

## 地域分析のための計量的な方法

：都市シーン理論（Urban Scene Theory）に対する一考察

---

柳 永珍

### 1. はじめに

現在、日本は継続的な絶対人口減少とともに東京圏への一極集中問題が顕著である。それによって地方地域は若い世代を中心とする人口減少問題に悩んでいる状況であり、マクロ的な側面から中央と地方の間のバランスを回復（達成）しようとする努力が絶えずに続いている。多様な学問分野が「地域」をキーワードとして設定し、様々な方法論を用いて研究を進めている。特に最近では古典的な経済的分析と共に、景観、場所、文化など多角的なアプローチが注目を集めている。Todaro（2011）は地域間の人口移動を考察し、以前は高い賃金と安定した雇用という経済的な条件が地域間人口移動の重要な動因であったが、現在は経済的な要素以外の文化、憧れなどの複雑な要素が同時に作動しており、それらを関数の変数として考慮すべきであると強調した。彼はこのような複合的な要素を City Light と命名した。実に地域に対する分析は多次元化を重ねているのである。しかし、景観、文化、場所などは社会学や人類学など人文学的想像力から多くのインスピレーションをもらうものの、計量的な分析方法は相対的に少ないのである。地域に対する分析が多次元性を求められている現状を考慮すると、その方法論も質的・量的側面から多様に融合する必要があるといえる。

日本の経済発展期を支えてきた製造業が産業の中心であった時代においては、誠実で浪費しない従順な人材が評価された。労働力は最大限に投入され、消費されてない剰余資本が再投資されながら経済は発展を重ねてきた。しかし、サービス業を中心に産業が再編された後からは、人材像も変化し始めた。他の人とは異なる発想、行動力、個性を強調することになり、これは若い世代の間で一つの文化を形成し主流になった。それは都市生活の中心が生産(製造業)から消費(サービス業)に転換されたことを表す変化である。人々は持続的に新しいことや独特なことを発掘して、またそれを「記号(symbol)」的に消費しようとする。そして、そのような状況の中で値段の重要性は低くなり、財がもつ独特な性質そのものが重要視されるようになる。このような特徴は Todaro が述べた City Light とも相通じる部分である。都市内でも単に地価や財の水準が高い地域ではなく、特性・個性のある地域が注目を浴びることになる。柳(2015)は福岡市と北九州市の間の若い世代の移動を分析しながら「産業と技術を地域戦略として掲げた北九州」から「文化と多様性を地域戦略として掲げた福岡」への人口移動が継続していると分析した。特に若い世代においてこのような傾向はより浮き彫りになっている。現在、地域は固有の特色が明確であるのか、それが魅力として作用しているのかが大事になっている。

このような傾向の変化を把握するための理論の一つが都市シーン理論である。都市シーン理論が強調していることは消費及び余暇生活を満足的に享受できる都市内の多様なアメニティーである。都市シーン研究者はアメニティーを目的別、表現様式別、アイデンティティー別(正体性)に領域を分けたいうで、また伝統主義、華麗さ、地域主義などの分類を設けて、細部領域を中心にその特性を分析してきた。この過程の中で都市シーンの研究者たちは全世界の各都市のシーン点数を計量的に計算・算出して各都市間の条件を比較・分析してきた。

この短いペーパーでは都市シーン理論を代表的な研究を要約する形で概括しながら、その含意を検討する。

## 2. 都市シーン理論の理論的な概念

都市シーン理論は消費及び余暇生活を満足的に享受できる都市内の多様なアメニティーとその役割を強調する意図を持っている。多様な地域（都市）のアメニティーを目的別、表現様式別、アイデンティティ別に領域を設けて、伝統主義、華麗さ、地域主義などの細部領域で特徴を分析することが基本的な形である。このプロセスの中で各都市のシーン点数を計量的に算出して、各都市間の文化的な生活条件の差を比較分析する。

