路)」「エッジ (緑)」「ノード (接合点、集中点)」「ディストリクト (地域)」「ランドマーク (目印)」の 5 つに分類し、それらの分布を地図化した。

イメージは、動きの方向を示す地図の役割を果たすという、この直接的な意味においてのみ価値があるのではない。それはもっと広い意味では、人々がその中で行動できるような、あるいはそれに知識をとりつけることができるような、一般的な準拠標として役立つものである。このように、イメージはいわば信仰の対象とか、社会的慣習の舞台装置のようなものであるといえる (Lynch 1960=1968: 159)。

以上のように、個人が心的表象としていただくメンタルマップにも、ある種の共通性と社会性が備わっている。矢守克也は、それを「社会的表象としてのメンタルマップ」と呼んでいる (矢守 1994)。しかし、人びとはまったく同じように空間を経験しているわけではないにもかかわらず、なぜこうして共通のメンタルマップが形成されるのか。それは、外的表象である実際の地図¹¹が、人びとに同一のイメージを伝達するメディアとして共有されているからである。

地理学者の若林芳樹は、先行する認知地図研究の知見にもとづき、直接的情報源である移動行動によって得られる知識 (=認知地図) に比べて、間接的情報源である地図によるそれは、個人差も現実からの乖離も小さくなることを指摘している (若林 1999: 194)。すなわち、「地図を用いた空間学習の方が移動行動による場合と比べて、サーヴェイマップに近い認知地図を形成しやすく、空間的知識を他者と共有するのに地図学習は有効であるといえる」(若林 2003: 5)¹²。

同様に、現象学的地理学者の Y.トゥアンも、人間が実際に移動する際には、自分が思っているほどには地図に依存していないとしながらも、地理的知識を他者に効果的に伝達する場合には地図が必要であるということを指摘している (Tuân 1977=1993: 142)。

こうして個々の空間認知 (メンタルマップ) は、外在的な地図という「規範」に準拠することで、集合表象/社会的表象¹³を形成することになる。個人の主観的経験によって形成されるメンタルマップは、客観的現実をいくらか歪めたものにならざるをえないのであるが、地図を媒介にして、なるべく正確で、客観的なものに近づくことができるのである。

W.I.トマスは、「状況の定義」についての議論のなかで、社会的現実についての個人の知識や経験には常に限界があり、個人はそれらを主観的に取捨選択することによって環境に適応しているとしながらも、個人が状況を規定するための主観的な「態度」は、客観的な「社会的価値」の影響を受けているということを指摘している (Thomas 1918=20=1983)。さらに、現象学的社会学を代表する P.L.バーガー & T.ルックマンによれば、「ことば」は、

¹¹ 若林芳樹は、外的表象としての地図を「地図学的地図」と呼ぶことで、それを認知地図と区別している。ただし、それは「近代的測量技術に基づいて作製された客観的地図を指し、意図的にデフォルメされたような地図や認知地図は含まない」(若林 1999: 44) という。

¹² 心理学者の F.N.Shemyakin は、認知地図を、俯瞰的な視点によって事物の相互的な位置関係が把握される「サーヴェイマップ」と、自己中心的な視点から移動の経路に沿って構成される「ルートマップ」に分類している (shemyakin 1962)。

¹³ 「社会的表象」は、もともと社会心理学者の S.モスコヴィッチが提唱した概念であり、さらにそれは E.デュルケームの「集合表象」の概念に依拠しているのであるが、詳しくはあとで説明する。

客観的現実を主観的現実、また主観的現実を客観的現実に翻訳する基本的な媒体になる (Berger & Luckmann 1966=2003: 203) が、前節で言語と地図のアナロジーを示したとおり、「地図」も同様の働きによって主観的現実と客観的現実を架橋し、個人を社会化の成功に導く媒体として位置づけることができるのである。

認知地図／メンタルマップ研究では、人々の居住地選択や空間移動時の経路選択といった個人的な意思決定の段階における内的表象 (個人表象) の影響力に焦点があてられるが、社会的には、それに外在する集合表象・視覚表象としての「地図」を素材として、その社会的・文化的役割を考察する必要があるだろう。

1.3 地理学／地図学における地図論——社会による地図の構築

先に述べたとおり、地図は言語と同様に「恣意的」に作られている。地図に何を記載し、それにどのような意味を与えるかは、ある程度その制作者に委ねられ、決定されている。たしかに、心的表象であるメンタルマップと比較するならば、地図は正確で客観性の高い表現だといえるが、本章のはじめに示したとおり、まず縮尺化・平面化・一般化といった原則があるかぎり、厳密な意味では「客観的」なものとはいえない。いかに正確に測量された科学的地図でも、それは多かれ少なかれ「選択」や「省略」、「歪曲」といった操作にもとづいて作られている¹⁴。ゆえに、個々の空間認知の規範となる地図そのものも、やはり現実を歪め、その一部のみを切り取った表現にならざるをえない¹⁵。したがって、人びとがどんなに規範的な地図を共有し、それに準拠したところで、社会的表象としてのメンタルマップも完全に正確で客観的なもの (現実とまったく同じもの) にはなりえないのである。

そして、やはり言語と同じように、こうした地図の恣意性は、その「社会性」の発露として捉えなおすことができる。地図の表現の方法は、その制作者によって恣意的に決められているといっても、その制作者の決定は、単に個人の主観にもとづいておこなわれているのではなく、その時代・社会の「文化」や「制度」を反映したものになる。端的にいえば、時代や社会が異なると、地図の表現も、その受容のされ方も異なるということである。

しかし、旧来の地図研究では、いわゆる「ダーウィニアン・パラダイム」、あるいは「進歩主義的地図史観」にもとづき、「地図は大昔からひたすら正確さと精密さを求めて進歩してきたのであって、その進歩の先頭に立つ地図が最もすぐれた地図である」という認識が支配的であった (堀 1990: 172)。そして、かつて地図学 (Cartography) ¹⁶ と呼ばれるもの

は、地図製法 (製図法) を意味し、地図の製作・利用に関わる技術的側面についての研究が主流だった一方で、「地図そのもの」を広く論じる視野は欠如していたという (堀 1990) ¹⁷。また、地理学においては、地図は記述や分析の道具として、調査対象に関する分布を示したり、他の分布と比較したりするのに用いられてきたという側面もある。

それでも、1980年代から90年代にかけて、地図史研究では、「空間論的転回」¹⁸の影響によってパラダイム転換がひきおこされることになる。そのなかで台頭してきたのが、「批判地図学 (Critical Cartography)」と呼ばれるものである。これは、「地理学的な知識と権力を結びつけることによって、旧来の地図学に異議を唱える」 (Crampton & Krygier 2006: 11) ものであり、その意味で「政治地図学」と言いあらわすこともできる分野である。こうしたポストモダンな地図学の登場によって、英米では、地図を現実の客観的な (透明) な表現として進歩主義的に捉えるのではなく、権力やイデオロギーと相互に結びついた媒体 (画像) として脱構築的に捉え、その記号論的・意味論的解釈や文化的・政治的・社会的コンテクストを考察する研究が展開された。

その嚆矢となったのが、歴史地図学の代表的論者である J.B.ハーレーである。ハーレーは、大著『地図の歴史』 (“The History of Cartography”) の第1巻 (1987年) の冒頭で、次のように述べている。

地図は、内的・精神的な世界と外的・物理的な世界とのあいだのエージェントとして、人間の精神がさまざまな基準で世界を理解するのを助ける基本的な道具である。さらに、地図は間違いなく人間のコミュニケーションの最も古い形態一つである。(中略) 地図は特殊化した図式による言語、コミュニケーションの道具を構成し、それは行動の特徴や人間の社会生活に影響を与える。地図はしばしば空間情報の貯蓄庫として、さらに印刷術のない社会の記憶術としての役割を果たす。各時代の学者たちは、通常の言語の障壁を乗り越えることができる地図の雄弁さや表現力を確信していた (Harley & Woodward 1987: 1)。

地図史の研究は、現実世界についての知識、あるいは地図を作るもの全てについての知識を必要とする。例えば、探検家や観察者についての知識、創作者、より限定された意味では地図製作者についての知識、物理的な対象物としての地図そのものについての知識、そして利用者 (より適切にいうならば、地図の利用者の集団) について

¹⁴ 堀見鮮一郎は、地図における恣意性はどこまで許容されるのかという問題について、たとえば地下鉄案内図で、駅の順序をごまかしたり、ある駅を記さなかったりするように、「[注] 地上『制約』でならなければならないデータを、『恣意』の領分に送りこんでしまうとき、それは捏造となる」 (堀見 1990: 154-5) と説明している。

¹⁵ 日本における地図論の第一人者である堀淳一は、「地図はイメージである」 (堀 1992: 22) とし、「恣意的な文化・価値観を反映し、かつ恣意的にデザインされる記号によって構成される地図が、地表の忠実な描写であるはずはない」 (堀 1992: 29) と述べている。

¹⁶ この用語は地図作成の科学、技術および事業が確立し、地理学および地図作成の分野における学術交流が興隆してきた19世紀中期に、フランスで作られ、その後各国に普及したものである (日本地誌研究所 1989: 446)。

¹⁷ J.B.ハーレーも、「『地図の解釈』とは、普通には地図上に示されている『地理学的特質』の研究を意味していて、操作された形態の知識としての地図がどれほどそうした地理学的特質を形成するのを支えてきたかを示すものではなかった」 (Harley 1988=2001: 395-6) と述べることで従来の地図学を批判している。

¹⁸ これは、要するに「空間」を所与のものではなく、「社会的に生産された存在」とみなす思想への転回であり、1960年代以降、H.ルフェーブル、D.ハーヴェイ、E.W.ソジャらによって方向づけられ、人文・社会科学における空間論に大きな影響を及ぼした。それによって社会的諸関係と空間的諸関係は相互に構築しあうものであると考えられるようになった。

の知識である (Harley & Woodward 1987: 2)。

ハーレーはこのような観点から、近代科学以前の古代や中世の古地図にも光をあて、地図製作の歴史を通じた政治的コンテクストの普遍性を主張したうえで、見せかけでは中立的・科学的な地図も、しばしばエリートや支配者による権力の行使に利用されることがあるという地図のイデオロギー的側面を明らかにした¹⁹。

また、ハーレーは権力の行使における地図内容について、「意識的な歪曲」とともに、「無意識的な歪曲」にも着目する。

権力に力を与え、再生産し、補強し、ステレオタイプ化する地図学的プロセスは、意図的で「実践的」な監視行為と、地図製作者と地図利用者があまり意識しないまま、支配的な価値観と信条に合わせて行う認識上の順応の両者から構成される (Harley 1988=2001: 427)。

まず、「意識的な歪曲」については、戦争のプロパガンダに利用される宣伝地図 (propaganda map) が典型であり、それは他の多くの論者によっても紹介されている。たとえば、M.モンモニアは、第2次世界大戦においてドイツナチスが、反イギリスをテーマに、矢印の記号を用いてドイツ軍の大西洋突破を誇張した地図や、ドイツの領土に対してイギリスの領土を過度に大きく表現することで、イギリスへの同情をそらすことを企てた地図などを週刊誌に掲載した例を挙げ、そうした地図を「劇場化する地図」と表現している (Monmonier 1991=1995: 120-9)。また、帝国主義国の領有権も、地図上で領土とその境界線を示すことによって主張されたように、まさに権力者・統治者による意志は国家的・軍事的な「プロパガンダ」というかたちで地図をとおして顕在化されていたのである。

一方、「無意識的な歪曲」とは、たとえばメルカトル図法において、ヨーロッパは世界の中心に位置づけられ、また陸地が歪められることで、地球の表面の3分の2は高緯度になっているという事実が、結果的にヨーロッパ人の優越感を補強するというものである (Harley 1988=2001: 412-3)。また、ハーレーは、ロンドンのスラム化が進む地区の市街図において、地図製作者は、主要なスクエアの田舎びた優雅さを強調し、都市のみずぼらしさを伝えることをしない理想主義的な都市観を呈示していたという例を挙げ、そのような「省略」によって社会的影響力を行使することを、「地図における沈黙」と呼んだ (Harley 1988=2001: 413)。このように、かならずしも意識化されない支配的な価値観やイデオロギーの作用によって、こうした政治的な歪曲や省略はしばしば自然になされるものなのである。

¹⁹ ハーレーのこのような議論が、M.フーコーの権力論の影響を受けていることは明白である。実際、ハーレーはイデオロギー的地図を追究するためのポイントの1つに、「地図の知識が社会の産物であること」を挙げたうえで、知識と権力の結びつきに関する有用なモデルを提供してくれるものとして、フーコーの理論を参照している (Harley 1988=2001: 398)。

そして、こうした地図の権力作用が読み手によって感知されることはほとんどない。この点について、J.ブラックは次のように述べる。

地図は現実を反映するものと考えられ、この前提に基づいて人々はこれを眺める。たいていは、旅行のルートの検討や天気予報の心配などである。記号化の問題など、大多数の地図使用者はいついそ考慮の外で、むしろこの人々には説明もない。すなわち甚だ政治的な意図に満ちた地図や地図化は、実は社会の少数派の意見に基づいている (Black 1997=2001: 31)。

さらに、M.E.ペリも同様に次のような指摘をおこなっている。

地図を使用する者の多くが、社会構造が、図像により表現されラベルによって強調されていることに気づいていない点こそが、地図によるコミュニケーションの驚異である。地図は物理的な環境と社会秩序とを表現するのみならず、この両者の差を不明瞭にし、人間が恣意的に作り上げた環境を自然と同一化してしまうのである (Berry 2001: 156)。

このような意味で、地図の権力とは、基本的に「環境管理型権力」(東 2003)に近いものだと考えられるが、その点については、第6章であらためて考察することとする。

ともあれ、ハーレーとともに批判地図学の基礎を築いた D.ウッドも「地図は利害関係に奉仕することで機能する」(Wood 1992: 4)と主張するように、地図はけっして客観的な表現などではなく、「社会」によって構築されるイメージであり、とりわけ封建的な社会では権力やイデオロギーを表象・再生産する装置として機能するということが、すでに地図史研究の成果によって明らかにされている。

長谷川孝治は、以上のような地図史研究の潮流を概説し、1980年代以降の地図史研究の視角を「イコノロジーとしての地図史研究」「コンテクストとしての地図史研究」「社会史としての地図史研究」の3つに分類している (長谷川 1993)。「イコノロジーとしての地図史研究」は、地図そのものに埋め込まれた記号や絵画によるさまざまな図像の意味内容を、美術史的な視座も絡めて解説しようとするものである。「コンテクストとしての地図史研究」は、すでに上で述べたように、単線的な進化主義ではなく、その時代の文化的・政治的・社会的コンテクストにもとづいて地図の意味を考察しようとするものである。そして、これらが求心的に地図の内的意味を洞察するのは逆に、遠心的に地図の外的・社会的意味を問うのが「社会史としての地図史研究」である。具体的には、地図の出版・流通過程や、メディアによる地図の利用状況などを問題とする視角であるが、これはまだ端緒に就いたばかりであり、日本ではこうした社会史やメディアとの関連を分析する研究についてはほとんど着手されていないという (長谷川 1993: 174)。

こうした地図の社会史・メディア史的アプローチは、本来、社会学の守備範囲であるは

ずだが、その蓄積がないということは、すなわち、これまで社会学による地図研究というものの白体が不足していたということを意味している。たしかに地理学／地図学における研究をとおして、政治的・社会的コンテクストをふまえた地図観が定着してきたのは大きな成果といえるが、ややもすれば、それは地図を政治や権力といった問題領域に閉じこめ、地図の見方を矮小化させてしまうことにもなりかねない。何より、それらはほとんどの場合、個別の地図の内的意味の分析を志向するものであり、あくまでその手がかりとして「社会」というものを照射しているにすぎないのである。

1.4 社会学における地図論——地図による社会の構築

それに対して、社会学者の若林幹夫は、1995年に『地図の想像力』を著し、上記のような従来の地図論が「様々な地図を『社会』や『歴史』によって説明しようとするのに対して、私はここでむしろ逆に、世界や社会と人間の関係の様々なあり方を、『地図』の様々な表現を手がかりにして考察してみたいのである」（若林 1995: 22）と述べ、社会学の見地からの地図論の展開を試みた。若林は、まずこうして「地図」と「社会」の関係を反転させることで、社会学における地図研究の固有性を打ちだしたのであるが、実際のところ、その内容の多くは、従来の地理学／地図学における地図論の知見に依拠する部分が大きかったことも事実である。

まずその前半部分では、未開社会、ならびに古代～中世の社会における地図のあり方を素材にして、地図的表現と社会形態との関係や、社会のなかで地図的表現が担う機能等が考察される。その素材自体はこれまで膨大な蓄積のある地図史研究から引きだされ、それにもとづいて地図の社会的な意味や機能等に関する俯瞰的考察が加えられている。そのため、地図の「歴史」に関する記述には、とりたてて日新しいものはないのだが、社会学的に意義深いのは、第一に、そこから地図という表現が普遍的にもつ社会性が理論化されたことである。そこで若林は、地図というものの性質を次のようにまとめている。

地図は、人びとが直接経験することのできない世界の全域的な像を可視化し、人びとの関係と経験に共通の台座を与える。この共通の台座は記号によって織り成されたテキストとして生産され、世界や社会をめぐる言説として機能する（若林 1995: 56）。

ここで「全域的」と表現される空間は、個々の身体を基準としてその近傍に開ける3次元の「局所的空間」に対して、局所的空間がその部分として位置づけられる全体としての2次元的空間のことを意味している（若林 1995: 32）。そして、その全域的な空間経験を可能にするのが地図であるという。それは個々の身体に対して超越的な視点から見た空間の像であり、すなわち「だれのものでもなく、それゆえだれのものでもありうる」普遍的な視点から表現される（若林 1995: 41）。それによって地図は他者たちと共有することが可能になるという見方にもとづき、若林は E.デュルケームの概念を用いて、地図は社会的に共有された観念を表象する「集合表象」、もしくは個人的な経験に先行して現れる「社会的事実」

として捉えられると述べている（若林 1995: 43）。

また、そうして集团的・社会的に共有されることで、地図は「テキスト」や「言説」の性格を帯びることになる。すでに述べたように、地図は「現実」をありのままに（客観的に）模写（copy）するものではなく、その社会における規範や支配的な価値観にもとづいて再構成（construction）されたイメージである^{20 21}。しかし、それが地図に描きこまれ、社会的に共有されることで、人びとはその地図に準拠して世界を読み解き、理解するようになる。すなわち、地図は「現実」のコピーなどではなく、「現実」に先行し、社会的な「現実」をつくりだすという意味で、社会的に生産され機能する「テキスト」であり「言説」なのである。

そして、若林が提示する理論のなかで、もっとも重要なのは、こうして生みだされる地図的表現が「世界」や「社会」という存在を全域的に可視化する表象として機能するという点である。

「社会」は私たちを取り囲む環境ではあるが、私たちはその全域を直接に見ることができない。「社会」という言葉は、そして社会科学のような社会を体系的に語ろうとする言葉は、地図がちょうどそうするように、けっして見晴らすことのできない世界の全域的なあり方を可視化しようとする表現なのである（若林 1995: 45）。

若林はこのように述べることで、「世界」や「社会」という不可視の総体を表象する社会的想像力と、それを全域的な空間として表象する地図的想像力のアナロジーを示したのである。

そのうえで、若林は「近代的世界」と「近代的地図」との関係に重点をおいて議論を展開していく。近代以前の社会において、人間の集団はみずからの生活空間の外側に広がる未知の世界を、もっぱら想像力のみによって了解していた。そして、人びとは自分たちの想像力と世界観にもとづいて、いわば「空想的」な世界地図を描き、科学的には正しくない世界のイメージを「真実」であるかのように集団内で共有し、受容した²²。たとえば中国では、人間の居住する世界が須弥山を中心として存在する4つの大洲のうちの南の瞻部洲であるとする仏教的思想にもとづいて「世界」が地図化されたが、そこにはそもそもヨー

²⁰ 松本正美は、「地図とは、われわれの意識が、その外にある地理的実在を、鏡が物を写すように模写したものである」と考える立場を「模写説（copy theory）」と呼び、それに対して、「すべての地図は主観の構成作用によって産出されたものである」と考える立場を「構成説（theory of construction）」と呼んで区別している（松本 1977: 619-20）。

²¹ G. ドゥルーズ & F. ガタリは、中心や階層をもたない横断的なつながりを意味する「リゾーム」概念についての説明のなかで、地図は複写されるものではなく、構築されるものであって、それ自体が「リゾーム」の一部分をなしていると述べている。つまり、「地図は開かれたものであり、そのあらゆる次元において接続可能なもの、分解可能、裏返し可能なものであり、たえず変更を受け入れることが可能なものである」（Deleuze & Guattari 1980=1994: 25）という。

²² 若林は、このように「想像力」によって世界の全域的な像が既知の領域を越えて拡張されることを、「世界の想像的拡張」と呼んでいる（若林 1995: 88）。

ロッパもアメリカ大陸も存在しなかった(若林 1995: 83-4)。一方、中世ヨーロッパでは「マッパ・ムンディ」と総称される世界図が普及したが、これもキリスト教的世界観にしたがって、聖地エルサレムが中心に位置づけられ、聖書に登場する想像上の動物や神話的モチーフが数多く記された(若林 1995: 84-6)。

しかし、大航海時代を経て、探検者によって世界が地理的に「発見」され、その輪郭が明らかになってくると、世界全体を科学的な態度で描きだす地図や地図帳が出版されるようになっていく。「世界に関する知は、超越的な信仰の体系によって支えられる中世的な『真実』から、経験の反復可能性のみ保証される近代的な『事実』へ」(若林 1995: 140)と移行し、「見えるものしか見ない」というリアリズム的な視線によって、世界はすみずみまで科学的に測定され、描き尽くされていったのである(若林 1995: 209)。

こうして普遍化し、いまわれわれが白明とするようになった「世界」、すなわち単一の連続平面がいくつもの国民国家によって色分けされた世界地図が表象する「世界」を、若林は「近代的世界」と呼び、その成立が近代的地図の成立とパラレルな関係にあったことを示唆する。つまり、「近代的地図が『世界』として描き出す領域の拡張と正確な測定、そしてそれらの領域の領域国家による属領化は、領域的な主権国家と資本主義、そして近代的な科学技術という近代的な社会を支えるシステムの地球規模での展開と対応していた」(若林 1995: 212)というのである。したがって、普遍化された近代的地図もまた、純粋な意味では価値中立的なものではなく、近代という時代に固有の社会的な力学によって支えられ、地図もまたそのような力の関係を支える媒体として機能していた(若林 1995: 211)。

このように若林は、それまで地図を説明する「コンテクスト」としてしか扱われてこなかった「社会」を、「地図を制作する主体」「地図によって制作される客体」という両面から明晰に捉えなおしたという点において、その議論は社会的に非常に意義深いものであった²³。他方で、近代地図と近代社会の結びつき自体は、すでに地理学や地図学、さらには社会学の諸分野においても指摘されていたことであり、それに具体的な考察をくわえたにすぎないという点においては、やはりそのアイデア自体に大きな新鮮味はない。

たとえば、地理学者の D.ハーヴェイも、地図は近代的な啓蒙プロジェクトに不可欠な道具であり、それは世界を国民国家の枠組みに分割しただけでなく、「地球上のすべての人々を人類史上初めて、単一の空間的枠組みの中に位置づけることを可能にした」(Harvey 1990=1999: 320)ということを指摘している。さらに、A.ギデンズは、モダニティの出現とともに誕生した世界地図は、「空間を、特定の場所からも地域からも『独立した』存在として確定していった」(Giddens 1990=1993: 33)として、「脱埋め込み(disembedding)」に特徴づけられる近代社会への転換を説明している。

また、B.アンダーソンは 1991 年に発表した『想像の共同体』の増補版において、「国勢調査、地図、博物館」という章をくわえ、近代の植民地国家が、その支配領域を「想像

²³ 若林は、こうして「地図」という表現の構造と歴史の中に、人間が社会について思考し、社会という場に生きることの構造と歴史を見出そうとする試みを、社会的思考の「レッスン」と表現している(若林 1995: 22)。

する仕方を形作る権力の制度の 1 つとして、地図を挙げている²⁴。そして、帝国国家が地図上でみずからの植民地を帝国の色で染めるという慣行は、植民地をまるでジグソー・パズルのように取りはずし可能なピースに仕立て上げ、一見しただけでそれが何であるかがわかり、どこにあっても日にはいる「ロゴ地図」として人々の想像力に深く浸透したという(Anderson 1991=1997: 289-90)

さらに、上記の若林の論考よりもあとに書かれたものであるが、社会学者の J.アーリーは、「視覚性」に関する議論のなかで、視覚を統制と監視の手段とする近代主義的なテクノロジーとしての地図の役割について言及している(Urry 2000=2006: 159-60)。

こうしたことをふまえると、やはり若林の議論においてより示唆に富むのは、近代的なプロジェクトとしての地図制作のあり方というより、われわれ個人にとって抽象的な「社会」という存在自体を可視化・テキスト化する表象としての地図の性格を明らかにした点である。

ただし、実はこの点についても、社会学者の厚東洋輔による『社会認識と想像力』(1991年)という論考のなかで、すでに検討がなされていた。そこで厚東が主題としたのは、けっして「地図」ではなかったものの、その表題からも読み取れるように、むしろ厚東のほうが「社会」というものを認識する際の人間の想像力の働きという問題をより鮮明に打ちだしていたといえるかもしれない。厚東はその第 II 部を「世界制作としての想像力」と題し、とくに第 4 章「地図と迷宮」のなかで地図と社会認識の関係について論じている。

そこでまず厚東は、「社会」はその認識者にとって〈抽象的全体〉というきわめて特異な全体として存在し、それは私達が直接目で見ることでも手で触ることもできない〈不在の対象〉であるがゆえに、社会認識に独特の難しさを持ち込むという(厚東 1991: 62)。その難点を克服するのに用いられるのが(社会的)想像力なのであるが、ここでは想像力の 3 つの局面のうち²⁵、曖昧な全体である「社会」を 1 つの明確な形として描き出す「造形」という作用に焦点があてられている。そして、その造形作用のアナロジーとして持ちだされるのが「地図」である。

地図は、私達によって平面のうえに作り出された世界に関する 1 つの明晰な形である。「地図」という 1 枚の図面を見ることによって思い浮かべられるのは、世界——とりわけ「社会」と呼ばれているものの一断面である。その意味で地図は、私達によって描き出された社会の 1 つの姿であることは疑いえない(厚東 1991: 64)。

こうして厚東は、人びとが抱いている世界に関する像が、地図によって描き出された形

²⁴ この点は、タイの歴史家である W.トンチャイの業績に大きく依拠しているということも、アンダーソン自身が明記している。トンチャイは、『地図がつくったタイ』という著書において、タイの旧称であるシャムを事例に、国家の「地理的身体」と国民的想像力の形成において、地図作成の果たした役割について論じた(Tongchai 1994=2003)。

²⁵ 厚東によれば、想像力は、①全体化、②造形、③現前化という 3 つの局面をもつという(厚東 1991: 19)。

に根本的に規定されていることが多い(厚東 1991: 67) ということを指摘しているが、その一方で、「地図の作成は、私達の視点を生きられた世界のなかに置くことを断念したことの代償としてかち取られたものである」(厚東 1991: 67) という。つまり、地図という一般的・固定的な準拠系(普遍的準拠システム)のもとでは、個人特有の体験が不問にされ、観察対象に変質した世界しか表現できないが、そのかわりに、全体に明晰な形を与えることができる。逆に、個人の身体を基準とした自己中心的で動的な準拠系のもとでは、人々の生きられた世界を共感的に描くことができるが、その代償として、全体を 1 つの形のなかに写し取ることができず、全体はカオスとして立ち現れるというわけである(厚東 1991: 74)。

その意味では、たしかに地図それ自体は、けっして完全なる社会認識を実現したり、保証したりするものではない。しかし、いずれにせよ、厚東や若林の社会学的な地図論から共通して引きだすことができるのは、つねに抽象的で目に見えない「社会」を全体として可視化(造形)し、人びとの共通の認識を形成するという点に、社会学的想像力と地図的想像力のアナロジーが見いだされるということである。このような観点からすれば、われわれが知っている「社会」とは、さまざまな地図によって再構成された 1 つのイメージだといえる。すなわち、社会が構築した地図によって、社会は視覚的なイメージとして再構築されているのである。

1.5 表象としての地図——共有性・全体性・権力性

ここで以上の議論をいったん整理しておこう。まず、地図は言語と同様に、社会的な規約にもとづいて記号化され、恣意的に再構成されたイメージとしての世界を形成する。そして、それは外在的な規範として共有されることで、個々の人びとの空間認知(メンタルマップ)に共通性をもたらす。しかしながら、地図はしばしば広義の「権力」²⁶によって歪められたり、隠されたり、またそれ自体の受容のされ方が規定されたりする。それでも、社会はこのような地図という表現を媒介にして、みずからの全体像を可視化することで、人びとが「社会」という抽象的な存在について思考するためのテキストを生産する。

そこで、本稿ではこうした地図のあり方を、主に「表象(representation)」という概念を用いて説明することにしたい。カルチュラル・スタディーズの代表論者である S.ホールによれば、表象とは、記号を通じて、いわゆる現実世界におけるモノや人びとや出来事を表す意味の生産過程である(Hall 1997: 28)。それは「言説(discourse)」という概念にきわめて近いものであり、若林幹夫が述べるように、たしかに地図は一種の「言説」として機能すると考えることも可能である。一方、「表象」は、一義的・標準的な定義があるわけではないものの、視覚的/言語的/聴覚的、もしくは実在的/非実在的といった表現の種類にかかわらず、一般的には「何かを用いてあるモノや対象を表す」という意味の包括的

²⁶ 若林幹夫は、地図のあり方を規定する「権力」の概念を、政治的な意味に限定せず、M.フーコーに倣って、より広い社会的諸関係に内在する「力」という意味で広義に捉えている(若林 1995: 247)。本稿でも同様に、「権力」という表現は、特にことわりがない限り、そうした広義の社会的な力学を含むものとして用いることとする。

な概念として用いられている。また、S.ホールは、表象の作用を説明する理論的立場として、意味は鏡に反映するように現実世界を正確に映し出すとする「反映論的アプローチ(reflective approach)」、意味は話者や作者が固有に意図したものであるとする「意図的アプローチ(intentional approach)」、²⁷ 意味はわれわれが概念や記号といった表象のシステムを用いることによって構築されるとする「構築主義的アプローチ(constructional approach)」の 3 つを挙げたうえで、基本的に「構築主義的アプローチ」を採用した議論をおこなっている(Hall 1997: 24-5)。すなわち、表象は社会的に「構築」されるものであり、また言説と同様に社会的な制度や権力と結びつくことで、現実を再生産する作用をもっていると考えられる。それゆえ、表象は単なる「イメージ」や「シンボル」とは異なり、「誰(主体)」が「何(対象)」を表象しているのかということが、しばしば重要な問題となってくる(井上 2010)。

そして、地図は、すでに述べたように、世界の実体そのものではなく、また世界をありのままに映し出す鏡でもなく、さまざまな主体の解釈を通じて社会的・空間的な現実を構築する意味作用であるということをもふまれば、視覚化された「表象」として説明されるのが適切であるように思われる²⁸。

さらに、この「表象」は、いま人文・社会科学の諸分野で用いられるとき、本質的に「社会的」なものであるという認識が一般的になっている。このことを「社会的表象 social representation」という概念によって提唱したのが、社会心理学者の S.モスコヴィッチである。これは、E.デュルケームの「集合表象 collective representation」の概念に似たものであるが、モスコヴィッチはデュルケームとはやや異なった社会心理学的観点から、その概念を捉えなおしている。その主な相違点は、集合表象があらゆる観念や感情、信念を含みこむ広範な概念であり、また社会の絆を保証する持続的・安定的な性質をもつものに対して、社会的表象は、物事の理解やコミュニケーションに用いられる具体的な方法であり、人びとの関係や行動とともに出現したり消失したりする流動的な性格をもつという点である(Moscovisi 1984)。さらに、それはかならずしも社会全体で「共有」された均質的なものとはかぎらず、多元的なものでありうる(Moscovici 1988: 219)。モスコヴィッチはこのように立場にたつて、社会的なコミュニケーションにともない表象がどのような過程で社会的に構成され、人びとの意識や行動、アイデンティティに影響を及ぼすかというダイナミクスを解明しようとしたのである。

ただ、心的表象としてのメンタルマップとは異なり、地図はあくまで目に見える外在的・物質的な媒体として、まず人びとに「共有」されることで社会的に機能するものであるということは、すでに述べたとおりである。つまり、人びとの社会的表象も多様で流動的でありうるからこそ、それを集団のなかで固定化する規範的な空間表象として、地図は共有

²⁷ ただし、「意図的アプローチ」では、作者が意図した意味は、あくまで既存の共有された言語体系に依存せざるをえない(Hall 1997: 25)。

²⁸ 地図は、それ自体が人間に外在する表象であると同時に、人間に読みとられ、内面化されていく表象でもある。

され、内面化されなくてはならないのである。

また、その地図は、世界や社会という「全体」を表象することができる。もちろん、地図が表象するのはけっして「全体社会」ばかりではないが、社会認識の観点からすれば、まずそれを「全体」として描きだすことができるという点に、地図の社会的な意義を見いだすことができる。

さらに、ここで繰り返して述べてきたように、地図という表象には広い意味での「権力」が宿り、その力によって、あるものを可視化（強調）したり不可視化（省略）したりすることで、「社会」の見え方を規定し、統合していく。

したがって、ここから地図という表象の社会性について検討するための 3 つの要素を抽出することができる。1 つ目はコミュニケーションの局面における「共有性」、2 つ目は社会認識の局面における「全体性」²⁹、3 つ目は社会統制の局面における「権力性」である。先行の地図研究・地図論における議論をふまえると、地図はこれらの要素によって、「社会的」でありうるということがひとまず仮定できるだろう。本稿では、こうした枠組みを適宜用いながら、地図と社会の関係について考察を進めていくこととする。

1.6 問題と目的

では、以上の議論を前提として、本稿全体の問題設定と目的をここに示しておきたい。これまでの地理学や地図学、そして社会学にまたがる先行研究においては、主に前近代、ならびに近代における地図のあり方を手がかりとして、上記のような共有性・全体性・権力性といった要素にもとづいて、その社会性が見いだされてきた。

しかし、それらはあくまで「古地図」や「近代地図」を素材に用いた歴史的考察がメインであり、そのみでは、少なくとも社会学には十分とはいえない。たしかにそれによって、現在の社会における地図のあり方が相対化され、それにつながる歴史の流れが浮き彫りにされてきたという点は重要な意味をもつが、社会学とその周辺領域において「現代の地図」を主な対象とする体系的・文化的な研究はこれまで十分におこなわれてこなかった³⁰。

現在われわれが参照・使用している地図は、たとえば科学化・普遍化された世界地図に代表されるように、基本的に近代的な地図の思想にもとづいたものであるのは事実である。

²⁹ 若林幹夫がいう「全域性」は、かならずしも世界や国家、集落の「全体」である必要はなく、地図的表現全般が可能にする空間の 2 次元・平面的な広がりを意味するものとされていたのに対し（若林 1995: 33）、この「全体性」は、空間の水準や規模にかかわらず、たとえば「日本社会」「地域社会」など、全域的（平面的）かつ総体的な「まとまり」をもつ全体像の可視性をあらわす概念として用いる。

³⁰ ただ、若林幹夫は、2005 年に著した論文のなかで、実用的・デザイン的要素をもつ現代の地図・ガイドマップを「ヴァナキュラーな地図」と呼び、地理的世界は、「透明で正確な地図」とは異なる様相を持つものとして社会的に構成されるようになってきているということを指摘している（若林 2005）。これは本稿の問題意識や分析視点とも通底するものではあるが、あくまで部分的な指摘にとどまっており、その具体的なありようが問題化されているわけではない。

しかし、現在は、地図自体の表現方法や制作主体、流通・消費形態、またそれを生産・受容する社会状況が変容し、従来よりも多量かつ多様な地図が市場や身のまわりに遍在するようになってきている。とりわけ、官製の地図だけでなく、日常的な活動、あるいは娯楽や旅行などの際に用いられる民間発行の都市図や案内図、さらにはデジタル地図の重要性が増し、以前に比べて質量ともに大きな変化をとげている。しかし、そうしたバリエーションをもった現代の「身近な地図」の社会的影響力も学問的には見すごされてきたといわざるをえない。

また他方では、「再帰的近代」（Giddens 1990=1993）とか「液体的近代」（Bauman 2000=2001）といった言葉であらわされる、いわゆる後期近代³¹における社会変動のなかで、「社会」自体のイメージも、かならずしも白明の／固体的なものではなくてきているといえるだろう。そうだとすれば、それがいま「空間」としてどのような状態にあるかを再考する必要があるのではないだろうか。

そこで本稿では、「現代」の社会において、地図という視覚表象・空間表象が社会的にどのような意味や機能を持ち、どのようなかたちでわれわれの生きる「社会」と関わっているのかという問題を基礎において、地図の現代的様態を社会学的に分析することを試みる。すなわち、上に示したような地図の社会性を、「現代」の社会と地図をとりまく状況に照らして問いなおすということが、本稿の大きな目的となる。

さらに、この問いは大きく 2 つに分けられる。第一に、現代社会において、そもそも地図は「社会的」な表象でありうるかという問題を設定し、それを起点に議論を立ち上げる。しかし、何をもち「社会的」とするのか。先述のとおり、地図は社会的に共有される表象であるとともに、「社会」という存在を全体として可視化する表象でもある。さらに、そうした「共有性」「全体性」にくわえて、地図は社会成員を統制・拘束する「権力性」を帯びた表象ともいえる。本稿では、それらを統合したものを「社会表象 society-representation」と呼び、地図の社会性をあらわす概念として独自に定義づけたい³²。そのうえで、特に本稿の前半では、地図の社会的布置の歴史や戦後日本の社会状況・メディア状況の変容をふまえ、現代の地図は上記のような「社会表象」として存立しうるかどうかを懐疑的に考察していく。具体的には、現代のガイドマップやデジタル地図のあり方を、近代までの地図の歴史のなかに位置づけて相対化しながら、その断片性や流動性を明らかにする。

これを受けて、第二に、そうした社会表象としての地図が、現代ではどのようなかたちで再構築され、個人と社会をつなぐ新たなメディアとして機能しうるかという問題を再設

³¹ 本稿で「現代」という表現を用いるとき、この「後期近代」と同じように、古い段階としての「(前期)近代」との区別を想定している。

³² 阿部潔・古川彰は、「表象研究における対象は必ずしも明確かつ一義的に定義づけられているわけではない」としたうえで、これまで主として人文科学系の学問領域において取り組まれてきた表象研究における対象を「文化表象」と位置づける。さらにそれを含みながらも、デジタル・テクノロジーの発展をはじめとするメディア状況の変化等を考慮したうえで、より広範な現象として表象実践を捉えようとする研究における分析対象を「社会表象」と定義づけている（阿部・古川 2011: 72）。しかし、本稿では、あくまで地図という特定の対象の社会性を分析するために「社会表象」という概念を独自に定義・使用する。

定して議論を展開していく。欧米の批判地図学をはじめ、旧来の地図論では地図の政治的権力性が強調されることが多かったが、本稿ではそこから「解放」されつつある地図のあり方にも着目し、それが社会表象の（再）構築に寄与する可能性について検討していく。具体的には、近代的な社会認識を支えてきた全体社会（世界や国家）の表象というよりも、その部分として位置づけられる「地域社会」や「コミュニティ」の表象としての地図、そして「地域メディア」としての地図を素材にして、現在の地域社会で展開される諸々の「マップづくり」の実践を取り上げる。たとえば、地域資源・歴史資源を掘りおこしたマップや、防災・防犯関連の地域安全マップをはじめ、地域や住民主体のオルタナティブなマップづくりをとおして、既存の地図にはない多様な地域情報が生みだされている。そこで本稿では、〈地図〉と〈マップ〉という操作的概念を対置させ、一般的・均質的な表現に特徴づけられる〈地図〉に対して、このように人びとの社会的な実践や活動をとおして生みだされ、特定のテーマが付与される〈マップ〉の意味・機能をさまざまな事例研究によって明らかにしていきたい。これが、本稿の後半における主要なテーマである。

以上のようにして、地図という普遍的なメディアの新たな社会性を、〈マップ〉という概念を用いて明らかにすることが本稿の最終的な目的である。このことによって、近代的な地図が生みだしてきたものとは異なる地図の想像力の可能性が浮かび上がってくるとともに、単なる空間の記号や表現、あるいは「道しるべ」という意味を超えて人びとの認識や活動と結びついたメディアとしての地図の社会的機能が明らかになってくるだろう。

第2章 消費化・情報化社会における地図の変容——社会表象の断片化

2.1 地図の社会的布置の歴史

本章では、現代社会、とりわけ戦後の日本社会における地図の変容について考察していくが、まずはそれ以前の地図の歴史について概観しておきたい。ただし、ここでは単に「通史」をなぞるというよりも、「現代」を相対化するうえで重要なポイントを取り上げながら、現在の地図をめぐる状況の考察につなげていきたい。ちなみに、「世界図」の歴史の大きな流れは、1.4 で若林幹夫の論考を引用してまとめたとおりである³³。また、地図自体の詳細な歴史的事実については、すでに多くの地図史の文献に分厚く記述されている。よって、ここでは、単純に地図の「進歩」の歴史を追うのではなく、社会における地図の意味や位置づけがいかに変容してきたかを、現在のそれと照らし合わせながら検討することを目的とし、その前提として、まず前近代・近世・近代に時代を区分して歴史的考察をおこなっていく。

2.1.1 前近代——エリート・権力者の地図

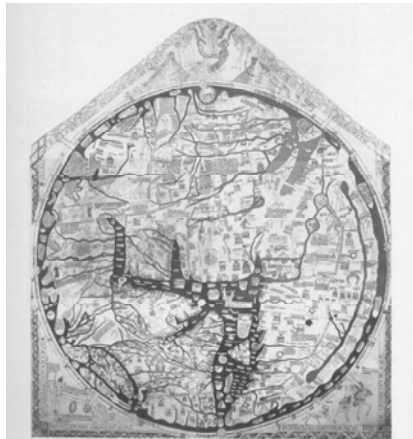
D.ウッドワードによれば、ヨーロッパでは、少なくとも15世紀までは、地図はきわめて専門的あるいは公的なものであり、教会や行政機関のような公共空間に日立つように掲示されたり、あるいは学問的・軍事的に利用されたりするものであって、けっして個人が「道しるべ（wayfinding tools）」として日常的に購入したり、持ち歩いたり、家で保管・掲示したりするものではなかった（Woodward 1996: 2-3）。

たとえば、ギリシア・ローマ時代には、アリストテレスによる地球球体説の提唱、エラトステネスによる地球の大きさの測定などを通じて、地理学者のプトレマイオスが科学的な知識にもとづく地理書を著し、世界全体を数理的な方法でより正確に描きだすことを試みた。しかしながら、こうした自然科学的な態度による地図製作は、いまだ科学以外の社会的な実践とは結びつかず、科学者の純粋な知的欲求をみだす営為にすぎなかった（若林 1995: 114-9）。さらに、古代ローマでは広大な帝国地図やローマの都市図なども発達したが、これらはいずれも帝国の偉大さを喧伝するためのものであり、巨大な地図や都市図を公の場に展示することで、為政者の描く自己イメージが帝国内の公衆に伝えられた（芳賀 2010: 20）。

また、中世には、ギリシア・ローマ時代に発達した科学的世界観は神学によって退けられ、聖地エルサレムを中心とする想像的な世界図が、支配的・規範的な世界観として普及したとされる。しかし、それも民衆にとってはそれこそ教会のような限られた場所で見ることのできない特異な表象であったはずである。何より、そうした宗教的世界観を表

³³ 補足すると、現存最古の「世界図」と考えられているのが、紀元前700年ごろにバビロニアで描かれたとされる粘土板世界図である。これは、聖地バビロンを中心に置き、その周りに海で囲まれた既知の空間を、さらにその外側には未知なる想像上の世界を描くことによって、1つの観念的な世界観を表現した地図である。このように古代文明と都市国家が成立するようになると、自社会や聖地を中心として、同心円状に広がる空想的な世界図を描くことにより、生活圏を越えて広がる世界が全体として可視化されるようになっていった。

現した地図は、人びとの生活実感からは程遠いものであり、それゆえ地理的情報源というよりも、むしろ信仰の対象に近いものであったと考えられる。



図表 2-1 中世ヨーロッパの世界図（ヘリフォード図）
（出典：久武・長谷川編，1989，p. 22）

一方、前近代の社会では、地図はローカルな文脈において「地籍の登記簿」の役割を担っていた。日本でも中央集権的な古代国家が成立し、班田制や条里制といった土地分割の制度が定められるようになると、耕地の区画を示し、制度のしくみを視覚的に伝達するための田図が作製された。また国郡制が定められると、中央政府が諸国の見取り図として国郡図を作製させ、さらに中世に荘園制が定められると、荘園内の実態と領域を示すための荘園図が作製された。しかし、これらも当然支配者層に所有されるものであって、庶民にとってはそれほど身近なものではなかった（織田 1974a: 40）。M.E.ペリは、1600年以前の日本の地図のあり方について次のように述べている。

現存するほぼすべての地図は小単位の領地（古代領主に分配された田畑、中世領主の荘園など）を描くものであり、周囲の領土からは孤立して描かれている。さらに、一般的にこれらの地図は地方支配に関連する点（開発、灌漑、資源の分配など）あるいは土地相論（主に境界や領家・地頭の対立に関わるもの）を中心に描いている（Berry 2001: 148）。

こうした傾向は、世界的にも古代から中世にかけて共通に見られる。すなわち、地図を作るという行為は、科学的な態度であれ、宗教的な態度であれ、基本的にエリートが「世界」を知識化・概念化したり、あるいは為政者が一定の空間において権力を行使したりす

るための、きわめて限定された活動であった。ペリもこうした状況を次のように説明している。

ヨーロッパを例にとってみても、地図作成者（cartographers）が世界地図（1枚図とアトラス）を作り、全国や地方の行政区分、都市、そして通信幹線を描くようになったのは1500年以降である。その頃から、地図は戦争・探検・征服、教育や情報の伝達、管理・裁決・資産の処理、などの目的でも広く使われるようになった。つまり、我々が現在、当然のように使っている地図が空間解釈のための一般的な道具として使われるようになったのは、1500年から1800年頃の間なのである（Berry 2001: 139）。

2.1.2 近世——地図の印刷と普及

しかし、大航海時代にヨーロッパ人が世界各地への探検を開始し、地理的知識が飛躍的に拡大すると、その成果を正確な世界図として描き出す作業が活発におこなわれるようになっていく。そして、この時期に地図の製作と流通に革新的な影響をおよぼしたのが、グーテンベルクによる印刷術の発明である。これによって、地図や地図帳は印刷物として出版されるようになり、庶民のあいだにも広く普及するようになっていった。D.J.ブーアステインによれば、「印刷機にはまた、世界への扉を開き、発見によって得られた知識を手ごろな商品として行き渡らせる魔力も備わって」（Boorstin 1985=1988: 320）いたのであり、「携帯用の時計によって世界の時間が誰にでも扱えるものとなったのと同じように、地図帳がもち運べるようになると、多くの一般人が世界の広がりを一望できるようになった」（Boorstin 1985=1988: 326）のである。

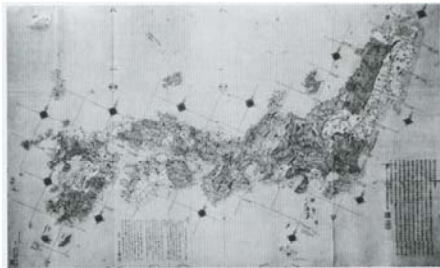
そして、日本でも近世に入ると、地理的知識の拡大や印刷技術の伝来などを背景に、「地図の多様化と量産の時代」（織田 1974a: 63）をむかえることになる。

官撰の地図としては、主要な城下町の市街図として「町図（町絵図、城絵図、城下絵図）」が作られたほか、幕府創業にあたって、国家支配のために国土の実態を正確に把握する必要から、各国の基本的な情報を記載する「国絵図」³⁴の作製が諸大名に命じられた（織田 1974a: 64）。さらにそれぞれの国絵図を集成した日本図も作製され、それによって蝦夷地以外の日本全体の輪郭が、はじめて実際に近い形をとるようになり、そこには河川・湖沼・街道・城下・航路などが詳細に記載された（渡邊 2005: 68）。しかし、幕府撰日本図では、辺境地の蝦夷・琉球の取捨・表現の仕方が毎回変わっており、「幕府の国絵図・日本図プロジェクトは、『国土認識』を表現するものではなく、検地、郷帳などととも、大名統制の手段であった」（Toby 2001: 98）と考えられている。そして、「幕府が日本図で主張した国境は、あくまでも国家機密であったので、一般民衆はその主張を知るすべはなかった」（Toby

³⁴ 国絵図は、慶長図・正保図・元禄図・天保図と時代ごとに4度つくられたが、正保図では諸大名の支配領域（場所）が強く意識され、その個別領域の集合として「国」がとらえられていたのに対し、元禄図は、支配に関する情報が削除されて、国の領域、つまり国境の確定に力が注がれるようになり、さらに天保図になると、幕府が支配層と土地を分離して、「国」をより広域の客観的な空間の中に位置づけるようになった（渡邊 2005: 10）。

2001: 98-9) という。つまり、近世になっても、権力と民衆の国土認識は、かならずしも一致するものではなかったのである。

しかし、江戸時代が「地図の多様化と量産の時代」と称されるのは、民間の地図製作の隆盛による部分が大きいの。1779年に刊行された地理学者の長久保赤水による「改正日本輿地路程全図」(図表 2-2)は、測量にもとづくものではなかったが、経緯線が記入された正確な日本図として人気を博し、改版を重ねながら庶民のあいだに普及したことで、人びとが日本の国土のかたちをはじめて正確に認識するのに役立ったと考えられている(馬場 2001)。また、世界図に関しては、1645年ごろにはじめて日本で「万国総図」(図表 2-3)という簡略な世界図が刊行された。18世紀初頭まで日本ではこの万国総図の模倣版以外の世界図は見られなかったが、これには世界の民族の容姿や風俗を紹介する図譜(世界人物図)が付けられており、近世の庶民の世界知識の啓蒙に役立ったとされている(織田 1974a: 60)。その後も禁書令の緩和等にもとない、中国を経由して西洋の地理書や世界図が日本にもたらされ、民衆のあいだでも世界の地理が少しずつ知られていったが、それでも「日本人の世界認識には知識階級と一般民衆とのあいだに大きな落差があった」(川村 2003: 252-3)と考えられており、なかには依然として仏教的な空想の世界観を信じる庶民もいたという。



図表 2-2 長久保赤水「改正日本輿地路程全図」(出典: 海野, 1996, p. 157)



図表 2-3 万国総図 (出典: 川村, 2003, 巻頭ページ)

一方、江戸時代には街道の発達などによって庶民の旅行が盛んになり、特定の名所の風景や複数の名所が集まる地域を斜め上から鳥瞰的に描いた都市景観図が描かれるようになった。江戸時代には浮世絵師たちの手でこうした「鳥瞰図」(図表 2-4)が多数描かれたが、これらは絵画的要素が強く、鑑賞に用いられることも多かった。それに対して、同様の「絵図」でありながら、街道に沿って宿駅・距離などが線的に記載された「道中図」は、旅行者が携帯するのに便利な小型の折本として刊行される場合も多く、いまでいう観光案内図の原型となった。ペリによれば、この時代の「商業的印刷業者の地図に最も顕著に見られる特徴は、『名所』を強調するようになることと、その結果全国の地理を政治の場としてではなく共有する文化、そして民衆が管理するものとしている点である」(Berry 2001: 182)という。



図表 2-4 東海道名所一覧 [葛飾北斎作] (出典: 南波, 1983, p. 19)

このように近世以降は、海外からの学問と地理的知識の流入、印刷技術の発達、都市化・読み書き能力の向上、大衆旅行の普及といった要因も副次的に組み合わさり³⁵、世界地図・日本地図のほか、都市地図・観光地図・絵地図など多様な商業的地図が出版されるようになっていった。とはいえ、すでに述べたように、世界や日本の地理に関して、一般の庶民が支配階級・知識階級と同等かそれに近い知識をもっていたとは考えにくい。加藤秀俊によれば、19世紀になっても「世界」の姿を明確なものとしていたのは高度文明国のエリートだけであり、一般の民衆にとっては、たとえ世界地図を広げても、それはかれらの生活の感覚ないしは日常の感覚とはまったく無縁のものであった(加藤 1976: 133)³⁶。庶民で

³⁵ ただし、ペリは、こうした文化的要因の組み合わせだけでは、地図作成の動機を説明するには十分ではないとし、それには国家の権力や空間を区分する思考の発達といった特別な原動力が必要であったことを指摘している(Berry 2001)。

³⁶ そこで、加藤秀俊が指摘するところによると、イギリスでは1851年に開かれた第1回ロンドン万国博覧会が、「フロンティアが消滅し、『世界』がもはや完結した天体であるという事実を一般民衆に向かって教育し啓蒙する場面」だったのであり、「人びとは世界の各地から集められた物産や人間と接触することによって『世界』を身近に引きつけて考える習慣をようやく持つことができた」(加藤 1976: 133)という。

もさまざまな地図を自由に手に入れることができるようになったとはいえ、地図に対して旺盛な知識欲をもっていたのは、庶民のなかでも一部の上層の人びとに限られていたのではないだろうか。

また、町図や道中図などのいわゆる実用的な都市図や観光地図にも、多かれ少なかれ美術的・絵画的要素が付け加えられており、その実用的な利用には限界があったことが推察できる。多くの人びとが地図をもって旅に出るようになっていたことは事実であるが、かならずしもそれらは「詳しき」や「利便性」ばかりを追求したものではなかった。その証拠に、都市図や道中図は旅先での「土産物」として持ち帰られることさえ多かったといわれている。すなわち、それらは写真や映像の代わりに、訪れる／訪れた場所のイメージを膨らませる目的で使用されるものでもあったといえるだろう³⁷。道中図も含めて、当時は比較的広範囲を表示する小縮尺図や、鳥瞰図のような立体感のある絵図のように、全体のイメージをつかむのに適した地図が多かったのである。

そこには、まだ地図を精密に描く技術に限界があったという側面もあるが、同時に、当時の社会はそれほど詳細な地図を必要としなかったと考えることもできる。近代以降に比べると都市や交通網は未発達で、空間の構造自体もそれほど複雑ではなかったため、「案内図」なるものはある程度大雑把な表現でも事足りたのである。そのため、日本全国ですら、名所旧跡のだいたいの位置や距離を知るといった目的でも使用されていたと考えられる（馬場 2001: 384）。

さらにいえば、一般大衆にとって地図は移動や旅行の「必需品」とまではいえなかったのではないだろうか。詳細な地図がなくとも、人びとは時に道に迷いながら、経験や伝聞を頼りに目的地をめざしたはずである。その内実は定かではないが、少なくとも現在ほど地図は実用的なものでなく、また人びとも地図に依存していなかったことはたしかである。

このように、地図が民間で量産されるようになった近世においても、大衆にとって地図は日常的で身近な道具というより、おぼろげな世界や国土、あるいは都市や遠隔地についての知識・イメージを獲得するための数少ない情報源であり、場合によっては「鑑賞物」ですらあった。そして、それを享受する人びとも、おそらく実質的には限定されていたのである。

2.1.3 近代——イデオロギーの表象

そして、幕末にはよく知られているように伊能忠敬の測量事業の成果によって、緯度・経度を基準にした精細な実測日本図が作製された。それ自体は「秘図」として一般には公開されなかったが、のちに伊能図をもとにした日本図が刊行されるようになったことで、それまで作者によって差異があった日本図に客観的なモデルが生まれ、大衆の国土認識の統合にも寄与したと考えられる。

³⁷ 近世ヨーロッパでも同様に、都市景観を絵画的に描写する絵図が流行していたが、長谷川孝治によれば、それは実用というより「むしろ視覚的愉しみを優先して意図されていたことが明白である」（長谷川 2005: 98）という。

この伊能図の作製は、日本における「地図の近代化」の契機にもなった。明治維新以降、ヨーロッパ諸国と同様に近代的な国民国家を建設するにあたって、国土の実態をさらに正しく把握するための国家事業として全国的な三角測量が実施された³⁸。富国強兵を掲げる明治政府では、西南戦争後、地図製作事業も陸軍が担当することになり、内務省地理局は参謀本部の測量局（のちの陸地測量部）に統合されることになった。そして、第2次世界大戦の終結まで、地図製作事業は陸地測量部にほぼ独占されることになった。水内俊雄によれば、こうした陸地測量部による地図製作事業は、「国家領域の空間的支配のヘゲモニーの確立にとって欠かせないものであるとともに、国家領域を越えての膨張の前線を確定して行く基礎作業でもあった」（水内 1994: 80）。ヨーロッパでもそうであったように、国土の測量地図は、対内的には国土が国家によって管理される空間であることを示すことで、国民の忠誠を促し、対外的にはそういった自らの領有権がおよぶ範囲を主張するナショナリズムの装置であった。このようにして、B.アンダーソンのいう「想像の共同体」が可視化されていったのである。

しかし、それに対して、近世に盛んになった民間における多様な地図出版は著しく停滞した。大正デモクラシーにともなう大衆文化の発展に際しても、娯楽用の地図の出版は江戸時代ほど盛んではなく、地図製作事業全般はあくまで軍によって管理された³⁹。鉄道が陸上旅客交通の主役であった当時は、鉄道院によって「鉄道旅行案内書」が編集されたが、全国に展開した国有鉄道の路線を対象として、あくまで「統一規格」で各地の観光情報が記載された（中川 1995: 15）。

ただし、そのなかでも絵師の吉田初三郎による鳥瞰図は大正から昭和初期にかけて大きな人気を呼び、近代ツーリズムの発展に寄与した。前述のように鳥瞰図そのものは江戸時代から存在したが、吉田初三郎のそれは、近代に発達・拡大した鉄道や航路、道路なども強調し、鳥の眼の高さから、より精密かつ広大に地域を描きだした。白幡洋三郎によれば、それは「描写対象地域を大づかみにする『鳥瞰』『俯瞰』の巨視的な図でありながら、一方では細かな歴史や地形やその地の暮らしを思い起こさせ、目を向けさせる微視的な視点、ミクロの観点も隠れて存在する」（白幡 2011: 40）ものであった。とはいえ、「鳥瞰図」という名称にもあらわれているように、やはりそれは地域の「見晴らし」を楽しむための巨視的な表現として特徴づけることができるだろう。

しかし、1931年の満州事変以降は、占領地域の「外邦図」の作製が必要になったため、

³⁸ また明治初頭には、国土全域で電信線架設工事が行われ、その電信網を国土とともに表した地図が作製された。山根伸洋によると、この地図は「電子網を成立させている国家自体を、逆に電信網によって表象している」（山根 1999: 220）のであり、電信線が「日本列島を近代的（国土）として空間的に制圧していく上での、戦略的アウトライン」（山根 1999: 220）であることを物語るものであった。つまり、地図は単なる「領域」として国家を表象しただけでなく、電信網（あるいは鉄道網）のような近代的なネットワークとして国家を表象していったのである。

³⁹ 当時は観光用の地図も製作されていたが、中川浩一によれば、「太平洋戦争前の出版事業では、各種のガイドブックを編集し、観光旅行を主導したのは、国有鉄道それ自体であった」（中川 1979: 198）。

国内の地図製作はさらに停滞したが、そのかわりに、国土を防衛するために軍に関わる施設や土地を消去・偽装した戦時改描図が作製された。そして戦時中は地形図そのものが全面的に販売中止になるなど、地図は相手に知られたくない国内事情を示してしまう国家機密として厳重に管理された⁴⁰。しかし、他方で、日本政府は、大東亜共栄圏の構想図など日本による占領地域を示す地図を国威発揚・戦意高揚に利用したともされており、こうして「見せる地図」と「見せない地図」を分けることで、空間のイメージを操作し、イデオロギーを表象していったのである。

このように、近代においては鳥瞰図のような特殊な地図をのぞいて、地図は領域的な国民国家を再編し、それを近代的世界のなかに登記するイデオロギーの表象として社会に配置されていた。そのために、地図は徹底的に世界や国土という「全体」を表象し、共有可能な空間像に仕立てあげていったのである。若林幹夫によれば、近代の国家的な地図製作事業は、「こうした事業を通じて統治の対象であり、かつまた主体でもある『国民』の占める領域が土地空間上の範囲として可視化され、それが学校教育やマス・コミュニケーション等を通じて国民的図像 *national icon* として人びとに共有され、そのような図像の共有を通じて国民的な意識が醸成されてゆくというということでもあった」（若林 1995: 193）。こうして、地図は国民教育のなかに組みこまれ、統治権力が表象するイメージを民衆に「啓蒙」する装置として、統一された世界像・社会像を普及させるようになったのである。

2.1.4 統制と超越のメディア

ここで、以上の議論をいったん整理しておこう。歴史を通じて、地図の知は基本的にエリート層や支配者層の手に握られていた。それは学者らが世界や国の地理を探求し、知識化するための手段、あるいは権力者が空間を把握・支配するための知識そのものであった。それゆえ、未知の「世界」や領域化された「社会」を全体として描きだすということが地図製作の主要な目的であり、また大衆は、それを通じておぼろげな「世界」や「社会」についての知識を獲得できるというところに、地図使用の重要な意義を見いだしたはずである。たしかに近世には庶民でも手にとることができる実用的な案内図も普及したが、それらの対象地域や実用性は限定的なものであった。そして、そうした案内図ですら、都市や地域を見暗らす抽象的な「イメージ」としての性格も備えていたし、逆に日本全図のような広域的な地図に名所や街道などの観光情報が記載される場合もあった。

すなわち、前近代・近世・近代という時代を通じて、それぞれ文脈や方法は違っても、地図というものは、不確かな「全体」への志向や欲望にもとづき、世界や社会を一望可能な空間として表象することをめざして権力に寄り添ってきた。そして近代においては国民国家、資本主義、科学技術といった近代的なシステムの結合によって、普遍化された世界像・社会像が生みだされ、国家の統治権力を通じて管理・啓蒙されていった。それによって社会における地図の「共有性」は増大し、ナショナル・アイデンティティの基盤を形成

⁴⁰ 現在でも一部の社会主義国や発展途上国では、詳細な地形図が自由に手に入らない場合がある。

するに至ったのである。

このような過程において、地図は個人の生活や経験の道具というより、社会の支配や統制の技術・メディアとしての側面を前景化させる。そして、個人にとって、地図は権力が操る情報やメッセージを受け取る手段であり、自己を取りまく「世界」や「社会」についての知識とアイデンティティの源泉であった。

さらに、情報のテクノロジーやネットワークが未発達な時代を生きた人びとにとって、地図は、まだ回路の少ない「世界」や遠隔地とつながり、みずからの想像力を拡張するための「超越」のメディアでもあった。明治期以降、先進的な近代社会に「追いつき追いこせ」を目標に後発的に近代化が進んだ日本社会では、たとえば鉄道が「いま／ここ」という出発地と、超越したところにある「いつか／どこか」という目的地を媒介する「想像力のメディア」になったという（見田 1984; 辻 2009）。その意味では、まさに地図も、科学や想像力によって「ここ」と「どこか」、すなわち身近な現実とまだ見ぬ世界を地理的な文脈で媒介する装置であり、とりわけ超越的なものを照準する後発的な近代化に適合的なメディアであったといえるだろう。

