

Title	祝祭的空間としての商業集積 - 商空間ダイナミズムの復権 -
Sub Title	
Author	森山 一郎(Moriyama, Ichirou) 和田 充夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1991
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1991年度経営学 第886号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001991-0886

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学生氏名	森山 一郎 (株式会社 ダイエー)	主査 和田 充夫 副査 青井 倫一 森川 英正 池尾 恭一
所属	和田 充夫 研究室	

祝 祭 的 空 間 と し て の 商 業 集 積 —商空間ダイナミズムの復権—

本研究は、現在「街づくり」を志向したショッピングセンターが多くの消費者を吸引することができるのはなぜか、という問題意識のもとに、今後消費者に支持されるべき商業集積づくりのための提言を行うことを目的としている。

歴史的にみれば、街とは商業施設(市)の成立とともに発生し、祭をその連帯のためのコンテクストとして利用しながら、人々に祝祭的空間を提示しつづけてきたものであった。本研究では、このような観点に立ち、街の本来的に有している顧客吸引力の源泉をその「祝祭性」に求め、街に関する祝祭性概念や祝祭性構造を明らかにした上で、消費者の来街意図あるいは街の魅力度と祝祭性構造についての分析モデルを構築し、それを実証的に検証したものである。調査の結果、街の魅力度とは、消費者の志向する街の構成要素別に「歴史／伝統志向型」、「人工美遊志向型」そして「自然環境志向型」の3つの側面において捉えるべきものであることが明らかとなった。そして、その各々を志向する消費者毎にそれぞれ異なった祝祭性ニーズがみられることから、街の構成要素別にターゲットを絞り込んだショッピングセンターの開発を行おうとする場合の計画枠組の概要を理解することが可能となった。

しかし、来街意図との相関からは、消費者の真に求めている祝祭性とはその街固有の歴史性や伝統性であることが示唆された。つまり現在の消費者一般には、都市化の進展とともに失われた地域文化再生へのニーズが高まりをみせていることができ、従って今後消費者に支持されるべき商業集積形成を目指すのであれば、その地域に固有の独自性を「街」としての時空間構造のなかにおいていかにして消化、実現させていくかが問題となる。このような状況認識のもとに商業空間が設計されてはじめて、人々にとっての祝祭的空間が実現し、かつ失われつつある商空間ダイナミズムの復権も果たされるのである。