Buin 等（2010）によると、一般的に「アメニティー」という概念は、公共行政分野で良く使われてきた。環境の質、市民の日常の質を改善するための政策目標として扱われて、主に劣悪な地域環境の質を改善することによって厚生水準を改善し、地域への人口誘引を図る自治体または都市計画のレトリックとして使用されてきた。Richard Florida は都市発展においてこのようなアメニティーが非常に重要であると強調した。地域内の専門家集団を初めてする芸術家、クリエイティブ・クラスの流入を起こすので地域経済を活性化できると主張した。都市シーン理論もこのようなアメニティーに基本的に注目している。

しかし、単にアメニティーがどのくらい充実しているのかだけを扱っているわけではなく、その関心はアメニティーを作り出す組合せとイメージにあるという点が特徴といえる。都市シーンを言葉の意味通りに定義すると都市内の特定空間で集中的に見える景観（風景）といえる。そしてその景観は独特な文化的表現とアイデンティティを表す。この景観を作り上げるのは、その空間に住んでいる住民たち、その空間でビジネスを行っている人たち、そしてその景観の中で消費を通じて貢献している消費者である。言い換えれば、地域の構成員は特定の都市シーンの消費者でありながら、同時に生産者である。つまり、プロシューマである。

ニューヨークのミートパッキング（Meatpacking District）地域を例として挙げてみる。該当地域は「ヒップホップ・シーン」として非常に有名である。該当地域のヒップホップ・シーンはその地域にある既存の地域民たちが作り上げていると同時に、新しく流入されるアーティスト及びヒップホップ

に対する文化資本を持つ人々の移動や観光などによって、地域の景観は強化・進化される (Buin 等, 2010)。

これを都市社会学的な概念で説明すると、都市シーンは「都市内の文化アメニティー構成と消費のために形成された特定空間の文化アメニティークラスター」だといえる (Silver, Clark, Yanez, 2010)。つまり、文化的なアイデンティティを持つ地域民、企業、文化消費者などが作り出す地域の特徴的な文化アメニティーであり、共有されたアイデンティティの集合的な発言ともいえる。

「シーン」の概念は最近、都市社会学を中心に少しずつ進化している (Blum, 2003; Clark, 2007)。その概念的な資源は Erving Goffman の演劇論的分析までさかのぼる。彼は人々の日常的な姿と逸脱的な行動を表す多様な舞台が同時多発的に存在できると説明した。そして、それを構成するために多様な戦略と小道具が存在していることを強調した (Goffman, 1967: 210)。演技の概念はもちろん全面と後面、物理的背景 (setting) と外様 (appearance) はシーンを説明する重要な資源になる。Goffman の演技状況を地域のパフォーマンスという面からみることもできる。実際に都市シーンは見ることを願いながらも同時に見られてほしい (seeing and being seen) 欲望を持つ人々が集団的に作り出す景観であるからである。

より具体的にみると、Silver and Clark (2016) は、都市成長の核心になったクリエイティブ性がなぜ地域ごとに異なる水準で発生するのかを都市シーンを通じて説明した。彼らは同じ行動をすとしてもその結果がかなり異なる代表的な例として、オーケストラ奏者のミスとジャズ奏者のミスの差を挙げた。両奏者はみんな音程やリズムを間違える時があるが、オーケストラ奏者のミスはオーディエンスと指揮者、そして奏者本人に非常に不愉快な経験をさせる。一方ジャズ演奏の場合は、ミスがジョークやアドリブとして認識されるか、新しい新曲の一部分になる可能性すらある。このような特定の行動に対する異なる結果は、行為者と周りの人々を囲む場所性によって現れるのである。ホールでクラシックを聴く、演奏するすべての人々はその場所に相応しく厳粛で正確な音程を求めている。この場合、ミスは言葉通りに起こしてはいけないミスとして認識される。しかし、ジャズクラブにいる人々は

自由奔放にその空間を楽しむので、誰かのミスに対してもより寛容的な反応を見せることができる。つまり、美術館では高尚な鑑賞者になり、クラブでは自由奔放な表現を楽しみ、デパートでは見せびらかすための消費を行うのである。都市シーンはこのような傾向を解析するための試みである。