2.2 地図の大衆化・精密化

以上のような近代までの地図に関する歴史的事実は、すでに多くの地図史研究によって豊富に記述されてきたが、第2次世界大戦以降の地図の変遷については、まだまとまった考察や整理がなされていない。

戦後日本における地図製作の起点は、まず陸地測量部が独占してきた地図製作事業が再び民間に開放されたところにある。とりわけ高度成長期に入り、本格的な大衆消費社会が到来すると、地図の市場も著しく拡大し、真の意味での「地図の大衆化」が進んでいくことになる。

その背景には、まず、都市化の進展によって、複雑化した都市を詳しく「案内」する必要性が高まったことが挙げられる。たとえば交通網の発達によって、それらの系統を図化することが、都市空間を表象するうえでの重要な要素になっていった。そして、従来の案内図が鉄道路線を中心に描かれていたのに対して、1960年代のモータリゼーションにより、マイカーを利用して道路網を能動的に移動する人が増加したことは、いわゆる「道路地図」の需要を生みだすことになり、道路地図（帳）の出版ブームにつながった。ちなみに、いまやホテルやレストランの格付けをおこなう「ミシュラン・ガイド」で知られるフランスのミシュラン社も、もともとはタイヤ製造会社であり、人びとに自動車を使わせる目的で旅行案内書や自動車用の旅行地図を刊行するようになったのだという（中川 1979: 150-7）。

鉄道旅行の場合とちがって、自動車旅行では、運転者がいちいち道路を選定し、目標物と地図を照合して、現在位置を確認する必要があった。鉄道旅行の場合には、主要駅には必ず旅客案内所があって腕ききの職員が配置され、発着時刻、プラットフォームの位置などを教えてくれる。しかしこのような便宜は、自動車旅行の場合には、

なかなか得られない。それだけに自動車旅行用の地図に対する需要も、大きかったといえるだろう（中川 1979: 155）。

このように地図の変化と普及には、人びとの交通・移動形態の変容が大きく関係していた。乗客として乗り物に導かれるのではなく、みずからの運転によって広範囲を移動できるようになると、そのルートを詳細に示してくれる地図が必要になったのである。

また、空間を意味づける公的制度の変化も、地図の需要を増大させる一因となった。1962年の住居表示法の施行によって「街区方式」⁴¹の合理的な住居表示システムが導入され、古い地名や境界が改められたことで、地図にも大きな変更がせまられ、それを反映した詳細な分県地図・市街図が数多く出版されることになった。



図表 2-5 『ミリオン東京都区分道路地図帖』（東京地図出版，1968）

こうした道路地図や市街図における詳細な表現には、地図製作そのものの技術的な発達に影響していたことも指摘しておかなくてはならないだろう。日本では戦後に空中写真測量が導入され、国土地理院⁴²によって国土開発の基本となる 2500 分の 1 および 5000 分の 1 の大縮尺の国土基本図が作製されるなど、国土をより詳細に地図化することが可能になっ

⁴¹ 住居表示の方法には、「街区方式」と「道路方式」がある。道路方式は欧米のように通りの両側に住居番号を付けていくものであるが、街区方式は道路や鉄道などに囲まれた区画（ブロック）に番号を振り、さらにその中の建物に住居番号を付けていくというものである（今尾 2004）。

⁴² 第 2 次世界大戦の終結とともに陸地測量部は消滅し、そのかわりに内務省地理調査所が設置され、1960 年から「国土地理院」となった。

た。そして、民間から発行される地図においても、こうした測量データを下敷きに利用することで、より精密な地図表現が可能になったのである。

さらに、1973 年に創業した（株）ゼンリンは、離島や山村、地下街、路地裏まで日本全土の 90 パーセント以上の地域に存在する一軒一軒の建物の名称、世帯主、地番を、年間 30 万人の調査員を動員して現地調査し、1980 年に北海道から沖縄までを網羅した住宅地図を完成させた。そして、こうした努力によって得られたデータは、より詳細な市街図の製作に利用されたのにくわえて、電気・水道・ガスといったライフラインの敷設、郵便の配達や警察・消防の業務に不可欠な情報として役立てられるようになった。

こうした技術的・社会的要因によって、地図は、より多くのヒトやモノが集まるようになった複雑な都市を詳細に把握するのに便利な情報源となり、また誰もが手軽に購入・利用できる商品になっていったのである。

2.3 マス・ツーリズムと観光ガイドマップ

さらに、戦後の地図の大衆化に大きな影響をあたえたのが、いわゆる「マス・ツーリズム」の進展（観光の大衆化）である。

1960 年代以降、海外渡航の自由化、モータリゼーションによって、航空機やマイカーでの旅行が増加するとともに、旅行業者が企画・販売する「バック旅行」が主要な観光スタイルとして定着した。また、東京オリンピック、大阪万国博覧会といった国家的ビッグイベントにとともに、新幹線や高速自動車道が整備され、さらに大阪万国博閉幕後は、国鉄が旅客を維持・確保するために「ディスカバージャパン」と称した観光キャンペーンを実施した。安井眞奈美によれば、「このキャンペーンは、少し足を延ばせば全国どこにでも素晴らしい日本の風景を見つけることができる、という印象を与え、若い女性を中心に観光ブームを巻き起こした」（安井 1997: 213）。

そして、こうした観光に大衆を「動員」するうえで重要な役割を果たしたのが、観光ガイドブックである。たとえば、上記のディスカバージャパン・キャンペーンに誘発されるかたちで、1970 年代には女性ファッション誌『アンアン』『ノンノ』に国内旅行の特集記事が毎月掲載されるようになり、その記事が紹介するとおりの観光コースを歩く若い女性が増殖したことから、彼女たちは“アンノン族”と呼ばれた。

ただし、こうした観光スタイルの原型はすでに 19 世紀のヨーロッパにあった。近代ツーリズムの祖といわれるイギリス人のトーマス・クックは旅行会社を創業し、1851 年に開催されたロンドン万博の「ガイド付き」ツアーを企画して、多くの大衆に対して「視覚」による科学的鑑識眼の育成をしつつ、禁欲と労働の倫理を説き、それに見合う健全な余暇活動を奨励したとされている（須藤 2005: 56）。

このようにして、近代には景色を中心に楽しむ「百聞は一見にしかず式の旅行」が定着し、「旅行体験の視覚化」が進んだ（Urry 1990=1995: 8）。そして、その指南書として、観光名所や交通、宿泊施設、旅程などを体系的に整理した大衆向けの旅行案内書が登場した

のである⁴³。

D.ブーアスティンは、観光のイメージを出発前に視覚的に示してしまう近代的なメディアの1つにガイドブックを挙げ、観光という現象は、あらかじめ仕組み、メディアによって提供されるイメージを確認するだけの「擬似イベント」として捉えられるということを指摘している（Boorstin: 1962=1964）。そして、戦後のマス・ツーリズムは、旅行者や出版業者、高速交通網の発展と結びつくかたちで、こうした擬似イベントとしての観光をさらにおしすすめていった。とくに、それまで主流だった団体旅行にかわって、個人や家族、小グループによる少人数の旅行が中心となったことで⁴⁴、それを自分に代わって道具立てしてくれる旅行者や観光メディアへの依存が強まったのである。なかには自分たちだけで旅行を計画し、主体的に行動しようとした人もいたであろうが、それでも旅行計画自体に一定の指針をあたえてくれるガイドブックは多くの人にとって旅行の必需品であったはずである。

国内の旅行ガイドブックの歴史の変遷を概括した地理学者の金子直樹は、ガイドブックの書誌学的検討はこれまで十分に行なわれてこなかったとしながらも、その背景の1つに、「戦後のガイドブックが、戦前のそれと比較して刊行された数が膨大であるため、その体系的な把握を難しくしているという側面がある」（金子 2009: 125）ということを指摘している。すなわち、ガイドブック自体は戦前から刊行されていたものの、その数は戦後になって飛躍的に増大したということである。

そして、ガイドブックのなかでも、観光スポットの位置情報や、それらを結ぶルート情報を示す地図（ガイドマップ）は、旅行者の観光行動をあらかじめ規定したり、その地域の観光イメージを視覚的に操作したりすることで、観光を擬似イベント化するのに重要な役割を果たすようになっていった。こうして、地図は独立したメディアというより、こうしたガイドブックのなかに組みこまれ、その一部を構成する視覚情報として示されることが多くなったのである。したがって、「ガイドマップ」なるものも、ガイドブックの刊行と連動するかたちで戦後に増産され、手軽に利用できるようになったと考えて差し支えないだろう。

しかし、1960年代以前の観光ガイドマップは、大判の折りたたみ式で、対象地域の広域図・全体図のなかに、温泉や寺院、展望台、城跡などが記号を用いて表示されているものが多く、その裏面などに必要に応じて部分図・詳細図が補足的に「添付」されていた。江戸時代の観光地図がそうであったように、1960年代以前はまだ地図の精密性に技術的な限

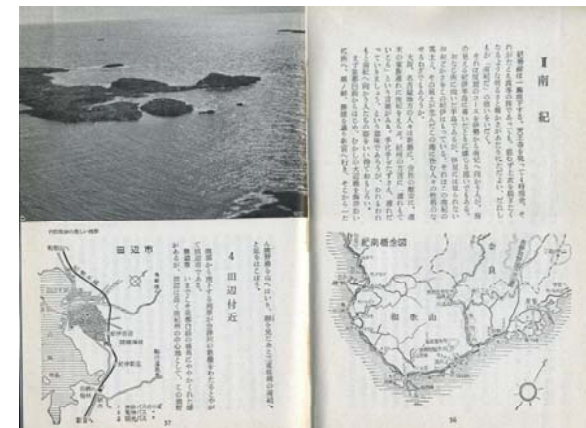
⁴³ たとえば、ドイツの『ベデカー』は、記述と地図の精確さ、知的水準の高さ、多国語による刊行、星印による評価（スターシステム）などで、後続の旅行案内書の模範となったと言われている。そのほか、イギリスでは歴史や文学に関する記述で定評がある『ブルーガイド』、フランスでは鉄道旅行用の『ギド・ブルー』、ホテル・レストラン案内に権威がある『ミシュラン』などが同時期に創刊された（橋本 1995: 73）。

⁴⁴ 白幡によれば、団体旅行から家族・グループ旅行への旅行志向の転換期は、大阪万国博覧会が開かれた1970年（昭和45年）であった（白幡 1996: 209）。

界があり、また空間自体のありようも現在ほど複雑でなかったため、それほど精密な地図は必要ではなかった。そのため、観光ガイドマップにかぎらず、一般的な市街図・都市図も、「県」や「市」のような行政区分を単位とした「全体図」として示されることが多く、エリアが細かく分割されるということはあまりなかった。それに対して、部分図や詳細図は、あくまで補足的・副次的な情報として付け足される程度にすぎなかった。

たとえば、当時の代表的なガイドブックの1つに、実業之日本社の『ブルーガイド』シリーズがある⁴⁵。これには、地域や名所の歴史、伝統文化、風景、特産物などに関する地誌的説明が文章で詳細に記述されていたが、一方で、地図といえば手描きの素朴なものが文章のあいだに補足的に挿入されているだけであった。このように当時のガイドブックは地図や写真といったビジュアル・イメージだけでなく、文章表現によって地域の文化が紹介される「読み物」としての要素も強かったといえる。そして、下記のように、その文章はさながら書き手の主観や経験が含まれる「紀行文」のような体裁で書かれていた。

紀勢線は一路南下する。天王寺を発って4時間余、それがたとえ真冬の旅であっても、思わず上衣を脱ぎたくなるような明るさと暖かさがあたりにただよい、だれしもが「南紀だ」の思いをいだく。それは反対のコースを伊勢から南紀へ向かう人が、海の見える紀伊半島に着いたときに感じる思いでもある。（実業之日本社、1967、『ブルーガイド』南紀と志摩・上、56頁）



図表 2-6 『ブルーガイド 南紀と志摩・上』（実業之日本社、1967、p. 36-7）

⁴⁵ ただし、『ブルーガイド』シリーズの発祥は、20世紀初頭のイギリスである。それは当時から文学・歴史関係の記述がとりわけ詳しいことで知られており、のちに日本でもその名にあやかるかたちで国内向けの『ブルーガイド』シリーズが創刊された。

そして、この『ブルーガイド』には、全体の位置関係を小縮尺であらわす広域図の掲載も多く、それは「～概念図」と表現されていた。ちなみに、この「概念図」という表現は、近くとも昭和初期の旅行案内書から用いられており、戦後のその他の観光地図にもしばしば見られたものである。こうしたことから、かつての地図（ガイドマップ）が、地域全体の大まかな「イメージ（概念）」を重視していたことが窺える。そのみでは旅行者の移動を助ける「道しるべ」としてはおそらく不十分であったけれども、全体を把握し、地域や名所の相対的な位置関係を確認するには便利なものであったと思われる。そうした広域図・概念図は、小縮尺であるために詳しく説明されない「余白」部分も多かったが、それゆえ読み手の主体的な想像力や経験によって、それが埋められる余地が残されていたともいえる。

しかし、1970年代に入ると、先に示した「アンノン族」のようなファッション志向のツーリストが出現し、地図はそのような人びとにとっての擬似イベントを創出するガイドマップへと変容していく。『アンアン』『ノンノ』の旅行記事は、その観光地で流行の服を着たモデルを撮影した写真を掲載したり、そこに印象的なコピーを添えたりすることで、優雅でファッションブルな観光イメージを演出するデザイン上の操作がなされていた（原田1984: 51-4）。さらに、読者の視覚に直接訴えかけるイメージ装置として多用されたのが、「イラストマップ」である。それは文字どおりイラストを用いた「絵図」であり、距離・縮尺・地図の約束事などはそれほど尊重されていない（原田1984: 54）。しかし、読者である若い女性が関心をもちそうな娯楽系スポットや、そこで遊ぶ人びとの様子をイラスト化することによって、いわば「かわいさ」や「楽しさ」を場所イメージとして喚起するようなデザインが施されていた。



左：図表 2-7 『アンアン』1976年7月20日号，能登イラストマップ（p. 151）



右：図表 2-8 『ノンノ』1976年11月20日号，鎌倉タウンガイドマップ（p. 156）



図表 2-9 『Yamakei Town Guide 札幌・函館・小樽』（山と溪谷社，1976，p. 93）

そして、1970年代以降、このようなイラストマップの手法が他のガイドブックにも多用されるようになっていく。金子は、1970年に刊行が始まったJTBの『ポケットガイド』シリーズにおいて、1970年から刊行された初期型と、1977年からの改訂版の差異の1つに、「掲載された地図がより詳細かつ正確になった一方で、時に手書き風のイラストマップも使用された点」（金子2009: 128）を挙げ、従来は1/4ページ程度だった簡単な地図が、1ページ全体のイラストマップとして提示されるようになったことを指摘している。

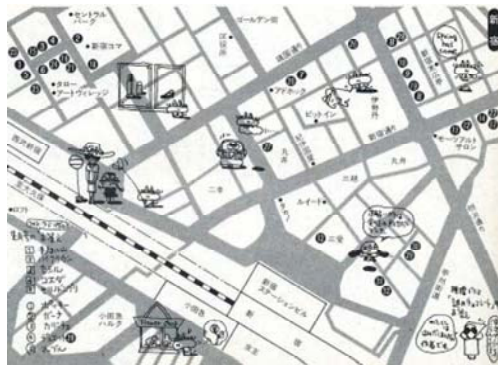
すなわち、マス・ツーリズムの進展にともない、その「ガイド」を担う地図（ガイドマップ）は旅行者の効率的な移動に役立つ「道しるべ」としての利便性・機能性を高めていく一方で、観光をライトに消費する旅行者を惹きつけるために、観光地の魅力を表現し、視覚的に演出する「イメージ」としてのデザイン性も重視するようになっていった。しかし、たとえばそうしたイラストマップも、「地図」であるかぎり、単に地域全体の面的・抽象的なイメージを伝えるだけではなく、「観光スポット」や「観光ルート」の情報を一定程度含むものでなければならなかった。つまり、たとえ距離や縮尺は不正確でも、そこにどんなスポットがあり、そこをどんなルートで周遊することができるかを点的・線的な情報によって案内することが、いわゆる観光ガイドマップの重要な役割になったのである。実際の移動に必要な詳しい道路情報や鉄道情報は、別の道路地図や鉄道地図で補完できたため、実質的に観光マップの多くは、イラスト要素と実用的なスポット・ルート情報を盛りこむことによって、擬似イベントとしての観光のイメージ・経験をかたちづくるようになっていったといえる。その意味では、イラストマップも、通常は単純な「点」や「線」の記号で表されるスポットやルートをイラスト化して魅感的に表現することで、観光地の「イメージ」を訴求するとともに、現地での行動を大まかに方向づける「道しるべ」として機

能していたといえるだろう。

以上のようなガイドマップの「道しるべ」機能は、単純な道路や鉄道の移動経路を詳しく示す「道案内」としてだけでなく、作り手が推奨するスポットやルートを表示し、その土地の歩き方や楽しみ方を指南する「マニュアル」として、より広義にとらえることも可能なのである。

2.4 都市情報誌とガイドマップ

1970年代に入ると、東京を中心とした大都市では映画・音楽・演劇などのイベント劇場が増加し、大学生を担い手とした対抗文化運動が台頭してくる。そのなかで、既存の新聞や広告などのマスメディアからはこぼれ落ちる、いわゆるアンग्रラな／マイナーなイベントの情報をカヴァーするメディアとして「都市情報誌」なるものが続々と創刊された。『シティロード』（1971年創刊）、『プレイガイドジャーナル』（1971年創刊）、『びあ』（1972年創刊）、『ピックリハウス』（1974年創刊）などがその代表である。それらは月ごとに上映・上演される作品の情報（時間・場所）を紹介するとともに、エリアごとに各会場の位置を示す簡単な地図が掲載されていた⁴⁶。ただし、これらの情報誌における地図は、基本的にイベントがおこなわれる劇場などの「位置」を示すことを目的とした補足的な情報にすぎず、たとえば『アンアン』や『ノンノ』のイラストマップのように場所イメージを華やかに演出するものではなかった。図表 2-10 のように、『びあ』の地図には簡単なイラストが載せられる場合もあったが、この案内図には基本的に場所と関係のないキャラクターが脈絡なく描かれているだけで、それによってまちのイメージを明確に演出しようとする意志は見られない。



図表 2-10 『びあ』映画館案内図（新宿）

（出典：『びあ』1978年3月号、p.19）

⁴⁶ ただし、『プレイガイドジャーナル』や『シティロード』に関しては、当時のいくらかの誌面をあたったかぎり、基本的にイベントの場所を一覧化するような地図は掲載されていなかった。当時の情報誌において、地図情報の存在は絶対的なものではなかったのである。

70年代の都市情報誌には、「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的なアクティビズム」（若林 2005: 225）があり、たとえば初期の『びあ』は、膨大な量のイベント情報を等価的・網羅的に並列し、それを読者の主体的な選択に委ねていた（若林 2005: 233）。つまり、創刊された当時に『びあ』に出会いそれを読むことは、きわめて主体的な行為だったのである（坪内 2002: 293-4）。そのため、地図もそうした主体的な読者に対して過剰なイメージ操作をおこなう必要はなく、最低限の位置情報を示すだけでよかったのだと考えることができる。

ただし、そうした都市情報誌における地図の特徴として重要なのは、それが「エリア」や「ジャンル」ごとに細かく分割されたかたちで掲載されていたという点である。高度成長期を経て都市はますます巨大化・複雑化し、そのなかに多様な「街」や「文化」が生成されると、それを「全体」のイメージとしてではなく、細かく分節化した情報として読みとるためのテキストが必要になったのである。吉見俊哉はこうした70年代の都市情報誌の役割を次のように説明している。

これらのカタログ雑誌は、そうした手段によるのでなければ認識が困難なほど複雑化した東京にあって、若者たちにどこへ行き、何をすることができるのかを教える台本の役割を果たしていったのだ。都市のなかの様々な空間はこの台本に登録され、原理的には各個人が自由に選択できる項として並置されていくことにより、相互の有機的な関係を離れ、ちょうど遊園地やゲームセンターに並べられた遊戯台のようなものとして現れるようになる。どの台を選ぶかは、並置された選択肢のなかで当該の選択肢が占める商品価値によって決まる（吉見 1987: 307）。

ただし、ここで吉見も「カタログ雑誌」という言葉を用いているように、70年代の情報誌には単純な「台本（マニュアル）」の役割だけでなく、「都市にかんする情報／広告を列挙し、いわば都市をカタログ化することで『我々の情報を確立する』という情報誌文化のスタイル」（北田 2005: 240）があり、読者が主体的・能動的に情報を選択する余地が残されていた。ゆえに、地図に掲載される「エリア」と「スポット」も、過剰な演出や強調なしに、純粹に選択されるべき対象としてカタログ的に並置されていた。

しかし、都市が、街が、そのような「選択肢」として、いわば断片化されたかたちで表象されるようになったというところに、都市と地図の関係の1つの変化を見てとることができる。そうした地図が表象するのは、「都市」そのものというより、情報としての断片的な「エリア」の集積にすぎない。鉄道路線が緊密に張りめぐらされ、高速かつ効率的な移動が可能になった都市では、都市全体の地理的な位置関係や距離よりも、個別のエリアにおけるスポットの分布状況を示す地図が重要な意味をもつようになったのである。

もともと、各エリアにアクセスするための交通情報は必要であったため、都市情報誌にはしばしば鉄道路線図が掲載され、それによって都市全体の位置関係は、都市全図という

より、駅間の順序と位相関係だけをしめず鉄道路線図をとおして把握されるようになっていった⁴⁷。すなわち、鉄道路線図を見れば、さまざまな街（エリア）の位置関係と、そこへの道筋（ルート）を端的に理解することができたのである。したがって、都市情報誌の地図が表象する「都市」とは、選択の対象として並置されたイベントの「スポット」と、そのスポットを囲む「エリア」と、そのエリアに至る「ルート」の情報からなるパッケージだったといえるだろう。



図表 2-11 『びあ』鉄道路線図
(出典：『びあ』1978年3月号, p.16)

しかし1980年代から90年代にかけて、こうした情報誌が若者にとってごく身近なメディアとして普及し、誰もがそうしたメディアをとおして都市をまなざすようになると、カタログ的だった都市情報誌は次第にマニュアル的なものへと変容していく。このことについて、北田暁大は次のように説明している。

おそらく私たちがかつての消費社会ブームを語るときに念頭に置いている80年代とは、カタログからマニュアルへと、つまり、意味を断ち切るために羅列された断片群が、意味（都市の舞台性）を擬制するための素材——情報が広告であることを隠蔽する修辭法——へと転化したときに誕生したのである（北田 2005: 241）。

観光の分野においては、すでに70年代から『アンアン』『ノンノ』の旅行記事に代表されるように、マニュアル的なガイドブックやガイドマップが提示する観光イメージ・観光コースをなぞるような旅行スタイルが定着していたが、都市においても人びとの遊び方・楽しみ方をマニュアル的に方向づける台本として、情報誌は消費されるようになっていっ

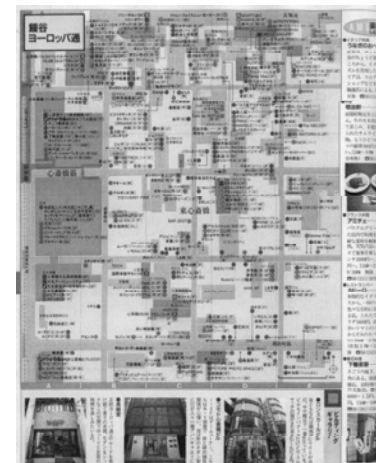
⁴⁷ 青木栄一は、「鉄道の利用者にとって必要な最小限の情報を地図に盛りこむならば、鉄道路線相互の結びつきや駅の配列（順序）が正確であれば、一応の用は足りることとなる。通常の地図に要求される距離や方位は必要な条件ではなく、縮尺も考慮外としてよい」（青木 1995: 1）と述べている。

た。それに呼応するように、地図も都市を「消費の舞台」として演出し、イラストなどのビジュアル要素を増やしながら、人びとのイメージや経験を規定するマニュアルとしての性格を強めていく。

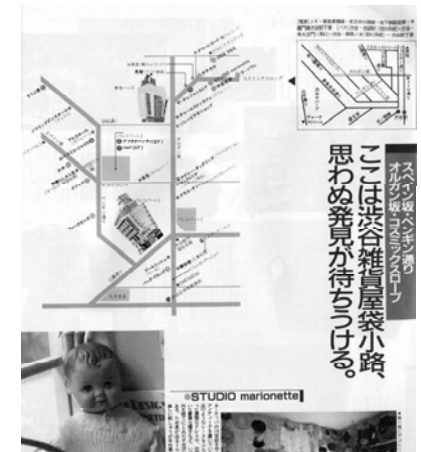
1982年には『びあ』の別冊として、年刊の『びあ MAP』が創刊された。これは、通常の『びあ』よりも地図の比重を大きくし、劇場や映画館だけでなく、飲食店やブティックなど多様なアミューズメント・スポットをエリアごとに一覧化したものである。

『びあ MAP』は（都市）の各エリアに空間的なイメージを提供してくれるのである。そのようにイメージされた（都市）の出来事としてイベント情報誌の各情報はそれぞれのポイントにマッピングされていく。こうして、都市に出向くことなく建築物や空間の配置、そこでの出来事を容易に（知る）ことができるようになるのである（石田 1992: 74）。

石田依恵子がこう述べるように、情報誌のなかで地図が視覚的なイメージとして前面に押しだされるようになると、都市のイメージはそうした地図によって、より強く規定されるようになっていく。70年代の都市情報誌においては、みずからの感性に照らして主体的に選択したイベントの場所を確認するためのシンプルな位置情報として、地図は「付属」していただけであった。そして、読者は実際に現地に向向いて遊ぶことによって都市そのものを経験した。しかし、こうして地図はかならずしも補足的・付属的な情報ではなくなり、むしろそれ自体がエリアやスポットの商品価値を訴求する「広告」の性格を帯びるようになると、読者はまず地図を見て、そのエリアをイメージし、そこで何ができるかを知ることになっていくのである。



図表 2-12 びあ MAP 関西版（びあ, 1992）



図表 2-13 びあ's street（びあ, 1987）

そして、地図には劇場や映画館にかぎらず、グルメやショッピング関連の娯楽スポットが豊富にマッピングされるようになる。それによって、人びとは演劇や映画といった「出来事(イベント)」を消費するために地図を参照するというよりも、さまざまな「スポット」の広告として地図そのものを消費し、それをとおして都市をイメージ・経験するようになっていった⁴⁸。すなわち、70年代においては、劇場や映画館といったエンターテインメントの場の集積として都市を表象したガイドマップも、80年代以降になると、より広い意味での「レジャーの空間」として都市を表象するようになったのである。

さらに、80年代の後半には、『ぴあ』をジャンル別に分化した情報誌として、『ぴあ MAP グルメ』、『ぴあ's DINNER』、『ぴあ's STREET』、『ぴあ's NIGHT』、『ぴあ MAP 元気(スポーツ情報)』、『こどもぴあ(子ども連れアミューズメント情報)』などが次々と創刊された。これによって、ガイドマップはエリア別に断片化されるだけでなく、ジャンル別に細分化されるようになった。ユーザーはみずからの目的に応じて、まず地図の「ジャンル」を選択し、さらにそのなかから「エリア」や「スポット」を選択することによって、都市の情報を縮減することができるようになったのである。たしかに、そこで読者はみずから主体的に情報を選択・縮減するという側面もあるが、その選択はあらかじめ地図上で取捨選択された情報のなかでおこなわれるにすぎない。したがって、地図自体に表示されなかったものは、人びとのイメージや経験からもこぼれ落ちることになる。読者の選択に先立って、このように情報を編集し、細かく絞りこむことによって、人びとの経験を道具立てするということに、マニュアル化した地図の特性があるのだ。

そして、こうしたマニュアル化の流れを決定づけたのが、1990年代における都市情報誌『東京ウォーカー』や『TOKYO★1 週間』の創刊である⁴⁹。これは、従来にも増してグルメスポットやデートスポットの紹介で誌面を埋めつくし、マス化した読者に「トレンド」を教える台本として提供された⁵⁰。若林幹夫は、都市情報誌に関する論考のなかで、『東京ウォーカー』の読者像を次のように説明している。

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の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

⁴⁸ 大塚英志は、80年代における『ぴあ』の大きな転機として、映画と都市空間をとり結び場としての映画館の衰退を挙げ、それによって情報を記号としてしかとらえることができなくなり、「都市空間」との関係も稀薄なものとなっていったことを指摘している(大塚 1993: 210)。
⁴⁹ のちに、『関西ウォーカー』をはじめ全国各地で同誌の地方版が刊行されていったが、1997年に創刊された『TOKYO★1 週間』は2010年をもって休刊した。
⁵⁰ 大塚によれば、80年代にはそれぞれの消費領域で(おたく)化がすすみ、その結果情報誌は細分化し、棲み分けされていったが、『東京ウォーカー』がフォローしたのは、マス化した(おたく)型消費者の非(おたく)的な領域であった(大塚 1993: 213)という。

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(若林 2005: 234)。

こうしてマニュアル性が徹底された『東京ウォーカー』や『TOKYO★1 週間』のような情報誌では、つねに最新の情報を提供すべく、毎週あるいは隔週で刊行され、そこに掲載される地図情報も短いスパンで更新されていった。つまり、どのエリアの地図が掲載され、そこにどのようなスポットがマッピングされるかは、その号の特集でピックアップされるテーマによって変わっていくのである。こうして、都市のガイドマップは、人びとに共有される「マニュアル」でありながら、安定したイメージを形成することはなく、つねに最新の情報によって塗り替えられたり、ジャンル別に細分化されたりしながら、マッピングする内容を変えていくようになった。



図表 2-14 『東京ウォーカー』1991年12月3日号(角川書店, p.14-5)

2.5 消費と移動のマニュアル

他方、観光ガイドに関しては、1970年代からの流れを汲んで、1980年代以降も、イラストなどを用いながら観光地のイメージを演出するとともに、おすすめの観光コースや人気の観光スポットを強調するような地図の掲載が通例となった。ただし、この時期になると観光ガイドでもグルメやショッピングなどの情報に、より重点が置かれるようになり、「食べる・買う・遊ぶ」ためのスポットが多数マッピングされるようになっていく。こうして、ガイドマップはあらゆるものを消費や娯楽の「スポット」として表象し、従来は「名所」と呼ばれていたものも、観光地のイメージを演出する1つの「スポット」に置きかえていった。

それは(高度)消費社会の到来によって、観光地も都市空間も同様に人びとの消費の舞

台として「演出」される場になっていったことを意味している。北田暁大が「広告都市」（北田 2002）と表現するように、たとえば1980年代の渋谷は、企業やメディアが文化戦略として街そのものを記号的に演出し、高感度の若者にむけてプレゼンテーションしていく広告的な装置であった。他方、中川理によれば、地方の都市や観光地でも、1980年代以降、記号的な差異を要求する消費社会や、国政によるふるさと創生事業を背景として、駅舎や公衆トイレなど日常空間にあらわれる公共施設が、郷土の歴史や風土からは切り離された“かわいい”“ユニークな”デザインによって虚構化されていく「ディズニーランド化デザイン」がすすんだ（中川 1996）。

そのなかで、1980年代には『るるぶ』（JTB）や『まっぷる』（昭文社）といった観光ガイドブックが創刊された。これらは、地域別に年刊で発行され、対象地域をいくつかのエリアに分割し、さらにそのエリアごとに点在する観光スポットを写真や地図を用いてピックアップするという、ビジュアル重視のガイドブックである。いわばそれは『東京ウォーカー』の観光版のようなものであり、エリアごとに掲載される地図には、グルメ・ショッピング関連のスポットも必須の情報としてマッピングされ、それを通じて「みどころ」や「おすすめ」がマニュアル的に可視化される。『るるぶ』『まっぷる』は大都市から地方都市まで多様な地域を網羅したポピュラーな観光ガイドとして定着し、都市の観光化／観光の都市化をおしすすめた。つまり、都市のガイドマップも、観光のガイドマップも、企業・メディアの広告装置の一部として、「食べる・買う・遊ぶ」といった人びとの経験を道具立てするための情報をマッピングするという意味では、それほど大きな違いはなくなったのである。



図表 2-15 『マップルガイド 四国』（昭文社，1988，p.16-7）

また、集客力を高めて地域の活性化を図ろうとする地方の観光地では、上記のようなディズニーランド化デザインと開発の論理のもとに、観光スポットや交通網が整備され、さらにメディアを通して場所イメージが演出される。そして、地図はそうした場所イメージの演出に不可欠な舞台装置として、観光地を「エリア」「ルート」「スポット」の3要素をもとに表象するようになっていったのである。

以上のように、ここまでは観光ガイドブックや都市情報誌の変化と関連づけて、高度成長期以降の地図（ガイドマップ）のあり方について検討してきた。無論、ここで重要なのは、ガイドブックや情報誌そのものの変遷を明らかにすることではない。しかし、基本的に地図は「マニュアル化」を軸としたガイドブック・情報誌の変化とパラレルな関係にあった。1970年代以降、地図は独立したメディアというより、そうした都市・観光のメディアに不可欠な情報となり、ガイドブックや情報誌が取り上げる街・観光地（＝エリア）の地理情報として、そのなかに取りこまれるようになっていったのである。

そして、このこと自体が、現代における地図というメディアの変容の1つのかたちをあらわしている。かつて地図は大判1枚刷りの地図として、折りたたんで持ち歩いたり、広げて眺めたり、あるいは壁に掲示したりして、それ単独で利用・閲覧されるメディアとしての要素が色濃かった。しかし、都市や観光のメディア化・テキスト化がすすみ、そのメタ・テキストとしてのガイドブックや情報誌の必要性が高まるにつれて、地図はそのなかの情報やコンテンツとして消費されるようになっていった。逆にいえば、観光が大衆化し、都市が複雑化するにつれて、消費のイベントで埋めつくされた空間は、単独の地図、とりわけ一般的な市街図だけではとうてい表象しきれないものになったのである。

もちろん、地図はもっぱらガイドブックや情報誌をとおして消費されるばかりではない。前述のように、たとえば観光地で行動するには、イラストマップだけでなく、正確な移動経路を示す道路地図や市街図が必要であるし、大都市では鉄道路線図が人びとのメンタルマップを大きく規定するようになったことは疑いようのないところである。すなわち、地図はガイドブックや情報誌と結びついて、人びとを消費にいざなう「広告的なイメージ」を表象するようになっただけでなく、同時に、人びとが複雑な都市をより効率的に移動するための純粋な「経路情報」としての機能性を高めながら、人びとの日常／非日常に浸透していったのである。

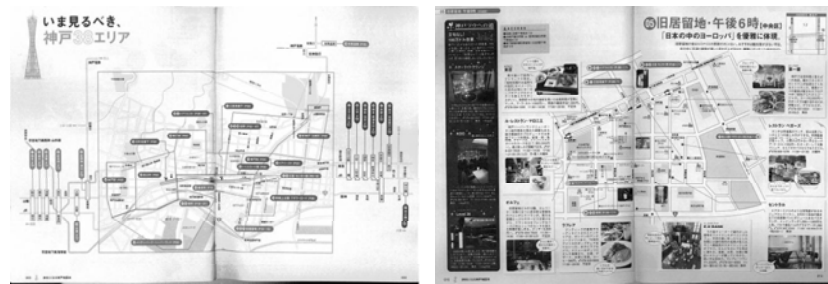
1980年代における都市テキスト論者の代表格である前田愛は、都市というテキストを読み直した「メタ・テキスト」⁵¹の典型として地図を挙げたうえで、それを2つのタイプに分けて示している（前田 1989）。1つは、たとえば東京区分図やロードマップのように、点から点への移動の座標を示す機能性にもとづいて作られた地図である。それは、2区間の最短距離をたしかめるための「実におもしろくない地図」であり、それによって人びとは規格化された地図を愛用して、規格化された目で都市を見ることになる（前田 1989: 397）。

⁵¹ 前田は、都市について書かれたメタ・テキストを、たとえば文学作品のように時間軸に沿って展開するデジタル型と、地図のように空間的な広がりをもったアナログ型に分類している（前田 1989: 407）。

もう 1 つは情報誌などに掲載されるイラストマップであり、それは地図としては正確ではないが、「われわれが町にいるイメージというものをできるだけイラストによって伝えようとしている」(前田 1989: 409)。こうして前田は、街が画一的な均質空間と化し、東京区分区やロードマップが表象するような一種の座標系以上の意味をもたなくなってきたという危惧を表明したうえで、イラストマップの存在に言及し、その読み方次第で街の見方はまったく違ってくるということを指摘したのである。

このように、地図はイラストマップに象徴されるように、都市や観光地のイメージを広告的に演出する「舞台装置」の役割を果たすようになる一方で、点から点への移動経路をナビゲートする「道しるべ」としての強度も同時に高めることにより、目的に応じた地図の使い方＝空間の読み方をユーザーに求めるようになった。ただし、いずれにしても都市レベルで空間の読み方を枠づけ、人びとの空間的な行動を制御することで、効率的な経験を提供しようとする一種の「ガイドマップ(案内図)」として普及してきたという点では同じである。その意味では、情報誌的な「消費・娯楽のマニュアル」としてのガイドマップと同様に、道路地図や鉄道路線図も、点から点への移動という経験を道具立てする純粋な「移動のマニュアル」として、ガイドマップという範疇のなかで捉えることも可能なのである。

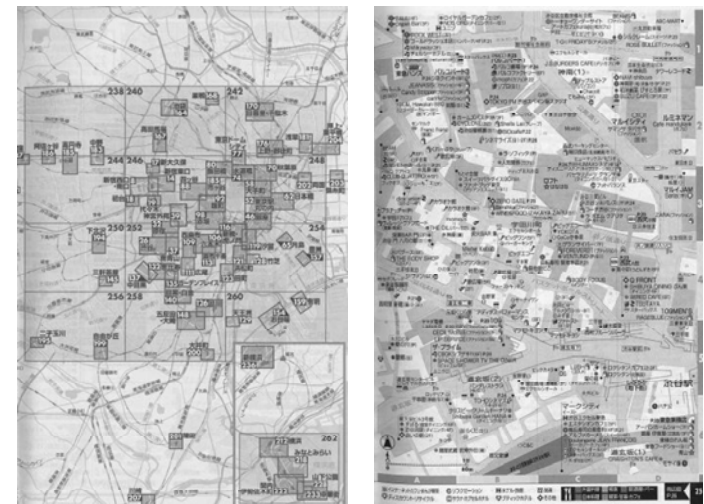
そして、そうしたガイドマップ(案内図)を構成するエレメントとして重要なのが、選択的にマッピングされた「スポット(点)」であり、点と点をむすぶ鉄道や道路の「ルート(線)」であり、鉄道駅を中心とした商業的な「エリア(面)」である。地域や都市は、分県地図のように行政区分に沿って総体的に表象されるのではなく、そうしたエレメントの組み合わせによって断片的に表象され、ユーザーの目的に応じて選択されるイメージと情報の集積になった。たしかに、エリア別・目的別に細分化された地図のなかから、どの地図を選び、さらにどの情報を利用するかはユーザー次第なのであるが、地図はあらかじめエリアを断片化したうえで点的・線的情報を取捨選択し、その枠のなかで人びとに行動することを求める「マニュアル」的なものとして機能するのである。



図表 2-16 『神戸地図本』
(京阪神エルマガジン社, 2006, p. 2-3, p. 14-5)

さらに、最近では「消費・娯楽のマニュアル」と「移動のマニュアル」を融合させたようなガイドマップも多くみられるようになっている。たとえば、昭文社の『まっぶる街ナビ』シリーズは、ベースとなる地図は国土地理院の地形図データを使用した正確な市街図の体裁をとっている。しかし、その上にはたばあるきジャンル(外国料理、日本料理、軽食、居酒屋・バー、喫茶・甘味・カフェ)と地図ジャンル(待ち合わせ場所、ショップ、映画館、美術館・博物館、インターネットカフェ、コンビニエンスストア、CD・レコード店、ドラッグストア、夜景スポット etc.)に細分化され、記号であらわされたおびただしい数のスポットがマッピングされており、そのなかでも「おすすめ店」は写真つきで別ページで紹介されている。そして、渋谷や新宿をはじめ、都心地域が 78 のエリアに細分化されており、表紙を開くと、そのエリアの分布を示した「地図インデックス」なる広域図が現れ、そこから各エリアの詳細図が掲載されたページを探することができるしくみになっている。

しかし、これらのエリアは離散的に分割されており、隣のエリアの地図を見るには、またインデックスに戻ってどのページに跳べばよいかを調べなければならない。なかには詳細図が掲載されていない地域もあるため、エリア間の整合的なつながりや連続性を把握するのはきわめて困難になっている。それはさながらピースが散り散りになった「ジグソーパズル」のようである。そこでは、東京 23 区の位置関係や行政区分をひと目で把握することはできず、それでも何とか「全体」を見晴らすには、冒頭にある「地図インデックス」か「鉄道路線図」を見るしかない。そして、表紙に記載された「超詳しいケータイガイド地図」「詳細 78MAP 全部歩いて調査しました」という宣伝文句には、「エリア」を細分化し、「詳しさ」や「便利さ」を追求する「ケータイ」可能な現代の地図のあり方が象徴されているといえよう。



図表 2-17 『街ナビ 東京・横浜』(昭文社, 2012, 巻頭ページ, p. 25)

このように、高度成長期以降の観光・都市化の進展と、それともなう観光・都市情報誌の普及などを背景に、その変化と連動するかたちで、地図は「消費」や「娯楽」、そして「移動」のマニュアル（手引き、台本）として大衆化・商品化されてきた。戦前までは権力によるイデオロギー装置として統制されていた地図は、誰もが手軽に利用することのできる「ガイドマップ」として普及してきたのである。それによって、地図は、政治的な思想やイデオロギーを反映した権力のメディア、あるいは「いま・ここ」を超越した世界の扉を開くメディアというより、生活者・消費者のニーズを反映した身近なメディアとなり、むしろ「いま・ここ」を起点とした個人の具体的な行動の指針としての利便性を高めていった。1970年代以降、学生運動の終焉とともに「都市は政治の舞台から消費の舞台へと変容した」（橋本 1991: 78）とされるなかで、地図はときに広告的に人びとを娯楽的な「エリア」や「スポット」の消費に誘い、ときに純粋な「道しるべ」として詳細な経路（ルート）の情報を提供することによって、効率的な消費行動・空間行動を可能にすることとなった。すなわち、戦後の脱政治化＝私生活化の趨勢のなか、地図も個人と世界・社会をつなぐ「統制」と「超越」のメディアから、ユーザーである個人に向けて、人びとの趣味や生活に寄り添った断片的な情報群を供給する私的なメディアへと変容してきたといえるだろう。

2.6 地図のデジタル化

しかし、現在の地図というメディアのあり方に、より大きなインパクトを与えたのは、いわゆる「地図のデジタル化」である。15世紀における活版印刷術の発明以来、地図はもっぱら「紙」を媒体とした印刷メディアとして普及してきたが、それが近年になってデジタル情報として伝達されるようになり、従来のアナログ地図（印刷地図）の限界をはるかに超え、そのあり方を根本から変えていくような地図の製作と利用が可能になった。

地図のデジタル化は、日本では1980年代に、コンピュータシステムをとおしてさまざまな地理情報を統合するGIS（地理情報システム）の導入が進んだことに端を発する。国上の発展にともない膨大で複雑になった地理情報を整理して、合理的に人力・出力するために、それらをデータベース化して簡便にあつかうためのシステムが必要になったのである。しかし、実際にこうしたデジタル地図が人びとの生活に浸透したのは、1990年代以降のことであった。

おそらく当時多くの人びとが初めてデジタル地図というものを目にしたのは、自動車で「カーナビゲーション」に触れたときだろう。GISを応用し、人工衛星を用いて人間の居場所を割り出すことができるGPS（全地球測位システム）が開発されると、自動車の動きに合わせて画面が自動的にスクロールされ、現在地から目的地までのルートを指し示してくれるカーナビゲーション・システムが1990年代後半から急速に普及し、いっそう便利で究極的な「移動のマニュアル」として利用されるようになった。それ以前から、道路地図や鉄道路線図などによって詳細な経路情報が提供されていたとはいえ、あくまで自分で地図を調べながら進むべきルートを探さなければならなかった。それに

対して、カーナビゲーションは、そのなかにあらゆる地域のデータが登録されており、ユーザーが設定した出発地から目的地までの最も適切なルートを、地図と音声によって即時的にナビゲートしてくれる。つまり、常に自己（現在地）が地図の中心にマッピングされた状態で、自動的に動いてくれる地図の指示にしたがって運転するだけで、ユーザーは道に迷うことなく効率的に目的地にたどりつくことができるようになったのである⁵²。

さらに、このGPS機能は携帯電話にも搭載されるようになり、人びとは自動車に乗らずとも常にデジタルマップを携帯し、現在地周辺の地図情報や目的地までの経路情報をリアルタイムに取得できるようになっている。このように、ユーザーにとって自己中心的な空間像を自動的に表示させる地図の技術は「エゴセントリック・マッピング」（有川 2008）ともいわれており、とりわけこのGPS機能は、そのユーザーだけに該当する「いま・ここ」の現地情報を選択的に表示するという意味で、究極的に断片化・マニュアル化された地図を提供するのである。

また、インターネットの普及と高速化によって、地図はそのコンテンツとして重要な位置を占めるようにもなっていく。

従来は、紙媒体の情報誌をとおして提供されていた都市情報や観光情報がウェブ上でデータベース化されるようになると、地図情報もそれに付属するかたちで「検索の対象」としてデータベースのなかに取りこまれるようになる。たとえば、ウェブサイトとしては国内最大級のユーザー数を誇る「ぐるなび」（<http://www.gnavi.co.jp/>）や「Hot Pepper.jp」（<http://www.hotpepper.jp/>）といったグルメ情報サイト、あるいは「じゃらん net」（<http://www.jalan.net/>）のような観光情報サイトには、数万件にものぼる娯楽・観光スポットが掲載され、検索画面を進むと、各スポットへの交通経路を示す「アクセスマップ（周辺図）」を個別に見ることができる。つまり、ユーザーは自分が検索・選択したスポットの周辺図だけを画面上に表示させることができるのであるが、その地図自体はきわめて断片的で、そこから解読できるのは、当然ながらそのスポット周辺の情報だけなのである。

さらに1990年代後半から2000年代にかけて、デジタル地図をより身近なものにしたのが、「MapFan（<http://www.mapfan.com/>）」や「Mapion（<http://www.mapion.co.jp/>）」、あるいは大手ポータルサイト内の「Yahoo!地図情報」（<http://map.yahoo.co.jp/>）や「Google Map」（<http://maps.google.co.jp/maps>）といったウェブ版の地図情報検索サービスである。これらはいまや誰もが世界全体の地図や衛星写真を自由に閲覧できる大規模なコンテンツとなっており、みずから地図を操作して、任意の視点・縮尺であらゆる地域の地図を閲覧することが可能になった。以前は、視点の移動や縮尺の切り替えには画像処理のための一定のタイムラグが生じていたが、2000年代半ばごろからは「連続ズーム」や「連続スクロール」の機能が導入され、マウスをドラッグしたり、ホイールを回転させたりする

⁵² ただし、カーナビゲーションの指示がいつも「最適」なものとはかぎらない。より効率的なルートを漏らすこともありうるし、誤ったルートを指示してしまうことさえありうる。

ことで、水平方向にも垂直方向にもシームレスに地図を動かすことができるようになった。

ただし、実際のところ、多くのユーザーの主な利用目的は、日常や旅先での現地情報や経路情報を探索することであろう。そうしたニーズに対応すべく、Yahoo!や Google では地域単位の情報検索機能が地図サービスのなかに組みこまれ、「住所・地域名」と「キーワード (ex.ホテル、ラーメン……)」の組み合わせによって情報を細かく絞りこんで検索することができるようになった⁵³。つまり、指定したエリアとキーワードに該当するスポットが地図上にアイコンで表示され、さらに各スポットの詳細な情報 (電話番号、URL、ルート情報、ユーザーのレビューなど) を閲覧することもできるため、通常のネット検索と同じような感覚で、自分が知りたいものに関する地図情報に簡単にアクセスできるようになったのである。また、地図上で任意に出発地と目的地をポイントすれば、そのあいだのルートと所要時間を計算して表示させることも可能になっている。さらにスマートフォンの普及は、こうした地図検索を「いつでもどこでも」実行することを可能にしており、いわゆるユビキタスなメディアとして、個人はあらゆる地図情報を貯蔵したデータベースを常時持ち歩くことができるようになった。



図表 2-18 Google Map のルート探索機能

このように、ウェブ版のデジタル地図は、ローカルな情報検索機能、および経路探索機能 (ナビゲーション機能) が強化されたことで、その時々ユーザー個人の「道しるべ」としての機能性を高めている⁵⁴。そして、こうしたデジタル地図は、あらかじめ作り手によって編集された情報を人びとに伝達するというよりも、読み手 (ユーザー) 自

⁵³ また、住所を直接入力すれば、それに該当する位置をピンポイントで指し示してくれる。

⁵⁴ Yahoo! JAPAN では、2011 年に「Yahoo!地図」「Yahoo!地域情報」「Yahoo!道路交通情報」「Yahoo!グルメ」「Yahoo!クーポン」「Yahoo!電話帳」「Yahoo!マチモバ」の 7 サービスを統合し、それを「Yahoo!ロコ」と名づけた。これにより、より多くのローカル情報が、地図上に集約されるようになった。

身がみずからの意思によって情報を任意に選択し、再編集 (自己編集) できるという点に大きな特徴がある。だが、自分に合った地図情報を「選ぶ」ということは、同時にそれ以外の地図情報を大量に捨てる (不可視化する) ということ、すなわち未知のイメージと出合う可能性が大幅に縮減されるということを意味する。つまり、それはネット・サーフィンと同様に「可能性としてはすべての情報にアクセスできるがゆえに、つねにローカルな情報しか接することができない状態」 (大澤 1999: 83) といえる。

また、読み手がみずから情報を選択するとはいえ、条件さえ指定すればコンピュータが自動的に情報をしぼりこんで適切な地図情報をすばやく提示してくれるため、かつてのように自分で書店に行って地図を物色し、地図を広げたり、めくったりして情報を探し出す必要はない。そのため、膨大な情報を格納するデジタル地図も、単にデータベースから必要な情報だけを断片的に抜き出すために使われることが多くなり、その結果、個人の地図的知識や認知地図もますます断片的なものになっていく可能性がある。

そして、それはまさに東浩紀のいう「データベース消費」の一形態にほかならない (東 2001)。東によれば、「近代からポストモダンへの流れのなかで、私たちの世界像は、物語的で映画的な世界視線によって支えられるものから、データベース的でインターフェイス的な検索エンジンによって読み込まれるものへと大きく変動している」 (東 2001: 78) という。東はそのことを、作品の背後にある物語や世界観を消費するものから、萌え要素や設定のみを引き出すためのデータベース自体を消費するものへと変容する日本のオタク系文化を素材にして論じた。それと同様に、デジタル化する地図も、大きな物語や世界観を表象するものとして消費されるのではなく、「エリア」「ルート」「スポット」といった断片的な要素のみを抜き出すことを可能にするデータベースとして消費されるようになっていくといえるだろう。

このように、地図のデジタル化には、分散した個々の要求 (用途) に対応するために地図の断片性を強化していくという側面がある。パソコンやカーナビのなかには使い捨て可能な地図情報が大量に保存され、いつでも自分の都合に合わせて自在に取り出すことができるため、人びとの認知地図には、かならずしもまとまった空間イメージが形成されていなくてもよいし、またそのような全体性はますます形成されにくくなる。近代的地図は「見えるものしか見ない」というリアリズム的な視線で世界を科学的に描き出した (若林 1995: 209) が、こうしたデジタル地図は、読み手にとって「必要なものしか見ない」というエゴセントリックな視線で世界を切り取ることを促しているのである。

2.7 社会表象の断片化・流動化

ただし、上記のようなウェブ上の地図検索サービスは、個々のユーザーの都合に合わせたローカルな情報検索に利用されることが多いとはいえ、そのデータベース自体は世界全体をカバーし、多くの人びとに共有されるユニバーサルなシステムといえる。アナログの印刷地図は、その都度さまざまなタイプの地図を選んで使い分ける必要があるが、データベースとしてさまざまな種類の膨大な情報を一元化して格納できるデジタル地

図は、それ 1 つで幅広い用途に対応できるため、必然的に多くの人が Yahoo! や Google の地図データベースを共通に使用することになる。

そうしたデジタル地図のユニバーサル化の契機となったのが、2005 年に登場した Google Earth である。その特徴は、地球を「球体」として眺めることのできるレベルから、一軒一軒の建物を確認できるレベルまで、ズームやアングルを自在に調節することで、あらゆる空間の衛星写真や立体画像を閲覧できるという点にある。それにともなって、通常の Yahoo! 地図情報や Google Map も世界全域の表示に対応し、地図のズームやスクロールがシームレスになり、衛星写真や立体画像への切り替えも可能になるなど、複層的・連続的な世界認識が可能になった。



図表 2-19 Google Earth

ただし、多くの人びとが Google Earth を使って実際に何をするかといえば、たいていは自宅や学校、以前に旅行で訪れた土地など私的な経験にもとづく場所か、あるいはピラミッドやエアーズロック、ペンタゴンといった世界的な名所を見に行くだけであろう。たしかに、Google Earth は、世界中のさまざまな水準の空間を相対化し、整合的につなげて認識することを可能にしたが、視点の選択がほとんどユーザーに委ねられた状態では、自分が見たい場所にピンポイントにアクセスしようとするのが普通だろう。そうしたときに、

視点を広げて全体的に世界を俯瞰する視点を選択するような思考を、おそらく多くの人はもちあわせていない。

つまり、地図のデジタル化によって、技術的なレベルでは「世界」や「社会」をより自由に、かつ多層的・連続的に認識できるようになったが、そうした認識の方法をとるかどうかは、最終的には読み手（ユーザー）である個人の意思に委ねられている。たしかに、デジタル地図は、もともと地理的な関心が高い人にとっては、みずからの地理的な知識や想像力をどこまでも「拡張」しうるメディアとなるだろう。また、みずから地図を操作したり、地図に表示する情報を選択したりすることで、より主体的に地図を使うことも可能になっている。そのようなインタラクティブな機能を活用して、ユーザー自身がシステムに働きかけることで、地図は自由に「カスタマイズ」できるものになったのである。したがって、デジタル地図は単純にユーザーを従属させるだけの「マニュアル」や「ナビゲーション」にすぎなくなったと決めつけることはできない。

それでも、やはりデジタル地図はそのときその場での自分の行動選択や経路選択を助けてくれる便利な「道しるべ」として利用されるだけにとどまる場合が多いはずである。ここでは自分の活動範囲（エリア・ルート・スポット）の情報さえ取得できれば、全体や広域のイメージは不可視化されたままでもよい。地図の範囲や縮尺の設定、情報の絞りこみはみずから主体的におこなうことが可能であるが、「検索」自体は、システムによって自動的に実行され、条件に合う情報を即座に示してくれるため、そこに示されないものは、事実上、悉く人びとの認識からはこぼれ落ちていくことになる。たしかに、ユーザーは地図情報の「検索」を実行する主体ではあるのだが、その検索のプロセス自体は、ユーザーには不可視化されるのである。

若林芳樹は、大学生の地図の利用実態の因子分析をおこない⁵⁵、その利用パターンを、①「案内地図（道路地図、観光ガイドブックの地図、広告の案内図など）」、②「デジタル地図」、③「汎用地図（地形図や地図帳、住宅地図など）」に分類した（若林 2003）。そして、地図の用途との関係を分析した結果、「案内地図」と「デジタル地図」は、旅行のときや、知らない店を探したり、道に迷ったりしたときの経路探索（wayfinding）に主に利用されていることが明らかになった。また、村越真による大学生を対象としたデジタル地図の利用実態の調査⁵⁶によれば、「ウェブ地図」の利用率は全体で 69.43% と高いが、依然として紙地図の利用率も高く、なかでもよく使われているのは「タウン情報地図（58.52%）」「道路地図（51.85%）」「街頭地図（37.78%）」といったナビゲーション用の地図であること

⁵⁵ 調査は 2001 年 7 月に東京都立大学の「人文地理学 I」の受講生 183 人（男性 136 人、女性 47 人）を対象として、質問紙調査によって実施された。地図の利用については、種類ごとに「よく使う」「時々使う」「使ったことはある」「使ったことがない」の 4 段階で利用頻度を尋ねている。

⁵⁶ 調査対象者は静岡市内に通学する教育学部の大学生 3・4 年生 288 人（男性 90 人、女性 196 人）で、大学の授業内に質問紙を配布するかたちで 2006 年 1 月に実施された。なお、地図の利用率は地図の種類ごとに、「利用したことがある」と答えた対象者の数を集計したものである。

がわかっている（村越 2006）。

したがって、技術的にはむしろ全体の把握や、地図の共有、そして主体的な情報選択の可能性は増大しているにもかかわらず、現実には、地図は往々にして断片化・個人化・マニュアル化された「道しるべ」として使用されるにとどまるというパラドクスが存在する。デジタル地図の技術は世界をシームレスなデータによってなだらかにつなげること成功したが、実際にコンピュータや携帯電話の液晶画面に一度に表示される情報はきわめて「断片的」なものにすぎない。この点について、若林芳樹は次のように述べている。

データはシームレスでも実際に地図を表示する際にはデバイスの表示機能（画面のサイズや解像度）に制約を受け、むしろ一度に表せる範囲は狭まり情報量も少なくなったともいえる。これは一目で全体が見渡せるという地図のもつ重要な利点を損なってしまふ恐れがある（若林 2007: 193）。

なるべく地図から詳細な情報を引きだそうとするのが、おそらく大半のユーザーの基本的なスタンスであるが、より詳しい情報を得るために縮尺を拡大しようとすればするほど、画面の枠内に表示される範囲が狭まっていくことは避けられない。そうしたデバイスの制約やユーザーの志向によって、結果的に、ひと目で「全体」を見晴らすという経験や、地図を「共有」するという感覚は希薄なものになっていく。人びとは地図をデータベースとして共有してはいるけれども、地図そのものを共有しているとはかぎらないのである。

ちなみに、第 1 章で述べたように、若林幹夫は現代の地図のあり方には詳しく言及しなかったが、実は 2009 年に刊行された『地図の想像力』の増補版の「補章」において、地図のデジタル化・データベース化の動向に少し触れている⁵⁷。そこで若林も、たとえばナビゲーション・システムを使用する場合に、「世界の全域的な像は背景に退き、局所的な道標が地図というインターフェイスやアウトプットの表層に、それゆえ人びとにとって生きられる現実の前面にせり出してくる」と述べ、もはや全域をイメージする想像力の必要ない「全域なき世界」がおとずれつつあることを指摘している（若林 [1995] 2009: 299-300）。

このように、地図は、世界を全体として俯瞰的に把握しようとする「欲望」よりも、個人が行きたいスポットを見つけたり、そこへの移動経路を効率的にたどろうしたりする即物的な「欲求」に依拠したものへと変容しつつある⁵⁸。それは「見渡す地図」から「導く地図」への変容と言いかえることもできる。それによって、個人の認知地図の多くの部分は、

⁵⁷ ただし、この増補版が刊行される以前に、筆者は、地図のデジタル化および断片化の動きについて具体的に考察したうえで、同様の指摘をおこなっていた（松岡 2008; 2009a）。

⁵⁸ ここでの「欲望」と「欲求」という言葉の使い分けは、東浩紀による「動物化」についての議論に依拠している。東はコジェヴの『ヘーゲル読解入門』を参照しながら、特定の対象をもち、それとの関係で満たされる単純な渴望を意味する「欲求」と、望む対象が与えられ、欠乏が満たされても消えることがない渴望を意味する「欲望」を区別し、効率的に感情を満たしてくれる「萌え要素」を求めるオタクたちの単純かつ即物的な行動原理は、動物的な「欲求」に近いものであることを指摘している（東 2001: 126-9）。

全域的なサーヴェイマップ型ではなく、局所的なルートマップ型の表象によって構成されるものになっていくだろう。

Google Map には、道路上で撮影された 360 度のパノラマ映像を閲覧できる「ストリートビュー」の機能が追加され、プライバシーの侵害を懸念する議論も一時は過熱したが、これも地図情報の局所化・ルートマップ化の延長線上に位置づけることができるだろう。それによって、地図だけにとどまらず、それと連動するかたちで現地の風景写真までもがデータベース化され、断片的に抜き出すことが可能になった。また、カーナビゲーションにせよ、前掲の Google Earth にせよ、ビュー・ポイントを手動で切り替えると、現地の立体的／鳥瞰的な画像が表示される機能が搭載されるなど、もはや人びとが使いこなせる地理情報は 2 次元の平面的な地図だけではなくなった。



図表 2-20 Google ストリートビュー

そして、こうした動向の背景には、デジタル技術の発達にくわえて、近代的な世界像の自明化や、情報通信のグローバル化といった現象がある。世界や社会を普遍的な「全体」として了解しようとする欲望は、すでに近代的地図によって満たされ、それは学校等で学習される教養的な知識として、あるいはニュースや天気予報で映し出される日常的な情報として自明化された。また、ひと昔まえまでは、世界地図を見ること以外に、「いま・ここ」を超越した世界の出来事を視覚的・空間的に認知するための回路が少なかったのに対して、現在は情報・通信技術の発達によって、写真やテレビ・インターネット上の映像などをとおして、世界はいつでも身近に／具体的に認識できるものとなった。それによって、海に向こう側に広がる「世界への窓」としての地図の意味は減少し、むしろ地図は身近な都市や地域の詳細な情報を得るための媒体として、より大きな関心を集めている。すなわち、世界や社会の「全体像」は既知の／暗黙の知識となり、逆にその「部分」「断片」をより詳しく、または新たな方法で可視化し認識することに意味が見いだされるようになったのである。地図としての世界像・社会像は、教育をとおして共通に学習される知識ではあるが、日常的なかで理解を深めることが積極的に欲望される対象ではない。それよりも、断片的

な地図情報をインスタントに選択することに明け暮れるのが、消費化・情報化社会を生きる人びとの欲求する即物的な地図の消費のしかたなのである。

ただし、こうして地図そのものが断片的に消費される状況を、ただちに「社会表象」の断片化として説明することには一定の注意が必要である。先に述べたように、技術的な可能性としては、世界や社会を「全体」として見晴らすことはつねに保証されているし、むしろその可能性はさらに開かれたものになりつつある。地図が「権力」に統制され、その閲覧が禁じられたり、限定されたりしていた時代と比べれば、地図を見ることはきわめて自由な行為となり、その意味で「社会」は見えやすいものになったということもできるだろう。

しかし、それはあくまでユーザー次第である。技術的な自由度が増したということは、すなわち地図の使い方や空間の見え方が個人の選択に委ねられるようになったということの意味する。したがって、地図としての社会表象は「断片化」しているというより、「流動化」しているといったほうがより適切かもしれない。地図は個人が自由に使いこなせる道具になったことで、その「共有性」や「権力性」は相対的に減少し、「全体性」も、もっぱら断片的な地図情報の消費を求めるユーザーにとってそれほど重要な要素ではなくなってきている。けっして地図という存在自体が完全に「解体」され、断片的なものでしかなくなるということはないが、少なくとも人びとが「使う」地図や、その読図によって受け取る「地図イメージ」は、その詳しさや便利さと引きかえに、きわめて断片的かつ流動的なものになりつつあるといえるだろう。

