

ファッションタウンの住み分けがあった。最近では、丸亀町はミセス向けの婦人服店だけでなく、キャリアウーマン層、ヤング層に対応したブランドショップが増えており、この商店街を活気づけている。商店の数こそ多くないものの、婦人服専門店のレパートリーとしてはバランスが良い地区である。ファッションタウンとしては、圧倒的に婦人服店が多く、子供服、紳士服を扱う店は少ない。一方、高松市郊外には次々と大型ショッピングモールができ、市街地には新しい大丸百貨店やファッションビルが次々と開店し、ファッション品店の商業環境が変化している。そこで、丸亀町商店街では、第三セクターの「丸亀町まちづくり会社」により、新しい展開を図ろうとしている。いかに他の商店街との差別化を図るかがポイントとなる。ブランド構成、空間づくりなど、新しい価値観を提供する場所としての街づくりが求められている。

タウン誌から読み取れる自由が丘イメージ

濱中 薫

情報メディアにより創り出された地域イメージを、地元の人達はどのように受け止めているのか、また、地域イメージを今後、どのように変えたいのかを、東京都目黒区自由が丘をフィールドに検証した。まず、タウン誌のバックナンバーを内容分析した。同時に、関連資料の検討や聞き取りでの裏付けを試みた。かつて農村だったこの地域は、関東大震災後、高級住宅地となり、戦後はお洒落なショッピングタウンと変化した。戦後、自由が丘商店街振興組合が発行するタウン誌の形式は、電話帳から、読み物が中心に、さらにはガイドブックへと変化した。組合が提唱するイメージと社会的なイメージには若干のズレがある。組合が定着させたいイメージは、「若者の街」ではなく、「家族で楽しめる街」である。また、「雑貨の街」「インポートブランドの発信地」という商業重視の傾向も見られる。そして、将来の自由が丘のテーマは「パリ」イメージづくりである。

盛り場の変遷史的復原： 水郷潮来を事例として

前島 裕美

盛り場は、時代・社会・地域の顔である。このことを、茨城県行方郡潮来町浜一丁目をフィールドに、文献や聞き取り調査によって明らかにした。地域に相応しい時代設定を行い、盛り場の復原地図を作成し、当時の雰囲気をも再現・記述した。そして、それぞれの時代の、盛り場と周辺地域の関連を考察した。利根川水運が盛んだった近世～近代前半については先行研究が多い。だが、大正～現代については、先行研究がほとんどない。資史料があまりないため、聞き取りを中心に作業を行った。具体的には、大正時代、昭和初期、戦中・戦後期、高度経済成長（開発）期、現在の5つの時代区分を設定した。その結果、盛り場と世相・地域の密接な関係を実証した。大都市の盛り場に関する研究は多いが、潮来クラスの地方都市については、研究がほとんどなく、その意味でも意義がある。

里山とその保全活動について

伊藤 ゆう子

里山とは近年、その保全活動と共に急速に広まってきた言葉である。人里近くにある農用林、薪炭林のことを指すのだが、その使用される範囲は広い。里山は主に、広葉樹を中心とした雑木によって構成されているが、その植生は地域によって様々である。また里山は近年、市民の憩いの場として、多種多様な生物の棲み家として、その価値が見直されつつある。しかしその保全活動には、土地の所有権をめぐる問題や、今後の方向性などの問題もつきまとう。里山保全活動を行うグループは現在数多く存在するが、ほとんどはボランティアの市民グループや行政が興したグループ、その中間のグループである。活動内容として、下草刈り、落ち葉掻きなどの雑木林の手入れはほと