都市の日常において、演劇的な要素は本来のことであるといえる。照明が照らされている舞台がシナリオを待っていることと同じく、地域と都市の中の多様な公共場所は住民たちの演劇性で満ちている (Raban, 1988: 27)。実際に私たちは福岡の道を歩く時と東京の道を歩く時にそれぞれの人々を比較しようと、一生懸命に観察し、自分を現在の地域 (舞台として見せられている地域) に相応しい人として見せるために、自然に演技することを私たちは経験的に知っている。

Clark (2007; 2010) はこのような都市シーンを現代の都市を説明する総合的な概念として正立させる。大きく正当性 (legitimacy, 正しいと思う価値)、演劇性 (theatricality, 見せたい価値)、真実性 (authenticity, アイデンティティを確認できる価値) という3つの要素を中心に説明している。

正当性は人々がある場所で文化的な消費をする場合、どのような道徳的価値でその場所で時間と資源を消費するのかの問題と関連がある。演劇性は人々が見る・見られるという認識論的な状況に対する多様な形を説明している。真実性は人々のアイデンティティと関連していることで、これは人々が特定のシーンを好む存在論的な根拠と関連する。

Clark (2007: 18-20) と Silver et al. (2010) は各種シーンを前述した3つの要素の組み合わせを通じて一般化した。ここで都市シーンの3つに要素はそれぞれまた具体的に5つの下位要素に分類される。

まず、正当性は以下の5つの要素に分類される。伝統主義 (traditionalism)、功利主義 (utilitarianism)、平等主義 (egalitarianism)、自己表現 (self-expression)、カリスマ (charisma)。以上の5つの要素である。都市内の特定シーンは5つの下位要素の中で何が相対的に浮き彫りになっているのかによってその特徴が表現されるといえる。

例えば、北九州の八幡や福岡の百道のようにアウトレットが密集している地域は功利主義の正当性を表しているシーンであるといえる。京都のように

寺院やお寺が集まっている地域は伝統主義の正当性を見せているといえる。

演劇性も以下の5つの要素に分類される。近隣性 (neighborliness), 格式性 (formal), 誇示性 (exhibitionism), 華麗さ (glamour), 逸脱性 (transgression)。以上の5つである。ファミリーレストランなどが集まっている地域は近隣性の演劇性が高い新であり、福岡の親不孝通りのようにクラブやミュージックバーが密集している地域は華麗さと逸脱性が目立っているシーンであるといえる。

真実性も以下の5つの要素に分類できる。地域主義 (local), エスニック (ethnic), 国家主義 (state), 企業主義 (corporate), 合理性 (rational)。以上の5つである。長崎や横浜の中華街はエスニックの真実性が高いシーンであり、北九州の工場敷地と関連施設が集中している地域は企業主義真実性が高いシーンである。

以上の内用を簡単に整理してみると〈表1〉のとおりである。

〈表1〉シーン理論の要素の分類

要素	文化消費の目的	下位要素	関連アメニティーの例
正当性	正しい価値の実現	伝統主義	歴史的な場所, 骨董品店, 博物館, 伝統公演場, 歌舞伎劇場
		功利主義	ファーストフード, アウトレット, コンビニ, 塾
		平等主義	公共施設, NGO 団体, 福祉施設, 宗教団体
		自己表現	ファッションショー, スタジオ, フェスティバル, カラオケ
		カリスマ	スターが運営する食堂, 歴史的な異人と関連場所, アイドル劇場
演劇性	見て見られる事, 共通的な自己表現	近隣性	地域ボランティア団体, 小中高校, 公園, 食料品店
		格式性	オペラ座, ゴルフ場, 高級レストラン
		誇示性	ナイトクラブ, ギャラリー, ジム, サロン
		華麗さ	映画祭, 宝石屋, カジノ, ドレス店
		逸脱性	タトゥー店, アダルトショップ, 風俗店, キャバレー, 競馬場
真実性	アイデンティティの確認, 自己実現	地域主義	お土産店, 道の駅, 地域博物館
		エスニック	エスニック食堂, 外国語塾, ラテンダンス学院
		国家主義	戦争記念館, 大使館, 官公署, 自衛隊, 政党
		企業主義	デパート, 証券会社, 銀行, モーターショー
		合理性	大学校, リサーチセンター, 書店

このような3つの要素と15の下位要素の組み合わせによって地域の景観としてのシーンが登場する。Clark (2007) は一般的に研究される代表的なシーンを以下のとおりに整理した。