第3章 〈地図〉から〈マップ〉へ

3.1 複雑性の縮減

前章では、地図がつくりだしてきた社会表象が、社会的・技術的要因によって断片化・流動化しつつある状況について論じてきた。しかし、地図は依然として「世界」や「社会」を全体として明瞭に可視化しつづけているし、それは教養知として受容されていることにかわりはない。ただ、ガイドマップやデジタル地図のようなナビゲーション用の断片的な地図の役割が増大し、それがきわめて私的な感覚や欲求にもとづいて所有・消費されるようになると、人びとの視線や想像力は「世界」や「社会」といった「抽象的な全体」には向かいにくくなっていく。地図というメディアのあり方が以前にくらべて多様で流動的なものになったことで、「社会」の表象としての地図は暗黙の水準に退いていくのである。それは、「社会」はつねに地図として可視化されているけれども、その自明性ゆえに人びとに積極的に読解されない状態に置かれているということである。いまや全体から部分までさまざまなレベルの地図が「選択」の対象として並置されており、ユーザー自身の欲求や意思、価値判断によって個別に消費される傾向が強まってきているのである。

ただし、ここでいう「社会」や「社会表象」とは、一体いかなるものなのだろうか。ここまではいくぶん自明的なものとしてとらえてきたが、あらためて問いなおしてみる必要があるだろう。

第1章では、地図としての社会表象は、「共有性」「全体性」「権力性」を帯びたものであると仮定した。そうした観点からすれば、ここまで見てきたように、地図はその社会性を減じているように思われる。しかし、それはあくまで近代的な地図の思想にもとづいて引きだされた社会性である。近代的地図は、世界や国家を科学的・普遍的な空間像として1枚の平面上に均質的に描き出すことで、社会のイメージを「全体」として「共有」させる「権力」の表象であった。そして現在でも、そうした近代的地図は、社会制度や社会認識の空間的基盤をなしているものの、他方で地図というものは、断片的に・私的に・自由に利用されるものになってきているということは、すでに述べたとおりである。それによって、近代的な文脈における既成の意味での地図の社会性は相対的に損なわれているか、あるいは沈滞・硬直化しているとしても、それとは別の次元に新たな社会性が付加されることはないのだろうか。言いかえれば、地図が断片化・流動化にむかう社会表象を新たな次元で「再構築」していくような可能性は考えられないだろうか。

しかし、現在の社会状況をふまえれば、地図の「断片化」の流れ自体は不可避である。その背景には、空間としての社会の「巨大化」「複雑化」「流動化」といった現象が絡み合って存在する。急速な都市化や交通網の発展によって、現代の大都市の多くは、中世の都市がもっていたような中心やランドマーク、境界などによって構成される物理的な構造をもたずに茫漠と広がり、混沌としたまま巨大化している。建築家の磯崎新は、こうした都市のあり方を「溶解し、代謝し、流動する過程にすぎない都市。そしてその空間の内部にふみこみかきわけていくと、ねじれ、多元化し、一瞬たりとも静止することがなく、決して外側からは感知し得ない現代の都市」（磯崎 1967; 1985: 54）と言いつつ、それらを

「見えない都市」と表現している。すなわち、つねに動いていて「だっ広い」だけの、外貌の価値が下がった都市の総体を、地図や航空写真のような静的な記録物でとらえることは無意味に近い(磯崎 1967; 1985: 42)。そのような意味で、都市は「見えない」というのであるが、より正確に言えば、都市全体を鳥瞰的な像として把握しようとすることに「リアリティ」がなくなっているということである。ただ、磯崎によれば、そもそも地図というものは、実際の都市の実感とは食い違うものであるという。

たとえば国土地理院発行の「5 万分の 1」地図など、正確無比ではあるのだが、設計の作業過程では繁雑すぎて、かえって対象がぼやけてしまう。第一日常感じているような、もやもやした都市の雰囲気など、その地図からはにおいをかぐこともできない。複雑にいりくみ、地域ごとに独特の性格をもち、昼と夜ではまったく面影を変えてしまうような奇怪な東京という都市をとりだしてみても、その印象は、正確に測量され、すべての距離が一定の比例をもって縮尺された無機的な地図のなかには捜しえない(磯崎 1967; 1985: 39)。

とりわけ、緊密化・高速化した交通網によって人びとが移動しつづけ、新しい場所や出来事が現れては消える複雑な／流動的な都市のリアリティは、静的で均質な地図ではとても捉えきれないものになってきているのである。同様に、I.チェンバースも次のように述べている。

地図の概念とは、地形の安定性、固定的な参照物や測定基準などに密かに依存している。それゆえに、地図そのものが、大都会の生活や世界市民的な移動がはらむあきらかな流れや流動性と矛盾するものとなっている (Chambers 1994=1997: 105)。

さらに、都市というレベルを越えて、現代の「社会」そのものが巨大で複雑なものになってきているともいえるだろう。厚東によれば、現代社会は「カヴァーする地域がきわめて広大であり(地理的規模は国民国家大から地球大に向かって増大の一途をたどっている)、含まれるメンバーの数もきわめて多い(現代は「大量＝マス」社会である)。(厚東 1991: 90) という。したがって「現代社会のような『大』社会は、ある高みに立ってその全体を見渡すことが到底できない」(厚東 1991: 90) のであり、「私達が鳥瞰することができるのは、目の前に広がっている『小』社会のみである」(厚東 1991: 91)。無論、地図はそうした巨大な社会にも便宜的に「かたち」を与えることはできるが、それはあくまで普遍的・一般的な視点から抽象的に描きだされるものであって、人びとの具体的な生活体験からは遊離したものにならざるをえない。

このように、「都市」にせよ「社会」にせよ、やはり地図という方法では、「全体」を把握することと、その内部の生活世界を描きだすことを両立させるのは事実上困難なのである。

また、N.ルーマンが「世界の複雑性」(Luhmann 1973=1990) という概念であらわしたように、そもそも世界や社会は、われわれが主観的に体験しているよりも、はるかに大きく複雑なものである。そして、そうした複雑性に対処するために、人間は無数の可能性のなかから、一方ではある可能性を選択し、他方ではある可能性を排除することによって、一定の秩序をつくりだしていかなくてはならない。ルーマンは、人間が対処すべき複雑な世界＝「環境」と、選択的な作用によって秩序化された「システム」を区別し、「世界の中でのシステム形成によって、複雑性の少ない『より高次の』秩序が構築される」(Luhmann 1973=1990: 7) として、その働きを「複雑性の縮減」と呼んだ。すなわち「人間は、社会という次元において拡大された複雑性を基礎として、複雑性を縮減する有効な形式を発達させようし、させなければならない」(Luhmann 1973=1990: 9-10) のである。そして、その複雑性の縮減は「意味」によってなされ、それが多くの可能性からの選択をおこなうことによって世界が秩序化される。

このルーマンの理論にしたがえば、地図は世界の複雑性を縮減する「システム」にあたり、その選択様式としての「意味」の作用をもっている⁵⁹。第 1 章で述べたように、地図は「現地＝現実」そのものではなく、それを恣意的な選択にもとづいて再構成した「意味としての世界」⁶⁰である。本来、世界には多様な認識・経験の可能性が内在しているのだが、地図は「意味」をつうじて、それらの多様な可能性を縮減し、世界を切り取っている。つまり、あまりに移ろいやすく、巨大で、複雑な世界を、地図はありのままに／完全に写し取ることはできないということを前提として、載せるものと載せないものを取舍選択し、さまざまな記号やラベル⁶¹を用いて意味を生成しながら、世界の「一断面」を可視化しているにすぎないのである。

だが、そうであるにもかかわらず、地図はあたかも世界をありのままに描きだしているかのように装い、その像にもとづいて世界をまなざすことを人びとに要求する。すなわち「地図はすべてをあらわせない(＝一部のものしかあらわせない)」という制約を棚上げすることによって、特定の世界像・社会像を人びとに受容させてきたのである。とりわけ、科学的方法にもとづく普遍化・均質化された表現によって、世界のすべてが 1 枚の平面のうえに可視化されたような錯覚を生みだしたのが、近代的地図のイデオロギーであった。ゆえに、地図学も最近まで「正確な地図こそ最も優れた地図である」という進歩主義に支

⁵⁹ 成田康昭は、メディアの機能として、「拡張機能」「共有化機能」「縮減機能」の 3 つを挙げ、拡張機能・共有化機能は、どちらも対象をより詳細で複雑に、分析的にとらえようとする機能であるのに対して、縮減機能は、対象をより単純化し、メディアそのものに視点が再帰的に向かっていく機能であると説明している(成田 1997)。

⁶⁰ 若林幹夫は、「概念やイメージとしての地図が表現する世界とは、『世界そのもの』などではなく『人間にとっての世界』、人間によって見られ、読み取られ、解釈された『意味としての世界』である」(若林 1995: 52) と述べている。

⁶¹ M.E.ベリは、D.ウッドの用語に依拠し、地図に多く見られる言語学的コード(Wood 1992) について、「一覽機能をもつ図像学的コードによって作られた環境に言葉でラベルをつけるものである」(Berry 2001: 156) とし、「図像と比べると、ラベルの方がより一貫性のない、が同時に特定物を目指し示しやすい記号である。何故ならば、固有名詞は記号よりも個性や文化をより力強く表現するものだからである」(Berry 2001: 156) と述べている。

配され、そこから外れる地図の社会的な力や意味を見落としてきたのである。

しかし、前述のように、巨大化・複雑化・流動化する社会の全貌を 1 枚の地図におさめることはますます難しくなっている。いわゆる「全体社会」の輪郭・形象を抽象的に描きだすことは当然可能であるが、現在の社会では、それだけではこぼれ落ちるものがあまりにも多すぎる。したがって、真の意味で社会の全貌を地図によって把握しようとするのであれば、われわれは全体から部分まで、すなわち世界地図・日本地図から都市図・市街図まで、多様なスケールの地図を駆使して、相互に関係づけながら、多層的に空間を認識していくしかない。その意味で、Google Map/Earth のようなデジタル地図は、理想的な世界認識の方法を提示しているともいえるが、前述のように、それは膨大な情報をユーザーに与えることで、結局、断片的なイメージ・情報の消費に埋没させてしまう。そして、いかなる方法をもってしても、ひと目で「世界」や「社会」のすべての地理的現実を見渡すことができるのは、あいかわらず「神の眼」だけなのである。

よって、人間がそうした神の眼を獲得することは実質的に不可能だとすれば、やはり地図の作り手がそれをいくつもの面に分けて表象するという方法が 1 つの妥協点になる。そして、それは主に 3 つの手続きに分けることができる。

1 つ目は、上に示したように、空間のスケールの水準に依拠して、全体から部分までを「世界/日本/都道府県/市区町村……」といったかたちで垂直的に階層化するという手続きである。

2 つ目は、地図を拡大すると、紙や画面の大きさの制約上 1 枚の地図にはおさまりきらなくなる空間を水平的に境界つけて複数の領域に分割するというものである。たとえば、それは大阪市全域を 24 区に分割するという方法に対応している。

以上の 2 つの手続きによって、空間が垂直的に「層化」されるとともに、水平的に「区分化」され、どのようなスケール・範囲の空間が地図化されるかが決められる。

それに対して 3 つ目は、単純に空間自体のスケールや範囲を分けるのではなく、地図の上に載せる事物の種類・カテゴリーによって世界を分節化するという方法である。先にルーマンの理論を参照しながら述べたように、そもそも地図は、複雑な世界のなかから情報を取捨選択することによって、現実を単純化して示したものである⁶²。しかし、それは現実をありのままに写し取ることを「断念」した結果であるというよりも、人びとが世界を解説しやすいように、むしろ積極的に採用された認識とコミュニケーションの枠組みでもある。そして、地図はそうした情報の取捨選択を、ある特定の「主題（テーマ）」にもとづいておこなっている。当然、その主題も作り手によって恣意的に決定されるのであり、それに応じて広く大雑把に設定された主題から、狭く限定された主題までさまざまなものがある。たとえば、純粋な日本地図は、単に「日本」という地域のスケール・範囲だけが主題

として設定されており、そこにマッピングされる情報の内容に関しては細かい制約はなく、一般的な情報が記載される。他方で、たとえば日本の人口分布図や天気予報図などは、「日本」という地域にくわえて、「人口分布」や「天気予報」というテーマが設定されているため、それに関する情報を選択・強調し、それ以外の不必要な情報はなるべく排除しなければならない。そうすることによって、その地図はあるカテゴリーの情報を集約して浮かび上がらせ、特定の目的に供するようになるのである。

前述のように、現代社会の「空間」は、その複雑性・流動性を増大させており、ゆえに、その表象のしかたには多様な可能性が存在する。しかし、それらを複雑な状態のまま 1 枚の地図にすべて落としこもうとするのは無謀である。そこで、その複雑性・流動性を縮減するために、地図を「主題」によって細分化し、さまざまな主題の地図を並存・重合させるのである。

第 2 章で述べてきたように、地図は「消費と移動のマニュアル」として空間を断片化し、そのユーザーは自分に必要な情報のみを選択的に消費する傾向が強まってきた。そして、それはまず「詳しさ」をもとめて縮尺を拡大すべく、局所的な場所を切り取るという方法で必然的に断片化されてきた。つまり、それは地図化する「地域」の範囲と縮尺を選択するという行為である。いかなる地図も、まず表示する「地域」を設定し、主題化することによって、地図にあらわすものを限定するのである。

そして、複雑性を縮減するためには、こうした地域の範囲（エリア）の設定にくわえて、地図にマッピングする事物のテーマを選択する必要がある。単に面的な「地域」を細分化・主題化するだけであれば、それはまだ多様な目的に供する可能性がある（すなわち複雑性は高いままである）が、そのうえで地図に点的にマッピングする情報を特定のテーマに沿って絞りこむことによって、地図の主題・用途はより限定され、特定のコードにもとづいて空間が解釈されるようになっていく。それは、たしかに空間の複雑性を縮減することにはなるが、同時に、空間をきわめて断片的に表象し、把握しようとする行為ともいえる。しかしながら、そこに、個人化された「消費と移動のマニュアル」や「道しるべ」としての機能にとどまらない、「社会表象」の再構築の可能性を見いだすことはできないだろうか。

3.2 〈地図〉と〈マップ〉

3.2.1 〈地図〉

本稿では、上記のようにマッピングする事物の種類を特定することによって「主題（テーマ）」が細分化された地図を〈マップ〉と呼び、一方、主題を限定しない汎用の地図を〈地図〉と呼ぶことによって、両者を操作的な概念として対置させたい。

まず〈地図〉なるものは、地図学的には「一般図 general map」と呼ばれるものに対応している。日本国際地図学会の『地図学用語辞典』によれば、一般図は次のように定義されている。

地形・水系・交通路・集落など、地表の形態とそこに分布する事物をとくにどれに

⁶² 若林幹夫は、航空写真と地図の比較において、航空写真はほぼありのままに世界を写し取るが、「あまりに多様な情報が盛りこまれ過ぎており、特定の用に供するためには複雑すぎる」（若林 1995: 47）のに対して、地図は「特定の用に供するために描き出すべきものを選択し、一定の規約にもとづいて変換して表現するのである」（若林 1995: 47）と述べている。

重点をおくということなく、縮尺に応じて平均的に描き表した地図の総括名称。多目的図、汎用図などもよぶ。国上基本図・地形図・地方図などはいずれも一般図。一般図はまたその対象地域により、都市図・山岳図・分県図・日本全国などとよばれることもある（日本国際地図学会 1998: 8）。

すなわち、これは特定の用途に供するように特殊な要素を強調したり、極端な歪曲や省略を施したりするのではなく、一般的な要素を均質的に表現するため、縮尺や距離も正確であるのが原則である。縮尺の大小は問わず、たとえば 50,000 分の 1 の小縮尺図であれ、2,500 分の 1 の大縮尺図であれ、そこに表示されている情報に特殊性や偏りがなければ、それらはすべて一般図といえる。そのなかでも、国土地理院が発行する地形図のように、一般図のなかでも国の測量機関が統一した図式により体系的に整備され、他の多くの地図の基本となるものは「基本図」と呼ばれている（大竹 2010: 21）。また、民間の出版社から発行される一般的な市街図や都市図も、公共施設や道路・鉄道網など都市の主要なエレメントが均質に描かれ、縮尺も正しく設定された一般図である。

このような一般図では、多くの場合、「凡例」が添えられており、とりわけ地形図では原則として多様な地図記号が用いられているため、それらが個別に何を意味しているかを一覧化して示す対応表が必要である。つまり一般図は、そうした厳密な規約（約束事）にもとづいて描かれるのである。

では、たとえば道路地図や住宅地図などは、一般図に含まれるのだろうか。それらは「道路」や「住宅」を主題にし、それに重点をおいて描かれているという意味で、一般図ではなく、後述の主題図のほうに分類される場合もある。しかし、実質的には道路地図も市街図・都市図と同様に多目的に使用されることが多く、そもそも「道路」は、市街図や都市図にもある程度詳しく描かれる一般的なインフラ情報といえる。また、住宅地図も特に用途は限定されておらず、地表にあるほぼすべての建物を、強調や歪曲なしに、なるべく均質的に描きだそうとするものである。その意味では、道路地図や住宅地図も一般図の範疇に含めて考えてもよいだろう⁶³。

そして、こうした一般図の特徴として重要なのが、多くの場合、地形や交通路とあわせて、「行政区画（居住地名）」をあらわしているという点である。浮田典良・森三紀は、一般図を「地形」「集落」「交通路」という「地図の 3 要素」を主体にした地図と捉えることもできると考え、そのなかで行政区画名やその境界線は「集落」の関連事項とみなすことができる⁶⁴と述べている（浮田・森 2004: 5）。行政区画とは、広義には、都道府県や市町村のほか、住居表示における町名などを含むが、地形図や市街図、道路地図にも、そうした

⁶³ 浮田典良・森三紀も、市街図や住宅地図は、一般図に含めることができると述べている（浮田・森 2004: 4）。

行政区画（居住地名）やその境界線が記されていることが多い⁶⁴。そして、そうした行政区画は、いわば「面情報」であり、日本の住居表示制度における「町名」は道路に囲まれたブロックとして区分されている。そう考えると、一般図においては「道路」も、単なる「交通路」としてだけでなく、行政区画を区分する「境界線」の意味をもっているといえる。

では、Google や Yahoo! のデジタル地図は一般図に含まれるのだろうか。これらの検索サービスでは、たとえば「医療機関」で検索すれば、その地域の医療機関の情報を地図上に強調して表示させることができるが、特に何も指定しない場合は、市街図と同様に一般的な情報が均質的に記載された多目的な一般図が示されているだけである。行政区画の境界線は見えにくくなっているものの、町名や番地も詳細に記載されていることから、基本的には一般図とみなすことが可能である。

以上のように、一般図は、空間の面的な広がりや区分状況を可視化することに主眼をおいている。ただし、本稿で概念化する〈地図〉は、そのような一般図的な性質を含むものであると同時に、それよりもやや包括的な地図のあり方を意味する操作的な概念である。たとえば、多くの一般図には基本的に行政区画のようなフォーマルな範疇とその境界線しか描かれず、「校区」や「町内会・自治会」といったインフォーマルな地域的範疇は不可視化されている場合が多い。しかし、それとは別に、自治会図や町会図といったかたちで、こうした地域をあらわす地図は作られている。これは、通常は、「一般図」として括られることはないものの、「地域」の範疇を示すこと以外に特定の主題をもたないという意味で、〈地図〉の範疇に含めて考えてもよいだろう。

つまり、ここで〈地図〉とするのは、地形や道路、公共施設、そして行政区画といった一般的な事象がなるべく均質的・網羅的に記載され、全体や地域区分をあらわす「面」としての要素が重視された「多目的」⁶⁵な地図のことを指している。その最もスケールの大きなものが、一般的な世界地図である。その特徴は、単一の連続平面が、いくつもの国によって色分けされているという点であり、それにもとづいて領域的な近代国民国家という「面」としての社会⁶⁶が作りあげられていった（若林 1995）。このように、〈地図〉なるものは、スケールの大小にかかわらず、均質的な表現によって、空間を単層的な「面」として表象し、区分することを志向するものである。ゆえに、それは近代的な地図の思想にもとづいて標準化・規格化された空間表象であるということもできる。

そして、繰り返しになるが、そこには原則としてフォーマルな行政区画や地名が描きこまれる。つまり、それは社会の空間的制度を視覚化した規範的な表象なのである。ゆえに、縮尺や距離、境界線などは一定の規約にもとづいてなるべく客観的に描かれなければならない。したがって、〈地図〉なるものは多くの場合、国土地理院や行政機関、あるいは

⁶⁴ たとえば国土地理院 2 万 5 千分の 1 地形図では、原則として、町・字などの名称が地方自治法、住居表示に関する法律などで定められている場合には、その名称を表示するが、小居住地が近接して多数存在する場合などは、その代表名や総称名を個々の名称として表示できるとされている（大竹 2010: 117）。

⁶⁵ ただし、ここでいう「多目的」とは、かならずしも「万能性」を意味するものではなく、あくまで用途が限定されていないということの意味しているにすぎない。

地図製作会社における専門化された業務として、いわば「職人」によって統一された規格で作られるものなのである。

さらに、〈地図〉が社会の「制度」の表象であるということは、すなわち公的な「権力」の表象であると言いかえることもできるだろう。たしかに〈地図〉は均質的な表現を特徴とするが、言うまでもなく純粋に客観的なものではありえない。第1章で論じたとおり、いかなる地図も作り手の主観・選択によって恣意的に描かれている。ただし、〈地図〉は、制度的な表象として、均質的な表現を「選択」することによって「面としての社会」を可視化している。主題を限定しない均質な表現であるとはいえ、そこには描かれるもの（見せるもの）と描かれないもの（見せないもの）があり、そこに表現されているのは、さまざまな可能性のなかから選ばとられた1つの可能性にすぎない。ただ、そこで選択的に表示される情報が、「社会」を構成する一般的・基盤的な要素であるという点において、〈地図〉は規範的な「社会」の表象でありうる。その規範性ゆえに、〈地図〉は、個人に対して拘束的な存在でもあり、たとえばそこに書きこまれる公的な境界線や地名などは権力によって定められ、制度化されたものとして、人びとの社会認識を規定していくのである。

このように、〈地図〉は単層的・均質的な表現によって、社会を「面」として、あるいは1つの「制度」や「規範」として表象し、共有されるものである。ただ、市街図や都市図はともかく、地形図や地図帳などは、現在は日常的に使用されることはきわめて少なくなり、マニアや教育分野による利用に限定されているのが現状である。したがって、〈地図〉に対して、人びとはますますそれに従属する存在として「疎外」されているともいえるが、それでも〈地図〉なるものは、標準的な空間認識の基盤として近代的な「世界」や「社会」のイメージを下部で支えつづけているのである。

3.2.2 〈マップ〉

しかし、以上のような〈地図〉は、主題（テーマ）を明確に限定しない多目的な地図であるがゆえに、複雑性が特定のコードにもとづいて縮減されないまま受け手に伝達される。それは、空間を均質に描きだすことによって標準的な空間表現としての普遍性や規範性を獲得しているのであるが、その一方で、（これはあらゆる地図に当てはまることであるが）多様な空間表現の可能性が捨てられてもいる。たしかに、それは基盤的な地図として重要な意味をもっており、そこから引きだすことのできる情報もけっして少なくはない。けれども、複雑化がすすむ現在の社会において、それのみでは人びとの認識からこぼれ落ちてしまうものも必然的に多くなる。「汎用・多目的」であるということは、さまざまな解釈の可能性が縮減されないまま残されているということでもあるが、他方で、特定の要素を解説するには、抽象的すぎるという問題点もある。一般的な情報が選択され、均質に表現されているがゆえに「のっぺり」した〈地図〉は、場合によってはほとんど何の役にもたない可能性すらあるのだ。

そこで必要となるのが、〈マップ〉なるものである。それは、地図学上は「主題図 thematic map/topical map」と呼ばれるものをアレンジして概念化したものである。その「主題図」

の定義は、下記のとおりである。

特定の主題に重点をおいて描き表した地図。地形図などの一般図を基図として、その上に特定の主題について表現するのが通常で、地形分類図、地質図、「墳図」、「土地利用図、各種の計画図や防災図など、その種類はきわめて多い（日本国際地図学会 1998: 133）。

つまり、主題図は、前掲の一般図のような均質な表現ではなく、特定の主題（テーマ）に沿ってある要素を重点的にマッピングし、それ以外の要素は後景化・不可視化させるものである。たとえば、観光用の地図は、「観光」という主題のもとに、それに役立つ情報が選択的にマッピングされ、強調されるため、主題図に分類することができる。また、タウン情報としてグルメスポットや買い物スポットを紹介する地図や、鉄道路線の系統をあらわす鉄道路線図など、いわゆる「ガイドマップ」や「案内図」の性格をもつ地図は、すべて主題図である。

なかには、「○○エリアマップ」などと称して、特定地域の総合的なタウン情報を紹介するような地図が雑誌や広告に掲載されている場合もあり、これは「一般図」的な〈地図〉に近いものであるように見えるが、実際は街（エリア）の「ガイド」を目的として、便利なスポットや人気のスポットが選択的にマッピングされた主題図といえる。そもそも「エリア」という概念は、〈地図〉が示す公的な行政区画とは異なり、メディアを通じて再構成された消費社会的な地域概念であり、それを可視化すること自体が、〈地図〉にない情報を主題化しようとする行為にほかならない。

たしかに一般図と主題図のあいだにはグレーゾーンも存在するが、N.J.W.スロワーによれば、主題図においては「ベースデータである海岸線、境界、および場所は地図化する現象（地図データ、または地図の主題）に対してその位置を参照するだけであって、それら自体が主ではない」（Thrower 1999=2003: 75）。すなわち、主題図においては、一般図が描きだす面的な空間はあくまで「背景」であって、その上にあらわれる特定の事物や現象の分布を示し、読みとらせることが主たる目的となる。

そう考えると、主題図の種類はきわめて多岐にわたり、大竹一彦が述べるように、「むしろ一般図のほうが国土地理院の地図シリーズや地方自治体の管内一般図、あるいは地図帳の地域図などに限られ、これら以外のわれわれの身のまわりの地図はみな主題図といったほうがよいかもしれない」（大竹 2010: 24）。にもかかわらず、これまでの地図発達史の研究は、主として一般図の発達に重点をおき、地図製作技術や測量技術の発達、あるいはそれにもなう地理的視野の拡大、世界観の変化などに焦点が当てられてきた（浮田・森 2004: 15）。

たしかに主題図の発展の歴史はそれほど古いものではなく、それが本格的に作られるようになったのは、19世紀に各国で「地図帳」が出版されるようになったことと軌を一にし

ている⁶⁶。世界各地についての正確な地図が作られるようになると、そうした地図を基礎にして、植生図や地質図、人口分布図などさまざまな自然・社会現象の分布を図化した主題図や、それを集成した地図帳が製作され、新しい知識を供給するとともに、地図の多方面の利用を促進させることになった（織田 1974: 189-190）。すなわち、主題図もまた近代社会の産物にほかならないのである。若林幹夫は、そうした主題図ほど、「近代的地図の透明さゆえの厚みを典型的に示すものはない」（若林 1995: 181）としたうえで、次のように述べている。

主題図を貫く視線は、「国上」のように土地空間を包括的な連続体として統治の対象とする権力関係と相関しており、その視線は統治の対象としての「社会」を、国上の上に連続体として存在する人口や関係の総体として把握しようとする。と同時に、そのような人口や関係の総体の状態は、かならずしも均質な全体として捉えられるのではなく、連続体上の非連続的な分布として、地理的かつ統計的に捉えられてゆく（若林 1995: 183）。

すなわち、主題図は「均質な全体」を表象する一般図だけでは捉えきれない「社会」あるいは「国土」の状態を個別に把握しようとする統治権力の技術として、近代社会において生みだされ、また近代社会を統制していった。とりわけ人口や犯罪発生率といった社会現象に関する主題図は「社会地図 social map」とも呼ばれ、それはまさに「社会」を科学的に把握し、統治しようとする権力の意志のあらわれであった。

しかし、すでに述べたように、現在はそうした統治権力にかぎらず、観光や娯楽系のガイドマップをはじめとして、むしろ民間で多様な主題図が普及している。したがって、上に示したような統計的な主題図は、いまや狭義の主題図を意味するものにすぎなくなった。そして、いわゆる「ガイドマップ」的な主題図は、そうした統計的な主題図とは異なり、かならずしも「社会」や「国上」の総体を対象として捉えようとするものではない。それは、ほとんどの場合、より狭い地域や街を対象とし、「エリア」と呼ばれたりするような新たな／断片的な地域的領域を表象することも多くなった。そして、自然現象や社会現象の分布というより、人びとの生活や文化に関連する情報、すなわち人びとが実際に利用したり、私的に役立てたりすることのできる情報を「主題」とするような主題図が増加してきたのである。

本稿では、こうした主題図のあり方を〈マップ〉という概念であらわし、先述の〈地図〉の対概念として用いたい。そもそも「主題図」というものは、きわめて多様な主題をもつ地図が増加してきたことで、あまりにも広範な対象をあらわす概念になった。極端に言えば、すべての地図は何らかの主題と選択性をもっており、一般図でさえ、それが対象とする「地域」を主題にして、「一般的」とされる情報を選択的に表示した主題図と捉えられな

⁶⁶ ただし前近代においても、たとえば荘園内の状況を具体的に示す荘園図など、主題図とみなすことのできる地図は限定的に作製されていた。

くもない。とりわけ市街図や道路地図は、前述のように、一般図／主題図どちらに分類されても、かならずしも間違いとはいえない。したがって、一般図と主題図を相互排他的に区別しようとするのは、やや具合が悪い。

そこで、本稿では一般図と主題図を、それぞれ〈地図〉と〈マップ〉という操作的な概念に置きかえ、グレーゾーンを許容するゆるやかな分類のまま分析に用いたい。はじめに述べたように、基本的に一般図は〈地図〉に、主題図は〈マップ〉に対応しているのであるが、〈地図〉と〈マップ〉は、現代の地図のあり方を分析するために、より多義的な概念として再定義されるものである。

前述のとおり、〈地図〉は、空間の面的な広がりや境界が前面にあらわれる均質的で多目的な地図のあり方を指しているが、それは自然的な世界とともに社会の空間的・行政的な制度を正確に描きだすものであるがゆえに、おのずと普遍性とともに関範性・権力性を帯びたものになる。すなわち、それは専門的な地図製作者や権力者集団の視点にもとづいて作られた地図といえる。

それに対して、〈マップ〉は、作り手によって選択された特定の主題にもとづく個別事象が強調（マッピング）された非均質な地図を意味する概念である。つまり、面的な空間と、それを分割する境界線よりも、その上に現象する事物の「分布」や「集積」に焦点があてられるのである。そして、その主題（テーマ・ジャンル）と用途はきわめて限定的で細分化されており、実際に「地図の名称」のなかに明示化されていることが多い。たとえば「グルメマップ」や「観光マップ」、さらに細かいものであれば、「ラーメン屋マップ」や「文化遺産マップ」などがある。地形図や地図帳をはじめ、〈地図〉なるものが人びとにとって縁遠いものになる一方で、現在はこのような〈マップ〉が多様化し、身近なものになってきていることは明らかである。

正確な縮尺にもとづく〈地図〉は、地図製作を専門とする人びとにしか作ることができなかったが、〈マップ〉は記号表現の制約が少なく、自由度が高いため、いわゆる「職人」でなくても制作可能である。主題上、必要な情報を適切にマッピングしさえすれば、それ以外の部分はかならずしも正確である必要はなく、一定の歪曲や省略が許容される。その極端な例が鉄道路線図である。鉄道路線図には、地形や行政区画は一切描かれておらず、縮尺や距離も不正確であるが、駅の順序と位相関係さえ正確に把握できれば、主題図としてのしかるべき役割を果たすことができる。つまり、主題の選択から表現方法まで——何に重点をおき、どのようにマッピングするか、その大部分が作り手の判断や感覚に委ねられており、ゆえに正確性や精密性（単純な製図技術）よりも「デザイン性」の比重が大きくなる。したがって、そこに表示される地名や地域的領域は、公的な行政区画にもとづくものである必要はなく、インフォーマルな地名や領域、たとえば商業的な「エリア」として表象化されたものでもよい。ゆえに、このような〈マップ〉は、しばしば〈地図〉よりも人びとの日常的な空間認識に合致するものとして、リアリティをもつようになっている。

ただし、〈マップ〉はけっして〈地図〉に取って代わるものではなく、あくまでも〈地図〉を基礎において、それを編集し、デザインすることによって新たな知の次元を付加するも

のである。つまり、基図としての〈地図〉なしには、〈マップ〉も存在しえない。そして、〈マップ〉を作ることは、いわば地図を 2 次的に創作する営みであるということもできるだろう。したがって、その作業においては、単に土地を図化することよりも、それをどのような情報と関連づけるか、すなわちどのような情報を「マッピング」するかということが重要な意味をもつ。〈マップ〉というものは、こうした特徴にもとづいて、権力性・規範性を帯びた〈地図〉よりも自由な、オルタナティブな表現として社会的に受容されているのである。

3.3 〈マップ〉の出現と増加

3.3.1 〈マップ〉の起源

以上のような地図のあり方を、本稿で〈マップ〉と表現するのは、実際にそうした地図の呼称として「マップ」という言葉が社会的に多用されるようになったことに由来している。たとえば、観光用の地図は「観光地図」ではなく「観光マップ」と名づけられることが多い。たしかに、それは外来語の普及と連動して、おしゃれで親しみやすい表現として定着したものであると考えることもできるだろう。仮にそうだとすると、地図というメディア自体が、消費文化・観光文化と強く結びついたことで、そのイメージをポップで軽やかなものにしようとする作り手の戦略として、「マップ」という言葉が普及したとする説明も可能だろう。そして、「マップ」という表現の普及は、単にこうした言語表現の問題にとどまらず、本章で示してきたような地図のあり方の変容を示唆するものでもある。すなわち、前述のような特定の主題をもったオルタナティブな地図が増加し多様化してきたのともなう、そうした地図に「マップ」という言葉を当てはめることが多くなったのだと仮定することができるはずである。

そこで、実際に「マップ」という言葉、ならびに〈マップ〉という概念がいつごろから、どのように普及しはじめたのかを、新聞記事検索によって確認しておきたい。

まず「マップ」の起源を探るために、朝日新聞記事データベース「開蔵Ⅱビジュアル」のなかの「縮刷版 1879～1984」を利用して、「マップ」をキーワードに記事検索（見出し＋キーワード）を実行した。ただし、この縮刷版データベースでは東京本社・大阪本社から発行された紙面の記事しか検索することができず、地方版は除外されることに注意されたい。

そこで最初に該当するのが、1967 年 4 月 27 日朝刊の「旅と木」という特集記事における「ドライブマップ」というキーワードである。つまり、それ以前は、少なくとも上記の条件では、「マップ」という言葉は一切出てこないということである。ちなみに、この記事は、観光情報としての時刻表と地図の現状を伝えるものであるが、当時の観光用の地図のあり方を把握するうえでも興味深い内容を含むものであるため、一部抜粋しておく。

名所旧跡・山などを鳥瞰（ちょうかん）図として描いたものが圧倒的に多く、また売れてもいるようだ。（中略）これらは収録範囲が広いためか、全体を概念としてつか

むにはよいが、実際に現地を独り歩きするには余り役立たない。どちらかといえば車窓展望用である。こういう点を補うために、各社工夫をこらし裏面に詳細図を入れたり、とじこみ本文にガイドや写真を加えたりしている。

前章で述べたとおり、1960 年代における観光用の地図は、個々のスポットやエリアを詳細に案内するというのではなく、全体のイメージを俯瞰的に把握するのに適したものであったということが、この記事からも読みとることができる。そして、「ドライブマップ」については、次のように述べられている。

これは今や花盛り。これもかつては折りたたみ式だったが今は見開き単位で見られる、本の形をしたものになりつつあるようだ。そして、だんだん地図だけでなく、コースガイド、途中の見物ポイント、うまいもの店など、至れり尽くせりに盛りこんだものになってゆく。（中略）しかし、地図だけのものも多い。（中略）これらはすべて、道路それも国道中心で、観光地中心ではない。ドライブが行楽となりつつある現在、行楽ドライブのための地図が望まれる。

実際のところ、この時代にはまだ「道路地図」と呼ばれるものが多かったが、ここで改めて「ドライブマップ」と総称されているのは、上記のように観光・行楽の要素を盛り込んだガイドブック形式の道路地図が出版され、またそうした地図への需要が高まってきたことと無関係ではないだろう。まず、こうしたところに〈マップ〉的なものの起源を見いだすことができるのである。

ただ、1960 年代には「マップ」というキーワードが該当する記事はまだほとんど見られないが、1968 年から 1970 年にかけては、週に 1 回「ロードマップ」と題された連載記事が掲載されていた。これはタイトル通り、さまざまな地域の広域的なドライブルートを地図付きで紹介する記事であり、おそらくマイカーの普及によるドライブの一般化や、道路地図の出版ブームを背景にしたものである。そして、ここでも「道路地図」ではなく「ロードマップ」と呼ぶことによって、新しいレジャー活動としての「ドライブ」のポジティブなイメージを表現し訴求しようとする意図がくみとれる。

そして 1970 年には、『新宿ブレイマップ』という月刊の情報誌を紹介する記事がヒットする。『新宿ブレイマップ』は 1969 年に創刊された若者向けのタウン情報誌のさきがけ的存在であったが、さらに同時期の 1970 年には、『シブヤマップ』という情報誌も創刊されていた。そうした情報誌の誌名に「マップ」という言葉が当てられたことは、それが地図そのものだけでなく、先端的なタウン情報の総体を指す概念として用いられるようになっていたことを意味している。すなわち、「マップ」は、若者の感性を刺激する新しい都市のメディアにふさわしいスタイリッシュな響きをもった言葉だったのである。

そして、1970 年代に入ると、特定の具体的な地図を指す「マップ」の紹介記事が少しずつ現れはじめる。1971 年から 1984 年にかけて該当した記事をすべてまとめたものが図表

3-1である。件数はきわめて少ないが、実際に「マップ」を名称に含む主題図が発行されるようになっていたことがわかる。

製作主体としては、警視庁、通産省、環境省、国土庁、厚生省といった行政機関が日立つが、新聞（しかも全国紙）というメディアの特性上、そうした公的機関が製作する公共性の高い（マップ）が重点的に取り上げられているということだろう。ただ、さまざまな主題図を集成した日本初のナショナル・アトラス『日本国勢地図帳』が1977年に完成したということをつまみまると、ちょうどこの時期は、国土開発の進展を背景に、そうした公的な統計図（主題図）の制作が活発になった時期にあたることもできる。また、すでにこの時期には、民間の出版・広告分野において、「観光マップ」を代表に、「～マップ」と呼ばれる一定量の案内図が作られていたことも間違いのないところである。デザイン雑誌『idea』324号（2007年9月）の「特集：ダイアグラム・地図作成法」の記述によれば、1960年代後半から1970年代を出発点として、日本のデザイナーたちが統計的な主題図や都市のガイドマップなどの地図・ダイアグラムの作成に携わるようになっていったという（誠文堂新光社 2007: 3-6）。それでも、上記のような一部の行政機関やマスメディアを除いて、ローカルな文脈で（マップ）なるものを実際に発行する主体はまだ相対的に少なかったはずであり、またそうしたものへの注目度も低かったものと思われる。

しかし、そのなかでも、1980年前後には、世田谷区内の女子大生と食べ歩きサークルによる「三軒茶屋・味マップ」（1979年）、子どもの遊びと街研究会による「世田谷・三世代遊び場マップ」（1982年）、女の碑会による「女の嵯峨野イラストマップ」（1984年）などのように、諸々の市民団体によって独自に製作される（マップ）もわずかながら見られる。また、現在は一般化している「防災マップ」に関しても、市区単位ではなく詳細な町単位のものとしては、1983年における品川区の町会別の防災マップづくりがほぼ初めての事例だったという⁶⁷。

とはいえ、全体の記事の件数の少なさをふまえると、1980年代の前半までは、こうした地域の生活や文化をテーマとしたマップづくりや市民参加のマップづくりの試みも広く普及するには至らず、ごく一部の市民や団体によって局所的・単発的におこなわれるにとどまっていたものと思われる。もちろん「～マップ」ではなく「～地図」という名称で、特定の主題をもつ（マップ）が作られていたであろうことは推測できるが、まだその量もバリエーションも限られていたはずである。

⁶⁷ 実際の製作は、町会ごとに数人が消火器、プール、貯水槽、井戸、医院、防災無線塔、公衆電話などの位置をチェックし、下絵を作り、区の防災課が手を貸すかたちで作られていった。

図表 3-1 朝日新聞 1970年代～80年代前半の「マップ」出現記事

年	製作主体	名称	備考
1973年	警視庁	リスクマップ（東京都）	東京都全域の事故地図
1975年	通産省	流通マップ	石油危機に起因するモノ不足を防止するために、全国のどこの御問屋にどれだけの在庫があるかを品目ごとに把握する
1976年	環境省	大気汚染マップ（全国）	
	朝日新聞社	歴史的町並み保存マップ（全国）	
1977年	財団法人運輸経済研究センター	東京都バスルートマップ	都営・民間12社のバス路線・停留所の位置を1つにまとめた初めてのルートマップ
1978年	朝日新聞社	文学マップ（全国）	
1979年	世田谷区内の女子大生・食べ歩きサークル	三軒茶屋の味マップ	食通の女子大生や会社員が、イラストマップにおすすめの飲食店60店舗を収録
1980年	日本グラフィックマップ社	皇居グラフィックマップ	千代田区の詳細な鳥瞰図：日照権問題、電波障害対策、建設、消防
1981年	地元の巡查	台東区谷中霊園ガイドマップ	
1982年	秋田県福祉協議会	声のガイドマップ	点字を読めない障害者のために、録音テープで段差、横断歩道、トイレの有無を案内
	子どもの遊びと街研究会	世田谷区・三世代遊び場マップ	昭和初期・昭和初期・現在の子どもの遊び場を聴き取り調査
1983年	中央区社会教育課	銀座路地マップ	
	国土庁、建設省、農水省	グリーンマップ	首都圏の緑地の分布（10年前にも作製）
	品川区	防災マップ	町会・自治会ごとのイラストマップ
	朝日新聞社	ユニーク大学マップ（全国）	
1984年	女の碑会	女の嵯峨野イラストマップ	戦争独身の女性たちが、女にゆかりのある史跡を紹介
	朝日新聞社	銀座有楽町タウンマップ	
	厚生省	健康マップ（全国）	都道府県別のがん・脳卒中の死亡比

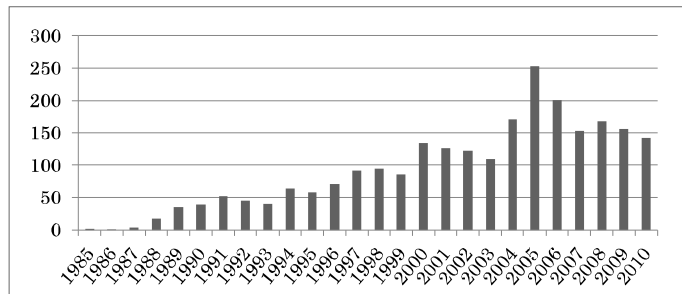
3.3.2 〈マップ〉の一般化

次に、1980年代後半から現在にかけての〈マップ〉の出現状況を概観するために、1985年以降の朝日新聞記事の「見出しのみ」を対象に、「マップ」をキーワードにして検索を実行した。その該当件数、すなわち「マップ」という語句の見出し出現頻度を年ごとに集計した結果が図表3-2である。

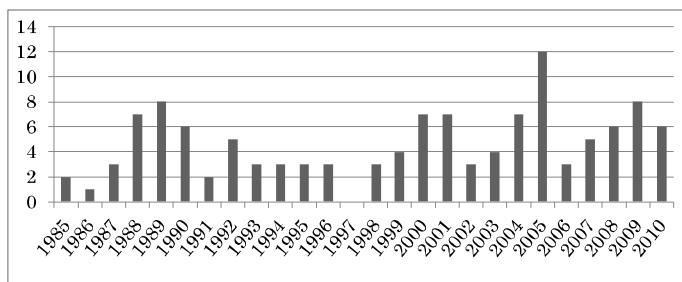
これによると、1980年代末から「マップ」が少しずつ出現しはじめ、1990年代から2000年代にかけて、おおそ右肩上がりに増加している。しかし、ここで大きな注意が必要なのは、新聞の各地方版の記事が収録されるようになるのが1988年以降であり、しかも一度に追加されるのではなく、1990年代から2000年代にかけて地域別に漸次的に追加されているという点である。検索対象になる地方版の数そのものが1980年代、1990年代、2000年代ではまったく異なるため、検索対象が拡大するにつれて、「マップ」の該当件数が増えるのは至極当然である。したがって、この結果から単純な時系列比較をすることはできず、全体として「マップ」が右肩上がりに増加してきたと言いきることもできない。

では、地方版を除いて「東京本紙」だけで比較してみてもどうか。その「見出しのみ」の記事件数を1985年から2010年までの範囲で集計したものが図表3-3である。

図表3-2 朝日新聞「マップ」出現記事数（見出しのみ）

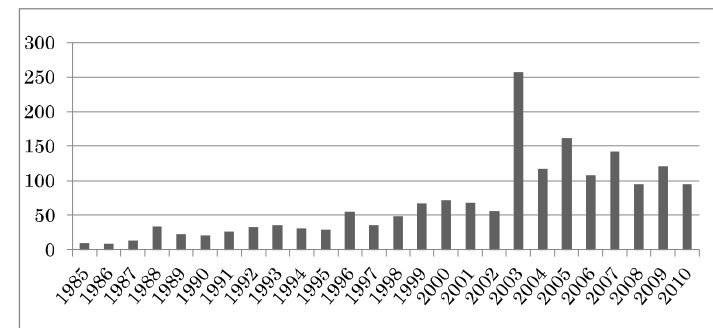


図表3-3 朝日新聞・東京本紙「マップ」出現記事数（見出しのみ）



この結果が示すとおり、全体的には明確な増加傾向を見てとることはできないし、各年の該当件数自体が、最大でも2005年の12件と非常に少ない。これは、そもそも〈マップ〉なるものが、全国紙で記事にされるような広域的・一般的なテーマを扱うものではなく、基本的に特定地域の特殊なテーマを扱うものであるということに起因しているといえるだろう。そのため、全国紙の見出し検索では、特定地域の〈マップ〉について報じる記事が少ないのも当然である。それでも、見出しだけでなく本文を検索対象にくわえることで、「マップ」という言葉が紙上で用いられる頻度、すなわち「マップ」という言葉そのものの使用度を比較することはできるだろう。その集計結果を示したものが図表3-4である⁶⁸。

図表3-4 朝日新聞・東京本紙「マップ」出現記事数（見出し+本文）



この結果から、1980年代よりも1990年代、そして1990年代よりも2000年代のほうが、「マップ」という言葉の出現頻度が高くなっていることがわかる。したがって、少なくとも言語表現としての「マップ」は、1960年代後半～70年代を起点とし、さらに1980年代から現在にかけて、徐々に浸透してきたと考えることができるだろう。

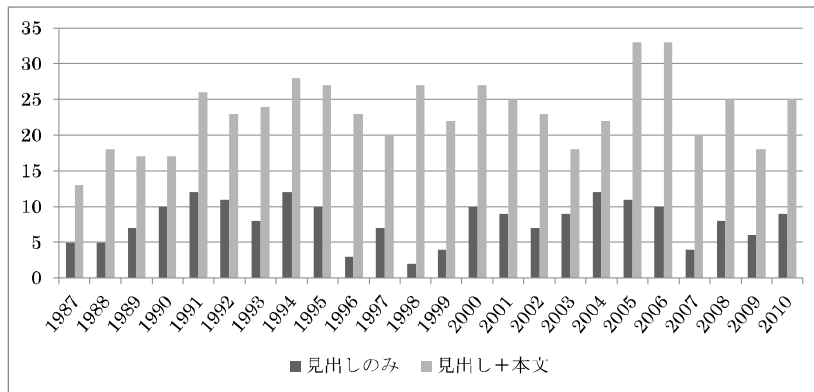
では、特定の地方の地域面のみで比較するとどうなるか。しかし前述のように、朝日新聞の記事検索では、地方版は早いものでも1988年以降の記事しか検索できず、また特定の地域面のみを指定して検索することができないため、時系列の比較は事実上困難である。また、読売新聞の新聞記事データベース「ヨミダス文書館」では、地域面を都道府県別に指定して検索をおこなうことができるが、東京（都民版）以外は、1997年以降のものしか収録されていない。そこで、1986年から検索可能な読売新聞の「東京（都民版）」⁶⁹を対象

⁶⁸ 2003年の記事数が突出しているのは、パレスチナ紛争の解決を目的とした中東和平の「行程表」を意味する「ロードマップ」という語句が本文中に頻出したことによる。ここでは、たとえば「スマップ」や「ソフマップ」といった地図と無関係の語句は集計から除外しているが、「ロードマップ」は、地図としての「マップ」を比喻として用いた表現とみなして、集計に含めている。

⁶⁹ 読売新聞の東京版には「都民版」と「多摩版」があるが、多摩版は1999年からの記事しか検索することができないため、集計からは除外した。

に指定して、「マップ」という言葉の「見出しのみ」の出現頻度を時系列比較した結果が、図表 3-5 である。

図表 3-5 読賣新聞・東京都民版「マップ」出現記事数



しかし、この結果からも、「マップ」の顕著な増加傾向は見られない。先に述べたように、〈マップ〉は地域単位で作られることが多いことから、東京都民版の検索のみでははっきりしたことはいえないが、以上の結果からは、1980年代後半以降、〈マップ〉を取り上げる記事が増加してきたと結論づけることはできない。

ただし、1980年代以降は、少なくともそれ以前と比べると、〈マップ〉の製作が活発になってきたと考えることはできるだろう。これに関しても量的に比較可能なデータがないため、はっきりしたことはいえないが、先に示したとおり朝日新聞のデータベースにおける1960年代～70年代の記事検索では、地方版は含まれないとはいえ、全体で「マップ」の該当件数がきわめて少なかったことから、1970年代と1980年代のあいだには一定の差があるといえそうである。

あるいは、1980年代から2000年代にかけて、実際に製作される〈マップ〉は増加してきたものの、それが新聞の記事数に反映されていないだけなのかもしれない。さまざまな〈マップ〉が普及・一般化し、その存在がかならずしも「珍しいもの」ではなくなっていくにつれて、そのニュースバリューが相対的に低くなってきたと考えることもできるからである。たとえば、当初は画期的だった〈マップ〉が、各地域で模倣され、普通に作られるようになると、わざわざ新聞記事として取り上げられることは少なくなっていくという可能性もある。したがって、新聞記事の件数による比較は、あくまで参考程度にとどめておくのが現実的だろう。

3.4 地域メディアとしての〈マップ〉

以上のように、1980年代以降の正確な経年変化は明らかではないものの、少なくとも1980年代以降は、それ以前の時代に比べて「～マップ」と名づけられる地図が、質・量ともに増加してきたことはほぼ間違いない。われわれの生活実感に照らして考えても、「～地図」と呼ばれるものだけでなく、「～マップ」と呼ばれる地図を頻繁に見かけるようになっていくことは事実であり、それに疑問や違和感をいだくこともない。そして「マップ」という言葉は、単に「地理的な空間」を表象するものだけでなく、たとえば「業界マップ」や「地球温暖化対策ロードマップ」といった非空間的な事象の見取り図や行程を意味する比喩的な概念としても一般的に用いられるようになっている⁷⁰。

そして、このような〈マップ〉の一般化は、単に「外来語」の普及として理解されるだけでなく、地図の「テーマ」の多様化と結びつけて説明することができる。その背景には、地図そのものの編集・加工技術の簡便化という技術的要因も存在するが、先に述べたように、社会の複雑性の増大によって、一枚岩では捉えきれなくなった空間をテーマ別に細分化する方法として、多様な〈マップ〉が必要になったと解釈することもできるだろう。第2章で検討した「地図の断片化」には、地図のスケールや範囲を限定するという側面にくわえて、地図のテーマを細分化するという側面もある。それによって、社会の「全体」としての像は見えにくくなるかもしれないが、逆にそれまで見えなかった社会のさまざまな「断面」が見えるようになる。つまり、〈マップ〉は、多様な可能性のなかから、特定のテーマを選択することによって、社会の複雑性を空間的かつ非均質的に縮減し、既存の均質的な〈地図〉からこぼれ落ちたイメージや情報を新たに浮かび上がらせることができるのである。

ただし、個別の〈マップ〉に着目すると、それはごく小さなテーマを扱う断片的な空間表象にすぎない。それでも、こうした多様な〈マップ〉が並存し、重なる場所に、新たな「社会表象」の集積を見いだすことができる。さらに、社会表象には、世界社会や国民国家社会という「全体社会」だけでなく、「地域社会」という狭小な「部分社会」の表象作用もある。そして、〈マップ〉なるものは、基本的にそうした「地域社会」を対象とした部分社会の表象として位置づけることができるだろう。

もちろん、全体社会を対象とした世界・国家規模の〈マップ〉も多数存在する。たとえば近代に統治権力の技術として発明された統計的な主題図（人口分布図、地質図など）や、現在の世界地図帳・日本地図帳などに掲載されているような主題図（世界の宗教分布図、日本の農作物生産量分布図など）の多くは、「全体社会」を対象とした〈マップ〉である。また、前節の図表 3-1 に示したように、1970年代から1980年代前半にかけては、「歴史的町並み保存マップ」「文学マップ」「ユニーク大学マップ」（いずれも朝日新聞社制作）、「健

⁷⁰ 若林幹夫によれば、たとえば親族関係や企業組織、国家機構のようなかならずしも空間的な形態を持たない関係や組織、機構についても、私たちは「上」や「下」、「隣」や「領域」といった空間的な語彙を用いることによって、あたかもそれが「(地理的)空間」であるかのようにしてモデル化し、了解する思考をもっている(若林 1995: 59)。

康マップ」(厚生省制作)といった特定の情報をマッピングした日本地図が、新聞紙上に掲載されていた。

それでも、〈マップ〉は、その表現の自由度・特殊性の高さゆえ、国の行政機関や地図製作の専門機関にかぎらず、地方自治体や市民団体、民間の企業・出版社など多様な主体によって、特定の「地域社会」を対象に作られることが多くなってきた。その詳細は第5章で具体的に論じるが、先の新聞記事検索において、1980年代の後半以降に出現した〈マップ〉の多くは、そうした地域単位で独自に作られたものであった。その背景には、ちょうど1980年代の後半から新聞記事検索のデータベースに地方版が漸次的に追加収録されるようになっていったという事情もあるのだが、先に示した1970年代の全国紙のデータや諸々の社会状況をふまえると、1980年代以前にこのような地域主体・地域限定の〈マップ〉が多量に作られていたとは考えにくい。たしかに、広告・出版分野における〈マップ〉は1970年代から普及していたが、実際に地域が主体となっておこなうマップづくりが本格化してきたのは、1980年代以降のことだろう。

1980年代には、1960年代後半ごろから一部地域で先駆的におこなわれてきた公害・開発問題などに対する「作為阻止型・作為要求型」の市民運動(和田2008:72)が平穩化し、それにかわって大都市郊外を中心に、日常的なサークル活動・ボランティア活動などの「ボランティア・アソシエーション」(越智1988)と呼ばれる自発的な市民活動が普及した。そして、そのなかから介護、ゴミ問題、環境問題といった「問題解決型」の市民活動が生まれ、伝統的な町内会・自治会にかわって、地域社会のさまざまな問題に日常的に取り組むようになっていった(和山2008:71)。それは人びとの関心や利害などの目的別に組織されるという意味で「テーマ・コミュニティ」ともいわれ、のちにNPOをはじめ多様なかたちの団体を派生させていった⁷¹。

そして、1980年代以降の地域社会における〈マップ〉の増殖は、そうした「テーマ・コミュニティ」の出現・増加という要因とも関連しているように思われる。たしかにテーマ・コミュニティは、地縁コミュニティの枠にとらわれることはないものの、実際は特定地域をフィールドにした取り組みをおこなっている場合が多い。そして、このようなテーマ・コミュニティは、その「ミニコミ」の1つとして、活動のテーマに沿った情報をまとめる〈マップ〉を作製し、情報発信に活用するというケースが増えてきたのである。

さらに、1980年代は、地域の魅力や個性をアピールすることに重点をおく地域活性化運動としての「町づくり・村おこし」が、国の政策の影響を受けながら、地方自治体レベルで活発化しはじめた時期でもあった(安井1997:203)。とりわけ1980年代後半には、竹下内閣が「ふるさと創生基金」として町づくり・村おこしのために各地方自治体に1億円を配布し、全国各地で地域の特産品づくりや名所づくりが展開されていった。それ以降、町づくりや村おこしでは、固有の地域らしさを発見することが重要な課題となり、そのため

⁷¹ 加藤晴明によれば、大都市の市民活動は、地縁コミュニティを超えた「テーマ」「話題」「関心」といった情報的要素を共有するコミュニケーションの場、すなわち〈話題のコミュニティ〉をもとに成立している(加藤1994:1997)。

に、メディアをとおして記号化された「ふるさと」をさらに差異化していく作業が必要になった(安井1997:215-8)。そこで、こうした記号をつくりだすのに必要とされたのが〈マップ〉である。すでにある地域資源を用いるにせよ、新たな地域資源をつくりだすにせよ、地域に点在する資源をまとめてPRするための情報メディアとして、〈マップ〉がしばしば活用されるようになったのである。

それ以前は、このように地域の文化資源や観光資源などを紹介する〈マップ〉は、いわゆる「マスメディア」として各出版社から発行・販売されるものであったが、それゆえ主要な観光地や有名なスポットしか取り上げられないということが多かった。しかし、こうした地域発信型の〈マップ〉では、各自治体や市民が独自の視点で発掘した資源をマッピングすることで、既存の〈地図〉にも〈マップ〉にもない新たな地域表象が作りだされることになる。マスメディアとしての〈マップ〉が、いわば外部からの視線による「他者表象」であるとするれば、こうした地域メディアとしての〈マップ〉は、地域がみずからを情報として対象化する「自己表象」といえる。

さらに、このような〈マップ〉は、かならずしも外部からの訪問者や観光客のために作られるだけでなく、「生活者」としての地域住民を対象として作られる場合も多い。これも第5章で詳述するが、たとえば前掲のようなテーマ・コミュニティなどによる地域社会のマップづくりは、基本的に市民生活への寄与や地域社会の統合を目的としておこなわれるものである。竹内郁郎は、広報紙やCATVなどの地域メディアに期待される重要な機能のひとつとして「地域社会がまとまりをもった社会的単位として存続・発展していくことへの寄与」を挙げ、それは地域問題の争点を提示したり、住民の愛着や誇りを育てたりするのに役立つとしている(竹内1989:12-4)。そうであるならば、地域メディアの1つと位置づけることができる〈マップ〉にも、こうした可能性を見いだすことができるはずである。とりわけ、〈マップ〉は、「地域社会」というものの「まとまり」を表現して再定義するのに適したメディアなのである。

このように、〈マップ〉なるものは、われわれが生活を営む「地域社会」のなかで作られ、また「地域社会」をさまざまなテーマにもとづいて表象していく。社会の複雑性は、こうして地域の層と範囲、そしてテーマの細分化によって縮減され、既存の〈地図〉にはない新たな地域像が再構成されるのである。それは、〈地図〉のように所定の行政区画に沿って地域社会を1つの連続平面として範囲化しようとするのでもなければ、単にその時々の「道しるべ」として使い捨てられることを前提として作られるのでもない。「社会」を全体として見晴らすことは、近代的な〈地図〉によってすでに達成され、いまや地図の技術も、人びとの関心も、全体より「部分」や「断片」を志向している。そのなかで地域メディアとしての〈マップ〉は、ただ私的な利用を前提として空間を散り散りに断片化していくのではなく、「地域」という一定の枠を維持したうえで、テーマ別に情報を縮減し細分化することによって、地域社会に多元的な意味や価値を付与していくのである。

そもそも「地域社会」とは単一的・静態的な空間ではなく、さまざまな層と範囲に分化した流動的な空間であり、またそれは前述のように多様なモノや出来事で埋めつくされた

現代の複雑な都市のなかにある。したがって、やはり 1 枚の〈地図〉だけでその全貌とリアリティを捉えることは困難である。そこで地域別・テーマ別の〈マップ〉が、それをさまざまな「物語」をもった断面に切り分けていくことで、地域社会のイメージを紡ぎ、補填していくことができるのである。

このような〈マップ〉は、かならずしも正確性・精密性に重点をおくものではなく、たとえばイラストを用いるなどして、ときに地図の規約からも逸脱するため、地図学上は価値のないものとみなされる場合もあった。ゆえに、これまで学術研究の対象にはなりにくかったのであるが、ルーマンが、「世界の中でのシステム形成によって、複雑性の少ない『より高次の』秩序が構築される」(Luhmann 1973=1990: 7) と述べるように、〈マップ〉も〈地図〉の上に付加される高次のシステム・秩序だといえる。そして、それは行政的な制度にとらわれるものではないため、政治的・権力的な〈地図〉よりも自由で多様な表現を可能にする。それによって、「社会」は全体的・水平的な広がりだけでなく、部分的・垂直的な深さを志向して表象化されるのである⁷²。それも、地図というメディア、もとい〈マップ〉という独特の表現が切り開く社会的想像力の一形態といえるのではないだろうか。

⁷² 若林幹夫によれば、もともと地図には、それを生みだす社会の形態の違いに対応して、かつて原始民族が描いた神話的な絵図のように、ごく身近な生活環境を深く可視化するような視線と、「スティック・チャート」と呼ばれる航海図のように、広大な領域を広く可視化するような視線という 2 つの異なる志向性がある。つまり、「社会はつねに、その成員の社会的協働連関の空間的に水平的な広がり」と、それらの連関を意味づける垂直的な深さをもっている(若林 1995: 77) のだという。

第 4 章 ニュータウンにおける〈地図〉と〈マップ〉

4.1 流動化・表象化する地域社会

前章では、近年において〈マップ〉なるものが「社会」とりわけ「地域社会」を表象する方法として重要な意味をもちつつあることを明らかにした。しかし、そもそも人びとが生活を営む身近な地域社会で、新たに地図が作られるというのは、一体どのような事態なのだろうか。

第 3 章で述べてきたことと関連づければ、都市化によって、人びとが居住・活動する空間が巨大化・複雑化し、個人の直接的な経験だけでは認知しきれなくなったために、その間接的な情報源として地図の役割が増大したということが考えられる。ただ、この点については、人間と生活空間(地域社会)の関係の変容という側面から、さらに考察をくわえていく必要があるだろう。

Y. トゥアンによれば、空間が日常生活と密接に結びつくことによって構造化され、人びとにとって親しみのある(場所 place)として生きられている場合には、その空間を意識的に概念化して伝達し合う努力は必要ない(Tuan 1977=1993)。たとえば、無文字社会の原始民族のなかでも、村に定住する農夫中心の民族は、その集団的な凝集性の高さから、1 人になることや村の外に出ることはめったになく、見知らぬ空間のなかで自分がいる位置を明確にしなければならないような事態もまず起こらないため、そもそも地図を描く理由がないという。一方、エスキモーのような狩猟民族の社会では、個人が自立して広大で過酷な環境で仕事をしなければならないため、構造化されていない(空間 space)に対処する必要があり、それゆえ地図を描いたり読んだりするような空間の技能の発達に優れているということが明らかになっている(Tuan 1977=1993: 142-54)。

これにしたがえば、旧来の伝統的な農村社会としての「地域社会」においては、人びとが根をおろすことによって構造化された〈場所〉的な生活空間を、わざわざ地図によって表象化しようとする営みは基本的に必要なかったということになる。

しかし、現在の社会では、人びとは生まれ育った特定の地域(郷土)に生涯根をおろして生活を営んでいるわけではない。また、日常生活においても、自分が居住している地域を出て、通勤・通学したり、買い物に出かけたりするのが普通である。すなわち、それは人間の地理的な流動性(mobility)の増大を意味している。このことは都市や観光地に出かけるためのガイドマップの需要の増大にもつながったが、他方でそれを地域間の「人口」の流動性の増大という面から捉えるならば、みずから暮らす場所を住みかえていく人びとのために、その新しい生活空間を案内する地図が必要になったと考えることもできる。

つまり、こうした土着型社会から流動型社会⁷³への変容によって、「自分が住むことになった地域がどんなところかわからない」という事態が生じ、その地域を空間的にコード化

⁷³ 三浦典子によれば、流入者の勢力が圧倒的に強くなり、多種多様な地域から多種多様な生活様式がもちこまれる大都市は、流動層のつくりだした、将来へむけても流動を指向している、まったくの流動型地域社会である(三浦 1991: 90)。そして『「コミュニティの再建」が提唱されてきたのも、このような移動者によって形成された流動型社会のマイナス効果を除去しようとする 1 つの試みである』(三浦 1991: 90) という。

／解説するためのテキストとして地図が必要になったということである。とりわけ大都市においては、そうした流入者層が大きな割合を占めるため、住民と場所（地域社会）の結びつきも必然的に弱いものになりやすい。そこでは身近な地域も、なじみのある〈場所〉ではなく、構造化されていない（空間）として立ち現れてくる⁷⁴。そのため、人びとはみずからの身体を通じて場所と結びつくのではなく、地図というメディアを介して場所と結びつくようになるのである。

そして、日本では高度成長期に大都市の人口が急激に増加したことで、住宅不足や住環境の悪化といった問題が顕在化し、それに対処するために大都市周辺の「郊外」の未開発用地に大規模な団地型ニュータウンが次々と開発されていった。そして、当時の先進的な設備をもつ住宅や生活施設が配置されたニュータウンには、良好な住環境と新しいライフスタイルを求める多くのサラリーマン世帯が入居したことで、郊外はベッドタウン化し、その人口は著しく増加していった。こうして都市周縁の「郊外」という地域が、そこに移り住む多くの人びとにとってかならずしも構造化されていない生活空間として立ち現れてくるようになった。それによって、郊外の生活空間も、みずからを構造化するための空間表象として地図を必要とするようになったのである。

このことは、ちょうど近代国民国家社会がみずからの領域を画定し、「国土」と「国民」を創生するために、国家を表象する科学的な地図を作製し、普及させていった「想像の共同体」の成立の論理と類似している。国民国家が客観的な「実体」としてではなく、地図のような表象を通じて人びとにイメージされる「想像の共同体」として編成されていったように、郊外に新しく開発されるニュータウンもまた共有可能な地図やメディアによって統合される「想像の共同体」という側面をもっている。

しかし、「ニュータウン」と呼ばれる団地都市にかぎらず、こうした郊外への人口移動現象としての「郊外化」以降、多くの地域社会で人口の流動化がすすみ、伝統的・地縁的共同体の衰退が危惧されている。一方では、人口の流出とともに「過疎化」が進行する地域があり、他方では、ニュータウンや新興住宅地のように大規模な住宅開発によって人口が一度に流入する地域もあるが、多くの一般的な地域社会はそのあいだにある。つまり、他地域に流出していく人びとと、他地域から流入してくる人びとがともに混在している状態にあるということだ。いずれにせよ、こうした人口の流動化によって、人と人、人と場所の結びつきが弱まり、地縁コミュニティとしての「地域社会」はおしなべて形骸化しつつあるといえるだろう。

だが、そうであるがゆえに、地図はつくられる。「実体」としての地域社会が形骸化しているからこそ、それを擬制し、地域性を担保するための地図が必要になるのである。加藤晴明によれば、農村型社会から都市型社会への転換は、“脱地縁化”を契機とした“地域”の人工性・擬制性の進展と深化をもたらす（加藤 1997）。つまり、実感でき

⁷⁴ 堀川三郎によれば、「個人の思い入れや歴史を含まず、土地をただ面積や体積として語るとき、それは〈空間〉である」のに対し、「思い入れや記憶、歴史を含んだもの、あるいは個人の生活との関わりで語られるような場合は、〈場所〉である」（堀川 2000: 122-3）という。

るフィジカルな共同性から離れた“地域”は、ひとつの極限として、さまざまな情報メディアによって作りだされる社会的表象・情動的現実として存在するというのである（加藤 1997）。このように、「地域社会」というものは全般的に「想像の共同体」としての性格を強めており、そのなかで地図が描きだす必要があるのは、「地域社会」そのものというより、社会的な表象としての「地域らしさ」である。その意味で、地図は実体に先行する記号的な「シミュラークル」（Baudrillard 1981=1984）として生活空間を表象し、人びとに準拠されることで、「地域社会」をつくりだしていくのである。

そのなかでも「ニュータウン」は、このような表象・シミュラークルとして擬制される地域社会の1つの典型をなしている。そこで、本章では、現代の地図と地域社会の関係の一面として、郊外の「ニュータウン」に着目し、それが地図によってどのように表象され、地域としてのイメージが創出されているかを具体的に考察していく。

その事例として取り上げるのが、ともに大阪府北部にある「千里ニュータウン」と「彩都」である。丘陵部・山間部に切り開かれた大規模なニュータウンとして拮抗する両者には共通点も多いが、前者と後者ではまず造成された時代背景が大きく異なり、それゆえ開発の方法やコンセプト、そしてそれを表象する地図のあり方も異なっている。そこで、これに第3章で提示した〈地図〉と〈マップ〉という概念を適用し、地域社会を表象する地図の2通りの方法について検討をくわえていきたい。

4.2 地域を構造化する〈地図〉——千里ニュータウン

4.2.1 ニュータウンの開発計画と地図

それでは、まず千里ニュータウンにおける地図の役割について、その計画・開発段階から見ていきたい。

そもそも「ニュータウン」とは、20世紀初めにイギリスのE.ハワードによって提唱された職住近接の「田園都市」の理念にもとづいて日本に紹介された郊外開発のモデルであった。ただし、日本におけるニュータウンは、かならずしも職住は近接しない計画的な「ベッドタウン」として、東京や大阪などの大都市周辺に開発されるようになった。戦前には、私鉄の発達と結びついた小規模な郊外住宅地の開発がその沿線に進められ、また戦後は公団による団地の開発が相次いだ。住機能以外の生活機能も備えた大規模な住宅都市としての「ニュータウン」の開発は、1961年に着工された千里ニュータウンが初めてであった。

千里ニュータウンは、大阪府企業局によって、大阪都心から北へ約15kmに位置する未開発の丘陵地帯に計画されたが、そこはもともと農村地帯でもあった。そのため、大阪府は旧住民の抵抗をおさえて用地を買収する必要があったが、その対策として、既存の地域生活圏とは無関係に買収区域を設定することで、集落単位で結集した抵抗を抑制した（片寄 1977）。買収交渉は難航したが、こうした戦略によって、多数の「小字」が複雑に入り組む旧集落の地図を無効化し、その上にニュータウンの計画区域を塗り重ねて新しい地図を描いていくことで、一定の用地を確保することができたのである。

それでも、計画区域の中心にありながら買収が困難だった豊中市の上新田地区などは

計画区域から除外され、開発計画図の上では空白地帯として処理された。さらに、計画区域となった千里丘陵は吹田市・豊中市という2つの行政区画のあいだにまたがっていたため、ニュータウンを計画するにあたっては新しい地形図を製作することによって、両市のあいだの境界線を便宜的に変更した。そして、ニュータウン区域とその周辺地域の境界線（ニュータウン界）も、数度の修正を経て地図上で画定され、それによって計画区域が周辺地域から区別されていった。

こうしてニュータウンの「輪郭」が描きだされると、次にその内部の地区計画、住宅計画、施設計画が、やはり地図をとおして可視化されることになった。そこで、千里ニュータウンの基本的な計画単位として採用されたのが、「近隣住区」の理論である。これは、ニュータウン区域を小学校区に対応する12の住区に区分し、その住区ごとに生活に必要な施設を配置することで、住民の日常生活圏を計画的につくりだそうとするものである。また、その上位には「地区」や「中学校区」、下位には「近隣分区」といった地域単位を段階的に設定し、住民の生活圏を多層的に構造化していった。そして、町村敬志が「郊外の都市化とは、名前を『持たない』空間に対して、都市の側が名前を割りあてていく歴史であった」（町村 2000: 272）と述べるように、千里ニュータウンでも各近隣住区に津雲台、佐竹台、青山台といった郊外に特有の画一的な地名（住居表示名）が新しく与えられていった。

また、ニュータウンには「公営/公社/公団/社宅」「分譲/賃貸」「集合住宅/一戸建て」にそれぞれ分類される多様なタイプの住宅が配置されたが、それらを同一の地区に混在させるのではなく、たとえば「公営・賃貸・集合住宅ゾーン」や「公社・分譲・一戸建てゾーン」といったかたちで、住宅をタイプ別にゾーニングすることで、計画的・均質的な町並みが形成されることとなった⁷⁵。しかし、規格化された住宅が整然と建ち並ぶニュータウンでは、その均質性ゆえに、団地の建物同士の見分けがつきにくいいため、各棟の配置や番地が図示された「地図案内板」（図表 4-1）が路上のいたるところに設置され、記号の配列によって意味づけられた生活空間を案内した。

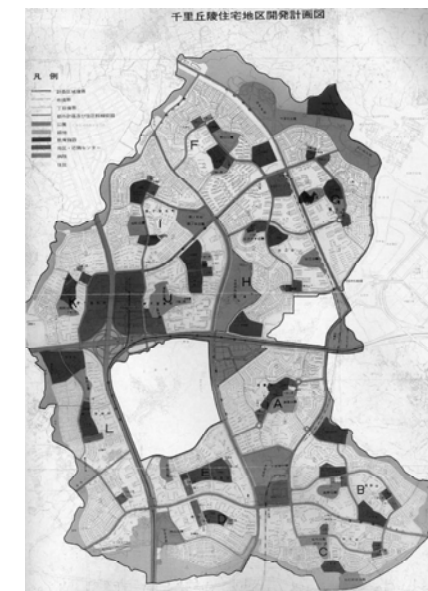
こうして地図上にさまざまな境界線を引き、地区や建物に記号（名前・番号）を与えていくことによって、更地の白地図に「ニュータウン」の空間像が描きだされ、「計画的なベッドタウン」としてのイメージが視覚化されていった。第4次案まで作成されたマスタープランは1960年に最終決定され、この最終計画図（図表 4-2）にもとづいて、計画人口15万人、計画面積1160haの都市がわずか10年で建設されることとなった。イギリスでは計画人口5万人のニュータウンが10年以上かけてつくられた（住田 1984: 344）

⁷⁵ 住居表示の記号として、公社にはA、公営にはB、公団にはC、社宅にはDが与えられ、住宅棟の壁に表示されたが、地図上にもそれが描きこまれ、住宅の種類を識別できるようになっている。しかし、それによって住宅の種類が所得の格差を示すものとして層化され、社会的不平等が可視化されてしまうという「住宅階層問題」も指摘されている（竹中 1992）。実際に入居者のあいだでも、この表示が階層を意識させ、相互のコミュニケーション上好ましくないという意見が出たため、後に開発された泉北ニュータウンではこうした表示は廃止された（山地 1982: 141）。ニュータウンにおける地図は、こうした社会階層の可視化に加担してしまう場合もあるということである。

ということをふまえると、千里ニュータウンの開発事業は比較的大規模で短期的なものであったといえる。



図表 4-1 津雲台団地案内図（2009年5月8日撮影）



図表 4-2 千里丘陵住宅地区開発計画図（出典：大阪府、1970）

このように、ニュータウンの開発においては「計画図」の作製という如実なかたちで地図が現実に行先しており、まだ「実体」が存在しない段階で、新しい境界線や地名を地図に書きこむことによって、「ニュータウン」という新しい空間表象が作りだされ

る。つまり、まずは地図（計画図）を描くことで、開発者はまだ見ぬ都市を想像し、またそれが社会に呈示されることで、はじめて市民もどこにどのような都市ができるかを知ることができた（逆にいえば、地図でしか知ることができなかった）。いかなる開発事業にも地図（計画図）は不可欠であるが、未開発の大規模な用地に、しかも短期間で「ニュータウン」という見えない実験都市を計画する場合、そのイメージは地図的な空間像に依拠する部分がとりわけ大きかったといえるだろう。

4.2.2 理想都市の表象

ニュータウンそのものは、「世界」や「社会」ほど抽象的な存在ではないが、地図をとおしてそれに「かたち」が与えられ、共有可能な空間像がつくられるという意味で、想像力の「造形化作用」（厚東 1991: 63）を必要とする「地図的」な場所といえる。ただし、地図は「ニュータウン」に単なる造形的なイメージを与えただけでなく、それを「理想都市」として擬制するモデルでもあった。

前述のように、千里ニュータウンは、日本では前例のない実験的な住宅都市として計画されたため、事業の指針がなく、どのような都市ができるかは、実際のところ開発者自身も明確には想像できなかったという。そのため、計画の初期段階では、技術者主導で自由に設計図を描き、さまざまな建設計モデルを提案していくことができた。つまり、当初は事業の予算が組みにくく、計画区域も明確には定まっていなかったために、それほど大きな制約を受けずに実験的・理想主義的に計画図を描くことができたのである。

住宅不足が懸案となっていた当時の大阪府においては、千里ニュータウンを建設することによって、その問題に府全体で対処しているように「見せかける」必要があった（片寄 1977: 135）といわれるが、地図はそうしたポーズをとるための政治的な道具の1つでもあったといえるだろう。開発が実現するか否かにかかわらず、理想的な住宅開発に取り組んでいることを説得的にアピールするには、まだ実体のない「ニュータウン」の空間イメージを呈示し、宣伝するための地図が必要である。そして、市民は新聞記事やパンフレット、広告等に掲載された開発計画図を参照することで、「ニュータウン」という存在を具体的に認識し、その実現に夢や希望を抱くことができた⁷⁶。

計画案の作成は、日本都市計画学会や日本建築学会にも委託され、さまざまな計画図が提出されたが、たとえばそのなかに「地区施設計画模式図」（図表 4-3）というものがあつた。これは住区ごとの施設の配置パターンを図示したものであるが、あくまで計画上の「模式図」であり、現実にこうした円形の地区が計画されていたわけではない。しかも、そこに記載された施設のなかには、スポーツクラブや博物館・美術館のように、実際には建設されなかった施設も含まれていた。しかしながら、それはニュータウン計画の「理想」「理

⁷⁶ ただし、1962年の入居開始以前の計画・開発段階において、実際に計画図が市民にどれほど公開されていたかは不明である。それでも、全体の開発事業が完了したのは1971年のことであり、全地区で一度に入居が開始されたわけではないため、後述するように、そのあいだにパンフレット等を通じて、多様な計画図が市民に向けて呈示されていたことはたしかである。

念」を表現する1つの空間表象として開発者のあいだで共有され、それにもとづいて現実のニュータウンの施設構成のあり方が検討されていったのである⁷⁷。



図表 4-3 地区施設計画模式図（出典：片寄，1977，p. 205）

また、前述のように、住宅に関してはさまざまなタイプのものが配置され、計画図によってゾーニングされたが、これも「住宅見本市のように総花的にいろいろな種類の住宅を建てることによって、すべての階層の住要求にこたえているように見せかける」（片寄 1977: 135）ためのモデルとして、ニュータウンの理念を可視化した。

さらに、千里ニュータウンでは、公園や緑地の面積を大きくとり、周辺地域との境界も緑地化されたが⁷⁸、こうした緑地計画も計画図に落としこまれ、従来の団地とは異なる「緑化都市」としてのイメージが表象化された。

ただし、こうして地図上に表現された「理想」や「理念」も、すべてがそのまま実現に至ったわけではない。住宅は計画どおり多様なタイプが用意されたが、小学校の分校計画は現実の管理・運営の問題により頓挫し、また施設計画も採算の問題によって縮小された。緑地・公園の面積は、結果的に大きく確保されたが、当初の計画からは大幅に縮小され、しかも緑地として残されたのは、管理主体が曖昧な周辺の雑木林ばかりであった（片寄 1977: 258）。こうした計画の中止・変更が相次いだ背景として、千里ニュータウンの初期の計画は管理・運営などソフト面での事前の検討が弱かったことがのちに指摘されている（梶浦 1984: 194-5）。技術者主導で理想主義的に描かれた計画図は、前述のように住宅政策の「見せかけ」にも利用されたが、それゆえ、次第に現実の社会的条件には合致しない問題点を露見させることになった。

⁷⁷ こうした概念的な模式図であれ、具体的な計画図であれ、地図にはさまざまな「理想」が描きこまれていったが、千里ニュータウンの計画において、とりわけ理想主義的な色合いが濃かったのが、小学校の分校計画である。これは、小学校を高学年校と低学年校に分離し、低学年校には幼稚園を併設して、子どもの発育段階に合わせた新しい教育システムを実現しようとするもので、ニュータウンという実験のなかに組みこまれるかたちで導入が検討された。

⁷⁸ 千里ニュータウンは周辺のスプロールを防ぐ緩衝地帯として、外部に緑地帯が設けられ、ニュータウン区域の閉鎖性を高める役割を果たした。

このように計画図には描かれていたものが最終的に実現しなかったケースもあれば、逆に、当初の計画図には描かれていなかったものが、のちに計画・着工されたケースもある。たとえば、マスタープランの計画図では空き地や緑地になっていた場所に、ゴミ焼却場や高層住宅が計画されたため、計画図と異なるとして、すでに入居を始めていた住民の反発を買うことになった(梶浦 1984: 204-5)。結局、住民運動の成果もあって、ゴミ焼却場や墓地・火葬場など生活環境上好ましくないものはニュータウンの外部に排除されたが、このことは、当初の計画図があくまで開発者側の「理想」や「理念」を表現する手段にすぎなかったことを意味しているとともに、それは一般市民にも参照され、実体のなかったニュータウンに対する認識の拠りどころになっていたことを示唆している。そして、そのことが、上記のような計画をめぐる齟齬をきたす一因にもなったのである。

「千里ニュータウンは、空間的・時間的に特定地域を切り取ってつくりあげた『純粋培養』の住宅都市である」(住田 1984: 341)といわれるように、その計画は、不都合な問題を外部に押しつけたり、先送りしたりして、ひたすら理想を追求したという点に問題があった。だが、ここで注目されるのは、その問題性ではなく、不都合な問題を不可視化し、「理想都市」の表象をつくりだす装置としての地図の機能である。『理想』の時代から『夢』の時代(見田 1995)への過渡期に計画された実験的なニュータウンには、単純に実現可能なものをあらかず地図よりも、夢や理想を盛りこむことによってイメージを操作し、ある種の神話的な表象をつくりだすような地図が必要とされた。つまり、ニュータウンという新都市のユートピア性は、局所的な個々の住宅の先進性だけでなく、平面上に秩序づけられた地図の表現があつてこそ打ちだすことができたといえるだろう。

4.2.3 新住民のための地図

では、計画段階から進んで、実際にニュータウンに入居するようになった住民たちに対して、地図はどのように呈示されたのだろうか。あるいは、人びとが居住するようになったニュータウンを、地図はどのように表象していったのだろうか。

前述のように、千里ニュータウンは地図上に明確な境界線を引き、そこに緑地化した緩衝帯を設けることで、物理的にも観念的にも周辺地域から分離・独立した「島」のような住宅都市として造成された。そして、その先進的な設備や良好な住環境によって、外部からは羨望のまなざしが向けられる「憧れの住宅地」として位置づけられ、当時の住民は「吹田市民」や「豊中市民」としてのアイデンティティよりも、「千里ニュータウンの住民」としてのアイデンティティを強くもっていたといわれている⁷⁹。1970年には千里丘陵で日本万国博覧会が開催されたこともあいまって、千里ニュータウンの存在は全国的にも広く知られることになり、「千里」の名は一種のブランド性を帯びるようになった。

⁷⁹ 『千里ニュータウンの総合評価に関する調査研究』によれば、千里ニュータウン内においては全体として「吹田市・豊中市」といった市域に対する帰属意識が低く、「千里ニュータウン全体」「南千里、北千里または千里中央」「住んでいる住区」の3つの選択肢に対する回答で多数が占められている(千里ニュータウンの総合評価に関する調査研究委員会 1984: 263)。

こうしたなか、1975年には鳥瞰図絵師の石原正が鳥瞰的な視点からイラストによってニュータウン全体をさきわめて微細に描きだした『千里ニュータウン絵図』(図表 4-4)が刊行されたが、そうした美術的な絵図のモデルに選ばれるほど、千里ニュータウンは特別な位置づけがなされていたのである。



図表 4-4 『千里ニュータウン絵図』[一部]
(出典：石原, 1975)

しかし、そうした絵図にかぎらず、一般の都市図においても、千里ニュータウンは他の地域からは差異化された場所として表象されていた。一般に都市図というものは、原則的に行政区画の都道府県や市を単位として出版されるものであるが、大手地図出版社の昭文社からは1960年代に『千里丘陵ニュータウン図』という大判1枚刷りの都市図が発行されていた。また日地出版が発行した1969年の『吹田市精図』には、付図として千里ニュータウンの地図が添えられ、吹田市からは独立した地域としてニュータウンが描きだされた。あるいは、そうした付図がない場合でも、各出版社の市街図では、吹田市内のニュータウン区域に「津雲台、桃山台 etc.」といった行政上の住居表示名だけでなく、「千里ニュータウン」という総称的な地名が特例的に記載されていた⁸⁰。

また、1970年代以降も、ナンバー出版や昭文社の都市地図シリーズからは、「吹田市版」「豊中市版」とは別に、「千里ニュータウン版」が刊行され、ニュータウン区域を色づけしたり、ニュータウン区域の境界線を赤字太線で強調したりして、周辺地域から明確に境界づけられたニュータウン像が描きだされた。さらに、ニュータウンの境界である周辺緑地は緑に色づけされ、またニュータウンのほぼ中央に位置しながら計画区域からは除外された上新田地区や弘済院地区は区域外であることがはっきりとわかるように白色に塗られることで、ニュータウンの「ウチ」と「ソト」が明確に区別されていた。また、区域内は団

⁸⁰ 一般的な都市図では、原則的に公的な行政区画名・住居表示名が記載されることになっており、それ以外の地名が記載されることは稀である。実際、いま出版されている市街図には「千里ニュータウン」の記載がないものも多い。

地が1棟ずつマッピングされ、住宅の種別を示すアルファベット表記（A：公社、B：公営、C：公団、D：社宅）まで詳細に記載されるなど、計画的な住宅都市としてのイメージも表現されていた。

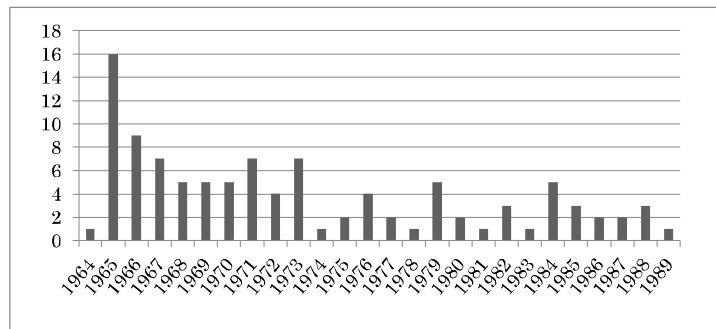
一方、開発主体である大阪府からは、1969年に『千里ニュータウン』というパンフレットが発行されていた。これはニュータウンの理念や基本計画などの概要が地図・写真とともに記された案内用の冊子であるが、地理情報としてはマスタープランのほか、地区構成図、住区構成図、上下水道幹線図、中央サービスセンター計画図、全景航空写真、周辺地図、交通図といった多様な地図が掲載されていた。ちなみにこのパンフレットには日本語版のほか英語版もあり、またマスタープランにはニュータウンとあわせて万国博覧会会場が強調されていたことから、これには万博の開催にあわせた国内外へのニュータウンのPRという意味も含まれていたものと思われる。

また、実際にニュータウンへの入居を検討する人びとを対象とした情報メディアの1つに、大阪府の外郭団体である千里開発センターが発行した『千里ニュータウン 住宅（プレハブ）・宅地分譲ごあんない』という冊子があった。これには分譲用の宅地配置見取図（区画図）のほか、各住区の概要（駅、教育施設、商業施設、医療施設）を簡単に示す地図が掲載されていた。

さらに、同センターからは、1964年12月からニュータウンの住民向けの月刊広報新聞『千里』が発行されており、そのなかの各記事の添付資料として多様なニュータウン関連の地図が掲載されていた。その掲載地図の数を1960年代から1980年代にかけて年ごとに集計したものが図表4-5である。

これによると、入居開始から開発完了の時期にあたる1960年代から1970年代前半にかけて、掲載地図の数が相対的に多くなっている。地図の内容に関しては、1960年代にとりわけ多かったのが、特定の施設の開発計画や、ニュータウン全体もしくは各地区の開発計画を示す地図、すなわち「開発関連の地図」である。そうした地図のみを抜粋して一覧化したものが図表4-6である。

図表4-5 新聞『千里』におけるニュータウン関連地図の掲載数



図表4-6 新聞『千里』に掲載されたニュータウンの「開発」に関する地図

年	月	地図の内容（もしくは記事の見出し）
1965年	1月	千里丘陵住宅地区開発計画図
	2月	保育所設置
		吹田、豊中市の境界線
	3月	幼稚園設置
	4月	藤白台近隣センター店開き
	5月	青山台近隣センター開店
	7月	弘済院用地交換図
		南地区センター店舗入居図
	8月	高野台サブセンター着工
	10月	新千里病院着工
	12月	南地区センター専門店配置図
		高野台サブセンター店舗配置
1966年	2月	千里北公園内プールセンター位置図
	3月	豊中側団地建設
	4月	I地区近隣センター配置図
	5月	J地区近隣センター配置図
	6月	千里北公園内プールセンター位置図
	9月	千里高校建設開始
		千里中央公園計画
1967年	1月	北地区センター見取図
	4月	D地区近隣センター配置図
	6月	北公園プール位置図
	8月	青山台に児童公園
	9月	千里中央公園計画図
	12月	野鳥公園計画
1968年	6月	千里ニュータウンの建設最後の仕上げ（きめ細かな公園整備）
	7月	千里中央サービスセンター
	11月	バレー・テニスコート建設
1969年	2月	バレー・テニスコート所在地略図
	6月	新千里南町近隣センター開店
	11月	千里ニュータウン道路・橋及び公園の名称

このように1962年の入居開始後も、1971年に開発が完了するまでは、さまざまな施設・地区の開発状況が、記事に添付された地図によって視覚的に呈示されていた。上記のとおり、その多くは新設された施設の見取図や位置図、分布図であったが、他方で1965年1月

には、千里ニュータウンの最終構想を伝える記事のなかで「千里丘陵住宅地区開発計画図」が掲載され、全体の道路網や緑地計画、地区センターなどの配置計画が図示されている。

また、同年 2 月には、ニュータウン区域内を走る吹田市・豊中市の境界線について、従来のままでは一軒の家が両市にまたがって建つような状況になりかねなかったことから、境界線の再検討が進められ、それが定まったことを報じる記事に、両市の新しい境界線とニュータウンの全体像を示す地図が添えられている。



図表 4-7 千里ニュータウン道路・橋及び公園の名称
(出典：千里開発センター発行『千里』1969年11月号)

そして、1969年11月には「千里ニュータウン道路・橋及び公園の名称」を示す地図(図表4-7)が大きく掲載され、道路・橋・公園に付けられた愛称(にれのき公園、あかしや橋、千里山手通、……)が一覧化された。それ以前は、工事中で決まった名称がなかったものも多く、また道路については道路法によって定められた公式名称しかないものもあったが、この地図をとおして、愛称が制度化され、新しい住民たちに周知されたのである⁸¹ ⁸²。それ

⁸¹ ただし、ここで定められた愛称がすべて住民のあいだに定着したわけではなかった。たとえば、「千里東筋」「千里北通」「千里南通」「千里山手通」は、従来のまま「千里1~4号線」と呼ばれることが多かったという。

はまさに、空虚な〈空間〉としてのニュータウンをなじみある〈場所〉に変えていくための地図であった。

さらに、この地図は同紙の1973年6月号にも再掲されたが、そこに「本紙44年11月号に掲載しましたが、その後に入居された方々のために、ここに再掲いたします」という記載があることから、このような地図が、ニュータウンのことを知らない新住民への一種の啓蒙装置として呈示されていたことがわかる。

そのほか、たとえば選挙の前には、その記事に合わせてニュータウン内の投票所の案内図が掲載され、またバス路線が新たに増設されたときには、路線系統図が掲載されるなど、住民にとって実用的な情報も、こうした広報紙の地図をとおして伝達されていた。

さらに、交通事故の実態調査の結果を知らせる記事では、ニュータウン内の事故多発地点を示す地図が掲載されたり、あるいは集中豪雨が発生した後は、その被害箇所略図が掲載されたりするなど、ネガティブな出来事や問題もニュータウン単位で地図化された。

このように、開発当時の千里ニュータウンの現況や出来事は、しばしば地図を用いて伝えられ、新住民たちの空間認識の形成に一定の役割を果たしたと思われる。そして、ニュータウンが、吹田市や豊中市のような行政区画とは異なる1つの「全体」あるいは「地域」として区域化され、繰り返し呈示されることによって、ニュータウンという新たな／特異な共同体のイメージが刷りこまれていったのである。とりわけ、開発初期から入居していた住民は、そうした地図によらなければ、1つの「全体」としてのニュータウンのリアリティを実感することは困難だっただろう。つまり、ニュータウンにおける共通の地理的知識・イメージは、実体(現実)ではなく、地図という表象のなかにあったのである。

その後、1970年代から1980年代にかけては、図表4-5に示したとおり、広報紙『千里』に掲載される地図の数は減少していく。しかし、このことは、千里ニュータウンが、あらためて地図として呈示する必要のない、すでに知られた〈場所〉として生きられるようになっていったということを意味している。開発当初は、地図を通じて、いわば都市のハード面の情報として空間的な意味や構造を伝える必要があったのに対して、実際に住民たちがそこに定着して生活を営むようになると、人びとの日常生活にかかわるソフト面の情報(非空間的な情報)が、より重要な意味をもつようになっていくのである。

ただし、1982年には「千里の歴史と伝統」という広報紙の連載記事に、ニュータウン区域の旧集落の区分を示す「小字図」が「現ニュータウン全図」とあわせて掲載され、ニュータウン地域の歴史・伝統の表象として呈示されている。ニュータウンが1つの「地域社会」として年月を重ね、愛着のある〈場所〉として生きられていくようになると、今度は

⁸² また、近年は吹田市・豊中市という各自自治体が、ニュータウンの当該道路に再度新しい愛称をつけなおし、地図に表示している。たとえば、2001年に吹田市が市民への公募により決定・製作した『道路愛称マップ』では、従来の「千里東筋」「千里北通」「千里南通」「千里山手通」は、「三色彩道」「千里けやき通り」「千里さくら通り」「千里ぎんなん通り」とそれぞれ改称されている。

そのルーツ（歴史・伝統）を掘りおこそうとする再帰的な営みもこうして生まれてくる⁸³。そして、そこでもまた、地図が場所性・歴史性を視覚化するイメージとして現れてくるのである。

4.2.4 〈地図〉としてのニュータウン

以上のように、建設の途上にあった高度成長期の千里ニュータウンは、旧集落や既存の行政区画とはフェーズの異なる想像的な空間表象として存在し、また入居直後の住民にとっては構造化されていない〈空間〉として立ち現れるものであった。しかし、まず周辺地域との境界や内部のコミュニティ区分、そして単一の全体像を可視化する開発計画図がメディアを通じて伝達されることで、「千里ニュータウン」は1つの総体的な地域像としてのリアリティを獲得していった。また、そこにはニュータウンという新しい生活都市の理念や理想が必然的に表現されることとなり、まだ実体のないニュータウンを「イメージ」として可視化していった。そのような計画図は、いわばニュータウン全体の構造を規定し、その「地理的身体 (geobody)」（Tongchai 1994=2003）を構築する〈地図〉にあたるものである。たしかに計画図というものは、土地の「計画」をテーマとした主題図に分類することも可能であるが、こうしたニュータウンの計画図は、「白地図化」された空間にまったく新しい（実体のない）都市を描きだし、その全体像と地域区分を実定化する1つの制度として機能するという意味で、その空間の基盤をなす〈地図〉として捉えることができるだろう。

また、ニュータウンの〈地図〉は、一般の都市図としても呈示され、前述のように「千里ニュータウン版」の都市図などが、吹田市や豊中市という行政区画を超えた独自のニュータウン像を描きだし、やはりそのイメージを実定化していった。つまり、ニュータウンの〈地図〉には、開発者による計画図の層と、こうした都市図や地形図の層があり、それが重合するかたちで、新しい地域像を形成していったのである。

さらに、前掲の「千里ニュータウン道路・橋及び公園の名称」を示す地図も、住民の共通の空間認識を形成するための〈地図〉として呈示された。たしかに、これも「道路・橋・公園」という特定の要素に重点をおく主題図的な〈マップ〉として捉えることも可能である。だが、これは、開発者が定めた「道路・橋・公園」という一般的な要素の名称を共有することを求める規範的・制度的な〈地図〉の一部として理解することもできるだろう。

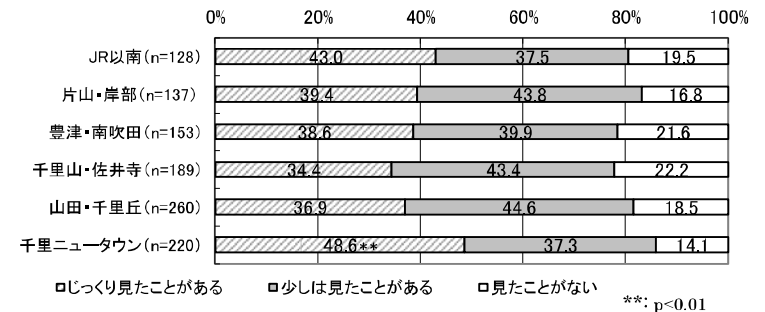
そして、ニュータウンではこうした計画図・全体図だけでなく、路上に設置されたり、自治会レベルで配布されたりしていた各地区の団地案内図も、地域を構造化する〈地図〉として重要な役割を果たしていた。たとえば、新聞『千里』1971年9月号の投稿欄には、古くなった案内板の改修を求める一住民の投稿記事のなかに、次のように記述があった。

案内板は外来者のためばかりでなく、同じ団地や住宅に住む者にとっても利用されるものです。無くて済むのは一部の人が、無関心の人たちだけでしょう。住宅内の人たちが同士が、互いに親しく人間関係を造り上げていくためには、やはり案内板は必要なものと思います。

このように、見知らぬ者同士が、ニュータウンという新しい〈空間〉に適応し、共同的な生活を営むためには、団地の配置などを図示する地図をとおして、生活空間の構造を把握する必要があった。つまり、地図は、住民がニュータウン全体のイメージとともに、特定の地区の地理的知識を獲得し、迷路のような〈空間〉を〈場所〉化していくのに役立てられたのである。場所のアイデンティティの欠如を意味する「没場所性」の概念を提示した E.レルフによれば、そもそも「現代の都市計画における空間は、第一に地図と計画図における二次元の認知空間」（Relph 1976=1999: 71）であり、「直接的経験や想像による経験ではなく、地図上の秩序と土地利用の効率性を求めるもの」（Relph 1976=1991=1999: 71）である。とはいえ、地図は単に計画者・開発者にとっての空虚な〈空間〉を表象するだけでなく、ニュータウンの生活者に読みこまれることによって、〈場所〉的な意味と秩序を与えるものとして機能しうるのである。

ちなみに、筆者がメンバーとして参加した関西大学社会学部社会調査研究会による「2005年度吹田市市民意識調査」⁸⁴のデータ（図表4-8）によれば、上記の団地案内図のように、自分が住んでいる町内会・自治会の全域図について、「じっくり見たことがある」（48.6%）と答えた人の割合が、千里ニュータウン地域では相対的に高くなっている（ $p<0.01$ ）。これはあくまで2005年時点での市民を対象にしたものではあるが、ニュータウンにおける〈地図〉の重要性を示唆するデータの1つといえるだろう。

図表4-8 町内会・自治会の全域図を見たことがあるか



⁸³ さらに現在は、吹田市の観光マップのなかで、ニュータウン地域の歴史・文化資源（地蔵尊、神社、池や道路の愛称など）がマッピングされていたり、タウン情報誌『Meets Regional』（京阪神エルマガジン社）2009年5月号の「北摂特集」では、冒頭の北摂マップに千里ニュータウンの各団地が注目のレトロスポットとしてマッピングされたりするなど、さまざまな主体によってニュータウン地域のローカリティが表象化されている。

⁸⁴ 調査実施時期：2005年7月、対象者：20歳以上の男女有権者、対象者の抽出方法：確率比例無作為系統抽出法、対象者の抽出台帳：選挙人名簿、調査方法：郵送法、標本数：1,980人、回収数：1,145人、回収率：59.0%。筆者は研究協力者として調査全般に関わりとともに、一部の設問の設計、分析を担当した。

そして、ニュータウンにおける〈地図〉は、近代国民国家のそれと同様に、全体像を可視化し、周辺と境界づけ、また内部を複数の地域に分割することによって、「ニュータウン」とその「住民」を創生するのに寄与した。「自分が住むことになった地域がどんなところかわからない」人びとに対して、地図はその「共同体」としてのイメージを呈示し、啓蒙することで、吹山市民でも豊中市民でもない、千里ニュータウンの住民、あるいは各住区の住民としての意識を醸成するメディアの1つだったのである。流動者が大群をなすニュータウンでは、そうした新住民を創生し統合する規範的なコミュニティ・イメージとして、〈地図〉なるものが機能するのである。したがって、そこには地域社会のあり方を空間的に管理し、規定する一種の権力作用が働いていたということもできる。

ところが、年月を経て、千里ニュータウンに住まうことがある種「普通のこと」になっていくと、そうした〈地図〉の意味は減少していく。実際、1980年代以降、千里ニュータウンの人口は減少傾向に向かい、住民の高齢化も進んでいった。ただ、それは裏を返せば、開発初期からの住民の定住志向のあらわれともいえる。すでに述べたように、こうして住民が自分たちの〈場所〉としてニュータウンを生きるようになると、広報紙に掲載されるニュータウン関連の地図は減少してゆき、また千里ニュータウン自体のステータスの下降もあいまって、昭文社の「千里ニュータウン版」の都市図は2001年をもって廃刊になった。さらに、現在の一般的な市街図では、以前とは異なり、「千里ニュータウン」という地名が地図上のどこにも見当たらないケースが増えてきている。当初は〈地図〉によって浮上したニュータウンが、こうして〈地図〉のなかに埋没するようになってきたのである。

しかし、そのなかで、〈地図〉に代わって呈示されるようになっていったのが、〈マップ〉である。たとえば1980年代には大阪府千里センター⁸⁵から『MY SENRI』という生活情報誌が発行されており、その1986年版には、千里ニュータウン全図にくわえて、千里中央地区センターのイラストマップや、全12住区のイラストマップが掲載されていた。住区別のイラストマップでは、団地や公共施設にくわえて、モニュメントや並木、地蔵尊などがイラスト化され、生活空間が演出的に表現されている。主題そのものは明確に限定されているわけではないが、いわば地域の自然環境やみどころを強調した「散策マップ」である。このようなイラストマップは、1970年代から80年代にかけて観光ガイドを中心に流行した手法であるが、それがニュータウンにも適用されたことは、こうしたイラストマップによる空間の「演出」が、ニュータウンのような生活空間にも必要とされるようになっていったことを意味している。

そのほか、数はそれほど多くないものの、広報紙『千里』にも、「千里みどころマップ」（1996年6月号）、「ニュータウンさくらマップ」（2000年4月）など、実際に「マップ」と呼ばれる地図が登場し、ニュータウンの「レジャー情報」がマッピングされるようになっていった。こうして、千里ニュータウンは、〈地図〉によって1つの「地域社会」や「共同体」として統合・構造化されていく段階から、〈マップ〉をとおしてその魅力やローカルティが演出される段階へと移行していった。郊外化の進展と拡大によって、各地にニュー

⁸⁵ これは前掲の「千里開発センター」の変更名称である。

タウンや新興住宅地が遍在するようになり、千里ニュータウンが開発時のような「憧れの場所」や「実験都市」ではなく、郊外地域の一部として埋没するようになっていったこと⁸⁶、逆に、地図には何らかの差異を演出する役割が付与されるようになってきたといえる。それならば、1980年代以降に開発された後続のニュータウン・新興住宅地においても、そのような〈マップ〉的なものへのシフトが見られるだろうか。

4.3 地域を演出する〈マップ〉——彩都

4.3.1 テーマパーク化する住宅地の地図

千里ニュータウンをはじめ、いわゆる箱型の機能的・画一的な中層集合住宅に特徴づけられる大規模な団地型ニュータウン開発が主流であった1960年代～70年代を経て、1980年代後半に入ると、戸建て住宅や高層マンションを中心としたポストモダンな新興住宅地が郊外に散在するようになる⁸⁷ ⁸⁸。こうした住宅地では、欧米風のデザインによって色とりどりに装飾された「ショートケーキハウス」と称される住宅が建ちならび、ますます郊外は、その場所との必然的な結びつきをもたない「記号」や「イメージ」によって演出される虚構的な空間（シミュラークル）の様相を呈するようになった。渋谷や原宿のような1980年代を代表するディズニールランド化（テーマパーク化）した都市空間の風景は、繁華街や観光地を抜け出して、生活のリアリズムが支配的であったはずの郊外にまで浸透していったのである（若林2007: 28）⁸⁹。見田宗介の言葉を借りれば、それは経済的な『夢』の時代から文化的な『虚構』の時代への移行のなかで生みだされた消費社会的な生活空間といえる。

そして、ここでは、住宅や街並みのデザインそのものだけでなく、その表象としての地図にも、テーマパーク的な空間演出が採用されるようになってきている。もちろん、郊外の生活空間を表象しているのは「地図」だけではない。たとえば、住宅や街並みのイメージは写真やイラストによってより具体的に視覚化することができるし、その住宅地に付与

⁸⁶ 若林幹夫によれば、高度成長期における「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がまだ新しく珍しかったことと、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旧来の地縁や伝統に縛られない独自のローカルティをもっているようにみえた」（若林2007: 193）という。

⁸⁷ たとえば、東京における郊外化現象は、1965年から85年にかけて若いサラリーマン世帯が郊外に流入した第1次郊外化と、1985年から1995年にかけて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人口が増加した第2次郊外化に分けられるという（松本2004）。

⁸⁸ また宮台真司は、郊外への人口移動現象としての「郊外化」を、1955年～1970年代末にかけての「団地化」と、1983年以降の「コンビニ化」の2段階に分けて論じている（宮台1997）。後者については、小田光雄や三浦展も、ファミリーレストランやバチンコ店などのロードサイドショップが乱立する国道沿いの風景の均質化という観点から批判的に論じているが（小田1997；三浦2004）、ここではそうした「コンビニ化」や「ファスト風土化」（三浦2004）としての郊外化は考察の対象外としている。

⁸⁹ 東浩紀・北田暁大は、1980年代の渋谷のように企業やメディアが街を消費の舞台として演出していく「広告都市」（北田2002）と対応させて、こうした住宅地を「広告郊外」と呼んでいる（東・北田2006）。

されたテーマやコンセプトは言語（コピー）によって説明することもできる。しかし、そのまちを「面」として表象し、一望可能にすることで、特定の「地域」としてのイメージをつくりだすことができるのが地図固有の特徴である。

ただし、こうして生活空間を地図化・イメージ化する営み自体は、すでに見た高度成長期の団地型ニュータウンにおいても、さらには戦前に開発された私鉄沿線の郊外住宅地においても、その宣伝冊子や広告をとおしておこなわれていた。だが、かつては郊外住宅地やニュータウンというものが特別な輝きをもった存在であったのに対して、現在のそれは、もはや「どこにでもある」存在である。つまり、団地や郊外であること自体は何のローカリティも固有性も意味しなくなったのである（若林 2007: 193-4）。そうすると、地図は生活空間に何らかの価値や意味を付加し、他地域との差異化を図る広告的な戦略に利用されるようになっていく。

そこで、具体的な事例として取り上げたいのが、ちょうど千里ニュータウンにも程近い大阪府北部の茨木市・箕面市にまたがる丘陵部に開発中の新興ニュータウン「彩都」である。その開発プロジェクト自体は、1980年代前半に「国際交流と学術文化活動拠点の形成」をめざして開始され、現在は主に大阪府・都市再生機構・阪急阪神ホールディングスなどが官民一体で開発事業を進めている。開発面積 743ha、居住人口 5 万人が予定され、「住宅ゾーン」にくわえて、「研究開発ゾーン」における生命科学・先端医療・製薬などの研究機関や関連企業の誘致や、「国際交流ゾーン」における外国人のための滞在・文化施設の設置も計画されている。現在は、西部地区（313ha）・中部地区（63ha）・東部地区（367ha）のうち、西部地区のみが造成され（2004年に人居開始）、約 8600 人（2011年 11 月時点）が居住し、ライフサイエンス系の企業や機関が研究施設をかまえている。



図表 4-9 彩都の町並み（2009年9月2日撮影）

しかし、中部地区では大手企業の誘致に失敗し、さらには東部地区の開発から都市再生機構が撤退するなど、すでに全体の事業計画は頓挫しており、山林が広がった状態のまま計画の見直しがおこなわれている。当初は職住近接の国際文化公園都市をめざして壮大な計画が打ちだされたが、西部地区の東端に位置するごく小規模の研究開発ゾーン（ライフサイエンスパーク）を除けば、民間業者が分譲する“おしゃれな”“かわいい”デザインの住宅が建ちならぶ新興住宅地にすぎないのが現状である。したがって、今後の動向はさて

おき、少なくとも現在の彩都は、消費社会化と連動して「量」よりも「質」が追求されるようになったテーマパーク型の郊外住宅地の一事例として考えることができるだろう。

4.3.2 ライフスタイルの表象

(1) エリアマップ

それでは、こうした「彩都」の表象として、実際にどのような地図が描かれ、それを通じてどのようなイメージがつけられているのだろうか。

まず、彩都に関しても当然のことながら「全体計画図（マスタープラン）」なるものが存在する。これは一般にも公開され、事業の宣伝活動に利用された。彩都の場合は、1993年から広報誌『国際文化公園都市 NEWS』（国際文化公園都市建設推進協議会発行）が年に2～3回発行されていたが、そこに全体の土地利用と空間構成を示す計画図や、建設工事の進捗状況を示す地図が随時掲載され、いまとなつては“誇大な”プロジェクトの理念が表現されていた。

そして、まちびらきが近づいた 2003 年発行の『彩都 Seeing』⁹⁰では、各地区の行政上の新町名（「彩都やまぶき」「彩都あさぎ」「彩都あかね」……）が地図を添えて発表されたのに続いて、翌年には、まちびらきエリアの住居表示（～丁目）が決定され、やはり同誌のなかで地図を用いて伝達された。これらは、ニュータウンの内部を複数の地区に分割するとともに、それらが行政上の一地域として登記されたことを示す制度的な（地図）である。こうした一連のプロセスによって、彩都も新しい行政区画として、そしてそれを越えた「ニュータウン」として意味づけられ、公的な承認を得ることになった。

ただし、前述のとおり、当初の計画図に描かれたような大規模ニュータウンとしての彩都は、いまだ実現の見通しがたっていない。そのため、民間の都市地図や道路地図には、すでに開発されている「彩都あさぎ」や「彩都やまぶき」といった一部の地区が住所表示名として記載されているだけである。当然、千里ニュータウンのように、独立した都市図が出版されることもない。（地図）における彩都は、ほとんど特別な意味をもつことなく、単なる「一地域」として均質な広がりの中に埋没し、周辺地域とともに並置されているだけなのである。

そこで、現在の「彩都」に固有の意味づけ・価値づけをおこなうには、また別の地図が必要になる。それが（マップ）である。

最初に彩都あさぎ地区でまちびらきがおこなわれると、前掲の広報誌や住宅広告⁹¹には、その地区の「エリアマップ」や「タウンマップ」と称される地図が掲載されるようになった（図表 4-10）。これには住宅や研究施設、公共施設にくわえて、ショッピングモールやクリニック、カフェ、コンビニエンスストアといった生活利便施設がマッピングされている。

⁹⁰ これは上記の『国際文化公園都市 NEWS』が 2000 年から誌名を変更したものである。

⁹¹ 彩都では、阪急不動産をはじめ、複数の民間企業がそれぞれにマンションや宅地を分譲し、広告を出している。近年は、新聞の折り込み広告にくわえて、インターネット上で住宅広告が提示されるケースも多くなっている。

また、公園・道路・橋には、「ひよどり公園」「あさぎ大通り」「おしたに橋」といった愛称のラベルが示され、その“親しみやすさ”が表象されている。



図表 4-10 彩都あさぎ地区エリアマップ

出典：「阪急彩都ガーデンビレッジやまぶき」公式サイト

(<http://www.hankyurealty.jp/3110/>)

こうした愛称の地図化は、前節の千里ニュータウンの事例でも取り上げたが、彩都のそれとは少し意味が異なっていた。千里ニュータウンでは、すでに入居した住民向けの広報紙を通じて、ニュータウン「全体」の公園・道路・橋の愛称がまとめて地図化され、住民の空間認識を形成するための規範的イメージとして呈示された。よって、表現としては〈マップ〉的であっても、その機能自体は〈地図〉的なものでもあった。

一方、彩都の場合は、特定の地区（エリア）のみを対象として、その場所の魅力や住み心地をアピールする「広告」の一部として愛称がマッピングされている。ゆえに、それはより〈マップ〉的な性格の強い地図情報として、住宅地の「宣伝」と「演出」に結びついているのである。

そして、こうしたエリアマップでは「ふれあいのみち」「やすらぎのみち」と名付けられ

ている街路も、図表 4-11 のとおり、現実には未整備のままで、ほとんど人通りがない。しかしながら、こうした名称が地図に記載されることで、街路（ひいてはエリア全体）のイメージの“明るさ”や“快適さ”が表象レベルで演出されることになるのである。



図表 4-11 やすらぎのみち（2009年9月2日撮影）

ちなみに、こうしたエリアマップの片隅には、「掲載のMAPには、計画中の道路・緑地・施設等が含まれております。また将来変更となる場合があります。あらかじめご了承ください」といった断りが添えられている場合が多い。また、彩都のような開発中の新興住宅地でなくとも、一般的な住宅広告の地図には、「地図は略地図につき、省略されている施設・道路があります」「徒歩10分圏内」「徒歩20分圏内」の表示は、直線距離による概測のため、実際とは異なります」といった断り書きがしばしば見られる。これらは、〈マップ〉がある時点で便宜的に描かれた1つの「イメージ」に過ぎず、現実にはそのとおりの経験を約束するものではないということを暗に示すものだといえるだろう。

また、阪急電鉄・阪急不動産が定期発行している広報パンフレット『SAITO PRESS』（第8号）には、同エリアを絵画的に表現した「イラストマップ」が掲載されている（図表 4-12）。

「新しいまち彩都にも、生活利便だけでなく、趣味に没頭して自分らしさを再発見したり、友人との語り合いを愉しんだり…、毎日の暮らしを多彩に彩る施設が充実。寛ぎと潤いに満ちた“田園都市生活”がここ彩都に広がっています」という文章が添えられたこのイラストマップでは、電車が線路を走り、買い物帰りの夫婦が街路を歩き、公園では少年が野球に興じている。前述のように、千里ニュータウンでも1980年代にこうしたイラストマップが描かれるようになったが、郊外の拡大によって記号的な差異が求められるようになった住宅地では、しばしばイラストを用いて、ここで“寛ぎ”や“潤い”と表現されているようなイメージを視覚化し、その差異を演出する必要が生じたのである。



図表 4-12 彩都あさぎ地区イラストマップ
出典：SAITO PRESS 第 8 号（2009 年）

このように、エリアマップにせよ、イラストマップにせよ、〈マップ〉なるものが表象するのは、計画図や都市図にはないまち（エリア）の記号的な付加価値である。個別の住宅の購入を検討する人びとも、そうした〈マップ〉をとおして、まち全体のイメージとして、そこにどのような魅力があるかを知ることができる。そして、こうしたまち（エリア）のイメージは、単なる「面」の広がりだけでなく、点的な「スポット」の集まりによって構成されている。上に示したように、たとえば、生活利便施設の充実ぶりや、道路・公園の愛称がマッピングされることで、住宅地としての“豊かさ”や“利便さ”が演出される。そして、こうしたさまざまな「スポット」のマッピングによって、そこが「どんなまちであるか」が示されるとともに、そこで「どんな生活ができるか」をあらわす「ライフスタイルの表象」が共示されるのである。

以上のように、実際のテーマパークで施設やアトラクションの配置を示すガイドマップやイラストマップが配布されるのと同様に、生活空間としての住宅地においても、こ

のように「スポット」や「エリア」の案内とイメージの演出をおこなう〈マップ〉が提供されている。その意味では、実体としての住宅地だけでなく、その表象である地図もテーマパーク的に「デザイン」されているといえる。つまり、このような〈マップ〉を介して、テーマパークのような自己完結的なイメージが視覚的に生産されることで、〈地図〉に埋没した住宅地も、何らかの付加価値をもった生活空間として意味づけられていくのである。

そして、実際にそこに居住するかどうかにかかわらず、人びとは広告上で演出された〈マップ〉を読むことによって、住宅地の「イメージ」を消費することになる。広告代理店が事業に参加し、他地域との差異化を図るために、テーマパークのような固有の物語をもった「テーマタウン」⁹²（角野 2000）が開発されるようになった現在は、まさに住宅地の魅力をあらわす「テーマ」をつくりだし、消費者にむけて効果的に宣伝することが、事業者にとっての重要な課題となっている。そのため、高度成長期における行政主導型の大規模なニュータウン開発のケースとは異なり、地図は新しい地域共同体の「区画」や「範域（境界）」を強調するだけでなく、都市や観光の情報誌にも見られるような消費化・情報化された「エリア」をつくりだし、その上にさまざまな「スポット」の情報をマッピングすることによって、魅力的な「まち」と「ライフスタイル」を演出する舞台装置になっているのである。

(2) アクセスマップ

上記のようなエリアマップは、他地域との差異化を図ろうとする開発者の広告戦略の産物といえるが、あくまでそれは伝統的な地域性や場所性とは無関係につくりだされた表層的な記号であり、「他の場所とは異なる代替不可能な『固有の場所』としての強度をもたない」（若林 2007: 192）郊外住宅地という「商品」に付与されたイメージの差異をあらわしているにすぎない。

ところで、一般的な住宅広告には、住宅地そのものをイメージ化したエリアマップにくわえて、住宅地が位置する場所への経路情報を示す「アクセスマップ」と呼ばれるものが掲載されることが多い。彩都も例外ではなく、ほぼすべての住宅広告にこのようなアクセスマップが見られる（図表 4-13）。具体的には、大阪都心や大阪空港から、大阪モノレール「彩都西駅」への鉄道路線図や主要道路網が「点」と「線」の系統によって示されている。第 2 章・第 3 章でも言及したように、鉄道路線図というものは、現実をいちじるしく歪曲・簡略化した“不正確な地図”とみなすこともできるが、現在の複雑な大都市を把握するには、駅の位置関係・位相関係にもとづいて複雑性を縮減した鉄道路線図が役立つ。そして、大都市に従属的に結合している郊外地域も、こうした路線図によって都市全体の座標のな

⁹² 角野幸博は、そもそも「戦前郊外住宅地の大半が、『健康』をテーマにしたテーマタウンだったのかもしれない」（角野 2000: 13）としながらも、とくにバブル期以降に住宅メーカーや民間デベロッパーによって商品としての住宅という側面が強調され、コンペによって開発コンセプトのアイデアなどが広告代理店等に委託されることによって生まれた郊外都市を「テーマタウン」と呼んでいる（角野 2000）。

かに組みこまれ、その相対的な位置が可視化されるようになる。



図表 4-13 アクセスマップ

出典：UR 都市機構・彩都第 8 次宅地分譲広告（2009 年 12 月）

そもそも鉄道路線図においては、実際の方角や距離を正確に表現することは主要な目的にはならないため、デフォルメによって全体の距離を「圧縮」したかたちで示すことができる。そこで、こうした広告上のアクセスマップでも、都心や主要ターミナルとの位置関係が「操作」され、当該物件・住宅地の「交通利便性」が意図的に表現されている。さらに、地図とあわせて、たとえば「梅田駅へ約～分」といったかたちで各ルートの所要時間の目安が記載され、「空間距離」にくわえて「時間距離」の短さがアピールされていることも多い。

また、彩都の場合は、鉄道だけでなく、近接する高速道路や国道との接続関係を示す地図を「周辺案内図」として掲載している広告も見られる（図表 4-13 右）。これは単に都心との位置関係を点と線によって指し示すだけの路線図とは異なり、彩都周辺を広域的に案内するものであるが、やはり交通・道路情報を強調した一種の「アクセスマップ」といえる。さらに、このマップには、周辺地域に位置するショッピングセンターや医療・教育機関などの「スポット」も選択的にマッピングされており、より広域的な生活圏・住環境をあらわす「エリアマップ」の拡張版として解釈することもできるだろう。

いずれにせよ、こうしたアクセスマップ（あるいはそれに準ずる案内図）は、当該住宅地を都心や周辺地域と関係づけることで、その「相対的」な場所イメージをつくりだしている。すなわち、彩都が「どんな場所であるか」をあらわすのが「エリアマップ」であるならば、それが「どんな場所にあるか」を示すのが、この「アクセスマップ」なのである。ベッドタウンとしての郊外における居住地選択においては、このような「交通利便性」や「立地条件」が重要な判断材料になるが、そうだとすれば、都心との位置関係・接続関係を指し示すアクセスマップは、郊外における地域イメージの 1 つの準拠

枠になるはずである。つまり、現在は郊外の住宅地そのものに固有の地域性や場所性を見いだすのは困難であるがゆえに、その地域（住宅地）への認識や評価は、こうして〈マップ〉化される地理的な情報やイメージに準拠する部分が大きくなっていくのである。

このように〈マップ〉なるものは、住宅地内部の「エリア」や「スポット」だけでなく、外部に向かう「ルート」を表象することによって、郊外的生活空間を演出し、それを商品として差異化する広告媒体として利用されるようになってきているといえるだろう。

4.3.3 生活空間の〈マップ〉

以上のように、現在の「彩都」のような郊外的な生活空間では、それが「どんな場所であるか」を示すエリアマップや、「どんな場所にあるか」を示すアクセスマップのような広告的な〈マップ〉による空間演出が必要とされている。いかなる地図も、多かれ少なかれ省略や誇張を含む恣意的な表現であることに変わりはないが、何らかの「宣伝」を目的として、「情報をあらわすというよりも印象をつくりだすために描かれる地図」（Quam 1943: 21）は、「宣伝の地図（propaganda map）」（Quam 1943）、あるいは「説得の地図（persuasive map）」（Tyner 1982）、「広告の地図（advertising map）」（Thrower 1972）などと呼ばれる⁹³。

P.D.Mcdermott によれば、第 2 次世界大戦が終了した 1945 年以降に、地図の発達にともなって広告上のグラフィックスとしての地図の利用が増加し、広告コピーと地図が融合することによって、大衆の地図への接触も増大したという（Mcdermott 1969）。これにはさまざまな種類の商業広告（商業施設、交通機関、旅行会社の広告など）が含まれるが、青山宏夫は、その例に不動産広告を挙げ、それに掲載される地図は単に不動産物件の位置を示すだけでなく、当該物件がある周囲の環境のイメージアップを図るための意見を盛り込んだ宣伝の地図（propaganda map）であると指摘している（青山 1989）⁹⁴。

たとえば世界地図がシンボルとしてあしらわれたグローバル企業の広告のように、「広告につかわれる地図は情報伝達という目的と同様、飾りとしても用いられる」（Monmonier 1991: 73）こともあるが、住宅広告に掲載される地図は、あくまでも物件周辺に広がる地域についての「情報伝達」を第一の目的としている。前述のように、エリアマップやアクセスマップが示すのは、そこにどのような「スポット」が配置され、どのような「エリア」が形成され、それがどのような「ルート」で都心や周辺地域と結ばれているかをあらわす

⁹³ “propaganda map” は、政治的・軍事的プロパガンダとして、戦時下の侵略状況や国家間の支配関係が誇張された地図を指すことも多い。それに対して、“persuasive map” や “advertising map” は、われわれの日常的な活動のなかにも存在しうるものとして、より広義にとらえられている。

⁹⁴ また、角野は、郊外の住宅広告は、魅力的なキャッチコピーと写真やイラストを多用しながら、地域イメージの魅力を積極的に訴え、強化する方向にはたらくということを指摘し、その宣伝項目として交通・生活施設の利便性、自然や緑、住宅地としての品格、歴史性、付近の街並み、眺望などを挙げている（角野 2000）。しかし、地図もそうしたコピーやイラストとともに、地域のイメージを複合的に構成するとともに、それを空間的な広がりとして具体的に可視化する住宅広告の基本要素だといえる。

情報にほかならない。しかし、地図は「位置」や「経路」に関する情報を示すだけでなく、場所に関するイメージの形成に影響を与えることがある(内田 1987)。つまり、都市や地域に対していただくイメージ(メンタルマップ)は人によって異なるものの、地図というメディアを介して、人びとは特定の場所に対して、ある程度共通した意味を解読することができるのである。R.バルトの記号論(Barthes1957=1967)にしたがえば、表層的には個々の物理的な「スポット」の位置や名称が示されているにすぎないとしても、それらは複層的にまちの“豊かさ”や“便利さ”といった暗黙的な意味(コノテーション)をつくりだし、地域イメージを構成することができる。

とりわけ既存のローカリティが希薄な郊外のニュータウンや新興住宅地では、このような住宅広告における地図情報が、その場所についてのイメージを構成するための重要な準拠になる。そして、それは新しい地域共同体(コミュニティ)を表象する(地図)というよりも、「エリア」「スポット」「ルート」といった要素にもとづいて生活空間を広告的に演出し、そこでのライフスタイルを表象する(マップ)である。消費社会化のなかで、都市空間や観光空間だけでなく、人びとが居住する地域社会までもが商品化された空間へと変容するにつれて、人びとがみずからの住む場所を選んだり、意味づけたりするための生活空間の(マップ)が必要になってきているのである。

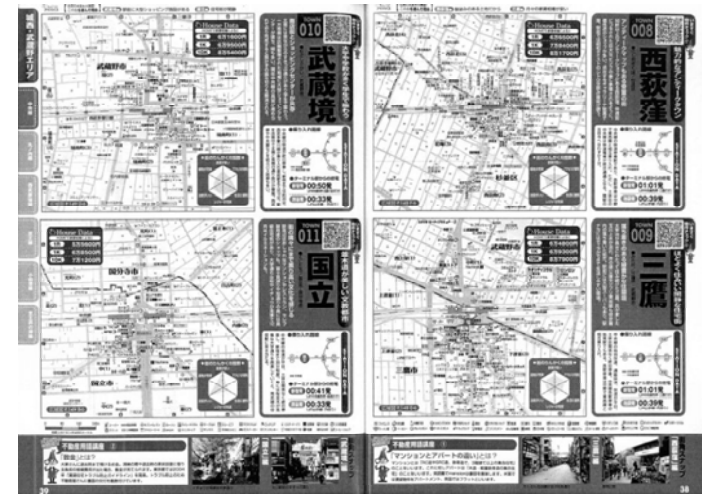
ただし、戦前の私鉄による郊外住宅地開発においても、パンフレットや新聞の不動産広告に、住宅地の空間プランや魅力を伝える地図が掲載されていた。現在のそれと比べると、その量は少なく、表現も簡素なものであったが、地図を利用して住宅地を宣伝するという営み自体は、郊外開発の歴史とともに戦前から始まっており、それが高度成長期以降に拡大・発展してきたと考えられるだろう。