- ①ボヘミアン・シーン（自己表現の正当性が高い，誇示性及び逸脱性の演劇性が高い，地域主義やエスニックの真実性が高い）
- ②ギャラリー・シーン（自己表現の正当性が高い，誇示性の演劇性が高い，企業主義の真実性が高い）
- ③ディズニー・シーン（功利主義の正当性が高い，近隣性の演劇性が高い，国家や企業主義の真実性が高い）
- ④異国のシーン（自己表現の正当性が高い，誇示性及び華麗さの演劇性が高い，エスニックの真実性が高い）
- ⑤芸術シーン（自己表現の正当性が高い，誇示性及び華麗さの演劇性が高い，地域主義の真実性が高い）
- ⑥コスモポリタン・シーン（功利主義の正当性，格式性の演劇性が高い，企業主義の真実性が高い）

Clark (2010 : 235-238) によると直接的に都市シーンが都市発達をもたらすと強調しながら都市内に誇示性と華麗さが高くなればなるほど仕事場も増加すると主張した。Curid (2007 : 107) は都市シーンを多様で豊かなアメニティーのオープンな空間だと論じながら，都市シーンの文化的，社会的要素は都市内に経済的な効果を創出できる結節点であると説明した。

### 3. 都市シーン理論の計量的な方法

シーン理論は基本的に特定の地域範囲を想定して，その地域内に分布しているアメニティーの総量的分布を点数に関する形式で分析を試みる。Silverなどの研究では前述したように，アメニティーが地域にどのような影響を与えるのかを把握するためには，アメニティー分布の脈略を把握しないといけない (Silver et. al., 2010; Silver and Clark, 2016)。つまり，特定範囲内のアメニティーがそれぞれの要素を何点ずつ反映するのかを把握した上で，それを点数化することである。

シーン点数算出及び分析のためには、研究対象地域範囲内の事業体（又は団体及び施設）を把握できるリストが必要である。そして、リストの事業体に対してシーン点数を付与する。点数（Scene Dimension）は1点～5点の間の数値を持つ。ただし、この点数は研究対象地域に合わせて柔軟に調整することができる。一般的には Thurstone 尺度方法を基本にして専門家を対象に妥当性を確認した後、最頻値を該当要素の点数として採択することが最も多い。Clark は国際比較研究のためにアメニティー別に伝統主義、華麗さ、ボヘミアン、エスニック、グローバルで構成される点数付与の例を提示したことがある。

ボヘミアンを例として挙げてみると、ナイトクラブは逸脱の要素が強いと判断してボヘミアン・シーンに多く寄与するとみなし5点を付ける。遊興店には4点、警察署や権威的な宗教施設などには2点を付ける形式である。

事業体の施設に付与する点数がすべて決められたら、地域の Performance Score を計算することになる。この数値が地域内のアメニティーがどのような傾向を見せるのかを表す「傾向性」といえる。計算式は以下のとおりである。

$$Performance\ Score = \frac{\sum_{i=1}^n Scene\ Score \times \text{アメニティー数}_{i番目の業種}}{\text{地域内のアメニティーの合計}}$$

一般的に算出された総点数だけでも地域の特性を説明できるが、もう一歩踏み込んで各アメニティーの空間的な分布を抽象化し、ネットワーク分析を試みる場合もある。アメニティーの分布様相に対する分析である。そのためには各事業体の住所を基準にGPSなどを活用して緯度と軽度に変換する必要がある。そして、各アメニティー別の相互直線距離を算出するプロセスを経る。2つの地点間の直線距離は Vincenty 式を用いて求める。具体的な数式は以下の通りである。

$$6371 \left( \cos^{-1} \left( \frac{\pi}{2} - AT \right) \cos \left( \frac{\pi}{2} - BT \right) + \sin \left( \frac{\pi}{2} - AT \right) \sin \left( \frac{\pi}{2} - BT \right) \cos(A's - B's) \right)$$