また、近年は「都心回帰」の動きも見られるなかで、郊外におけるニュータウン型の大規模住宅地開発はもはや衰退傾向にあり、本来はその系譜にある彩都の事例を単純に一般化することはできないかもしれない。それでも、前掲のようなエリアマップやアクセスマップは、依然として多くの住宅広告に一般的に見られる地図情報の典型といえる。

そもそも、身近な生活空間に対する人びとの認知地図は、行政区画や町内会といった明確な境界・範囲をもつ地域コミュニティだけに準拠しているわけではないだろう。最寄り駅や周辺スポット、あるいは都心や勤務地との位置関係なども、人びとが住む場所のイメージを構成する重要なエレメントになっているはずである。そこで、そうしたエレメントを「主題」にして地域を表象しているのが、ここで見てきたような諸々の(マップ)なのである。

さらに、そのあらわれとして、最近では住宅・不動産情報誌というものが見られ、そのなかにもさまざまな生活空間の(マップ)が掲載されている。たとえば、昭文社ムックの『どこに住む?東京'09』には、物件探しに役立つ都内120駅の周辺エリアマップが掲載され、スーパー・コンビニや飲食店、病院、銀行などの多様な生活利便スポットがマッピングされ、さらに“STATION DATA”として、各駅の乗り入れ路線とターミナル駅の位置関係(アクセスマップ)が示されている(図表4-14)。このように、都市ではあらゆる地域が(マッ

プ)の対象となり、それによって居住環境が案内/評価されるようになってきているのである。



図表 4-14 『どこに住む?東京'09』(昭文社, 2009, p. 38-9)

そして、こうした(マップ)は、その作り手による広告戦略の産物であると同時に、受け手(読み手)である消費者のニーズを満たすようにデザインされたものでもある。つまり、生活空間に対して「共同性」よりもむしろ「快適性」や「利便性」を求める人びとのニーズにあわせて、(マップ)はそうしたイメージを訴求するようにデザインされているのである⁹⁵。そこではかならずしも固有の(代替不可能な)地域像ではなく、商品化された生活空間とライフスタイルを演出するイメージとして、情報が選択・縮減され、主題化される。“どこにでもあるような”住宅地でも、それが「どんな場所であるか」「どんな場所にあるか」を表現する(マップ)によって、商品・ブランドとしての微小な差異がつくりだされ、相対的な「地域らしさ」がかるうじて担保されるのである。

このように、「郊外」に象徴されるような現代の生活空間は、固有の伝統的な地域性や共同性の欠如した「どこにあってもいい場所」あるいは「地域なき地域社会」(若林 2007)であるがゆえに、情報メディアの媒介による「地域らしさ」の補填を必要とする。そこで地図は、人びとに消費される生活空間のイメージとリアリティを構築するための基本的な情報になるのである。

そして、その形式にも(地図)的なものと(マップ)的なものがありうる。まず旧集落などの既存の地図を消去し、リセットすることによって計画されるニュータウンでは、第

⁹⁵ 角野によれば、住宅広告は「環境をすべて良い方にゆがめてとらえたり、イメージだけが先走りして、実体が伴わないものもある。しかしその内容は、需要者にとっての理想的住宅地の形態を先取りしているとも理解できる」(角野 2000: 64)という。

一に、まち全体を「造形」とすると同時に、それを独自の地域共同体として空間的に構造化・制度化するための権力装置として〈地図〉が必要になる。郊外という場所に住まうことに「夢」があった高度成長期の団地型ニュータウンにおいては、そうした〈地図〉自体が、新しい都市の理念や理想を織りこんだ「大きな物語」(Lyotard 1979=1986)のイメージとして呈示されるとともに、それを共有することが、新住民たちの共同的な意識やアイデンティティの形成にも結びついていた。つまり、物理的に区画化されたニュータウンの〈地図〉を見れば、そこがどんな場所であるかがわかったのである⁹⁶。

他方で、市街地の拡大と郊外住宅地の遍在によって、郊外に住むこと自体に新しさや特別な意味を見だしにくくなった現在は、その地域を〈地図〉によって構造化するだけでなく、「エリア」として記号的に差異化し、演出するための〈マップ〉が選択的に呈示されなければならない。つまり、「地域をどのように見せるか(描くか)」ということがより重要な意味をもつようになり、〈地図〉だけでは表象しづらくなった郊外の流動的なローカルティが、企業のつくる〈マップ〉によって仮構されるようになるのである。このことは「地域社会」という存在の擬制性を象徴しているとともに、そうした地域社会と地図の関係を端的に示しているといえるだろう。ここで明らかにしたかったのは、単に郊外開発の方法や主体の変化によって、その表象としての地図のあり方が変わってきたということだけでなく、このように「地域社会」のリアリティが、〈地図〉と〈マップ〉という二重の表象によって作りだされるようになってきたということなのである。

とはいえ、現在の地域社会の多くは、こうした郊外のニュータウンや新興住宅地のように、ひたすら開発者や資本の論理で広告的に〈マップ〉化されているばかりではない。ニュータウンとは違って、既成の「地域社会」を表象する〈地図〉が残存し、旧住民と新住民が混住しているのが普通である。では、その場合には、どのような文脈で〈マップ〉が塗り重ねられていくのだろうか。次章では、第3章で簡単に示した「地域メディア」として〈マップ〉を捉えるという視点に立ちかえり、さまざまな事例から、そのパリエーションを具体的に考察していきたい。

⁹⁶ すなわち、〈地図〉によってニュータウンを計画し、構造化すること自体に、演出的要素が含まれていたともいえる。

第5章 地域社会における〈マップ〉づくり——オルタナティブ・マッピング

5.1 まちづくりとマップづくり

第3章で言及したように、1980年代以降の地域活性化運動としてのまちづくりの興隆にともない、そのツールとして〈マップ〉なるものが地域主体で独自に作られるようになっていく。それは、既存の〈地図〉、あるいはマスメディア的な〈マップ〉に対する代替的な地域メディア・地域活動として、新たなイメージや情報を産出していく「オルタナティブ・マッピング」といえる。

農村の伝統的な地域社会のようにすでに地縁コミュニティが成立し、〈地図〉も自明のものとして共有されていた場合や、初期のニュータウンのように郊外に新たな〈地図〉を描くこと自体に独自のローカルティが見いだされた場合とは異なり、現在の流動的な地域社会の多くは、希薄化した地域性・共同性を担保するための多様な情報を必要としている。城戸秀之によれば、「現代社会において、『地域社会』とはすでにある実体でも自明の準拠枠でもなく、生活者が意識的に共通課題に関与する過程において認識可能になり、その遂行の帰結として再生産されるものでもある」(城戸 2011: 12)。そこで、こうした地域社会を可視化する新たな方法として、〈マップ〉は必要に応じて選択されたテーマに沿って地域情報を縮減し、〈地図〉的なものから〈マップ〉的なものへと地域社会を再構成していくのである。

5.1.1 〈マップ〉のテーマ

では、実際に諸地域で作られている〈マップ〉のテーマにはどのような種類のものがあるか。第3章と同様に新聞記事データベースなどを利用してマップづくり(オルタナティブ・マッピング)の動向を概観したかぎり、その主要なテーマとして、以下の5つを挙げることができる。なお、個別の事例については、数ある事例のなかから一部のみを恣意的に抜粋したものを、後ろのページの図表5-4に掲載している。

(1) 医療・福祉

これには、単純に地域に分布する医療機関のマップにくわえて、身体障害者が利用できるトイレのマップや、子育て支援施設のマップ(図表5-1)などが含まれる。こうした主要な医療機関以外のきめ細かな医療・福祉情報は、既存の〈地図〉からはまず得ることができない。少子高齢化の進展と地域福祉の推進、ならびにノーマライゼーションの理念の普及などを背景に、このような社会的弱者の視点を取りこんだ〈マップ〉のニーズが高まってきている。

(2) 環境

これには、「ホテルマップ」や「街路樹マップ」など地域に生息する動植物や景観の分布をマッピングした地図が主に含まれるが、「ねりま鐘の音マップ」(練馬区 1994年)や「OSAKAにおいかおりMAP」(日本分析化学専門学校 2012年)のように、いわゆるサウ

ンドスケープやスマルスケープの分布やを地図化したものもある。これらは、地域の魅力となる環境資源を再発見し、その保全を推進する目的で、おもに NPO や教育機関が主体となって作っている場合が多い。また、詳しくは後で述べるが、「グリーンマップ」と呼ばれる世界共通のプロジェクトもある（図表 5-2）。

一方で、環境意識の高まりにともない、「土壌汚染マップ」や「大気汚染マップ」、「自然環境破壊度マップ」、そして最近では「放射能汚染マップ」など、ネガティブな「環境問題」の現況を可視化することで、その危険性を訴えたり、その問題への対応や対策を求めたりするような問題解決型の〈マップ〉も作られるようになってきている。統計的なデータにもとづくものは基本的に専門の学術・研究機関で作られることになるが、それでも地図情報をデジタル化する GIS（地理情報システム）の発達・普及によって、こうした〈マップ〉の作成もより簡便かつ高度におこなうことができるようになってきている。



図表 5-1 大阪市北区子育てマップ (2010 年)

発行：社会福祉法人大阪市北区社会福祉協議会、北区子ども子育てプラザ、
同心子育て支援センター、北区保健福祉センター



図表 5-2 世田谷区・奥沢グリーンマップ (2006 年)

NPO 法人 土とみどりを守る会 (<http://tsuchimidori.net/greenmap/index.html>)

(3) 災害・安全

これは、地域単位のマップづくりとしては近年もっとも活発におこなわれているもので、災害時に予測される被害状況や避難場所・経路を記載するハザードマップや、地域内で犯罪が起りやすい場所をマッピングする地域安全マップなどが含まれる。

洪水ハザードマップは 2005 年の水防法の改正により、すべての自治体に対して作成が義務化されたことで急速に増加・普及した。第 3 章の図表 3-2・3-3 で、2005 年の「マップ」の該当事件数がきわだって多くなっているのはそのためである。

さらに、阪神大震災、東日本大震災を経験した日本社会では、大地震や津波に対応するための地域防災マップへの関心もますます高まっている⁹⁷。たとえば、最近では防災情報の一形態として、災害時に救助が必要な独居高齢者の世帯を示すマップの作成も各地で進みつつある。ただ、これに関しては、プライバシーの侵害や犯罪への悪用を懸念する声も上がっている。

他方、地域安全マップは、犯罪社会学者の小宮信夫が「犯罪機会論」⁹⁸をもとに発案したもので、小宮自身が 2003 年ごろから全国の小学校を中心に指導に向向くことによって広まり、文部科学省もその作成を各学校に要求するようになった。その背景には、2001 年の附属池田小事件をはじめ、児童が犠牲になる凶悪犯罪が多発する一方で、地域コミュニティの衰退により、その防犯・監視体制が弱体化してきているという問題がある。図表 5-3 のように、2005 年に広島で発生した女児殺害事件に際しては、事件が発生した校区で「地域安全マップ」が作製されていなかったことが新聞紙上で大きく問題視されるなど、社会的にもその重要性は認知されつつある。



図表 5-3 読賣新聞大阪版, 2005 年 11 月 25 日, 朝刊

⁹⁷ また、昭文社から発行されている『震災時帰宅支援マップ』をはじめ、震災時の帰宅困難者のために、都心からの帰宅支援ルートの情報を示したマップが用意されるようにもなっている。

⁹⁸ これは、犯罪者が犯行におよんだ原因を究明し、除去することで犯罪を防止しようとする「犯罪原因論」に対して、犯罪者に犯罪の「機会」を与えないことによって、犯罪を防ごうとする考え方にもとづいている（小宮 2006）。

自治体や警察が主体となって過去の犯罪・事故発生地点などを示す「犯罪発生マップ」が公開される場合もあるが、小宮によれば、地域安全マップは、「不審者マップ」や「犯罪発生マップ」であってはならない（小宮 2006）。個人の主観で安易に「不審者」と判断し、それを地図に示すことは、誤解や差別を助長する可能性があり、また単に犯罪が発生した場所を示すだけでは、既に警察がおこなっていることと同じである。そこで、小宮は、地域安全マップづくりにあたって、「これから犯罪が起こりやすい、起こりそうだ、起こる確率が高いところ」を地図にする必要があり、それによって住民に「気づき」の機会を与えることができると指摘している（小宮 2006）。近年、マスコミや警察による犯罪情報の公開が要求されるようになったのは、近所付き合いの減少にともなうミニコミの衰退と犯罪不安の増大に原因があるといわれるが（河合 2004）、この安全マップづくりは、まさに地域ぐるみで犯罪を防止する「ミニコミ」を復活させようとする活動として位置づけることもできるだろう。

(4) 歴史

これは、端的にいえば地域の歴史資源をマッピングしたものが多く、たとえば「史跡マップ」や「文化財マップ」といったものが挙げられる。これらは基本的に観光案内の一環として作られるものであるが、観光者だけでなく、地元住民による利用を想定して作られるケースも少なくない。市販の観光ガイドマップのように有名な観光スポットばかりをマッピングするのではなく、たとえ有名な歴史資源のない地域でも、隠れた／身近な歴史的環境⁹⁹をマッピングすることで、それを地域資源とみなしてまちづくりに活用することができるようになる。こうしたところに、地域メディアとしての〈マップ〉のオルタナティブな性質を端的に見てとることができる。

また、世田谷区・遊びとまち研究会が、4世代への聞き取り調査をもとに、昭和初期から現在にかけての子どもの遊び体験をマッピングした「遊び場マップ」の活動は、1982年から現在まで継続的におこなわれており、これも遊び場という身近な環境の「歴史」を掘りおこそうとする実践への〈マップ〉の活用例といえる。

さらに、戦争（空襲）や災害の悲惨な記憶を現世に伝えるために当時の状況を記述するようなマップや、後述するように、地域のむかしの暮らしそのものを歴史的環境とみなし、その様子を住民が調査して地図上に再現する活動もみられるなど、さまざまなかたちで〈マップ〉が歴史の再発見・再構成に活用されるようになっていく。

(5) 生活・文化・観光

これは最も包括的なカテゴリで、たとえば地域の公共施設をまとめたものから、文化・観光資源をまとめたものまで、上記 4 つのカテゴリにはあてはまらない実に多様な〈マ

ップ〉が含まれる。なかには、行政が「地域の総合案内」という体裁をとって、生活情報から観光情報まで広範な情報を 1 つにまとめた一般性の高いガイドマップもある。その一方で、たとえば特産品の販売所マップや、映画のロケ地マップ、あるいは商店主や看板娘の笑顔を日印に使った「笑顔マップ」（常総市商工会青年部 2009 年）や、地域の名人や物知りをマッピングした「地域人材マップ」（寄る会みなまた 2003 年）など、単なる場所ではなく、ヒトをマッピングするようなきわめて特殊なテーマの〈マップ〉もある。これらは情報の縮減度が高いという意味で、より〈マップ〉らしい〈マップ〉といえるだろう。

そもそも、こうした地域文化を扱う〈マップ〉のテーマはいまや無数にあり、それらを厳格にカテゴリー化するのは困難であるため、そうした特殊なテーマの多くは、必然的にこのカテゴリーに含めざるをえない。

また、ここで「生活」と「観光」が同じカテゴリーで括られること自体が、こうした地域メディアとしての〈マップ〉の特性をあらわしているともいえる。市販のガイドマップは、基本的にそこを訪れる「よそもの」（観光客）に向けて作られるものであるが、第 4 章で指摘したように、流動者層が一定の割合を占める現在の地域社会では、住民が自分たちの地域について知る手段としてのガイドマップも必要になる。地域の文化や魅力を表現した〈マップ〉は、観光者だけでなく、地域生活者を対象として、地域への誇りや愛着を醸成するための情報にもなりうるのである。

図表 5-4 主なマップづくりの事例（※一部の事例のみを恣意的に抜粋）

発行年	制作主体	マップ名称
1982 年	世田谷区・遊びとまち研究会	3 世代遊び場マップ（聞き取り調査をもとに、子どもの遊びの体験を 3 世代にわたってマッピング）
1988 年	武蔵野市	防災情報マップ
	神奈川県	アボイドマップ（自然災害回避地図）
	東京都生活文化局	景観資源マップ
	世田谷区・遊びとまち研究会	世田谷ガリバー地図
1989 年	マイタウンあがつまづくりを進める会	あがつままち ふるさとマップ（群馬）
	八王子商工会議所	観光マップ「BIG WEST HACHIOJI」（新市民への情報提供）
	つくば北警察署・つくば市観光協会	つくば路セフティマップ
	杉並区・主婦	地域環境マップ
	川崎地方自治センター	かわさきガリバー地図
1990 年	中野区・歴史民俗資料館	なかの史跡マップ
	品川区の身障者	手づくり身障者用マップ（トイレマップ）
	栃木・塩谷高校生徒	福祉マップ（危険情報のマッピング）

⁹⁹ 片桐新山によれば、歴史的環境は、はじめから歴史的環境としてつくられるわけではなく、有形であれ無形であれ、人びとの郷愁や記憶や歴史的想像力と結びつき、長期にわたって継承されてきたすべてのものを、歴史的環境と呼ぶことができる（片桐 2000: 4）。

発行年	制作主体	マップ名称
1991年	神奈川県警	少年非行防止用「環境マップ」(右宮スポット等)
	京都市	トイレマップ(観光客のトイレ問題対策)
	川崎市の市民グループ R・DAN	かわさき放射能マップ
	水俣市・住民グループ「寄り会みなまた」	地域資源マップ
1992年	新宿区	銭湯よいとこマップ
	川崎市富前区「地域で子育てを考えよう連絡会」	子育てマップ「出逢い・きっかけづくり」
1993年	逆瀬川の自然を守る会	自然破壊度マップ
	八王子市民グループ「大気汚染測定ネット」	大気汚染マップ
1994年	千葉市の民俗写真家・伝統工芸研究家	県職人マップ
	練馬区	ねりま鐘の音マップ
1995年	横浜市長谷区民有志	イラストマップ「武州金澤発見伝」
	八尾市・竹瀬地区の子供会	地域の迷惑マップ(交通安全や環境面で改善が必要な場所を盛り込む)
	神戸・北野復興委員会	商店の再開状況マップ
	綾部市志賀郷地区自治会連合会(京都)	地元で伝わる「七不思議」の伝説を紹介するマップ(地元住民のまちづくりへの要望も掲載)
1996年	世田谷区・古本屋店主	ふるほんマップ
	富士吉田市(山梨)	外国籍市民のためのガイドマップ
	栃木の例幣使街道を考える会	例幣使街道再発見マップ
1997年	藤沢市民有志	ふじさわ戦争跡マップ
	京都・天然デザインフォーラム(デザイナー集団)	グリーンマップ(公園やリサイクルショップなど環境関連情報を世界共通の絵文字でマッピング)
1998年	ボランティアグループ「震災・活動記録室」など	神戸市・災害復興公営住宅周辺案内マップ
1999年	沼津市	ぬまづ地域資源マップ(選定や調査には市民も参加)
2000年	広島市佐伯区役所	ワークショップ「海老山夢マップをつくらう」(まちの将来像のマップづくり)
	三重県飯南町の市民グループ	ガリバーマップづくり(巨大地図に地域の情報や思いを書き込む)
2001年	旭川市民	平和通買物公園診断マップ(公園への意見をマッピングして、行政に提出)

発行年	制作主体	マップ名称
2002年	熊本市・市民講座「まちづくり薬集」	新興住宅地の環境点検マップ(地域の良さと問題点のマッピング)
2003年	富士見市・鶴瀬西銀座商店会(埼玉)	西銀座商店街マップ
	いわき市・内郷地区住民グループ	炭鉱・史跡マップ「内郷 たから物 見て歩き」
	水俣市・住民グループ「寄り会みなまた」	地域人材マップ(各地域の名人や物知りのマッピング)
2004年	東広島市・学園都市づくり交流会議	ひがしひろしまぐるへりマップ(広島大学、近畿大学工学部の新入生に、東広島に早く親しんでもらうのが主な目的)
	茨城・八郷町(商工観光課とボランティアガイド)	かやぶき民家マップ(保存・活用の第一歩)
2005年	神戸市西区・竹の台防災・防犯福祉コミュニティ	児童・保護者中心の手づくりの防災マップづくり
	気仙沼市	自治会単位の防災マップ
	山梨県・峡南青年会議所	アド街ック峡南マップ(峡南地域の「今」と「未来」をイラスト化)
	横浜市・市民団体「港北地名を調べる会」	港北歴史地名ガイドマップ(市町村合併や新住居表示への変更で昔ながらの地名が消えゆく中、地域の足跡を後世に残すのが狙い)
2006年	とうほく防災マップコンテスト 2006 実行委員会	とうほく防災マップコンテスト
2007年	新潟まち遺産の会	にいがた町屋マップ
2008年	富山県高岡市戸出地区の住民	まち歩きマップ
2009年	山梨県・富士吉田市商店街の住民	昭和30年代の商店街の再現マップ(各商店のマッチ箱をマッピング)
	常総市商工会青年部	笑顔マップ(笑顔マッピングプロジェクト: 商店主や看板娘の「とびきりの笑顔」を日印に使った商店街ガイド)
	世田谷区・遊びとまち研究会	四世代遊び場マップ・平成生まれ版(聞き取り調査をもとに、子どもの遊びの体験を4世代にわたってマッピング)
2010年	厚別区役所	子ども地域安全マップづくり(学校再編をひかえ、4校の交流を図る)
	埼玉県南西部地域振興センターなど	ジモトのおやつマップ(地域資源の発掘)
	川崎市高津区	アニメ「天体戦士サンレッド」聖地巡礼マップ

5.1.2 草の根の〈マップ〉づくり

こうしたなかで、〈マップ〉は、行政・専門機関ばかりでなく、生活者である一般市民の参加によって作られるケースも多くなっている。

観光人類学者の須永和博は、タイ北部の山地民カレンを事例としたエコツーリズムの可能性についての論考のなかで、カレンの地域住民と NGO ワーカーらが、資源化された森林の地域独自の分類方法を観光客に説明するために GPS 等を利用して地図を作成したことについて言及している（須永 2010）。そして、それは観光客に提供される「演出された真正性」という側面をもつと同時に、地域内部における慣習的な資源利用の再構築・意識化をもたらす契機となったという（須永 2010: 197）。そして、同様にカレンのエコツーリズムについて論じたタイの人類学者 L.Pinkaew は、こうしたローカルな地図作成は地域住民が森林を利用し管理する権利をめぐって政府機関と交渉するための重要な道具になったとし、それを「カウンター・マッピング (counter-mapping)」と呼んでいる (Pinkaew 2001)。

他方、J.ブラックによれば、一般の観光地図の共通の性格は、「特定の地域を明示し、外部の人に対しそこへ快適に到達することを可能にすること」であり、「土地住民の考え方や利害は、無視はされないまでも、二義的な扱いに止められる」(Black 1997=2001: 116)。それに対して、地域主体の〈マップ〉は、逆に地域への貢献を目的とし、住民の認識を積極的に反映する表象として代替的に作りだされるものである。

実は、日本におけるこうしたオルタナティブな草の根のマップづくりに関しては、元をたどれば、住民主体のまちづくりがはじまった 1960 年代にそのルーツがあった。

日本で最初に「住民主体」のまちづくりがおこなわれたのは、神戸市の丸山地区であるといわれている。高度成長期における急激な人口増加と宅地開発によって、丸山地区では居住環境が悪化し、粗悪な住宅の密集、道路の狭小化、空き地の荒廃、下水道の未設置などが問題化していた。そこで、「たたかう丸山」と呼ばれた住民によるまちづくり運動がはじまり、1965 年に発足した「丸山地区文化防犯協議会」というまちづくり組織を中心に、道路・交通問題、保健・衛生問題、防犯・防災問題、都市施設整備問題、保育・教育問題などへの取り組みがおこなわれた。その結果、美しい町づくり全国コンクールで「美しい町づくり賞」受賞（1969 年）、自治省初の「モデル・コミュニティ地区」指定（1971 年）などの成果をおさめるなど、地区の居住環境は大きく改善されるに至った（広原 2002）。

そして、このまちづくり運動の推進にあたって、住民たちはある手描き地図を描いていた。1967 年 1 月発行の『丸山地区文化防犯協議会会報』第 23 号に掲載された「5年後の丸山」の構想図（図表 5-5）である。これに、交通条件や生活福祉の改善策として、住民によって策定された道路や公園、住宅地等の整備案が記載され、まちづくりに対する人びとの夢と要求がともに視覚化された。



図表 5-5 神戸市・丸山地区「5年後の丸山」

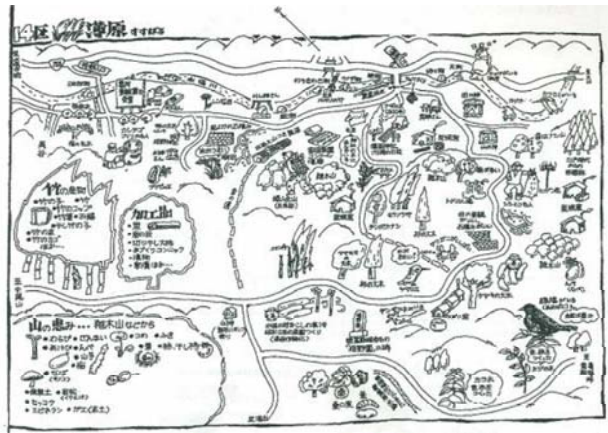
（出典：『丸山地区文化防犯協議会会報』第 23 号、1967 年 1 月）

ただし、実際にまちづくりの現場における草の根のマップづくりが普及したのは、こうした公害・都市問題に対する環境改善運動としてのまちづくりが沈静化した 1980 年代以降のことである。前述のように、1980 年代に入ると、日常的なサークル活動・ボランティア活動の一環として各種問題に取り組むテーマ・コミュニティが発足し、他方では、固有の「地域らしさ」を追求するふるさとづくりの運動が活発化するなど、よりゆるやかで多様なまちづくりが展開されるようになっていった。

そのなかで、住民参加のマップづくりのさきがけに位置づけられるのが、1980 年代後半以降に世田谷区や川崎市、横浜市などで市民団体が主体となって実施した「ガリバー地図」づくりである。これは、床に広げた巨大な白地図のうえにペンをもった市民が上がり、近所の魅力的な場所や問題点を自由に書きこんだり、他の人の書きこみを読んだりすることで、まちへの関心や愛着を高めることを目的としておこなわれたものである。つまり、こうして参加者が自分たちの地域を認識し合うことは、まちへの想像力やコミュニティ意識の育成、ならびにアメニティ資源発掘のための情報手段になるのだという（中村 1989; 村橋 1996）。

また、住民によるマップづくりが地域再生の素地になった事例として、1991 年に熊本県

水俣市で作られた「地域資源マップ」(図表 5-6)がある。これは、水俣病問題をかかえる地域の再生運動の一環として、市内の全 26 地区の世話人 210 名で結成した自治組織「寄る会みなまた」を中心に作成されたものである。具体的には、住民への聞き取り調査と現地調査、地区集会での話し合いをもとに、地域資源を絵地図に落としこんでいくという方法で作成が進められた。そこでポイントになったのが、「あるもの探し」という理念である。最初から「いいもの(資源)」を探していくのではなく、地区に当たり前にあるモノやコトを探し、自分たちの住んでいる場所にどんなものがあるのかを把握していく。それによって、川や谷や淵、大きな岩、石、樹木にも大切な思い出やいわれがあること、すなわち普通に暮らしていると気づかない当たり前のモノやコトがそのまま素晴らしい生活文化であることに、住んでいる者が気づいていったという(吉本 1999) ¹⁰⁰。



図表 5-6 水俣地域資源マップ(出典: 吉本, 1999, p. 68)

さらに、1990年代には、先に示した「グリーンマップ」と呼ばれるマップも市民主体で作られるようになった。これは、一般市民の手によって、身近な地域の環境に良いもの・悪いもの(自然食レストラン、リサイクルショップ、ゴミ不法投棄、水質汚染源など)を世界共通の 125 個の絵文字(グローバルアイコン)を用いてマッピングしていく活動であり、1992年の提唱以来、世界で 55ヶ国 700以上の都市が参加し、日本でも約 90団体の市民グループ、NPO、学校などによる活動が報告されている世界共通のプロジェクトである。

¹⁰⁰ また、岐阜県下呂市益田地区では、住民グループが、「心のマップづくり」を理念として、独自に名もない棚田やつり橋に名前をつけてマッピングした「益田の川マップ」を 2005年に制作した。このマップでは鉄道路線が消され、国道や主な県道がうっすら描かれているだけであるが、その代わりに川の支流や谷の名称が細かく描かれている。こうして、「道しるべ」としての要素が希薄化される一方で、人びとの生活を支えてきた身近な地域環境(地域資源)を強調することによって地域アイデンティティが表現されている。

このマップでも、自分たちのまちを「環境」というテーマで捉えなおすことで、作り手である市民自身が「気づき」や「再発見」の機会を得るという手法がとられている。そしてグリーンマップジャパンのホームページ(<http://www.greenmapjapan.org/>)には、「現実を変えていくツール」と記載されているように、その目的はマップを作ることで達成されるものではなく、地域について調査し、住民運動や行政活動への働きかけをおこなうためのツールとして、それは位置づけられている。

そして、2000年代以降は、市民参加型のマップづくりとして、前述の地域安全マップづくりや防災マップづくりがとりわけ活発になっている。災害の被害予測等の科学的なデータは専門機関にしかり作成できないが、逆に地域の防犯・防災体制の点検作業は、そこで生活する住民みずからがおこなうことに意義がある。テーマは違えども、これも住民の「気づき」「再発見」を促すという点で、根本的なコンセプトは上記のようなマップづくりと共通している。

また、近年はこうした市民参加のマップづくりをオンラインで展開する可能性も模索されている。そのさきがけは、2001年に東京大学都市計画研究室が開発した「カキコミっぷ」である。これは前掲の「ガリバー地図」をIT化した「インターネット地図型情報交流システム」として位置づけられている(貞鍋・小泉・大方 2003)。つまり、インターネット上に公開された地図に、不特定多数のユーザーが任意の情報を入力・投稿でき、またこうして蓄積された情報を不特定多数のユーザーが検索・閲覧できるというシステムである。現在、このシステムは、「せたがや子育てネット・ママパパぶりっじ」「板橋区志村第一小学校・地域安全マップ」「岐阜県山県市・わがまちの魅力・お宝発見」など、全国の約 20の団体や地域における多様な情報交換ツールとして活用されている。ただし、このシステムは、不特定多数のユーザーが継続的にいつでも投稿・閲覧できるといったメリットがある一方で¹⁰¹、不慣れなユーザーには利用しにくい、パソコン画面の物理的制約から地図表現が限定される、集団イベント性に欠けるため情報提供のモチベーションが生まれにくいといった問題点が指摘されており(貞鍋・小泉・大方 2003)、十分に普及には至っていない。

他方で、こうしたインターネットによる地図情報投稿システムは、Yahoo!や Googleなどの地図情報サービスとも連動し、よりオープンなユーザーの投稿・閲覧を可能にしている。たとえば、Yahoo!JAPANは 2006年に「Yahoo!地図」をベースにした「ワイワイマップ」(<http://waiwai.map.yahoo.co.jp/>)と呼ばれる地図コミュニティサービスを開始した(図表 5-7)。これは、あるユーザーが特定のテーマを付けて開設したマップに、不特定多数のユーザーが、そのテーマに合致する地図情報(写真やコメントを含む)を自由に投稿していくことで、オリジナルのマップを共同的に作りあげていくことができるサービスである。なかには 1,000人近いユーザーが参加しているマップや、5,000か所を超えるスポット情報が投稿されているマップもある。サイト上には参加者数やスポット数、ユーザーによる評

¹⁰¹ また、中村祥一は、つくば市内の通学路での危険箇所等の安全情報を共有する Web GIS「スマップ」の実践を通じて、こうしたオンラインの安全マップの利点として、「情報のリアルタイム性」「情報量の増加」「費用の削減」を挙げている(中村 2006)。

備ポイントなどにもつづいた総合ランキングが公開されており、上位には「歴史スポットマップ」「身近な自然フォトマップ」「ラーメン屋さんマップ」「子どもの遊び場マップ」「土曜ワイド劇場ロケ地マップ」「カラーマンホールマップ」など多種多様なテーマのマップが並んでいる。これらは不特定多数のユーザーの参加を前提としているため、対象エリアは比較的広域に設定されたものが多く、なかには日本全国を対象とするマップもある。それでも、どの地域にどのような情報をマッピングするかはユーザーの手に委ねられており、それによって、市販の〈地図〉や〈マップ〉にも載らないような情報を、理論上は不特定多数の人びとが共有可能な情報にすることができる。きわめてローカルかつマイナーな地図情報でも、ウェブ上に展開することによって巨大な集合知を構成しうるのである。



図表 5-7 Yahoo!ワイワイマップ (パパ・ママ・子どもの遊び場マップ)

<http://waiwai.map.yahoo.co.jp/smap?miid=rvNUU1nEm9IShSe0KpIx.T38dvIvKhov>

このほか、ウェブ上には「チズルとススム」(<http://chizu-route-susumu.jp/>)、「Peta Map」(<http://petamap.jp/>)といった同様の投稿機能をもつ地図情報サイトが開発されている。さらに Google Map でも、ユーザーがみずから情報を投稿して、コメントや画像・動画付きの地図を作成することができる「マイマップ」機能が 2007 年に追加されている。そして、前掲の「グリーンマップ」プロジェクトでは、Google Map 上にグリーンマップアイコンを用いて情報を投稿していくことで、マップをオンラインで作ることができる「オープングリーンマップ」のサービスを開始している。これにより、紙のマップを作る資金がないという団体でも、コストをかけずに容易にマップを作成できるようになったのである。そのため、グリーンマップの事例にかぎらず、このようにオープンに編集できる Google Map のシステムを利用して独自のマップを作成する団体やプロジェクトも最近は多くなってきている。さらに、「Open Street Map」(<http://openstreetmap.jp/>)と呼ばれる世界規模のプロジェクトが 2004 年にイギリスで開始され、現在は日本にも導入されてい

る。これは基礎データとしての〈地図〉そのものをライセンスフリーにして、スポットのマッピングだけでなく、ユーザーが自由に新しい道路や広域公園、湖などを描画・編集することができるサービスである。また、MapFanWeb では、「地図の素」と呼ばれるサービス (<http://www.mapfan.com/moto/motoedit.cgi>) を通じて、当サイトの地図における修正すべき情報をユーザーに募り、それらの投稿情報をもとに地図が更新されている¹⁰²。

ただ、こうしたオンラインのマップづくりの担い手は、デジタル地図への関心やリテラシーのある人びとにまだ限定されており、通常のマップづくりのような集団的なイベント性や対面的なコミュニケーションをとまわらないことから、少なくとも「地域メディア」として十分に普及しているとはいえない。現状では、オンライン上の脱地域化した「地図にないコミュニティ」(Gumpert 1987=1990: 249) で、特定地域のマップづくりを活性化させることは難しいと言わざるをえない。とはいえ、これも既存のパーソナルな/インスタントな地図消費に対するオルタナティブな〈マップ〉の可能性を示唆するものであり、将来的には現実の社会活動や地域活動との融合も期待される場所である。

いずれにせよ、所与のモノ・制度として存在する〈地図〉に対して、〈マップ〉なるものは、人びとの社会的な行為・実践としての地域活動やまちづくり運動とむすびつき、自分たちが生活する地域をさまざまに解釈し、現実を再構成していくためのツールとして活用されるようになっていく。地図はひたすら個人によって断片的に消費されるばかりでなく、こうしたかたちで他者とのあいだで機能するような社会性をもちうるようになっていくのである。したがって、こうした〈マップ〉のあり方を考えるには、それを単なる視覚的表現や私的な道具(道しるべ)としてだけでなく、人びとの社会的な営為のなかで用いられ、機能する道具やメディアとして分析するような視点が求められる。すなわち、地図そのものだけでなく、人びとが地域を「マッピング」していく背景やプロセス、そしてそれにかかわる人びとの意識や関係に着目することが必要なのである。

そこで、以下では大阪府下の諸地域における草の根のマップづくり(オルタナティブ・マッピング)の事例を取り上げ、その実態を明らかにしていくことで、〈マップ〉なるものが実際にどのような文脈で作られ、地域社会にどのような意味をもたらしているかを具体的に考察していきたい。

5.2 地域アイデンティティの表象

5.2.1 オルタナティブ・ツーリズムと〈マップ〉

最初に取り上げるのは、大阪市・大阪商工会議所・大阪観光コンベンション協会が構成される「大阪コミュニティ・ツーリズム推進連絡協議会」から 2011 年に刊行された『大阪あそびまちあるきマップ集』である。これは、2009 年から当団体によって順次発行され、観光案内所等で無料配布されてきた大阪市内 150 コースのイラストマップの集成版(全 3 巻)である。各コースマップには、その地域の歴史・文化資源が詳細な説明付きでマッピングされ、コースごとにそのテーマをあらわしたタイトルがつけられている。たとえば、「妖

¹⁰² また Yahoo!ロコでも、同様に地図データの修正箇所を報告をユーザーに求めている。

怪(ぬえ)が眠るまち・都島」「天下一の花街・大坂新町を歩く」「近代紡績は三軒家から始まった!」「昭和レトロ文化の薫陶を阿倍野を訪ねて」「祈りのまち・住吉を歩く」といった具合である。有名/無名、中心/周縁を問わず、さまざまな地域が並列に取り上げられ、寺社・旧跡にくわえて、地元の商店や企業、路地、近代建築、工場跡、団地など、市販の観光マップには載らないようなスポットが多数マッピングされている。その意味では、すでに紹介した「地域資源マップ」と同じように、地域に当たりまえにあるものや目の当たらないものを再発見するという発想にもとづいて作られたマップといえる。



図表 5-8 【淀川区・十三】(大阪あそ歩まち歩きマップ集 その1, No. 3, 2011年)



図表 5-9 【大正区・三軒家】(大阪あそ歩まち歩きマップ集 その1, No. 27, 2011年)



図表 5-10 【都島区・都島】(大阪あそ歩まち歩きマップ集 その1, No. 12, 2011年)

このような発想は、近年の「オルタナティブ・ツーリズム」¹⁰³や「コミュニティ・ツーリズム」と呼ばれる新しい観光スタイルへの転換とともに生まれてきたものである。従来のマス・ツーリズムがパッケージ化された名所めぐりを指向してきたのに対して、地域での学び・体験・交流などをもとめる旅行へのニーズが高まり、これまで観光に縁のなかった地域でも固有の魅力や資源の再発見に重点をおいたまちづくりが地域主体でおこなわれるようになってきた。そのなかで、近年、地域住民みずからボランティアガイドを務めたり、観光コースを設定したりして、観光客にまち歩き観光を提供する手法が広まっている。この「大阪あそ歩まちあるきマップ」は、こうした流れのなかで発足した大阪市のまちあるき観光事業のツールとして生みだされたものである。すなわち、オルタナティブ・ツーリズムのためのオルタナティブ・マッピングである。

「大阪あそ歩」のプロジェクト自体は、大阪コミュニティ・ツーリズム推進連絡協議会が、2006年に長崎のまち歩きイベント「長崎さるく博'06」¹⁰⁴を成功させたイベント・プロデューサーの茶谷幸治氏をチーフ・プロデューサーにむかえて2008年にスタートした。そ

¹⁰³ オルタナティブ・ツーリズムには、たとえば環境保全活動への参加を目的とした「エコ・ツーリズム」、農作業など農山村の生活体験を目的とした「グリーン・ツーリズム」、歴史的な建造物や景観が保存された地域を訪問する「街並み観光」、工場や港湾、鉱山などの産業遺産を訪問する「産業観光」などがある(真名子 2006: 87)。

¹⁰⁴ 観光客の減少が深刻化していた長崎市では、「知らなかった長崎の体験と発見」をテーマに、マップを片手に自由に散策を楽しむ「遊さるく」、市民ガイドが案内する「通さるく」、専門家の講座等で長崎について学ぶ「学さるく」といったメニューを用意して、大規模なまち歩き観光事業を展開した。212日の期間中にのべ723万人がまち歩きに訪れ、ガイドツアー参加者も10万人を超えるなど、観光客数は前年比8.6%増加し、経済効果も860億円に達したという(茶谷 2008: 2011)。そして、この事業でも、まず42のまち歩きコースを設定し、そのマップが「市民プロデューサー」と呼ばれた地元住民によって作成された。

して、まず茶谷氏をはじめ当協議会の事務局スタッフが、大阪市内でまちあるきの対象地域を選定し、コース作成のための現地調査を分担しておこなうことになった。ただし、スタッフ自身には各地域の十分な知識がなかったため、地域住民・地元関係者のなかでまちの歴史や地理に詳しい人物や、もともと地元の NPO や研究会などでまちあるきをおこなっていた人物を探しだし、協力を依頼するかたちでコースマップが作られていった。大阪あそ歩では、そうした人びとを「町衆」と呼び、マップづくりの担い手に起用したのである。そして、マップに載せる情報はその町衆を中心に編集されたが、実際のマップの描画はスタッフ・町衆が各自依頼したプロ/アマのイラストレーターが担当した¹⁰⁵。プロジェクト自体はフォーマルな組織によって運営されているものの、実際のマップづくりはこのように一般市民の力に支えられるかたちで進められたのである。

こうして、約 2 年のあいだに 150 コースのマップが作られ、順次発行・配布されていった。また、マップは配布されるだけにとどまらず、そのマップを手にまちを歩くツアー（各 2 時間、有料、予約制）をコースごとに随時実施し、そのガイドも約 200 名の一般市民が担当した。ツアーの実施回数は現在までに約 800 回に達し、参加者数は 10,000 人を超えたという。そして、プロジェクト発足から 3 年が経過した 2011 年 3 月に、各コースマップを集成したマップ集が発行されると、初版 15,000 部が 2011 年秋の時点でほぼ完売するなど、数字のうえでは一定の成果をおさめた。

では、こうしたプロジェクトのツールとして、マップは実際にどのような意図のもとで作られ、具体的にどのような役割を果たしたのか。大阪観光コンベンション協会職員で、マップづくりを統括した事務局スタッフの I 氏（30 歳代男性）へのインタビュー¹⁰⁶を手がかりに考察していきたい。

まず、このマップのポイントとして、とりわけ重要なのは、既存の〈マップ〉には掲載されないマイナーな地域や、そこに埋もれた地域資源がマッピングされたオルタナティブな観光マップとして作られたという点である。

I 氏：たとえば、昭文社さんとか JTB さんとか、あれも本当に観光地図でしかないですし、一方、住宅地図なんかも、詳しいですけども、まちのことを掘り下げているわけではないので、そのまちのことを掘り下げて、そのまちの魅力がどうやったら伝わるかと、それをかなり注意して作るようにしましたね。……（既存の観光マップには）ほとんど載ってないですね。西淀川から始まる本なんて、まあないですよ。……市内中心部が面白いコースだとは思わないんですよ。

マップにはキタやミナミといった中心部の繁華街も掲載されているが、西淀川区や旭区、城東区、鶴見区、東住吉区などのいわゆる「周縁」の地域と並列に扱われている。またキタやミナミにしても、「梅田」や「心齋橋」といった固有名詞をもった地域の知られざる「歴

¹⁰⁵ なかには「町衆」自身が描画を担当したケースもあった。

¹⁰⁶ インタビューは、2011 年 9 月 14 日に半構造化面接法によって実施した。

史」をテーマとして、都会に埋もれたさまざまな歴史資源がマッピングされている。

そして、それらは一般市民（町衆）の知識や思いに依拠してマッピングされたものであり、地元の人しか知らない、あるいは地元の人でも知らないような情報が盛りこまれている。したがって、それらは大阪生まれ大阪育ちの I 氏ですら知らないものばかりであった。

I 氏：「え、知らんのや？」みたいな、わがまち自慢みたいなのをみんなやってて、そういうのを盛りこんでるんですよ。……全コースのことも、本当に知らなかったなと。反省しきりです。こんなに知らなかったんやと。でも、ちょっとこういう作業をしてみたら、こんなに出てくるんやっていう。まちの持っているポテンシャルっていうんですか、どこもやればあると思うんですけど、こんなになんちゃうっていう。

このように、何もないように見える地域に、所与のものとして存在する資源の価値を再発見することで、それを生きた観光対象としていくような観光の捉え方は「常在観光」とも呼ばれ、オルタナティブ・ツーリズムの 1 つのかたちとして広まりつつある（井口 2005: 3）。しかし、どこにどのような資源があるかを示し、その地域にどのような魅力があるかを定義するためには、マップが不可欠である。大阪あそ歩のマップは、こうして地域の住民（町衆）が自分たちのまちにあるものを「自慢」するようなスタンスで表現され、各地域のポテンシャルを可視化していった。それらは、地域（コース）によって作り手・描き手が異なるため、マップの表現方法やイラストの雰囲気、情報の載せ方などもそれぞれ異なっている。まさに「手づくりマップ」なのである。しかし、そうした「手づくり感」や「非統一性」こそが、地域ごとの独自のイメージやアイデンティティの表出に結びついているのである。そして、これは I 氏自身にもある「気づき」をもたらしものであった。

I 氏：大阪市の全域が、西淀川の端っこから、平野の端っこまで、大阪市内の全てが魅力あるんやっていうのが、住んでるとね、意外に思わないんですよ。東淀川の人間が西淀川をきれいと思ったことないですからね。……端っここそ、今まで誰も取り上げなかった良さがあるっていうので。だからこれは本当に勉強になりましたね。……まちで考えたら、意外にどれも平等に見えたというか。それが本当に不思議ですよ。それぞれの特色がありますけど、それが順位でどうかとかね、そういうのは一切思わないですね。読んでくれる人が、そういうふうに乗っかってもらえたら。

一般の読者がこのマップをどのように読んだかは定かではないが、それでも I 氏と同様に、中心部や有名な観光エリア以外の地域にもさまざまな資源や魅力があるという気づきを得た読者は少なくないはずである。そもそも、このマップの流通は、通信販売を除いて、京阪神地域の書店のみに限定されているため、購入者・読者の大半は大阪近辺に在住する人びとだと考えられる。したがって、このマップは、通常の観光ガイドのように、いわゆる関西圏以外からの観光客に利用されることが意図されていたわけではなく、むしろ大阪に

住む人びとが自分たちの身近な地域について知ることを目的として作られたものなのである。したがって、このマップを読むという行為自体が、すなわち身近な地域を再発見することにつながっているのである。

さらに、このマップは、単に身近な地域の魅力を伝えるメディアとして読まれるだけでなく、実際にまち歩きツールとして使われることで、その機能を拡張させていく。

I氏：天下茶屋コースで、ここも面白いコースなんですけれども、映画の看板を手書きで書かれている人がいて、最初ガイドさんが行ったときに、「もうそんな来てもうても、困るわ」みたいな感じやったらしいんですけども、毎回ガイドがお客さん連れて、ここの説明すると、やっぱり嬉しいんですね。「そんな見てもらえんねやったら、オモテに出して書くわ」みたいな。だから、やってるうちに、そういう効果が出るみたいな。……ここに載ってるだけで、訪れる人が増えるというか。載ってる人が、あらためて生きがいを、自分のやってることが評価されてるっていう風に思ったりとかね。そういう不思議な効果っていうのがね。

つまり、ある地域やスポットがマップに掲載され、まちあるきの対象（見られる対象）になったことで、そこに住む人びと自身が自分たちの地域や生活の価値を再発見するようになったのである。これはマップそのものというより、まちあるきの活動を媒介にした間接的な効果ではあるが、それでもマップがなければ、けっして生まれなかった効果ともいえるだろう。

また、「マップを持って訪問して来る人がいるから、うちにもマップを送ってほしい」「マップを店の包装紙にしたい」といった要望など、マップに掲載されたことを事後的に知った住民からの反響もあったという。さらに、「古美術のまち・老松町めぐり」というテーマでマッピングされた北区老松町の古美術店からは「マップのおかげで新しい客層が増えた」という声も届いた。I氏も「まちの人に気に入ってもらえたというのがうれしいですね」と話すように、これまで日の当たらなかった地域や場所をマッピングすることは、その地域のエンパワーメントにもつながっていくのである。

このように、大阪あそ歩では、マップの作成だけで完結するのではなく、それをまちあるきという市民活動に組みこむことで、その影響力を増していった。そして、それは地域住民にかぎらず、まちあるきのガイドや参加者である市民のエンパワーメントにも結びついていた。

I氏：マップはマップでそうなんですけど、まち歩きの成果として、参加者同士が、本当は1人で寂しいんだと思うんですけど、出てきて、新しいコミュニティに出会って、2人のストーリーだったり、どんどん広がっていったんですよ。こういうのって、当初想定してなかったんですよ、私は。この大阪あそ歩っていうのがそういう効果を生んでまして。だから、単なる地図を作るという以上に、これがきっかけで来て下

さった方がいて、それで出来た縁が人と人とを結んでいくと。だから、単なる1枚の地図とは私たちも思わなくなりましたね。

このように、マップづくりに関わった人びとや、まちあるきガイドを担当した人びと、そしてまちあるきに参加した人びとや、マップに掲載された地域の人びとが、一連の活動を通じて出会い、つながることで、社会関係資本が形成されていく。これは、もはやマップそれ自体がもつ機能とは言いがたく、また作り手によって初めから意図されたものでもない。しかし「マップをつくる」という営みはその起点になっていることは事実である。つまり、このマップならびにマップづくりは、まち歩きという活動と連動することによって、多くの市民を動員し、人びとのネットワークやコミュニケーションを媒介・促進するという潜在的な機能をもちえたといえるだろう。

また、この「大阪あそ歩」が発足する以前から、自主的にまち歩き活動をおこなっていたNPOや市民サークルもあったが、多くの場合コストやスキルなどの問題から専用の本格的なマップを作るのは困難だった。「大阪あそ歩」で北区や旭区のマップづくりとまちあるきガイドを担当したH氏（50歳代女性）も、それ以前から地域の考古学を学ぶNPOを主宰し、まち歩きを自主的に企画していたが、大阪あそ歩では、イラストを盛りこんだマップのおかげで、以前よりもまち歩きが親しみやすいものになり、それに幅広い層が参加するようになったという。さらに、自身がマップづくりやまち歩きの活動に携わったことのメリットとして、「色々な人と知り合いになれたこと」を挙げている。

ただ、すでに述べたように、社会関係資本の形成という効果は、大阪あそ歩という大規模なプロジェクトのしくみに依拠した部分が大きく、けっして〈マップ〉という表現自体に内在するものではない。それでも、一部の専門家集団や既得権層によって作成されるだけの〈マップ〉とは異なり、市民をマップづくりに動員したり、それを活用したイベントやツアーを開催したりすることによって、〈マップ〉は地域社会に根ざしたメディアとして、その機能を社会的文脈において拡張させる。ひいては、〈マップ〉をつくるという実践が、単なる「空間表現の方法」としての意味を超えて、人びとの相互的な関係やコミュニケーションを媒介する「社会的活動」に発展しようという可能性を、この事例は示唆しているのである。

5.2.2 集合的記憶の〈マップ〉

上記の「大阪あそ歩」の事例は、あくまで「現在」の地図をベースにして、そのうえに現存する歴史・文化資源をマッピングすることで、いわゆる「あるもの探し」を図るものであった。それに対して、5.1.1の「(4) 歴史」の箇所ですら少し触れたように、いま・ここにはない「過去」の暮らしや町並みそのものを地域資源として「再現」するマップを作ることで、地域の再発見につなげようとする活動もある。

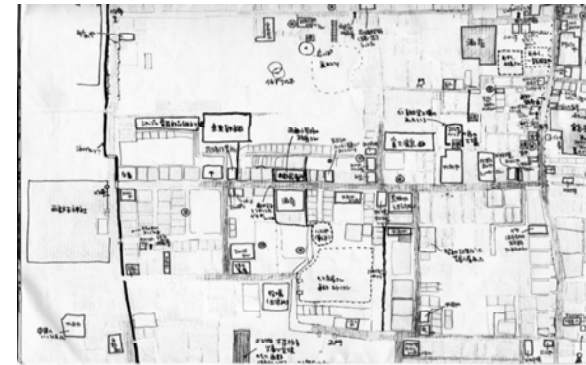
(1) 西郡すこーしまえのくらしマップ

大阪府八尾市の西郡地区では、過去の暮らしと町並みを再現した「西郡すこーしまえのくらしマップ」が地域住民の手によって 2004 年に作製された（図表 5-11）。その原動力になったのは、地域の暮らしの変容と、「過去」の暮らしへの憧憬である。

部落差別の問題をかかえてきた同地区では、1960 年代に貧困と劣悪な生活環境に対する不満が爆発し、その改善を求める部落解放運動が本格化した。住宅闘争の結果、1961 年には改良住宅の建設に着手し、1963 年に住民の長年の念願が叶って、第 1 号の市営団地が建設された。団地が建つまでの西郡では、家は雨漏りするほど劣化し、下水道が未整備だったことから生活用水に汚水が混ざるような環境での生活を余儀なくされていたが、こうした生活問題は団地の建設を契機として飛躍的に改善された。そして高度成長期以降、続々と中高層の団地が建設され、かつては狭い路地沿いに木造平屋の住宅や商店が軒を連ねていたまちの景観は大きく変貌した。

かつての西郡は、厳しい環境での生活を強いられながらも、それを忘れることができるほど住民の絆は強く、玄関を開放したり、共同の非戸・便所を使用したりするなど、濃密な近所付き合いのある生活が営まれていたという。しかし、団地の建設にともなって、住民の入れ替わりとともに、近所付き合いも次第に減少し、近年は高齢者の孤独死が続出するなど、住民同士のつながりは以前に比べて希薄になっていった。さらにその団地も第 1 号の建設から 40 年が経過し、建物の老朽化と住民の高齢化が進んできたのにもなって建て替え計画がもちあがったが、それによってさらに住民の入れ替わりが進むことが予想されるため、あらためて住民たちは地域コミュニティの存続に危機感をいだくようになっていった。

そこで、2002 年に地区福祉委員会の 20 歳代から 50 歳代の住民が「西郡むかしマップ制作隊」を結成し、世代をつなぎながらコミュニティ再生を図るきっかけづくりとして、団地ができるまえの昭和 30 年代の地区の町割りや暮らしを再現する手描きのマップづくりに取り組んだ。マップのベースとして地元の桂小学校に保存されていた昭和 36 年ごろの地図を参考にしたが、修正すべき点も多かったため、地区の老人クラブや NPO 法人「八尾すまいまちづくり研究会」の協力も得て、2 年間にわたって 10 数回にもおよぶ聞き取り調査や現地調査、ワークショップを実施しながら制作を進めた。そして、当時の生活道路や全焼した小学校、役場、工場、商店などのまちのランドマークにくわえて、地藏尊、共同井戸、共同便所、銭湯など古きよき地域生活を想起させる場所、そして住宅の並びをなるべく忠実に地図上に再現していった¹⁰⁷。そして、制作中のマップの元図は、西郡水平社 80 周年記念式典やまちづくりシンポジウムなどのイベントの際に展示され、まちづくりの 1 つのシンボルとして PR された。



図表 5-11 西郡すこーしまえのくらしマップ [部分]

また、地図上には「嫁入りの時は家の玄関で長持唄をうとでもろて家をでるねん」「鼻緒の内職は、寝るとこも、ごはん食るとこも、仕事するともみんな一緒や」「みんな家開けっぱなしでたし、背中合わせの二軒の土間を通り抜けていったで」といった、住民に聞き取った当時の行事や慣習についての思い出話を丁寧に記載した。さらに、当時の家屋や共同井戸などの風景を写した白黒写真 20 数枚も地元住民から提供を受けて掲載しているほか、裏面には地域の伝統産業だった鼻緒作りの工程や、祭りなどの当時の年中行事のスケジュールが紹介されている。

マップは府の助成金などを活用して 5,000 部が発行され、住民や学校に無料配布された。その表紙には以下のような趣旨説明が記述されている。

私たちの住むこの西郡は昔から人と人のつながりを大切に、喜びも悲しみも分かち合うことの出来るぬくもりのあるムラでした。(中略) 団地の入居は喜びも大きかったけれど、失ったものも大きかったのではないのでしょうか。この地図は団地が建てられる前のムラの暮らしを地域の方々の記憶をもとに記録し作成したものです。当時の思い出を思いおこしながら、昔の良さを再発見し、まわりの人達とこれからの西郡について語って頂けたらうれしく思います。

ここで「ムラ」と表現されているように、マップに表象されているのは、まさに伝統的な農村型社会のイメージである。地縁で深く結びついた土着者たちが共同的な生活を営み、帰属性・凝集性の高いコミュニティが形成されていた社会——西郡の人びとはマップにそのようなイメージを託し、読みとろうとした。とはいえ、差別や貧困のような厳しい現実と直面していた西郡の「過去」は、きわめてネガティブな記憶をまもって語られ、イメージされることも避けられないはずである。そして、それは隠したい過去、思い出したくない

¹⁰⁷ 地藏尊、張り屋さん（鼻緒の生地を裏貼り）、共同井戸、共同水道、共同便所は地域に多数点在していたことから、凡例を添えて独自の地図記号によってマッピングされている。

い過去かもしれないのである¹⁰⁸。しかし、西郡では、マップを作ることで、そうしたネガティブな「過去」が、ポジティブなイメージに読みかえられ、集合的記憶として再構成された。それは住民の総意ではなかったかもしれないが、こうして過去の暮らしは、再発見・共有されるべき集合的記憶としてマップに表象され、地域コミュニティを再生するための「資源」として利用されたのである。

また、そもそも「西郡」という地名は、現在の公的な住居表示にはなく、ゆえに地形図や都市図などの〈地図〉にも記載がないインフォーマルな地名となっている。かつての「西郡村」は、現在、桂町・幸町・高砂町という3つの町に分かれているが、それでも住民たちはいまも自分たちのまちを「西郡」と呼んでいる。したがって、そのような地名も1つの集合表象としてマップに反映され、地域の固有性を表出する資源として利用されている。こうしたところにも〈地図〉とは異なる〈マップ〉のオルタナティブな性格を見いだすことができるのである。

そして、この事例もマップの作成だけで完結するのではなく、その完成を記念して、2004年9月にマップを手にまちを訪ね歩くイベント「40年前への時間旅行」が開催され、さまざまな世代が入りまじって、高齢者の昔話を聞きながらまち歩きや鼻緒づくり体験を楽しんだ。集合的記憶を表象する〈マップ〉は、こうしたイベントを通じて人びとに直接的に記憶を語らせ、住民たちをつなげるコミュニケーションの道具にもなったのである。



図表 5-12 西郡地区「40年前への時間旅行」(2004年9月19日撮影)

¹⁰⁸ ただし、被差別部落であったという事実は、表紙の趣旨説明における「今から44年前(昭和35年・1960年)解放運動の要求闘争が起こり……」という記述から読みとれるだけで、地図そのものに直接表現されているわけではない。

(2) 堀江今昔物語

このような「過去」の再現マップの事例は他の地域にもある。戦前には材木商、花街、家具商で賑わっていた大阪市堀江地区では、昭和20年の大阪大空襲で壊滅的な状態に陥り、戦後は幹線道路の建設や顧客の減少などによって町並みが完全に塗りかえられ、現在はカフェやブティックがひしめくファッションエリアとして若者の人気をあつめている。さらに都市中心部に位置することから、最近では超高層のタワーマンションの建設も目立っている。しかしそのために、この地域でも人口の流動化がすすみ、旧来的な地域コミュニティの存続が危ぶまれている。

そのなかで、戦前の地域住民の強い要望により、地元のまちづくりNPO法人「なにわ堀江1500」¹⁰⁹と、若者によるアート支援団体「堀江ジャンクション/ARTGRAM」¹¹⁰が手を組み¹¹¹、70年前と現在の町並みを対比させる「堀江今昔物語」というマップ付きの冊子(B5判14ページ)を2006年に作成・発行した¹¹²。



図表 5-13 堀江今昔物語

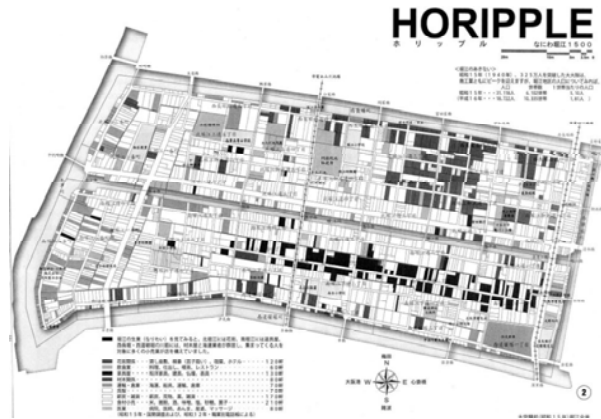
¹⁰⁹ 主な活動としては、まち歩きや歴史講座、そして他団体とのコラボレーションイベントなどを開催し、歴史の再発見を軸とした堀江のまちづくりに取り組んでいる。

¹¹⁰ 堀江を拠点に活動するクリエイターらが運営し、堀江のギャラリー・アート情報を中心としたフリーペーパーの作成やメールマガジンの配信、ならびに地域の歴史・文化をテーマとしたイベントの開催などをおこなう団体である。

¹¹¹ 「なにわ堀江1500」代表の水知悠之介氏の企画により、「堀江ジャンクション」の20歳代のメンバー4名に調査や編集を依頼するかたちでマップの制作はおこなわれた。

¹¹² 当初は200部限定(1部1000円)で配布されていたが、反響が大きかったため、1000部に増刷された。

これには、当時の材木商、花街、家具商の分布を別々にマッピングした 3 枚の地図が掲載されているのに加えて、さらに多様な業種（食料品店、運輸業など）の分布を 1 枚にまとめた「HORIPPLE（ホリップル）」という大判の地図が付録として添えられている。そして、この HORIPPLE には、現在の堀江地区のトレース地図が付けられており、それを戦前の地図に重ねあわせることによって、ひと目で現在と過去の町並みを対比できるようになっている。



図表 5-14 HORIPPLE

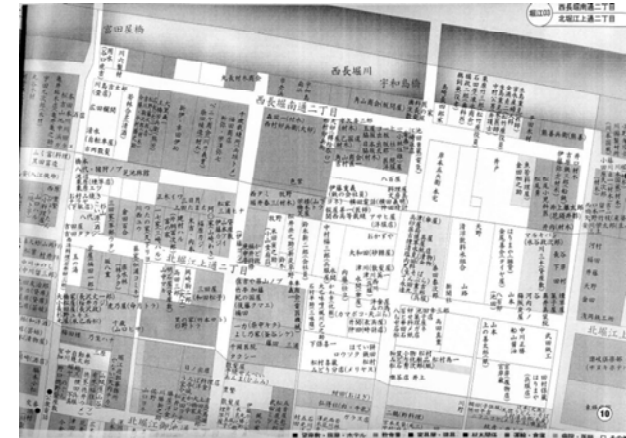
戦前の地図の作成にあたっては、明治 45 年の地図と、昭和 12 年発行の大阪市内の電話帳の住所欄を照合し、堀江地区の各世帯・商店を抽出していったが、土地勘のない若いメンバーだけではきわめて困難な作業だったため、旧住民の情報提供と協力を得ながら作業が進められた。また、地図の端には旧住民から聞き取った当時の思い出話が記載され、さらに冊子の別ページにはまちの歴史・文化とともに、住民個人の「思い出史」がまとめられている。こうして、単に物理的な町並みが再現されるだけでなく、それを個人個人の「記憶」と組み合わせることによって、「生きた」堀江史が再構成されていった。

地図が配布されると、空襲後にまちを出ることを余儀なくされた旧住民から、堀や川で囲まれていた昔の堀江の記憶が蘇ったという感想などが綴られた手紙が水知氏のもとに多数寄せられたほか、他の地域からは「同様の取り組みをおこないたい」といった反響があったという。さらに、地域住民からは「今後、堀江展を開催してほしい」「堀江の伝統を守るため、ワンルームマンション建設の規制に動いてほしい」といった要望のほか、「さらに詳細な地図が見たい」という声もあがった¹¹³。

そこで、当活動ではさらに 1 年半にわたって調査・作業が進められ、一軒ごとの世帯名・

¹¹³ これらは、水知氏本人とのメールのやりとりを通じて直接ヒアリングしたものである。

商店名を詳細に記載した「堀江戦前住宅地図」(A4 判 38 ページ)¹¹⁴が 2007 年に発行された。25 回にわたる共同の書きこみ作業には延べ 85 人の旧住民が参加したが、地図が完成すると、それがさらに多くの地域出身者に伝わり、より正確な情報や修正の要望が届いた（水知 2011）¹¹⁵。そして、こうした活動をきっかけに、2008 年には「なつかしの昭和・堀江展」の開催が実現し、戦前住宅地図や、それにもとづいて作られたジオラマなどが展示され、延べ 4000 人の来場者をおもてした。



図表 5-15 堀江戦前住宅地図

こうして、昔の地図を再現するという作業は、結果的に多くの旧住民の知識・記憶を結集させることとなり、まさに「集合的記憶」を表象する〈マップ〉が生みだされるに至った。ちなみに、「堀江今昔物語」のあとがきには、地図づくり・冊子づくりの趣旨に関して、以下のような記述がある。

「堀江の町を歩きかう若い人たちが、街の片隅に残る残影に目を留めて、かつての堀江の誕生と移り変わりの姿を、幾分かでも思い起こしていただければ……、そしてかつて、川に囲まれた堀江に生まれ育った人たちが、懐かしく自分達のふるさとを蘇らせていただければ……」

つまり、変貌する堀江を、歴史や伝統のある「地域社会」あるいは「ふるさと」の表象として再構成し、共通の記憶や思い出のよりどころとして「保存」することによって、歴

¹¹⁴ これも 1 部 1000 円で 1000 部発行され、瞬間に完売した。

¹¹⁵ 修正の要望のなかには「私の家は南北の通に面して、もっと大きな家でした。こんな地図が後世に残されたのでは、ご先祖様に申し訳が立たない」という苦情もあったという（水知 2011: 95）。無形の「記憶」に依拠したものがあるがゆえに、ややもすればこうした事実との齟齬を生みだしてしまうのが、こうした作業の難点でもある。

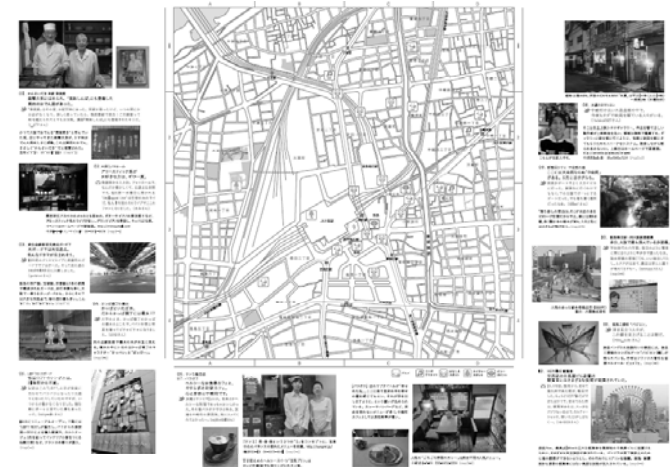
史を尊重したまちづくりにつなげようという意図がそこにはある。しかし、現実にはそれが「堀江の町を歩きかう若い人たち」に届いたとは考えにくい。一方、前述のとおり、当時の堀江に生まれ育った人びとからの反響は大きく、またそうした人びとによってマップづくりの活動自体が渦を巻くように活性化されていった。したがって、このマップづくりは、さしあたり「過去」の当事者である旧住民たちを、共通の記憶・思い出のもとに再び結びつける「場」として機能したということができるだろう。それでも長期的には、こうした人びとの記憶を「保存」した地図が、「生きた」歴史を伝える資料的価値をもってまちづくりに活用されていく可能性はある。また、少数ながらもマップづくりに若者が参加したことは、世代をこえた地域交流の1つの機会になったこともたしかである。

以上のように、実際的な若者層への影響やコミュニティの再統合という部分には留保が必要であるが、現在の堀江が最新のガイドマップに表象されるような若者中心の「エリア」へと変容するなかで、その代替的な表象として、伝統的な「地域社会」の〈マップ〉がつくりだされ、「いま」の地域イメージを相対化しようとする動きが生まれている。先述の西郡の事例にせよ、この堀江の事例にせよ、揺らぎつつある地域アイデンティティのよりどころを「過去」にもとめ、それを集会的記憶として表象化する手段として、〈マップ〉をつくるという方法がとられているのである。したがって、〈マップ〉は「いま・ここ」にないものを可視化・資源化することで、地域社会に対する地理的想像力とあわせて、歴史的想像力を拡張する可能性をもっているということができるだろう。

また、こうした活動は、企業による地域貢献の一環としても展開されている。JR西日本、阪急電鉄、阪神電気鉄道、うめきた先行開発区域プロジェクトTMO設立準備委員会から構成される「梅田地区エリアマネジメント実践連絡会」では、SNSのTwitterを通じて一般市民から「梅田の思い出スポット」を募集し、それをマップ化していく取り組みを実施した(図表5-16)。これは近年の再開発によって大きな変貌を遂げる梅田の街の再発見を目的として、市民からの情報をもとに新しい地図を作る“UMEDA GROWING MAP”プロジェクトの第1弾としておこなわれたものであり、2011年12月に完成したマップはホームページや梅田の周辺施設で配布された。マップには老舗の飲食店のほか、ターミナルの連絡橋、交差点のガード下、噴水、換気塔などの日常的な景観資源にくわえて、比較的新しい飲食店なども過去に投稿者が訪れた思い出スポットとして、コメント付きで紹介されている。

つまり、これは歴史の「古い」場所を対象としたり、過去を「再現」したりするものではなく、あくまで現在の梅田を散策するためのオルタナティブなガイドマップとして、人びとの過去の体験(集合知)に依拠した情報を集約したものすぎない。しかし、梅田のような都会の繁華街においても、人びとの記憶や思い出の埋めこまれた場所として演出・資源化するための手段として、〈マップ〉という表現方法が用いられているのである。これも、つねに最新の情報を更新していくガイドマップへの一環のアンチテーゼとして捉えることが可能であるが、他方では、梅田の再開発を推進する民間企業が、まちの歴史性・場所性にも配慮しているというポーズをとるための戦略的手段として理解することもできる

かもしれない。



図表 5-16 UMEDA GROWING MAP 01

ところで、「過去」の地図といえは、従来は歴史学や地理学における学術的な資料、あるいは美術的な骨董品として扱われる「古地図」として、その価値が認められてきた。また、最近ではNHKのテレビ番組「プラタモリ」の人気にみられるように、歴史散策がブーム化しているのともなう、江戸や京都などの古地図を集成した書籍や、古地図と現在の地図を対比できる歴史地図帳が書店の地図コーナーをにぎわしている。だが、それらはあくまで個人の趣味の領域に限定されたものであり、またそのユーザーも依然として一部の好事家に限定されているのが実状だろう。

しかし、地域主体で展開される「過去」のマップづくりは、より身近にある「地域社会」や「ふるさと」の歴史・記憶を資源化することで、生活者の視点から地域イメージを再構築する実践として広がりを見せている。それも流動化する地域社会における地域アイデンティティの探求の方法の1つのかたちといえる。そして、C.W.ミルズによれば、「社会学的想像力は、歴史と生活史とを、また社会のなかでの両者の関係をも、把握することを可能にする」(Mills 1959=1965: 7)が、このような〈マップ〉は、本来地図から乖離した「時間軸」を組みこんで、歴史的想像力と地理的想像力を媒介し、(ローカルな文脈での)社会(学)的想像力へと展開するメディアとしても機能しうるのである。

5.2.3 〈地図〉への地名のマッピング

以上のように、地域社会におけるマップづくりは、身近な生活世界や、その記憶のマッピングをつうじて、地域資源の再発見と地域アイデンティティの再構築に活用されている。しかし、地域独自の〈マップ〉を新しく作るのではなく、既存の〈地図〉に直接働きかけ

ることによって地域アイデンティティを表象化するという方法がとられるケースもある。

大阪市大正区の「昭和山」は、もともと貯木場だった場所に地下鉄工事の残土を運ぶことによって 1970 年に造成されたわずかに標高 33 メートルの人工の山である。これは昭和の時代に造られたため、天保年間に造られた港区の天保山を模して、「昭和山」と名づけられており、「大正区の花」に認定されているツツジが 50,000 本、ソメイヨシノ 400 本などが植樹された大正区を代表する景観として、区民の憩いの場となっていた。山頂の展望台では周辺の景色が一望でき、地元住民の定番の散歩コースにもなっている。

しかし、国の基本図である国土地理院発行の 25,000 分の 1 地形図には、長いあいだ「昭和山」の名前がなかった。民間発行の都市図や区のガイドマップには掲載されていたものの、国の基本図に名前がないことは、すなわち公的な「地名」としての承認が得られていないことを意味していた。そこで、近隣の千島団地に住む高齢者たちが「住民のシンボルとして正式な山に」「わたらの山が国の地図に載っていないのは、人間でいえば戸籍がないようなもの」(『朝日新聞』大阪版 2002.12.14 朝刊)として 1999 年から署名集めを始め、区役所に要望書を提出し、国土地理院に申請をおこなった。すると、3 年越しの運動が実り、2002 年に初めて 25,000 分の 1 地形図に「昭和山」の名前が掲載された¹¹⁶。



図表 5-17 昭和山 (2004 年 8 月 6 日撮影)



図表 5-18 25,000 分の 1 地形図に掲載された「昭和山」

(国土地理院 25,000 分の 1 地形図「大阪西南部」平成 14 年 10 月 1 日発行)

¹¹⁶ ちなみに、前掲の「大阪あそび・まち歩きマップ」における「大正区・三軒家」のコースマップには、昭和山が掲載され、その由来が説明付きで紹介されている。

同様の事例は他にもある。大阪市港区の天保山も、現在は公園として整備され、水族館や観覧車などの娯楽施設が位置する人気の観光スポットとして賑わっているが、元来は江戸時代の天保年間に土砂を積み上げた人工の山として造成されたものである。当時は航行する船の日印として、あるいは大阪の町人の憩いの場として賑わっていたが、地盤沈下などの影響で標高 4.5 メートルにまで低くなり、平地とほとんど区別がつかない状態になったことから、「地元自治体が山として認識していない」との理由で地図から名前が消えてしまった。しかし、地元住民が中心となって、「歴史がある天保山の名前が削られるのは忍びなかった」「天保山が日本一低い山やと気づいてから愛着がわき、多くの人を知ってもらえたらと思ったんです」(『朝日新聞』大阪版 1999.8.19 朝刊)との思いから運動をおこし、大阪市をとおして交渉した結果、1996 年に日本一低い山として「天保山」の名前が 25,000 分の 1 地形図に復活した¹¹⁷。

さらに、大阪府堺市にある標高 6.8 メートルの蘇鉄山も、明治 22 年に大浜公園とともに造成され、ソテツが植樹された見晴らしのよい展望台として親しまれたが、昭和以降はいつしかその名も忘れ去られ、地図に名前が載ることもなかった。しかし、「一等三角点のある」日本一低い山として愛好家のあいだでは名が知られるようになり、それに興味をもち始めた一部の住民が「堺の新名所に」と思い立って活動を起こした。1999 年に「蘇鉄山山岳会」を結成して、登山認定証を発行したり、山の名前を売り込んだりする一方、堺市をつうじて国土地理院に地図掲載の申請を届け出ると、2000 年に国土地理院発行 25,000 分の 1 地形図に「蘇鉄山」が掲載された(『朝日新聞』大阪版 2000.4.30 朝刊)。

ただし、この蘇鉄山が、昭和山や天保山の事例と異なるのは、こうした活動がおこなわれる以前は、地元住民でさえその存在を認知している人は少なく、かならずしも共有された地域資源にはなっていなかったということである。すなわち、すでに地元の人びとのあいだで心的に表象化されていたものが〈地図〉に掲載されたのではなく、〈地図〉への掲載運動を通じて、その存在が地域資源として認知され、表象化されるようになっていったのである。実際、「蘇鉄山山岳会」が結成されたことで、市役所も山頂に説明版を設置するなどの PR 活動に動き、地形図掲載後には、マスメディアに取り上げられたことで、その存在は広く認知されることとなった。したがって、昭和山や天保山の事例では、人びとに共有された表象・資源が〈地図〉化されたのに対して、蘇鉄山の事例では、〈地図〉への掲載運動を契機として、はじめてそれが社会的に表象化・資源化されていったといえる。

しかし、いずれにせよ、こうした人工の自然地名を地域資源ならびに地域アイデンティティの一部として意味づけるのに、なぜ〈地図〉への掲載が必要だったのか。昭和山や天保山のように、すでにそれが地域で独自に表象化・資源化されている場合でも、〈地図〉によって「公称化」されていなければ、ある種の疎外感が地域住民にもたらされる。ここに〈地図〉なるものの権力性と、その従属下におかれる人びとの関係を見いだすこと

¹¹⁷ また、天保山地区では、地元のギャラリーや商店で構成されるまちづくり団体「天保山みなアート会」が、芸術・文化関連の地域資源をいかしたまちづくりの一環として、2007 年に「天保山みなアート地図」というガイドマップを作製している。

ができる。普段、〈地図〉は人びとに読まれたり、意識されたりすることは少ないものの、つねに公的な制度と権力の表象として、社会における空間のあり方を潜在的にコントロールしている。他方、「地名」は場所に対する人びとの愛着や誇りの重要なエレメントの1つであり、それは〈地図〉に登録されることで普遍性が担保されている。内口順二が述べるように、「はじめは少数の人についてしか通用しない地名と場所の記号関係も、そのうちの一部は土地所有との関連などから普遍化し、それが地図や公の記録に載ることによって広く社会的に認識され、固定化する」(内山 1987: 393) のである。逆に、〈地図〉から地名が消去されるということは、それに愛着や誇りをもつ人びと自身を「疎外」するということにつながる。とりわけ近年の「地名抹殺」(今尾 1994: 90)とも称される市町村合併も、こうした地名に対するアイデンティティを揺るがしたり、損なったりする〈地図〉の権力作用の発露として捉えられるだろう。しかし、ただ〈地図〉の権力に従属するのではなく、それに抵抗し、働きかけることによって、ローカルな地名の登記・承認を求めたのが、上記のような事例なのである。

他方で、次のよう事例もある。第4章で論じた千里ニュータウンでは、ニュータウン開発時につくられた名もなき人工の造成池が、地図で見るとグランドピアノの形に似ていることから、住民のあいだで自然発生的に「ピアノ池」と呼ばれ、親しまれるようになった¹¹⁸。そのため、最初は地形図や都市図には掲載されていなかったが、こうした住民のインフォーマルな認識が反映されるかたちで、いつしか〈地図〉にも「ピアノ池」の名前が掲載されるようになった(図表5-19)。この事例では、先の事例のような住民の運動があったという記録は見あたらないが、そうだとすれば、たとえ特別な働きかけがなくても、ある俗称が生活者のあいだで共有されることによって、こうしてフォーマルな〈地図〉に登録・承認されることもありうるということである。そして、ここにも、一見客観的にみえる〈地図〉の恣意性を見いだすことができる。たしかに〈地図〉は一般的・均質的な表現を特徴としているが、権力の作用として、一定の「選択」や「偏り」を含むものなのである。



図表 5-19 ピアノ池

(国土地理院 1 万分の 1 地形図「万博記念公園」平成 17 年 12 月 1 日発行)

¹¹⁸ これは第4章で示した「千里ニュータウン道路・橋及び公園の名称」の地図には掲載されていない。つまり、開発者が定めた愛称ではなく、住民のあいだで自然に定着した純粋にインフォーマルな愛称なのである。

また、町割りの変化などにもなって、すでに〈地図〉から消去された古い地名は、現在の〈地図〉に掲載することはできなくとも、地域で独自に〈マップ〉をつくることによって、歴史的な地名として「保存」することができる。たとえば、市町村合併や新しい住居表示への変更で多くの地名が失われてきた横浜市港北区では、市民団体「港北地名を調べる会」が、区内に昔から伝わる地名やその由来などを記した「港北歴史地名ガイドマップ」を作製している(『朝日新聞』神奈川版 2005.12.1 朝刊)。さらに、東京都千代田区では、2003年の江戸開府400年記念事業の一環として、「町名山来版」と呼ばれる案内板が各町に設置され、江戸時代の地名をあらわす地図と現在の地図を並べて掲示している(バス・コーポレーション 2006)。

ともあれ、〈地図〉にマッピング(登記)されるにせよ、新たに〈マップ〉が作られるにせよ、こうした地図を媒介にした「地名」の表象化・資源化も、地域アイデンティティを希求するまちづくりの文化戦略の1つの方法として位置づけることができるのである¹¹⁹。

5.3 都市のニューコミュニティと〈マップ〉

ここまでは、いわゆる伝統的な意味での地縁コミュニティの再生や地域アイデンティティの再発見を促す〈マップ〉のあり方について主に論じてきたが、空洞化・流動化が著しい大都市の中心市街地では、地域コミュニティの存立はより困難な状況にある。しかし、そうした場所でも、従来のように地域に根をおろす住民同士の強い結びつきとは異なる、よりゆるやかな結びつきによって新たなコミュニティが形成されつつある。そして、そこでも〈マップ〉なるものがつくりだされ、地域メディアとしてのオルタナティブな役割を託されるようになってきている。このような動向について、ここでも複数の事例を取り上げながら考察をすすめていきたい。

5.3.1 無名エリアの〈マップ〉

都市では、かならずしも純粋な「生活者」としての地域住民のみで地域コミュニティが構成され、まちづくりが担われているわけではない。大阪市北区の南森町付近に位置する大阪天満宮界隈では、近年若い店主による小規模ショップ(雑貨店、カフェ、古書店、ギャラリーなど)が集積し、新しい「エリア」を形成しつつある。鉄道路線や幹線道路が交わり、オフィスビルが林立する南森町駅周辺から南東にすすむと、日本一長いといわれる天神橋筋商店街、落語の常設寄席「繁昌亭」、そして大阪天満宮に行きあたると、さらにそこを越えて奥に入っていくと、閑静な住宅地区に行きつく。「閑静」といえば聞こえはよいが、参拝客で賑わう大阪天満宮から少し離れると、口中でも人通りはまばらで、商業地域としてみれば「閑散」とした印象は否めない。

¹¹⁹ たとえば、奈良市の「奈良町」という呼称は、1898年の市制施行とともに一旦は使われなくなったものであったが、30年ほどまえにまちづくりの担い手たちが積極的に使うようになり、観光地化が進んでいくにつれて、地元の人びとにも浸透していったという(鼎野 2009: 261)。

ただ、この地区には比較的安価な空きテナントを有する雑居ビルが多く、印刷・デザイン関係の事務所に比べて、「自分の店」の開業を志す若者層や脱サラ層が、ここ数年のあいだに少しずつ雑居ビルに小さなショップをオープンしはじめた。映画関連専門の古本屋、モロッコ輸入雑貨屋、女性の手作りパン屋、電子音楽が流れる蕎麦屋など、店主の感性による若者向けの個性的な店が隠れ家的に点在している。しかし、上記のようにオフィス街・繁華街からは外れた人通りの少ない場所にまばらに散らばっており、また路面店ではない店も多いことから、集客や売上げに苦しむ店も少なくない。

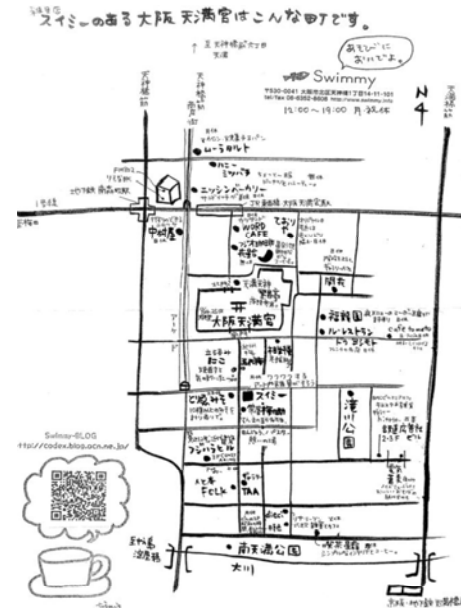
そのなかで、こうした店の店主たちによって、まちを紹介する下記 3 種類のガイドマップがそれぞれ別々に作られ、配布されている。図表 5-21：貸本カフェギャラリー“時色”による『テンマップ』（2010年）、図表 5-22：雑貨店“swimmy”による『スイミーのある大阪天満宮はこんな町です。』（2010年）、図表 5-23：雑貨店“露草社”による『天満天神というところ。』（2011年）である。いずれも同エリアを中心として点在するさまざまな店舗をマッピングして紹介するものであるが、デザインや形式はもちろん、掲載されている店もそれぞれ異なっている。



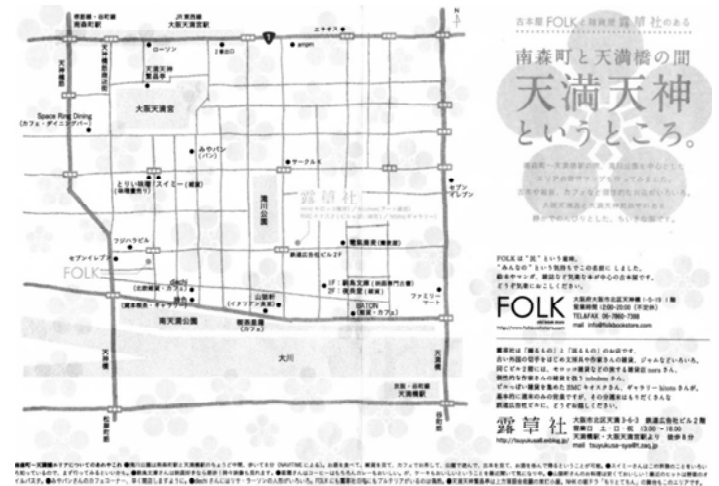
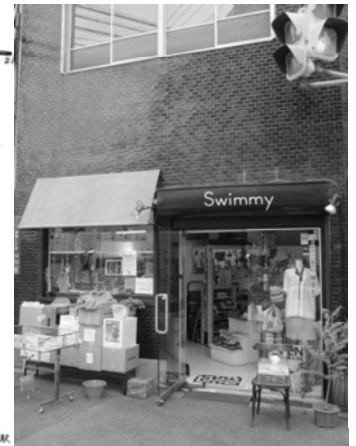
図表 5-20
雑貨屋・ギャラリーなどが店を構える
「鉄道広告社ビル」(天満3丁目)
(2011年10月18日撮影)



図表 5-21 テンマップ (時色 2010年)



図表 5-22 スイミーのある大阪天満宮はこんな町です。(swimmy 2010年)
(写真：2011年10月18日撮影)



図表 5-23 天満天神というところ。(露草社 2011年)

では、これらは、どのような経緯・意図で作られたのか。マップの作り手である“時色”店主の A 氏（30 歳代男性），“swimmy”店主の B 氏（30 歳代女性），“露草社”店主の C 氏（30 歳代女性）にそれぞれインタビューをおこなった¹²⁰。

まず、A 氏はマップづくりの経緯について次のように語っている。

A 氏：この地域というのが、そんなにたくさんの商業ベースの店がないので、通常でいえば、自然発生的にお店が集結して、お客様が集まるという構図があると思うんですけど、この地域っていうのはそういう構図ではないので……。店数もそんなに多くないので、そういう思いのなか、お声がけをして、地図上にお店の記載をすることによって、まず場所を知ってもらおうと。

また、C 氏も「まだこのまち自体が知られていないので、中崎町や堀江とは違って、わざわざ来ってもらうということが難しい」と話すように、まち自体の認知度と集客力の低さが、こうしたマップづくりの共通した動因になっているようである。そこで C 氏が引き合いにだしたように、大阪市内の中崎町や堀江にもファッション・アート系の個人的なショップが集積するエリアが形成されているが、いずれも梅田や心斎橋に隣接する立地条件のよい場所にあることから、おのずと店舗も顧客も増加しやすいというしくみがある。またそれと連動するかたちで、タウン情報誌などのマスメディアは中崎町や堀江を積極的に取り上げ、その宣伝効果もあって、両エリアは若者層の人気を獲得していった。逆に天満宮界隈は、そうしたマスメディアに取り上げられる機会も少なく、その宣伝効果による店舗・顧客の増加は見こみにくい。そこで、みずから情報を発信するためのオルタナティブなメディアとして、こうした〈マップ〉が必要とされたのである。

ただし、自分の店を宣伝しただけであれば、各店のフライヤーに自店舗の位置情報だけを示した案内図（アクセスマップ）を掲載すればよいはずである。そうではなく、まちを全体として紹介するマップが作られたのは、一体どういうことなのか。

A 氏：それともう 1 つは、個々のお店にすぐ特徴があって、ちょっとでも多くの人に知ってもらいたいなあというのが始まりで……。

B 氏：うちは路面店でよく道を尋ねられるので、そういう時に、このあたりの土地勘がすぐにつかめるマップが必要なので、用意してるっていうのもあって、結構喜んでもらえますね。

C 氏：うちは店が小さいし、週末しかやってないので、店単体で紹介するよりも、まち全体を紹介する方がいいと……。

それぞれニュアンスは異なるものの、こうした文脈で 3 名とも他店舗との「共同」「共存」を志向していた。他の店に、あるいはまちに人が集まるようになれば、自分の店にも人が流れてくる。逆に、自分の店にきた客を、他の店に案内することもできる。業種や特徴の異なる個人的なショップが集まる地域であるからこそ、そうした相乗効果が期待できると考えられたのである。ただし、そこには単なる経済的な効率性にとどまらない地域活性化への期待もこめられていた。

A 氏：1 つのお店というよりは、やはりこのまちの環境なり、佇まいみたいなものが、やっぱりいいんだよと。来てもお店だけ行くんじゃないで、川も眺めたり、お散歩もしたり、みたいなことも含めたパッケージかなと思うんですけどね、このへんは。そういうことがちょっと伝えられたらいいんじゃないかと。

B 氏：自分の店だけじゃなくて、地域がもっと盛り上がってほしくて。とにかく、まちの楽しさやイメージが伝わればいいかなって。歴史散歩とかじゃなくて、もっと気楽に楽しくまちを散歩できるように……。

こうした意識から、A 氏は知人のイラストレーターに依頼してマップにイラストを盛りこみ、また B 氏はみずから手描きでマップを描き、簡単なコメントを書き添えることによって、素材で気楽なまちのイメージが表現された。B 氏の「歴史散歩とかじゃなくて……」という発言からも読みとれるように、固有の地域性が強く打ちだされているわけではないが、それでも、単なる店の集積ではなく、1 つの「まち」を表現しようとする意志がそこには垣間見える。実際、A 氏の『テンマップ』には、サブタイトルとして「天満天神お散歩地図」という記載があり、繁昌亭や大阪天満宮、川端康成生誕之地、若松の浜（御舟かもめ発着場所）といった歴史・文化資源もいくつかマッピングされている。それらは、いわば都会の商業エリアにおける地域性を担保するための資源なのである。

とはいえ、主要なエレメントは、あくまでも「店」である。言い換えれば、これらのマップでは、「自分たちの店」を 1 つの地域資源とし、それを主題にして、「まち」「地域」が表象されているのである。しかし、前述のように、マップによって掲載店舗や掲載範囲は少しずつ異なっている。これはどのような基準で選択・決定されたのか。

どのマップに関しても、基本的には自分が知っている店や気に入っている店を主観的に選んで掲載したというが、『テンマップ』は裏面に各店舗の基本情報（店の内容・住所・営業時間など）を掲載するために、各店舗に掲載依頼をおこなったのに対して¹²¹、B 氏の『スイミーのある〜』と C 氏の『天満天神というところ。』に関しては了承を得ずに各店舗を掲載している。ただ、どのマップに関しても、直接的な付き合いのあった店だけが掲載されているわけではない。とりわけ C 氏は、2011 年の 5 月に店をオープンし、その 2 か月後にマップを制作したため、まだ自分自身がまちのことを十分に把握しておらず、その時点で

¹²¹ ただし、広告費は一切とらず、マップは完全に自費で制作された。

¹²⁰ インタビューは、いずれも半構造化面接法によって、2010 年 12 月 22 日（A 氏）、2011 年 8 月 28 日（B 氏）、2011 年 9 月 4 日（C 氏）にそれぞれおこなった。

付き合いのあった店は、マップ掲載店のうち約半数にすぎなかったという。また、A氏・B氏に関して、店を開いたのはともに2009年と、まだ口が浅い。そもそも、このまちに店が増えはじめたのがここ2〜3年のことであり、そこに店を構える人びとも、この新しいまちのことをよく理解しているわけではなかったのである。そのため、店同士の付き合いもそれほど濃密ではなかったという。

こうした事情から、『テンマップ』では、まちの南端を流れる大川以南の北浜方面にまで掲載範囲を拡大して、もともと付き合いのあった店を掲載しているが、A氏によれば、実際は大川以北の天満宮界隈を1つの「まち」と考えており、「今後ここから何かが広がっていくということを目指している」という。そもそも、このまちは、北は京阪国道1号線、西は天神橋筋、南は大川、東は谷町筋に囲まれた地域一帯を指しており、この範囲が1つの「まち」であるという認識は、A氏・B氏・C氏をはじめ、他店舗の店主たちにもおおよそ共有されているものである。ただ、それは暗黙の了解に近いものであって、互いにそれを直接確認しあうような機会や媒体があるわけではない。

さらに、このまちには社会的な表象として統一された「名前」もない。まちの存在自体が知られていないということにくわえて、「中崎町」や「堀江」のような共有された名称がないという意味で、まさに「無名」なのである。「天満宮界隈」というのは、ここで便宜的に使用してきた表現であって、実際に使用されている呼称ではない。実際のところ、天満宮はまちの「中心」に位置しているわけではなく、店が集積しているのは天満宮の南東一帯である。

もちろん、公的な住居表示名（天神橋1丁目、天満2〜4丁目）や伝統的な町会コミュニティの総称（澁川地域）はある。しかし、「天神橋」は、天神橋筋商店街のことをイメージさせ、また「天満」は、はるか北にあるJR天満駅周辺の盛り場を指す地名として一般的に認知されている。近年、その天満駅周辺は、立ち飲み屋や多国籍な飲食店が集まるグルメエリアとして人気を集めており、「天満」という呼称でマスメディアに取り上げられることも多くなっている。それに対して、前述のように、天満宮界隈はこうした1つの「まち」や「エリア」としてマスメディアに取り上げられることはほとんどなく、それゆえ特定の呼称が定着することもなかった。実際の地理的範囲としては、上記の町会コミュニティの「澁川地区」の範囲とおおよそ重なっているものの、「澁川」という呼称では一般的な浸透は難しい。通常、こうした商業エリアの呼称は、最寄りの鉄道駅の名称をとることも多いが、このエリアは最寄りの南森町駅や天満橋駅からは外れた場所にあるため、「南森町」や「天満橋」と呼ぶには違和感がある。

そして、これら3つのマップの名称には、「大阪天満宮」「天満天神」といった表現が含まれているが、いずれもこの「まち」の呼称として実際に使用されているものではない。C氏も、マップを作るにあたって、まちの呼称に悩んだというのが、天満宮をランドマークとして位置づけたいという意向もあり、A氏が作った『テンマップ』のサブタイトルにある「天満天神」を踏襲した。そして、これをマップに掲げることによって、定着につなげようと考えたのである。しかし、それはマップが作られても定着には至らず、依然としてこのま

ちには一般化した呼び名がないままである¹²²。

それでも、ここで指摘しておきたいのは、このようなまちの「曖昧さ」は、マップづくりという行為を生み出す潜在的な要因でもあったということである。つまり、第4章で論じたニュータウンと同じような論理で、名前もない新しいまちを定義し、意味づけるために、この場合は〈地図〉ではなく、それを再構成する〈マップ〉がつくりだされる必要があったのである。

では、これらのマップは、実際に地域にどのような影響をもたらしたのか。ただし、いずれのマップもその配布方法・箇所はきわめて限定的であった。白店舗に来店した客への配布以外では、『テンマップ』は掲載12店舗に500部ずつ配布されたが、『天満天神というところ。』は印刷費を共同で出資した某古書店¹²³に配布されただけで、『スイミーのある〜』に至っては白店舗以外での配布はおこなわれていない。したがって、それだけで劇的に客が増えたり、地域が活性化したりするようなことは、そもそも見込めないはずである。そのためにはマップを地域内外に広く配布するような工夫が必要だろう¹²⁴。それでも、A氏はマップの意義について次のように語っている。

A氏：個々のお店が、極端に言えば10人以下のお客さんが10人以上になったりとか、そういう効果は多少望めるのと、それとお店同士の連携というか連帯というか、せつかなので、業態は違えども、そういうふれあいをしておくことによって、昔でいうとご近所付き合いのような感じでね……。

実際、マップ配布後も、顧客の絶対数はわずかに増加した程度であったが、店主同士が店を行き来したり、客が店を回遊したりするような「連帯性」と「回遊性」の高まりが多少なりとも見られたという。また、B氏やC氏も、マップ配布後の変化として、他の店の店主とまちの情報を交換し合うようになったということや、客に他の店を案内しやすくなったということ、逆に客が他の店のことを教えてくれるようになったことを挙げている。店主ひとりで切り盛りする店が多いため、普段は店主同士が店を直接行き来する機会は多くないが、その場合でも上記のように客が「触媒」となって店を回遊することで、店同士を間接的につなげることもできるのである。さらに、B氏はマップを作ったことで、まちの情報が自分自身に蓄積されるようになり、日常的に地域情報を発信していくモチベーションが高まったという。そして実際に、B氏はそれをきっかけとして、Twitterなどを

¹²² 店主らのあいだでは、暫定的に「天満」「南森町」「天満橋」などの呼称が用いられてきたが、最近では「南天満」という呼称が使われはじめている。広義の「天満」や、「天満」の中心とは差別化された固有のエリア名としては、たしかにこの「南天満」が適切であるように思われる。

¹²³ 同古書店は2011年7月に南堀江で開かれた某イベントに露草社とともに出張店舗を出し、その際の配布物として、まちを宣伝するマップを共同制作することになった。ただし、企画・デザインはすべて露草社によるものである。

¹²⁴ ただ、そのためには相応の費用や労力が必要であり、個々の店によるボランティアでは困難をとまうことも事実である。

利用しながら、まちの情報を主体的に発信する役割を担うようになっていく。そして、2011年に店を開いたばかりのC氏も、最近では「天満村」という呼び名をみずから用いるほど、地域に馴染んできている。それはC氏自身がマップづくり等を通じて社会関係資本を蓄積し、小規模ながらも共同性に満ちた「ムラ」のような場所としてまちを生きるようになったことの流れといえるだろう。さらに、最近では閉店後に店主たちが集う食事が開催されるようにもなっており、以前に比べて、店同士のつながりは確実に広がってきているといえる。

ただし、ここで店主らが求める「つながり」は、決して伝統的なムラ社会のそれのように強固で濃密なものではない。それぞれが横のつながりは大切にしたいとしながらも、付き合いは「適度に仲良く……」(B氏)、「無理をしない程度に……」(C氏)と、あくまでドライである。商売のために偶発的にまちに集まった店主たちが結んでいるのは、そうした「弱い紐帯」(Granovetter 1973=2006)¹²⁵である。さらに、誰もが地域の活性化を望んでいるのは事実であるが、「店はもう少し増えてほしいなというのはみなさん思っておられるのは事実ですけど、ただ過剰に増えてもらうのは逆に困るんじゃないかな」(A氏)、「もっと認知度が高まって人が流れてくればいいけど、人もお店も増えずぎてほしくはないんですよ」(C氏)と話すように、店の乱立によって自分の店が埋もれたり、閑静な雰囲気や壊れたりするほどの盛り上がりは必要ないと考えている。

それでも、既存の〈地図〉や〈マップ〉にはない無名の「エリア」で商売を営むことになった人びとが、そうした弱い紐帯を結び、ともに「まち」をつくっていくための1つの契機として、〈マップ〉をつくるという実践は一定の意義を有するものだったと思われる。A氏も下記のように、〈マップ〉そのものよりも、〈マップ〉をつくるという行為に、社会関係構築の「きっかけ」としての意義を見いだしている。

A氏：理想的にはね、もうちょっと日ごろの付き合いがあって、こういうのも本当に「お願いしますよ」というのではなくて、一声かけたら、「ああ、いいよ」みたいなね、そういう関係性を最初に作るということが重要なんじゃないかと。この作られたものが重要なじゃなくて、まず最初の行為がね、やっぱり重要なんじゃないかな。

他方で、それは組織化されていないニューコミュニティにおけるマップづくりの限界を露呈するものでもあった。それぞれの店主が個別にマップを制作し、配布するだけでは、前述のように、全体における目に見えるような変化は期待しにくい。また、こうしたマップづくりでは、作り手個人の主観的選択への依存が大きく、そこで選択されなかった店は、

¹²⁵ ミクロとマクロを連結する社会的ネットワーク分析を試みたM.S.グラノヴェーターは、疎外を生み出す元凶とみなされることの多かった「弱い紐帯」を、「個人が機会を手に入れるうえで、またその個人がコミュニティの統合されるうえで、不可欠のもの」(Granovetter 1973=2006: 147)とみなす一方で、「強い紐帯」は、「局所的に凝集した部分を生み出すがゆえに、全体を見渡せば断片化をもたらしている」(Granovetter 1973=2006: 147)というパラドクスを指摘している。

当然マップの情報からこぼれ落ちることになる。実際、この事例でも、作り手が知らない店や、知っていてもつながりのない店、あるいは業態の異なる店は、いずれのマップにもほとんど掲載されていない。たとえばB氏のマップには、当初は老舗商店もマッピングされていたが、客層を考慮して、若者向けの店にしぼりこんだという。たしかに、そういったことが、現実の地域における「分断」や「疎外」を再生産するほどの影響力をもつかどうかは定かではない。だが、こうした作り手個人の主観やネットワークに依拠した〈マップ〉は、弱い紐帯を強い紐帯へと変化させ、それが表象する「コミュニティ」を内閉化・局所化してしまう可能性も孕んでいるのである。

さらに、このエリアは、前述のように「滝川」と呼ばれる伝統的な町会コミュニティが根強く残っている地域でもある。そして、その上着化した住民の大半は、これらのマップの存在も、ショップの存在も基本的に認知していないはずである。すなわち、上着層によるオールドコミュニティの〈地図〉と、流入層によるニューコミュニティの〈マップ〉が異なる層をなして重ね合っているのである。これも、〈マップ〉によって表象される地域内の「分断」の側面といえるだろう。実際、同じビルに住む大家との軋轢などを理由に、店を別の地域に移転することを決めた店主もいる。〈マップ〉は、このように分断し流動する地域社会のなかで、特定の人びとによって選択され、再構成された1つの地域像なのである。

ここではそうした分断をめぐる問題を深く掘り下げることはしないが、ともあれ、このようにして大都市の作商混在地域では、既存の住民コミュニティとは生活世界の異なる流入層(よそもの)が、ゆるやかなつながりを資本にして新しい「まち」を形成する過程で、既存の〈地図〉に自分たちの〈マップ〉を塗り重ねている。その影響力にはやはり一定の留保が必要であるが、こうした実践そのものに、流動化した地域社会における〈マップ〉のアクティビティを見ることができるのである。

5.3.2 商業空間における共同のマップづくり

上記の事例では、同エリアで3つのマップがそれぞれ個別に作られ、配布箇所も限定されていたため、地域ぐるみの運動に発展することはなく、またその影響力も最小限にとどまるものであった。それに対して、同じく個人で店を構える店主たちが「チーム」を組んで、まちのマップづくりに共同で取り組んだ事例もある。

近年、大阪市中央区の谷町6丁目駅を中心として東西に分かれる「空堀」と「玉造」と呼ばれる地域でも、比較的若い世代の店主が個人で営むカフェ、ギャラリー、雑貨屋、古木屋などが集まる新たなエリアが形成されている。

空堀エリアは、震災を免れたことで、築100年程度の長屋や石畳の路地などがまともに残る地域であり、2001年に建築家の六波羅雅一氏を中心に結成された市民団体「長屋再生プロジェクト・からほり倶楽部」によって、そうした昔ながらの町並みをいかしたまちづくりがおこなわれてきた。それによって、老朽化した長屋のリノベーションが進み、ここでの居住や開業を希望する人びとへの支援活動が展開されたことで、ユニークな長屋再

生ショップが急速に増加した。こうした活動はマスコミにも取り上げられ、街中に芸術作品を展示する「からほりまちアート」と呼ばれる大規模なイベントも毎年開催されるようになったことで、以前は住宅街にすぎなかった地域に外部からの観光客や買い物客が訪れるようになった。

しかし、キタやミナミの繁華街、あるいはその他の観光スポットからはやや離れた場所に位置することもあり、普段のヒトの流れはそれほど活発ではない。また、タウン情報誌のようなマスメディアに取り上げられることも皆無ではないが、まちを全体としてクローズアップするような〈マップ〉が掲載されることは基本的にない。また、「空堀」という地名そのものは、住居表示名や駅名にはないため、大阪のなかでもそれほど広く知られた存在ではない。



図表 5-24 空堀の長屋改装ショップ (2011年10月25日撮影)

また、玉造エリアに関しても、個性豊かな雑貨店や隠れ家的な飲食店などが増えつつあるが、JR 環状線の「玉造駅」が一定の知名度を有する一方で、その周辺に広がる「まち」としてはマイナーな存在であり、マスメディアに取り上げられることも決して多くはない。また、玉造は、ちょうど中央区・東成区・天王寺区という 3 つの区の境界線がまじわる場所に位置しており、同じエリアでも行政上はそれら 3 つの区に分割されるため、行政主導の一体的なまちづくりは実施しにくい地域でもある。

そのなかで、2010年から空堀・玉造エリアで店を構える店主があつまって、店の案内に特化したフリーペーパー形式のガイドマップを共同で制作しはじめた。その中心になったのが、2009年1月に玉造エリアにギャラリーをオープンしたF氏(30歳代男性)である¹²⁶。

F氏はもともとこの地域には所縁がなく、いわば「知らないまち」に店を出すことになっ

¹²⁶ F氏には、2011年10月11日に、半構造化面接法によりインタビューをおこなった。

¹²⁷ なお、F氏のギャラリーは2010年12月で閉店したが、現在は鶴橋に事務所を設けてデザイン業に専念する傍ら、KaRaTaMapの活動をはじめ、玉造・空堀エリアのまちづくりに携わっている。

たため、開店当初、来店した客から周辺の店について尋ねられたときに、まちを案内することができなかったという。

F氏: 来るお客さんに対して申し訳ない気持ち一杯やったんですよ。なぜここをわざわざ選んで来たのかとか、駅から微妙に遠いし、電車賃払って来てくれるのに、何にもなかったらなあっていうのがあったんで、そこはプラスアルファ、うちに来たときの価値ですよ。うちに来て、このエリアに来て、何かあるよっていうのを紹介することで、ここに来て良かったなという。で、結局まちを知ってもらわないと、うちにも来てもらえないんですよ。

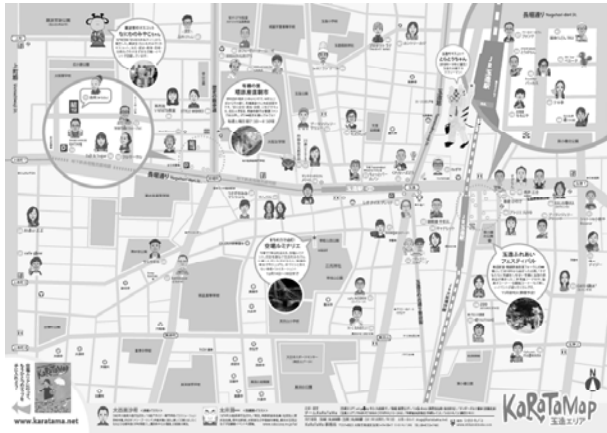
また、F氏はまず自分の店を宣伝するマップとして、大阪市中心部のギャラリーを紹介する「ギャラリー & カフェ MAP」(制作: ギャラリー & カフェ連絡協議会 We) への掲載を依頼したが、地図の収録エリアからは外れるとして承諾されなかった。

そこで、いつそのこと自分でまちのマップを作ろうと考えたが、1人では動きだすことができなかったため、もともと知り合いだった空堀エリアのギャラリー店主O氏に相談したところ、玉造と空堀のマップを共同で制作するというアイデアが浮上した。

そして、2009年夏にF氏とO氏がそれぞれ周辺のショップオーナーに声をかけたところ、7人の運営メンバー(雑貨店、古書店、ギャラリーなど)があつまり、「チーム KaRaTaMa」が結成されることになった。まずは2010年1月の発行をめざして月1回の制作会議をおこない、7人で分担して協賛店探しを始めたが、チェーン店は原則的に除外し、気軽に立ち寄ることのできるギャラリーや雑貨店、カフェ・飲食店などを中心に協力を依頼することとなった。すでに一定のネットワークが形成されていた空堀エリアに関してはスムーズに協賛店があつまったが、一方で玉造エリアに属する運営メンバーはF氏1人だけで、自身が知っている店も少なかったため、基本的に「飛びこみ」で各店をまわった。初刊のためサンプルがなかったことや、掲載料(5000円)が発生することなどがネックとなって、掲載を断られた店もあつたが、最終的には両エリアともに48店舗(計96店舗)が集まり、対象範囲も当初の予定よりやや広がったため、空堀と玉造を2枚のマップに分けて印刷することとなった。

こうして2010年にKaRaTaMap vol.1 空堀エリア・玉造エリアがそれぞれ発行され、各協力店での配布が始まった¹²⁸。そして、2011年には参加店舗が112店舗に増加した vol.2 が発行され(図表 5-25・5-26)、また2012年も vol.3 の発行が予定されている。

¹²⁸ vol.1 は計 30,000 部発行され、各参加店に 100 部ずつ配布された。また、2011 年の vol.2 の発行部数は協力店の増加にもない計 60,000 部に増加した。



図表 5-25 KaRaTaMap vol. 2 玉造エリア



図表 5-26 KaRaTaMap vol. 2 空堀エリア

このマップの表現の大きな特徴は、マッピングされた各店舗のポイントに店主の「似顔絵」が描きこまれているという点である。これは、O氏のギャラリーに訪れていた作家が担当したもので、「そのほうが、ここのお店がこの人やっているのがすごいわかって、それがコミュニケーションのひとつにもなる」(F氏)のだという。すなわち、似顔絵をマッピングすることで、個々の店を視覚的に差異化するとともに、まち全体を単なる店の集積としてではなく、ヒトの顔が見える「コミュニティ」として演出していったのである。

また、このマップの制作に至った経緯として、まず重要だったのは、前述のように、F氏自身の店が既存の「ギャラリー & カフェマップ」から漏れたという出来事に代わって、空

堀エリアの運営メンバーであるO氏もマップの必要性をかねてから感じていたということである。空堀では、2010年まで毎年開催されていた「からほりまちアート」の際に期間限定でイベントマップが配布されたり、2008年までは歴史資源を中心に紹介する「からほり絵図」(制作：からほり倶楽部)というガイドマップが販売されたりしていたものの、まち全体の「店」の紹介に特化したマップがこれまで継続的に配布されることはなかった。たとえば、前述の堀江の事例でみたように、市販のガイドマップ等で若者向けの新しい店が積極的にマッピングされる一方で、地域社会の歴史性が埋もれ、不可視化されるというケースはよくあるが、ここでは逆に、名所や史跡などの歴史的なスポットが積極的にマッピングされ、資源化される一方で、新しく営まれている店がマップから漏れていたのである。F氏は、そうした従来マップについて、次のように語っている。

F氏：自分が店をやってみて思ったのは、それではお客さんが満足しないのではないかと。本当にコアで好きな人とかが、それ(歴史マップ)を買って見て「お〜」っていう感じで。でもターゲット的にはもっと若い人に来てほしいなと思って……。そーいうのを考えて、あえて歴史的なものは一切載せないという。

こうして、KaRaTaMapは、歴史資源を不可視化する一方で、既存の〈マップ〉からこぼれ落ちた「店」を1つの地域資源とみなして可視化していった。通常は歴史的なスポットに対して、こうした商業的なスポットは、文化資源としては劣位におかれるが、このマップではその関係を反転させ、「店」に価値をおいて資源化することで、地域を選択的に表象しているのである。

また、この事例においても、マップの作り手になったのは、地域に土着化した人物ではなく、いわゆる「よそも」であった。つまり、地域のことをよく知っている人物ではなく、地域に新しく流入してきた人物が中心となって、「よく知らない場所」をマッピングしたのである。

F氏：僕も空堀ってどこなんかわからなかったし、この近くに住んでやっとわかったけど。これも空堀・玉造といいながら、玉造はわかるけど、空堀ってないじゃないですか、地名的なことをいえば……。で、玉造に関しては、来たときのイメージは、何もなかったんですよね。特徴というか……。

たしかに空堀にも玉造にも店は増えつつあったが、その多くはかならずしも地域に密着したものにはなっていなかった。それゆえ、F氏は当初、「自分も含めて、何でここで(店)をやったのかな」という思いすら抱いたという。しかし、逆にそれがマップをつくる動機づけになり、そしてマップをつくるという実践に、店と地域をつなぐ役割が見いだされることになった。

F氏：いまは（このエリアが）店を出すとこやと思ってるんですよ、僕は。自分がこういうのを作ったっていうこともあるし……。店だしてるところの周りの人に知ってもらって、来てもらって、それで成り立たせるっていうのが一番いいと思うんですよ。「本に載ってる」とか、「ここ有名やから」とか、「堀江行ったら何かあるやろ」とか、「アメ村行ったら買い物できる」とかではなく、そこに住んでる人はそのことを知ってるという状態になれば、一番まちとしての個性が出ると思うんですよ。

こうして、マップづくりを1つの契機として、まず作り手であるF氏自身が、当初は「何もなかった」という地域への認識と社会関係資本を形成するとともに、店同士のネットワークが促進されていった。

F氏：効果はね、すごいありますね。まず僕が店を知れたっていうのが一番大きいし、あそこがいいよとか、ここがいいよとか言えるようになったということですよ。で、だいがその店の人と仲良くなってきたというのものもあるから。……これをきっかけに薄いところから、まあまあ深くなる場所もあって、付き合いというのも出来ていったので。

この事例では、共同でマップづくりがおこなわれ、また掲載店舗数や発行部数も多かったため、店同士の相互認知やネットワーク促進の効果は、(計量的な比較はできないものの)先の天満の事例よりも大きかったはずである。また、それは、地域全体にも活性化の兆候をもたらしつつあるという。

F氏：これはやっぱり発行部数が多いし、もちろんまだまだ知らない人も地元でもいるんですけど、1号・2号でだいが知ってるっていう人が増えてきたのはたしかで、店も最近めっちゃ増えてきたんですよ、このエリアに。だから、ちょっと面白いと思ってくれるようになってくるんじゃないかなと、勝手に思ってた。別にこれ(マップ)を知ってるからっていうんじゃないけど、まあ1つこういうの(マップ)があるっていうことと、また別で色々なネットワークもあると思うし、このエリアで、面白い人がいるみたいなことで、ちょっとでも話題になったり、このへんが今いいってことになったらいいなと思ってる。

たしかに、この事例においてもマップの効果だけで客や店が極端に増えるということは考えにくい。それでもマップづくりの活動が1つの「きっかけ」や「話題」となって、間接的・波及的にまちのイメージアップ(および客や店の増加)につながっていく可能性は十分にあるだろう。ただ、少なくとも客の増加という点については、F氏自身もはじめから目に見えるような効果を期待していたわけではない。

F氏：個々のお店でお客さんが増えた増えてないは、もちろん差もあるし。でも最初から言ってるのは、これは広告ではないから、いきなり「うちの店これに載せたのにお客さん来ーへん」っていうのは、違うと。そこはまだ求めてほしくないんですよ。みんなでやったら、全体的な底上げができたらいいなっていうところはあるし。でも次3年目になるので、3年目はそろそろ個々のお店もこれ載せて効果があるよなっていうのをちょっとは思ってもらえるようにしたいとは思ってるんですけどね。

ここでF氏が語るように、このマップは「広告」ではなく、単純な営利を追求して個々の店を「宣伝」するということが第一義ではないという。それは全体の総意ではないかもしれないが、この活動で第一に目指されているのは、端的に言えば、地域性・共同性の構築と全体の底上げである。マップの制作が共同でおこなわれたことの意味は、まさにこうしたところにあるはずである。つまり、マップはそうした店の集積によって「コミュニティ」を表象し、まちの「一体感」や「地元感」を醸成する装置として生みだされたものといえるだろう。そして、ここでもマップそのものだけでなく、マップづくりという活動・実践に、ネットワークの促進や地域活性化の契機としての意義が見いだされるのである。

そして、このKaRaTaMapは、2011年9月1日～10月16日の期間で開催されたスタンプラリー「からたまラリー！」にも活用された。これにはKaRaTaMap vol.2に掲載された112店舗中82店舗が参加し、ラリー参加者は8つに分けられたグループからそれぞれ1店舗ずつ計8店舗のスタンプを集めるとプレゼントに応募できるというルールが設定された。

F氏：スタンプラリーやったのは、一回空堀・玉造でみんなで何かやってるっていうのをやりたくて、やったんですけど、これはこれで課題がたくさんあって。こんだけのお店があると、それぞれのモチベーションが違うんですよ。

こうして、マップづくりから派生したスタンプラリーの開催によって、集客とともに、店同士の連携が図られたのであるが、F氏が語るように、参加店舗のなかでも趣旨の理解度やスタンスに差があり、全体のモラルは統一されなかった。また普段も、店主たちは営業中に店を空けて外出することができないため、そもそも店同士の連携を強化することには一定の限界もある。しかし、だからこそ、こうしたマップが人びとをつなぐ「媒体」として意味をもつと考えることもできるだろう。F氏が、「お店の人も、お客さんも、こんな店があるんやっていうのは絶対思ってるはず」と語るように、少なくともマップを介して店同士が相互に認知しあい、客の回遊性が高まることは、全体のゆるやかな連帯や一体感をもたらす1つの契機にはなるはずである。

以上のように、オルタナティブな〈マップ〉は、生活空間だけでなく、商業空間でもつくりだされる。ただし、それは単に商業空間を表象し、個々の店を宣伝する広告的な機能だけでなく、それらの店によって構成される「コミュニティ」を擬似的につくりだすことで、店同士の連携や客の回遊性を高めるような機能が付加されている。しかし、それはマ

ップそのものではなく、「マップづくり」という実践と、そこから派生する活動や出来事に付随するものであって、かならずしも即効的な効果を期待できるものではない。

それでも、地域コミュニティや商店街の衰退（シャッター通り化）が問題視される現在の都市のなかで、「よそのもの」¹²⁹として流入してきた人びとが、そこに自分たちの店をマップピングする活動をとおして、所縁のなかった場所を自分たちの「まち」として意味づけ、ゆるやかな連帯を形成しようとしていることは事実である。都市における商業空間（エリア）の大部分は、依然として資本・マスメディアによってマップ化＝広告化され、意味づけられるものであるが、その隙間で、こうしたオルタナティブな（マップ）とともに、新しい「まち」がつくりだされているのである。そして、KaRaTaMapの事例にみられるように、それは外部からの集客を目的とした広告的な装置としてだけでなく、内発的に新しいコミュニティの一体感や連帯感を醸成することで地域を活性化させるための地域メディアとして機能しうるものだといえよう。

5.3.3 古書店マップづくりの実践

以上のことから、〈マップ〉なるものは、地域のイメージを再構成するオルタナティブな空間表現としての可能性と、それを契機として地域のネットワークやコミュニケーションを促進する道具（媒体）としての可能性をもちうるものが明らかになってきた。

そこで、さらに、こうした〈マップ〉の可能性を示唆するケーススタディとして、筆者自身がアクションリサーチ¹³⁰の一環としておこなった「天神橋筋・中崎町界隈古書店マップ」の事例を付け加えて論じておきたい。これも〈マップ〉の実際的な「効果」を完全なカタチで立証するものではないが、「テーマ」をより限定した〈マップ〉の活用事例として、参考までに紹介しておくこととする。

このマップづくりは、筆者が2010年度に関西大学社会的信頼システム創生センター¹³¹のリサーチ・アシスタントとして大阪市北区の天神橋筋商店街を拠点に活動していた際に、近隣の古書店の店長T氏（30歳代女性）からある相談を受けたことに端を発する。それは、「最近お客さんに周辺の古本屋さんについてよく尋ねられるんだけど、私もどこにどんなお店があるか分からなくて。地図があると便利なんだけど……」というものであった。この天神橋筋商店街周辺には、2000年ごろから自然発生的に古書店が増えはじめ、大阪府下では最大の古書店エリアが形成されていたが、一般的には「古本のまち」としての認知度

¹²⁹ 近年のまちづくり論では、地域活性化の原動力として、外部者である「よそのもの」の参与の重要性が認められつつある。そして、空堀の長屋をいかしたまちづくりに関しても、「からほり倶楽部」というよそものを中心とした市民団体の貢献が大きかったといわれている（柴田 2006）。

¹³⁰ 矢守克也によれば、「アクションリサーチ（action research）とは、望ましいと考える社会的状態の実現を目指して研究者と研究対象者とが展開する共同的な社会実践のことである」（矢守 2010: 1）。これはもともとグループ・ダイナミックスの創始者K.レヴィンによって提唱されたものであり、近年は地域防災や地域活性化への活用が期待されつつある。

¹³¹ 当センターは、「文部科学省私立大学戦略的研究基盤形成支援事業（平成22年度～平成26年度）」として創設されたものである。

は低く、またT氏が話すように古書店同士の相互認知や交流も十分ではなかった。また、これまでタウン情報誌の古本屋特集などでは、この天神橋エリアの古書店が個別にピックアップされることはあったが、それらが網羅的に紹介されたり、マップに掲載されたりすることもなかった。

ただ、本来、古書店というものは、同地域に集積することで競争するのではなく、むしろそれぞれが取扱うジャンルを棲み分けし、顧客の回遊を促すことによって、共存共栄を図ることが望ましい業種である。実際、近年のヨーロッパでは、新たな地域文化の育成のために、古書店を集積させるなどして「本のまち」を名乗り、地域の内発的発展を図る「ブックタウン」の試みが各地に広まっており、日本でも東京・谷根千地域の「不忍ブックストリート」や「西荻窪ブックマーク」、福岡の「BOOKUOKA」、名古屋の「ブックマーク名古屋」などがそうした取り組みを展開している（石井 2009; 2010）¹³²。ただ、こうした取り組みの推進のためには、まずその地域に古書店が集積しているという事実が広く知られる必要があるとともに、古書店同士が互いの存在と業態を認知し、情報の共有や顧客の案内をおこなうようになることが望ましい。そして、それを効率的に可能にするのが〈マップ〉である¹³³。

そこで、同センターの地域活性化事業の一環として、筆者が企画を担当し、関西大学社会学部の学生2名の協力を得て古書店マップの制作を実施することになった。

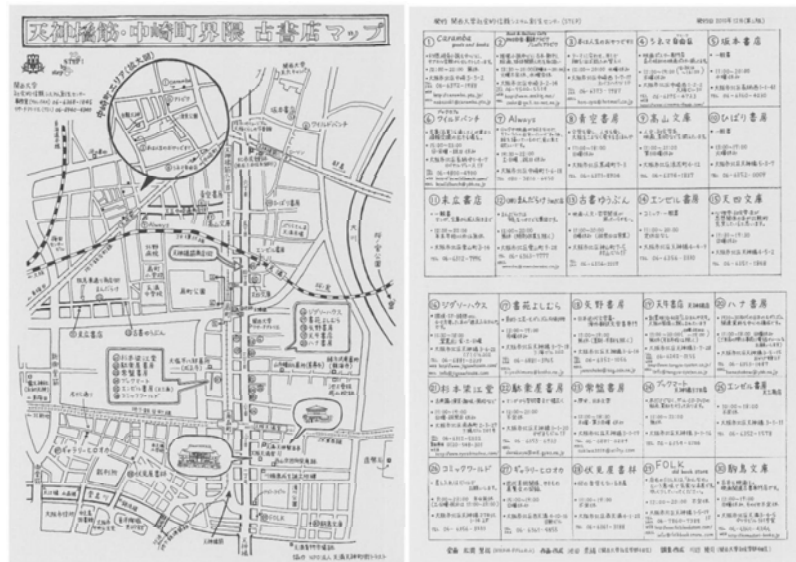
その下準備として、まず自分でまちを歩いたり、既存のメディアや口コミを参考にしたりして、場所を確認しながら周辺の古書店のリストを作成していった。ただ、ここで問題になったのは、地理的にどの範囲までをマップに収めるかということであった。天神橋筋商店街の近傍だけでなく、そこから少し離れたところに多くの古書店が点在していることがわかったためである。検討の結果、商店街を中心として、その徒歩圏内にあると考えられる古書店をすべてマップピングすることになり、中崎町エリアや西天満エリア、阪急東通り商店街を含む、比較的広範囲の古書店を計29店舗リストアップした。

つづいて、それらすべての店舗を直接訪問し、店主にマップ作成の趣旨を説明したうえで、協力依頼をおこなった。反応はおおむね好意的で、ほぼすべての店で快諾を得ることができた。その際に、マップの裏面に記載するための各店舗の基本情報とともに、簡単なPR文の執筆を各店主に依頼することで、各店舗の参加意識の向上を図った。また、数名の店主からは、マップがまち歩きにも役立つようにと、史跡や名所などの歴史・環境資源の掲載を勧められ、実際にマップに反映させていった。こうして、当事者の意見やアイデアを適宜取りこんでいくことによって、マップは古書店たちの「集合知」を活用したものにもなっていった。また、マップはすべて手描きで作成することによって、「古書店マップ」にふさわしいアナログ感を表現することにした。

¹³² ヨーロッパでは、イギリス・ウェールズ地方のヘイ・オン・ワイという町にはじまり、ベルギーのルデューダム、フランスのベシュレルやモントリユ、イタリアのモンテレッジオ、オランダのブレデフォートなどが、ブックタウンを名乗っているという（石井 2010: 137）。

¹³³ 実際には、谷根千地域では、2005年から「不忍ブックストリートMAP」が発行され、毎年改訂されている。

こうしたプロセスを経て、2010年11月に「天神橋筋・中崎町界隈古書店マップ」が4,000部発行され、同センターの研究拠点として天神橋筋3丁目商店街内に設置された「関西大学リサーチアトリエ」と各古書店で無料配布した。これは朝日新聞・毎日新聞・読賣新聞・産経新聞をはじめ各メディアに取り上げられた効果もあり、マップは次々と持ち帰られ、問い合わせも殺到し、なかには名古屋・広島在住者からの送付依頼もあった。初版4,000部は約1か月ですべてなくなり、同年12月には1店舗を追加した第2版を3,000部増刷した。