ここで  $AT$  はA点の緯度、 $BT$  はB点の緯度、 $A's$  はA点の経度、 $B's$  はB



点の経度，6371は赤道の半径 (km) を意味する。これを通じてアメニティーの密集度及び近隣性を把握できる。これはあるシーンの特徴が様々なアメニティーの融合で作られているのか，または局地的に表れていることなのかを把握できるようにしてくれる。

#### 4. 地域研究における含意

Silver, Clark, Yanez (2010) はシーンと居住空間及び生産空間と比較・対比して〈表2〉の通りに提示した。

〈表2〉シーン，居住空間，生産空間の比較

空間	シーン	居住空間 (近隣)	産業，生産空間
目的	経験	必要の満足	仕事，生産品
参加者	消費者	居住者	生産者，勤労者
物理的単位	アメニティー	家，マンション	会社
社会連帯の基礎	趣向，理想，価値観	伝統，共通の出身地，共通の育ち	仕事，生産関係

都市のシーンとは都市 (地域) を居住や仕事 (生産や労働) の場所より消費の場所，特に文化消費の場所として把握・考察するアプローチである。つまり，地域研究においても基本的に需要面でのアプローチを大事にしている。地域を文化消費の観点から把握することは，ある地域の場所が需要者が最も好む文化的な趣向をどのくらい提供しているのかが，その地域を「選択」する人々によっては重要な基準になる。同じコーヒーショップだとしても，生産者にとっては自分が働く場所，稼ぐための場所になり，居住者のたちばかりは午前中のコーヒーや簡単なモーニングセットを提供してくれる場所になるが，文化消費者にとっては音楽鑑賞空間，読書空間，出会いの空間などの意味として認知されるのである。このように都市シーン理論を通じて地域を分析すると，「私たちの消費者としての日常を有意味にする場所」として地域空間を把握することになる。言い換えれば，シーン理論は地域を「需要者」中心に分析する方法論である。

また、共通の文化的な趣向、望み、希望、夢、何かを叶いたいエネルギーなどは、人々を連携させてアイデンティティを共有できる基礎になる。つまり、シーンは新しい連帯のコミュニティーを形成する地域空間を考察できるようにしてくれる。これは現在注目を集めている「関係人口」などの概念とも相通じる部分がある。特定にシーンを訪れる観光客や移動人口も、基本的には関心度や文化的な「感覚」を中心に連帯感を形成し、それが新たなネットワークにつながるのである。

最後にシーン理論は、地域研究において「計量的」な方法の1つのマニュアルを提示している。もちろん、シーン理論だけが唯一ではないが、特定のエリアに特化した分析を行うとき、見える化と数値化においては非常に分かりやすい資料を提供してくれるのである。

本ペーパーは、概略的に都市シーン理論を整理して、今後の研究に参考できる基本資料を形成することを目的にしている。実際のデータに基づいた多様な事例研究と、その比較を今後の研究として続けていきたい。

#### 【参考文献】

- 柳永珍, 2015, “福岡市と北九州市の人口増減様相に対する探索的考察”, 東北アジア文化研究44, pp. 271-290.
- Blum, A., 2003, *The Imaginative Structure of the City*, Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Buin, M., Jang, W., Clark, T., Lee, J. Y., 2010, *Map of Seoul Scenes and Its Use for Space Characterization*. Seoul Department institute.
- Clark, T. N., 2007, “Making Culture Into Magic: How Can it Bring Tourists and Residents?”, *International Review of Public Administration* 12 (1), pp.13-25.
- Clark, T. N., 2010, “Urban Scenes Drive Development”, paper presented in Global Metropolitan Forum of Seoul 2010, March 10, Seoul.
- Currid, E., 2007, *The Warhol Economy: How Fashion, Art and Music Drive New York City*, Princeton: Princeton University Press.
- Goffman, Erving. 1967. *Interactional ritual*. New York: Doubleday.
- Silver, Danie Aaronl, Terry Nichols Clark, and Clemente Jesus Navarro. 2010. “Scenes: Social Context in An Age of Contingency.” *Social Forces* 88 (5): 2293-2324.
- Silver, Daniel Aaron, Terry Nichols Clark. 2016. *Scenesapes: How qualities of place shape social life*. University of Chicago Press.

Todaro, M., 2011, Economic Development, Addison Wesley.