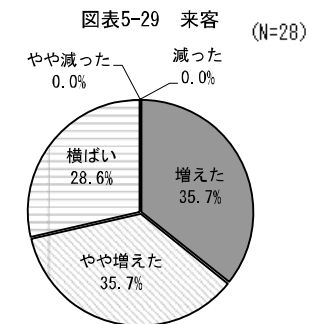
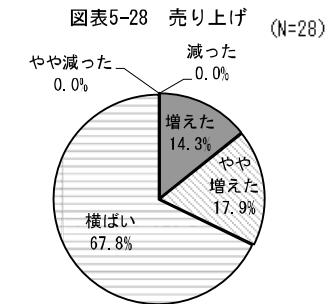


図表 5-27 天神橋筋・中崎町界隈古書店マップ（初版）

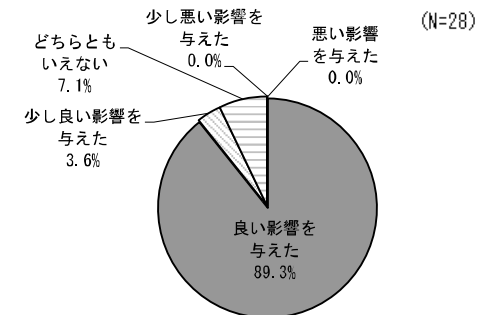
では、こうして作成・配布されたマップは、各古書店にどのような影響をもたらしたか。マップ初版の配布から約2か月が経過した2011年1月に、各古書店に他記式調査票を用いた訪問面接調査を実施した¹³⁴。まず、マップ配布前の2010年10月と比較して、1か月の来客数・売上げがそれぞれどのように変化したかを尋ねたところ、図表5-28・5-29のとおり、店の売上げに関しては、「増えた」が14.3%、「やや増えた」は17.9%にとどまるものの、来客数に関して「増えた」(35.7%)、「やや増えた」(35.7%)があわせて約7割に達している。また、「マップは全体として店にどんな影響を与えたと思うか」を尋ねると、図表5-30のように、89.3%が「良い影響を与えた」と回答した。さらに、それは具体的にどのような影響だったかを自由回答で尋ねたところ、「マップを持って訪ねて来てくれるお

¹³⁴ ただし、29店舗中1店舗については、同地域の某古書店の分店であったため、調査対象からは除外した。

客さんが増えた」「お客さんが色々な古書店をまわってくれるようになった」という回答のほか、「他のお店のことを知って、お客さんを案内できるようになった」「マップを見ながらお客さんと会話できるようになった」「古書組合加盟店・非加盟店がお互いを知ることができた」「他のお店について知ることで仕入れに役立った」といった回答が得られた。



図表5-30 マップは全体として店にどんな影響を与えたか



このように、各店の「売り上げ」の増加という実利的な効果には直結しなかったものの、まず多くの店で「来客」が増加したという効果を確認することができた。たしかに、それは、マップ単独での効果というより、マップが複数のメディアで紹介されたことによる宣伝効果とあわせて考えるべきだろう。しかし、そうだとすると、マップの発行が1つの話題（ニュース）となって社会に波及し、それによって実際に多くの人がマップを手にとりて古書店を訪れ、回遊したことは事実である。それによって、以前は希薄だった「古本のまち」という地域イメージも一定の範囲で流布したといえるだろう。

さらに、マップは少なくとも古書店同士の「相互認知」を深めるのに役立てられたことは間違いない。古書店に関しても個人経営が大半で、営業中に店主同士が互いの店を行き来することが難しいことから、マップ配布後すぐに新たな交流に発展したというケースはほとんど確認できなかったが、上記の回答結果に見られるように、多くの店主が「他の店を知ることができた」という点に意義を見だしていた。とりわけ大阪古書組合の加盟店と非加盟店、あるいは非加盟店同士の相互認知が進んだという点は、マップの配布による大きな変化といえるだろう。組合加盟店同士は、「市会」と呼ばれる業者間の取り引きの場であらう機会があるが、近年は若い世代の店主が個人で営業する古書店も増えており、そうした店は組合に加盟していない場合が多い。そのため、近隣にありながら、交流はおろか、互いに認知さえしていないケースも少なくなかった。しかし、2010年9月に閉業したばかりの某古書店の店主（20歳代男性）は、マップを見てはじめて多くの古書店を知り、実際に定休日マップを持ってそれらの店をまわったという。さらに、マップだけの影響とは言えないが、2011年3月には天神橋筋界隈の古書店を中心として組合加盟店・非加盟店の枠をこえた共同の古書即売会も開催された。このように、マップの配布は、直接的であれ、間接的であれ、一部の古書店同士の交流やコミュニケーションの促進にもつながったといえる。

一方、大半の古書店は、マップを介して互いの店を「認知」し合うだけにとどまったが、マップそのものに対してそれ以上の効果を短期的に望むのは無理があるといえなくもない。より大きな効果が生まれるには、それ以外のさまざまな条件や一定の時間が必要だろう。それでも、散り散りに点在していた古書店を抽出して一元化したマップの制作は、地域イメージの形成や店同士のネットワーク促進の「出発点」にはなりえたはずである。

また、この事例では、筆者自身がアクションリサーチの一環としてマップづくりを担当したのであって、当事者たちが主体となってマップを直接生みだしたわけではない。しかし、前述のように、マップのニーズそのものは古書店から筆者に伝えられたのであり、それがなければマップがつかれることもなかったはずである。こうして、〈マップ〉が必要であるにもかかわらず、実際にそれが地域で作られていない場合には、ときに「よそのもの」による介入・協力が必要であるということ、この実践事例からも導きだすことができるだろう。

5.4 地域問題と〈マップ〉

5.4.1 危険の〈マップ〉

ここまででは、大きく括れば、地域の「ポジティブ」なイメージやローカリティを表出するオルタナティブなマップづくりに焦点を当てて、その可能性について論じてきた。しかし、〈マップ〉には、このように地域の魅力につながるような「資源」がマッピングされるばかりではない。

5.1.1 「(3) 災害・安全」の箇所でも触れたように、近年、地域ぐるみの防災・防犯対策の強化を求める動きが活発化してきたのにもなって、そうした「ネガティブ」な地域問題に関わる「危険」を可視化しようとするマップづくりが各地に広まっている。それには、科学的なデータにもとづいて災害（地震・津波・洪水）の被害予測などをマッピングする「専門知」としての〈マップ〉（ハザードマップ）と、地域住民の視点から地域の危険箇所（事件・事故が起こりそうな場所）や防災情報をマッピングしていく「集合知」あるいは「経験知」としての〈マップ〉がある。そして、本章の議論においてより注目されるのは、後者のような住民参加によるマップづくりである。現在、地域社会のマップづくりのなかで、住民参加が最も進んでいるのは、こうした危険の〈マップ〉の分野であろう¹³⁵。

ただ、水害学習地域である岐阜県大垣市を事例とした災害の空間認識について地理学的観点から論じた相澤亮太郎によれば、ハザードマップの作成は、行政側にとって実践的な災害シミュレーションとしての意味をもつ一方で、そこでは災害から素早く逃れる均質的な住民像が想定されており、その作成過程でも住民は情報の受け手の立場から意見を述べることとどまっている（相澤 2007: 79）。すなわち、水害に対峙してきた地域のローカルな知は、そうしたハザードマップの作成には提供されていないという（相澤 2007: 79）。しかし、科学的知見にもとづく被害予測に住民が踏みこむことはできないとしても、いわゆる「減災」のための情報の蓄積には、住民の生活や経験にもとづくローカルな知が活用される余地があるはずである。

とはいえ、多くの地域では、上記の「水害学習地域」などとは異なり、そもそも災害に対する経験知としての「ローカルな知」なるものがすでに蓄積されているわけではない。しかし、だからこそ、そうしたローカルな知を新たに構築するための機会として、マップづくりが重要な意味をもつと考えることもできるだろう。ゆえに、その場合のローカルな知とは、かならずしも実際の災害に対峙した「経験」に即するものとはかぎらない。つまり、それは住民がマップをつくるという実践をとおして、はじめて生みだされ、共有される知識でもありうる。では、そのような住民参加のマップづくりの実態とはどのようなものか。

たとえば、5.3.1 「無名エリアの〈マップ〉」の事例で取り上げたエリアと重なる大阪市北区の滝川地域では、2011年に住民参加の防災マップづくりが実施された。ただし、実際は

¹³⁵ こうした安心・安全情報をウェブ上で構築・共有する取り組みも展開されつつある。たとえば、2007年に設立されたNPO法人Big Mapは、地域住民が安全マップを共同で作成・管理するためのデジタル地図のシステムを全国に無料で提供している。

行政の主導によって展開されたものであり、地域住民が主体的に企画したものではない。それでも、この滝川地域は伝統的な町会組織が根強く維持されており、都心に位置するにもかかわらず住民同士の結びつきがきわめて強固な地域であるといわれている。よって、そこに日をつけた大阪市北区役所が、防災マップづくりのモデルケースにすることを日論んで助成金を出し、行政と住民の協働によるマップづくりを企画した。

そして、2011年2月に防災アドバイザーの専門家をまねいてマップづくりのワークショップが開催され、15の各町会の役員約80名が参加し、マップの作成方法の説明を受けた(図表5-32)。そして3月以降、町会ごとに役員がまちを歩いて点検作業をおこない、災害時に必要になる消火器・公衆電話・AED・フォークリフト等の設置箇所を確認して白地図にマッピングしていった。そして、それらの情報を行政の担当者が集約し、地域で役員をしていたイラストレーターが描画を担当して、避難場所や町会別の一時集合場所も描きくわえた「滝川地域防災マップ」が2011年7月に発行された。そして、それは町会を通じて各世帯に配布されたほか、街頭の掲示板や建物の軒先に掲示された(図表5-33)。



図表 5-32 滝川地域防災マップ・ワークショップ (2011年2月26日撮影)



図表 5-31 滝川地域防災マップ



図表 5-33 町に貼り出された滝川地域防災マップ (2011年9月25日撮影)

このようにして、行政主導ではあれ、生活者の視点で点検された詳細な情報の集約が可能になることにくわえて、それに参加した住民自身に地域環境に対する「気づき」を与えることができるのは、こうした住民参加のマップづくりのメリットだといえる。そして、〈地図〉にあるような住居表示の区分ではなく、住民の自治組織である「町会」ごとに地図を色分けし、作業もその町会単位で実施することによって、地域住民のローカルな空間認識を〈マップ〉に反映することができたのである。

しかしながら、こうしたマップづくりにも一定の限界と問題があった。たとえば、上記のように点検作業が町会単位で実施されたことで、町会ごとのモラルの差が生じ、点検・マッピングされる情報の量や質にもばらつきが生じた。また、主に住宅で構成される町会では、住民の転勤が多いこともあって、普段から連合町会の活動に参加することがほとんどないため、このマップづくりに際しても、その町会では作業自体がおこなわれなかった。そして、他の町会においても、実際に作業に参加したのは各町会の役員のみであり、大半の住民はマップの「受け手」にとどまっている。

さらに、マップの配布も、原則的に町会に加入している世帯に限定されたため、ワンルームマンション等の非加入世帯には行きわたっていない。本来、このような情報は地域に関する知識の少ない流動者層にこそ伝達される必要があるはずだが、町会組織が主体となったことで、そうした疎外現象が生じることになった。

このように、マップの作成プロセス・伝達プロセスの双方において、それを担い、享受する人びとと、そこから疎外される人びとの分断が引き起こされたのである。ここまで述べてきたように、このようなマップづくりにおいては、単純に〈マップ〉を見るという個人的行為だけでなく、〈マップ〉をつくるという社会的な実践のプロセスによって、人びとの認識や関係がつくりだされていく。しかし、多くの住民がただポストに投函されたマップを受けとる（あるいは受けとることもできない）存在にとどまるとすれば、そうした〈マップ〉の可能性も限定されたものにならざるをえない。

他方で、こうしたマップづくりへの住民の「動員」には、この滝川地域のような既存の住民組織の基盤が必要であるという側面もある。たしかに、マップづくりには人びとの連帯を強化する可能性があるが、地縁コミュニティが脆弱な地域では、そもそも住民の「参加」を促すこと自体が困難である。たとえ一部の層だけであっても、一定の人数の参加が見こめる地域でなければ、組織化されたマップづくりは実現しにくい。このような防災・防犯関連のマップづくりは、実際はコミュニティの脆弱な地域でこそ必要であるにもかかわらず、そのような地域では「住民参加」の実現が事実上困難なのである。

ただ、この滝川地域でさえ、あくまで「行政主導」でマップづくりが展開されたことをふまえると、たとえ地縁コミュニティが機能する地域であっても、こうしたマップづくりの主体はかならずしも内発的に形成されるものではないといえる。そのため、このような防災マップにかぎらず、「マップづくり」という新たな取り組みの主体形成には、純粋な地縁コミュニティだけでなく、行政機関やテーマ・コミュニティ、あるいは「よその」に

よる介入や協力が往々にして必要になるのである¹³⁶。

ともあれ、以上のような実践上の矛盾や問題をかかえながらも、〈マップ〉には、ネガティブな現象としての「危険」を可視化するという、不確実な現代社会に適応的な機能が付加されている。そして、それは「住民参加」という形態をとることにより、専門知だけでなく、ローカルな知を活用した表象の構築と、防災・防犯コミュニティの強化を可能にする。

また、災害不安・犯罪不安が増大する一方で、「日常性の中に埋没しその中でまわりの環境を空気のように感じて特別の疑問をもたずに生活しているわれわれ」（浦野 2005: 335）には、「時空間を越えて危機的事象への想像力を拡張する試み」（浦野 2005: 337）が必要になっている。そのなかで、防災マップや安全マップの作成は、人びとの生きる「日常性」にも依拠しつつ、5.2.2で論じたような歴史的想像力の源になる「過去」の〈マップ〉とは反対に、「未来」の危険に対処するための想像力を拡張する試みとして捉えることができるだろう。こうした〈マップ〉によって、地域社会というものは「過去」や「未来」に拡張された空間表象として対象化されるようにもなっているのである。GPS地図をはじめ、〈いま・ここ〉にフォーカスする「個人／現在地」中心の地図が普及する一方で、それとは対照的に〈いま・ここ〉を相対化して「社会／過去・未来」の表象を再構築するオルタナティブ・マッピングは、地域社会の流動化にともなってますます重要な意味をもつようになっていくだろう。

5.4.2 問題解決型装置としての〈マップ〉

ただし、上記のような〈マップ〉は、生活空間における不可視の危険を予測し可視化することで、それを「低減」するものではあっても、基本的に「解消」や「解決」に導くものではない。たとえば防災マップにしても、それは実際に災害が発生した場合に備えて事前に共有しておくべき情報にすぎないし、当然ながら災害そのものを防ぐ（回避する）ことを可能にするものではない。

他方で、〈マップ〉は地域が現時点で直面している問題や出来事に実際に対処し、その改善・解決を図るための手段としても活用されるようになっていく。ここでは、その一事例として、大阪市北区の「駐輪場マップ」について取り上げる。

梅田を中心とした大阪市北区の繁華街では、長らく膨大な数の放置自転車が路上を占拠し、景観を乱すとともに、人びとの通行の妨げになっていた。そこで、行政・警察署によって地元住民や地元企業の社員が動員され、まちを歩きながらマナーアップを呼びかける放置自転車撲滅キャンペーンが毎月実施されていた。自転車の撤去作業自体は大阪市建設

¹³⁶ 吉原直樹も、防災マップやハザードマップ等の防災対策資料の作成は、「住民主導」が言われながらも、「ガバメント」の論理に深く繋留され、行政がキャッチアップしているというのが実態であることを指摘している（吉原 2011: 130-31）。しかし、それでも、防災対策資料の作成は、「地域住民の防災知識や防災意識が向上し、結果として災害情報の受容において、地域住民の創意工夫がみられるようになる」（吉原 2011: 131）という点で意味のあるものだという。

局と曽根崎警察署の権限でしかおこなうことができないため、キャンペーンでは、地元住民らが不法駐輪の自転車にタグをくり付けするなどして、自転車ユーザーに警告をあたえる活動をおこなっていた。しかし、ただ一方的に撤去や警告をおこなうだけでは効果がなく、逆にボランティアでキャンペーンに参加する地域住民が、警告の対象となる自転車ユーザーからの反感を買うという事態も生じていた。

そんななか、キャンペーンに参加する地元商店会の広報業務を担当していた広報ディレクターのL氏（40歳代男性）は、キャンペーンへの参加を通じて、こうした運動には「自転車ユーザーの視点」が欠如していることに気づいた。北区民であるL氏自身も、日常的に梅田周辺を移動する自転車ユーザーであったことから、そもそも自転車ユーザーはどこに駐輪場があるかを知らないのではないかと考えたのである。たしかに、本来は撤去や警告をおこなうまえに、そうした駐輪場の情報が周知されてしかるべきであるが、点在する駐輪場の場所を示す地図がどこにもないまま、ただ警告や撤去がおこなわれていく状況に、自転車ユーザーの不満は募る一方であったという。

そこで、L氏は地域の広報業務の一環として、みずから駐輪場マップを作成することを思い立ち、区役所や地元商店会にかけあつたが、その時点では、いずれも予算の都合上、作成は困難であるとして、協力をとりつけることはできなかった。それでもL氏は、自主的にデータの作成だけでも進めるために、駐輪場のリストの作成に着手し、市の建設局に資料の開示を求めたが、行政にも駐輪場の一元化されたデータがなく、リストの作成すら頓挫した。

そのなかで、L氏は別件で北区の各商店街で構成される北区商店会総連合会（以下、北区商連）の広報業務を請け負うことになり、そこに駐輪場マップの話を持ちかけたところ、地域への貢献をめざす当団体の理念に一致するとして、マップ作成の予算がつくこととなった。さらに、区役所の職員として自転車問題に取り組んでいたT氏（50歳代女性）も、以前から駐輪場マップの必要性を感じていたことから、その企画に賛同し、行政との橋渡しを担った。

こうして、北区商連が主体となり、北区役所の協力のもと、駐輪場マップが作成されることが決まった。区役所をとおして、市の建設局に公営駐輪場のデータの一元化を依頼し、さらに来場者用の駐輪場がある民間施設に関しても、T氏が交渉にあたって情報を収集し、マップに掲載することになった。こうして集まった情報をもとに、L氏がマップの作成を担当したが、①自転車ユーザーには若年層が多く、また駐輪場の情報は移動中に即時的・即地的に必要なこと、②印刷費をカットできること、③情報の更新が容易であることなどを理由に、携帯電話での利用を主体としたデジタルの地図情報として提供されることになった。そして、そこには各駐輪場の所在地の地図と写真のほか、利用時間、利用料金、収容台数などが表記された。

以上のようなプロセスを経て、2010年7月に「大阪市北区駐輪場マップ YesPa!」（運営：大阪市北区商店会総連合会、協力：大阪市北区役所・大阪市建設局）が携帯サイト（PC版

もあり）として開設された¹³⁷。これはオープン直後から大きな反響を呼び、現在まで1日に7000～8000アクセスの状態が常時継続している。そして、サイト開設後に、梅田・芝田町・角田町といった一部エリアでは実際に放置自転車が減少したという。ただし、それはマップの作成だけでなく、撲滅キャンペーンの継続や駐輪場の増加といった複合的な要因によってもたらされた効果であると考えられる。それでも、上記のように、マップはきわめて多くの人びとに利用され、自転車ユーザーのニーズに大きく応えるものであったことは間違いまいだろう。



図表 5-34 大阪市北区・駐輪場 map サイト「Yes Pa!」携帯版

(<http://kitakushoren.com/bicycle/>)



図表 5-35 大阪市北区・駐輪場 map サイト「Yes Pa!」PC版

(<http://maps.google.co.jp/maps/ms?hl=ja&ie=UTF8¤t=3,0x6000e692f6c597ad:0x229707b075452dc5,0&msa=0&msid=107460666378521817281.00048654852643c9b0f17&z=14>)

¹³⁷ 下敷きになる地図データには Google Map を利用している。

このように、不法駐輪という地域問題に対して、マップは、その「解決」とはいえないまでも「改善」の糸口を生みだした。だが、このマップの社会的な意味は、そうした事後的な効果だけでなく、それが作られることになった背景やプロセスをふまえて考えてみる必要があるだろう。

まず、このマップは地域社会において無視されていた「自転車ユーザー」のニーズをすくい上げ、地域社会（地域住民）のニーズと接続させることに成功した。梅山のような都心の繁華街にも、そこで商売や生活を営んでいる地域住民が存在し、自治的な組織が形成されていることはあまり知られていないが、それでも行政はそうした住民組織と手を組んで、「放置自転車の撲滅」という要求に対応していた。その一方で、不法駐輪問題においては、地域住民とは違って組織化されていない抽象的な自転車ユーザーは敵視されるばかりで、その要望が行政に汲みあげられることはなかった。また、地域住民も、自転車ユーザーにとっては撲滅キャンペーンに現れる煙たい存在として、やはり敵視され、両者の対立の構図が生まれることになった。そこでL氏は、問題を解決するには地域住民と自転車ユーザー双方のニーズを調整する必要があると考えたのである。

L氏¹³⁸：（住民と自転車ユーザー）双方の視点で問題解決に取り組んでいくという姿勢が絶対いると思って、その一助になればいいなと思って、マップを作ったんです。で、なぜそう思ったかという、僕が真ん中におったから、両方に足を突っ込んでたからやろね。もともとは自転車ユーザーやし。

こうして、地域において疎外されてきた「自転車ユーザー」の視点の情報を提供するために用いられたのが、〈マップ〉という媒体であった。それによって、行政と協力関係にあった地域住民とは異なり、それまで無視されてきた自転車ユーザーの潜在的なニーズに応える情報が生みだされたのである。

さらに、それは地域に散在・埋没したままで行政機関にすら集約されていなかった「駐輪場」の地図情報が一元化される契機にもなった¹³⁹。駐輪場というものは、各所に点在していても、けっして既存の〈地図〉に掲載されることはなく、そのままでは「分布」として知ることができないものである。しかし、こうして人びとの認識からこぼれ落ちたものを拾い上げて、まとまった情報・イメージに変換することを可能にするのが、こうしたオルタナティブ・マッピングの重要な意義なのである。

また、地域政治の問題に引きつけていけば、このマップづくりは、市民から行政への申し立てがきっかけとなって実現したという点も重要だろう。人びとが必要とする地域情報には、行政による情報の開示・提供に依存するものが少なくない。草の根のマップづくりが広まっているとはいえ、市民だけで収集できる情報はかぎられており、とりわけ駐輪場

¹³⁸ L氏には、2011年8月11日に非構造化面接法によるインタビューをおこなった。

¹³⁹ のちに、この北区の駐輪場マップの情報は、大阪市が運営する地図情報サイト「マップナビおおさか」（<http://www2.wagamachi-guide.com/osakacity/index.html>）にも反映された。

のように地域に散在・埋没する施設に関しては、それを管理する主体に依らなければ、地図的に一元化・可視化されにくいものである。ゆえに、行政がそれを怠っている場合には、市民からの申し立てや官民の協働が必要になる。

ただ、〈地図〉ほどの専門性はないにせよ、実践的な〈マップ〉の作成にも一定のスキルが必要である。〈マップ〉は「デザイン」の自由度が高いことから、作り手の描画や編集の仕方によって、その質が大きく変化しうるものである¹⁴⁰。また、〈マップ〉の企画や広報の面でも、そのノウハウがなければ、無用な〈マップ〉が作られるということや、有用な〈マップ〉が作られても普及しないということが起こりうる。しかし、この事例では、広報・広告業を生業とするL氏が企画・作成・広報を一手に担ったことが、効果的なマップを生み出す一因になった。前述のように、この駐輪場マップが1日に7000~8000アクセスという大きな反響を呼んでいるのは、マップが人びとのニーズを的確にとらえたものであったことや、デジタル地図が有効に活用されたということにくわえて、L氏が職能をいかしてブログやSNSといったメディアと連動した広報を展開したこととも無関係ではないはずである。本章をとおしてきてきたように、草の根のマップづくりにおいては、〈マップ〉の普及面で限界をかかえるケースが多いなかで、こうしたマップそのものをいかに「広報」するかということも、その社会的な機能を考えるうえで無視することのできない問題といえる。いずれにせよ、これらのことから示唆されるのは、マップづくりというプロジェクトが、いわゆる広告系・デザイン系の「クリエイター」と呼ばれる人びとの地域貢献の手段にもなりうるということである。CSR（Corporate Social Responsibility）といわれる企業の社会貢献・地域貢献の取り組みが広まるなか、こうした地域社会におけるマップづくりでも、クリエイター層がそのスキルや資本をもって地域と協働する余地があるはずである。

L氏：クリエイターが入りこんで、ちょっとしたことをすれば、問題解決したり、問題解決に前進していったりってことは、地域のなかですごく多いと思うんですけど、なかなかクリエイターは入りこんでないよね。なんでかっていうと、儲からないから。だからきっちり和本業があって、なおかつ自分が住んでる地域になんかちょっと貢献したいなっていうことを思うようになれば……。

以上のように、地域社会には、地域問題とも結びつく多様な情報ニーズが潜在しているが、そうしたニーズを汲み上げ、不足・欠落した「見えない」地域情報を可視化して埋め合わせる問題解決型の装置として、オルタナティブな〈マップ〉を活用することが可能である¹⁴¹。駐輪場マップは、けっしてユニバーサルな情報ではないが、疎外された「自転車

¹⁴⁰ こうしたことから、クリエイター向けのガイドブックとして、『地図デザイン』（TOKUMABowlgraphic 2009）という書籍が刊行され、パソコンを使った地図描画のテクニックが紹介されるようになっている。

¹⁴¹ 同様に、バス路線の情報に関しても、既存の路線図が複雑すぎ、また誰でも容易に入手・

ユーザー」という特定の層のニーズに対応することで、地域社会の効率性の向上に寄与した。そして、この事例にみられたように、地域情報を一元化する「マッピング」という行為には、市民、クリエイター、民間団体、そして行政を含む多様な主体が関わり協働する社会的なプロジェクトへの発展可能性が内包されている。既成の〈地図〉とは異なる〈マップ〉の社会性は、こうしたところにも見いだすことができるだろう。

第6章 社会表象の再構築

6.1 地図のローカル化

第2章で指摘したように、地図は社会表象を断片化（あるいは流動化）させる方向で消費・利用される傾向が強まってきているなかで、前章では、逆に「地域社会」という文脈で社会表象を再構築する可能性をもった〈マップ〉のあり方について、さまざまな事例を取り上げながら考察してきた。そこで、結論を述べるまえに、こうした地域社会におけるマップづくり（オルタナティブ・マッピング）の諸事例の考察から明らかになった事柄をあらためて整理したうえで、検討をくわえていきたい。

まず、諸々のマップづくりがおこなわれるようになった背景には、大きな文脈でいえば、地域文化の均質化や地域コミュニティの衰退といった問題が横たわっている。加速するグローバル化は、都市化・郊外化などの社会変動と結びついて人びとの地域生活にも影響を及ぼしており、伝統的に継承されてきた地域独自の文化や生活様式を画一化しようとしている。また、グローバル化とともに、あらゆることが個人の選択の対象となる「個人化」（Bauman 2000=2001）が進み、人びとの地域コミュニティへの帰属も流動的で不確実なものになってきている。だが一方で、このことは地域独自の文化やアイデンティティを希求するローカル化の動きも生みだしており、いわゆるまちづくり運動の興隆もその一端に位置づけることができる。

そして、こうしたまちづくりのツール（表象・媒体）としての役割を担うようになってきたのが、地図、もとい〈マップ〉である。ただ、一言で「まちづくりのツール」といっても、すでに見たように、それにはさまざまなバリエーションがあり、その主体（作り手）も行政・NPO団体・地元事業者・地域住民などに分かれる。ただ、いずれにしても、このような〈マップ〉は、人びとが生活する地域を対象に、特定のテーマに沿った情報を選択して、新たな地域像を現出させる。そして、それはまず、各地域におけるローカル리티の発露として、希薄化・形骸化にむかう地域社会の「イメージ」をさまざまに再構成していくのである。

第4章で論じたように、ニュータウンや新興住宅地のように既存の地域性・共同性が欠如した生活空間では、地域を制度的に構造化する〈地図〉にくわえて、ライフスタイルのイメージを表象する〈マップ〉が開発者によって呈示される。それによって、理想的な住環境が演出されるとともに、かろうじて「地域らしさ」が仮構される。それはけっして固有の地域文化を表象するものではないが、その地域が「どんな場所にあるか」「どんな場所であるか」を指し示すことによって、均質化した郊外地域のなかの「微小な差異」を広告的なパッケージとして訴求するのである。

このように郊外を1つの典型として、現代では都市空間や観光空間だけでなく、生活空間を案内・演出する〈マップ〉が作られるようになっていく。地理的流動性の増大によって、多くの人びとが、なじみのない地域で、見知らぬ人びとと共に暮らすことになってきたのにともない、その地域を人びとが「場所」として生き、「地域らしさ」を享受するための手引きが必要になっているのである。つまり、地域社会の流動化は、「自分が住もうと思

利用できるマップが少ないことから、山梨・岡山・福井・広島・松江・仙台などで、市民主体、あるいは市民と行政の協働による「バスマップ」の制作がおこなわれている（鈴木 2007）。

っている／住むことになった／住んでいる地域について、よく知らない」という人びとを増大させると同時に、その地域のことを知らせる〈マップ〉の必要性を増大させているのである。

しかし、郊外ニュータウン・住宅地においては、あくまでも資本の論理でつくられた〈マップ〉が、きわめて均質な人びとに呈示されるだけである。たしかに、それも現代の生活空間の意味づけや演出に利用される〈マップ〉の一形態ではある。しかし、多様な地域文化や地域活動と結びついたものではなく、その制作過程には地域生活者の意志や社会関係などは介在しない。よって、それは「まちづくりのツール」や「地域メディア」などではなく、商品化された生活空間のイメージを訴求し、消費させるための広告的表現にすぎないのである。

それに対して、第5章で論じたように、一定の歴史が堆積した地域社会や都心地域では、地域住民や、その地域に関わる事業者・市民団体などによって、地域文化や地域情報を発信するための〈マップ〉が独自に作られている。とはいえ、そうした地域でも、確固たる地域性や共同性が保証されているわけではない。郊外ニュータウン・住宅地とは質や程度が異なるにせよ、このような地域でも住民の流動化と地域文化の均質化が結びつき、その反動として、「地域らしさ」を回復しようとする動きが生まれてくるのである。

そして、こうした文脈で作られる〈マップ〉には、すでに広く知られたものばかりでなく、むしろ地元の人びとしか知らない、あるいは地元の人びとにも知られていないようなローカルな資源や情報が積極的にマッピングされる。すなわち、それらは、はじめから地域資源・地域情報として認知されたものとはかぎらないが、このような地図へのマッピングを通じて、地域住民のあいだでの意識化・共有化が図られるのである。

本稿では、まず5.2.1「オルタナティブ・ツーリズムと〈マップ〉」における「大阪あそび」の事例から、特別な観光資源がないように思われている大都市の一地域でも、マップづくりが、埋もれた地域資源の再発見、そして地域アイデンティティの再構築へとつながる可能性を示唆した。こうした〈マップ〉は、既存の観光ガイドにはけっして掲載されないエリアやスポットを可視化・資源化することによって、都市における地域ごとの文化的な差異を表象する。つまり、都市を「均質な広がり」として表象する市街図や住宅地図などの〈地図〉や、特定の有名なエリア・スポットを偏向的に取り上げる市販のガイドマップからは見えてこない、「地域」および「地域らしさ」が表象化されるのである。

ただ、このように従来はマッピングの対象にならなかった地域をフィーチャーする「地元志向」は、最近の市販のガイドブックにも顕著に見られる。ポピュラーな観光情報誌として知られるJTBの『るるぶ』国内版シリーズでは、全国の都市・地域が網羅されているとはいえ、実質的には、各地の観光資源が集積する主要なエリアを中心に上げ、特に有名な観光スポットがない地域は、ガイドやマッピングの対象からは除外されていた。しかし、2003年からは東京都の『るるぶ練馬』を皮切りに、市区単位のガイドブックシリーズの発行が始まり、周縁エリアやマイナー地域の「地元情報」が発信されるようになった。たとえば、神奈川県相模原市では、2007年に『るるぶ相模原市』の初版が発刊されたが、

2010年に政令指定都市に移行し、新住民が増えたことをうけてリニューアルされるなど、地域の流動化に対応するかたちで「住民向け」のガイドブックが作られるようになっていく。また、第2章で取り上げたマニュアル型の都市情報誌『東京ウォーカー』の地方版として、『北海道ウォーカー』『東海ウォーカー』『関西ウォーカー』『福岡ウォーカー』などが発行されていることはよく知られているが、近年はさらにエリアを細かく分けたムックシリーズとして、たとえば関西では『堺市ウォーカー』『豊中吹山ウォーカー』『岸和田ウォーカー』『守山真ウォーカー』『東大阪八尾ウォーカー』『西宮ウォーカー』『尼崎ウォーカー』などが発売されている。さらに、関西地区では、ローカルな街情報に重点をおく『Meets Regional』が根強い人気を誇っており、たとえば2011年に発刊された別冊号では「大阪24区MAP」と題して、市内24区が等価的に取り上げられ、各区のグルメスポットや「地元おもしろ遺産」と称されたさまざまなスポットが紹介されている。

これらはあくまでグルメ情報・レジャー情報を中心に紹介するものではあるが、それでも出版不況のなかにあつて、こうした地域密着型のガイドブックの出版が活況をむかえている。そして、このようなローカルなタウン情報への注目や関心の高まりと連動して、地図も「ローカル化」し、〈マップ〉という形式によって、独自の地域情報の発信を志向するようになっていくのである。

話を戻すと、こうした地域独自のマップづくりにおいては、いわば「当たり前にあるもの」や「ここにしかないもの」が積極的にマッピング＝資源化されていく。前述のように、その対象には、これまで広く知られていなかったものや、地域資源とは認められていなかったもの（たとえば、路地や工場など）も含まれるわけであるが¹⁴²、さらにいえば、それは「いま・ここ」にあるものとはかぎらない。

5.2.2「集合的記憶の〈マップ〉」で論じたように、「いま・ここ」にはない過去の地域像も、無形の記憶を手がかりとした〈マップ〉を通じて「いま・ここ」に再現し、地域アイデンティティとして表象化することができる。M.アルヴァクスが述べるように、「想い出とは大部分、現在から借用した所与の力を借りて過去を再構成することであり、その一方では、以前の時代になされた別の再構成によって準備された過去の再構成である」（Halbwachs 1950=1989: 73）。そして、過去の想起は、集団の「枠」を利用してなされる（Halbwachs 1950=1989）。こうした意味で、記憶とは、個人の心的表象として保存・再生されるのではなく、現在の視点に立って集合的に表象され、再構築されるものなのである。さらに、アルヴァクスは、「集団のあらゆる歩みは空間の用語によって表現することができる」（Halbwachs 1950=1989: 167）とし、過去の想起における「空間的枠」の重要性を指摘する。これにしたがえば、〈マップ〉はそのような集合的記憶における空間的枠組みの役割をはたすものとして解釈することができる。たしかに、記憶は無形のものであり、それ自体を外在的に保存しておくことはできないが、こうした〈マップ〉を通して、かたちあるものとして再構築され、「保存」可能なものとなる。

¹⁴² 最近では、映画のロケ地やアニメの舞台（＝聖地）までもが観光資源化され、〈マップ〉化されている。

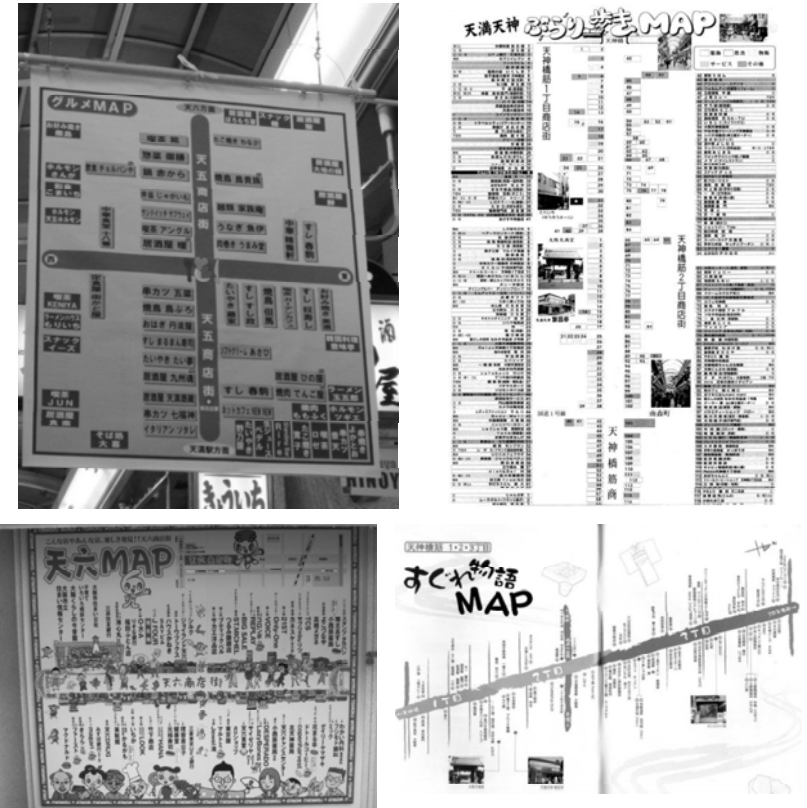
同様に、5.4.1で取り上げた未来の「危険」も、〈マップ〉という集団的かつ空間的な枠組みによって、現在化・視覚化することができる。U・ベックは、「危険においては、未来が重要な要素である」(Beck 1986=1998: 46)と述べるとともに、「危険を危険として『視覚化』し認識するためには、理論、実験、測定器具などの科学的な『知覚器官』が必要である」(Beck 1986=1998: 35-6)としている。ここでベックが想定しているのは、自然災害のような非人為的な危険(danger)ではなく、あくまで近代化・産業化の副産物としての人為的な危険(risk)であるが、いずれにしても、不確実性をともなう危険に対処するには、それを予測し、何らかのかたちで可視化しようとする努力が必要である。さらにそれには専門化された科学的な知識が必要とされるが、他方で、地域生活者によるローカルな知識が役立つ場合もある。防災マップや地域安全マップの作成は、まさにそうしたローカルな空間知を集約することによって、個人には知覚しきれない、あるいは他者と共有されていない地域社会の危険を可視化し共有化しようとする試みだといえる。

このように、〈マップ〉は、過去にせよ未来にせよ、「いま・ここ」においては見えないもの、あるいは見えにくいものを、現在の視点から再構成し、視覚化しようとする実践とむずびついている。そして、前述のように、比較的身近にあるものでさえ、われわれはその一部しか直接的に知覚することができないし、さらに既存の〈地図〉や〈マップ〉を介してもなお知覚できないものは無数にある。汎用の〈地図〉では、公的・一般的な情報に重点が置かれ、また市販の観光・都市ガイドマップも、基本的には「マス」を照準したメジャーな情報をつかう傾向にあるため、そこからこぼれ落ちる情報も多くなる。そして、5.4.2「問題解決型装置としての〈マップ〉」で示したように、駐輪場のような特定の情報が既存の〈地図〉や〈マップ〉から抜け落ちることは、都市・地域問題の改善を妨げる一因にもなったりするのである。

また、このような地図の恣意的選択性は、単にさまざまな情報をこぼしてしまうだけでなく、地図から「疎外」されるという経験を人びとにもたらす。5.2.3「〈地図〉への地域資源のマッピング」で見たように、地元では親しまれている地名(昭和三山など)も、〈地図〉の選択の対象から外れることで、ある種の疎外感が地域住民にもたらされることになったのである。もっとも、それはけっして人びとの生活に利害をもたらすような問題ではなく、多くの人びとはこうした事実気づくことすらない。しかし、地図に載る／載らないという出来事や経験は、社会からの承認／疎外と結びついており、その場所に愛着をもつ人びとにとっては感情論的に無視できない問題になったのである。

さらに、5.3「都市のニューコミュニティと〈マップ〉」で論じたように、都市の商業エリアも、〈地図〉だけでなく既存のガイドマップの選別の対象になり、資本をもたない個人事業者たちが集まる周縁・無名エリアは、そこから欠落することが必然的に多くなる。「マス」を対象に広告化された〈マップ〉は、商業的なエリアやスポットも等価的にあつかうわけではないのである。本稿では、主に若者向けの新参ショップが集積するエリアを取り上げたが、こうした文脈でいえば、いわゆる昔ながらの「商店街」も立ち位置は似ている。「シャッター通り」化が懸念される商店街の多くは、それ単体でガイドブックに取り上げられ

ることは基本的になく、各店舗の訴求力も弱まってきているため、活性化策の一環として、商店街が独自のガイドマップを発行しているケースも多い。たとえば、日本一長いとされる大阪市北区の天神橋筋商店街も、その知名度の高さとは裏腹に、人通りの減少や空き店舗の増加などが問題となっており、そのなかで多くのガイドマップが各商店街組織によって制作されている¹⁴³。



図表 6-1 天神橋筋商店街のマップ

- 左上：天五商店街グルメ MAP (天神橋筋 5丁目商店街振興組合)
- 右上：天満天神ぶらり歩MAP (NPO 法人天神天満町街トラスト・天神橋筋商店連合会、2008年)
- 左下：天六 MAP (天六商店街振興組合、2009年)
- 右下：天神橋 1・2・3丁目すてや物語 MAP (天神橋筋商店連合会、2010年)

¹⁴³ これは、従来は地域に根ざした生活空間の一部であった商店街が「観光空間」化されていることを示唆するものでもある。

このように、既存の〈地図〉や〈マップ〉からこぼれ落ちることによって、見えなくなっているもの、見えるようにするために、〈マップ〉は作られている。たしかに、いまや〈地図〉にはあらゆる地域が網羅的に表示されているように見えるし、たとえば「住宅地図」ではほとんどすべての住宅や建物が精密に描きだされている。また、第2章で取り上げたように、デジタル地図では、ユーザーの操作によって任意の視点から世界中を見わたすことができ、また地図に表示させる情報も自分で選択できるようになっている。それによって、あらゆる地域が「空間」としては地図上に均質的に位置づけられ、閲覧可能になっているといえるだろう。しかしながら、「地域」というものは、そうした均質な「空間」としてのみ存在するのではなく、さまざまな意味を付与された多面的な「場所」や「情報」として存在しうる。つまり、行政上の区分として可視化されるような〈地図〉的な地域像とは別に、文化的に意味づけられ、人びとに「生きられる」地域像もありうるということである。そして、それはかならずしも均質な〈地図〉には表象されないために、人びとがみずから〈マップ〉を作ることによって表象化する必要がある。

その場合、すでに一定の人びとのあいだで共有されていた空間認識が〈マップ〉に反映される場合もあれば、それまで希薄だった空間認識が〈マップ〉を通じて表象化され、人びとに知らされる場合もある。あるいは、個々人の主観的な認識を集合知として集約することによって〈マップ〉が作られていくケースもある。ただ、いずれにせよ、それまで見えなかったものを可視化し、オルタナティブな地域像を再構成するということに、〈マップ〉なるものの第一の意義がある。そして、こうした地図のローカル化＝〈マップ〉化は、地域のイメージや情報を豊饒化し、均質化する地域社会にバリエーションをもたらす可能性として理解することができるのである。

ド・セルトーは、日常的実践としての「空間の実践」に関する議論のなかで、15世紀から17世紀に発達した近代的地図がそれ以前の説話的な絵図を凌駕し、「抽象的な場所の形式的集合」として独立してしまったことで、そこから日常的な道しるべは消失していったということを指摘している（de Certeau 1980=1987: 249）。それに対して、ローカル化（断片化）した現代の地図は、一方では、純粋な移動経路を示す「道しるべ」を個人のツールとして進化させ、もう一方では、地域社会のツールとして、上記のような生活者の実践のもとづくオルタナティブな地域像の再構成を可能にしているといえるだろう。

6.2 社会的実践としてのマッピング

ただ、こうして各地域でさまざまな〈マップ〉が作られ、新たな地域像が多面的に構築されているとはいえ、そのことが直ちに人びとの空間認識の変容や社会的現実の再生産に結びつくとはかぎらない。実際に〈マップ〉が、社会や集団のなかで「メディア」あるいは「テキスト」として機能し、何らかの影響力を発揮するには、それが一定の人びとに利用・解読されるということが前提となる。もし読み手・受け手というものが存在しなければ、それはただ送り手が一方的に発信するだけのメッセージにすぎなくなるのである。

では、本稿で取り上げたような地域メディアとしての〈マップ〉は、実際のところ、ど

の程度手にとられ、そしてどのように読まれているのだろうか。しかし、それらの利用状況を把握するのはきわめて困難であり、本稿でも個別の事例について「読み手」に関する正確なデータを示すことはできなかった。地図というものは基本的に不特定多数の人びとに利用されるものであるが、特定地域における個別のマップに関しては、流通範囲や配布方法がきわめて限定されることが多いために、その読み手も必然的に限定されることになる。ゆえに、読み手に関するまとまったデータを得ることも方法論的に難しいのである。

それでも参考までに、本稿で取り上げた事例とは直接関係はないが、2005年度に関西大学社会学部社会調査研究会が実施した「吹田市民意識調査」¹⁴⁴において、筆者が質問の作成・分析を担当した各種地図の利用・閲覧度に関する調査結果を示しておきたい。これは吹田市関連の10種類の地図について、それぞれ「じっくり見たことがある」「少しは見たことがある」「見たことがない」の3段階で回答させたものである。図表6-2に示しているように、①②の市販の市街図や⑨⑩の近隣の地図・案内板については、「少しは見たことがある」という人も含めると閲覧度は比較的高いといえる。他方、③～⑧の吹田市または市民団体が発行したマップ¹⁴⁵に関しては、⑤吹田市洪水避難地図を除いて、見たことがあるという人はいずれも2割に満たない。吹田市洪水避難地図は、市内全世帯に配布されたことから閲覧度は相対的に高いが、それでも「じっくり見たことがある」は12.6%、「少しは見たことがある」は33.7%で、あわせても5割に満たない。

図表6-2 吹田市における地図閲覧度



¹⁴⁴ 調査の概要については、4.2.4で同調査のデータを示した箇所の脚注に記載している。

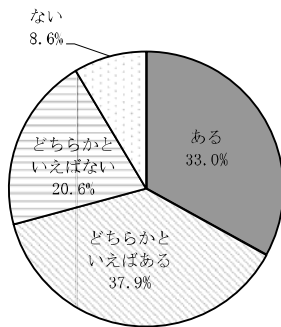
¹⁴⁵ ③あルック吹田観光マップと⑧吹田の街路樹マップは、NPO法人すいた市民会議が編集し、吹田市が発行したものである。また、⑦吹田市介護保険マップは、吹田市社会福祉協議会が発行した。それ以外はいずれも吹田市が発行したものである。

この結果からもわかるように、地域で独自に発行される〈マップ〉は、その地域内でもごく一部の人にしか閲覧・利用されていないといえる。その一因として、これらの配布箇所・方法がきわめて限定されていて、基本的に市民の日にふれる可能性そのものが小さく、上記の吹田市のケースでは発行元である行政が効果的に情報を発信する工夫をおこなっていないという広報上の問題を指摘することもできるだろう。ただ、これは吹田市にかぎった問題ではなく、地域で〈マップ〉が作られても、人びとに利用されないまま無用の長物と化すということは往々にしておこりうることであろう。ただし、吹田市洪水避難地図のように、全世帯に配布した場合でも、約半数の人は「見たことがない」と回答していることをふまえると、こうした〈マップ〉に対する人びとの関心自体がそれほど高くはないのかと考えることもできる。しかし、それもおそらくケースバイケースであり、人びとの関心やニーズに沿ったマップが作られ、なおかつ適切な方法で提示・配布されれば、実際に閲覧される可能性は高まるはずである。

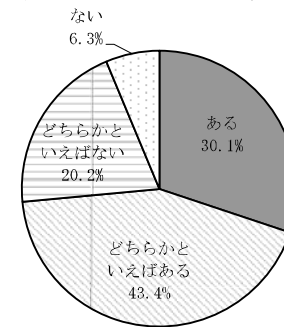
実際、自分が居住する地域の「地理」に対する人びとの関心は、決して小さくない。上記調査では、身近な地域の地理への関心があるかどうかとも尋ねたが、「自分が住んでいる町（町内会、自治会の範囲）の地理」に関しては、図表 6-3 のように、関心が「ある」が 33.0%、「どちらかといえばある」が 37.9%、そして「吹田市の地理」に関しては、図表 6-4 のように、関心が「ある」が 30.1%、「どちらかといえばある」が 43.4%と、いずれも 7 割以上が大なり小なり関心をもっているといえる。ただ、「地理」への関心といっても、それにはさまざまな要素が含まれ、なかには単なる移動時の経路探索のような即物的・経験的な地理に関心をもっているだけという人もいるかもしれない。

それでも、「あなたは吹田市の地図を見て、地理に対する知識を深めることによって、吹田市に対する愛着が強まると思えますか」という質問に対しては、図表 6-5 のとおり、「そう思う」と答えた人が 23.2%、「どちらかといえばそう思う」が 46.5%で、あわせると約 7 割の人が、地図にそのような側面があることを認めている。したがって、方法次第では、地域の「文化」の認識手段として地図が広く利用される素地はあるといえるだろう。

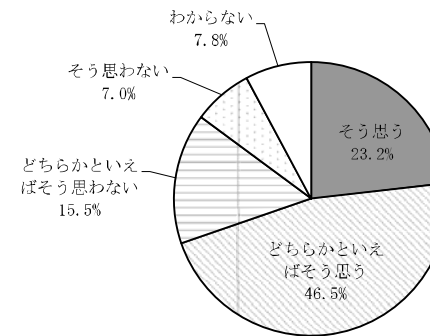
図表6-3 町の地理への関心 (N=1104)



図表6-4 吹田市の地理への関心 (N=1097)



図表6-5 地図が愛着を強めるとするか (N=1123)



しかし、そもそも〈マップ〉というものは、対象となる地域が限定されるだけでなく、テーマも限定・細分化されるため、幅広いターゲットを想定すること自体に無理があるという側面もある。つまり、それは本質的に人びとの関心や要求にあわせて「選択」される対象なのであって、かならずしも多くの人に「共有」されることを前提として作られるものではない。ゆえに、それ自体は、断片化・細分化（タコツボ化）した情報にすぎないともいえる。

ただし、選択されるテーマによっては、そこに普遍性や公益性が生まれる可能性もある。東日本大震災の際には、地震発生直後から、自治体・企業・個人からの情報提供をもとに作成された「避難所マップ」が「Google 避難所情報ページ」として公開され、高い公益性をもちえたことは記憶に新しい。また、本稿の 5.2.1 で取り上げた「まち歩きマップ」または「地域資源マップ」のように、多くの人が共有可能な地域資源や地域情報をあつかうマップであれば、幅広い層に訴求することが可能になる。こうした「地域再発見」をテーマ

とするマップは、地域について知らない、あるいは関心がないという人さえもターゲットに含むからである。また、防災マップのように、すべての住民に共有されるべきコミュニティ情報として作成されるマップもある。つまり、〈マップ〉のなかにも、ユニバーサルなもの、そうでないものがあるのである。したがって、〈マップ〉が「誰に読まれるか」は、そのテーマや内容に依存する部分も大きいといえるだろう。

本稿で取り上げた各事例では、その実用性ゆえに、1日のアクセス数が7000~8000にも達する「駐輪場マップ」のように実際に多くの人に利用されているマップもあるが、基本的には、おそらくごく限られた人にしか閲覧されていないマップが多い。「大阪あそ歩まち歩きマップ」は好評を博して初版が完売したといっても、せいぜい15,000部にすぎない。5.3「都市のニューコミュニティと〈マップ〉」における天満エリアや空堀・玉造エリアの事例のように、無料配布されるマップでも、「手作り」であるがゆえに、その印刷・配布部数には一定の限界がある。したがって、このような地域発信型・地域限定型の〈マップ〉の大半は、程度の差はあれ、やはりその読み手の数も限定されることにならざるをえないのである。「駐輪場マップ」のように、デジタル化によってユーザー数が拡大する場合もあるが、デジタル地図のリテラシーはまだ全体的に低く、またデジタル化は地図の一覧性を損なってしまう可能性もある。

また、〈マップ〉の利用に関していえば、それが「どのように読まれるか」ということも、たしかに無視できない問題といえる。S.ホールが「エンコーディング/デコーディング」モデルを用いて示したように、メディアが送るメッセージに対して、受け手はそのコードを受動的に受け入れるだけでなく、能動的に解釈(脱コード化)をおこなう(Hall 1980)。すなわち、地図の読み手も、その作り手(送り手)が意味を付与したメッセージのとおり地図を解説しているとはかぎらないということである。

しかし、いずれにせよ本稿でみてきたように、〈マップ〉は作り手と読み手のあいだにある情報やメッセージとしてだけでなく、その前段階の「マップづくり」あるいは「マッピング」という行為を含めた社会的な実践の生産物として捉えられなくてはならない。つまり、そのマップが「何を表象しているか」ということだけでなく、「どのような文脈やプロセスで作られたか」ということが重要な意味をもつのである。

そして、それはまず「市民参加」という形態をとりうるという点に、大きなポイントがある。それによって、従来は専門化されていたマッピングという行為が、草の根の市民活動の様相を呈するようになる。つまり、かつては地図情報を一方的に受けとるだけの読み手にすぎなかった一般市民が、その作り手・送り手の側にもまわるようになってきたのである。

ただ、第5章をとおして論じたように、そうした一般市民によるマップづくりへの関わり方はさまざまである。たとえば、5.2.2「集合的記憶の〈マップ〉」のように、地域のNPOや住民が主体となり、生活者たちの知識を集約していくなどして、純粋な地域活動としてマップづくりが展開されるケースも多くなっているが、そればかりではない。5.2.1の「大阪あそ歩まち歩きマップ」の事例では、プロジェクトの運営自体は行政や専門家がおこな

い、その協力者として地元にくわしい一般市民や市井のイラストレーターらが参加して、官民の協働によってマップが作られていった。また、5.4.1の防災マップの事例でも、行政・専門家の指導のもとに、住民がマップづくりに必要な防災情報を点検する作業がおこなわれていた。さらに、純粋な生活者ではなくとも、5.3「都市のニューコミュニティと〈マップ〉」で紹介したように、新しいエリアで商売を営む店主らによってマップが作られたり、5.4.2の「駐輪場マップ」のように地域に関わる地元のクリエイターが中心となってマップづくりがおこなわれたりするようなケースも見られる。

ただ、いずれにしても、こうして一般市民の知識やマンパワーがマップの作成に活用されるようになり、それによって地域の生活実感に根ざした空間認識を地図化することが可能になっているのである。しかし、それは単に既成のイメージや知識を「反映」という側面だけでなく、新しい空間認識を「再構築」していくという側面もある。繰り返してきたように、〈マップ〉が作られることによって、それまで見えなかったものがイメージや情報として可視化され、地域における人びとの認識が変容したり、補強/補完されたりする可能性が生まれるのである。

だが、ここで問題になるのが、前述のように、マップが果たしてどれほどの人びとに読まれているのか、つまり、地域における集合的な認識を形成するほどの影響力をもちうるのか、ということである。たしかに、それのみで多くの人びとに共通の認識をつくりだすことができるかどうかについては、大いに疑問が残るところである。しかし、こうして地域で生活する人びとがマップづくりに関わるようになったということは、その作り手自身が、マップを作るという活動をとおして、地域を再発見する機会を得るようになるということの意味している。すなわち、マップの作り手自身が、そのマップの「1人目の読み手」でもありうるということである。

とりわけ、5.2.2の集合的記憶の〈マップ〉や、5.4.1の危険の〈マップ〉(防災マップ、地域安全マップ)のように、地域住民の知識や経験をマッピングしたり、住民みずからが作業をおこなってまちの情報を集約したりするケースでは、住民自身がマップづくりに関わりながら、地域に対する認識を再構築していくという側面が色濃くなる。また、その人数自体は少なくとも、作り手がマップづくりをとおして知識やネットワークを獲得していくことによって、その人自身が地域に対して何らかの影響をもたらす存在になっていくという可能性もある。たとえば、5.3.1の天満エリアの店主によるマップづくりでは、たしかに個々のマップ自体の影響力は微々たるものであるとしても、マップの制作を1つのきっかけとして、店主自身が客に他の店を案内したり、日常的にまちに関する情報を発信したりするようになるなど、地域の広報的役割を担うようになっていった。また、「駐輪場マップ」を制作した地元クリエイターも、このマップの制作を担当したことがきっかけとなって、別件でも行政と組んでまちづくりの事業に携わるようになった。そして、件の駐輪問題に関しても、みずからSNS等を通じて一般市民(地域住民・自転車ユーザー)と行政をつなぐパイプの役割を果たすようになっていったという。

このように、地域社会のマップづくりはかならずしも地域に深く根をおろす住民によつ

て担われるばかりではなく、いわゆる「よそもの」によって駆動される場合も少なくない。そうした人びとは、「よそもの」であるがゆえに、むしろ地域の魅力や問題などに敏感であったり、生活とは別にその地域で活動する動機（仕事、商売など）をもっていたりするものである。そして、流動化する地域社会において、マップをつくるという行為は、そのような「よそもの」がまちづくりに参画し、貢献するきっかけや手段にもなりうる。つまり、マップづくりという活動は、かならずしもそれ自体で完結するものではないのである。

そして、このような文脈において、さらに重要なのは、マップづくりという活動が地域におけるコミュニケーションやネットワークを媒介・促進するイベントの一環として機能するという点である。

まず、マップづくりが市民参加の活動やプロジェクトとして展開されるようになると、それに参加する人びとのあいだで必然的にコミュニケーションが発生することになる。それは、同質的な人びとの集まりにとどまる場合もあるが、たとえば、よそものと上着層、あるいは、市民と行政といった異質な主体が直接的／間接的につながる場にもなりうる。また、中心的にマップづくりを担う人びとだけでなく、その協力者たち、あるいは5.3で見たようにマップに掲載された主体（店）も含めたさまざまな社会関係が、その活動には付随しうる。こうしてマップづくりが人びとの関係を取りもつ契機になるのだとすれば、マップをつくるという行為や活動そのものが社会的な意義のあるものになってくるといえるだろう。つまり、マップという「表現」の内容の伝達を通じて、地域におけるコミュニケーションやネットワークが促進されるだけでなく、それ以前のマップを制作するというプロセスにも、人びとの関係を構築し、地域のエンパワーメントを導く可能性が潜在的に組みこまれているのである。

さらに、マップがつけられたあとにも、それに関連する活動やイベントが派生的に生まれ、人びとのコミュニケーションの機会が作りだされるケースもある¹⁴⁶。たとえば、5.2.1「大阪あそ歩」の事例では、そもそも「まち歩き」の実施を前提としてマップが作られ、実際にそれを活用したまち歩きツアーが定期的におこなわれていった。前述のように、ここでは一般市民がツアーガイドを担当することで、ツアー参加者との交流、あるいはガイド同士での交流が生まれているという。そして、5.2.2の「西郡すこーしまえのくらしマップ」の事例でも、地域住民が集って、マップを手に自分たちのまちを歩くイベントが開催された。また、5.3.2「KaRaTaMap」の事例では、マップを活用したスタンプラリーが開催され、人びとにまちを回遊させることによって、間接的に店同士の連携の促進が図られ

¹⁴⁶ 城戸秀之は、地域社会の再認識の試みとして、地域情報としての「地域検定」と「地域かるた」を挙げているが、それらが教育分野で利用されるだけでは、「学習」という個人的行為にとどまり、地域社会の認識を支える社会的文脈としては不十分であると述べている（城戸 2011: 9）。そして、そこで必要になるのが、地域情報を機能させるための他者との相互性であるという（城戸 2011: 9）。城戸はその例として、小学生の公募によってかるたが作成され、さらに地域ぐるみの競技大会が開催される宮崎市事例や、地域検定の成績優秀生徒が観光ガイドとして採用されている白河市事例を取り上げ、こうした社会的パフォーマンスによって、地域情報がパーソナルな消費とは異なる位相において社会的に享受されるということを指摘している（城戸 2011: 9-11）。

た。このように、マップづくりと連動したイベントや活動を派生させることによって、マップはその機能を拡張させ、人びとが直接的につながる場をつくりだすこともできるのである。

ただ、すでに述べたように、〈マップ〉なるものは基本的に地域限定の「ミニコミ」であり、内容や配布方法によっては、ごく一部の人びとにしか伝達されないということもありうるため、それ自体の可能性を過大に評価することは避けなければならない。そして、上記のようなマップづくりを契機としたコミュニケーションやネットワークの促進という機能も、あくまで副次的・潜在的なものであって、それが作用する範囲もやはり限定されるということは言うまでもないだろう。

しかし、ここで注目されるのは、そうした流通の規模や共有の程度の問題よりも、かつては専門化された事業にすぎなかった地図づくりが、〈マップ〉という表現を通じて民主化され、一般社会に開かれたものになり、それを利用したさまざまな取り組みが展開されるようになってきているということである。そして、こうした実践は、個別にみれば小さなものだとしても、ローカルな空間認識にもとづいて地域を再定義し、さまざまな出来事や関係を派生させることで、コミュニティのエンパワーメントの「起点」になりうるのである。

たしかに、地図以外にも、地域を表現したり、人びとのつながりを作ったりする手段はある。たとえば、近年は地域の歴史や風土をテーマにした「かるた」を作成して故郷イメージを創造するとともに、それを使って遊ぶことによって、地域への愛着心を育て、世代を超えた交流の場をつくりだすことを目的とする「郷土かるた」の取り組みが全国各地で展開されている（新井 2009）。実際、マップの作り手の多くは、地図制作のプロパーではなく、地図という表現手段そのものに強いこだわりを持っているわけではない。それでも、空間を全域的に可視化し、情報を縮減し一覧化することを可能にする地図は、人間が「(地域) 社会」という抽象的なまとまりについて思考し、それに対して何らかの実践や働きかけを試みるときに、その基盤（プラットフォーム）となる知識として、往々にして必要になるものである¹⁴⁷。

あるいは、地図が対象とする「地理」という概念そのものが、社会的なコミュニケーションにおける基盤を形成しているといってもいいだろう。身のまわりの空間がどのように分割されているのか、事物がどのように分布しているのか、あるいは、どこに何があるのか、自分はどこにいるのか——こうした事柄は、脱場所的な（電子的な）コミュニケーションが発達した現代でも、依然として、社会の認識や他者とのコミュニケーションにおける普遍的な知識体系をなしている。そして、われわれは日常生活でも、そうした地理的な知識を用いて、みずからの意思や行動を決定したり、他者と関わったりしている。それゆえ、地図は、地域社会（まちづくり）という文脈でも、さまざまな活動と結びつき、ある情報を発信して、社会を統合したり効率化したりする基本的なツールとして必要とされる

¹⁴⁷ 若林幹夫によれば、「社会や世界の全域的な広がりについて語り、思考する時、私たちはあたたかも地図を見るかのようにしてそれらを対象化し、思考し、言語化している」（若林 1995: 59）という。

のである。

さらに、その背景として、〈マップ〉という表現様式の普及により、それが簡易的に活用できる身近なツールとみなされるようになったということも指摘できるだろう。実際の作業には一定のスキルや労力を要するものも事実であるが、紙地図の場合でもコストは基本的に印刷費のみであり、そして1枚の紙にまとまった情報を盛りこむことができる。そうした実践的な意味でも、〈マップ〉は地域の情報を一元化して伝達するのにきわめて便利なツールだといえる。そして受け手にとっても、地域情報をビジュアルとして一望のもとに把握できるマップは簡便な情報源であり、実際に役所等で配布されるマップは、他の広報物に比べると比較的捌けやすいといわれている。

ともあれ、〈マップ〉はこのような性質ゆえ、単なる視覚的・図像的な空間表現、あるいは私的な消費や移動の道具としてだけではなく、社会的な活動と連動することによって人びとを結びつけるコミュニケーションの道具（媒体）として地域社会に遍在するようになっているのである。

あるいは、人びとのネットワークやコミュニティ自体をあらわす表象として、〈マップ〉というものを捉えることも可能だろう。1980年代に、ある目標や価値を共有している人びとが、既存の組織や地域への所属を越えて連帯する自主的活動を「ネットワークング」という概念であらわしたJ.リップナック & J.スタンプスは、そうした多様なネットワークの全体像を「ネットワークの地図づくり」と比喩的に表現している（Lipnack & Stamps 1982=1984: 29）。また、1985年には、そうしたネットワークで結びついた日本全国の156団体（テーマ・コミュニティ）の活動をまとめたガイドブックが刊行され、『もうひとつの日本地図』（野草社「80年代」編集部編）と名づけられた。これらは、あくまで多様なネットワークが並存する状況の総体を「地図」という表現で喩えたものにすぎない。しかし、このように純粋な地縁をこえた新たなつながり（ネットワーク）もまた、まるで地図のような面的な「広がり」や「分布」に置きかえて語る事が可能なのである。そして、ここまで論じてきたように、実際に地域社会における〈マップ〉は、既存の純粋な地縁だけによらない新たなつながりのなかで作られることも多い。こうして作られた〈マップ〉は、旧来的な〈地図〉とは異なる位相にあるが、それでも「地域」を基盤として、それに新たな意味を付け加えることによって結びついた人びとの「連帯」を表象し、またそうした「連帯」を再生産しうるものとして解釈することができるのである。

6.3 〈マップ〉の想像力

前節で述べたように、たしかに個別のマップが「どのように読まれているか」を実証するのは困難であるが、そうした社会的な実践を通じてつくりだされた〈マップ〉そのものが、都市・地域社会という既存のテキストに対する「読みの結果」であると考えられることもできるだろう。つまり、〈マップ〉は、人びとに読まれるテキストであるまえに、その作り手たちが空間・社会をどのように解釈し、再定義したかをあらわすものでもある。S.ホールは、受け手によるテキストの読みのモデルとして、「優先的な読解（preferred reading）」

「交渉的な読解（negotiated reading）」「対抗的な読解（oppositional reading）」という3つの方法を提示しているが（Hall 1980）、これにしたがえば、〈マップ〉は、その作り手自身が都市や地域社会に対して「交渉的な読解」をおこなった結果として描きだされる場合が多いといえるだろう。すなわち、〈マップ〉は地域に関する既存の認識を参照しながらも、しばしばそこに異なる解釈を能動的に付け加える「交渉的な読解」の産物でありうる。そして、それは読み手にメッセージを伝達する手段であるまえに、まず作り手が「地域社会」の意味づけにコミットメントしていく手段として理解されなければならない。

よって、〈マップ〉の作成、つまり「マッピング」とは、地域に関するイメージ・情報の再編集、リ・デザイン、2次創作といった意味合いをもつ行為だといえる。そして、その行為自体に、既存の〈地図〉的な秩序に対する人びとの能動性を見いだすことができるのである。また、それは作り手の完全に主観的・創造的な行為であるようにも思われるが、作り手は無意識のうちにみずからに内面化された社会的表象を多かれ少なかれ〈マップ〉に反映させてもいる。そして、マップづくりが集団的におこなわれると、それが描きだすイメージも、おのずと集団的なものになっていくのである。

さらに、このような「マッピング」の発想は、まちづくりだけでなく、サブカルチャーや教養の分野でも応用されている。

ニフティ（株）が運営するイベントハウス“TOKYO CULTURE CULTURE”では、2010年から2011年にかけて計3回にわたって「マッピングナイト」と呼ばれるイベントが開催されている。これは、工場・団地愛好家として知られる大山顕氏や、「マッピング作家」と呼ばれる専門家や研究者らをゲストに招き、Google Map/EarthやGPSを利用して、各ゲストがユニークなデータを展開したマップをスクリーンに映しながらトークを繰り広げるイベントである。いくつか例を挙げると、(1)「Yシャツ/カッターシャツ」という言葉がウェブ上でどの地域から検索されているかを地図上で塗り分けることによって、言葉の使い方の地域分布を示す試み、(2) 地図上の道路網などを恣意的になぞることで動物の絵を見つけだし、GPS衛星とつないで実際にそのルートを歩くことによって、歩いたルートを地上絵のように地図上に再現させる「東京ナス化計画」、(3) 被爆直後の写真や被爆体験談をGoogle Earth上の長崎にマッピングしていく“Nagasaki Archive”、(4) 東日本大震災の発生時に、都心で人びとがどのようにして家に帰ったか（あるいは帰らなかったか）を個々の事例をもとに地図化して紹介する「帰宅ログ」、(5) 実際の東京都の境界線とは関係なく、各鉄道路線の駅を基準に、個人個人の思う東京都の輪郭を描いてもらい、その結果をリアルタイムで地図上に集計・出力する「どこまで東京？」など、デジタル地図を応用したさまざまな実践が紹介されている。イベント会場は全国から集まった地図好きの一般客で埋めつくされ、またUstreamでの中継によりインターネット上でも反響を呼んだ。このように、「マッピング」は地域という文脈を超えたところでも集団イベント化しているのである。

また、近年は、単純な「地図帳」の利用が減少する一方で、現代の時事問題や雑学的知識などを世界地図や日本地図にマッピングした「情報地図帳」などと呼ばれるものが各川

版社から刊行され、書店の一角を賑わせている。たとえば、そのなかでも代表的な『なるほど知図帳 世界／日本』シリーズ（昭文社）は 2003 年から現在にかけて毎年リニューアルされ、社会の動向にあわせて 1 冊に数十種類のテーマのマップが収録されている。図表 6-6 のように、2012 年度版（日本）では、原子力発電や津波、地震といったタイムリーな話題がクローズアップされたほか、「米軍基地」「たばこ」「人間国宝」「B 級ご当地グルメ」「空港」「パワースポット」「近代化産業遺産」「婚礼」「台風・洪水」といった多様なテーマが個別に地図化されている。地域社会のそれとは異なり、対象地域のスケールはきわめて大きいものの、まさにこれも既存の（地図）の上に個別の事象をテーマ別に展開していく（マップ）の一形態といえる。



図表 6-6 『なるほど知図帳 2012 日本』（昭文社、2012 年、p. 12-3）

このように、現代では、こうした（マップ）的な思考様式が普及し、世界了解の方法として重要な位置を占めつつある。そして、人間の活動や社会の実態に即した特殊なデータを地図上に一元化して展開していくことによって、新たな／多様な現実を浮かび上がらせることができるというところに、「マッピング」という営みの本質的な可能性がある。「マッピングナイト」にしる「情報地図帳」にしる、そのなかには趣味的な「ネタ」とどまるような（マップ）もあれば¹⁴⁸、社会的な想像力を拡張させるような（マップ）も含まれているが、そうした玉石混濁の知識を生みだすのも、（マップ）という表現の 1 つの特性と

¹⁴⁸ 2010 年には、都心の公共施設・商業施設に設置されたさまざまなトイレを紹介した『TOKYO TOILET MAP』（東京トイレ調査隊）なる書籍が刊行されたが、これは実際にそれを使うこと（実用性）よりも、作る／見ること自体をネタとして面白がるような娯楽性・趣味性が重視されているように思われる。とはいえ、このように「トイレ」のようなものでさえ、それを視覚化・一覧化しようとする意志によって、マッピングの対象にされるのである。

いえるだろう。

しかし、このことを、〈マップ〉の「濫造」という文脈で説明することもできなくはない。前述のように、多様な〈マップ〉の並存状態は、地図の断片化・細分化（タコツボ化）の表れでもあり、共通の「社会表象」の構築を妨げるものであるように見える。地図の制作がオープンに民主化されていくことによって、多様な主体による多様な地域・テーマの〈マップ〉が並び立つことになり、地図を共有しているという感覚は、ますます希薄になっていく可能性もあるということである。そうだとすれば、やはり地図は「断片化」に向かっているのだろうか。

だが、社会表象が「断片化」に向かっているのか、あるいは「再構築」に向かっているのかという議論は、そもそも不毛である。なぜなら、本稿で〈地図〉と〈マップ〉という概念を用いて説明してきたように、〈地図〉的な社会表象と、〈マップ〉的な社会表象とは、そのあり方が基本的に異なるからである。

第 2 章で論じたように、消費化・情報化の進展にともない、地図は断片的な情報として提供されたり、使用されたりすることが多くなっていることは事実である。そして、〈マップ〉も、それ自体はきわめて細分化されたローカルな空間表現であることに変わりはない。このような断片化の傾向は、複雑性の増大に対して、それを縮減しようとする社会の要請によるものであり、かならずしも否定されるべきものではない。それどころか、地図を断片化することは、複雑化する空間・社会をより鮮明に把握する方法（縮減作用）として不可欠である。「世界」が未知の不確かな存在であった時代には、空間認識を「拡張」することに、より大きな意義があったが、現在はこうして膨大な情報を「縮減」して細分化する必要性が高まってきているのである。

ただ、問題を挙げるとすれば、「断片化」一辺倒になると、いわゆる「全体社会」という文脈での地理的な認識や想像力は薄れていくかもしれない。

実際、近年は若者の「地理知らず」や「地理離れ」を問題視するような言説も存在する。2005 年に日本地理学会がおこなった「大学生・高校生の世界認識の調査」¹⁴⁹では、当時毎日のように報道されていたイラクの位置を誤って回答した大学生が半数近くにのぼるといった結果が報告され、各新聞紙上でも大きく取り沙汰された。

また、2004 年～2005 年には、ウェブサイト「借力」（<http://www.chakuriki.net/>）が、日本地図や世界地図に関する勘違い情報を募集し、そのなかから多くの人が共感できるような「勘違い」をピックアップして地図化した『バカ日本地図——全国のバカが考えた脳内列島 MAP』『バカ世界地図——全世界のバカが考えた脳内ワールドマップ』が出版されて話題を呼んだ（図表 6-7）。たとえば、「鳥取と島根は区別がつかない」「京都が日本海に面しているのは意外」「オーストラリアはドイツの横」「モナコとマカオの区別がつかない」

¹⁴⁹ 調査は、大学生 3773 人（25 大学）、高校生 1027 人（9 高校）を対象に、主要国および最近話題になった 10 か国を、世界の白地図に示された 30 個の選択肢の中から選ばせるかたちで実施された。ランダムサンプリングによる調査ではないが、対象校の偏差値のバランスには一定の配慮がなされている。

といったコメントを集約し反映した頓珍漢な世界地図・日本地図を描き、それを「ネタ」として笑うというコンセプトで編集されたものである。しかし、それは正確な地図がこれほど普及した現在においても、人びとのメンタルマップが正確な知識（教養知）から逸脱するさまが、一定の共感とリアリティを喚起しうることを示唆するものでもあった。



図表 6-7 バカ世界地図（一刀, 2005, 技術評論社, 巻頭ページ）

これらは、地理的な知の衰退傾向や、それと地図の断片化との関連性をかならずしも客観的に証明するものではないが、それでも、いわゆる「教養主義の没落」（竹内 2003）とともに、こうした教養知としての地理的知識に関しても、その規範性自体が緩んできたという指摘は可能かもしれない。逆に、地図利用の簡便化や〈マップ〉の普及にともなって、身のまわりの「日常知」としての地理的知識に関しては、少なくとも供給量・供給方法は大幅に増大しているといえるだろう。

そうだとすれば、「教養知」としての社会表象のあり方と、「日常知」としての社会表象のあり方は、それぞれ分けて考える必要がある。そして、前者のような「全体」としての社会表象を構築する〈地図〉の想像力は、教養の域をこえるものではなく、やはり（学校）教育を通じて育てられるものであると考えるべきだろう。ところが、現在の高等学校の学習指導要領では、「地理」は必修ではなく選択科目とされており、地理・日本史のいずれか一方を選択させるしくみになっている¹⁵⁰。その是非について言及することは差し控えるが、「世界」や「日本」の地理が教養知として布置されている以上、社会を「全体」としてと

¹⁵⁰ 西岡尚也は、高校生・大学生・社会人の手書き世界地図の分析をとおして、日本人の世界地図認識の不十分さを示したうえで、近年学校教育現場では地理（地図）教育の衰退が深刻化してきていることを指摘している。具体的には、高校における地理の選択科目化にくわえて、教員の地理・地図離れ、小学校低学年における生活科の登壇＝社会科の消滅、小学校高学年・中学校における社会科教科書からの体系だった世界地理記述の消滅などを問題として挙げている（西岡 2005）。

らえるような想像力の育成に関しては、その大部分を地理教育の拡充に求めなくてはならないのが現実である。

とはいえ、第 2 章でも指摘したように、デジタル地図の発達にともなって、われわれ個人はより自由かつ簡便に世界中を見晴らすことができるようになった。したがって、「全体」としての社会表象はけっして解体されることはなく、つねに開かれたものとして、その可視性をわれわれに保証している。また、前掲の「情報地図帳」を利用すれば、〈マップ〉的手法で「全体社会」をとらえることも可能である。要するに、個人がどのように地図を使うかによって、その見え方はいかようにも変わってくるということである。こうして地図の利用も流動化・個人化し、そこからどのような情報を引き出すかは、個人の選択に依拠する部分が大きくなっているのである。

ただ、こうして社会認識のあり方が、もっぱら個人の選択に委ねられてしまうとなると、大多数の人びとはやはり「いま・ここ」における自己の要求に即した日常知をもとめて、地図を断片的に切り取り、消費することに埋没するはずである。日々の行動を効率化し、秩序づけるうえで、断片的な日常知は不可欠なものであるが、そればかりでは、また見えなくなるもの、共有できなくなるものも多くなる。他方、前述のように、普遍的な〈地図〉的知識は、教養・教育の範疇で扱われるものであるとすれば、またそれとは異なる次元の知識を蓄積しようとするところに、〈マップ〉なるものの存在意義がある。

では、そうした〈マップ〉がつくりだす知識とは、一体どのようなものであるか。それは、いわば純粋な教養知と日常知のあいだに位置するものといえる。それ自体は断片的で、ローカルな日常知を構成するものではあるが、単に個人の「消費」や「移動」のための情報として使い捨てられるばかりではない。断片は断片でも、地域別・テーマ別に情報を「マッピング」していくことによって、それは 1 つの社会表象を構成する集合的な知識に転化しうる。つまり、〈マップ〉はいずれにしても道具的なものであるが、ただ私的な道具として使われるだけでなく、各個人の日常を拡張した地域社会という枠組みのなかで文化を読み解いたり、体系的な知識を組み立てたりするための道具になるのである。

ただし、それは「全体」を 1 つに統合するようなものではなく、あくまでローカルな文脈で、特定の人びとを結びつける「部分的」な社会表象である。それは、いわば宮台真司が社会の「総（オタク）化」を指して表現した等価な「島宇宙」（宮台 1994）のようなものであるといえなくもない。したがって、そこへのコミットメントもやはり個人の選択の対象になる。本稿で示してきたように、流動化した社会では、さまざまな地域・テーマの〈マップ〉がフラットに並存している。それをいかにして選択し、蓄積していくかは、結局のところ個人に委ねられるといわざるをえない。

しかしながら、インターネットのような電子メディアを媒介した脱場所的なコミュニティとは異なり、〈マップ〉が表象するのは、あくまで「場所」あるいは「地域」のコミュニティである。島宇宙のように細分化されているとしても、それは特定の場所・地域を基盤にした「リアル」な共同体として表象されるのである。ただ、第 4 章でニュータウンを事例に指摘したように、現在は「地域社会」も形骸化したヴァーチャルな存在へと変容しつ

つある。たしかに、「場所」や「地域」も旧来のような絶対的強度をもつものではなく、
てきているのは事実であり、それにコミットする人びとの共同性のみを担保する存在にな
りさがっているとみえるかもしれない。

だが、それゆえ、こうした地域社会を再定義し、リアリティをもたらしめるために、新しい
〈マップ〉が必要になっているともいえる。そして、依然として、われわれは誰もが「場
所」や「地域」に立脚して生活していることに変わりはない。そのコミットメントや関心
の度合いはさまざまでも、「場所」や「地域」というものは、それ自体が人びとにとって共
通性の高い「テーマ」や「文化」であるということもできる。そして何より、脱地縁化、
そして無縁化の反動として、あるいは3.11以降の課題として、社会的には「地縁」や「地
域コミュニティ」の重要性があらためて見直されつつある。したがって、〈マップ〉のテー
マが選択の対象として細かく分化されているとしても、それらはいずれも「場所」「地域」
という共通の基盤のうえにおかれることによって、つねに人びとに対して開かれ、人びと
を結びつける社会的な表象でありうるのである。その証左として、〈マップ〉はしばしばそ
の地域に流れてきた異質な存在（よそもの）によって作られたり、読まれたりする。つま
り、それは流動化のなかで生きる人びとが、新たに関わることになった地域を意味づけたり
、解釈したりする手段でもあるということである。そして、それによって、既存の〈地
図〉が表象するような地域像にとらわれないまちやエリアの表象が再構築されていくので
ある。

このように、さまざまな〈マップ〉が断片化・細分化しながらも、重なり合うことによ
って、(地域)社会は複層的に表象化されていく。つまり、近代的な〈地図〉が、普遍的な
視点から、「社会」を明確に境界づけられた均質的な「広がり」「領域」として表象し、単
層的に制度化してきたのに対して¹⁵¹、〈マップ〉は、テーマ別に情報を縮減することによ
って、「社会」を個別の可動的な事象の「集積」「分布」として複層的に表象する。そして、
そこに宿り、拡張されるのが〈マップ〉の想像力なのである。

第1章において、「社会表象」としての地図は、主に「共有性」「全体性」「権力性」に特
徴づけられると仮定したが、〈地図〉から〈マップ〉への展開をふまえると、基本的に「共
有性」「全体性」「権力性」はいずれも縮小されたものになってきていると考えることがで
きるだろう。ただし、このことは、既存の〈地図〉の社会性を無に帰するものではけっし
てなく、〈地図〉のうえに、それとは異なる次元を新たに付け加え、相互補完的な関係を築

¹⁵¹ ただし、世界の民族・宗教問題や、市町村合併の動きにみられるように、近代的な〈地図〉
にも、つねにその「境界線」が変更・越境される可能性が内包されている。杉田教は、「境界
線上に根拠がない以上、境界線の所在について、最終的な合意が成立することはない。さま
ざまな異議申し立てがなされる潜在可能性はつねにある」（杉田 2005: 18）とし、「例えば、
国境が相対的に他の境界線よりも重要であると多くの人々が考え、宗教や民族などの他のあ
りうる境界線よりもそれを重視する行動をとるならば、そのかぎりにおいて、国境は強固と
なる。重要なことは、境界線は人々の頭の中にあるのであって、どこかに物理的に存在して
いるわけではないということである」（杉田 2005: 20）と述べている。

くものであると考えるべきである¹⁵²。社会を「全体」として表象し、それを人びとに「共
有」させることで、社会を統制する「権力」として作用する〈地図〉とは異なり、〈マップ〉
は、個別にみれば、断片的なものであって、人びとの認識を1つに統合していくような普
遍性や規範性をもつものではない。しかし、それゆえ、さまざまな主体がローカルな社会
表象を多元的に構築することによって、人びとの社会認識に「新たな扉」が追加されてい
く。つまり、〈マップ〉は1枚の均質な〈地図〉だけでは表象しきれない「社会」を多面的
に切り分け、複雑化・流動化する現実に対応しうる社会表象を補完的に再構築していくの
である。

だが、それは完全に権力から自由なものとして布置されているわけではない。〈マップ〉
の作成にも行政や諸組織のさまざまな思惑が交錯し、それがあつた種の権力や利権と結びつ
いて地域の分断や疎外を生じさせる可能性がないとはいえない。むしろ〈マップ〉は、〈地
図〉以上に偏った表現であり、特定の事象が選択（可視化）される一方で、多くのものが
捨てられる（不可視化される）ことになる。それによって、何らかの社会的な不平等がも
たらされることもあるかもしれない。本稿では、それまで不可視化されていたものを「可
視化」することによって、社会的な統合や効率性を高めるオルタナティブな〈マップ〉の
可能性に着目して議論を展開したが、それによって、逆にネガティブな問題が引き起こさ
れることもありうる。たとえば、犯罪発生マップや活断層マップなどの公表は、ある地域
自体を危険な場所として認知させ、地価の下落をまねくおそれがあることから、とくに地
権者にとってはシリアスな問題になる。

しかし、本稿でみてきたかぎり、少なくとも〈マップ〉における権力性とは、それを行使
する側にとっても、される側にとっても、かならずしも意識化されるものではない。第1
章でも述べたように、そもそも地図というものの全般に、このような無意識的な権力性が内
包されており、〈マップ〉にもその性質が引き継がれているのである。それでも、第2章で
述べたように、近代的な〈地図〉は権力層やエリート層の手に握られ、その規範性をもつ
て垂直的に人びとの認識を統制・規定したのに対して、〈マップ〉にはそのような権力構造
が基本的にない。たしかに、〈マップ〉も人びとの認識や行動を制御するものではあるが、
それを支配的に統制するものとはいえない。逆に、〈マップ〉自体が、既成の支配的な秩序
に対して、対抗的とはいえないまでも代替的な認識を呈示するものとして作りだされて
いる。本稿で明らかにしてきたのは、そのようなオルタナティブとしての〈マップ〉の社
会性である。そして、それは人びとに能動的に「使われる」ことによって、そのユーザー
の認識や行動を制御するものであるといえる。

東浩紀は、M.フーコーの権力論やL.レッシングのアーキテクチャ論を参照しながら、ひと
りひとりの内面に規範＝規律を植えつける古典的な「規律訓練型権力」に対して、監視力

¹⁵² 若林幹夫は、国民国家の枠組みを超える人間や資本の移動、情報ネットワークの世界的な
展開にもなるトランスナショナルな共同体の出現も、「近代的世界を解体するのではなく、
今日ある『地図としての社会』の上にも、それとは異なる社会的現実の次元を付加する」（若林
1995: 228）ものであるとしている。

メラやゲイテッド・コミュニティなどに代表されるように、物理的な環境の設計によって、人びとの行動を制御する「環境管理型権力」という概念を提起することで、現代における権力のあり方の変容を説明している(東 2002; 東・大澤 2003)。そして、鈴木謙介は、こうした環境管理(アーキテクチャ)に対して、「人は、自由意思を持つことを禁じられるのではなく、生活環境の管理と、膨大な情報の蓄積を通じて振る舞いを制限されると同時に、その事実を、自発的な意志に基づく意味のある行動として根拠づけていく」(鈴木 2009: 112)とし、アーキテクチャは人びとをかみならずしも一方的に管理するのではなく、人びとの「自発的行動」を促す側面をもっていることを強調する。

これに倣って、地図を環境管理の一形態とみなすとすれば、とりわけ本稿で取り上げてきたような地域社会における〈マップ〉は、その制作においても利用においても、人びとの自発性に支えられる部分が大きいと考えられる。つまり、〈マップ〉は多様性を認められるものであって、1つの見方を強制するものではなく、さらに、その〈マップ〉を作ること／利用すること自体も基本的に強制されるものではない。それは既存の空間表象に対して、足りない見方を補う、あるいは新しい見方を付加するオルタナティブな存在として、自発的に作られ、また利用されることが多い。そして、読み手は、その〈マップ〉を参照しつつ、自己の経験や他のさまざまな空間認識とすり合わせながら、みずからのメンタルマップを更新していくのである。

他方、〈マップ〉の作り手は、けっして特定の見方を強制することを意図するわけではないが、なるべく社会や作り手にとって望ましい認識や行動を人びとに促すようにそれを設計しようとする。このように、〈マップ〉は人びとの自発性を促しながら、結果的に人びとの認識や行動を一定の範囲で制御し、新たな秩序を生み出すための情報技術の1つとして解釈することもできるだろう。したがって、個人の選択の対象にすぎない〈マップ〉を、いかにして社会の連帯性や効率性の向上に結びつけ、人びとに蓄積させるかということが問われることになるのである。

以上、本稿では、現代社会における地図の新しいあり方として、これまで学問的なアプローチの少なかった〈マップ〉なるものに着目し、ユニバーサルな〈地図〉だけではとらえきれない「社会」を表象し、社会的な想像力を拡張するための新たな方法として位置づけてきた。たしかに、それは地図の断片化の延長線上に位置づけられるものではあるが、上記のように、権力に縛られないことで、多様性が確保され、とくにローカルな文脈での「社会」を多面的に表象し、再構成するものとして理解すべきである。

そのうえで、本稿では、単に〈マップ〉を空間・社会の「表現」としてだけでなく、それを社会的に機能させ、地域社会における人びとの社会的実践やコミュニケーションを助ける「道具(媒体)」として捉える視点をくわえた。あるいは、別の言い方をすれば、地図は、「社会認識の道具」であると同時に、「社会活動の道具」でもあるということである。こうした視点によって、地図という表現の内容(見た目)だけに着目するのでは見えてこない人びとの生や実践と結びついた〈マップ〉、すなわち「マッピング」というアクティブな営みの社会性が浮き彫りになってきた。そのため、空間表象としての地図自体の意味を

こえて、地図の制作をめぐる実践的な問題や地域社会のあり方についても多く言及することになったが、〈マップ〉というものの特性を捉えるには、それを作るという行為・活動のプロセスや、その背後にある社会的文脈を十分に視野に入れることが必要なのである。

そして、このように地図の「表現」としての側面と、「道具」としての側面の両面からアプローチできるのが、地図を社会学的な考察の対象にすることの強みだといえるだろう。とりわけ、〈マップ〉に関しては、この両面が分かちがたくつながっており、そうしたアプローチを用いることによって、これまで地図学的には些末なものとして軽視されがちであった身近なマップを社会学の分析の俎上にのせることができたのである。

前述のように、今後も近代的な〈地図〉が空間的な知の基盤でありつづけることに変わりではなく、他方では、デジタル地図のさらなる発達と普及によって、地図はますますパーソナルな媒体になっていくことも予想される。さらに、地域コミュニティの衰退とは裏腹に、電子メディアは脱場所化した「地図のないコミュニティ」(Gumpert 1987=1990)の意味を増大させてもいくはずである。しかし、それでも其処此処に現れる〈マップ〉が、独自の想像力によって、「地図としてのコミュニティ」あるいは「地図としての社会」を新たにかたちづくる可能性を開いているということにも、社会学は、そして社会は、さらに関心を向けていくべきではないだろうか。

謝辞

本稿の執筆にあたっては、学部生時代からの恩師である片桐新白先生にご指導いただいた。また、大学院の授業や研究会等を通じて、とくに関西大学社会学部の諸先生方、ならびに大阪大学人間科学部の辻大介先生には有益なアドバイスや示唆をいただいた。また、調査にあたっては、関西大学社会的信頼システム創生センター、大阪市北区役所、そして、インタビュー調査に協力いただいた方々に大変お世話になった。記して深く感謝したい。

引用・参考文献

- 阿部潔・古川彰, 2011, 「社会表象研究の地平——『生きられた文化』への眼差し」『関西学院大学社会学部紀要』111: 71-85.
- 相澤亮太郎, 2007, 「水害常習地域の空間認識——大垣市の社会科副読本, ハザードマップ, 手描き地図に着目して」『人文地理』59(3): 69-83.
- 秋山哲男・安達万里子・大島明ほか編著, 2001, 『住民参加のみちづくり——バリアフリーを旨とした湘南台の実践から』学芸出版社.
- Anderson, B., 1991, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London and New York: Verso, Revised Edition. (=1997, 白石さや・白石隆訳『想像の共同体』NTT出版.)
- 青木栄一, 1995, 「鉄道地区の思想とその展開」『地図』33(3): 1-12.
- 青山宏夫, 1989, 「新聞折込広告に掲載された地図の情報」北村嘉行・寺阪昭信・富田和暁編『情報化社会の地域構造』大明堂, 171-82.
- 新井克弥, 2009, 「郷土かるた普及による故郷イメージの再生と創造」『関東学院大学人文科学研究報』33: 105-20.
- 荒山正彦, 1999, 「ガイドブックの可能性をさがして」『地理』44(12): 62-67.
- 有川正俊, 2008, 「エゴセントリック・マッピング」村越真・若林芳樹編『GIS と空間認知——進化する地図の科学』古今書院, 43-57.
- 浅川泰宏, 2008, 「創出される表象空間——遍路道再生運動の事例から」『空間の表象に関する宗教民俗学的研究』(平成 18~19 年度科学研究費補助金 基礎研究 C 研究成果報告書), 28-45.
- 浅岡隆裕, 2007, 「地域メディアの新しいかたち」田村紀雄・白水繁彦『現代地域メディア論』日本評論社, 17-34.
- 東浩紀, 2001, 『動物化するポストモダン——オタクから見た日本社会』講談社.
- , 2002, 「情報自由論 第 3 回——データの権力、暗号の倫理 (3) 規律訓練から環境管理へ」『中央公論』117(9): 254-63.
- 東浩紀・大澤貞幸, 2003, 『自由を考える——9・11以降の現代思想』NHK 出版.
- 東浩紀・北田暁大, 2007, 『東京から考える——格差・郊外・ナショナリズム』日本放送出版協会.
- 馬場章, 2001, 「地図の書誌学——長久保赤水『改正日本輿地路程全図』の場合」黒田日出男・M.E.ベリ・杉本史子編『地図と絵図の政治文化史』東京大学出版会, 383-430.
- Barthes, R., 1957, *Mythologies*, Paris: Seuil. (=1967, 篠沢秀夫訳『神話作用』現代思潮新社.)
- , 1985, *L'aventure sémiologique*, Paris: Seuil. (=1988, 花輪光訳『記号学の冒険』みすず書房.)
- Baudrillard, J., 1981, *Simulacres et Simulation*, Galilee. (=1984, 竹原あき子訳『シミュラクルとシミュレーション』法政大学出版局.)

- Bauman, Z., 2000, *Liquid Modernity*, Polity Press. (=2001, 森田典正訳『リキッド・モダニティ』大月書店.)
- , 2001, *Community: Seeking Safety in an Insecure World*, Polity Press. (=2008, 奥井智之訳『コミュニティ——安全と自由の戦場』筑摩書房.)
- Beck, U., 1986, *Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne*, Suhrkamp. (=1998, 東廉・伊藤美登里訳『危険社会——新しい近代への道』法政大学出版局.)
- Berger, P.L., Luckmann, T., 1966, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, New York: Doubleday. (=2003, 山口節郎訳『現実の社会的構成——知識社会学論考』新曜社.)
- Berry, M.E., 2001, 若林晴子訳「統一権力と地図作成——新たな政治文化の誕生」黒田日出男・M.E.ベリ・杉本史子編『地図と絵図の政治文化史』東京大学出版会, 137-84.
- Black, J., 1997, *Maps and Politics*, Reaktion Books. (=2001, 関田篤訳『地図の政治学』青土社.)
- Board, C., 1967, "Maps as Models", R.J.Chorley, P.Haggett ed., *Models in Geography*, London: Methuen & Co Ltd, 671-725.
- Boorstin, D.J., 1962, *The Image*, Atheneum Publisher. (=1964, 星野郁美・後藤和彦訳『幻影の時代』創元社.)
- , 1985, *The discoverers*, New York: Vintage Books. (=1988, 鈴木主税・野中邦子訳『大発見』綜合社.)
- Boulding, K.E., 1956, *The Image: Knowledge in Life and Society*, University of Michigan Press. (=1962, 大谷信明訳『ザ・イメージ』誠信書房.)
- バス・コーポレーション, 2006, 「テーマ別観光マップのつくり方」『月刊観光』473: 28-31.
- Chambers, I., 1994, "Cities without Maps", *Migrancy, culture, identity*, London: Routledge, 92-114. (=1997, 遠藤徹訳「地図のない都市」『10+1』11, 105-20.)
- 茶谷幸治, 2008, 『まち歩きが観光を変える——長崎さるく博プロデューサー・ノート』学芸出版社.
- , 2011, 「まち歩きによる都市観光の質の転換」『交通工学』46(1): 27-31.
- Cohen, A.P., 1985, *The Symbolic Construction of Community*, Ellis Horwood Ltd. (=2005, 吉瀬雄一訳『コミュニティは創られる』八千代出版.)
- Coleman, J.S., 1988, "Social Capital in the Creation of Human Capital", *American Journal of Sociology*, 94: 95-120. (=2006, 金光淳訳「人的資本の形成における社会関係資本」『リーディングス ネットワーク論——家族・コミュニティ・社会関係資本』勁草書房, 205-41.)
- Crampton, J.W., Krygier, J., 2006, "An Introduction to Critical Cartography", *An International E-Journal for Critical Geographies*, 4(1), 11-33.
- Crary, J., 1992, *Techniques of the Observer: On Vision and Modernity in the Nineteenth Century*, The MIT Press. (=1997, 遠藤知巳訳『観察者の系譜——視覚空間の変容と

モダニティ』十月社。)

de Certeau, M., 1980, *L'Invention du quotidien, 1, Art de Faire*, Paris: U.G.E. (=1980, 山田登世子訳『日常的実践のポイエティック』国文社。)

Deleuze, G., Guattari, F., 1980, *Mille Plateaux: Capitalism et schizophrénie*, Paris: Les Editions de Minuit. (=1994, 宇野邦一・小沢秋広・山中敏彦・豊崎光一・宮林寛・守中高明訳『千のプラトー』河川書房新社。)

Downs, R.M., Stea, D., 1973, “cognitive mappings and spatial behavior”, Downs, R.M. and Stea, D. eds., *Image and environment*, Chicago: Aldine Publishing, 8-26. (=1976, 古武泰水監訳「認知マップと空間行動——過程と生成物」『環境の空間的イメージ』鹿島出版会, 9:31。)

遠藤薫, 2008, 「複合メディア社会における〈コミュニティ〉とは何か」遠藤薫編著『ネットメディアと〈コミュニティ形成〉』東京電機大学出版局, 1-17。

Foucault, M., 1966, *Les mots et les choses : une archéologie des sciences humaines*, Gallimard. (=1974, 渡辺一民・佐々木明訳『言葉と物』新潮社。)

船津衛, 1994, 『地域情報と地域メディア』恒星社厚生閣。

Frisby, D., Sayer, D., 1986, *Society*, Ellis Horwood and Tavistock. (=1993, 大鐘武訳『社会とは何か』恒星社厚生閣。)

Giddens, A., 1990, *The Consequence of Modernity*, Stanford University Press. (=1993, 松尾精文・小幡正敏訳『近代とはいかなる時代か?』而立書房。)

Granovetter, M.S., 1973, “The Strength of Weak Ties”, *American Journal of Sociology*, 78: 1360-80. (=2006, 大岡栄美訳「弱い紐帯の強さ」『リーディングス ネットワーク論——家族・コミュニティ・社会関係資本』勁草書房, 123-58。)

Gumpert, G., 1987, *Talking tombstones and other tales of the media age*, Oxford University Press. (=1990, 石丸正訳『メディアの時代』新潮社。)

Gould, P., 1965, “On Mental Maps”, *Michigan Inter-University Community of Mathematical Geographers, Discussion Paper 9*, Ann Arbor. (=1976, 「メンタルマップについて」ダウズ, R.M., ステア, D. 編, 古武泰水監訳『環境の空間的イメージ』鹿島出版会, 197-236。)

Gould, P., White, R., 1974, *Mental Maps*, Penguin Books. (=1981, 山本正三・奥野隆史訳『頭の中の地図——メンタルマップ』朝倉書店。)

Halbwachs, M., 1950, *La Memoire Collective*, 2ed., 1968, Paris: Presses universitaires de France. (=1989, 小関藤一郎訳『集合的記憶』行路社。)

Hall, S., 1980, “Encoding / Decoding”, S.Hall, D. Hobson, A.Lowe, P.Willis eds., *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*, London: Unwin Hyman, 128-38.

———, 1997, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London: Sage, The Open University Press.

浜日出夫, 2007, 「記憶の社会学・序説」『哲学』117: 1-11.

原田ひとみ, 1984, 「“アンアン” “ノンノ”の旅情報——マスメディアによるイメージ操作」『地理』29(12): 50-7.

Harley, J.B., Woodward, D., 1987, *The History of Cartography 1: Cartography in Prehistoric, Ancient, and Medieval Europe and the Mediterranean*, The University of Chicago Press.

Harley, J.B., 1988, “Maps, Knowledge and Power”, D.Cosgrove, S.Daniels eds., *The Iconography of Landscape*, Cambridge University Press, 277-312. (=2001, 千山稔訳「地図と知識、そして権力」『風景の図像学』地人書房, 395-457。)

Harvey, D., 1975, *Social Justice and the City*, London: Edward Arnold. (=1980, 竹内啓一・松本正美訳『都市と社会的不平等』日本ブリタニカ。)

———, 1990, *The condition of postmodernity*, Cambridge: Blackwell. (=1999, 吉原直樹監訳『ポストモダニティの条件』青木書店。)

長谷川孝治, 1993, 「地図史研究の現在——1980年代以降の英米の動向を中心に」『人文地理』45(2): 40-61.

長谷川孝治編著, 2005, 『地図の思想』朝倉書店。

橋本和孝, 1991, 「都市と消費——欲求・消費・環境——」大久保武ほか共著『シティライフの社会学』時潮社, 72-105.

橋本俊哉, 1995, 「観光と情報」前山勇編著『現代観光総論』学文社。

Hayakawa, S.I., 1949, *Language in Thought and Action*, Harcourt Brace & Company. (=1985, 大久保忠利訳『思考と行動における言語』岩波書店。)

広原盛明, 2002, 「まちづくりが生まれたころ——日本近代都市計画の対抗概念としてのまちづくり」白石克孝・富野暉一郎・広原盛明『現代のまちづくりと地域社会の変革』学芸出版社, 24-51.

久武哲也・長谷川孝治編, 1989, 『地図と文化』地人書房。

堀淳一, 1990, 『『地図論』論』津野海太郎・永野恒雄・野崎六助・田中勝也・塩見鮮一郎・堀淳一『地図の記号論』批評社, 163-81.

———, 1992, 『地図』現代書館。

堀川三郎, 2000, 「運河保存と観光開発——小樽における都市の思想」片桐新自編『歴史的環境の社会学』新曜社, 107-131.

堀野正人, 2009, 「奈良町におけるまちづくりと観光空間」神田孝治編著『観光の空間——視点とアプローチ』ナカニシヤ出版, 254-63.

井口貢, 2005, 『まちづくり・観光と地域文化の創造』学文社。

生井英考, 2006, 「視覚文化論の可能性」『立教アメリカン・スタディーズ』28: 7-24.

今井信雄, 2009, 「死者と記憶——震災を想起させる時間、空間、そして映像について」大野道邦・小川伸彦編著『文化の社会学——記憶・メディア・身体』文理閣, 90-106.

今尾恵介, 1994, 『地図の遊び方』けやき出版。

——, 2004, 『住所と地名の大研究』新潮社.

井上昭洋, 2010, 「ハワイ人とキリスト教: 文化と信仰の民族誌学 (14) 表象と言説」『グローバル天理』11(5): 9.

石田佐恵子, 1992, 「情報誌による〈都市〉空間イメージ」『都市問題研究』44(6): 70-83.

石井清輝, 2009, 「本と観光・まちづくりの接点——日本における『ブックタウン』の試み」『三山社会学』14: 8-11.

——, 2010, 「まちづくりと文化——地域文化の育てかた」西原和久・油井清光編『現代人の社会学・入門——グローバル化時代の生活世界』有斐閣, 130-46.

石見利勝・田中美子, 1992, 『地域イメージとまちづくり』技報堂出版.

磯崎新, 1985, 『いま、見えない都市』大和書房.

一刀, 2004, 『バカ日本地図——全国のバカが考えた脳内列島MAP』技術評論社.

——, 2005, 『バカ世界地図——全世界のバカが考えた脳内ワールドマップ』技術評論社.

Jameson, F., 1988, “Cognitive Mapping”, Nelson, C., Grossberg, L. eds., *Marxism and the Interpretation of Culture*, the University of Illinois Press. (=1995, 太田晋訳「認知地図」『10+1』3: 74-84.)

金子直樹, 2009, 「国内観光ガイドブックの変遷」神田孝治編著『観光の空間——視点とアプローチ』ナカニシヤ出版, 123-32.

角野幸博, 2000, 『郊外の20世紀——テーマを追い求めた住宅地』学芸出版社.

加賀野井秀一, 2004, 『知の教科書 ソシユール』講談社.

梶浦恒男, 1984, 「ニュータウンの管理・運営と住民自治」住田昌二編『日本のニュータウン開発——千里ニュータウンの地域計画学的研究』都市文化社, 182-212.

金澤敏知, 1988, 「現代地図学の動向」高崎正義編『地図学』朝倉書店, 1-26.

片桐新自, 2000, 「歴史的環境へのアプローチ」片桐新自編『歴史的環境の社会学』新曜社, 1-26.

——, 2000, 「社会学を考える——社会学の再生を求めて」『関西大学社会学部紀要』32(1), 179-204.

片寄俊秀, 1977, 『ニュータウンの建設過程に関する研究』長崎造船大学研究報告刊行委員会.

加藤晴明, 1994, 「社会と情報Ⅱ——情報化社会の表層」小林修一・加藤晴明『《情報》の社会学』福村出版, 133-209.

——, 1997, 「情報的現実としての“地域”——メディア・フレームと多元的・多重的地域イメージ」『社会と情報』2: 92-110.

加藤秀俊, 1976, 『空間の社会学』中央公論社.

加藤政洋, 2002, 「グローバル化と地理学的想像力」『思想』933: 94-107.

葛川絵図研究会, 1988, 『絵図のコスモロジー 上巻』地人書房.

河合幹雄, 2004, 『安全神話崩壊のパラドックス——治安の法社会学』岩波書店.

川村博忠, 2003, 『近世日本の世界像』ベリかん社.

川島浩平, 2009, 「人種表象としての『黒人身体能力』——現代アメリカ社会におけるその意義・役割と変容をめぐって」竹沢泰子編『人種の表象と社会的リアリティ』岩波書店, 291-315.

城戸秀之, 2011, 「社会的表象としての地域情報の諸相——地域情報化における社会的準拠枠に関する試論」『経済学論集』77: 1-13.

北田暁大, 2002, 『広告都市・東京——その誕生と死』広済堂出版.

——, 2005, 「舞台としての都市/散逸するまなざし」吉見俊哉・若林幹夫編著『東京スタディーズ』紀伊國屋書店, 238-45.

清原慶子, 1989, 「地域メディアの機能と展開」竹内郁郎・田村紀雄編著『地域メディア』日本評論社, 37-55.

小林茂, 1979, 「地図と言語 (その1)」『理論地理学ノート』1: 18-23.

——, 1981, 「地図と言語 (その2)」『理論地理学ノート』2: 1-9.

小宮信夫, 2006, 『犯罪に強いまちづくりの理論と実践——地域安全マップの正しいつくり方』イマジン出版.

厚東洋輔, 1991, 『社会認識と想像力』ハーベスト社.

小山浩子・太田弘, 2006, 「子どものための安全安心Map」『地図』44(2): 29-31.

倉沢進編, 1986, 『東京の社会地図』東京大学出版会.

倉沢進・浅川達人(編), 2004, 『新編 東京の社会地図 1975-90』東京大学出版会.

京都大学大学院文学研究科地理学教室・京都大学総合博物館編, 2007, 『地図出版の四百年——京都・日本・世界』ナカニシヤ出版.

Lefebvre, H., 1974, *La Production de l'espace*, Paris: Anthropos. (=2000, 斎藤日出治訳『空間の生産』青木書店.)

Lipnack, J., Stamps, J., 1982, *Networking*, New York: Ron Bernstein Agency Inc. (=1984, 正村公宏監修, 社会開発統計研究所訳『ネットワーク——ヨコ型情報社会への潮流』プレジデント社.)

Lippmann, W., 1922, *Public Opinion*, New York: Harcourt, Brace. (=1973, 高根正明ほか訳『世論』河出書房新社.)

Luhmann, N., 1973, *Vertrauen: Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität*, 2. erweiterte Auflage. (=1990, 大庭健・正村俊之訳『信頼——社会的な複雑性の縮減メカニズム』勁草書房.)

Lynch, K., 1960, *The Image of the City*, M.I.T. Press. (=1968, 丹下健三・富田玲子訳『都市のイメージ』岩波書店.)

Lyotard, J.F., 1979, *La condition postmoderne*, Paris: Les éditions de Minuit. (=1986, 小林康夫訳『ポスト・モダンの条件』書肆風の薔薇.)

町田健, 2003, 『コトバの謎解き ソシユール入門』光文社.

町村敬志, 2000, 「見える都市、見えない都市」町村敬志・西澤見彦『都市の社会学』有斐

関, 267-93.

前田愛, 1989, 『前田愛著作集第5巻 都市空間のなかの文学』筑摩書房.

真鍋隆太郎・小泉秀樹・大方潤一郎, 2003, 「インターネット書込地図型情報交流システム『カキコまっぷ』の課題と展開可能性」『都市計画論文集』38(3): 235-40.

真名子敦司, 2006, 「もう一つの観光、オルタナティブ・ツーリズムのうねり」『CEL』76: 87-9.

益山啓一郎, 2007, 「地図が教えてくれた商店街再生・豊後高田『昭和の町』」『地図中心』412: 34-37.

松本正美, 1977, 「研究手段としての地図」『地理学評論』50(11): 617-34.

松本康, 1999, 「シカゴ学派の社会地図」倉沢進編『都市空間の比較社会学』放送大学教育振興会.

松本康編, 2004, 『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.

松岡慧祐, 2008, 「個人と社会をつなぐ地図——現代社会における地理的想像力の可能性」『フォーラム現代社会学』7: 100-13.

———, 2009a, 「情報社会における地図の変容——デジタル化する地図と社会認識」『人間科学』70: 19-38.

———, 2009b, 「地図による『ニュータウン』の制作——千里ニュータウンを事例として」『人間科学』71: 1-20.

———, 2010, 「生活空間を表象する地図——『彩都』の住宅広告における地図の分析を中心として」『人間科学』73: 1-20.

Mcdermott, P.D., 1969, “Cartography in Advertising”, *The Canadian Cartography*, 6(2): 149-55.

McLuhan, M., 1964, *Understanding Media, —The Extension of Man*, McGraw-Hill. (=1967, 後藤和彦・高儀進訳『人間拡張の原理』竹内書店.)

Mills, C.W., 1959, *The Sociological Imagination*, New York: Oxford University Press. (=1965, 鈴木広訳『社会学的想像力』紀伊国屋書店.)

南田勝也, 2007, 「メディア文化の未来——身体へ波及するデジタルなモード」富田英典・南田勝也・辻泉編『デジタルメディア・トレーニング』有斐閣, 227-49.

見田宗介, 1984, 『宮沢賢治——存在の祭りの中へ』岩波書店.

———, 1995, 『現代日本の感覚と思想』講談社.

Mitchell, W.J.T., 1986, *Iconology: Image, Text, Ideology*, The University of Chicago. (=1992, 鈴木聡・藤巻明訳『イコノロジー イメージ・テキスト・イデオロギー』勁草書房.

水知悠之介, 2011, 『近代大阪と堀江・新町』新風書房.

三浦展, 2004, 『ファスト風土化する日本——郊外化とその病理』洋泉社.

三浦典子, 1991, 『流動型社会の研究』恒星社厚生閣.

宮台真司, 1994, 『制服少女たちの選択』講談社.

———, 1997, 『まぼろしの郊外——成熟社会を生きる若者たちの行方』朝日新聞社.

宮坂清, 2008, 「観光と自然表象——南伊豆への移住者を事例として」『空間の表象に関する宗教民俗学的研究』(平成18~19年度科学研究費補助金 基礎研究C 研究成果報告書), 112-29.

宮下克也, 2008, 「記憶の覚醒と地域づくり——沖縄の都市近郊の事例から」『空間の表象に関する宗教民俗学的研究』(平成18~19年度科学研究費補助金 基礎研究C 研究成果報告書), 147-60.

水内俊雄, 1994, 「地理思想と国民国家形成」『思想』845: 75-93.

Monmonier, M., 1991, *How to Lie with Maps*, Chicago: The University of Chicago. (=1995, 渡辺潤訳『地図は嘘つきである』晶文社.)

森村敏己編, 2006, 『視覚表象と集合的記憶——歴史・現在・戦争』旬報社.

森田喬, 1999, 『神の眼・鳥の眼・蟻の眼』毎日新聞社.

———, 2002, 「『地図』——イメージを読み解く鍵」『国際交流』96: 2-8.

Moscovici, S., 1984, “The Phenomenon of Social Representation”, R.M.Farr & S.Moscovici eds., *Social Representations*, Cambridge University Press: 24-43.

———, 1988, “Notes Toward a Description of Social Representations”, *European Journal of Social Psychology*, 18: 211-50.

———, 2001, *Social Representations: Explorations in Social Psychology*, New York University Press.

村橋克彦, 1996, 「『市民まちづくり地図』作成の提唱——横浜水澤地区博覧会から」『環境情報科学』25(2): 60-62.

村越真, 2006, 「デジタル地図の利用実態と利用者の評価」『地図』44(4): 9-14.

村越真・若林芳樹編著, 2008, 『GISと空間認知——進化する地図の科学』古今書院.

中川浩一, 1979, 『旅の文化誌——ガイドブックと時刻表と旅行者たち』伝統と現代社.

———, 1995, 「『鉄道旅行案内書』の地図」『地図』33(3).

中川理, 1996, 『偽装するニッポン——公共施設のディズニールンダゼーション』彰国社.

中村呂広, 1989, 「まちづくりへの参加の新しい局面とその道具としての『ガリバー地図』」『都市計画論文集』24: 511-16.

中村祥一, 2006, 「WebGIS “まっぷ” による通学路の安全情報共有——地域の連携で子どもたちの通学路の安全を守る」『地図』44(2): 21-4.

中西僚太郎・関戸明子(編), 2008, 『近代日本の視覚的経験——絵地図と古写真の世界』ナカニシヤ出版.

中山元, 1996, 『フーコー入門』筑摩書房.

南波松太郎監修, 1983, 『古地図の世界』神戸市健康教育公社.

成山康昭, 1997, 『メディア空間文化論——いくつもの私との遭遇』有信堂高文社.

日本地誌研究所編, 1989, 『地理学辞典 改訂版』二宮書店.

日本国際地図学会編, 1998, 『地図学用語辞典 [増補改訂版]』 技報堂出版.

西岡尚也, 2005, 「手書き世界地図にみる世界地図認識の課題——地理教育の視点から」
『琉球大学教育学部紀要』 67: 35-49.

小田光雄, 1997, 『〈郊外〉の誕生と死』 青弓社.

織山武雄, 1974a, 『地図の歴史——日本篇』 講談社.
——, 1974b, 『地図の歴史——世界篇』 講談社.

Ong, W.J., 1982, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, Methuen. (= 1991, 桜井直文・林正寛・糟谷啓介訳『声の文化と文字の文化』 藤原書店.)

大阪府, 1970, 『千里ニュータウンの建設』.

大澤真幸, 1999, 「電子メディアの共同体」 吉見俊哉・大澤真幸・小森陽一・田嶋淳子・山の中速人『メディア空間の変容と多文化社会』 青弓社, 48-94.

太田弘, 2006, 「安全安心マップの地図学」『地図』 44(2): 13-7.

大竹一彦, 2010, 『最新版 2万5千分の1地図——地理空間情報時代の地図』 古今書院.

越智昇, 1988, 「ボランティア・アソシエーションと町内会の文化変容」 秋元律郎・倉沢進編著『町内会と地域集団』 ミネルヴァ書房, 240-87.

大塚英志, 1993, 「『びあ』のなくなる日」『Voice』 183: 206-15.

Peirce, C.S., 内田種臣編訳, 1986, 『パース著作集2 記号学』 勁草書房.

Pinkaew, L., 2001, *Redefining Nature: Karen Ecological Knowledge and the Challenge to the Modern Conservation Paradigm*, Chennai: Earthworm Books.

Quam, L.O., 1943, "The Use of Maps in Propaganda", *The Journal of Geography*, 42: 21-32.

Relph, E., 1976, *Place and Placelessness*, Pion Limited. (=1999, 高野岳彦・阿部隆・石山美也子訳『場所の現象学』 筑摩書房.)

Robinson, A.H., Sale, R.D., Morrison, J.L., 1978, *Elements of Cartography, 4th ed*, New York: John Wiley & Sons. (=1984, 永井信夫訳『地図学の基礎』 帝国書院.)

佐々木千佳・芳賀京子編, 2010, 『都市を描く——東西文化にみる地図と景観図』 東北大学出版会.

佐藤健二, 2011, 『社会調査史のリテラシー——方法を読む社会学的想像力』 新曜社.

Saussure, F., 1949, *Cours de Linguistique Generale*, Charles Bally et Albert Sechehaye. (=1972, 小林英夫訳『一般言語学講義』 岩波書店.)

Schivelbusch, W., 1977, *Geschichte der Eisenbahnreise*, Munchen: Hanser. (=1982, 加藤二郎訳『鉄道旅行の歴史』 法政大学出版局.)

誠文堂新光社, 2007, 『idea』 324.

千里ニュータウンの総合評価に関する調査研究委員会, 1984, 『千里ニュータウンの総合評価に関する調査研究』.

Shemyakin, F.N., 1962, "Orientation in Space", B.G.Ananyev ed., *Psychological Science in the USSR*, 1, Washington, D.C.: Office of Technical Services, 186-273.

柴田和子, 2006, 「『よそもの』の行うまちづくりと地域住民」『国際社会文化研究所紀要』 8: 5-17.

塩見鮮一朗, 1990, 「地図の恣意性—デマゴギーについて」 津野海太郎・永野恒雄・野崎六助・田中勝也・塩見鮮一朗・堀淳一『地図の記号論』 批評社, 139-59.

白嶺洋三郎, 1996, 『旅行ノススメ——昭和が生んだ庶民の「新文化」』 中公新書.
——, 2011, 「遠い観光、近い観光——古田初三郎の俯瞰図にあらわれた観光」『ものがたり観光』 1: 39-51.

Skelton, R.A., 1958, *Explorer's Maps: Chapters in the Cartographic Record of Geographical Discovery*, London: Spring Books. (=1991, 増山義郎・信岡奈生訳『図説・探検地図の歴史』 原書房.)

Soja, E.W., 1989, *Postmodern Geography: The Reassertion of Space in Critical Social Theory*, Verso. (=2003, 加藤政洋・西部均・水内俊雄・長尾謙吉・大城直樹訳『ポストモダン地理学——批判的社会理論における空間の位相』 青土社.)

須藤廣・遠藤英樹, 2005, 『観光社会学——ツーリズム研究の冒険的試み』 明石書店.

杉田敦, 2005, 『境界線の政治学』 岩波書店.

杉浦章介, 2010, 「地図というメディア」 杉浦章介・松原彰子・渡辺圭一ほか『ジオ・メディアの系譜——進化する地表像の世界』 慶応義塾大学出版会, 19-39.

住田昌二, 1984, 「千里ニュータウン計画の教訓」 住田昌二編『日本のニュータウン開発——千里ニュータウンの地域計画学的研究』 都市文化社, 337-45.

須永和博, 2010, 「エコツーリズムの社会理論——タイ北部の山地民カレンの事例から」 遠藤英樹・堀野正人編著『観光社会学のアクチュアリティ』 見洋書房, 182-201.

鈴木文彦, 2007, 「バスインフォメーションの課題とバスマップの制作」『交通工学』 42(4): 41-53.

鈴木謙介, 2009, 「設計される意欲——自発性を引き出すアーキテクチャ」 東浩紀・北田暁大編『思想地図 vol.3』 NHK 出版, 110-35.

鈴木晃志郎, 2001, 「観光案内図の空間表現から見た地図情報伝達の異文化比較」『地図』 39(3): 10-17.

竹中英紀, 1990, 『ニュータウンの住宅階層問題』 倉沢進編『大都市の共同生活——マンション・団地の社会学』 日本評論社, 103-30.

竹内郁郎, 1989, 「地域メディアの社会理論」 竹内郁郎・田村紀雄『地域メディア』 日本評論社, 3-16.

竹内謙彰, 2003, 「大学生の地図利用行動と感情、経験およびナビゲーション・スキルとの関連」『地図』 41(4): 37-47.

竹内洋, 2003, 『教養主義の没落——変わりゆくエリート学生文化』 中公新書.

竹沢泰子, 2009, 「表象から人種の社会的リアリティを考える」 竹沢泰子編『人種の表象と社会的リアリティ』 岩波書店, 1-26.

寺木潔, 1984, 「子どもの手描き地図からみた『身近な地域』の構造化——岩木(1981)と

の比較を通して』『地理学報告』59: 1-8.

———, 2007, 「愛知県の郷土学習と地図」『地図情報』27(3): 15-7.

寺岡伸悟, 2003, 『地域表象過程と人間——地域社会の現在と新しい視座』行路社.

Thomas, W.I. & Znaniecki, F., 1918-20, *The Polish Peasant in Europe and America*, University of Chicago Press. (=1983, 桜井厚訳『生活史の社会学』御茶の水書房.)

Thrower, N.J.W., 1999, *Maps and Civilization*, Chicago: The University of Chicago Press. (=2003, 日本国際地図学会監訳『地図と文明』美松堂.)

Toby, R., 2001, 「近世期の『日本図』と『日本』の境界」黒田日出男・M.E.ベリ・杉本史子編『地図と絵図の政治文化史』東京大学出版会, 79-102.

東京トイレ調査隊, 2010, 『TOKYO TOILET MAP』ブルース・インターアクションズ.

Tolman, E.C., 1948, “Cognitive maps in rats and men”, *Psychological Review*, 55, 189-208.

Tongchai, W., 1994, *Siam Mapped*, Honolulu: University of Hawaii Press. (=2003, 石井米雄訳『地図がつくったタイ——国民国家誕生の歴史』明石書店.)

辻泉, 2009, 「なぜ鉄道は『男のロマン』になったのか——『少年の理想主義』の行方」宮台真司・辻泉・岡井崇之編『男らしさ』の快楽——ポピュラー文化からみたその実態』勁草書房, 219-46.

Tuan, Yi-Fu., 1977, *Space and Place*, University of Minnesota Press. (=1993, 山本浩訳『空間の経験』筑摩書房.)

Tyner, J.A., 1982, “Persuasive Cartography”, *Journal of Geography*, 81(4): 140-4.

上野俊哉・毛利嘉孝, 2002, 『実践カルチュラル・スタディーズ』筑摩書房.

浮田典良・森三紀, 2004, 『地図表現ガイドブック——主題図作成の原理と応用』ナカニシヤ出版.

海野一隆, 1996, 『地図の文化史』八坂書房.

内口種臣, 1986, 『パース著作集2 記号学』勁草書房.

内口順文, 1987, 「地名・場所・場所イメージ——場所イメージの記号化に関する試論」『人文地理』39(5): 1-15.

浦野正樹, 2005, 「都市社会のリスクとその変容——直近の生活危機から恒常的な不安の沈潜化へ」藤田弘夫・浦野正樹編『都市社会とリスク——豊かな生活をもとめて』東信堂, 303-48.

Urry, J., 1990, *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London, Sage Publications. (=1995, 加太宏邦訳『観光のまなざし——現代社会におけるレジャーと旅行』法政大学出版局.)

———, 2000, *Sociology beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first Century*, Routledge. (=2006, 吉原直樹監訳『社会を越える社会学——移動・環境・シチズンシップ』法政大学出版局.)

和田清美, 2008, 「現代日本都市の社会組織の考察——NPO・市民活動組織を中心に」『人文学

報 社会学』43: 65-84.

若林幹夫 1995, 『地図の想像力』講談社.

———, 2005a, 「『シティロード』と70年代的なものの敗北」吉見俊哉・若林幹夫編著『東京スタディーズ』紀伊国屋書店, 221-36.

———, 2005b 「思想としての地図——あるいは、『知の地政学』へ」水内俊雄編『空間の政治地理』朝倉書店, 132-55.

———, 2007, 『郊外の社会学』筑摩書房.

若林芳樹, 1997, 「電話帳広告の地図を用いた都市のイメージ分析——金沢市を事例として」『金沢大学文学部地理学報告』8: 153-65.

———, 1998, 「電話帳広告の案内図に関する記号論的分析の試み」『地図』36(2): 1-11.

———, 1999, 『認知地図の空間分析』地人書房.

———, 2003, 「大学生の地図利用パターンとその個人差の規定因」『地図』41(1): 26-31.

———, 2007, 「地図を通して見た世界」小林浩二編『実践地理教育の課題』ナカニシヤ出版, 178-194.

若林芳樹・鈴木晃志郎, 2003, 「地図と空間認知をめぐる理論的・応用的諸問題」『地図』41(4): 3-15.

Walmsley, D.J., Lewis, G.J., 1993, *People and Environment: Behavioural Approaches in Human Geography*, New York: John Wiley & Sons.

渡邊秀一, 2005, 「『国』への視線——場所から空間へ——」長谷川孝治編著『地図の思想』朝倉書店, 8-11.

Wellman, B., 1979, “The Community Question: The Intimate Networks of East Yorkers”, *American Journal of Sociology*, 84: 1201-31. (=2006, 野沢慎司・立山徳子訳「コミュニティ問題——イースト・ヨーク住民の親密なネットワーク」『リーディングス ネットワーク論——家族・コミュニティ・社会関係資本』勁草書房, 159-204.)

Wilford, J.N., 1981, *The Mapmakers*, Alfred, A.Knopf. (=1988, 鈴木主税訳『地図を作った人びと』河出書房新社.)

Wood, D., 1992, *The Power of Maps*, The Guilford Press.

Woodward, D., 1996, *Maps as a Prints in the Italian Renaissance: Makers, Distributors & Consumers*, British Library.

山口恵一郎・品田毅編, 1984, 『図説地図事典』武揚堂.

山地英雄, 1982, 『新しきふるさと——千里ニュータウンの20年』学芸出版社.

山室信一, 2006, 「国民帝国・日本の形成と空間知」『岩波講座「帝国」日本の学知 第8巻』岩波書店, 19-76.

山根伸洋, 1999, 「測量地図の集積と国家全域の捕捉——国家的近代にみる交通基盤構築戦略」『現代思想』27(13): 205-25.

矢守克也, 1994, 「社会的表象としてのメンタルマップに関する研究」『実験心理学研究』34(1): 69-81.

- , 2010, 『アクションリサーチ——実践する人間科学』新曜社.
野草社「80年代」編集部編, 1985, 『もうひとつの日本地図』.
安井真奈美, 1997, 「町づくり・村おこしとふるさと物語」小松和彦編『祭りとイベント』
小学館, 202-26.
八ツ塚一郎, 2004, 「社会的表象研究の実際と方法論的検討(2)——D.Jodelet “Madness and
Social Representations”の検討』『熊本大学教育学部紀要 人文科学』53: 97-106.
米盛裕二, 1981, 『パースの記号学』勁草書房.
吉原直樹, 2004, 『時間と空間で読む近代の物語』有斐閣.
———, 2011, 『コミュニティ・スタディーズ——災害と復興、無縁化、ポスト成長の中
で、新たな共生社会を展望する』作品社.
吉見俊哉, 1987, 『都市のドラマトルギー——東京・盛り場の社会史』弘文堂.
吉本哲郎, 1999, 「水俣における住民協働の試み——『地域資源マップ』『水の経路図』づ
くりから』『環境技術』28(6): 67-72.